

J.D. Power研究：主流车销售服务满意度22年来首次赶超豪华车

林肯获豪华车销售服务满意度第一；别克和广汽本田获主流车销售服务满意度并列第一；一汽红旗获中国自主品牌销售服务满意度第一

2021年6月30日，上海—全球领先的消费者洞察与市场研究机构J.D. Power（君迪）近日正式发布**2021中国销售服务满意度研究SM（SSI）**。研究显示，2021年，主流车品牌销售服务满意度自2000年来首次赶超豪华车，豪华车品牌在消费者购车体验上逐渐失去领先优势。

今年是J.D. Power连续第22年发布中国销售服务满意度研究（SSI）。该研究重点评测了拥车期为2至6个月的新车车主对购车体验的整体满意度。销售服务满意度由购车客户满意度和战败客户满意度共同构成，战败客户意指认真考虑了某品牌却最终购买了其他品牌的消费者。

研究显示，2021年主流车品牌销售服务满意度为733分（满分1,000分），以1分的微弱优势领先豪华车品牌（732分），一改过去21年来落后于豪华车的局面。主流车和豪华车在到店接待和店内看车环节的满意度表现不相上下。豪华车品牌的在线体验相对更好，而主流车品牌在入店前沟通和试乘试驾两方面的优势更明显。

研究也发现，在购车之前就确定想要购买的品牌和车型的消费者比例从2020年的68%增加到2021年的75%，消费者光顾经销商的次数则从2020年的2.46次减少到今年的2.33次。

J.D. Power中国区数字化零售事业部总经理谢娟表示：“随着消费者购车决策前移，决策链路变短，线上零售体验在消费者决策过程中的重要性日益突出，从这个角度来说，豪华车和主流车已经处在同一个赛道上。在目前销售服务满意度已经十分接近的情况下，如何借助数字化营销、私域流量资源以及订阅式服务等创新手段，以全生命周期的视角管理用户体验，让消费者‘愉悦且快速地把车领走’，将成为品牌提升销售能力的新契机。”

以下是该研究的其他发现：

- **消费者购车决策进一步提前，入店前已决定放弃购买的比例继续增加：**入店前（即在线搜索和远程咨询经销商阶段）已放弃购买的消费者比例连续五年上升，从2017年的10%增加到2021年的62%。与上一年相比，入店前流失的消费者比例增加九个百分点。
- **不同关键要素驱动豪华车和主流车购车客户满意度：**豪华车用户更看重车辆介绍和议价过程中的数字化应用，试乘试驾对主流车用户影响更大。对豪华车和主流车用户满意度均非常重要的指标为销售人员的静态和动态车辆讲解、提车速度以及提车当天销售人员的态度。
- **女性车主对销售服务的满意度低于男性：**2021年，女性车主的销售服务满意度为716分，比男性低23分，满意度差距主要体现在交易过程、交车过程和到店接待阶段。研究显示，女性购车者更希望得到友善、主动、专注以及耐心的服务，而销售人员对女性消费者的这类差异化需求理解不够。

2021中国销售服务满意度（SSI）排名

林肯以747分首次摘得豪华车市场销售服务满意度冠军。奥迪（736分）和保时捷（735分）分别排名第二和第三。

别克和广汽本田以 744 分并列主流车市场销售服务满意度第一名。广汽丰田（743 分）排名第三。

为推动中国自主品牌发展和进步，2021年，J.D. Power首次从主流车销售服务满意度排名中细分出中国自主品牌排名单独呈现。其中，**一汽红旗**（738分）是排名最高的中国自主品牌和自主高端品牌^①。**奇瑞**（732分）和**长安汽车**（730分）分别排名第二和第三。

J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究（SSI）评估的是购车2至6个月的车主新车购买体验的总体满意度。销售服务满意度指数由购车客户指数和战败客户指数构成。其中购车客户指数包含在线体验（18%）、入店前沟通（10%）、到店接待（15%）、店内看车（13%）、试乘试驾（8%）、交易过程（16%）和交车过程（20%）七个因子；战败客户指数包含在线体验（31%）、入店前沟通（30%）、到店接待（17%）、店内看车（11%）、试乘试驾（6%）和议价经历（6%）六个因子。销售服务满意度的计算采用1,000分制。

2021年研究是基于2020年5月至2021年2月期间购买新车的25,412名车主的反馈。数据采集工作于2020年11月至2021年4月间在70个中国主要城市进行。研究共覆盖55个购车品牌和67个战败品牌，其中49个品牌在购车客户和战败客户部分均达到足量样本。

