

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：熱量檢測結合智慧型手機之商業模式 (Body Show)



作者：林依蓉 張芳萍 陳彥璇 陳瑩婕 蔡宜蓁

系級：企管三乙

學號：D9646259 D9678575 D9678784 D9795452 D9795967

開課老師：鄭孟育

課程名稱：創新管理

開課系所：企業管理學系

開課學年： 98 學年度 第 2 學期

中文摘要

近年來由於國民運動量少、加上飲食精緻化，台灣民眾正面臨"肥胖危機"，肥胖造成的副作用與健康危機，使減重成為國民重要關注的議題。此外，隨著知識水準的提高，健康意識的抬頭，越來越多的消費者體會到追求健康的重要性，紛紛開始重視自己所攝取的食物是否健康及均衡營養。

我們認為將食物資訊與現在流行的雲端科技結合，以最即時的方式可以得知相關熱量訊息，除了可以方便使用外，也可以在追求健康或者在乎美麗體態，甚至於想要求、監視自己一天攝取的食物卡路里及營養素的族群中獲得一大商機，因此認為此服務產品的推出可以同時對大眾有教育以及觀念矯正的功能，使台灣的民眾可以更加感受的健康的重要性以及健康的觀念，同時可以在國民健康上有一大幫助，減少未來醫療的社會成本。

進行熱量檢測結合智慧型手機之商業模式報告過程中，我們使用 SWOT 來分析公司產品的優劣勢及機會和威脅，依 STP 來區隔市場，找出我們顧客群，以 4P 分析來介紹我們的產品、價位、通路及如何推廣，運用六項創新運用架構來分析我們的產品具有哪些創新，最後依據市場調查來分析我們的產品是否具商機可言。

最後根據問卷的調查調查統計我們得知：女性有超過一半的人願意使用此服務，而男性則是約一半的人願意嘗試使用，由此可見，我們創新的熱量檢測結合智慧型手機之商業模式，提供方便、迅速、多樣化的熱量檢測服務及功能，在未來在市場上具前瞻性。

關鍵字：

熱量檢測
智慧型手機
雲端科技
掃瞄
AI 人工智慧

目 次

一、背景描述	P 3
二、動機	P 4
三、SWOT 分析	P 4
四、 4P 分析	P 5
五、產品介紹	P 7
六、STP	P 9
七、六項創新運用架構	P 10
八、市場調查與分析	P 13
九、結論	P 21
十、本組成員個人心得分享	P 22
附錄	P 24

一、背景描述

根據 2009 年 5 月統計數據為，台灣男性人口 11,626,940 人，女性人口 11,436,087 人，合計台灣人口總數為 23,063,027 人，而 2009 年的年齡結構為，十五歲以下男性 2,000,261 人，女性 1,835,322 人；十五歲到六十五歲以下男性 8,455,995 人，女性 8,355,153 人；六十五歲以上男性 1,173,682 人，女性 1,256,778 人。近年來由於運動量少、加上飲食西化，台灣與全球一樣正面臨"肥胖危機"，根據 2009 年台灣衛生署國民營養調查顯示，成年男性過胖的比例已高達五成一，女性則超過了三成六，肥胖的人口比例逐年增高，人數已高達八百萬，肥胖造成的副作用與健康危機，也讓減重成為國民重要關注的議題，而減重需有正確的觀念，可先由根本的飲食與運動做起，因為正確的觀念與減重方式，才能及早擺脫"肥胖危機"，擁有美好的體態與健康的身體。(2010 年 03 月 08 日中國日報)除此之外，隨著知識水準的提高，使健康意識的抬頭，有越來越多的消費者體會到追求健康的重要性，不僅是台灣民眾對於飲食與健康間的關連日漸重視，甚至是日本民眾也是如此，消費者都紛紛開始重視自己所攝取的食物是否健康及均衡營養。

手機使用方面，國際電信聯盟 (International Telecommunication Union, ITU) 在 2008 年指出，全球行動電話用戶數自 2000 年到 2008 年平均每年以 24% 的比例成長，在 2000 年時全球行動電話用戶數僅佔全球人口的 12%，於在 2008 年初超越 50%，預計到 2008 年底將可達到 61%，Portio Research 預測 2011 年全球手機普及率將可達 75%。而台灣的部分，根據國家通訊傳播委員會 (NCC) 提供的資料顯示，2009 年第 3 季台灣的行動通信用戶數為 2,661 萬戶，手機門號人口普及率為 115.2%，也就是說每 100 位台灣民眾就持有 115 個手機門號。可見台灣民眾使用手機現象普遍。

目前市面上已有檢測食物熱量的機器，將食物放置在機器的秤盤上，機器即可測出該食物的熱量，另外，近日還有將食物拍照，然後將照片以簡訊傳給營養師，營養師就可以回覆告知該食物的熱量。而我們的產品(Body Show)是將手機結合熱量檢測軟體，透過手機掃描食物(此掃描功能並非一般的掃描機，而是掃描食物，從中得知食物組成的質量和重量的數據)，利用人工智慧在雲端資料庫內進行比對，將食物資訊傳回使用者，讓使用者可以方便攜帶又可以迅速的得知熱量資訊。除此之外，我們還計畫與商家進行異業合作，以簡訊告知使用者優惠資訊，也會提供人性化的訊息，使產品更貼近使用者。

由上面的統計資料我們得知十五歲到六十五歲以下的女性有 8,355,153 人，成年男性過胖的比例已高達五成一，女性過胖的比例則超過三成六，加上健康意識的抬頭，因此我們保守預估此產品的市場潛能 $[(1173682+8455995)*51\%+8355153]*25\%$ 約為 3,290,000 人。

本研究的前提假設為頻寬、雲端技術以及掃描技術均已經成熟，掃描技術成熟至可得知食物內容物以及份量大小，便於雲端進行計算熱量。

二、動機

由於我們組員裡有幾位同學很重視熱量，平時都有持續在做熱量的控制，可是常常在外面的食物都不標明熱量，尤其在逢甲夜市有很多小吃，免不了會不知不覺過量，也不清楚食物到底有多少卡路里，或者必須要自己查詢，不能即時的得知食物的營養卡路里訊息；本學期修創新管理，需要想出一個創新產品，因為平時有這樣的困擾，也有對食物卡路里控制的需求，於是決定往熱量檢測的方向走，雖然資訊發達，食物熱量可以在網路、書籍找到，但是缺乏即時性，認為如果將食物的資訊利用現在流行的雲端科技，以最即時的方式可以得知相關熱量訊息，除了自己可以方便使用外，也可以在現在追求健康或者在乎美麗體態，甚至於想要要求自己、監視自己一天攝取的食物卡路里及營養素的族群中獲得一大商機；另外我們也發現身邊的朋友以大多數我們認識的人中，對所謂一天該攝取的營養素及熱量的觀念並不是很清楚，因此我們認為此服務產品的推出可以同時對大眾有教育以及觀念矯正的功能，使台灣的民眾可以更加感受的健康的重要性以及健康的觀念，同時可以在國民健康上有一大幫助，減少未來醫療的社會成本。

三、S W O T 分析

S-優勢	W-劣勢
<ol style="list-style-type: none">1. 迅速得知熱量。2. 與手機結合，隨地皆可使用，方便獲得資訊。3. 結合 Internet 大資訊，更新迅速即時。	<ol style="list-style-type: none">1. 資料庫建置成本高。
O-機會	T-威脅
<ol style="list-style-type: none">1. 新興商品，消費者新鮮度高。2. 健康、養生意識抬頭。3. 手機普及、貼近生活，消費者接受度高。	<ol style="list-style-type: none">1. 替代產品。2. 進入門檻低。

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

1. 優勢 (Strengths)

- (1) 迅速得知熱量：藉由手機掃描方式，消費者取得熱量資料方便迅速。
- (2) 與手機結合：軟體無受限於空間，與手機結合的方式，消費者隨地皆可獲得資訊。
- (3) 結合 Internet 大資訊，更新迅速即時：透過手機掃描方式，將食物照片資料送至雲端資料庫中比對照片、食物項目，並透過網路回傳數據、隨時更新食品熱量資訊。

2. 劣勢 (Weaknesses)

- (1) 資料庫建置成本高：雖然建置雲端資料庫使得企業日後成本降低，減少所使用機器購買成本，但公司初期整合、蒐集資訊建立資料庫及未來持續更新資料庫所需成本高。

3. 機會 (Opportunities)

