

为 Bublr 董事会和员工创建

Joshua A. schwalbe (刘浩宇), 翻译: 刘昕怡

Bublr共享单车: 多元化收入政策分析



Copyright B-cycle, LLC 2018

Joshua A. Schwalbe (刘浩宇)

2018年12月

翻译: 刘昕怡

执行摘要

Bublr共享单车 (Bublr) 是属于密尔沃基市的非营利性自行车共享计划, 在美国有87个站点分别分布在Milwaukee、Shorewood、Wauwatosa 和 West Allis, 共拥有700多辆自行车。该共享单车系统是第三代自动化类型的停靠式自行车共享系统。用户通过特殊的停靠站在指定地点租借自行车, 骑自行车到目的地后在类似的停靠站还车, 就像在公共汽车站上下公交车一样。该系统为支持可持续并健康骑行自行车出行行为为用户提供可用、可靠且方便的共享单车系统。最初Bublr的资本投资由密尔沃基市提供, 通过运营协议, Bublr 进行设备运营但密尔沃基市保持对Bublr共享单车的所有权。Bublr 负责组织管理、维护自行车队, 并根据需要在站点之间平衡共享单车数量。该分析将集中分析运营成本的融资机制, 以保持 Bublr 共享单车系统的可行性。

本文档中提出的四种方案包括添加全天通行证、通过骑手行程数据获利、吸引更多“休闲”或单程用户, 并获得赞助商。这四种方案是经过多个备选方案的比较后得到的, 但在推进这些方案时还需谨慎考虑。最符合本分析标准的是方案 1, 增加全天通行证并取消行程时间限制。此方案将减少首次和单程长途旅行客户使用Bublr共享单车的障碍以增加收入。取消时间限制并预先向骑手收取 6 次单程行程费用, 即使用户超过了其他定价选项的单程时间限制, Bublr也能在不增加任何额外费用的情况下利用其最佳资源-其他可用共享单车。

非盈利性共享单车系统的传统运营成本收入来源于赞助商、用户费用和广告收入。(附录A)过分依赖这些收入中的任何一种都会使Bublr的资金链脆弱从而无法支付运营费用。由于其他共享单车项目的失去赞助, 各式共享单车在竞争中降低用户费用, 以及寻找和维护更多赞助商的需求, 使收入来源多样化变得更加重要。以下文件探讨了为 Bublr的运营成本提供资金的四种方案, 目的是评估和建议最佳方案。随着市政层面对无停靠式共享单车计划的兴趣日益浓厚、电动自行车的引入以及电动滑板车的近期趋势, Bublr 将不得不使其收入多样化以保持竞争力并在当地市场扩张。收入多元化将确保Bublr在一个收入来源失败的情况下继续保持经济活力。

问题陈述

许多自行车共享计划未能达到其筹资目标。激烈的竞争和新兴技术的产生给本已艰难的维持生计的资金收入带来了额外压力。虽现在Bublr有融资机制但应寻求更多资金收入渠道以保证当某些融资机制失败后Bublr任有偿付能力。例如, 在一家电动滑板车公司在密尔沃基市中心地区推出其产品后, Bublr当月的用户增长速度就变慢了。(附录B)

任何公共交通系统的目标都是在经济上实现自给自足。通常, 普通的第三代共享单车系统可从广告、政府补贴、会员/使用费和/或赞助中收取收入。(附录A)目前, Bublr 从这四个来

Joshua A. schwalbe (刘浩宇), 翻译: 刘昕怡

源中的三个收取收入。由于最近向服务欠缺社区的扩展服务, 管理/维护这些站点运营成本带来了额外压力。如果没有其他收入来源, 扩展服务到更多地区将增加对额外收入来源的需求以补贴表现不佳的停靠站点。只有少数共享单车系统仅靠其系统收入就能在经济上自给自足(即运营成本大于系统收入)。因此, 负责该计划的组织(城市、公共机构、非营利组织或私营公司)必须确保有足够的资金来支持并实施共享单车项目的支出(资本购买、扩张和持续)¹, 而许多成功的共享单车系统通常会得到其运营所在城市的财政支持。(附录_C)

