國立台北商業大學

資訊管理系

**114** 資訊系統專案設計

**系統手冊**

**一張含有 標誌, 圖形, 符號, 字型 的圖片

AI 產生的內容可能不正確。**

**組別：第114414組**

**題目：**

**指導老師：唐震老師**

**組長：11146013 薛嘉鈴**

**組員：11146015黃煒薰 11146006 柯妤蓁**

**11146028 鍾承諺 11146030 張承佑**

**中華民國114年5月28日**

**目錄**

[**第一章 前言** 1](#_Toc194160856)

[**1-1 背景介紹** 1](#_Toc194160857)

[**1-2 動機** 1](#_Toc194160858)

[**1-4 預期成果** 2](#_Toc194160859)

[**第二章 營運計畫** 3](#_Toc194160860)

[**2-1可行性分析** 3](#_Toc194160861)

[**2-2 商業模式—Business model** 3](#_Toc194160862)

[**2-3 市場分析** 3](#_Toc194160863)

[**2-4 競爭力分析** 3](#_Toc194160864)

**圖目錄**

**表目錄**

[表 1-2-1各運動夥伴媒合平台比較 1](#_Toc194160823)

[表 2-2-1商業模式九宮格 3](#_Toc194160824)

**第一章 前言**

**1-1 背景介紹**

近年來運動風氣興盛，健康意識抬頭，越來越多人想走出家門運動。然而，忙碌的生活讓人難以找到興趣相投、實力相當的運動夥伴與合適的場館。

因此，我們以「想運動卻找不到夥伴」的族群為出發點，設計一個整合場館資訊的平台，透過配對系統與揪團功能，聚集有相同需求的使用者，讓他們能更輕鬆地找到適合的運動夥伴。我們也會分析現有平台的優缺點與運動者的真實需求，提出具體的解決方案，打造一個更便利且人性化的運動媒合體驗。

**1-2 動機**

現代人越來越重視運動與健康，但在實際執行的過程中，許多人仍面臨不少困難。想運動時卻常常找不到人一起參與，身邊的朋友、同事、同學不是時間配合不上，就是運動程度落差太大，與陌生人又容易感到不自在。這些看似小小的障礙，往往就足以讓人放棄原本的運動計畫。本組成員皆曾遇過類似的困擾—偶爾興起運動的念頭，卻因為找不到人陪同而放棄。這些經驗讓我們深刻理解，「找到適合的運動夥伴」是一件既簡單卻又不容易實現的事。

目前市面上雖然已有一些運動媒合平台，但普遍知名度不高，使用者數也相對有限。因此，我們針對現有平台進行了優缺點分析，並思考為何大眾仍偏好透過社群平台來揪團運動，而不是使用這些專門的媒合工具。同時，我們也進一步探討：要如何設計一個平台，讓原本沒有運動習慣的人也能輕鬆加入運動圈，進而培養出規律運動的習慣？

為了提升使用者體驗與媒合成功率，我們希望整合地圖、場館資訊與使用者資料，結合各平台的優點並改善不足，打造一個更被大眾接受、資源更集中、媒合更高效的運動平台，幫助每一位使用者輕鬆找到理想的運動夥伴。

表 1-2-1各運動夥伴媒合平台比較

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 平台名稱 | 使用者體驗感 | 介面簡單 | 社群功能 | 場館資訊 | 運動夥伴媒合 |
| pajo |  |  | ✓ | ✓ | ✓ |
| Strava | ✓ | ✓ | ✓ |  |  |
| 馬拉松世界 |  |  | ✓ |  |  |
| Join sport | ✓ | ✓ | ✓ |  |  |
| Fitter | ✓ |  | ✓ |  |  |
| 我們做的 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

**1-3 系統目的與目標**

本次專題的目標，為打造一個更完善的運動夥伴媒合平台，從使用者的角度出發，滿足運動者對運動夥伴的多元需求。透過蒐集使用者資料與運動數據，我們希望建立一個具備良好使用者體驗、介面簡潔易用、整合各地場館資訊、媒合效率高的平台，最終能成為取代傳統社群揪團方式的最佳選擇。

**1-4 預期成果**

預期本系統能透過蒐集使用者資料與運動數據，有效媒合適合的運動夥伴。使用者可自行發起揪團，系統則會主動推播給符合條件的對象，提升參與率與媒合效率。註冊流程中導入 Email 驗證機制，以提升帳戶使用安全性；同時整合 Google 地圖服務，提供即時場館資訊，協助使用者解決找不到場地的問題。

**第二章 營運計畫**

**2-1可行性分析**

1.技術可行性：

2.市場可行性：

**2-2 商業模式—Business model**

表 2-2-1商業模式九宮格

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **關鍵夥伴**  •運動場地設施業者  •運動社團 | **關鍵活動**  •平台與媒合演算法開發  •場地與地圖資訊維護  •使用者評價管理 | **價值主張**  •快速安全配對合適運動夥伴  •地圖與場地資訊整合、活動輕鬆揪團  •使用者介面簡潔  •功能使用簡單體驗感佳 | | **顧客關係**  •用戶回饋管道 | **目標客群**  •想找運動夥伴但缺乏管道的運動者  •想建立運動習慣但需要動機  •有特定運動興趣 |
| **關鍵資源**  •專題開發小組與系統架構  •用戶資料與運動數據庫 | **通路**  •網站  •社群媒體(FB、IG) |
| **成本架構**  •網站開發維護成本  •行銷推廣 | | | **收益流**  •商業廣告曝光(品牌置入) | | |

根據表 2-2-1 商業模式九宮格分析，本組的目標族群為「想建立運動習慣卻苦於找不到人一起運動」的使用者。我們以運動夥伴媒合與揪團功能為核心，吸引更多有運動需求的人使用本系統。平台將提供快速且安全的運動夥伴配對服務，結合地圖與場地資訊整合、輕鬆發起活動揪團的功能，並強調介面簡潔、操作直覺、使用體驗良好。系統目前以商業廣告曝光作為主要收入來源。

**2-3 市場分析**

**2-4 競爭力分析**