

J.D. Power研究发布：质保期不再是“护城河”——非授权经历人群中89.9%用户质保期内首次“出走”，六成用户维保决策直接绕过4S店

路虎排名豪华品牌第一；奇瑞和广汽本田并列主流品牌第一；奇瑞排名自主品牌第一

2026年7月16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中国售后服务满意度研究SM (CSI)**。研究显示，2026年，行业整体售后服务满意度得分为794分（满分1,000分），较上一年提高5分。其中，豪华品牌整体体验重回快速上升通道，2026年相比2025年上升11分，达809分。主流品牌的售后服务满意度得分为789分，较2025年提升3分，其中自主品牌表现连续两年反超主流国际品牌，2026年满意度得分达到801分（相比2025年上升13分），主流国际品牌满意度得分为782分（相比2025年下降了3分）。

J.D. Power中国售后服务满意度研究SM (CSI) 已经进入第26个年头。这项研究评测的是拥车期为13至48个月的燃油车车主对过去12个月内在品牌授权经销店的服务经历的满意度。汽车售后服务满意度得分采用1,000分制。

研究显示，中国汽车市场的竞争愈加激烈，行业整体售后服务满意度近五年整体上行，但2026年的增速明显趋缓，增幅收窄至0.6%（+5分）。今年用户在售后服务体验上的关注点加速向“软性服务价值”迁移——从“硬件设施好不好”转向“服务靠不靠谱”。这标志着用户心智正从“被动接受服务”转向“主动评估服务体验”，“便捷性”与“获得感”已成为新的满意度驱动核心。车企正着力通过优化服务效率与价值获得感构筑差异化优势，全链路协同机制仍处于持续磨合完善阶段。

J.D. Power中国区汽车数字化零售咨询事业部总经理谢娟表示：2026年，中国汽车售后市场正经历三重趋势交织的深度调整：一是质保锁定效力减弱，非授权渠道渐成主流，高频服务流失态势明显；二是盈利压力下，经销商缩减人文关怀投入，高价值长车龄用户的感知温度下降，长期粘性风险积聚；三是数字化渗透率攀升，线下履约断层，全链路体验预期差放大。这三重趋势揭示一个转向：竞争已从资源驱动进入心智运营阶段。厂商需将服务触点前移、轻量化高频需求、打通线上线下闭环，方能在变局中稳固用户根基，实现可持续价值增长。

以下是研究的亮点发现：

- **自主品牌跃升、豪华品牌价值领跑、主流国际品牌全面承压：**2026年自主品牌得分首次突破800分大关，与豪华品牌差距收窄至仅8分，跻身高满意度阵营。自主品牌在“服务团队”（+14分）、“接待与诊断”（+14分）、“服务价值”（+13分）的三大因子得分上均实现两位数增长。豪华品牌在“服务价值”（+15分）因子层面增长最快，整体体验重回快速上升通道。而主流国际品牌在服务预约（-9分）因子层面下降显著，第一触点体验的恶化引发全链路连锁滑坡，售后服务满意度全面承压。
- **高数字化渗透率下的末端体验断层：**2026年汽车行业售后数字化服务核心共性表现为数字化价值权重上行、线下履约能力下行的显著剪刀差。具体表现为数字化服务渗透率持续增加，如数字化预约使用率进一步提升达到44.7%（2025年为43.6%），售后用户对服务过程中的移动端数字化服务形式粘性增长显著，通过“手机APP/微信小程序”进行维保查询使用率2026年数值达2025年的1.8倍，且年轻代用户对数字化服务依赖度持续走高。但从数字化体验效果上来看，行业已迈入数字化平权新阶段，数字化服务脱离增值属性，成为基础体验底线。2026年数据显示，当数字化服务未满足用户核心诉求时，负面体验衰减幅度较2025年大幅扩大，例如：“预约时段自主选择”、“预约后即时闭

环确认”当需求未达成对应的体验落差分别相比 2025 年放大 2.5 倍和 1.5 倍，亦说明了用户对数字化服务的预期阈值持续升维。2026 年品牌官方数字化平台用户心智优势凸显，但由于厂商前端数字化功能与经销商后端服务衔接产生断点，造成全链路体验最后一公里失效，如：2026 年经销商门店智能系统自动识别预约用户比例下滑 6.4%，未识别用户占比提升 7%；到店后信息不清楚，需用户二次重复提供信息的比例上涨 3.3%-4.7%，数据打通缺失造成重复履约成本与用户负面感知。

