

GEYS 4010 Final Year Project

2022-2023 Second Term



Written Report

Student name:

██
██
██
██
██

1. 報告摘要.....	4
1.1 計劃介紹.....	4
1.2 計劃背景.....	4
1.3 願景.....	4
2. 市場調查.....	5
2.1 計劃受眾.....	5
2.2 研究方法.....	5
2.2.1 問卷調查.....	5
2.3 競爭對手分析.....	11
2.3.1 Facebook “New CU Secrets” 專頁.....	12
2.3.3 Goop.....	12
2.3.3 Dcard.....	13
2.3.4 Carousell.....	14
3. 應用程式介紹.....	15
3.1 程式功能.....	15
3.2 程式介面介紹.....	16
4. 市場推廣.....	17
4.1 推廣計劃.....	17
4.1.1 校園推廣.....	17
4.1.2 學生團體合作.....	19
4.1.3 商戶合作.....	20

4.1.4 社交媒體推廣.....	20
4.2 用戶流量預算.....	21
5. 營運模式.....	21
5.1 商業模式設計.....	22
5.1.1 價值主張.....	22
5.1.2 關鍵活動.....	22
5.1.3 關鍵合作夥伴.....	22
5.1.4 顧客關係.....	22
5.1.5 通路.....	23
5.1.6 目標客戶.....	23
5.1.7 成本結構.....	23
5.1.8 收益流.....	23
5.2 財政預算.....	23
5.2.1 收費估算.....	24
5.2.2 潛在客戶.....	27
附錄.....	28

1. 報告摘要

1.1 計劃介紹

中大學生身處偌大的校園中，難以從單一渠道獲得全面的校園資訊和學習資源；與此同時，近年疫情來襲，人與人之間的聯繫減少，失去了與學長的見面，交流機會，中大學生獨自面對校園裡的各種新鮮事或難題，總會感到無所適從，同時又苦於難以尋求可靠的非官方支援而感到彷徨。有見及此，我們希望建立一個供中大學生使用的討論和資源分享平台，使同學得以在安全的網絡環境中發表意見，與學生，校友在網絡上建立聯繫；及時地接收最新校園資訊；同時個人在校園中學習和生活的需求都得以被滿足。

1.2 計劃背景

在中大生活除了要緊貼學校官方資訊，得到同儕，學長們在住宿，學習上等的幫助，對於學生適應校園生活尤為重要。惜疫情期間，絕大部分的校園活動被取消，同學失去了賴以生存的人際網絡，難以好好享受校園生活。而隨著使用網絡進行日常交流成為「新常態」，中大同學賴以了解非官方校園資訊的 Facebook 'CU Secrets' 專頁，卻因社會環境轉變而被移除。現時，同學需要碎片化地從不同社交平台了解校園資訊，可因各個平台的功能不一及平台使用者版面的限制，同學希望藉坊間平台了解校園最新動向，解決校園生活需求的成效仍然較低。所以，我們希望建立 **Swappie** - 一個以滿足中大學生身處校園中大小需求為主要目的的網絡平台；主要功能包括：

- 二手交易：提倡耐用學習資源的循環再用；
- 實時借物：滿足同學校園裡的即時需求，建立校內互助網絡；
- 論壇討論區：增加中大用戶對校園新聞的接觸及討論，加強中大群體的聯繫及凝聚力；
- 活動推廣助校內組織宣傳活動，同樣有助增強凝聚力。

1.3 願景

我們團隊希望藉由 **Swappie**，在大學校園裡建立二手交易的風氣，讓同學們習成物盡其用的習慣，並為社會未來的棟樑培養環保意識。除此之外，我們團隊亦希望在疫情後的世代，可以增加一個途徑讓同學在大學校園裡可以增加互動，包括在應用

程式裡的線上互動，以及線下的二手交易交收。總括而言，我們發展 **Swappie** 這個二手平台的願景，旨在為大學校園培養正確環保觀念之餘，亦增加校園內良好互動的氣氛。

2. 市場調查

2.1 計劃受眾

在平台初始階段，我們希望聚焦中大學生及校友的需求以完善平台功能。在 2020-2021 年度，中大學生人約為 21,000 位。

2.2 研究方法

為了解同學對於交易平台和程式的看法和意見，我們以問卷調查的形式了解中大同學現時使用二手交易平台的習慣，對於校內二手買賣的看法，在選擇使用甚麼平台時考慮的因素，以及期望二手交易平台所具有的功能。

2.2.1 問卷調查

我們於 2023 年 4 月 6 日至 2023 年 4 月 14 日期間進行名為「中文大學 二手交易平台意見收集」的問卷調查；問卷內容及結果如下：

基本資料
1) 你是以下哪類中大學生？ 本科生：141 研究生：5 校友：16 交換生：1
2) 如果你是本科生，請問你現在就讀幾年級？（只供本科生作答） 一年級：28 二年級：30

