

致理技術學院

資訊管理系 實務專題報告

帶著走的新北市

指導老師：陳瑛琪

組員：林亭秀(19710118)

蔡琪華(19710126)

連雅韻(19710145)

許沐暉(19710150)

張舒亞(19710151)

賴逸洋(19710152)

中華民國 100 年 12 月

誌 謝

首先誠摯的感謝指導教授陳瑛琪副教授，老師悉心的教導使我得以一窺行動應用技術領域的深奧，不時的討論並指點我正確的方向，使我在這些年中獲益匪淺。老師對學問的嚴謹更是我輩學習的典範。

本論文的完成另外亦得感謝每位組員的大力協助。因為有你們的體諒及幫忙，使得本專題能夠更完整而嚴謹。一年多裡的日子，實驗室裡共同的生活點滴，學術上的討論、言不及義的閒扯、讓人又愛又怕的宵夜、趕作業的革命情感、因為睡太晚而遮遮掩掩閃進實驗室.....，感謝眾位學長姐、同學、學弟妹的共同砥礪，你/妳們的陪伴讓一年多的研究生活變得絢麗多彩。感謝不厭其煩的指出我研究中的缺失，且總能在我迷惘時為我解惑，也感謝同學的幫忙，恭喜我們順利走過這兩年。實驗室的當然也不能忘記，的幫忙及搞笑我銘感在心。最後，謹以此文獻給摯愛的雙親。

蘋果專題小組 謹上

中華民國 100 年 12 月 25 日

摘要

由於全球化對觀光旅遊需求大幅提升，加上觀光產業結合運動休閒已經成為觀光產業發展趨勢之一，近幾年來，我國在觀光旅遊及休閒的觀念，從以往機械式遊憩設施的需求，轉而以文化知性、親近大自然及都會休閒空間為主。本研究以今年才剛升格的新北市為研究方向，以尋根、踏青、輕食、樂活為主軸。配合新北市的自然地形景觀以及豐富的文化古蹟資產、民俗慶典活動、特產與小吃等資源，以品牌建立與形象塑造來行銷新北市豐沛之生態、景觀、文化、人文、環保產業及理念，進而提升新北市的城市競爭力，為本研究的主要目標。

本研究利用蘋果系列商品 iPhone、iPad、iPod Touch 的高行動性產品，設計出精選旅遊景點，讓更多的人發現新北市更多好玩有趣的地方，帶領我們去了解這位老朋友，去發掘高樓大廈的叢林以外的另一面，讓更多的不了解新北市的人們都能夠藉此更了解新北市的城市之美。讓每個使用者都可以擁有帶著走的新北市。

關鍵詞: 新北市、城市行銷、iPhone、iPad、iPod Touch

目 錄

授權書	i
誌謝	ii
摘要	iii
目錄	iv
圖目錄	v
表目錄	vi
第一章 序論	
第一節 系統發展背景	1
第二節 系統發展問題與動機	2
第三節 系統發展目的	4
第四節 系統範圍	5
第五節 系統建構流程	6
第二章 文獻回顧	
第一節 智慧型手機	7
第二節 城市行銷	11
第三章 系統功能	
第一節 系統開發流程	14
第二節 SWOT 與問卷分析	15
第三節 系統功能	21
第四節 系統特色	23
第五節 使用對象	26
第四章 開發工具	
第一節 開發工具	27
第五章 結論與未來發展	
第一節 預期研究效益	29
第二節 預期研究限制	30
第六章 分工執掌和進度表	
第一節 分工執掌	32
第二節 進度表	33
參考文獻	34
系統規劃書	36

圖目錄

圖 1、系統開發流程圖	14
圖 2、SWOT 圖	20
圖 3、系統架構圖	21
圖 4、系統功能圖	22
圖 5、主軸架構圖	25

表 目 錄

表 1 研究中對於智慧型手機的定義 -----	7
表 2 二維條碼類別表 -----	10
分工執掌表 -----	32
進度表 -----	33

第一章 序論

第一節 系統發展背景

近年來，都市人口快速成長，讓全球經濟朝向都市集中發展，根據聯合國資料顯示，2007年居住在都市中的人口達30億人，超過全球50%的人口，首度超過鄉村人數，預計到了2030年全球將有60%的人居住在城市，都市人口快速成長，讓全球經濟朝向城市集中發展，都市已逐漸成為國家經濟發展的主體。據內政部統計，自從2007年5月，新北市通過成為準直轄市以來，3年間新北市人口增加率為全台之冠，新北市要成為世界之都，除了要有相當人口規模外，該都市是否能成為國際組織、跨國企業總部所在地？是否為金融、製造業及交通樞紐中心？均為衡量世界之都的指標，根據世界城市特徵的七項指標，將世界都市網絡歸類為四個等級：核心地區主要都市、核心地區次要都市、半邊陲地區核心都市、半邊陲地次要都市。目前我國只有台北市擠入第四等級半邊陲地次要都市，這說明了要成為世界之都，新北市仍有許多努力的空間，要吸引國際組織、跨國企業的目光，城市行銷刻不容緩。

升格為直轄市的新北市不僅受到全球化的衝擊，同時也面臨都市化的挑戰，結合資訊通信技術與城市觀光旅遊服務是經濟持續成長及增加國際能見度的關鍵策略，行政院於2009年提出六大新興產業（生物科技、觀光旅遊、綠色能源、醫療照護、精緻農業、文化創意），為提振自2008年以來受到歐美金融風暴影響，籠罩在經濟衰退陰影下之各產業找活路，在這六大新興產業中，觀光旅遊可說是一枝獨秀，自2009年第一季起，來台旅客人數首次由逆差轉為順差，晉升為亞太地區第一，本計畫將利用在全球熱銷的Apple產品iPhone、iPod Touch、iPad為工具，透過劇平時空地域藩籬的網際網路，無線行動技術所具備的即時性、互動性等優勢，建立與全球接軌的管道，以新北市的地方特色及自然資源，來行銷新北市的觀光景點、特色小吃，期能以智慧生活與形象塑造來提升新北市競爭力，作為躍升為世界之都的捷徑。

第二節 系統發展問題與動機

根據日本專門研究城市問題的森紀念財團，日前以經濟、研究發展、文化交流、居住環境、空間交通便利、文化交流等六個面向 69 個指標，針對全球 35 個主要城市進行“全球城市實力指數”綜合實力排名結果顯示，紐約名列榜首，亞洲城市中排名最前的是日本東京位居第 4，香港及新加坡在本次排名中亦進入前十名，而台北名列 31，較上海的 21 名及北京 26 名落後(森紀念財團，2009)。研究資料顯示，我國在都市實力上有待改善，要成為世界之都仍有許多努力的空間。

以上的研究僅針對 35 個主要城市進行排名，另外一個由中國社科院 2010 年所出版「全球城市競爭力報告 2009-2010」報告，針對 500 個城市進行評比，該報告主要是從產出角度進行評比，使用綠色 GDP 規模、人均綠色 GDP、地均綠色 GDP、經濟增長、專利申請數、跨國公司指數等 6 項指標，在全球 500 個城市中，臺北市的綜合競爭力較前次排名大幅提升，從 2007 至 2008 年的第 112 名，提升至 38 名，高雄市則為 123 名（中國社科院，2010）。對於剛升格為直轄市的新北市仍居於起步階段，要擠入競爭激烈全球城市排名，除了利用地方特色及自然資源外，有效的運用資訊通信技術，是後來居上的關鍵策略之一。在全球城市競爭力眾多評比指標中，如何吸引外國遊客以提升國際化的一項指標「外國遊客佔市民比例」，亦是本計畫行銷城市的主要面向，本計畫將透過資訊通信技術來介紹新北市人文鄉土，以吸引更多的外國遊客到新北市一遊。

根據WTO組織的統計，2004年全球10大的旅遊國家，成功吸引世界旅客造訪她們的城市與景點，雖然大多仰賴的是壯麗的自然景觀與豐富的人文遺產，但也說明她們的國際行銷頗有成效。這些國家大多是已開發國家，基礎建設紮實，交通便利，社會進步，又各有特色，提供了一個相當不錯的「產品」，以供顧客前來消費。其中難能可貴的是香港，地理面積僅是台灣的33分之一大，沒有足夠的自然美景與人文資產，現在每年卻能吸引2,100萬遊客，是其總人口的4倍。比起台灣於2011年創下歷史新高的來台旅客總數556.7萬人次（行政院經建會部門計劃處, 2011），還多約3.7倍。香港之所以能吸引大量的觀光客，這與政府長期重