平等是公共交通的一个重要方面, 这在任何城市的低密度和经济萧条地区都构成了独特的挑战。共享单车系统依赖于多个骑手频繁使用该系统并为每辆自行车生成多次行程才能有效。这意味着收入高的停靠站点维持/补贴收入低的站点。高收入站点通常位于有“安全感”基础设施且景点密度较高的地区, (附录_D)由于向低密度地区扩张共享单车服务需要与运营成本不成比例的大量资本投资, 使共享单车系统在城市范围内实现交通公平就会给运营资源带来压力。安全的基础设施就交通公平而言也同样重要。例如, 在Bublr和第十六街社区健康中心进行的调查中现实, 人们不在资源匮乏地区使用自行车作为交通工具的首要原因是他们觉得不安全。根据这些发现, 如不改善自行车通行的基础设施, Bublr即使有强大的参与计划也可能不足以提高用户量。

根据2018年的预算预测, Bublr 的估计年收入总额略高于80万美元, 运营费用约为85.5 万美元, 导致 - 5.5万美元的赤字。(附录_E)如果由于无停靠式自行车、电动自行车和电动滑板车的竞争, 收入可能不断减少, Bublr则无法继续为整个社区服务。为了适应维护和设备贬值费用及其他意外费用, Bublr应该预算15万美元才能可持续经营。

以下是旨在使收入来源更加多样化并提高当前收入水平的4种方案。目前Bublr没有利用数据货币化和赞助作为收入来源, 用户费用收入和广告收入已到位但可以进一步发展。

方案选择标准

有效性: 首选方案将使收入至少增加 5.5 万美元。

解释: Bublr年度估计收入为 801.86 万美元, 其运营费用估计为 856.41 万美元, 留下 5.455万美元的赤字(附录 E)。首选方案应为Bublr提供至少或高于 5.5 万美元的额外收入, 以弥补当前的预算赤字。

行政便利性: 首选方案使用现有的人力资源来实施。

解释: Bublr目前所有的员工可完成建议的方案。不需要额外的员工就可以节省雇用和管理新员工的额外费用。首选方案不应给现有员工带来任何额外压力, 使他们能够维持当前的日常职责。

¹ <https://www.wilmingtonde.gov/home/showdocument?id=574>

平等性: 无论经济能力, 统计人口数量如何, 首选方案都将平等地为密尔沃基公众服务。

解释: 尽管Bublr采用了补贴计划, 如为领取生活补贴或居住在公共住房中的个人提供 8 美元的年票, 但无论经济地位或人口数量如何, 持续为广大公众提供服务仍然至关重要。

时间: 首选方案将在本文件发布后一年内实施。

解释: Bublr的运营费用持续存在且对于其扩张和未来的成功是必要的, 因此首选方案应在本文档发布后一年内付诸实施。

方案描述

方案一

增设24小时全天候计价模式/取消时间限制

本方案建议新增"全天通行"计费产品, 用户可在24小时内无限次使用车辆, 类似传统零售店单车租赁模式。车辆在停用时仍需入桩, 但取消使用时限可消除附加费带来的困惑——这种困惑往往构成新用户的使用障碍。该方案还能充分发挥配备"随停锁"技术车辆的优势, 支持用户在服务区外延区域使用。根据与密尔沃基公交司机的简短交流, Bublr共享单车可搭载于公交车架, 常被用户用于延伸出行距离。这表明其与现有公共交通系统存在互补潜力, 能够将"最后一公里"服务延伸至覆盖不足区域。

许多初次使用Bublr的新用户与游客对30分钟骑行距离缺乏概念。现行计费方式易使新用户困惑, 而全日统一费率能带来更安心的使用体验(附录F)。本方案着力消除时限带来的心理压力, 避免用户因超时费产生的顾虑。现行30分钟后收取附加费的模式, 使用户为规避二次收费刻意缩短行程。消除这种心理障碍有望提升用户体验、增加系统使用频次, 进而提高单次骑行收入。

