

J.D. Power 研究：消费者选车阶段进店次数减少，品牌影响力对购车决策影响更大

宝马和一汽-大众分别为品牌影响力最高的豪华品牌和主流品牌

2020年3月26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)** 今日发布 2020 中国新车购买意向研究SM (NVIS)。研究显示，随着中国消费者选车阶段光顾经销商的次数减少，决策过程加速，品牌影响力以及品牌与消费者的早期互动显得更加关键。

中国新车购买意向研究已经进入第十二个年头。该研究重点考察了意向购车者对汽车品牌的认知和态度、具体考虑购买的品牌和车型、购车考虑因素、信息来源，以及他们对新技术的感兴趣程度等。意向购车者是指计划在未来 12 个月内购车的消费者。

研究发现，意向购车者的购车决策逐步前移，决策过程加快。2020 年，意向购车者去过 1.65 个品牌的经销商，比 2019 年的 1.79 个减少 8%。此外，意向购车者平均光顾的经销商数量从 2019 年的 3.5 家下降至 2020 年的 2.9 家，降幅达 17%。

J.D. Power 中国汽车销售满意度研究 (SSI) 也显示，面对市场上数量庞大的可选车型，消费者正由直接聚焦车型逐渐转向先聚焦品牌而后再确定车型。在选购初期就已锁定意向购买品牌的消费者逐年上升，从 2016 年的 10% 上升到 2019 年的 18%。

J.D. Power 中国区联合研究总经理王庆华表示：“消费者选购阶段进店次数的减少以及先明确品牌再确定车型的顺序，凸显出品牌影响力的对购车决策的影响力。汽车品牌应力争在消费者选车的早期阶段就占据消费者的大脑份额。同时，受现阶段新冠肺炎疫情影响，潜客入店看车的次数可能进一步减少，品牌更多依赖直播卖车等数字化零售方式与潜客互动，这也要求品牌和经销商珍惜每一次与客户直接接触的机会，以更优质的服务体验推动潜在消费者做出购买决策。”

该研究的其他发现：

- **车辆配置对购买选择的影响力逐年递增：**因为配置而选择意向车型的潜在购车者比例从 2016 年的 17% 上升至 2020 年的 43%。根据潜在购车者的需求高低，可将车辆配置分为三类：以导航和全息影像为代表的高需求配置，以盲区监测/车道保持、自适应巡航为代表的有助于形成差异化营销的营销配置，以及搭载于高端车型和车系的体验类配置。
- **潜在车主对安全类配置需求显著上升：**意向购车者对安全系统（如主动刹车、夜视系统、360 度全息影像等）的装配需求较去年明显上升（+10%），高于辅助驾驶功能、多媒体配置和使用/体验功能。
- **消费者购车预算连续两年下降：**意向购车者的购车预算从 2018 年的 24.4 万降至今年的 20.1 万元，降幅高达 18%。
- **新能源汽车的购买意愿连续五年上升，购买顾虑依然存在：**消费者对新能源汽车的购买意愿超过小型车、MPV 和豪华轿车跃居倾向于购买的第三种车型，仅次于 SUV 和中型车。“续航里程不足”（25%）和“电池技术不够成熟”（21%）仍是消费者对新能源汽车的主要顾虑。

- **自主品牌的意向车主较少考虑其他品牌：**主流国际品牌意向购买率普遍较高，但其潜在购车者大多会同时考虑其他品牌。自主品牌意向购买率虽低于主流国际品牌，但其潜客对其他品牌有较强排他性，品牌忠诚度更高。

研究排名

这项研究还包括品牌影响力得分（BIS），品牌影响力得分（1,000 分制）是基于品牌认知度、品牌熟悉度和品牌喜好度的综合评价指数。

豪华车品牌中，**宝马**（691 分）品牌影响力得分最高，**梅赛德斯-奔驰**（669 分）和**奥迪**（664 分）排名第二和第三。主流车品牌中，**一汽-大众**（682 分）品牌影响力得分最高，其次是**上汽大众**（678 分）和**一汽丰田**（675 分）。

2020 年中国新车购买意向研究（NVIS）基于 11,881 位意向购车者的反馈，一共涵盖 66 个品牌。此次研究的数据收集工作于 2019 年 12 月至 2020 年 1 月通过在线调查方式进行。研究的数据收集工作于新冠肺炎疫情大范围爆发前进行，所以不反映疫情对购车意向的直接影响。了解更多 2020 中国新车购买意向研究信息，请点击：

<https://china.jdpower.com/zh-hans/resource/china-new-vehicle-intender-study-nvis-ch>

了解 J.D. Power 2020 中国新车购买意向研究（NVIS）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：刘镇源 +86 21 8026 5721/ damon.liu@jdpa.com