三年級：35

四年級或以上：48

從上述回應可見，是次問卷的同學年級分佈平均，使得問卷結果能更有力地代表中大不同年級同學的意見。

交易二手校園用品習慣

3) 你有為校園生活交易過二手用品嗎？

有：79

沒有：84

4) 你交易了甚麼物件？（只供於第3題選擇「有」的同學作答；可選擇多於一個選項）

學習資源（例：教科書）：68

制服：16

宿舍用品：36

其他：2

5) 你透過甚麼途徑交易？（只供於第3題選擇「有」的同學作答；可選擇多於一個選項）

認識的人（朋友，同學）：65

網上二手交易平台：33

大學討論平台（山城角落，書院）：16

其他：1

6) 為甚麼不考慮二手交易學術資源？（只供於第3題選擇「沒有」的同學作答；可選擇多於一個選項）

交易所需時間（尋找買家或賣家）：41,

偏好一手貨物：31

沒有合適途徑：44

擔心貨不對辦：22

其他：5

從上述回應可見，只有不足一半同學曾交易二手校園用品，而絕大部分的交易都以二手教科書為主。在 79 位同學當中，大約 80% 都會在線下與朋友或同學交易二手校園用品；而大約 60% 也曾使用各種網上平台進行交易。對不進行二手校園用品交易的 84 位同學來說，他們的顧慮主要在於沒有合適途徑進行相關交易（44/84）；及因二手校園用品市場較小，成功進行交易往往耗費大量時間（41/84）。

上述意見可見現時並未有一個完善的平台供中大同學交易校園用品，導致大部分交易都通過線下進行，即使如教科書這類供需穩定的校園用品，亦未能在市場高效地流動；另外從同學不進行二手交易的原因，也進一步反映了建立中大二手交易平台的必要性和潛在客戶群。

使用二手交易平台習慣
<p>7) 你有使用二手交易平台的習慣嗎？</p> <p>有：101</p> <p>沒有：62</p>
<p>8) 你使用二手交易平台已有多長時間？（只供於第 7 題選擇「有」的同學作答）</p> <p>最近一個月開始使用：0,</p> <p>最近半年開始使用：9</p> <p>最近一年開始使用：18</p> <p>更長時間前開始使用：74</p>
<p>9) 你有多頻繁瀏覽二手交易平台？（只供於第 7 題選擇「有」的同學作答）</p> <p>每日：4</p> <p>每星期：19</p> <p>每個月或更少：78</p>
<p>10) 你有多少次成功交易經驗？（只供於第 7 題選擇「有」的同學作答）</p> <p>從來沒有：0</p> <p>少於 5 次：42</p> <p>5 次或更多：34</p>

10 次或更多：25

11) 你會使用甚麼平台進行二手交易？（只供於第 7 題選擇「有」的同學作答；可選擇多於一個選項）

Carousell.com.hk：99

Facebook 二手交易群組：17

Price.com.hk：9

DCFever.com：3

HKTVMall.com：5

其他：6

12) 你主要使用二手交易平台交易甚麼類型的物品？（只供於第 7 題選擇「有」的同學作答；可選擇多於一個選項）

學習資源（例：教科書、制服）：66

家居用品（例：傢俬、床上用品）：31

衣飾美妝（例：衣物、香水）：28

電子產品（例：洗衣機、電腦）：37

奢侈品（例：鑽石戒指、名牌手袋）：2

收藏品（例：明星週邊、模型）：26

其他：6

13) 請形容你在使用二手交易平台時有多常遇到以下難題。（程度為：從沒；甚少；偶爾；經常；總是）

無法找到自己心儀的物品

最多同學選擇：偶爾：58.4%

甚少：19.8%

經常：17.8%

最少同學選擇：從沒及總是：各 2%

交易時遇到溝通困難

最多同學選擇：偶爾：56.4%

偶爾：30.6%

最少同學選擇：總是：2%

交收安排難以協調

最多同學選擇：偶爾：43.6%

甚少：32.7%

經常：15.8%

從沒及總是：分別為 5.9% 及 2%

貨不對辦

最多同學選擇：甚少：45.5%

總是：35.6%

從未：16.8%

最少同學選擇：總是及經常：各 1%

14) 你為何從未考慮二手交易平台？（只供於第 7 題選擇「沒有」的同學作答；可選擇多於一個選項）

交易所需時間（尋找買家或賣家）：29

偏好一手貨物：27

買家或賣家質素參差：35

擔心貨不對辦：41

用戶介面不友善：4

其他：3

從同學平日使用二手交易平台的習慣可見，此問卷中約 60% 的同學都曾有或現正使用坊間的二手交易平台，當中大部分同學都使用相關平台多於一年時間（74/101），而幾乎所有同學使用過 Carousell（99/101），當中約三分之二都曾交易過二手學習資源（66/101）並都曾有利用網上平台進行二手交易成功的經驗（100%）。

從同學使用二手平台遇到的難題來看，大部分二手交易平台用戶，在尋找心儀產品時，都曾遇到無法找到心儀用品，進行交易時的溝通及交收安排上的困難；而從同學對「貨不對辦」這一選項的回應中，選擇「甚少」和「總是」的同學數量相距不

大，從側面反映了在坊間的二手平台中，貨物質量難以得到保證，能交易到真正合心意的貨品全憑運氣，進一步印證了篩選平台用戶，以確保平台可信度及產品質量的重要性。

對未曾使用二手交易平台的同學而言，他們的顧慮主要在於擔心貨不對辦（41/62）及用戶質量（35/62），同樣印證了上述論點及開設中大二手交易平台的必要。

對平台功能看法
15) 你在選擇使用二手平台前會優先考慮哪些因素？ 綜合全部同學的排序後，結果為 第一選擇：平台可信度 第二選擇：貨物種類 第三選擇：使用者質素 第四選擇：使用介面流暢度
16) 你認為二手平台必需包括什麼功能？（可選擇多於一個選項） 物品分類：145 搜索功能：154 平台內部支付：59 用戶評分系統：136 用戶訊息功能：139 其他：3
17) 你認為二手交易平台推出用戶驗證制度是否能改善你的用戶體驗？ 是：92 否：7 可能：64
18) 請形容以下因素有多大程度驅使你更常使用二手交易平台。 （選項：極小程度；小程度；中立；大程度；極大程度）

