

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

新浪热点

新浪新能源

调研

你是否会为智能辅助驾驶买单？

——当前智驾正处在从“技术普及”到“市场信任”关键跨越期



中经记者 陈茂利 张硕 北京报道

近年来，汽车智能化浪潮席卷全球，智能辅助驾驶技术正成为车企竞争的新赛场。数据显示，中国的L2级辅助驾驶技术的普及率已突破50%，位居全球首位。然而，行业在高速发展的同时，也暴露出诸多问题：夸大智驾水平、订阅服务费用不合理、数据安全隐患、系统可靠性不足等问题持续引发社会关注。其中，“车辆预埋硬件，但相关功能需要额外付费才能解锁使用”的典型问题刺痛消费者敏感神经，对行业健康发展形成挑战。

基于上述背景，近期，《中国经营报》联合新浪热点、新浪新能源共

同发起“你是否会为智能辅助驾驶买单？”问卷调查。本次调查共回收有效问卷2869份，围绕消费者订阅意愿、功能偏好及行业建设重点等多个维度展开分析，系统梳理了2025年汽车智能辅助驾驶领域的消费认知现状与核心关切，旨在为行业下一步发展提供数据支撑与决策参考。

本次调研的核心发现——当前智能辅助驾驶领域呈现“高关注、低付费、强担忧”的特征。这清晰表明，该技术正处在从“技术普及”到“市场信任”的关键跨越期。行业的健康发展不再仅仅依赖于技术迭代，更亟须通过建立国家标准、完善责任界定和推行透明化沟通来构建消费者的信心基石。

购车的决定性因素之一：智能配置

无论汽车如何迭代，安全性能始终是影响消费者购车的核心要素。

当前，汽车行业的竞争已进入白热化阶段，“如何精准满足消费者需求、赢得用户青睐”成为决定车企成败的核心议题，记者收集到的调研数据清晰地揭示了消费者的决策关键。

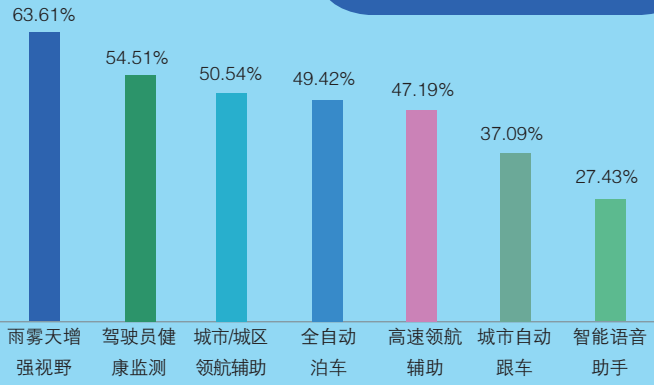
目前，安全性能（91.15%）、售后服务（53.64%）、智能科技配置（43.08%）已成为消费者决定性购车因素。这反映出，无论汽车如何迭代，安全性能始终是影响消费者购车的核心要素。

与此同时，性价比、品牌口碑、动力操控与外观设计等因素，同样在消费者决策图谱中占据关键位置，共同影响着最终的选择。

不过，尽管消费者在购车中愈发关注“智能科技配置”，但该项服务付费的意愿并不高。超八成受访者只愿意为其支付极低溢价，这表明“低价或免费”是市场主流预期。

40.08%的受访者不愿意为智能辅助驾驶系统支付额外费用。44.13%的受访者设定了明确的、较低的心理价位——不超过车辆价格的5%，对于一辆售价20万元的车，他们最多愿花1万元购买智能辅助驾驶功能。仅13.56%的受访者愿意为智能辅助系统支付5%—10%车价，这部分可能是对技术有较强兴趣且预算较为充足的早期消费者。

哪些功能值得额外付费



消费者为安全功能付费意愿高

雨雾天增强视野额外付费功能成为最受欢迎的付费功能。

软件定义汽车时代，车企预埋硬件，通过升级更新智能辅助驾驶、智能座舱功能，并不断试水“付费订阅”模式，那么哪些功能是消费者真正所需，愿意为之“买单”？消费者偏好将给车企研发和宣传带来哪些启示？

