

J.D. Power研究：购车人群对安全性关注度逐年提升

保时捷、别克和广汽传祺、吉利分别排名豪华车、主流车和自主品牌魅力指数第一

2022年8月18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**2022中国汽车产品魅力指数研究SM（APEAL）**，研究显示，各细分市场的购车人群较2021年相比，均表现出对车辆安全更为重视的态度。

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21%。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。”

今年是J.D. Power连续第20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。2022年中国汽车行业整体魅力指数为730分（研究采用1,000分制），较2021年下降3分。

今年的研究显示，在10项魅力因子中，安全感成为唯一一项在各类细分市场中权重占比均有提升的因子，反映出购车人群对车辆安全性的重视程度逐年提升。与此同时，在安全感这一维度上的魅力指数较2021年下降5分，得分为720分，说明消费者对于车辆安全性的感知和满意度减弱。

J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理杨涛表示：“近期，一些车辆安全类事件引起全行业及消费者的关注。事实上，随着中国汽车市场的不断成熟，消费者也更加趋于理性，在被高颜值和各类酷炫科技所打动的同时，对于车辆的安全性也重新引起重视。汽车厂家在设计和开发一款车型时，除了追逐造型和科技配置的创新突破，还需思考如何为用户带去真正的安全感，从而实现多维度用户体验提升。”

该研究的其他发现：

- **豪华品牌魅力指数行业领先优势明显：**2022年，豪华轿车魅力指数为744分，继续保持行业领先，主流国际品牌（732分）与自主品牌（715分）的魅力指数得分均有不同程度下降。细分市场方面，豪华轿车的魅力指数进步最大，较去年提升3分，小型轿车的魅力指数与去年持平，SUV、MPV和中型轿车的魅力指数则不如上一年。
- **传统能源汽车与新能源车的魅力指数差距进一步扩大：**2022年，传统能源车的魅力指数得分为730分，相较新能源汽车的魅力指数（739分）落后了9分。去年两者差距为2分，今年两者之间差距进一步扩大。
- **燃油经济性成为退步最大的魅力因子：**从中国汽车行业来看，今年在燃油经济性/续航里程方面的得分为728分，较2021年的744分下滑明显。受油价上涨等客观因素影响，消费者对车辆的燃油经济性/续航里程敏感度提升，因此整体满意度较去年有所下降。

排名最高的品牌和车型

保时捷（765 分）获得豪华车品牌第一，宝马（747 分）和雷克萨斯（747 分）并列第二。别克（739 分）获得主流车品牌第一，东风日产（738 分）和一汽丰田（737 分）分别排名第二和第三。中国自主品牌中，广汽传祺和吉利（731 分）排名并列第一，东风风行和荣威（727 分）排名并列第三。

车型层面，今年研究中共有 17 个细分市场的 17 款车型摘得奖项。保时捷品牌获得车型层面奖项的是保时捷 Panamera、保时捷 Macan（并列）和保时捷 Cayenne。梅赛德斯-奔驰品牌获得车型层面奖项的是梅赛德斯-奔驰 GLB 级和梅赛德斯-奔驰 GLC 级（并列）。其他获得各自所在细分市场奖项的车型有奥迪 A5、宝马 5 系列、别克全新 GL8、奇瑞艾瑞泽 5 Plus、东风风神 AX7、广汽传祺 GS3、吉利缤瑞、哈弗 M6、本田 LIFE、丰田亚洲狮、大众 CC 和大众途昂。

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。

2022年中国汽车产品魅力指数研究（APEAL）是基于2021年6月至2022年3月期间购买新车的35,277位传统燃油车车主的评价。研究涵盖56个品牌的247款车型。数据收集工作于2021年12月至2022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 2022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

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：后附五张图表

J.D. Power 2022中国汽车产品魅力指数研究SM (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)



