

臺中市政府 104 年度規劃研究設計報告獎助計畫
報告節錄重點

45°角的回憶
I-BIKE 行銷台中
The Angle of SMILE

研究人員：黃永俊

郭睿敏

劉佳慧

林怡珍

郭芝華

王昱文

指導教授：張寶蓉

學 校：逢甲大學

系 所：企業管理學系

中華民國 103 年 12 月

目錄

前言	1
企劃緣起	2
企劃目的	2
壹、 產業環境分析	3
貳、 總體環境分析	6
一、 外部環境分析	6
二、 內部環境分析	10
三、 SWOT 分析	14
參、 iBike 行銷策略	16
一、 STP 分析	16
二、 i-bike 行銷推廣方案	17
(一)、 設計主題路線地圖	17
(二)、 舉辦 i-bike 相關活動	30
(三)、 結合商品與科技推廣 i-bike.....	36
肆、 本企劃各活動時程表	38
一、 千人 ibike 遊流程時間	38
二、 活動時間總表	39
伍、 企劃成本估算	40
陸、 企劃預期達到效益	47
柒、 結論	49
捌、 參考文獻	50

表目錄

表 1、單車演進三階段	3
表 2、單車文化發展年表	4
表 3、外部環境分析-PEST	6
表 4、2000 年與 2014 年油品均價比較表	8
表 5、公共自行車租賃系統縣市一覽表	11
表 6、公車轉乘資訊	24
表 7、一中美食分類表	28
表 8、活動流程表	33
表 9、二氧化碳排放量	33

圖目錄

圖 1、國際油品月比較趨勢圖	8
圖 2、行銷策略簡圖	16
圖 3、慢活 I 路線圖	18
圖 4、慢活 II 路線圖	19
圖 5、慢活 II 解說圖 1	21
圖 6、慢活 II 解說圖 2.....	21
圖 7、情侶雙心路線圖	22
圖 8、台中市 BRT 路線圖	24
圖 9、美食 I 金典商圈	25
圖 10、美食 II 逢甲商圈	26
圖 11、美食 III 一中商圈	28
圖 12、地圖販賣機_租賃	29

前言

小小的我，學着騎大大輪子的單車，學著怎麼平衡和駕馭人生中第一台交通工具。跌倒了，再爬起來，直到學會的那一刻。沒跌倒過怎麼能算是學單車呢？記得在學會的那一刻，我露出了大大的微笑，那是 45 度的微笑。

騎著單車上學、找朋友玩及和朋友比賽看誰先到家；也陪著媽媽一起騎著單車買菜、到田裡幫爺爺種田。那時我小小的，單車帶给了我大大的滿足。

長大後，越來越少騎車。我似乎忘了，兒時騎車的那種快樂。這天，看見台中出現的黃色單車向我招手，彷彿再說：嘿，你今天微笑了嗎？讓黃色單車帶你找回兒時記憶，同時創造新的微笑回憶吧！

企劃緣起

隨著時代的演變，我們生活在繁忙的都市，加上科技的進步，讓許多人變成低頭族。生活步調的改變，讓人鮮少外出親近大自然。近來，台中市政府推行綠能低碳交通，提倡永續經營理念，不僅建設 BRT 與捷運等大眾交通工具，也開始設立 I-bike 單車站配合轉乘。單車不僅節能，也能達到運動的效果。單車將再成為重要的交通工具之一。

單車是陪伴很多人度過童年的美好回憶，配合政府推動單車觀光，我們以「慢活」為此企劃主軸，將台中市的地標性景點與特有的小吃茶點等規劃成三條不同主題的路線，希望大家可以騎著有微笑符號的 i-Bike 深入到巷弄看見台中不同的面貌。

企劃目的

我們希望讓大家可以自己放下手中的電話，離開電視或電腦，走出門外讓自己放鬆一下緊繃的神經。藉由 I-bike 與不同主題的地圖，載著大家到不同的地方享用美食、踏踏青，如同小時候騎著心愛的單車四處亂晃征戰住家附近的巷弄那般。除了能重新認識自己居住的環境，同時也能拉近人與人之間的距離，達到慢活的健康生活，用微笑單車創造屬於未來的 45 度角的回憶。

壹、產業環境分析

一、單車在台灣的歷史演進

表 1、單車演進三階段

	階段與 年份	單車種類	階段陳述
實用性	第一階段 (1970～ 2002)	交通代步 單車	二戰後因南北貨、茶業與紡織業盛行，店家比一般民眾更早、更需要以單車載貨、代步。
功能性	第二階段 (2003～ 2009)	登山車、 公路車、 折疊車	由捷安特、美利達發起 A-Team，單車轉型升級，主攻專業單車市場。脫離「中國設廠→低價、大量生產→收益惡化」的惡性循環，創造「回歸台灣→高價位、高品質生產→收益增加」的新循環。
講究品質感	第三階段 (2009～ 現在)	微笑單車	使用低污染、低耗能的公共單車作為短程接駁運具，帶起都市騎車的風氣，建立一種慢活的生活及旅遊風格。

二戰後的台灣，單車是交通或流動小販兜售商品等較為實用性質的工具。當時的單車出口大國是日本，但因人力成本高，因此大量訂單轉到了台灣。1980 年代，中國改革開放的政策，提供大量的廉價勞工，因此單車的製造訂單又轉向了中國及東南亞。1990 年代，巨大公司積極開發捷安特，目標是將捷安特打造為全球品牌。

2003 年單車在中國低價開發並大量生產，造成品質低下及收益惡化。捷安特、美利達等單車公司聯合發起 A-Team，目標是將單車轉型升級，主攻專業單車市場，讓大家看到『台灣的單車』，創造高價位、高品質的專業生產，讓收益增加。2007 年電影『練習曲』中一名學生騎著單車環島

一周的故事，引發了單車風潮。騎單車變成一種自由及自我鍛煉的象徵，讓公路單車、時尚折疊車及登山車等銷售量大增。但單車市場很快達到飽和，這股風潮卻持續不久，緊接著 2008 年金融海嘯，單車市場泡沫化，許多單車專賣店因此倒了。

2009 年政府提倡綠色城市的概念，推行低碳、低污染的綠交通概念。捷安特拿到了台北市的公共自單車租賃系統的 BOT 案，成功打造了一種新的生活習慣，帶動了都市單車風潮，建立起一股新的慢活生活及旅遊風格。

二、台灣單車文化

今天的台灣已成為單車王國，而與單車相關的活動也幾乎成為全民運動。政府政策的實施、單車企業團體的幫助、觀光旅遊的推廣等都是成就單車文化的幫手。下表是台灣單車的重要里程碑：

表 2、單車文化發展年表

年份	事件	內容
1989	財團法人捷安特體育基金會	國內第一個推廣單車休閒運動的基金會，於 2000 年更名為「財團法人單車新文化基金會」
1999	成立登山隊	捷安特登山車隊成立
2002	成立捷安特亞洲隊	首支自由車職業隊伍
2003	A-Team 聯盟	巨大與同業連同協力廠商成立 A-Team，使單車業根留台灣，並提升台灣單車產業之品質與品級
2004	發展台灣單車道	行政院體委會透過「全國單車道系統」計畫，規劃單車道生態綠廊串聯區域，發展全台灣的單車道路網
2005	「想到單車，就想到台灣」	台北國際單車展覽會的精神標語，希望國內外更多人想到騎行、就會想到(來)台灣

2006	整合單車道路線及系統	推出「千里單車道、萬里步道」計畫，整合全國單車道的路線與步道系統
2007	推廣單車月	將每年5月訂為「單車月」，積極推廣單車騎乘
2007/4	台灣電影《練習曲》	發起一股單車環島的風潮
2008	捷安特旅行社	提供單車旅遊規劃服務，讓大家有機會完成環島夢想
2008/4	全球首家女性單車店 「Liv/Giant」	在臺北市敦化北路開設了全球首家女性單車店
2011	成立台灣單車節	透過單車賽事，串連東臺灣各遊憩據點，提供遊客豐富體驗，並活絡東部觀光產業
2014/1	高士特 GUSTO	第一支正式職業化單車隊

我們可以看到捷安特在推廣台灣單車文化中扮演重要的角色，在不同時期推廣不同類型的單車活動，對全台單車風氣帶來一定的影響。隨著 A-Team 的成立，品質上升更讓台灣的單車漸漸在國際中嶄露頭角。2005 年台北國際單車展覽會提出「想到單車，就想到台灣」的精神標語，致力於台灣單車在國際中的地位。與此同時，政府推行單車生態綠廊，發展單車道路線及系統，進一步推動了台灣的單車風潮。2008 年捷安特在台北成立全球首家女性單車專賣店，讓單車文化多了女性的助力。隨後成立的捷安特旅行社，加上先前電影《練習曲》的影響，全台形成一股騎單車環島的風氣。之後成立的台灣單車節，讓更多人參與單車的相關賽事。今年初，台灣第一支正式職業化單車隊成立，單車文化走進國際。

貳、總體環境分析

一、外部環境分析

表 3、外部環境分析-PEST

Political	• 國際無車日 • 台灣自行車節 • 自行車道設施 整建 • 2016全球自行車城市大會
Economic	• 萬物皆漲薪水不漲 • 國際油價高漲
Society	• 自行車發展 • 休閒觀念興盛 • 永續發展的觀念
Technological	• RFID技術 • KIOSK機器

政策面 Political

1998 年，法國市民基於空氣汙染、噪音汙染等原因，自行發起了「無車日」的活動，這樣對環境友善的舉動很快就受到歐盟的重視，在 2000 年正式訂定 9 月 22 日為「國際無車日」。台灣推展此活動也有十年之歷史，雖無強制在當天禁用汽機車，但其推展使用大眾交通運輸的理念也漸漸受到關注，2010 年交通部推出的台灣好行，便是透過這樣的理念提倡低碳旅行。

台中主要的交通工具是汽車，機車，計程車等。由於近年來汽車及機車的使用率逐年增加，對環境的污染都有非常不樂觀的局面，因此政府為了改善台中市的交通現況的局面，建設了 BRT 捷運轉運站及開始實施 i-

bike 微笑自行單車轉換站。秉持著提升都市生活文化，響應全球節能減碳。台中市政府極力推廣、鼓勵民眾使用低污染、低耗能的公共單車作為短程接駁運具，減少及移轉私人機動車輛的持有與使用，以達改善都市道路交通擁擠、環境污染及能源損耗目的。

