

J.D. Power 报告:

中国车主在修理/更换轮胎时越来越多地选择轮胎站点和汽车经销商

固特异在豪华轿车和 SUV 细分市场中名列新车轮胎满意度第一位

耐克森在主流轿车细分市场中名列第一位，玛吉斯在 MPV/微客细分市场中名列第一位

2015 年 8 月 14 日，上海 – 据 J.D. Power 亚太公司今天发布的 2015 年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI) 显示，在不断增长的轮胎维修服务市场中，更多车主在修理/更换轮胎时选择轮胎站点（包括轮胎经销商、品牌直营店和轮胎连锁门店等）和汽车经销商，而不是普通维修站。普通维修站的市场份额自 2012 年以来大幅下降。

中国新车轮胎满意度研究已经进入第四个年头。这项研究基于四个因子（外观、耐用性、轮胎行驶和摩擦力/操控性），衡量车主在 12-36 个月拥车期内对于新车轮胎的满意度。车主评价其新车原装轮胎的品牌。这项研究涵盖四个细分市场：豪华轿车、主流轿车、SUV 和 MPV/微客。新车轮胎满意度的计算采用 1,000 分制。

在修理和更换轮胎时，选择轮胎站点的车主比例从 2012 年的 26% 上升至 2015 年的 31%，选择汽车经销商的车主比例从 2012 年的 31% 上升至 2015 年的 38%，但选择普通维修站的车主比例从 2012 年的 41% 大幅下降至 2015 年的 29%。

普通维修站自 2012 年以来首次失去了轮胎修理和更换方面的市场主导地位，而轮胎站点和汽车经销商则势头正猛。这个变化在某种程度上是由于轮胎制造商开发连锁服务门店的战略升级。例如，米其林的第一家服务门店（称为“驰加”）于 2002 年在中国开业。到 2013 年 7 月，服务门店数量达到了 850 家；通过积极扩张，服务门店总数到 2014 年 5 月达到了 1,000 多家，甚至五线城市都有了 56% 的覆盖率。¹ 这个趋势表明车主越来越倾向于选择更加专业的服务。

研究同时发现，“扎伤”是车主最频繁经历的问题（20%）。在经历过这个问题的车主中，有 29% 选择轮胎站点的维修服务，有 29% 选择汽车经销商，有 26% 选择普通维修站。“被路面损伤”是另一个频繁经

¹ 数据来源：米其林驰加

历的问题。在经历过这个问题的车主中，有 26%选择轮胎站点的维修服务，有 38%选择汽车经销商，只有 14%选择普通维修站。

2015 年，将近 1/3（31%）的车主声称他们在拥车期间经历过轮胎问题。车主满意度随问题数增加而下降。在没有经历过轮胎问题的车主中，平均满意度得分为 630 分，再购买率和推荐率分别为 32%和 20%。但是，在经历过 3 个轮胎问题的车主中，平均满意度得分直线下降至 585 分，再购买率和推荐率也分别大幅下降至 19%和 10%。

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：“满意度显著影响车主在更换轮胎时的选择。对于新车原装轮胎，消费者通常无法选择。但是，轮胎是拥车期间最频繁更换的车辆部件。轮胎制造商找出降低客户对于轮胎和服务体验满意度的问题具有至关重要的意义。应对这些挑战，并制定绩效衡量标准，从而提升客户体验，这有助于占据市场份额和维系品牌忠诚度。”

主要发现

- 总体满意度在豪华轿车细分市场中最高（674 分），其次是 SUV 细分市场（648 分）、主流轿车细分市场（632 分）和 MPV/微客细分市场（558 分）。
- 对于新车轮胎的高满意度体验能够促进同品牌轮胎的再购买率和推荐率。在高满意度²的车主中，有 39%表示他们在更换轮胎时“肯定会”选择他们目前使用的轮胎品牌，有 25%表示他们会推荐他们目前使用的轮胎品牌。这些比例在低满意度³的车主中显著下降，分别只有 19%和 11%。
- 米其林在车主和非车主中名列品牌印象指数第一位，这表明了米其林在行业中的强大品牌地位。马牌和普利司通在车主中分别名列第二和第三位。普利司通和固特异在非车主中分别名列第二和第三位。