視軟硬體建設、興建觀光設施外，於2003年開始推動「優質旅遊服務計畫」，在受邀的5000家商家中，要獲得「優」的識別標誌，必先通過清潔、員工、產品、運作過程等標準評審，最後才能推薦給旅客等作法不無關係。同時為了掌握來自全球各地旅客需求、提升旅遊服務品質，香港每年持續做大量市場調查來傾聽顧客的聲音（吳昭怡，2005）。

伴隨著地球暖化、氣候變遷，環保運動已經成為了地球公民的共同責任，以「不吃肉，騎腳踏車，簡約消費」等方式減少溫室效應。根據國內醫學界估計，數據顯示，平均生產一公斤牛肉，會排放 36.4 公斤的二氧化碳，相當於開車三小時。養一頭牛一年所排放的二氧化碳，相當於跑車開七萬公里。如果每天三餐當中的其中一餐改吃蔬食，每個人的碳排放量，將可減少 0.78 公斤的二氧化碳。若是吃素一年，就相當於種了 82 棵樹。

據聯合國報告，生產肉食直接產生全球 18% 的溫室氣體，包括較二氧化碳的溫室效應高 23 倍的甲烷。所以，綠色和平資深項目主任張韻琪表示，多菜少肉的生活方式，有效減低溫室氣體排放。張韻琪指，畜牧業的生產過程，較種植業消耗更大量能源、水及原料，特別是開墾荒地作畜牧途，需砍伐森林、樹木，對大自然造成沉重負擔。「加上當牛隻進行反芻時，會排放更多二氧化碳，進一步污染環境。」事實上，全球接近三分一的糧食都用在飼牲畜上，故減少肉食，除可增加糧食資源外，亦有助減低溫室氣體的排放〈綠生活，2010〉。以現在氣候變遷早已造成乾旱異常節氣，造成全球性糧食減產，導致糧價高漲，全球糧食存量已構成威脅，鼓勵民眾多吃素、少吃肉，減少排放二氧化碳、也減少飼養動物所消耗的穀物。為了打造健康素食天地，本系統將提供旅遊健康輕食資訊。

我國以農立國，農業已從早期的經濟產業，蛻變到現在講究綠色環保與創造人類優質生活服務等多元功能的產業。其中「精緻農業健康卓越方案」，主要包括「健康農業」、「卓越農業」、「樂活農業」，期能達成健康、卓越、樂活三大願景（行政院農業委員會，2009）。其中樂活農業以推動農業深度旅遊為主，將傳統農業由生產朝向綠色生態產業與服務業發展。打造樂活農業，開發特色農業

精品，建立整合行銷平臺，促進農業增值發展，為我國觀光產業注入新活水。

本國自 2009 年第一季起，來台旅客人數首次由逆差轉為順差，晉升為亞太地區第一。其中大陸來台旅客於 2010 年達 163 萬人次，年成長率達 67.8%，是我國最大旅客來源，約占來台旅客總數之 30%（行政院經建會部門計劃處，2011）。為深化兩岸之交流，今年即將開放陸客來台自由行，自由行將會打破以往團進團出的旅遊模式，在沒有導遊的引領下，輕巧便捷旅遊領航系統將可以提供即時友善的服務，可以為旅客在旅遊途中指點迷津，發揮旅遊導覽的功能。

區域化和全球化是世界經濟發展的兩大趨勢，聯合國資料顯示，2007 年居住在都市中的人口達 30 億人，超過全球 50% 的人口，首度超過鄉村人數，預計到了 2030 年全球將有 60% 的人居住在城市，都市人口快速成長，讓全球經濟朝向城市集中發展，以美、日前五大城市的 GDP 占全國比重高達 70 到 80%，都市已逐漸成為國家經濟發展的主體。透過高度連結的網際網路，地球村中的各個城市可以超越國界、地域，形成既合作又競爭的關係。新北市環繞臺北市四周及基隆區三面，三者共同形成臺北都會區，屬於共同生活圈，並影響到臨近的桃園縣及宜蘭縣。全縣土地面積廣大，約佔臺灣總面積的 6%，透過網際網路將行政院於 2009 年所提出「六大新興產業」，生物科技、觀光旅遊、綠色能源、醫療照護、精緻農業、文化創意整合在觀光領航系統內，不僅可以讓國際旅遊人士認識新北市豐沛之生態、景觀、文化之美外，同時可以帶動經濟成長，進而提升新北市的國際曝光率及競爭力。

第三節 系統發展目的

目的一：行動科技(Mobile Technology)已廣泛應用在商業、產業、醫療、教育等行業。藉由網路科技與通訊技術的結合，將原先數位化所使用的電腦，擴展到既輕且小的 PDA、手機等行動設備，本研究主要是透過 Apple 相關產品來行銷新北市，讓拿著 iPhone 來到新北市旅遊的遊客都可以找到好吃、好玩又有趣的好地方，以文化建設、本土教育、休閒內涵，各種不同面向的新北市，期透過本計畫能讓全球注意到新北市的魅力，吸引國際友人到此一遊。利用 PDA、智慧型手機等技術，將網路應用由 E 化推展到 M 化，更進一步朝 U 化

邁進。讓行銷城市能達到無所不在的「零距離」目標，由此建立跨國人際網絡的關係，藉由人與人間的口耳相傳，擴張到城市與城市的連結網絡，進而增加城市的多元文化與全球連結。以提升新北市在國際的能見度。

目的二:：新北市境內國家級公園、風景區、森林遊樂區，各鄉鎮市多元的文化信仰、歷史建築、節慶活動、以及充滿懷舊故事的老街，都是吸引國內外各地遊客湧入觀光的資產，以品牌建立與形象塑造來行銷新北市豐沛之生態、景觀、文化、人文、環保產業及理念，進而提升新北市的城市競爭力，為本研究的主要目標。

第四節 系統範圍

系統主要目的在於提供使用者一個友善及簡單的操作環境，讓使用者來到新北市時能夠拿著iPhone、iPad、iPodTouch當作電子地圖、導覽人員、美食報導等功能。透過問卷的設計了解 i 系列產品的使用者及潛在使用者的相關資訊及使用調查，經過分析、整理而彙整出使用者運用之情形，以提供設計系統時之主要依據。本系統主要分成三部份1.GPS、電子地圖 2.景點導覽 3.虛擬人物，作為建立系統參考及本研究的範圍。

第五節 系統建構流程

本論文的主要架構與流程如下所示：

第一章 序論

本章敘述研究的背景、目的、動機及範圍。

第二章 文獻探討

本章文獻主要研究二部份，一是關於智慧型手機的定義、MAC OS、APP Store、QR CODE、RFID。第二部份是針對城市行銷的部份，城市行銷的意涵、城市行銷的對象、城市行銷的目的。

第三章 系統研究方法

主要說明本系統的研究流程及方法，包括問卷的內容、問卷的整體彙總，SWOT 分析本系統，系統特色、系統功能、使用對象、使用環境。

第四章 預期研究成果

主要針對本系統功能、特色及使用對象、使用環境的詳細說明，及使用哪些開發工具及整體系統平台架構和雛型畫面的呈現

第五章 結論

本章是將本系統作個完整的結論，並討論預期研究效益及研究之限制

第六章 分工執掌及進度表

本章主要說明本組的詳細分工情形及完成進度的時間表。

第二章 文獻回顧

第一節 智慧型手機

自從 2007 年 Apple 推出智慧型手機 iPhone 一炮而紅，無鍵盤按鍵觸控式螢幕的創新設計，顛覆了傳統手機的概念，也改變了傳統手機的競爭生態。讓 apple 搖身一變成通訊產業科技的尖兵。iPhone 創新研究的工藝精品，結合音樂、上網及手機三合一的手持裝置，創新使用界面的 Multi Touch 設計，操作平易近人容易使用，加上隨時可以下載音樂及遊戲的網站服務，成為消費者的最愛，也擴大了智慧型手機的市場規模。以下將針對智慧型手機與 Apple Mac OS 做相關探討。

1 智慧型手機的定義

智慧型手機這個名詞最早是出現在 Motorola 行動電話功能的介紹文章中，一開始是用來形容具備語音通訊以外的其他功能之行動電話，也就是只要行動電話除了傳統的語音通訊以外還能提供資料管理或與電腦連線交換資料等功能，即可稱為智慧型手機，而現在此名詞已成通用名詞，不再限於 Motorola 的產品。

對於一般使用者來說，智慧型手機，除了代表功能上多於一般手機，也同時具有 PIM(Personal Informarion Management)的功能，而到了民國92年時黃顯閔(民92) 新產品功能需求分析-智慧型手機之探討，對於智慧型手機給予定義，如表1

表 1 研究中對於智慧型手機的定義

	項目	定義
1	外觀	輕、薄、短、小，易於攜帶，且具備行動電話形式外觀
2	基本功能	具備數據與語音之無線通訊功能，且皆為內嵌式而非外加之模組
3	語音通訊	需具備內嵌式語音通訊功能

