

汽车延保市场需求分析

汽车延保服务概述

汽车延保服务认知度

汽车延保服务满意度

汽车延保产品消费情况

SINOTRUST
新华信
a TNS company



汽车延保

即汽车延长保修。它是指车辆在新车质量保证期满之后，对某些零部件有偿提供的延长保修服务。参保要求：针对即将出保车辆，在时间上与厂家提供质保期无缝衔接；参保期间需指定维修地点，通常是在4S店维修；费用根据车型、保险标的、保险期限的不同而不同

汽车延保优势

- 帮助车主锁定维修费用
- 提高二手车交易价格
- 有利于经销商保留客户

延保业务发展现状

- 2006年进入中国市场，但渗透率一直较低
- 零件损坏、更换相关数据不完整，导致保费测算不准确，延保价格偏高
- 在中国，保险意识差，参保意愿低
- 参保人少，延保公司/保险公司风险大



汽车延保服务概述

汽车延保服务认知度

汽车延保服务满意度

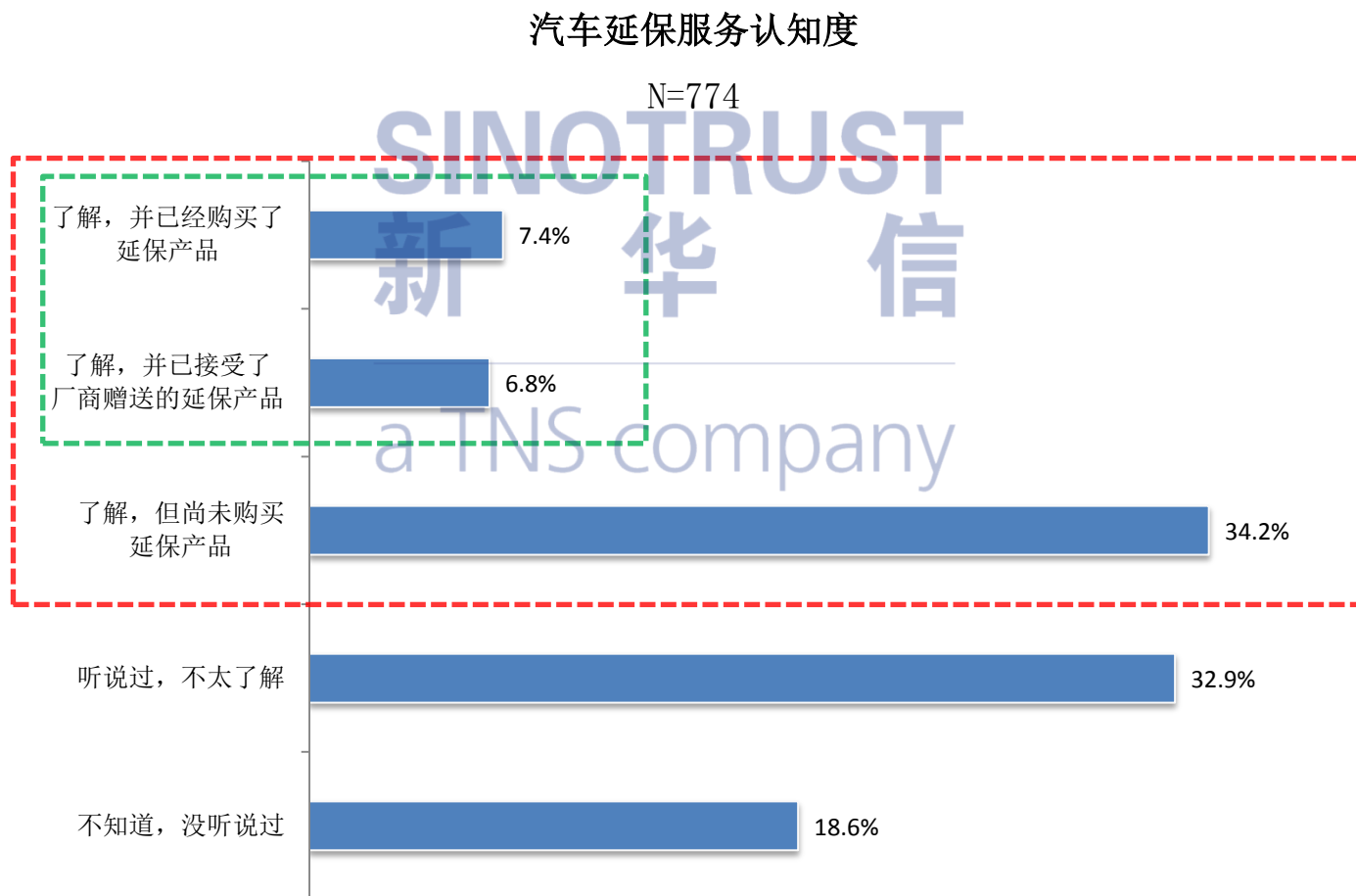
汽车延保产品消费情况

SINOTRUST
新华信
a TNS company

2

调查结果显示：汽车延保认知度提升，但实际使用率仍较低

- 近半数被访者表示了解汽车延保，这一比例较2013年提升近20%，但已经购买或获赠的比例仅为14.2%。



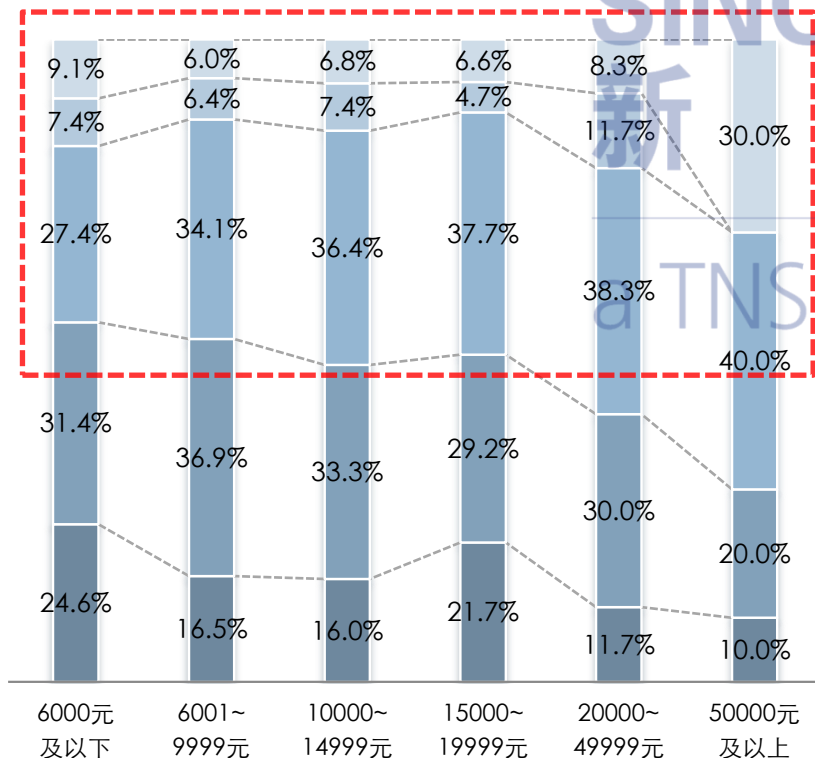
数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：家庭月收入较高的被访者对汽车延保认知度较高

