高管洞察力

对未来出行的独特见解：转变旅行态度

第八届全球出行研究

要点

1. 电动汽车（ev）显示出了很强的用户粘性。虽然在受访者中（不包括中国）只有15%-25%打算购买电动汽车，但已拥有电动汽车的70%-90%车主都表示，他们在下次购买汽车时仍然会选择电动汽车。

2. 研究显示，与“中立者”相比，“环保技术爱好者”这部分消费者更有可能购买纯电动汽车。“中立者”是我们研究中最大的群体，也是电动汽车OEM厂商试图增加销量时最重要的目标群体。同时，除了中国以外所有国家，传统汽车制造商似乎对电动汽车的魅力免疫。

3. 自启动这项研究以来，在英国、美国和澳大利亚，“购买成本”第一次不再是购买电动汽车的头号障碍，取而代之的是对充电、电池寿命和更换电池费用的担忧。

4. 自2022年以来，一个重大变化是人们开始关注电动汽车的使用和报废后的财务影响。续航里程、缺乏充电站、电池寿命、不确定的二手转售价值和电池更换成本都是最新研究中出现的突出问题。这标志着消费者已经从因成本和/或性能而拒绝电动汽车，转变为一种潜在的不可回避的现实问题。

L.E.K.咨询对全球人口流动性趋势已跟踪研究了八年，研究显示：尽管整体出行率尚未达到疫情前的高点，但2023年世界旅行已回归。

虽然交通出行已基本恢复到新冠疫情爆发前的水平，也解除了一直受抑制的旅游出行限制，但关键问题仍然存在，面对不断变化的消费观念和层出不穷的新技术，这种情况是否可持续？

绿色和健康才是最重要的，如电动汽车（ev）等绿色交通方式、微型交通工具以及骑自行车和步行等健康选择，将是关键赢家。

重要的是，随着成本的不断下降和技术的不断改进，拒绝购买电动汽车的理由发生了重大转变。一个很好的例子是：目前市面上的顶级电动汽车的续航里程规格满足了70%-80%的受访者的需求。自从我们首次启动这项研究以来，这一变化使得成本不再成为诸如英国、美国和澳大利亚的消费者购买电动汽车头号障碍。取代价格担忧的是对充电和电池寿命/更换的焦虑。

尽管最近销量有所下降，但进入市场的低成本电动汽车和充电网络的改进表明，短期内电动汽车的普及可能会加速。

我们确定了三种自我报告的出行性格类别：“传统主义出行者”、“环保技术人士”和“中立者”。每个人对出行的态度、使用电动汽车的可能性、感知到的使用障碍都不同，以及关键的购买标准。对这些出行人士细微差别的透彻理解,才是制定周到的电动汽车战略,驾驭不断变化的电动汽车格局的关键。

研究揭示了许多令人兴奋的理由，受访者总体上对未来表现是乐观而非悲观，这强烈表明人们对当前的出行创新步伐感到满意，并且对电动汽车和拼车服务持积极态度。个人 BEVs（纯电动汽车）、自动驾驶出租车和 eVTOL（电动垂直起降飞机）被认为是2040年最有可能出现的情况。大多数受访者都不认为未来私家车价格会更低，人们会依赖微型交通工具和自动驾驶车队的想法。但并非所有人口结构都是一样的，西方 25-45 岁的人最有可能对未来持悲观态度。

