

投稿類別：商業類

篇名：

Gogoro 時尚環保小玩家-消費者滿意度分析

作者：

廖珮婕。景文高中。管二 1 班

高藝瑄。景文高中。管二 1 班

劉晉安。景文高中。管二 1 班

指導老師：

葉淑玲

壹、前言

一、研究動機

近十多年來，地球暖化和空氣污染的問題日益嚴重，對於人類生活產生極大的負面影響，世界各國因此十分重視環保節能的議題。在追求科技進步的同時，如何才能以實際行動保護地球，創造環境保護和科技發展『雙贏局面』，上至領袖高峰會議、下至關心地球未來的每個人，無不絞盡腦汁、殫精竭慮，希望藉由發明環保產品，或是找到改善方法來解決此一問題。

近來 Gogoro 與電信業者搭配方案，把價錢壓低以增加消費者的購買慾望，並增加廣告曝光率，使得業績銷售量大幅成長，其行銷手法十分值得深入探討。Gogoro 以能源安全與地球永續發展的方向著手，帶領騎士「全速」向前邁進，相信電動汽機車將成為未來的主流，讓台灣發光發熱。希望藉由專題探討 Gogoro 如何突破傳統汽油機車的形式，在兼顧時尚以及環保的概念下，成功的為台灣的電動車市場闖出一片天。

二、研究目的

- (一) Gogoro 經營理念
- (二) 電動機車對環境保護、節約能源的影響
- (三) Gogoro Plus 與 E-moving plus 的比較(價格、補助款)
- (四) Gogoro 的 SWOT 分析
- (五) 由 Gogoro 消費滿意度探討未來發展的改進方向

貳、正文

一、經營理念

- (一)地球暖化的問題日益嚴重，進而注重「環保」的問題。
- (二)打造「能源網路」才是 Gogoro 最終目的，推廣強大多媒體資源平台概念。
- (三)「Gogoro」運作方式，是與用戶之間採用月租方案，不需自行充電，而是由 Gogoro 架設充電站與換電池，確保電池品質。

二、電動機車對環境保護的影響

- (一) 空氣污染對健康的危害

1. 懸浮微粒 PM2.5 對台灣的影響

細懸浮微粒對人體的影響已日漸受到重視。近年來，許多流行病理學研究已確立 PM2.5 對於健康造成影響，包括：支氣管炎、氣喘、心血管疾病、肺癌等，無論長期或短期暴露在空氣污染嚴重的環境之下，皆會提高呼吸道疾病及死亡之風險。

2. 其他廢氣汙染物對身體的影響

包括：硫氧化物、一氧化碳、二氧化氮、碳氫化合物，會造成許多呼吸道病症、腦組織缺氧，刺激眼、鼻及肺部等，長期下來導致清除廢物的功能降低、速率減慢，並且增加毒性物質在體內的停留時間，甚至根本無法清除，也導致肺癌、肺腺癌等癌症急遽攀升。

(二) 一般機車與電動機車廢氣排放量比較

表一：一般機車與電動機車廢氣排放量之比較表

都會區 排放量推估	一般機車			電動機車
	台北	台中	高雄	全國不分區
一氧化碳(噸/年)	35926	17024	29104	0
二氧化碳(噸/年)	244073	118382	240812	30
氮氧化物(噸/年)	523	262	579	0.0492
碳氫化合物(噸年)	11031	4970	7220	0.0384

資料來源：(本組自行分析)

根據表一可知，一般機車與電動機車的廢氣汙染量差別之大，像是電動機車完全不排放一氧化碳，而一般機車在這三都會區一年內就排放高達八萬兩千多噸。電動機車也有排放些許的二氧化碳，但還是遠遠不及一般機車來的多。在對人體有害物質的氮氧化物、碳氫化合物，電動機車卻排放不到一噸。這說明一般機車對環境的危害以及電動機車幾乎無汙染的情況。

三、Gogoro Plus 與 e-moving plus 的比較

(一) 價格與補助款比較

表二：價錢比較表

Gogoro 時尚環保小玩家-消費者滿意度分析

車 名		Gogoro Plus	e-moving plus
價格	售價	\$ 108,000	精緻型 \$ 66,262
	補助後	\$ 90,000 (台北市)	精緻型 \$ 44,262

