

J.D. Power 研究：新能源主流车型陷入“最卷泥潭”，中国消费者持续追捧智能座舱

梅赛德斯-奔驰、阿维塔、领克和极氪分获所在细分市场品牌创新奖第一

2024年8月8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2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)，这是J.D. Power连续第5年发布这一研究，该研究衡量了拥车期为2至6个月的燃油车和新能源车的新车车主对31项先进技术配置和8项基础技术配置的质量反馈及使用体验，综合考量先进配置的装配率和使用率表现，从而计算品牌创新指数（以1,000分计），对汽车品牌的整体创新能力进行评价。2024年TXI的先进技术配置分为智能座舱和智能驾驶两个类别，其中智能座舱的先进技术配置为25个，智能驾驶的先进技术配置为14个。

研究显示，2024年，中国汽车行业智能化水平再创新高，智能化创新指数由2023年的528上升至550分。作为衡量先进配置渗透率的市场深度指数上升至195分，较去年大幅上涨44分。其中，主流新能源车型涨幅最为显著，由去年的181分跃升至246分，相当于平均增加了1.6个配置，可谓陷入“最卷泥潭”。科技平权造福消费者的同时，如何实现盈利成为车企们的“新困局”。

J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理杨涛表示：“在车市内卷的主旋律下，各家车企纷纷在智能化配置上加码，市场深度指数的大幅提升进一步推高了整个行业的智能化创新指数。今年研究结果显示，用户高频使用和再购意愿更高的依旧是智舱相关配置，但我们也注意到，相较去年，更多智驾配置的日常使用频次也在增加。随着各家车企智驾方案的升级，这一趋势将会加速发展。与此同时，对科技配置工作稳定性和准确性的抱怨持续上升。对于车企来说，在卷配置的当下，如何提升用户对科技配置的感知程度并做好质量把控，才是成功打动消费者的关键。”

以下为2024年研究的其他发现：

- **新能源市场智能化配置渗透率领跑：**2024年，在新能源与传统能源的细分市场中，豪华新能源品牌的市场深度指数为327分，大幅领先豪华传统能源品牌117分。主流市场中，新能源品牌（246分）与传统能源品牌（155分）也拉开了91分的差距。尽管在市场深度上差距显著，但在功能表现上，两大能源类别的差距却不明显，尤其在主流市场中，主流传统能源品牌（870分）与主流新能源品牌（873分）仅相差3分，而在豪华市场中，两者也仅相差8分。
- **消费者可感知的配置数量连续四年上升：**2024年，消费者在车辆上平均可感知到的先进配置数量为4.9个，较上一年上升1.1个，且连续四年上涨。这表明在中国车市激烈的竞争下，各车企在比拼智能化配置数量的同时，消费者在日常用车中也更多地感知和使用到了先进配置。
- **智能座舱受到消费者青睐：**在车辆未装配先进配置的用户中，他们依然对智能座舱中的高渗透配置，如在线实时导航、车载智能语音助手、官方车控APP、数字钥匙等，表现出极强的购买意愿，而对智能驾驶相关配置的购买意愿相对偏低。这反映出智能座舱相关的科技配置在中国消费者心中的接受度更高，并且在购车时更为看重。
- **科技配置的稳定性和准确性受到消费者诟病：**在先进配置的使用问题中，功能不稳定/不准确的问题抱怨占有所有问题类型的45%，这一比例连续三年上升。智能座舱和智能驾驶中，该类问题占比分别为46%和39%，均为质量抱怨中占比最高的问题类型，反映出随着智能化配置渗透率的增加和消费者使用频率的逐步上升，消费者对功能的稳定性和准确性提出了更高的要求 and 期待。