关键的交通出行正在发生改变

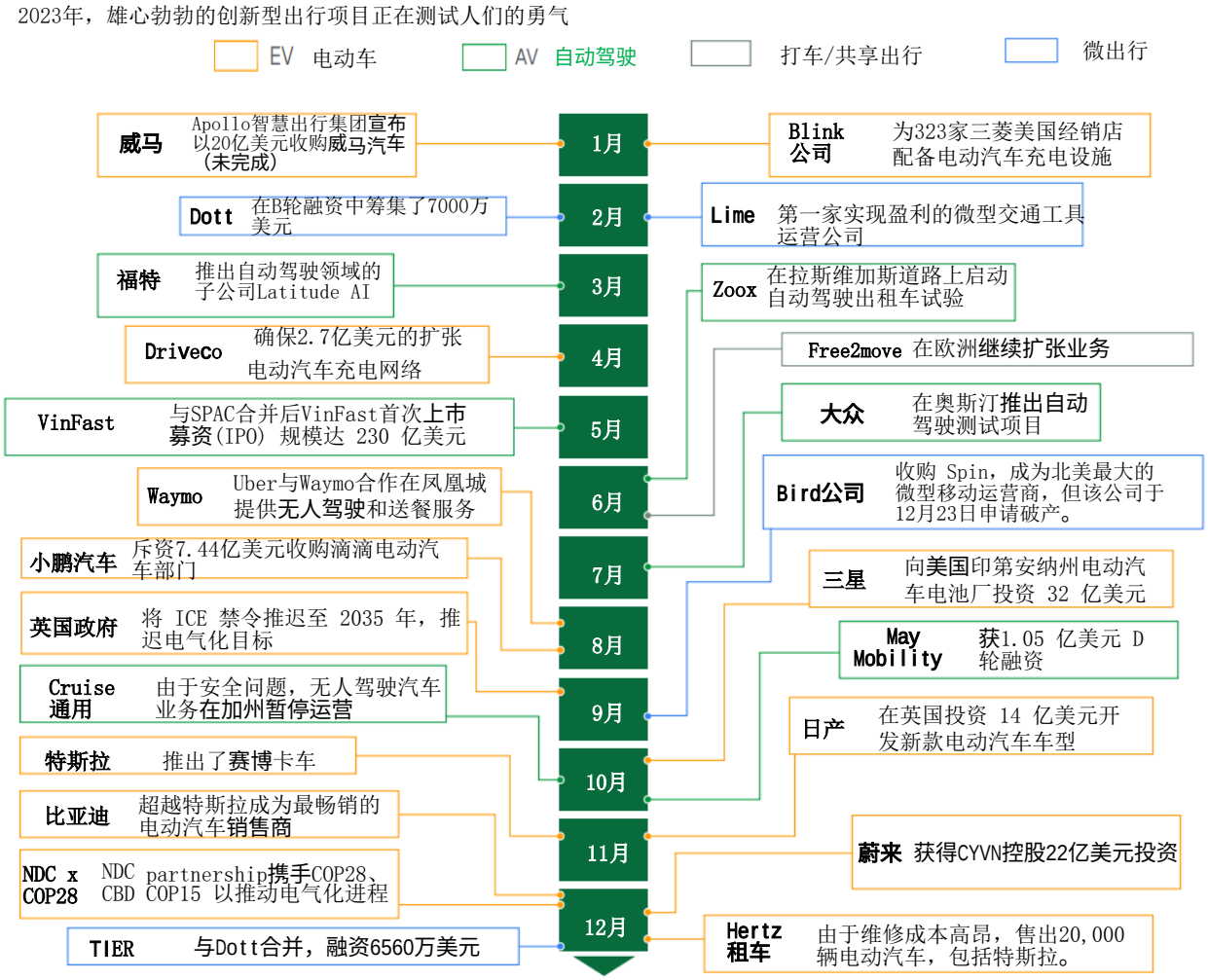
近年来，影响出行的主要问题发生了变化。2019 年，人们对环境问题的关注度不断增加，新法规出台，人们对可再生能源和共享出行的兴趣也日益浓厚。然而，2020 年的新冠疫情降低了人们的流动性，而能源转型之旅的开始——人们对全球面临的环境问题的日益认识，这种意识的提升，带来了进一步的变化。

2021 年，电动汽车开始受到青睐，但 2022 年带来了生活成本危机，让许多人放弃了购买电动汽车的想法，但并未阻止电动汽车基础设施的快速发展。

快进到2023年，世界范围内旅游业逐渐复苏，人们对电动汽车的担忧也在发生变化。这一年，雄心勃勃的创新型出行项目正在测试人们的勇气，比如Lime成为第一家实现盈利的微型交通工具运营公司，并筹集了6560万美元的资金。12月由蒂尔与多特合并。看看下面的内容，就会看到一些推动流动性向前发展的活动（见图1）。

图1

关键的流动性问题正在发生改变



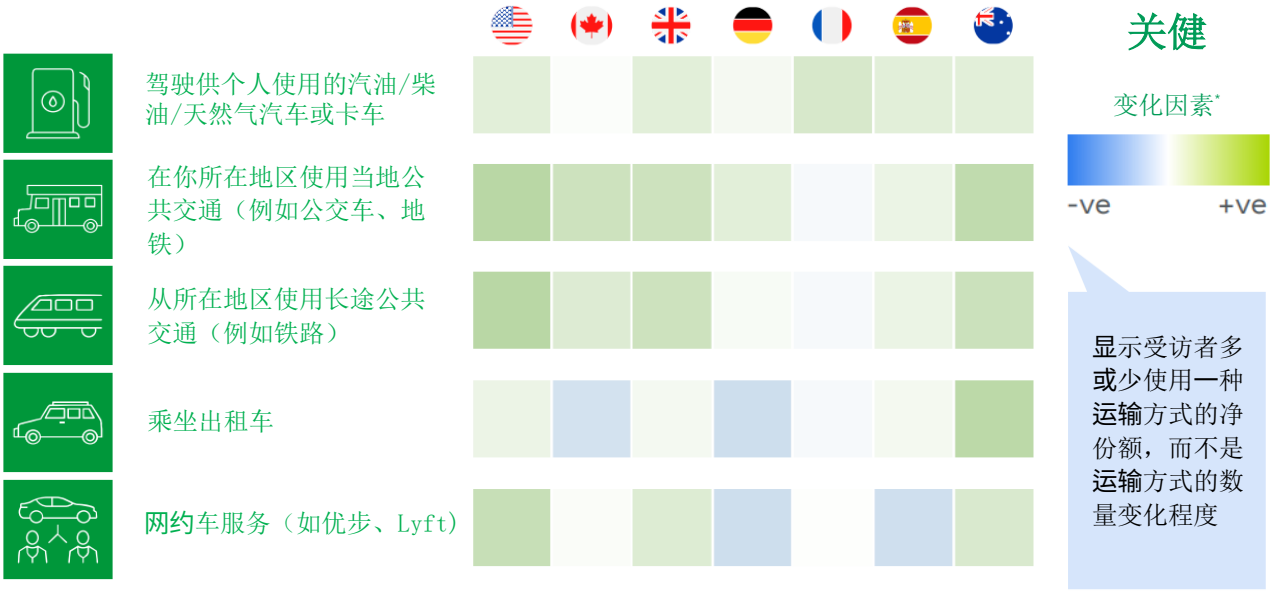
改变对旅行的态度

事实证明，在大多数被调查的国家中，2023年无疑是交通运输增长的一年。虽然大多数地区，个人使用汽油和柴油汽车的数量略有下降，但公交车和地铁等当地公共交通正在增加（见图 2）。对出租车和网约车使用量变化的调查显示，各国之间存在很大差异。

