

J.D. Power 研究发布：产品魅力指数持续提升，车辆性能与智能化体验成核心增长点

路虎、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

2026 年 6 月 11 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 年中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)，这是 J.D. Power 连续第 24 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，2026 年中国燃油车行业整体魅力指数为 762 分（采用 1,000 分制），较 2025 年上升 11 分。车辆性能、上/下车与车载信息娱乐系统成为主力提升因子（较 25 年分别增长 21 分、17 分、17 分），且上/下车与车载信息娱乐系统因子同样获得显著权重提升，显示燃油车用户对动力响应与智能交互需求提升。

新车魅力指数的显著增长，主要得益于车辆性能（+21 分）、车载信息娱乐系统（+17 分）、上/下车（+17 分）等因子的进步。从品牌维度来看，自主品牌（758 分）与主流国际品牌（760 分）表现进一步提升，均提升 13 分；豪华品牌（770 分）魅力表现在 2025 年短暂下降后，回弹 4 分，但领先主流国际品牌及自主品牌的优势正进一步减弱。

J.D. Power 中国区汽车产品力解决方案事业部总经理王甦认为：2026 年燃油车 APEAL 分数继续稳步提升，其中车载信息娱乐系统的满意度分数与权重均大幅增长。燃油车智能化水平的提升，既得益于新能源智能化发展的带动，也与混动车型的增加密切相关。

混动车型不仅能突破油电转化的效率瓶颈，还能显著改善车辆的动力输出与 NVH 表现。目前混动车型主要集中在国际品牌和豪华品牌，价格高于传统燃油车。随着消费者对智能化、动力和燃油经济性的要求不断提高，可以预见未来将有更多本土品牌加入这一赛道的竞争。

燃油车在三四线城市的销售占比大幅下降，而新能源渗透率逐年提升，折射出低线市场对燃油经济性和智能化配置的强烈需求。厂商需要重新思考燃油车在低线市场的产品布局，以守住这一重要的市场基盘。

此外，女性用户对燃油车的满意度提升幅度远低于男性，但对新能源车的满意度则大幅提升 16 分。厂商需要及时调整燃油车的设计风格，以更好地留住女性用户和家庭用户群体。

以下为该研究的亮点发现：

- **燃油车高端与低端市场同步萎缩，20-30 万价格段成为燃油车新增长极：**2026 年，在 10 万以下市场，自主品牌份额从 2024 年的 65% 提升至 71%，形成垄断，然而在 20 万以上市场始终未能形成突破；豪华品牌在 30 万以上市场占据绝对份额，同时在 20-30 万价格带份额从 2024 年的 34% 提升至 41%。主流国际品牌在 20-30 万价格段面临豪华品牌强势挤压，份额持续承压。
- **黑白双色主导地位持续强化，市场审美正经历一轮“经典色反潮”：**燃油车黑白双色合计占比从去年的 78% 提升至 85%，新能源车从 62% 提升至 65%，且外观满意度同样呈上升趋势。燃油车消费者对车身颜色的选择更趋经典和保守，将色彩风险降至最低，黑白灰成为“安全牌”。

- **豪华市场“去纯油化”趋势明确，混合动力成为主流选择之一：**豪华品牌的混合动力车型销量占比从 2024 年的 30.8%稳步提升至 2026 年的 43.4%，远高于行业平均。这反映出豪华品牌正系统性地将 HEV 技术融入其主流产品序列，旨在通过电气化改造，显著提升传统动力总成的性能、效率与精致度，实现“高端燃油车”的自我革新。
- **三四线城市燃油车市场占比持续收窄，新能源渗透稳步推进：**随着充电网络在低线市场快速铺开，新能源车使用便利性大幅提升，这使新能源车在三四线城市从“潜在选项”转变为“实用优选”，对同价位燃油车构成实质性竞争压力。三四线城市 10 万以下燃油车份额从 2024 年的 16.7%提升至 20.0%，而 30 万以上份额从 14.5%下降至 10.3%。低线市场燃油车用户预算收缩，消费降级明显。。

