

J.D. Power 洞察：新车质量提升放缓，汽车厂商如何突破瓶颈期？

2018年10月19日，上海 – 经过持续多年的提升之后，中国汽车行业整体新车质量在2018年略有下降，而自主品牌与国际品牌的质量差距也在连续七年缩小之后首次扩大。在竞争愈加激烈的中国市场，汽车厂商如何突破质量瓶颈？自主品牌如何继续缩小与国际品牌的差距？在日前举办的 [J.D. Power \(君迪\) 2018 中国新车质量研究 \(IQS\)](#) 新闻发布会上，J.D. Power 行业研究总监王庆华和中国区汽车产品事业部总经理蔡明带来了深入解读。



J.D. Power 行业研究总监王庆华（左），中国区汽车产品事业部总经理蔡明（右）

足量车型增加，中国市场竞争更加激烈

J.D. Power 2018 中国新车质量研究针对拥车期为 2 至 6 个月的新车车主采样，样本总量超过 33000 个，较 2017 年提高超过 40%。研究覆盖 71 个城市的 77 个品牌和 285 个车型，其中共有 64 个汽车品牌和 225 个车型足量。相较而言，美国市场的足量车型不足 200 个。这意味着中国市场更有活力，同时竞争更加激烈。

J.D. Power 行业研究总监王庆华认为：“主机厂有更多车型足量，一方面有助于提升品牌销量，但另一方面这也意味着需要花更多时间和精力投入，如何保证车型更多的情况下，给消费者提供一致的质量，这是主机厂未来需要面对的问题。”

设计类问题增加，提升“体验质量”势在必行

J.D. Power 2018 中国新车质量研究 (IQS) 发现，今年的行业整体新车质量得分较去年退步 2 个 PP100（每百辆车问题数），主要原因是设计类问题数量的增加，包括导航系统不准确、车窗/挡风玻璃易起雾、内置蓝牙电话/设备经常有配对/连接问题等。在消费者抱怨最多的前二十位问题中，设计类问题有 13 个，占全部问题数的一半以上。

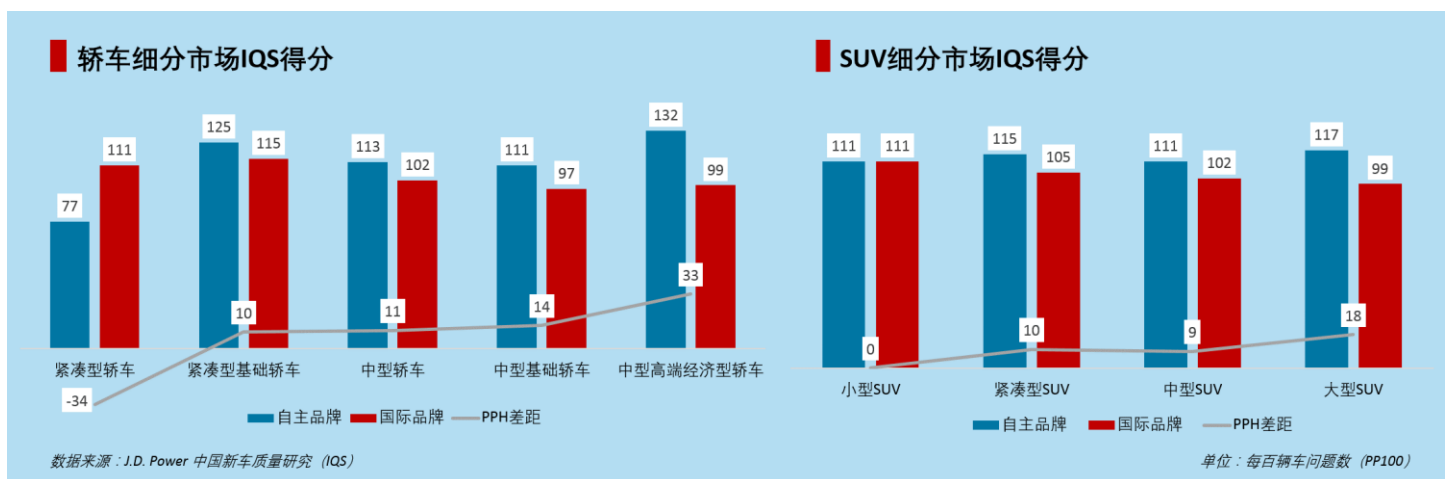
J.D. Power 行业研究总监王庆华认为：“随着汽车制造技术和工艺的进步，故障类硬件问题逐渐减少，设计类问题增多，质量体系也从物理质量过渡到整体评估用户的体验质量。”例如，某款车的无线充电座设置在换挡杆前面，如果换挡杆处于 P 档，用户上车时就很难放置手机。诸如此类的设计类问题在用车过程中屡次发生又难以解决，消费者抱怨不已，进而影响市场评价和汽车销量。如何有效地提升“体验质量”，更好地保证车主长期的体验，对于主机厂至关重要。

