

**J.D. Power研究：四分之一潜在购车者未进经销店就已放弃购买**

奥迪获豪华车销售满意度第一；北京现代与广汽本田并列主流车销售满意度第一

2019年9月19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）日前发布的2019中国汽车销售满意度研究（SSI）显示，新车销售的竞争已不局限于经销店内，在初步了解与线上线下咨询的早期购买决策阶段，客户流失比例逐步攀升，约1/4潜在购车者在进入经销店之前就已放弃购买。

这是J.D. Power连续第20年在中国市场开展汽车销售满意度研究，该研究重点评测了新车购车客户和战败客户对购车体验的满意度。战败客户意指拜访了某经销商却最终在别处购车的消费者。研究显示，虽然经销店内的服务体验依然是造成客户流失的主要原因，但其占比从2017年的90%降至今年的七成左右（74%），而入店前便发生的客户流失比例从2017年的10%上升至26%。

研究还发现，入店前消费者对产品尚未有深刻了解与体验，因而购买决策容易受到主观印象、价格或舆论的影响。导致入店前流失客户放弃购买的主要原因有车辆不适合/不合心意、品牌/车型太贵以及品牌/车型负面评价较多等。

J.D. Power中国区数字化客户体验副总裁任洪艳表示：“消费者的购买决策在入店前就已受到影响，在早期阶段让用户体验到产品和服务可以增强用户的直接感知，有助于消费者建立起对品牌的好感与信任，并形成口碑传播。销售人员应将试驾及服务体验前置，以体验邀约开启销售沟通，这样有助于避免因价格和舆论而导致的客户流失。”

销售人员与用户沟通的效果不佳是造成入店前客户流失的另一原因，具体表现为销售人员没有真正理解需求、给予较大购买压力、服务不够热情、价格不透明等。

“通过各类沟通渠道获取品牌信息是消费者快速了解品牌的直接方式，服务人员更加人性化的应答和更快的响应速度可以有效地提升客户体验，这不仅能够有效减少客户流失，也是把握客户需求的良好时机，便于减轻入店服务的压力，提升运营效率。”任洪艳认为。

以下是该研究的其他发现：

- **豪华车销售满意度明显高于主流车：**2019年行业整体销售满意度指数为677分。豪华品牌（701）满意度明显领先于主流品牌（672）。自主品牌（666）为各国别车系销售满意度最低。
- **汽车制造商官方线上信息渠道满意度更高：**虽然汽车制造商的官方线上信息渠道在消费者购车时的影响力不如第三方线上渠道，但消费者对前者满意度更高（+12分），尤其是在车辆信息提供方面。汽车制造商应加强自身在信息提供方面的优势，增强用户粘性，进一步提升消费者的线上体验。
- **第三方购车平台积极介入购买和交易环节，且对客户体验有着积极影响：**传统经销商之外的第三方购车平台在决定车型、协商/确定交易价格和交付新车环节都显示出一定影响力。此外，使用第三方购车平台的购车客户满意度比直接在经销店购买的购车客户满意度高出23分。

## 2019中国汽车销售满意度排名

奥迪以 750 分连续第七年位居豪华车细分市场销售满意度榜首。保时捷以 705 分位列第二。

北京现代和广汽本田以 689 分并列主流车细分市场第一名，长安福特（686 分）排名第三。广汽传祺（677 分）是排名第一的中国自主品牌。

J.D. Power 2019中国汽车销售满意度研究（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。消费者整体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（15%）、销售人员（19%）、经销商设施（19%）、交易过程（16%）、书面文件（15%）和交车过程（17%）六个因子；战败客户指数包含在线体验（20%）、经销商设施（21%）、可选车型的多样性（22%）、销售人员（17%）、价格透明度（11%）和议价经历（11%）六个因子。销售满意度的计算采用1,000分制。

2019年研究是基于2018年7月至2019年5月期间购买新车的23,197名车主的反馈。数据采集工作于2019年1月至2019年7月间在75个中国主要城市进行。

了解 J.D. Power 2019 中国汽车销售满意度研究（SSI）详细内容及购买完整版数据，请联系：  
[china.marketing@jdpa.com](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：庄清湄 +86 21 8026 5719/ [shana.zhuang@jdpa.com](mailto:shana.zhuang@jdpa.com)

