



Press Release

J.D. Power 亚太公司报告： 销售压力增大和合格销售人员短缺导致销售满意度下降

奥迪连续第三年名列新车销售满意度榜首

2012年8月13日，上海 – 据 J.D. Power 亚太公司今天发布的 2012 年中国汽车销售满意度研究SM (SSI) 显示，零售网络扩张和市场放缓之间的脱节造成经销商销售压力增大和熟练人员短缺，从而导致了总体新车购买体验满意度的显著下降。

J.D. Power 亚太公司中国汽车销售满意度研究已经进入了第 13 个年头。这项研究通过 7 个因子（按照权重顺序依次为交车过程、交车时间、经销商设施、销售人员、书面文件、交易条件和销售启动），衡量车主对于新车购买体验的满意度。这项研究是基于车主在购买新车后 2-6 个月内的评价。

2012 年行业总体销售满意度得分为 841 分（1,000 分制），与 2011 年相比下降了 6 分。满意度下降幅度最大的因子包括销售人员、销售启动和交车过程。

在经历过去十年的迅猛发展之后，中国乘用车销量增长在 2011 年底开始显著放缓。然而，制造商没有及时按照目前需求来调整产量，反而继续增加产能和开设新经销店，以期未来持续强劲增长。J.D. Power 亚太公司中国区高级汽车分析师王晓莹认为，在目前市场条件下，这导致了经销商库存不断攀升，销售压力日趋严峻。

王晓莹引用了 7 月份 J.D. Power 一项经销商信心调查，表示：“将近 80% 的经销商表示高库存量是他们面临的巨大挑战。这意味着经销商处于巨大压力之下；他们必须以更快的速度销售更多的汽车。这显然对车主的购买体验产生了负面影响。”

同时，经销商网络的激进扩张在汽车行业创造了许多就业机会，导致现有经销店的有经验销售人员流失，没有经验的新销售人员涌入新经销店，最终削弱了经销商提供令人满意的购车体验的能力。

在研究中，越来越多的消费者抱怨销售人员施加过度压力，让他们仓促作出购买决定。在今天的销售满意度研究中，对“销售压力适当”的满意度从 2011 年的 8.41 分降至 8.29 分（10 分制）。由于受市场放缓的冲击最大，中国自主品牌与国际品牌相比面临更大的销售压力。在 2012 年 1 至 6 月，中国自主品牌销量的市场份额与去年同期相比下降了大约 3%¹。

培养更强的销售能力和实现更高的销售满意度能够提高经销商层面的成交率。在下半年中国市场销量增长预期继续疲软的情况下，这一点显得尤其重要。J.D. Power 的研究显示，超过 60% 的经销商预期下半年销量与上半年持平，而将近 30% 的经销商预计未来几个月销量出现下降。J.D. Power 在全球汽车预测和情报服务领域的战略伙伴 LMC Automotive 预测整个年度乘用车销量将增长 9.6%。

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：“从 2009 年以来连续三年大幅增长之后，汽车市场很可能首次出现单位数增长。由于市场增长放缓，在开设新经销店时需要进行更为精心的资源规划，同时提高现有经销店的管理效率。而人力资源评估尤其重要，因为总体购车体验满意度中将近一半取决于人际互动。”

梅松林博士认为：“合格销售人员的总体短缺将继续是汽车行业必须解决的挑战。解决的重点应该是进一步招聘合适的人员、提供严格的培训以及留住富有经验的销售人员。”

¹ 来源：LMC Automotive

研究还发现，顾客在销售过程中变得更加挑剔，并具有更高的期望值。由于新车购买者通过互联网获取了更多的车辆信息，包括配置、价格和经销商折扣等，从而具备了更大的议价优势。

奥迪（898分）连续第三年名列销售满意度榜首，在销售启动、经销商设施、销售人员和交车流程方面的表现尤其出色。东风日产（897分）名列第二位，北京现代（891分）、东风雪铁龙（882分）和东风本田（881分）分别名列第三、第四和第五位。

中国自主品牌和国际品牌之间的销售满意度差距从2011年的33分扩大至67分。中国自主品牌的总体销售满意度得分为793分，而国际品牌的得分为860分。自主品牌和国际品牌之间的最大差距表现在经销商设施、交车过程和交易条件。在自主品牌中，只有奇瑞的销售满意度得分高于行业平均水平。