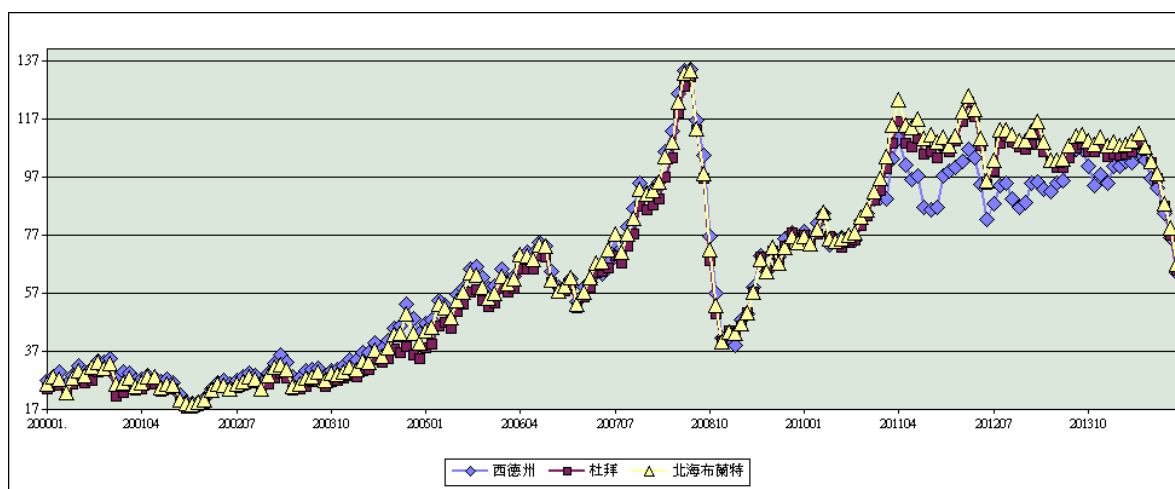
單車道設施和台灣單車節我們可以將它們歸類為政府政策下的產物，交通部在 104 年度「運輸政策白皮書」第二點即提出，「推動綠運輸，健全單車使用環境，實現人本交通」這樣的理念。台灣單車節的規劃相當完善，每年都會舉辦各城市的系列活動、日月潭 Come!Bikeday、騎遇福爾摩沙這一類的活動，網站上也設有詳盡的「單車道規劃認識」細節教育民眾，讓參與活動的人能夠順利平安。但經我們觀察，這樣較完善的單車道多數位於觀光景點，城市中的單車道建置仍有許多待改進的地方。

經濟面 Economic

下圖 1 為 2000 年一月起至 2013 年油品月比較趨勢圖，我們將從兩方面做說明。一、2007 年 7 月 2008 年 10 月期間，國際油價急速上升後又跌到谷底。多方面的資料皆指出油價大漲之原因為當時金磚四國對全球石油需求大幅成長，同時又有人利用市場消息炒作國際原油市場，加上美國次級房貸風暴，美國聯邦銀行插手造成美元大幅貶值，外資撤出美國市場，帶動原油上漲；下跌原因則是全球經濟成長速度減緩，加上美元升值，投機者減少炒作市場價格。二、除解釋上述第一點外，我們將視線放在整體，雖偶而有小幅波動，但我們能夠看到國際原油整體價格確實是一直向上攀升的，從表 4、2000 年與 2014 年油品均價比較表的油品均價比較可以看出十四年來原油漲幅高達兩倍以上。

生活所需成本日漸增加，而每月薪資卻不見成長，促成政府及市民開始尋找節能及日常代步的方法。公共自行車系統，在台北、新北等縣市都得到了不錯的效果，每逢上下班時間、假日好天氣，公共自行車總是「一車難求」。近年來，自行車的風潮，使得騎自行車成為全民運動，不僅是一種時尚，也展現自我體能耐力的表現，此外自行車的風潮更帶動了周邊

產業，例如運動用品(如 NIKE、ADIDAS 等大型運動品牌的運動美學競爭)、觀光業、製造業等等，都獲得龐大的經濟利益。



(資料來源：經濟部能源局)

圖 1、國際油品月比較趨勢圖

表 4、2000 年與 2014 年油品均價比較表

油品項目	年均價 2000 年	年均價 2014 年	漲跌幅(%)
原油(西德州) (美元/桶)	30.21	94.97	214.37%
原油(杜拜) (美元/桶)	26.40	98.64	273.64%
原油(布蘭特) (美元/桶)	28.86	101.19	250.62%

(資料來源：經濟部能源局)

社會面 Society

經過文獻蒐集及觀察後，我們列出主要三點：

一、休閒觀念興盛。這可由經濟方面和制度方面說起：台灣早期以農業當作發展重點，勞力是每一個家庭中重要的生產單位，當時也沒有休閒娛樂的觀念，直到產業轉型為工業，工作和生活開始有了分隔，人們開始懂得

享受生活、規劃旅遊，讓自己方鬆身心，加上 2001 年公務人員週休二日的法規正式施行，休閒娛樂觀念也被推至高點。

二、自行車運動風潮：根據 97-102 年交通部觀光局數據統計

(<http://admin.taiwan.net.tw>)，對比其他休閒活動國人運動旅遊項目中有一半比例是騎乘單車。2007 年電影《練習曲》中一位患有聽障的主角騎單車環島的故事，帶我們看見台灣這片土地，並激起一股單車環島的風潮，人們將這項活動視為一種身體的磨練、心靈的洗滌。

三、永續發展的觀念。1997 年聯合國在日本召開會議，簽立「京都議定書」，開發中國家和已開發國家的溫室氣體排放量高度受到關注，此條約的簽訂各界看法不一，但確實降低環境受到的威脅，環保和永續經營的議題也讓國人更加重視健康生活與綠能運輸。

科技面 Technological

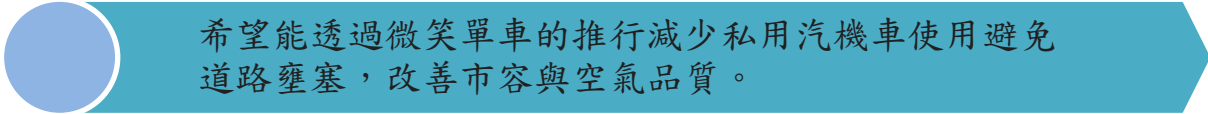
RFID 為 Radio Frequency Identification 的縮寫，中文被稱為無線射頻識別系統，運用無線電波和電磁感應的原理來連接標籤和感應器。目前已被廣泛的運用於生活中，如高速公路上的 ETC、圖書館借閱書籍、醫院裡病人的識別以及悠遊卡的使用。微程式執行長吳騰諺將自己的創意結合科技運用在 YOUBIKE 上，在 YOUBIKE 車體前方兩側加裝無線射頻識別，快速租借歸還的優勢，大大增加市民使用的意願，可謂 YOUBIKE 成功的幕後功臣之一。

KIOSK 機器也被稱作自助服務機，目前在台灣最常被放置在便利商店裡，KIOSK 機器的作用包括廣告的宣傳、交易的媒介、資訊的傳達等。i-Bike 使用者不但能夠在機器上看見該站與附近的單車剩餘數量，查詢附近公車站牌，而且還能夠用來開通悠遊卡以便使用 i-Bike，促進交通資訊的整合。

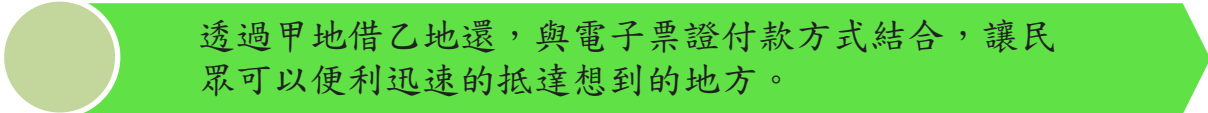
二、 內部環境分析

2014 年 7 月 18 日台中市 i-bike 成功開啟試營站。目標：2014 年底建置 20 站，2015 年底達到『74 號道路以東、台鐵以西的範圍建構 60 站，租賃站間以一公里左右為原則』。藉由轉動 i-Bike 漫遊都城，宣傳台中獨具特色的商圈、休閒觀光景點、重要交通轉運站、道地小吃美食，讓不管是本地民眾或是前來觀光的旅客都能從心認識台中。

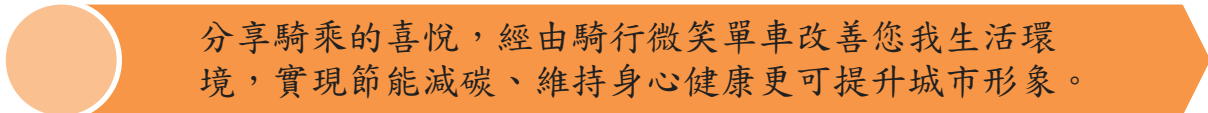
甲、營運願景



希望能透過微笑單車的推行減少私用汽機車使用避免道路壅塞，改善市容與空氣品質。



透過甲地借乙地還，與電子票證付款方式結合，讓民眾可以便利迅速的抵達想到的地方。



分享騎乘的喜悅，經由騎行微笑單車改善您我生活環境，實現節能減碳、維持身心健康更可提升城市形象。

乙、公共單車租賃的出現

公共自行車(英：Public Bicycle System，簡稱 PBS)，一種能讓一般大眾共享自行車使用權的服務，台灣地區公共自行車屬於智慧型自行車計劃，由政府單位來建置營運，主要設置於都會區內以平價方式，讓民眾使用自行車替代私有車輛進行短程通勤，達到紓解交通擁塞、降低環境汙染，此外更具備休閒、旅遊、健身功能。

微笑單車建設之前，部分縣市都有各自的公共單車租賃系統。高雄的公共單車租賃系統，站點集中在觀光景點，居民覺得設站太少，加上借車換車系統很慢，使用上不太便利。

2009 年台北市政府認為台北自行車道較為完善，相信自己亦有能力推動公共自行車租賃案於是向市府的環保局申請經費，由捷安特公司協助建置及營運管理。起初試營運困難重重，不被看好。直到 2011 年 12 月底進入第二階段的營運後，改善了原先的缺點。他們將租借系統簡化並加快速度，統一收費，且設站地點分佈密集，打造了低碳、低污染的公共短程接

