



[ericsson.com/
consumerlab](https://ericsson.com/consumerlab)

提升日常通勤體驗

大都會消費者如何充分運用通勤時間

目錄



- 03 穿梭於繁忙都會
- 04 準時到達！
- 05 個人及大眾運輸工具
- 06 精明通勤者的體驗
- 07 精明通勤者的數位參與
- 08 超越運輸模式的體驗
- 09 對交通行動服務的觀念
- 10 通勤：全球化下最後的在地特色

研究方法

愛立信採用定性研究方法，對美國鳳凰城、新加坡及斯德哥爾摩等地消費者，進行30次深度訪談並彙整相關分析。這些受訪者採用新型態的通勤模式，同時表現出較高的數位化程度。愛立信還導入定量研究方式，對曼谷、柏林、德里、杜拜、雅加達、倫敦、洛杉磯、紐約、巴黎、聖保羅、首爾、上海、新加坡、斯德哥爾摩、雪梨及東京這16個城市的1.6萬名通勤族進行線上訪談，受訪者年齡均為15-69歲，所有受訪者每天都使用網際網路。這項研究調查，代表全球1.3億智慧型手機用戶的觀點。

除了訪談消費者外，愛立信還對電信營運商、交通行動服務供應商及汽車製造商的高階主管進行10次專家訪談，以了解相關產業對消費者未來交通趨勢的看法。愛立信消費者行為及產業研究室 (Ericsson Consumer & IndustryLab)，感謝下列人士為本次研究提供寶貴意見。

Anna Haupt, NEVS
Arwed Schmidt, EasyMile
Elias Arnestrand, Nordic Innovation House
Jamie Smith, Telstra
Jenny Gustavsson, Telia
Malena Heed, Uber
Ola Boström, Veoneer
Peter Hafmar, Nobina Technology
Stefan Thulin, Samtrafik

關於愛立信消費者行為及產業研究室

愛立信消費者行為及產業研究室，為創新及永續事業發展提供全球一流的研究與分析。我們採用科學方法，針對市場、產業及消費者趨勢提供獨特剖析，由連結角度探討消費者、產業及永續發展社會的未來。

我們的知識來自全球消費者及產業研究專案，包括與知名產業組織及全球一流大學的合作。我們的研究專案，每年訪談40多個國家/地區的10萬多名消費者 – 這些消費者透過統計學方式選出，代表全球11億人觀點。

如需閱覽所有報告，請造訪：
www.ericsson.com/consumerlab

穿梭於繁忙都會

每天有這麼多的任務需要完成 – 工作、家務、社交 – 我們該如何應對？令人驚訝的是，對許多人來說，答案就在日常通勤之中。

愛立信研究發現，並非所有人都認為通勤是件麻煩事，也有一些民眾覺得這個時間是幫大腦充電的機會。還有部分民眾認為，通勤讓他們有機會妥善切換家庭及工作的角色。¹有些人甚至表示，在繁忙的城市生活中，這是他們在沒有壓力的狀況下，進行思考與反省的唯一時機。

在本次研究中，有四分之一的通勤者對自己的通勤狀況非常滿意，認為已經找到如何將通勤積極轉化為寶貴體驗的方法。在本次研究中，我們將此一群體稱為“精明通勤者”（*Savvy Commuters*），並深入研究如何利用他們的策略及習慣來改善全球各地的城市通勤體驗。

主要研究結果

- 超過四分之一的通勤者，願意在上班時增加20分鐘或更長的通勤時間，以獲得更好的通勤體驗。多數受訪者對通勤時間並無怨言，但是會對經常遇到的交通延誤感到不滿。
- 五分之二受訪者並不認為擁有私人車輛非常重要。但目前有超過一半的通勤者自己開車上下班，並且不想失去由此帶來的彈性及便利性。

- 在感到非常滿意的通勤者中，有54%表示通勤時段使他們在實體與精神上皆擁有充足的空間。沉浸於數位世界，是讓他們對通勤感到滿意的重要因素之一 – 在此一群體中，65%的受訪者在通勤期間持續使用智慧型手機，而在對通勤感到不夠滿意的不滿通勤者（*unsatisfied group*）中，只有47%的受訪者持續使用智慧型手機。
- 58%的受訪者對提醒駕駛人注意前方危險的警告功能很有興趣。通勤者對於能在嚴苛情況下，提高安全性及紓解壓力的未來服務極度感興趣。
- 超過三分之一的受訪者認為，他們所在城市的基礎建設負荷越來越大。25%的通勤者認為，除了現有的公共運輸服務外，交通管理機構應該還要推廣共享運輸方案，以紓解交通壅塞。
- 35%的受訪者預計，新興的汽車製造商將成為自駕車輛革命的領導者，其次則是科技巨頭及傳統汽車製造商。



2020年，通勤受到嚴重干擾

本報告在2020年1月完成初步資料彙整。COVID-19疫情出現後，所有人都在某種程度上受到影響。在這個史無前例的時刻，出現了各種措施，消費者的外出方式及未來預期都發生了變化。愛立信2020年4月在11個國家/地區進行的研究顯示，半數的受訪者認為在疫情期間，他們對公共運輸的使用受到嚴重影響。²此外，只有四分之一的受訪者，希望能在解除交通管制後回到以前的外出方式。了解消費者在這場危機之前最重視哪些部分，或許能帶來積極改變，並且對未來通勤體驗進行相關調整。