- 家庭月收入较高的被访者对汽车延保了解的比例高于收入相对低的被访者。
- 二、三线城市的被访者对汽车延保了解的比例较高，四线城市及城镇乡村的被访者对汽车延保认识度较低。

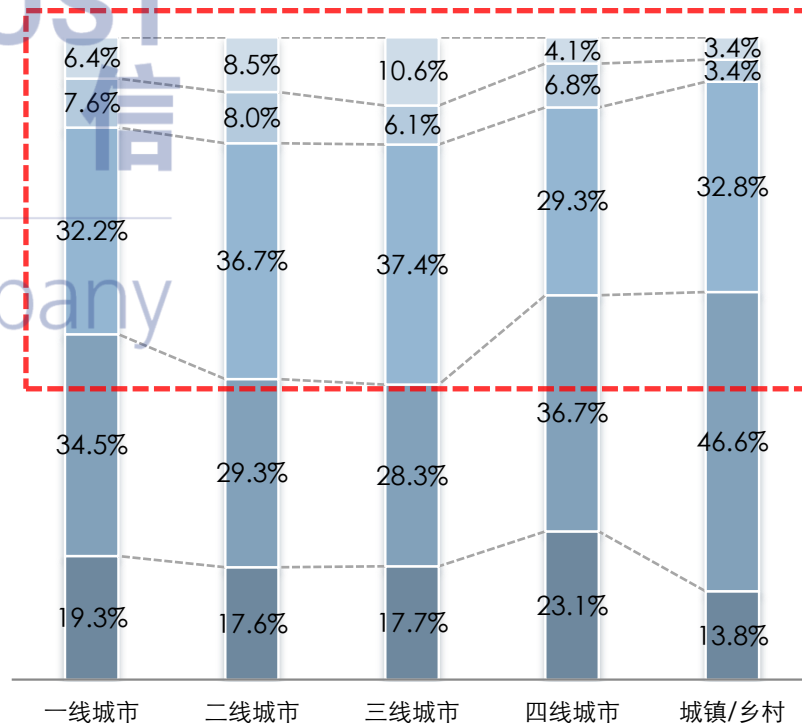
按家庭月收入汽车延保服务认知度

N=774



按城市级别汽车延保服务认知度

N=774



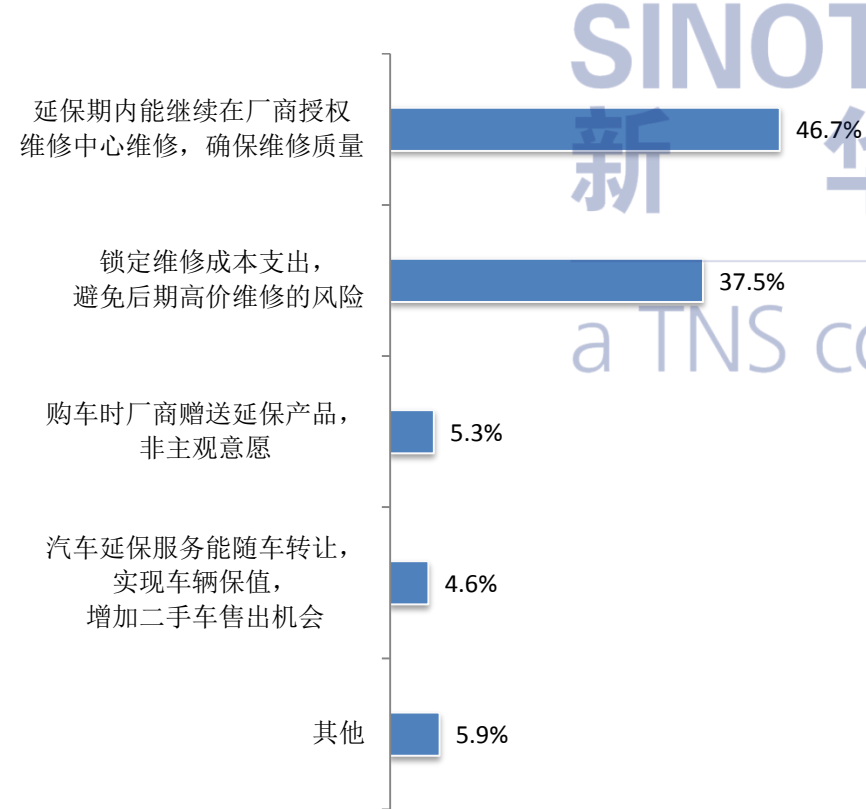
数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：推广不够是制约消费者购买汽车延保服务的主要原因

- 维修质量保证和锁定维修成本是吸引汽车延保服务的主要因素。
- 延保推广不够是制约消费者购买汽车延保服务的主要原因，因不了解或不知道延保服务而未购买的被访者比例达到75.6%，此外对责任界定不够清晰，缺乏第三方鉴定机构也是被访者不选择购买汽车延保服务的另一大原因。

