



研究洞察

2030 年汽车行业展望 — 中国洞察

向数字化未来飞驰

IBM 商业价值研究院



作者：Daniel Knoedler、
Dirk Wollschlaeger, Ben Stanley,
何志强，张自强，石延霞

谈话要点

重振品牌活力

消费者和汽车行业高管在自主“出行即服务”范例中都不太重视品牌的力量。对于品牌企业而言，创造车内数字化体验的优先级应当高于推动实现差异化的功能。

重塑消费者体验和员工体验

通过数字技术优化流程和降低成本还远远不够。利用这些技术重塑体验、工作重点和工作方式，是实现前所未有的价值的关键所在。

增强专业技能

专业技能不足已经影响到目前的汽车行业，并对未来带来了更大的挑战。在企业内部寻找合适的技能，同时在整个生态系统中广纳贤才，对于企业取得成功至关重要。

畅想 2030 年的早间通勤

周一早上，阳光明媚，您准备去上班。周日晚上预订的“ACES”（自动驾驶、互联、电动和共享）汽车已经到达，您上了车。ACES 做的第一件事是祝您生日快乐。接着，它播放“生日快乐”歌，并通过信息娱乐中心分享了家人和朋友在社交媒体上的问候。

在您查看这些消息的同时，ACES 开始向目的地行驶，并且不断提醒前方的交通状况。它会建议替代路线，并询问是否要在途中去拿干洗的衣物。

如果需要，ACES 还会快速扫描您的重要健康指标，并与健身应用协调作出运动安排。它会检查住宅，以防电视或其他电器忘关，还可以下载您之前听过的音频书籍。ACES 会建议您步行走完最后一英里，因为您上周没有完成锻炼指标。

ACES 会与您个人白名单上的当地商家进行通信。您路过一家剧院，它正好在上演一场您的伴侣心仪已久的音乐会。ACES 会查看日程安排、门票价格和场次时间，然后询问是否要购买。ACES 执行交易后，会将该活动写入日程表，并安排汽车接送您参加音乐会。

快到目的地时，ACES 放您下车，让您步行走完最后一英里。它在您的出行资料中存储新的学习成果或个人喜好，并祝您度过美好的一天。然后，ACES 出发去接下一位预定客户，沿途为他们设置个性化的体验。

这一切听起来遥不可及？事实上，由于数字技术的不断进步，到 2030 年，上述功能以及许多其他汽车功能和出行服务都有望成为现实。



45%

的中国消费者表示，对他们而言，汽车品牌在自主“出行即服务”范例中并不重要，他们更看重的是**实惠和便利**



42%

的中国汽车行业高管表示，要想取得成功，甚至是生存下去，**企业必须进行数字化重塑**



68 亿

— 中国高管**预计到 2030 年，汽车行业将花费超过 68 亿美元**用于重塑员工技能

关于 2030 年汽车行业的许多预测都支持以下愿景：

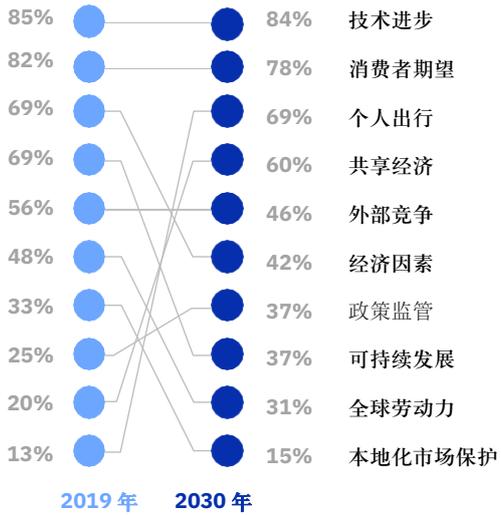
- 每个人平均拥有 15 台互联设备。¹
- 到 2030 年，售出的新车中有 15% 是完全自动驾驶汽车。²
- 软件将占到汽车创新的 90%，代码行数将是现在的一百倍。³
- 汽车共享将占到全球行驶里程数的 26%。⁴

