

J.D. Power 研究发布：62.5%口碑兑现率——中国汽车品牌从流量收割到口碑变现的品效逻辑

保时捷获燃油车豪华品牌第一；吉利获燃油车主流品牌第一；AITO、蔚来获新能源车豪华品牌并列第一；小米获新能源车主流品牌第一

2026年9月17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中国汽车品牌口碑指数NPSSM，这是J.D. Power第二年在中国发布这一研究。本研究涵盖燃油和新能源汽车市场共计59个足量品牌，燃油车车主和新能源车车主样本总量共计69,162。

J.D. Power认为在传统的NPS研究中，单一的NPS数值往往难以揭示品牌表现背后的复杂动因。因此，本次J.D. Power发布的研究模型不再依赖单一维度，而是从产品力NPS、销售力NPS与服务力NPS三大维度进行综合解构与测量¹。这套指数结果不仅能够体现品牌在市场中“在哪里”，更能精准诊断出“为什么在这里”，以及“如何去提升”。它超越了简单的口碑排名，为企业提供了一幅可指导战略行动的、全景式的用户体验竞争力地图，让品牌建设有据可依，让资源投入有的放矢。

J.D. Power的研究将帮助汽车品牌不再被动等待用户告知为什么不推荐和为什么推荐，而是更主动测量每一个跟用户产生互动触点的体验表现，从而全面、无遗漏地扫描整个用户体验地图，发现那些“用户说不出口但至关重要”的驱动因子，实现从“被动倾听”到“主动探查”，从“模糊感知”到“精准量化”，从“事后改善”到“事前干预”。

研究显示，2026年新能源车豪华品牌和主流品牌平均得分分别为45.7分（评分范围为-100至100分）和42.4分，燃油车豪华品牌和主流品牌平均得分分别为48.8分和42.9分。本研究涵盖的59个足量品牌中，仅5个品牌实现“产品-销售-服务”三态健康，92%的汽车品牌陷入“三态失衡”困境。

J.D. Power通过对所有体验触点层的体验指标进行量化建模，并与品牌口碑指数NPS进行相关性测算及方差分析（例如：内饰设计满意度、车辆乘坐的舒适性、驾驶辅助的问题、车载智能语音助手表现、交车流程效率、售后服务响应速度等），发现用户体验重心正从产品端加速向服务端迁移，服务力已成为当前品牌口碑提升空间最大、也最具确定性的突破口。在三大NPS维度中，服务力是唯一出现油电同步大幅下滑、且差距持续反向发散的指标，新能源口碑流失态势尤为严峻：新能源服务力NPS暴跌14.9分，贬损者比例一

¹ 产品力、销售力与服务力NPS的权重基于客户在购车决策中对于“产品”与“服务体验”的重要性占比计算得出。燃油车品牌口碑指数NPS基于新车质量研究SM (IQS)、汽车产品魅力指数研究SM (APEAL)、汽车智能化体验研究SM (TXI)、购车客户体验指数研究SM (PXI)与售后服务满意度研究SM (CSI)的NPS加权计算得出。新能源车品牌口碑指数NPS则是基于新能源汽车新车质量研究SM (NEV-IQS)、新能源汽车产品魅力指数研究SM (NEV-APEAL)、汽车智能化体验研究SM (TXI)、购车客户体验指数研究SM (PXI)与新能源汽车售后服务满意度研究SM (NEV-CSI)的NPS加权计算得出。产品力、销售力与服务力的NPS权重分别为63%、18.5%和18.5%。

年攀升至 15.0%，每七位车主就有一位主动劝退用户；燃油车服务力口碑同样显著回落，油电服务力分差由 3.9 分扩大至 8.2 分，行业服务分化加剧。当前新能源产品实力已全面成熟，但售后体系建设滞后于销量扩张，产品优势无法有效转化为用户正向推荐。伴随行业产品红利彻底见顶，市场竞争正式从产品硬实力比拼，转向购车、售后全链路的服务能力竞争。

J.D. Power中国区汽车服务力解决方案事业部总经理谢娟表示：“作为中国汽车用户体验的洞察者，J.D.