图 2

交通出行活动——按出行方式和国家划分的交通使用情况与去年相比有何变化（12 月 23 日）

2023年无疑是交通运输增长的一年



注：*不代表运输量变化的程度。规模上的最大变化代表 +50%，规模上最小的变化代表 -50%　资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

推动这一变化的一个因素是人们持续返回办公室，除德国和中国外，所有国家的居家办公人数在2022年—2023年间均有所减少。然而，只有美国的旅游出行恢复到了疫情前的水平，其他国家一直受生活成本压力以及持续在家工作的行为驱动。

2023年，除美国、英国、西班牙和中国领先外，所有受调查国家对环保交通的兴趣都比2022年有所增加。在美国，人们对持有汽车一直是一种负面情绪，现在这种情绪略有缓解，这可能是人们重返工作岗位以及电动汽车日益普及的结果。

在我们研究的国家中，过去一年中，绿色出行方式的使用有所增加。这些交通方式包括电动汽车和货车、电动滑板车和自行车（共享单车或个人拥有）。步行也呈上升趋势，尤其是在澳大利亚、美国和英国。

在美国，返回办公室的缓慢情况继续影响个人车辆和公共交通的使用，数据低于疫情前的水平。但所有其他形式的交通方式，从航空旅行到网约车服务，似乎都超过了疫情前的水平。与此同时，在欧洲，2023年的数据显示，所有交通运输的辐射水平等于或高于疫情前的水平。一些主要交通方式使用率强劲的可能原因在于出行成本的变化，以及人们更关注减少个人对环境影响——这是一种从情感到行为，令人鼓舞的转变。

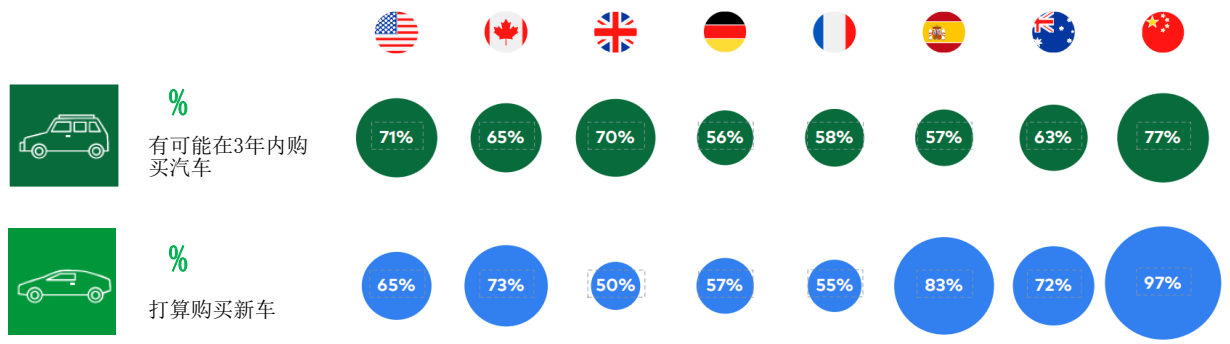
转向电动汽车

电动汽车的普及是出行趋势的重要风向标，我们最新调查了未来三年内预计购买汽车的人数，并确定了计划购买电动汽车的人数比例。虽然在大多数国家，有15-25%的受访者将目光投向了电动汽车，但中国是这一比例的2到3倍，领先于其他国家（见图 3）。

