

J.D. Power研究：燃油车新上市车型成功赢得消费者青睐，喜爱度创近年来新高

保时捷、一汽-大众、奇瑞分别排名豪华品牌、主流品牌和自主品牌魅力指数第一

2024年8月22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中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)，这是J.D. Power连续第22年发布这一研究。该研究衡量了燃油车新车车主在购车2至6个月内拥有和驾驶车辆的各方面体验，从而最终整合出让新车购买者感到兴奋和欣喜的车辆要素设计组合，是汽车厂商设计和开发车辆的重要依据。

研究显示，2024年中国燃油车行业整体魅力指数为737分（采用1,000分制），较2023年略降1分。从车型维度来看，新上市车型的魅力指数创五年来新高，从去年的723分跃升至741分，大幅提升18分；而延续车型的魅力指数则为737分，较上一年下降2分。这一趋势反映出燃油车在研发与设计水平上的持续提升，新上市车型成功赢得了消费者的青睐。新车魅力指数的显著增长，主要得益于外观造型、驾驶感受和驾驶舒适性方面的进步。

J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理杨涛表示：“在新能源车渗透率不断攀升的背景下，传统燃油车正面临前所未有的挑战。新能源车凭借其在设计语言和智能化技术上的创新，正在重塑行业格局。若要在这场竞争中保持行业地位，燃油车品牌必须重新思考自身特点与优势，回归目标消费者的用车旅程、场景、任务和体验，深入洞察不同人群的偏好，精准定位，在外观设计、油耗表现以及智能座舱体验等关键领域寻求突破，与新能源车形成差异化竞争。”

该研究的其他发现：

- **自主品牌、主流国际品牌与豪华品牌间的差距进一步扩大：**2024年，豪华品牌的魅力指数为771分，较上一年上涨14分。主流国际品牌由2023年的738分下降至736分，自主品牌的魅力指数降幅较为明显，由2023年的722分下降至713分。
- **传统燃油车对女性车主的吸引力减弱：**2024年，燃油车在女性车主中的魅力指数为732分，比上一年下降10分，降幅最大的因子是车载信息娱乐系统。与之相对，新能源车在女性车主中的满意度持续上升，魅力指数达到792分，较上一年大幅提升16分，其中对信息娱乐系统的满意度增长显著。
- **消费者对油耗表现的关注度显著提升：**燃油经济性的因子权重从2023年的15.4%上升至17.2%，不仅成为今年增长最为显著的因子，也是所有因子中权重最高的。这一趋势表明，随着消费者对用车成本、环保的日益关注，他们对燃油车经济性的要求也在不断提升。
- **品牌官方APP安装率稳步提升：**各品牌阵营中，官方APP安装率均有所上升，豪华品牌的APP安装率达到67%，较上一年增加了7个百分点。主流国际品牌和自主品牌的安装率则分别为53%和48%，较上一年分别上涨了10个百分点和6个百分点。尽管安装率有所提高，但车主在使用手机、智能手表或其它智能设备远程操控车辆的体验并未全面改善。研究显示，除了豪华品牌APP体验满意度小幅上升外，主流国际品牌和自主品牌的APP使用体验得分均与去年持平。

排名最高的品牌和车型

保时捷（786分）获得豪华品牌第一，宝马（775分）和奥迪（774分）分别排名第二和第三。一汽-大众（755分）获得主流品牌第一，别克（750分）和东风日产（745分）分别排名第二和第三。奇瑞（742分）获得自主品牌第一，吉利（741分）和荣威（739分）分别排名第二和第三。

车型层面，今年研究中共有 18 个细分市场的 20 款车型摘得奖项。奇瑞品牌获得车型层面奖项的是**奇瑞瑞虎 8**和**奇瑞瑞虎 8 Plus**。广汽传祺品牌获得车型层面奖项的是**广汽传祺 GS3 影速**和**广汽传祺 GS8**。保时捷品牌获得车型层面奖项的是**保时捷 Panamera**和**保时捷 Macan**。其他获得各自所在细分市场奖项的车型有**奥迪 A4L**、**宝马 5 系列**、**别克全新 GL8**、**凯迪拉克 XT4**、**吉利帝豪**、**本田雅阁**、**本田 XR-V**、**路虎揽胜**、**梅赛德斯-奔驰 E 级**、**日产轩逸经典**、**丰田威兰达**、**大众宝来**、**大众凌渡 L**、**沃尔沃 XC60**。

