

Stair Rover 八輪滑板一群眾募資與服務管理¹

傅大煜 鍾碧姮²

壹、facebook 上的道歉公告

一個名為 Stair Rover 的八輪滑板，強調可以輕鬆滑下樓梯，讓原本不是玩家的人也成為支持者，以贊助價\$5,980 的價格(原價\$7,880)，成功在群眾募資平台「嘖嘖」募得超過 3,906 萬元台幣(Allrover Tw 2014a)，刷新台灣群眾募資的紀錄。

在出貨前夕，八輪滑板卻讓支持者失望了……「很抱歉讓各位熱血的支持者久等了...對於必須延遲出貨時間，本人賴柏志與以及其他團隊成員，在此鄭重地跟前 2,500 位熱血支持八輪滑板的贊助者道歉……」對於必須延遲出貨的原因，請容我在此跟各位詳細說明……(Allrover Tw 2014c)。

原訂 2014 年 11 月出貨的八輪滑板，卻在 2014 年 10 月 31 日 Facebook 粉絲團貼出了延遲出貨致歉公告。公告中指出由於發現由模具大量生產後的零組件產品品質與原先以 CNC 數位控制製作出來的原型有所誤差，因而延遲出貨，引起了網友的質疑與討論(Allrover Tw 2014c)。

「請在 11/30 前再次檢查收件地址唷！」將近一個月後，2014 年 11 月 26 日團隊公告請支持者檢查收件地址 (Allrover Tw 2014e)，讓支持者以為產品已即將出貨。12 月 9 日團隊於網站上再度公告最新生產進度，表示準備組裝，並準備通知出貨日期。2014 年 12 月 15 日再次更新進度，表示近期第一批貨(前 500 台)即將出貨，公告中表示已經進入前的組裝階段，只要再幾天就可以將第一批八輪滑板(前 500 台)出貨了，支持者紛紛回覆表示非常期待，有支持者興奮的回應「拜託快點來吧~能及早一點就很開心了」(Allrover Tw 2014d)。

「Allrover 團隊在此為必須再次延後出貨時間，鄭重向各位道歉……」2014 年 12 月 30 日，

¹ 本個案摘錄自《管理個案評論》(2017.06) 第八卷第一期 p.43~p.51，原題目為「Stair Rover 八輪滑板群眾募資一說好的出貨時間呢？」，著作財產權屬於財團法人光華管理策進基金會所有。

² 傅大煜為銘傳大學創新育成中心資深經理、銘傳大學企業管理系兼任助理教授、國立空中大學管理與資訊系兼任助理教授。鍾碧姮為德霖技術學院餐旅管理系助理教授。

* 本收錄庫所收錄/出版之個案與配套教材，包括文字、照片、影像、插圖、錄音、影音片或其他任何形式之素材等，均由作者獨家授權光華管理策進基金會出版，受到中華民國著作權法及國際著作權法律的保障。所有個案或配套教材的全部或部分內容都不能被複製、影印、掃描、儲存、電子傳輸、分享或公告於任何網站。

** 本收錄庫所發行之個案均為紙本朱紅色印刷，如發現盜印或任何侵害作者智慧財產權之行為，歡迎備證來信檢舉，電子郵件：kmccase@gmail.com，查證屬實者，備有獎金酬謝。

***如需訂購光華管理個案收錄庫之個案，歡迎上網查詢。網站位址：<http://www.kmcc.org.tw/>。

再次讓支持者失望了，粉絲團再次貼出致歉公告，表示在交貨前團隊才滑板已正式列入國家商品標準檢驗局「應實施強制性檢驗商品」，必須等待產品逐批檢驗完成後才能出貨。再次的延遲出貨通知讓等待許久的贊助者產生許多抱怨，facebook 上有網友回覆：「覺得如果早知道無法在十二月時就寄出，應該要提前通知吧……」、「十二月的每天都在期待，卻等到 30 號才知道拿不到」，亦有網友留言鼓勵：「品質比一切還要重要！」、「延遲出貨也不是你們願意的..只要東西是好的~相信大家是可以等待的」(Allrover Tw 2014b)。

