



新移动出行 心态洞察报告

了解新移动出行者的趋势和心态变化

2023年11月

目录

引言	4
了解人们的出行新心态： 关键点	5
关于本报告	6
心态转变之一： 采用更环保的交通工具	7
心态转变之二： 从有车转向用车	9
心态转变之三： 微出行成为主流	11
总结： 对保险业的影响	13

引言

出行方式的革命方兴未艾。创新无处不在。电动汽车的迅速崛起、微出行（包括电动滑板车和电动自行车）的发展，以及人们获取出行方式及支付方式的根本性变化，都让交通行业发生改变。与此同时，国家及地方政府也在调整政策，改变监管环境。而这一切的背景，是碳减排目标日益严格，以及社会各界正投入巨大努力来改善全球城市的空气质量。

在技术、经济和环境因素等多方面的推动下，广大公众和全世界正在经历一系列的观念转变。本报告旨在更深入地了解人们对出行的认知、期望和体验正在如何变化。

本报告详细探讨了三种关键的心态转变：公众对更环保的交通方式的需求不断增加，人们从私家车拥有者向出行即服务（MaaS）的转变，以及对新型微出行方式的接受度日益提高。通过研究公众在这些领域的舆论变化情况，本报告展望并探讨了未来这些趋势可能的发展方向，以及需要采取哪些措施来支持变革。

除了使用安联世合对25,000多名消费者进行专有研究的结果外，本报告亦融入了两位全球出行专家的深刻见解。他们是纯电动方程式系列赛（Formula E）和纯电动越野系列赛（Extreme E）的创始人兼董事长Alejandro Agag，以及安联世合新出行和微出行业务全球合作伙伴负责人兼全球首席销售官Michael Maicher。

了解人们的出行新心态：关键点

心态转变之一：采用更环保的交通工具

近年来，电动汽车的成本下降、人们环保意识的提高以及电动汽车性能的不不断提升，加速了电动汽车的普及。人们对该领域的进一步增长存在巨大需求。安联世合的研究发现，60%的车主在购置下一辆车时可能会考虑纯电车或混合动力车。在年龄为25-40岁且有子女的车主群体中，这一比例达到了75%。

然而，庞大的私家车队伍实现低碳化的道路依然漫长。为解决目前许多地区存在的充电限制问题，快速投资充电基础设施建设至关重要，政策制定者须为市场进一步接受可持续交通方式继续提供有利环境。超快速充电、使用人工智能显著提升电池化学性能等突破性技术或许将真正改变游戏规则。而这些绝非万全之策，还需在绿色交通领域采取全面行动。

心态转变之二：从有车转向用车

自一个多世纪前第一批量产汽车下生产线以来，拥有一辆汽车就不可避免地与个人自由和追求紧密相连。而对于当代人而言，出行即服务（MaaS）正愈发具备吸引力。这种观念的转变归因于各种推拉因素，包括快速的通货膨胀、高昂的用车成本，以及MaaS提供商服务质量的显著提升。

展望未来，MaaS各公司极有可能根据消费者的建议进行持续改善，特别是随着MaaS各平台之间不断提升互联互通和合作的情况下。自动驾驶汽车（例如“机器人出租车”）的出现，则将进一步加速从有车到共享用车的趋势。

心态转变之三：微出行成为主流

电动滑板车和电动自行车使用量快速增长，让微出行从小众走向主流市场。在许多城市，越来越多的人被微出行的低成本和灵活性所吸引，并开始选择这种出行方式。交通系统的变革由此引发。然而，人们对微出行相关法规和条例的了解仍然有限，许多地方仍缺乏明确的公共政策。32%的人不知道使用电动滑板车是否需要购买保险。同样，31%的人不确定使用电动自行车是否需要购买保险。

尽管消费者的需求显而易见，但以上问题可能会限制微出行的有效普及，并可能进一步触发公众的反感情绪。未来，我们将有机会将公共交通和微出行整合在一起，并加强各平台间的互联互通。例如，可以在同一平台提供所有服务提供商的服务，确保消费者轻松便利地获取微出行服务。



关于本报告

安联世合基于“顾客实验室”专项研究、内部消费者行为洞察和对整体移动出行生态系统的研究得出以上趋势，并在报告中引用了以上各研究结果。本报告亦广泛借鉴了以下两位出行领域知名专家的意见和分析：