優先選項：優質用戶社群
第二選項：高效率交易配對
第三選項：交收協調方便
第四選項：流暢用戶體驗
最後選項：龐大活躍使用者人數

從同學對二手交易平台功能的意見來看，大部分同學會以平台可信度選擇使用與否（45%作為第一選項）；而貨物種類（29%作為第一選項）及使用者質素緊接其後（25%作為第一選項）；使用介面流暢度（2%作為第一選項）則是同學較少關注的一部分。另外，絕大部分同學都認為一個完善的二手交易平台，必須包括物品分類，搜索功能，用戶評分及信息系統。

我們也藉此問卷初步了解同學對用戶驗證制度的意見：約 56%同學對此二手交易程式的用戶驗證功能表示認同，同時亦有約 40%同學表示不確定；由此可見我們在未來推出此功能時，需要向用戶強調其個人資料的用途及確保安全性，以提升同學對平台的信任度。

綜合中大同學的問卷回應，我們收集到同學平日使用二手交易平台的習慣，亦初步了解他們使用這些平台時所遇到的困難，及對平台中不同主要功能的看法，作為我們發展及完善平台功能的基礎。而從最後一條問題的回應可見，**Swappie** 正正回應了中大同學對專屬二手交易平台的主要潛在需求；首階段不但將平台用戶限制在中大學生之間，確保使用者質素，同時提供他們一個高效配對及進行交易的平台；而我們也期望隨著平台發展漸漸完善平台功能，在長遠而言吸引更多使用者，為中大學生帶來滿意且流暢的二手交易體驗。

2.3 競爭對手分析

現有的同類二手交易平台主要有：

- Facebook 的“New CU Secrets”專頁；
- Dcard
- Carousell
- Goop

以下將由上述平台的主要功能著手進行分析。

2.3.1 Facebook “New CU Secrets” 專頁

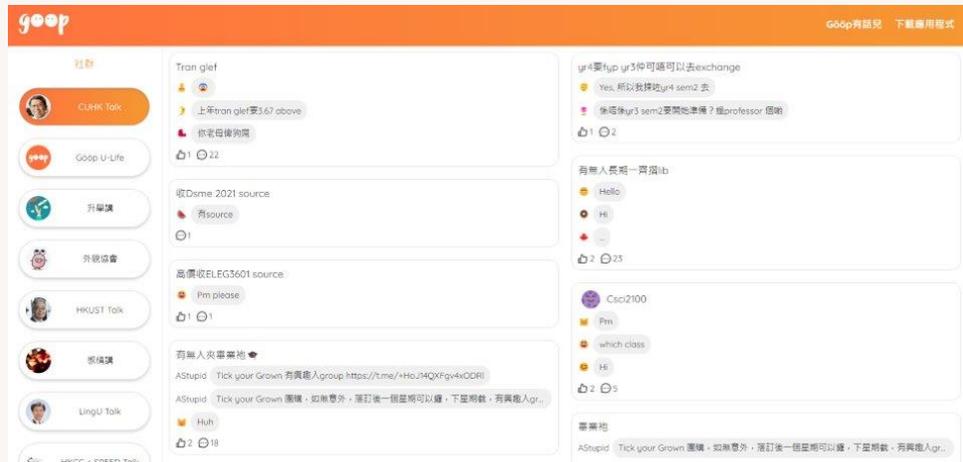


New CU Secrets 為 2022 年 8 月時，原有的非官方中大學生討論區 CU Secrets 遭管理員刪除一段時間後被重新建立起的專頁。從‘New CU Secrets 的部分帖文截圖可見，此專頁的主要用途是供中大學生作學術、校園生活上的交流。發佈帖文方式為先以專頁附有的 Google 表格投稿，再由專頁管理員審核後以匿名方式發佈到平台上；而用戶可以留言的方式回應投稿者的意見或需求。

平台每天大約有 3-5 則新帖文；由於需要管理員批核後再發佈帖文，用戶無法得知投稿者投稿的實際時間，以至於雖然超過 7600 位用戶追蹤專頁（截至 10/3/2023），中大同學不少具有時間性的要求難以透過平台得到滿足；同時因 Facebook 的版面設計，用戶只能根據帖文發佈時間瀏覽專頁內容，並不能針對性地搜尋個人感興趣的資訊。