資料來源：(本組自行分析)

四、SWOT 分析

表三： SWOT 分析表

		內部環境因素	優勢	劣勢
		外部環境因素		<p>S₁ 外觀具有時尚感，顏色亮麗、小巧美觀</p> <p>S₂ 相較於一般機車安靜</p> <p>S₃ 連結手機 APP 監控</p> <p>S₄ 車身客製化面板</p> <p>S₅ 網路論壇曝光率提高</p> <p>S₆ 具有新研發技術</p>
機會	<p>O₁ 政府實施購買補助</p> <p>O₂ 大眾更重視環保及噪音污染的問題</p> <p>O₃ 搭配許多方案與電信業者合作</p> <p>O₄ 未來電動車趨勢</p> <p>O₅ 原廠技術高，無替代廠商</p>	<p>S₁O₄ 環保的電動車加上亮麗的外觀是未來的趨勢。</p> <p>S₂O₂ 行駛安靜不打擾大眾生活。</p> <p>S₅O₃ 電信廣告增加媒體、網路曝光率。</p> <p>S₆O₅ 研發技術高，無替代廠商。</p>	<p>W₁O₄ 電動車趨勢讓用電量大的 Gogoro 有更多商機。</p> <p>W₂O₁ 利用補助降低價格</p> <p>W₅O₅ 因原廠技術高，不須擔心其他廠商搶商機。</p>	
威脅	<p>T₁ 其他電動機車業者降價，則銷售量會受到影響</p> <p>T₂ 發生意外事故不易維修，零件費用高</p> <p>T₃ 郊區充電站較少</p> <p>T₄ 消費者對替代品偏好高</p> <p>T₅ 對於電動機車的知識不夠清楚</p>	<p>S₁T₁ 其他業者較重視性能，Gogoro 則是性能與外表兼具，在價格上較不吃香。</p> <p>S₃T₃ 利用手機 App 可更快找到電池交換站。</p> <p>S₅T₅ 網路曝光率高，討論較多的是外表而非性能。</p>	<p>W₁T₃ 需增加郊區充電站，避免到郊區有無法充電的情況。</p> <p>W₂T₅ 價錢因素、知識缺乏，消費者較不易入手。</p> <p>W₅T₂ 由於統一廠商維修，毀損成本較高。</p>	

資料來源：(本組自行分析)

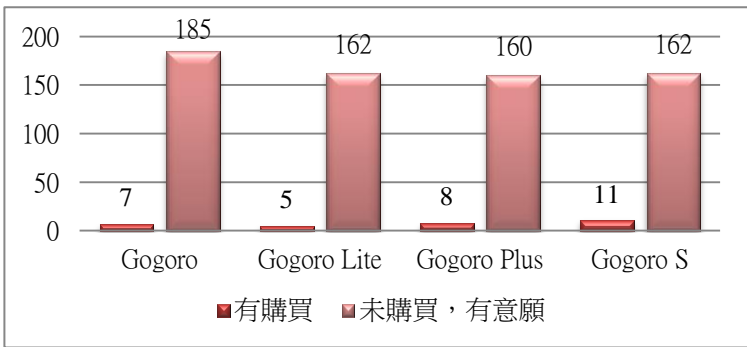
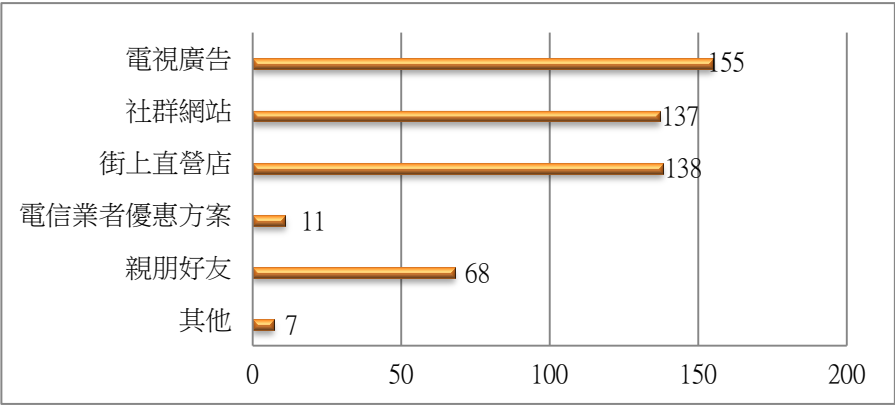
五、問卷調查

