

書香深耕(17)

花商人參加 113 學年度
閱讀心得暨小論文
寫作比賽作品集



國立花蓮高級商業職業學校圖書館 編印

中華民國 114 年 7 月

教育部全國高級中等學校閱讀心得寫作比賽得獎作品

1131010梯次

特優作品

高敏感人的秘密	英二乙 郭玄女	001
打造成功的學習模式	會二乙 游浩寧	003
小王子	會二乙 盧柏誌	005
你的行動符合經濟效應嗎？	資二甲 許紘慈	007
打破性別框架，促進平權覺醒	英三乙 唐恩	009
突破情勒·重拾自我	英三乙 呂宜孺	012
風險	商三甲 林云翊	015
有效到讓人中毒的心理學	商三乙 徐承義	018

優等作品

小提琴家閱讀心得 -高奏正義與生命之火-	英一乙 陳弘耘	021
該整頓人際關係了吧！	英二乙 蘇淳毓	027
建立學習力	會二乙 潘恩芷	029
世界再喧囂，做自己就很好。	商二甲 鄭安妤	032
看見小王子的童心	商二甲 歐津恩	034
生活中的法律思辨課	資二甲 黃玉辰	036
殺死一隻知更鳥	多二甲 白宇言	038
找到生涯亮點，每個人都可以是學霸	多二甲 羅子綺	040
揚子堂糕餅舖	多二甲 鍾英綺	042
擁抱平凡，創造不凡	商三乙 鍾喜恩	044
穿越星空的思考：小王子告訴我的成長智慧	資三甲 張瀟文	046
網路就像馬桶，誰都能上去拉屎	資三丙 黃柏又	048

目錄

我・偷書賊	資三丙 詹侑親	051
<u>甲等作品</u>		
幸福向誰招手	英二甲 周采婕	053
健康女孩最美麗	英二乙 李艾霖	055
被討厭的勇氣也需要訓練	英二乙 李芊沛	057
友情	會二甲 方庭萱	059
勇敢從低谷爬起來	會二甲 江敏熏	061
隱藏在不便中的溫暖與力量	會二乙 蕭詩樺	063
雪煙追逐	會二乙 陳愛	065
房思琪的初戀樂園	會二乙 陳映彤	067
讓人看到我的才華	商二甲 馮淳蕤	069
暑假閱讀心得	多二甲 張芮綺	071
喜劇攻略：現場喜劇教父的脫口秀心法	商三甲 羅芷瑜	073
少年與雲端魔法師	商三乙 陳姿伶	075

1140310梯次

特優作品

驀然回首，向前邁步	多一甲 田歆	077
-----------	--------	-----

優等作品

我所嚮往的生活文明	會一甲 黎芝邑	079
哈利波特 消失的密室閱讀心得	商一甲 許瑀玢	081
日子俐落，人生輕透！	商一甲 廖逸涵	083
媒體識讀是一門學問	英二乙 彭若綺	085
讓你更有力量的K書法	會二乙 游浩寧	087

目錄

你值得被理解	會二乙 韓佳倪	090
練習怎麼處理情緒	資二甲 薛蓉臻	092
說出那些來不及說的思念，在咖啡冷掉以前	資二甲 許紘慈	094
微小的快樂	資二乙 曹蕙慈	096
安逸是一種病:那些比你晚睡又早起的人 早已走在你前方	資二乙 簡瑜玟	098
高敏感的生存指南	多二甲 簡廷宇	100
默默	多二甲 林翊霏	102
與自己和解，發現內在光芒	英三乙 唐恩	104
以愛為圓：讓溫暖在生命中流轉	英三乙 呂宜孺	107
最痛的告別，成就了最溫柔的重生	資三甲 張瀞文	110
 甲等作品		
酒釀湯圓芝麻餡	英一甲 王思妤	113
請記得樂園的讀書心得	會一乙 林靖芸	115
記憶與感情	商一甲 溫華光	117
不管以麼姿態都要好好活著	商一甲 呂芷綺	119
一個城的陷落成全了她 傳奇裡的傾國傾城的人大抵如此	商一乙 潘卉淇	121
直觀生命的怪誕文學	多一甲 周佳霏	123
人生的選擇總有取捨，放下過去，愛惜自己	英二乙 傅珮婷	126
當AI成為你的老師	英二乙 許庭瑋	129
學習就這8件事	會二乙 盧柏誌	131
負面情緒是人類自然的一部份	商二甲 簡愛	134
如何讓人們動起來支持環保	商二乙 許雅琪	137
做自己：法國女人教我的事	資二甲 戴憶安	139
長久的旅行	多二甲 林姿	141

教育部全國高級中等學校小論文寫作比賽得獎作品

1131015梯次

特優作品

- | | | |
|------------------------------------|--------------------|-----|
| 【商業類】花蓮民眾對電商物流經營模式及滿意度調查-以蝦皮購物平台為例 | 會三乙 劉佳媛. 林育榛. 吳珮綺. | 143 |
| 【商業類】你今天「脆」了嗎---探討Threads爆紅原因 | 商三乙 吳昀臻. 劉伯恩. 賴丞妤. | 154 |

優等作品

- | | | |
|------------------------------------|--------------------|-----|
| 【商業類】探討GC贈物網使用滿意度及民眾個人捐贈意願---以花蓮為例 | 會三乙 宋芯妮. 邱湘鈞. 詹鈞硯. | 163 |
| 【商業類】追劇熱潮-探討青少年追劇的動機及情緒價值 | 商三乙 鍾喜恩. 徐芊亞. 徐承義. | 174 |

甲等作品

- | | | |
|--|--------------------|-----|
| 【商業類】花蓮消費者對電子商務的消費行為分析:以酷彭與蝦皮為例 | 會三甲 周瑞翔. 楊浚斐. | 185 |
| 【商業類】探討消費者對智慧型手機滿意度調查以IPHONE15promax和googlePIXEL 8 PRO為例 | 會三甲 陳雋叡. 李宇澤. | 196 |
| 【商業類】7-ELEVEN和全家大比拼-以花蓮區消費者的偏好滿意度之調查為例 | 會三甲 林芮庭. 林晨熙. 黃亭穎. | 206 |
| 【商業類】探討小紅書經營手法及消費者滿意度之分析調查—以花蓮縣為例 | 會三乙 何唐樂. 江玉卉. | 217 |
| 【健康與護理類】學生對電子菸的態度及成癮現況-以花蓮縣居民為例 | 會三乙 蔡欣妤. 呂鎔均. | 225 |
| 【健康與護理類】尋找心靈迷宮的出口-探討同性戀者的困難與自我調適 | 商三甲 張淑慈. 古雁霏. 蘇于晴. | 234 |
| 【商業類】青少年購買潮鞋的品牌選擇- NIKE 與 NEW BALANCE | 商三乙 潘美均. 尤芳晴. 尤敏軒. | 244 |

1140315梯次

優等作品

【健康與護理類】理性還是跟風?花蓮高商學生選課行為趣談	商三甲 王昕如. 林孝妤.	253
-----------------------------	---------------	-----

甲等作品

【英文寫作類】Tourism in Turmoil: The Impact of the 0403 Earthquake in Hualien's Hospitality Industry	英三甲 陳云涵. 林徐聖函.	264
【商業類】網購無遠弗屆,shopping 任你選~蝦皮店到店與 7-ELEVEN 取貨之比較	會三甲 詹鈞淇. 周聖芯. 李侑恩.	275
【商業類】花蓮縣大眾對短影音的品牌形象與趨勢之認知—以YouTube Shorts與TikTok為例	會三乙 陳嫻綺. 林宥鈞. 黃韋又.	285
【數學類】老手如山・新手如風：探討麻將玩家之理性決策模式	商三甲 黃冠宗. 黃佳瑜. 林云翊.	296
【觀光餐旅類】時光交織：探索花蓮考古博物館在元宇宙的新視界	商三甲 邱珮箏. 林芷柔.	307
【商業類】東大門夜市—花蓮吸引遊客觀光的燈塔	商三乙 周凱杰. 柯宇恩. 李允悅.	318
【商業類】次元的羈絆正在「漫研」——動漫產業文化	商三乙 戴巧盈. 吳宥瑾. 徐珮寧.	328
【健康與護理類】足下真菌的香港腳樂園	商三乙 蔡育安. 蔡以恩. 羅亞琦.	337
【資訊類】人工智能編曲-以Riffusion與Yating Studio為例	資三甲 賴偉翔. 冉加恩. 楊齊佑.	346
【商業類】韓國電商龍頭「酷澎」品牌經營及消費行為之研究	資三丙 張均宥. 蘇星僑.	354

