



传统的出行解决方案提供商现在面临着来自新的、颠覆性的市场进入者的激烈竞争，其中包括能够利用营销和技术创新提供具有竞争力的票价的“顶级玩家”（参见下面的履行事项 11：“网络系统”。）运输服务商品化，即将消费者决策简化理解为受到出行花费时间和服务提供价格的影响，给传统公司带来了一定风险。此前已经适应“垄断”市场的传统出行提供商可能会由于新的低票价竞争和廉价联运（例如拼车和长途公共汽车）的发展变化而被挤出市场之外。