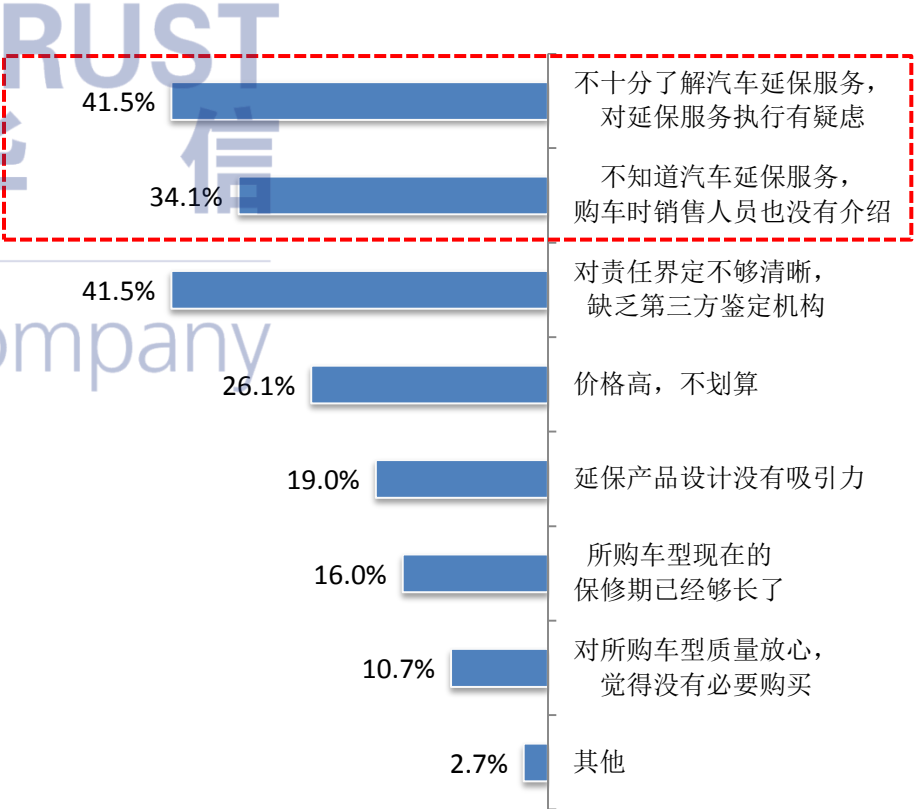
选择购买汽车延保服务的原因

N=110



不选择购买汽车延保服务的原因

N=337



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

汽车延保服务概述

汽车延保服务认知度

汽车延保服务满意度

汽车延保产品消费情况

SINOTRUST
新华信
a TNS company

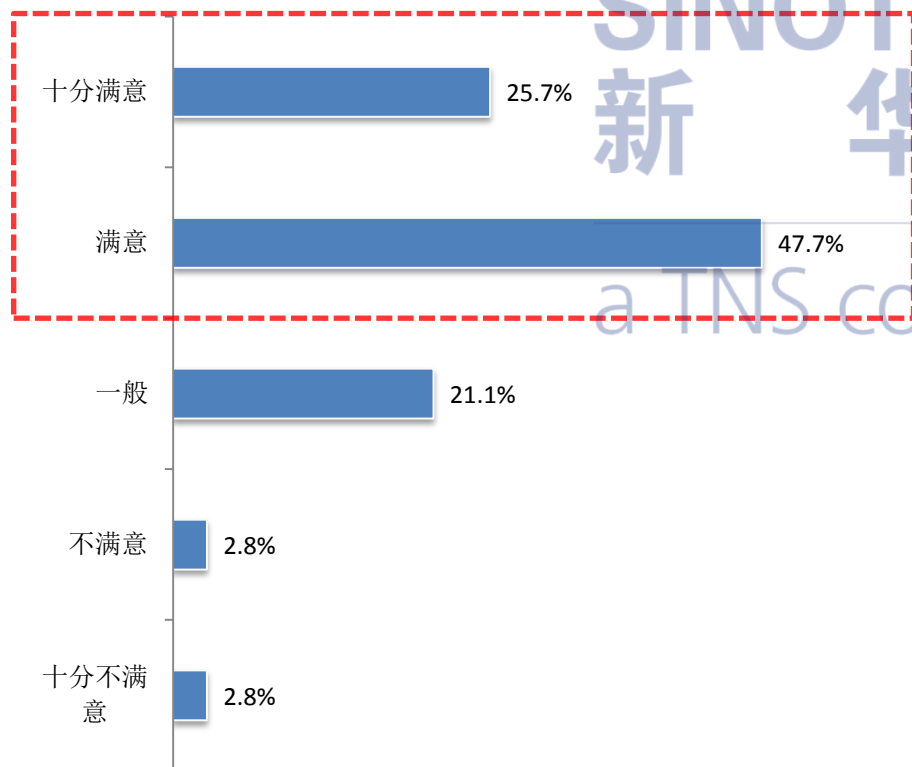
3

调查结果显示：多数使用汽车延保服务的被访者表示满意

- 多数使用汽车延保服务的被访者表示满意，这一比例达到73.4%。
- 其中，二、三线城市被访者对汽车延保服务的满意度最高。

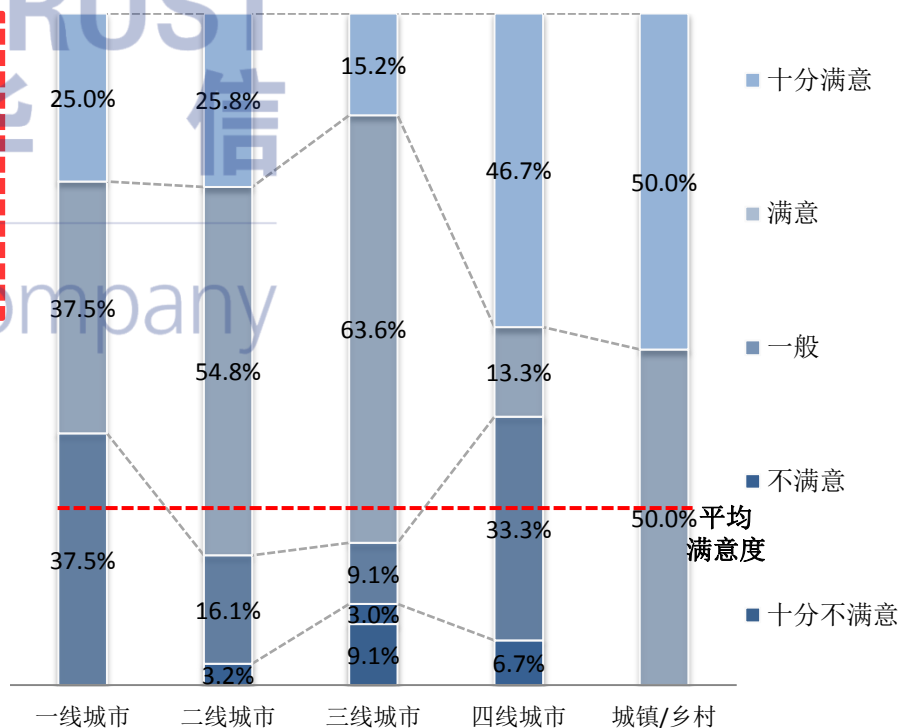
汽车延保服务满意度

N=109



按城市级别汽车延保服务满意度

N=109



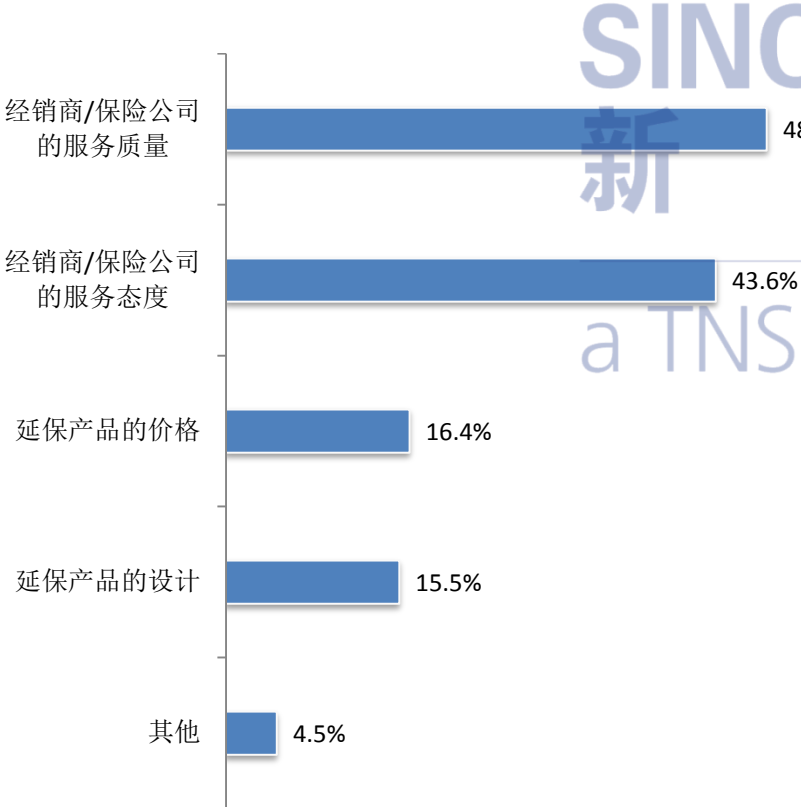