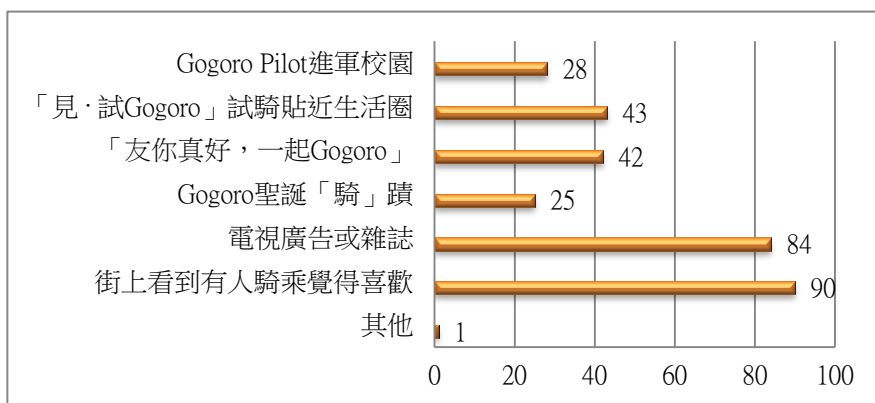
為進一步了解消費者對於 Gogoro 的滿意度、消費行為與期望，本組將文獻內容統整與問卷。

(一) 受訪者的基本資料分析

根據基本資料，我們得知男性多於女性，對機車要求的規格、特性會比女性來得多。除了學生，服務業及工商業較多而家庭主婦跟軍公教需求似乎沒有那麼高。年齡 20 以下最多，次之 41~50 歲比較會因為環保而購買、或接受昂貴的價格，反而 21~30 歲可能會因為價錢、功能、維修方面選擇一般機車。由收入也可知，消費者平均收入在 2~4 萬內，對於補助前後價格不會有想購買的衝動。居住地還是以北人口多，次之中部，所以居住在其他縣市人口會希望增加充電站等。