駁交通工具。You Bike 漸漸改變了台北市居民的生活及交通形態，並計劃在其他的縣市也打造微笑單車。目前已建 You Bike 的縣市包括新北市、彰化縣及台中市。表 5、公共自行車租賃系統縣市一覽表為目前已架設公共自行車系統或正擬定設點的縣市表。

表 5、公共自行車租賃系統縣市一覽表

縣/市	正式營運日期	至 2014/12 設站數	備註
臺北市	2012 年 11 月 30 日	180	帶動全台各縣市公共單車的文化及風潮。
新北市	2008 年 10 月	42	2013 年 12 月 31 日 New bike 與 You bike 系統整合。
桃園縣 新竹市	預計 2015 年 開設	0	
台中市	2014 年 7 月 18 日	20	車站周邊向外延伸 2 公里範圍開始設站，涵蓋百貨商圈、市政特區、秋紅谷、經國園道等地。
彰化縣	2014 年 5 月 22 日	57	因應彰化的地形，捷安特針對自行車的變速進行調整，以利使用者能夠輕鬆騎乘。目前僅彰化縣、員林鎮與鹿港鎮有架設。
台南市	2014 年 3 月 2 日	2	於安平區進行試營運，每日 9-18 為租賃時間，持一卡通免費租借，逾時歸還每半小時罰 50 元。
高雄市	2013 年 12 月 4 日	159	60 分鐘內免費，但一張卡片只可租借 1 輛腳踏車。
屏東市	2014 年 12 月 4 日	20	目前無跨縣市借還，未來預計與鐵路、公路等搭配轉乘優惠。

丙、公共自行車計畫的優缺



優勢

其實全球不少國家都有發展公共自行車計畫(如荷蘭、丹麥、英國等49個國家)，研究報告顯示單車共享計畫筆預期的來的好，除了可以減少都市空氣污染之外，還可帶動都市居民運動風氣，而最為意外的是能促進單車站點附近的商店經濟。波蘭國立大學的研究者觀察發現，在研究區域中的便利商店內，單車騎士每月平均花費是開車民眾的1.3倍美元。除此之外根據台北 YOU BIKE 經驗，公共自行車計畫能夠讓更多人想要購買自行車，許多騎過 YOU BIKE 的民眾都跑去買了同款的自行車，無形中為 Giant 帶來營收。



劣勢

許多國家用路權是以行人優先，自行車其次最後才是汽機車，若汽機車侵犯到行人及自行車的路權會受罰。相反在台灣沒有完整的自行車道不說，台中部分區域的道路更是坑坑疤疤，甚至還有大量高出地面的人孔蓋相當危險。騎乘民眾除了要小心不被旁邊的汽機車撞到，有時還被迫騎上人行道與行人爭道。自行車目前仍未有可規範的法規可約束，有時甚至在路上看到民眾逆向騎行，或是快速的從行人旁邊衝過去，造成交通混亂之餘，對行人及騎乘的民眾自身都會造成很大的危險。

丁、i-bike 服務分析

1. 服務本體

→ i-bike 整體全車服務到位

→ 單車附有鑰匙跟鎖，臨時要是有事離開也能鎖起車子以保障車子的安全

→ 前車手把附有三段變速，而且十分穩定，有塑膠外殼保護變速裝置

→ 椅墊設有自由調高度，可以滿足各種高度的租用者

→ 外型設計佳似近淑女車，而穿裙子的女生可以安心的行騎

→ 車前頭設有放置籃，可以滿足租用者的基本需求

→ 車頭設有響鈴可以在行駛的路途中警示行人

2. 結合現代科技

→ 結合科技，可在網路上申請加入會員，租車時能利用悠遊卡、一卡通或信用卡取車

→ 通過網絡也能得知租借站車輛資訊，第一時間掌握租借站點周圍和目的地現況

→ 手機付費。在申請、付費、取還車的服務上，利用科技整合，讓整個服務作業流程模式簡化且迅速

3. 民眾經驗回饋

→ 租還車站點不夠普及，或是必須要熟悉站點位置

→ 整體十分方便，不過要是租車與還車時，卻因為站點位置不清楚而導致租還車時間增加，甚至只能暫時借停在其他地方

4. 單車道不夠普及，造成騎乘困難

→ 在建設單車城市的同時，一定要有完善的城市設備，是否整個環境是利於單車的行駛

→ 如果騎乘人行道同時卻沒有足夠的空間行駛，分離單車道和人行道，避免造成行人的危險，並且也能讓騎乘單車者處於不安的狀態

三、 SWOT 分析

優勢	劣勢
1. i-Bike 使用前 30mins 免費，減輕通勤人的交通費用。 2. 對有短程需求的民眾更加便利，不需花時間找停車位或等待公車。 3. 能減少汽機車使用，同時節省汽油。 4. 綠色交通不會造成空氣汙染。 5. 租賃時間為 24hrs，無論民眾或觀光客都可按照自己時間、行程安排自由使用。 6. 單車設計輕巧很好騎。 7. 甲地借乙地還，提供民眾更多的便利。	1. 車燈必須透過人力發電才會亮，在夜間使用時，停下來的時候很難被注意，比較危險。 2. 晚上十點之後沒有服務人員現場幫忙，如果遇到問題，只能打申訴電話或等待搬運單車的人來協助。 3. 使用悠遊卡租借，但 kiosk 沒有充值功能，使用者必須到附近的便利超商充值。 4. 嚴格上單車需要戴安全帽，但目前 i-Bike 沒有提供，也沒有聲明必須佩戴。
機會	威脅
1. 政府興建捷運並搭配 BRT 和 i-Bike，能增加使 i-Bike 使用率，且便利的交通可提高旅客來台中意願。 2. 透過民眾對 i-bike 的使用，能增加 Giant 商品的曝光率，進而提高 Giant 產品的購買率。 3. 對台灣而言，台中的天氣相對穩定，較不影響單車的使用。 4. 研發 app 結合 ibike 系統。 5. 延長夜間客服電話時間。	1. 隨著台中下令禁行機車，電動機車可能取代單車。 2. 台中目前沒有完善的單車專用道，騎單車在公路上很危險。 3. i-Bike 的設站地點是配合捷運路線而建，有些站的位置偏僻不好找。

政府架設公共自行車主要希望改善空氣汙染及減少交通阻塞帶給民眾更多的便利性，因此使用自動租賃系統並搭配甲地借乙地還，這對通勤的人來說極其貼心的設計，將單車停進歸還的站點不用兩分鐘的時間，再也不用著急的尋找停車位深怕趕不及搭車。使用 i-bike 轉乘減少機車燃油及停車費的支出，著實替通勤的民眾省了荷包。24 小時全天候都可使用，騎單車再不必受到營業時間、假日及非假日的牽制，這對於晚歸或是晚上想出門的人亦是一大福音。然而無法於晚間 10 點提供人工服務，總是有些不方便。因此我們提出 app 結合 i-bike 系統與延長夜間客服時間的想法解決此問題。而隨著台中部分地區下令禁行機車及缺乏自行車專用道，導致電動機車可能取代單車，阻礙微笑單車的推廣。為了解決此威脅可能需要仰賴政府早日規劃完整的自行車專用道及完善的 i-bike 站點導引標誌。

參、 i-Bike 行銷策略

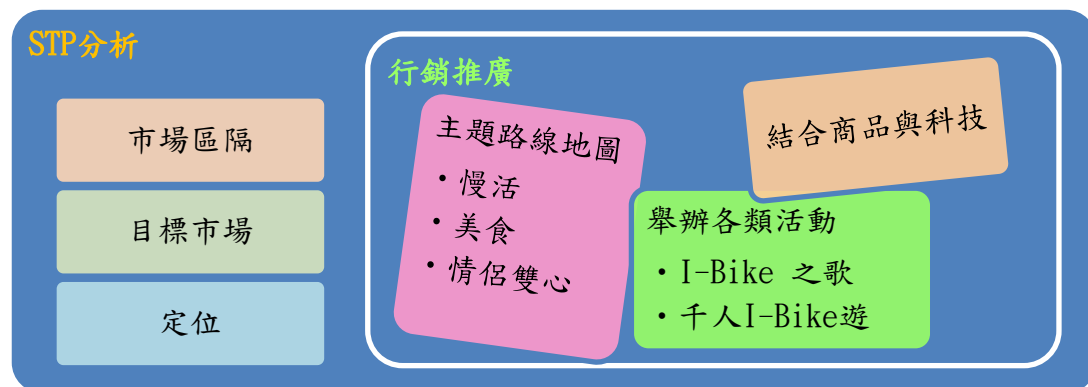


圖 2、行銷策略簡圖

一、 STP 分析



市場區隔

年齡	職業	教育程度	特質
13-55 歲	學生、上班族、遊客	國中-大專以上	較注重休閒健康、關心環保議題

根據總體環境與 SWOT 分析，我們將 i-bike 使用者分成三大族群。根據我們自身經驗及周遭的觀察，大台中與鄰近的縣市在生活和工作上都密不可分，因此我們將這群搭公車及鐵路通勤的民眾設定為 i-bike 使用的第一大族群。年齡 13-55 歲。

隨著健康意識提升，民眾開始注重休閒運動，然而平日下班時間已晚，假日出門則怕人擠人，去健身房運動對最來什麼都漲，薪水不漲的小市民無疑是筆開銷。微笑單車的租賃時間與前半小時免費對於有運動需求又無法大筆支出的民眾是最好的選擇。

第三族群則是遊客，不論是國外或是其它縣市的遊客，相較於過往的團體包車、走馬看花，現在的遊客們更想一步一腳印走過、細細品味所到之處，最好還可以看到旅遊書上沒介紹的好地方。針對這樣的特點，微笑

單車租借時間自由，費用宜人，且單車不只能帶他們進入充滿韻味的小巷弄，體力好的話還能去不少地方呢!!



