

**J.D. Power研究：燃油车消费者购车诉求日趋明确，购车决策加速**

保时捷获豪华品牌销售服务满意度第一；广汽本田获主流品牌销售服务满意度第一；长安汽车与广汽传祺并列自主品牌销售服务满意度第一

2023年7月20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**2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)**。研究显示，燃油车消费者在购车决策上越来越果断，他们在购车前已有明确的目标车型，在购买过程中较少纠结，反映出中国汽车消费者的购车决策前移，且更加明确自身购车诉求。

今年是J.D. Power连续第24年发布中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)。该研究重点评测了拥车期为2至6个月的燃油车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，购车前已想好了要买的车型/品牌，并且最终购买了该车型/品牌的燃油车消费者占比高达73%，较2022年上升5.3个百分点，且此类消费者进店速度、成交速度都明显更快，考虑的品牌数量最少，去过经销商的次数最少，在购买决策和行为上更为果断，为购车人群中的“果敢派”。

研究还发现，“果敢派”的燃油车消费者在购车过程中，更看重车辆的基础性能特点，包括安全、动力、操控等，并且他们对于价格的关注程度相对较低。他们擅长信息收集，汽车自媒体和专业评测类内容成为他们重要的信息来源。此外，他们也更爱推荐，回店与再购意愿均为最高，汽车品牌应该更着力于提升此消费群体的购车体验，以带来积极的品牌影响力和长期价值。

J.D. Power中国区数字化零售咨询事业部总经理谢娟表示：“当下，中国车市充满诸多不确定性，但消费者在购车的选择过程中却变得更加确定，他们早早锁定心仪车型，因而行动也更加果敢。如何提前进入消费者心仪名单，成为车企营销的关键课题。此外，经销商也需要从过去围绕产品卖点的销售模式转变为围绕客户购车动机的销售模式，通过识别客户入店需求，精准回应客户疑问，帮助他们验证自己的选择并打消顾虑，从而实现最终的转化。”

以下是该研究的其他发现：

- **豪华品牌销售服务满意度优势进一步扩大：**2023年，豪华品牌和主流品牌的销售服务满意度分别为765分和752分，豪华品牌的领先优势由2022年的9分扩大至13分。在各项购车因子的满意度得分中，两大品牌阵营均在入店前沟通和交车过程这两项中表现最佳，而试乘试驾的体验满意度下滑明显。
- **新能源车的服务满意度优于燃油车：**在最终未成交的战败客户中，新能源车的服务满意度得分为738分，高出燃油车23分，在店内看车和试乘试驾这两项上领先最多，分别高出燃油车36分和39分。此外，燃油车在销售人员的讲解、主动邀请试乘试驾的比例、试乘试驾中了解产品的充分性方面的表现均落后于新能源车。
- **三四线城市购车者满意度远低于一二线城市：**三四线城市的购车客户满意度得分为749分，相较一二线城市的774分，大幅落后25分，且各项购车因子的满意度均低于一二线城市，交易过程是差距最大的体验因子，比一二线城市购车客户低27分。此外，如果议价流程过于冗长，三四线城市的消费者在一周以内成交的比例将会跌至三成。

## 2023中国销售服务满意度（SSI）排名

保时捷以 772 分蝉联豪华品牌销售服务满意度冠军。奥迪（771 分）排名第二，宝马（769 分）排名第三。

广汽本田以 763 分蝉联主流品牌销售服务满意度冠军。别克（762 分）、东风本田（762 分）以及广汽丰田（762 分）并列第二。

长安汽车（750 分）与广汽传祺（750 分）并列自主品牌销售服务满意度第一。吉利（749 分）排名第三。

J.D. Power 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup>（SSI）评估的是购车2至6个月的燃油车新车车主对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（14%）、入店前沟通（9%）、到店接待（14%）、店内看车（15%）、试乘试驾（10%）、交易过程（16%）和交车过程（22%）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（15%）、试乘试驾（11%）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。

2023年研究是基于2022年6月至2023年3月期间购买新车的25,260名车主的反馈。数据采集工作于2022年12月至2023年5月间在81个中国主要城市进行。研究共覆盖43个购车品牌和68个战败品牌，其中42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<sup>SM</sup> \(SSI\)](#)详情。

了解J.D. Power 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup>（SSI）详细内容及购买完整版数据，请联系：[china.marketing@jdpa.com](mailto: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](http://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](http://www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info)。