- (1) 新興商品：熱量軟體商品市面尚未發展，較易受消費者關注、引起大眾新鮮感。
- (2) 健康、養生意識抬頭：健康、樂活觀念近年日益普及，食品熱量多寡逐漸受到重視。
- (3) 手機普及、貼近生活，消費者接受度高：在人手一支手機的現代，熱量軟體的設計能更加貼近生活，易成為手機功能中不可或缺的一部份。

4. 威脅 (Threats)

- (1) 替代產品：目前市面上已有檢測食物熱量的機器，將食物放置在機器的秤盤上，機器即可測出該食物的熱量。另外，近日還有將食物拍照，然後將照片以簡訊傳給營養師，營養師就可以回覆告知該食物的熱量。
- (2) 進入門檻低：撰寫程式軟體容易被仿造，隨著知識水準愈來愈高，有越來越多的人學會撰寫程式，針對撰寫程式的過程及技巧皆熟悉操作，對於熱量軟體可以利用簡單的撰寫方式呈現、或是容易被仿造，針對於軟體撰寫這方面的進入門檻是低的，關鍵在於在內容多樣化及人性化的介面是維持核心競爭力的重點。

四、 4P 分析

(一) 產品

此熱量檢測軟體的名稱為 Body Show，主要是希望能夠替追求美麗和健康的使用者達到控制自己飲食的目標，同時也可以藉由這個機器來設計屬於自己的食譜。除此之外，使用者可以自行輸入每日最高攝取量，當掃描所吃食物時，程式會自動從設定值內扣除所輸值，提醒使用者今天還可以攝取多少卡路里，以提醒使用者不可過量，日後，還會與商家進行異業合作，藉由建立使用者個人化資料

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

庫，統計出該使用者經常吃的食物，以簡訊發送給使用者相關優惠資訊，藉此幫店家做行銷廣告，而消費者依簡訊到店家消費，還可獲得消費優惠。

產品主要為一程式軟體，將完整的食物卡路里資料庫設置於雲端運算上，使用者透過開啟系統後，利用掃描功能掃過食物外觀，立即應用人工智慧，可即時感應出食物的重量，並從資料庫中快速比對其種類，顯示於螢幕，而資料庫內容會時常更新，以提供使用者最迅速最正確的食物卡路里資訊。

(二)價格

與電信業者簽定合約，將軟體提供給業者讓業者將軟體直接裝置於手機應用程式中，並提供一個月的免費試用期，讓使用者體驗，一個月之後，使用者若要繼續使用就要開始付費，根據後面的問卷調查顯示，消費者傾向於使用一次收取費用 NT\$2，而若選擇使用月租費的話，則是 NT\$150/月，而此費用可以扣抵通話費，與電信業者分帳，越多顧客使用利潤也會跟著越多。

(三)通路

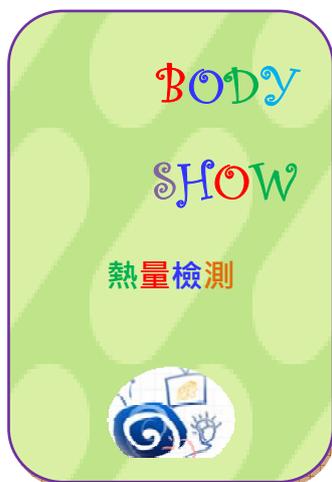
產品本身的形態是無形，所以我們想利用手機做為使用程式的介面，因此我們必須跟電信業者合作，透過他們提供給顧客。

(四)推廣

1. 網路搜尋引擎界面上的小廣告：由於現在每個人的首頁大都是搜尋引擎的介面，那透過最多人觀看的奇摩來舉例，根據網路調查公司的資料顯示，Yahoo! 奇摩擁有下列五大優勢：
 - (1) 全台最高網站到達率 96.12%：每 10 名網友，就有 9 名使用 Yahoo! 奇摩。
 - (2) 全台最多人使用的搜尋引擎：每 10 名網友，就有 9 名使用 Yahoo! 奇摩的搜尋引擎。
 - (3) 全台領先報紙閱讀率的媒體：平均約 10 名讀者中，就有 6 名會習慣在 Yahoo! 奇摩閱讀新聞資訊。
 - (4) 全台網路與周刊期刊到達率比較中：約 10 名讀者中，就有 6 名會習慣在 Yahoo! 奇摩搜尋相關資訊。
 - (5) 全台媒體綜合分析裡，準確性、資訊反應時效、評量性等項目，Yahoo! 奇摩的評等遠優於其他媒體。由此可知，搜尋引擎是使用者最常接觸到的，引此也最容易被注意到，在此打廣告可以達到最高效益。
2. 部落格行銷：目前網路傳播十分快速，尤其是部落格的影响力更是無遠弗屆，透過一些部落客的討論及推薦，大家反而會去注意到，因為感覺真實性較高而不是單純的商業推銷行為，會讓消費者比較願意去嘗試並相信。
3. 形象廣告：做出一支屬於介紹這個程式軟體的功能，透過影像的解釋，會讓消費者覺得比單純的文字說明或圖片更可以清楚我們想表達什麼，進而去引發他們的興趣。
4. 海報：由於影像傳波的確相當快速，但是還是可能會有些消費者平常不會注意到影像資訊的推銷，這時可以用平面的海報方式，與電信公司合作，在其營業部外部公布欄張貼海報，讓更多消費者注意到這項產品。

五、產品介紹

1. 軟體示意圖



圖一《開啓畫面》



圖二《內容選擇》



圖三《啓動掃描》



圖四《熱量顯示》



圖五《今日熱量累計》



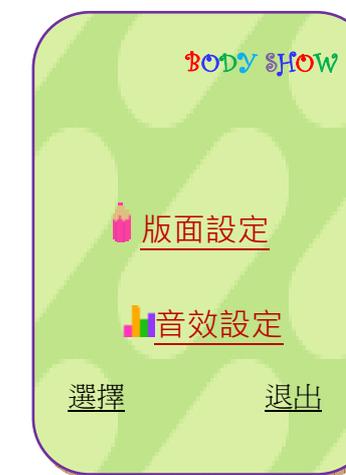
圖六《即時熱量建議》



圖七《專屬營養師》



圖八《好康優惠資訊》



圖九《軟體設定》

2. Logo



LOGO 主要傳達的概念為，我們所經營的事業為科技資訊的服務，滑鼠為了起司戰勝蝸牛，沒有被蝸牛拉著跑，想訴說的是，現在資訊更替很快，尤其我們所提供的是熱量回傳，代表我們不像蝸牛動作緩慢，本公司服務會在最快的時間內做到最即時的資訊回傳以及資料的更新，強調所有資料都以最即時的方式，不怠慢的為民眾做更新，並且拒絕當資訊服務業裡的山頂洞人！而起司好比我們想為民眾做最好服務的欲望，滑鼠代表本公司，此欲望讓我們公司拒絕任何一分一毫的怠惰，就是要為顧客提供最好最有效率的服務，不斷的追求進步，不斷的尋求更佳的服務型態，為的就是讓客戶感受到我們的用心，即使是非常少的收費，我們都要達到顧客價值至高無上的服務信念。

3. Slogan

簡單 S000 EASY，創新此項產品是因為現代人追求美麗，而且非常重視每日所需攝取的卡路里量，所以我們創新一個與手機結合的食物熱量軟體，讓使用者方便得知食物所含的熱量，因為使用方便又能藉此控制體態，所以基於上述理念，我們的 Slogan 為”簡單 S000 EASY“。

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

六、STP

S(市場區隔)

我們用行為變數中的追求利益和使用者的習慣偏好來劃分市場，針對有心想控制每日攝取熱量而達成良好的體態與健康的市場族群，使用者可以藉由本產品得到熱量資訊及限定一天中所能攝取的卡路里，來控制自己一天所攝取的熱量。

T(目標市場)

