

2016年，据商务部统计调查发现，国内的汽车消费实现了快速增长，全年汽车销量超过2800万辆，同比增长13.65%，增速较上年加快9个百分点；其中，SUV销量增长将近50%；新能源汽车销售超过50万辆，连续两年销量居世界第一。汽车消费成为今年国内消费市场的最大亮点。

汽车消费在今天的红火，一方面是小排量汽车购置税减半以及新能源汽车领域相关政策利好所致，另一方面也是民众消费水平提高与消费结构升级改善的体现。《2016中国汽车消费趋势调查报告》调查发现，汽车也开始被加入网购的购物车中，超过一成的被访者在垂直类电商网站和经销商集团的销售平台上有过网络购车的相关体验；近四成二手车意向用户会选择在二手车网站/APP上购置车辆。价格优惠、便利性、优先提车等是吸引其网购的重要因素。

网购汽车一方面体现出汽车行业在中国市场上的发展热度，另一方面则体现出当下中国消费者对汽车消费观的改变，从视之为稀有物品向生活必需品转变。而未来，随着我国新型工业化和供给侧结构性改革的加快推进，中等收入群体不断壮大，对汽车这类改善生活品质的高端消费品将具有越来越大的消费市场与增长空间。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 分享

NPS调查简介

汽车工业“十三五”展望



Hot Words

● Net Promoter Score

净推荐值

NPS调查简介

关键词：NPS

随着互联网的飞速发展，用户的消费行为也发生了巨大的变化，产品间的同质化竞争以及市场的日趋饱和，使得用户满意度不再能说明全部问题。满意度能够很大程度上说明该产品/企业的增长潜力，但很多企业或经销商在用户满意度很高，甚至处于行业领先水平的前提下，仍在不断地丢失市场份额。

事实上，满意度与客户忠诚度之间的相关性微乎其微，不能说用户满意就不会造成用户流失。贝恩公司的研究发现：那些消费者在倒戈转到竞争对手那里去之前填写的调查问卷中，基本是“满意”甚至是“非常满意”的客户。而且，这还不只是“满意度”透镜给管理者展示的唯一被扭曲的方面。

作为一项均值型的衡量标准，它并不能识别不同消费群体之间的满意度差异。尽管市场份额更现实地反映了消费者行为，但很多时候市场份额都是被大量的促销活动和铺天盖地的广告投放推上去的。而且，像客户满意度一样，市场份额是历史性指标，而非前瞻性指标。在真正能够指导增长战略的消费者未来的行为方式上，这些衡量标准却很少或者根本无法揭示。

NPS调查简介

在检验消费者行为方面，管理者需要一项比“满意度”更为“先进”的工具，来提供更能反映事实的用户反馈，这一工具不能仅关注满意度和市场份额，而更应该关注消费者的忠诚度和其对品牌的推荐度。

NPS (Net Promoter Score, 净推荐值) 是近年来最流行的客户忠诚度分析指标，其由贝恩公司的创始人弗雷德·赖克哈尔德提出，专注于顾客口碑如何影响企业成长。NPS是一种计量某个客户将会向其他人推荐某个企业或服务的可能性指数，是针对企业良性收益与真实增长所提出的用户忠诚度概念。

NPS根据“您有多愿意将XX公司/产品/服务推荐给您的亲朋好友？”这一问题进行调研得到一个统计值，以此预测客户对公司产品或服务的态度是否忠诚，是否愿意再次购买和推荐，并在此基础上预测企业的长期利润增长。根据客户的推荐意愿进行“0-10分”打分，根据分值可以将消费者分为三类：推荐者（9-10分）；被动满意者（7-8分）；贬损者（0-6分）。用推荐者的比例减去贬损者的比例，得到的分值即为客户净推介值（NPS）。