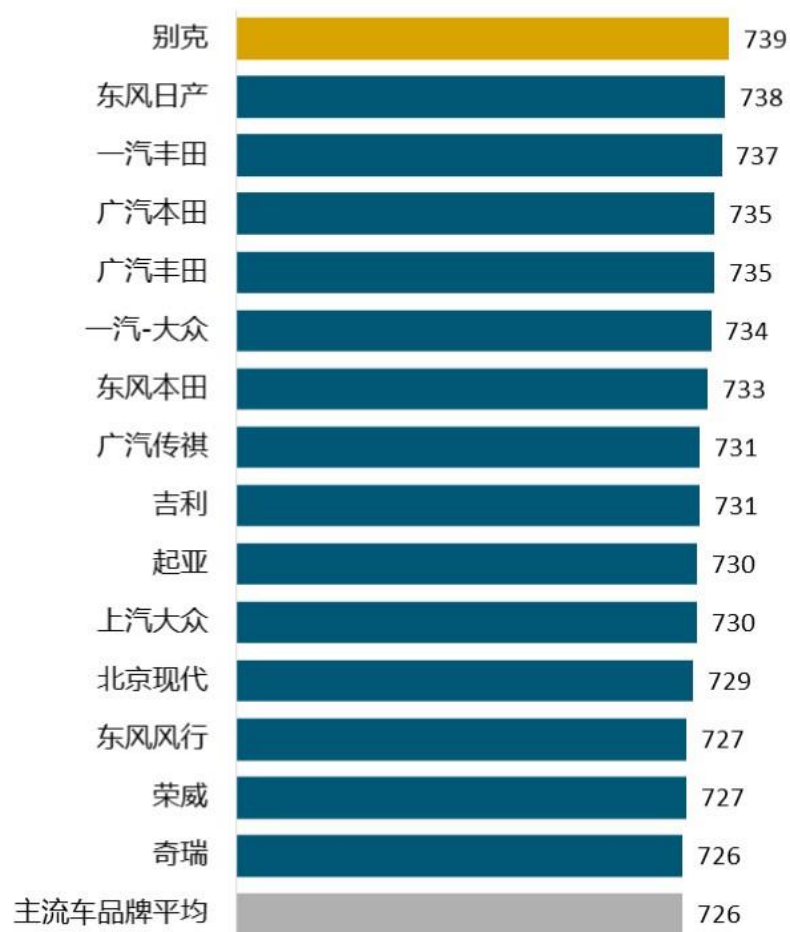
注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；无足量车型（即所有车型样本量均不足100）的品牌不参与品牌排名。

资料来源：J.D. Power 2022 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2022 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 2022中国汽车产品魅力指数研究SM (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)



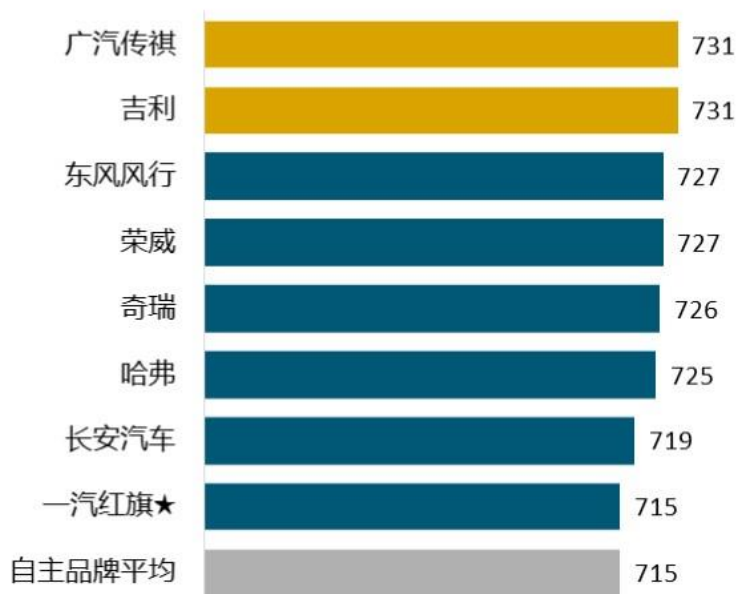
注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列；无足量车型（即所有车型样本量均不足100）的品牌不参与品牌排名。

资料来源：J.D. Power 2022 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2022 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 2022中国汽车产品魅力指数研究SM (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 2022 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2022 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 2022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

紧凑型高端轿车

第一名：本田LIFE
第二名：大众Polo
第三名：本田飞度

中型高端轿车

第一名：大众CC
第二名：日产天籁
第三名：丰田亚洲龙

中型基础轿车

第一名：奇瑞艾瑞泽5 Plus
第二名：长安逸动Plus
第三名：现代悦动

紧凑型豪华轿车

第一名：奥迪A5
第二名：宝马3系列
第三名：凯迪拉克CT5

中型轿车

第一名：吉利缤瑞
第二名：吉利星瑞
第三名：丰田雷凌

中型豪华轿车

第一名：宝马5系列
第二名：雷克萨斯ES
第三名：凯迪拉克CT6

中型高端经济型轿车

第一名：丰田亚洲狮
第二名：大众凌渡
第三名：别克威朗 Pro/Pro GS

大型豪华轿车*

第一名：保时捷Panamera

* 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2022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MPV、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 2022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2022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 2022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、MPV细分市场

微型SUV*

第一名：广汽传祺GS3
第二名：吉利远景X3

紧凑型豪华SUV

第一名：梅赛德斯-奔驰GLB级
第二名：雷克萨斯NX（并列）
第二名：梅赛德斯-奔驰GLA级（并列）

紧凑型SUV

第一名：哈弗M6
第二名：日产逍客（并列）
第二名：丰田C-HR（并列）

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：凯迪拉克XT6

中型SUV

第一名：东风风神AX7
第二名：奇瑞瑞虎8 Plus（并列）
第二名：大众探岳（并列）

大型豪华SUV*

第一名：保时捷Cayenne
第二名：梅赛德斯-奔驰GLE级

大型SUV

第一名：大众途昂
第二名：本田冠道
第三名：大众揽境

大型MPV

第一名：别克全新GL8
第二名：别克新GL8
第三名：本田艾力绅

* 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2022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MPV、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 2022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2022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。