24小时通行证定价应清晰直观, 建议设为24美元——该价格参照6次30分钟单次骑行费用计算, 等效于3次60分钟骑行或2次90分钟骑行组合。虽然可能分流部分单次骑行收入, 但新增计价模式带来的收益将抵消此影响。

方案二

通过基础设施与配件提升单次骑行用户体验

本方案旨在通过优化导览标识、突出"安全感"基础设施, 提升单次骑行体验, 从而增加骑行频次、延长使用时长、提高运营收入。通过增强骑行舒适度与便捷性, 使共享单车成为休

Joshua A. schwalbe (刘浩宇), 翻译: 刘昕怡

闲出行的可行选择, Bublr可引导用户更频繁、更持久地使用系统。试点路线应采用成本低于1美元/块的"H型导览牌"进行标记², 并标示毗邻自行车道/骑行绿道周边的合作商户。

导览标识能直观引导用户完成从起点到终点的行程。在关键交叉路口突出特定路线, 可消除不熟悉当地环境用户的困惑与挫败感。边骑行边操作手机导航既笨拙又影响体验。通过标注关键路线与沿途目的地, 用户能轻松找到平坦道路、规避不必要坡道、探索途中新景点。具体路线规划需通过进一步调研与社区走访确定。

增配车把防风护套、手机支架等配件也能提升用户体验。寒冷天气中, 忘戴手套的用户会因双手冻僵产生负面体验(附录G)。骑行途中查看导航时, 用户要么停车操作, 要么单手持手机单手掌把。加装手机支架可使用户在骑行中直接查看B-cycle等导航应用。

对单次骑行"起点-终点"的深入分析将形成热门路线频次图谱(附录D)。来自已有共享单车城市的用户, 若在密尔沃基获得良好体验, 其重复使用意愿与使用频率将显著提升。反之, 负面体验或不安全感将导致用户转向其他交通方式。

方案三

出行数据价值变现

本方案建议通过第三方平台将用户出行数据商业化。每次购票或取车行为都会生成包含用户类型、邮编、起终点等多维度的骑行数据。类似lotame.com的第三方数据管理商指出:"获取高质量数据对营销机构愈发重要, 38%企业将数据分析列为五大关键议题, 21%企业视其为获取竞争优势的最佳途径。"这印证了Bublr日常运营数据的潜在价值。研究显示不同交通方式用户的消费行为存在差异, 此类数据经第三方元数据强化后价值倍增。

数据处理需遵循匿名化原则保护用户隐私。价值评估可采用两种方式:按客户数据调取频次定价, 或根据预算缺口设定价值基准。建议咨询第三方数据管理顾问, 基于以下考量选择合适方案:

- 与外部数据源匹配的增值空间
- 客户访问权限管控
- 数据加密安全保障
- 个体数据脱敏处理

²https://www.signsonthecheap.com/pricing?utm_source=google_base&utm_medium=data_feed&pcode=646446443256786376453948536F704E526A3266466974343563624757434C30&pagename=personalize-d-lawn-signs&skuid=10212&mpn=SOTC10212&productprice=0.89&gclid=Cj0KCQiA3b3gBRDAARIsAL6D-N8T0ujVaxzDn_ayGZqMYJF4TgwL0rZYTtHr4P9q_wCEhuKvUse-VNsaAhfDEALw_wcB

Joshua A. schwalbe (刘浩宇), 翻译: 刘昕怡

数据营销面临三大挑战: 站点扩容造成的数据不一致、天气与特殊事件的数据干扰、冬季站点停运。这些变量变化快、并发性强, 可能降低数据价值。系统调整时需确保数据采集的持续性与规模性, 分析时需标注特殊情形。数据精确估值仍需专项研究。