点击查看[J.D. Power中国销售服务满意度研究\(SSI\)](#)详情。

了解**J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究（SSI）**详细内容及购买完整版数据，请联系：
china.marketing@jdpa.com

关于 J.D. Power（君迪）

J.D. Power（君迪）是一家全球领先的消费者洞察、市场研究和咨询、数据及分析服务企业，致力于帮助企业提升客户满意度，进而推动业绩增长并提高利润。公司成立于 1968 年，在北美、南美、亚太和欧洲地区设有多个办公室。更多信息，请访问 china.jdpower.com，或关注 J.D. Power 中国[官方微信](#)和[官方微博](#)。了解 J.D. Power 及广告宣传规则，请访问 www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info。

媒体联系：庄清湄 +86 21 8026 5719/ shana.zhuang@jdpa.com

###

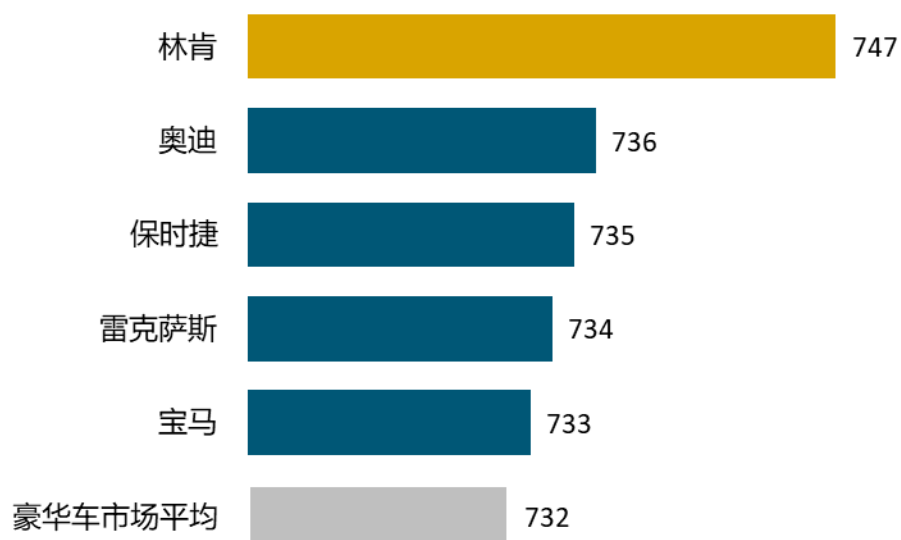
注：后附三张图表

^① 自主高端品牌为 50%以上销量由旗下高端车型贡献的自主品牌；自主高端车型为厂商建议零售均价超过 15 万人民币的车型。

J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)

豪华车细分市场

平均线及以上
(基于1000分制)



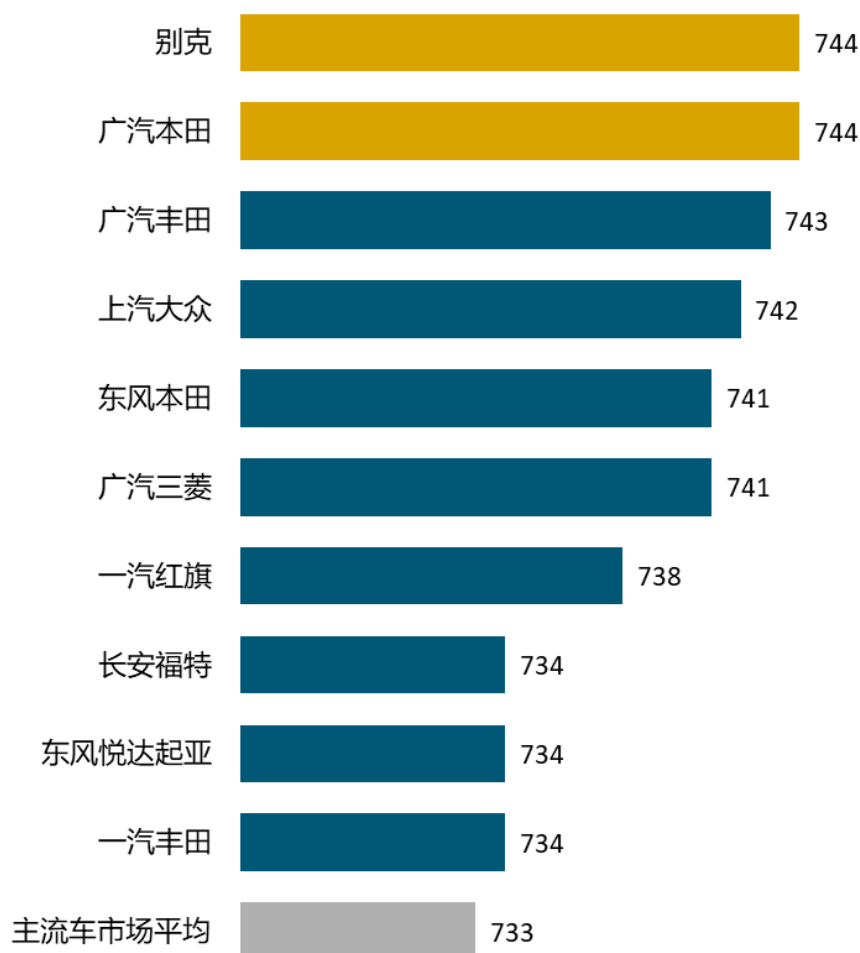
资料来源: J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)