¹ Gino, F., Staats, B., Jachimowicz, J. M., Lee, J., and Menges, J. I. "Reclaim Your Commute." 《哈佛商業評論》 "恢復通勤" (2017年)

² 《愛立信行動趨勢報告》(2020年6月)

準時到達！

控制抵達時間，比不計成本縮短路途時間更加重要。

減少通勤時間，並不一定會讓城市居民感到更幸福。多數受訪者表示，他們每天的通勤時間高於45分鐘，但有超過四分之一的受訪者表示，他們願意延長20分鐘或更長的通勤時間以換取更好的通勤體驗。為什麼？因為就通勤體驗來說，便利性比時間效率更為重要。

時間效率仍然是消費者的三大決策要素之一（重要順序介於便利性及成本之間）。然而，時間效率不僅取決於通勤所需消耗的時間長短，還取決於預測時間的可靠性。控制到達時間，比起盡可能縮短通勤時間更重要。但是，近半數受訪者不滿意目前獲得的即時交通資訊，他們認為這些資訊應該要能幫助他們規劃及調整通勤。

消費者表示，取得可靠的即時交通資訊，不僅能提高他們的整體滿意度，同時還能讓他們感到安心並掌控自己的通勤狀態。

讓通勤者感覺無法控制通勤時間的主要兩個原因包含：

- 無止盡的暫停：近半數受訪者認為，在通勤期間，塞車或等車造成的停頓對他們產生嚴重影響，他們必須聚精會神理解遇到的狀況，而且無法確定需要多久才能抵達目的地。
- 規劃：近四分之一的受訪者認為，規劃或調整交通路線太過費時，對他們產生嚴重影響。在這種情況下，能即時存取交通資訊將帶來很大的幫助。

因此，總行程時間並不是主要問題；意外的時間變化，才是引發更多不滿的主因。最重要的是，確保準時抵達目的地，同時充分利用路途中的時間。

在本報告中，我們探討對自己通勤體驗最滿意的受訪者（我們稱之為“精明通勤者”），如何看待自己的通勤過程，而非只是花費時間在兩地間移動，同時還能利用每天的通勤時段，為當天騰出更多時間。

「如果您能完全控制通勤時間，就能降低對使用時間的感知度。」

Peter Hafmar ·
Nobina Technology
董事總經理

通勤者對通勤時間的感言

「知道能準時到達目的地讓我安心，有助於我更妥善規劃一天的工作。」

網路共乘通勤者，28歲，新加坡

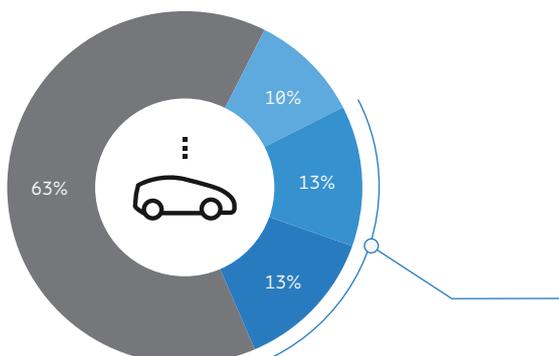
「如果你不喜歡開車或你的車子坐起來不舒服，就會相當在意通勤時間。好的通勤體驗，可以使人感覺通勤時間的長短不是那麼重要。」

