

A long-exposure photograph of a city street at night. The image shows light trails from cars and a tram, creating a sense of motion. In the background, there are tall buildings with lit windows. A tram stop sign is visible on the left, and a person is standing on the sidewalk. The overall atmosphere is futuristic and urban.

# 奔向2025—— 自动驾驶潜在消费者报告



今日头条

# 目录 Content

## 1 引言

## 2 核心发现

## 3 谁在关注自动驾驶

- 用户画像
- 评论热度总体趋势
- 评论热度迁移地图
- 媒体态度及用户分享倾向

## 4 公众如何看待自动驾驶

- 调查样本说明
- 自动驾驶接受度
- 自动驾驶企业热度排名及潜在购车倾向
- 潜在消费者购车因素分析
- 完全自动驾驶多久能实现



# 引言

## Introduction

2009年，当Google开始研发自动驾驶技术时，外界将其评价为科幻电影的现实版。可8年间无数迹象表明，自动驾驶正走进你我的生活：

传统汽车巨头反应迅速，宝马2011年就在德国高速公路上进行了自动驾驶公路实测；造车新秀来势汹汹，特斯拉2016年底宣布所有车型都将标配自动驾驶硬件；科技企业当然不会错过这次弯道超车的机会，继百度宣布开放自动驾驶平台后，Google和Lyft结成联盟；汽车零部件企业也要分一杯羹，博世已于2016年推出了第一部自动驾驶概念车.....

市场的积极参与考验着政府的智慧，美国交通部于2016年9月发布了世界上第一个国家级自动驾驶政策，中国目前还没有类似条例，但今年4月公布的《汽车产业中长期发展规划》提出，到2025年，高度和完全自动驾驶汽车开始进入市场。而根据麦肯锡预测，自动驾驶汽车到2025年可以产生2000亿到1.9万亿美元的产值。

这条奔向2025的自动驾驶之路上，有涌动的资本，有博弈的企业，也有负责监管的政府，但“蛋糕”能做多大，还是得看消费者买不买账。关注自动驾驶的消费者有什么特征？接受/不接受自动驾驶的理由分别是什么？不同人群在考虑购买高度自动驾驶汽车时，更信赖哪种制造商.....

今日头条算数中心结合头条指数和问卷调查，为以上及更多问题给出答案，试图为政策制定提供参考，为企业洞察消费者提供依据。



# 核心发现

## Key Findings

- 自动驾驶在2016年热度爆发，进入2017年后开始降温
- 西部地区对自动驾驶的关注度不输东南沿海
- 媒体对自动驾驶的报道以中立为主，正面报道呈增长趋势
- 8成受访者接受自动驾驶，安全问题成最大担忧
- 新兴车企和科技企业更吸睛，传统车企更叫座
- 年龄和拥车情况影响自动驾驶汽车购买决策
- 3成受访者认为完全自动驾驶能在5年内实现
- 对自动驾驶的接受度不随年龄增长而递减



# 行业概述

## Overview

**自动驾驶汽车**，即电脑系统通过感知周围环境，部分或完全取代人类驾驶的新型智能化汽车。根据美国交通部采用的SAE International（国际自动机工程师学会）分类标准，自动驾驶可分为5个阶段：

阶段	名称	定义	系统作用范围	驾驶环境监测
Level 1	驾驶辅助	<ul style="list-style-type: none"><li>主要驾驶动作由人完成，单个驾驶辅助系统协助方向盘操作或变速</li></ul>	部分	人
Level 2	部分自动驾驶	<ul style="list-style-type: none"><li>单个或多个驾驶辅助系统同时协助方向盘操作和变速，其余驾驶动作由人完成</li></ul>		
Level 3	有条件自动驾驶	<ul style="list-style-type: none"><li>系统可完成基本驾驶操作，但遇到无法处理的干扰时，人需要随时接管车辆的后续操控</li></ul>		
Level 4	高度自动驾驶	<ul style="list-style-type: none"><li>驾驶人可在条件允许下让车辆完全自驾，除特殊天气、意外等情况，人一般不必介入控制</li></ul>	全域	系统
Level 5	完全自动驾驶	<ul style="list-style-type: none"><li>系统在完全没有人参与的情况下完成所有驾驶操作</li></ul>		