貳、群眾募資－幫創意找金主

一、群眾募資的興起

群眾募資(crowdfunding)有別於傳統向親友、銀行、創投公司借貸的模式，由發起人透過網路平台，針對不特定之社會大眾，展示創新產品、作品、活動、社會公益等構想，認同計畫的大眾，依據募資方案，出資贊助該專案。募資者(crowfunder)透過平台向群眾募資，不須負擔任何費用或自備資金，惟需在募資成功後，支付平台募資金額的 5% 至 10% 作為手續費，並於募資完成或產品開發完成後，以股權、債權、實體產品或相關贈品方式回饋贊助者(backer)。倘若無法於限定時間內達到募資目標，則宣告專案失敗。

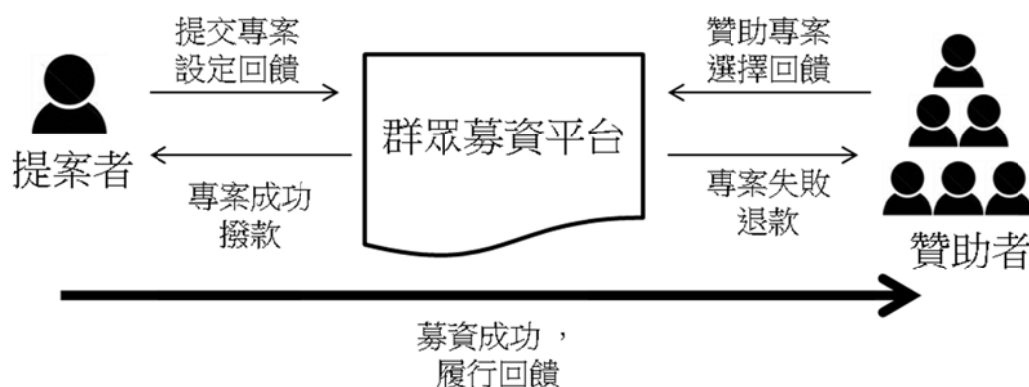
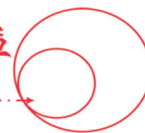


圖 1 群眾募資運作過程

資料來源：Yao and Zhang (2014)。

根據 Massolution 市調公司於 2014 年針對全球群眾募資平台所做的調查，全球最多群眾募資平台的地區集中在歐洲，大約有 600 個，較 2013 年成長 48%；次者為北美地區約有 50 個群眾募資平台，較 2013 年成長 48%；第三為亞洲地區，約 169 個群眾募資平台，比較起 2013 年成長了 13.5%；南美洲與非洲則約有 50 個以及 19 個群眾募資平台，全球群眾募資平台總募集金額已達 51 億美元(Massolution 2015)。

台灣目前共有 13 個群眾集資平台，依據群眾募資顧問公司年度報告中統計，2015 年台灣團隊總計在國內外平台共上架了 978 個專案，其中成功集資的專案有 501 件，參與人數達 20 萬



人，獲得贊助金額達 5 億以上(陳之馨 2016; Crowdfunder 2016b)(如表 1 所示)。如以集資類別來看，國內外有極大不同，國外集中在以科技產品類最多(佔 72.2%)，台灣則較平均分佈在社會公益類(佔 26.5%)，設計商品類(23.2%)、藝文展演(21.9%)以及科技產品類(20%)(如表 2 所示)(陳之馨 2016; Crowdfunder 2016b)。

表 1 台灣近年群眾募資統計

年	案件數	贊助金額	贊助人數	人均贊助額
2015	978	\$512,412,087	200,944	\$2,560
2014	726	\$288,665,117	109,365	\$2,639
2013	319	\$77,759,594	33,121	\$2,347
2012	96	\$8,556,894	3,932	\$2,176

資料來源：台灣群眾集資年度報告(2015)、本研究整理。

表 2 國內外群眾募資專案類別比例

統計時間：2012-2015 年

類別 \ 地區	國內	國外
科技產品	20.7%	72.2%
設計商品	23.2%	26.4%
遊戲動畫	7.7%	1.4%
藝文展演	21.9%	
社會公益	26.5%	
合計	100%	100%