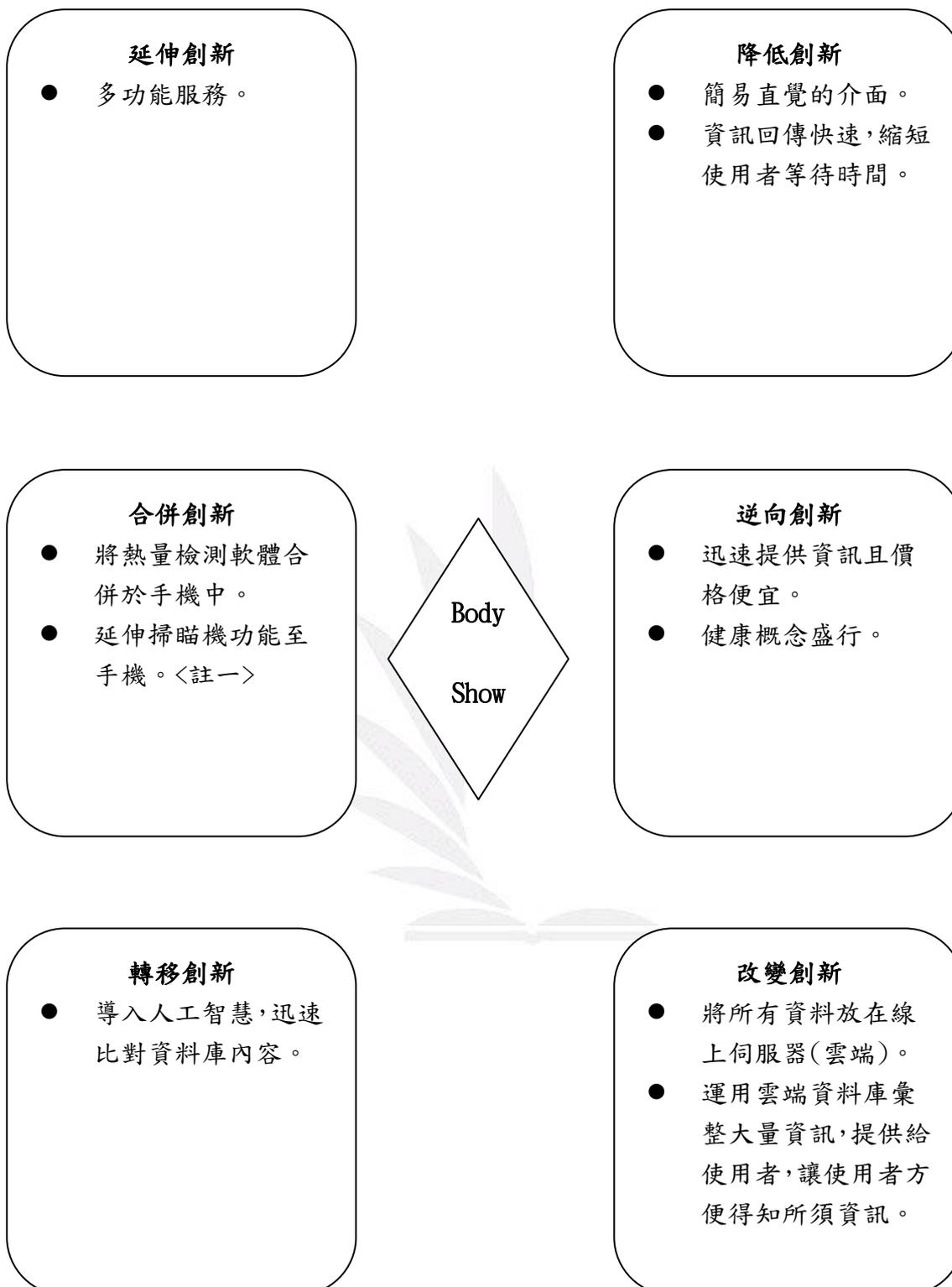
主要針對愛美人士及注重健康的族群為主，由於他們會比較在意每天所攝取的食物卡路里，倘若我們這個手機網路服務能夠即時提供他們資訊，對他們控管自己飲食方面很有幫助，同時又能建立屬於自己專屬資料庫和食譜，能讓使用者在管理上更方便。

P(定位)

即時飲食控制；透過 AI 的導入，讓愛美及注重健康體態的消費者，只要對食物掃描，透過網路開啟本軟體，利用雲端科技，即可隨時隨地做飲食控制，同時為消費者建入資料庫，能即時為消費者提供平日偏好飲食相關訊息，同時記錄並設定使用者該日應攝取卡路里，作為使用者在飲食控制，進食警惕。



七、六項創新運用架構



1 此掃瞄功能指的是一未實際研發的掃描功能,此掃瞄功能可直接掃描食物,從中得知食物組成的質量和重量的數據,並且不會破壞食物本身的營養素及對人體產生傷害的功能。

Body Show 的六項創新運用架構分析詳細內容

創新行動	細項	說明
延伸創新	多功能服務。	<ul style="list-style-type: none"> ● 與食品類廠商或是知名的連鎖餐廳合作，提供給顧客產品優惠訊息。 ● 提醒顧客的飲食習慣狀況。 <ul style="list-style-type: none"> A. 卡路里攝取量 B. 可以提醒使用者哪方面的營養素需要再多攝取或是過量，並提供使用者在缺乏的部分，能夠附加說明哪些食物可以補充這類營養素，讓使用者更快速得知如何改善本身飲食，同時也因為和許多廠商異業合作，可順勢提供相關產品的廠商優惠訊息，讓使用者不但可以立刻了解哪裡可以購買外，又能夠以優惠的價格購入，讓使用者在使用上感覺相當輕鬆且方便。
合併創新	將熱量檢測軟體合併於手機中。	<ul style="list-style-type: none"> ● 以往手機和檢測食物的熱量機是個別獨立的，現在我們將熱量檢測軟體合併於手機中，將兩機合為一機中，讓使用者不必多攜帶熱量機，就可以得知熱量資訊。
	延伸掃描機功能至手機。	<ul style="list-style-type: none"> ● 我們將掃描機的功能延伸運用到手機上面，因為掃描機可以讓使用者在測食物時，能夠更精確的得知食物的熱含量，方便雲端計算食物熱量。
轉移創新	導入人工智慧，迅速比對資料庫內容。	<ul style="list-style-type: none"> ● 目前AI的應用屬科技產業及工業較多，而利用AI的導入，成為整個軟體運作的一環，將其設置於雲端技術的第一個資料處理運作，待處理資料(食物)可藉由手機掃描後進入AI運算資料，可得知預測得食物總熱量所需要的重量，經過一連串快速比對運算出熱量後，再將資訊回傳至使用者手機，其中主要訴求的即是有別於照片的模式，可能無法精確比對運算，並且系統可能花比較多時間在分析照片與資料庫裡資料的分辨，因此直接導入AI，透過AI的運作可更快速且精確的將資訊回傳給顧客。
降低創新	簡易直覺的介面。	<ul style="list-style-type: none"> ● 介面採取較簡易的操作方式，將所有功能都簡化，能在最簡單的幾個步驟下民眾就可移達到他們想要執行的功能，如此一來，不僅可以降低對民眾的教學時間，也可以較容易傳達軟體簡潔快速的理念，而民眾也可以降低學習成本，比較不排斥使用簡單且易操作的介面。

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

降低創新	資訊回傳快速，縮短使用者等待時間。	<ul style="list-style-type: none"> ● 本作業流程的概念是將資料庫建置於雲端技術，所有的流程都透過通訊、電腦、網路科技傳送，置入AI比對資料，有別於以建置在手機裡的資料必須經過使用者查詢後，再做食物總熱量的運算，或者將照片傳輸至另一電腦，讓營養師分析再回傳，這一類的模式都會讓民眾等候時間拉長，理由在於透過營養師及時的運算，使用者必須先拍照，傳輸照片至遠端處理器給營養師，待營養師收到後再為照片裡的食物分析熱量，其中有可能包括質量的誤差，並且經過營養師運算再回傳資訊相較於我們將資料及AI都放在雲端技術上，直接透過一系列的電腦運作，以所需的最短時間做好資料彙整，回傳資訊給顧客，需耗較多時間。
逆向創新	迅速提供資訊且價格便宜。	<ul style="list-style-type: none"> ● 我們由於可以快速的提供服務，給予顧客滿意的感受之外，我們卻是走高貴不貴的路線，以次數來計算，而單次消費金額是很便宜的，讓顧客在使用上除了感到滿意又會覺得經濟實惠。
	健康概念盛行。	<ul style="list-style-type: none"> ● 一開始這個系統只是希望可以提供瘦身、愛美的人士一個更方便的選擇，但是經由現代人生活繁忙，健康亮紅燈後，逐漸對健康感到重視，因此我們期待追求健康的客群，也可以在使用過我們產品後，感到滿足和獲得最大效益。
改變創新	將所有資料放在線上伺服器(雲端)。	<ul style="list-style-type: none"> ● 有別以往的手機內建軟體的資料庫，是將資料庫建置於手機中，這樣佔據手機中的記憶體空間，且資訊無法更新，而我們是將所有的資料放在雲端上，不僅不會佔據空間，也可以更新資訊。
	運用雲端資料庫彙整大量資訊，提供給使用者，讓使用者方便得知所須資訊。	<ul style="list-style-type: none"> ● 我們透過雲端資料庫來彙整大量的資訊，諸如：各種食物的熱量、優惠店家的資訊、使用者應該多攝取何種食物等等，快速的提供給使用者，讓使用者可以更方便的得知所須要的資訊。

