

J.D. Power研究：中国传统燃油车行业整体魅力指数回升

保时捷、别克、吉利分别排名豪华品牌、主流品牌和自主品牌魅力指数第一

2023年8月17日，上海 — 全球领先的消费者洞察与市场研究机构J.D. Power | 君迪今日正式发布2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。研究显示，中国传统燃油车行业整体魅力指数回升，主流品牌新车魅力指数触底反弹，但与豪华品牌之间的差距仍在扩大。

今年是J.D. Power连续第21年在中国开展汽车产品魅力指数研究，该研究衡量了燃油车新车车主在购车2至6个月内拥有和驾驶车辆的各方面体验。该研究通过洞察车主感知的车辆设计、内容、布局和性能的相对重要性，从而最终整合出让新车购买者感到兴奋和欣喜的车辆要素设计组合，是汽车厂商设计和开发有吸引力车辆的重要依据。

研究显示，2023年中国燃油车行业整体魅力指数为738分（采用1,000分制），较2022年进步8分，达到近四年来最高水平。其中，豪华品牌魅力指数由去年的744分跃升至757分，主流品牌魅力指数也有所上升，但主流品牌与豪华品牌之间的差距仍在扩大，豪华品牌与主流国际品牌（738分）之间差距由去年的12分扩大至19分，与自主品牌差距为35分。反映出消费者对于豪华品牌燃油车的性能、运行与设计更为满意。

研究还发现，汽车产品魅力在消费者购车决策中的重要性逐年上升。产品设计对于占比越来越高的换购人群购买行为影响高达37%，对于首购和增购人群的影响为33%。此外，产品魅力表现与口碑推荐度也高度正相关，魅力指数得分越高，用户对产品的推荐意愿也越强。

J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理杨涛表示：“随着新能源车渗透率的不断攀升，传统燃油车和新能源车开始正面交锋。面对新能源车的步步紧逼和在车身设计上的特点，燃油车品牌更要重视产品的设计以及整车使用体验，才能在激烈的行业竞争中继续保有一席之地。同时，二三线城市作为燃油车购车的主阵地，车企还需精准把握该消费群体的用车场景及偏好，优化产品定位及配置体验，以提升产品吸引力。”

该研究的其他发现：

- **传统燃油车和新能源车齐头并进：**在燃油车与新能源车竞逐的当下，尽管今年传统燃油车魅力指数（738分）进步显著，但相较新能源车的魅力指数（776分），两者间差距已扩大至38分。两种能源类型的突破方向有所不同，新能源汽车在外观造型、设置和启动、驾驶感受上进步显著，而传统燃油车则在燃油经济性和续航里程、安全感、车载信息娱乐系统，以及驾乘舒适性上进步最多。
- **新能源SUV在外观造型上大幅领先传统燃油SUV：**2023年，传统燃油SUV的魅力指数（736分）较上一年提升6分，而新能源SUV的魅力指数（783分）较上一年大幅进步38分。外观造型是两种能源类型SUV拉开差距的主要因素。另一方面，产品设计也是新能源SUV购车者放弃选择燃油车的主要原因。从设计细节来看，外观颜色、侧车窗的尺寸和形状是传统燃油SUV可考虑向新能源SUV借鉴的几个方面。
- **二线城市首购群体更注重实用性功能配置的体验：**二线城市作为燃油车的主力市场，其首购车主多为年轻的用车刚需人群，日常通勤是他们的主要用车场景，他们新车魅力指数的进步主要来自于对车载信息娱乐系统（+14分）和安全感（+13分）的体验提升。车载安全配置、操控车辆进出狭小空间、辅助驾驶功能和车载信息娱乐系统这类偏实用性的功能，是他们日常用车中高频使用的场景。未来，针对二线城市首购人群推广产品时，燃油车品牌可更多突出车载信息娱乐系统和安全性相关配置。

