

J.D. Power 发现:

售后服务费用稳定，客户忠诚度下滑

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7月28日，上海—J.D. Power公司今天发布的2016年中国售后服务满意度研究SM（CSI）报告显示，尽管在授权经销商处花费的服务费用保持稳定，表示在保修期过后仍然“肯定愿意”回到经销商处进行维修和保养的客户人数却呈下滑趋势。

中国售后服务满意度研究（CSI）已经进入第16个年头。这项研究评测拥车期为12-36个月的车主在过去6个月对于授权经销商服务部门维修或保养服务的满意度。这个拥车时间段通常是车辆保修期的重要组成部分。这项研究通过五个衡量因子确定总体售后服务满意度。五个因子（按重要性排序）包括“服务质量”（22%）、“服务后交车”（21%）、“经销商设施”（20%）、“服务顾问”（18%）和“服务启动”（18%）。客户满意度得分（1,000分制）衡量授权经销商在满足客户对于售后服务体验的期望方面的表现。

在主流车市场，仅有22%的客户表示他们在保修期后“肯定愿意”回到授权经销商处进行维修和保养，而这一比例在豪华车市场为34%，相比2015年分别下降12和10个百分点。此外，客户进店的频次也呈现下滑趋势。2016年，车主表示在过去的12个月里，他们到授权经销商处进行维修保养的平均次数为2.9次，而2015年这个数字为3.4次。车主更加倾向于认为授权经销商处的服务价格并不合理。研究显示，2016年有87%的车主认为授权经销商的服务价格合理，而这一比例在2015年为94%。然而，客户在授权经销商处的维修服务花费保持稳定（2016年平均为660元，2015年平均为642元）。

J.D. Power 汽车服务和忠诚度事业部总经理胡晓龙表示：“显然，客户对于价格合理性的认知和实际的花费之间存在偏差，这会显著影响客户的忠诚度和推荐度。授权经销商需要投入更多的努力来扭转目前客户关于价格不合理的认知，因为这与实际情况并不相符。售后服务的关键在于获得客户长期的信任和忠诚。”

胡晓龙同时指出，服务顾问在经销商客户关系中起着至关重要的作用。“解释花费，为客户提供服务方面的建议，以及在合适的时机技巧性地向客户推荐额外的服务，这些对于培养忠诚度和提高满意度很关键。授权经销商需要确保他们的客户在整个拥车周期之内都一直愿意回到经销商处进行售后服务。”

当客户在服务之前获得价格预估时他们明显比没有得到预估的客户感到满意（687分 vs. 613分）。同样的，在服务后得到花费解释的客户，也会感到更加满意（687分 vs. 606分）。

主要发现

- **整体满意度得分提升，韩国品牌表现最佳。**在豪华车市场，整体满意度得分从去年的717分提升到今年的742分，而主流车市场从664分提升到674分。在主流车市场，韩系品牌整体满意度

排名连续第五年最高（780 分）。欧系品牌整体平均分为 696 分，位列第二。美系品牌为 684 分，日系品牌为 664 分，自主品牌为 626 分。自主品牌和欧系品牌相比去年均提升了 26 分。

- **自主品牌满意度提升：**自主品牌的满意度表现在售后市场进一步提高，但是仍然和国际品牌存在差距。在主流车市场，自主品牌和国际品牌的满意度得分差距从 2015 年的 91 分缩小到 2016 年的 71 分。
- **服务时间管理影响客户满意度。**当服务时间增加时，满意度显著下降。在豪华车市场，当服务时间为“2 小时”时，满意度得分（752 分）在平均线以上（742 分）；而在主流车市场，当服务时间为“2 小时”时，满意度得分（673 分）接近平均分（674 分）。当服务时间为 3 小时时，满意度得分在两个市场均急剧下滑（分别为 718 分和 660 分）。
- **女性客户数量猛增，而满意度得分较低。**女性客户占比达到 40%，相比 2010 年的 23%，增长接近一倍。女性客户的满意度得分在豪华车市场和主流车市场均低于男性客户（豪华车：-13 分；主流车：-18 分）。