4	數據通訊	可連接 internet、收發 e-mail、傳送檔案
5	資料管理	1.具備 PIM 功能，其中包含 date book(行程表)、contact (通訊錄) do list (工作表)、to、memo (記事本) 跟tSync (與電腦同步) 等功能 2：可藉由軟體程式的應用，執行特定工作 3：具備軟體擴充性
6	輸入方式	任何形式，不拘於觸控式、按鍵式、或語音輸入等
7	處理器與作業系統	擁有多工的嵌入式微處理器與作業系統，作業系統不拘於封閉式或授權式
8	其他擴充性功能	如內建數位相機、MP3、導航系統或錄音筆等

出自於：黃顯閔(民92) 新產品功能需求分析-智慧型手機之探討

簡單而言，智慧型手機是具有語音及數據通訊功能整合內嵌之單一成品。然而，近年來，某些 PDA 產品，也開始加上語音通訊之模組，使得 PDA 除了原本的功能之外，也和行動電話一樣具備語音通訊的功能。

簡單而言，智慧型手機是具有語音及數據通訊功能整合內嵌之單一成品。然而，近年來，某些 PDA 產品，也開始加上語音通訊之模組，使得 PDA 除了原本的功能之外，也和行動電話一樣具備語音通訊的功能。

2. Apple Mac OS

Apple Mac OS是一個以Unix為基礎的作業系統，除了Apple自行開發的電腦使用此一作業系統外，Apple還開發了特別的版本給iPhone及iPod Touch使用。Mac OS X一系列的新功能來提供更穩定和更可靠的平台，舉例來說pre-emptive多工處理及記憶體保護的設計改善了系統同時處理多個應用程式的能力，避免互相干擾及造成系統當機的可能。(www.apple.com/macosex/)

Mac OS X的GUI和核心的組合最近到現在變成最暢銷的Unix環境MacOS X，透過Classic的模擬環境，保留了與較舊的Mac OS應用程式的相容性，允許使用者在Mac OS X中把較舊的版本當作一個程式來執行，使得大部份舊程式就像在舊系統下繼續執行。Carbon API也可以創造出允許在兩種系統執行的程式，只要他們能夠在這個平台上被編譯，Mac OS X可以執行很多BSD或Linux軟體套件。編譯過的程式碼通常是以Mac OS X封裝的方式來散佈，但有些可能需要命令列的組態設定或是編譯。譬如Fink和DarwinPorts這樣的專案項目，提

供很多標準程式碼的預先編譯或是預先格式好的封裝。

在 10.3 版開始，Mac OS X 已經包含 Apple X11，這是給 Unix 應用程式的 X11 圖形介面的公司版本，當作是在安裝階段的選擇性元件。Apple 一向是採取封閉的策略，藉由工藝精品的設計理念，吸引消費者的喜愛，並積極開發相關周邊配件裝置，將強勢品牌的威力發揮到極緻。Apple 的策略一向以創新設計的技術能力為重點，或許封閉系統無法造成市場佔有率的領導者，但是 Apple iPhone 的觸控界面所訂下的高標準及服務平台 App Store 成功的模式，將是大家競相仿效的對象。張佳欽 (民98 1) 智慧型手機之作業系統技術策略選擇的動態分析

3. App Store

根據蘋果的官方說法，至 2009 年 App Store 上已有 14 萬個程式可供免費或付費下載，總共有 30 億次的下載量，App Store 上登記的信用卡有 1 億 2 千 5 百萬筆。

由於智慧型手機的上網功能，讓許多原本存在網路上的內容可以免費下載，壓縮了內容提供者的生存空間，於是在考慮付費模式時，需注意如何讓消費者願意付費的問題。也因為 App Store 的成功創造此跨國付費平台，建議應善加利用。傳統的出版發行方式，作者必須透過出版社、發行商、書店等通路才能到達消費者的手中，而電玩的傳統發行方式，基本架構完全一樣，所以數位內容作者、電玩作者都必須要透過發行商才有可能讓商品真正銷售，也同時有這些層層關卡，利益必須分享，出版發行並不容易，再者，數位內容的特性之一，即是可複製的特性，盜版的問題常來自數位內容太容易複製，再增加商品銷售的困難度。

蘋果公司的 App Store 卻有著不同於傳統的架構與措施，作者完成作品後，只需要透過 App Store 即可直接發行，完全跳過了出版社、發行商、書店等層層關卡，透過網路的銷售，讓消費者不用出門也能夠購買數位內容，再由於蘋果對於數位版權的完整保護，大幅降低了盜版問題，於是對於創作內容的作者而言，是一個全新的銷售模式。

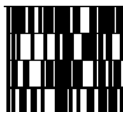

因應網路時代的來臨，除了前述的發行方式改變之外，行銷的方式也跟著改

變，我們可以透過錄製影片，上傳至網路分享作品片段，再引導消費者至購買處進行消費，也許這些新時代的方法，不一定能讓創作者賺大錢，但至少已經多了一個可能可以收費的管道。(郭龍 民 99 iPhone 遊戲創作超級銀行家)

4. QR code

QR code 其實是二維條碼的一種，結構上可分類為堆疊式(Stacked)和矩陣式(Matrix)這兩種型態，如表1所示(交通大學自動化資訊處理實驗室，2007)。QR code 有別於一般的傳統條碼，最主要的功能就是把文字條碼化，QR code 不僅具有高資料量負載能力、高安全性、高容錯性、可360 度讀取、還可傳真複印等特性，其內含文字和圖像資訊，透過行動裝置掃描後，經解讀軟體辨識後，即可讀取出內含的資訊。此外，QR code 在相關的應用上也是相當廣泛(陳照東，2005)。

表2 二維條碼類別表

類別	說明	名稱	圖片
堆疊式		Code49	
矩陣式		QR code	

QR code在應用上，如國立歷史博物館的展覽品導覽、各縣市的旅遊資訊等都已有所見，此應用模式就是利用內建解碼軟體的行動裝置，將印製在活動海報、購物型錄等平面上的QR code拍攝下來，再透過3G(3rd Generation)、GPRS(General PacketRadio Service)、WiMAX(Worldwide Interoperabilityfor Microwave Access)等行動通訊網路傳回後端系統，即可取得資訊；另一種應用模式主要利用手機下載條碼，作為票卷交易、身分辨識之用，如中華電信和華納威秀合作，提供使用者以手機上網訂票，選擇現場或信用卡付費，取得QR code作為訂票識別證明後即可進場(林雯君，2006)。在辨識QR code上並不困難，只需要30萬畫素照相功能的行動裝置就能勝任，因此本系統就結合QR code 的

主要特性來加以發揮。(江信宇、王淳、張雯珺、劉永偉與陳俊廷 2007 p2)

5. RFID簡介

RFID (Radio Frequency Identification, 無線射頻辨識) 主要是透過無線通訊技術將電子標籤 (Tag) 內晶片中的數位資料, 以非接觸的通訊式傳送到讀取器 (Reader) 中, 讀取器再將擷取、辨識的電子標籤資料傳送給後端電腦應用系統, 以便進一步處理。RFID 可用於辨別、追蹤、排序和確認各式各樣的物件, 包含有人、汽車、包裹、動物和貨物等等。RFID 利用 IC 及無線電來存放與傳遞辨識資料, 具有耐環境變化、可重複讀寫、非接觸式、快速辨識、資料記錄豐富等特性。RFID 定位系統不需要衛星或者手機網路的配合, iPhone 的屁股上面插了個 RFID 辨識裝置(主體黏在 iPhone 背面), 然後將 iPhone / RFID 辨識器應用在一些互動式多媒體元件上面的操作。

第二節 城市行銷

根據WTO (World Tourism Organization) 組織的統計, 2004年全球10大的旅遊國家, 成功吸引世界旅客造訪她們的城市與景點, 雖然大多仰賴的是壯麗的自然景觀與豐富的人文遺產, 但也說明她們的國際行銷頗有成效。這些國家大多是已開發國家, 基礎建設紮實, 交通便利, 社會進步, 又各有特色, 提供了一個相當不錯的「產品」, 以供顧客前來消費。其中難能可貴的是香港, 地理面積僅是台灣的33分之一大, 沒有足夠的自然美景與人文資產, 現在每年卻能吸引2,100萬遊客, 是其總人口的4倍, 台灣一年300萬遊客的7倍。香港政府重視軟硬體的建設, 興建觀光設施外也提出新的政策規劃, 6年前開始推動的「優質旅遊服務計畫」, 邀請5000家商家加入, 要先通過環境評審; 舉凡清潔、員工、產品、運作過程符合標準後, 才給予「優」的識別標誌, 進而推薦給旅客。為了掌握全球各地旅客的需求, 香港傾聽顧客的聲音, 每年都持續做大量的市場調查 (吳昭怡, 2005)。

