

J.D. Power研究：试乘试驾成为影响消费者购买决策的重要环节

保时捷获豪华车销售服务满意度第一；别克与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

2022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）今日正式发布**2022中国销售服务满意度研究SM（SSI）**。研究显示，消费者在试乘试驾环节决定购买的比例上升显著，成为影响消费者购买决策的重要环节。经历了疫情的冲击，中国汽车市场回落后逐步进入微增长阶段，市场需求增速缓慢；同时新能源汽车的快速崛起使得传统能源汽车面临巨大挑战，整体汽车销售模式与市场趋势发生转变。

今年是J.D. Power连续第23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，消费者在试乘试驾环节决定购买的比例从2021年的15%增加到2022年的21%，这一比例增长呈现出逐渐向新能源汽车市场靠拢的趋势。而消费者购车过程中其他环节的购买比例均呈下降态势。此外，放弃购买的前15大原因中，“产品体验不及预期”与2021年相比增幅最多，上升了5.4%，进一步印证了试乘试驾对于目前销售环节的重要性。

研究也发现，尽管试乘试驾环节围绕产品体验展开，但销售人员讲解的好坏同样会影响消费者的购买决策。试乘试驾环节体验了优秀讲解的购车人群在该环节决定购买的比例相对于未体验到优秀讲解的人群高出4个百分点。

J.D. Power中国区数字化零售咨询事业部总经理谢娟表示：“如今中国消费者购车决策链路在线下入店阶段时，对产品了解与体验其诉说主体已经从厂家主导逐步转化为消费者自我验证的过程。面对这一变化，试乘试驾全流程服务能力将至关重要。品牌如何“应变而变”和“应需而变”，通过升级现有试乘试驾的模式、流程，预约试驾方式等，对用户入店自我验证的需求快速赋能和帮助，将成为未来品牌提升“转化效率”的决胜要素之一。”

以下是该研究的其他发现：

- **豪华车品牌销售服务满意度再度引领市场：**2022年豪华车品牌销售服务满意度为759分，以9分优势领先主流车品牌（750分）。在各项衡量指标中，豪华车品牌在试乘试驾环节表现最佳，而主流车品牌则是交车过程中的表现最能得到购车者的认可。此外，豪华车品牌与主流车品牌购车客户满意度得分最低的环节均为在线体验。
- **因品牌而决定购买的群体成交速度更快：**最主要购买原因与品牌相关的购车者在一周内成交的比例最多，占比42.9%。此外，快速成交的购车者往往进店次数更少、同时考虑过的其他品牌数量更少且满意度更高。
- **增换购群体价值高、服务需求与首购群体相比存在差异：**增换购人群占购车者总体的比例已达30%。这一群体的消费能力更高、推荐购买的意愿度更强烈。与首购群体相比，增换购群体购车决策更靠前、更看重品牌、更依赖官方线上渠道、更在意招待品质、更关注讲解的诚实客观、对于一口价接受度更低、对车况问题更敏感。

2022中国销售服务满意度 (SSI) 排名

保时捷以 768 分首次摘得豪华车市场销售服务满意度冠军。奥迪 (765 分) 排名第二, 宝马 (759 分) 和凯迪拉克 (759 分) 分别并列第三。

别克和广汽本田以 759 分并列主流车市场销售服务满意度第一名。一汽红旗 (756 分) 以及广汽丰田 (756 分) 并列第三。

除此以外, 一汽红旗 (756 分) 还获得了中国自主品牌第一。长安汽车 (749 分)、奇瑞 (749 分) 以及广汽传祺 (749 分) 并列自主品牌第二。

J.D. Power 2022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 (12%)、入店前沟通 (9%)、到店接待 (14%)、店内看车 (14%)、试乘试驾 (10%)、交易过程 (17%) 和交车过程 (23%) 七个因子; 战败客户指数包含在线体验 (23%)、入店前沟通 (20%)、到店接待 (21%)、店内看车 (16%)、试乘试驾 (10%) 和议价经历 (10%) 六个因子。销售服务满意度的计算采用1,000分制。

2022年研究是基于2021年6月至2022年2月期间购买新车的25,154名车主的反馈。数据采集工作于2021年12月至2022年4月间在70个中国主要城市进行。研究共覆盖50个购车品牌和67个战败品牌, 其中44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 2022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: 左韵 +86 21 8026 5719/ phyllis.zuo@jdpa.com

