

# 自動駕駛叫車服務 如何引領世界駛向未來

曾經體驗過自動駕駛汽車的美國人對這種技術多半持正面的看法。自動駕駛的叫車服務有助於突破現況，讓更多的人有機會親身體驗。

An Ipsos Point of View

作者：Graham Gordon, John Kiser



GAME CHANGERS



## 關鍵發現

- 隨著全自動駕駛的緩慢進展和投資方向的轉變，其進步呈現停滯狀態，但消費者仍看好先進的安全技術或先進駕駛輔助系統 (ADAS) 的功能。
- 雖然對全自動駕駛的整體考慮度在提升，但消費者仍然認為這項技術的適用性有限。
- 人們對半自動駕駛的體驗越來越多，這有助於理解其優點，但並不能完全消除對它的疑慮。
- 自動駕駛叫車服務在主要城市中心提供了一個新的發展方向，推動此技術進步。頂尖的供應商已經提供了超過一百萬英里的無人駕駛經驗，這是一個重要的里程碑，且有望持續擴展。
- 對於任何突破的創新來說，合作與透明度都是關鍵。產業與政府的領導者必須在過程中持謹慎和誠實的態度。在各種利益關係人之間分享訊息有助於避免大眾對新事物的過度反應和負面的情緒。

對於一些人來說，全自動駕駛是解決交通問題的理想方案；但對於另一些人來說，這不過是一場遙不可及的夢想。目前這兩種觀點都還未得到驗證，但是先進駕駛輔助系統 (ADAS) 的發展，以及它們共同創造的半自動駕駛體驗（或者說是自動叫車服務），可能為消費者提供了一個合適的機會，讓他們能夠親身體驗自動駕駛。

過去幾年的科技進步極為驚人，且隨著人工智慧的飛速發展，我們有理由相信，在未來幾年，自動駕駛的發展將會呈現爆炸性的成長。目前明顯障礙是，許多人對自動駕駛的體驗並不熟悉，而那些已經體驗過自動駕駛的人，更可能理解其提供更安全、舒適的駕駛體驗之潛力。

汽車製造商和其他利益關係人如何讓更多的人接觸到這項技術？雖然私人汽車的創新步調仍未達消費者期待，但自動駕駛叫車服務正逐漸拉近兩者差距並為此科技提供發展管道。



## 無論好壞，各處皆充斥著自動駕駛的新聞

無論報導是正面還是負面，由於自動駕駛的高風險，媒體報導此項技術的方式會嚴重影響大眾觀感。遺憾的是，媒體的報導往往關注於負面新聞或是發生的事故，而非著眼於這項技術可能避免了多少事故。

這些媒體報導如蝴蝶效應般對業界及更廣泛的領域產生了深遠的影響，改變了公眾對該技術的認知，變動了不同產業的市場投資情況，甚至影響了一些曾經被視為業界明星的公司的續存。面對前方的艱鉅挑戰，汽車業目前處於何種狀態，未來將走向何方，以及它如何能有效地推動自身前進呢？

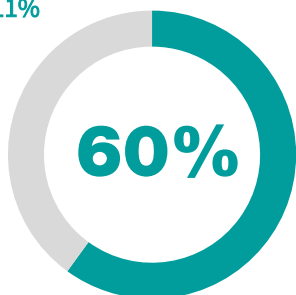
## 安全科技仍是自動駕駛產業的未來

根據益普索 2023 年針對駕駛科技的調查，目前的自動駕駛技術具有一些優勢。首先，消費者對於他們車輛上的自動駕駛技術感到越來越自在。有六成的人會考慮選擇能與其他設備/系統進行溝通的智能車輛（相較於去年增加了11%），且有58%的人信任先進駕駛輔助系統，這個比例比 2022 年高出了7%。

### 美國汽車買家對車輛技術的觀感，前兩名的百分比

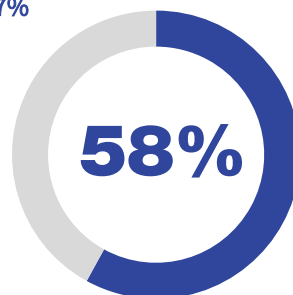
會考慮選擇能與其他設備/系統進行溝通的智能車輛

年增長率：11%



信任先進駕駛輔助系統 (ADAS)