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

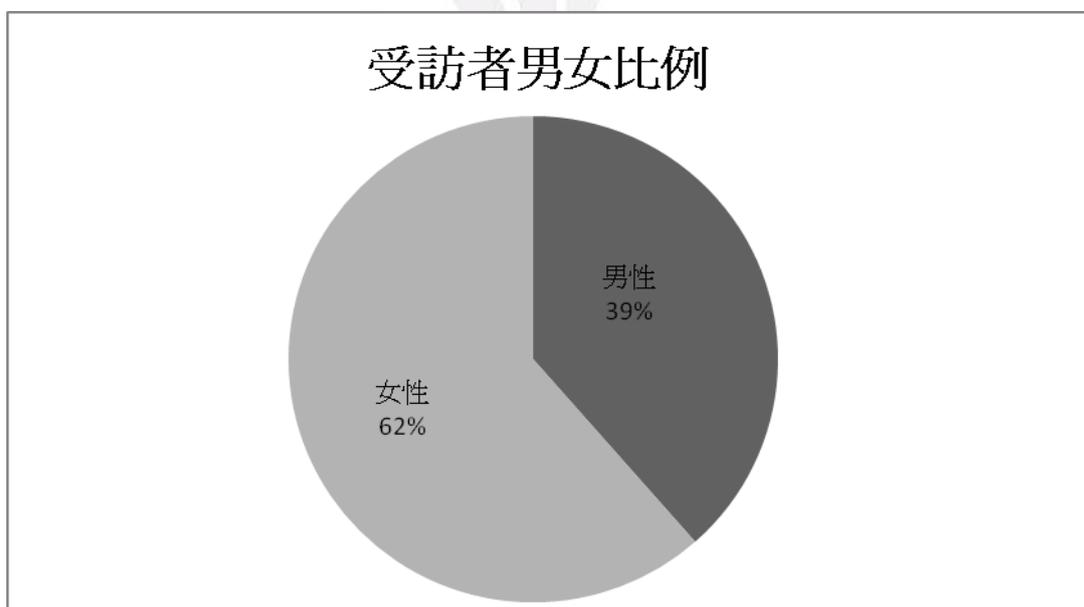
八、市場調查與分析

次數分配表

本調查回收問卷數共 66 份而有效問卷共 65 份，其中受訪男性 25 位；女性 40 位，平均年齡約 16 歲到 25 歲，受訪者每月平均可支配支出大多數落在 6 千元左右；對於此服務費用的選擇，受訪者多因消費心理作用，希望費用愈便宜越好，因此大多數落在 150/月，2 元/次最低的價格。

		性別			
		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	男	25	38.5	38.5	38.5
	女	40	61.5	61.5	100.0
	總和	65	100.0	100.0	

65 份有效問卷中，男性占 38.5%，女性占 61.5%，這份問卷調查多以女大學生為多數，因此較不客觀。

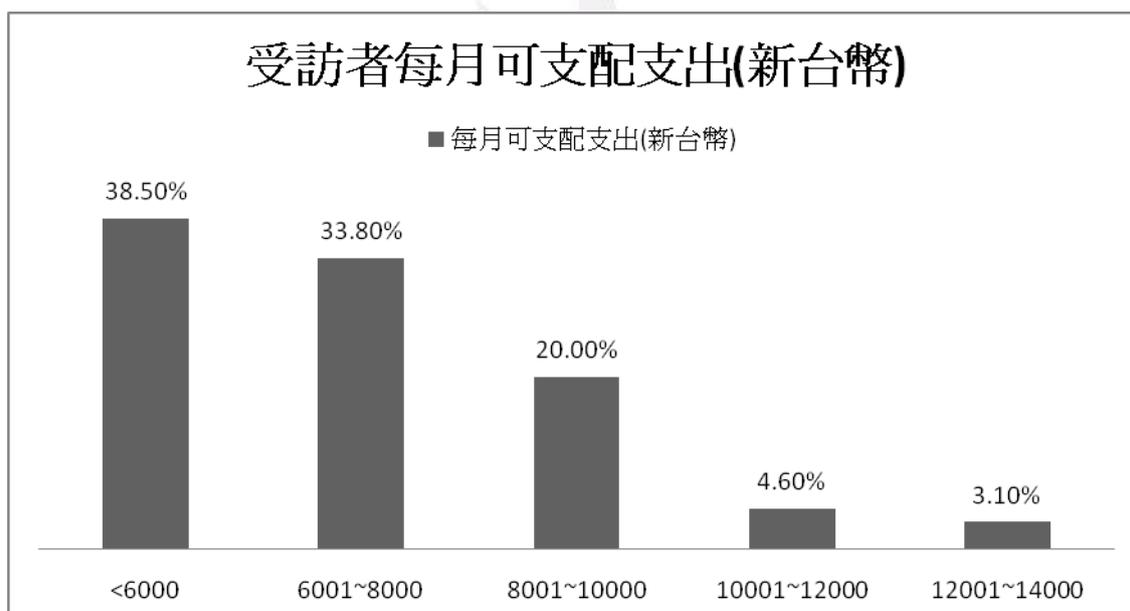


(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

每月可支配支出

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 <6000	25	38.5	38.5	38.5
6001~8000	22	33.8	33.8	72.3
8001~10000	13	20.0	20.0	92.3
1001~12000	3	4.6	4.6	96.9
12001~14000	2	3.1	3.1	100.0
總和	65	100.0	100.0	

上述調查發現，因受訪者身分多為大學生，有 38.5% 的學生所得收入不多，每月可支配的支出約六千塊錢以下，而另外有 33.8% 的學生在六千至八千左右，四分之一的學生落在八千元以上。

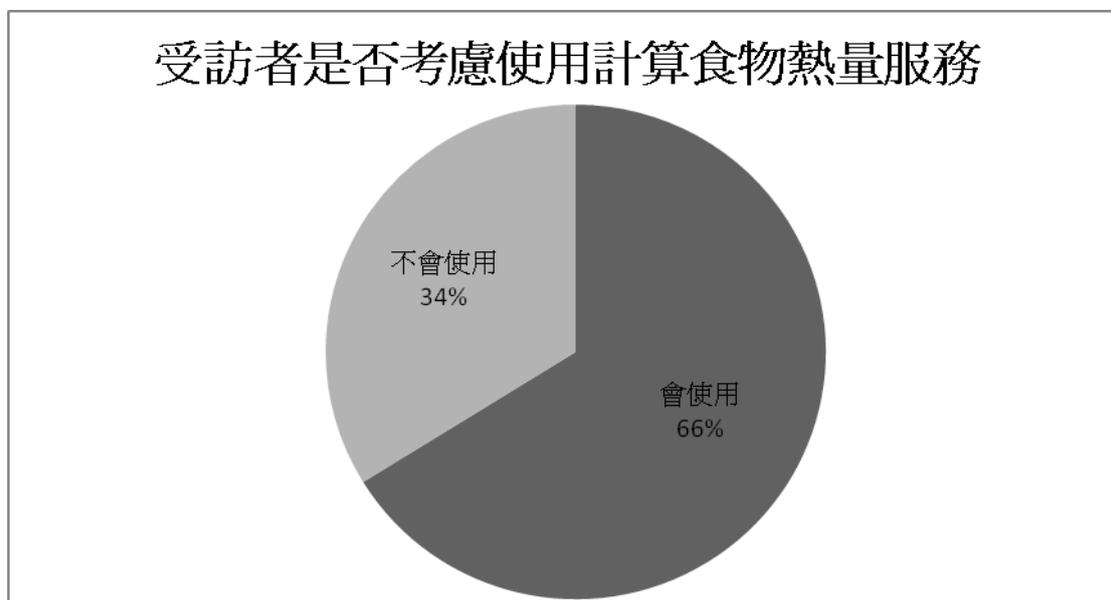


(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

假如您手機有自動計算食物熱量的服務功能您會考慮使用嗎？

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 會	43	66.2	66.2	66.2
不會	22	33.8	33.8	100.0
總和	65	100.0	100.0	