数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：延保服务质量和态度是被访者最满意的两个方面

- 延保服务质量和态度是被访者最满意的两个方面。
- 被访者最不满意延保服务合同里存在霸王条款，此外36.2%的被访者认为延保产品价格偏高。

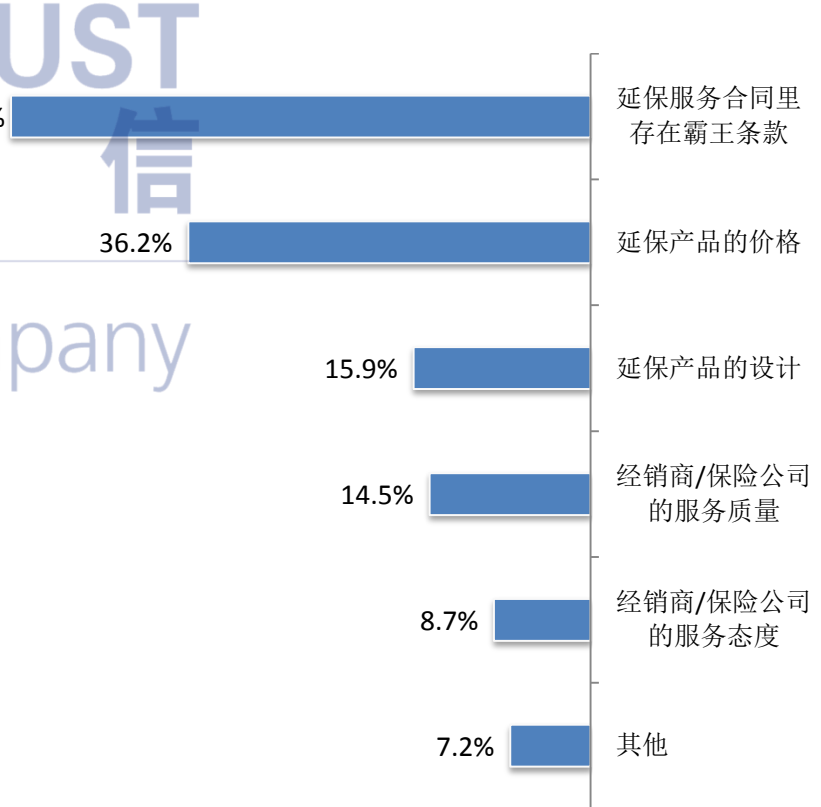
对汽车延保服务的满意方面

N=100



对汽车延保服务的不满意方面

N=69



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

汽车延保服务概述

汽车延保认知度

汽车延保满意度

汽车延保产品消费情况

SINOTRUST
新华信

a TNS company

4

调查结果显示：七成以上的被访者有汽车延保服务购买意愿

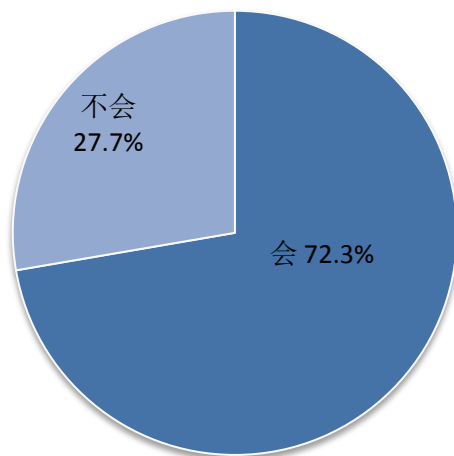
- 在被问到下次购车是否会选购汽车延保服务时，72.3%的被访者的答案是肯定的，在使用过延保产品的人群中这一比例更高；而对比之下，若购买的车为二手车时，被访者对汽车延保服务的购买意愿降至64.5%。

