

## J.D. Power 研究：中国消费者购车预算缩紧，更加关注多样化配置

宝马、上汽大众、一汽-大众位列品牌影响力前三名

2019年7月4日，上海 — 全球领先的消费者洞察与市场研究机构 [J.D. Power \(君迪\)](#) 今日发布 2019 中国新车购买意向研究 (NVIS)。研究显示，中国消费者的购车预算和再购意愿均有下降，提供多样化的配置或能提高消费者的购车意愿。

中国新车购买意向研究已经进入第十一个年头。该研究重点考察了意向购车者对汽车品牌的认知和态度、具体考虑购买的品牌和车型、购车考虑因素和信息来源等。意向购车者是指计划在未来 12 个月内购车的消费者。

研究显示，2019 年，中国意向购车者的购车预算较去年缩紧 12%，从 2018 年的 24.4 万降至 21.5 万元，且再购需求逐年下降，购买动机中以“更新换代”为目的的比例从 2016 年的 37% 降至 2019 年的 20%。

**J.D. Power 中国区联合研究总监王庆华表示：**“中国消费者的购车动机多为提升生活质量和享受驾趣体验之类的弹性需求，在购车预算收紧和再购意愿下降的双重压力下，2019 年的新车市场难称乐观。”

对意向购车者的购车原因研究发现，在其他购车原因比重与去年基本持平的情况下，“有多样化的配置供选择”的比例从去年的 3% 上升至 7%，重要性排名从第 11 位跃居至第 6 位。其中，消费者对多媒体配置的需求最强烈，车载导航/GPS (68%)、蓝牙/车载电话 (58%) 和车联网/车载 Wi-Fi (56%) 分别为消费者“肯定会”安装的前三大配置。

“在新车销售驱动力不足的情况下，提供多样化和差异化的车辆配置有可能提高消费者的购车意愿。当消费者的购车预算超过 10 万时，对配置的期望就会明显提高，但这个预算范围很难覆盖大多数配置或者某些高端配置。综合评估消费者的实际需求，并提供灵活的配置选项以满足其需求，有可能成为汽车制造商在当下充满挑战的市场中获胜的途径之一。”王庆华认为。

### 该研究的其他发现：

- **消费者对线上购车依然存有顾虑：**虽然七成受访者表示愿意通过汽车品牌官网或第三方交易平台购置新车，但其中仅有 7% 愿意在线上平台一次性付清车款。近六成 (57%) 受访者对线上支付的安全性表示担忧。
- **自主新能源汽车品牌影响力较弱：**品牌影响力得分 (BIS) 指数显示，自主新能源汽车品牌虽然一定程度上建立起了智能、前瞻的品牌形象，但总体品牌形象还不够清晰，品牌影响力在整体汽车行业排名偏后。
- **新能源汽车意向车主对电池技术和产品质量可靠性顾虑加重：**受访新能源汽车意向购车者的里程焦虑比去年明显缓解，对“续航里程不足”的顾虑从去年的 42% 下降至今年的 33%，但担心“电池技术不够成熟”和“产品质量不可靠”的受访意向车主分别增至今年的 42% (+9%) 和 30% (+8%)。

这项研究还包括品牌影响力评分 (BIS)，品牌影响力得分 (1,000 分制) 衡量汽车品牌在中国意向购车者中的熟悉度和喜好度。宝马 (685 分) 的品牌影响力得分最高，其次是上汽大众 (677) 和一汽大众 (673)。

2019 年中国新车购买意向研究 (NVIS) 基于 11,977 位意向购车者的反馈，一共涵盖 67 个品牌。此次研究的数据收集工作于 2019 年 3 月至 4 月通过在线调查方式进行。

了解 J.D. Power 2019 中国新车购买意向研究 (NVIS) 详细内容及购买完整版数据, 请联系:  
[china.marketing@jdpa.com](mailto: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](http://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](http://www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info)。

媒体联系: 庄清湄 +86 21 8026 5719/ [shana.zhuang@jdpa.com](mailto:shana.zhuang@jdpa.com)

###

注: 后附一张图表

# J.D. Power 2019中国新车购买意向研究<sup>SM</sup> (NVIS)

## 2019年品牌影响力得分 (BIS) 排名

影响力得分 (1,000分制)



资料来源: J.D. Power 2019中国新车购买意向研究<sup>SM</sup> (NVIS)

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 2019 中国新车购买意向研究<sup>SM</sup> (NVIS)。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。