## 自动驾驶参与者

	传统汽车制造商		新兴汽车制造商
	汽车供应商		科技公司

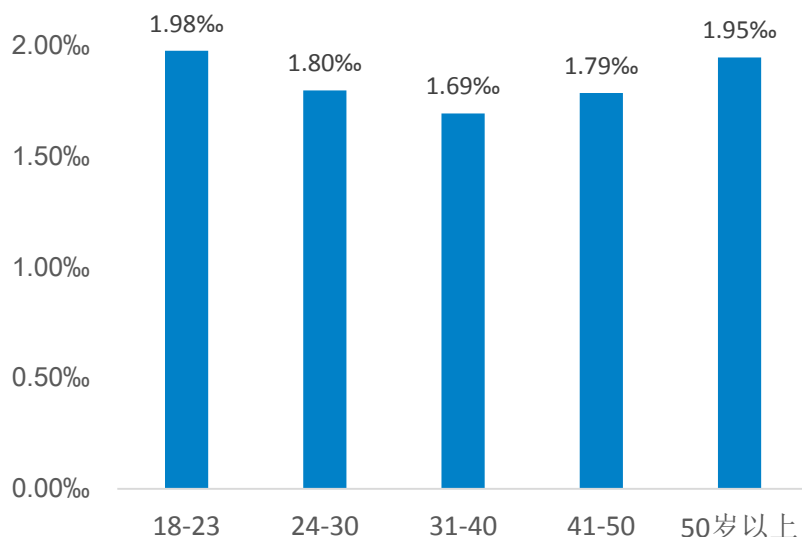
\*参考资料：[http://www.sae.org/misc/pdfs/automated\\_driving.pdf](http://www.sae.org/misc/pdfs/automated_driving.pdf)

# 谁在关注自动驾驶

## Potential Consumers

### 用户画像

#### □ 自动驾驶阅读渗透率年龄分布



注：阅读渗透率=某年龄段自动驾驶阅读数/该年龄段总阅读数

年轻人容易接受新事物，对自动驾驶的关注度理应更高，但头条指数显示，自动驾驶相关资讯在50岁以上人群中的阅读渗透率达1.95‰，意味着每1000人中就有近两人关注自动驾驶，仅次于18-23岁人群。

#### □ 自动驾驶阅读渗透率性别分布



注：阅读渗透率=某性别自动驾驶阅读数/该性别的总阅读数

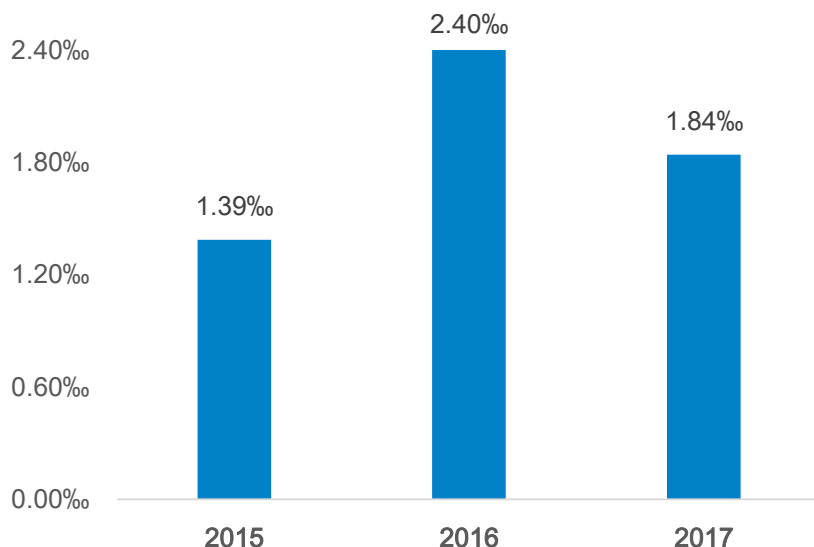
作为拥车人群的主力，男性更爱阅读自动驾驶相关资讯，阅读渗透率达1.86‰；女性的关注度也不低，阅读渗透率为1.44‰。

# 谁在关注自动驾驶

## Potential Consumers

### 热度趋势

#### □ 自动驾驶相关评论渗透率



注：评论渗透率=某年份自动驾驶资讯评论数/该年份的总评论数

2016年，无论是以宝马、丰田为代表的传统车企，以特斯拉为代表的新兴车企，还是以谷歌、百度为代表的科技企业均集中公布了自动驾驶的最新进展，媒体报道的增多也带动了用户的参与度，评论渗透率达到2.4‰，意味着汽车和科技类资讯中，每1000条评论中就有2.4条与自动驾驶有关。