2024 年中国汽车智能化体验研究品牌创新指数排名

豪华传统能源汽车中，**梅赛德斯-奔驰**以598分排名第一，**林肯**（575分）和**路虎**（569分）分别排名第二和第三。

豪华新能源汽车中，**阿维塔**以660分排名第一，**蔚来**（654分）和**智己**（644分）分别排名第二和第三。

主流传统能源汽车中，**领克**以578分排名第一，**广汽传祺**（573分）和**星途**（571分）分别排名第二和第三。

主流新能源汽车中，**极氪**以667分排名第一，**小鹏**（657分）和**理想**（651分）分别排名第二和第三。

J.D. Power汽车智能化体验研究SM（TXI）是J.D. Power继新车质量研究（IQS）和汽车产品魅力指数研究（APEAL）之后的又一项重要产品类行业标杆研究。与基于整车层面展开的新车质量研究和汽车产品魅力指数研究不同，智能化体验研究（TXI）针对具体的先进技术配置进行研究，有助于汽车厂商了解消费者对先进技术配置的认知，在先进技术配置被大规模使用之前对其及时进行调整，从而改善未来车主的体验。

2024 中国汽车智能化体验研究SM（TXI）基于 2023 年 6 月至 2024 年 3 月之间购车的 30,052 位传统能源车主和 2023 年 6 月至 2024 年 1 月之间购车的 8,830 位新能源车主的真实反馈。研究覆盖 45 个品牌的 198 款传统能源车型和 40 个品牌的 93 款新能源车型，数据收集工作于 2023 年 12 月至 2024 年 5 月间分别在 81 个中国主要城市进行。

欲了解 J.D. Power 2024 中国汽车智能化体验研究SM（TXI）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 是全球汽车数据和分析领域的领导者，为汽车业内和部分非汽车业内企业提供行业信息、消费者洞察和咨询解决方案。J.D. Power 利用丰富的独有数据资源和强大的软件算力，结合先进的分析和人工智能工具，帮助客户优化业务绩效。J.D. Power 成立于 1968 年，在北美、欧洲和亚太地区均设有办事处。欲了解更多公司相关业务信息，请访问 china.jdpower.com，或关注 J.D. Power 中国官方微信和官方微博。

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

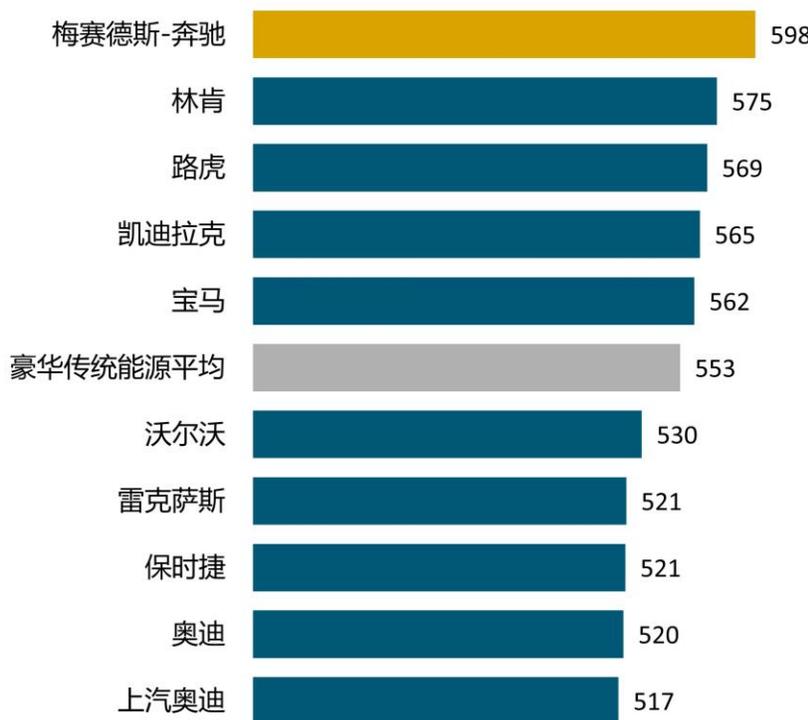
###

注：后附四张图表

J.D. Power 2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

豪华传统能源汽车

品牌创新指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字字母排序。
小样本 (n=30~99) 与不足量样本 (n<=29)，均不展示具体成绩。