NPS调查简介

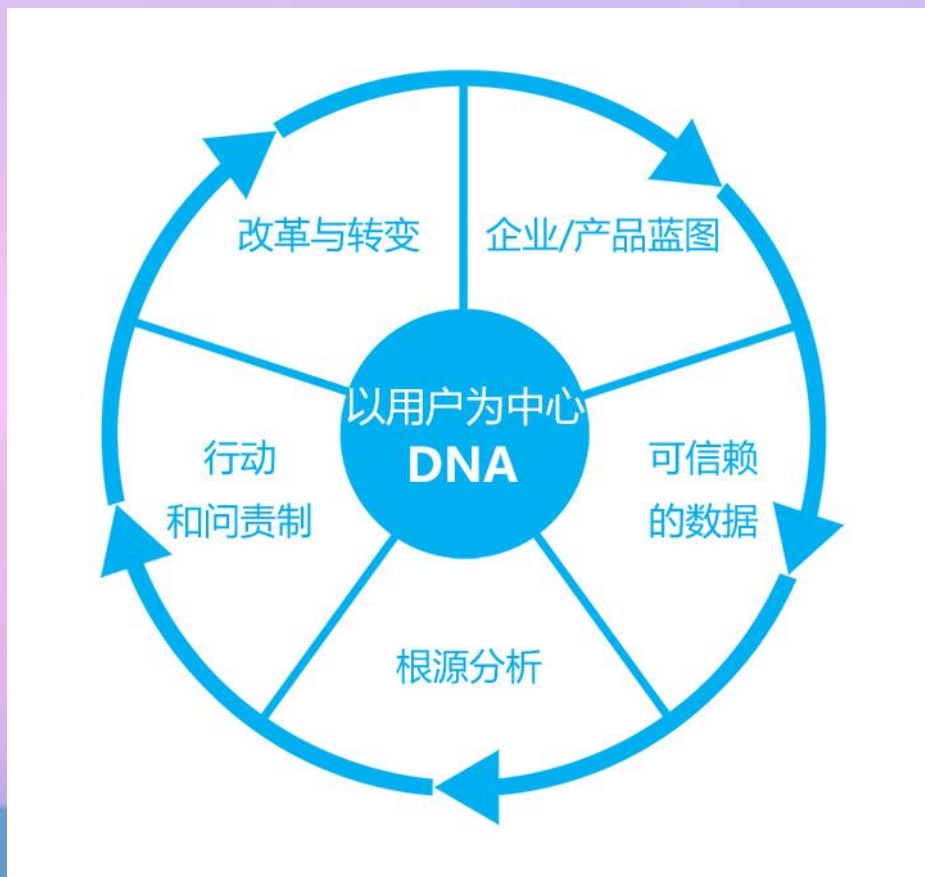


净推荐让我们看到有多少用户会为我们营造良好口碑, 又有多少用户在批评我们, 这不仅是一个数据, 还能激发我们的情绪, 因为没有人希望听到批评, 这在一定程度上弥补了传统满意度模型的不足。

NPS调查简介

净推荐的概念很简单，但真正的执行运作并不简单。下面六个元素组成的循环环形是该操作模型的示意图：

首先是价值观——以用户为中心；其次是深思熟虑的计划——企业蓝图（项目目标）；第三是制定商业决策的基础——建立可信赖的数据；第四是对用户的忠诚驱动力进行根源分析；第五是将提高分数与每个员工的工作绩效挂钩，让所有人都行动起来；这五个元素会驱动产品、员工参与度、业务流程、用户体验等要素的变革与改善，最终实现净推荐项目的成功。



NPS调查简介

优缺点对比

NPS调查的优点：与长期利润增长呈正相关，可操作性强，易理解和接受，能直接与竞品比较，帮助企业明确业务优先级，弥补了用户满意度调查（ACSI）所得信息太多又缺乏重点的问题。

NPS调查的缺点：需要结合用户的具体信息去考虑，如“生命周期”等；净推荐值 \neq 用户满意度，它只能为企业提供“预警装置”；此外，它也不能提供解释，需要结合其它定性定量的方法来分析具体原因。

NPS调查简介

实例应用展示

国外：

从全球企业目前公布的NPS数值来看，最佳NPS为50-80%，其中，亚马逊是73%，亿贝71%，苹果66%，联邦快递56%，戴尔50%。平均NPS为5%-10%，有些甚至是负数。

中国：

2016年中国消费者细分车型推荐度排名

Chnbrand 2016年中国顾客推荐度指数SM (C-NPS[®]) SUV推荐度排名细分指标

说明：① 品牌上榜条件是“评价样本数”≥30；② 得分在负100分至正100分之间

2016排名	排名变化	品牌	C-NPS (净推荐值)	Promoter(%) (推荐者比例)	Passive(%) (被动者比例)	Detractor(%) (贬损者比例)
第1名	new	大众途观	33.0	42.7	47.6	9.7
第2名	new	日产奇骏	30.9	41.8	47.3	10.9
第3名	new	本田CRV	28.3	35.8	56.6	7.5
第4名	new	丰田RAV4	22.8	36.6	49.6	13.8
第5名	new	福特翼虎	21.5	39.2	43.0	17.7
第6名	new	长城哈弗H6	18.9	35.1	48.6	16.2
第7名	new	现代ix35	15.3	33.9	47.5	18.6
	行业均值		20.3	37.4	45.5	17.1

备注：① 资料来源：Chnbrand 2016年中国顾客推荐度指数SM (C-NPS[®])；② 事先未经Chnbrand明确书面同意，禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销