Power始终认为：NPS从来不只是满意度的成绩单，更是预测未来份额的‘先行指标’。中国车市正跨越规模扩张的旧周期，迈入‘品效合一’的新纪元。当下的车市正经历深刻的品效错位：新能源已跑通‘口碑驱动份额’的正循环，燃油车仍在‘高份额、低口碑’的阵痛中挣扎。当科技参数加速祛魅、三大件和智能座舱沦为理所当然的及格线，全行业必须警惕‘唯产品论’的陷阱。用户心智正从迷恋硬件炫技，全面转向交易透明、服务专业与承诺兑现。这警示我们：技术的尽头是产品，产品的尽头是人心。

跨越产品周期的上半场，决胜用户全面升级的下半场。用户体验的终局之战，打的不再是硬件采购的仗，而是组织协同的温度与承诺兑现的密度。车企必须完成从‘经营产品’到‘经营信任’的灵魂跨越。谁能以体验重塑中国汽车品牌的护城河，缝合冰冷科技与温暖人性的裂缝，以全生命周期的确定性重塑信任契约，让好口碑真正成为驱动份额的核心引擎，谁就能在这场品效关系的历史性重构中，掌握长期的定价权，定义中国汽车的下一个十年。”

该研究的亮点发现：

- **跨越产品周期的上半场，决胜用户全生命周期的下半场——以体验重塑中国汽车品牌新护城河：**数据显示，燃油车整体NPS从47.5分回落至44.3分，新能源车整体NPS由40.4分提升至42.7分，油电口碑分差从7.1分收窄至1.6分，分差压缩幅度达到78%。驱动这一变化的核心来自产品力维度：新能源车产品力NPS大幅攀升9.5分至49.2分，与燃油车49.8分的产品力水平仅相差0.6分，二者产品力口碑已基本拉平；对比来看，2025年油电产品力分差仍高达9.1分。伴随产品力口碑快速追赶，新能源产品力贬损者占比由6.2%下降至3.7%，而燃油车产品力贬损者比例从1.1%上升至3.2%，在产品同质化严重的今天，对车企来说销售和售后体验正在成为决定品牌生死的胜负手。产品决定了用户会不会选你，销售决定用户会不会买你，服务决定用户会不会推荐你。
- **跨越规模扩张的旧周期，迈入品效合一的新纪元——让好口碑，成为驱动市场份额增长的核心引擎：**中国汽车市场正经历“品效关系”的历史性重构。市场评价体系正从单一的“规模导向”全面转向“口碑与规模双轮驱动”。新能源市场已率先跑通“口碑即红利”的正向商业闭环，数据显示新能源口碑兑现率达到62.5%。而燃油车市场深陷“品效错位”的困局：26.1%的低口碑品牌支撑了45.5%的销量份额，份额增长高度依赖价格透支与存量惯性。在体验驱动的下半场，缺乏口碑基石的市场份额犹如沙上建塔，面临极大的流失风险。未来，破局的关键在于告别一刀切的粗放增长，针对不同价格带与品牌阵营实施精准的体验修复与渠道重构，完成从“卖产品”到“经营用户全生命周期价值”的战略跃迁。

- **J.D. Power品牌口碑指数NPS揭示体验口碑背后的用户“心智”变化：**新能源在经历“科技祛魅”，其产品门槛型指标从31%飙升至62%，魅力型从52%暴跌至24%。过去让人惊艳的智能座舱、智驾功能，在用户心智中已彻底降级为“及格线”（不做好必扣分，做好了也不加分）；燃油车在完成“价值回归”，其服务门槛型指标从90%降至38%，魅力型从10%暴涨至62%。在智能硬件难有突破的当下，真诚、透明、专业的服务，重新成为打动用户、激发推荐意愿的“超级加分项”。当三大件和智能座舱都变成理所应当的及格线，用户体验的终局之战，不再仅仅是硬件比拼，而是组织协同的温度与承诺兑现的力度。