根据调研数据，在“哪些智能辅助驾驶功能值得额外付费”这一问题上，用户偏好高度集中于能显著提升安全性与实际便利性的功能，而为“娱乐型”功能付费意愿相对较低。

有63.61%的受访者选择为雨雾天增强视野额外付费，使其成为最受欢迎的付费功能。这表明，用户最愿为能直接提升恶劣天气下行车安全、降低感知难度的功能买单。对车企来说，这类功能是潜在的高价值卖点。

有54.51%的受访者选择为驾驶员健康监测额外付费，这说明用户不仅关注车辆外部环境安全，也对驾驶员突发状况（如疲劳、分心、身体不适）所带来的风险高度关注，愿意为此类功能付费。

消费者信任“国家认证”的智驾技术

针对智能辅助驾驶技术建立“国家强制安全认证”，能提高消费者对智能辅助驾驶技术的信任。

虽然智能辅助驾驶功能的渗透率正在逐年提升，消费者对其认知程度也有所加强，但作为一项仍处于快速发展中的新技术，不少受访者依然表现出明显的顾虑。82.68%的受访者担心“系统出错或不可靠导致事故”；63.05%的受访者担心“宣传夸大，误导用户认知”；44.93%的受访者担心“事故后厂家扯皮推责”。

这说明受访者对智能辅助驾驶技术的可靠性与安全性担忧高度集中，“系统出错导致事故”是压倒性的首要顾虑，远超其他问题。与此同时，行业的宣传方式（“夸大宣传”）和事故后的责任认定（“厂家扯皮”）也引发了用户的强烈不信任。

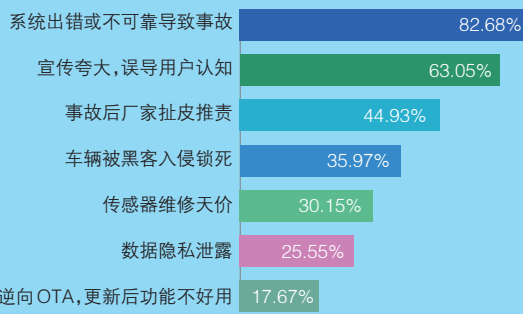
哪些保障能提高消费者对智能辅助驾驶技术的信任度？74.24%的受访者选择“国家强制安全认证”，12.09%的受访者选择“车企设立赔付基金”，10.63%的受访者选择“保险公司承保”，仅有3.03%受访者选择“用户评价公示”。可见针对智能辅助驾驶技术建立“国家强制安全认证”，能提高消费者对智能辅助驾驶技

50.54%受访者同时选择为城市/城区领航辅助付费，这显示出用户希望提高城市复杂路况下的行车安全。实际上，城市领航辅助功能也是近几年车企重金投入的技术研发领域，不少车企希望以此建立先发优势。

有49.42%受访者选择为全自动泊车付费，作为解决“最后一公里”驾驶痛点的功能，其接近50%的选择率证明了强大的市场吸引力。高速领航辅助作为相对成熟的功能，仍是近半数受访者付费考量重点。城市自动跟车（37.09%）、智能语音助手（27.43%）是付费意愿最低的两个选项，这或许是用户视其为智能汽车的标配基础能力的原因。

从调研结果来看，车企在规划智能辅助驾驶功能的付费策略时，应优先将资源投入到能切实解决用户安全担忧和特定场景痛点的功能上（如雨雾天增强、健康监测、自动泊车），并将其作为核心

对于智驾系统，你最担心的问题



卖点进行宣传与开发。而对于语音助手基础功能，则应将其纳入整车基础体验中，作为提升用户满意度的标配，而非单独的付费点。

而在服务模式上，63.92%的受访者倾向于一次性买断，永久使用。25.1%的受访者倾向于“基础功能免费+高级功能订阅”。这反映出消费者为智能辅助驾驶系统更新服务持续付费的意愿不高。关于消费者对功能更新及参与开发意愿的调研显示，当前用户对车企随时更新车辆智能功能的意愿较强，对于车辆功能开发的积极性较高。

调研结果显示，42.35%的受访者愿意为智能辅助驾驶事故支付2000元以内的维修费用，40.29%的受访者认为正常维修价格都可接受，14.74%的受访者能接受2000—5000元的维修费用，而只有2.61%的受访者接受5000—10000元维修费用。车企需要帮助消费者了解智能辅助驾驶系统的价值、复杂性和合理的维修成本范围。