中国汽车产品魅力指数研究SM（APEAL）围绕新车的各个方面来衡量燃油车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。

2024年中国汽车产品魅力指数研究SM（APEAL）是基于2023年6月至2024年3月期间购买新车的32,728位传统燃油车车主的评价。研究涵盖48个品牌的221款车型。数据收集工作于2023年12月至2024年5月间在81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SM（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 2024中国汽车产品魅力指数研究SM（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 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。

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

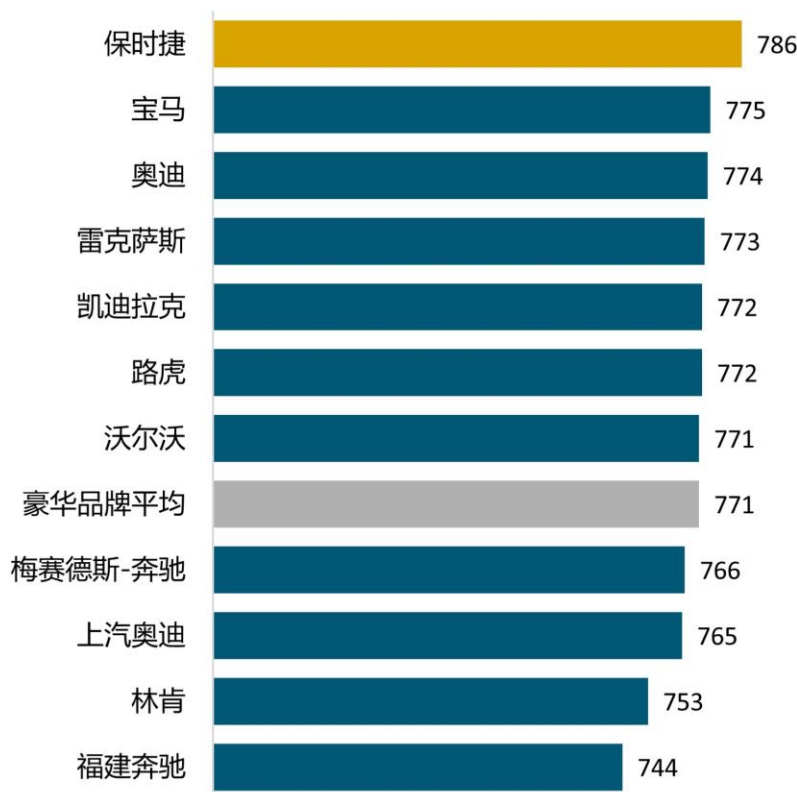
###

注：后附七张图表

J.D. Power 2024中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

豪华品牌排名

品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照品牌英文名称字母排序。

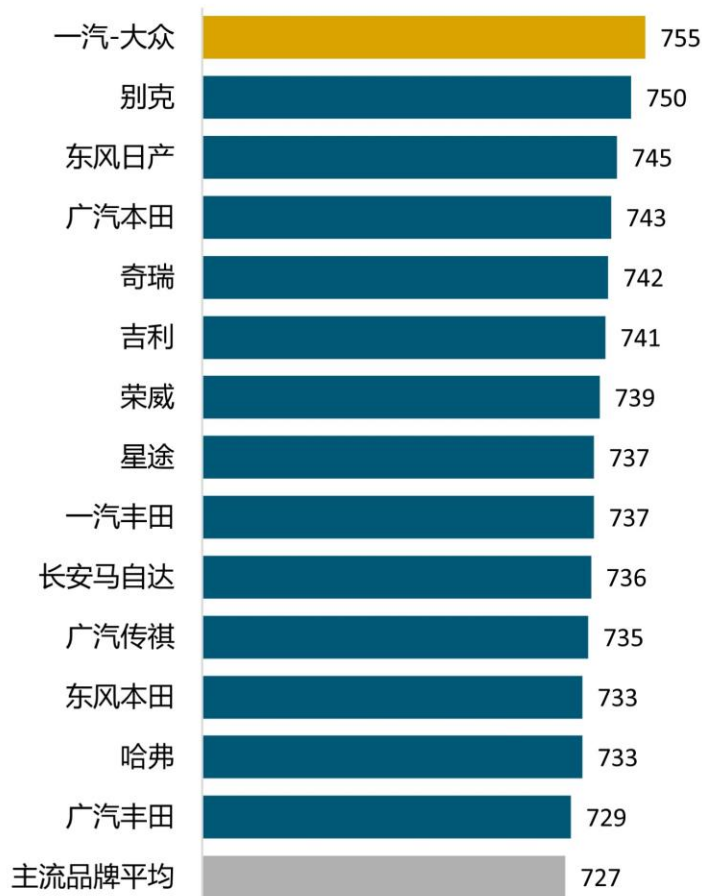
资料来源：J.D. Power 2024 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2024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 2024中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