二十多年来一直位于移动出行创新领域前沿的Alejandro Agag。作为纯电动方程式系列赛（Formula E）、纯电动越野系列赛（Extreme E）和氢动力越野世界锦标赛（Extreme H）系列的创始人和董事长，他以独特视角看待技术发展、政治现状和塑造当今出行业态的商业必要性。Alejandro在商业、体育和政治领域取得了巨大成功，并于2014年创立了纯电动方程式系列赛（世界顶级电动车赛事）。他在25岁时担任西班牙首相顾问，1999年28岁时当选欧洲议会议员。

安联世合新出行和微出行业务全球合作伙伴负责人兼全球首席销售官Michael Maicher。他在保险行业拥有超过25年的经验，曾在安联集团担任领导职务，凭借在全球多个国家的工作经历，获得卓越洞察力。

Michael当前主要负责传统行业的数字革新和按需经济方面的事务，重点关注出行和平台市场。他致力于跨越移动出行、旅行、家居与乐享生活、健康关爱领域，建立充满活力且富有成效的合作伙伴生态系统，尤其关注数字与共享经济。

Alejandro和Michael就移动出行领域的数据和新趋势展开了详细讨论。本报告大量引用了他们的讨论内容。

关于顾客实验室数据

安联世合的顾客实验室是一个关于消费者洞察的专有定量数据库。2022年的数据在2022年春季收集，针对超过2.5万名消费者展开调查，涉及以下十个主要市场：澳大利亚、比利时、巴西、加拿大、中国、法国、德国、意大利、英国和美国。按国家、年龄组以及总样本水平对数据进行了分析。

心态转变之一：采用更环保的交通工具

“随着人工智能的发展，我们已身处史上规模最大的技术革命的前沿地带。

人工智能和量子计算的结合即将实现，这将大幅提升处理速度，为电池能量密度等领域带来变革性突破。”

——Alejandro Agag

提升消费者对可持续出行的兴趣

近年来，消费者对可持续发展，尤其是气候变化的兴趣和关注度的提升有目共睹。这种兴趣对出行领域产生了重大影响。

安联世合顾客实验室的数据显示，60%的道路使用者在购置下一辆车时可能会考虑电动车或混合动力车，而在26-40岁的有孩家庭人群中，这一比例达到了75%。

据Quartz报道，2022年电动车（EV）的销量增长了60%。

虽然公众环保意识的提升显然是促成该趋势的一大原因，但还有许多其他因素促使越来越多的人使用更环保的交通工具。成本是影响汽车使用的关键因素。近年来，随着技术的进步，电动车的价格愈发低廉，化石燃料的价格却逐年走高。

同样，电动滑板车、电动助力自行车和电动助力车等微出行方式因使用便捷且成本低廉，开始成为汽车的替代品。

需要大胆决策

层出不穷的新动态为交通脱碳提供了肥沃的土壤。而所需变革种类繁多且规模巨大，政策制定往往落后一拍。由于行业变化迅速，已没有多少时间留给政策制定者来学习和适应新的发展形势。监管框架仍需进一步改善，提升电动车对消费者的吸引力，同时让内燃机汽车更不易获得。

立法者已确立电动车的总体发展方向。

欧洲议会最近投票决定，在2035年之前禁止销售内燃机汽车。欧洲政策制定者亦制定了一系列法规，致力于在2030年前将欧盟销售新车的排放量减少55%。而这些进展也遭到了一些国家的抵制，尤其是德国。德国随后与欧盟委员会达成协议，将在2035年之后继续销售使用合成燃料的内燃机汽车。与此同时，英国和丹麦正计划在2030年之前禁止销售新的内燃机汽车。

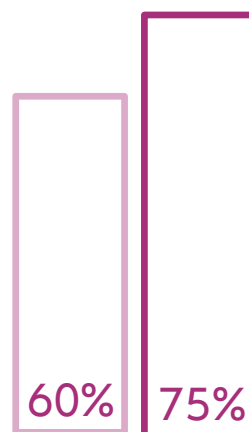
美国总统乔·拜登于2021年签署了行政令，承诺在2035年之前停止使用燃油车，中国也做出了类似承诺。