年增長率：7%



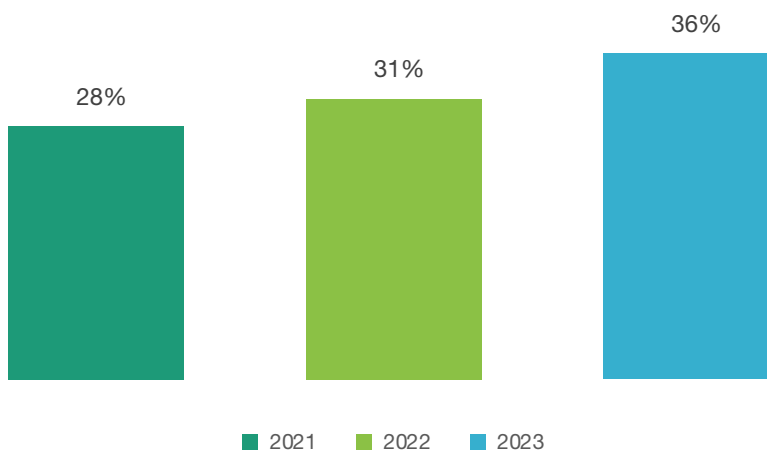
此外，在今年研究分析中的 17 項未來導向科技中，消費者對於各種與安全相關的特性，如防碰撞系統、緊急服務和主動式定速巡航系統 (ACC) 等，有最高的認知度並且最有購買意願。儘管相較於其他功能，半自動駕駛模式和全自動駕駛模式的吸引力相對較低，但安全增強功能成為汽車行業最受歡迎的創新項目，仍是一個讓人審慎樂觀的現象。一旦 ADAS 功能越來越被普遍使用和信賴，會促使更多的汽車買家考慮並嘗試更進一步的創新，也就是半自動和全自動駕駛。同理，如果半自動和全自動駕駛真的能夠完全實現所宣稱的安全效果，他們也可能在未來的汽車產業中占有一席之地。



## 透過半自動駕駛的應用，提升公眾對全自動駕駛的正面觀感

儘管離普及還有一段距離，消費者對全自動駕駛的興趣持續攀升。我們的研究顯示，消費者對全自動駕駛模式的考慮度一直在穩定提升，自 2021 年以來已經增加了 8%，而且每年的增長率也達到了 5%。

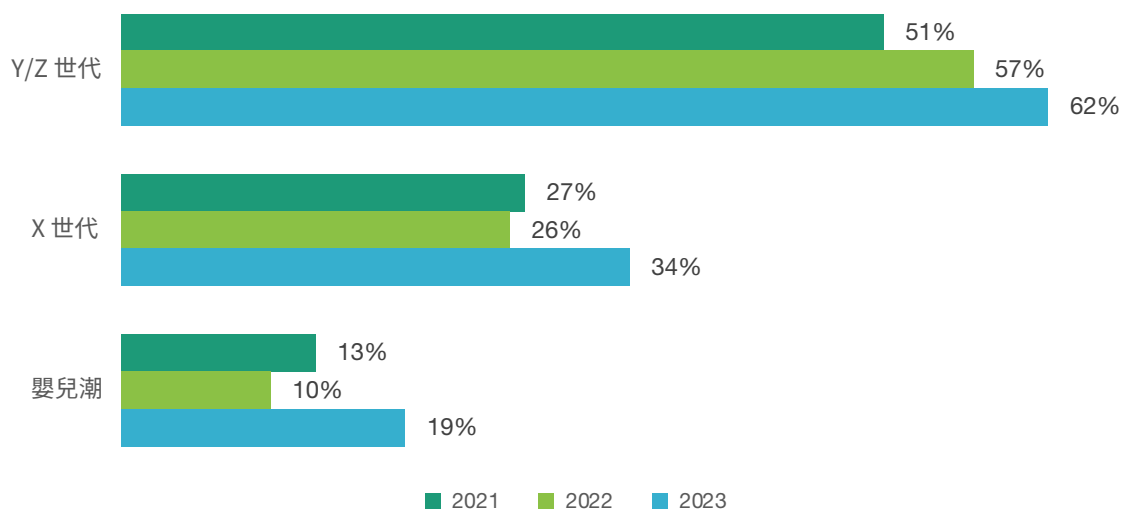
### 美國新車買家考慮全自動駕駛的比例



資料來源：益普索2023 Navigator，樣本數：2000名美國新車買家

嬰兒潮世代和 X 世代在經歷了一年的停滯後反彈，但對自動駕駛來說，更好消息來自於 Y 世代和 Z 世代，他們對此的考慮度持續上升（從 2021 年的 51% 上升到現在的 62%），並且遠遠超過了年長的世代。這種來自年輕消費者的吸引力將推動未來的發展，並對該技術的進化保持積極的看法。隨著這項技術在接下來的十年中日趨成熟，年輕人將推動它的普及。