主流品牌排名 (1/2)

品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照品牌英文名称字母排序。小样本 (n=30~99) 和无足量车型的品牌，均不具体展示成绩。

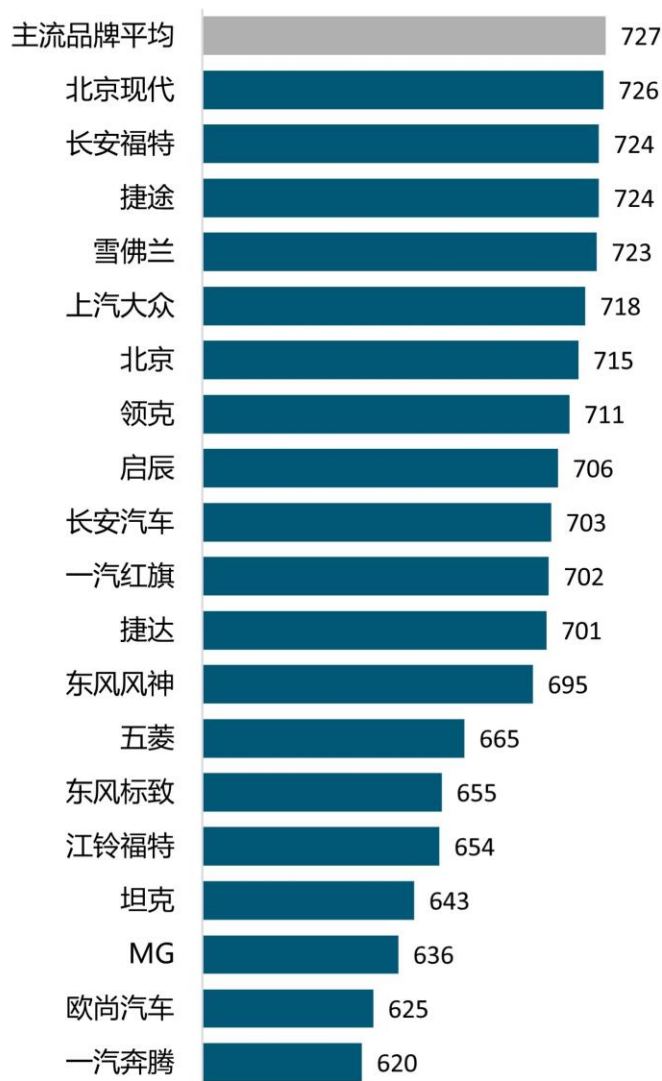
资料来源：J.D. Power 2024 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2024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 2024中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

主流品牌排名 (2/2)

品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照品牌英文名称字母排序。小样本 (n=30~99) 和无足量车型的品牌，均不具体展示成绩。