很显然，技术进步和消费者期望是未来十年实现变革的持续推动因素（见图 1）。对于环境可持续性的关注，使业界将目光聚焦在电动汽车上，对新技术的需求造成人才短缺。随着共享经济的发展，个人出行产生了前所未有的影响力。与此同时，外部竞争力量的涌入带来了新的价值，并逐步取代传统的汽车企业。

无论未来变成现实的速度有多快，有两点确定无疑。第一点，数字技术创造了全新的方式，促进形成与消费者的无缝接触点。它们可以带来深入洞察，帮助实现个性化的服务，并将汽车与个人生活的方方面面整合起来。第二点，消费者希望他们从汽车获得的数字体验不逊于从其他智能设备获得的数字体验。

图 1

影响汽车行业的最重要因素



来源：2030 年汽车行业展望之高管调研。问题：现在和 2030 年对汽车行业最重要的外部影响分别是什么？请为现在和 2030 年分别选择 5 项。n = 124 中国高管

汽车行业自诞生之日起，过去 100 年基本上使用一种业务模式：生产汽车、销售汽车和提供汽车服务。但全球汽车行业的彻底变革很快就要来临。汽车行业应采取什么措施来应对这种变革？汽车企业该如何与时俱进，才能像高科技企业一样，以数字和数据作为业务的核心，高效开展运营和创新？汽车企业如何培养独特的能力，展现高出竞争对手一筹的执行速度、灵活性和规模，让自身品牌独树一帜？

为了展望未来，IBM 商业价值研究院 (IBV) 对 11,566 位全球消费者（其中包括 1,677 位中国消费者）开展了“2030 年汽车行业展望之消费者调研”，并对 1,500 位全球汽车行业高管（其中包括 124 位中国汽车行业高管）开展了“2030 年汽车行业展望之高管调研”（见第 22 页的“调研方法”）。

42% 的中国的汽车行业受访高管表示，要想取得成功，甚至是生存下去，他们必须利用数字技术重塑企业。41% 的中国受访高管表示重塑需求非常迫切。即使像汽车品牌这样神圣的资产，也有可能丧失在出行即服务领域的重要性 — 除非数字体验赢得了消费者的忠诚度。

驾座数字化

关于消费者对汽车的体验，传统描述主要集中在驾驶汽车方面。汽车企业主要宣传“操作”、“马力”或“造型”之类的功能。在目前的单一所有权模式下，这些属性往往能有效吸引消费者的眼球。

但汽车正变得越来越自动化和自主化。乘车者花在驾驶方面的时间越来越少，因此有更多时间在车内开展其他活动。他们的关注点不可避免地由驾驶汽车转向车内的数字体验方面。诸如“互联”、“个性化”和“无缝”之类的属性变得更切实可行。

对于许多人来说，上车并前往某个地方就是浪费时间。他们要停下手头的活动，前往目的地，然后重新开始之前的活动或开始新的活动。一项评估显示，美国人每天在汽车中平均花费 51 分钟。⁵ 这些时间可用于完成其他任务，比如在线购物、度假预约或阅读个性化的新闻报道。几乎所有这些活动，甚至其他更多活动，都可以通过汽车直接进行。

汽车企业坐拥巨大的机遇，能够创造车内数字体验，吸引消费者选择他们的品牌。由于能够从使用者的喜好中学习、根据其喜好进行配置，实现个性化，因此汽车成为了消费者使用的最为复杂的智能设备。现在，乘车者可以在车内专注于他们期望的活动。这样，出行就从“浪费时间”变为“充分利用时间”。

衡量在数字出行方面的兴趣

在衡量消费者对于移动数字体验的期望方面，有一个重要指标，那就是他们对数字技术的整体采用情况。虽然车载数字技术仍然很复杂，但是使用这些技术的消费者通常已经采用了其他形式的数字化。

另外还要看人们是生活在城市还是农村（见第 22 页的“调研方法”）。生活在城市里的人们拥有更多的出行选择。由于场地限制和交通拥堵，拥有私人汽车的成本和便捷程度都比较高。生活在农村的人们往往没有可替代的便利出行选择，因此他们更喜欢拥有一辆车。