深入挖掘不同细分市场需求是先决条件

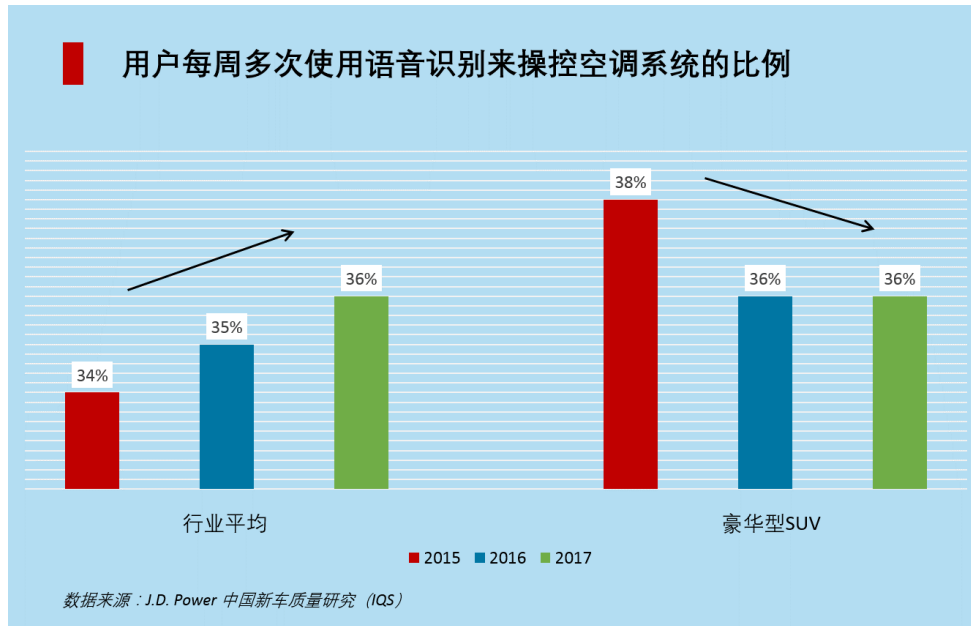
提升“体验质量”，首先需要明确，不同细分市场面对不同的消费人群，而不同的人群对同一问题的体验感受存在差异。只有针对不同细分市场需求深入挖掘，之后才能“对症下药”。

回顾自主品牌的发展趋势，J.D. Power 中国区汽车产品事业部总经理蔡明认为，一些自主品牌之所以率先赢得市场，正是因为它们把握住了中国消费者的差异化需求。如果比较 J.D. Power 2018 年中美新车质量研究中消费者抱怨前十的问题，可以发现，两国消费者报告的问题中有八个问题不同，而中国消费者反映前十的问题以感官类问题为主。

过去几年间，一些自主品牌针对这一差异化需求，着重提升品牌的感官质量，从而获得了中国消费者青睐。然而，J.D. Power 中国新车质量研究显示，细分市场级别越高，自主品牌和国际品牌的差距就越大，这意味着自主品牌对市场需求的洞察还未深入细分市场。



蔡明认为，对每一个细分市场需求都加深了解，据此改善“体验质量”，将会进一步有效提升产品的质量表现。举例来说，高科技车机系统的装车率在过去三年大幅度提升，但不同细分市场对这些配置的使用频率有显著差异。根据 J.D. Power 中国新车质量研究结果，用户“每周多次”使用语音识别来操控空调系统的行业平均频率在过去三年是上升的，但在豪华型 SUV 细分市场却是下降的，那么对于汽车厂商来说推出豪华 SUV 时就要根据这一差异需求调整高科技配置的使用方式。



贯彻“全面质量”，经销商渠道提升不容忽视

传统意义上汽车厂商对于汽车质量的把控主要聚焦在两方面，汽车设计和汽车生产，这两大环节分别解决设计类问题及故障类问题。但蔡明认为，在中国市场，经销商环节也会产生车辆质量问题，而此环节常被忽视。

以车内异味问题为例，车内异味的三个主要来源分别是“生产制造”出来的气味、从“外部”带来的气味，以及消费者“感知”的气味。其中从“外部”带来的气味很大程度上来自于经销商。蔡明解释，经销商对汽车进行的装饰处理，包括塑料包裹物、脚垫、清洁用品，如果不满足厂商的质量标准就会带来车内异味，另外如果经销商在交车前未很好地检查车辆，或在库存周期中未定时通风，也会造成这一问题。

这意味着，如果处于质量瓶颈期的汽车品牌若想进一步提升质量，需要把质量管控贯彻到从设计、生产到经销商渠道的全部环节中。

###

关于 J.D. Power

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，亚太区总部位于中国上海，并在北京、东京、新加坡和曼谷设有办事处。J.D. Power 是总部位于伦敦的全球性投资公司和私募股权基金 XIO 集团旗下公司，集团四位创始人分别为：Athene Li、Joseph Pacini、Murphy Qiao 和 Carsten Geyer。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：王若霏 +86 21 8026 5804 / ruopei.wang@jdpa.com