開車通勤者，27歲，
美國鳳凰城

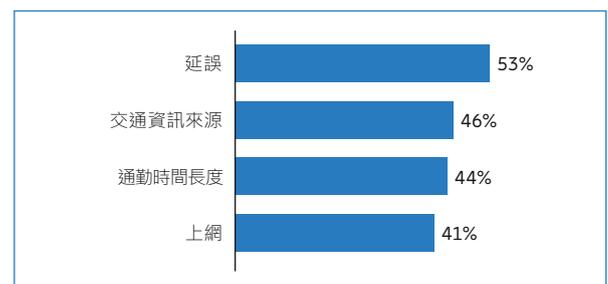
圖 1：消費者對通勤時間的看法

是否願意延長通勤時間

- 不願意延長通勤時間
- 每天延長10分鐘
- 每天延長20分鐘
- 每天延長30分鐘或更長時間



對以下與時間相關因素感到不滿的消費者百分比



超過四分之一的受訪者，願意每天延長20分鐘或更長的通勤時間。在德里、上海及曼谷，此一比例上升至五分之二。

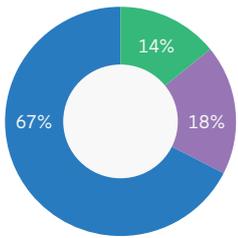
個人及大眾運輸工具

消費者認為，每種交通方式都有各自的優勢。

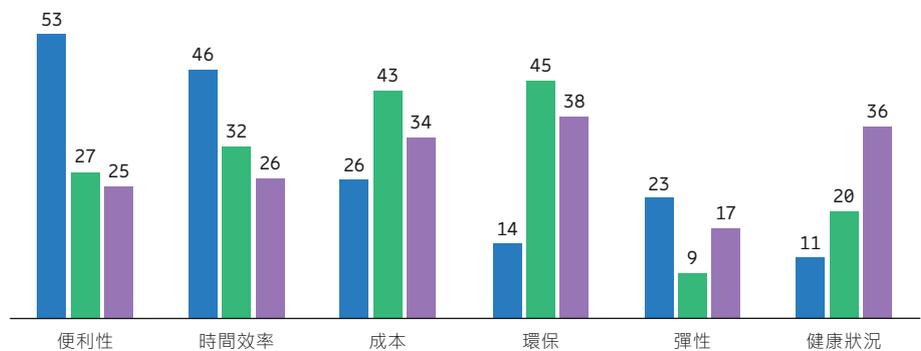
圖 2：開車通勤者選擇交通方式的意願及動機

是否有意改變交通方式

- 希望繼續開車通勤
- 希望改為大眾運輸工具
- 希望改為其他交通方式



希望繼續開車通勤或改為其他交通方式的原因



各種城市交通方式，對通勤者來說都有其獨特的優勢。開車通勤族看重無可取代的便利及隱私性，而選擇大眾運輸工具的通勤者則喜歡免除駕駛責任，並集中精神從事其他活動。本次研究的受訪者使用多種交通方式，包括汽車（自用或共乘）、地鐵、公車、火車、電車、摩托車、滑板車、自行車及共享交通工具。³

選擇大眾運輸工具主要是出於成本及環保考量，而選擇開車的一項特殊原因是基於個人安排。三分之一的通勤者希望切換到其他交通方式；但又不想失去自用車帶來的彈性及便利性。開車通勤者特別看重可便利調配家庭行程的優勢，例如接送孩子上下學或課外活動接送。

當然，並不是所有人都能擁有私人車輛。事實上，五分之二的受訪者並不認為擁有汽車很重要。目前，多數城市的道路及交通基礎建設已經不堪負荷，代表未來的城市中的外出行動需要採取不同的方式。我們的受訪者對於在大城市中使用汽車通勤的意願越來越低，而對運用共享交通工具，或是自行車及滑板車等其他交通工具則越來越感興趣。然而，大多數的消費者仍對這種巨大改變猶豫不決，55%的受訪者沒有意願改變目前的通勤方式，即使他們對自己目前的通勤體驗並不滿意。

因此，與其關注不同交通方式的滿意度，不如去深入探索最滿意的通勤者（精明通勤者）最常見的特徵是什麼，這樣做更有意義。如果可以借助實體或數位方法複製這些因素，那麼無論採用何類交通工具及交通方式，消費者都能獲得更好的通勤體驗。

56%

在我們的受訪者中，私人車輛是最常見的交通工具，56%的受訪者開車通勤。

³ 本次研究中的“共享交通”選項，包括網路叫車、網路共乘、共享汽車或傳統計程車服務

精明通勤者的交通體驗

“精明通勤者”是非常滿意自己的通勤體驗，並知道如何主動為通勤創造有利條件的人。

有些人總是充分利用通勤中的時間做些有意義的事。他們是誰？為什麼可以讓通勤體驗變得更有價值？四分之一的受訪者表示，他們對通勤體驗非常滿意，我們將這個群體稱為“精明通勤者”，因為他們主動為通勤創造有利的條件。在改善駕駛人及乘客體驗領域，希望進一步創新城市通勤方式的相關人員，可以由這個群體中獲得靈感。

相較於其他人，精明通勤者對影響通勤的外部因素的容忍度更低，但仍比其他人更滿意通勤體驗。他們對通勤的期望更高，因為對他們來說，通勤並不是在浪費時間。多數的精明通勤者無法忍受意外延誤，像是無法控制、令人感到不愉快的暫停。此外，近半數的精明通勤者無法忍受空間擁擠，而此一比例在不滿通勤者 (unsatisfied group) 中只有三分之一。

因此，能否擁有足夠的實體及精神空間是良好體驗的一項重要衡量標準。54%的精明通勤者表示，他們在通勤過程中擁有足夠的精神空間，此一比例在不滿通勤者中只有19%。在一定程度上，這與他們選擇的交通方式（精明通勤者乘坐自行車通勤的比例更高）有關，而他們也更致力於透過以下方式創造足夠的空間感：

- 超過五分之四的精明通勤者，藉由調整時間、路線及交通方式來避免擁擠及堵塞，這會讓他們感到安心，並防止對通勤活動造成干擾。
- 他們透過智慧型手機、耳機及其他可攜式裝置，享受不同的數位體驗。