2.3.3 Goop

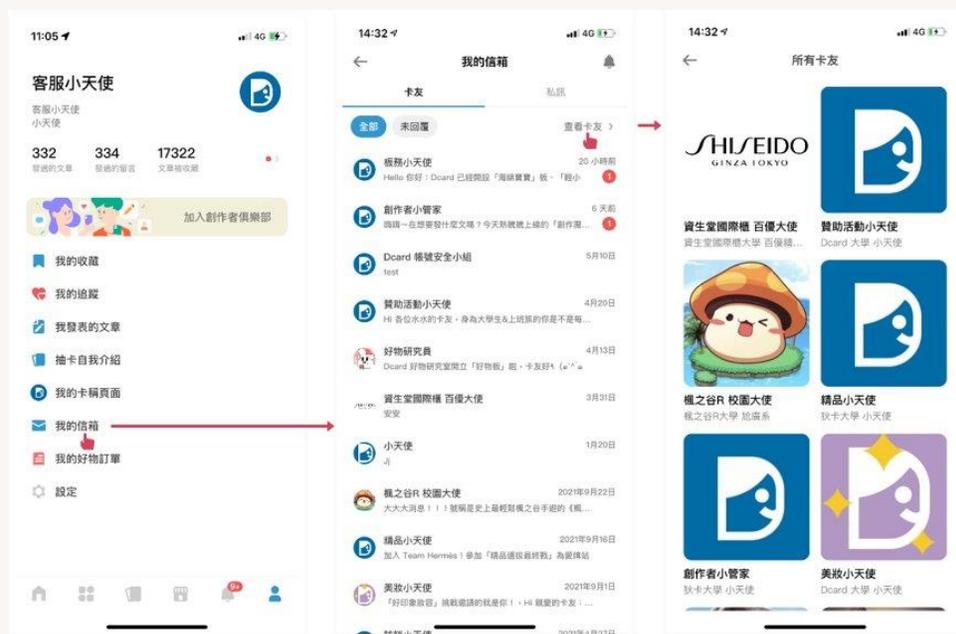
Goop 是以香港大學生為目標群體建立的新興討論平台。平台以學校及大學生主要感興趣的話題劃分為不同的討論區。同學只需建立賬戶即可自由地以匿名形式提起或回應話題。



Goop 與上述的 Facebook 專頁相似之處在於其同樣是供大學生匿名進行討論的平台，而 Goop 的使用方式比起 Facebook 專頁需要管理員審核投稿後再發佈到專頁的方式為用戶提供了更高的彈性；惟平台同樣沒有設置搜索引擎的同時，帖文更未有根據發佈時間依次序出現在用戶版面，也沒有在版面展示貼文的發佈時間，使得用戶更難瀏覽到自己感興趣或需要的資訊。Goop 上有不少用戶發佈買物和售物的帖子，但帖子沒有分類，用戶同樣難以瀏覽到適用資訊。

2.3.3 Dcard

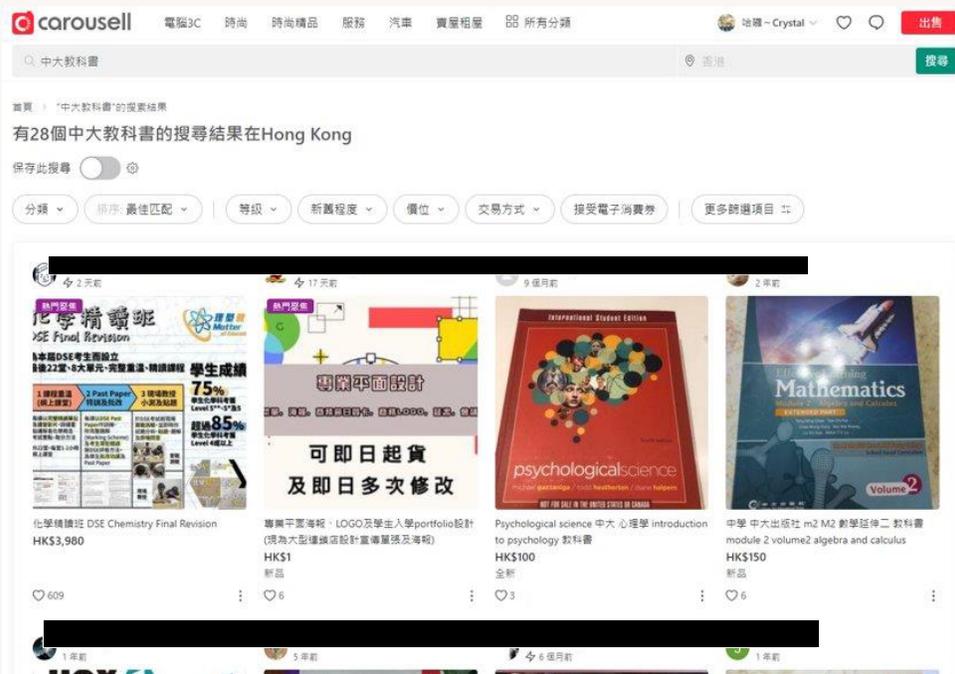
Dcard 是一個以討論，交友為主的台灣社交平台，當中具有搜尋，發佈帖文，私訊，網上交友等功能，同時也吸引不少香港用戶使用。



而對中大學生而言，平台內容多元固然吸引；然而由於用戶眾多，中大學生難以透過平台及時解決校園生活或學習上的需求；平台亦不設香港大學生或中大學生專用討論區，學生難以透過此平台建立能延續到線下的社交網絡。而且平台以討論為主，有關交易的貼文容易被其他貼文蓋過，而且沒有適當的分類，貼文較難觸及更多用家，效率較低。

2.3.4 Carousell

Carousell 是一個以二手交易為主的買賣平台，目標受眾為一般香港用戶。用戶分為賣家和買家，也可以互為兩者；用戶可以匿名方式在平台上發佈希望售賣的產品，而有興趣購買的用戶可私訊賣家作進一步溝通和議價。