方案四

争取冠名/首席合作伙伴

该方案提出通过第三方机构将用户出行数据商业化, 向潜在客户进行营销。每次用户购买通行证或取用系统单车时, 都会生成行程与用户数据。每段骑行记录包含用户类型、邮政编码、起终点等多维数据点。第三方数据管理服务商(如lotame.com)指出: "获取高质量数据对营销人员、代理商及各类企业正变得日益重要。数据分析已成为38%企业的五大关键议题之一, 另有21%企业认为这是获取竞争优势的最佳途径。"³ 这一论断印证了Bublr日常运营所采集数据点的潜在价值。研究显示, 不同交通方式用户的消费行为存在差异, 此类数据能为企业提供更精准的受众洞察。⁴ 当这些数据与第三方数据管理公司提供的元数据结合时, 其商业价值将呈现几何级增长。

多数共享单车项目超50%收入来自冠名合作(附录A)。冠名合作伙伴通常通过获取系统命名权及全部/部分广告位, 向运营方提供巨额资金支持。现有广告位包括单车固定面板、车架包装及站点的海报板/停车桩。

当前广告刊例价为: 站点赞助450美元/月/站, 面板广告36-76美元/月/车, 全车包装1500美元/月/车(附录H)。简易计算显示站点与车篮/面板广告潜在收益约140万美元(附录I)。2017年广告收入占总收入45.7%(258,845美元, 附录E), 洽谈冠名合作时需考虑其独占性对现有广告协议的影响。例如Bublr目前通过站台导览图展示年获约5.5万美元收益(附录H)。

为保持"Bublr"既有品牌认知, 可采用"Powered by+冠名商"的联合命名方式。

冠名合作潜在风险包括: 合同到期后续约失败, 以及因冠名商独占性导致中小赞助商却步。正如业内观察: "当单一企业完全主导品牌露出时, 其他潜在合作伙伴将难获足够回报空间。"⁵

方案评估

方案一: 增加 24 通行证选项/单程无时间限制

- 有效性

³ <https://www.lotame.com/how-to-monetize-your-data/>

⁴ <https://bikeportland.org/2012/07/06/study-shows-biking-customers-spend-more-74357>

⁵

<https://www.fastcompany.com/3028632/when-branding-is-too-good-a-cautionary-tale-from-new-yorks-citi-bike>

此方案达标。如果 2017 年购买单程和即付即用通行证的用户中有 25% 选择了 24 小时通行证, 那么收入将比只收取单程和即付即用通行证的收入增加 5.88 万美元

- 行政便利性

此方案达标。添加 24 小时通行证不需要额外工作人员。B-cycle 的 IT 员工可在董事会的指导下制定定价结构。

- 公平性

此方案达标。此方案在整个系统中添加了一个额外的定价选项, 而不改变现有的定价选项, 所以不会影响当前的服务水平。

- 时间

此方案达标, 可随时通过后续促销广告实施。

方案二: 通过基础设施和配件吸引更多单程用户

- 有效性

此方案可能达标。吸引更多用户的有效性只能追溯评估, 因此难以预测未来的增长。

- 行政便利性

此方案达标。规划和部署 H 标志属于普通员工的正常工作, 所以不需要额外员工。

- 公平性

此方案未达标。此方案侧重于增加高交通路线之间单程用户体验, 此服务无法支所有密尔沃基市居民。

- 时间

此方案达标。路标规划和部署可能需要 DPW/城市批准, 但应能在一年内部署。

方案三: 通过用户行程数据获利

- 有效性

此方案可能达标。由于将数据变现的方法不同, 预计收入很难预测。每年收集的新数据都会增加数据量及其价值。

- 行政便利性

此方案未达标, 因其需第三方服务提供应对保护、管理访问和清理数据的技术挑战。

- 公平性

此方案达标。将行程数据货币化不会对共享单车的服务水平受系统中任何一点产生不利影响。

- 时间

此方案达标。此方案可以在一年内实施, 因为已经有 4 年的数据可以变现。

方案四: 争取冠名/首席合作伙伴

- 有效性

该方案符合本项标准。冠名/首席合作伙伴可带来 15 万至 30 万美元的收入。

- 行政便利性
该方案未符合本项标准。尽管已投入大量工时, 目前仍未成功落实冠名/首席合作伙伴。后续难以预估达成合作所需的时间成本。
- 公平性
该方案符合本项标准。此方案不会对现有服务水平产生负面影响。
- 时间
该方案可能符合本项标准。虽存在一年内落实冠名/首席合作伙伴的可能性, 但截至目前相关努力尚未取得实质成果。