- **质保期客户大规模流向非授权渠道，授权店高触点业务失守：**2026 年定保、机电维修外流占比分别下降 10.5%、5.3%，表明品牌授权渠道通过套餐、权益、置换等政策成功挽留了高价值刚需服务。同时，钣喷、洗美业务外流分别上涨 8%、7.2%，说明“外观损伤+轻服务”正加速向独立渠道转移。研究显示，在拥有非授权渠道体验的用户群体中，89.9%的首次选择发生于质保期内，对比 2025 年提升了 5.2%，有六成用户维保前选择直接跳过授权店，传统质保“护城河”显著变薄。可以看出，售后用户选择渠道逻辑发生本质转变，对地理位置、营业时间的便利度诉求涨幅最高，而价格优惠、急修驱动诉求反而明显下滑。尽管 2026 年非授权渠道 VIP 会员渗透率大幅下滑（下降 16.7%），但用户服务选择模式已从“单店深度绑定”转向“多网点分散高频轻服务”的消费模式。在此背景下，厂商单纯依靠锁定质保用户，通过出保阶段转化套餐以沉淀粘性的运营逻辑已出现断裂，需将用户心智运营窗口期前置至购车后 2—2.5 个月。厂商应针对洗美、车辆检查等高频轻服务布局轻量化触点，以空间覆盖优化与数字化效率升级补齐便利性短板，依托质保期内的前置运营干预，锁定用户长期消费习惯。
- **盈利压力下经销商服务选择性收缩，“重交易、轻客情”透支长期用户资产：**由于盈利承压，经销商正在系统选择性收缩低产出触点、软性关怀动作和费人力的关系型服务，而对能直接产生收入的技术型/交易型服务仍在维系，甚至强化。数据显示，2026 年上门服务、取送车使用率同比分别下降 9.3%、11.4%，车龄分层数据也印证，长周期存量客户在这两类服务上的体验下滑幅度更大，渠道对高价值老客的增值服务供给持续收紧。收缩趋势亦蔓延至低成本的标准主动触达环节，例如：服务提醒提醒覆盖率 2026 年行业整体下滑，对服务体验影响显著，导致 2026 年无提醒用户满意度较有提醒用户差值扩大 2.4 倍。结果上来看，客户“感受层面的退潮”比“交易层面的退潮”来得更早、更深，长期风险更大，并在高价值的长车龄人群上更为凸显。2026 年 37-48 个月长车龄用户在礼貌接待、售后回访等五项人文服务指标上满意度全部下跌。全行业 35.6% 付费权益存在兑现障碍，长车龄用户问题占比更高，用户全生命周期体验的完整性正面临严峻挑战。

排名最高的品牌和车型 2026 中国售后服务满意度排名

路虎以 819 分排名豪华品牌售后服务满意度第一，梅赛德斯-奔驰以 813 分排名豪华品牌排名第二，奥迪以 812 分排名豪华品牌第三。

奇瑞和广汽本田以 817 分并列主流品牌第一，奇瑞同时排名自主品牌第一，吉利以 815 分排名自主品牌第二及主流品牌第三，长安汽车和广汽传祺以 812 分并列自主品牌第三。

J.D. Power 中国售后服务满意度研究SM (CSI) 通过考察包括服务预约 (14%)、接待与诊断 (17%)、服务设施 (19%)、服务价值 (17%)、服务质量 (15%) 和服务团队 (18%) 在内的六大因子来传递全面的用户体验分析, 以及对客户满意度的评价。

2026年研究是基于2022年1月至2025年3月期间购买新车的34个品牌的11,129名车主的反馈。数据采集工作于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 中国售后服务满意度研究SM (CSI) 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