研究排名

固特异（698 分）连续第二年在豪华轿车细分市场中名列第一位。

耐克森（698 分）在主流轿车细分市场中名列第一位。

固特异（691 分）连续第二年在 SUV 细分市场中名列第一位。

玛吉斯（636 分）连续第二年在 MPV/微客细分市场中名列第一位。

² 在主流轿车细分市场中，总体满意度得分 ≥ 649 分（1,000 分制）；在豪华轿车细分市场中，总体满意度得分 ≥ 683 分；在 MPV/微客细分市场中，总体满意度得分 ≥ 591 分；在 SUV 细分市场中，总体满意度得分 ≥ 659 分。

³ 在主流轿车细分市场中，总体满意度得分 ≤ 585 分；在豪华轿车细分市场中，总体满意度得分 ≤ 647 分；在 MPV/微客细分市场中，总体满意度得分 ≤ 535 分；在 SUV 细分市场中，总体满意度得分 ≤ 606 分。

2015 年中国新车轮胎满意度研究是基于 2010 年 10 月至 2014 年 5 月期间购买新车的 14,374 位车主的反馈，一共涵盖了 24 个轮胎品牌。数据收集工作于 2014 年 10 月至 2015 年 5 月在 51 个主要城市进行。

媒体关系联系人

孟子闾

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。

欲了解 J.D. Power 及广告宣传规则，请访问 www.jdpower.com/corporate。

欲了解麦格希财讯，请访问 www.mhfi.com。

###

(第 3 页，共 3 页)

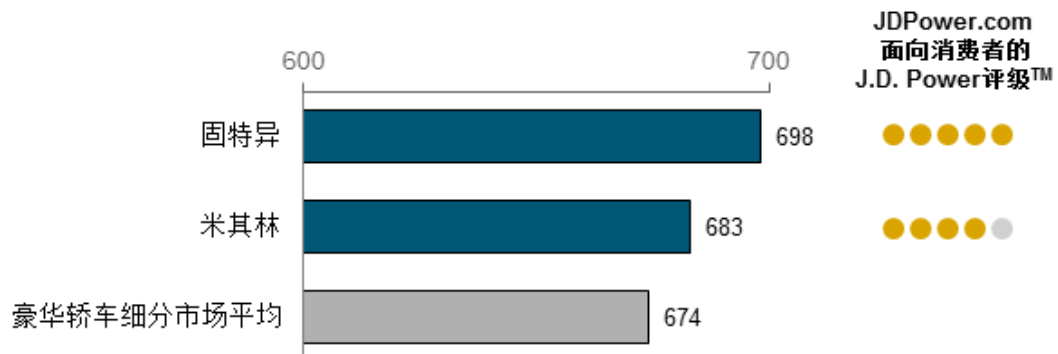
注意：后附图表

J.D. Power

2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

客户满意度指数排名 – 豪华轿车细分市场

(基于1,000分制)