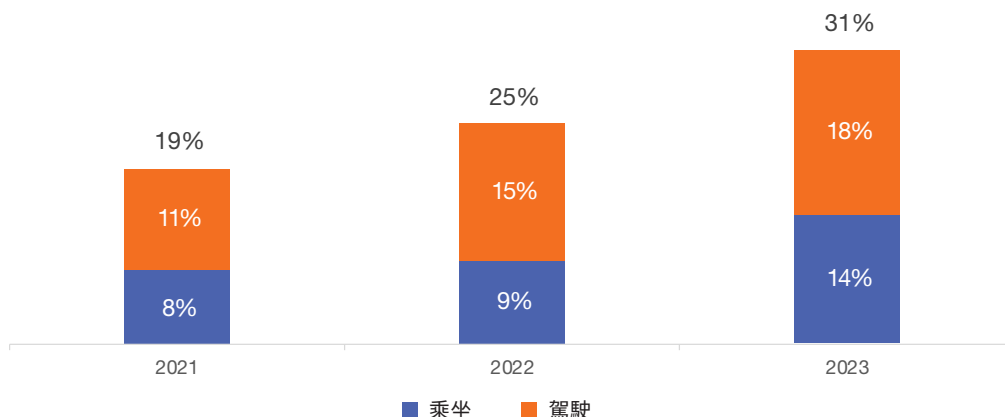
### 美國新車買家考慮全自動駕駛的比例（依世代分）



資料來源：益普索2023 Navigator，樣本數：2000名美國新車買家

考慮度之所以會提升，可能是因為越來越多的消費者正在嘗試半自動駕駛。今年，有 31% 的美國汽車買家表示他們已經體驗過半自動駕駛，無論是作為駕駛員還是乘客（這比 2022 年的 25% 有所提升）。讓更多的人熟悉並適應這種技術，將有助於推動他們對這些系統的理解，並降低任何可能的學習曲線。