CSI 研究排名

奥迪（815 分）在豪华车品牌中名列第一位。

在主流车细分市场中，**东风雪铁龙**（814 分）名列第一位，其次是**东风标致**（806 分）和**北京现代**（786）。

2016 年中国售后服务满意度研究（CSI）通过街头拦截方式，面对面访问了 2012 年 10 月至 2015 年 5 月期间购买新车的 18,577 位车主，一共评测了 74 个乘用车品牌。数据收集工作于 2015 年 10 月至 2016 年 5 月在 57 个主要城市进行。

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。

###

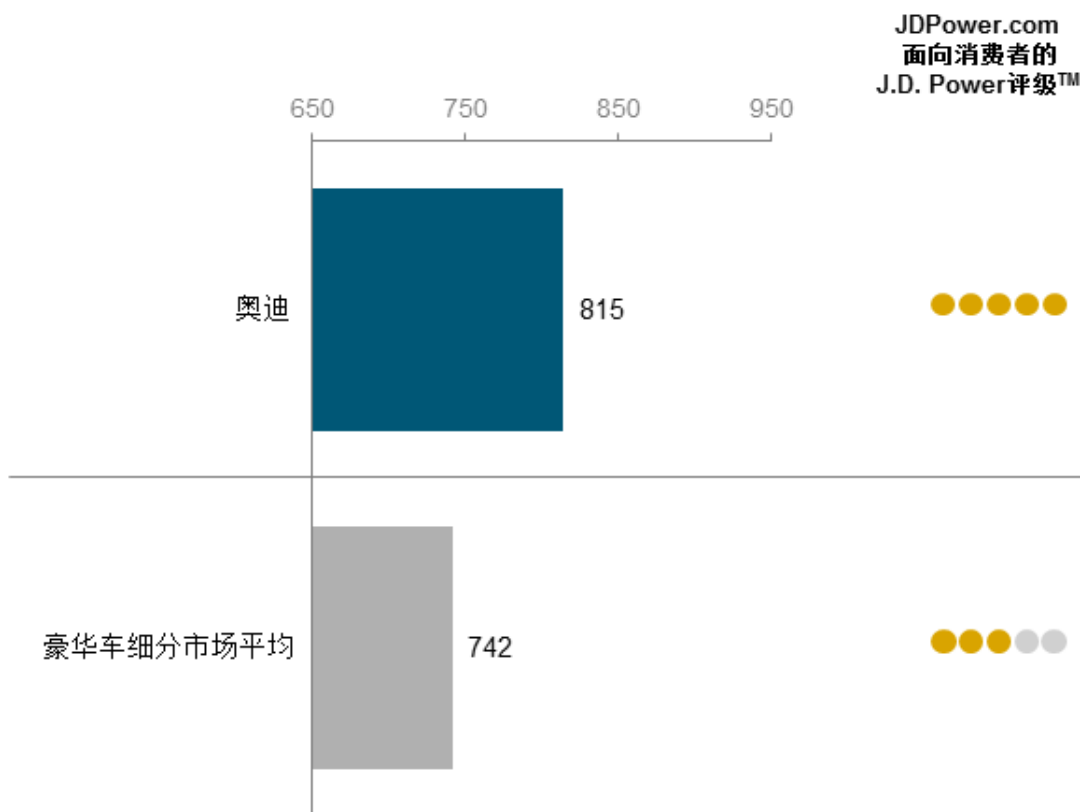
(第 2 页，共 2 页)

注意：后附两张图表

J.D. Power 2016年中国售后服务满意度研究SM (CSI)

售后服务满意度指数排名-豪华车

(基于1,000分制)