中国汽车品牌口碑指数 NPS排名

保时捷以 **57.3** 分获得燃油车豪华品牌冠军。**路虎**（56.1分）排名第二，**凯迪拉克**（50.6分）排名第三。

吉利以 46.6 分获得燃油车主流品牌冠军。**奇瑞**（46.2分）排名第二，**长安汽车**（45.2分）排名第三。

AITO、蔚来以 48.7 分并列获得新能源车豪华品牌冠军。

小米以 51.5 分获得新能源车主流品牌冠军。**深蓝汽车**（48.3分）排名第二，**极氪**（48.1分）排名第三。

了解 **J.D. Power 中国汽车品牌口碑指数 NPS** 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：姚佳莉 +86 21 8026 5719/ jiali.yao@jdpa.com

###

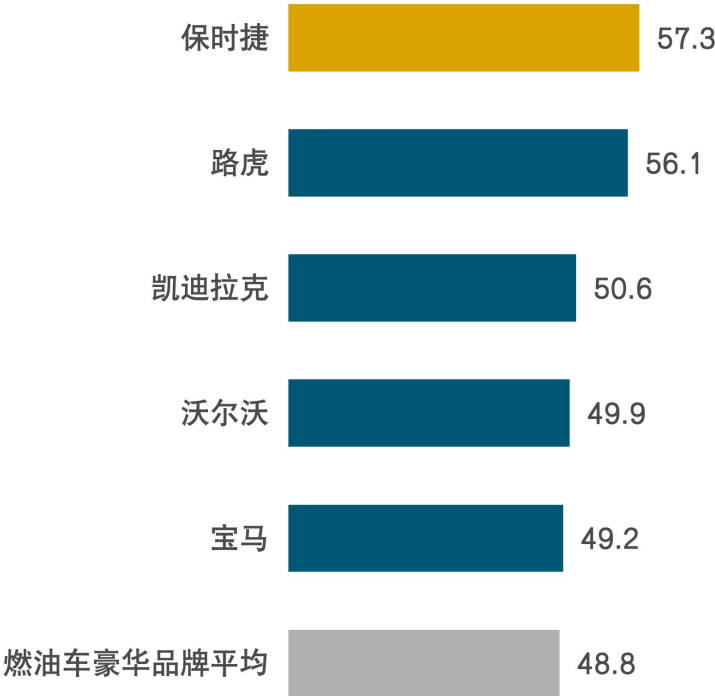
注：后附四张图表

J.D. Power

2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

燃油车豪华品牌排名

(评分范围为 - 100 至 100 分)



资料来源：J.D. Power 2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

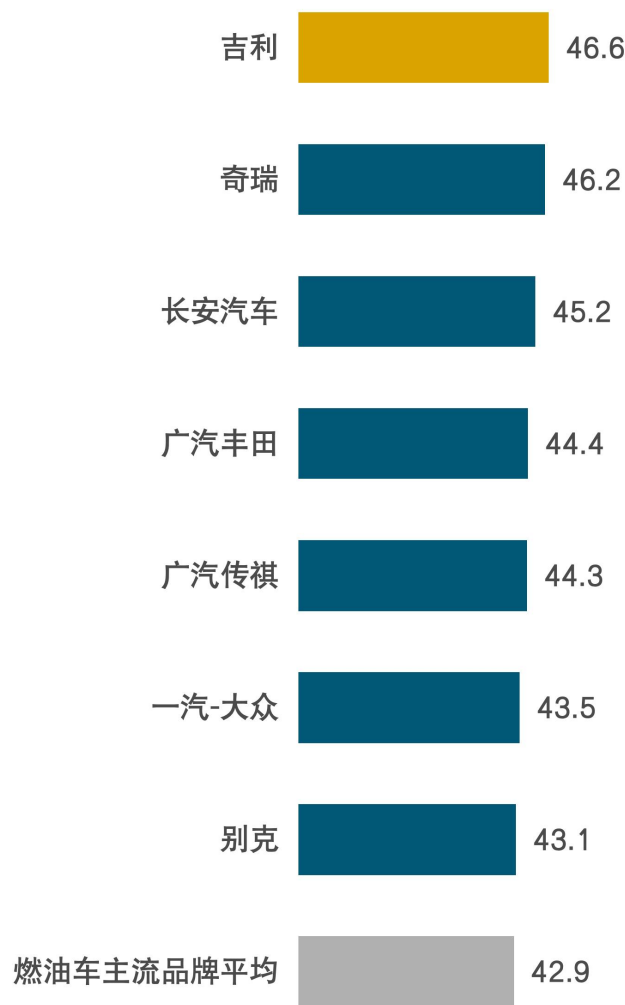
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明，以标明J.D. Power 是发布者，并标明资料来源于2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意，任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power