1. 城市國際行銷的意涵

二次大戰後, 美國的奇異電器公司是全球率先重視行銷的企業之一 (Kinnear,

Berhardt & Krentler,1995)。至於城市行銷 (city marketing,place marketing) 等名詞的出現，則應追溯自80年代歐洲的文獻中 (但昭強， 2002)。洪順慶在為科特勒 (Kotler) 等人所著的「科特勒深探大亞洲」一書作序時，就指出該書作者群為亞洲地方所建議的行銷策略，在概念、架構與研究方法上，和企業界實行的行銷策略模式雷同。也是先分析大環境，瞭解全球趨勢，進行SWOT分析，進而找出城市的競爭力出來，再為城市進行市場區隔，以確認目標市場與定位，和行銷4P 等相關決策。Onkvisit & Shaw (2004)認為國際行銷 (international marketing) 是跨越國界的行銷活動，它比國內行銷 (domestic marketing) 更為複雜，因為必須考慮不同國家的政治、經濟、文化、法律、競爭等環境，而這些國外的因素，都是欲從事國際行銷的工作者，所完全不熟悉的。例如，當我國的城市要吸引歐洲的服務業前來投資時，僅就當地的總體環境與個體環境面部份，我們就要先做深入的瞭解：

2. 城市國際行銷的對象

城市的國外顧客是誰？誰是我們欲爭取前來「購買」的外國人？一個城市需要外國顧客的造訪、定居、投資等，方可以帶入資金、消費力、人才等，以繼續促進城市的發展。當然，城市不可能有辦法去鎖定上述所有的顧客，而只能是選擇性的，畢竟一個城市或地區的資源與誘人的條件是有限的。所以城市對自己欲爭取的顧客是誰，必須做清楚的研究，找出他們的輪廓如人口統計背景、來源國家等，方能據以制定出能夠吸引他們的行銷策略。

3. 城市國際行銷的範疇

從其對象與意涵來看，一個城市的設計、市政建設、基礎建設、教育機構、文化、古蹟、景點、企業的產品與服務等皆是城市可行銷的標的物。同理，成功的城市國際行銷，也必須靠各標的物間的相輔相成，皆有一定的品質水準才可以。例如外國顧客也許只為受大學教育而來，但除了挑選學校外，也會將學校所在地的生活品質與便利性，列入考量之一。相較於法國與意大利等旅遊大國，奧地利的治安就好的多，因此只有800萬人口的中歐小國奧地利，也已擠進全球10大旅遊國家之一。中東與東歐的人民也被奧地利的安全、高品質居家環境所吸引，攜家帶眷的大量湧入成為移民，數量之大，甚至引起該國保守黨的反彈。誠

如上述，一個城市或地區行銷工作，牽涉甚廣，可想見，也必須由中央政府、地方政府、企業、商家、市民、學校等攜手合作。台灣的地方政府可以參考本身已有的總施政計畫，再規劃出一份「國際行銷企劃書」，並將需要中央政府、企業、商家、與學校等單位配合之處公佈出來，使得他們知道商機何在，進而決定該如何參與合作，共同拼經濟。

4. 城市國際行銷的目的

大前研一（2006）曾指出在一個競爭激烈的全球化時代，政府的工作，就是要讓自己的國家，成為一個對企業、資金與人才都很有吸引力、很友善的地方。這樣的說法正符合國際行銷的目的，當我們把台灣建設成一個很棒的地方時，還怕顧客不來嗎？而他們紛紛進入台灣後，自然就會帶動我們的經濟、文化生活等環境的成長。香港旅遊發展局今年的行銷推廣預算，將投入28億新台幣之多，展開有始以來最大規模的全球宣傳活動「2006精采香港旅遊年」（天下、2005）。新加坡的「非常新加坡」；「Uniquely Singapore」的城市品牌行銷活動，自2004年推出以來，陸續在柏林及後續幾個選擇的目標市場推出，使得知名度持續增加，2005年遊客數已達破記錄的8,900,000人次。賭城拉斯維加斯市觀光局的行銷費用佔其總支出的40%，其中一般行銷費用是2,300萬美元，廣告費則高達5,900萬美元（長野慶太，2005）。拉斯維加斯將治安做的非常好，旅行也非常安全。外國旅客的滿意度與再訪意願皆高，至今每年有超過3,700萬以上的國內外旅客光臨賭城。全球最大的20家旅館，就有17家在此，企業界的努力，可見一般，也是促使賭城成為全球娛樂之都的原因之一（拉斯維加斯市官方網站，2006）。

(徐揚 2006 p14-18)

第三章 系統功能

第一節 系統開發流程

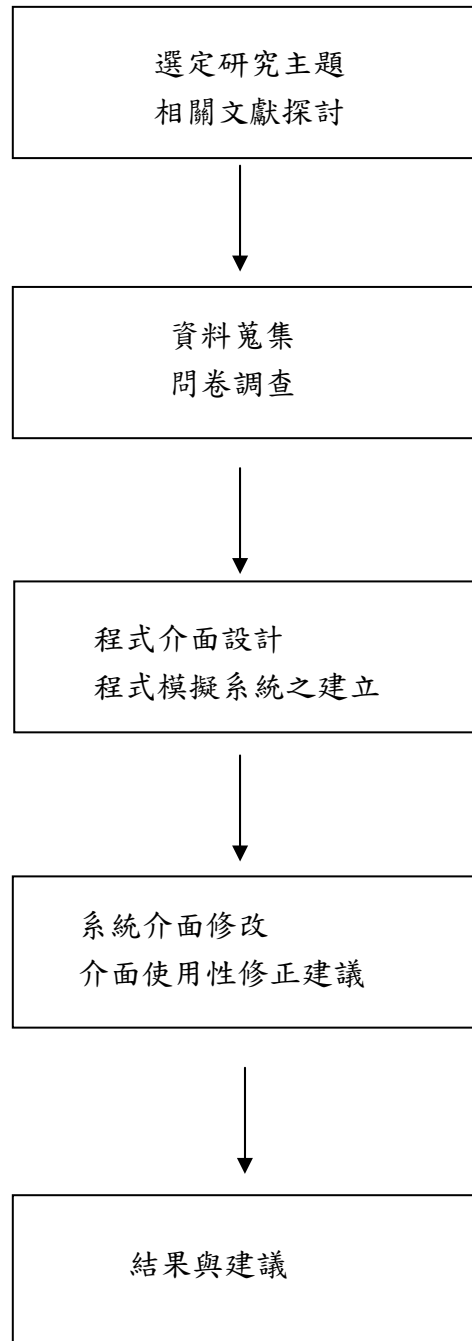


圖 1. 研究流程圖

第二節 問卷、SWOT 分析

您好:

您好，我們是致理技術學院資訊管理系的學生，在此先感謝您的熱心幫助。我們現在在做畢業專題，主要研究有關「消費者對應用 iPhone 手機功能之看法」，無論您是否擁有 iPhone，我們都需要您的幫忙！煩請您撥時間填寫此問卷，以便我們的專題在您的協助下，順利完成。本問卷調查採不記名方式，絕對不會單獨對外發表，請放心的填寫這份問卷。感謝您的填寫，祝您事事順心。

致理技術學院 資訊管理系

日期：99 年 12 月

壹、休閒活動：

- 一、請問您喜歡去哪些旅遊地點？(可複選)： 老街 古蹟 遊樂園 溫泉 風景區
- 二、請問您一週會出遊幾次？ 1 次 2 次 3 次 4 次及以上。
- 三、請問您出遊時最主要使用的交通工具為？ 機車 汽車 公車 捷運 台鐵 高鐵。
- 四、您過去最經常出遊的北部縣市為？ 台北市 新北市 基隆市 桃園縣 新竹縣/市

貳、手機使用狀況：

- 一、您的手機是否可下載應用軟體？ 是 否
- 二、您所使用的手機為何？ iPhone HTC Samsung Moto Sony Ericsson Nokia OLG
- 三、請問您一天中使用手機的時間為何？(不含打電話和簡訊) 2 小時以下 2~4 小時 4~6 小時 6~8 小時 8 小時及於以上
- 四、請問您除了打電話以及傳簡訊外，最常使用手機軟體為何？ 遊戲軟體 字典軟體 資訊軟體 拍照軟體

參、系統軟體：

- | | 非常同意 | 同意 | 普通 | 不同意 | 非常不同意 |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 一、您希望手機能提供介紹景點的系統 | | | | | |
| 二、您對介紹景點的系統感到興趣 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 三、您願意將介紹景點系統下載至手機內使用 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