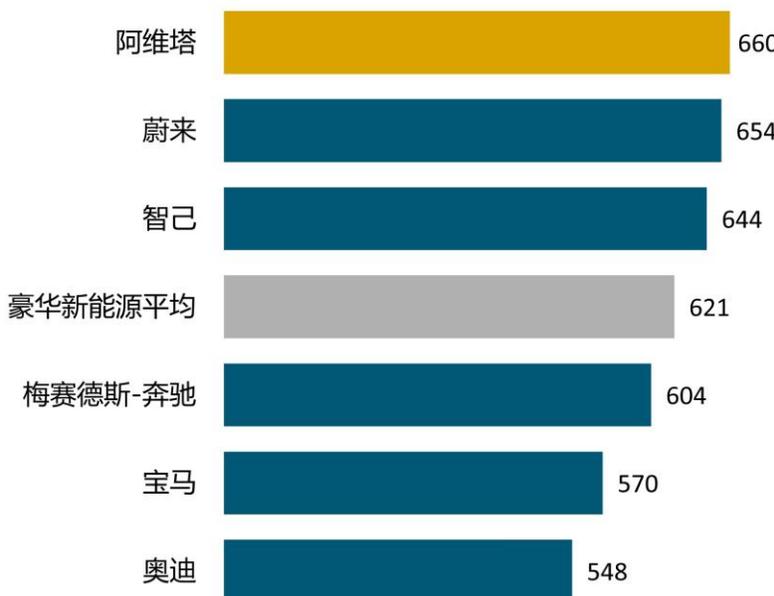
资料来源：J.D. Power 2024 中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

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2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)。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 2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

豪华新能源汽车

品牌创新指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字字母排序。

小样本 (n=30~74) 与不足量样本 (n<=29), 均不展示具体成绩。

新能源车整体市场规模仍较小, 特别是豪华新能源车细分市场, 而智能化体验研究对合格样本要求较高, 为更好表彰并认可此细分市场中领先的品牌, 推进智能化领域的进步, 豪华新能源车细分市场的足量阈值调整为75 (n>=75)。同时, 豪华新能源车细分市场仍需在NEV-IQS中满足足量样本 (n>=100)。

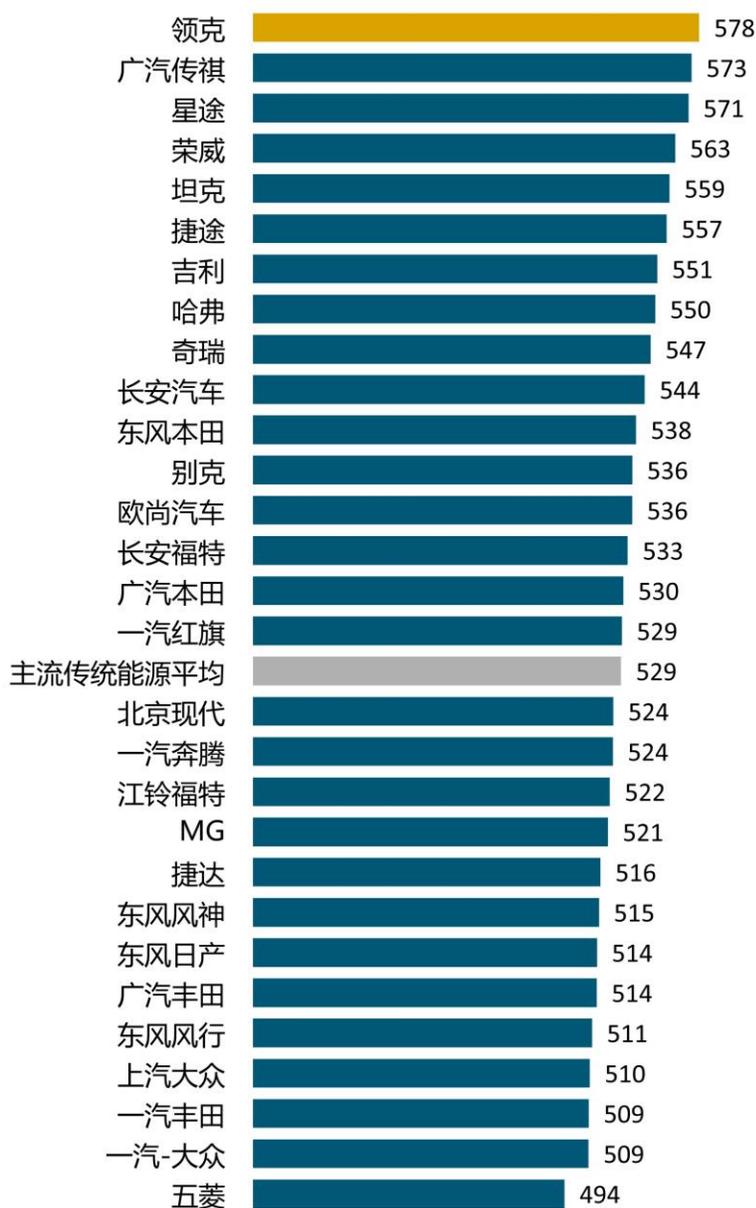
资料来源: J.D. Power 2024 中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