建议

本政策分析推荐采用"方案一: 增设全天候计价模式/取消时间限制"作为最优选择。该方案合理通过本分析提出的所有评估标准, 且不会对Bublr共享单车系统的现有运营造成显著影响。其他计价模式仍将保留, 该方案实施简便、无需增派人力, 并有望在现有计价模式基础上创造增量收入。方案一取消时间限制的举措, 还能消除部分潜在用户因担心超时而选择其他交通方式的障碍。

需要说明的是, 方案一、二、三、四之间并不互斥, 共同实施时可形成协同效应。本次决策基于既定标准进行择优推荐。分析过程中我们发现, 用户"使用体验"对系统成功运营具有显著影响, 后续发展应着力优化体验设计, 以吸引新用户并提升现有用户使用频次。

成效监测

该方案的实施成效需通过季度与年度数据监测进行评估, 重点分析单次骑行与24小时通行证的使用量及收入变化。计算24小时通行证创造的额外收入时, 需扣除单次骑行收入的流失部分。具体可采用同比差值算法: 按往年增速推算当期单次骑行预期值, 与实际数值的差额应从24小时通行证总收入中扣除, 从而精确核算实际增收效果。

用户出行选择受多重因素影响, 其中天气变量可通过将单次骑行和24小时通行证数据与年卡用户数据进行加权对比来消除干扰。而对于新型共享交通设备的竞争、单次骑行价格调整、特殊活动规模与频次等复杂变量, 虽难以精确量化, 但在所有成效分析中都应予以标注说明。

附录

附录A

Table 10. Percent Operating Revenue by Category for Five U.S. Public Bikesharing Programs (n=5)

Program	Advertising Sales	Gifts	Grants	Membership Fees	Usage Fees	Sponsorships
Program 1 Non-profit	0%	0.5%	5.3%	28.6%	16.6%	48.9%
Program 2 Non-profit	52.5%	0%	0%	3.7%	33%	10.7%
Program 3 Publicly owned, Contractor operated	0%	0%	71.1%	13.3%	4.4%	11.1%
Program 4 Non-profit	1%	0%	0%	41%	20%	38%
Program 5 Non-profit	0%	0%	0%	0%	0%	100%
High	52.5%	0.5%	71.1%	41%	33%	100%
Mean	26.8%	0.5%	38.2%	21.7%	18.5%	41.7%
Low	1%	0.5%	5.3%	3.7%	4.4%	10.7%

https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1072&context=mti_publications

附录B

				In July Bird scooters were available affecting single ridership substantially			In July Bird scooters were available affecting single ridership substantially		
2016 - 2017		2016 - 2017			2017 - 2018			2017 - 2018	
Start Month	total rider trips % change no maintenance	Start Month	total rider trips % change single rider		total rider trips % change no maintenance			total rider trips % change single rider	
May	-5%	May	3%	May	43%	May		56%	
June	33%	June	38%	June	9%	June		7%	
July	39%	July	33%	July	10%	July		0%	
August	36%	August	18%	August	18%	August		13%	
September	24%	September	12%	September	0%	September		-20%	