1131010 梯次

教育部全國高級中等學校【閱讀心得】寫作比賽得獎作品



特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：郭玄女

參賽標題：高敏感人的秘密

書籍 ISBN：978-626-718-157-7

閱讀書名：喜歡上高敏感的自己:看漫畫了解 HSP，

學會再愛自己多一點

原文書名：マンガでわかる 敏感すぎる自分を好
きになれる本

書籍作者：長沼睦雄

出版單位：平安文化有限公司

出版年月：2023.03

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者從 2000 年開始研究 HSP（Highly Sensitive Person），2016 年開設醫院，專門診斷及治療發展障礙、發展性創傷障礙等疾患，專注在大腦、心靈、身體的綜合性醫療。

這本書便是針對於高敏感人的見解，這種對周圍環境很敏感，不管是氣味、事物、人的小動作和表情，都能比一般人還輕易的發覺及捕捉到，本書中提到這樣的能力並不是壞事，有時候反而還可以幫助到人，好好利用這個能力，來提升自己。

二、內容摘錄：

1.不是個性或人格方面的錯，也許只是神經比他人更敏感的特質所造成的。P28

2.「比他人更敏感」絕對不是一件壞事。P29

3.正因為比他人更敏感，所以能夠更細緻地感受到世上的美麗、喜悅的事物，可以品味到現實的豐富層次。P29

4.希望各位有意識地「不要再當個乖孩子」。P72

三、我的觀點：

這本書一開始的提問：「你是高敏感人嗎？」其實在看這本書之前，我就認知到我是高敏感人了，但起初對「高敏感」這個詞尚未理解，看完這本書之後，才更加了解自己。

什麼是「高敏感」？我從小就發覺，我可以注意到別人未能注意到的細節，我能迅速捕捉和注意到一些事，不管是環境，還是人的表情、小動作，甚至做性向測驗時，「觀察力」這項分數是最高的，以前只覺得大概是因為我對人、事、物充滿好奇心，喜歡觀察，殊不知，原

來是因為高敏感。

我同時也是個害羞內向的 I 人，待在人多吵雜的地方，對我來說很累，很消耗能量，因為我會不斷地接收到，我不需要的訊息，像是旁人的對話內容、汽機車的聲音、腳步聲.....我一直以為這只是聽力好的關係，但這其實也是高敏感的原因之一，

依書中所提到除了觀察力和聽力之外，還有就是「共情能力」，從以前到現在身邊的朋友，只要想談心事或訴苦，都一定會找我，我也很感謝他們的信任，不過對於高敏感的我，能幫他們消化情緒，卻不能消化自己，我很容易被他人的情緒左右，傾聽他人的煩惱反而造成自己更多的困擾，也許也因為上述種種原因，讓我變成長輩眼中的乖孩子，因為怕惹長輩生氣，所以乖乖把事都做好，也不會反駁他們，但也許他們不知道，我並不是乖巧，而是不想他們大吼，不想他們生氣而已，不希望他們的情緒影響到我，我其實也是有自己的想法的，從小到大最大的夢想就是，到一個沒有人的地方，好好享受大自然帶來的寧靜，沒有影響我的任何聲音和事物，可以放鬆做自己，不過那終究是夢想，在追逐夢想的道路上，我也必須要面對那些令我焦慮緊張的事，這就是為什麼，我會選這本書的原因。

在看這本書之前，我一直覺得這些能力是不好的，別人可能覺得是我自作多情、想太多，或只是藉口，但看了這本書之後，發現其實這些能力並沒有想像中的那麼差，面對這些敏感，其實有應對方法，並且有時候也多虧這些「敏感力」，才能發現一些細節的事，像是在上台報告之前，及時發現細小的錯誤，或是分組討論時，發現有人因為意見不同而悶悶不樂，上前去安慰和協調大家的意見，或許能因一些小細節而調和他人真的很開心。

除了高敏感可以助人之外，也能幫助自己不受外界干擾，預防讓自己心靈疲累，像是一直被噪音干擾，不能專心做事，可以戴上耳機，阻隔噪音和聽一些放鬆的音樂，被朋友找談心訴苦後，也可以想像有一個垃圾桶，把別人的負面情緒丟進去，讓自己不要被他人的情緒影響。我覺得擁有高敏感這個特質，滿有成就感也很酷，因為能注意到許多別人沒注意到的事，感覺很像是自己的特有技能，現在也滿喜歡高敏感的，不再排斥，也會大方跟別人說我是高敏感人，也希望有更多人能認識「高敏感 HSP」，這並不是缺點，而是一種天賦，好好充分利用它，去幫助更多人。

四、討論議題：

如何面對高敏感的自己?善用自己的特質成就自己也成就別人

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：游浩寧

參賽標題：打造成功的學習模式

書籍 ISBN：978-626-366-412-8

閱讀書名：自律學習力

原文書名：自律學習力

書籍作者：陳怡嘉

出版單位：小五南

出版年月：2024 年 3 月

版 次：第一版

一、圖書作者與內容簡介：

北一女補校、臺大中文系、政大教學碩士，現任高中老師，也是作家、講師、未來 Family、遠見專欄作家。因獨特的求學經歷，立志站在需要的學生面前，協助他們改變學習與人生困境，歷年來改變許多學生的人生，被稱為「最有正能量」、「具有改變人心的能力」的老師。擅長「學習策略／行為改變／自我管理增能／班級經營／親子溝通」等，除豐富的教學與演講實務外，也歸納出一套有效方法和策略並獲得正面迴響。

二、內容摘錄：

熬著熬著，真的不知道要熬多久，每天都像未知，每天都天人交戰。

可能一下子狀況就很好，可能到了下午才圖飛猛進，但也會有連續好幾天匍匐前進。雖然急切，對自己莫可奈何，不過總會熬過去，會熬出一點慣性，熬出一典儀式感，慢慢慢慢能看得下書，能夠投入一切，熬出一點成果來。

最好的狀態是繼續熬著，熬到最後會進入一種名為「心流」的高峰體驗(p.11)

三、我的觀點：

上了高中後發現學習的科目跟國中階段的差很多，我知道需要培養一個屬於自己的學習習慣，因此我開始有制定學習計畫的想法，我將這件事情告訴媽媽，媽媽就挑了一本書給我看，這本書的名字叫做「自律學習力」。這本書開頭即提到一個重點就是每個人應該要制定一個專屬的學習計畫，然後持續不斷努力實踐它，學習計畫制定的細節在於訂定的目標不要一下子設定太高，應以漸進式的方式一步一步執行，例如：高一階段時，先建立固定每天 3

個小時的讀書時間及課前預習、課後複習的習慣，我發現自己的讀書習慣與此相似，我每天都利用 3.5 小時讀書，不一定是看課內書，有時我也會閱讀課外書，課前會先做預習，除了前一天預習之外，在上課老師還沒進教室前先把今天要上的地方看過一遍，上課專心聆聽，考試前用功複習，小考後認真分析和熟讀錯誤的題目，這些學習習慣都與作者所述相仿。

作者提到早上 6 至 8 點是屬於記憶高峰時段，我嘗試利用書本上提到的方法實驗了一下，我發現這時段的記憶力變得特別好，無論是國文注釋還是數學公式都可以輕輕鬆鬆的記憶下來。放學回家就到了回顧複習的時段，我會利用這個時間把上課所學習到的東西再重新複習一次加深印象，我也發現每日複習其實能壓縮整個複習時間，考前並不用花太多時間再做複習，就能得到很好的成績。

書本上還提到提高記憶的技巧，我學習用作者提到的兩個方法，其一是故事法，在國中的時候非常喜歡看關於歷史的 YouTube 影片，聽影片講解歷史的發展過程，我看一遍就已把整部影片的內容全部記在腦海裡，再稍微小翻一下課本，就能考取好成績。其二是圖像法，我的大腦就像一部相機，每天早上起來複習和預習的時候，是我大腦最清醒的時候，眼睛看到的就像照相一樣，拍下來的圖文清晰無比，看過的東西也不容易忘記，複習和考試都能事半功倍。

