

**J.D. Power研究：90后车主对汽车产品魅力满意度最低**

保时捷、广汽菲克Jeep和WEY分别排名豪华车、主流车和自主品牌魅力指数第一

2021年8月19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2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup>（APEAL），研究显示，越是年轻的车主对汽车产品魅力的满意度越低，90后车主对汽车产品魅力的评价为各年龄群体中最低。

今年是J.D. Power连续第19年在中国开展汽车产品魅力指数研究，该研究由中国汽车性能、运行和设计研究更名而来，衡量了新车车主在购车2至6个月内拥有和驾驶车辆的各方面体验，是汽车厂商设计和开发有吸引力车辆的重要依据。2021年中国汽车行业整体魅力指数为733分（研究采用1,000分制），比2020年提升1分。

J.D. Power中国区联合研究总经理王庆华表示：“汽车产品魅力在消费者购车决策中的重要性逐年上升，J.D. Power的研究发现，产品设计在消费者购买决策中的重要性从2019年的17%提高到今年的20%。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。”

今年的研究显示，越是年轻的车主对汽车产品魅力的满意度越低，80前车主满意度为769分，85前和85后群体的满意度接近，分别为756分和755分，90后车主满意度仅为718分。90后满意度与行业平均满意度差距最大的三个研究类别是车辆性能、驾乘舒适性和驾驶感受，分别低于行业平均水平17.1分、16.5分和16.3分。从具体产品魅力评价要素看，90后车主对车载导航的使用体验和车载信息娱乐系统的实用性的满意度比90前车主更低。

J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理蔡明表示：“90后已成长为传统燃油车的消费主体，达到52%，但目前车辆带给他们的欣喜程度却是最低的。受成长环境的影响，90后对时尚感、科技感和智能化等汽车产品魅力的要求比其他年龄群体更高，这就要求汽车厂商将90后甚至更加年轻的00后群体的前瞻性需求及早引入产品规划和开发过程中，将产品改善重点从生产中后端向开发前端转移，这样才能保证推出的产品有预见性地满足未来消费者的需求。”

**该研究的其他发现：**

- **豪华轿车魅力指数遥遥领先，小型轿车魅力指数最低：**2021年，豪华轿车魅力指数继续保持行业领先（743分），其次是SUV（733分）。中型轿车、MPV和小型轿车的平均魅力指数位于行业平均线以下，其中小型轿车魅力指数最低，仅有723分。
- **传统能源汽车产品魅力落后于新能源汽车<sup>①</sup>：**新能源汽车车主对产品魅力的满意度（735分）比传统能源汽车车主满意度（733分）略高，且新能源汽车在外观造型方面的优势更为明显，比传统能源汽车高18分。新能源汽车中，自主新势力品牌的产品魅力满意度最高，达到754分。
- **新上市车型魅力表现下滑：**新上市车型总体魅力指数得分为726分，比2020年退步6分，与既有车型差距8分。与既有车型相比，新上市车型在设置和启动、车身内装和驾驶感受方面差距最为明显。

<sup>①</sup>新能源汽车产品魅力指数得分来源于 J.D. Power 2021 中国新能源汽车产品魅力指数研究（NEV-APEAL）。

## 排名最高的品牌和车型

保时捷（761 分）获得豪华车品牌第一，雷克萨斯（749 分）和路虎（744 分）排名第二和第三。广汽菲克 Jeep（753 分）获得主流车品牌第一，别克（747 分）和东风悦达起亚（744 分）分别排名第二和第三。中国自主品牌中，WEY（742 分）排名第一，东风风行（740 分）和广汽传祺（732 分）排名第二和第三。

车型层面，今年研究中共有 17 个细分市场的 19 款车型摘得奖项。梅赛德斯-奔驰品牌获得车型层面奖项的是梅赛德斯-奔驰 S 级、梅赛德斯-奔驰 GLA 级和梅赛德斯-奔驰 GLC 级。上汽大众品牌获得车型层面奖项的是大众凌渡和大众途昂。其他获得各自所在细分市场奖项的车型有奥迪 A6L、宝骏 730、别克全新 GL8、凯迪拉克 CT5、长安 CS35、广汽传祺 M6/GM6、吉利缤瑞、本田 CR-V、现代悦纳、吉普指南者、起亚 K3、保时捷 Macan、丰田威驰/威驰 FS 和大众 CC。

中国汽车产品魅力指数研究（APEAL）围绕新车的各个方面来衡量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。

2021 年中国汽车产品魅力指数研究（APEAL）是基于 2020 年 6 月至 2021 年 3 月期间购买新车的 34,572 位传统燃油车车主的评价。研究涵盖 58 个品牌的 264 款车型。数据收集工作于 2020 年 12 月至 2021 年 5 月间在 70 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（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 2021 中国汽车产品魅力指数研究（APEAL）详细内容及购买完整版数据，请联系：[china.marketing@jdpa.com](mailto: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](http://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](http://www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info)。