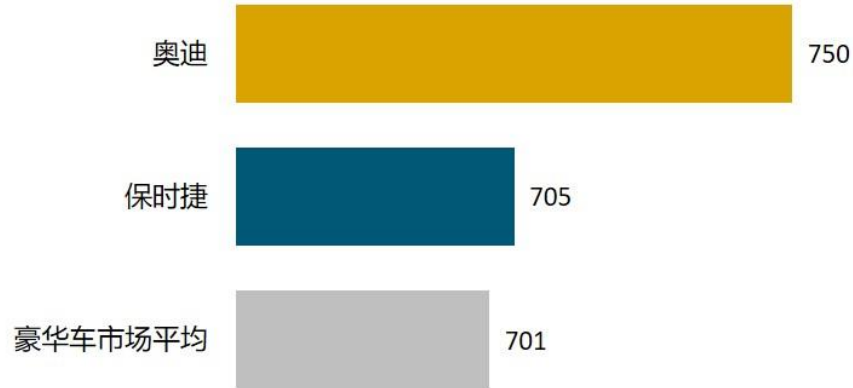
###

注：后附两张图表

# J.D. Power 2019中国汽车销售满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

## 豪华车细分市场

(基于1000分制)



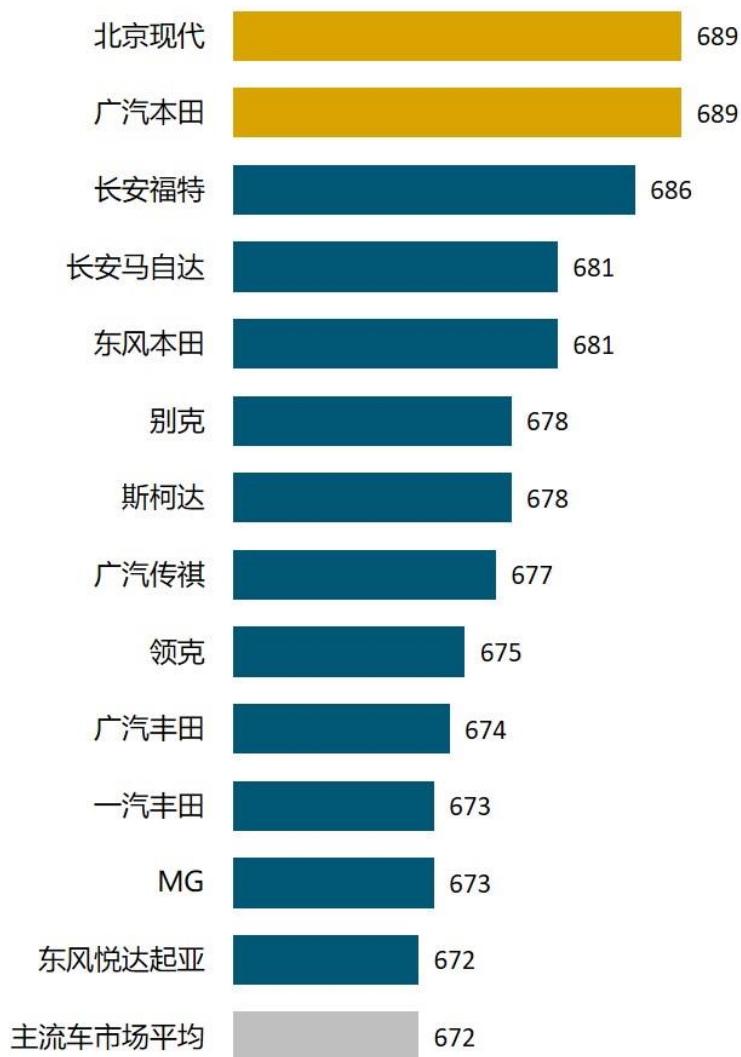
资料来源: J.D. Power 2019中国汽车销售满意度研究<sup>M</sup> (SSI)

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2019中国汽车销售满意度研究<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 2019中国汽车销售满意度研究<sup>SM</sup> (SSI)

## 主流车细分市场

(基于1000分制)



资料来源: J.D. Power 2019中国汽车销售满意度研究<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2019中国汽车销售满意度研究<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。