作為香港現有較普及及成熟的二手交易平台，不少中大學生也希望透過此平台獲得價錢相宜的學習資源及住宿生活用品；可顧慮有二：一）平台上用戶魚龍混雜，不具備完善的舉報或交易反饋機制，同學使用平台時不具備可靠的交易網絡；二）平台並非為大學生而設，亦並沒有針對大學生而設的篩選或搜索商品功能；如上圖的使用者版面中，以「中大教科書」為關鍵字的商品只有 28 件；以 2022 年入學率為例，根據香港中文大學傳訊及公共關係處，2022 年以文憑試成績受取錄的學生已有 3135 位，可見 Carousell 上針對中大學生的學習資源供應遠遠難以滿足同學需求。

3. 應用程式介紹

3.1 程式功能

本程式主要有四大功能，隨使用者數量增幅而啟用。首先功能為「二手交易平台」，使用者可於程式上載自己的二手物品，供同學自行認領，或收費或免費，使用者之間自行商議而本平台不收取任何手續費。同時平台也會推出「活動推廣」，集合所有學會活動的宣傳資訊，包括福利品領取及有關活動之推行，以協助學生活動提升程式的使用者數量。

每位已驗證為中大在學生的用戶，如需佈置廣告，均可享用學生優惠。以每月\$200 港幣之價在本程式的頁面刊登廣告。鼓勵中大同學專注校內宣傳之餘，亦與本平台互惠互利。

其後將加入「論壇討論區」，供用者於程式內自由增設有關校圈話題並自由討論，加強群體互動，有別於社交平台，本平台將不予事先審核，如有個別投訴，本平台會審視並有限度地修正。

待使用者數量達至一定數量時，將會推出「實時借物」以凝聚社群互助，同學可於程式提出即時借物，附近的用者將會收到通知並可提供援助，其中亦會有用戶的信用評分，供大家參考。

3.2 程式介面介紹

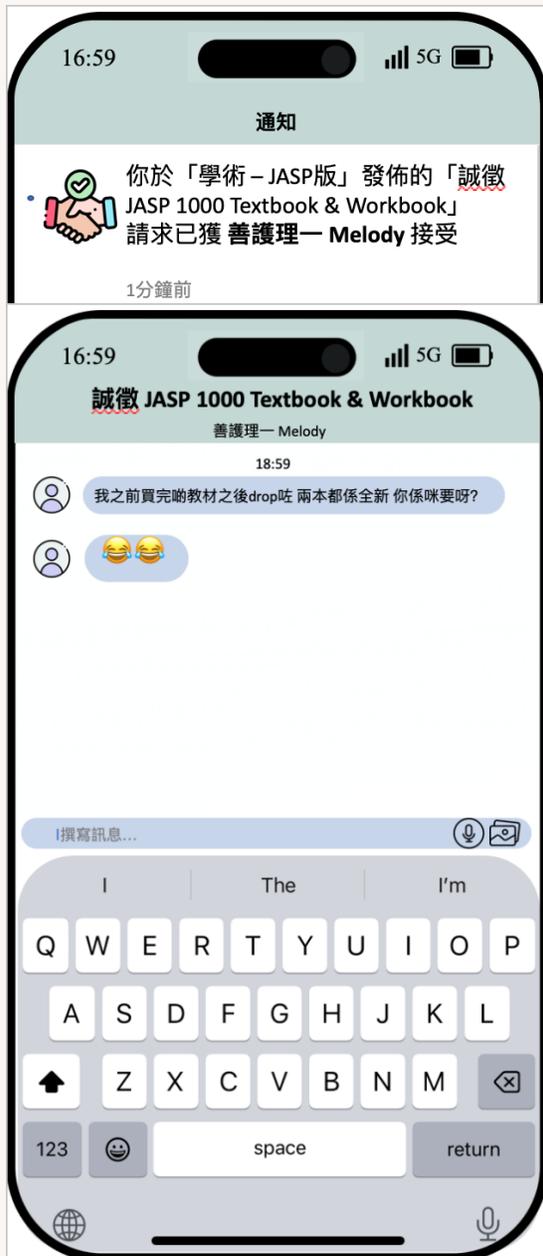


於第一階段而言，由於主要功能為「二手交易平台」，因此，主頁面將會清晰分類兩大交易事項：「學術」及「住宿」。

「學術」再細分成教科書、筆記、制服（中大運動服及個別學科之特殊服裝等）以及應用程式（如音樂串流平台及影視平台的合用計劃）。

「住宿」則自要針對中大宿生，分為四項：煮食、床上用品、洗濯及宿位，供一些並不是長期住宿的同學可以探討合份買生活用品（如雪櫃、蛇床等）或買賣二手用品的可能。

頁面下方再設有使用者所提請的物單收買及二手物的變賣及轉贈。



當用戶的請求得到接受或查詢，又或放贈的東西得到回應，用戶將馬上收到通知。進入程式亦會有獨立版面整理已有的通知及資訊，並會提醒用家該通知乃來自哪一則帖文，即使是旺季如退宿日等，用戶一次過放售多樣物品，依舊能一目了然。

用戶除在帖子下方簡單公開留言外，亦可私訊帖文發佈者詳議，亦是另類的平台供大家交友，尤其是已證驗身分的用戶。

4. 市場推廣

4.1 推廣計劃

4.1.1 校園推廣

- 初期推廣策略
- 在中大校園內擺站宣傳，暫定地點如下：

地點	示意圖位置
大學站	 <p data-bbox="721 695 976 737">位置於紅色圈圈處</p>
康本國際學術園	 <p data-bbox="721 1184 976 1226">位置於紅色圈圈處</p>
文化廣場	 <p data-bbox="721 1577 1008 1619">位置與山城農墟相似</p>