精明通勤者一般都擁有前述習慣，即使他們中的多數人都使用開車通勤，但交通行動服務供應商仍然可以從精明通勤者的行為中尋找靈感，為所有通勤者創造更好的通勤體驗。

「我喜歡開車上班，這讓我擁有自己的私人時間。我可以欣賞喜歡的音樂，不與任何人交流，單純地放鬆。」

共享汽車用戶，33歲，新加坡

圖 3：嚴重影響通勤者體驗的外部因素

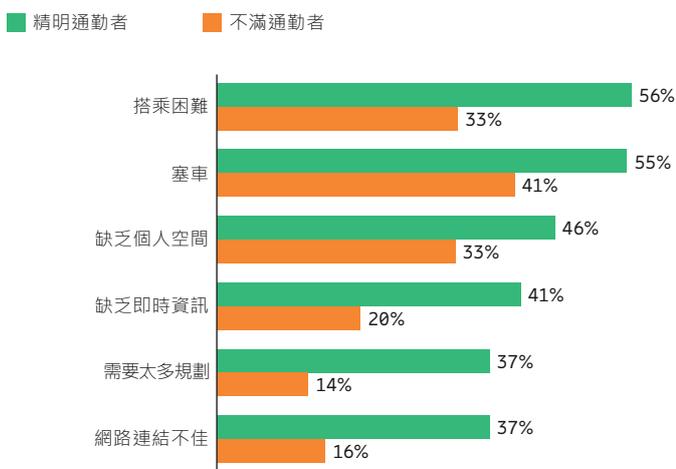
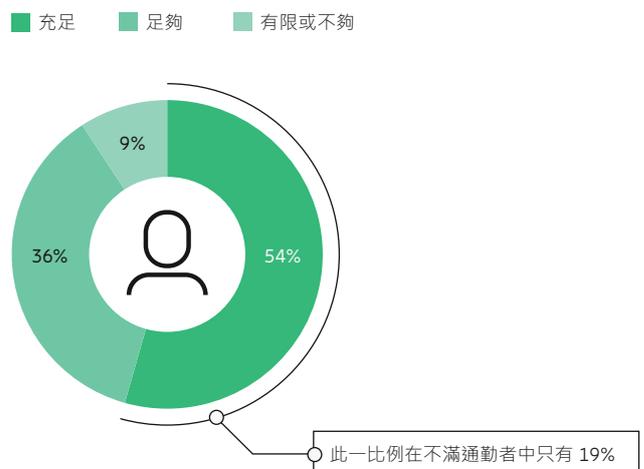


圖 4：精明通勤者對精神空間的看法



精明通勤者的數位參與

精明通勤者的共同特徵之一，是使用數位裝置從事各種活動，充分利用通勤時間。

在網際網路連結方面，精明通勤者一般都擁有進階的行動網路。根據我們的研究，83%的精明通勤者表示大部分的路途都有4G或5G訊號覆蓋，此一比例在不滿通勤者群體中只有68%。此外，多數的精明通勤者認為，他們的網速快且穩定，讓他們可以沉浸於數位體驗中。儘管整體來說，有超過五分之四的通勤者在路途中使用智慧型手機，但精明通勤者使用智慧型手機的比例最高。精明通勤者中有65%在上下班途中持續使用智慧型手機，而不滿通勤者群體中僅為47%。

我們發現，所有受訪者通勤時的主要活動都是聆聽音訊內容，這是有道理的，因為無需使用手或眼睛。

然而，為了進一步豐富通勤生活，通勤者也會從事其他活動。有些人參與社群及娛樂活動，另一些人則表示會在路上為一天的工作做好準備或規劃，以提高工作效率。

有趣的是，精明通勤者在路途中打電話、觀看視訊內容及準備工作的時間，遠高於其他通勤者。他們喜歡從事多種活動，能切換於不同事物之間使他們感到快樂。半數的精明通勤者表示，他們在通勤期間經常進行三項或更多的活動，而高達70%的不滿通勤者表示，他們認為自己最多只有兩項活動。

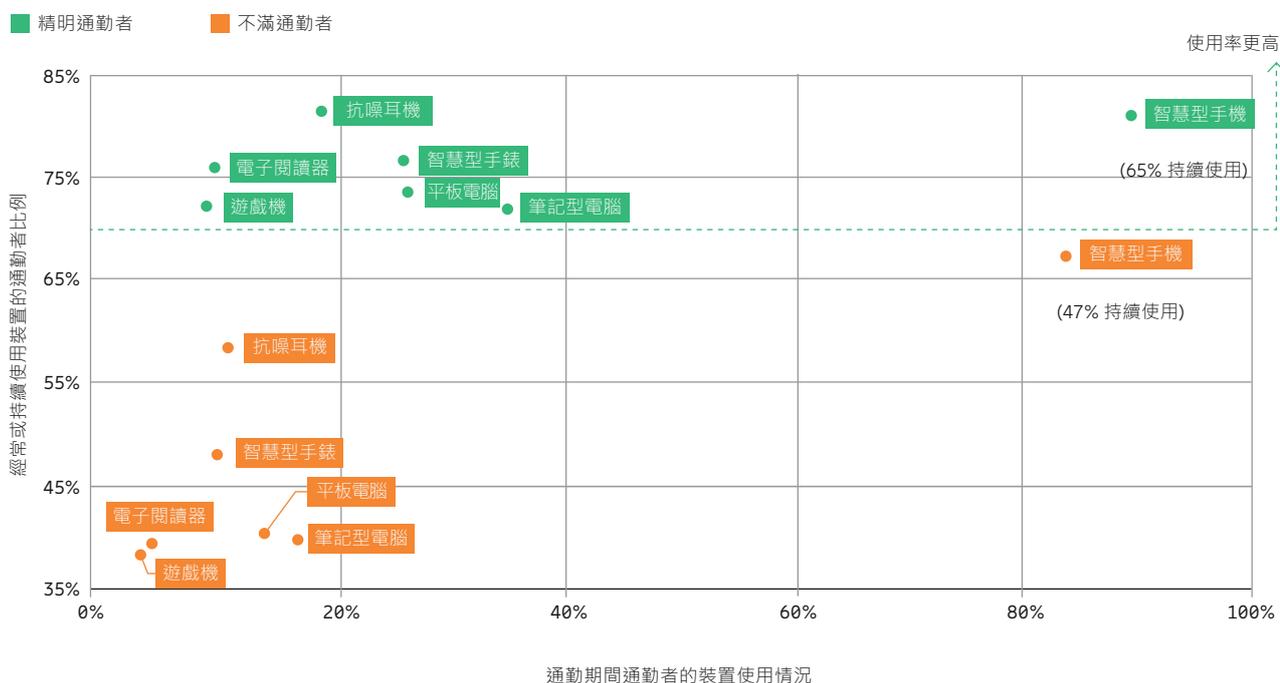
精明通勤者的通勤方式及時間長度也互有差異。雖然他們都試圖透過參與數位活動來拓展精神空間，但他們的重點卻各不相同。