图3

转向电动汽车

55-80% 的受访者预计在未来 3 年内购买私家车，大多数受访者预计此次将购买新车



注：所有国家的权重相同；
资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

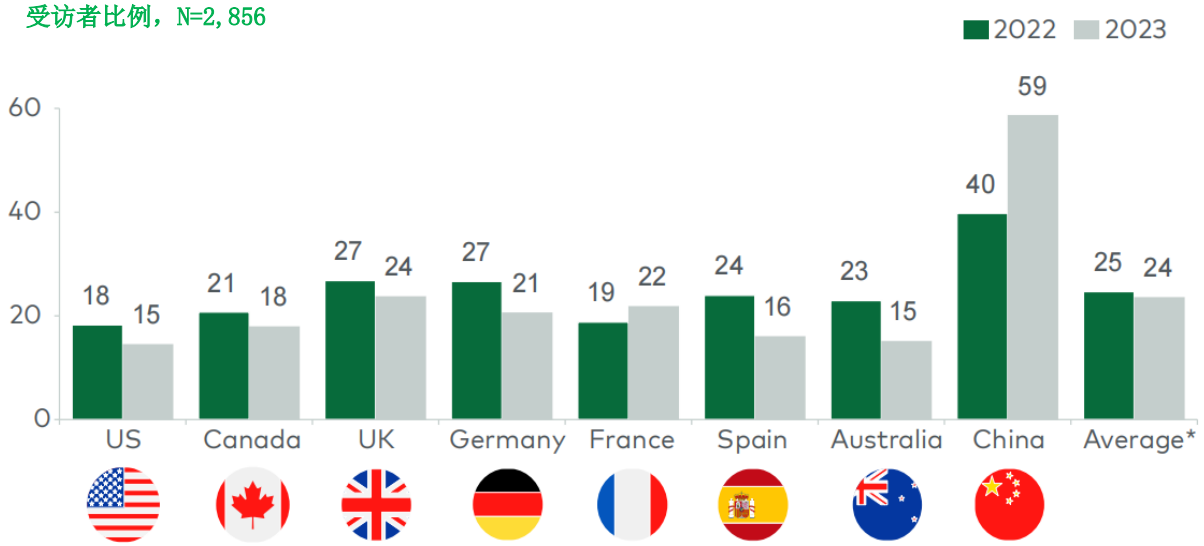
我们的研究表明，在现有的电动汽车车主中，70% 至 90% 的人可能需要更换时，还会购买电动汽车。德国的水平最高，紧随其后的是法国和中国。总体而言，这表明已经接受电动汽车潮流的人拥有积极的体验（见图 4）。

图4

打算下一次也购买汽车的受访者份额（12月23日）

虽然与去年相比，购买电动汽车的意向有所减弱，但对电动汽车的兴趣仍然很高，15-25% 的受访者表示，他们下次购买汽车时还会购买纯电动汽车。

受访者比例，N=2,856



注：所有国家的权重相同，
资料来源：2022-23年度全球人口流动性研究

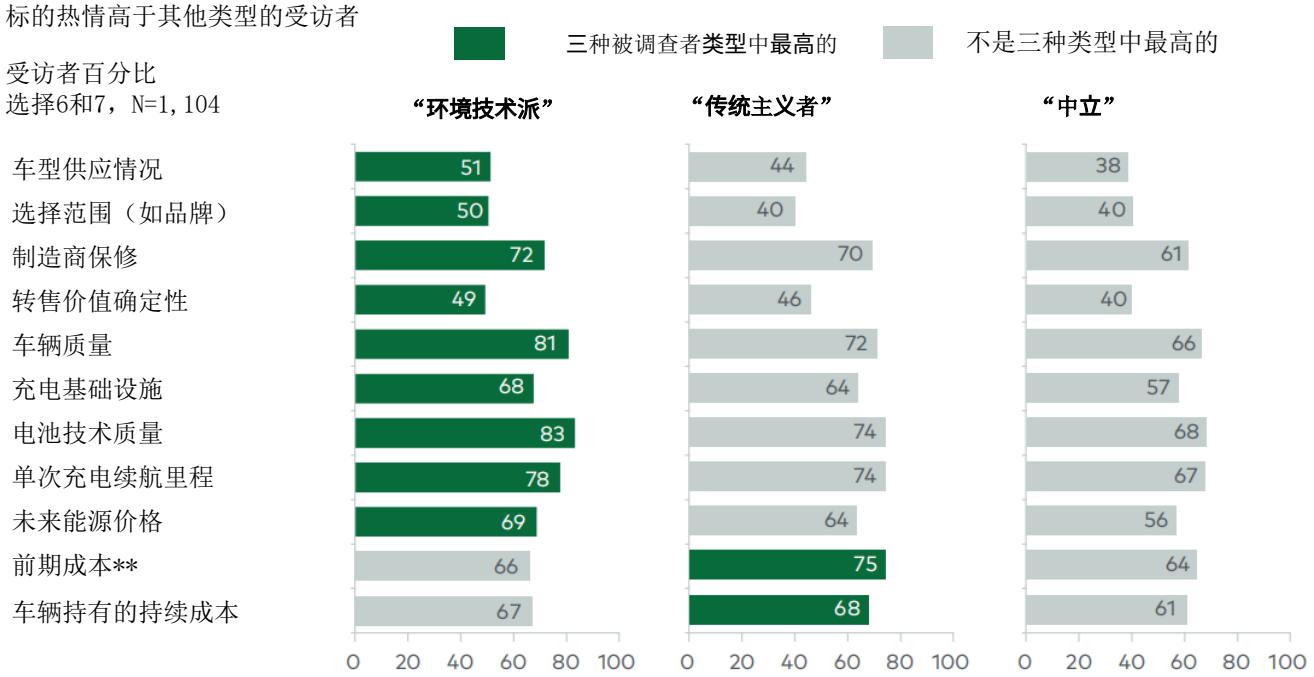
了解消费者的心态

了解人们对电动汽车的态度是我们工作的重要组成部分。为了帮助评估这些数据，我们基于对环境、技术和驾驶的看法创建了三种出行个性（见图5）。

图5

在决定是否购买全电动汽车时，以下标准对您来说有多重要？（12月23日）

“传统主义者”对成本的敏感度高于“环保技术派”和“中立”受访者；“环保技术派”对所有其他关键绩效指标的热情高于其他类型的受访者



不同类型企业的关键绩效指标类似，但成本对“出行传统主义者”来说更为重要

前三项关键指标		
1. 电池技术质量	1. 前期成本	1. 电池质
2. 车辆质量	2. 电池技术的质量	2. 范围
3. 范围	3. 范围	3. 车辆质量

注：所有国家权重相同；** 例如票价、家庭充电基础设施等，例如电力成本、维护成本等。
资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