(二) 研究結果分析

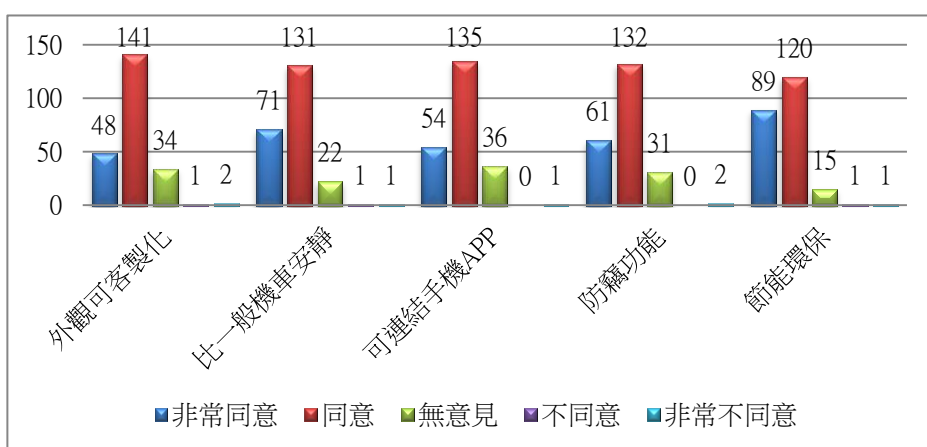
1. 是否購買 Gogoro																
 <table border="1"> <caption>圖一：是否購買 Gogoro 分析圖</caption> <thead> <tr> <th>Model</th> <th>有購買</th> <th>未購買，有意願</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gogoro</td> <td>7</td> <td>185</td> </tr> <tr> <td>Gogoro Lite</td> <td>5</td> <td>162</td> </tr> <tr> <td>Gogoro Plus</td> <td>8</td> <td>160</td> </tr> <tr> <td>Gogoro S</td> <td>11</td> <td>162</td> </tr> </tbody> </table>	Model	有購買	未購買，有意願	Gogoro	7	185	Gogoro Lite	5	162	Gogoro Plus	8	160	Gogoro S	11	162	<p>根據圖 1 表示，9 成以上屬於未購買但有意願的潛在消費者，較多人填寫的是 Gogoro 可是市面上賣較好的是 Gogoro Plus，由此可知大多數人對 Gogoro 的產品尚未充分了解。</p>
Model	有購買	未購買，有意願														
Gogoro	7	185														
Gogoro Lite	5	162														
Gogoro Plus	8	160														
Gogoro S	11	162														
2. 怎麼得知 Gogoro 這個產品																
 <table border="1"> <caption>圖二：怎麼得知 Gogoro 這個產品分析圖</caption> <thead> <tr> <th>Channel</th> <th>Count</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>電視廣告</td> <td>155</td> </tr> <tr> <td>社群網站</td> <td>137</td> </tr> <tr> <td>街上直營店</td> <td>138</td> </tr> <tr> <td>電信業者優惠方案</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>親朋好友</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>	Channel	Count	電視廣告	155	社群網站	137	街上直營店	138	電信業者優惠方案	11	親朋好友	68	其他	7	<p>根據圖 2 表示，大多數的人都是用電視廣告或社群網站、街上直營店，知道 Gogoro 這項產品，電信業者優惠方案則是最少，所以要多擴展電視廣告或街上直營店，讓更多人了解 Gogoro 這項新產品。</p>	
Channel	Count															
電視廣告	155															
社群網站	137															
街上直營店	138															
電信業者優惠方案	11															
親朋好友	68															
其他	7															
3. 消費者知道那些 Gogoro 的活動或廣告																



圖三：知道那些 Gogoro 的活動或廣告分析圖

根據圖 3 表示，大部分的人對於 Gogoro 的活動並不太了解，多是由電視廣告或者在街上看到有人騎乘才了解，應多增加廣告曝光率，推廣 Gogoro 知名度。

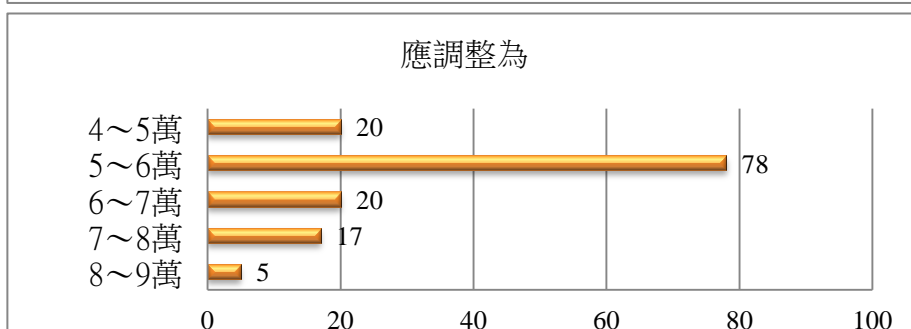
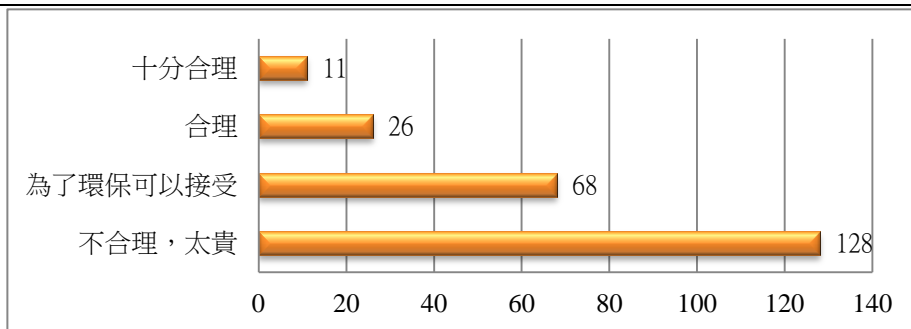
4. 對 Gogoro 滿意的原因