這本書還有提到一個非常重要的自律學習力，關鍵就在於真正的閉關是閉關自己的心，要達到想開就開想關就關的境界，這讓我想起了我現在的狀況，在我高中學習的過程中，一般上課日我就開開心心的上課，但是只要到了考前，我就會開啟我的閉關模式，在一個安靜的房間，沒有人能吵我，我可以專心的複習考試範圍，我限制自己想出去房間打電動的心，把期待自己能考上好成績的心放在第一位，一心一意專注複習，廢寢忘食，全神貫注投入考前準備中，不知不覺讀了 12 個小時，複習功課做好做滿，從未想過自己能完成這不可能的任務，居然我做到了！我的自信心瞬間爆棚，在考試當天我也是維持一樣的狀態，只要一到下課時間，我就會開啟這個模式不停的複習，充耳不聞同學討論的話題，持續專注進行自己的複習計畫。考試的當下，我有覺得每一題我都會寫，我很肯定這次成績一定會很不錯，果然皇天不負苦心人成績考得非常理想，我知道這樣的學習模式非常適合我，也知道自助才有人助的道理，我有規律的學習計畫，到了什麼時間該做什麼事情，我就會努力去做，也是因為這樣老師對我的印像很不錯，會在後面默默的幫助我，讓我課業上的學習更上一層樓。

認為這本書想傳達的意義是，人都有想實現夢想的希望，而找到目標之後要立刻行動，否則夢想只是空談，成功並非偶然，要有把夢想實現的能力，而這份能力就在於自律學習以及持之以恆的耐心與毅力，書本裡有一句經典的話：「成功是孤獨的，沒有人能幫的了。」看完這本書後，我的內心充滿動力和希望，砥礪自己努力實踐，成就未來更好的自己！真心推薦這本書給大家，共勉之！

四、討論議題：

學生真的能常常使用 AI 嗎，會不會影響到學生的自主學習力和思考能力和想法？

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：盧柏誌

參賽標題：小王子

書籍 ISBN：978-986-789-701-5

閱讀書名：小王子

原文書名：Le Petit Prince

書籍作者：安托萬·迪·聖-修伯里

出版單位：木馬文化

出版年月：2010/01/11

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

《小王子》是法國作家安托萬·德·聖-埃克蘇佩里於 1943 年所寫的一本著名童話。故事描述一位從遙遠星球來的小王子，在造訪了多個星球後，來到了地球，並結識了一位飛行員。透過他與各種不同角色的互動，書中探討了友誼、愛、孤獨、成長等主題。雖然文字簡單，但其蘊含的深刻哲理讓《小王子》成為了經典作品，不僅受到孩子們的喜愛，也讓成年人深思。

二、內容摘錄：

在《小王子》中，小王子與狐狸的對話是書中最令人深刻的一段。狐狸對小王子說：“你知道嗎？你只有用心才能看清楚。真正重要的東西，用眼睛是看不見的。”這段話揭示了書中的核心思想：真正有價值的東西往往是無形的，不在於外表，而在於內心的體悟與情感的交流。這段對話讓人反思生活中那些看似平凡，卻深具意義的事物。

三、我的觀點：

《小王子》這本書對我來說是一面鏡子，讓我反思自己的生活方式和價值觀。在小王子與不同星球上的居民互動過程中，我看到了成人世界中的荒謬與矛盾。書中所提到的國王、愛慕虛榮的人、酒鬼、商人，這些角色各自代表了不同的成人特質。國王象徵著權力欲望，愛慕虛榮的人沉迷於虛假的表象，酒鬼沉淪於自我厭惡，商人則忙於追逐物質利益……這些形象鮮明的角色，讓我反思成人世界的複雜與迷失。

故事中小王子與玫瑰的關係也是一個值得深思的部分。小王子離開玫瑰，因為他覺得玫瑰並

不珍惜他，然而在後來的旅途中，他逐漸明白了玫瑰對他的愛與牽掛。這段經歷讓我體悟到，很多時候我們對身邊的人或事物習以為常，直到失去後才懂得珍惜。這讓我想到生活中，我們是否忽略了某些看似平凡但卻無比珍貴的東西，比如家人的愛、朋友的陪伴，或者是生活中的點滴幸福。

小王子與狐狸的友誼，則讓我深刻瞭解到友情的本質。狐狸告訴小王子，他們之間的關係將會變得獨一無二，因為他們彼此馴服了對方。這讓我明白，真正的友情是經過時間與心靈的交流所建立起來的，這種關係不僅僅是表面上的交往，更是一種深層次的情感連結，狐狸教導小王子關於"馴服"的概念，更讓我意識到人際關係中的真誠與深度。與他人建立獨特聯繫的過程，是通過相互信任與心靈的碰撞，這種關係的獨特性與不可取代性，使得我們的生命更加豐富與充實。這些想法深深地影響著我，提醒我珍惜那些在生命中馴服我、並被我馴服的人們。

書中的飛行員象徵著現實與夢想的交界，他與小王子的交流讓我反思自己是否還保有童年的純真與對世界的好奇心。成年人的世界充滿了理性與現實，但《小王子》提醒我們，不要忘記內心深處那份天真與對美好事物的渴望。

小王子最後的離去是充滿詩意的，他離開地球，回到了自己的星球。這段描述讓我思考死亡與離別。書中並未給出明確的答案，但卻讓我感到一種淡淡的哀傷與釋然。或許，這也是對人生的一種思考：我們終究要離開這個世界，但在這之前，我們應該好好珍惜與愛的人、事、物，因為這才是我們存在的意義。

總的來說，《小王子》雖然是一本童話書，但其內容與思想卻超越了年齡的界限。它讓我反思自己的價值觀、友情、愛情，甚至對生命的態度。這本書的每一個細節、每一段對話，都值得細細品味，因為它不僅僅是在講述一個故事，更是在與讀者心靈對話，狐狸教導小王子關於"馴服"的概念，更讓我意識到人際關係中的真誠與深度，並體認到與他人建立獨特聯繫的過程，是通過相互信任與心靈的碰撞。

四、討論議題：

《小王子》中有很多值得討論的議題，例如：什麼是真正的友誼？我們如何在忙碌的生活中不忘初衷？成人世界的複雜是否讓我們失去了某些純真的東西？這些問題都讓我深思，我認為在現代社會中，這些議題仍然具有很強的現實意義。我們應該時常提醒自己，不要被表面的現實所蒙蔽，記得用心去感受生活中的美好。

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二甲

科 別：資料處理科

作 者：許紘慈

參賽標題：你的行動符合經濟效應嗎？

書籍 ISBN：978-626-379-264-7

閱讀書名：一定要懂的行為經濟學

原文書名：ミクロ・マクロの前に今さら聞けない行動経済学の超基本 ビジュアル版

書籍作者：橋本之克

出版單位：台灣東販

出版年月：2024/02/29

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者橋本之克：市場行銷及品牌顧問。昭和女子大學現代商業研究所研究員。東京工業大學社會工學系畢業後，任職於大型廣告公司，後來進入日本綜合研究所。從事顧問工作，組織成立與經營官民共同的研究事業聯盟。之後進入旭通 DK 擔任策略規劃師，致力於爭取金融、房地產、物流、製造業等客戶。2019 年自立門戶，目前擔任市場行銷、品牌策略顧問、企業培訓講師，將行為經濟學充分運用在工作中。著有多本有關行為經濟學方面的著作。

二、內容摘錄：

鮮明的印象會產生有如被光照射時的狀態，使我們無法正確地判斷其照射對象的整體。
(P.24)

比起已經達成的事情，人對於未能達成和中斷的事情往往記得更清楚。(P.72)

「稟賦效應」，一旦成為自己的所有物就會高估它的價值。另外還會受到「避免後悔」的心理影響，試圖避免將來可能產生損失的情況。(P.86)

三、我的觀點：

這本書共分成五個章節，分別介紹各種跟經濟學相關的主題，在每個章節中又細分成多個小主題，而我最喜歡的是第三章節的「生活中的行為經濟學」，書中的內容、舉例，都是接近

我們日常生活的例子，像是消費、沉迷在網路世界，對於喜歡的商品想湊齊整個系列等.....而且每一頁都有附上小插圖幫助讀者理解核心概念，內容深入淺出不艱澀，卻把每個效應造成的影響介紹的非常詳細，可以感受到作者的用心。

舉例來說：第一章節第八主題的「IKEA 效應」，這個詞應該對於許多人都並不陌生，它的意思是指，當人投入時間和精力就會對其成果產生依戀。這種心理會過度高估自己所做的東西，並認為對他人來說這東西也有很高的價值，而這種自我感覺良好的心態有好也有壞，優點像是這類人通常更有自信，更懂得把握機會；但同時如果太過頭就會導致自負。再者自信的人往往更具有吸引力，更容易受到他人的矚目，但過度自我膨脹一樣會造成負面影響，例如在團體活動中可能因為過度強勢而忽略了他人的感受。

