

J.D. Power 研究发布：智能化创新指数持续攀升，功能表现指数四年首降，智能化竞争进入新阶段

梅赛德斯-奔驰、AITO、坦克和极氪分获所在细分市场品牌创新奖第一

2026年5月28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 2026 年中国汽车智能化体验研究SM (TXI)，是 J.D. Power 连续第七年在中国发布这一研究，该研究主要衡量拥车期为 2 至 6 个月的新车车主（燃油车和新能源车）对技术配置的质量反馈和使用体验，通过品牌创新指数（以 1,000 分计）对整体创新能力进行评价。品牌创新指数由“功能表现指数”和“市场深度指数”构成，两项指数分别反映技术配置的“质量表现和用户体验”以及“市场渗透程度”。

研究显示，2026 年中国汽车智能化水平持续提升，TXI 创新指数再增 70 分，达到 658 分。衡量先进配置渗透率的市场深度指数显著增长至 428 分，功能表现指数则回落至 875 分，为四年来首次下滑——中国汽车市场先进配置的市场深度和功能表现出现分化。从能源类型上来看，新能源车在市场深度层面继续领先燃油车，并且优势进一步扩大；从品牌阵营来看，新势力品牌继续引领智能化水平提升，阵营之间市场深度水平差距拉大。

J.D. Power 中国区汽车产品力解决方案事业部总经理王牲表示：用户对智能化的功能表现评价出现拐点，这表明单纯堆配置、拼数量的内卷模式已进入瓶颈，未来车企智能化竞争的重点应从“扩充配置”转向“打磨体验”。

从质量表现维度看，用户对智能化的抱怨主要集中在体验端，而非故障问题。其中“工作不稳定/不准确”占比达 48%，成为最突出痛点——堆配置带来的体验一致性问题集中爆发。从品牌阵营来看，新势力品牌在保持配置竞争力的同时，有效地控制了质量问题增长；自主新创品牌则呈现高渗透、高抱怨特征；与之相反，国际品牌虽体验更稳健，但配置搭载节奏保守，难以赢得用户心智。

在用户体验满意度表现维度方面，响应速度与有效性成为影响满意度的关键因素。对用户而言，稳定流畅的交互、精准可靠的执行，远胜于低频的功能炫技和冗长的学习过程。尤其是年轻用户群体，对配置感知率最高、抱怨也最突出，对响应速度、有效性、界面美观的敏感度显著高于其他用户。

如今，中国汽车智能化发展面临速度、质量和满意度的博弈。功能越来越丰富、体验链路越来越长、迭代速度越来越快，这对厂商的研发能力和成本控制提出了更多挑战。厂商只有深度思考自研、生态与供应链体系的边界和协同，优化配置搭载逻辑，追求智能化体验的一致性与独特性，才能满足日益增长的用户需求。

以下为该研究的亮点发现：

- **智能化配置的感知率持续增强：**2026 年用户感知使用配置数量达到 10.7 个。其中，新能源车提升幅度尤为明显。燃油车配置渗透率增幅相对落后，同价位段燃油车的配置感知率普遍低于新能源车。同时，研究显示 10 万以下用户群体对智能辅助驾驶配置的感知使用率处于低位。
- **稳定性问题凸显，响应速度与有效性成关键：**尽管智能化水平整体提升，但功能表现的复杂性也在增加。质量表现方面，2026 年行业整体质量抱怨量同比增长 22 个 PP100，其中用户对智能座舱抱怨总量更高，但对智能辅助驾驶抱怨增幅更大。总体而言，先进配置各问题类别中，“不稳定/不准确”问题占比升至 48%；与此相对，“不易理解/难以使用”问题相关抱怨占比明显降低。从品牌阵营来

