的频率和距离在变化,甚至出行的目的也在不断扩展,超越传统的工作或上学通勤。

- (2)在技术的驱动下,交通行为也在发生变化:越来越多掌握更多信息的消费者希望能够定制和控制他们的出行,且寻求最便宜出行的"交易猎人"(品牌忠诚度较低)消费者和更看重出行质量的体验型和渴望型消费者之间两极分化的现象日益加剧。
- (3)现有的交通系统正面临越来越大的社会人口结构的压力(例如老年人,他们现在出行得更为频繁),这推动了对一体化交通模式的需求。全球人口平均年龄将从2016年的30.1岁上升到2050年的36.2岁。人口老龄化将需要更适合个人需求的交通服务——"最后一英里"的问题不能再搁置了。交通出行服务应更容易获取,出行链不应断裂,并应设计和提供额外服务,以使出行体验更加顺畅。
- (4)传统的私人汽车出行模式正在衰落,新的共享出行文化正在崛起。当前这一代 18 ~ 25 岁的消费者越来越愿意共享,他们更关心使用体验而不是拥有私家车和多模式出行本身,只要各种产品能够满足他们的个人需求即可。

这些变化引发了许多机遇,但也给出行解决方案提供商带来了关键挑战——尤其是对传统的公共交通运营商来说,它们需要弥合这一系列新需求与它们目前提供的服务之间的差距(见图 2-4)。

消费者趋势和新的交通解决方案

态度和行为的改变

- 具有个性化产品和更为定制化的 推送服务发展的期望
- 增加与互联网接人相关的联系
- 出现业务分包和专业化企业的 工作关系两极分化
- 人口老龄化,导致老年人口增加, 出行活力降低
- 产生无缝出行和一体化出行期望
- 协作实践普遍化(共享经济)
- 环境问题日益严重
- 不安全感增强,包括对数字安全性(数据保护)和现实世界安全性(恐怖主义)方面

公共交通面临的挑战和机遇

- 环保的交通模式...
- 提升交通速度
- 在节奏不断加快的世界增加 "创浩时间"
- 交通方式缺乏灵活性
- 只提供休闲/专业细分出行服务 仍不能适应最新的客户需求…
- 其中缺乏至关重要的相关性
- 打造品牌缺乏实际意义
- 安全与可预测性正在削弱

图 2-4 消费者期望、交通使用情况和行为的演变

资料来源:理特管理顾问公司。