

J.D. Power 首次发布中国新能源汽车客户体验价值研究：自主新势力品牌客户体验价值领跑中国汽车市场

理想排名中国品牌榜首；宝马获国际品牌第一

2022年10月20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**2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)**。研究显示，2022年，中国新能源汽车客户体验价值指数的整体得分为796分，自主新势力品牌获806分，处于行业领先地位。

今年，J.D. Power 首次推出中国新能源汽车客户体验价值研究(NEV-CXVI)。该研究使用客户体验价值指数 (CXVI) 衡量了拥车期为2-12个月的新能源汽车车主的全旅程体验，聚焦在各场景下用户情感需求被满足的具体行动方针，从而引领行业不断从满足客户核心需求的角度出发，搭建更高效的用户体验触点框架。研究同时发布新能源汽车客户体验价值指数（1,000分制），得分基于不同客户群体对购车、用车及服务这三个体验阶段的各项衡量指标进行评价。

研究显示，在各厂商阵营中，自主新势力的客户体验价值指数为806分，高出行业平均10分，且在购车、用车和服务方面的表现均处于领先地位。国际品牌以802分紧随其后，而传统自主品牌则以792分略低于行业平均水平。其中，自主新势力在服务体验方面（809分）的领先优势最为明显，分别领先国际品牌和传统自主品牌16分和23分。研究还发现，在车主的全旅程体验中，用车阶段的体验（806分）为客户全旅程中的峰值体验，而购车阶段的体验指数得分仅为788分，在三个体验阶段中位列最末，仍有较大提升空间。

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：“随着汽车行业赶往电动智能时代，汽车产品的变革正在快速推动消费者需求的不断变化。自主新势力之所以能抢占行业领先地位源于自身互联网基因对于用户需求的敏锐嗅觉。以用户为中心、以需求为驱动使其在用户直联与私域运营模式上取得了显著成效。对于汽车厂商而言（无论是新势力品牌，还是传统汽车品牌）客户体验管理的目标需要从财务收益视角转化为用户全生命周期价值回报视角，依托于外化的用户体验一体化（买，用，服）和内化的管理体系一体化，提升用户体验，增加用户对品牌的忠诚度，从而拉动品牌增长。”

以下为该研究的其他发现：

- **新能源购车者偏爱通过线上渠道获取信息：**在获取车辆信息时，新能源购车者相较燃油车购车者使用过的线上渠道数量更多，尤其偏好厂商官方APP和视频网站。与燃油车购车者相比，新能源购车者使用汽车厂商官方APP获取信息的比例为16%，高出燃油车购车者4.1个百分点；而使用视频网站及其APP获取信息的新能源购车者占比11%，高出燃油车购车者3.5个百分点。内容方面，新能源购车者更关注新技术介绍和第三方评测。
- **用车体验随拥车期的延长下滑明显，体验的长效管理有待加强：**新能源车主在拥车两个月和六个月的用车体验指数分别为820分和813分，两者相差并不大，但拥车七个月的得分下降至767分，拥车半年后的用车体验出现明显断层。导致体验下滑的主要原因涉及销售人员的服务态度较之前更冷淡、补能环节存在较多影响高效与便捷的问题以及提供的车主权益逐渐失去吸引力等。
- **品牌官方APP助力提升用户体验：**高频登录官方APP的车主拥有更高的客户体验价值指数得分。每天多次登录官方APP的车主体验价值指数为830分，而2-3天登录一次的车主体验指数为782分，两者差距达48分。

2022 中国新能源汽车客户体验价值排名

理想以 816 分摘得中国品牌细分市场新能源汽车客户体验价值冠军。小鹏（815 分）排名第二，几何（813 分）以及极氪（813 分）并列第三。

宝马以 814 分摘得国际品牌细分市场新能源汽车客户体验价值冠军。梅赛德斯-奔驰（812 分）排名第二，上汽大众（802 分）以及特斯拉（802 分）并列第三。

在 J.D. Power 2022 中国新能源汽车客户体验价值研究（NEV-CXVI）中，购车阶段的体验节点包括：信息收集（16%）、到店体验（14%）、产品讲解与体验（13%）、购车方案洽谈（17%）、用户跟进（19%）、交车过程（22%）；用车阶段的体验节点包括：用车咨询（23%）、补能服务（38%）、车主权益（38%）；服务阶段的体验节点包括：服务发起（41%）、服务过程（29%）、服务质量（30%）。

2022 中国新能源汽车客户体验价值研究（NEV-CXVI）是基于 2021 年 6 月至 2022 年 5 月之间购车的 3,968 位新能源车主的真实反馈。研究覆盖 41 个品牌，数据收集工作于 2022 年 6 月至 2022 年 7 月间在 56 个中国主要城市进行。

了解 J.D. Power 2022 中国新能源汽车客户体验价值研究（NEV-CXVI）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：王梦梦 +86 21 8026 5719/ mengmeng.wang@jdpa.com

###

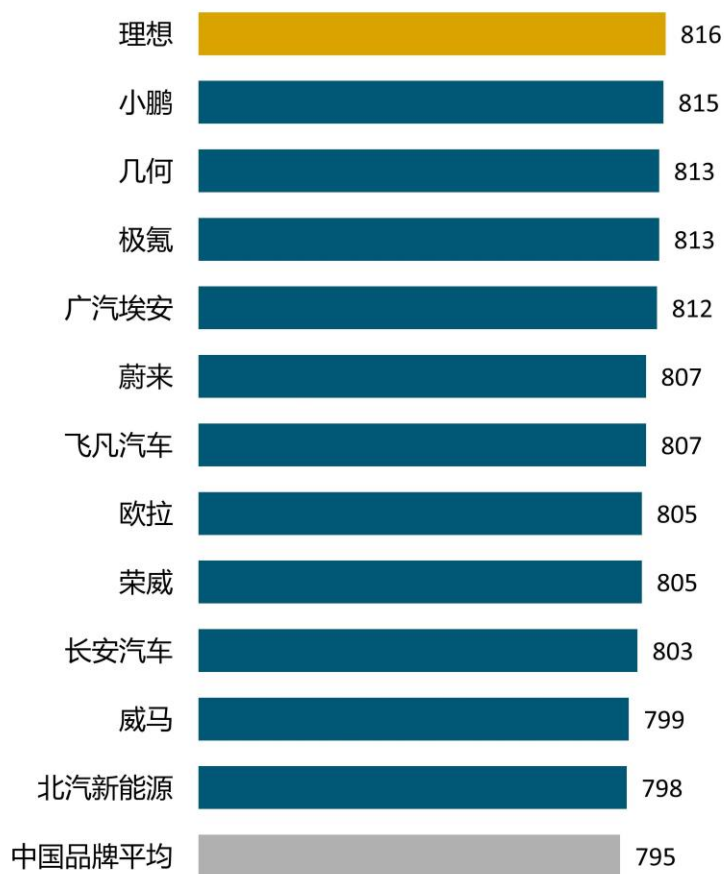
注：后附两张图表

J.D. Power 2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)

中国品牌排名

行业平均及以上水平

(基于1000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 2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)

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2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)。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 2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)

国际品牌排名

行业平均及以上水平

(基于1000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 2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)

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2022中国新能源汽车客户体验价值研究SM (NEV-CXVI)。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。