###

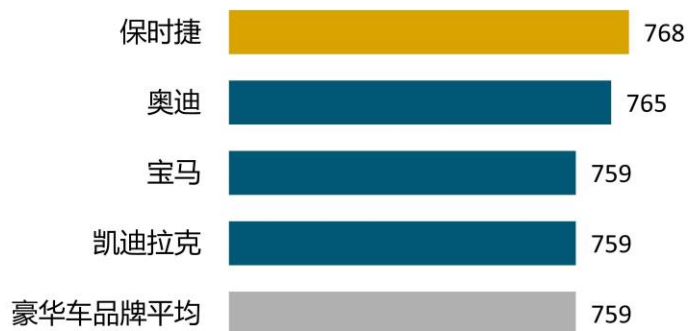
注: 后附三张图表

J.D. Power 2022中国销售服务满意度研究SM (SSI)

豪华车品牌排名

行业平均及以上水平

(基于1000分制)



注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；

资料来源：J.D. Power 2022中国销售服务满意度研究SM (SSI)

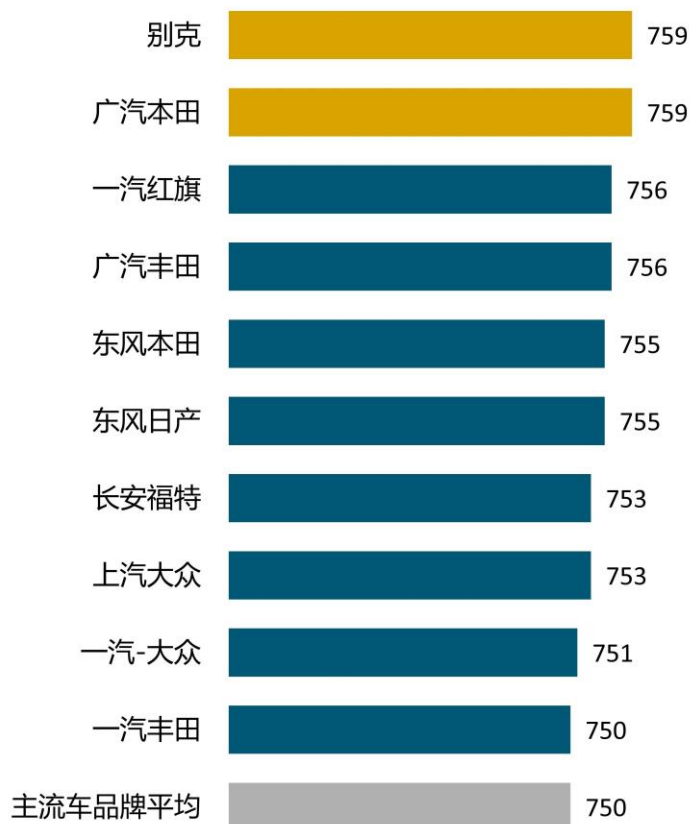
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明，以标明J.D. Power 是发布者，并标明资料来源于2022中国销售服务满意度研究SM (SSI)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power 事先书面明示同意，任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power 2022中国销售服务满意度研究SM (SSI)

主流车品牌排名

行业平均及以上水平

(基于1000分制)



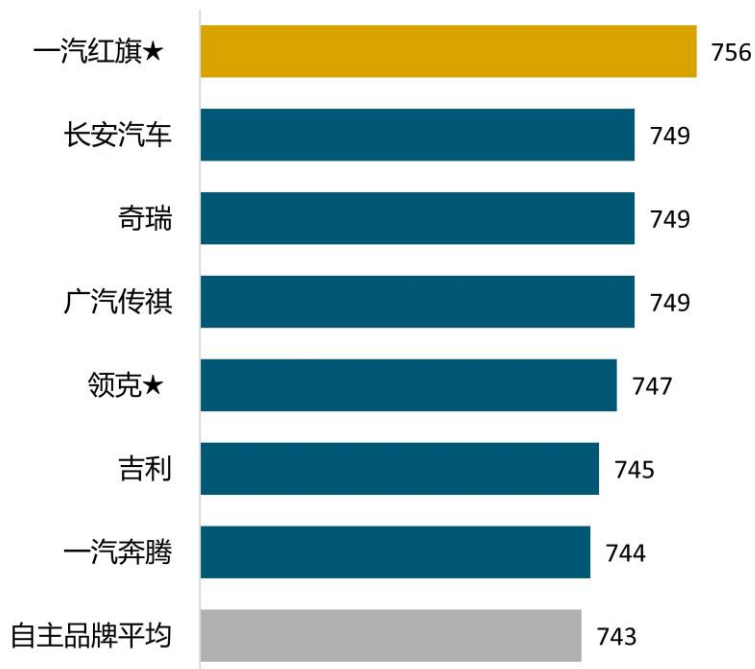
注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；

资料来源：J.D. Power 2022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2022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 2022中国销售服务满意度研究SM (SSI)

自主品牌排名 行业平均及以上水平 (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。

得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；

资料来源：J.D. Power 2022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2022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。