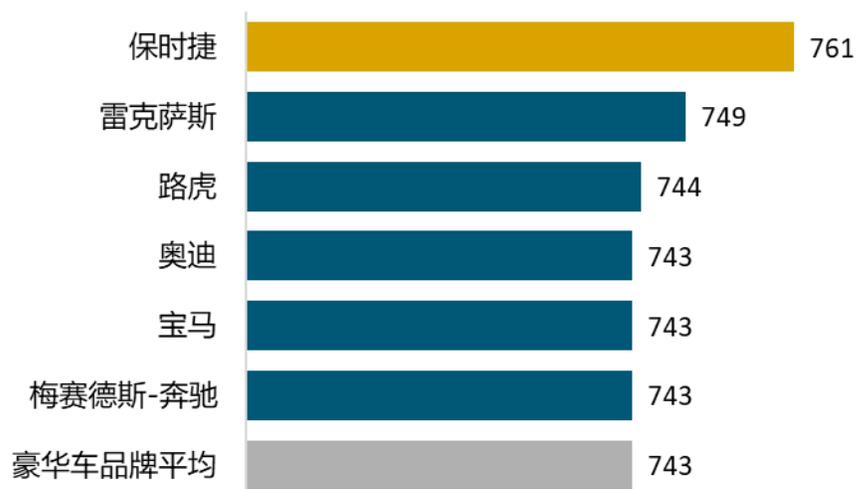
媒体联系：庄清湄 +86 21 8026 5719/ [shana.zhuang@jdpa.com](mailto:shana.zhuang@jdpa.com)

###

注：后附五张图表

# J.D. Power 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (APEAL)

## 品牌魅力指数排名 豪华车品牌 细分市场平均及以上水平 (1,000分制)



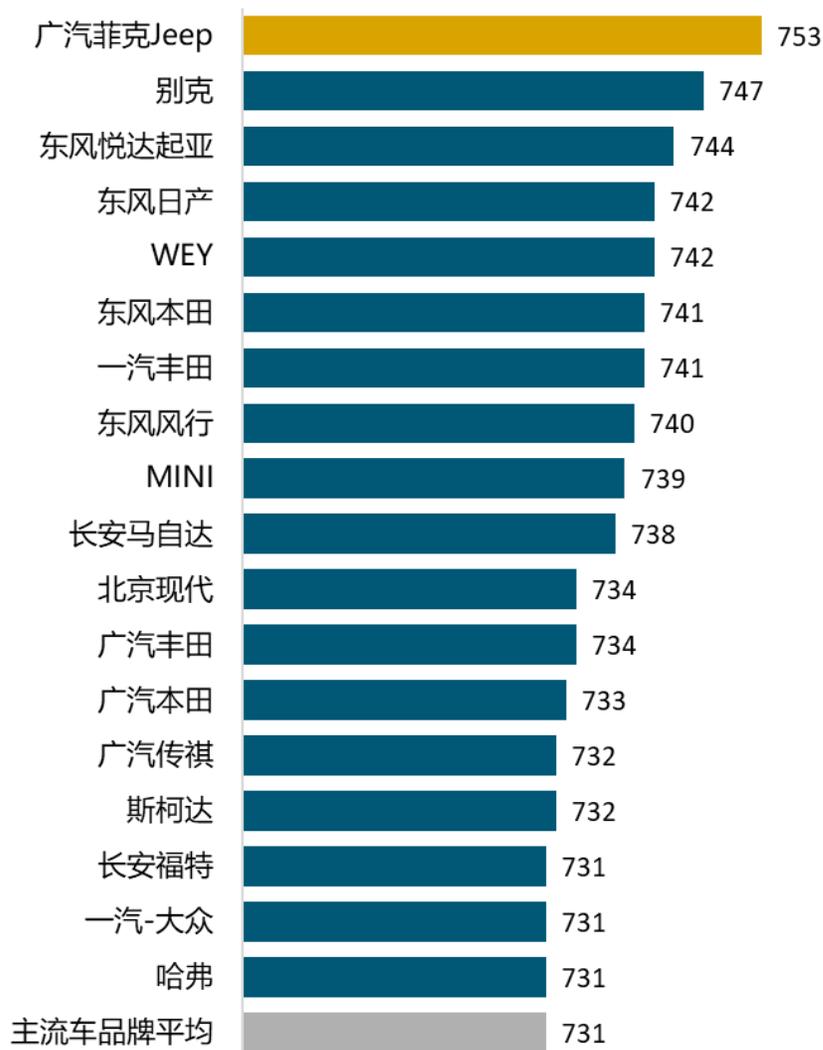
注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；无足量车型（即所有车型样本量均不足100）的品牌不参与品牌排名。

资料来源：J.D. Power 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (APEAL)