###

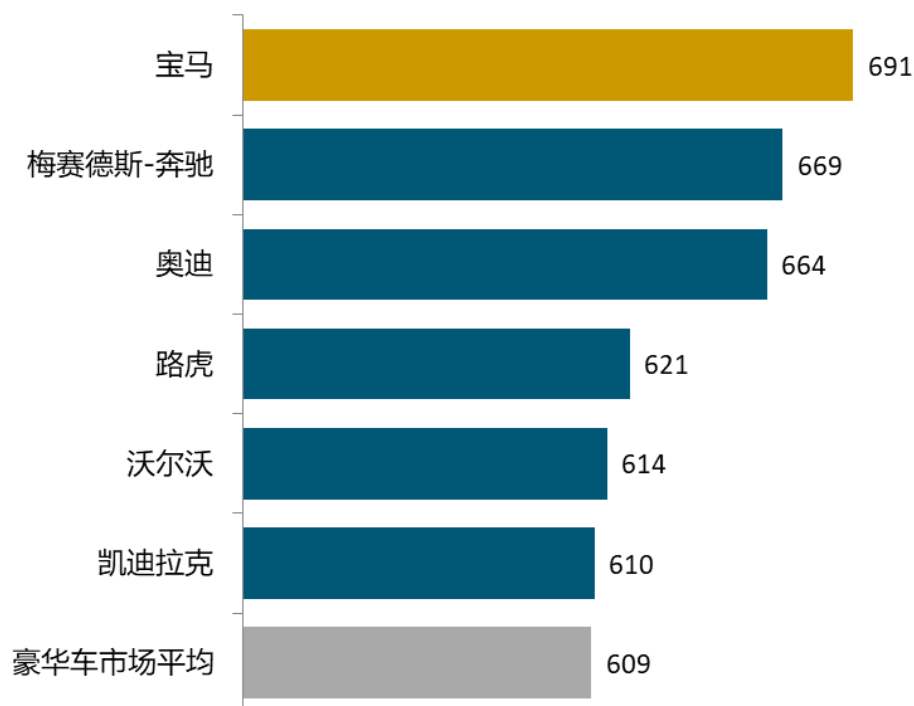
注：后附两张图表

J.D. Power 2020中国新车购买意向研究SM (NVIS)

2020年品牌影响力得分 (BIS) 排名

豪华车细分市场

影响力得分 (1,000分制)



资料来源: J.D. Power 2020中国新车购买意向研究SM (NVIS)

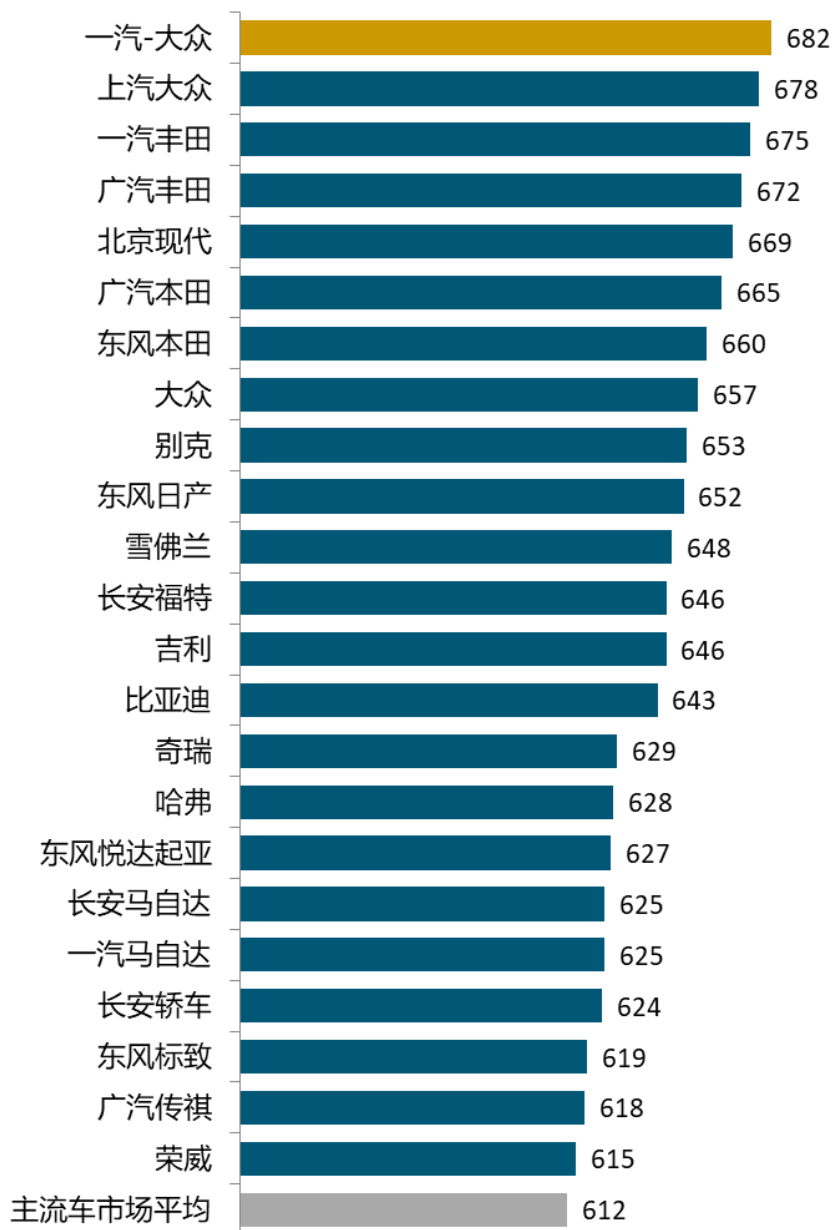
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明, 以标明J.D. Power 是发布者, 并标明资料来源于2020中国新车购买意向研究SM (NVIS)。排名是基于数值得分, 并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power 事先书面明示同意, 任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power 2020中国新车购买意向研究SM (NVIS)

2020年品牌影响力得分 (BIS) 排名

主流车细分市场

影响力得分 (1,000分制)



资料来源: J.D. Power 2020中国新车购买意向研究SM (NVIS)

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2020中国新车购买意向研究SM (NVIS)。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。