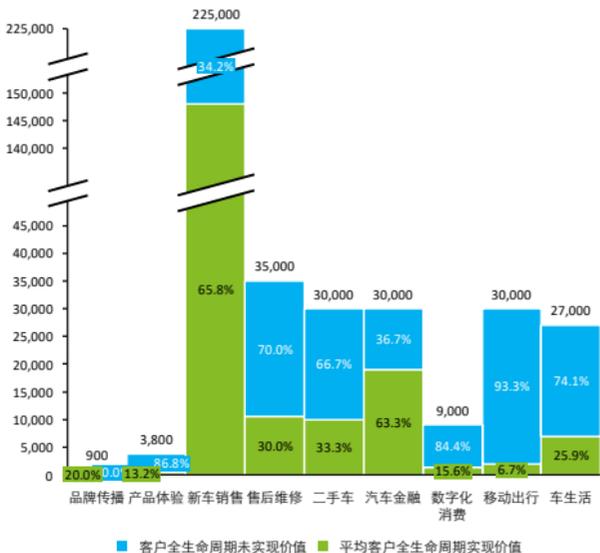


燃油车

燃油车用户全生命周期价值分析

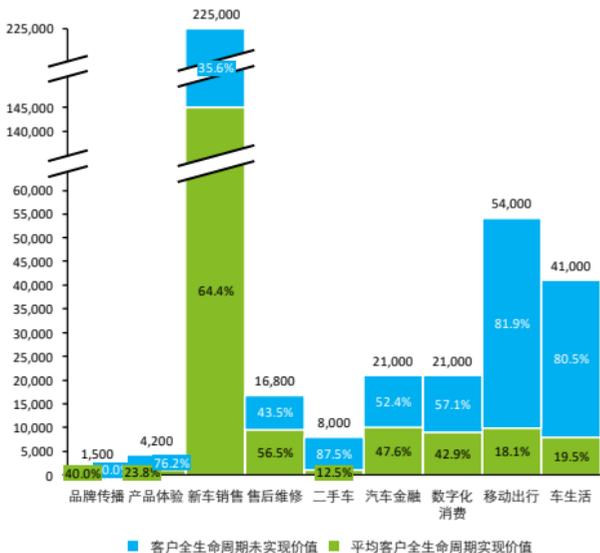


	品牌传播	产品体验	新车销售	售后维修	二手车	汽车金融	数字化消费	移动出行	车生活
环节累计平均潜在价值	900	3,800	225,000	35,000	30,000	30,000	9,000	30,000	27,000
环节累计平均实现价值	180	500	148,000	10,500	10,000	19,000	1,400	2,000	7,000
实现覆盖率	20.0%	13.2%	65.8%	30.0%	33.3%	63.3%	15.6%	6.7%	29.2%

*单位: 元
 **图中中的百分比(%)指该品牌在各生命周期价值环节上的价值实现程度, 即该环节平均实现价值占潜在价值的比例
 燃油车品牌用户全生命周期价值包括以下品牌数据: 奔驰(包括北京奔驰和福建奔驰)、宝马、奥迪、沃尔沃、丰田(包括一汽丰田和广汽丰田)、大众(包括一汽大众和上汽大众)、通用、吉利、长安、荣威等品牌新能源数据

新能源

新能源用户全生命周期价值分析



	品牌传播	产品体验	新车销售	售后维修	二手车	汽车金融	数字化消费	移动出行	车生活
环节累计平均潜在价值	1,500	4,200	225,000	16,800	8,000	21,000	21,000	54,000	41,000
环节累计平均实现价值	600	1,000	145,000	9,500	1,000	10,000	9,000	9,800	8,000
实现覆盖率	40.0%	23.8%	64.4%	56.5%	12.5%	47.6%	42.9%	18.1%	19.5%