排名最高的品牌和车型

保时捷（763 分）获得豪华品牌第一，**奥迪**（760 分）和**宝马**（758 分）分别排名第二和第三。**别克**（755 分）获得主流品牌第一，**东风日产**（747 分）和**广汽本田**（747 分）并列第二。中国自主品牌中，**吉利**（744 分）位列第一，**奇瑞**（741 分）和**荣威**（740 分）分别排名第二和第三。

车型层面，今年研究中共有 18 个细分市场的 18 款车型摘得奖项。奥迪品牌获得车型层面奖项的是**奥迪 A6L**和**奥迪 Q3**。别克品牌获得车型层面奖项的是**别克英朗**、**别克昂科威 Plus**和**别克全新 GL8**。长安品牌获得车型层面奖项的是**长安 CS35 Plus**和**长安 CS75**。奇瑞品牌获得车型层面奖项的是**奇瑞瑞虎 7 Plus**和**奇瑞瑞虎 8**。吉利品牌获得车型层面奖项的是**吉利帝豪**和**吉利星瑞**。其他获得各自所在细分市场奖项的车型有**宝马 3 系列**、**东风风行菱智**、**本田凌派**、**本田 Inspire**、**梅赛德斯-奔驰 GLC 级**、**保时捷 Cayenne**、**丰田威兰达**。

中国汽车产品魅力指数研究SM（APEAL）围绕新车的各个方面来衡量燃油车车主对汽车产品魅力的感受与满意程度，涉及10个车辆表现类别（外观造型、设置和启动、上/下车、车身内装、车辆性能、驾驶感受、安全感、车载信息娱乐系统、驾乘舒适性以及燃油经济性）的37个要素。

2023年中国汽车产品魅力指数研究SM（APEAL）是基于2022年6月至2023年3月期间购买新车的35,155位传统燃油车车主的评价。研究涵盖48个品牌的230款车型。数据收集工作于2022年12月至2023年5月间在81个中国主要城市进行。J.D. Power另一项研究——中国新能源汽车产品魅力指数研究SM（NEV-APEAL）衡量的是新能源汽车车主对新能源汽车产品魅力的满意度。

了解**J.D. Power 2023中国汽车产品魅力指数研究SM（APEAL）**详细内容及购买完整版数据，请联系：china.marketing@jdpa.com

关于 J.D. Power|君迪

J.D. Power|君迪 是一家全球领先的消费者洞察、市场研究和咨询、数据及分析服务企业，致力于帮助企业提升客户满意度，进而推动业绩增长并提高利润。公司成立于 1968 年，在北美、南美、亚太和欧洲地区设有多个办公室。更多信息，请访问 china.jdpower.com，或关注 J.D. Power 中国**官方微信**和**官方微博**。了解 J.D. Power 及广告宣传规则，请访问 www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info。