目標市場

根據上述分析，我們了解到現階段使用 i-bike 的族群為：

- (1). 有通勤需求的上班族或學生：物價及原油上漲讓通勤的民眾開始尋求更便宜的交通工具。
- (2). i-bike 站點附近居民：對於他們而言，有些地方走路太遠，而開車太近的距離騎單車剛好。
- (3). 重視休閒生活與健康的民眾：相較於以往只埋首工作的一輩，年輕一輩在工作之餘也開始注重休閒生活並尋求彼此的平衡。
- (4). 觀光旅客：根據 102 年觀光局統計資料可知，對非團體的觀光旅客而言，便利的交通是選擇旅遊地點的主要影響因素。i-bike 無人租借站、甲地借乙地還且 24 小時都能租借，不論從哪方面想都非常便利。



定位

單車不但是交通工具，也是一項休閒運動。近來，慢活風氣漸漸擴散開來，提倡放慢腳步，學習放鬆。因此我們將 i-Bike 和慢活結合在一起，藉由 i-Bike 來傳達一種稱為慢活的態度。

二、i-bike 行銷推廣方案

(一)、設計主題路線地圖

根據 i-bike 我們鎖定較常使用族群為通勤上班族及學生、附近居民、背包客。針對針對這幾個不同的族群及需求，我們為台中市 I-Bike 設計了主題路線，分別以慢活、情侶及美食為三大主題。希望藉此提高 I-Bike 的使用率，並提供居民在閒暇時有更多選擇來打發時間，更能好好認識台中。

1. 慢活：全球八十幾萬會員的緩慢生活 Slow Movement 提倡慢工作、慢運動、慢閱讀，目的是希望人們遠離手機電腦等 3C 產品並放慢自己的步調，全身心放鬆。

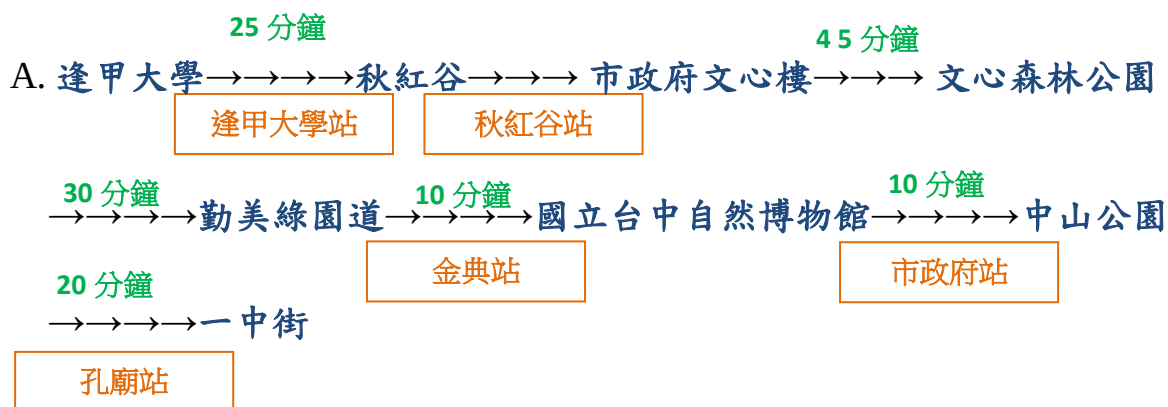
(1)慢活 I

(1) 針對遊客及背包客，首次來到台中卻不知有什麼景點必遊，我們設計此路線為他們帶來多一項選擇也初步的介紹了台中的市的景點。此外我們認為還是會有學生等年輕族群的市場，因為一般學生都覺得 i-bike 是蠻方便的，外出購買午晚餐或其他東西，要是附近有 i-bike 都會選擇使用。

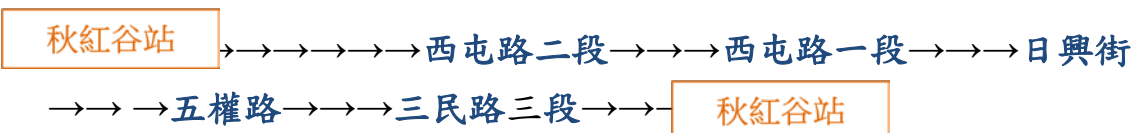
(2) 以 8 大地點為主簡單介紹，到台中市區後可以選擇逛夜市、夜遊都市、半/一日台中遊等，所以我們針對以喜歡台中地標性商圈來旅遊的遊客或背包客為主。

(3) i-bike 作為短程接駁的交通工具，配合以上的 11 個站點可以間接為台中 i-bike 宣傳以讓更多人知道它的便利之處。倘若清楚各站有什麼東西，可在地圖上標出 11 站點的位置及說明了站點周圍可選擇的去處。





B. 慢活地圖中**紅色的路線**為特別路程，歡迎喜歡騎腳車或是想要燃燒大量卡路里的人士挑戰：起點是逢甲大學，路途中會經過西屯路二段，西屯路一段，日興街，五權路，三民路三段，終點是一中街，全程大約需要 2-3 小時。



(2) 慢活 II

針對假日喜歡外出用餐、隨性逛逛散心又無法遠離市區的上班族、小資族群所設計：

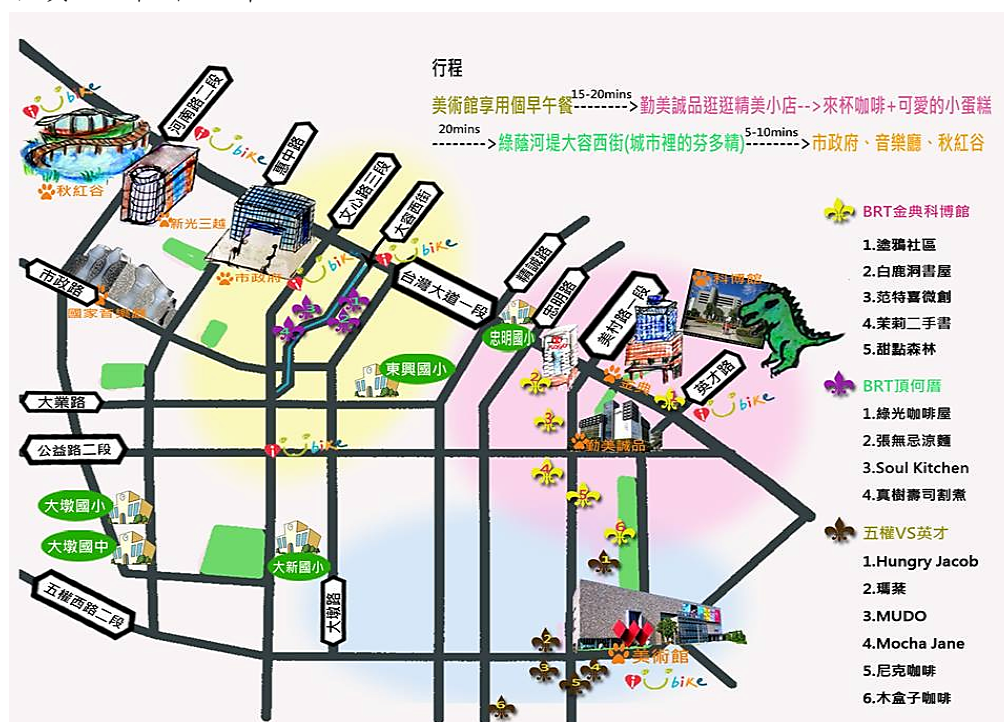


圖 4、慢活 II 路線圖

A. 一日之計在於早午餐 秋紅谷站

有別於平日假日的早餐總是豐盛，因此我們在美術館找了幾家早午餐餐廳，希望大家可以好好的享用美好的一餐；餐後可以騎著車在附近巷子裡繞一繞，有不少主題性的餐廳及咖啡館等著被發掘。若是對展覽有興趣也可以到美術館裡面參觀。

20 分鐘

B. 美術館→→→→勤美誠品

大墩文化中心

週末時會有創意市集、街頭藝人表演，旁邊還有勤美術館，喜歡走走看看的朋友也可以騎到中港路上金典酒店旁邊的巷弄，忠明 13 鄰塗鴉社區很適合喜歡探險的你們喔!!有喝下午茶習慣或是單純想來個點心犒賞自己，附近也有光之乳酪、閣樓上的鹹點店、甜點森林、法米法式等不同的特色小店。

<5 分鐘

20 分鐘

C. 秋紅谷站 站→→→→→大容西街涼快的綠蔭河堤→→→→秋紅谷。

秋紅谷站

這是我們為單純想騎車或是想欣賞台中新地標的朋友所設計。河堤邊是單向行駛所以你們不需要擔心過多的車輛，沿著市政路約 15 分鐘的車程可以到剛啟用的國家音樂廳，附近還有新市政府、秋紅谷公園等，開闊的空間、大片的綠地都可讓人放鬆心情。

2 瑪茶·歐式早餐

Muffin搭配新鮮沙拉，豐盛的早餐已
擺在餐桌上等您囉

營業時間7a.m.-5p.m.

台中市美村路一段488號

3 MUDO

單品咖啡及餐點

有庭院區，可以在這裡看書、曬太陽

或坐在搖椅上吹著微風、發呆

營業時間 11a.m. - 9p.m.

五權一街跟五權西五街的交叉口

五權西路二段

6 木盒子咖啡早餐

位於五權西六街
店內二樓可參觀
週三全日公休、周日晚上公休



1 Hungry Jacob 愛吃借口

火烤漢堡專賣

想嘗試多種不同凡響的漢堡嗎!?

營業11a.m~2:30p.m 5p.m~9:30p.m

六~日 11a.m~9:30p.m(週一公休)

台中市昇平街9號

4 Mocha Jane

尼克4號店

大片窗景，延攬綠地之美

營業時間7a.m.-10p.m.

台中市五權西路一段77號

5 尼克咖啡

美式鄉村風

全天供應餐點7a.m. - 9p.m

台中市美村路一段575號

圖 5、慢活 II 解說圖 1

1 忠明13鄰塗鴉社區：位於金典旁邊的小巷裡。

插畫家以繪畫裝飾老社區，越是不起眼的小巷越會有意想不到的驚喜囉!

2 白鹿洞影音書坊：可租借書籍及雜誌的種類多也有DVD等影片供選擇

室內閱讀有沙發可坐，打發時間悠閒看書的好地方

營業時間10a.m.-00a.m.