圖四：對 Gogoro 滿意的原因分析圖

根據圖 4 表示，消費者對節能環保的概念是滿意的，還有噪音也對一般機車來的低，這是大部分人喜愛的地方。

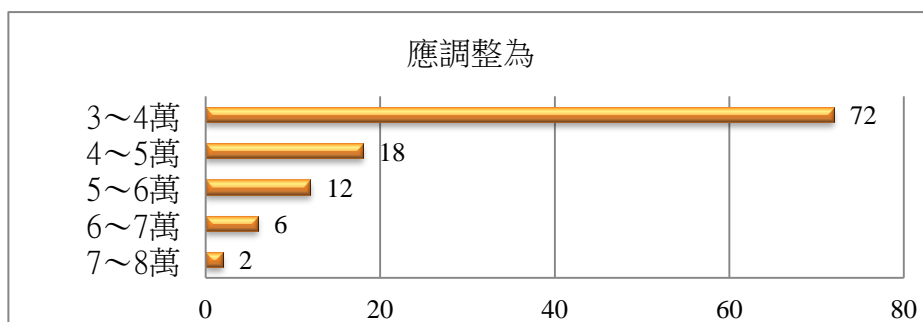
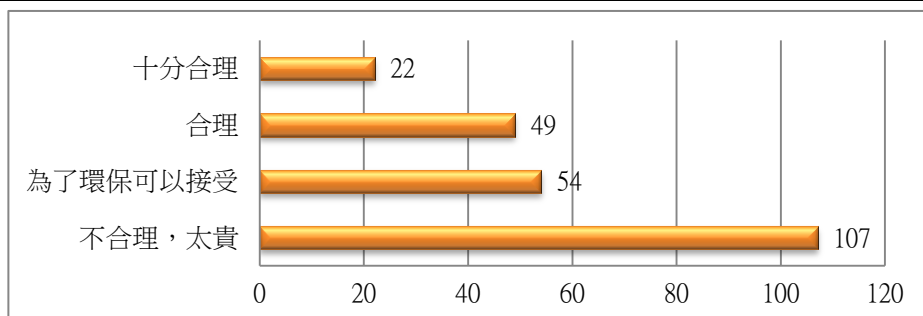
5. 大台北地區 Gogoro 電動機車補助前價格介於 8~10 萬



圖五、六：大台北地區 Gogoro 電動機車補助前價格及消費者認為應調整為

根據圖 5 表示，可知大多數人覺得補助前價格介於 8~10 萬不合理，太貴。但部分人覺得為了環保這個價錢可以接受。根據圖 6 表示消費者認為應調整為 5~6 萬。

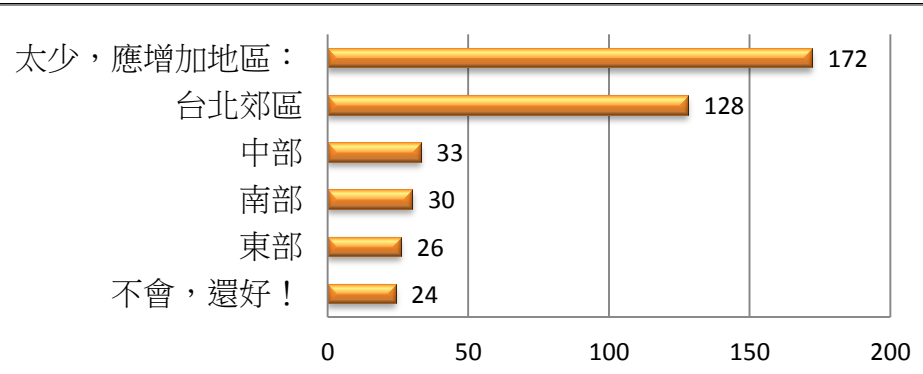
6. 大台北地區 Gogoro 電動機車補助後的價格介於 6~9 萬



根據圖 7 表示，大多數人覺得補助後價格仍然不合理。根據圖 8 表示消費者認為應調整為 3~4 萬，跟補助前價格差到 7 萬之多，由此可知補助的價格仍須調整，否則消費者不意買單。