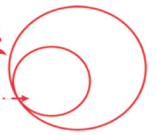
資料來源：台灣群眾集資年度報告(2015)、本研究整理。

二、群眾募資的優缺點

群眾募資的優點在於，募資者在募資的過程中與出資者直接接觸，藉以驗證創意概念的可行性，相較傳統的新產品開發，募資者可自行制訂募資金額及回饋方式，具有自主性，有助於維持創意及營運的獨立性。募資者藉由與群眾的直接互動，取得大眾對產品或服務的意見，贊助者亦藉由資助專案，增加認同感，參與宣傳推廣，即使募資未能達到集資目標，仍可以達到行銷推廣的效果。目前的群眾募集大多採行「全有或全無」模式，未達到募資目標，募資者不須負擔任何費用，平台會將資金全額退還給贊助者。但是，若募資成功，募資者是否能善用該資金成功完成計畫，卻沒有一定的保證。因此，最常見到的情況就是募集者無法如期交案，讓贊助者的權益缺乏保障，讓群眾募資詐騙已成為討論的議題，關於群眾募資平台的法律責任，也成為愈來愈受關注的議題的議題(蔡金宏 2013)。

三、群眾募資交不了貨？

針對群眾募資的調查曾指出，有 9%的專案會失敗(Kickstarter 2015)，涉及硬體的專案僅有 20%的產品能夠準時出貨(Witheiler 2015)。在美國集資時曾創下記錄的 Instagram 數位相框



Instacube，比預期晚了整整一年才交到使用者手上(Buckley 2014)。在 Kickstarter 上一炮而紅，宣稱可控制水溫及水壓，煮出好喝咖啡的 ZPM 咖啡機，售價 200 美元，共籌得 36 萬 9 千美元，原定 2012 年 3 月出貨，卻延誤至 2015 年 10 月宣佈放棄生產，結束營業(Crowdwatch 2015)。在 Kickstarter 募得約 1.1 億台幣，打破歐洲集資金額紀錄的無人機 Zano，宣稱具有自動回歸、倒數自拍、GPS 定位、手勢操控等功能，卻在一年內破產，欠下近新台幣 4,600 萬元的債務(Crowdwatch 2016a)。

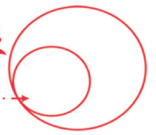
在台灣，2014 年 7 月在國外 Indiegogo 上募資成績亮眼，募得 24 萬美元的「Bistro 貓臉辨識器」，原訂在 2015 年 3 月出貨，卻遲遲沒有消息，開發團隊在 9 月後就失去聯絡，公司電話、email 也都無人回應，公司並無預警的在 2015 年 11 月 26 日辦理解散，創辦人失聯一段時日後出面道歉，坦承低估硬體開發的難度，實際量產所需金額將近募資金額的 5 倍(呂紹玉 2015)。團隊表示仍在努力，將會負起責任持續開發，重新修訂規格、功能、零組件，截至 2016 年 10 月仍尚未出貨。2014 年打破台灣團隊在 Kickstarter 的募資紀錄的 Flux 3D 印表機，也在量產過程遭遇困難，導致出貨延宕(朱致宜 2015)，設計團隊誠意溝通允諾贊助者可選擇退款，並詳細公佈生產進度，儘管仍有抱怨，但已有效化解贊助者的不安情緒，不致形成負面形象。

參、獲得重大迴響的八輪滑板

一、創新到創業

畢業於成功大學工業設計系的賴柏志，是設計發明 Stair-Rover 八輪滑板的靈魂人物。2012 年，他進入英國皇家藝術學院產品設計研究所進修，從崎嶇不平的倫敦街頭得到了靈感，設計出能在樓梯上行走的八輪滑板構想，讓這個原本只想畢業的設計師，走上了創業之路。這項創新的想法，獲得英國皇家藝術學院和英國創投基金的青睞，投資 6.5 萬英鎊。由於英國創投要求需創立公司，於是賴柏志與成大學長、台灣嘖嘖創辦人之一的徐震，以及在創業聚會認識的丹麥人德海尼克(Ard Heynike)，組成創業團隊(謝茅璇 2015)。

賴柏志以「困難重重」來形容創業過程，他表示：「沒做過生意，又遇到兩次財務危機，差點讓創業就此打住！」(詹子嫻 2014)。雖然獲得學校投資，但不斷買材料、開發，到了 2013 年中，創投資資金就快燒光。在資金不足的情況下，團隊決定把八輪滑板放上知名群眾募資網站 Kickstarter，希望募集 5 萬英鎊資金，在完成度達到 97%時，卻無預警的遭強迫下架。在這段期間，團隊在財務上十分吃緊，但仍持續在產品開發上努力(馬自明 2015)。2014 年 6 月，當開發出第 17 代原型機時，終於解決了技術的問題，讓滑板透過不對稱輪胎的特殊結構設計，克服轉向力的問題，讓滑板得以輕鬆的在樓梯上行走(謝茅璇 2015)。