看，自主新势力品牌的智能化落地质量表现稳健，自主新创与豪华国际品牌则需重点关注高配下的质量问题。

- **00 后成为智能化体验风向标：**00 后对智能化的感知力最强、敏感度最高，对市场深度的认可度在全代际中领跑，这在新能源市场更为显著。在质量表现方面，他们对“不稳定/不准确”问题的抱怨尤为突出；在用户体验方面，00 后是对“不佳体验”容忍度最低的群体之一，也是对“有效性+响应速度+界面美观”最敏感的用户群体。00 后对科技感配置有更高的理念认可，同时也对场景化娱乐配置有更强的使用需求。科技感/健康类配置在 00 后中存在更高再购意向，而配置的价值传递是关键瓶颈。
- **场景化智能辅助驾驶及座舱体验需求爆发：**车外智能灯光、安全离车辅助、领航辅助驾驶、车内智能联动氛围灯等的渗透率均有大幅提升，分别提升 35%，32%，31%及 28%。存量用户实用价值分析显示，大多数先进配置的实际使用价值有待进一步挖掘，领航辅助驾驶、车内多场景模式、车外智能灯光、智能交互座椅联动等，是打造差异化产品的最优选择。

2026 年中国汽车智能化体验研究品牌创新指数排名

豪华传统能源市场中，**梅赛德斯-奔驰**以 **703** 分排名第一，**宝马**（**683** 分）和**保时捷**（**680** 分）分别排名第二和第三。

豪华新能源市场中，**AITO** 以 **815** 分排名第一，**腾势**（**806** 分）排名第二。

主流传统能源市场中，**坦克**以 **668** 分排名第一，**广汽传祺**（**637** 分）排名第二，**长安汽车**（**635** 分）和**奇瑞**（**635** 分）并列第三。¹

主流新能源市场中，**极氪**以 **794** 分排名第一，**阿维塔**（**787** 分）和**理想**（**786** 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。

2026 中国汽车智能化体验研究SM（TXI）基于 2025 年 5 月至 2026 年 2 月之间购车的 32,813 位车主的真实反馈。研究覆盖 34 个品牌的 127 款传统能源车型，以及 48 个品牌的 128 款新能源车型，数据收集工作在中国 81 个主要城市进行，传统能源数据收集工作于 2026 年 1 月至 4 月间进行，新能源数据收集工作于 2025 年 11 月至 2026 年 2 月间进行。

了解 J.D. Power 2026 中国新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|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。