3 范特喜微創：在老舊巷弄中，用「人的故事」延續一個

城市的軌跡，努力發覺生活中令人感動的元素。

1號 貓與好人泰迪熊工作室/不吃魚的貓工作室

9號 RN Cafe咖啡 /KerKerland/Antique安荻克年代飾

品/Minus減法髮務工坊/泰思樂塔羅牌

13號 小巷愛樂芬 花草舖/綠IN香芬實驗室

17號 路地 手作米菓子/dérobé

www.fantasystory.com.tw/about/about-us.html

台中市興街171號

4 茉莉二手書店：座落綠園道旁，主要經營一般圖書雜誌期

刊、兒童圖書影音產品、二手藝品...等，並設有「茉莉健康廚

房」餐飲專區，提供寬敞的空間，舒適的動線，讓讀者重拾「

逛書店、淘好書」的樂趣，以少少的價格，獲得大大的回報

營業時間12p.m.-10p.m. (每年除夕-初四休)

台中市公益路161號B1



6 勤美術館：「活的」美術館，一個

生活美學基地，不斷地有藝術能量注

入參與，也不斷地把藝術散發出去。

今天在室內，明天在戶外，任何一個

角落都可以發生，它用最自然的方式

，讓美學成為你生活中的一部分。

週二-四、週日2p.m.-8p.m.

週五-六2p.m.-9p.m./週一休館

台中市港路一段257之2號

(勤美誠品綠園道正後方)

5 甜點森林

官網: www.u-sweets.com.tw/index.aspx

週一-週日12:00 - 21:00(周二公休)

台中市西區中興里向上北路136號1F

7 范特喜-綠光計畫

十二棟自來水公司的老宿舍在中興一巷與范特喜相遇的故事

1FIsabella's /苑·點咖啡 /Mini Amer /幸福美舖子 /瑞3526瑜 /富兩洋傘

/Cani /Bijoux de Couture

2F概念手作概念店 /轉彎雜貨舖GreenLife /Urara閣樓上的鹹點店

Exploring x Tasting尋嚐/小食手感空間/ZABWAY/無藏茗茶/吃果子拜

街頭

台中市興一巷2-26號&11號

圖 6、慢活 II 解說圖 2

2. 情侶路線

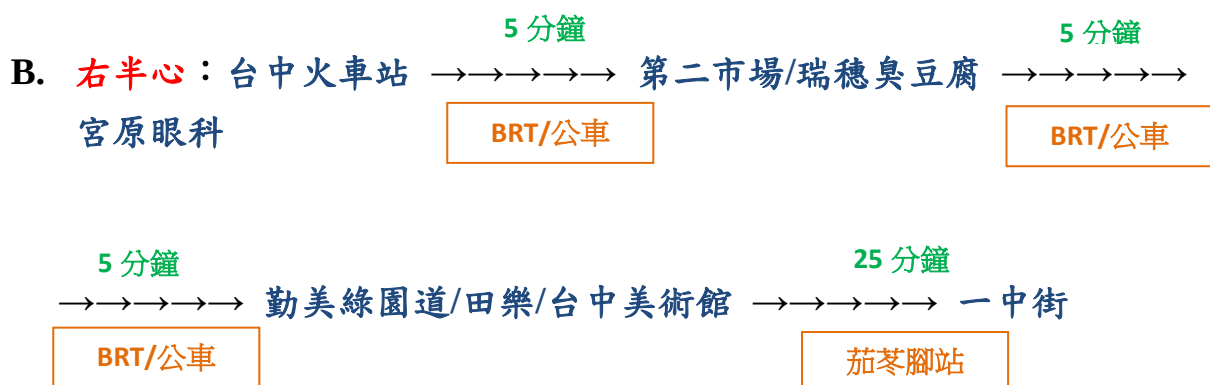
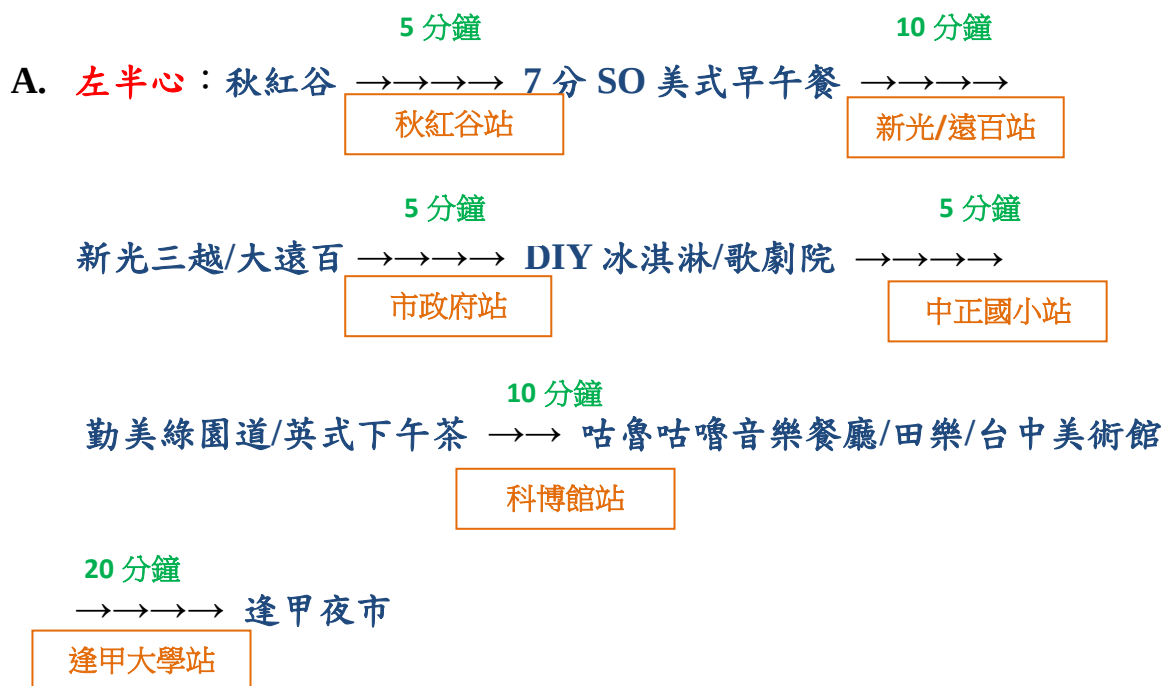
當愛神邱比特的箭射中一對男女，當愛情媒人月老牽上一對男女的手，被命中選定的彼此便開始產生了無止盡的思念、無休止的依偎、無盡頭的甜蜜，這就是愛情。

墜入愛情的情侶們來到台中之都，卻無從規劃起旅遊的起點，不妨共同騎乘 i-bike 一起體驗『雙心旅程』，欣賞秋紅谷充滿濃濃愛意的雙熊，漫遊勤美綠園道藝文展示，親自 DIY 手做冰淇淋，冰淇淋你一口我一口，感情更加融洽，手牽手品嚐夜市商圈的經典小吃，不但手掌心溫暖脾胃也溫暖。



圖 7、情侶雙心路線圖

『雙心旅程』推薦路線



情侶路線，從勤美到火車站，可以搭配 BRT 和客運前往。相關路線如下：

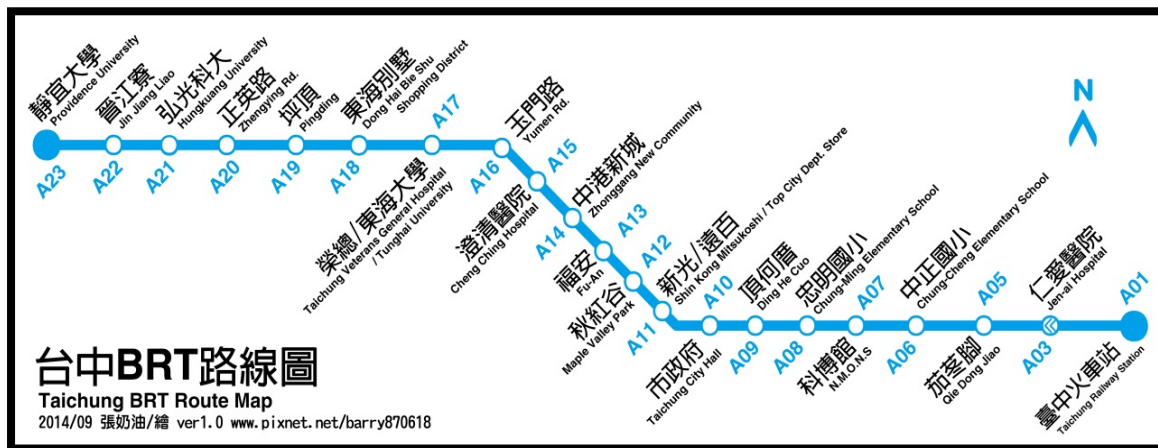


圖 8、台中市 BRT 路線圖

靜宜大學到台中火車站沿台中中港路雙向發車，每 6 分鐘一班車，沿途車站包括：臺中火車站 --- 仁愛醫院 --- 茄荳腳 --- 中正國小 --- 科博館 --- 忠明國小 --- 頂何厝 --- 市政府 --- 新光/遠百站 --- 秋紅谷 --- 福安 --- 中港新城 --- 澄清醫院 --- 玉門路 --- 榮總/東海大學 --- 東海別墅 --- 坪頂 --- 正英路 --- 弘光科技大學 --- 晉江寮 --- 靜宜大學

表 6、公車轉乘資訊

公車代碼	台中火車站	台中科技大學 (一中商圈)	勤美草悟道
藍 2	✓	✓	✓
57	✓	✓	✓
71	✓	✓	✓
81	✓	✓	✓
25,37	✓	✓	
1,31	✓	✓	
35	✓	✓	
59,73	✓	✓	

金典商圈美食地圖



3. 美食

(1) 美食 I

圖 9、美食 I 金典商圈

另一個台中特色之一莫過於數量多到數不清的餐廳了！金典綠園道及美術館一帶是特色餐廳的重點地區，考量交通的易達性和便利性後，我們將區域鎖定在台灣大道上 BRT 公車及 i-bike 站點，以異國料理為主題替此區域做行銷。

首先我們區分各種不同國家料理，分別是韓式料理、印度料理、泰式料理和法式料理，並將主要消費族群訂為「願意嘗試新鮮事物且已具有穩定收入及消費能力的民眾」。我們認為到餐廳裡的消費民眾既然已有一定消費能力，其實他們會更追求在這裡面消費獲得