媒体联系：王梦梦 +86 21 8026 5719/ mengmeng.wang@jdpa.com

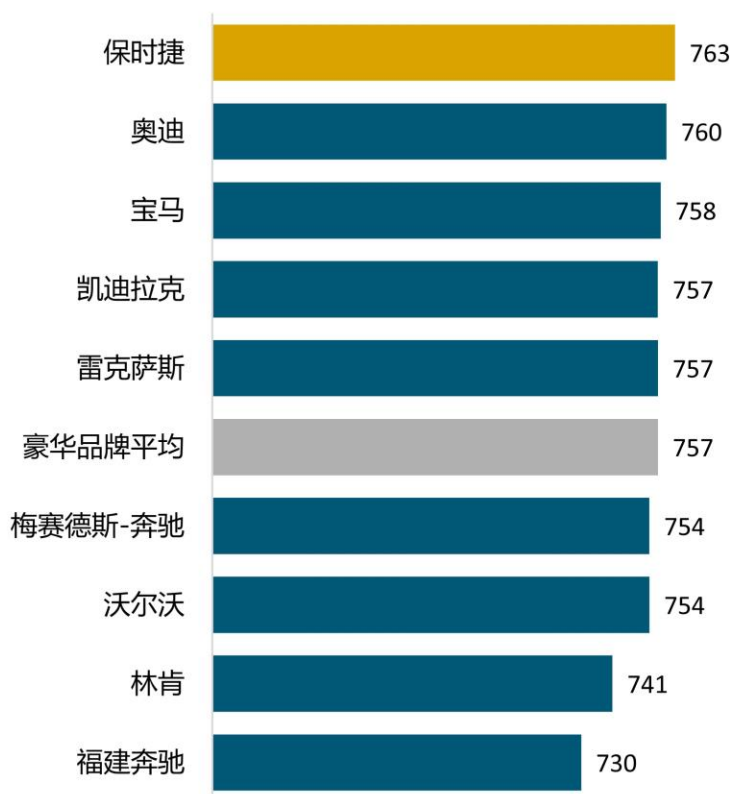
###

注：后附七张图表

J.D. Power 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

豪华品牌排名

品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。路虎为不足量样本 (n<=29)，故不具体展示成绩。

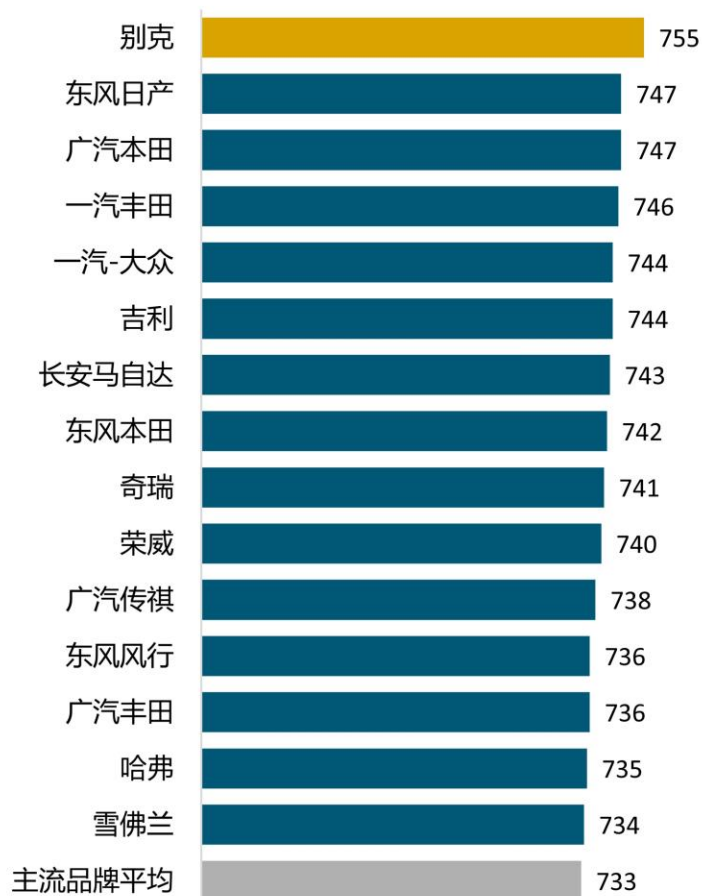
资料来源：J.D. Power 2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

主流品牌排名 (1/2)