根据调研结果，我们看到生活在中国城市的消费者使用数字技术的可能性比中国农村消费者更高。67% 的城市消费者经常使用社交媒体，相比之下农村用户的这一比例为 54%。此外，63% 的城市消费者每天使用多个数字设备，相比之下农村用户的这一比例为 51%。最后，53% 的城市消费者家中有数字助手，而农村用户只有 29% 使用这些设备。

中国城市和农村消费者对于分享个人信息以换取价值的态度也有所不同。61% 的城市消费者在紧急情况下愿意分享自己的医疗信息，而农村消费者愿意这么做的比例为 49%。64% 的城市用户愿意分享自己的出行信息，以换取更出色的产品和服务，而农村用户愿意这么做的比例仅为 49%。52% 的城市消费者愿意在通过汽车进行的电子商务交易期间分享财务信息，而农村用户愿意这样做的比例为 24%，不足前者的一半。

消费者的出行数字化期望包括汽车的认知功能。虽然大多数讨论都是关于汽车自动驾驶能力，但是人工智能 (AI)、物联网 (IoT) 和云计算等数字技术可以推动形成许多其他功能。汽车能够识别出乘车者，向他们展示个性化的内容。汽车还会不断学习，根据消费者兴趣提出新的建议。最重要的是，汽车能够以自然对话的形式与乘车者进行互动。

汽车能够进行交谈，通过上下文理解内容，还能够提供帮助 — 如果消费者并不精通技术或对车载技术并不熟悉，那

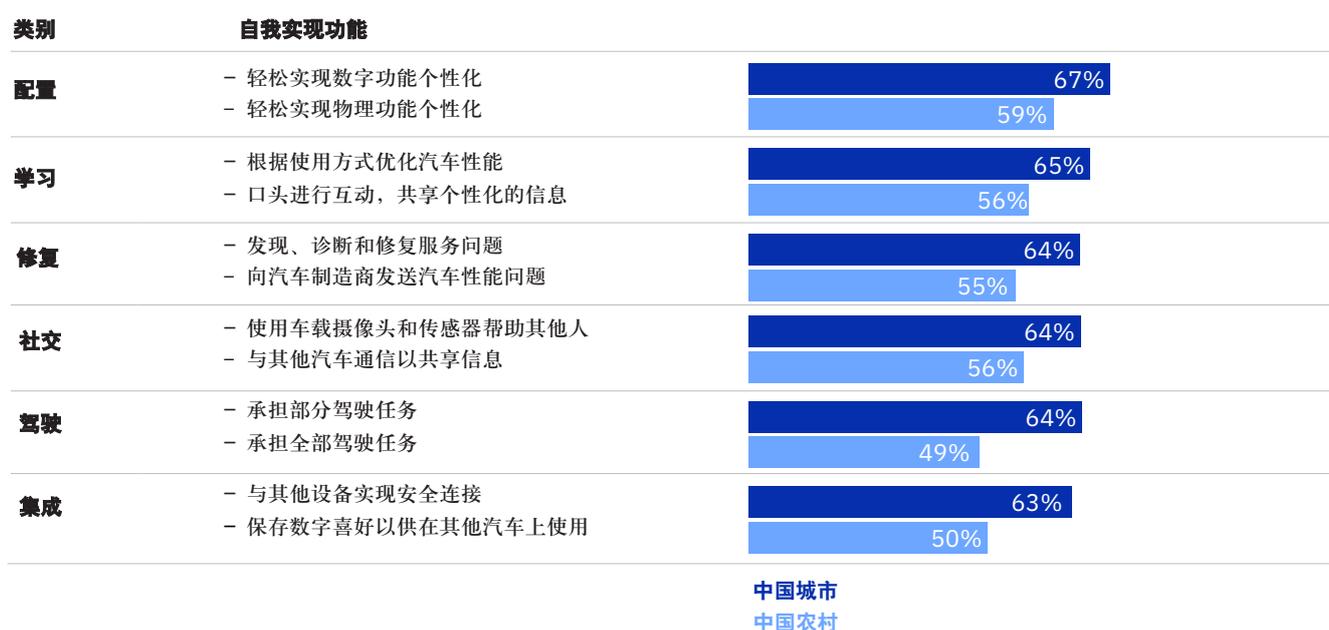
么这些能力就显现出巨大的优势。图 2 显示中国消费者对于未来汽车认知能力的兴趣程度，城市用户再次超越农村用户。

