

J.D. Power 研究：智能化已成为影响消费者购车决策的重要因素

宝马、一汽-大众分获豪华车、主流车品牌影响力第一

2021年9月17日，上海 — 全球领先的消费者洞察和市场研究机构 **J.D. Power(君迪)** 今日正式发布 2021 中国新车购买意向研究SM (NVIS)。研究显示，在未来半年内有购车意向的人群中，近四分之一的消费者将智能化体验作为最重要的购车决策因素。

这是 J.D. Power 连续第 13 年发布中国新车购买意向研究。该研究重点考察了意向购车者对汽车品牌的认知和态度、使用的信息渠道、具体考虑购买的品牌和车型、偏好的汽车配置和购买考虑要素等。意向购车者是指计划在未来 6 个月内购车的消费者。研究包含的品牌影响力得分 (BIS) 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。

研究发现，中国消费者对于智能化配置的需求高涨。在影响购车决策的七要素中，汽车智能化体验占据了 14% 的权重，且有 24% 的意向购车者认为汽车的智能化体验是其最重要的购车考虑因素。同时，研究也发现，缺乏新技术或科技感已成为潜客人群第三大购车顾虑。

J.D. Power 中国区联合研究总经理王庆华表示：“在智能化的浪潮下，车辆的科技感已经成为消费者购车时的重要考虑因素。厂商应把消费者的需求放在首位，在产品设计时把消费者需求较高的基础科技功能作为标准配置。同时，在推广与落实高科技配置时应有所侧重，针对装配需求高但实际体验感不佳的配置，可以重点改进整体的使用体验，避免进入市场后引起消费者的不满；而针对装备需求低但实际体验较好的配置，可以加强认知教育，提高市场接受度与渗透率，让消费者充分感受到智能化带来的体验优势。”

该研究的其他发现：

- **不同人群的购车偏好差异明显：**95 后女性考虑购买新能源汽车的比例最高，30 至 40 岁的男性对国际品牌燃油车的购买意向更高。在购买原因中，外观造型、良好的购车体验和动力强劲同属男性与女性前五大最主要的购车原因。
- **2021 年行业整体品牌影响力上升：**研究包含的品牌影响力得分 (BIS) 显示，2021 年，行业平均的品牌影响力得分是 621 分，比 2020 年提高 10 分。豪华车市场的品牌影响力得分为 629 分，比去年提升了 20 分；主流车市场的品牌影响力得分为 619 分，比去年提升了 7 分。
- **自主品牌影响力持续上升：**国际品牌在品牌影响力方面依然保持领先，自主品牌尤其是新势力品牌的影响力也有明显提升。部分自主品牌已进入此前由国际品牌主导的“高认知高喜好度”区间，这意味着自主品牌整体拥有了更高的意向购买率。

品牌影响力排名

豪华车市场中，**宝马**（682 分）位居豪华车品牌影响力第一，**奥迪**（678 分）和**梅赛德斯-奔驰**（657 分）分列第二和第三。主流车市场中，**一汽-大众**（680 分）获得主流车品牌影响力第一，**上汽大众**（679 分）和**一汽丰田**（673 分）排名第二和第三。

2021 年中国新车购买意向研究（NVIS）基于 11,266 位意向购车者的反馈，一共涵盖 67 个品牌，数据收集工作分两阶段通过在线调查方式执行，收集时间分别为 2021 年 1 月和 2021 年 6 月。

点击查看 [J.D. Power 中国新车购买意向研究（NVIS）](#)。

了解 **J.D. Power 2021 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：左韵 +86 21 8026 5719/ phyllis.zuo@jdpa.com

###

注：后附两张图表

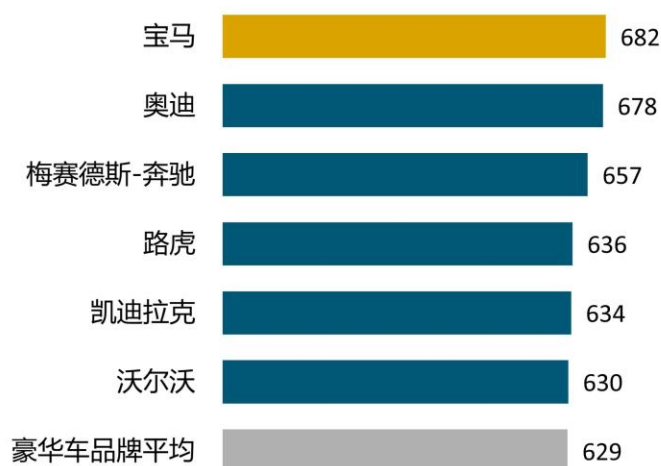
J.D. Power 2021中国新车购买意向研究SM (NVIS)

品牌影响力得分 (BIS) 排名

豪华车品牌

细分市场平均及以上水平

影响力得分 (1000分制)



资料来源: J.D. Power 2021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2021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 2021中国新车购买意向研究SM (NVIS)

品牌影响力得分 (BIS) 排名

主流车品牌

细分市场平均及以上水平

影响力得分 (1000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 2021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2021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。