品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。

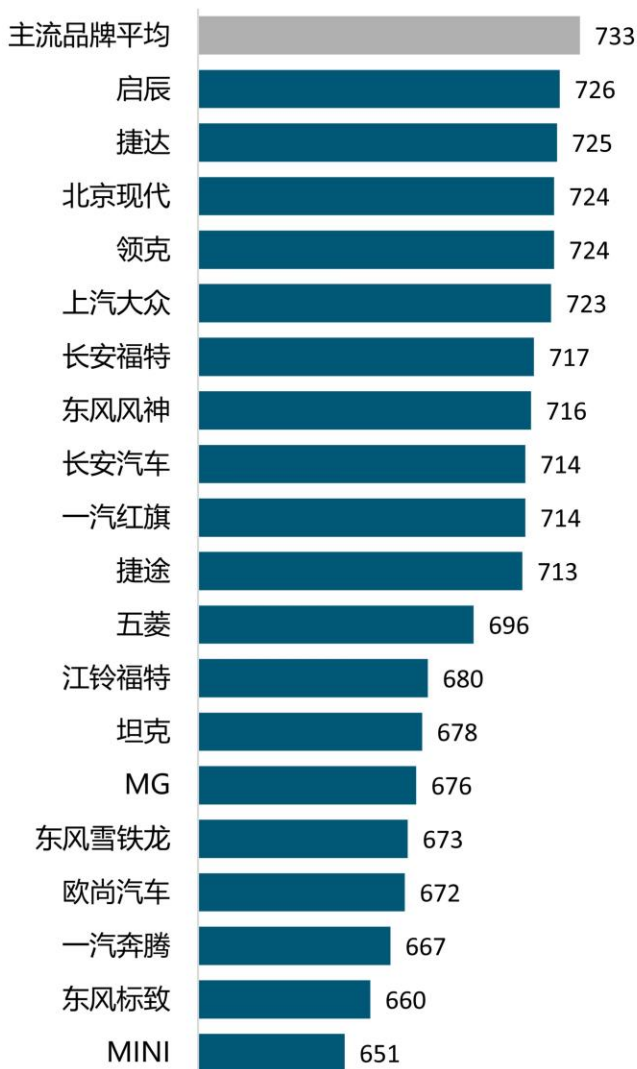
资料来源：J.D. Power 2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

主流品牌排名 (2/2)

品牌魅力指数 (1,000分制)



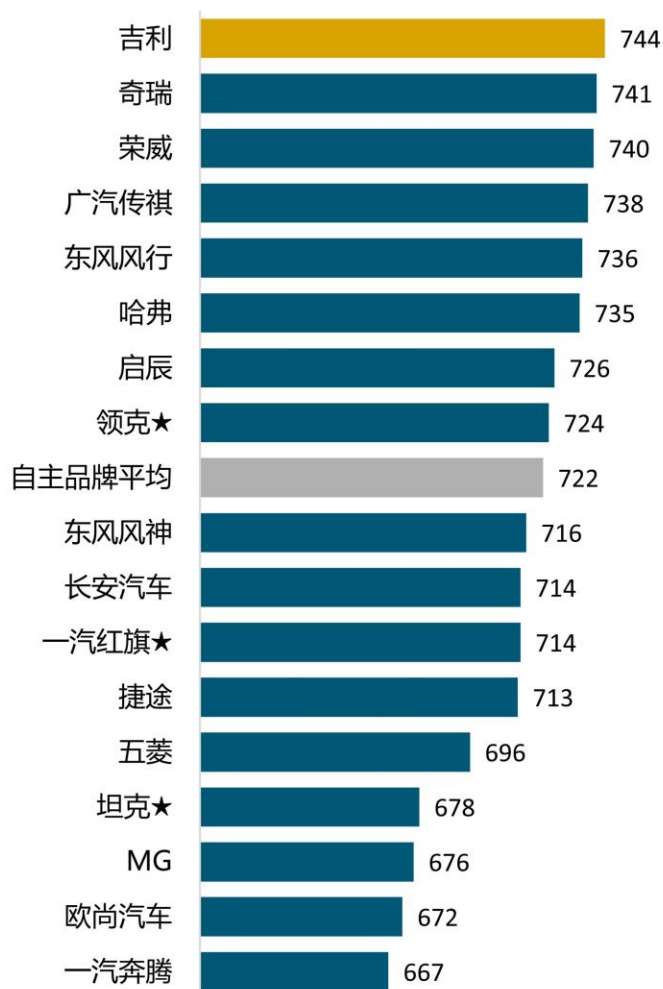
注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。该细分市场，广汽三菱、北京、上汽大通为小样本 (n=30~99)；起亚为不足量样本 (n<=29)，故均不具体展示成绩。