二、啟動群眾募資

一開始團隊成員只有 3 人，平均年齡不到 30 歲，幾乎都是滑板製造的門外漢。在解決技術問題後，團隊決定先做 500 張 8 輪滑板小量試賣，為了取得模具費 20 萬元，團隊在台灣的嘖嘖平台成立專案，開始第二次募資(馬自明 2015)。主導募資專案的賴柏志認為：「群眾募資就是減少利潤(提供低於售價的優惠價格)，提早有現金流(贊助)進帳，可以先拿到錢，沒什麼不好!」(謝芋璇 2015)。

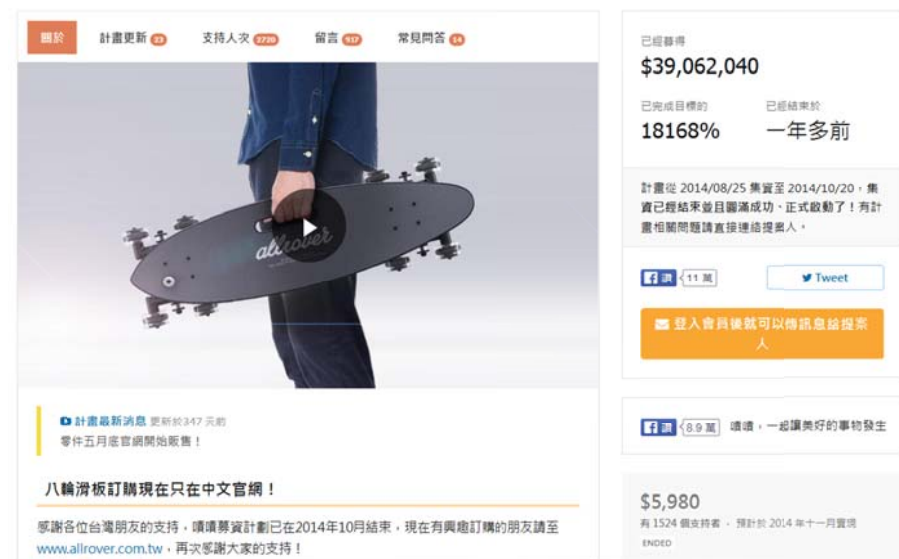
賴柏志在募資平台上對贊助者喊話：「為了回報熱情的你們，將會提供第一批、最棒、最美好的產品，而且更優惠的價格給贊助人。這個可以說是對跳過銀行和通路、對雙方都互惠的過程(Allrover Tw 2014a)。」有了 Kickstarter 強制下架的經驗，團隊積極拍攝滑板影片，透過滑板社群分享訊息，在設定回饋內容時，刻意設計了一台、兩台、買五送一不同的團購方式(Allrover Tw 2014a)，當贊助者在社群網路上自行分享八輪滑板的資訊尋找團購夥伴，讓八輪滑板募資資訊像滾雪球般快速的吸引群眾注意，回響的程度遠超過賴柏志的想像(謝芋璇 2015)。

三、破記錄的群眾募資專案

八輪滑板募資的行銷影片從滑板社群開始迅速散播出去，上線第一週就募集到 1,000 萬元，到了最後一天，募資金額達到 3,906 萬元，得到 7400 張滑板的訂單，刷新台灣群眾募資與亞洲群眾募資史上的記錄(馬自明 2015)。

募資結束後，嘖嘖平台頁面上網友的留言：「台灣之光！接下來就是你們的事了！我們等著你出貨啊！！一定不能讓我們失望 :D」，表現出了支持者的期許與憂心(Allrover Tw 2014a)。

看著這樣的募資成果，賴柏志表示：「其實看到募資成績遠超出預期目標，自己也嚇了一大跳」(壞傢伙 2014)，「我們本來只打算募個 20 萬元的模具費」、「從頭到尾都沒想過，竟然超越目標將近 200 倍！」(馬自明 2015)」對團隊來說，原先預計在 2017 年後才想要大量生產的計畫，因為群眾募資而來的大量訂單，迫使團隊將未來 3 年的計畫，必須壓縮在 3 個月內實現(馬自明 2015)。賴柏志也在募資網頁表示，原先跟製造廠商談好的數量為 500 張，無預警的創下募資紀錄後，與製造廠協調許久，才獲得廠商同意調整產線，拉高八輪滑板的產能(Allrover Tw 2014a)。