圖七、八：大台北地區 Gogoro 電動機車補助後價格及消費者認為應調整為

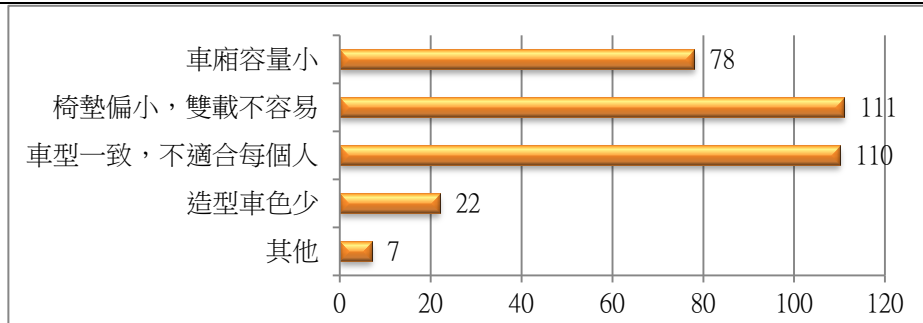
7. 消費者認為 Gogoro 電動機車的換電站會不會太少



根據圖 9 表示，大多數人都覺得太少，應多增加靠近北部郊區的地方。Gogoro 是近年才開始盛行的電動機車，因此充電站會慢慢在全台各區增加站數。

圖九：消費者對於換電站建議

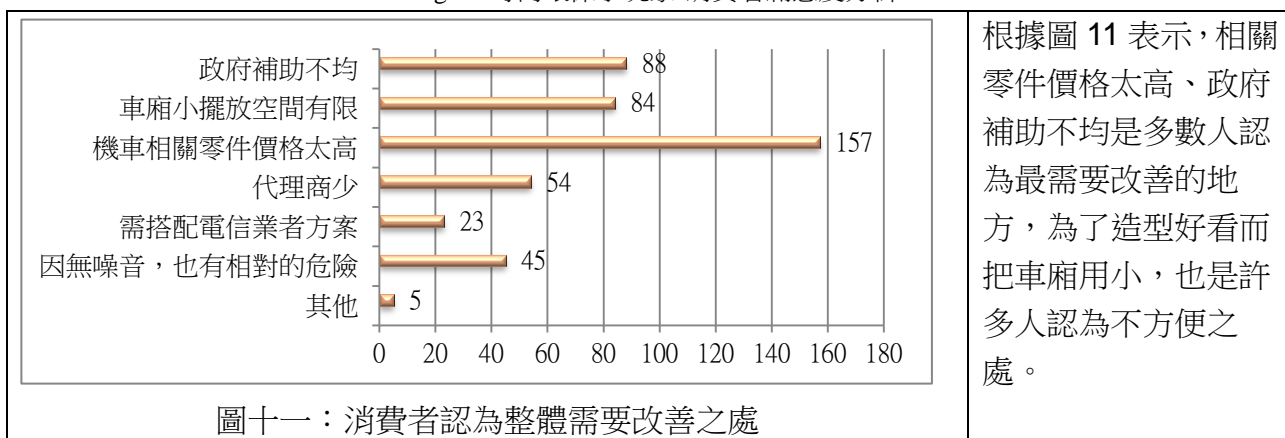
8. 消費者認為 Gogoro 造型外觀有哪些需要改善 (可複選)



