

## 意向购车者渴望汽车厂商网站提供更多售后服务信息

### 梅赛德斯-奔驰名列中国汽车品牌网站满意度榜首

**2015年9月11日，上海** – 据今天发布的 J.D. Power 2015 年中国汽车品牌网站评估研究<sup>SM</sup> (BWES) 显示，汽车厂商网站在努力满足意向购车者越来越高的要求——意向购车者是指计划在未来 12 个月内购买新车的中国消费者。

中国汽车品牌网站评估研究已经进入第三个年头。通过调查四个关键因子（导航、网页加载速度、信息与内容、外观），这项研究评测汽车品牌网站在新车购买过程中的效用。

2015 年研究发现，在汽车厂商网站上查找传统信息（例如“技术参数和配置表”和“性能演示”）的意向购车者百分比与 2014 年相比分别下降了 8 个和 9 个百分点。相反，更多意向购车者查找与服务相关的信息，例如“最新新闻”、“在线咨询”和“在线预订”分别上升了 6 个、3 个和 2 个百分点。此外，在“信息与内容”因子中，影响力最大的满意度驱动因素依然是“车型图片”（28%）。新增要素“搜集售后服务相关信息”（19%）超过“技术参数和配置表”（17%），成为了影响力第二大的满意度驱动因素。

但是，汽车厂商网站提供的信息和意向购车者期望的信息之间仍然有差距。例如，42%的意向购车者想要看到零配件价格，也有 42%的意向购车者想要看到维修保养价格，但这些意向购车者认为零配件价格和维修保养价格信息不够充分。另外，有 73%的意向购车者表示，当网站提供了在线计价工具时，购车意向也会相应提高。

J.D. Power 亚太公司中国区副总裁兼董事总经理梅松林博士表示：“汽车厂商网站可以有效地作为客户和汽车厂商之间的桥梁，特别是在服务需求方面。因此，网站成为客户的可靠信息来源具有重要意义。越来越多的客户表达了对售后服务信息的需求；但是，这些需求经常没有得到满足。汽车厂商网站必须与其他汽车网站区分开来，从而吸引意向购车者访问。”

汽车品牌网站的 2015 年总体满意度平均得分为 769 分（1,000 分制）。梅赛德斯-奔驰（836 分）名列汽车品牌网站满意度榜首。宝马（826 分）和广汽丰田（783 分）分别名列第二和第三位。长城（779 分）名列第四位，并且是唯一得分高于行业平均得分的自主品牌。

### 主要发现

- 豪华车品牌网站（826 分）的满意度高于主流车品牌网站（760 分），两个细分市场之间差距最大（72 分）的因子是“信息与内容”。国际品牌网站（773 分）的总体指数得分比自主品牌网站（756 分）高 17 分。

- 有 81%的意向购车者使用汽车厂商网站来查找汽车厂商或经销商联系信息。在联系汽车厂商或经销商时，67%的意向购车者使用电话，64%的意向购车者使用微信，54%的意向购车者使用 QQ。但是，只有 25%的意向购车者在汽车网站上发现微信联系信息，只有 19%的意向购车者在汽车厂商网站上发现 QQ 联系信息。
- 虽然着重于汽车厂商网站，但这项研究也评测了其他汽车网站。专业汽车网站（66%）作为汽车信息的入口点，在意向购车者中具有比汽车论坛（34%）更高的渗透率。专业汽车网站和汽车论坛之间最大的满意度差距在于技术参数和配置表信息的易于发现和完整性以及行业新闻的及时性，这两个满意度差距均为 0.22 分（10 分制）。

2015 年中国汽车品牌网站评估研究是基于 5,242 位意向购车者的在线反馈；这些意向购车者表示他们将在未来 12 个月内购买新车，并应邀访问 29 个品牌之中一个意向品牌/车型的官方网站。研究的数据收集工作于 2015 年 5 月至 6 月在 78 个主要城市进行。

## 媒体关系联系人

孟于阗  
中国北京  
+86 01 6569 2702  
yutian.meng@jdpa.com

John Tews  
美国密歇根州特洛伊  
001 248-680-6218  
john.tews@jdpa.com

欲了解 J.D. Power 亚太公司，请访问 [www.jdpower.com](http://www.jdpower.com)。

欲了解 J.D. Power 及广告宣传规则，请访问 [www.jdpower.com/about-us/press-release-info](http://www.jdpower.com/about-us/press-release-info)。

