

新冠肺炎疫情下的出行调研



2020 年出行方式调研
由大陆集团与市场和社会研究机构 infas 共同合作开展。infas 从 2011 年起即为大陆集团未来出行趋势调研的完成提供支持。

自 2011 年起，科技公司大陆集团定期针对各种关键话题开展出行方式调查研究。

《大陆集团 2020 未来出行趋势调研报告》是其第六次调研成果，是针对德国、法国、美国、中国和日本民众出行方式的各个方面进行调研后形成的报告。

在所有参与调研的国家中，为阻止病毒传播而进行的严格防疫措施在很大程度上暂时降低了民众的出行频率。与此同时，即使在措施放松、出行基本恢复正常后，许多人的出行行为仍然发生了改变。调研结果具体显示了民众行为、态度和期望的变化。

在 2011 年，电动出行已经是未来趋势调研的重点研究方向之一。2013 年，该研究涵盖了受访者对这一主题的态度。近十年后的今天，我们再次关注替代驱动系统，尤其是电池驱动车辆话题，原因如下：一方面，电动汽车的普及程度明显落后于近年来人们所表达出的期待程度；另一方面，生态可持续发展的理念已经明确地被社会及政治主流所接受。对于许多公司来说，其已经从备选项变成了其商业模式的核心支柱。

这就提出了一个问题，即三大洲主要工业化国家的人们如何看待今天的电动汽车话题。

私人出行是“危机中的赢家”

在新冠肺炎疫情期间，私人出行变得相当重要。

私人出行将在危机中变得更加有利：为了最大限度地减少与他人的接触，许多人选择骑自行车或开车出行，公共交通的使用则显著减少。

虽然在疫情期间，许多人的出行频率比以前大大降低，但其中有很大一部分人表示，他们实际上使用私家车的频率在增加。这种趋势在中国尤为明显，几乎有一半的受访者表示，他们更多地使用私家车出行。在德国，有四分之一的受访者也表达了同样的观点。即使在行动自由受到特别严重限制的法国，也有 16% 的受访者表示使用私家车的频率比疫情开始前高。同时，自行车在此期间也变得更加重要。公共交通的情况则截然不同，有一半的德国受访者表示，他们使用公共交通的频次比以前少了，中国和日本也有一半以上的受访者如此表示。问题是，疫情过后，这种趋势是否会持续下去？部分调查结果似乎表明了这种趋势：在调研的国家中，最少有 6% 的德国受访者，至多有 15% 的美国受访者表示，他们已经购买了汽车或考虑在中长期内购买汽车。在中国，有车一族的比例显著偏低，多达 58% 的受访者考虑购车。

全新的出行理念也引发了关于未来出行方式的讨论——但这并不是大多数人的现实生活情况

近年来，汽车共享理念越来越深入人心，特别是在城市地区，其正在一些国家得到广泛推广，部分原因是受此次疫情影响。在中国，这种转变尤为明显，21% 的受访者因疫情原因而使用这种即时叫车服务。在法国和美国，仍有相当一部分人（分别为 7% 和 6%）依赖这些服务。同样值得注意的是，德国等国家的人们倾向于保持传统的出行理念：在这两个国家，汽车共享服务几乎没有发挥任何作用，仍然落后于更为传统的租车服务。

私人出行方式在大多数人的日常生活中根深蒂固，并有可能在未来很长一段时间内保持不变，特别是对于生活在郊区的家庭，他们目前更愿意拥有自己的汽车。

全新的出行理念也引发了关于未来出行方式的讨论——但这并不是大多数人的现实生活情况

间内保持不变，特别是对于生活在郊区的家庭，他们目前更愿意拥有自己的汽车。

在美国 80% 以上的受访者拥有自己的汽车，14% 至 20% 的受访者使用家人或朋友的汽车。拼车或叫车等新的汽车共享概念迄今还未发挥相关作用。仅在大城市，使用此类服务的受访者比例略有上升。但即便这样，也没有证据表明，这是一种主流现象。

此外，大约有 10% 的中国人表示，他们经常使用这类服务——在中国，考虑买车的人比其他任何国家都要多，这意味着汽车共享模式的重要性可能会下降。

电动出行将在未来发挥重要作用——但通往大众市场的道路还很遥远

电动出行被认为是使未来私人出行更具可持续性的一个关键概念。

然而，在德国以及世界上几乎所有其他地区，电动汽车的销售量却远低于预期，也远低于实现温室气体减排目标所需的规模。

大约有三分之一的德国受访者表示，他们会考虑在未来购买一辆电动汽车；而在 2013 年，这一比例仅为 17%。不过，尽管德国人考虑购买电动汽车的意愿越来越强烈，但事实上，大多数人并未打算将其付诸行动。更重要的是，在德国，不会考虑购买电动汽车的受访者比例（57%）高于其他地区。

在法国（56%）和美国（50%），至少有一半的人不会考虑购买电动汽车。在日本，这一比例略低一点（46%）。而中国是一个明显的例外：只有 12% 的受访者不

电动出行将在未来发挥重要作用——但通往大众市场的道路还很遥远

愿购买电动汽车。

总体而言，对大多数人来说，不考虑电动汽车的最重要因素是对续航里程的担忧。

在德国，最常被提及的三个不考虑电动汽车的理由是缺少充电站（有趣的是，城市比农村地区更多提到这一点）、续航里程低，以及如果必须长距离行驶，需要预先规划行程及需要更长的休息时间。在德国，价格高只是第四大考虑因素。