尽管已有这些承诺，但仍需出台进一步的激励措施来加速向更环保的交通方式过渡。向选用更环保交通工具者提供补贴和税收减免自然是一种起步方式。还可推出停车奖励措施，特别是在停车设施不足的城市。而禁止除电动车外的其他所有车辆在市中心通行不失为一项大胆举措。例如，罗马最近设置了周日无车区，但电动车和混合动力车在这些区域仍可通行。在伦敦等其他城市，在市内驾驶非电动车的成本极高。

“目前，充电站不足成为了绿色革命的拦路石，因此仍需要政府和私人的投入。机构投资者仍在观望，监管框架尚未明确。一旦明确，闸门就会打开，长期资本就将涌入。”

——Michael Maicher

道路使用者购置下一辆车时可能会考虑电动车或混合动力车



全年龄段 26-40岁群体



心态转变之二：从有车转向用车

基础设施投入

可以说，行业所需的最大变革就是对充电基础设施的投入。安永最近的一份报告预测，电动车销量在2030年前将占到全球汽车总销量的55%。根据麦肯锡2021年的一份报告，为满足这一市场需求，2030年之前总共需要投入1100-1800亿美元。

要为建立新生态系统奠定坚实基础，就需要建设多样化的基础设施，实现各种形式的绿色出行。最终，微出行车辆、出行即服务（MaaS）、绿色公共交通车辆和绿色配送车辆都应得到使用。

随着越来越多的人过渡到电动车，将需要超高速充电来满足用车需求。在公认为绿色出行转型先驱的Oslo，随着电动车的快速普及，城市面临充电需求上涨、充电点不够用的问题。于是，地方政府与私营公司合作提供解决方案，通过安装充电速度更快的充电点，确保每个充电点都有更多汽车使用，从而提高效率。增加仅用于电动车的室内停车设施也是解决方案之一，该办法能够让城市在未来几年加速实现无化石燃料。因此，Oslo模式为其他城市提供了可借鉴的蓝图。

革命性的规则创新的潜力

特斯拉作为电动车工程的标杆，其成功激励着整个行业拥抱这一变革。行业竞争日益激烈，不仅大多数老牌汽车制造商已投入巨资生产电动车，更出现了一些专注于生产电动车的新品牌，如Fisker、Lucid和Rivian。目前，中国已成为全球最大的电动车市场。随着比亚迪、上汽集团、北汽新能源、长城汽车等知名本土品牌逐步开拓国际市场，中国有望在全球电动车市场发挥主导作用。

竞争加快了电动车的发展步伐，让有意购置电动车的消费者有了比以往更多的选择。根据国际能源机构（IEA）的数据，2021年全球有450款电动汽车上市，是2018年的两倍多。

近来的创新更令电动车制造商利润提升，预计未来几年，电动车的利润将与内燃车型相当。尽管这些迹象表明行业发展态势良好，但在续航里程和充电时间方面，电动车仍有很大的提升空间。如果没有电池技术方面人工智能的革命性进步，这些领域可能仍只能依赖技术的逐年线性进步。

电池技术的阶跃式进步将产生超越汽车行业的深远影响，届时电池将能为当地电网和家庭供能。

不再拥有汽车

由于种种原因，年轻一代拥有汽车的可能性已然降低。对许多人而言，尤其是生活在城市中的群体，拥有汽车的理由可能相对不足。艾伦·麦克阿瑟基金会的一份报告发现，欧洲的汽车有92%的时间处于未使用状态。

经济因素也是一个关键问题。私家车价格昂贵，年轻一代的可支配收入可能受到高通胀和生活成本挤压，或许更无力承受配置私家车。安联世合顾客实验室2022年的数据显示，6.4%的道路使用者通过租赁的方式购置车辆。而12%的道路使用者计划通过租赁购置下一辆车。最近的数据还显示，18至25岁人群中有18.6%的人计划通过租赁方式购置下一辆车。

购车成本上涨让许多人别无选择，只能购买更易发生意外支出的二手车。在当前经济环境下，人们希望让支出更具确定性，车辆保养和维修愈发被视为不必要且昂贵的负担。

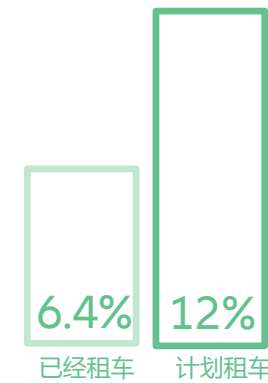
在这种情况下，许多人开始探索“出行即服务（MaaS）”，用来真正替代拥有一辆私家车。对于在经济上缺乏保障者（通常是年轻一代）来说，探索拥有私家车之外的其他选择具有经济意义。根据麦肯锡的一份报告，共享出行在2030年之前将产生高达1万亿美元的消费支出。