2012年中国汽车销售满意度研究收集了在2011年8月至2012年3月之间购买新车的13,769位车主的反馈。研究的数据收集工作于2012年2月至5月在中国的43个主要城市进行。

中国汽车销售满意度研究（SSI）是J.D. Power亚太公司在中国开展的基于消费者反馈的八项基准研究之一。J.D. Power亚太公司在2012年进行的其他研究包括：

- ◆ 中国新车购买意向研究（NVIS）报告于6月底发布，评测有意向购买新车的消费者在购车之前的感知和考虑因素。
- ◆ 中国售后服务满意度研究（CSI）报告于7月底发布，评测车主在12-24个月拥车期内对于售后服务体验的满意度。
- ◆ 中国原配轮胎消费者满意度研究报告将于9月发布，评测车主对于原配轮胎的满意度。
- ◆ 中国新车质量研究（IQS）报告将于10月底发布，评测新车车主在购车后2-6个月内遇到的问题。
- ◆ 中国汽车性能、运行和设计研究（APEAL）报告将于11月底发布，评测新车在销售后2-6个月内在最令车主满意和欣赏的性能和设计。
- ◆ 中国车辆可靠性研究（VDS）报告将于12月中旬发布，评测拥车期在25-36个月内的车主对于车辆可靠性的评价。
- ◆ 中国汽车售后服务忠诚度研究（SLS）报告将于2013年1月发布，评测拥车期在25-36个月内的车主对于授权经销商的忠诚度。

关于 J.D. Power 亚太公司

J.D. Power 亚太公司专门从事客户满意度研究，并为汽车、信息技术和金融行业提供咨询服务。公司在东京、新加坡、北京、上海和曼谷设有办事处，五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 亚太公司及其产品的信息，请访问 www.jdpower.com。媒体联系人：ellen_wang@jdpa.com。

关于 J.D. Power and Associates

总部位于美国加利福尼亚 Westlake Village 的 J.D. Power and Associates 是一家全球市场信息服务公司，主营业务包括市场研究、预测、绩效改善、网络智能和客户满意度研究。公司每年基于数百万消费者的反馈信息，进行质量和满意度评测。欲了解有关车评、车保险、健康保险、手机评分等等的更多信息，请访问 www.jdpower.com。J.D. Power and Associates 是麦格希公司旗下的一家子公司。

关于麦格希公司

2011年9月12日，麦格希公司宣布了分立为两个公司的意向：麦格希金融和麦格希教育。麦格希金融是领先的内容和分析提供商，服务于全球金融市场；麦格希金融的领先品牌包括标准普尔评级、S&P Capital IQ、S&P 道琼斯指数、普氏能源资讯和 J.D. Power and Associates。麦格希教育是致力于全球数字化学习和教育服务的领先教育公司。麦格希公司的 2011 年销售收入为 62 亿美元。麦格希公司在 40 个国家中设有 280 多个办事处，一共大约有 23,000 名人员。欲了解麦格希公司的更多信息，请访问 <http://www.mcgraw-hill.com/>。

关于 LMC Automotive

LMC Automotive (原为 J.D. Power 汽车预测部门) 是世界一流的汽车预测和情报服务提供商，客户包括世界各地的汽车制造商，零部件供应商，物流和分销公司，以及金融和政府机构。LMC 的全球预测服务包括汽车销售、生产和动力传动系统专业知识以及咨询能力。LMC Automotive 隶属于 LMC 集团，在美国、英国、德国、中国和泰国设有办事处。LMC 集团位于英国牛津；在农业综合企业领域，LMC 集团是全球领先的经济和商业咨询机构。欲了解更多信息，请访问 www.lmc-auto.com。

媒体关系联系人：

王冬阳女士

J.D. Power 亚太公司市场公关主管

中国上海 (200040)

电话：+86 21 2208 0831

电子邮件：ellen_wang@jdpa.com

John Tews

J.D. Power and Associates 媒体关系总监

美国密歇根州特洛伊市 (48098)