了什麼附加價值，例如：餐點和期待中的品質是否相同；吃飯過程中和家人或朋友在吃飯的氛圍是否是愉快的等。

觀察到這一點之後，我們決定設計關於各種不同國家料理的飲食歷史或習慣的小冊子，增加客人到店裡消費食的好印象，舉例來說，韓國石鍋拌飯的由來是傳統女人的地位較為低下，吃飯時必須等到丈夫和孩子都吃完，才將剩菜剩飯倒進晚裡拌著吃。在韓國，拌飯也是種愛情的象徵，伴侶到餐館裡點拌飯時，須由男生為女生攪拌，女生吃不完的飯也必須由男生吃完。藉由這一類的飲食文化與習慣，讓消費族群有彷彿置身於國外的體驗，也為用餐者之間創造不一樣的記憶。

(2) 美食 II

逢甲大學商圈美食地圖



圖 10、美食 II 逢甲商圈

從小生長在台灣並不覺得小吃和美食的種類相當多樣，但若問起外國旅客對台灣印象最深的是什麼？許多人的答案都是越夜越美麗的「夜市」。逢甲夜市是中部地區名氣最高的夜市，許多美食節

目及部落客都會到此錄製節目或撰寫文章，我們整理出幾樣夜市裡的超人氣小吃吸引大家前來朝聖。

首先我們將夜市內的美食分為甜品類以及小吃類，印製傳單放至於夜市容易取得處（逢甲路與福星路口、逢甲大學門口、文華路與福星路口）以及鄰近的 i-bike 站點（秋紅谷、新光遠百、逢甲大學），平日每日發放 180 份，假日 360 份，接著製作小印章給活動傳單上的店家，集滿紅標商品及藍標商品即可獲得地圖上任一店家的五元折價券。由於夜市中的消費族群多樣，有觀光客、畢旅國高中生、逢甲大學學生、附近居民等等，因此我們將消費族群定義成想藉由花費數百元獲得休閒娛樂效果的民眾，由於消費總金額不高，此活動針對這樣的消費族群特性來做價錢上的優惠，提升民眾進一步消費的意願。

(3) 美食 III

我們以台中一中為中心點，將一中商圈分成兩個部分。台中一中的左邊是以簡餐/餐廳為主，右邊則是主打一中商圈的小吃。



圖 2、美食 III 一中商圈

表 7、一中美食分類表

分類	價位	推薦原因
簡餐/餐廳	200-400	一中商圈的餐廳各有特色，環境好氣氛佳，餐點有一定的口碑，想要找個地方喝杯茶，吃個簡餐，這裡有很多餐廳讓人挑選。
小吃	100 以內	想要品嚐多種不同的美食，吃銅板美食最合適不過。有的分量可以挑選，價格也不高，讓人可以一次遲到好幾種美食。

以一中商圈的地理位置來說，旁邊有中友百貨，百貨裡的餐廳價位普遍較高。對於在附近上班或是剛好來逛街而又想找家餐廳來吃的人而言，只要步行十分鐘左右就有價位相對較低、環境優雅且多樣性的選擇。

一中商圈附近都是學校和補習班，最大的顧客就是學生族群。所以價位都會控制在百元以內。而便宜又好吃的小吃，讓人能一次吃到各種不同美食。一家大小來逛商圈，也能各自挑選自己愛吃的食物，邊吃邊逛。

4. 地圖

企劃中設計兩款不同材質的地圖：

A 款是作販售用的，材質防水防皺旁邊附上特定材質的筆能直接在上面畫出自己騎過的路線，或是發現地圖上沒有的店家/有趣的地點，在上面做記號，創造自己的獨特路線與回憶，並可上傳分享。若是想重新畫上新的路線或註記，可將地圖拿去泡高於 60 度的水，順便可以清洗一番，晾乾後宛如一張新的地圖。

B 款地圖是一般材質，民眾可以免費領取使用。若使用過後想收藏或是重複使用，可前往目前 i-bike 站點附近之統一或全家超商購買 A 款。

據 100-102 年觀光局統計(<http://admin.taiwan.net.tw/>)遊客希望取得旅遊資訊的地點數據統計，我們將地圖放置於台中各交通站點(如機場、火車、高鐵、客運等)和 i-bike 所有站點附近約 356 家統一及全家超商，兩款地圖皆有供應。此外地圖上註記之景點皆有擺放 B 款地圖供民眾使用。

為了響應政府的單車推動觀光，我們以 80 年代單車造型設計一台地圖自動販賣機放置於市政府站。目的是希望這可愛造型的單車吸引好奇的民眾前來一起轉動台中，並且和大家一起見證台中的轉變。



圖 12、地圖販賣機_租賃

使用辦法：可免費領取或購買防水版本。

收費金額：購買 120/份，另附贈地圖畫記筆。

購買使用悠遊卡或信用卡付費。大輪旁有輪盤選擇區，按下選擇鍵地圖便會在販賣機內選轉置下方取物槽，取物後轉盤便會回到原本的位置。

(二)、 舉辦 i-bike 相關活動

響應全球節能減碳風潮，我們希望可以透過舉辦 i-bike 相關活動，讓更多的人共襄盛舉並透過騎乘 i-bike 傳遞「健康慢活」的概念。

1. 大型活動

(1) I-BIKE 之歌

目的

為了讓大家一起響應騎腳踏車的樂趣，希望有興趣的朋友，可以發揮你們的創意，創造有趣好玩的 I-BIKE 之歌。

歌曲規格

- I. 作詞→須為「愛護地球，環保節能」之相關意向之歌詞。
- II. 編曲→節奏與旋律與歌詞需檢附樂譜。
- III. 演唱→演唱語言方式沒有任何限制，但須以中文表達詞意。
- IV. 作品須含詞+曲（單以詞或曲或未錄製人聲參加徵選，本主辦單位將不予受理，歌聲不列入評分標準），詞曲。
- V. 錄製→長度 2-5 分鐘之 MP3 或 MP4 音樂檔，應為可發行之錄音作品，須以人聲歌唱方式呈現（不限合唱，獨唱或重唱），參賽作品表演者不限創作者本人。作者可以同一人或不同人。

評審作業

- I. 資格審查→主辦單位在收到參賽者的作品後，立即進行參賽者組別身份及歌曲規格、歌曲主題審查【主題為「愛護地球，環抱節能」相關之詞曲創作】
- II. 網絡人氣評選 (2015/04/11-2015/04/14)

入圍的作品將會放上網絡讓所有民眾做線上評選，並於活動當天現場公佈網路人氣獎（網路人氣獎同樣可進入決選），頒予獎狀及獎金 1000 元以茲鼓勵。

注：主辦單位將於 2015/04/15 當天成績將會公佈在官網當中，獲得第一名的作品將會作為 2015/04/22 千人 ibike 當天活動的主題曲。

報名方式:參賽者將作品及個人資料發送到信箱
ibikecitysong@gmail.com

報名截止: 2015/04/10

主辦單位:台中市觀光旅遊局

協辦單位:台中國立美術館、台中勤美術館

預期效益

透過歌曲創作來宣導愛護地球，節能減碳多用 i-bike，對於愛創作的人士是再好不過的一件事了。朗朗上口的有趣歌曲可以增加趣味及打響 i-bike 的名聲。被大家評選的 i-bike 之歌將會作為千人 i-bike 遊當日活動的主題曲，藉由熱鬧活潑有意義價值性的活動一定可以使民眾對於 i-bike 更為喜愛。

(2) 45°角的回憶

活動時間：2015/04/22 0930～
1700

活動地點：台中-勤美綠園道

主辦單位：台中市政府觀光旅遊局

協辦單位：台中環保局，捷安特
自行車公司



圖片來源：第 11 屆 1919 愛走動 陪騎單車環島大串連

活動目的

以環保大使為宣傳媒介，呼籲人民踴躍參與全國無碳日的 i-bike 千人遊，為自己的家園盡一份力環保的力量。整體活動非常具有意義性，希望能拉進大眾與 i-bike 之間的距離，並對 i-bike 的認知改觀及透過媒體記者的報導增加知名度。

活動大綱

活動當天相關廠商將會提供 1000 輛 i-bike 及 100 輛的親子自行車，讓所有活動當天所有出席之民眾可以更認識 i-bike，透過騎乘自行車此活動讓各位一起回憶小時候騎自行車時無憂無慮的日子及發揮團體愛心精神，為我們的地球，家園，環境，環保盡一份力量。

千人 i-bike 遊

配合 4 月 22 日世界地球日，由一千個人騎著 i-bike 一同出遊，一起騎腳車，一起運動，一起好好享受過程中的點點滴滴。其中由於親子自行車的數量有限，廠商只能夠提供 100 輛作為租借使用，若想要租借的民眾可以當天前往有關單位辦理手續，而我們希望能透過親子自行車來拉近家長與孩子之間的距離關係。活動路線及流程如下。



活動後續成效

台中 i-bike 目前使用人數為約 14 萬 5 千人次左右，隨著站點的增加之後 i-bike 的使用率只會有增無減。對於沒騎過 i-bike 的民眾，透過千人遊活動，將改變他們對 i-bike 的價值觀。慢慢地，民眾的生活方式開始變得不同，騎乘 i-bike 可能從每個週末轉變成每日的習慣。假設 15 站= 14 萬 5 千人(使用)每增加一站就能增加 1 萬人的使用率，i-bike 千人遊後曝光率提升，使用 i-bike 的人數會增加 1 倍，每增加一站= 2 萬人使用率。

表 8、活動流程表

內容	所需時間	所需人力
客人到櫃檯中心辦理租借 i-bike 手續	5 分鐘	5 人
租借手續辦理完畢後前往牽車	5 分鐘	5 人
負責檢查牽車後每一輛車的安全系統	5 分鐘	5 人

若當天現場的 i-bike 已全部租出，想參與的民眾可以攜帶自行車前來，我們非常歡迎各位，無論你是喜歡騎自行車或是為環保盡一份力量。

預期效果

- 甲、 增加民眾對 i-bike 的認識，提升 i-bike 在各界人士的完整形象。
- 乙、 確實達到減少碳排放量，當天預計活動人數能行駛 300 輛汽車，500 輛機車。則可減少 1530 公斤之二氧化碳碳排放量。計算如下表：