“环境技术派”对保护环境感兴趣，通常是新兴技术的早期采用者。65%-70% 的人更愿意将钱花在他们感兴趣的事情上，并支付电动汽车溢价——高于传统主义者的 45%-36% 和中立主义者的 50% 左右。美国和欧洲之间的差异形成了有趣的对比，西班牙是愿意支付高额溢价的比例最高的国家。

“传统主义者”更喜欢驾驶的乐趣，喜欢传统内燃机的声音和气味。美国和澳大利亚是传统主义者人数最多的国家，德国和中国人数最少。他们往往比环保主义者或中立主义者更注重价格，并且与其他群体相比，他们更更热衷其他关键性的购买指标。

“中立者”缺乏其他两类人的热情。他们认为自己关心环境并享受科技，但对这两种感觉都不太强烈。

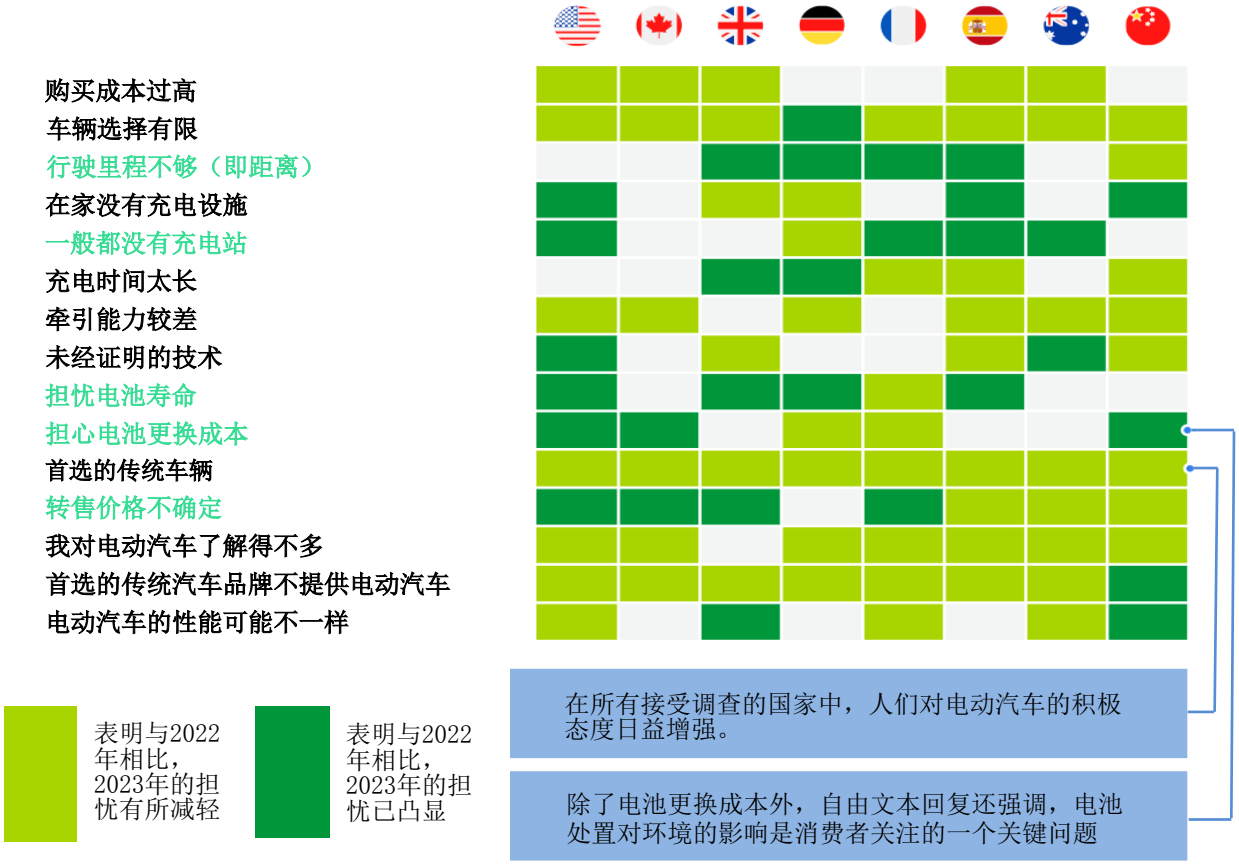
电动汽车普及问题备受关注

总拥有成本的变化确实会影响这一决策，但我们的分析表明，对于某些车辆类别，我们可以在短期内接近价格平价。

使用问题也是主要因素，人们认为续航里程、缺乏充电站和电池寿命短等问题仍然存在，而围绕不确定的转售价值和电池更换成本的新担忧也逐渐显现（见图 6）。

图6

各国购买/租赁纯电动汽车时最关心的15大问题（2022-23年）与2022年相比，电动汽车使用问题（例如续航里程、充电站不足、电池寿命）和报废的财务问题（例如转售价值不确定、电池更换成本）在 2023 年成为焦点。