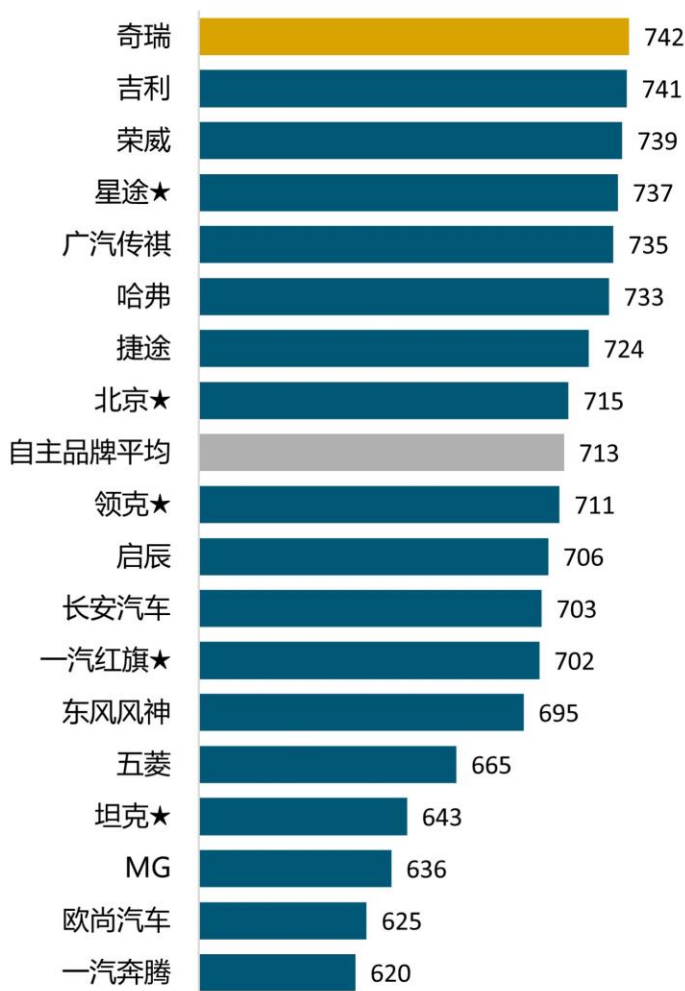
资料来源：J.D. Power 2024 中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

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2024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 2024中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

自主品牌排名

品牌魅力指数 (1,000分制)



注：得分相同的品牌按照品牌英文名称字母排序。小样本 (n=30~99) 和无足量车型的品牌，均不具体展示成绩。
★为自主高端品牌，50%以上的销量来自自主高端车型的品牌定义为自主高端品牌。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。

资料来源：J.D. Power 2024 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2024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 2024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

紧凑型轿车*

第一名：吉利帝豪
第二名：荣威i5

紧凑型高端轿车

第一名：大众宝来
第二名：丰田雷凌
第三名：本田飞度（并列）
第三名：丰田卡罗拉（并列）

紧凑型豪华轿车

第一名：奥迪A4L
第二名：宝马3系列
第三名：宝马4系列（并列）
第三名：雷克萨斯ES（并列）

中型经济型轿车*

第一名：日产轩逸经典

中型轿车

第一名：大众凌渡L
第二名：吉利星瑞
第三名：大众速腾

中型高端轿车

第一名：本田雅阁
第二名：本田Inspire
第三名：大众迈腾

中型豪华轿车*

第一名：宝马5系列（并列）
第一名：梅赛德斯-奔驰E级（并列）

大型豪华轿车

第一名：保时捷Panamera
第二名：宝马7系列
第三名：梅赛德斯-奔驰S级

注：*表示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。

资料来源：J.D. Power 2024 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2024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 2024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细分市场

紧凑型SUV

第一名: 广汽传祺GS3影速
第二名: 长安CS35 Plus
第三名: 哈弗M6 Plus

紧凑型高端SUV

第一名: 本田XR-V
第二名: 长安CS75
第三名: 领克06

紧凑型豪华SUV

第一名: 凯迪拉克XT4
第二名: 梅赛德斯-奔驰GLA级
第三名: 奥迪Q3

中型经济型SUV

第一名: 奇瑞瑞虎8
第二名: 奇瑞瑞虎7 Plus
第三名: 长安UNI-T

中型SUV

第一名: 奇瑞瑞虎8 Plus
第二名: 马自达CX-5
第三名: 捷途X70 Plus

中型高端SUV

第一名: 丰田威兰达
第二名: 大众途观 L
第三名: 福特锐际

中型豪华SUV

第一名: 保时捷Macan (并列)
第一名: 沃尔沃XC60 (并列)
第三名: 梅赛德斯-奔驰GLC级

大型SUV

第一名: 广汽传祺GS8
第二名: 大众揽境
第三名: 别克昂科威Plus

大型豪华SUV

第一名: 路虎揽胜
第二名: 路虎卫士
第三名: 保时捷Cayenne

资料来源: J.D. Power 2024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2024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 2024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 MPV细分市场

大型MPV

第一名：别克全新GL8

第二名：广汽传祺M8

第三名：丰田格瑞维亚

注：在2024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 2024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2024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。