#### □ 关注自动驾驶的用户，还关注哪些科技话题

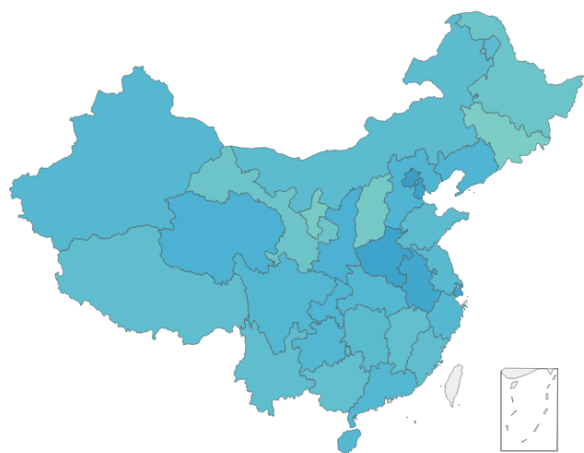


# 谁在关注自动驾驶

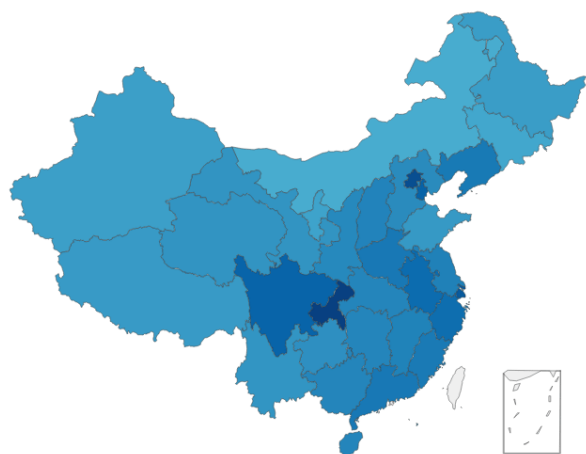
## Potential Consumers

### 评论热度迁移地图

自动驾驶评论渗透率地域分布-2015年



自动驾驶评论渗透率地域分布-2016年



自动驾驶评论渗透率地域分布-2017年



从评论渗透率来看，中西部省份用户讨论自动驾驶的热情丝毫不输东部沿海。2015年，最关注自动驾驶的省级行政区是北京和天津，河南、上海、安徽和山西紧随其后；2016年，自动驾驶的热度从少数省份扩散到全国，重庆跃至第一，北京、上海、天津和四川排在前五位；到了2017年上半年，用户对自动驾驶的评论渗透率整体降温，排在前5位的分别是北京、浙江、江西、天津和广东。

综合各年数据显示，北京用户最爱参与自动驾驶讨论，综合评论渗透率达2.42‰，重庆、天津、上海、四川等地区次之，且评论渗透率均高于2‰。

注：评论渗透率=某省份自动驾驶资讯评论数/该省份总评论数



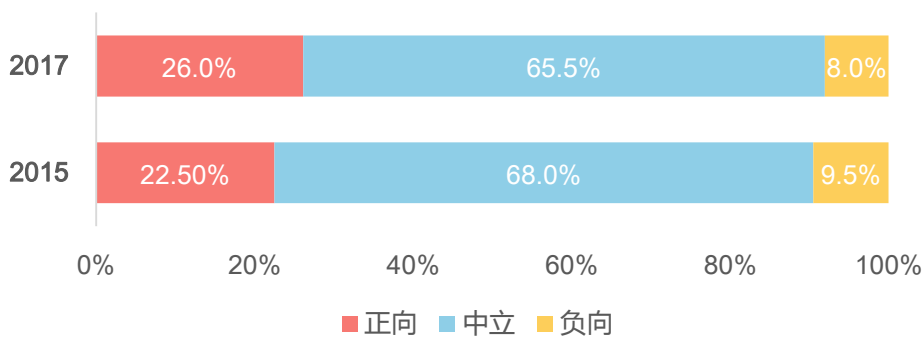
# 谁在关注自动驾驶

## Potential Consumers

### 媒体态度及用户分享倾向

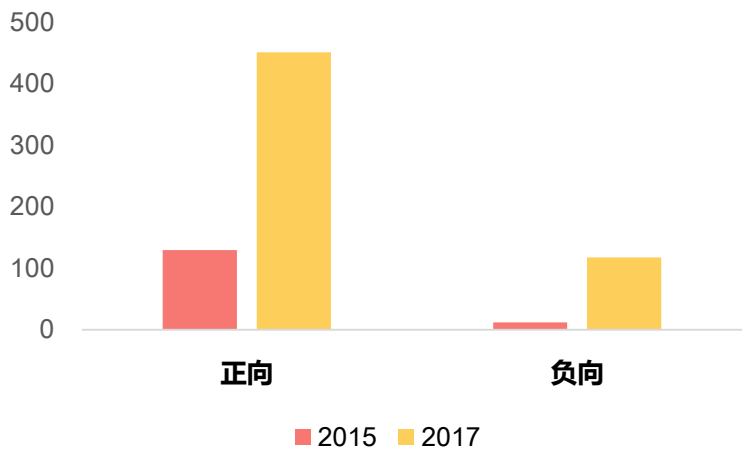
□ 媒体看自动驾驶：中立为主，正面报道呈增长趋势

媒体对自动驾驶的态度



为了展现媒体对自动驾驶的态度，我们分别选取2015年和2017年上半年自动驾驶相关文章中阅读量最高的200篇，对文章的情感倾向进行判别后发现，媒体对自动驾驶主要持中立态度，正面报道远多于负面报道，且2017年上半年和2015年全年相比，正面报道的比重有增长趋势。

