

投稿類別：商業類

篇名：

# Smiley bike 是否讓 You Like? (以新竹市民為例)

作者：高二 勤班。劉維洋  
高二 勤班。蔡廉威  
高二 勤班。魏旻哲

指導老師：蔣維軒老師





# 前言-研究動機

- 走出新竹火車站，看見許多人快速走向YouBike場站搶著騎YouBike，當時民眾的反應讓組員印象深刻。
- 新竹市的YouBike微笑單車僅有18站，卻在營運後的短短3個月總騎乘次數就破了高達一億人次的成績。



# 前言-研究目的

- (一) 了解新竹市民使用YouBike的頻率
- (二) 分析各項因素對YouBike滿意程度的影響
- (三) 了解新竹市民使用YouBike的使用目的
- (四) YouBike行銷策略



# 前言-研究方法

## 問卷調查法

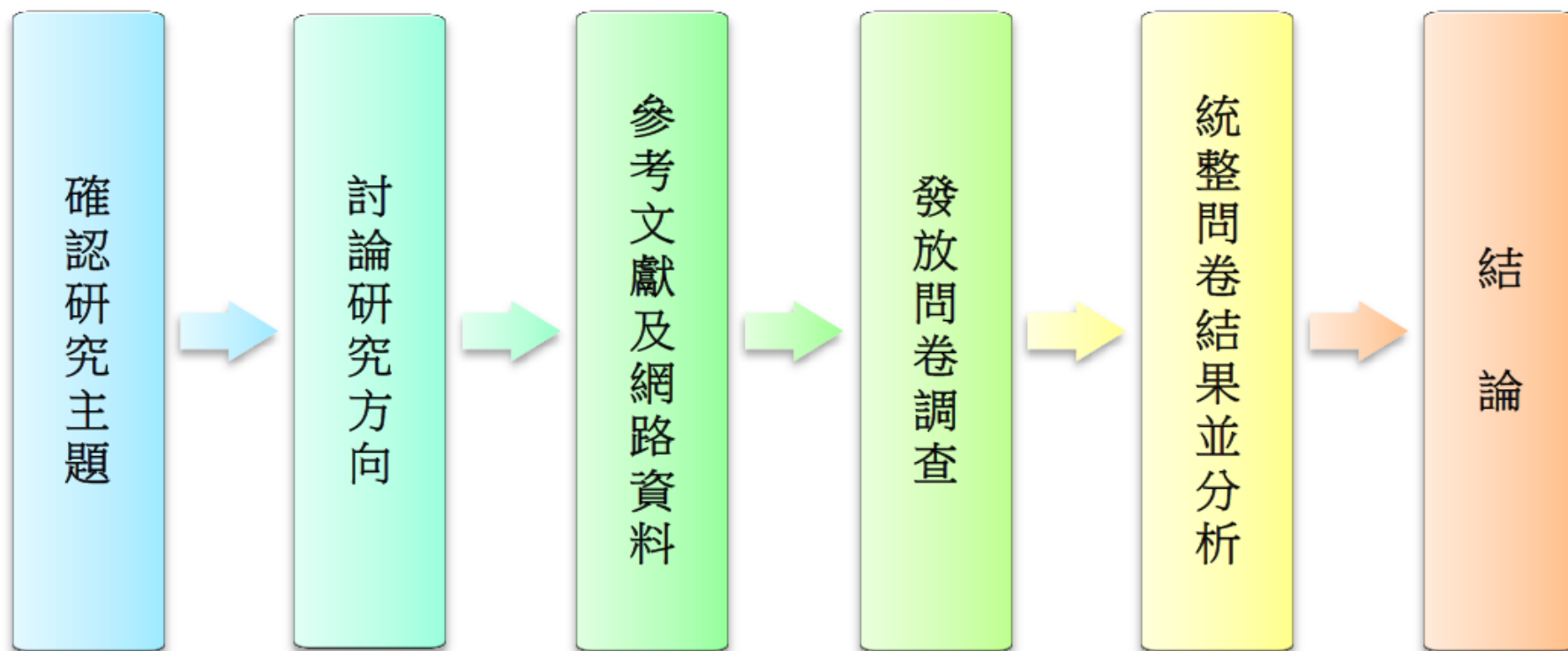
- 於尖峰時段，在設有場站處，隨機發放300張問卷。

## 文獻研究法

- 查詢網路提供資料、書報文獻。



# 前言-研究流程





# 正文 (一)滿意程度影響的因素分析

- ☐ 性別
- ☐ 年齡
- ☐ 居住區
- ☐ 安全感
- ☐ 費率
- ☐ 認為新竹市是否適合騎乘YouBike



# 正文 (二)4P分析

## □ 產品策略

- 與「捷安特」公司合作，使騎乘時安心舒適。

## □ 價格策略

- 使用階段定價法，依使用時間給予不同費率。

## □ 促銷策略

- 廣泛設置租借地點，使民眾能夠便利租借。

## □ 通路策略

- 擁有專屬APP並且時常推出You Bike活動。



# 正文 (三)SWOT分析

## □ S ( 優勢 )

- 與知名廠商「捷安特」合作。

## □ W ( 劣勢 )

- 擴增租賃地點的空地取得不易。

## □ O ( 機會 )

- 民眾健康、節能減碳意識抬頭。

## □ T ( 威脅 )

- 意外事件頻傳，使得眾使用意願降低。





# 結論 (一)使用頻率、時間及使用目的

## □ 頻率

- 85%的民眾在一個星期使用次數在3次以內。

## □ 時間

- 90%的民眾每次使用時間不超過40分鐘，而其中20分鐘以內的使用者就佔了50%。

## □ 使用目的

- 休閒是對You Bike的最大使用目的，占了
- 9 超過70%的使用目的。



## 結論 (二)總結滿意程度的影響因素

- 1.安全感
- 2.新竹市是否適合騎乘
- 分析：兩項因素皆與「安全」兩字脫離不了關係，可見安全對市民來說是很重要的。



# 研究反省

- ❑ 礙於時間的限制，本組並沒有到各個YouBike停駐站發放問卷。
- ❑ 因政府不斷增設新YouBike停駐站，導致本組無法更新到最新的資料。



# 研究建議

- 讓YouBike有完善的指標
- 規劃YouBike專用車道。
- 設站地點可以採納民眾的意見。
- 多宣導YouBike的使用方法與單車的交通規則。

Ubike 是否讓  
You Like?

謝謝聆聽