¹ 注：得分相同的品牌按照英文首字母排序。

媒体联系： 王思嘉 +86 21 8026 5719/ sijia.wang@jdpa.com

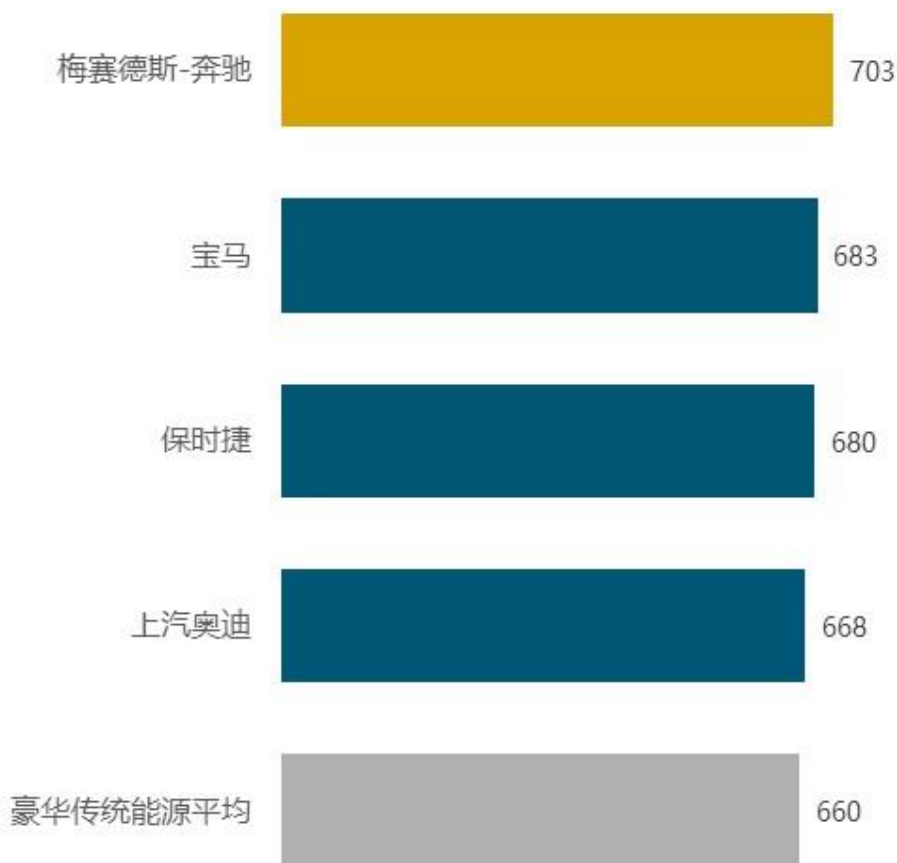
###

注：后附三张图表

J.D. Power 2026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：得分相同的车型根据英文首字母先后顺序排列。

资料来源：J.D. Power 2026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J.D. Power 2026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 2026中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

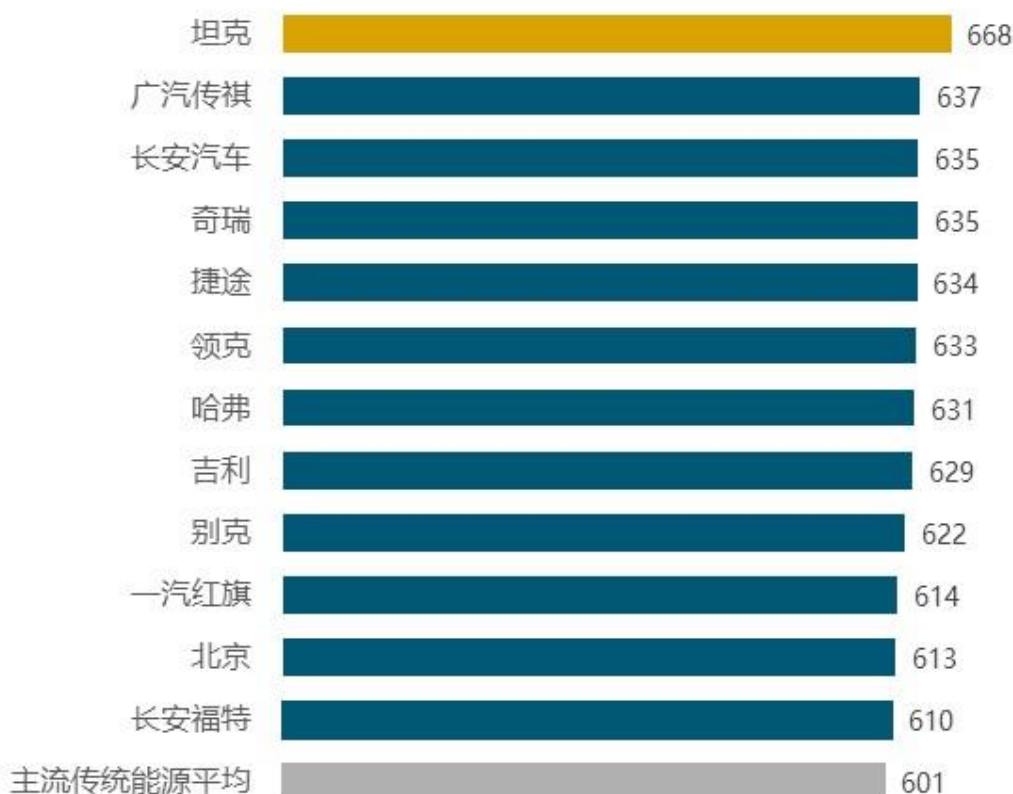
豪华新能源汽车

品牌创新指数 (1,000分制)