自动驾驶资讯单篇分享数



从行为数据看，用户对正向文章单篇分享数远高于负向文章，表明用户对自动驾驶整体持乐观态度。

# 公众如何看待自动驾驶

## Public Perception

### 问卷调查样本说明

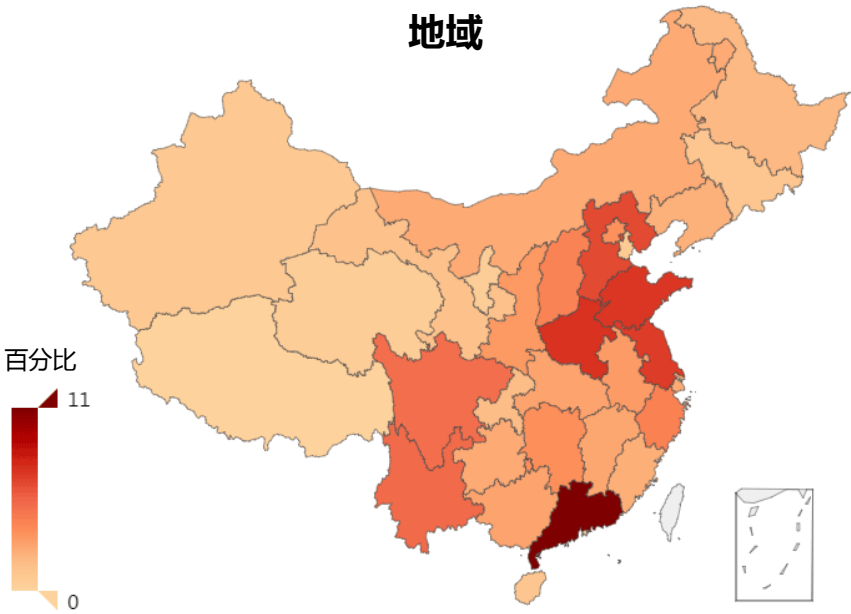
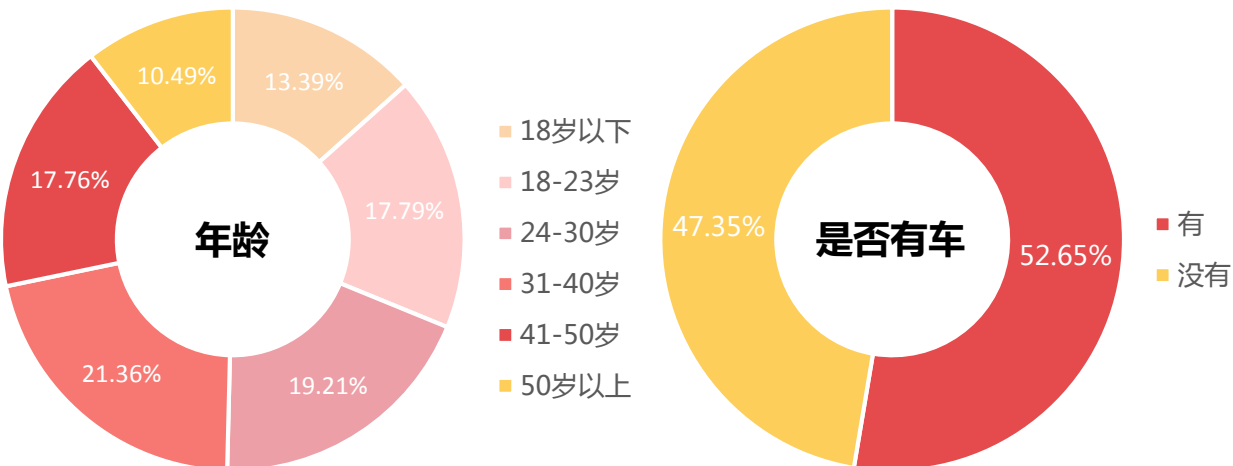
#### □ 问卷调查