资料来源: J.D. Power 2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

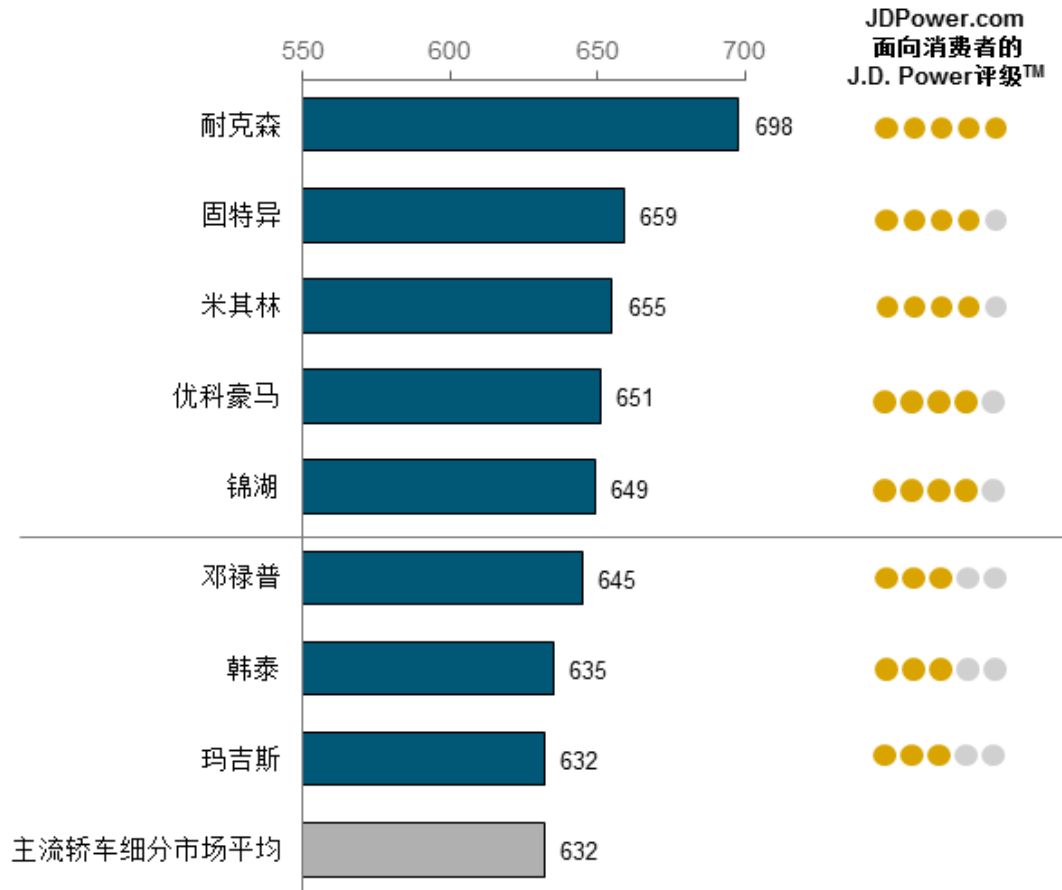
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明, 以标明J.D. Power是发布者, 并标明资料来源于J.D. Power 2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)。排名是基于数值得分, 并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意, 任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power

2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

客户满意度指数排名 – 主流轿车细分市场

(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年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