表 9、二氧化碳排放量

項目	碳排放量	備註
汽車 (每輛每公里碳排放 0.24)	1080kgCO _{2e} (相當於 3.6 萬棵樹吸收的 CO ₂ 量)	0.24*15km*300 輛
機車 (每輛每公里碳排放 0.06)	450kgCO _{2e} (相當於 1.5 萬棵樹吸收的 CO ₂ 量)	0.06**15km*500 輛

宣傳媒體

i-bike T-shirt

- 藉由參與者身上穿著 i-bike 的 T-shirt 吸引旁人的注意，並且活動的當天現場所有的有關主辦單位工作人員及贊助商人員等都會一同穿上活潑趣味的 i-bike T-shirt 以激發參與者及民眾廣告的注意力達到宣傳的效果。

宣傳單

- 選擇指定的場所派發傳單: 學校，商圈，百貨公司，社區
 - ✓ 在活動前的二個月 (2015/02/22&2015/03/22) 分別由工作人員到不同的指定地點所派發，經由兩段時間派發以達致宣傳的最佳效果。
- 網絡點宣傳: 面書，有關部門單位官網及各大旅遊部門的官網設有相關活動資訊
 - ✓ 活動前一個月 (2015/03/22)，主辦單位邀請記者及各大媒體們撰寫相關活動的文章並刊登在報章雜誌上。

宣傳旗子

- 在人來人往的大街小巷上，插上相關活動的旗子，隨著旗子漫舞飄揚的樣子肯定可以吸引到民眾的注意。
 - ✓ 台中-勤美綠園道 (2015/03/22&2015/04/22)
逢甲大學，秋紅谷，新光三越，大遠百，台中市政府文心樓，台中科博館，公益大英街口，台中金典酒店，勤美誠品，NOVA 資訊廣場，SOGO 百貨公司，金國大酒店，福星公園，重慶公園，BRT 頂何厝，英士公園，台中孔廟等街道上。

海報

- 透過學校，店家，大眾單車自行車隊或社團作為海報宣傳媒介，並告知當日活動的內容和時間地點等，至於海報張貼的位置將會選擇在頻密人潮的活動商圈。

✓ 台中-勤美綠園道 (2015/03/22&2015/04/22)

逢甲大學，秋紅谷，新光三越，大遠百，台中市政府文心樓，
台中科博館，公益大英街口，台中金典酒店，勤美誠品，
NOVA 資訊廣場，SOGO 百貨公司以及活動當天附近商圈的店家們。

2. 小型活動

(1) 第一百位使用者

活動說明：當天第一百位使用 i-bike 有小獎品：透過機器感應第一百次的時候，會發出音樂的聲音，由在場值班的同仁去發獎品（獎品是實體，或是優惠券），讓大家會期待自己會不會就是那個幸運兒。

獎品：贈送 i-bike 周邊商品或商店優惠卷約 300 元，此為中長期活動，先試辦三個月，成效依舊好，可延長至一年。一天只有一位的名額。

預期效果：讓大家期待這個驚喜，且增加 i-bike 使用率。

(2) 尋找隱藏的 i-bike Logo



活動辦法：與路線範圍內的夜市或店家合作(如逢甲商圈範圍)，讓使用者尋找隱藏的 i-bike Logo，並在所找到的地點拍照上傳至官網，參加抽獎。如此除了可以吸引民眾騎乘 i-bike 也可幫合作商家打廣告，增加曝光。

獎品：商家優惠券活動每次抽出 10 名幸運者。

預期效果：可讓民眾多觀察四周環境，帶給民眾一種尋寶的感覺，增加騎乘 i-bike 的趣味性。

(3) 指定地點拍照

活動辦法：搭配特定節日或季節，指定部分站點範圍以指定姿勢，進行照片徵選。對攝影有興趣的民眾可以拍下屬於自己獨一無二的或是趣味性十足的照片分享給大家。(如每年十月爵士音樂節，指定金典科博館站至音樂節範圍內拍攝照片)。

獎品：於 i-bike 粉絲專頁作評選，前三名可得現金優惠券，佳作數名，贈與精美小禮物。

預期效果：增加大家想去騎車的動力及趣味性。

(三)、 結合商品與科技推廣 i-bike

1. 改善現有 app

根據目前現有 app 我們可以得到與 ibike 相關的資訊，民眾可以透過 ibike 知道附近有哪些站點，站內是否有車可用，也可透過 app 即時報修等。然而 app 的功能並不僅止於此，因此我們根據企劃的核心對此作出改良方案，讓它不只方便，更具吸引力，並透過它讓民眾對騎車產生可以一試的想法，進而變為常態性的使用。以下為我們的改善方案：

- (1) 運用 APP 系統結合附近商店，願意提供優惠及店家資訊在 APP 系統上，當有人騎 i-bike 進入店家方圓 300 公尺內，就會發出音樂聲響或震動，告訴他們附近有這一間店，可以前往消費。點選店家畫面可出現討論區的功能，大家可以將消費感想及經驗放上去讓其他人受惠。
- (2) App 跟悠遊卡相互綁定，可以透過悠遊卡讀取使用者性別和年齡等基本資料，加上使用者自身輸入的喜好設定，推薦可能喜好之景點和路線。選擇出現在畫面的地圖路線後，app 便會沿著路線帶著你/妳遊玩。還車時，更可透過 app 看到附近 i-bike 站內車數量，若不介意多騎一點路便可騎至車輛較少的站點還車，配合站點還車會贈送一倍今日的減碳量喔!!)
- (3) 幫使用者作每次騎車的紀錄，若想與朋友分享騎車的路線或是去過的地方可將 app 上面紀錄的檔案傳至朋友的行動裝置。隨著每次的騎乘 app 能幫您統計累計減碳量，如同航空累計里程數一般可用來兌換單車或 i-bike 限定版周邊商品。(如累計碳量 500kg 可兌換 LED

車前燈、多功能頭巾、騎車用水壺，累計 1000Kg 可兌換 Giant 旅行社優惠券等)。

2. 推出 i-bike 限定版販售

Giant 可挑選自家品牌的單車商品(如車用水壺、頭巾、手套、襪子及袖套等)，印製 i-bike Logo 製成週邊商品作為部份推廣活動獎品贈送。配合每年千人 ibike 遊時，訂製有 ibike logo 之 T-shirt 贈與報名參加之民眾。在熱鬧的節日如新年、情人節、端午節、中秋、萬聖節或聖誕節時，可結合節慶與 ibike 小橘車製作獨特的節慶商品販售於定點自動販賣機，吸引人氣又可以增加自家商品曝光。

限定版商品數量如下：

- I. ibike 週邊商品預計訂製 200 個
- II. logo T-shirt 1000 件
- III. 節慶商品每次 200 個

肆、 本企劃各活動時程表

一、 千人 ibike 遊流程時間

時間	流程
08:30-09:00	簽到集合，儀容檢查
09:00-09:30	運裝備,領物資到會場
09:30-10:00	最後確認會場狀況
10:00-10:30	開幕活動
10:30-12:30	活動進行，維持場面秩序
12:30-13:00	午餐時間，換班休息(工作人員)
13:00-15:30	活動進行,維持場面秩序
15:30-16:00	工作人員備緒，準備閉幕
16:00-17:00	閉幕+頒獎典禮+表演活動
17:00-18:00	撤掉裝備+協助工商離開
18:00-19:00	協助工商+恢復環境
1900	活動結束

二、活動時間總表

黃色：ibike 之歌是屬於一次性的活動、千人遊則是固定每年 4/22 舉辦一次。

藍色：尋找 Logo 與指定點拍照每次活動時間約一個月，兩個活動會錯開隔月舉行一次。

灰色：為每日都會進行的第 100 位幸運使用者，目前暫定三個月，預計執行為期一年。

項目 \ 時間	3/22 ↓ 4/22	4/22 ↓ 5/22	5/22 ↓ 6/22	6/22 ↓ 7/22	7/22 ↓ 8/22	8/22 ↓ 9/22	9/22 ↓ 10/22	10/22 ↓ 11/22	11/22 ↓ 12/22	12/22 ↓ 1/22	1/22 ↓ 2/22	2/22 ↓ 3/22
Ibike 之歌												
千人 ibike 遊												
ibike logo												
指定地點照												
100 _{th} 使用者												

伍、企劃成本估算

本企劃以四個月為一期，將成本分成短、中、長三時期估算。

一、短期成本(1-4 個月)

短期印製地圖、舉辦宣傳活動為主

項目	用途	金額	備註	
地圖	印刷(可水洗)	54,000	30*30cm=120*450	印製 900 份
	印刷(一般紙)	4,695		印製 12,000 份
	魔擦筆	27,000	30 元*900 支	每份防水地圖附一支筆
	小計	85,695		
i-bike 之歌	活動獎金	10,000		
千人 i-bike 遊	宣傳	286,000		
	招商	30,000		
	雜費支出	324,500		
	小計	491,500		
尋找 logo	贈品金額	11,000	5500*2	隔月舉辦一次，共 2 次
指定地點拍照	贈品金額	3,500		
第一百位幸運者	贈品支出	36,000	300×120 天=36,000	
總支出	637,695			

二、 中期成本(4-8 個月)

企劃進行 8 個月，宣傳活動達一定效果並持續進行；因應使用人數的提升增加地圖供應量，架設自動販賣機於市政府前，試試水溫；並著手改良、推廣 app。

項目	用途	金額	備註	
地圖	印刷(可水洗)	54,000	30*30cm=120*450	印製 900 份
	印刷(一般紙)	12,841		印製 36,000 份
	魔擦筆	27,000	30 元*900 支	每份防水地圖附一支筆
	小計	93,841		
自動販賣機		200,000	1 台	設於市政府文心樓站
發展 app	開發改良	200,000		
	推廣	50,000		印海報，平面廣告
	小計	250,000		
尋找 logo	贈品金額	11,000	5500*2	隔月舉辦一次，共 2 次
指定地點拍照	贈品金額	7000	3500*2	隔月舉辦一次，共 2 次
第一百位幸運者	贈品支出	36000	300×120 天 =36,000	
總支出	597,841			

三、 長期成本(8-12 個月)

企劃進行將近一年，i-bike 使用率仍往上升，持續推廣 app。活動推廣效果已不顯著，地圖使用者漸漸減少，轉往行動裝置，故降低地圖印刷量。推出 i-bike 週邊商品及節慶限定版供民眾選購收藏。