电话：+1 248 312 4119

电子邮件：john.tews@jdpa.com

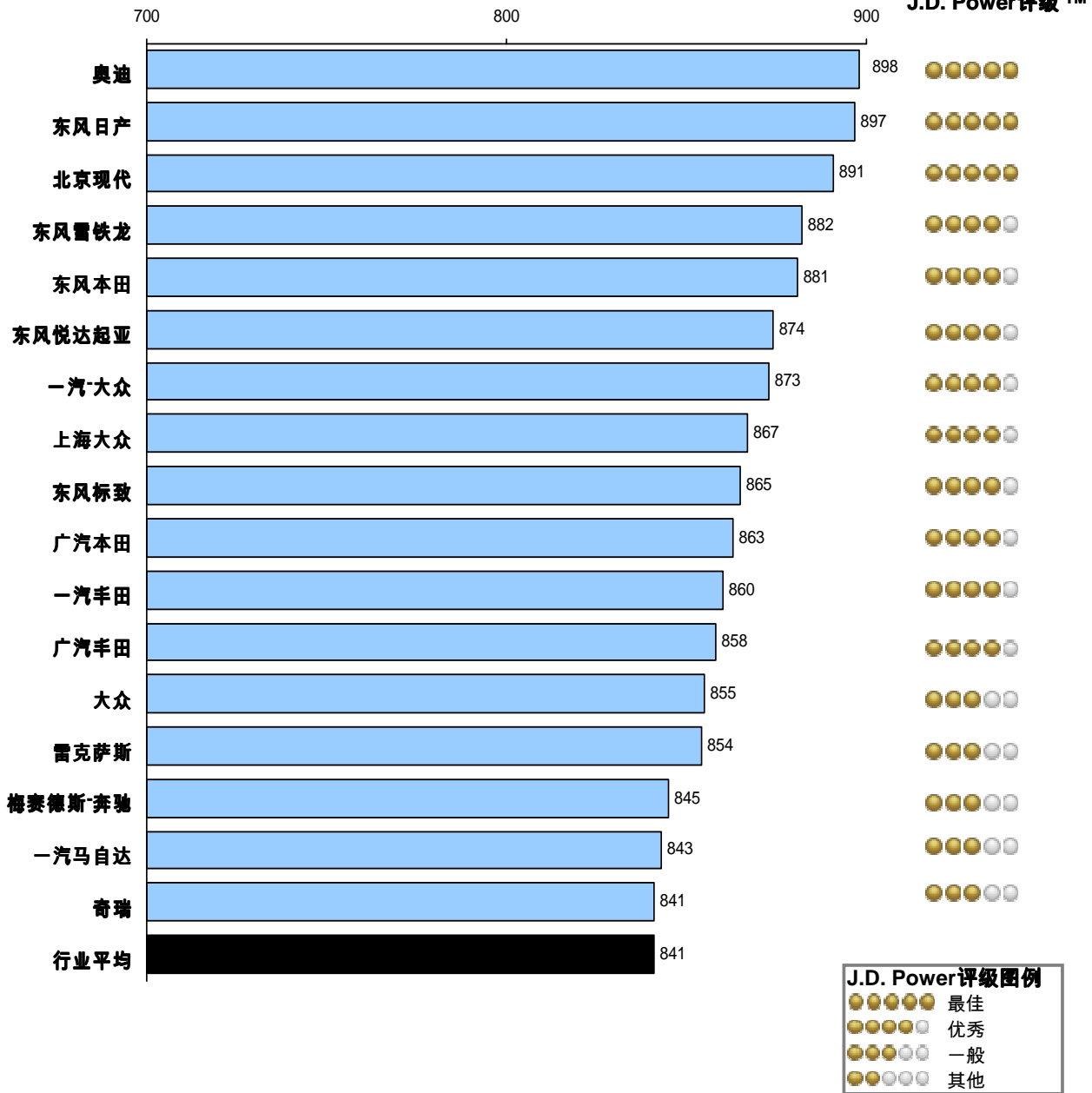
未经 J.D. Power and Associates 事先书面明示同意，本新闻稿的信息不得用于任何形式的广告或宣传。
www.jdpower.com/corporate

###

J.D. Power亚太公司 2012中国汽车销售满意度研究报告SM

超出行业平均得分的品牌列表 汽车销售满意度指数排名 (满分1,000分)