肆、基本資料：

- 一、性別： 男 女。
- 二、年齡： 15~19 歲 20~29 歲 30~39 歲 40~49 50 歲及以上。
- 三、收入： 0~19999 20000~39999 40000~59999 60000~79999 80000~99999 10 萬及以上

感謝您撥冗填寫,謝謝您的寶貴意見！

本研究主要目的是提供使用者在使用 iPhone 中認識新北市的景點及行程規劃，設計此問卷為了解使用者對於平時旅遊地點的方向及手機使用狀況、實際上主要運用手機的哪些使用功能所發出的問卷。共收集 508 份有效問卷。

第一部分-休閒活動分析



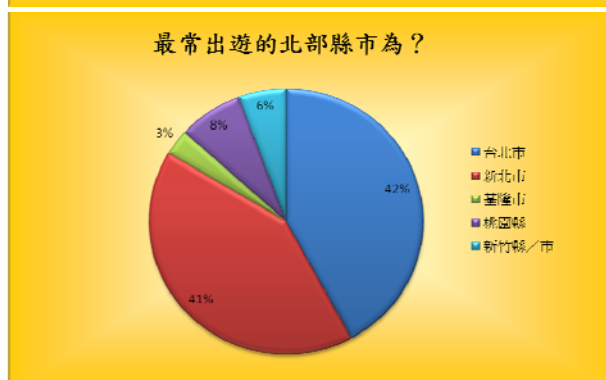
古蹟	184	14.78%
老街	306	24.58%
風景區	345	27.71%
溫泉	191	15.34%
遊樂園	219	17.59%



1次	368	72.30%
2次	96	18.86%
3次	27	5.30%
4次以上	18	3.54%



機車	170	33.66%
公車	50	9.90%
台鐵	19	3.76%
汽車	123	24.36%
捷運	143	28.32%



台北市	215	42.07%
新北市	212	41.49%
基隆市	16	3.13%
桃園縣	39	7.63%
新竹縣/市	29	5.68%

第二部分 手機使用狀況分析



是 311 63.10%

否 198 38.90%



HTC 67 13.11%

iPhone 54 10.57%

LG 35 6.85%

Nokia 78 15.26%

Sony Ericsson 195 38.16%

Samsung 60 11.74%

Moto 22 4.31%



2 小時以下 322 62.89%

2~3 小時 90 17.58%

4~5 小時 42 8.20%

6~7 小時 23 4.49%

8 小時及以上 35 6.84%



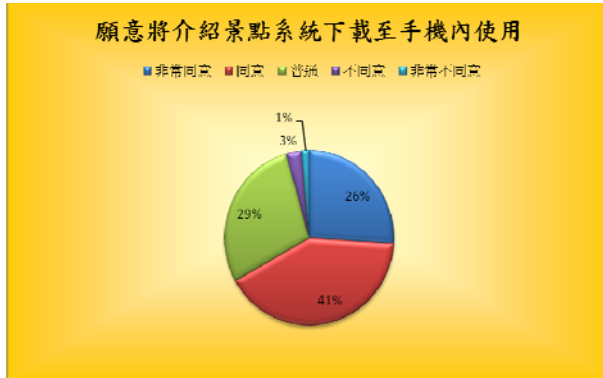
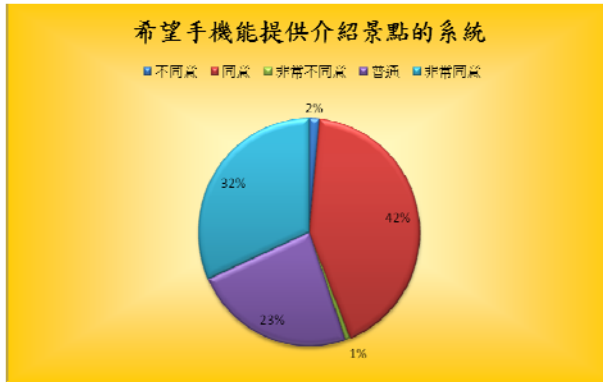
字典軟體 20 3.96%

拍照軟體 202 40.00%

資訊軟體 91 18.02%

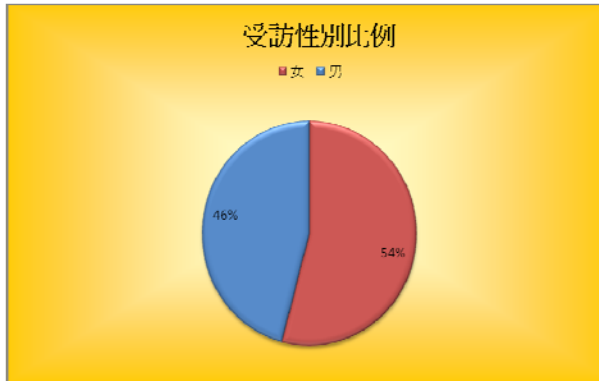
遊戲軟體 192 38.02%

第三部份 系統軟體分析



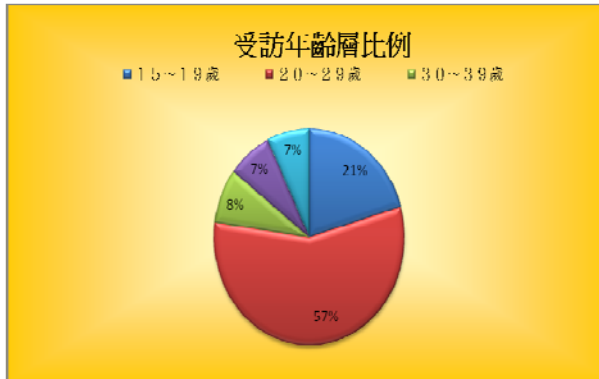
非常同意	162	31.76%
同意	216	42.35%
普通	120	23.53%
不同意	8	1.57%
非常不同意	4	0.78%
非常不同意	5	0.98%
非常同意	134	26.38%
同意	213	41.93%
普通	145	28.54%
不同意	11	2.17%
非常同意	132	26.04%
同意	207	40.83%
普通	146	28.80%
不同意	15	2.96%
非常不同意	7	1.38%

第四部份 基本資料分析



女 275 54.13%

男 233 45.87%



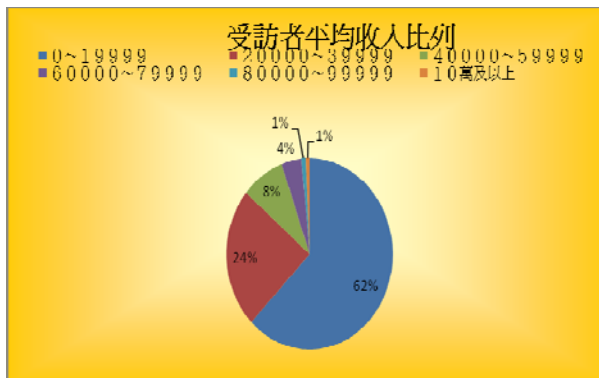
15~19歲 105 20.47%

20~29歲 291 56.73%

30~39歲 42 8.19%

40~49歲 38 7.41%

50歲及以上 37 7.21%



0~19999 319 62.43%

20000~39999 121 23.68%

40000~59999 43 8.41%

60000~79999 20 3.91%

80000~99999 4 0.78%

10萬及以上 4 0.78%

由於市面上開發的系統越來越多元化，許多的程式不斷推陳出新，首先我們應先進行 SWOT 分析，以確認本系統在 app 應用程式中的機會，隨著科技的日新月異，我們該如何在藍海中突破重圍，塑造獨特價值曲線；創造有效新需求，抓住 iPhone、iPod Touch、iPad 的獨特優勢，成功扮演整合者的角色，以下為本系統 SWOT 分析如圖 2。