排名最高的品牌和车型

路虎（824 分）获得豪华品牌第一，保时捷（813 分）排名第二，雷克萨斯（790 分）排名第三。一汽-大众（780 分）获得主流品牌第一，奇瑞（776 分）排名第二，哈弗（774 分）排名第三。奇瑞（776 分）获得自主品牌第一，哈弗（774 分）和广汽传祺（772 分）分别排名第二和第三。

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。上汽大众品牌获得车型层面奖项的是大众朗逸 Pro 和大众凌渡 L。吉利品牌获得车型层面奖项的是吉利帝豪和吉利缤越 L。长安汽车品牌获得车型层面奖项的是长安 CS55 Plus 和长安 CS75 Pro。梅赛德斯-奔驰品牌获得车型层面奖项的是梅赛德斯-奔驰 E 级和梅赛德斯-奔驰 GLB 级。其他获得各自所在细分市场奖项的车型有 MG 5、雷克萨斯 ES、大众迈腾、奇瑞瑞虎 8 Plus、广汽传祺 GS8、凯迪拉克 XT5、丰田汉兰达、路虎揽胜、别克全新 GL8。

J.D. Power 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购车 2 至 6 个月的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。

2026 年研究是基于 2025 年 7 月至 2026 年 2 月期间购买新车的 14,184 位传统燃油车车主的评价。研究涵盖 37 个品牌，131 款车型，其中 37 个品牌，127 款车型达到足量样本。数据收集工作于 2026 年 1 月至 4 月间在 81 个中国主要城市进行。

了解 J.D. Power 2026 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|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：王思嘉 +86 21 8026 5719/ sijia.wang@jdpa.com