第三章節第十小主題的「第一印象決定後續發展」，文中提到的初始效應，就是有點類似刻板印象的意思，也就是說最初得到的資訊，會一直被停留在印象中，影響之後的評價與判斷。日常生活中也常會受第一印象左右對事物的看法，在我小的時候曾因為吃奇異果和鳳梨時有過被刮舌頭的經驗，自那以後我就對那兩種水果產生心理陰影，不敢再吃。

書中提到的理性經濟人是假設人們在做選擇前，會經過完善的考量，或綜合所有的資訊，但實際上，我們做出的決策，往往會受到情感、心理偏見和社會影響的驅動。就例如日常生活中的購物行為，為何明明知道有些商品不必要或沒有特別的需求，卻還是會忍不住想去購買，這就是行為經濟學中揭示的心理帳戶和損失厭惡現象。

我自己就常常有這種經驗，像是我很喜歡娃娃和公仔，雖然我很清楚這些物品是我「想要」而不是「必需品」，但還是會忍不住用各種理由，說服自己或家長購買。

我認為本書的經濟學和平常在學校課程中所學習到的經濟學不一樣，它感覺更貼近日常生活，不那麼側重理論，這本書中提到的行為經濟學是和心理造成的行為比較相關的，它用心理學的角度做出發點解析經濟學。這本書可以幫助我們在生活中更加理性地做選擇，成為一位聰明的消費者；也讓一般讀者理解消費心理的運作，避免掉入使人後悔的思考陷阱中。這本書舉了很多有趣的例子，也讓我對行為經濟學有了更多的了解，相信之後在日常生活可以利用這些學到的資訊，幫助自己更理性的思考。

四、討論議題：

行為經濟學如何在市場競爭中應用？

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：英三乙

科 別：應用英語科

作 者：唐恩

參賽標題：打破性別框架，促進平權覺醒

書籍 ISBN：978-986-757-426-5

閱讀書名：空間就是性別

原文書名：空間就是性別

書籍作者：畢恆達

出版單位：心靈公坊文化事業股份有限公司

出版年月：2004 年 10 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

畢恆達教授在紐約留學期間，由於身邊的同學多為黑人、女性、同志和窮人，這樣的經歷促使他開始從不同角度看待世界，並接觸與閱讀大量女性主義書籍。回台後，他開始投入性別與空間的研究領域。此外，這本書也提到同志及其父母所面臨的尷尬處境，讓讀者能從更多不同的視角，重新審視我們周圍的社會與文化。

二、內容摘錄：

所以唯有打破以男人作為所有價值的標準，對於知識、能力與性別氣質加以重新界定，才能翻轉女人作為男人的對照與變異命運。(p.23)

因為性別價值的形塑，就在每日最具體而微的身體與動作之中。(p.61)

男的長得再帥，和女性的關係再好，都不表示女人在任何時間、任何地點、任何心情之下，都歡迎男性沒有經過她的同意就任意碰觸她的身體。(p.157)

三、我的觀點：

畢恆達教授在這本書中運用了許多貼近生活的例子，引發讀者思考性別議題。他巧妙地帶領我們看見在公共場所和空間設計上，我們的環境仍存在著許多問題，某些設施考慮不周，甚至根本設計不良。這些問題背後不僅反映了設計者的盲點，更多時候則是整體社會文化中隱藏的偏見與歧視。

(一) 語言背後的涵義

漢字的博大精深在於其使用形象或概念來造字的特色，例如：「男」字代表在田地裡耕作的人，然而以「女」為部首的字卻呈現出複雜的兩面性：一方面，像「婉」、「媽」這類字用來讚美女性的外表和舉止；另一方面，則不乏帶有負面特質的字，如「妖」、「奸」等。在成語中，類似「英雄救美」、「最毒婦人心」等，也經常將女性塑造成弱者或被妖魔化的形象。

反觀西方世界，性別標籤化的現象同樣普遍，例如，氣象員稱為 "weatherman"，消防員稱為 "fireman"，卻沒有與 "woman" 對應的詞彙。我們日常不經意說出的這些話語，背後都隱含著以男性為標準的價值觀——男性被視為普遍或主體，而女性則是附屬地位。此外，社會新聞的標題中也常出現「XXX 比女子善變」或「女子駕車闖禍」等這類說法，總是刻意或無意地強調性別，進一步加深社會對女性的貶抑。這種論述持續擴散，但卻少有人反思與制止。

值得慶幸的是，英語世界早在十幾年前就開始行動，編修並檢視這類帶有偏見的詞語，例如將 "fireman" 改為 "fire fighter"。在台灣，我們也應該思考如何更新社會對女性的偏見，從語言和詞彙著手，展現新時代更具創造力且平等的性別意識。

(二) 做家事是女人的專屬？

我們對母親的印象，往往是她在充滿油煙的廚房中大展廚藝的背影，或是在家中辛勤操持家務的身影。每當有客人來訪，她總是忙著準備水果和茶點。然而，我們是否曾思考過，這些事是她出於自己的意願與興趣，還是因為社會期待與性別角色的壓力？為什麼大多數男性不願意主動承擔家務呢？本書為此提供了答案：許多男性認為家務是女性擅長的事，交由她們處理既合適又不會妨礙自己。而在大男人主義的社會中，把家務交給女性，也成為一種性別特權，這使得男性不願輕易放棄這項利益，導致男女分擔家務的機會變得渺茫。

然而，隨著社會風氣的開放，「男主外、女主內」的觀念不再是主流，有些家庭中的男性已開始主動承擔家務，或是男女共同分擔、互相支援。我認為，一個家庭應該由所有成員共同經營，如果只有一方無對等地付出，這便容易引發關係破裂或彼此間的怨懟。例如吃完晚餐後，如果女性在廚房洗碗，男性可以幫忙收拾碗盤、擦桌子，這些簡單的動作也能讓家人感受到彼此的心意和付出。我們不應被過去「男尊女卑」的婚姻模式所束縛，而應努力邁向更平等的未來，不再讓女性成為家庭中的「灰姑娘」。

(三) 女用廁所改善

吃、喝、拉、撒、睡是每個人基本的生理需求，其中上廁所佔據了相當重要的部分。然而，現今部分公共廁所仍存在嚴重的環境和社會問題。男性常常好奇為什麼女性上廁所的時間會比較長？男性通常站著解決，而面對髒亂的廁所時，許多男性選擇忽視；但女性無論大小便，都需要在封閉的空間內進行，並且更頻繁地需要接觸便器。再加上公共廁所數量不足的問題，常常導致女廁前大排長龍，有些女性因無法忍受髒亂的環境而選擇憋尿，這對健康將造成不良的影響。

幸運的是，隨著台灣性別友善觀念的推動，政府近年來在改善這些問題上確實做出了努力。例如，現在許多超商和捷運站的廁所有環境檢查標章，並設有檢查時段的記錄表，有些超商甚至標註「若廁所髒亂，可以通知店員」；許多女廁也增設了置物架或掛勾，方便女

性放置隨身包包或物品。人們越來越關注廁所品質，並開始重視女性及其他族群的需求，我們對於親子廁所和無障礙廁所的設施和設定也投入了更多關心。

我很喜歡書中的一句話：「是社會的性別刻板印象阻礙了男女多重發展的可能；是社會限制了我們，而我們再進一步自我設限。」我們常常不自覺地被稱作「社會價值觀」的鳥籠所束縛，並在無意中傳遞性別歧視。然而，我們很幸運地生長在一個言論自由的國家，女性意識逐漸崛起，同性婚姻也已合法化，我們不斷接收大量新資訊，感受著人類無限的可能性。我並不認為可以斷然糾正任何一方的想法為錯誤，也無法保證某種想法一定正確，但我相信，隨著不同觀點的精彩碰撞與融合，我們將能夠發展出更加美好、多元的社會形態。

四、討論議題：

- (一) 性別分工與現代家庭結構的轉變，在性別角色分工日益模糊的時代，如何有效分配家庭中的責任，以避免傳統性別分工帶來的家庭不平等現象？
- (二) 在現代社會中，社會期待與自我實現的衝突，性別角色的期望是否同樣對個人實現自我構成壓力？