调查时间：2017.05.09-2017.05.13

有效样本量：近6000人

注：问卷中提到的“自动驾驶”指SAE标准中的高度自动驾驶和完全自动驾驶

#### □ 样本说明

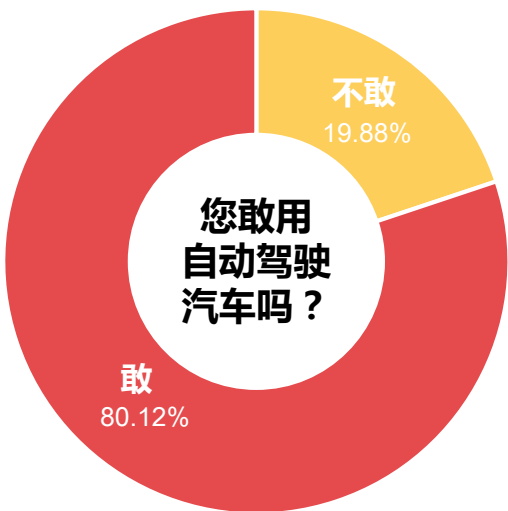


# 公众如何看待自动驾驶

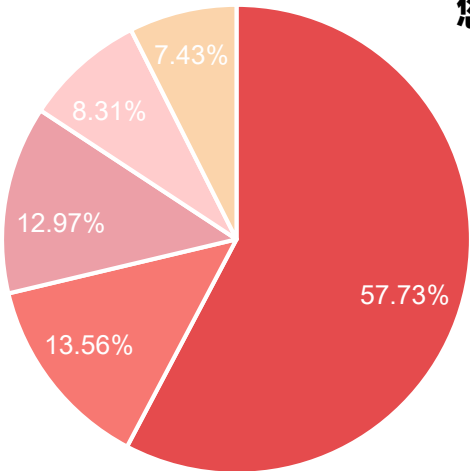
## Public Perception

### 自动驾驶接受度

□ 8成受访者敢用自动驾驶汽车



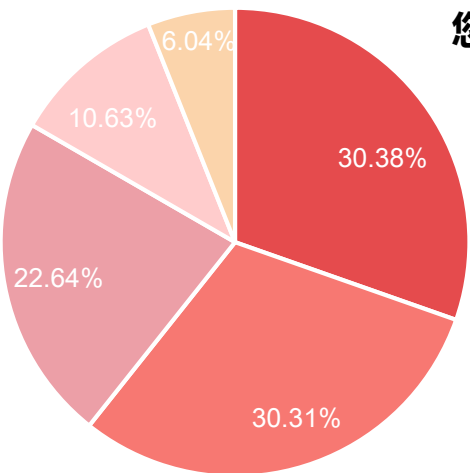
### 您不敢用自动驾驶汽车的主要原因是什么？



- 自动驾驶安全性存疑
- 不能体验驾驶带来的乐趣
- 交通事故后很难找到责任人
- 其他
- 法规政策的限制

8成受访者表示敢用自动驾驶汽车，对于这些潜在消费者来说，自动驾驶吸引他们的首要原因是科技含量高，其次是解放双手，节约时间。对于不敢使用自动驾驶汽车的受访者而言，安全性是他们最大的担忧，与此相对的是，敢用自动驾驶汽车的受访者中，有22.64%的人认为自动驾驶汽车能够提高驾驶安全性。

