

J.D. Power 发现:

折扣力度不断加大，消费者满意度反降

奥迪在豪华品牌中名列第一位；东风雪铁龙在主流车品牌中名列第一位

2016年6月30日，上海—据J.D. Power公司今天发布的2016年中国汽车销售满意度研究SM（SSI）报告显示，尽管购车折扣不断增加，新车车主的满意度却下降了。

中国汽车销售满意度研究已经进入第 17 个年头。这项研究通过五个因子——按照权重顺序依次为“交车过程”（23%）、“开始购车经历”（21%）、“交易过程”（20%）、“经销商设施”（19%）和“销售人员”（17%），衡量消费者对于新车购买体验的满意度。销售满意度的计算采用 1,000 分制。

2016 年，豪华车市场每辆新车的平均折扣从 2014 年的 17,108 元增加到 33,468 元。在主流车市场新车平均折扣从 2014 年的 7,316 元增加到 9,303 元。然而，今年的整体满意度得分却相比去年有所下降。这个趋势表明，整个行业在平衡折扣力度和改善客户体验之间面临严峻挑战。

J.D. Power 汽车零售事业部总经理姜忠军表示：“在折扣让利之外，提升销售体验能够为厂商和经销商提供更多机会。个性化的、一对一的客户服务在销售阶段可以打动消费者，而在购车后能为车主带来欣喜，从而实现更长远的价值。”

研究发现，当销售人员的态度能让消费者感到愉快时，满意度得分在豪华车市场有 76 分的提升，在主流车市场也有 67 分的提升。而在交车环节，体验到“交车时有特殊仪式”的车主满意度要远高于没有体验到这项服务的车主，得分差距达 54 分。

除此之外，车辆性能正在成为推动购买决策的主要力量。2016 年，车辆性能第一次挤入车主购车的最重要的三个原因，占比达到 11%，而 2015 年这一比例仅为 6%。

“随着越来越多的消费者在网上获得信息甚至购车，重视车辆性能对于经销商来说是好消息。因为只有亲身来到经销店，消费者才有机会直接地体验到车辆性能。”姜忠军说：“经销商必须要最大化地利用产品，在试乘试驾时争取到消费者，并且在交易之外与车主建立产品层面的深刻联系。”

如果能为消费者提供不同的试驾路径，他们满意度（682 分）会明显高于没有被提供不同试驾路径的消费者（638 分），差距为 44 分。

主要发现

- **使用互联网获得信息的车主获得更大额度的折扣。**使用互联网获得信息的车主获得的平均折扣为 12,856 元，而没有使用互联网获得信息的车主获得的折扣额度为 10,130 元。同时，使用互联网获得信息的车主的满意度（672 分）要高于不使用互联网的车主（657 分）。

- **作为未来新车消费的主力军，90 后一代需求显著不同。**和其他代际相比，90 后一代对金融和保险服务的需求更加强烈。研究显示，在通过贷款方式购车以及购买经销商推荐的保险服务的群体中，90 后占比最高，分别为 21%和 79%。提供这些服务的方式对满意度水平有显著影响。例如，当经销商推荐的保险公司是车主倾向的公司时，满意度更高（691 分）。而这一满意度差距在 90 后群体中最为明显，达到 55 分。

奥迪（751 分）连续第四年在豪华车市场中名列销售满意度榜首。这也让奥迪成为了连续六年销售满意度排名最高的品牌¹。

东风雪铁龙（793 分）在主流车市场中名列第一位。北京现代（787 分）和东风标致（772 分）分别名列第二和第三位。

2016 年中国汽车销售满意度研究（SSI）是基于 2015 年 5 月至 2016 年 2 月期间购买新车的 15,633 名车主的反馈。数据采集工作于 2015 年 11 月至 2016 年 4 月进行。

媒体关系联系人

孟于阗

J.D. Power

中国北京

+86 01 6569 2702

yutian.meng@jdpa.com

John Tews

J.D. Power

美国密歇根州特罗伊

001 248 680 6218

john.tews@jdpa.com

关于 J.D. Power 亚太公司

J.D. Power 专门从事客户满意度研究，在亚太地区为汽车、信息技术和金融行业提供咨询服务。J.D. Power 在东京、新加坡、北京、上海、马来西亚和曼谷设有办事处，六个办事处携手将客户满意度理念带给澳大利亚、中国大陆、印度、印度尼西亚、日本、马来西亚、菲律宾、中国台湾、泰国和越南的消费者和企业。欲了解有关 J.D. Power 及其产品的信息，请访问 asean-oceania.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。

###

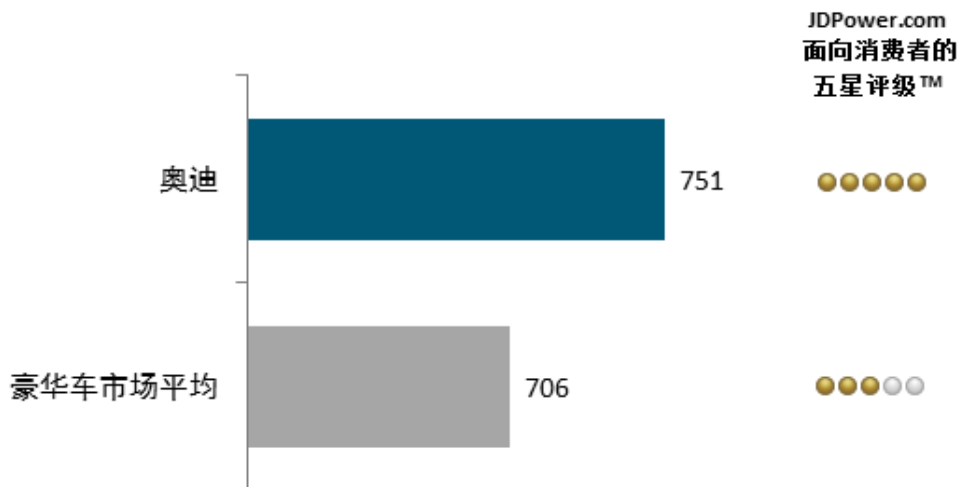
(第 2 页，共 2 页)

注意：后附两张图表

¹在 2010 年、2011 年和 2012 年的 J.D. Power 亚太公司中国汽车销售满意度研究中，奥迪均获得整体汽车市场销售满意度榜首（未分豪华车和主流车细分市场）。

J.D. Power 2016年中国汽车销售满意度研究SM (SSI)

达到或超出细分市场平均得分的品牌列表 豪华车细分市场 (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公司2015年中国汽车销售满意度研究SM

从新闻稿中摘录的图表必须附带声明,以标明J.D. Power公司是发布者,并标明资料来源于J.D. Power公司2016年中国汽车销售满意度研究SM (SSI)。未经J.D. Power公司事先书面明示同意,任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power 2016年中国汽车销售满意度研究SM (SSI)

达到或超出细分市场平均得分的品牌列表 主流车细分市场

(基于1,000分制)

J.D.Power.com
面向消费者的
五星评级TM



J.D. Power 评级图例

- ★★★★★ 最佳
- ★★★★☆ 优秀
- ★★★☆☆ 一般
- ★★☆☆☆ 其他

资料来源: J.D. Power公司2015年中国汽车销售满意度研究SM

从新闻稿中摘录的图表必须附带声明,以标明J.D. Power公司是发布者,并标明资料来源于J.D. Power公司2016年中国汽车销售满意度研究SM (SSI)。未经J.D. Power公司事先书面明示同意,任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。