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：英三乙

科 別：應用英語科

作 者：呂宜孺

參賽標題：突破情勒·重拾自我

書籍 ISBN：978-986-406-078-8

閱讀書名：情緒勒索

原文書名：情緒勒索

書籍作者：周慕姿

出版單位：寶瓶文化事業股份有限公司

出版年月：2017 年 1 月 25 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者周慕姿是一名諮商心理師，同時也是一位企業諮商師、「風傳媒」專欄作家、「失戀花園」駐站專欄作家。本書是台灣第一本由專業諮商心理師討論「情緒勒索」的專書，透過日常生活中的實例，深刻揭示情緒勒索的多種面貌，讓讀者逐步理解這種行為是如何潛移默化地影響我們的情緒與心理狀態。書中深入探討，為何我們常不自覺地陷入情緒勒索的漩渦？並提供具體方法，教導我們如何辨識情緒勒索的訊號，以及如何有效擺脫情緒勒索的循環。

二、內容摘錄：

兩者最大的差別，其實是在於對方對她的要求是否非常堅持，毫無轉圜的餘地；他是否無視你的感受與你的底線，步步緊逼，且為達目的，不擇手段。(p.49)

情緒勒索者威脅將奪走你的重要事物，讓你感到焦慮、害怕，於是你只能按照他們的方式做，以求減輕不安與恐懼，贖回你的安全感。(p.62)

當我們習慣忽略自己的感受時，我們會輕忽這段關係對我們的傷害。(p.195)

當你總是身處在"害怕"的情緒裡，你很難在這段關係中，感受到"在乎與愛"。(p.263)

你是你人生中最重要的人。(p.266)

三、我的觀點：

情緒勒索是一種不易察覺但極具破壞力的心理操控手段，經常發生在親密關係、家

庭、工作場所，甚至是朋友之間，這種操縱方式不僅損害了受害者的心理健康，還影響到他們與他人之間的互動情形。情緒勒索者經常利用威脅、內疚或操縱受害者的恐懼，來達到控制對方的目的，這類操縱者往往在不動聲色中利用他人的情感弱點，使受害者陷入心理困境，感到無力反抗。擺脫情緒勒索不僅是為了保護自己，更是建立健康人際關係的必要步驟，那麼，我們應該如何有效地擺脫情緒勒索的束縛呢？

首先，認識和理解情緒勒索是改變的關鍵點，只有充分意識到這種操控手段的存在，才能防範於未然。情緒勒索者往往會巧妙地使用語言來操縱對方，例如：「如果你真的在乎我，你就不會這麼做！」這類話語便是一種典型的情緒操控，勒索者利用了受害者的內疚感或對關係的重視，強迫對方屈從。對這些操控行為的深入認識，有助於我們減少情緒上的反應，進而作出更理性、更自信的回應。

其次，設立明確的界限是擺脫情緒勒索的重要步驟。界限的建立能夠幫助我們保護自己的心理空間，避免在面對壓力時妥協或讓步，許多人在面對情緒勒索時，常常因害怕失去關係而無法果斷地設立界限，這將使勒索者得以不斷擴大其操控範圍。因此，清晰地認識到自己的需求、價值觀和底線，並且勇敢地表達出來，當對方試圖利用情感打破這些界限时，我們應該果斷地表明立場，堅定地捍衛自己的界限。這種自我保護不僅有助於維護我們的心理健康，還能讓對方明白其行為不可接受，進而改變其行為模式。

此外，增強自我意識和自尊也是擺脫情緒勒索的策略之一，情緒勒索之所以能奏效，往往是因為受害者的自尊心較低，或是缺乏對自我價值的認識，當我們清楚地瞭解自己的價值並有足夠的自信時，便不會輕易受到外界的操控。瞭解自己的長處與短處，接納自己的不完美，這些都能幫助我們在面對勒索時更有底氣，當我們確信自己值得被尊重時，就不會輕易被那些試圖操縱我們的人所影響。

情緒勒索的受害者往往會感到孤立無援，因此，尋求外界支持非常重要，與信任的朋友、家人或專業的心理諮商師分享自己的感受，不僅能讓我們獲得情感上的支援，還能得到更多建設性的建議，這些支持系統能夠幫助我們釐清困惑，並給予我們心理上的力量，讓我們有更多勇氣面對勒索者。尋求心理專業人士的介入能夠提供有力的支持，幫助我們識別操縱行為，並學會更好地保護自己，同時，這樣的支持也能減少我們面對情緒勒索時的孤獨感，讓我們不再覺得自己是獨自面對困境。

我想，最有效的應對方式便是選擇放下不健康的關係，當某個人反覆利用情緒勒索來操控我們，即便其意圖可能並非出於惡意，我們也應重新評估這段關係是否值得繼續維持？長期處於這類關係中，不僅會損害我們的自尊心，還可能引發焦慮、抑鬱等心理問題。因此，學會辨別哪些關係對我們有害，並勇敢地選擇遠離這些關係，對於保護我們的心理健康尤為重要。遠離那些持續對我們施加壓力、侵蝕我們自尊的人，並主動構建一個積極且支援的社交圈，才能讓我們的情感空間變得更加健康與正向。

當然，情緒勒索者有時可能並未意識到自己的行為正在傷害他人，這時候我們可以嘗試與對方進行坦誠的溝通，告知對方其行為對我們的負面影響，並提出具體的解決辦法，也許能夠改善彼此之間的互動模式。然而，這需要雙方都有意願進行改變，如果對方對這類反饋無動於衷，甚至反過來指責我們「過於敏感」或「無理取鬧」，這便是我們應該重新審視這段關係是否值得繼續的時刻。

最後，我們要明白，擺脫情緒勒索不僅是對抗某個具體的人，更是一種對自我價值的

捍衛。在這個過程中，我們學會如何更好地理解自己，如何在關係中保持獨立性，如何平衡付出與接受。情緒勒索，雖然看似外界對我們的壓力，實際上卻是我們內心力量的一次試煉，擺脫這種無形的束縛後，我們將會變得更強大、更自由，最終走向一個更加幸福與健康的未來。無論是在親密關係、家庭還是工作場所中，每個人都應該被尊重和珍惜，選擇與那些真正理解和尊重我們的人加深關係，將使我們的人生更加豐富、充實，這也是通往真正幸福的關鍵。

四、討論議題：

- (一) 情緒勒索在親密關係和工作場所中不易察覺但具有破壞性，當你發現親近的人正處於情緒勒索的困境中，可以採取哪些行動來幫助他們擺脫困境？
- (二) 為什麼放手一段不健康的關係如此困難？心理上有哪些障礙讓我們難以走出這些有害的人際關係？

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

作 者：林云翊

參賽標題：風險

書籍 ISBN：978-986-777-861-1

閱讀書名：風險之書

原文書名：Against the Gods: The Remarkable Story
of Risk

書籍作者：彼得·伯恩斯坦（Peter L. Bernstein）

出版單位：商業週刊

出版年月：2019 年 04 月 18 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

彼得·伯恩斯坦以優異成績畢業於哈佛大學經濟系，並加入美國大學優等生榮譽學會。1951年，他開始在威廉斯學院教授經濟學，隨後進入商業銀行工作五年。之後，他在一家知名投資顧問公司擔任執行長，為個人和機構管理數十億美元的資金。在他 1973 年離職時，管理資產規模增長了十倍。隨後，他成立了彼得·伯恩斯坦公司，並發行《經濟學與資產組合策略》雙月刊，專注於分析資本市場動態。

二、內容摘錄：

1. 風險不僅是決策的核心，也是推動經濟發展、科技進步及生活改善的關鍵動力。本書深入探討了風險的本質，對投資人、保險專業人士以及經濟、數據科學的學者來說，都是不可錯過的經典讀物。p40

2. 從藝復興時期的卡達諾，到巴斯卡、費瑪、伯努利等天才數學家，這些人物透過機率、抽樣法則、均值回歸及賽局理論等統計工具，逐步將風險從單純的損失轉化為潛在的機會。到了現代，馬科維茨提出了投資組合理論，布萊克與休斯則發展了選擇權定價模型，風險管理技術隨著這些突破性的貢獻日益成熟。p42

3. 豐富的閱讀體驗，引人入勝的歷史旅程

本書以小說般的敘述方式，帶領讀者進入一場關於風險探索的智力冒險。p53

三、我的觀點：

《風險之書》探討了風險的起源、演進與應對，讓我對風險的概念有了更深刻的理解。風險

一直存在於我們的生活中，無論是職業選擇、意外事故，還是金融投資，都與風險息息相關。讀完這本書，我深刻體會到，現代社會面對風險的方式是建立在數百年歷史演進的基礎上，並且人類對風險的認識從未知、無力，到逐步掌握，最終轉化為可以量化和管理的東西，是一段漫長且有趣的過程。