### 您敢用自动驾驶汽车的主要原因是什么？



- 高科技，很酷
- 驾驶时可以处理其他事情
- 提高驾驶安全性
- 缓解交通压力
- 其他

# 公众如何看待自动驾驶

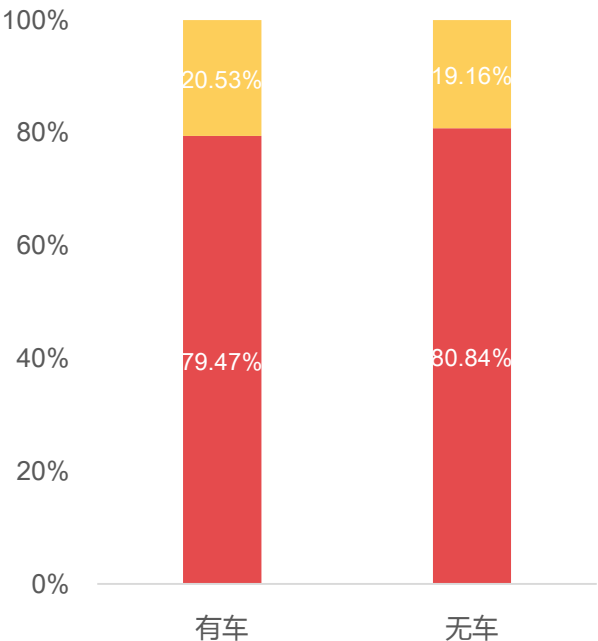
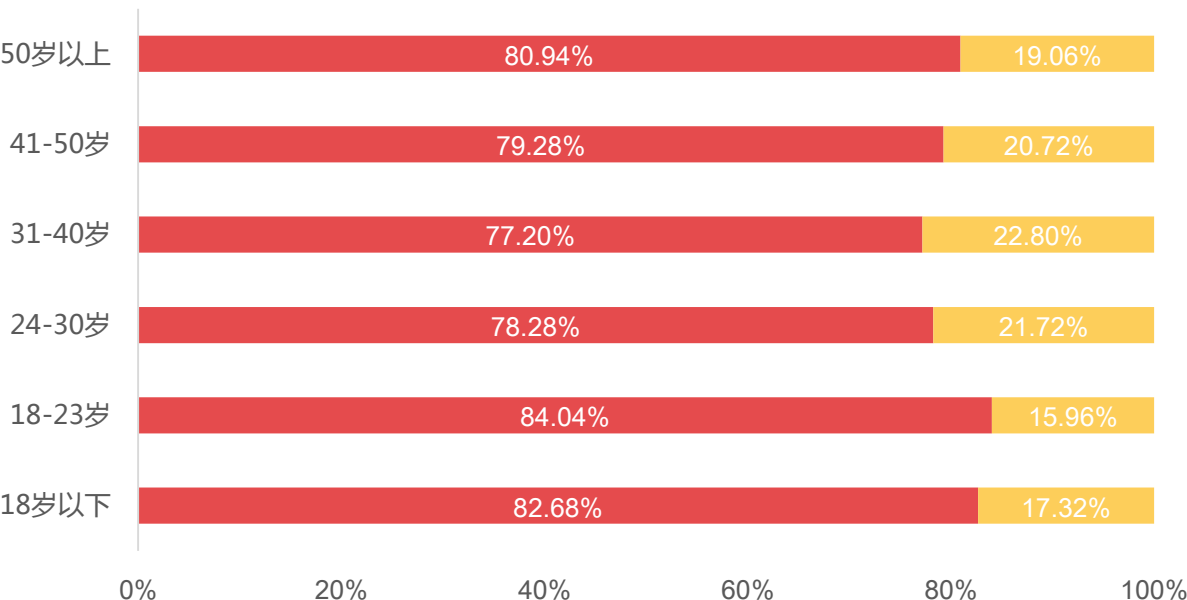
## Public Perception

### 自动驾驶接受度

对自动驾驶的接受度不随年龄增长而递减

#### 您敢用自动驾驶汽车吗？

敢 不敢



分年龄看，18至23岁受访者对自动驾驶的接受度更高，达到84.04%。值得注意的是，对自动驾驶的接受度并未随着年龄的增长而递减，50岁以上受访者敢用自动驾驶汽车的比重超过了80%。

而从拥车情况分析，有没有车对自动驾驶的接受度基本没有影响。



# 公众如何看待自动驾驶

## Public Perception

### 自动驾驶企业热度排名及潜在购车倾向

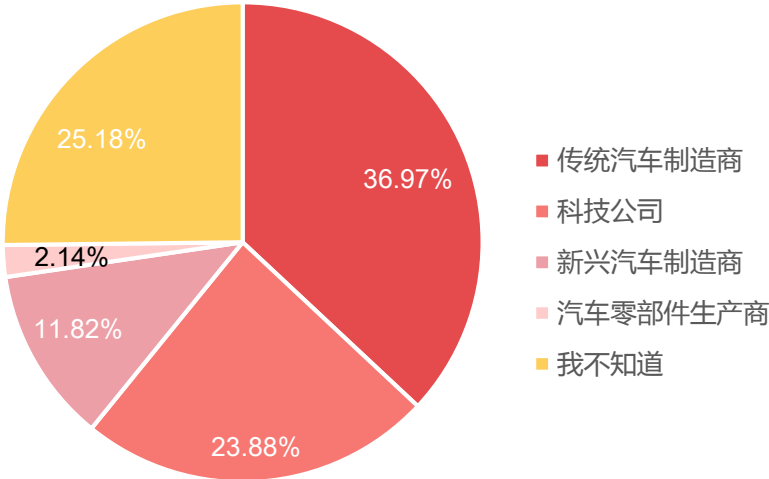
□ 新兴车企和科技企业更吸睛，传统车企更叫座

关注排名	2015年	2016年	2017年
1	特斯拉	特斯拉	特斯拉
2	谷歌	百度	谷歌
3	沃尔沃	谷歌	百度
4	百度	优步	奥迪
5	奥迪	奔驰	优步
6	奔驰	滴滴	奔驰
7	比亚迪	沃尔沃	滴滴
8	优步	奥迪	蔚来
9	德尔福	苹果	英特尔
10	博世	福特	沃尔沃