注：*按2023年排名和2022年排名的差异计算的变化程度
资料来源：2022-23年度全球交通出行行业研究

我们发现，三类受访者最关心的问题是相同的，尽管不同群体的顺序有所不同（见图 7）。

图7

在购买电动汽车时最受关注的5个问题

关于电子购物的前5个关注点是共享数据应答类型。这5个问题的顺序不同的是，“环境技术人员”相对不太关注成本和范围

	环境技术	移动性传统主义者	中性的
第一关注点	对电池寿命的担忧	对电池寿命的担忧	买起来太贵了
第二关注点	关注的电池更换成本	买起来太贵了	对电池寿命的担忧
第三关注点	一般缺乏充电站	距离不足（即距离）	一般缺乏充电存储
第四关注点	买起来太贵了	缺乏充电站	关注的电池更换成本
第五个问题	范围不足	关注的电池更换成本	距离不足（即距离）

注：电池寿命指的是电池的使用寿命，而不是续航里程，
资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

该行业正在尽力缓解消费者的担忧，电动汽车续航里程不断提高，以满足大多数消费者的既定要求，并有可能消除电动汽车普及的一个重要障碍。

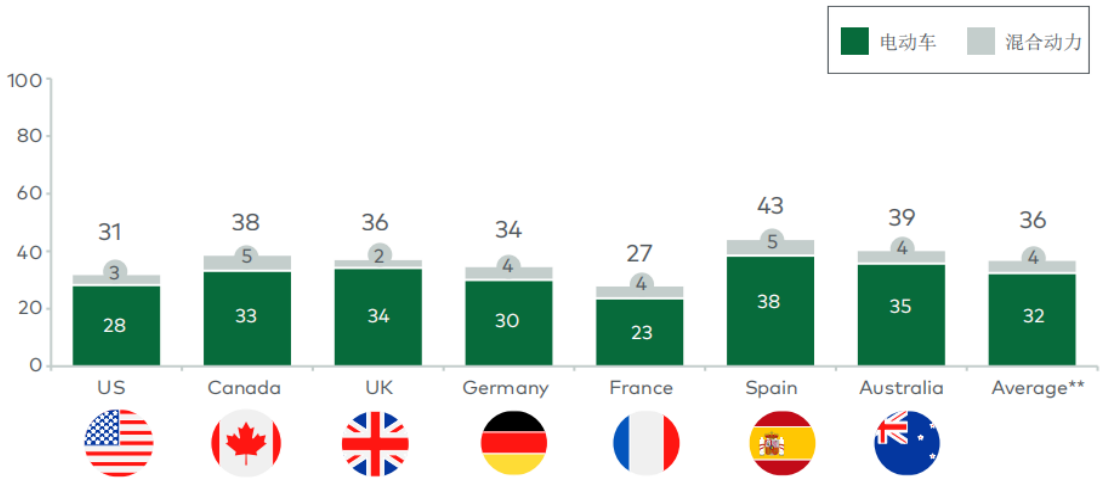
谈到充电，消费者关注的重点是成本和安全这两个问题，欧洲和北美消费者对家庭能源支出和安装家庭充电设施的成本的担忧最为严重，而在中国，消费者表示担心火灾风险是他们购买电动汽车的一大障碍。

全球范围内，只有3%到4%的受访者会优先购买混合动力汽车（HEV），而不是电动汽车。对于接受调查的受访者来说，购买成本、电池寿命和电池更换成本等常见问题都是混合电力车普及的障碍（见图 8）。

图8

未来购买 EV 和 HEV 的可能性（12 月 23 日）

一小部分受访者会比那些考虑购买电动汽车的人更愿意现在购买HEV，这表明混合动力汽车的阻力更低



注：* 基于不太可能购买纯电动汽车的受访者对“未来您购买混合动力汽车的可能性有多大？”的回答；
** 所有国家权重相同
资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