在驾驶汽车的同时，人们还有时间完成其他任务，因此出行服务成为至关重要的考虑因素。对于关注健康或身体有恙的消费者，汽车可以监控他们的健康状况，发出问题警报，并与其他健康相关设备共享信息。

接待功能可以帮助找到和预订最近的酒店，或者根据估算的出行时间在消费者最喜欢的餐厅预订晚餐。

图 2

终极数字设备



来源：2030 年汽车行业展望之消费者调研。问题：您对未来汽车的以下功能有多大兴趣？按 1-5 分评分。选择 4 或 5 分的百分比。n = 1677 中国消费者

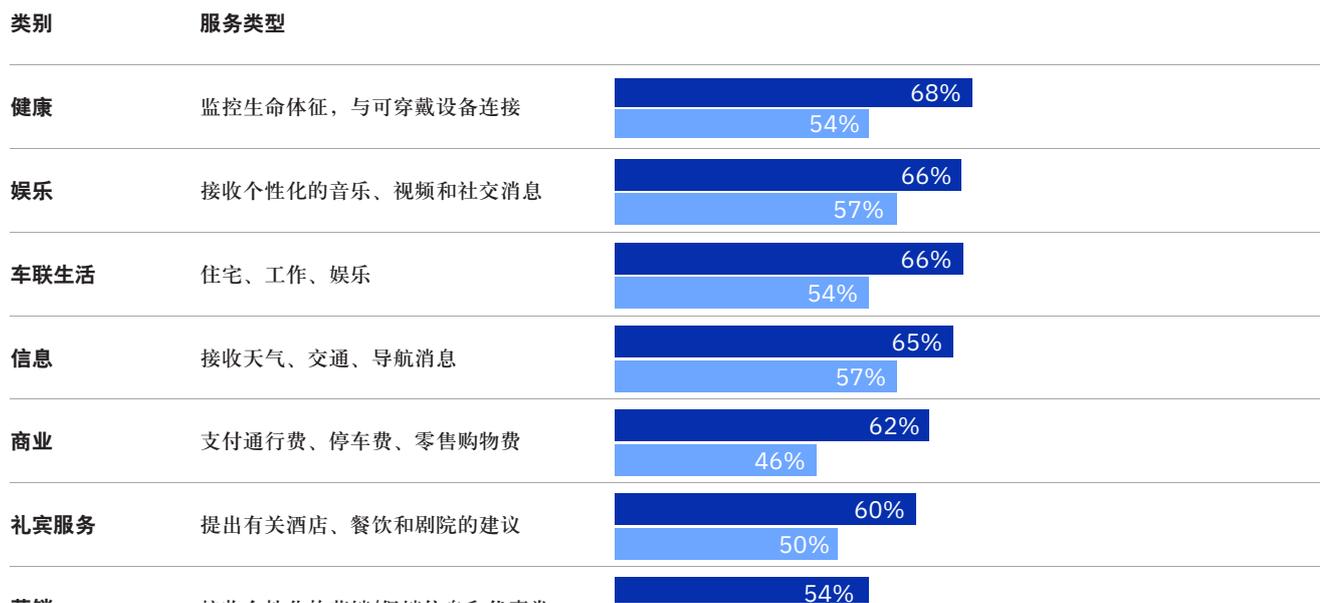
汽车将提供基于位置的营销和促销。互联互通的生活服务使汽车能够在即将到达消费者的住宅时预热烤箱以及点亮灯光。在图 3 中，中国城市和农村消费者指出了他们最感兴趣的服务。

除了车内的认知功能和消费者在出行时可以使用的出行服务外，用户对于如何利用无所有权的交通模式出行的兴趣越来越大。

中国城市和农村用户再次表达出截然不同的喜好。58% 的城市消费者对“电子叫车”非常感兴趣，相比之下农村消费者的这个比例为 45%。61% 的城市消费者对于拼车非常感兴趣，相比之下农村消费者的这个比例仅为 39%。53% 的城市消费者对于点对点汽车共享非常感兴趣，而对此感兴趣的农村受访者的比例仅为 23%，只有前者的一半还不到。

图 3

当驾驶时间变为成长时间



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38316