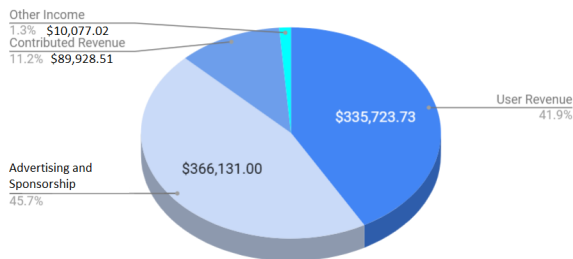
附录C

BIKESHARE CITY	DOES THE SYSTEM RECEIVE OPERATING FUNDING FROM THE CITY?	TYPE OF FUNDING	% OF OPERATING BUDGET
Oklahoma City, OK	YES	CASH	69%
Philadelphia, PA	YES	BIKESHARE PROGRAM STAFF SALARIES PAID BY CITY; ALSO RECEIVE SOME FUNDS FROM THE "MAYOR'S FUND"	100% OF STAFF EXPENSE
Lincoln NE	YES	CASH	100%
Cincinnati, OH	YES	CASH FROM THE DOWNTOWN BID	N/A (\$400K / yr)
Denver, CO	YES	CASH	30%
Washington, DC	YES	SYSTEM IS PART OF THE CITY DPW	100%
Milwaukee, WI	YES	CASH	11.70%

附录D

Current top 10 ROUTES taken by walk up users:		Number:	Most frequently used stations by walk up users:
Discovery World	Discovery World	1	Discovery World
Bradford Beach	Bradford Beach	2	Bradford Beach
Brady/Prospect	Brady/Prospect	3	Brady/Prospect
US Bank Center	US Bank Center	4	US Bank Center
Lakefront Brewery	Lakefront Brewery	5	Lakefront Brewery
Erie/Menomonee	Erie/Menomonee	6	Erie/Menomonee
Water/Wisconsin	Water/Wisconsin	7	Water/Wisconsin
Red Arrow Park	Red Arrow Park	8	Red Arrow Park
Discovery World	Brady Prospect	9	Marquette University Student Union
Marquette University Student Union	Marquette University Student Union	10	Kenilworth Square

Income by Category



Total Annual User Fees

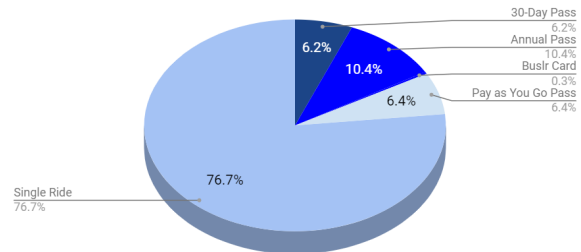
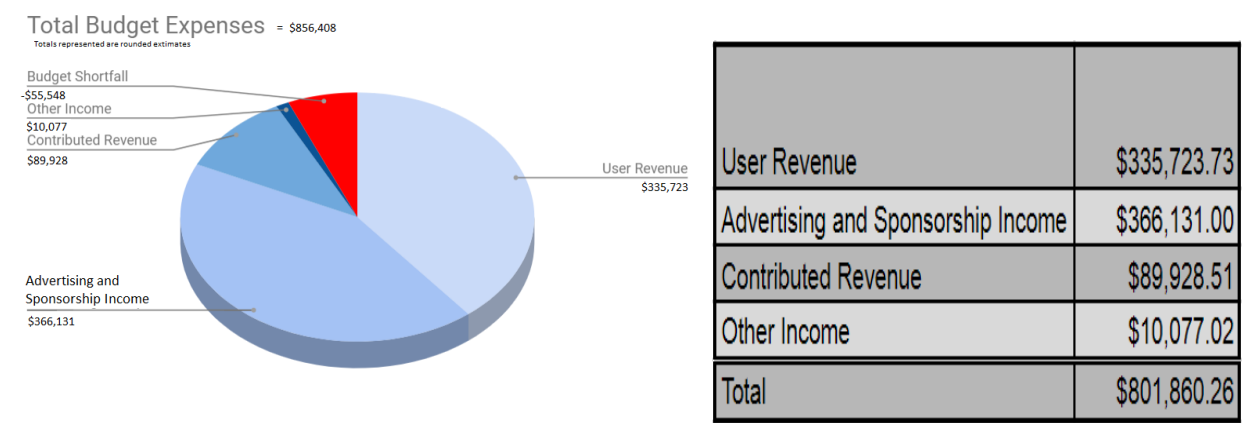