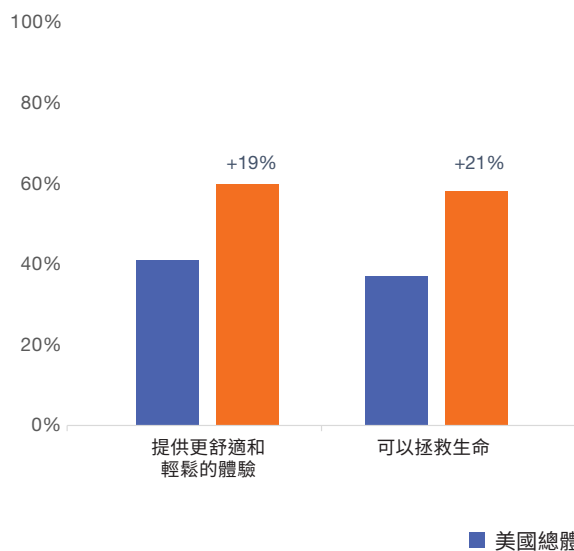
### 半自動駕駛體驗 – 駕駛與乘坐



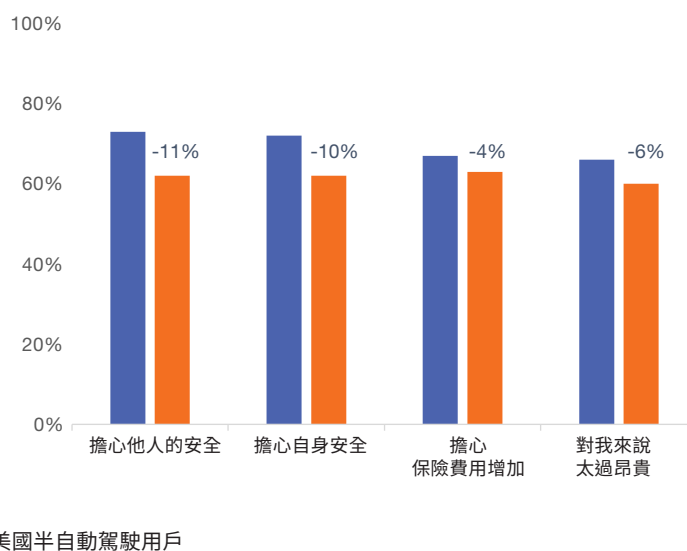
資料來源：益普索2023 Navigator，樣本數：2000名美國新車買家

雖然半自動駕駛車輛的用戶更能理解全自動駕駛的好處，包括它能夠挽救生命以及提供更舒適、更輕鬆的體驗（與那些沒有體驗過的人相比，他們對這些好處的認識增加了約 20%），但即便是已經有了半自動駕駛技術的經驗的人對於該技術的安全和成本增加的疑慮依然明顯。

### 全自動駕駛的好處 (美國總體對比半自動駕駛用戶)



### 全自動駕駛的擔憂 (美國總體對比半自動駕駛用戶)



資料來源：益普索2023 Navigator，樣本數：2000名美國新車買家

根據益普索專有的生成式 AI 工具 IpsosFacto 所分析的調查結果，半自動駕駛技術的應用仍然是限於特定場景的。進一步深入了解消費者的感受，我們可以了解這些系統需要在哪些方面做出改進，以推進技術的發展並讓人們對使用這些功能更加自在。

## 使用 IpsosFacto AI 工具分析自動駕駛的使用

根據 IpsosFacto，消費者如何體驗半自動駕駛

387 個回應

### 關鍵洞察

**使用情境：**一般會在高速公路行駛或長途旅行時使用。

**常見特徵：**最常使用的功能是主動式定速巡航系統和車道偏移輔助系統。

**情緒：**整體的反應有好有壞，有的人對這些功能感到滿意，也有人感到不安或不信任。

### 深入探討：不安與不信任

**放棄控制：**用戶對於車輛自主管理控制的情況感到不安。

**對系統的信任：**人們擔心系統可能出現故障，或者無法妥善處理複雜的情況。

**矛盾的需求：**用戶們對於為何使用時需要保持警覺的要求感到困惑，這與半自動駕駛帶來便利的目的相違背。

**對新科技的焦慮：**人們普遍對於接受新的、先進的車輛技術仍有顧慮。

### 真實的使用者反饋

“我現在的車子有自動駕駛的功能。我會在高速公路上或是不塞車的狀況下使用它。但是，這個功能有點遲鈍，我很難在所有情況下全然信任它。”

“車子在高速時自動駕駛會讓我感到有些不安。但在某些情境下，我確實感受到它帶來的便利。我相信隨著這項技術的發展，它將改變世界。”