从新闻稿中摘录的图表必须附带声明,以标明J.D. Power 是发布者,并标明资料来源于2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)。排名是基于数值得分,并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power 事先书面明示同意,任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)

主流车细分市场

平均线及以上
(基于1000分制)



注：排名相同的品牌按品牌英文首字母顺序排列

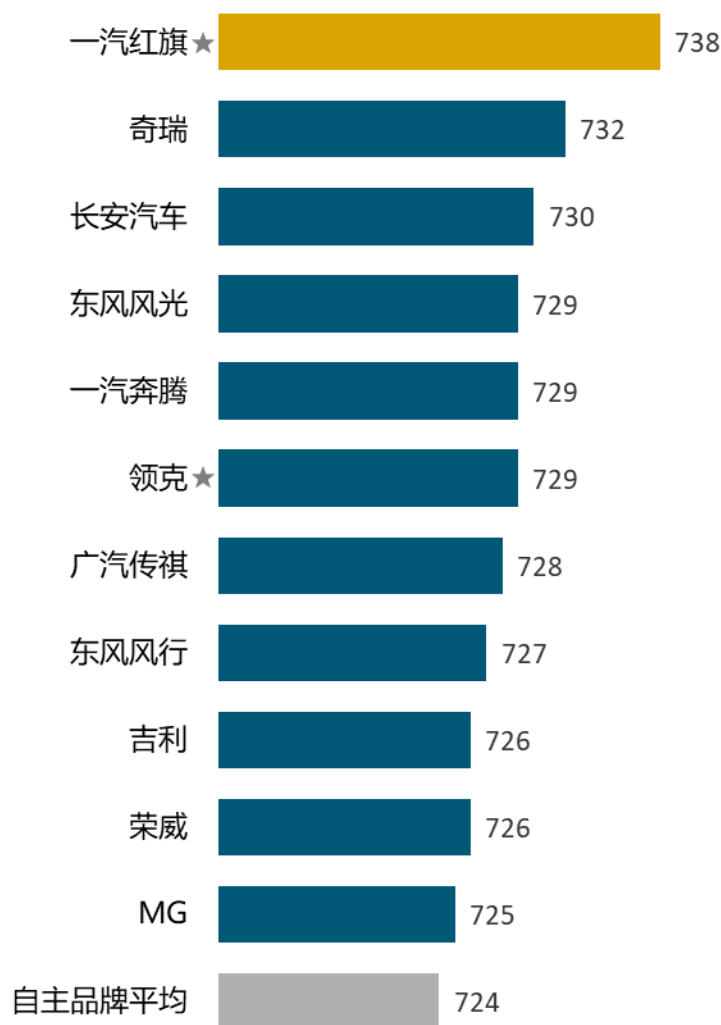
资料来源：J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)

从新闻稿中摘录的图表必须附带声明，以标明J.D. Power 是发布者，并标明资料来源于2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意，任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)

中国自主品牌

平均线及以上
(基于1000分制)



注：★为自主高端品牌，即50%以上销量由旗下高端车型贡献的自主品牌；自主高端车型为厂商建议零售均价超过15万人民币的车型。
排名相同的品牌按品牌英文首字母顺序排列。

资料来源：J.D. Power 2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)

从新闻稿中摘录的图表必须附带声明，以标明J.D. Power是发布者，并标明资料来源于2021中国销售服务满意度研究SM (SSI)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意，任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。