Table 9. Percent Revenue between Casual (Short-Term) and Members (Long-Term) in North America (n=4)

Program	Percent Revenue from Members	Percent Revenue from Casual Users
Program 1 Publicly Owned, Contractor Operated	15%	44%
Program 2 Publicly Owned, Contractor Operated	33%	67%
Program 3 Non-profit	16.1%	48.4%
Program 4 Non-profit	3.6%	54%

https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1072&context=mti_publications

附录E



附录F

	--note-- Additional usage fees are \$4 / 30 min for Single Rides and \$3 / 30 min for all others.
Pricing Matrix	
Type of Ride	Initial Fee
Single Ride	\$4.00 / 30 min ride
Pay as You Go	\$2.00 / 30 min ride
30 Day Pass	\$15.00 / 1 month unlimited 60 min trips
Annual Pass & Buslr Pass	\$80.00 / 12 months unlimited 60 min trips

Joshua A. schwalbe (刘浩宇), 翻译: 刘昕怡

Table 11. Cost of Public Bikes sharing in the U.S. (2012 Season) (U.S. Dollars) (n=22)

Organization Name	Location	Subscription Cost					Trip Usage Fees (Minutes)					
		24-hr	3-day	7-day	Month	Seasonal or Year	0-30	31-60	61-90	+30	Daily Max Casual Users	Daily Max Members
Bike Chattanooga	Chattanooga, TN	\$6.00				\$75.00	Free	Free	+\$5.00	+\$5.00	\$100.00	\$100.00
Boulder B-cycle	Boulder, CO	\$5.00		\$15.00		\$55.00	Free	Free	+\$4.00	+\$4.00		
Broward B-cycle	Ft. Lauderdale, FL	\$5.00	\$25.00			\$45.00	Free	+\$1.00	+\$2.00	+\$4.00	\$50.00	\$50.00
Capital Bikeshare	Washington, D.C.	\$7.00	\$15.00		\$25.00	\$75.00	Free	+\$1.50	+\$3.00	+\$6.00	\$94.00	\$70.50
Charlotte B-cycle	Charlotte, NC	\$8.00				\$65.00	Free	+\$4	+\$4.00	+\$4.00	\$75.00	\$75.00
Chicago B-cycle	Chicago, IL	Data Unavailable					Data Unavailable					
DecoBike Miami Beach	Miami Beach, FL	\$24.00			\$35.00		Free	Free	+\$4.00	+\$4.00		\$60.00
DecoBike Long Beach	Long Beach, NY	\$24.00			\$50.00		Free	Free	+\$4.00	+\$4.00		\$60.00
Denver B-cycle	Denver, CO	\$8.00		\$20.00	\$30.00	\$80.00	Free	+\$1.00	+\$4.00	+\$4.00		
Des Moines B-cycle	Des Moines, IA	\$5.00			\$30.00	\$50.00	Free	Free	+\$1.25	+\$1.25	\$65.00	\$65.00
Hawaii B-cycle	Kailua, HI	\$5.00			\$30.00	\$50.00	Free	+\$2.50	+\$2.50	+\$2.50	\$100.00	\$100.00
Houston B-cycle	Houston, TX	\$5.00		\$15.00		\$70.00	Free	Free	Free	+\$2.00		
Kansas B-cycle	Kansas City, MO	\$7.00		\$15.00	\$25.00	\$65.00	Free	+\$2.00	+\$2.00	+\$2.00	\$40.00	\$40.00
Madison B-cycle	Madison, WI	\$5.00				\$65.00	Free	+\$2.00	+\$5.00	+\$5.00	\$75.00	\$75.00
Nashville B-cycle	Nashville, TN	\$5.00		\$10.00	\$15.00	\$50.00	Free	Free	+\$1.50	+\$1.50	\$45.00	\$45.00
Hubway	Boston, MA	\$5.00	\$12.00			\$85.00	Free	+\$2.00	+\$4.00	+\$8.00	\$100.00	\$80.00
Nice Ride Minnesota	Twin Cities, MN	\$6.00			\$30.00	\$65.00	Free	+\$1.50	+\$4.50	+\$6.00	\$65.00	\$65.00
Omaha B-cycle	Omaha, NE	\$5.35			\$32.10	\$64.20	Free	Free	+\$1.34	+\$1.34	\$64.20	\$64.20
San Antonio B-cycle	San Antonio, TX	\$10.00		\$24.00		\$60.00	Free	Free	+\$2.00	+\$2.00	\$35.00	\$35.00
Spartanburg B-cycle	Spartanburg, SC	\$5.00			\$15.00	\$30.00	Free	Free	+\$1.00	+\$1.00	\$35.00	\$35.00
Spokies	Oklahoma City, OK	\$5.00			\$20.00	\$75.00	Free	+\$2.00	+\$2.00	+\$2.00	\$75.00	\$75.00
Tulsa Townies	Tulsa, OK	Free if Returned within 24 hours					Free if Returned within 24 hours					
United States Average		\$7.77	\$17.33	\$16.50	\$28.09	\$62.46	Free	+\$0.98	+\$2.74	+\$3.45	\$67.88	\$64.39
United States Median		\$5.00	\$12.00	\$15.00	\$30.00	\$65.00	Free	+\$2.00	+\$2.25	+\$2.00	\$65.00	\$64.20