圖 2. SWOT 分析圖

第三節 系統功能

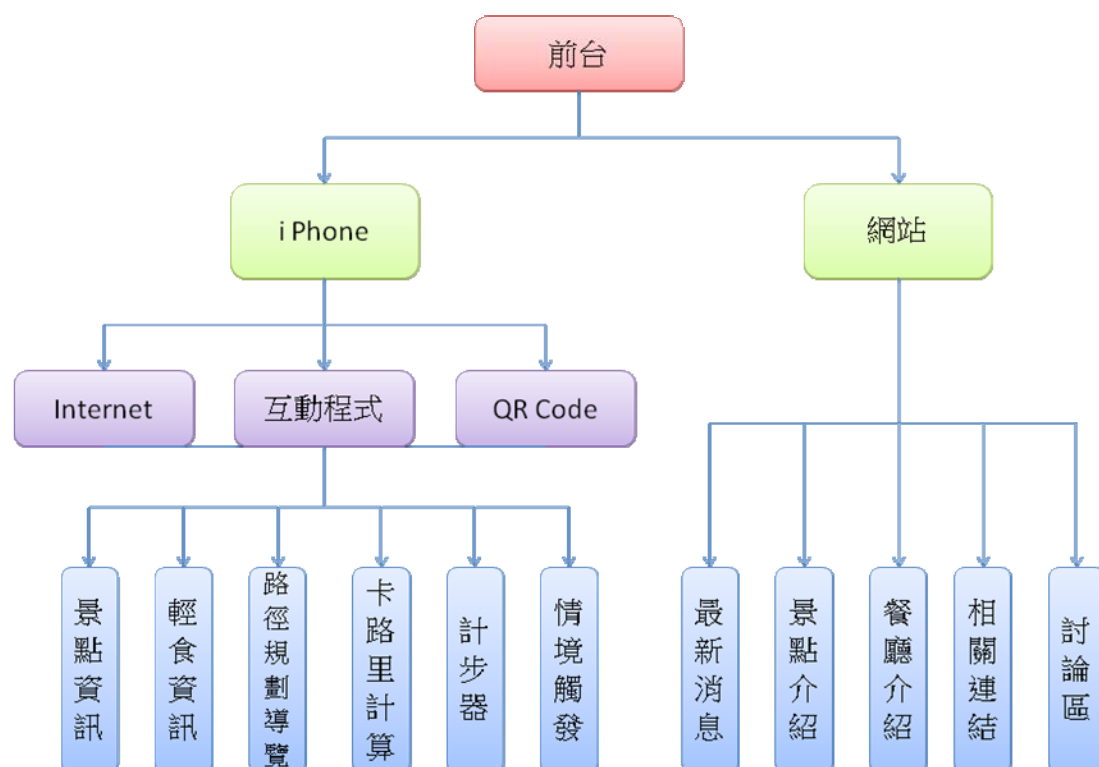


圖 3 系統架構圖

〈1〉 iPhone、iPad 等：

現今手機快速的推陳出新下，本組利用手機來做旅遊景點及餐廳的行動化查詢，只要消費者用手機讀取 QR Code 連結至 RDA 版網站，即時獲取旅遊景點及餐廳資訊，讓使用者隨時掌握最新資訊，最後再以互動程式與使用者貼近距離。

〈2〉 網站：

提供最新活動消息，並能查詢旅遊景點含有哪些輕食及素食餐廳；並提供路徑規畫讓使用者做參考，使使用者以最短的時間達到最有效率的路徑規畫，且設置討論區，分享經驗獲取額外知識，最後提供相關連結，可連至其他相關網站。



圖 4 系統功能圖

所謂民以食為天，為了讓使用者可以更加了解新北市，本程式藉由食物讓大家能夠更貼近新北市，該如何讓大家可以欣賞到當地的文化特色，又可以吃得健康又營養呢？

此程式在一開始進入時，使用者可自創造屬於自己的角色，讓他來帶領你進入綠食新文化的世界，輸入你的身高、體重，計算 BMI 值，依照每次的飲食習慣角色的體型會稍做變化，看著這另一個自己變胖變瘦的感覺會是如何的心情呢？當時間為用餐時段時會發出訊號告知使用者該用餐，讓使用者維持良好的用餐習慣，在用餐前可查詢食物的卡路里，評估每一道菜的營養熱量，了解自己一餐該食用多少，以維持身體的均衡健康。

至於如何抵達想要的用餐地點，只要使用 GPS 定位就會幫您規畫出路線，另外，當使用者到達新的地區時，將會藉由說故事的方式為使用者介紹當地的文化特色及附近的美食，讓使用者用餐完畢後可規畫到附近遊玩踏青，還附有計步器功能，計算出一天的步行數能消耗多少卡路里，讓自己玩得愉快也吃得

健康。

第四節 系統特色

〈1〉 以科技化服務提供資訊。

隨著科技進步，透過兼具簡單科技功能，結合 GPS 衛星導航系統，讓旅客無論走到哪，就知道附近有哪些好玩的景點以及好吃的美食，也能以最快的速度讓旅客知道最近的景點，讓從外地到訪的旅客發掘”新北市”知性之美。

行銷新北市結合周邊產業，進行鐵道、溫泉、美食、生態、農業及文化之旅。導航系統提供景點或是文化節慶活動附近，一直為國內外人士津津樂道的美食小吃及土產文物，只要點選美食小吃選項，即會根據遊客目前所在位置距離的遠近，列出周邊各類型的美食餐飲小吃店，並提供小吃店的美食圖片與簡短的文字描述，以供遊客挑選符合口味的餐飲店。點選土產文物即可採購本土觀光紀念品，留作自己紀念或致贈親友均可，以帶動周邊產業商機。

〈2〉 以 i 系列產品達到無所不在的零距離行銷。

行動科技已廣泛應用在商業、產業、醫療、教育等行業。藉由網路科技與通訊技術的結合，將原先數位化所使用的電腦，擴展到既輕且小的 PDA、手機等行動設備，本研究主要是利用 Apple 相關產品及智慧型手機來行銷新北市，透過人手一支的手機，特別是 iPhone 及智慧型手機不只是單純的手機，而是一部迷你電腦，隨著市場佔有率的提升，擁有 iPhone 的人口在這一兩年內快速的成長，本研究希望到新北市旅遊的遊客，藉由手持 iPhone、iPad、iPod touch 及智慧型手機的人，都可以利用本導航系統找到好吃、好玩又有趣的旅遊景點，以文化建設、本土教育、休閒內涵，各種不同面向讓全球注意到新北市的魅力，吸引國際友人到此一遊。利用 PDA、智慧型手機等技術，將網路應用由 E 化推展到 M 化，更進一步朝 U 化邁進。讓行銷城市能達到無所不在的「零距離」目標，以提升新北市在國際的能見度。

〈3〉 以素食來強調飲食健康推動綠色環保。

以推廣素食來達到健康之目的，不吃肉食就是愛護地球、珍惜生命、健康人生

的理念，正確的素食知識，環保、零污染的健康素食，提升全民健身、淨心為理念，並提供相關素食資訊。

以新北市地區為景點，如以觀光景點、休閒農場、主題樂園及民宿等等為主題，強調新北市區域內各地獨特文化、歷史及地方特色，如老街 並能突顯環境管理、生態環保，以及推動具有鄉土文化的生態旅遊，並且還能透過無線網路技術，強調生態保育、資源回收、健康無毒的精緻農業，向國際社會來推廣文化特色，吸引更多注重環保意識的旅客以及國際觀光客到新北市一遊。

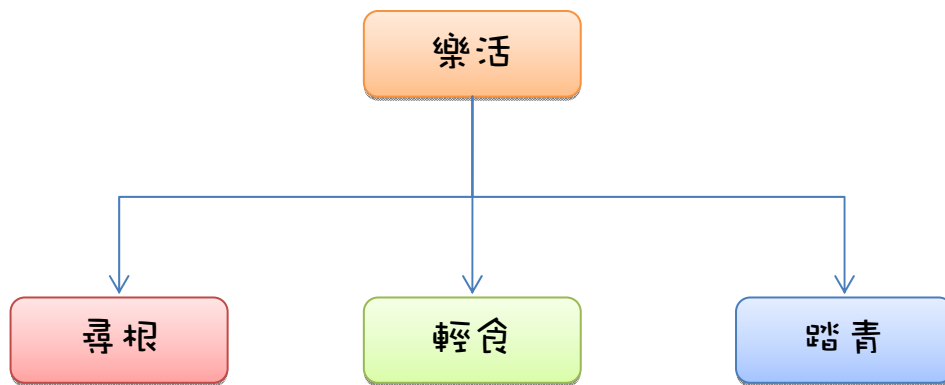
〈4〉 利用行動智慧技術提升觀光品質。

利用在全球熱銷的Apple產品iPhone、iTouch、iPad及智慧型手機為工具，透過QR CODE、RFID等技術，劃平時空地域藩籬的網際網路，無線行動技術所具備的即時性、互動性等優勢，建立與全球接軌的管道，以新北市的地方特色及自然資源，包裝具競爭力的觀光產品，如登山、農場、民俗節慶、溫泉、自行車美食、土產、文物等來建置旅遊領航服務網來營造「友善新北市」，期能以智慧生活與形象塑造及提升新北市競爭力，作為躍升世界之都的捷徑。