項目	用途	金額	備註	
地圖	印刷(可水洗)	54,000	30*30cm=120*450	印製 900 份
	印刷(一般紙)	4,695		印製 12,000 份
	魔擦筆	27,000	30 元*900 支	每份防水地圖附一支筆
	小計	85,695		
推廣 app	廣告	50,000		
週邊商品	七夕情人限定	25,000	50 元*500	
	萬聖節限定	25,000	50 元*500	
	i-bike 周邊商品	25,000	50 元*500	
	小計	75,000		
尋找 logo	贈品金額	11,000	5500*2	
指定地點拍照	贈品金額	7000	3500*2	
總支出	228,695			

四、 總支出成本

印刷費用	宣傳 APP 軟體	100,000	設備費用	自動販賣機	150,000
	活動宣傳人員	18,000		魔擦筆	81,000
	活動傳單	2000		活動帳篷	15,000
	海報	9000		桌子	10,500
	宣傳旗	25,000		舞台音響	25,000
	T-shirt 及週邊商品	325,000		App 軟體	200,000
	地圖	184,321		小計	481,500
	小計	663,321			
活動獎項	ibike 之歌	10,000	薪水支付	工讀人員	54,000
	100th 使用者	72,000		主持人	40,000
	尋找 Logo	33,000		醫療人員	30,000
	定點拍照	17,500		便當飲料	13,000
	小計	132,500		小計	137,000
總支出					1,414,321

五、細項成本列表

地圖與設備預算

支出項目	金額	備註	
自動販賣機	150,000	1 台	設於市政府文心站
印刷(可水洗)	162,000	30*30cm=120*1350	印製 2700 份
印刷(一般紙)	22,231		印製 60,000 份
魔擦筆	27,000	30*900 支	每份防水地圖附一支筆
總計	361,231		

i-bike 之歌活動預算：

第一名	第二名	第三名	人氣獎	總支出
4000 元+獎狀	3000 元+獎狀	2000 元+獎狀	1000 元+獎狀	10000 元

45°角的回憶活動預算：

項目		收入	支出	備註
45度角的回憶	宣傳薪水		18,000	120 元*10 人*15 小時
	工讀薪水		54,000	120 元*30 人*15 小時
	便當		7,000	70 元*100 人
	飲料		6,000	30 元*200 人
	舞台音響		25,000	
	帳篷		15,000	500 元*30 個
	主持人		40,000	加上舞團
	桌子		10,500	350 元*30 張
	活動預算	500,000		
	小計		324,500	
ibike 千人遊	ibike		0	0 元*1000 輛
	親子自行車		0	0 元*100 輛
	小計		0	

招商	醫療站		30,000	10 名醫護人員，2 輛醫療車
	小計		(30,000)	
宣傳	ibike T-shirt		250,000	250 元*1000 件
	宣傳單		2,000	1 元*2000 張
	宣傳旗子		25,000	50 元*500 支
	海報		9,000	30 元*300 張
	小計		(286,000)	
總結			8,500	

第一百位使用者

項目	支出	備註
獎品(三個月)	27,000	300 元×30 天×3 個月=27,000 元
獎品(一年)	109,500	300 元×365 天=109,500 元
總支出	136,500	

尋找隱藏的 i-bike Logo

項目	支出	備註
商品優惠卷	5,500	抽出之幸運者可得Giant商品優惠券550，共10名(一年六次)
總支出	33,000	

指定地點拍照

項目	支出	備註
商品優惠卷	3,500 元	第一名：2,000 元、第二名：1,000、第三名：500 元、佳作：計步器(一年五次)
總支出	17,500	

發展 APP

項目	支出	備註
開發APP	20萬	
推廣費用	10萬	海報、平面廣告行銷
總支出	30萬	

i-bike 限定商品

項目	支出	備註
i-bike 週邊商品訂製	25,000	50元*500個
節慶商品	50,000	(七夕情人節、萬聖節)50元 *1000個
總支出	75,000	

陸、企劃預期達到效益

一、短期(活動預計成果)

1. i-bike 之歌：預估參賽 100-150 人，網路評選點擊可達 5000 人、官網及粉絲專頁人數 60 萬人
2. 45°角回憶千人 i-bike 遊：預計參與民眾人數 3000-5000 人，次年預估參與達 1 萬人。
3. 指定地點拍照：預計每次參與人數 2000 人
4. 尋找隱藏版 LOGO：預估可吸引參與人數每次 2000 人
5. 第 100 位幸運者：預估增加 i-bike 使用率成長 1-2 倍。
6. 三條主題路線：預估使用人數 5-10 萬，觀光客拜訪台中人數提升 20%

二、長期(企劃效益)

1. i-bike 推廣

充滿趣味性且朗朗上口的 i-bike 之歌成為了最好的行銷宣傳。每年四月無車日舉辦千人 i-bike 遊，更是吸引了大批響應環保的民眾參與這個活動。由於企劃的推行微笑單車已被大多數民眾認識，不只是作為便利性的交通工具，更是生活的一部分。單車各站點的使用率升高，有效降低都市空氣汙染數值與排碳量。

2. 促進商家營業額提升

隨著地圖的使用與 app 上傳分享屬於自己的專屬路線圖，讓原本設計的三大主題路線更為豐富，甚至出現了屬於市民自己的主題路線，並且發掘台中更多不為人知的美麗之處。藏於巷弄之中的道地美食或獨具風格的小餐館也藉此獲得了宣傳曝光的機會。

透過 app 及網路的即時分享，將台中行銷至全球。口而相傳之下來店消費的便不只是 i-bike 使用者，提升了商家的營業額。

3. 完善的自行車環境

美好舒適的環境搭配完善的自行車道，透過企劃的進行吸引了越來越多的騎車民眾，並且使來台中的觀光客人數不斷成長。為了讓台中更好，政府規劃了完善的自行車道與自行車交通法規。也因為使用汽機車數量減少，道路變得寬敞不再擁擠、騎車不再擔驚受怕。不論是開車、騎車或是步行都可以輕鬆自在，真正的慢活在台中。

柒、 結論

適逢 i-bike 最近剛設立，具備新鮮研究的價值。本小組分析了台中的總體經濟，與 i-bike 的運作及客層後，以慢活為概念規劃出幾條台中市地標性的景點路線，想藉由這些景點讓外來的人士或旅遊客能更了解台中。

本企劃結合 i-bike 徵選比賽宣傳，讓民眾都可以參與、互相宣傳。其中我們也策劃了幾個趣味性的小活動，讓民眾騎車時也能充滿歡笑，如同微笑單車這個名字一般。而每年一度的千人 i-bike 遊大型活動更是為了響應健康生活，希望能讓大家走出家門慢活台中並改善大家的生活習性，減少碳氣排放量，打造一個健康舒適的台中。

參考文獻

1. 油價資訊管理與分析系統。經濟部能源局。103 年 12 月 19 日，取自 <http://web3.moeaboe.gov.tw/oil102/>
2. 單車回來了台灣掀起第三波革命(2014-11-14)。聯合新聞網。103 年 12 月 10 日，取自 <http://udn.com/news/story/6836/503600>
3. 台灣之光! 六千萬重金打造台灣高士特職業車隊 (2014/03/05)。Gusto。103 年 12 月 12 日，取自 http://www.gustobike.com/teamgusto/news_con.php?id=4
4. Jacky C.L. Lee(2014/05/06)。被創造的台灣「鐵馬」文化。103 年 12 月 14 日，取自 <http://faith100.org/被創造的台灣「鐵馬」文化/3162>
5. 劉玉珍(2004/06/03)。產業創新模式-自行車業 A-Team 解決方案。工業雜誌，93 年 5 月。103 年 12 月 14 日，取自 <http://www.cnfi.org.tw/kmpo-rtal/front/bin/ptdetail.phtml?Category=100164&Part=mgz9305-4>
6. 捷安特官方網站。認識 i-bike。103 年 12 月 12 日，取自 <http://www.giantcyclingworld.com/inc/events.php>
7. 台灣自行車輸出業同業公會。取自 <http://www.tba-cycling.org/news.aspx?2>
8. 台北市公共自行車租賃系統。維基百科。103 年 12 月 10 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/台北市公共自行車租賃系統>
9. 新北市公共自行車租賃系統。維基百科。103 年 12 月 10 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/新北市公共自行車租賃系統>
10. 臺中市公共自行車租賃系統。維基百科。103 年 12 月 10 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/臺中市公共自行車租賃系統>
11. 盧懿娟 (2014/01/14)。YouBike 轉虧為盈的關鍵因素。服務創新電子報。103 年 12 月 18 日，取自 <http://innoservice.org/1812/YouBike轉虧為盈的關鍵因素>

12. 劉冠廷。Ubike 服務分析。103 年 12 月 13 日，取自
http://smartedu.myftp.org/course/NTU/NTU_02/101_01/other/1011105YOUBIKE%E8%88%87%E7%A9%97%E7%A7%91%E6%B4%BB%E5%8B%95/%E5%8A%89%E5%86%A0%E5%BB%B7.pdf
13. 劉植榮。外國公共自行車發展經驗值得借鑒。103 年 12 月 25 日取自，<http://big5.home.news.cn/gate/big5/touereiffel.home.news.cn/blog/a/0101004405D50CEBA62AFB15.html>
14. 林楚芸等(2011)。各國與台灣自行車制度比較分析－穿梭在都市中的腳踏車。103 年 12 月 25 日，取自 <http://203.72.96.2/lib/userfiles/甲等各國與台灣自行車制度比較分析－穿梭在都市中的腳踏車.pdf>
15. Jerry Chi(2014/06/11)。郝龍斌的 Ubike 做對了！騎兩輪比開四輪更能促進城市經濟。民國 103 年 12 月 25 日，取自橘報 <http://buzzorange.com/2014/06-/11/why-citibike-will-bolster-bloombergs-legacy/>
16. 碳排量計算。103/12/26，取自
<http://www2.nihs.tp.edu.tw/~nihscyber12a/2-1.htm>
17. 林淑芬。捷安特腳踏車之經營與發展。民國 103 年 12 月 25 日取自，
<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/85/85-13.htm>
18. FOX(2010/10/17)。要花多少錢才能開發一個好的 iPhone App？以 Twitterrific 為例。民國 103 年 12 月 26 日取自，
<http://www.inside.com.tw/2010/10/17/how-much-to-develop-a-great-app>