在所调研的五个国家中，有四个国家不考虑电动汽车的首要理由是缺少充电站。只有在法国，价格是最让人望而却步的因素。

从国际角度来看，疑虑也比较相似：在所调研的五个国家中，电动汽车怀疑论者的四个主要论点都是一样的。

在这些国家中，政策制定者都试图通过货币和非货币激励措施来引导买家转向替代驱动系统。例如，这五个国家都提供电动汽车购买补贴。德国增加了补贴金额，作为经济刺激计划的一部分，以减轻疫情对经济的影响；在中国，原定到期的补贴已经延长。在日本，政策制定者还针对制造商增加续航里程支付创新补贴。这些国家的充电基础设施也在扩建。因此，立法者正在解决阻碍消费者购买意愿的相关问题。另外，还需要提高公众的意识水平和提供更多信息。

对续航里程的担忧是各国民众不愿购买电动汽车的主要理由之一。但对于大多数人而言，电动汽车已经可以轻松满足他们的日常出行需求，因为需要行驶的距离通常很短，而且充电站越来越多地出现在家附近、工作场所和公共场所——在这些

地方，汽车经常需要停放较长时间。

然而，还有一些仅靠技术发展还是无法克服的问题。三分之一的德国受访者表示，他们不会考虑购买电动汽车，因为他们怀疑这项技术的环保性。有四分之一的法国受访者也抱有同样的疑虑。其他三个国家的情况则完全不同，在这些国家，质疑电动汽车环保问题的人比例要低得多，从美国的 11% 到日本的仅 1% 不等。

各国正试图通过货币激励的方式来提高电动汽车的普及率，这种尝试在德国尤为明显。例如，最近德国通过大幅提高购买补贴来刺激经济，以渡过新冠肺炎疫情危机。然而，调查数据显示，这种疑虑更多是结构性的，从长远来看，不太可能通过提高补贴这种单一措施来打消。

中国有望提振电动出行

在某些层面上，电动出行的发展是一个“鸡生蛋还是蛋生鸡”的问题。

例如，在基础设施方面出现的问题是，我们是否应该扩大相关基础设施建设来使人们相信这项技术的前景——尽管目前的需求还没有达到这种程度，抑或是应该随着车辆注册数量的增加再来对基建数量进行调整。

至于可供选择的车型范围，厂家一直表示，因为需求不足而没有扩大产品范围；而买家表示，可供选择的车型太少。

虽然最近有很多厂商都大幅扩大了产品范围，但推动电动汽车持续发展的动力可能来自中国，这是因为：

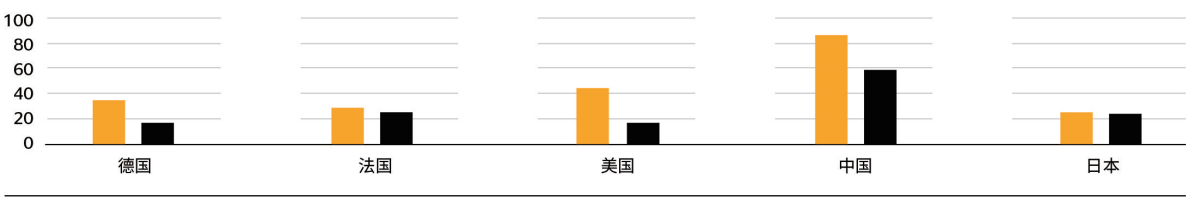
①作为一个“汽车增量市场”，多年来，中国一直是全球汽车制造商的核心销售市场。

②《大陆集团 2020 年未来出行趋势调研报告》结果显示，私人交通工具对于中国居民重要性的提升，比任何一个国家都更加显著。在中国，46% 的受访者表示，他们使用汽车的频率比以前更高。在德国，这一数字只有一半（23%）。

③中国的未来出行方式转变可能会继续下去，近 60% 的受访者表示，他们已经购买汽车或正在考虑购买汽车。

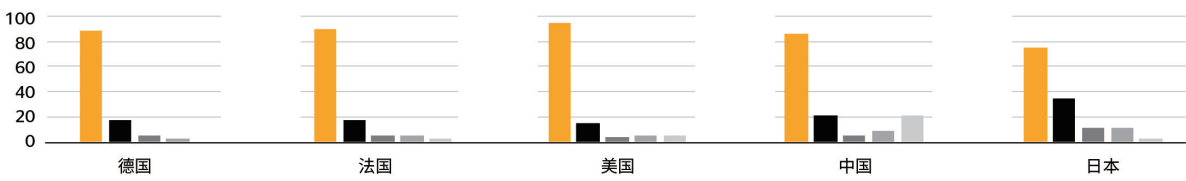
④在中国，86% 的受访者会考虑购买一辆电动汽车——比其他任何国家都要多。

你能想象未来驾驶纯电动汽车吗？



很有可能：■ 2020 ■ 2013

全新的出行理念



■ 个人拥有车辆 ■ 朋友/家人 ■ 公司车辆 ■ 共享汽车/租车 ■ 拼车/叫车