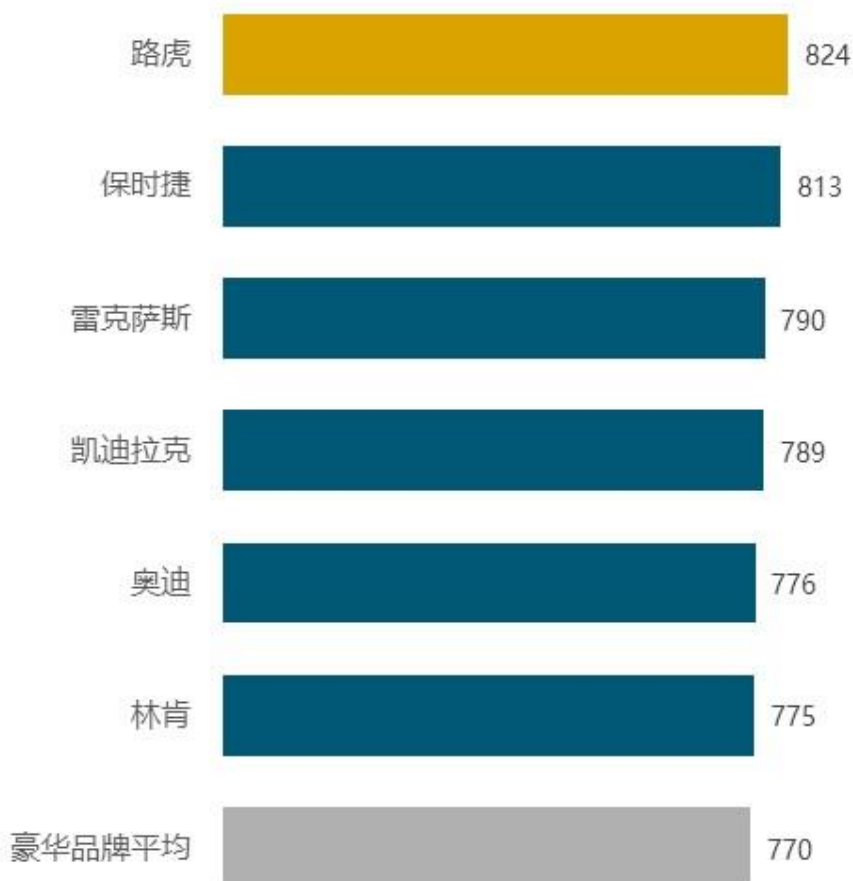
###

注：后附六张图表

J.D. Power 2026中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

豪华品牌

品牌魅力指数 (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。

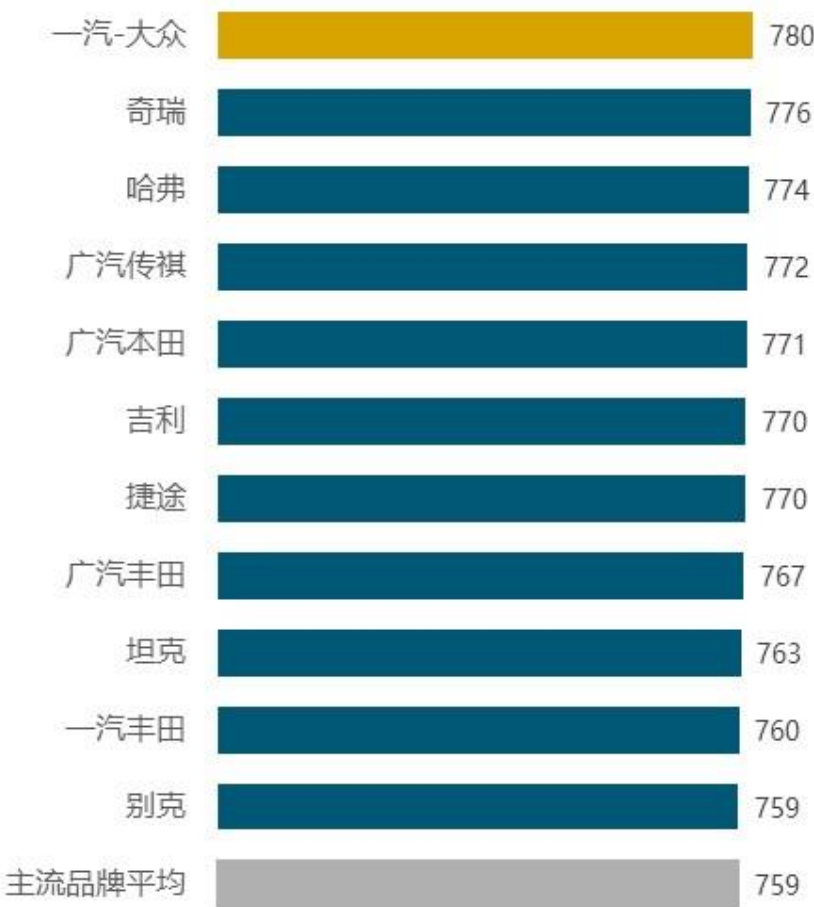
资料来源：J.D. Power 2026中国汽车产品魅力指数 研究SM (APEAL)

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J.D. Power 2026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 2026中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

主流品牌

品牌魅力指数 (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。

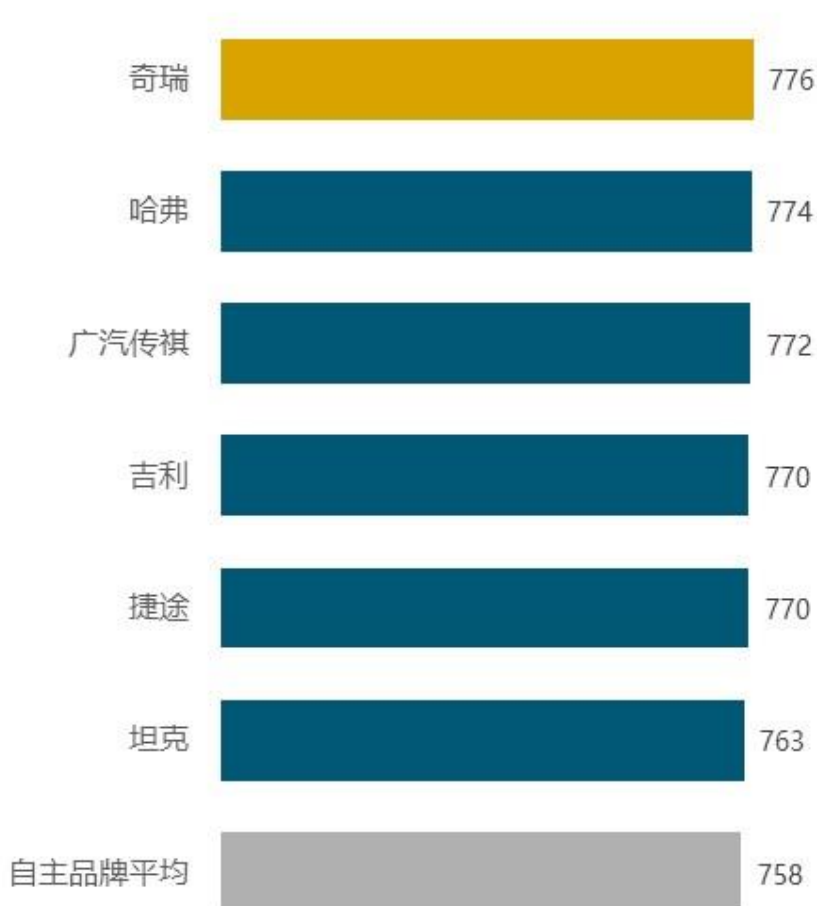
资料来源：J.D. Power 2026中国汽车产品魅力指数 研究SM (APEAL)