出行即服务（MaaS）愈发具备吸引力

尽管各种推动因素减少了人们拥有私家车的机会，但人们内心依然想要拥有属于自己的汽车。拥有自己的汽车让人感觉自由、灵活，出行即服务往往难以做到这一点。

为此，出行即服务行业正在开发更具吸引力的服务。该领域的公司在根据客户需求量身定制服务方面取得了重大进展，尤其是在获取服务方面。一些公司的还车政策十分灵活，用户在一个地点取车后，可以在另一个站点还车。城市地区的免费停车是又一项旨在吸引用户的举措。

租车



电动赛车在观念转变中的作用

打造功能更强大的未来出行生态系统有赖于多方面的努力。而除了鼓励这种心态的转变，任何未来的出行趋势都应做到充满趣味且令人向往。要在积极的心态转变之上进一步发展，就必须让更清洁环保的出行解决方案更具吸引力。

纯电动越野系列赛、纯电动方程式系列赛等活动愈发受欢迎，这是激动人心的成功案例，也是激发灵感的源泉。这些赛事结合了环保技术的前沿创新和对赛车迷的强大吸引力。

这些活动得到了各种政治阵营的支持，也提供了触及公众受众的途径，这些受众用其他方式可能难以触及。这些活动凸显在向低碳未来过渡中城市基础设施和市政府的重要性，展示并强调了城市将发挥的重要作用。



与此同时，领客等汽车制造商还可为消费者及社区中的其他人提供有偿共享汽车的包月服务，有效降低个人的出行成本。

城市中的汽车供应量也在不断增加，更能保证人们在需要用车时有车可用。爱沙尼亚塔林的Bolt等新出行服务提供商已准确计算出城市需要多少辆汽车才能让共享出行更广泛地为用户所接受，从而真正实现替代私家车。该公司随即相应做出了反应。VULOG、Mobilize等其他汽车共享运营商紧随其后，已在里昂启动概念测试。共享汽车停车位的设置和管理方面也取得了进展。

为增加出行即服务车辆的数量，服务提供商需要与市政当局开展更紧密的合作。供应商之间也需要进一步的互联互通，以确保通过用户可通过可靠的平台即时概览共享出行服务的可用状况。谷歌地图已在这方面进行了成功的探索。在消费者评估共享出行的可持续性时，便利性至关重要。

“多家服务提供商之间互联互通，将确保越来越多的人将共享出行视为真正可替代私家车的有价值之选。在未来，多个单独的服务提供商可能继续存在，但只有更为统一的单个平台才能让人们轻松查询并获取可用车辆。”

——Michael Maicher

未来发展

出行即服务行业未来几年最具革新性的发展将是无人驾驶车辆的广泛应用。

“机器人出租车”的出现将令出行生态系统发生翻天覆地的变化。此外，[麦肯锡的一份报告](#)估计，“机器人出租车”的每英里成本可能只比非自动驾驶的私家车出行成本高出20%。还有最多可容纳10人的“机器人班车”，其成本比非自动驾驶的私家车低10-40%。

由于大多数制造商已开始研发自动驾驶汽车，无人驾驶技术投入下一阶段的应用迫在眉睫。

心态转变之三：微出行成为主流

新的出行选择

尽管名为“微出行”，而近来其掀起的革新浪潮不容小觑。该行业仍处于发展初期，但过去五年已在全球经历巨大增长。[麦肯锡的一份报告](#)显示，共享微出行市场规模到2030年将达到500亿至900亿美元，在2019年至2030年期间每年增长约40%。

数字化加速了该行业的发展，让新平台能够支持复合出行方式。Lime平台向两轮出行领域的竞争者开放，为全世界各城市的用户带来更多选择，提升了出行工具可用性。Uber也采取了类似做法，向Lime开放平台，为用户提供了更多的机会和选择。