下次购车是否会购买汽车延保服务

N=761

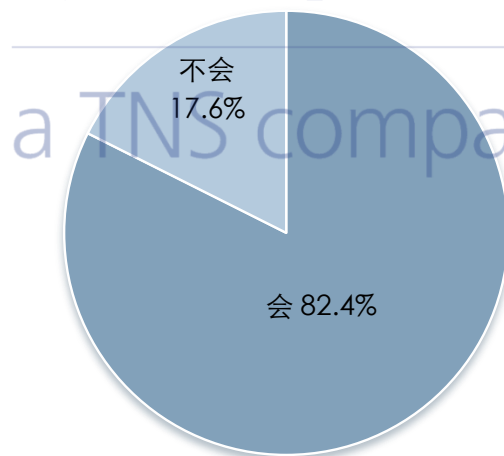
全体被访者

N=761



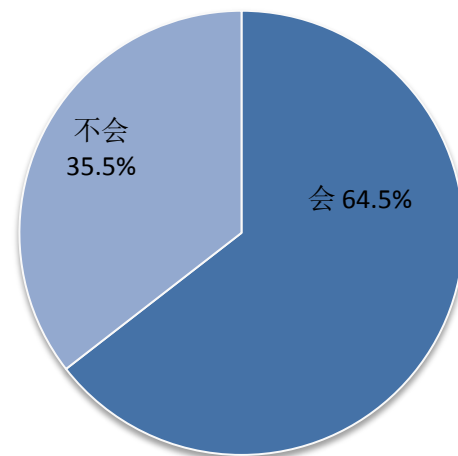
使用延保的被访者

N=761



购买二手车是否会购买汽车延保服务

N=753



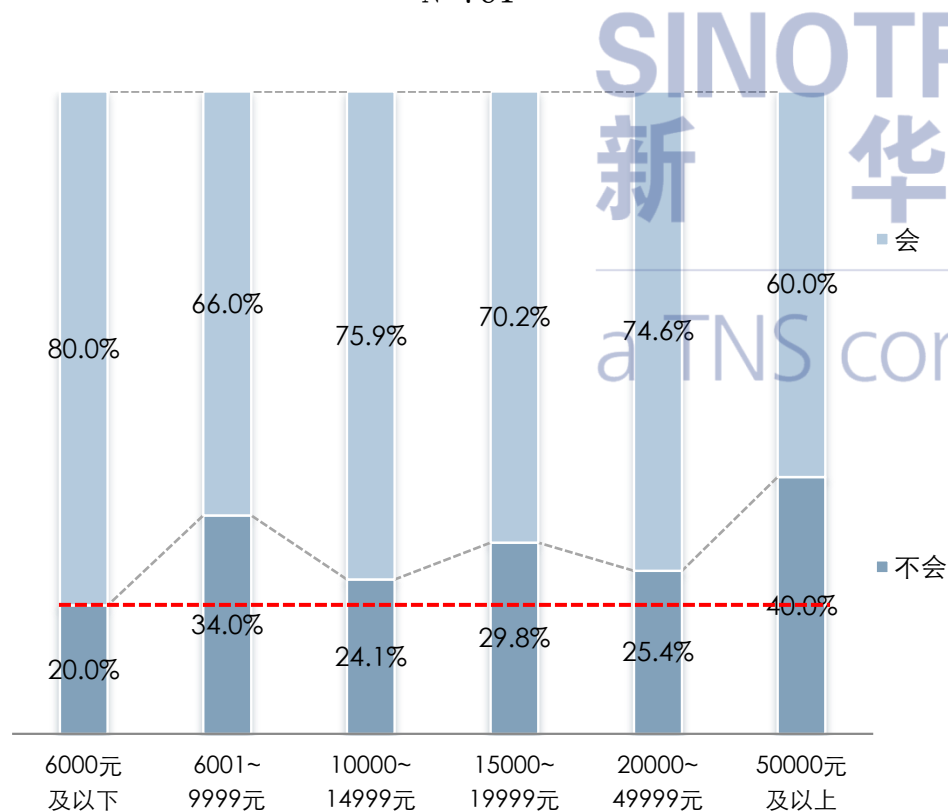
数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：收入较低的被访者对汽车延保服务的购买意愿较高