搭乘私人交通工具的精明通勤者，希望採取更有效率的方式從事數位活動，而搭乘大眾運輸工具的精明通勤者，則是更注重在漫長路途中能減少壓力及獨處。

「我在通勤時上網購物、瀏覽社群媒體、看新聞、處理帳戶業務、製作工作備忘錄，甚至還會工作。打開筆記型電腦處理業務。」

網路叫車用戶，34歲，新加坡

圖 5：通勤期間通勤者對各種裝置的使用情況



超越運輸模式的體驗

如果能藉由實體或數位方法，再製精明通勤者感受到的通勤體驗。無論採用何種交通工具及移動方式，消費者都能取得更好的通勤體驗。

儘管多數的精明通勤者都使用自用車通勤，但無論採用何種交通方式，都可以從兩個重要條件，重現愉快的通勤體驗，藉以提高通勤滿意度：個人空間（實體及精神空間）及彈性。在個人空間方面，九成的精明通勤者表示擁有足夠的實體空間，可以在大多數的通勤時間中專注於自己的活動。而在不滿通勤者群體，有超過四成的受訪者表示實體空間有限，且最多只能在短時間內集中注意力。

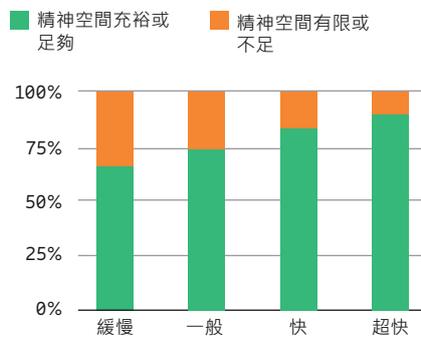
在個人空間方面，儘管多數的大眾運輸通勤者表明他們通勤時擁有足夠的空間，可以集中注意力並使用數位設備，但也表示他們缺乏令人滿意的網路連結——有高達一半的受訪者表示他們的網路相當不穩定。缺乏基本網路連結帶來真正的挑戰，因為這會限制他們透過從事數位活動來創造隱私及個人精神空間。在擁有快速網路連結的受訪者中，85%的人表示他們在通勤期間擁有足夠的精神空間，能專注於自己的活動。

在彈性方面，使用開車通勤的最大優勢之一是彈性應變，這能為通勤者帶來便利，讓他們無需提前進行太多規劃。多數搭乘大眾運輸工具的通勤者都對於無法在需要時即時調整路線及交通方式的通勤體驗感到不滿。而有一部分的企業了解消費者非常重視資訊感知，並且正在開發相關解決方案，希望讓通勤者收到通知，了解所有將影響通勤外出相關因素。然而，無論採用何種交通方式，良好的網路連結都是讓一切成功運作的基本要求。