*单位: 元
 **图中中的百分比(%)指该品牌在各生命周期价值环节上的价值实现程度, 即该环节平均实现价值占潜在价值的比例
 新能源品牌用户全生命周期价值包括以下品牌数据: 比亚迪、北汽新能源、长安新能源、荣威新能源、吉利新能源、蔚来、理想、小鹏汽车等

德勤中国汽车行业客户价值研究团队

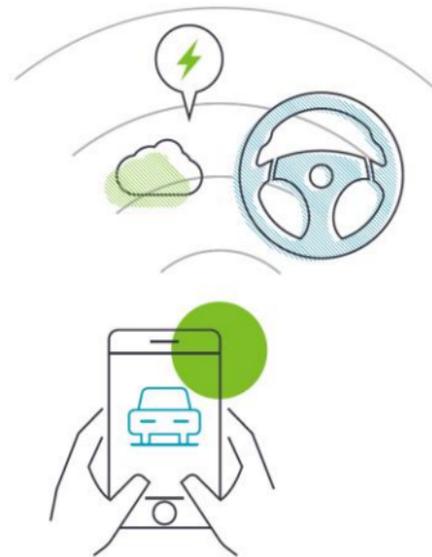
张旭东
 合伙人
 德勤中国
 电话: +86 180 0112 7600 / +86 8520 7248
 电子邮件: denzhang@deloitte.com.cn

曲陆芳
 副总裁
 德勤中国
 电话: +86 186 0040 6318 / +86 8512 5496
 电子邮件: lufqu@deloitte.com.cn

杨明鑫
 经理
 德勤中国
 电话: +86 188 1069 6349
 电子邮件: nickyang@deloitte.com.cn

Deloitte.

德勤



中国汽车行业客户价值经营指数2022

关于德勤
 Deloitte (“德勤”) 泛指一家或多家德勤有限公司, 以及其全球成员网络和其的关联机构 (统称为“德勤组织”)。德勤有限公司 (统称“德勤全球”) 及其每一家成员所和它们的关联机构均具有独立法律地位法律实体, 相互之间不对其三方承担任何法律责任或义务。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为及为遗漏承担责任, 而对相互的行为及为遗漏不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。
 德勤是全球领先的会计师事务所, 为客户提供审计、税务、管理咨询、财务咨询、风险评估、证券及相关服务。德勤通过遍及全球逾150个国家与地区的成员网络及关联机构 (统称为“德勤组织”) 为财富全球500强企业中的80%的企业提供专业服务。敬请关注www.deloitte.com/cn/about, 了解德勤全球约345,000名专业人员致力成就非凡的更多信息。
 德勤亚太有限公司 (即一家担保有限公司) 是德勤有限公司的成员所, 德勤亚太有限公司由每一家成员及其关联机构均具有独立法律地位的法律实体, 在亚太地区提供100项专业服务, 包括: 香港、北京、河南、天津、上海、重庆、成都、西安、武汉、长沙、南京、深圳、广州、珠海、佛山、台北和东京。
 德勤于1971年在上海设立办事处, 德勤品牌由此进入中国。如今, 德勤中国为中国本地和在华的跨国及高速增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、税务咨询、风险评估和咨询服务。德勤中国持续致力为中国会计准则、财务报告及专业人士提供最佳实践。德勤中国是一家中国本土成立的专业服务机构, 由德勤中国的合伙人所拥有, 敬请关注 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media, 通过我们的社交媒体平台, 了解德勤在中国市场成就非凡的更多信息。
 本通告所含内容乃一般性信息, 任何德勤有限公司, 其全球成员所网络或其的关联机构 (统称为“德勤组织”) 并不因此构成提供任何专业建议或意见, 在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前, 您应咨询合格的专业顾问。
 我们并非对本通告所含信息的准确性或完整性作出任何 (明示或暗示) 陈述、保证或承诺。任何德勤成员所、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何因使用本通告而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构均具有独立法律地位的法律实体。
 © 2022, 欲了解更多, 请联系德勤中国。