2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

燃油车主流品牌排名

(评分范围为 - 100 至 100 分)



资料来源：J.D. Power 2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

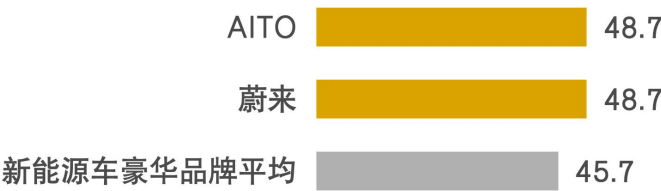
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明，以标明J.D. Power 是发布者，并标明资料来源于2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意，任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power

2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

新能源车豪华品牌排名

(评分范围为 - 100 至 100 分)



注：研究仅公布平均线以上的品牌成绩。小样本（n=30~99）不展示具体成绩。得分相同的品牌按照英文名字母排序。

资料来源：J.D. Power 2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

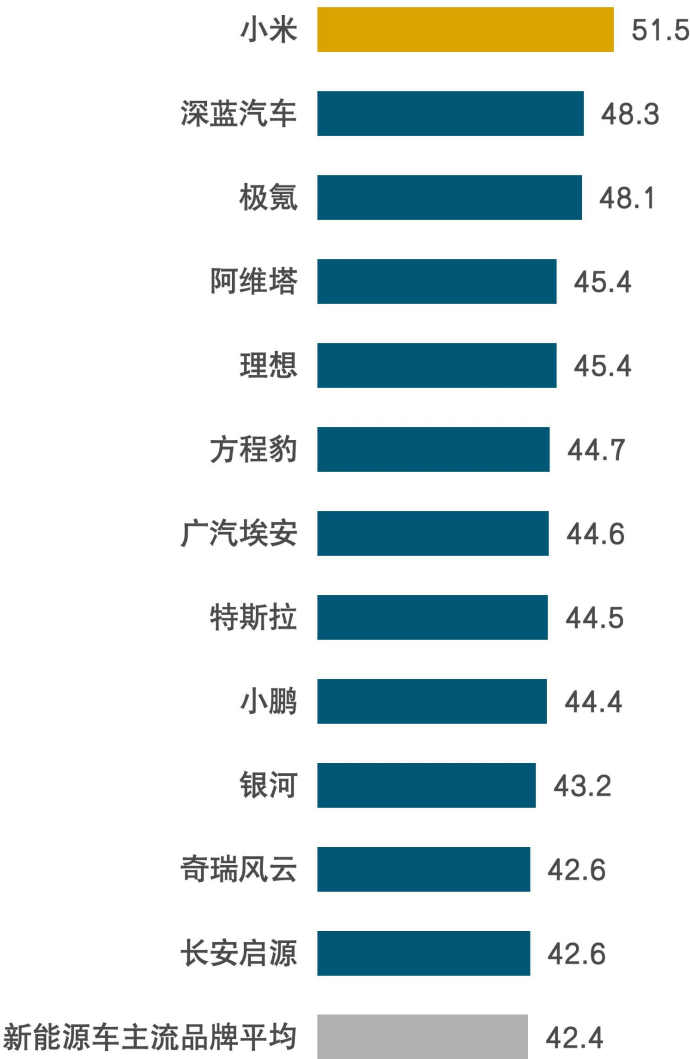
从新闻稿中摘录的图表必须附带声明，以标明J.D. Power 是发布者，并标明资料来源于2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM。排名是基于数值得分，并不一定具有统计学意义。未经J.D. Power事先书面明示同意，任何广告或其他宣传不得使用本新闻稿中的信息。

J.D. Power

2026中国汽车品牌口碑指数NPSSM

新能源车主流品牌排名

(评分范围为 - 100 至 100 分)



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中国汽车品牌口碑指数NPSSM

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中国汽车品牌口碑指数NPSSM。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。