- 家庭月收入较低的被访者对汽车延保服务的购买意愿较高。
- 城镇/乡村的被访者对汽车延保服务的购买意愿较高。

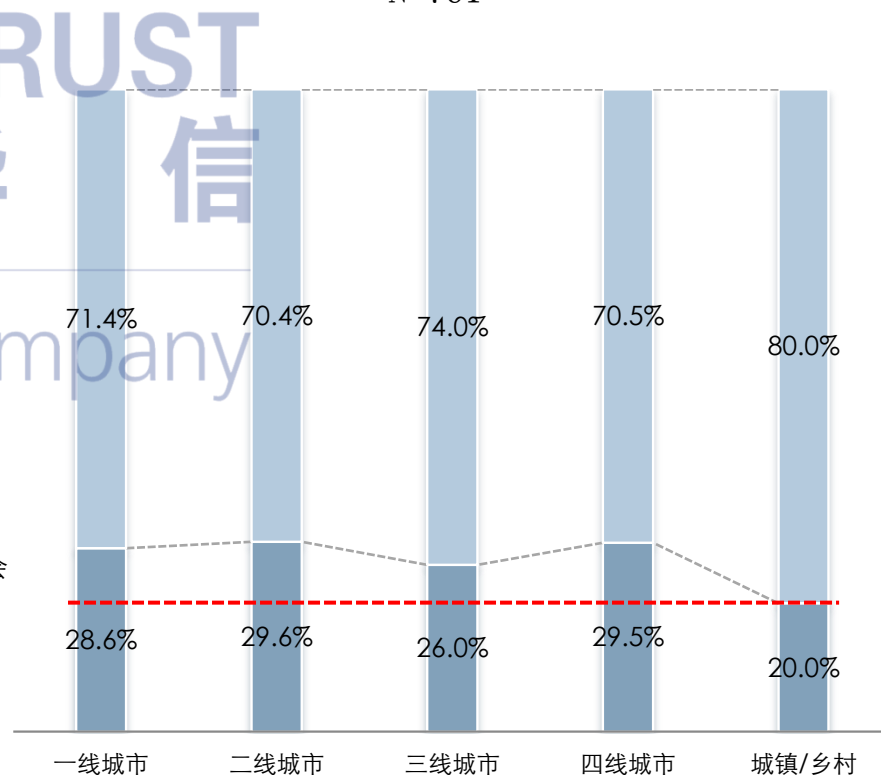
按家庭月收入是否会购买汽车延保服务

N=761



按城市级别是否会购买汽车延保服务

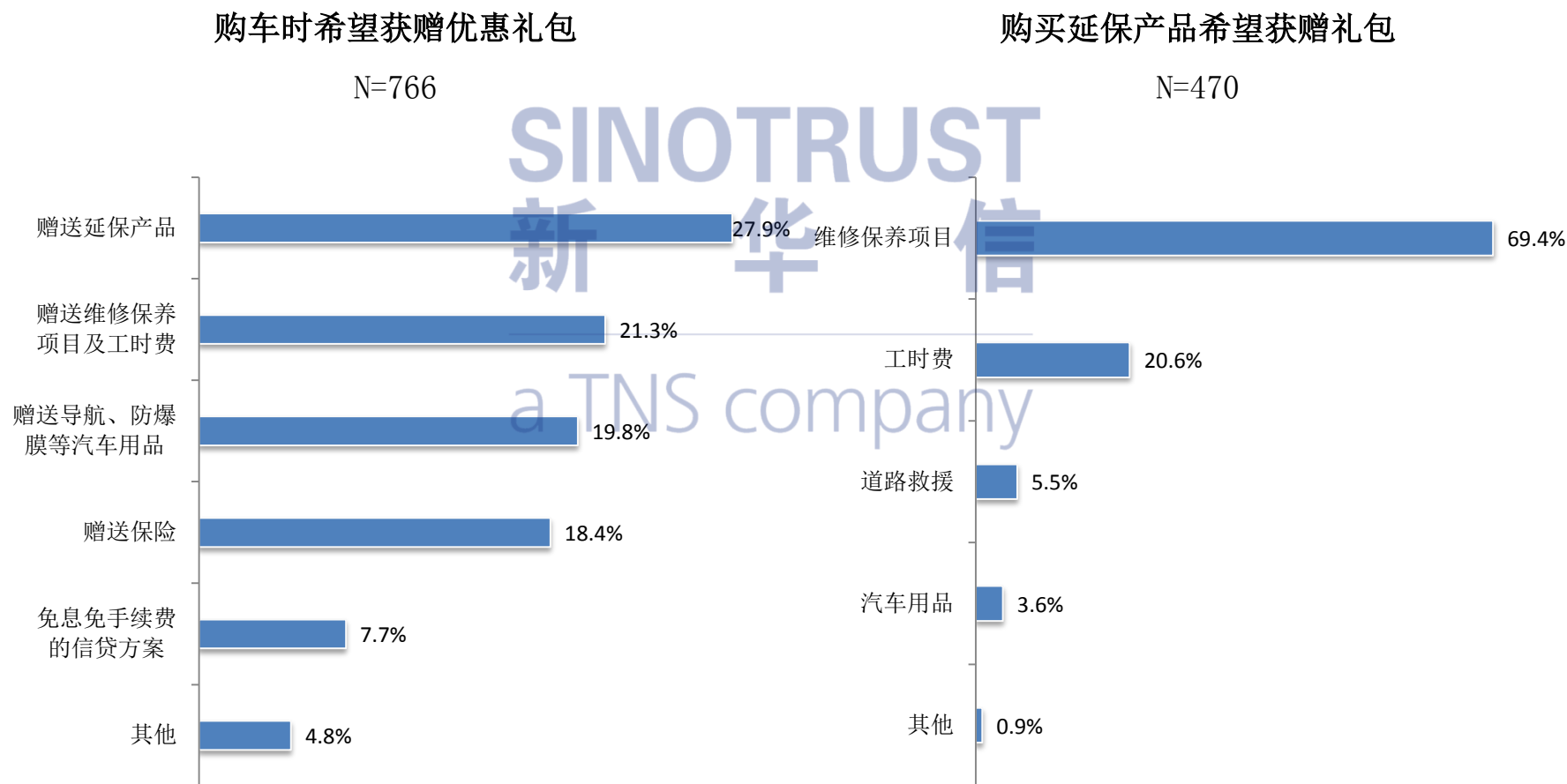
N=761



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联联合调查

调查结果显示：近三成受访者购车时希望获赠延保产品

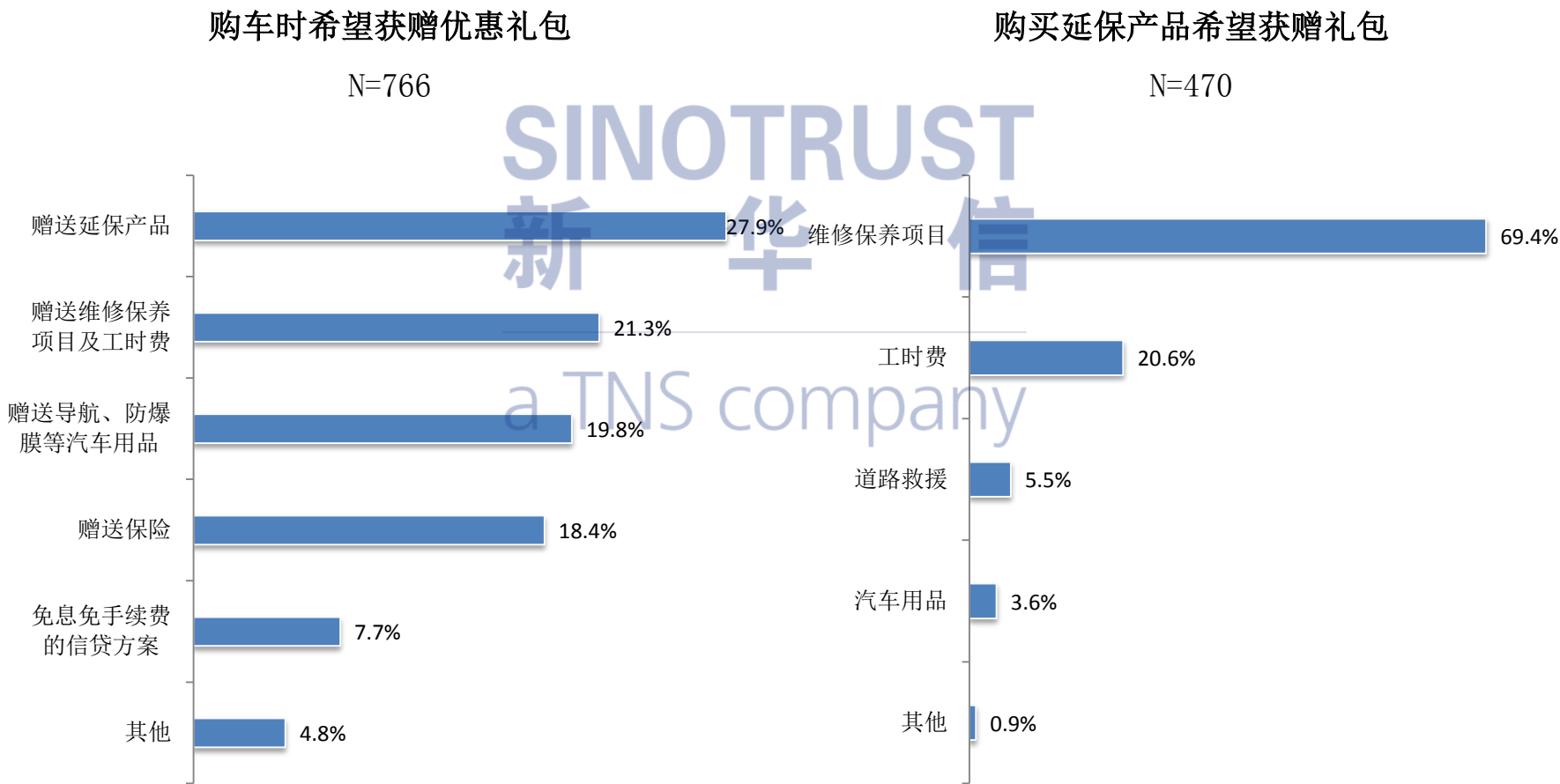
- 近三成受访者购车时希望获赠延保产品。
- 七成受访者希望购买延保产品时可以获赠维修保养项目。