https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1072&context=mti_publications

附录G



附录H

BUBLR BIKES 2018 STATION/BIKE SPONSORSHIP

Station Sponsorship



\$450/Station (No minimum)

Splash Guard Sponsorship



\$76/Splash Guard (10 minimum)

Basket Sponsorship



\$36/Basket (10 minimum)

Full Bike Wrap



\$1500/Bike (No minimum)

*Above rates based on a one-month sponsorship buy, including production and installation. Costs adjust for quantity and length purchased



附录I

	Pricing Cost per month	Fleet/Station Multiplier (Approx)	Potential Monthly Ad Revenues	Potential Annual Revenues
Station Sponsorship	\$450	85	\$38,250	\$459,000
Side Panels	\$76	700	\$53,200	\$638,400
Basket	\$36	700	\$25,200	\$302,400
			Subtotal	\$1,399,800
Full Bike Wrap*	\$1,388	700	\$971,600	\$11,659,200
*Adjusted so revenues were not counted twice in Grand Total			Grand Total	\$13,059,000

附录J

13

	Effectiveness	Administrative Ease	Equity	Time
	Increase Revenue by \$55k Annually	Use Existing Staff and Resources	Serve the Milwaukee Public Equally Regardless of Quantifiable Demographic	Will be Implemented Within One Year
Alternative #1	YES	YES	YES	YES
Add an All-Day 24-Hour Pricing Option / No Time Limit	Projected revenues are estimated at \$58.8k	Changing pricing structures will not add expenses	All-day 24-hour pricing option will be available to anyone using the system for multiple trips	Can be implemented immediately
Alternative #2	MAYBE	YES	NO	YES
Attract More Single-Ride Users Through Infrastructure and Accessories	Diverse and changing variables make predicting revenue increases due to infrastructure difficult	Additional signage and installation falls under the job description of regular staff	Wayfinding signage is only suggested for kiosks frequented by single-ride users	It is feasible that signage can be installed within one year
Alternative #3	MAYBE	NO	YES	YES
Monitizing Trip and User Data	Projecting the value of data will be determined after consulting with a third party consultant	Staff hours will be required to process data or outsource data management to a consulting firm	Monitizing data will not change the services currently provided	It is feasible that signage can be installed within one year
Alternative #4	YES	NO	YES	MAYBE
Secure a Title/Presenting Sponsor	Title sponsorship ranges from \$150k - \$300k	Additional staff hours invested may not secure title sponsor	Securing a title/presenting sponsor will not change the services currently provided	Current efforts have not found a title sponsor