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2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)。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 2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

主流传统能源汽车

品牌创新指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照英文名字字母排序。
小样本 (n=30~99) 与不足量样本 (n<=29)，均不展示具体成绩。

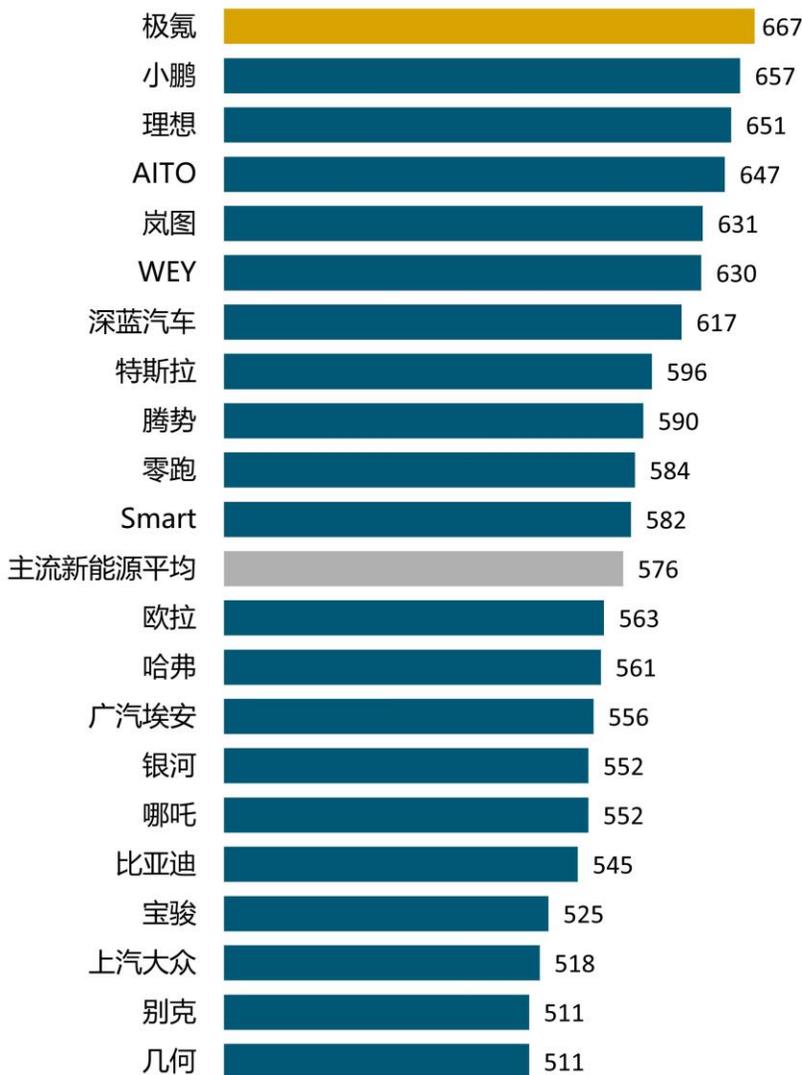
资料来源：J.D. Power 2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

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2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)。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 2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

主流新能源汽车

品牌创新指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照英文字母排序。

小样本 (n=30~99) 与不足量样本 (n<=29), 均不展示具体成绩。

资料来源：J.D. Power 2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

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2024中国汽车智能化体验研究SM (TXI)。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。