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：近三成受访者购车时希望获赠延保产品

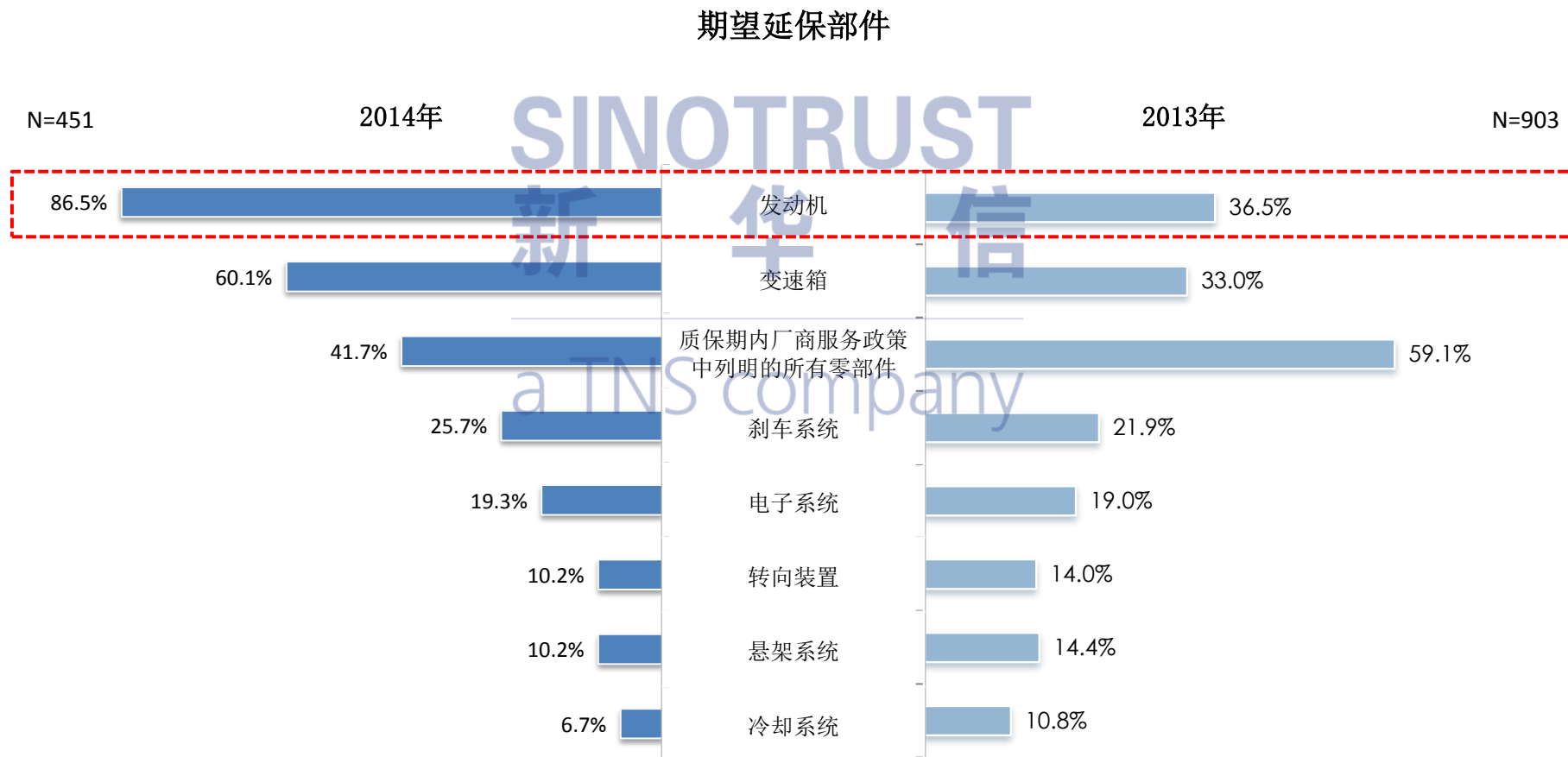
- 近三成受访者购车时希望获赠延保产品。
- 七成受访者希望购买延保产品时可以获赠维修保养项目。



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示： 发动机成为被访者最期望延保部件

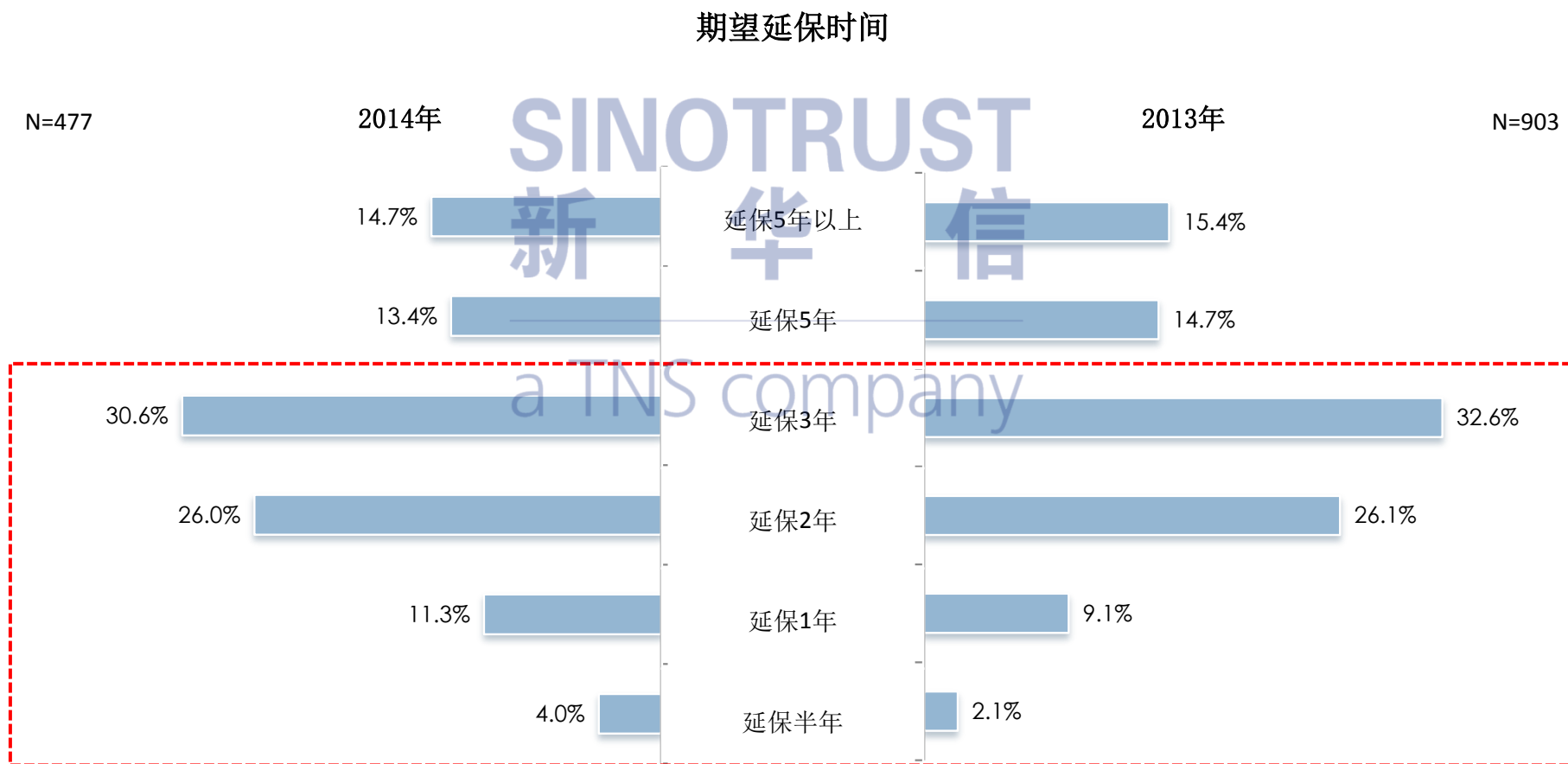
- 86.5%的被访者最期望延保的部件为发动机，而这一比例较2013年提升50%，此外，变速箱为延保部件的第二选择。