- 聯絡大型學生活動舉辦人，並在這些活動中進行宣傳，例如各書院及學系的迎新營
- 迎新營傳單設計：



4.1.2 學生團體合作

- 初期推廣策略
- 與售賣中大產品的店鋪合作，邀請它們使用我們的平台展示產品
- 將中大產品集聚於我們的平台，令原本在其他社交媒體（例如 Instagram）上追蹤這些店鋪的用家留意我們的平台
- 將用戶由其他社交媒體轉移到我們的平台
- 潛在合作夥伴：

團體名字	主要使用平台	售賣產品
ClozyHK	Instagram	中大衣物
Made.innn_	Instagram	中大衣物
頹物·頹乜	Instagram	中大衣物
Inside_CU_Jokes	Instagram	中大衣物

4.1.3 商戶合作

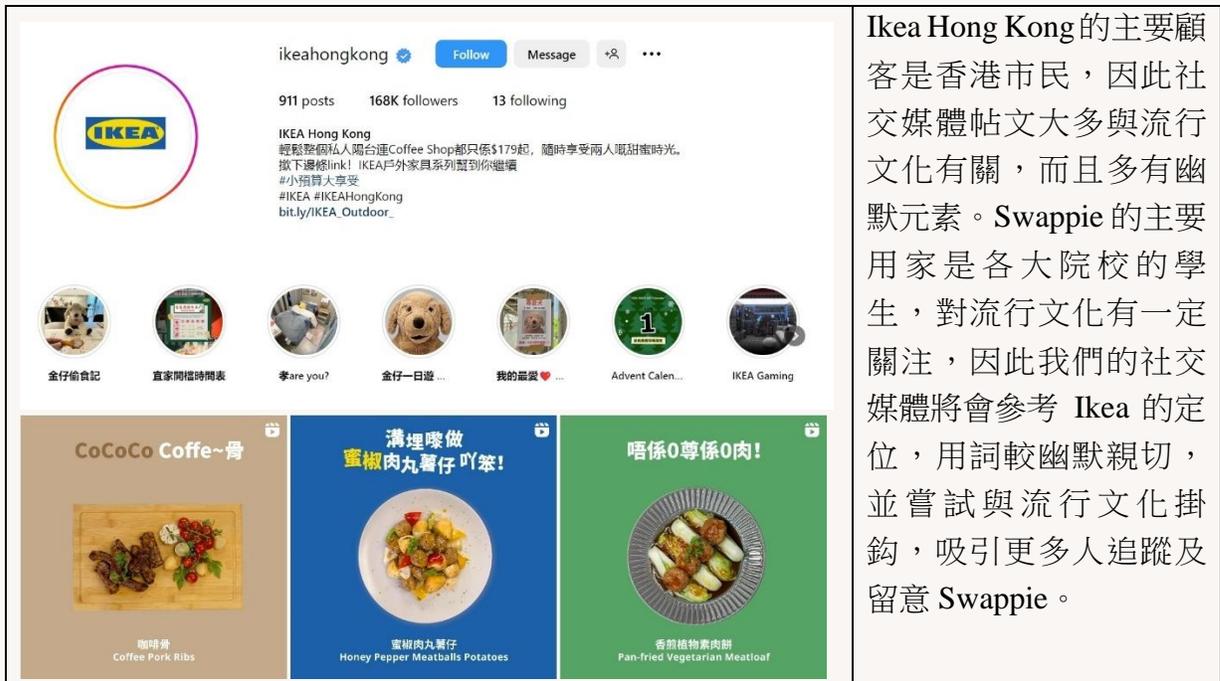
- 初期推廣及用戶留存策略
- 與中小企、店鋪、鄰近大學的商戶合作，推出獨家優惠
- 以平台潛在用戶的一致性說服商戶與我們合作，提供應用程式獨有的優惠，吸引用戶使用
- 定期推出新優惠，並使用應用程式的推送功能提醒用戶，務求提升用戶留存率和活躍用戶數目
- 潛在合作夥伴：

商戶名字	店鋪類型	地區
泰源大牌檔	食肆	火炭
哥哥添飯•妹妹泡茶	食肆	火炭
大圍小食	食肆	大圍
大圍小館	食肆	大圍
Coffee Lover (前身為新亞 café)	食肆	觀塘

4.1.4 社交媒體推廣

- 長期推廣策略
- 使用主流社交媒體，如 Instagram、Facebook、YouTube，增加接觸潛在用戶的機會
- 追蹤者及用戶可以透過這些媒體的留言、讚好功能等等留下自己的意見，增加互動性
- 可以定期舉行宣傳活動及上載宣傳片，提升曝光率
- 參考行銷策略：

Ikea Hong Kong



Ikea Hong Kong 的主要顧客是香港市民，因此社交媒體帖文大多與流行文化有關，而且多有幽默元素。Swappie 的主要用家是各大院校的學生，對流行文化有一定關注，因此我們的社交媒體將會參考 Ikea 的定位，用詞較幽默親切，並嘗試與流行文化掛鉤，吸引更多人追蹤及留意 Swappie。

4.2 用戶流量預算

根據香港中文大學傳訊及公共關係處的概覽及統計資料（2022），中大有 17,170 名本科生及 3,940 名研究生，總共有 21,110 名學生（不計算在中大的交換生）。