接下來，我們來看看可能會提高通勤者各種滿意度的服務，包括正在開發的及未來的服務，以便將精明通勤者的體驗帶給更多城市居民。

圖 6：網路連結增強精神空間感

通勤者的精神空間與行動網路速度的關係



擁有良好精神空間通勤者的不同裝置使用頻率



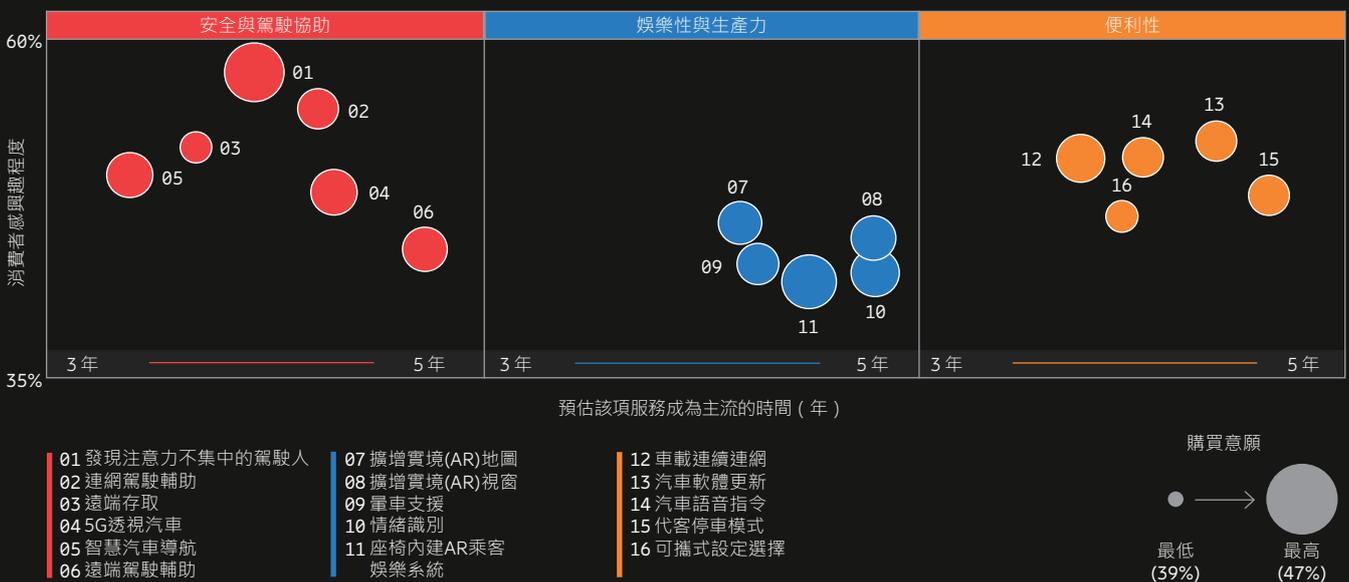
「大眾運輸不只是公車上的體驗，還包含由 A 地到 B 地的整個旅程，涵蓋車站的候車體驗及前往車站的方式。我們正展開更廣泛的工作，協調交通管理機構、營運商及都市基礎建設者之間的活動。我認為，如果想要滿足未來的用戶需求，以人為中心，是我們身為產業塑造者應該具備的關鍵素質。」

Jenny Gustavsson，
Telia 都會運輸產業部門
主管

對交通行動服務的觀念

有超過半數的受訪者對於能辨識出駕駛人未注意的前方危險，並且同時提醒駕駛者與其他道路用戶的功能極感興趣。

圖 7：能強化通勤體驗的16種交通移動間的服務（由消費者選出）



安全與駕駛協助是通勤者最感興趣的交通移動服務類型，也就是在嚴苛情況下提高安全性，同時緩解駕駛帶來的壓力 – 因為沒有安全性，何來通勤樂趣。

駕駛人對駕駛輔助等功能的滿意度很高。這一點不奇怪，因為他們表示在通勤期間感知到額外的安全保護，可以讓他們紓解壓力。專家們對此表示贊同，認為駕駛輔助功能可以幫助駕駛人緩解壓力，並同時保持警覺並注意路況。

大多數受訪者對連網駕駛輔助的強化功能很感興趣；例如，由車輛及感應器蒐集相關資訊，可以幫助駕駛人了解無法看到的危險情況。這種資訊感知與所有通勤者息息相關，因為道路安全對駕駛人、乘客及行人都有重要影響。

5G將有助於大幅提昇城市交通的安全性、效率及永續性。⁴

在娛樂性及生產力服務方面，四分之三的精明通勤者對於能為所有乘客提供持續車內網路連結的服務極感興趣。該群體甚至非常重視車輛能為了避免網路斷訊或減速提供變更行車路線的建議。

座椅內建擴增實境 (AR) 乘客娛樂系統以及情緒辨識功能，這兩項功能都能提高通勤者對個人空間的滿意度。座椅內建AR乘客娛樂系統甚至可能進一步改變通勤時的實體空間，不論是私人或大眾運輸工具，尤其是像使用AR眼鏡取代筆記型電腦。情緒識別，是允許車輛根據車載攝影機所辨識的駕駛人情緒，來調整車輛聲音、燈光及提供警告的

功能。有三分之二的精明通勤者，對這兩項服務都很感興趣。

這兩個例子展示了數位服務可以如何為創造通勤時的個人空間感。如果共享交通工具在未來成為某些城市的交通常態，這類交通移動功能可能會變得更加重要。

「我們知道駕駛輔助是駕駛人常用的功能，儘管駕駛人應該時刻保持警覺，但也難免會有放鬆的時刻。因此，他們需要新的功能適時提醒自己注意安全。」

Ola Boström，
Veoneer研發創新及智慧財產權副總裁

⁴ “透過5G，實現交通運輸轉型” (Transforming Transportation with 5G)，《愛立信技術評論》(2019年9月)：
www.ericsson.com/en/reports-and-papers/ericsson-technology-review/articles/transforming-transportation-with-5g

通勤：全球化下最後的在地特色

通勤體驗幾乎不受全球化的影響，每座城市的獨特通勤體驗，也許是僅剩不多的當地生活特色之一。

通勤體驗幾乎不受全球化的影響，並且依據每座城市的獨有特色而各不相同。通勤也許是僅剩不多的當地生活特色之一。通勤體驗與現有的基礎建設、社會規範及國際業者的積極參與密切相關。