在現代社會，我們似乎已經找到了一套理性的方式來處理風險。比如說，氣象局根據過去的天氣數據與目前的氣象狀況，為我們提供天氣預測；面對意外事故，我們可以依靠保險來分散風險；在投資方面，我們了解股票比債券風險大，因此可以根據自己的風險承受能力做出相應的決策。然而，這些理性且系統化的風險管理工具並非自古以來就存在。相反，作者帶領我們回到過去，讓我們理解在沒有風險量化的概念下，人們是如何被動面對風險的。

書中描述了幾百年前的人們，對於無法解釋的災難和不幸，往往會將其歸因於神的意志。當時的人類沒有統計學和概率的概念，只能認為所有發生的事情都是命中注定，無法改變。因此，他們面對風險的態度是消極的，缺乏主動應對的能力。這讓我感受到，當我們今天可以用數字來衡量風險時，實際上是站在歷史的肩膀上，這是數百年來無數科學家和數學家努力的結果。

隨著阿拉伯數字的傳入，文藝復興時期的人們開始對數字進行運算，風險管理逐漸有了可能。卡達諾等數學家開始研究賭局，通過機率來預測可能的結果，這是人類首次嘗試量化風險。而葛朗特的死亡率統計，更是為保險的誕生奠定了基礎。這讓我聯想到，現代社會的保險體系，正是通過大量的統計數據來計算風險，讓個人能夠與風險抗衡。當一個人因意外過世時，保險金可以保障家人的生活，這種分散風險的方式，不僅減少了個人面對的風險，也為整個社會提供了安全保障。

書中還提到了現代金融市場對風險的分析。過去的學者通過對市場歷史數據的研究，總結出了風險與回報之間的關係，這促成了投資組合理論的誕生。我們現在所依賴的各種避險操作方式，其實也是基於這些歷史數據和理論。然而，作者也提醒我們，過度依賴風險的量化，有時反而會讓我們忘記風險的本質。最經典的例子便是 LTCM（長期資本管理公司），這家公司由多位諾貝爾獎得主組成，他們通過複雜的數學模型，試圖完全掌握金融市場的風險，並自信地認為可以實現穩定的收益。

但市場是無法完全預測的。1998 年，俄羅斯盧布計價公債違約，這件事打破了 LTCM 的風險預測模型，導致該公司遭遇巨額虧損。這次危機不僅使 LTCM 瀕臨破產，還對全球金融市場造成了嚴重的連鎖反應。這個例子告訴我們，儘管風險可以被量化和預測，但它永遠存在著不可預測的部分，我們不能完全掌控它。過度自信地相信模型和數據，只會讓我們忽略那些潛藏的未知風險。

總結來說，風險的存在提醒我們，無論科技如何進步，我們仍然需要對未來保持謹慎和敬畏。這本書讓我了解到，人類面對風險的歷史是一部充滿挑戰與智慧的故事，從完全無力應

對風險，到逐步掌握，最後轉化為可以量化和管理的東西，這是一個了不起的進步。然而，正如書中所述，風險的本質是不確定性，它提醒我們，無論我們如何努力，也不可能完全掌握未來。因此，在面對風險時，我們應該學會既理性應對，又不忘保持敬畏之心。

四、討論議題：

- 1.我們是否能完全依賴數學模型和歷史數據來預測未來的風險？
- 2.當我們依賴數據與模型時，是否可能忽略一些潛在的、難以量化的風險因素？
- 3.我們該如何平衡數據依賴與對未知風險的直覺應對呢？

特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：商三乙

科 別：商業經營科

作 者：徐承義

參賽標題：有效到讓人中毒的心理學

書籍 ISBN：978-986-993-131-1

閱讀書名：有效到讓人中毒的心理學

原文書名：効きすぎて中毒になる 最強の心理学

書籍作者：神岡真司

出版單位：方舟文化

出版年月：2020/09/09

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

神岡真司（Shinji Kamigaoka）是一位知名心理學家和作家，專注於心理學在日常生活的應用。神岡真司擁有多心理學研究和實踐中的經驗，尤其對人際關係、說服技巧和情緒操縱有深入的研究，他的專業背景包括心理學碩士學位。

神岡真司著有多部心理學相關書籍，其中《有效到讓人中毒的心理學》是他最受矚目的作品之一。該書深入探討如何利用心理學原則來影響他人的行為和決策，他的著作實用性強、案例豐富。

二、內容摘錄：

面對陌生人，我們總是會冷漠以對，假定這些陌生人是危害到自己的敵人，再下意識經由動物本能，傳達危險訊號給自己。(p.20)

對於那些討厭我們的人，可以試著提出一些「瑣碎的要求」，人們通常會拒絕討厭的人的要求，但如果這些要求是些瑣碎小事，想拒絕也很麻煩，乾脆就接受。(p.28)

就對方而言，要他借你東西，這些都是很不舒服的事，他們因此生出「無法原諒自己做出這些事」的煩躁心情，屬於一種認知失調（Cognitive Dissonance）。然而，當他收到對方誠懇的感謝時，原本懷著「我竟然親切對待討人厭的家伙」的不舒服，轉變為「因為他是好人，所以我對他親切」，讓自我認知達到協調。(p.28) (p.29)

三、我的觀點：

你是否曾經在面對陌生人或是討厭的人時，感受到一股無形的壓力，讓你不由自主地退縮？這種情感反應其實很常見，來自於我們內心深處的心理防禦機制。這本由神岡真司所著的《有效到讓人中毒的心理學》正是從這些日常經歷出發，探討我們的行為背後隱藏的心理秘密。這本書給了我很多深刻的啟示，雖然內容需要慢慢消化，但它揭示了許多我們日常生活中容易忽視的心理現象。

在閱讀這本書時，我感受到的第一個重要觀點是人們在面對陌生人或討厭的人時，往往會本能地將對方視為威脅。這種防禦反應是出於動物本能，讓我們下意識地避免靠近這些潛在的「敵人」。這個觀點在書中的 p.20 被詳細討論，書中提到我們的冷漠和敵意其實是一種自我保護的表現，而這種表現與我們的原始天性有著密切的關聯。

另一個讓我印象深刻的部分是關於「瑣碎要求」的策略。在書中的 p.28，神岡真司提到，人們通常會拒絕討厭之人的要求，但如果這些要求是些無關痛癢的小事，則出於拒絕也很麻煩的心理，人們更容易接受。我覺得這個觀點非常有趣，因為它揭示了我們日常交往中的一個微妙心理現象。這種策略可以被運用在很多情境中，特別是在需要化解矛盾或是建立關係時。

讀到這裡，我不禁想起了自己的一些日常經驗。比如，我經常在突發情況下選擇同意別人的要求，尤其是當對方的請求並不繁瑣時。最近一次是我同學問我要不要買國文講義，我下意識就同意了。閱讀這本書後，我意識到這其實是一種心理上的「低壓選擇」，因為同意往往是最沒有壓力的方式。這讓我更深入地理解了自己行為背後的心理動機。

此外，書中探討了男性的理性思維與女性的感性思維的差異，這讓我對性別角色有了更深入的思考。神岡真司提到，無名指比食指長的人通常更具理性，但也可能更感性。我發現自己的無名指比食指更長，這讓我更覺得自己是偏於感性思維的人，也更細心。這部分內容讓我開始思考，性別差異究竟是由性別框架所塑造，還是由生理激素所影響，抑或是源自於我們的原始天性？

並且，在閱讀這本書的最後幾個章節時，我讀到一個很有趣的內容，他是敘述「社會因素」的光環效應，利用第三人之口說些讚美當事人的技巧，讓我的心思飄回了當時課堂講解的高中課文〈陌上桑〉那個眾人為之傾倒的美女羅敷，他就是運用這個技巧，才讓人無限遐想，變成一個家喻戶曉的一個佳作。

在整本書的閱讀過程中，我不僅學到了許多新的知識，還對自己的行為和心理狀態有了更多的認識。尤其是當書中提到外表出眾的帥哥美女其實與普通人無異，只是在外表上更為出眾而已，這讓我感到十分釋然。這種觀點提升了我的自信，讓我明白即使在身邊有一群外表出眾的人，我也不應該感到自卑。我與他們是平等的，並沒有高低之分。