肆、從創新發明走向量產

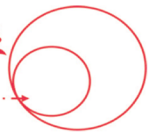
一、從樣品走到大量生產時的製造品質調校

在 10 月 31 日道歉公告中，團隊說明因八輪滑板的原型塑膠件，原先使用 CNC(數位控制機床)製作，在募資後改以開模製作，卻在拿到第一批模具製作成品測試後，發現了誤差。為確保模具大量製造品質與原先設計相同，需要更多調整修正，決定延遲出貨(Allrover Tw 2014b)。團隊也說明，在過程中反覆和工廠討論許多組裝方法，花了很多時間測試，雖然也可以勉強出貨，然而在讓支持者收到最高品質的產品的自我要求下，團隊還是忍痛請贊助者們體諒。

賴柏志也說明：「生產過程中真的牽扯太多環節，開發、製程甚至資金等，都是影響出貨的重要因素……(Allrover Tw 2014a)」八輪滑板團隊在公告中說明為了堅持品質，希望將最完美的產品提供給支持者，懇請支持者再多些耐心，提出延遲 1 個月的時間，在年底給大家完美品質的八輪滑板。團隊也在公告上提供「出貨專用窗口 Email」，讓有問題的支持者都可以來信詢問。雖然有支持者抱怨太晚通知，多數支持者仍表示願意為了好的品質等待。有網友提到：「多等一個月沒差，好東西值得」，並表示堅持品質是正確的；也有贊助者表示雖然有些失望，但仍會耐心等待，留言道：「加油！雖然又得忍耐些時間才能看到這寶貝，但我寧可拿到 100%的板！(Allrover Tw 2014a)」。

二、分批向製造廠下訂單以控管品質

團隊花了許多心力，才找到願意承接的生產廠商。製造過程中，最花時間的部分是木板製程，由於木頭是天然材料，不同於塑膠或金屬，製作流程包含：原料採購、膠合、壓鑄成型、



晾乾、打磨、噴底漆、晾乾……等工序，就需要一個多月時間(Allrover Tw 2014a)。

創新設計要將生產外包，募資團隊和初合作的代工廠之間合作也需要一定的磨合期，其間要詳細評估了解物料管理、量產技術及流程品質等細節，才能將構想計畫和代工廠接軌。團隊雖然手上有超過 7,000 張滑板的訂單，但團隊沒有大量生產的經驗，也還沒有實績檢視對製造商、品質及可靠度。因此決定要在第一批滑板通過從生產、組裝、品管到最後封箱的考驗後，才能再下後續的訂單(Allrover Tw 2014a)。賴柏志表示，經過多次與與合作廠商溝通後，在第一批 500 張出貨後，接續以一個月約 2,000 張的速度繼續供貨(Allrover Tw 2014b)。

共同創辦人徐震曾提到：「坦白講，我們是沒有經驗的一群人」(馬自明 2015)，整個供應鏈的環節，包含：設計圖、零組件採購、組裝流程、品質測試、試誤修正……等，都與生產工廠花費了相當的磨合時間。

三、疏忽「應施檢驗商品」法規要求

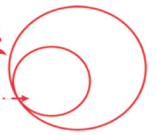
在第二次的道歉公告中，團隊說明國家標準檢驗局 2014 年 9 月將滑板正式列入「應施強制性檢驗商品」，團隊因為未能及早發現此規定，將檢驗時間估進出貨時程中，造成無法出貨(Allrover Tw 2014b)。團隊在埋頭品管、組裝之時，才發現滑板經過由國家商品標準檢驗局進行安全性測試認證，團隊雖已將滑板送檢，但恰逢新年假期，也只能假期結束的檢驗才能出貨。

再次的延遲出貨通知，再度讓等待許久的支持者產生許多抱怨，支持者對於檢驗法規與出貨程序提出疑問：「所以不列入強制性檢驗商品的話，你們原本不打算檢驗？」、「滑板類原本就有檢驗標準，但你們卻等到別人通知強制了才要去驗？」，質疑團隊輕忽法規與規避責任。支持者也提出：「萬一檢驗未通過，團隊後續打算如何處置？」、「如果打算繼續延期，大約還會再延期多久？」、「大部分的人都是只看了你們的行銷廣告和網頁就把錢砸下去了，我相信現在一定不止我一個贊助者心裡有點毛毛的」(Allrover Tw 2014b)。