欲了解麦格希财讯，请访问 [www.mhfi.com](http://www.mhfi.com)。

###

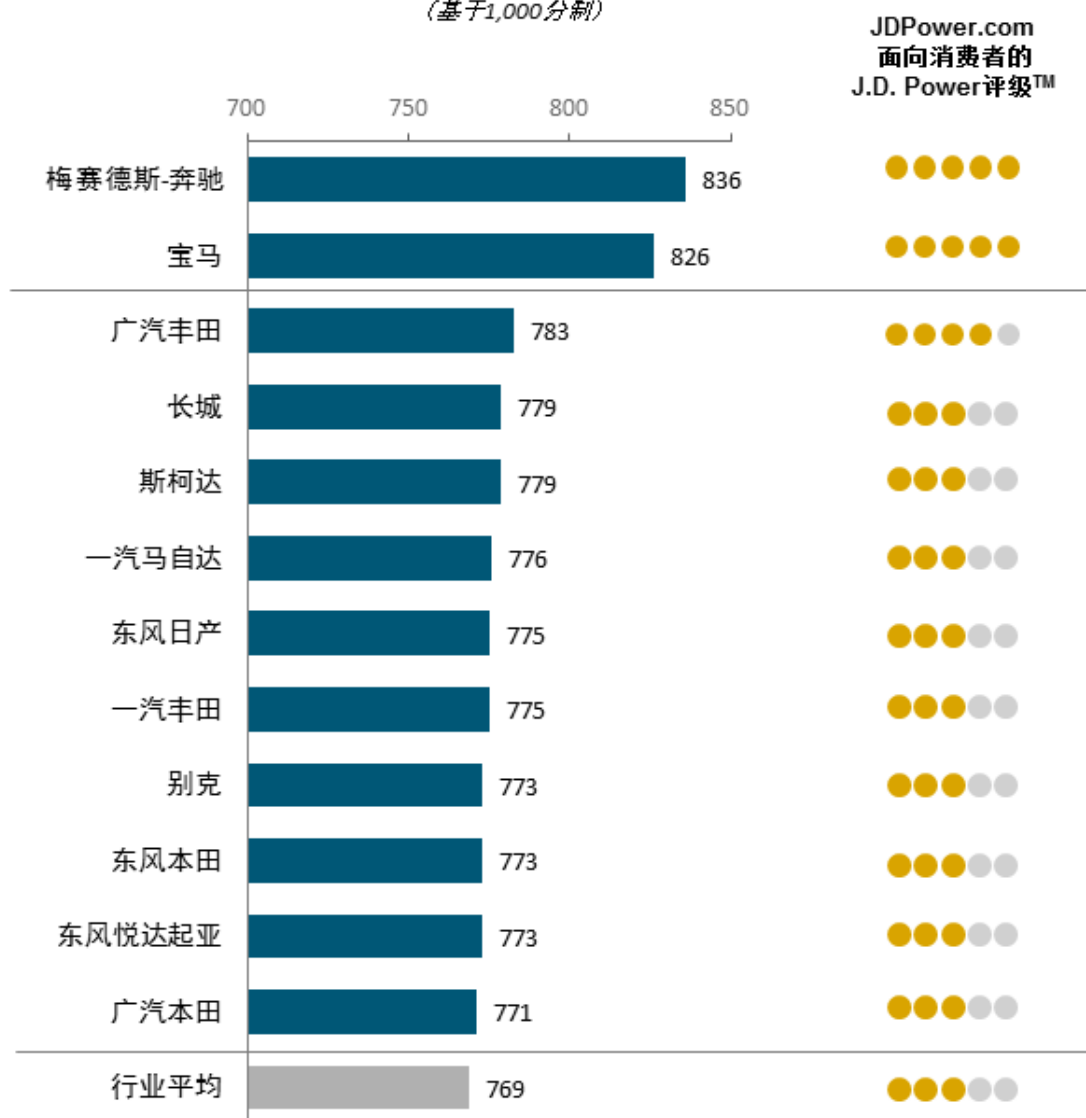
（第 2 页，共 2 页）

注意：后附一张图表

# J.D. Power 2015年中国汽车品牌网站评估研究<sup>SM</sup>(BWES)

## 汽车品牌网站排名

(基于1,000分制)



### J.D. Power 评级图例

- 最佳
- 优秀
- 一般
- 其他

资料来源: J.D. Power 2015年中国汽车品牌网站评估研究<sup>SM</sup>(BWES)

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2015年中国汽车品牌网站评估研究<sup>SM</sup>(BWES)。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。