但有一個現象卻是大多數城市所共有一超過三分之一的通勤者認為，現有的基礎建設負荷壓力逐年增加。這個情況在上海及德里更為嚴峻，超過四分之一的受訪者表示，交通基礎建設的運轉已經是超過負荷。然而在新加坡及東京，也就是本次研究中大眾運輸工具使用率最高的兩座城市，則有三分之一的受訪者對現有的基礎建設抱持肯定態度，認為其中只存在一些小問題。

在交通基礎建設比較發達的城市，實際上已經不用再單獨區分出精明通勤者。在多數通勤者使用自用車通勤的城市，如德里、洛杉磯及上海，精明通勤者更為常見。這再次證明了他們會自己主動建構體驗，無論基礎建設條件狀況如何。

儘管如此，所有的通勤者都非常期待自己城市的未來，以及交通移動方式在未來幾年的變革。

部分城市通勤者預期，都會的通勤方式將在不久的未來產生巨大變化。例如，曼谷、上海及洛杉磯的受訪者預計，自用車的使用率將會減少；而東京、新加坡及斯德哥爾摩的受訪者則預期，私人交通工具的使用率會增加。

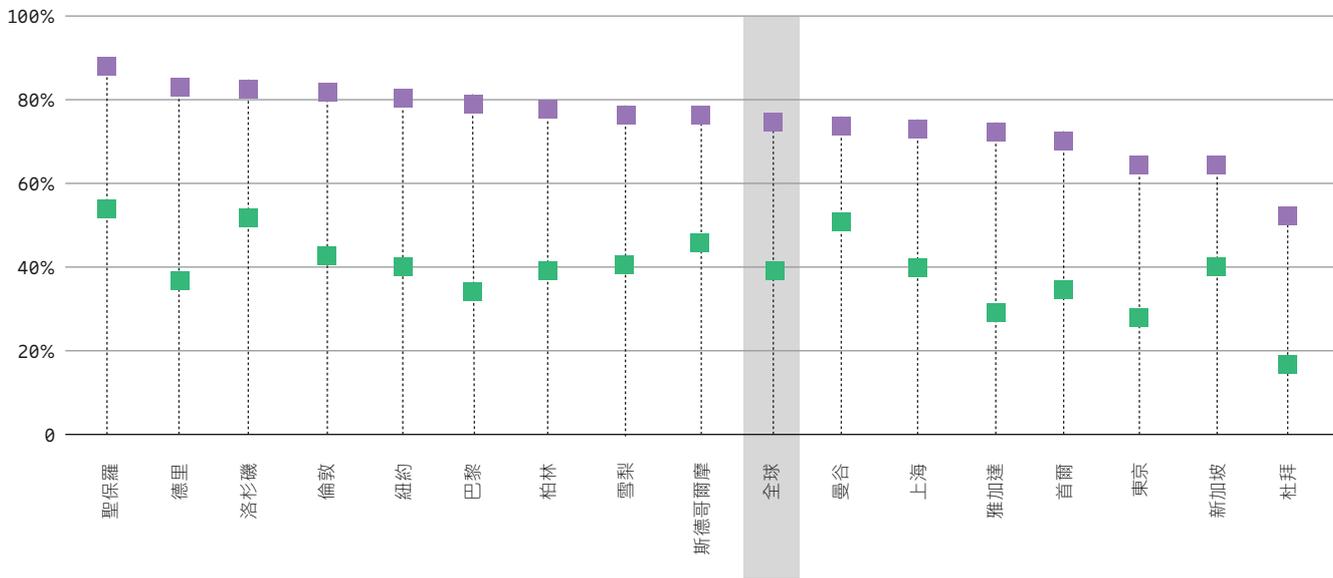
共享交通工具及自駕車，被視為近期最大的潛在變革因素。

1/3

超過三分之一的通勤者認為，他們所在城市現有基礎建設的負荷壓力正在逐年增加。

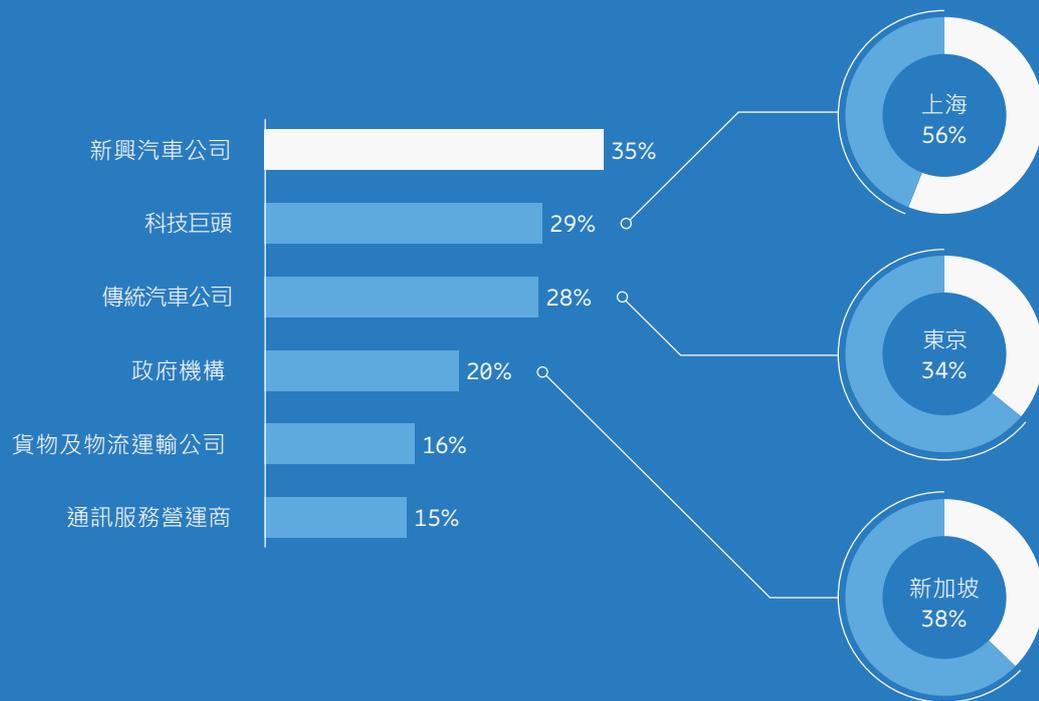
圖 8：通勤者對所在城市現有交通基礎建設的評價

■ 聲稱城市基礎建設的負荷壓力逐年加劇的通勤者比例
■ 對城市基礎建設持消極看法的通勤者的總比例⁵



⁵ 對城市基礎建設的消極看法包括：資源逐年緊縮、達到飽和點、運轉超過負荷

圖 9：消費者認為誰將引領所在城市的自動駕駛車部署



共享交通做為一項解決方案，可望在未來得到推廣，以幫助25%的城市居民減少交通壅塞。27%的受訪者認為，未來將有大部分的通勤者會選擇共享交通方式，而在德里、雅加達及聖保羅，超過10%的受訪者甚至認為，共享交通工具將在短短十年內成為該城市中多數通勤者的選擇。

洛杉磯是對共享交通抱有高度期望的城市之一。如今，大多數的上班族都使用自用車通勤，但只有45%的受訪者預期這個情況會持續到五年之後。七分之一的受訪者希望，能依靠某種共享方式來通勤，並認為這將比自用車更加方便。在上海及新加坡，超過三成的通勤者認為，共享交通工具將得到推廣，藉以緩解交通壅塞。