在第一階段，平台的主要功能為二手交易。只需要百分之十的中大學生成為 Swappie 用戶，便已經有 200 個用戶，而這 200 個用戶可成為基本客戶群，推動第二個階段（論壇討論區）的發展。

在第二階段，參考類似論壇討論區的 New CUHK Secrets Facebook 頁面的讚好人數（截至 10/3/2023），該頁面有約 5,700 讚好數目及 7,600 追蹤者。由於讚好、追蹤的人並不一定是中大學生，我們參考此數目，取大約五成即 2,850 名用戶便會推進到第三階段。

5. 營運模式

5.1 商業模式設計

5.1.1 價值主張

Swapie 旨在創立大學生專屬易物平台，並藉線上及線下易物的互動，以及未來各階段逐步按需求新增的功能，去建立大學社區聯繫，並提倡物盡其用概念。更重要為，以二手交易平台作為主導功能，並在滿足大學生二手易物需求的同時，透過各附加功能去加強大學生在大學社群中的互動，加強凝聚力和社群歸屬感，讓此應用程式成為大學生生活中不可或缺的工具。

5.1.2 關鍵活動

本應用程式的關鍵活動為資源二手交易，同時亦附有其他額外功能，包括討論平台、即時借物、校園活動支援等等。

5.1.3 關鍵合作夥伴

Swappie 的關鍵合作夥伴有兩大類。

首先是獨立的學生用戶。大學生作為平台的目標用家，自然是 **Swappie** 最主要的合作夥伴，我們透過提供良好的平能功能設計及優質的使用體驗吸引用戶流量，並藉由吸引以大學生為主要客戶的商戶投放廣告。

其次，便是不同的大學組織及學生團體了。例如不同學科學生會屬會，興趣學會，或是一些售賣中大紀念品的網上小本商店，都是 **Swappie** 的合作夥伴，**Swappie** 可以提供一個平台讓他們作宣傳，同時它們也可以成為學生用戶接收與校園相關的課外活動和興趣資訊的渠道，為 **Swappie** 提供穩定的用戶流量。

5.1.4 顧客關係

Swappie 會透過營運團隊主動與潛在客戶保持聯繫，而且會透過社交

平台定期上載貼文，希望能夠提供更多資訊並與客戶溝通。

5.1.5 通路

我們可以透過線上平台的形式為用戶提供服務。

5.1.6 目標客戶

我們的目標客戶為中文大學學生以及畢業生。

5.1.7 成本結構

開發 Swappie 有幾項基本的成本。

其一為包括程式開發的費用，我們需要外判給資訊科技公司來開發。

其二為租用伺服器租用費用，為長期成本之一。

其三為應用程式定期維護支出，避免被駭客入侵，以保障用戶私隱。

5.1.8 收益流

我們以廣告收益為主要收入，為上述所提及的商戶提供宣傳或者合作方案。

5.2 財政預算

	第一年度	第二年度	第三年度	第四年度	第五年度
活躍用戶量	1,000	5,000	10,000	40,000	80,000
每月平均廣告	5	8	15	20	30
平均廣告收入	HK\$1,000	HK\$1,500	HK\$2,000	HK\$3,000	HK\$4,000

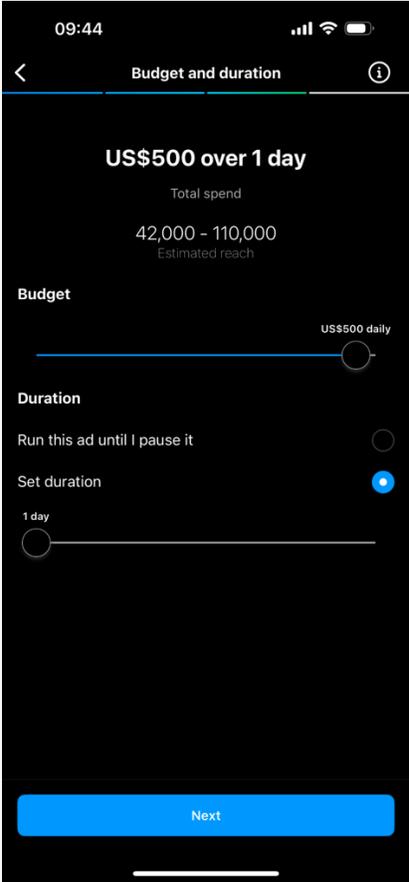
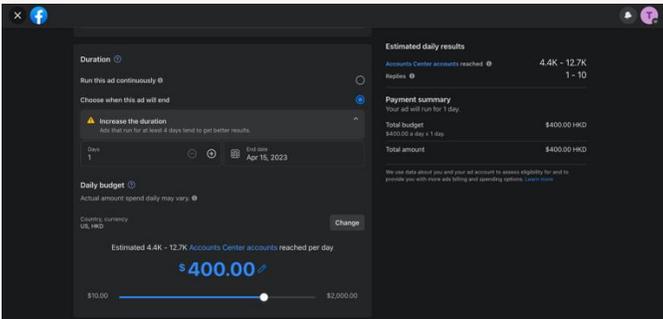
全年總收入	HK\$60,000	HK\$144,000	HK\$360,000	HK\$720,000	HK\$1,440,000
營運團隊薪金	HK\$200,000	HK\$200,000	HK\$200,000	HK\$200,000	HK\$200,000
開發費用	HK\$150,000	HK\$50,000	HK\$0	HK\$0	HK\$0
宣傳支出	HK\$50,000	HK\$25,000	HK\$25,000	HK\$25,000	HK\$25,000
平台維護費用	HK\$7,500	HK\$7,500	HK\$7,500	HK\$7,500	HK\$7,500
伺服器租金	HK\$7,500	HK\$7,500	HK\$7,500	HK\$7,500	HK\$7,500
全年總支出	HK\$365,000	HK\$260,000	HK\$207,500	HK\$207,500	HK\$207,500
全年淨收入	-HK\$355,000	-HK\$141,000	HK\$127,500	HK\$487,500	HK\$1,207,500