## 品牌魅力指数排名 主流车品牌 细分市场平均及以上水平 (1,000分制)



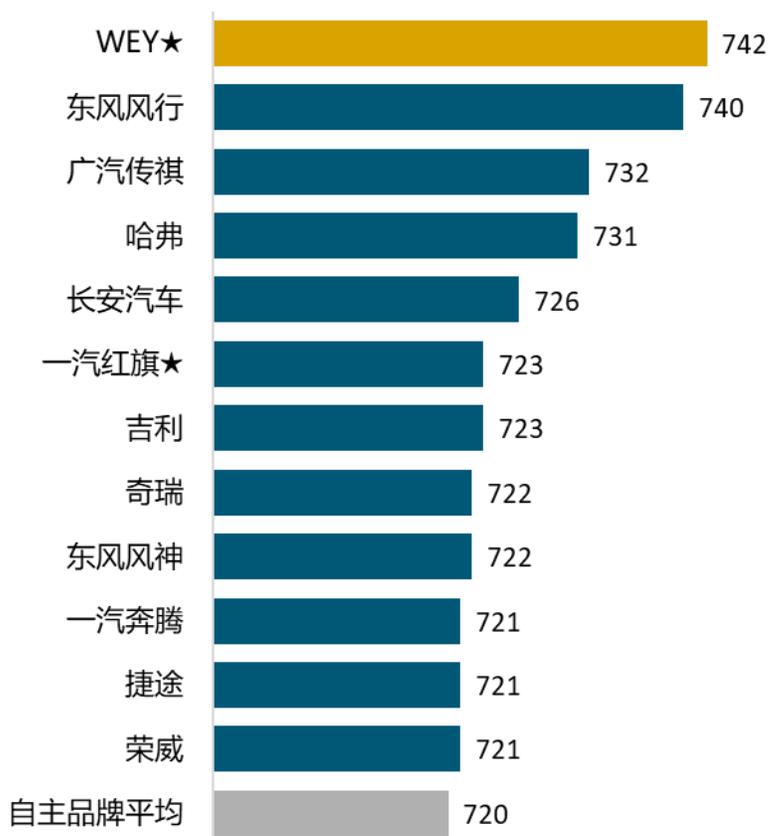
注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；无足量车型（即所有车型样本量均不足100）的品牌不参与品牌排名。

资料来源：J.D. Power 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (APEAL)

## 品牌魅力指数排名 自主品牌 细分市场平均及以上水平 (1,000分制)



注：★为自主高端品牌，即50%以上销量由旗下高端车型贡献的自主品牌；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。

得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；无足量车型（即所有车型样本量均不足100）的品牌不参与品牌排名。

资料来源：J.D. Power 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (APEAL)

## 细分市场中魅力指数前三名车型 轿车细分市场

### 紧凑型高端轿车\*

**第一名：丰田威驰/威驰FS**  
第二名：大众Polo

### 中型高端轿车

**第一名：大众CC**  
第二名：丰田亚洲龙  
第三名：日产天籁

### 中型基础轿车

**第一名：现代悦纳**  
第二名：吉利远景  
第三名：现代悦动

### 紧凑型豪华轿车

**第一名：凯迪拉克CT5**  
第二名：沃尔沃S60L  
第三名：宝马3系列

### 中型轿车

**第一名：吉利缤瑞（并列）**  
**第一名：起亚K3（并列）**  
第三名：别克英朗

### 中型豪华轿车

**第一名：奥迪A6L**  
第二名：宝马5系列  
第三名：雷克萨斯ES

### 中型高端经济型轿车

**第一名：大众凌渡**  
第二名：别克威朗  
第三名：吉利博瑞

### 大型豪华轿车\*

**第一名：梅赛德斯-奔驰S级**

\* 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。

注意：在2021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。紧凑型轿车、大型豪华SUV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 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (APEAL)

## 细分市场中魅力指数前三名车型 SUV、MPV细分市场

### 微型SUV\*

**第一名：长安CS35**  
第二名：广汽传祺GS3

### 紧凑型豪华SUV

**第一名：梅赛德斯-奔驰GLA级**  
第二名：梅赛德斯-奔驰GLB级  
第三名：奥迪Q3

### 紧凑型SUV

**第一名：吉普指南者**  
第二名：日产逍客  
第三名：丰田奕泽

### 中型豪华SUV

**第一名：梅赛德斯-奔驰GLC级（并列）**  
**第一名：保时捷Macan（并列）**  
第三名：雷克萨斯RX

### 中型SUV

**第一名：本田CR-V**  
第二名：别克昂科威  
第三名：大众探岳（并列）  
第三名：WEY VV6（并列）

### 紧凑型MPV

**第一名：宝骏730**  
第二名：宝骏RM-5  
第三名：五菱宏光 Plus

### 大型SUV

**第一名：大众途昂**  
第二名：本田冠道  
第三名：斯柯达柯迪亚克

### 中型MPV

**第一名：广汽传祺M6/GM6**  
第二名：东风风行菱智  
第三名：吉利嘉际

### 大型MPV\*

**第一名：别克全新GL8**  
第二名：别克新GL8

\* 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。

注意：在2021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。紧凑型轿车、大型豪华SUV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 2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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2021中国汽车产品魅力指数研究<sup>SM</sup> (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。