這種思維方式的轉變，讓我對未來的生活有了更清晰的框架。我也發覺到「框架」一開始對我而言是有些負面的，因為這個社會總讓我覺得槍打出頭鳥，它讓我感覺到我被這個社會的角色所限制。然而，現在我更認為框架是一個正面的詞彙，它現在對我來說是對未來的生活

嚮往和指引，讓我能更有方向地追求自己的人生目標。

總而言之，《有效到讓人中毒的心理學》這本書雖然閱讀起來有些挑戰，看完一頁我還需要合上書思考剛才我閱讀到了什麼，但它揭示的心理現象和給予的建議對我的生活和自我認知有著深刻的影響。透過這本書，我不僅更了解自己的行為模式，還學會了如何更好地與他人相處，提升了自己的自信和幸福感。這本書給了我一個新的視角去看待自己與他人的關係，也讓我對於未來的生活有了更積極的態度和清晰的規劃。

四、討論議題：

在現代社會中，心理策略如「瑣碎要求」的使用是否符合道德規範，我們應該如何找出個人利益與他人感受的平衡點呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：英一乙

科 別：應用英語科

作 者：陳弘耘

參賽標題：小提琴家閱讀心得 -高奏正義與生命之火

書籍 ISBN：978-957-741-810-4

閱讀書名：小提琴家

原文書名：Playing With Fire

書籍作者：泰絲·格里森 Tess Gerritsen

出版單位：春天出版

出版年月：2024 2 月 6 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者簡介

泰絲·格里森\Tess Gerritsen, 華裔美國人，擔任小說家、內科醫師。

成名作為《貝納德的墮落》，在該作中，泰絲初次將自身的醫療經驗寫入作品中，這使其大受歡迎，從此她開始專攻醫學驚悚風格。

書本簡介

《小提琴家》作為典型的懸疑小說，故事交錯切換兩個視角，描述燃火的樂章"Incendio"如何牽引起二戰時期的猶太裔威尼斯男孩羅倫佐以及現代美國小提琴家茱麗亞的命運。

二、內容摘錄：

「那一刻他不在乎她的長相。就算她的臉長得像驢子、臀部像母牛都無所謂。唯一重要的就是她琴弦之下奔流出來的音樂」 P.057

「『如果我們一開始就不敢想的話，就永遠不會發生。所以，我們要敢於想像。』」 P.156

「要是他現在離開，日出之前就可以趕不少路 ~ 這是拔波尼教授力勸他做的：逃。 ~ "那麼，等到戰爭結束，"他心想，"我怎麼有辦法面對他們？ ~ "他想像皮雅雙眼中那種被出賣的眼神。這是他唯一能想到的：他妹妹的眼神。」 P.164~165

「如果他能聽到我們的演奏，那麼他就會知道他沒有被遺忘。而說到底，這就是我們所有人期望的：永遠不被遺忘。」 P.280

「音樂的力量可以啟發或改變人生，甚至跨越數世紀亦然」 P.296

三、我的觀點：

總評

即便得撇開一些缺點才能稱之為極佳作，故事末尾的唐突展開、少數未解的懸念以及微不足道的刻畫缺陷對"Playing with Fire"而言絕對是瑕不掩瑜。

該作巧妙運用雙主角的敘事手法造成的視野差來不疾不徐地揭露懸案的謎底，分散線索的手法能有效打亂讀者的思緒，也不會因為平鋪直敘而顯得單調；而兩條時間線在尾聲交錯，琴弦遇上對的指頭，行雲流水的高唱與樂譜相契合時，數個懸案也會在寥寥數頁間豁然開朗，如此手法可謂是匠心獨運。泰絲也不愧是專攻懸疑小說的作家，如此熟練的吊人胃口，想必也是描繪人心的日積月累。

而作為一部描述未結果的、英雄之間戀情的歷史慘劇，它也完美地以絕望的 a 小調將所表達的理念與傷感一絲不苟地烙印在讀者的心中，無論是一見鍾情時動搖的不安，還是在將死之際尋求希望的堅信，其中透露的，不只是少年們擁吻的熱烈或冰冷，而是引人深思的正義、真實存在過的反烏托邦，更是女巫在那些流淌罪惡之血的禽獸們最後的舞台---火葬場所發出的亡命嘶吼。

本作也巧妙地將音樂狂亂的魔力與音符間流露的藝術性質以及虛構的曲中的熱情、優雅、哀愁全都以文字的形式如樂音般流暢地傳入讀者耳中、浸泡腦髓深處，想必是僅有真正了解百調之智、樂理之美的人才能以文句將之描寫得如此栩栩如生。

哀悼

直到讀完該書後的十數日的現在，我仍無法停止每時每刻哀嘆羅倫佐這個名字，我仍無法擺脫那對受仇恨拆散的少年少女曾有的可能性纏繞在腦中。

戰爭的惡劣、種族歧視的愚昧、人神共憤的現實。這世上當然沒什麼悲哀是不能以把一對天作之合拆散來詮釋的，有嗎？

也許在翻開這本書的一瞬間，在出現勞拉這個名字的一瞬間，我的靈魂就理解了，這場來自百年前的、卻僅持續了短短不到六年的戀愛當然一定是悲劇，因為若不是這樣，被命名為"女魔法師"的琴就不會在火葬場內尖叫出最後的、最明亮的火光。那名稱是否是在影射 15 世紀受刑的無數"女巫"？或膽怯或堅強，但都在人心的荒誕下無辜地步入絕路。

他們一開始本有機會；夢想成為政治家的長子馬可，以及本該是準岳父的拔波尼教授都是人間清醒者，他們早就知道距離終將迎來的日子已經不遠，不料外公的頑固，堅持守護著 600 年的安居，堅信執政者通情達理。

教授曾勸羅倫佐跑，只要翻過一座山就是瑞士，但羅倫佐哪能拋下家人不管？病危的外公、刻苦的父親、務實的母親、年少的妹妹？

終究是這些愛，令膽怯的羅倫佐、堅強的勞拉無法逃到沒有歧視的非戰國結為連理、與燃情的音樂終日相伴，在幸福的洗禮中白頭偕老。

或許正是那種種的機會這場鬧劇變得更淒涼，因為那些日子終究到來：逝去的芳香最後造訪他美夢的春天、卑賤的猶太皮盡數在骯髒的烈火中化作灰燼的秋天；我不禁會這樣想：他們是否很幸運，因為他們在不可能中相信對方會歸來的日子，甚至不到兩個季節。

那名出生於接近百年前的天才音樂家，他徬徨的靈魂，最終有沒有和他沒能見上最後一面的愛人或家人相遇、結合？羅倫佐和音樂相伴的日夜、勞拉貫徹人生的正義凜然，是否真的沒有得到應有的回報？

我的內心發出愚昧的吶喊、無能的哀愁，品味著無法得到回應的迫切。

生命

在我一直為了勞拉和羅倫佐遺憾的愛情哀悼時，幾乎無時不刻都在我腦袋中的問題毫不意外地竄出：生命的價值，它的高低，或著用甚麼才買得起？

第二次世界大戰時，法西斯主義比病毒更強的擴散力在各個國家展開驅逐，天生優越的惡棍們欺騙猶太人他們的去向很安全，但實際上，是無盡苦勞、囚禁、無意義苦刑和緊逼的死亡構築而成的地獄。我們應該為這是現實的歷史而感到可恥。

羅倫佐死了，即便為了軍隊出賣尊嚴，獻出音樂。他是冤囚。

勞拉死了，和他父親一起在運河邊被處刑，因為他們私藏猶太人。她是英雄。

托戴斯寇家並不是沒有人存活，正是馬可，在二戰結束後，他成功被釋放，然後在本書發生的約十年前過世。他為什麼活下來？可能性有很多，他運氣夠好，還沒輪到他被警衛們處刑著作樂，他身強體壯，所以能幹許多體力活而不會過勞死，抑或是因為他的機敏？

那名軍官存活了，懂得欣賞音樂的柯洛提上校，戰後他隱姓埋名而沒有作為戰犯被處刑，度過了平靜的晚年。

性命要用什麼來買？

要我說，生命的價值一定比其他的什麼都來得高，忽視他人生命價值的人，身上也不應該有換取生命的籌碼，那些願意犧牲自我性命的人，似乎往往才是最值得性命的人，但無論是現實還是故事，眼前體現出來的則都恰恰相反。