与此同时，谷歌也允许人们通过谷歌地图访问Lime、Uber和其他公司的服务。与其他出行方式相比，拥有微出行工具的成本也相当低，因此近年来用户量激增。顾客实验室的数据显示，自疫情爆发以来，18-24岁的汽车用户中有近三分之二使用过电动滑板车。同时，41%的汽车用户称在疫情后使用过电动自行车。

而微出行工具的普及并非一帆风顺。巴黎最近举行了一次全民公投，禁止在市内使用电动滑板车。布鲁塞尔、哥本哈根和伦敦也发起了运动，要求施行更严格的限制措施。

教育和监管的重要性

随着微出行形式迅速普及，安全和教育方面也面临诸多挑战。政策制定者一直在努力跟上行业发展的步伐。虽然有些国家已在努力解决这些问题，但在其他国家，教育和监管几乎不存在。

顾客实验室的数据显示，32%的人不知道使用电动滑板车是否需要购买保险。同样，31%的人不知道使用电动自行车是否需要购买保险。虽然该行业似乎处于健康状态，但这些问题必须解决，并提供适当的嵌入式保险解决方案。

可以采取一些必要措施来解决教育和监管不足的问题。首先，应将微出行行业视为一个生态系统，其中的每个参与者都应积极参与改善安全和保障问题。所有利益相关者也应改善硬件和整体产品的愿望，且必须纳入监管和教育活动。只有这样，才能让更多潜在用户有信心获取舒适、安全且可持续的体验。

出行领域的革命

随着微出行日益成为主流，传统汽车行业将被迫重新评估其商业模式。传统车企可能需要从生产汽车的公司，逐步转变为将出行即服务或微出行技术整合到其产品中的出行解决方案提供商。公共交通同样如此。微出行与公共交通网络的整合可能引发变革。公共交通系统也在不断创新：德国在2023年5月推出了一种售价49欧元的月票，用户持该车票可在德国全境便利乘坐所有公共交通工具。

不确定是否需要购买保险的骑行者比例

32%

31%

电动滑板车 电动自行车

“微出行方案不仅能取代汽车，还能让人们更方便、实惠地使用公共交通，享受打通第一公里和最后一公里的服务。该方案有助于进一步降低减少、噪音和拥堵，并更有效地利用城市空间。”

——Michael Maicher



总结：对保险业的影响

这些举措可以进一步提高微出行的普及率。铁路是长途旅行的便捷选择，而电动滑板车和电动自行车则可方便乘客在出发地、目的地和火车站之间短途通行，即所谓的“打通最后一公里”。铁路和公交车网络的许多乘客已在享受这种出行方式的优势，但要将微出行更有效地融入这些系统，仍有许多工作要做。

微出行基础设施需要改善，尤其在城市地区。法规的出台有助于将微出行融入更广泛的交通系统，但如果缺乏指定的停车位和充电点，微出行车辆可能会让居民、行人和其他道路使用者感到不满，同时引发事故。

这些服务最终应整合入数字平台，并借助各种形式的出行方式打通各行程。这应是微出行行业顺理成章的下一步，在这十年的发展中，微出行在整个出行领域将变得更加举足轻重。

“如今，尽管诚意有所差别，但几乎所有政治家都致力于改善环境。每个人都在追求可持续发展。每个人都希望城市变得更清洁。”

——Alejandro Agag

本报告所概述的趋势将在未来几年继续颠覆出行保险行业。现有商业模式正在被重新考量。车辆远程信息处理技术兴起，意味着保险公司正在通过驾驶行为了解风险并为保单定价。而出行即服务和下一代无人驾驶技术的发展将对该行业产生更加显著的影响。

嵌入式保险将成为新常态，这种保险解决方案或依托使用场景（如出行即服务），或在车辆购买点提供。保险公司将愈发关注车队所有者、共享运营商和制造商，而不再单单为个人驾驶者提供保险。未来十年，个人车主每年购买一份保险的时代将逐渐迎来终结。

我们还将看到，车辆和道路使用者保险之外的一揽子保险和救援解决方案会愈发得到关注。电动车将成为清洁能源生态系统的重要组成部分，为家庭提供大量蓄电池储能，接通充电基础设施和智能电网，并需要使用家用太阳能形式的清洁能源。保险公司和消费者需要采用整体式方法，来适应这一相互关联的复杂环境。