展望未来

虽然我们的工作为不久的将来的交通出行带来了清晰的认识，但我们还是确定了四个主题，有可能带来新的变革。

环境
向可再生能源的快速转变仍在继续。但获取电池生产所需的稀土也是一个日益严重的问题。

经济
供应链的脆弱性对许多经济体都产生了重大影响，人口停滞不前加剧了许多国家的困境。亚洲的崛起标志着世界经济格局的重大转变。

技术
数字化程度的提高、人工智能和电池技术的快速发展是值得关注的重要因素。微芯片生产问题已经影响到许多行业。

政治
全球范围内的脱碳监管正在不断加强，但全球财富和权力的平衡正在发生变化，导致社会两极分化加剧，冲突程度不断加剧。

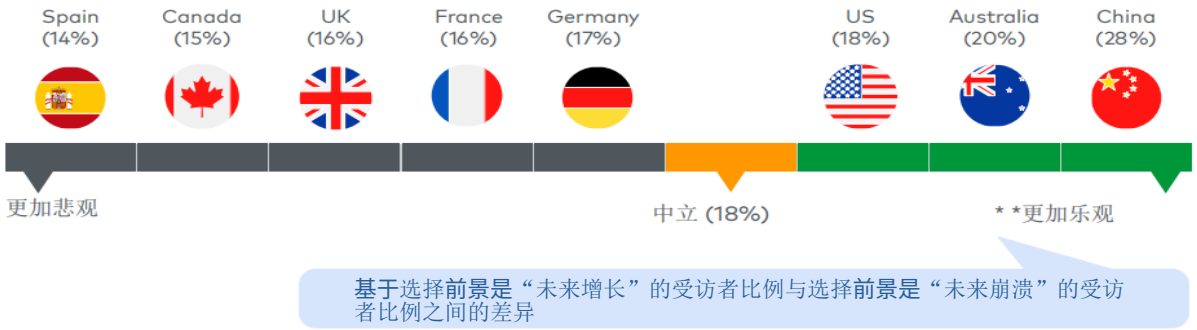
为了帮助衡量消费者对快速变化未来的反应，我们展望了2040年，并设计了三种潜在的出行情景：崩溃的未来；保持趋势；增长的未来。大多数受访者乐观地预测最后一种情景占50%左右。中国以54%的比例领先，而接受调查的其他国家则在41%至46%之间（见图 9）。

图9

最有可能的前景是在2023年之后的10-15年成为现实

西班牙和加拿大的受访者似乎最为悲观，而澳大利亚和中国的受访者似乎最为乐观

受访者比例，N=2,260



注：* 根据以下问题：“总体而言，未来10-15年内您认为哪种前景会成为现实？其中‘1’表示‘非常不可能’，‘10’表示‘非常可能’”
** 根据选择‘崩溃的未来’与‘增长的未来’的受访者比例之间的差异。
资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

总体而言，我们的受访者更倾向于未来趋向于环保且高科技出行场景。但他们希望这些场景基于成熟的技术，并且不会限制他们的出行便利性——这显然是鱼与熊掌要兼得（见图 10）。

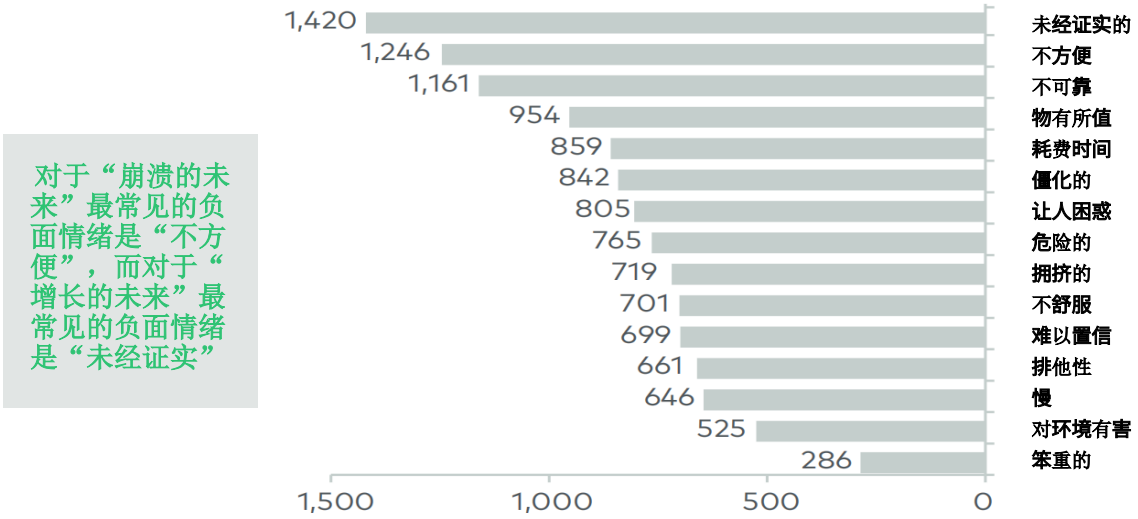
图10

所有情景下最积极和最消极的情绪（2023年）

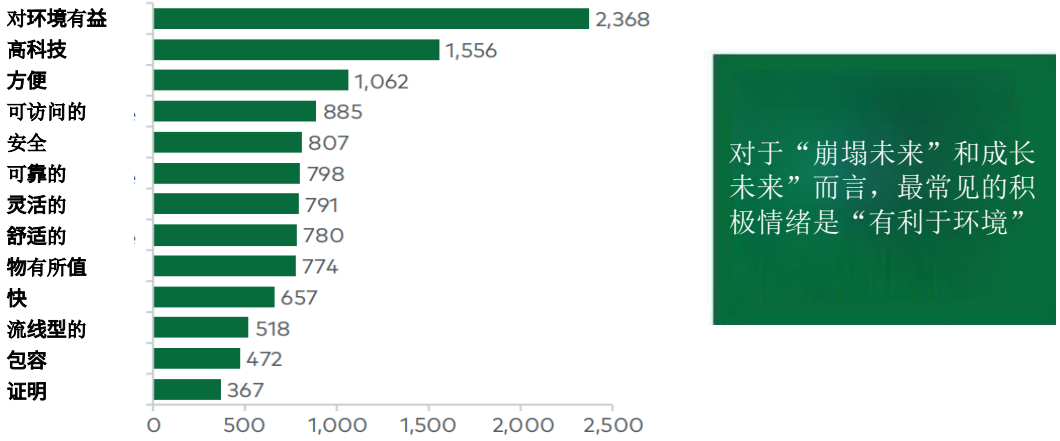
响应是指有利于环境和高科技的未来移动场景，并基于不限制移动便利性的原始技术

在所有情况下，最常见的负面情绪(2023)