這份調查發現約有超過半數的受訪者對於每日應攝取熱量多寡之觀念相當模糊，但為了健康著想的受訪者都願意試用看看這項服務。



(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

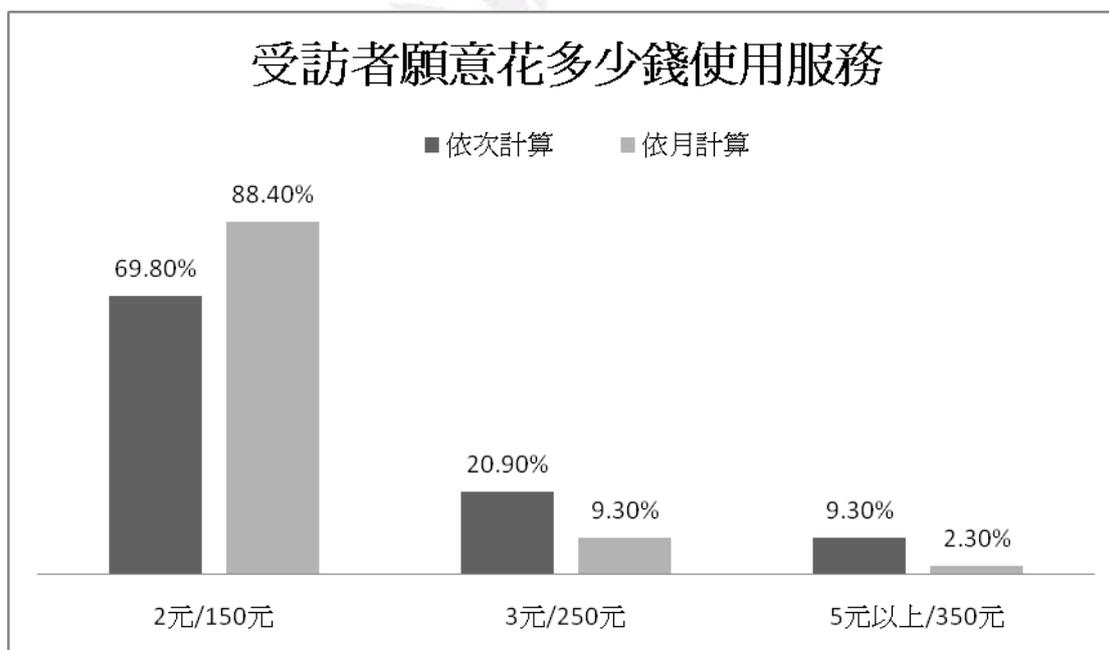
您願意花多少錢使用服務依次計算

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	2元	30	46.2	69.8	69.8
	3元	9	13.8	20.9	90.7
	5元以上	4	6.2	9.3	100.0
	總和	43	66.2	100.0	

您願意花多少錢使用服務依月計算

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	150元	38	58.5	88.4	88.4
	250元	4	6.2	9.3	97.7
	350元	1	1.5	2.3	100.0
	總和	43	66.2	100.0	

對於使用此服務費用的選擇，以次計費中 2 元費用占 69.8%，而以月計費以 150 元占 88.4%，大多因消費者心理作用，希望費用愈便宜越好，因此大多數落在 150/月，2 元/次最低的價格。



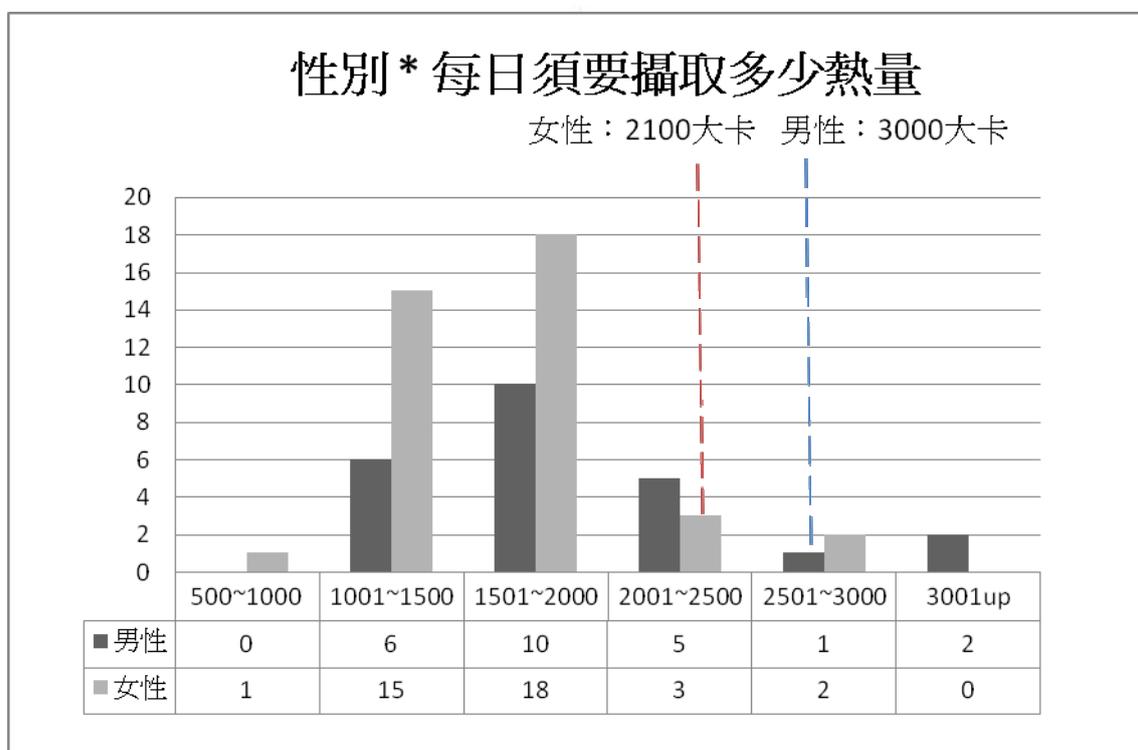
(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

交叉表

性別 * 您知道您每日須要攝取多少熱量嗎 交叉表

		您知道您每日須要攝取多少熱量嗎						總和
		500~1000卡	1001~1500卡	1501~2000卡	2001~2500卡	2501~3000卡	3001卡以上	
性別	男	0	6	10	5	1	2	24
	女	1	15	18	3	2	0	39
總和		1	21	28	8	3	2	63

上述統計調查發現約有超過半數的受訪者對於每日應攝取熱量多寡之觀念不正確。正確的女性每日應攝取 2100 大卡，男性每日應攝取 3000 大卡。



男女每天所需建議熱量											
年齡	1	2-3	4-6	7-9	10-12	13-15	16-18	19-24	25-49	50-74	75
男性	1100	1300	1800	2200	2500	2800	3200	3000	2700	2300	2000
女性	1100	1300	1800	1900	2200	2200	2100	2100	1900	1800	1700