對於未來共享交通成本的可接受度，各城市的通勤者抱持不同看法。18%的杜拜受訪者為樂觀態度，認為未來的共享交通將會跟現在的大眾運輸一樣便宜；而25%的曼谷受訪者則認為，未來的共享交通不會比現在價格更低。

但是，人們對未來通勤的期望不只是共享交通。在本次研究中，五分之三的受訪者認為，自動駕駛車將在未來十年內徹底顛覆通勤體驗。只有少數幾座城市對此持較為保守的看法，例如在東京及斯德哥爾摩，有此想法的受訪者比例只有五分之一。

35%的消費者預期，新興汽車公司將成為這場變革的領導者，其次是科技巨頭，而傳統汽車製造商僅排名第三。通勤體驗顯然同時受到內外部因素的影響。雖然有部分的通勤者能妥善利用通勤時間，但在多數情況下，他們在通勤時仍然會受到外部因素影響，例如無法取得即時的交通資訊或沒有個人空間。自用車通勤者的滿意度更高，但同時，我們發現通勤者對擁有車輛的興趣正在下降。這並不一定代表汽車不再是未來的交通工具，而是顯示，無論是透過個人交通工具，還是做為公共運輸的組成部分，需要對自用車的使用方式進行調整，以因應未來共享交通通勤等新用途調整方式。

受到COVID-19疫情影響，在家工作的人口比例增加，可能會對城市的交通模式產生影響。雖然有一些人減少了交通工具使用量，但通勤的需求仍然存在。正如我們在本報告中所說明：通勤不僅是一件不可避免的麻煩事，在許多人看來，它實際上還是幫大腦充電的機會，讓通勤者有精力應對白天的各項需要。未來，交通行動服務供應商如果能成功提供令人滿意的實體通勤體驗，就有可能帶來令人滿意的虛擬通勤體驗，並且在日漸數位化的未來世界立於不敗之地。

「等到共享汽車能滿足客戶的隱私及人身安全需求時，在自用車及傳統大眾運輸工具之間會出現新的市場。5G將在此一新興市場中發揮關鍵作用，幫助車輛服務及體驗的轉型，讓車輛不再只是單純的交通工具。」

Anna Haupt ·
NEVS交通移動解決方案代理副總裁

愛立信致力於協助通訊服務供應商發揮完整的連結價值。公司旗下產品組合範圍跨足網路、數位服務、管理服務以及新興業務等，旨在協助我們的客戶提升效率、加速數位化，並為企業開拓新的營收來源。愛立信藉由持續投資於創新通訊和行動寬頻服務，造福全球數十億人口。愛立信在斯德哥爾摩的納斯達克OMX證券交易所和紐約的納斯達克上市。更多訊息請見：

www.ericsson.com