JDPower.com
面向消费者的
J.D. Power评级TM

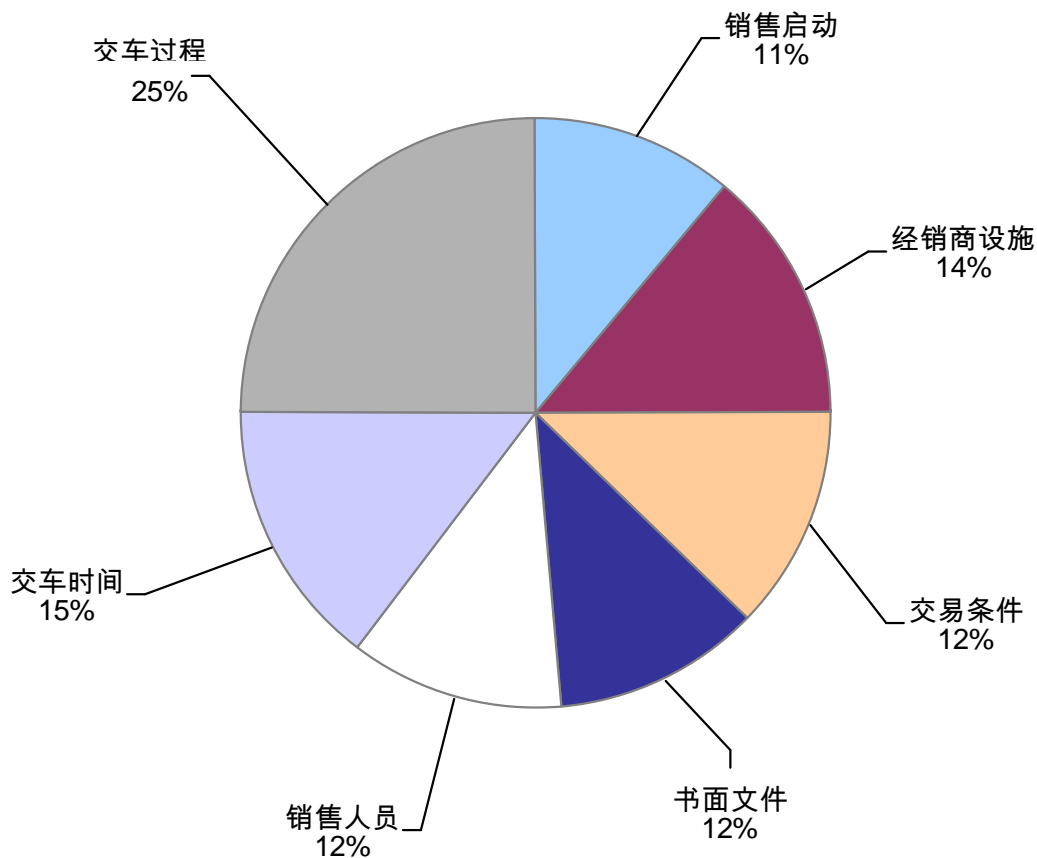


资料来源：J.D. Power亚太公司2012中国汽车销售满意度研究报告SM

摘登本新闻稿中的图表时必须声明J.D. Power亚太公司为发布者和资料来源于J.D. Power亚太公司2012中国汽车销售满意度研究报告(SS)SM。排名基于数值得分,而不一定具有统计上的显著性。J.D. Power评级TM来源于J.D. Power 研究报告中的消费者评分。访问jdpower.com/faqs了解更多信息。未经J.D. Power亚太公司事先明示的书面同意,禁止将本稿信息或J.D. Power亚太公司的研究结果用于广告或促销用途。

J.D. Power亚太公司 2012中国汽车销售满意度研究报告SM

总体满意度因子构成



注: 由于四舍五入, 所有百分比之和可能略高于/ 低于100。

资料来源: J.D. Power亚太公司2012中国汽车销售满意度研究报告SM

摘登本新闻稿中的图表时必须声明J.D. Power亚太公司为发布者和资料来源于J.D. Power亚太公司2012中国汽车销售满意度研究报告(SS)SM。排名基于数值得分, 而不一定具有统计上的显著性。未经J.D. Power亚太公司事先明示的书面同意, 禁止将本稿信息或J.D. Power亚太公司的研究结果用于广告或促销用途。