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

性別 * 假如您手機有自動計算食物熱量的服務功能您會考慮使用嗎 交叉表

	假如您手機有自動計算食物熱量的服務功能您會考慮使用嗎		總和
	會	不會	
性 男	12	13	25
別 女	31	9	40
總和	43	22	65

上述調查統計發現，女性有較高意願使用手機檢測熱量服務，而男性則是約一半的人願意嘗試使用。

您為什麼想使用計算食物熱量手機服務*性別 交叉表

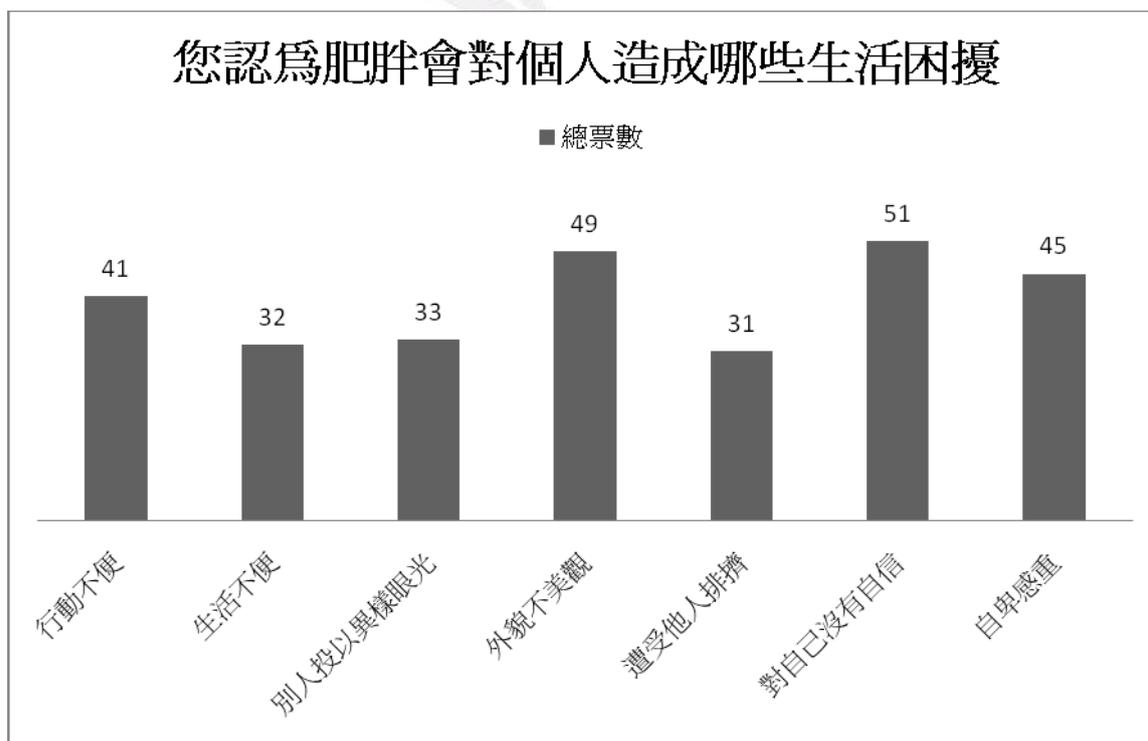
		性別		總和	排名
		男	女		
您為什麼想使用計算食物熱量手機服務_方便使用	.00	11	33	34	3
	1.00	1	8	9	
您為什麼想使用計算食物熱量手機服務_了解攝取熱量多寡	.00	5	8	13	1
	1.00	7	23	30	
您為什麼想使用計算食物熱量手機服務_減肥	.00	8	13	21	2
	1.00	4	18	22	
您為什麼想使用計算食物熱量手機服務_想達到飲食均衡	.00	2	19	21	2
	1.00	10	12	22	
您為什麼想使用計算食物熱量手機服務_其他	.00	12	31	43	

多數受訪者想使用此項功能多為想了解本身攝取熱量多少總得票數 30 票，並且對健康相當注重，若能達到減肥更是最好的附加價值因此總得票數 22 票。

您認為肥胖會對個人造成哪些生活困擾嗎*性別

		性別		總和	排名
		男	女		
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_行動不便	.00	6	18	24	4
	1.00	19	22	41	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_生活不便	.00	11	22	33	6
	1.00	14	18	32	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_別人投以異樣眼光	.00	15	17	32	5
	1.00	10	23	33	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_外貌不美觀	.00	8	8	16	2
	1.00	17	32	49	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_遭受他人排擠	.00	13	21	34	7
	1.00	12	19	31	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_對自己沒有自信	.00	10	4	14	1
	1.00	15	36	51	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_自卑感重	.00	13	7	20	3
	1.00	12	33	45	
您認為肥胖會對個人造成哪些生活 困擾嗎_其他	.00	24	36	60	8
	1.00	1	4	5	

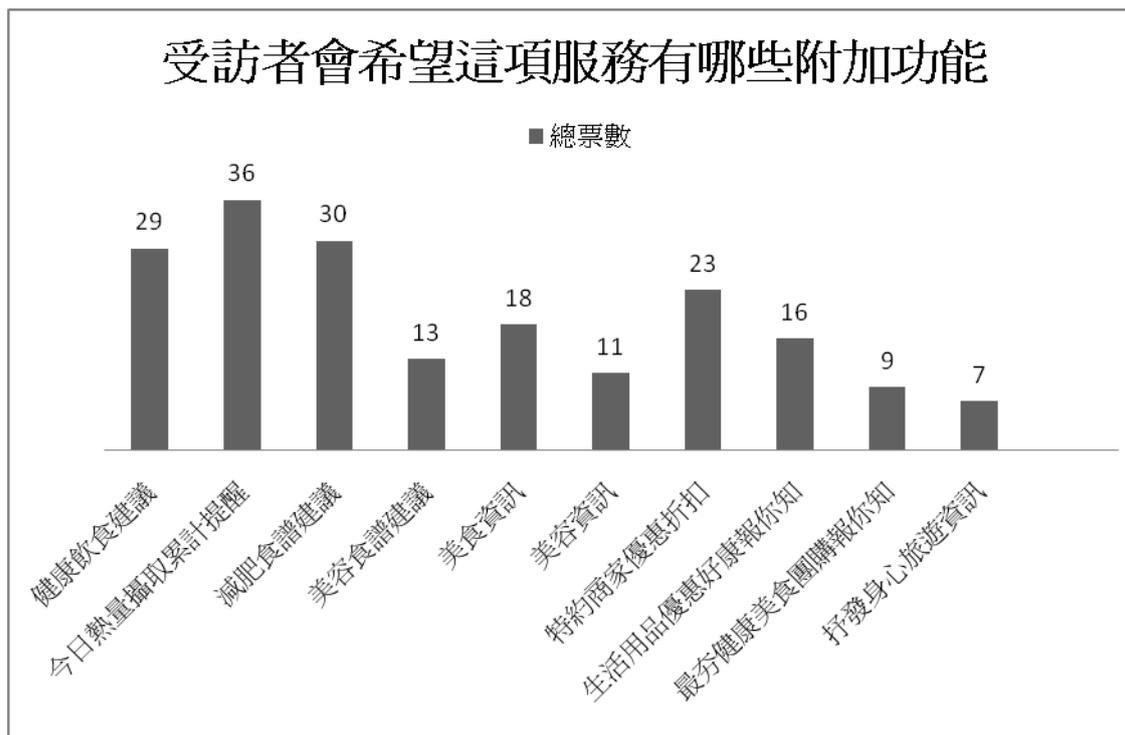
從上述調查發現，發現受訪者認為肥胖對自己的影響非常大，前三名為對自己沒有自信 51 票、外貌不美觀 49 票、自卑感重 45 票，經過分析發現這些因素都深深影響個人的形象外表及內心。



(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

您會希望這項服務有哪些附加功能*性別

		性別		總和	排名
		男	女		
您會希望這項服務有哪些附加功能_健康飲食建議	.00	3	11	14	3
	1.00	9	20	29	
您會希望這項服務有哪些附加功能_今日熱量攝取累計提醒	.00	1	6	7	1
	1.00	11	25	36	
您會希望這項服務有哪些附加功能_減肥食譜建議	.00	9	4	13	2
	1.00	3	27	30	
您會希望這項服務有哪些附加功能_美容食譜建議	.00	12	18	30	7
	1.00	0	13	13	
您會希望這項服務有哪些附加功能_美食資訊	.00	6	19	25	5
	1.00	6	12	18	
您會希望這項服務有哪些附加功能_美容資訊	.00	12	20	32	8
	1.00	0	11	11	
您會希望這項服務有哪些附加功能_特約商家優惠折扣	.00	9	11	20	4
	1.00	3	20	23	
您會希望這項服務有哪些附加功能_生活用品優惠好康報你知	.00	9	18	27	6
	1.00	3	13	16	
您會希望這項服務有哪些附加功能_最夯健康美食團購報你知	.00	12	22	34	9
	1.00	0	9	9	
您會希望這項服務有哪些附加功能_抒發身心旅遊資訊	.00	9	27	36	10
	1.00	3	4	7	
您會希望這項服務有哪些附加功能_其他	.00	12	31	43	
	1.00	0	0	0	



小結：

本調查回收問卷數共 66 份而有效問卷共 65 份，其中受訪男性 25 位；女性 40 位，平均年齡約 16 歲到 25 歲之間，根據上述統計調查發現約有超過半數的受訪者對於每日應攝取熱量多寡之觀念相當模糊，雖沒有此觀念但對於健康想法卻有一定的堅持。透過問卷調查方式發現受訪者認為肥胖所造成的困擾相當大，因此約有三分之二的受訪者願意使用自動計算食物熱量服務，並且對於此服務費用所能接受的價格為 NT\$150/月，這樣的收費價格也將不造成受訪者經濟上的負擔，他們認為平均每天花費 NT\$5 可以簡單又方便清楚明瞭每餐攝取熱量多寡，因此對於這項服務具有相當大的興趣與期待。