资料来源：J.D. Power 2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

自主品牌排名 品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。该细分市场，北京、上汽大通为小样本 (n=30~99)，故均不具体展示成绩。

★为自主高端品牌，50%以上的销量来自自主高端车型的品牌定义为自主高端品牌。自主高端车型为厂商建议零售均价超过15万人民币的车型。

资料来源：J.D. Power 2023 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

细分市场中魅力指数前三名车型 轿车细分市场

紧凑型轿车

第一名：吉利帝豪
第二名：荣威i5
第三名：丰田威驰/威驰FS

紧凑型高端轿车

第一名：别克英朗
第二名：丰田致炫/致享
第三名：大众桑塔纳

紧凑型豪华轿车

第一名：宝马3系列
第二名：凯迪拉克CT5
第三名：雷克萨斯ES

中型经济型轿车

第一名：本田凌派
第二名：日产轩逸经典
第三名：丰田卡罗拉

中型轿车

第一名：吉利星瑞
第二名：大众凌渡L
第三名：大众速腾

中型高端轿车

第一名：本田Inspire
第二名：本田雅阁
第三名：别克君威

中型豪华轿车*

第一名：奥迪A6L
第二名：宝马5系列

注：*表示本细分市场中没有其他车型的表现超过细分市场平均水平。

在2023中国汽车产品魅力指数研究中，细分市场颁奖条件如下：1. 细分市场中有4款车型达到样本可参与排名的条件（即至少100个样本）；或者细分市场中有3款车型达到样本可参与排名的条件，并且这3款车型在抽样期内的总销量占该细分市场中所有抽样车型在抽样期内总销量的80%或以上。2. 细分市场之中至少有一款足量样本车型的表现好于细分市场平均水平。大型豪华轿车细分市场不满足上述标准，因而没有奖项颁出。

资料来源：J.D. Power 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

细分市场中魅力指数前三名车型 SUV细分市场

紧凑型SUV

第一名：长安CS35 Plus
第二名：吉利远景X6 Pro
第三名：哈弗M6 Plus

紧凑型高端SUV

第一名：长安CS75
第二名：捷达VS5
第三名：领克06

紧凑型豪华SUV

第一名：奥迪Q3
第二名：梅赛德斯-奔驰GLA级
第三名：雷克萨斯NX

中型经济型SUV

第一名：奇瑞瑞虎7 Plus
第二名：长安UNI-T
第三名：本田XR-V

中型SUV

第一名：奇瑞瑞虎8
第二名：哈弗大狗
第三名：东风风神皓极

中型高端SUV

第一名：丰田威兰达
第二名：奇瑞瑞虎8 Plus (并列)
第二名：吉利星越L (并列)

中型豪华SUV

第一名：梅赛德斯-奔驰GLC级
第二名：沃尔沃XC60
第三名：雷克萨斯RX

大型SUV

第一名：别克昂科威Plus
第二名：广汽传祺GS8
第三名：大众揽境

大型豪华SUV*

第一名：保时捷Cayenne

* 本细分市场中没有其他车型的表现超过细分市场平均水平。

资料来源：J.D. Power 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

细分市场中魅力指数前三名车型 MPV细分市场

紧凑型MPV*

第一名：东风风行菱智
第二名：五菱宏光S

大型MPV

第一名：别克全新GL8
第二名：本田奥德赛
第三名：广汽传祺M8

注：* 表示本细分市场中没有其他车型的表现超过细分市场平均水平。

在2023中国汽车产品魅力指数研究中，细分市场颁奖条件如下：1. 细分市场中有4款车型达到样本可参与排名的条件（即至少100个样本）；或者细分市场中有3款车型达到样本可参与排名的条件，并且这3款车型在抽样期内的总销量占该细分市场中所有抽样车型在抽样期内总销量的80%或以上。2. 细分市场之中至少有一款足量样本车型的表现好于细分市场平均水平。中型MPV和豪华MPV细分市场不满足上述标准，因而没有奖项颁出。

资料来源：J.D. Power 2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2023中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。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。