头条指数显示，2015年至2017年上半年，特斯拉一直是自动驾驶领域最受关注的企业；传统车企中，沃尔沃在2015年抢尽了风头，随后让位于奥迪和奔驰；谷歌和百度作为科技企业中的重量级选手，关注度一直稳定在前4名；自主品牌车企中，仅有比亚迪和蔚来上榜。

即使关注度不如特斯拉和科技企业，涉及购买决策时，拥有成熟技术的传统汽车制造商还是笑到了最后：36.97%的受访者表示，如果要购买自动驾驶车，会选择传统汽车制造商；其次是科技公司，占比达23.88%；仅11.82%的受访者会选择新兴车企。

如果要买一辆自动驾驶汽车  
您更信赖哪种制造商？



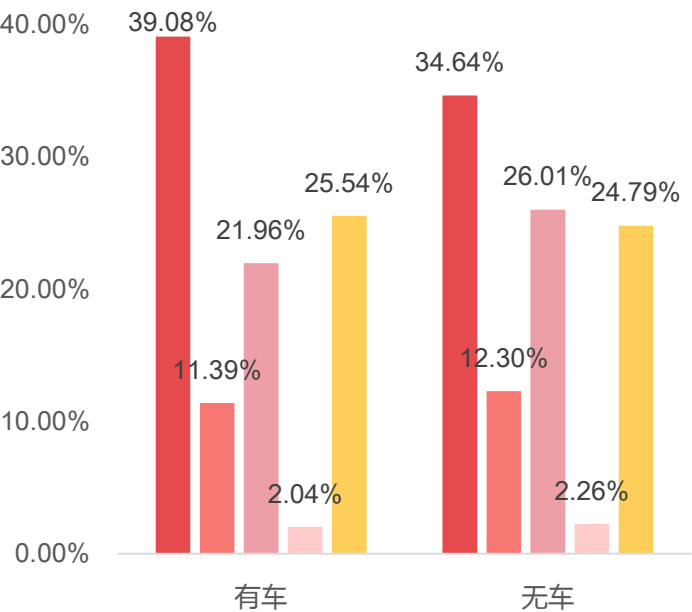
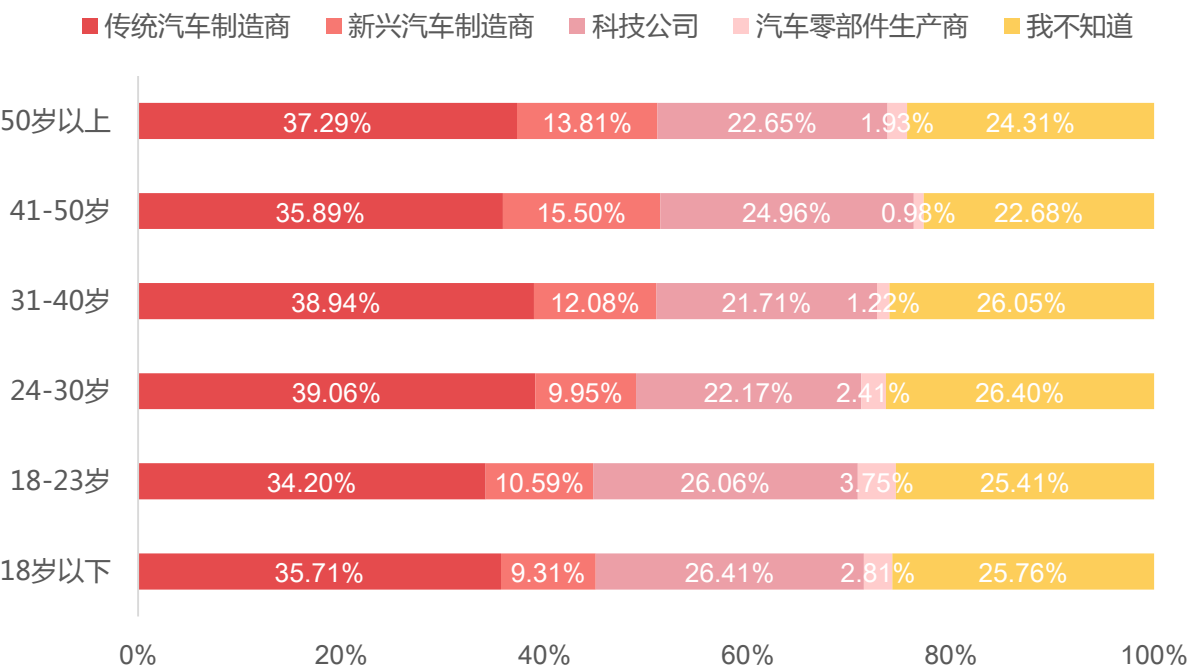
# 公众如何看待自动驾驶