四、虛心回應顧客，提出補償

賴柏志與團隊持續在噴噴和 facebook 回應支持者的問題，坦言因沒有背景、資源和資金，所以才透過群眾募資，在產品設計上雖有信心，但在經營公司、大量生產、物流等各方面，都是新手(Allrover Tw 2014b)。團隊此時提出補償方案，包括：協助轉寄至新地址、原贊助人 30 元美金的優惠券可延期至 2015 年底、加贈 Allrover 手環、提供因來不及送禮替代卡片的服務(Allrover Tw 2014a)。但許多支持者不太領情，回應：「說真的，我們真的不需要你們多送些什麼額外的贈品，只要如期交貨讓大家都有板可以溜就很心滿意足了」、「真的讓我們等太久了，一拖再拖到了年底才說又要延期真的會讓人奇摸幾不是很爽！」(Allrover Tw 2014b)

賴柏志也親自向支持者致歉：「沒有事先送檢驗是我們的疏忽……手環跟很多東西比起來確



實也不是什麼多值錢的東西，很抱歉...但請您了解我們一直都在做各種努力...希望您能夠多多體諒，我們也不希望延後出貨，並且會一直努力儘快出貨.....(Allrover Tw 2014a)」為化解支持者的疑慮，在粉絲團公佈滑板的照片，展示訂購的前 500 台滑板已在倉庫等待出貨，並一一回覆贊助者的問題，以化解支持者的不安(Allrover Tw 2014b)。

在 facebook 二次的致歉公告中，從贊助者的留言可以發現，表示正面支持意見的贊助者皆佔多數，第一次致歉公告共有 76 筆留言意見，表達支持意見數佔 69.7%，不滿者佔 18.4%；而第二次的公告中，留言意見數增加至 159 筆，其中不滿意見增加到了 23.8%，可看到顧客的不滿意意見數量明顯的增加(整理如表 3 所示)。出貨時間的延遲，讓原本想做為聖誕節或新年禮物的贊助者失望了，有些想趁過年休假練習的計畫也落空。雖然 Allrover 團隊面臨出貨和客戶不滿的壓力，但是多為催促出貨的贊助者，而客服人員也都一一回應，因此並沒有因為延遲造成大量退貨的狀況(謝芽璇 2015)。

表 3 八輪滑板致歉公告顧客回饋統計表

延遲出貨 致歉公告	支持 意見數	不滿 意見數	中性表達 (標記姓名、轉貼網 址、中性詢問)	總計
2014/10/31	53 (69.7%)	14 (18.4%)	9 (11.9%)	76
2014/12/30	87 (54.7%)	38 (23.8%)	34 (21.5%)	159

資料來源：本研究整理。

五、順利出貨

2015 年 1 月 21 日，距離原訂出貨時間三個月，八輪滑板團隊公告發布前 500 台八輪滑板開始出貨(Allrover Tw 2014a)！2015 年 3 月 30 日，距離原訂出貨時間五個月，團隊公告所有預購產品皆出貨完畢，團隊感謝所有耐心等待的客人們，以及所有的工作人員和夥伴，「大家辛苦了」(Allrover Tw 2015)！