九、結論

隨著知識水準的提高，使健康意識的抬頭，有越來越多的消費者體會到追求健康的重要性，消費者都紛紛開始重視自己所攝取的食物是否健康及均衡營養，隨著這日漸重視的議題，我們提供更方便、迅速、多樣化的熱量檢測服務及功能，我們希望透過 body show，大家都可以 sooo easy。

由問卷的調查調查統計我們得知：女性有超過一半的人願意使用此服務，而男性則是約一半的人願意嘗試使用，我們重視消費者對於熱量檢測軟體的興趣以及期待，在未來我們會及時做功能和內容的更新，研發更人性化的介面和更貼近生活的新功能，讓喜愛我們軟體的消費者有更經濟實惠的感受，也期待著：BODY SHOW 深入您的生活，也深入您的心。

十、本組成員個人心得分享

企三乙 林依蓉 D9646259

在還沒上課之前，我以為創新管理只是一般的管理課程，沒想到老師卻是要我們分組，並且天馬行空的想出一個產品做我們這一學期創新管理報告的主題，這是第一次要實際的想東西並去實行，讓我覺得非常有趣，一開始每個人都天馬行空想了很多產品，後來經過小組討論後，決定做我所提議的食物熱量檢測軟體，由於剛開始每個人討論的時間很不一致，加上對題目的定義很不明確，導致有時候組員們誤會一些定義，但是，經過一次又一次的討論、修正，過程雖然很繁複，不過最後我們還是一起完成這一份有趣的創新管理報告。這其中要感謝許多人，無論是幫忙填寫問卷的同學、還是幫忙後製影片的同學，要是沒有他們的幫忙，這一份報告也沒有辦法如期的完成。透過這一門課，讓我了解到，創意是人人都有的，但是要如何讓創意形成一個創新的商品，這其中的過程是要經過很多努力及步驟，要是無法好好的表達出來，那創意也許就成不了創新產品，此外，透過這一份報告，也讓我學習到很多東西，像是六項創新架構要如何運用以及如何使用 SPSS 軟體來統整問卷資料，相信這次所學的知識，在日後能夠學以致用，也希望以後能夠有機會再上這一類的課程。

企三乙 張芳萍 D9678575

原本抱著即將接挑戰許多困難和可能會很辛苦的心態來上創新管理這一堂課，但實際開始上這一堂課後其實也接觸到過往企管系上所修的課不一樣的東西，感覺上這堂課多了實體上的接觸，例如每一條新聞都可能成為我們的教材，並且我們也實際採取行動創造一個可能大家沒有想過的一個商業模式。這份報告的過程中，原本沒有預期來的順利，除了組員減少外，我們在不是很熟悉的狀態下，一直在於選題方面的猶豫不決，造成我們一開始浪費很多時間，後來大家都認同的情況下，我們全心去做我們表決出的題材，其實我發現，或許一開始我偏好的不是原本這一項題材，在我的習慣中，雖然我很在意熱量，但同時我也屬於比較瞭解熱量的人，以自己本身來思考，而否認了這一項商機；經過我們組員不斷的知識交流與討論後，我了解我們的商業模式其實有絕大部分的人或許在生活上渴望這項服務的，由這一堂課我學到的是在我們學商業的過程中，其實有很多時候創造出的東西不見得是本身認為需要的或者人類所需要的，好比有人曾經說過，許多產品根本不是人類生存所需的，但這些產品依舊能再三的創下歷史上的佳績，因此，一個市場是否有商機有潛力並非一個人的社會認知而決定，其實很多專案或被提出的概念都需要去投入並且了解才能為自己找出更多的機會，而在學習的過程，我們也學習了不斷創造人類的需求，是也一種重要的商業思維。

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

企三乙 陳彥璇 D9678784

首次挑戰大家一起想出一個東西去實際推行，覺得相當有趣，一開始天馬行空的想一堆想法，到最後選出一個最適合實行的，這過程也歷經很多次不斷的討論跟修正，一直到最後的基本原型出來，同時這個報告也很感謝很多人的協助，除了組員一同的努力外，不管是幫我們填寫問卷，還是最後幫我們剪輯廣告的同學，都很感謝他們的幫忙，才可以使報告順利產生。這個產品的想法相信以後要出現絕對不是夢想，因為科技日新月異，變化的速度是非常快的，只要能夠快速掃描出食物的重量跟熱含量，這個軟體應該不久後就能問世，其實創新真的只是一個創意的產生，創意可能人人都有，但是如何讓他變成商機，這中間的轉換過程是需要很多努力的，也有可能有些創意並不能成為創新的東西，因此我們所做的這些分析跟問卷調查都能夠去幫助我們去評估，去探究成功的可能性有多少，也能夠經由這些分析去補足我們缺少的部分，經過這一次的訓練後，對於創新的步驟不再懵懵懂懂，相信對於以後不論是在創業或是工作上都會有很大的幫助。

企三乙 陳瑩婕 D9795452

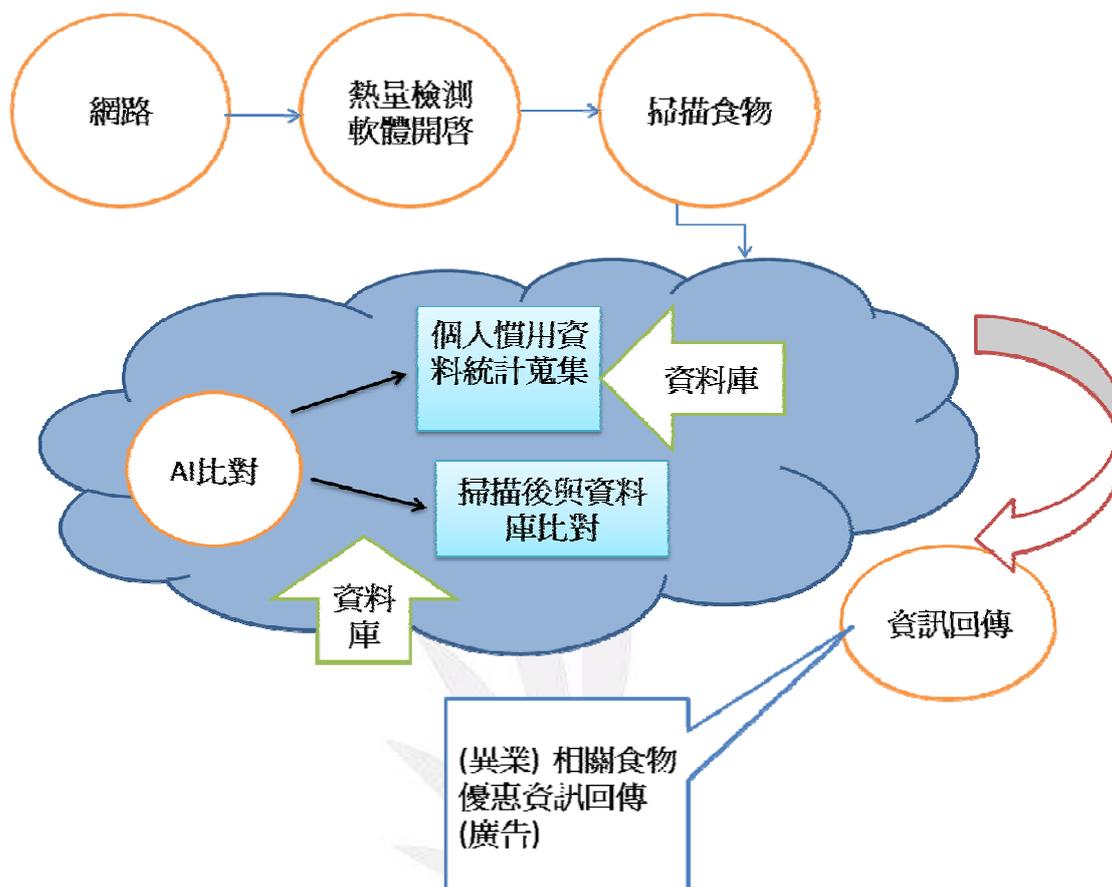
我覺得這樣的課程太棒、太自由了，可以充分發揮學生的創意及想法，又可以從中學到創新的步驟及思考邏輯，不只是在這課程運用這些方法，在平常生活中也要持續且用力的以正向、逆向、跳躍、顛覆的思考邏輯創造更美好的生活。雖然我一開始提議的創新主題(馬桶結合洗衣機)沒被採納，但我相信總有一天這樣的新奇誇張的產品一定會上市的，哈哈。其實我發現報告內容還蠻多的，還好我們有遵循老師的步驟，報告才得以順利完成，平常花時間準備一點是有效的。