主流传统能源汽车

品牌创新指数 (1,000分制)



注：得分相同的车型根据英文首字母先后顺序排列。

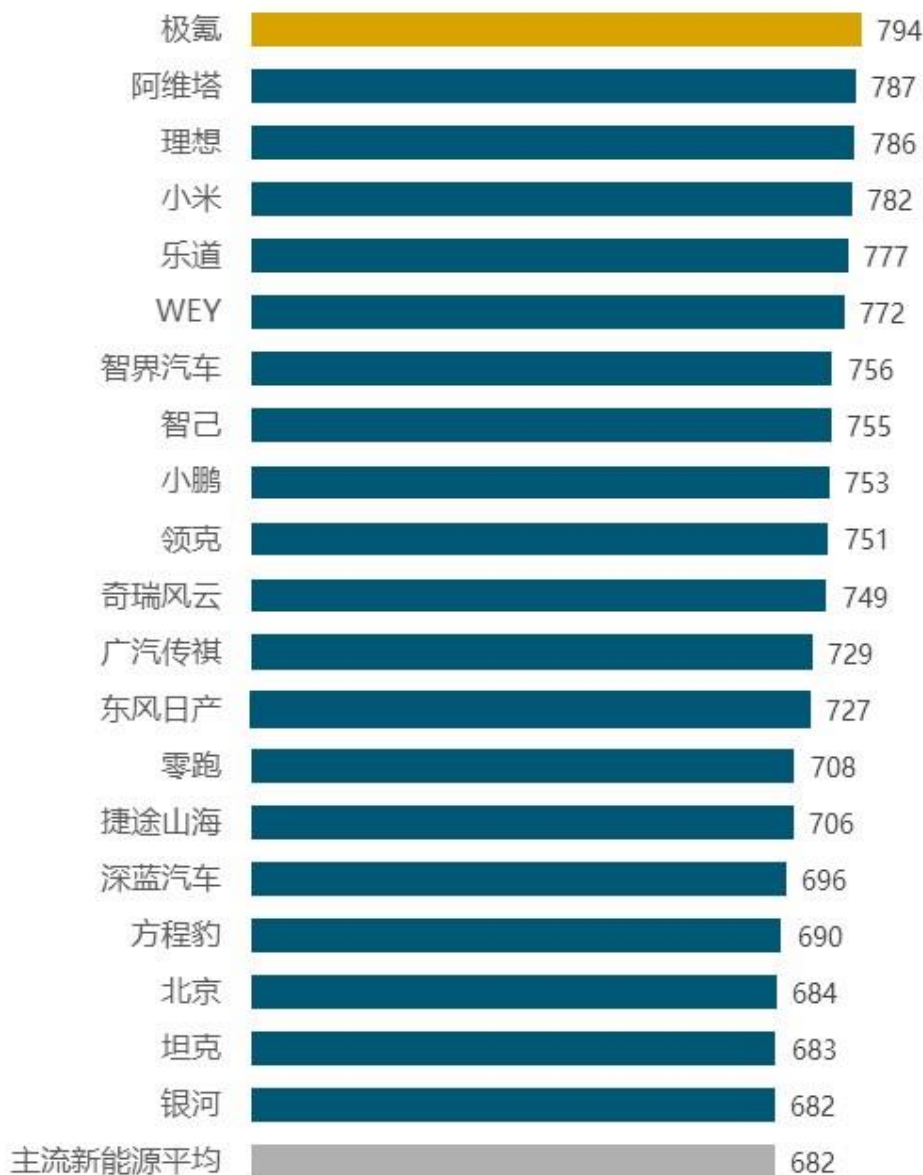
资料来源：J.D. Power 2026中国汽车智能化体验研究SM (TXI)

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J.D. Power 2026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 2026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：得分相同的车型根据英文首字母先后顺序排列。

资料来源：J.D. Power 2026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J.D. Power 2026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。