受访者人数，N=2260



在所有情况下，最常见的积极情绪(2023)



注意：*每个响应最多选择了三个选项　　资料来源：2023年度全球交通出行行业研究

正如预期的那样，不便、前期成本以及缺乏技术记录等问题导致人们对“趋势持续”情景反应最为负面。西方 25-45 岁的人群总体上最为悲观，但最热衷于电动汽车和拼车作为未来出行问题的潜在解决方案（见图 11

图11

不同年龄对交通工具的态度

在西方国家，25-45岁的年轻人最有可能对未来感到悲观，而接触拼车/电动汽车与更乐观的态度有关

注：*基于以下问题：“总体而言，您认为这种未来情景在未来 10-15 年内成为现实的可能性有多大，其中‘1’表示‘非常不可能’，‘10’表示‘非常可能’？”

2023年度全球交通出行行业研究

L.E.K.如何帮助

我们对新兴移动趋势为期8年的全球研究提供了无与伦比的见解
这一迅速变化的部门。我们的见解和经验正在帮助电动汽车公司和他们的投资者更好地理解不断变化的监管和不断变化的消费者正在塑造未来流动性的情绪。要了解更多关于我们最新的年度全球移动研究，请注册我们的网络研讨会，或告诉我们您在移动领域的雄心，请联系 Becrom

关于这项研究

LEK Consulting 与 Vision Mobility 和 CuriosityCX 合作开展了第八届年度全球电动汽车研究。在前几年的基础上，今年的样本包括来自美国（31k）、加拿大（10k）、英国（7k）、法国（7k）、西班牙（7k）、德国（8k）、中国（5k）和澳大利亚（7k）的 3,163 名受访者。

关于作者

合伙人 Becrom Basu| b.basu@lek.com

Becrom巴苏是L.E.K.咨询公司伦敦办事处的合伙人。他专门从事交通、旅游和新能源汽车部门，并就全球战略和决策为客户提供建议支持、并购和战略激活项目。他在就共享、连接、自主权和电气化挑战为客户提供交通中断咨询方面具有丰富的经验。

Natasha Santha，合伙人| n.santha@lek.com

Natasha Santha是LEK咨询墨尔本办事处的合伙人，也是该公司新出行、交通和基础设施业务的成员。Natasha在交通和基础设施领域拥有丰富的经验，在公共交通运营、重资产采购、重大项目投资评估、投标支持和机场地面通道方面拥有专业知识。2021年7月，Natasha被任命为维多利亚州政府的顾问小组成员，致力于实现零排放汽车的未来。她也是澳大利亚政府国家新兴航空技术咨询小组的成员。

Rob Haslehurst，常务董事| r.haslehurst@lek.com

罗伯·哈斯勒赫斯特是L.E.K.的常务董事和合伙人巩固并领导该公司的全球定价服务线。他是我们的汽车和移动，家庭，体育和软件实践的一部分。除了定价和收入管理之外，Rob还在增长战略、数字化、市场营销主题、消费者洞察力和并购等方面都有经验。罗伯也是L.E.K.的负责人！他也是美国区域管理委员会的成员

Emile Santos，常务董事| le.santos@lek.com

Emile Santos是LEK咨询纽约办事处的董事总经理兼合伙人。于2006年加入LEK 咨询。他除了在纽约办事处工作外，他还曾在该公司的伦敦和悉尼办事处工作过。他在领导团队方面拥有丰富的经验，为该公司的许多消费品、健康和保健、零售和汽车客户提供服务。他的专业知识包括消费者主导的增长战略、消费者洞察和细分、品牌定位、客户体验和忠诚度、新产品开发和财务预测。。

Matt Wayne，常务董事兼合伙人|m.wayne@lek.com

Matt Wayne是 LEK咨询波士顿办事处的董事总经理兼合伙人，也是工业业务的成员。Matt 拥有超过 10 年的战略咨询经验，尤其擅长为各种工业市场的企业和私募股权客户提供支持。凭借市场评估、增长战略和尽职调查方面的专业知识，他主要专注于汽车和交通出行以及工业设备和技术。

致谢

我们要感谢Vision Mobility公司创始人James Carter和CuriosityCX首席执行官Dave Fish对这份年度研究报告的支持。

关于L.E.K.咨询

我们是L.E.K.咨询，一家全球战略咨询公司，我们与商业领袖合作，抓住竞争优势，促进增长。我们的洞察力是重塑客户业务轨迹的催化剂，发现机会并使他们能够掌握关键时刻。自1983年以来，我们的全球业务遍及美洲、亚太和欧洲，为从跨国公司到新兴创业企业和私募股权投资者等各行各业的领导者提供了指导。想要更加了解我们吗？请访问lek.com。

L.E.K.Consulting是L.E.K.Consulting LLC的注册商标。本文档中提及的所有其他产品和品牌均为其各自所有者的财产。©2024 L.E.K. Consulting LLC