NPS调查简介

Chnbrand 2016年中国顾客推荐度指数SM (C-NPS[®]) 中型轿车推荐度排名细分指标

说明: ① 品牌上榜条件是“评价样本数”≥30; ② 得分在负100分至正100分之间

2016排名	排名变化	品牌	C-NPS (净推荐值)	Promoter(%) (推荐者比例)	Passive(%) (被动者比例)	Detractor(%) (贬损者比例)
第1名	new	福特蒙迪欧	38.3	46.8	44.7	8.5
第2名	new	大众迈腾	37.2	43.6	50.0	6.4
第3名	new	丰田凯美瑞	32.4	50.0	32.4	17.6
第4名	new	别克君威	26.7	33.3	60.0	6.7
第5名	new	大众帕萨特	22.9	34.3	54.3	11.4
第6名	new	日产天籁	18.6	25.7	67.1	7.1
第7名	new	丰田锐志	17.6	33.3	51.0	15.7
第8名	new	现代索纳塔	9.1	27.3	54.5	18.2
第9名	new	现代名图	-8.6	5.7	80.0	14.3
行业均值			13.1	30.7	51.7	17.6

备注: ① 资料来源: Chnbrand2016年中国顾客推荐度指数SM (C-NPS[®]); ② 事先未经Chnbrand明确书面同意, 禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销Chnbrand 2016年中国顾客推荐度指数SM (C-NPS[®]) 小型轿车推荐度排名细分指标

说明: ① 品牌上榜条件是“评价样本数”≥30; ② 得分在负100分至正100分之间

2016排名	排名变化	品牌	C-NPS (净推荐值)	Promoter(%) (推荐者比例)	Passive(%) (被动者比例)	Detractor(%) (贬损者比例)
第1名	new	丰田卡罗拉	29.6	45.6	38.3	16.1
第2名	new	大众速腾	21.2	30.8	59.6	9.6
第3名	new	大众朗逸	18.9	30.2	58.5	11.3
第4名	new	日产阳光	17.3	28.4	60.5	11.1
第5名	new	大众宝来	16.0	26.0	64.0	10.0
第6名	new	现代Elantra悦动	8.1	27.4	53.2	19.4
第7名	new	现代瑞纳	6.7	26.9	52.9	20.2
第8名	new	别克凯越	6.6	27.5	51.6	20.9
第9名	new	日产轩逸	0.0	15.9	68.2	15.9
第10名	new	福特福克斯	-1.8	21.4	55.4	23.2
第11名	new	MG5	-5.3	18.4	57.9	23.7
第12名	new	比亚迪F3/F3R	-5.6	22.2	50.0	27.8
第13名	new	MG3	-14.8	25.9	33.3	40.7
行业均值			5.0	24.1	56.7	19.2

备注: ① 资料来源: Chnbrand2016年中国顾客推荐度指数SM (C-NPS[®]); ② 事先未经Chnbrand明确书面同意, 禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销

• 更多信息, 请联系:

王文利 专项研究事业部

Tel: (86 10) 1067120665-2006 Fax: (86 10) 67120665-2099

E-mail: wangwenli@pamri.com

汽车工业“十三五”展望

关键词：“十三五”

国家“十三五”规划纲要提出的国家发展战略，为汽车工业指明了发展方向，汽车工业应紧紧围绕国家“十三五”规划总体布局，努力加以落实。

承载国家发展战略的任务

1. 实现国家生态环境质量总体改善的发展目标，碳排放总量得到有效控制，主要污染物排放总量大幅减少；
2. 实施创新驱动发展战略，拓宽国家发展新空间，促进消费升级；
3. 大力发展新能源汽车产业，为国家创新发展提供支撑；
4. 构建全方位开放新格局，推进国际产能和装备制造合作；
5. 完善对外开放战略布局，提升外资利用水平，即扩大开放领域，放宽准入限制，积极有效引进境外资金和先进技术，提升利用外资综合质量；
6. 实施脱贫攻坚战略，提高贫困地区人民生活质量。

汽车工业“十三五”展望

实施制造强国战略的任务

汽车工业实施《中国制造2025》强国战略的具体任务是：

□ 全面提升工业基础能力

□ 加快发展新型制造业

□ 推动传统产业改造升级

□ 加强质量品牌建设

□ 积极稳妥化解产能过剩

□ 降低实体经济企业成本

汽车工业“十三五”展望

促进经济发展的综合性任务

为促进经济社会发展，汽车工业应作为先导产业，起到代表和推动作用，具体应从以下几个方面着手：

- 继续保持中高速增长
- 以创新驱动发展为主线，深入实施供给侧改革
- 增强产业发展协调性
- 继续强化各方面的制度建设，依靠成熟、定型的管理制度促进行业发展
- 打破地方保护，形成全国统一的大市场
- 积极参与全球市场竞争

本文节选自《中国汽车工业年鉴》（2016年版）

• 更多信息，请联系：

赵秋娜 汽车研究事业部

Tel: (86 10) 67120665-2036

Fax: (86 10) 67120669 - 2099

E-mail: zhaoqiuna@pamri.com