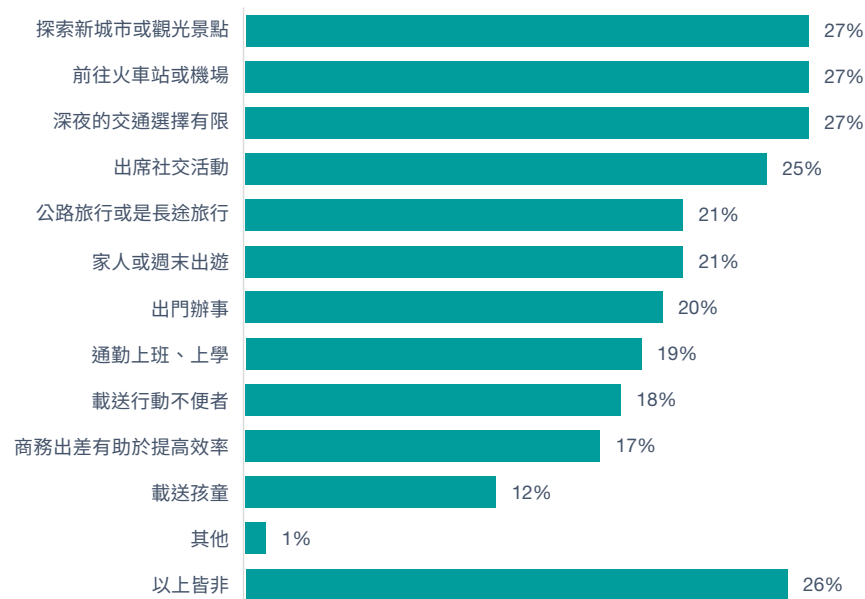




## 自動駕駛叫車服務在市場中激烈競爭

雖然傳統的汽車製造商一直在推動自動駕駛技術並在各種狀況下收集來自駕駛者的數據，但像 Waymo、Cruise、Aurora、Zoox 等公司正在為這個行業提供一種不同的發展方向。這些公司都有其自身獨特的修正策略：無論是在特定的市區進行測試、著重夜間駕駛、還是開發特定目的的車輛來重新定義車身造型和零件。不過所有公司都透過從城市中心開始的小規模發展來解決問題（這裡的使用和投資回報最明顯），並逐步向外擴大。這種環境讓自動駕駛叫車服務有機會蓬勃發展；在某些情境下，自動駕駛叫車服務基於方便性，讓那些在城市中的外地遊客和社交名流不需要私人交通工具也可以得到便利。

### 自動駕駛叫車服務的主要使用情境



資料來源：益普索 2023 Navigator，樣本數：2000名美國新車買家

到目前為止的成果充滿希望；Waymo 和 Cruise 兩家公司已經累積了超過一百萬英里的真實無人駕駛里程（沒有人坐在駕駛座上），並且與人類駕駛相比，他們回報的傷害和碰撞次數更少。現在，這些車輛對城市的熟悉程度甚至超過了真正的司機，這給它們提供了突破的機會並找到一個能夠利用這項技術的優勢市場空間。



## 透過耐心與合作塑造未來

科技總是會成為新聞的焦點，而自動駕駛叫車服務的問世也並非零負評。在城市中心運作意味著需要面對變動的道路條件，如體育活動、遊行、施工，還有數以百萬計的目光用放大鏡般地審視這些車輛如何應對這些阻礙。同樣，這也意味著政府必須決定給予這些公司多大的營運空間，以及他們是否能對城市的交通產生正面影響。要推動這項技術以符合公眾期待並避免負面新聞，積極主動並謹慎思考其實施方式是最好的發展途徑。

如果處理得宜，這些進步可以改變世界，這需要地方政府（例如，允許車輛在適合這種技術的地區運行）和中央政府（例如，與美國國家公路交通安全管理局共享數據，以更好地追蹤和證明自動駕駛的安全優勢）的協作。對這些公司自身而言，謹慎行事並了解他們的受眾可以進一步提升公眾觀感，這將導致他們的業務擴展到城市邊緣，甚至進入郊區地區、私家車和商用車。這個未來目前聽起來可能有些過於理想，甚至不容易達成。但是，小步並堅定地朝著正確的方向走，可能很快就能讓我們向全自動駕駛的未來邁出更大的步伐。





## 益普索協助您評估過去、現在和未來：

汽車工業正在不斷演進。益普索密切關注最新的產業趨勢，並提供專門為您打造的解決方案。我們在這裡提供有影響力的、可執行的洞察，讓您的品牌始終走在趨勢的前端。此外，我們發掘真正的動機和使用驅動因素，以及如何針對目標市場讓您的創新在市場上取得成功。

- 訂閱益普索 **2023 Navigator syndicated study**，以了解近期新能源汽車、駕駛科技以及共享行動的全球趨勢。



- AutoMOTIVES 是 Navigator 研究相關的新產品，訂閱後，您可以獲得質化的分析報告，更深入地了解汽車買家如何看待他們車輛內的技術和先進安全性。



- 延伸閱讀：  
[how our summer of extreme weather could affect EV acceptance.](#)



## 作者

**John Kiser**  
U.S., Auto & Mobility  
Ipsos  
[john.kiser@ipsos.com](mailto:john.kiser@ipsos.com)

**Graham Gordon**  
U.S., Auto & Mobility  
Ipsos  
[graham.gordon@ipsos.com](mailto:graham.gordon@ipsos.com)

## 關於益普索

益普索對人類、市場、品牌和社會充滿強烈的好奇心。我們提供的訊息和分析讓我們能更快速、輕鬆地理解這個複雜的世界，並激發客戶做出更明智的決策。益普索在全球90個國家都有深厚的影響力，我們擁有超過18,000名員工，並在100多個國家開展研究項目。益普索成立於1975年的法國，並由研究專業人員全權管理。