我們的廣告收入預算主要建基於主流社交媒體的廣告費用，如 Facebook 以及 Instagram，在第五年當我們的應用程式能擴展到所有本地大學時，我們將會以 Instagram 同一收費水平來進行廣告收費。

相較於其他主流網上宣傳渠道，Swappie 的主要用戶為大學生，因此對於針對大學生推出服務的商戶而言，我們的平台能讓他們更有效率地對潛在客戶進行宣傳，可以有更高的轉換率，亦使廣告更具效率，而亦會令我們平台投放廣告更划算和吸引。

5.2.1 收費估算

商戶	收費參考
----	------

Instagram	
Facebook	

從上述例子得出的平均每 100,000 用戶接觸的廣告支出簡單估算為

- J2 三十秒電視廣告 = **\$5,700 HKD**
- ViuTV 三十秒電視廣告 = **\$5,000 HKD**
- Instagram 網上廣告 = **\$4,000 HKD**
- Facebook 網上廣告 = **\$3,200 HKD**

而 Swappie 將參考 Instagram 的收費按用戶量比例作收費。

5.2.2 潛在客戶

產品類型	例子								
學生優惠計劃	 <p>KMB 九巴月票 學生專享「買二送一」優惠</p> <p>學生專享 優惠</p> <p>超抵搭! 每日只需 \$13</p> <p>九巴月票 MONTHLY PASS</p> <p>30日有效 每日10程 400多條九巴路線</p> <p>新一期 買2送1 又嚟啦!</p> <p>1.3 - 30.6.2023 期間登記優惠及生效第一張月票</p> <p>優惠活動適用於持有「學生身分」個人八達通卡或八達通產品的「club1933」會員</p> <table border="1"> <tr> <td>每張月票 平均低至</td> <td>搭 2 程</td> <td>搭 6 程</td> <td>搭 10 程</td> </tr> <tr> <td>\$392*</td> <td>\$6.5</td> <td>\$2.2</td> <td>\$1.3</td> </tr> </table> <p>每日平均車費</p> <p>於活動日期內以有效「學生身分」個人八達通卡或八達通產品成功登記及生效九巴月票，其後無間斷續購月票2次，可享780元八達通增值額*</p> <p>登記及詳情</p> <p>*以原價 \$392 或 \$498 為限，且受政府規例限制。詳情請向九巴查詢。</p> <p># 此優惠活動適用於「九巴月票」，其第二張月票內，其第二張月票內，其第二張月票內。</p> <p># 此優惠活動僅限於三級九巴月票及九巴月票，其有效期間為三十日內。</p> <p># 此優惠活動僅限於「公共交匯處轉乘優惠」。</p> <p># 此優惠活動僅限於「公共交匯處轉乘優惠」。</p> <p>查詢詳情請致電 2745 4466 或親臨各區客務中心，可能令貴車牌號碼變少於或多於一張九巴月票。</p> <p>KMB www.kmb.hk 2745 4466</p>	每張月票 平均低至	搭 2 程	搭 6 程	搭 10 程	\$392*	\$6.5	\$2.2	\$1.3
每張月票 平均低至	搭 2 程	搭 6 程	搭 10 程						
\$392*	\$6.5	\$2.2	\$1.3						
學生服務型住宿	 <p>高學歷 勤奮努力 誠實 樂於助人 專業精神 守時守規 誠實可靠</p> <p>專為學界服務</p>								
學生信用卡	 <p>Citi Rewards 萬事達卡 (學生)</p> <p>迎新賞 75,000 積分*</p> <p>5X 獎勵付款 (Apple Pay、Google Pay 及 Samsung Pay) 賺 5X 積分</p> <p>3X Mastercard 感應式支付及 payWave 付款賺 3X 積分*</p> <p>積分永久生效</p> <p>以 Citi Pay with Points 即時抵銷餐飯</p> <p>立即申請</p> <p>Citi 八達通信用卡 (學生)</p> <p>迎新賞高達 HK\$300 現金回贈*</p> <p>0.5% 回贈 (每消費 HK\$200 = HK\$1 八達通現金)</p> <p>高達 15% 交通費回贈計劃*</p> <p>立即申請</p>								

大學團體活動



附錄

香港中文大學傳訊及公共關係處（2022）。CUHK 概覽與統計資料。

https://www.iso.cuhk.edu.hk/images/publication/facts-and-figures/2022/pdf/facts_2022_tc.pdf

香港中文大學傳訊及公共關係處（2022）。中大取錄 3,135 名文憑試優秀學生包括七位狀元

<https://www.cpr.cuhk.edu.hk/tc/press/cuhk-admits-3135-outstanding-hkdse-students-including-seven-out-of-nine-perfect-scorers/>

應用程式開發成本參考

<https://blog.shopline.hk/app-price/>