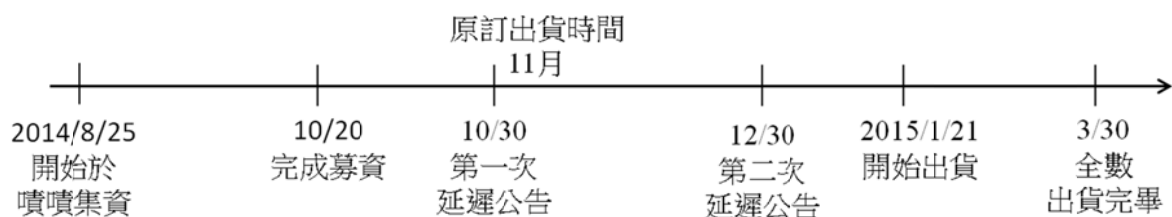


圖 3 個案從募資到出貨歷程

資料來源：本研究整理。

伍、八輪滑板的顧客們

八輪滑板目前所有透過群眾募資預購的滑板均已在 2015 年 3 月底出貨完畢，並於官方網站

正式販售，售價為 7,880 元。



圖 4 八輪滑板官方網站銷售畫面

資料來源：Allrover (2017)。

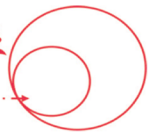
在募資專案告一段落後，團隊分析訂單中有超過八成是沒玩過滑板的族群(謝芽璇 2015)。賴柏志分析成功的原因：「我一直很努力說服消費者，這個滑板比一般滑板輕鬆上手，簡單就能享受滑板的樂趣」、「在這之前，大家對於滑板的印象其實是二分法：要就苦練，要就不要練，中間的人是沒被照顧到的」、「但在嘖嘖預購的七千多張滑板，證明中間市場是存在的」(柏林，2015))。賴柏志表示，滑板可簡單分為速度、技術、交通等類型，八輪滑板鎖定三、四十年沒創新過的交通為定位。賴柏志相信，找到了市場需求，加上售價近 6 千元，比起其他同業的 7 千至 1 萬元，亦具有競爭力(詹子嫻 2014)。

募資案件被 Kickstarter 關閉後，團隊因禍得福，剛好藉此機會，重新審視產品的定位、售價與設計(柏林 2015)。網友的意見回饋，也讓他得以將目標顧客鎖定非傳統滑板族群。賴柏志認為，很多人常幻想腳踏滑板穿越街道，卻從沒考慮過真正買張滑板，Stair-Rover 的成功的重要原因，在於給使用者信心，八輪滑板正好對接了消費者耍酷，對街頭文化的嚮往，帶給支持者希望(謝芽璇 2015)。

陸、都市衝浪向前行

在啟動募資之後，賴柏志面對大量的網友和贊助者提問、後續出貨以及媒體採訪邀約，工作量已超出原有團隊負荷，因此從原有三人股東團隊，增聘了設計助理、專案管理師，以及客服兼職人員，發展成六人工作室(謝芽璇 2015)。

2016 年 2 月 2 日，距離出貨完畢已經過了 8 個月，八輪滑板團隊於 facebook 公告，感謝支持者們參與了一場奇蹟。團隊並預告新產品的訊息，這段時間已經陸續研發了三樣新產品，即將於春季與夏季分次發表兩款新樣式背包與一款新型的滑板，期待獲得支持者的支持(Allrover Tw 2016)。團隊感慨，這次募資上經歷了許多經驗，在經歷了 16 代原型機的失敗、被 Kickstarter 無預警關閉、兩次財務危機、在台灣意外募資一炮而紅、解決生產的問題，到終於裝箱出貨，這些畫面就像跑馬燈一幕幕閃過，不可思議(Allrover Tw 2014c)。賴柏志不是專業的滑板玩家，但從小一直對滑板文化懷抱著嚮往，這壓抑了許久的情懷在倫敦的街頭重新被喚起，希望透過



這項產品帶動各地的玩家，帶著新的觀點重新認識、挑戰自己所居住的城市(Mon 2013)。賴柏志很有信心地表示：「現在的產品撐 3 年沒問題，接著將進軍澳洲、日本、韓國，並且推出新的產品」(詹子嫻 2014)，這個在挑戰中成長的團隊，心智已淬煉為更堅強踏實，就像是上完一堂完整的企管課程(馬自明 2015)！