根據圖 10 表示，大多數人覺得需要改善椅墊偏小及車型一致的問題，若未來可以設計同比例但放大車型的款式給高大的人選購，則可以多增加消費者市場。

圖十：消費者認為車款造型外觀有哪些需要改善

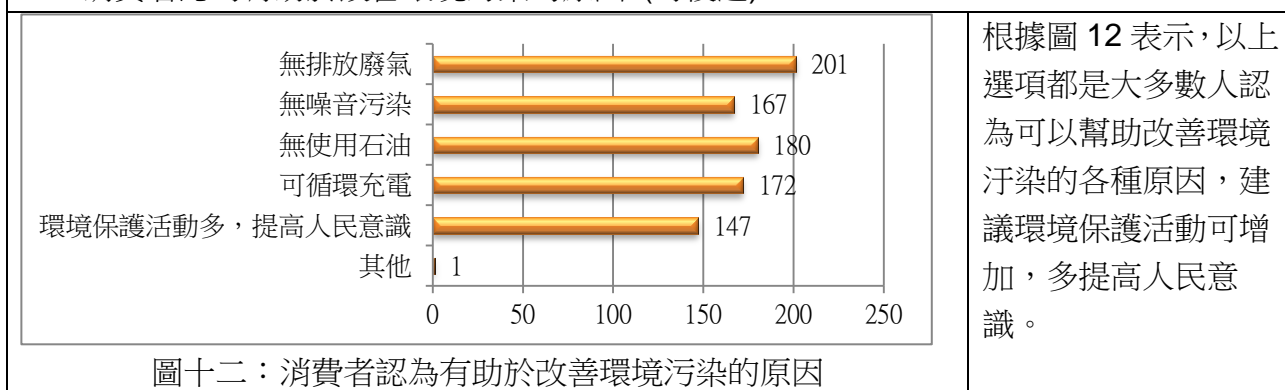
9. 消費者認為 Gogoro 整體而言哪些需要改善



根據圖 11 表示，相關零件價格太高、政府補助不均是最多人認為最需要改善的地方，為了造型好看而把車廂用小，也是許多人認為不方便之處。

圖十一：消費者認為整體需要改善之處

10. 消費者認為有助於改善環境污染的原因 (可複選)



根據圖 12 表示，以上選項都是大多數人認為可以幫助改善環境汙染的各種原因，建議環境保護活動可增加，多提高人民意識。

圖十二：消費者認為有助於改善環境污染的原因

參、結論與建議

一、結論

- (一) 由問卷分析可以知道多數人有意願購買，卻沒有充分了解產品內容，電視廣告或雜誌並沒有做太多宣傳，反而是街上看到有人騎乘及街上直營店才了解，大多數人只看外觀覺得一樣，但是 Gogoro 比較注重在內部規格、外部客製化設計及科技化的應用。
- (二) 代理商少，相關零件、配件價格屬於高單價，不耐摔，多數人會顧慮到相關零件損壞的維修費用昂貴，以及政府補助不均，平均價格高於一般機車，縱有環保概念，消費者仍不願意買單。
- (三) 由 SWOT 分析可知，未來的趨勢是將環保電動機車行銷至全台灣以及世界各地，打造無噪音零汙染的城市。近年來油價有漲有跌，但 Gogoro 是使用環保概念用電能取代石油，因此帶來商機及對地球環境的維護。

二、建議

- (一) 由問卷得知，換電站多數在北中部，消費者認為，應多設在台北郊區、南部、東部，

也在東南部多設直營店，這樣以來才可以增加需要騎遠程的消費者購買意願。

(二)政府對各縣市補助差距過大，因此應該讓各縣市補助差距拉小，像是雲林縣補助到 3 萬多元，但雲林縣並沒有 Gogoro 換電站及直營店，像這樣的情況，必須馬上改善，否則不但減少購買意願，也造成非常不合理的補助方式。

(三)關於資費方案，建議不要嚴苛的局限在多少價錢才可以騎乘多少公里，否則超過還需另外計費，即使有免費保養的服務，但這複雜的計算方式，消費者也還是不易了解及買單。

肆、引註資料

Gogoro 官方網站 取自：<https://www.gogoro.com/tw/>

e-moving 官方網站 取自：<http://www.e-moving.com.tw/>

行政院環境保護署 取自：<http://www.epa.gov.tw/mp.asp?mp=epa>

Gogoro 補助方案 取自：<https://cjay.cc/2016/01/gogoro-2016/>

黃佩君(2017)。《Gogoro 推平價車 銷量翻倍》。自由時報。2 月份

高宜凡(2016)。《Gogoro 想賣的不只是機車 而是能源服務》。遠見雜誌。第 355 期

楊雅民(2015)。《Gogoro 電動機車 年底打造 150 個換電站》。自由時報。8 月份

朱致宜(2015)。《想買 Gogoro? 問題是你可能買不到》。天下雜誌。9 月份

蘇美真(2016)。《Gogoro 騎電動機車 不僅時尚更拯救地球》。能力雜誌。4 月份