媒体联系：王梦梦 +86 21 8026 5719/ [mengmeng.wang@jdpa.com](mailto:mengmeng.wang@jdpa.com)

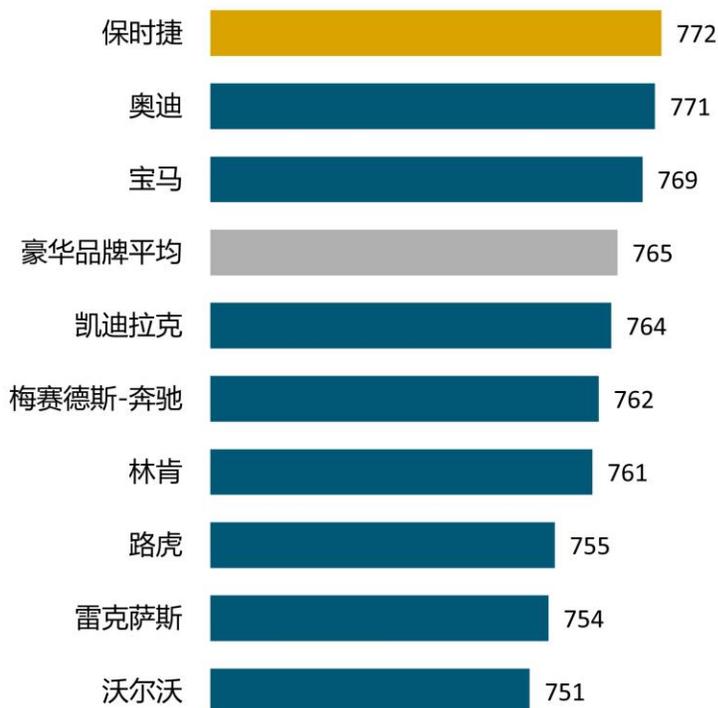
###

注：后附四张图表

# J.D. Power 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

## 豪华品牌排名

满意度指数 (1000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字母排序

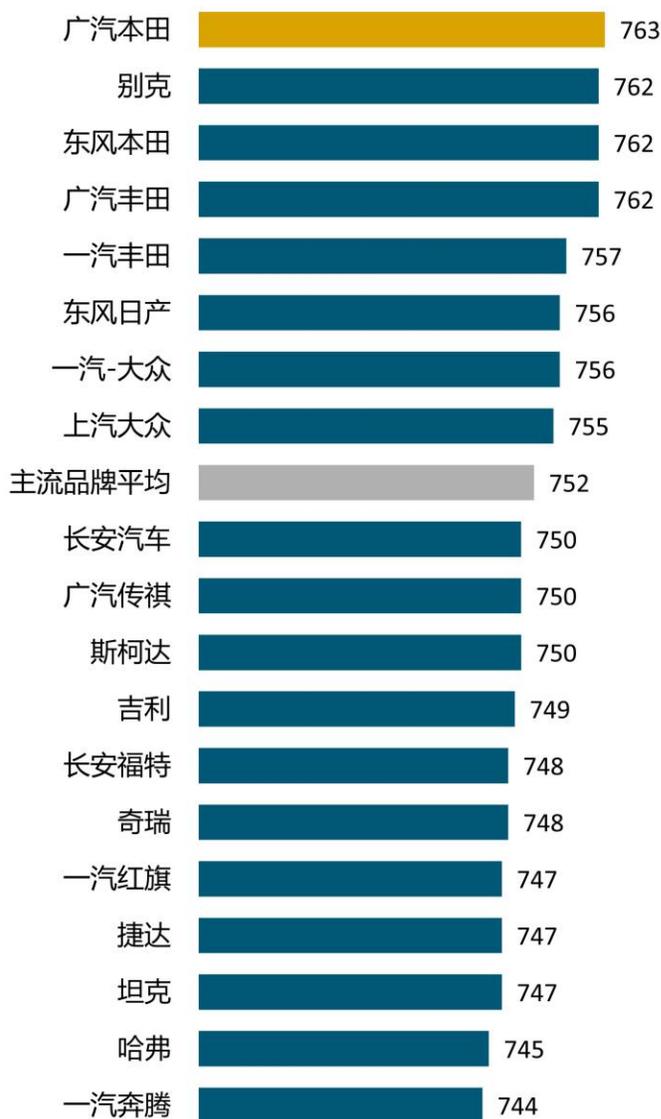
资料来源：J.D. Power 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