〈5〉 以樂活為主軸引導輕食、尋根、踏青三個主題。

隨著環保意識抬頭，社會大眾日益重視綠色消費概念，進而使結合健康、環保與永續概念的樂活消費意識逐漸興起；許多消費者在進行消費決策時開始重視家人與自身健康以及環境責任，樂活市場遂應運而生。隨著「樂活」概念的影響力日益廣泛，其所衍生的主流價值與龐大產業商機，為近年來消費者、產業界與政府單位所矚目的焦點。而隨著這股吹襲世界各地的樂活風潮，台灣未來的生活趨勢 也必將是以實踐 LOHAS 的核心主旨—與環境共生共存的樂活概念為主流。本研究以樂活為主軸引導輕食、尋根、踏青三個不同的主題，藉此更深入探尋新北市。

圖 5 主軸架構圖



A. 樂活

「樂活」此名詞最早出現在 1998 年「文化創造：5000 萬人如何改變世界」的書籍中，在這本書中提及 LOHAS，H(ealth)指的是健康飲食、生活、身心靈探索與個人成長。本計畫以尋根、踏青、輕食三個主軸來引領樂活的主張，倡導全球一家，永續生存的理念。

B. 尋根

古蹟走過了漫長的歲月，載滿了過去的回憶，就如同時間的歷史印記，讓我們以在新北市的歷史古蹟或活動中找尋到我們在這片土地的文化，例如板橋林家花園、平溪天燈、淡水紅毛城、三峽老街、鶯歌陶藝藝術等，使我們可以藉由古蹟了解到各個地區不同且有趣的文化。

C. 踏青

山 - 古道、溫泉、瀑布；河，淡水河、新店溪；海 - 海港、海灣。新北市有著多元、豐富的自然生態資源，我們以輕鬆休閒的方式來遊覽新北市的自然環境，可以了解到當地的風俗民情，讓更多人了解新北市的美麗環境。

D. 輕食

現代人生活忙碌，很容易缺乏運動，造成身材肥胖。想減肥，卻常常用錯方法。一般印象中的輕食只是強調清爽、簡單、分量少的料理，對身體所需求的營養素是不夠的。較新的輕食稱之為「營養輕食」，即兼顧營養均衡觀念。「營養輕食」除了以傳統輕食的概念作為基礎，在食材選擇方面，強調減少油脂類

及五穀根莖類的食物、增加纖維質及保護性營養素的攝取。也就是正確的輕食應該不單是控制每日應攝取的熱量，更需兼顧六大類食物的營養。為了達到健康快樂人生的目標，本系統提供一天所需的熱量表，且提供 BMI 的計算及計步器和計算卡路里的功能。讓旅客在旅遊中仍能注意進食、保持健康。同時利用計步器功能來進行運動，以達到健身效果。

第五節 使用對象

本研究的使用對象 iPhone、iPad、iPodTouch 的使用者為主，根據美國有線電視新聞網（CNN）彙整出來的 2010 年十大科技趨勢或事件，iPad 和 iPhone 就佔其中的二項，蘋果 i 系列商品持續引爆三 C 新革命，iPad 成為平板電腦代名詞，iPhone4 上市創造台灣電信業奇蹟。對於一些 iPhone 使用者而言，他們不僅僅是 iPhone 的主人，也把 iPhone 視作自己的一部分，iPhone 就像他們大腦或者身體的延伸，使加入「愛瘋族」成了時尚指標，這是現在的熱潮也是未來科技的走向。

第六節 使用環境

iOS 4 是市占率高的行動應用程式平台，Apple 為協力廠商開發人員提供了豐富工具與應用程式開發介面 (API)，而他們已經開發出各種重新定義行動裝置功能的應用程式。

iOS 的系統架構分為四個層次：核心作業系統層 (the Core OS layer)，核心服務層 (the Core Services layer)，媒體層 (the Media layer)，可輕觸層 (the Cocoa Touch layer)。

第四章 開發工具

第一節 開發工具

我們會運用到的開發工具有 iPhone、iPod touch 以及 iPad，軟體是使用 iPhone 上面的 iOS 作業系統及 SDK 程式語言，在軟體設計方面會使用 Apple 的 Mac 電腦來設計。

1. 硬體介紹

iPhone - 是一項智慧型的網路電話機，它能夠透過內建的 TCP/IP 機制連結到內部網路及外部網路以及配合 DSG 網際網路服務網 (Internet Telephony Network)，使您的長途電話費從電話帳單中消失不見，而您所要支付的只是網際網路的連接費。

iPod touch - 是一款由蘋果公司推出的可攜式媒體播放器，在 2007 年 9 月 5 日舉行的「The Beat Goes On」產品發表會中公開，屬於 iPod 系列的一部份。iPod touch 可以比喻成 iPhone 的精簡版—不含電話及 GPS 等功能 (An iPhone without a Phone)，造型亦較輕薄。使用了與 iPhone 相似的觸控式螢幕介面，同時正面也有一顆實體的「home」按鈕。主畫面包含了數個可使用的應用程式圖示按鈕：位於最下方的音樂、視訊、照片、iTunes；以及位於螢幕上半部的 Safari、YouTube、行事曆、連絡人、時鐘、計算機以及設定按鈕。

iPad - 是一款蘋果公司於 2010 年 1 月 27 日發表使用 iPhone OS 的平板電腦，定位介於蘋果的智慧型手機 iPhone 和筆記型電腦產品 (MacBook、MacBook Pro 與 MacBook Air) 之間，提供瀏覽網際網路、收發電子郵件、觀看電子書、播放音訊或視訊、玩遊戲等功能，從各方面來說，都可以想像它是一台放大版的 iPod Touch，相對於其他的行動裝置，Apple iPad 在瀏覽網頁、E-Mail、看照片/影片和讀電子書部份，方便度都會更高。

Mac 電腦 - 麥金塔電腦 (Macintosh，簡稱 Mac)，是蘋果公司一系列的個人電腦，使用的作業系統為 Mac OS X 系統。一個基於賈伯斯的 NeXTStep 的

作業系統。它最終整合了 UNIX 的穩定性、可靠性和安全性，和 Macintosh 界面的易用性，並同時以專業人士和消費者為目標市場

2. iPhone 軟體介紹

iOS 是由蘋果公司為 iPhone 開發的作業系統。它主要是給 iPhone、iPod touch 以及 iPad 使用。就像其基於的 Mac OS X 作業系統一樣，它也是以 Darwin 為基礎的。

iOS 的系統架構分為四個層次：核心作業系統層 (the Core OS layer)，核心服務層 (the Core Services layer)，媒體層 (the Media layer)，可輕觸層 (the Cocoa Touch layer)。

iOS 的用戶界面的概念基礎上能夠使用多點觸控直接操作。控制方法包括滑動，輕觸開關及按鍵。與系統互動包括滑動 (swiping)，輕按 (tapping)，擠壓 (pinching) 及旋轉 (reverse pinching)。此外，通過其內置的加速器，可以令其旋轉裝置改變其 y 軸以令螢幕改變方向，這樣的設計令 iPhone 更便於使用。

iPhone SDK 系統

iPhone SDK 使用的程式語言和 Windows 上不太相同，雖然結構有點像 C 語言，但語法卻是大大的不同也有別於 C++、Java 等 Windows 上常見的語言，而 UI 界面的開發也是差異甚大，總而言之，不管你熟不熟悉 Windows 上程式開發，到了 MAC 上，你就是得重新學習另一種語言。

由於 iOS 是從於 Mac OS X 核心演變而來，因此開發工具也是基於 Xcode。SDK 可分類為下列幾大項：

- (1). 觸控 多點觸控事件和控制 加速支援 檢視等級 在地化 相機支援
- (2). 媒體 混音及錄音 視訊播放 圖像檔案格式
- (3). 核心服務 網路 SQLite 嵌入式資料庫 地理位置
- (4). OS X 核心 TCP/IP 協議 套接字 (Sockets) 電源管理 檔案系統 (File system) 安全

第五章 結論與未來發展

第一節 預期研究效益

本專題主要是將新北市讓更多人知道，只要是到新北市遊玩的人都可以快速又便利的取得資訊，隨著環保意識抬頭，環保與永續概念的樂活消費意識逐漸興起，我們提供健康的輕食美食商家，其中更希望能傳達出新北市的傳統特色及文化的重要相關知識，以及瞭解自然風景的生態，最後可以把自己在旅遊的點點滴滴紀錄在軟體裡或寄發給朋友們。為了達到隨時隨地快速得知新北市的最新消息，我們軟體提供一個新北市文化環保綠能的軟體、網站，令使用者大眾能藉著本軟體、網站了解關於此方面的重要資訊，同時藉由 iPhone 及 iPad 為媒介，讓使用者不分地區，隨時隨地可以使用此軟體。