企三乙 蔡宜蓁 D9795967

在做這份報告之前，認為創意發想是很簡單的，但從開始討論產品實體後，發現其實是不簡單的，天馬行空的創意想法很容易，但是要實際規劃出可行的東西其實並不簡單，還有產品的名稱和軟體的內容我們小組也都討論了很多次，怎麼把一個虛有的東西用圖示的方式模擬出來也都要費一番的功夫呀。這一學期的這份報告，雖然每兩、三個禮拜就有一次新的進度，每次報告完畢也都要匯整大家提供的意見，經過了很多次的討論，也學到了很多新的東西，整體而言，覺得很有趣也很有成就感！

附錄

附 1



食物熱量檢測軟體係由與手機業者合作，將軟體導入手機，或者提供使用者可以上網直接下載軟體，藉由手機可執行上網的方式，開啟熱量軟體檢測，以掃描方式將欲食用的食物掃描，執行同時，透過人工智慧導入，可以測出食物不論是固體或者是液體的重量，與照片一起透過雲端技術的資料中比對，計算出熱量，並回傳給使用者。在雲端運算中，計算熱量及圖片比對的同時，我們也將統計消費者較常食用或者偏好食物，此資料進入資料庫，同時進行異業合作，以及提供廠商廣告的功能，在回傳熱量給使用者同時，根據資料庫統計，將使用者平時較缺乏的營養素回傳，並且建議可以多食用可補充其缺乏的營養素食物，另外我們也將異業合作的相關使用者偏好食物提供訊息，此訊息大致為相關偏好食物的優惠訊息等，另也提供廣告商合作，同時與回傳熱量一起回傳廣告訊息。

附2 計算食物熱量手機服務開發之研究

問卷編號_____調查日期_____調查地點_____調查員_____

同學您好：

我們是逢甲大學企業管理系的學生，這是一份研究「計算食物熱量手機服務開發之研究」的問卷，想了解您對於計算食物熱量的營養概念需求，此為「創新管理」課程之期末報告，僅做為學術研究之用，請您安心填答！

由於您的協助，將使本調查得以順利完成，誠摯感謝您配合填卷，祝您使用愉快。

逢甲大學企業管理學系

指導教授：鄭孟育

學生：張芳萍、陳彥璇

林依蓉、陳瑩婕

蔡宜蓁

壹、基本資料

一、性別：

1. 男

2. 女

二、年齡：

1. 15歲以下

2. 16~20歲

3. 21~25歲

4. 26~30歲

5. 31~40歲

6. 41歲以上

三、職業：

1. 經商

2. 製造/供應商

3. 服務

4. 學生

5. 家管

6. 資訊

7. 待業中

8. 其他_____

四、教育程度：

1. 國小

2. 國中

3. 高中

4. 大學

5. 碩士

6. 博士

五、每月可支配支出：

1. 6,000元以下

2. 6,001~8,000元

3. 8,001~10,000元

4. 10,001~12,000元

5. 12,001~14,000元

6. 14,001~16,000元

7. 16,001~18,000元

8. 18,001元以上

六、每月電信支出：

1. 200元以下

2. 201~500元

3. 501~1,000元

4. 1,001~1,500元

5. 1,501~2,500元

6. 2,501~3,500元

7. 3,501~5,000元

8. 5,001元以上

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

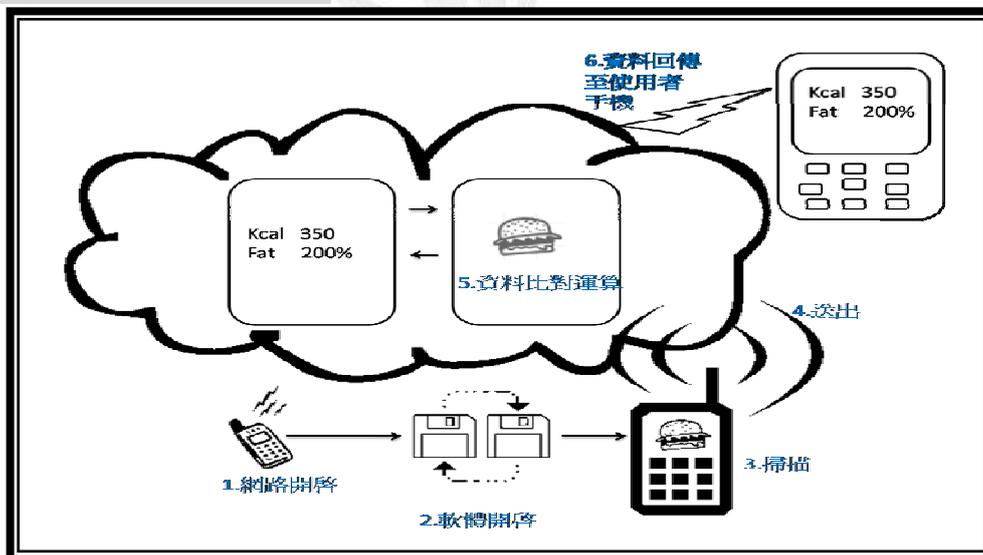
貳、手機使用狀況調查

1. 目前手上有幾支門號手機？
1 支 2 支 3 支 4 支以上
2. 您目前手機的廠牌?可複選
NOKIA Sony Ericsson LG SAMSUNG Sharp MOTO
Apple HTC Panasonic BlackBerry 黑莓機 其他 _____

參、健康概念

1. 您平時是否會計算三餐攝取的熱量嗎？
是 否
2. 您知道您每日須要攝取多少熱量嗎？
500~1000 大卡 1001~1500 大卡 1501~2000 大卡
2001~2500 大卡 2501~3000 大卡 3001 大卡以上
3. 您知道肥胖會對生理造成哪些影響嗎？
血壓高 血脂高 中風 糖尿病 癌症 冠狀動脈心臟病
4. 您認為肥胖會對個人造哪些生活困擾？
行動不便 生活不便 別人投以異樣眼光 外貌不美觀
遭受他人排擠 自卑感重 對自己沒有自信 其他 _____

肆、計算食物熱量手機服務



1. 假如您手機有自動計算食物熱量服務功能，您會考慮使用嗎？
會 不會 (問卷到此結束，謝謝您的配合!)
2. 您願意花多少錢使用服務?(依次計算)
2 元 3 元 4 元 5 元以上
3. 您願意花多少錢使用服務?(依月計算)
150 元 250 元 350 元 450 元以上

(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

4. 您為什麼想使用計算食物熱量手機服務？可複選

- 方便使用 了解攝取熱量多寡 減肥 想達到飲食均衡
其他_____

5. 您會希望這項服務有哪些附加功能？可複選

- 健康飲食建議 今日熱量攝取累計提醒 減肥食譜建議
美容食譜建議 地區美食排行榜 美食資訊 美容資訊
特約商家優惠折扣 生活用品優惠好康報你知
最夯健康美食團購報你知 抒發身心旅遊資訊
其他_____

問卷到此結束，謝謝你的配合 謝謝!



(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

附3 DM 設計



(熱量檢測結合智慧型手機之商業模式(Body Show))

附 4 工作分配表

姓名	工作分配
林依蓉	背景描述、STP、六項創新架構、問卷發放、問卷資料統整、廣告、書面整理
張芳萍	動機、STP、六項創新架構、Logo 設計、問卷發放、DM 設計、廣告製作 PPT
陳彥璇	4P、STP、六項創新架構、問卷發放、廣告
陳瑩婕	4P、介面設計、問卷設計、問卷資料分析、問卷發放、廣告
蔡宜蓁	SWOT、介面設計、問卷設計、結論、問卷發放、廣告

參考文獻

1. http://tw.dir.yahoo.com/doc/express/express_stats.html#2
2. <http://dailynews.sina.com/bg/news/heh/chinesedaily/20100308/05401248676.html>
3. <http://zh.wikipedia.org/zh/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%BA%BA%E5%8F%A3>
4. <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=51138>
5. <http://www.communications.com.tw/upfiles/2009%E5%B9%B4%E7%AC%AC%E4%B8%89%E5%AD%A3%E6%88%91%E5%9C%8B%E8%A1%8C%E5%8B%95%E4%B8%8A%E7%B6%B2%E8%A7%80%E6%B8%AC.pdf>