说明

中国汽车市场正从“产品驱动”迈入“用户驱动”增长的新阶段。对比汽车产业过去经历的“产品为王”、“渠道为王”时代，中国汽车产业正逐步进入全新的“客户为王”的时代。在“客户为王”时代，客户价值正逐步成为驱动车企未来业务增长的“新引擎”。

客户全生命周期价值实现指数旨在协助车企从客户全生命周期价值的视角来分析当前全业务链的发展潜力，以客户全生命周期价值实现指数作为管理抓手，评估当前自身客户运营能力。

本次客户全生命周期价值实现指数研究是基于对中国汽车市场2021年度汽车客户行为大数据及客户调研进行分析的。

关键词解析：

客户全生命周期价值 (Customer Lifecycle Value, CLV)

- 指某个客户可能为企业带来的全部收益总和，由客户、生命周期和价值三个概念要素构成。

CLV-5

- 指以5年为生命周期计算的客户全生命周期价值总和

德勤汽车客户全生命周期价值地图

- 德勤从客户旅程出发，勾勒出的完整的汽车行业客户全生命周期价值地图，梳理归纳了汽车消费9大环节中共60个价值点。

客户全生命周期价值实现指数

- 指客户全生命周期实现价值总和占客户全生命周期总和的比例。

客户全生命周期实现价值

- 指客户在车企或该车企相关生态中实现的价值总和。

客户全生命周期未实现价值

- 指客户全生命周期价值中未在车企及该车企相关生态中实现的价值总和。

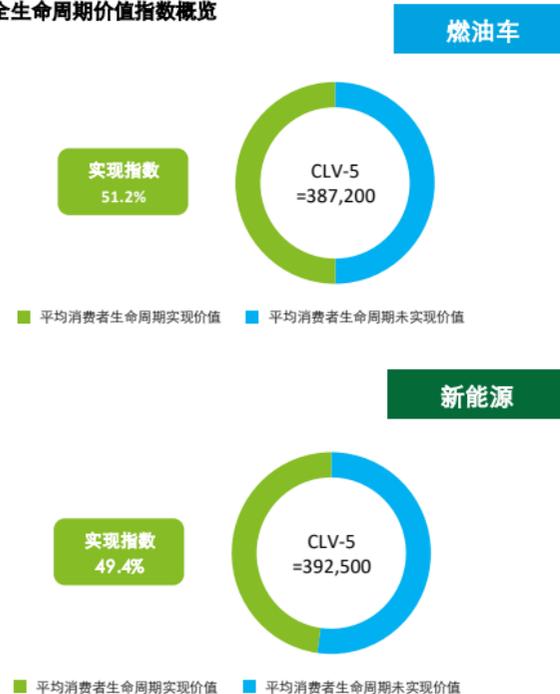
汽车行业客户全生命周期价值地图

德勤从汽车行业客户旅程出发，勾勒出完整的“德勤汽车客户全生命周期价值地图”。包含车企客户旅程9大环节共60个价值点。该价值地图适用于燃油车及新能源车客户。

图：汽车客户全生命周期价值地图



客户全生命周期价值指数概览



*单位：元
**图示中的百分比(%)指该品牌在各生命周期价值环节上的价值实现程度，即该环节平均实现价值占潜在价值的比例
本次调研涉及30余个主流汽车品牌，共31,013名消费者

我们的产品



大数据平台

国内宏观经济数据库

国际经济合作数据库

行业分析数据库

条约法规平台

国际条约数据库

国外法规数据库

即时信息平台

新闻媒体即时分析

社交媒体即时分析

云报告平台

国内研究报告

国际研究报告

数据智慧平台

创客智慧：实体门店分析工具，助力创业者智能决策；

商情智慧：产品市场分析工具，助力实业家智能运营；

智慧助手：全流程数据分析建模，服务特定客户的特定需求。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38714