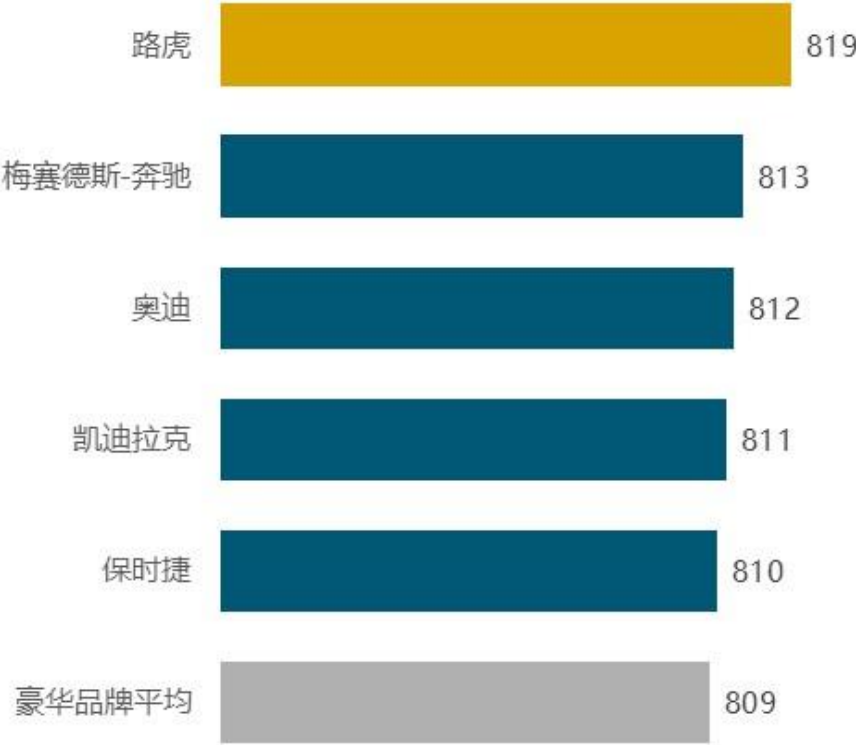
###

注: 后附三张图表

J.D. Power 2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)

豪华品牌排名

满意度指数 (1000分制)