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J.D. Power 2026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 2026中国汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)

自主品牌

品牌魅力指数 (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。

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。自主高端车型的定义是MSRP均价中值超过15万元人民币。

资料来源：J.D. Power 2026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J.D. Power 2026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 2026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：MG 5
第二名：荣威i5（并列）
第二名：大众朗逸新锐（并列）

紧凑型高端轿车

第一名：大众朗逸Pro
第二名：长安逸动（并列）
第二名：丰田雷凌（并列）

紧凑型豪华轿车

第一名：雷克萨斯ES
第二名：奥迪A5L
第三名：凯迪拉克CT5

中型经济轿车*

第一名：吉利帝豪
第二名：大众宝来

中型轿车

第一名：大众凌渡L
第二名：奇瑞艾瑞泽8 Pro
第三名：吉利星瑞

中型高端轿车

第一名：大众迈腾
第二名：丰田亚洲龙
第二名：本田雅阁

中型豪华轿车*

第一名：梅赛德斯-奔驰E级
第二名：奥迪A6L

注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。*表示本细分市场中没有其他车型的表现超过细分市场评价水平。

资料来源：J.D. Power 2026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J.D. Power 2026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 2026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：吉利缤越L
第二名：广汽传祺GS3影速

紧凑型高端SUV*

第一名：长安CS55 Plus
第二名：领克06

紧凑型豪华SUV

第一名：梅赛德斯-奔驰GLB级
第二名：奥迪Q3
第三名：雷克萨斯NX

中型经济SUV

第一名：长城CS75 Pro
第二名：奇瑞瑞虎7 Plus
第三名：吉利博越

中型SUV

第一名：奇瑞瑞虎8 Plus
第二名：奇瑞瑞虎8
第三名：哈弗大狗

中型高端SUV

第一名：广汽传祺GS8
第二名：大众途观 L
第三名：奇瑞瑞虎8 L

中型豪华SUV

第一名：凯迪拉克XT5
第二名：雷克萨斯RX
第二名：林肯航海家

大型SUV

第一名：丰田汉兰达
第二名：丰田全新普拉多
第三名：大众途观 L Pro

大型SUV

第一名：路虎揽胜
第二名：路虎卫士
第三名：保时捷Cayenne

注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。*表示本细分市场中没有其他车型的表现超过细分市场评价水平。

资料来源：J.D. Power 2026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J.D. Power 2026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 2026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

紧凑型MPV*

第一名：五菱宏光 S

第二名：五菱宏光 V

中型MPV*

第一名：广汽传祺M8

大型MPV

第一名：别克全新GL8

第二名：丰田赛那

第三名：别克新GL8

注：得分相同的品牌根据英文首字母先后顺序排列。*表示本细分市场中没有其他车型的表现超过细分市场评价水平。

资料来源：J.D. Power 2026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J.D. Power 2026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。