J.D. Power评级图例

- 最佳
- 优秀
- 一般
- 其他

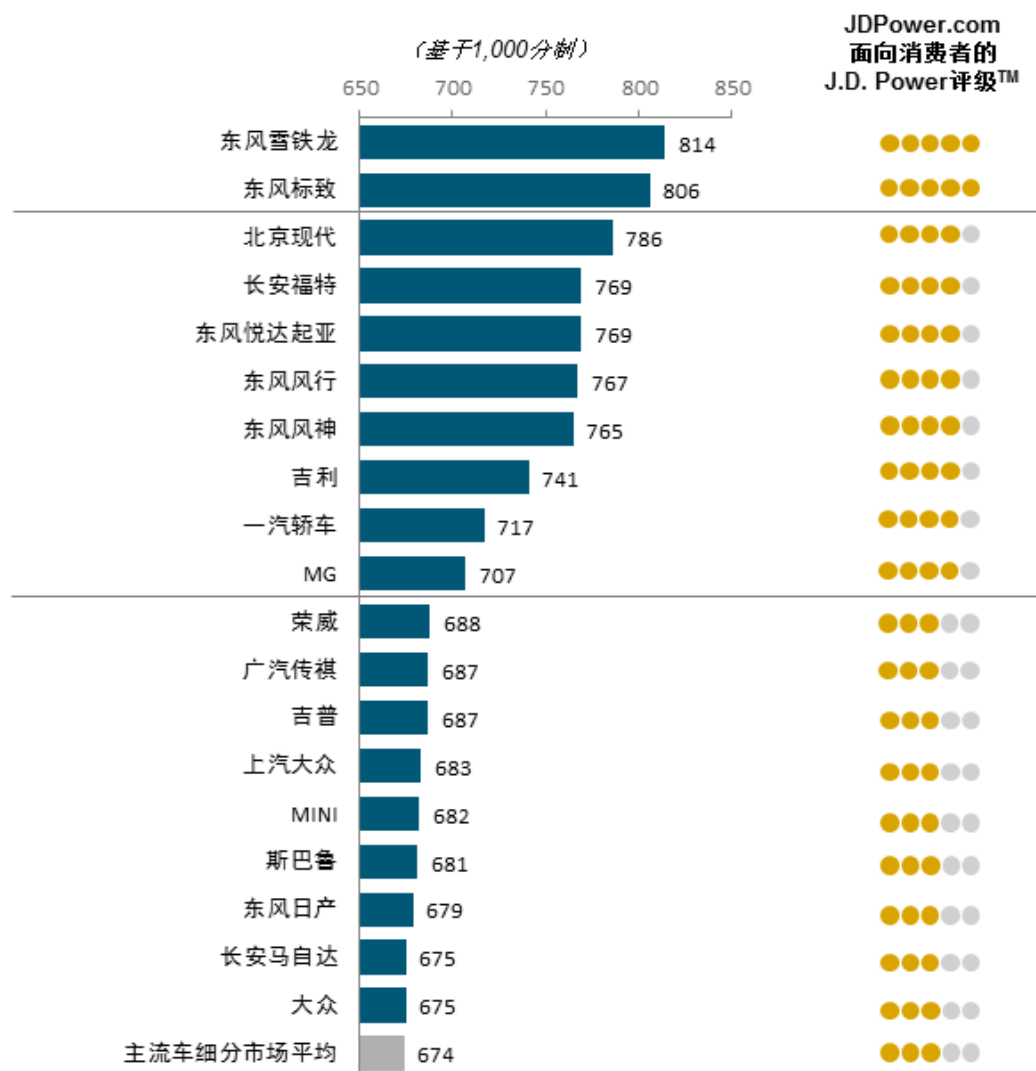
资料来源: J.D. Power 2016年中国售后服务满意度研究SM (CSI)

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 2016年中国售后服务满意度研究SM (CSI)。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。

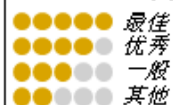
J.D. Power

2016年中国售后服务满意度研究SM (CSI)

售后服务满意度指数排名-主流车



J.D. Power评级图例



资料来源: J.D. Power 2016年中国售后服务满意度研究SM (CSI)

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 2016年中国售后服务满意度研究SM (CSI)。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。