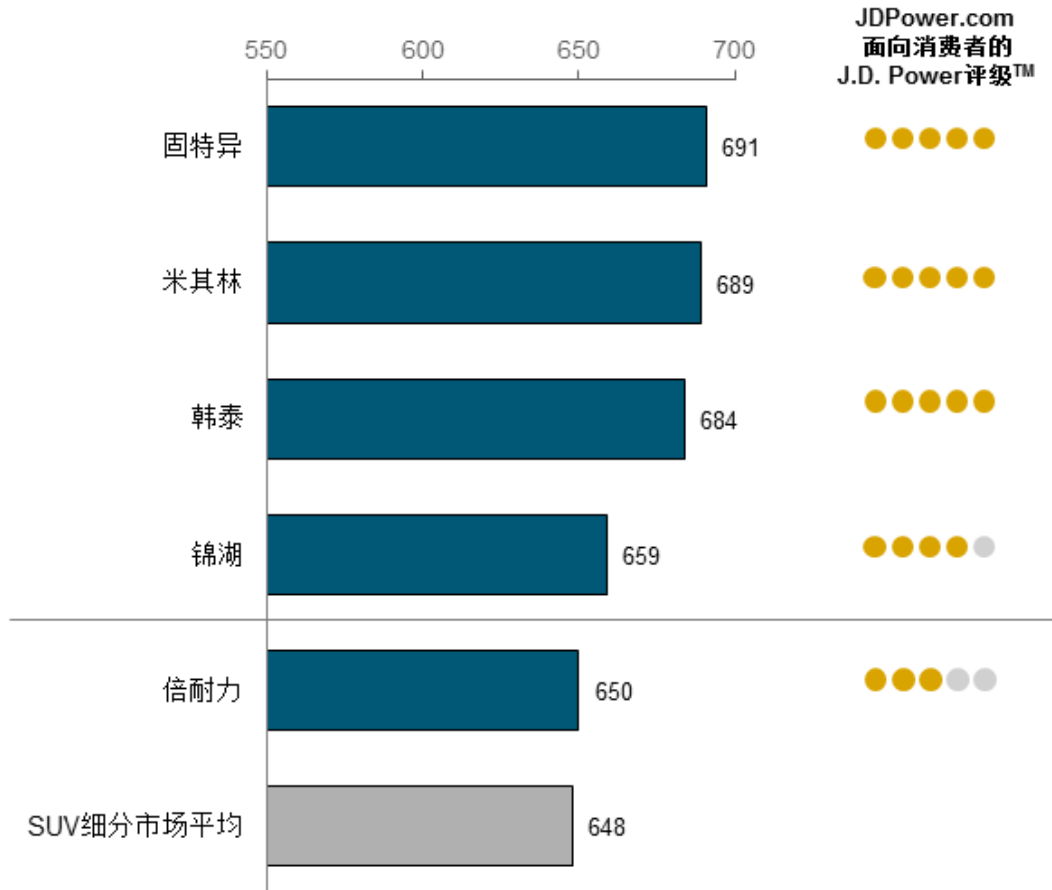
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明,以标明J.D. Power是发布者,并标明资料来源于J.D. Power 2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)。排名是基于数值得分,并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意,任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power

2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

客户满意度指数排名 – SUV细分市场

(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年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

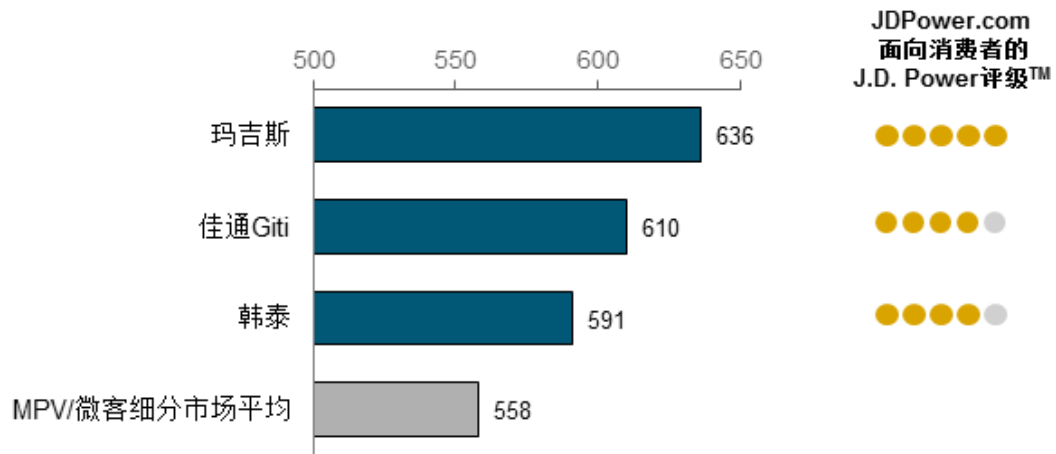
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明, 以标明J.D. Power是发布者, 并标明资料来源于J.D. Power 2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)。排名是基于数值得分, 并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意, 任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power

2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

客户满意度指数排名 – MPV/微客细分市场

(基于1,000分制)



资料来源: J.D. Power 2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)

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J.D. Power 2015年中国新车轮胎满意度研究SM (NV-TSI)。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。