## Public Perception

### 潜在消费者购车影响因素分析

#### □ 年龄和拥车情况影响自动驾驶汽车购买决策

如果要买一辆自动驾驶汽车，您更信赖哪种制造商？



23岁以下人群选择传统汽车制造商的比例相对其他年龄段较低，但选择科技公司的比例最高；作为当前拥车的主力人群，24至40岁受访者选择传统汽车制造商的比例最高，选择科技公司的比例最低。

将是否拥车与制造商选项交叉分析显示，有车用户在购买自动驾驶汽车时，更愿意选择传统汽车制造商，相比于无车用户，他们选择科技公司的比例明显更低。

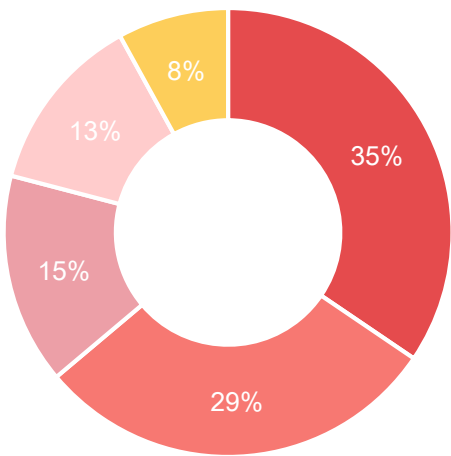
# 公众如何看待自动驾驶 Public Perception

## 完全自动驾驶多久能实现？

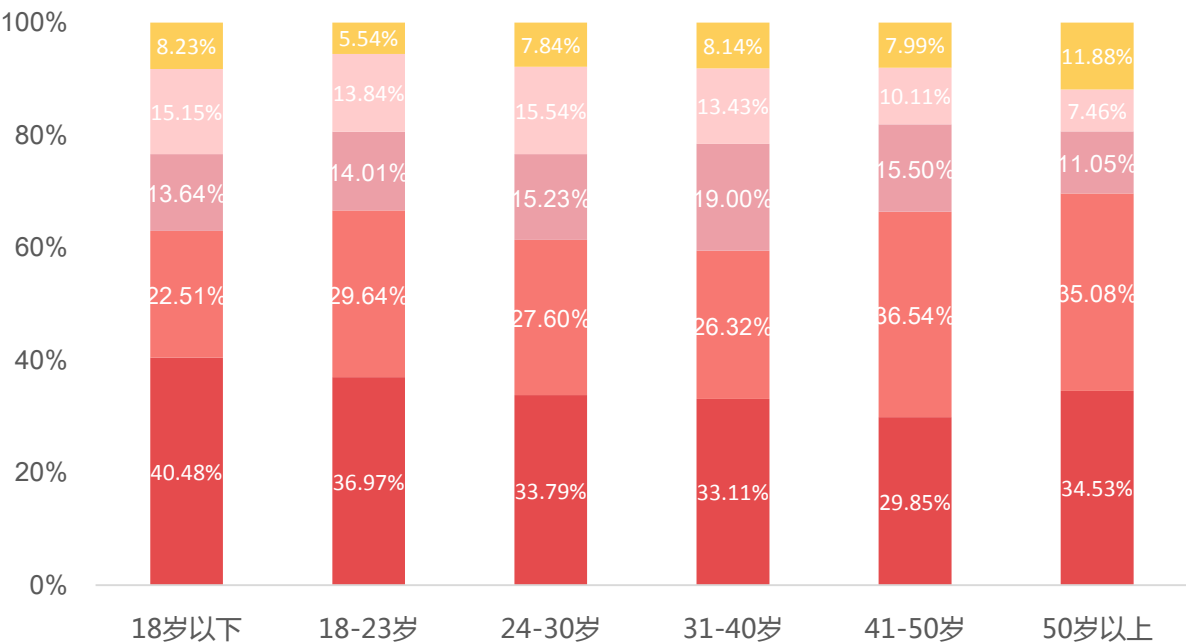
□ 3成用户认为完全自动驾驶能在5年内实现

### 您认为完全自动驾驶在几年内会变为现实？

■ 5年内 ■ 6-10年 ■ 11-20年 ■ 20年以后 ■ 永远无法实现



完全自动驾驶多久能实现？《汽车产业中长期发展规划》提出，8年后的2025年，高度和完全自动驾驶汽车开始进入市场；大部分厂商将2020年至2025年作为自动驾驶成果展示的重要时间段，但消费者似乎更加乐观：34.48%的用户认为完全自动驾驶在5年内就能变成现实，但依然有8%的用户持消极态度，认为完全自动驾驶无法变成现实。



50岁以上的受访者最为消极，他们选择“永远无法实现”的比例最高；而18岁以下的受访者最为乐观，选择完全自动驾驶在5年内变成现实的比例超过4成。