參考文獻

- Allrover (2017), 「八輪滑板」, (取得日期: 2017 年 8 月 5 日), [available at <http://allrover.com.tw/shop.php>]。
- Allrover Tw (2014a), 「八輪滑板讓你遨遊城市毫無阻攔」, Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.zeczec.com/projects/allrover>]。
- (2014b), 「出貨延遲致歉 | 最新公告」, Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.facebook.com/allrover/posts/879186198779658>]。
- (2014c), 「完整版訂購順序與出貨時間」, Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.facebook.com/allrover/posts/846303628734582>]。
- (2014d), 「進度報告 | 微調細節說明」, Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.facebook.com/allrover/posts/870330086331936>]。
- (2014e), 「請在 11/30 前再次檢查收件地址唷」, Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.facebook.com/allrover/photos/a.810769165621362.1073741828.809929612371984/860602557304689>]。
- (2015), 「感謝狀」, Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.facebook.com/allrover/photos/a.810769165621362.1073741828.809929612371984/926954160669528/?type=1&theater>]。
- (2016), Allover Tw 粉絲團, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <https://www.facebook.com/allrover/photos/a.1083571901674419.1073741835.809929612371984/1083571958341080/?type=3&theater>]。
- Crowdwatch (2015), 「群眾集資之後呢? 走向創投的漫漫天堂路」, Crowdwatch, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <http://crowdwatch.tw/reports/169>]。
- (2016a), 「Kickstarter 記者調查報導出爐: 橫奪上億資金的 Zano 徒留一場空, 我們還能相信群眾集資嗎?」, Crowdwatch, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <http://crowdwatch.tw/reports/612>]。
- (2016b), 台灣群眾集資年度報告, (取得日期: 2016 年 7 月 15 日), [available at <https://annual-report.crowdwatch.tw/2015#intro-section>]。
- Mon (2013), 「Stair-Rover 可滑下樓梯的 8 輪滑板: 一群在英國發光的台灣設計團隊」, L.DOPE, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <http://ldope.com/news/pop/sport/stair-rover/>]。
- 台灣群眾集資年度報告 (2015), 「2011-2015 回顧 & 2016 趨勢分析」, (取得日期: 2015 年 12 月 1 日), [available at <https://annual-report.crowdwatch.tw/2015#intro-section>]。
- 朱致宜 (2015), 「交不了貨? 群眾募資夢醒時分的哀愁」, 天下雜誌, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5072628>]。
- 呂紹玉 (2015), 「貓臉辨識餵食器背後團隊奇群科技已解散? 為清償債務結束子公司, 母公司仍在」, Tech News 科技新報, (取得日期: 2016 年 7 月 1 日), [available at <http://cdn.technews.tw/2015/12/07/the-company-behind-catfi-dismissed/>]。
- 林秀英與陳勇志 (2013), 「群眾募資平台的發展現況與挑戰課題」, 臺灣經濟研究月刊, 第 36 卷, 第 3 期, 頁 98-105。



- 林雅燕 (2014)，「新興募資方式－群眾募資行為之初探」，*經濟研究*，第 14 期，頁 152-172。
- 柏林 (2015)，「新世代滑板人人都可上街耍酷」，*GQ Taiwan*，(取得日期：2016 年 7 月 1 日)，[available at <http://www.gq.com.tw/blog/business/detail-202.html>]。
- 馬自明 (2015)，「八輪滑板超輪轉，吸金四千萬稱霸亞洲」，*財訊雙週刊*，(取得日期：2016 年 7 月 1 日)，[available at http://www.wealth.com.tw/article_in.aspx?nid=3747&pg=1]。
- 陳之馨 (2016)，「群眾募資在台灣如何發展演變？圖文數據大公開讓你一次就懂」，*科技報橘*，(取得日期：2016 年 3 月 15 日)，[available at <https://buzzorange.com/techorange/2016/03/09/crowdfunding-in-taiwan-2012-2015/>]。
- 曾光華 (2013)，*服務業行銷與管理：品質提升與價值創造*。新北：前程文化。
- 黃慶堂與鄭人之 (2015)，「股權群眾募資關鍵成功因素之研究」，*中小企業發展季刊*，第 38 卷，12 月，頁 1-36。
- 詹子嫻 (2014)，「不必騎 uBike，素人開發的八輪滑板帶你闖盪都市叢林」，*數位時代*，(取得日期：2016 年 7 月 1 日)，[available at <http://www.bnext.com.tw/article/view/id/34627>]。
- 蔡佳靜與劉建志 (2015)，「服務補救人員的外表吸引力重要嗎？－蠻橫顧客不當行為類型與服務補救策略之影響」，*管理與系統*，第 22 卷，第 4 期，頁 381-406。
- 蔡金宏 (2013)，「群眾募資的美麗與哀愁」，*經濟前瞻*，第 149 期，9 月，頁 103-107。
- 賴柏志 (2015)，「Stair-Rover™ -八輪滑板讓你遨遊城市 毫無阻攔」，*嘖嘖*，(取得日期：2016 年 7 月 1 日)，[available at <https://www.zeczec.com/projects/allrover/>]。
- 謝芋璇 (2015)，「群眾募資之研究：以新產品開發與專案管理為觀點」，*國立政治大學科技管理與智慧財產研究所碩士論文*。
- 壞傢伙 (2014)，「賴柏志—嚮往自由的老派靈魂 x 探索城市的八輪滑板」，*大人物*，(取得日期：2016 年 7 月 1 日)，[available at <http://www.damanwoo.com/node/85372>]。