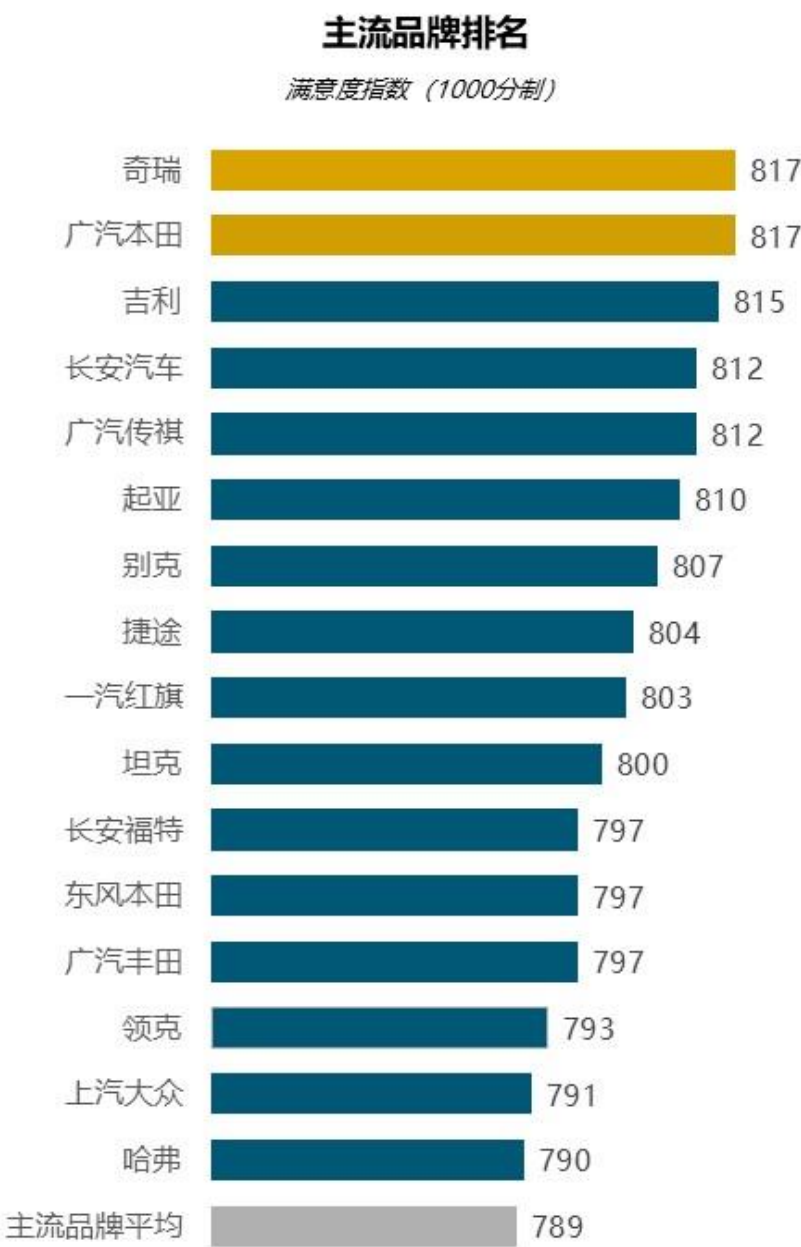


注：得分相同的品牌按照英文名字母排序

资料来源：J.D. Power 2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)

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2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)。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中国售后服务满意度研究SM (CSI)

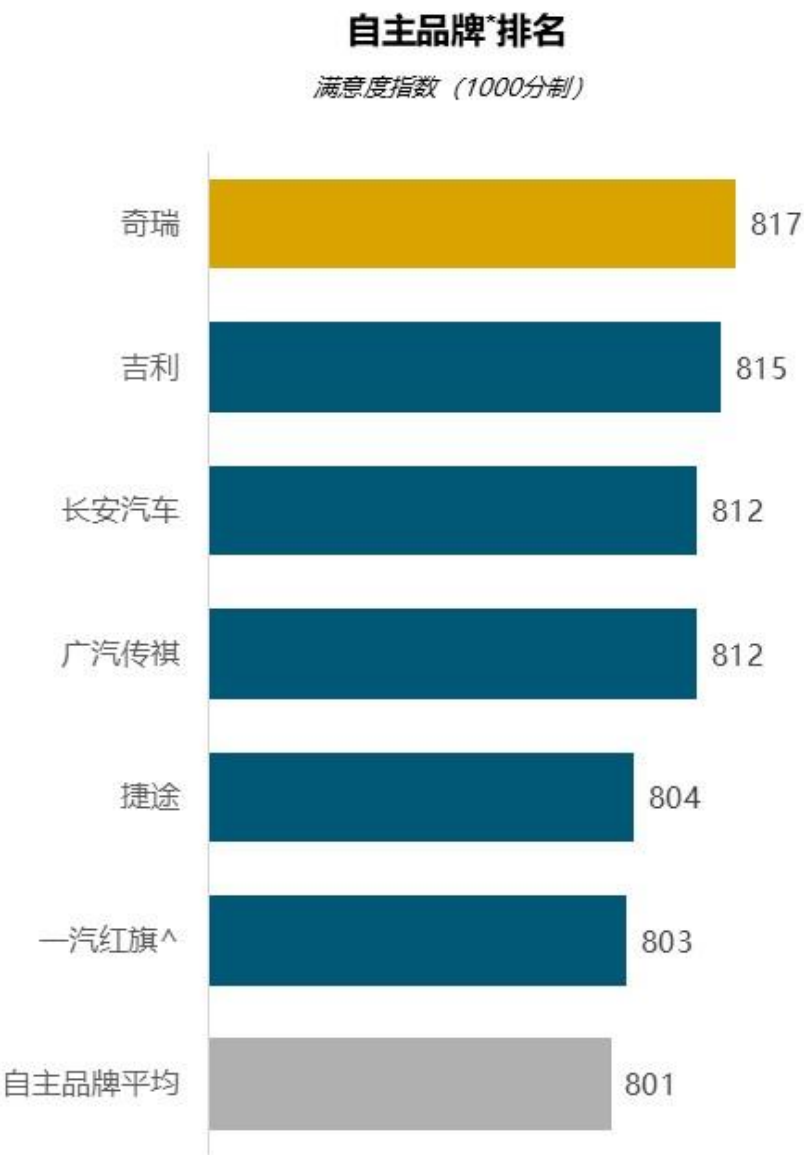


注：得分相同的品牌按照英文名字母排序

资料来源：J.D. Power 2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)

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2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)。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中国售后服务满意度研究SM (CSI)



*为鼓励自主品牌向上的态势，从 2021 年开始单独列出自主品牌的排名表现。

[^] 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。

注：得分相同的品牌按照英文名字母排序

资料来源：J.D. Power 2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)

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2026中国售后服务满意度研究SM (CSI)。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。