以下我們將這些展望分別條列：

- ◆ 行銷新北市讓更多人了解新北市之美，將新北市推廣至國際
- ◆ 讓使用者擺脫素食傳統刻板印象
- ◆ 讓使用者能夠控管每日的熱量攝取，以控管使用者健康。
- ◆ 可以提供使用者全天候的相關資訊。
- ◆ 可以隨時隨地的了解到新北市的文化現有概況。
- ◆ 可以讓使用者依據各個年齡層及性別不同所需的營養來做適當的使用。
- ◆ 讓環保就地球深入日常生活中。
- ◆ 推廣綠色有機環保理念，共同為永續生態環境而努力。

第二節 預期研究限制

1. 使用層的限制

(1) iPhone、iPad、iPod Touch 的使用者非常多且年齡層廣泛，本研究的程式不一定會讓各種年齡層的人都能夠接受且使用。

(2) 由於時間、成本某些因素的受限，某些地方沒辦法做的很完整

①問卷方面:受限於時間及經費，本研究無法做很全面性的調查，只能抽取少數的樣本來分析。

②技術方面:需要整合的軟體很多，某些程式功能只能取調查所認為最被需要的，些許的部分沒辦法完全收錄在此系統中。

(3)本研究結果受限於時間，無法持續循環對開發介面讓使用者測試，是否真能達到本研究預期的發展，因此也無法收取使用者實際使用過後的建議。

2. iPhone、iPod Touch、iPad 的軟體設計限制

(1) 首先是必須有台 MAC

MAC 的好用不用多說，不過畢竟和 PC 相比價格高了一些，而且不是每個人都願意再學習另一套 OS 的，至於在 Windows 上就無法開發 iPhone 了，也許有破解軟體可以解決，但至少 Apple 是不太可以釋出 Windows 的官方版本的。

(2) Objective-C & Cocoa 程式語言

iPhone SDK 使用的程式語言和 Windows 上不太相同，雖然結構有點像 C，但語法卻是大大的不同，也有別於 C++，Java，C# 等 Windows 上常見的語言，而 UI 界面的開發也是差異甚大，總而言之，不管你熟不熟悉 Windows 上程式開發，到了 MAC 上，你就是得重新學習另一種語言。

(3) 購買 iPhone Developer Program，要價 年費 99.99 美金 iPhone 開發門檻已經不低了，想販賣軟體還得再購買開發套件才能放上 AppStore，(iPhone SDK 可以免費取得)，這還只是一年期，也就是說明年還得再購買一次，不只如此，每賣出一套軟體還得被扣 30%，如果只是想寫軟體並不想賣的

是不用購買 iPhone Developer Program 的，但也只能在 iPhone 的模擬器上跑，連放到 iPhone 上都不行。如果是學生身份倒是有免費的學生版本可以申請，不過不能賣錢，只能用免費的方式釋出。

(4) 一台 iPhone or iPod Touch

這倒不是必要的，如果對寫的軟體有信心，在 iPhone 模擬器上跑的很正常，不須在 iPhone 上驗證就可以不用購買，總之結論就是想要在 iPhone 上開發軟體，代價不低就是了，而且遇到困難機率高和相對得到的 support 很少。

第六章 分工執掌和進度表

第一節 分工執掌

【專題工作分配表】								
指導老師	陳瑛琪	填寫人	林亭秀					
組員	林亭秀、蔡琪華、連雅韻、許沐暉、張舒亞、賴逸洋。	填寫日期	99年12月27日					
專題名稱	帶著走的新北市							
主要編號	主要工作項目	主要成員姓名						總時數
		林亭秀	蔡琪華	連雅韻	許沐暉	張舒亞	賴逸洋	
1	計畫書第一章	✓	✓	✓	✓	✓	✓	72
2	計畫書第二章	✓	✓	✓	✓	✓	✓	72
3	計畫書第三章	✓	✓	✓	✓	✓	✓	72
4	計畫書第四章	✓	✓	✓	✓	✓	✓	72
5	計畫書第五章		✓		✓	✓	✓	72
6	計畫書第六章	✓						72
7	專題 PPT 製作	✓		✓				5
8	圖片樣式設計			✓				72
9	專題報告	✓		✓	✓	✓		1
10	系統設計	✓			✓	✓		
11	網頁架設		✓	✓			✓	

第二節 進度表

任務名稱	99年9月				99年10月				99年11月				99年12月				100年1月				100年2月				參與人員	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
資料蒐集																										
1. 專家鑑定	[計畫線]																								全組組員	
2. 蒐集文獻		[計畫線]																							全組組員	
3. 陳述表現方式			[計畫線]																						侯衍亞	
4. 工作分配					[計畫線]																				林平舟	
5. 資料彙整							[計畫線]																		蔡煥華	
6. 專家編輯									[計畫線]																全組組員	
系統設計																										
1. 決定系統架構													[計畫線]												全組組員	
2. 硬體研究															[計畫線]										侯衍亞、許沐暉	
3. 軟體研究															[計畫線]										連雅薇、林平舟	
專題報告																										
1. 文書撰寫																					[計畫線]					蔡煥華
2. 書函報告																										
3. 製作簡報																										
4. 專題發表																										

—— 表示計畫線 —— 表示實施線

任務名稱	100年3月				100年4月				100年5月				100年6月				100年7月				100年8月				參與人員
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
專題報告																									
1. 文書撰寫	[計畫線]																								蔡煥華
2. 製作簡報																									連雅薇
3. 書函報告																									侯衍亞、連雅薇
4. 專題發表																									全組組員
系統開發																									
1. 手機程式撰寫									[計畫線]																侯衍亞、許沐暉、蔡煥華
2. 網頁程式撰寫									[計畫線]																林平舟、連雅薇、賴逸萍
3. 資料庫建置									[計畫線]																全組組員
4. 美工繪圖									[計畫線]																連雅薇
5. 系統測試																									
6. 公開測試																									

—— 表示計畫線 —— 表示實施線

參考資料

中文

- [1]黃顯閔 (民92) 新產品功能需求分析-智慧型手機之探討 淡江大學管理科學研究所。
- [2]江信宇、王淳、張雯珺、劉永偉、陳俊廷。(2007)。利用QR code建置校園資訊交流平台。TANET 臺灣網際網路研討會論文集〔一〕。世新大學資訊管理學系、政治大學資訊管理學系。
- [3]張佳欽 (民98 1)智慧型手機之作業系統技術策略選擇的動態分析
國立台灣大學管理學院碩士在職專班商學組碩士論文。
- [4]陳照東。2005。在手機上利用QR code 進行虛擬介面互動。元智大學資訊工程 學碩士班碩士論文。
- [5]廖正閔 (民95 6) 以使用性工程探討3G行動電話之即時旅遊資訊系統
國立成功大學工業設計學系碩士論文。
- [6]郭龍 (民99 6) iPhone遊戲創作超級銀行家 國立台灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士學位創作報告書。
- [7]大前研一 (2006年5月24日)。台灣領導人應親赴中國體驗，天下雜誌 282-283。
- [8]但昭強，高雄市都市行銷的實踐與展望，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，民90年，11。
- [9]科特勒等著，羅漢等譯，科特勒。(2002)。深探大亞洲人潮、金潮與地方再造。台北市。商智文化。17 ,210-212。
- [10]吳昭怡 (2005年12月15日)。魅力香港包裝行銷全世界，天下雜誌，158-159。
- [11]徐揚 (2006.10)。衝出全球化競爭的重圍-台灣的城市國際行銷刻不容緩。研考雙月刊, 30卷5期。

英文

[1] Kinneer, T. C., Bernhardt, K. L., & Krentler, K. A. Principles of Marketing, New York: Harper Collins Publishers, 1995,12. ◦

[2]Kresl, P.(1995) The determinants of urban competitiveness.In:P.Kresl and G.Gappert

(Eds),North American Cities and the Global Economy:Challenges and Opportunities,

(pp. 45-68).London:Sage Publications. ◦

[3]Onkvisit, S., & Shaw, J. J. International Marketing: Analysis and Strategy, New York:

Routledge, 2004, 3-18. ◦

網站

[1] City of Las Vegas, Fun Facts <http://www.lasvegasnevada.gov>, 2006. ◦

[2] 交通大學自動化資訊處理實驗室。2007。2DBarcode。 <http://debut.cis.nctu.edu.tw/Research/2DBarcode/2dbarcode.htm>

[3]林雯君。2006。台灣二維條碼的應用現況。

<http://www.cyberone.com.tw/ItemDetailPage/SearchResult/05SearchResultContent.asp?Keyword=3G&MMContentNoID=33181>

[4] 城市競爭力知識網 <http://govware.nat.gov.tw/CityNorm/>

森紀念財團(2009), 全球城市實力指數。