综上所述，本次调查显示，中国消费者对智能辅助驾驶功能表现出较高的关注度，但付费意愿有待提高。同时，当前消费者对智能辅助驾驶技术普遍存在信任缺失，超八成受访者担忧系统可靠性导致事故，超六成认为存在宣传夸大问题，近半数则担心事故后责任难以认定。为提高信任度，近3/4的受访者认为“国家强制安全认证”是最有效的保障方式。这些结果说明，消费者对智能辅助驾驶技术仍处于认知培育与信任建设阶段，需通过技术透明、规范标准和责任明晰等方式推动行业健康发展。

记者观察

智能辅助驾驶的“理想”与“现实”：消费者为何既期待又犹豫？

文/陈茂利

近年来，随着新能源汽车市场高速发展，“智能辅助驾驶”已成为车企竞相宣传的核心卖点。然而消费者究竟如何看待这项技术？他们是否愿意为其买单？

《中国经营报》记者通过一份覆盖2869位受访者的问卷调查发现，当前消费者对智能辅助驾驶系

统存在“期待与疑虑”交织的复杂心态。

尽管“智能科技配置”在购车因素中占比已高达43.08%，但“安全性能”仍以91.15%的压倒性比例成为受访者最核心的关切。绝大多数受访者（82.68%）最担心的是“智能驾驶系统出错或不可靠导致事故”，远高于对数据隐私（25.55%）或传感器维修成本（30.15%）的忧虑。

这反映出消费者对智能辅助驾驶仍持“安全优先”的务实态度。任何技术缺陷或偶发故障都会严重影响消费者信心，这是所有车企必须投入全力解决的首要问题。

在行车数据态度上，受访者显示出一定的开放性：近60%受访者接受车企收集匿名行车数据以优化系统，21.92%甚至同意以数据换积分。然而，他们对车企“持续优化已购车辆”的信任度并不高——仅45.1%持3分及以上信任度（5分制），超20%给出1、2分的信任度。

在付费意愿方面，受访者显示出理性甚至保守的态度，约40%不愿为智能辅助驾驶技术多支付费

用；愿支付≤5%车价的受访者占比44.13%（即20万元的车，智能辅助驾驶系统价值须控制在1万元内）。

基于此，我们建议，在智能辅助驾驶系统向主流市场普及时将成本控制 在车价的5%以内，或者将其纳入高配车型价格中，不单独凸显，以符合绝大多数消费者的心理预期。

付费模式上，近64%倾向“一次性买断”，仅有3.45%接受“年付会员制”。这说明，目前智能辅助驾驶系统在消费者心中仍属于“锦上添花”型配置，而非核心价值要素。车企可以设置“灵活买断+高价值订阅”两种付费模式，满足不同消费者需求。

在众多智能辅助驾驶功能中，

受访者愿额外付费的偏好也呈现明显分化：雨雾天增强视野（63.61%）和驾驶员健康监测（54.51%）功能受青睐；城市领航辅助（50.54%）和全自动泊车（49.42%）也有较高接受度；而智能语音助手（27.43%）“锦上添花”型功能则呼声较低。车企可以重点开发消费者关切的与安全相关智能功能，并在营销环节重点推荐，建立产品护城河。

在智能辅助驾驶责任归属问题上，认为事故“车企应负全责”和认为应按“技术故障原因划分”各占一半。与此同时，74.24%的受访者表示，“国家强制安全认证”才是最让其安心的保障方式，远高于

车企基金（12.09%）或保险承保（10.63%）。这强烈暗示：智能辅助驾驶要真正走向大众，不能只靠厂商宣传，更需国家层面建立统一标准与认证体系。

尽管智能辅助驾驶被行业寄予厚望，但目前消费者仍处于“感兴趣但谨慎”“愿尝试但不接受高价”的阶段。能否破解“信任难题”、理顺“责任机制”、提供“真正有用”的功能，将成为车企能否赢得消费者心智的关键。未来，智驾系统不仅需要技术迭代，更需建立一套让受访者“敢用、愿用、用得起”的体系。不然，再先进的技术，也难逃“叫好不叫座”的局面。