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：七成被访者期望的汽车延保时间在3年以内

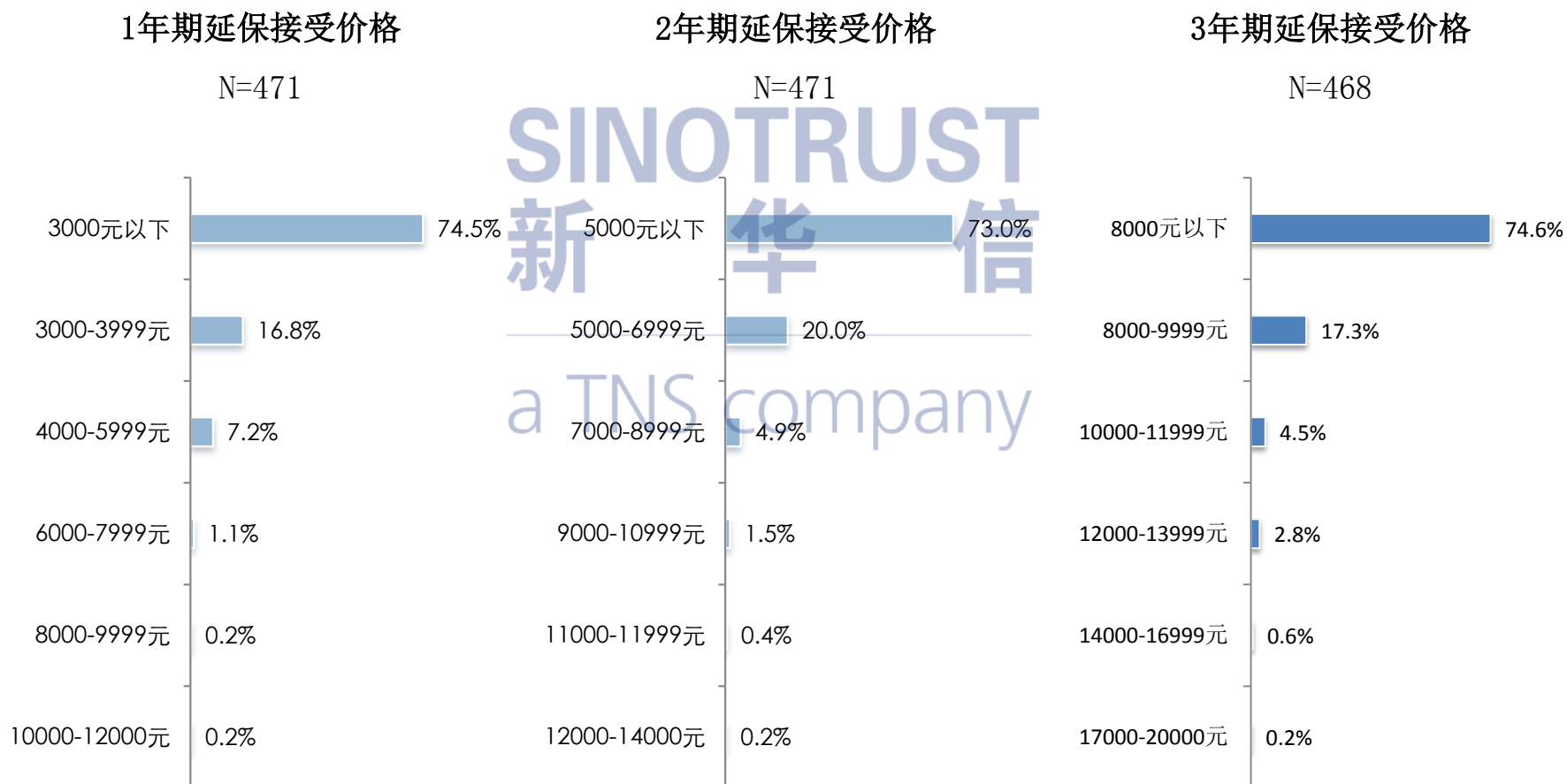
- 被访者期望的延保时间和2013年基本相同，主要集中在延保2年和3年。



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

调查结果显示：七成以上被访者能够接受1年期延保价格控制在3000元以内

- ▶ 七成以上被访者能够接受1年期延保产品价格控制在3000元以内，2年期价格控制在5000元以内，3年期价格控制在8000元以内。



数据来源：新华信、理财周报、网易汽车、易车网联合调查

背景，我国目前汽车延保刚刚起步，是汽车服务中的朝阳产业。随着我国汽车保有量的增加，以及汽车消费和服务理念的提升，汽车延保将成为我国汽车后市场的一大利润点。

策略，汽车延保服务在被访者中的认知度较2013年有所提升，但已经购买或获赠的比例仍较低，这主要源于延保推广力度不够，因此厂商、经销商及保险公司应加强在整车销售和售后服务环节对汽车延保服务的推广，同时可在允许的情况下适当提高延保产品赠送比例，增加消费者体验，通过与消费者沟通，设计出更适合消费者需求的产品。

SINOTRUST
新华信

a TNS company

北京

北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层

邮编: 100015

电话: (010) 5926 7688

传真: (010) 5867 1800

上海

上海市黄浦区汉口路398号华盛大厦18层

邮编: 200001

电话: (021) 6019 6688

传真: (021) 6019 1688

广州

广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层

邮编: 510600

电话: (020) 2237 3266

传真: (020) 2884 0066

Thank You!

新华信汽车营销解决方案

协助您开拓市场和管理客户关系