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2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (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 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

## 主流品牌排名 (1/2)

满意度指数 (1000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字母排序

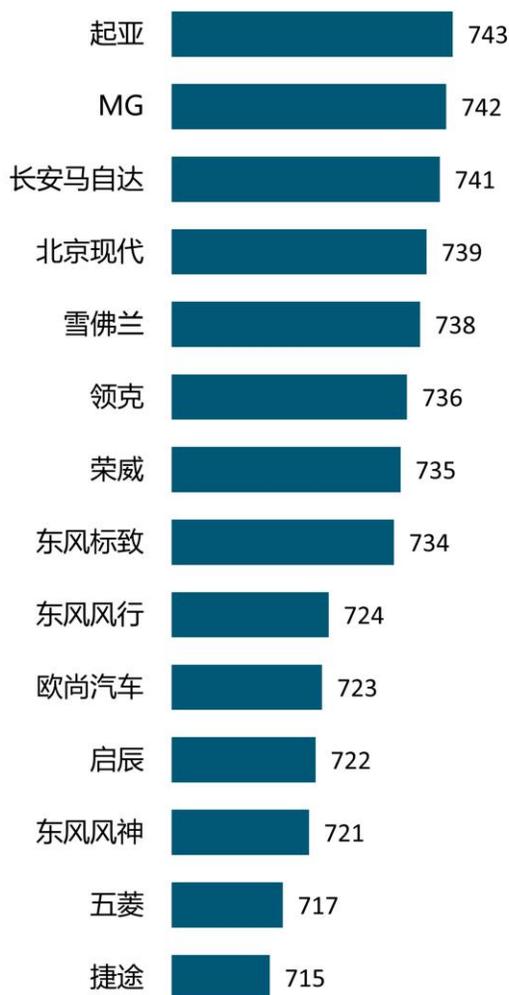
资料来源：J.D. Power 2023 中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

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2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (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 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

## 主流品牌排名 (2/2)

满意度指数 (1000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字字母排序

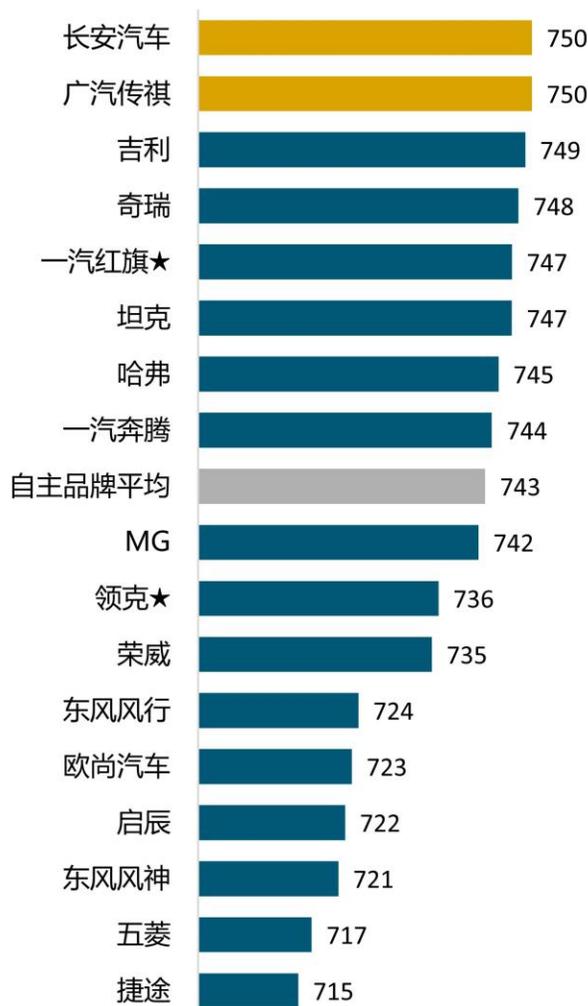
资料来源：J.D. Power 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

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2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (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 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

## 自主品牌<sup>1</sup>排名

满意度指数 (1000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字字母排序

<sup>1</sup> 为鼓励自主品牌向上的态势，从2021年开始进一步单独列出自主品牌的排名表现。

★为自主高端品牌，即50%以上的销量来自自主高端车型的品牌；自主高端车型为厂商建议零售价均价中值超过15万元人民币的车型。

资料来源：J.D. Power 2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (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2023中国销售服务满意度研究<sup>SM</sup> (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。