柯洛提上校作為一名納粹的軍官，他對羅倫佐說過「不要看，不要聽，不要問，你就有機會活下去」，這也是最能代表他存在的一句話。像書中描述的，他是一名倖存者，就算把他丟入滿是肉食動物的泥沼，他也會成為在血海中最後一個挺起胸膛的身影。但他值得嗎？

馬克·托戴斯寇曾一度打算放棄家人而獨自出走，他又值得活下來嗎？作為一名敏銳的政治家，觀察和思辨是他的生活方式，理性則是他的象徵，從他直到最後也沒有拋下家人獨自逃跑來看，他也許並不是冷血，但他看得清現實，聞風則喪膽，他至少會喪膽。

我們也可以從中華歷史上看見昏君劉禪一心享樂忘卻故國而得以在魏國領土苟且度過餘生、亡國故君勾踐透過三年的隱忍負重、臥薪嚐膽而換來的致命轉機。

這些人一度失去價值，但至少還有性命。

正義是選擇，無論它是由人性磨合後堆疊而成的木屑，抑或是上帝輕舉小指而生的本能，它在那，真實得令人欣慰。倖存是本能，或者也許是一切價值的最終目的，它在那，真實得悲催。

在極端情景，考量生命也許會被譽作智慧，畢竟那些抉擇終究是難以否定的，即便多數人仍舊會稱這些人作棄捨大義的渣滓。

反之，那些似乎更加值得倖存的人卻又往往更重視性命以外的東西：家、族、名譽、尊嚴、愛人，或社會。他們定義了正義，這也是為什麼他們更容易迎來的死卻更令人惋惜。

仔細一想，即便羅倫佐在故事的任何一個階段做了正確的決定而獨自活下來，或許勞拉也終究會在同一個春天為了庇護幾位流浪的猶太人而面臨處刑，如果故事這麼發展呢？我真想說"幸好不是"。

像作者泰絲在後記中提到的「在這個殘忍的歷史場景中，"要找出壞人很容易，但是要找出

英雄也同樣容易”：朱塞佩·約納教授，他被下令要求威尼斯中的猶太人同事名單，但他卻燒毀那些名單，然後自殺。」

不幸地，生命的價值似乎並不是由道義來定義，懂得適應環境的人自然不會死、會視場合卑躬屈膝的人就不會死，無論他是罪人還是賤人。而那些犧牲小我而逝去的人，他們做出受生者讚揚的行為，我們能賦予他們的，就是英雄的名號，即便那“大我”也許並沒有價值。

很多時候，就是生命的邪惡才能襯托人性的善良，畢竟人們連耶穌都能背叛。而當我為正義之士的死訊感到悲哀時，我也不禁羨慕宗教信仰者有多麼幸運，因為他們全心確信那些善人此生的義舉會反映在死後世界或輪迴轉世上，而不必去考慮人死後會不會化為烏有。

火焰

猶太人被視作牲畜，或著更卑賤的事物，任何一位為了取樂而肆意拷問的納粹軍人自然也不會在乎那些賤種在接受處刑、前往火葬前是否已瞑目。

"Incendio"在本書中，是為了掩蓋火爐中的未死者尖嘯，而強迫樂器高吼的樂隊寫出的曲子。

從事實上的結論來看，這是把悲痛的冤魂燃成灰燼的火葬場之火。

但即便這是最合理、最貼近最初意義的解釋，也不會是作者想留給讀者的唯一答案。

不如說，如何品味這部傑作，重點恰恰就在於理解"Incendio"是什麼樣的"火"。想必這也是為什麼作者會屢次強調女主角友人們的"猜謎"橋段。

從故事開頭來看，這首羅馬的陰森骨董店帶來的無名的、使茱麗亞的三歲女兒發狂而殺了愛貓的樂章，是詛咒的血火。

從它伴隨無數怨靈消逝的沉重來看，負載惡念的，是幽藍的鬼火。

從羅倫佐期待著每周三的"勞拉日"來看，萌芽摩擦生出的，是溫暖的桃粉愛火。

從羅倫佐的父親、外公固執地不願搬離他們世代生活 600 年的義大利來看，眼中氾濫的，是信任或盲從的尊嚴金火。

從他們久違五年後相遇的那一晚來看，熱吻中傳遞的，是炙燙又點綴著淚光的青色承諾之火。

從羅倫佐不獨自逃往安全地帶，而是自願和家人一同進入集中營來看，隨步伐與塵土飛揚的，是徬徨在荒野中的男孩追尋的歸宿營火。

從暖春的清晨中，遠處的愛人隱形的死訊隨虛幻卻深刻的旋律傳達到夢中來看，隨著金髮飄逸的香氣揮發而去的，是思念、可能、青春、希望與傳說共同殞落的、悲慘歷史的星火。

而就好像這本出版自 2015 的小說，在因緣際會下於 2024 才釋出繁中翻譯，而得以讓現在作為高中生的我看到這本傑作一樣；跨越數十年歷史的淒美華爾滋，躍動於噩夢陰霾過後的，茱麗亞釋懷的耳中的音符，是代表永恆、傳承的，音樂不絕的燎原之火。

結語

言而總之，這本書所闡述的故事終究是以懸疑為主，也以它為噱頭，主軸終究是跟隨茱麗亞的視角解開"火焰(Incendio)"的謎團，文章前段淺談的推理過程，以及女主角的心態描寫，其實也都是讓這本書十分精采的關鍵；

不過重感情刻劃的愛情悲劇會更觸動我，我也不是懸疑/恐怖愛好者，所以承包了整篇故事

內涵的羅倫佐視角成為了該篇心得的重點。

我想我是生存在故事世界的人，總是一意孤行，就連在生活中也總任由自己的模式思考、用期望的步調度過。

可能也因此，我才會在閱讀歷史故事時毫無感觸，面對虛構的悲劇卻會哀苦連天。

說真的，我恨我自己總和他人腦中一時閃過的殘忍共情，我恨我自己恨不得當著作者的面厲聲質問：在妳的宇宙中有沒有天堂存在？有沒有能讓兩人終成眷屬的最終淨土？

但我也愛我的熱情、愛我對一切的欽佩、愛我能從文字中感受思想。

上帝，我遭什麼罪要每每都為了最能代表自己的嗜好徹夜難眠？

豎耳聆聽這曲跨越百年歷史的、躍動於噩夢陰霾過後的淒美華爾滋。我想，我又有好一段時間忘不了這兩個名字了。希望在這不知會持續幾日、甚至幾週的，與空虛相伴的夜晚中，我能在蒸發的淚水上看見同樣美妙的、但在我的腦中，將會更幸福圓滿的世界。

然後，舉杯，為了在天堂重逢的二人。

四、討論議題：

若要以《小提琴家》為啟發來牽涉一個議題的討論，那不得不環繞"歧視"、"人性"或"戰爭"。

不僅是故事中的納粹與猶太人，美國的白人與黑人；我們甚至不必把框架限制在"種族"上，印度細分的種姓制度、中華文化千年來的仇女陋習，這些都是從人權層面嚴重影響社會發展的大問題。

法律和道德皆保護人們的安全和自由，但即便是在各處都相對進步的現代，無來由的、以偏概全的仇恨還是到處在發生，包括前面舉例過的美國黑人，甚至在台灣也不乏對同文同種的"中國大陸人"的仇視；

而在有權有勢的偏激份子手裡，這些思想自然會釀成嚴重的後果，1941年，二戰時期的納粹德國和阿道夫·希特勒已經擔任了一次大罪人，而2024年的現在則換成猶太主權的以色列在阿拉伯地區肆意侵略、圍城、屠殺，而根本原因都只是(我認為)愚蠢的宗教認同。

誰敢說誰是無辜的？無論是納粹還是猶太人，現在都已經無法擺脫腥血的腐臭，那麼一度偏移的仇恨矛頭，現在又要前後矛盾地指向猶太人嗎？當然不。因為問題一直都不出在種族，社會風氣是其中一種變因，而最終決定權永遠在於個體。

世界級戰犯希特勒放肆一己的仇恨濫用權力展開大屠殺，那麼德國人都是浴血的罪人嗎？唐納川普以白人至上主義為榮，那淺色皮膚的人都是使警察看種族欺負人的罪魁禍首嗎？

在大腦或靈魂的多樣性下，人人都是不同的，有人贊成的事就有人反對，血統也不會定義一個人的行為或思想；你我都沒必要為了把耶穌釘上十字架而懺悔。

就好像深愛羅倫佐的勞拉、喜愛音樂的柯洛提上校、燒毀文件以拖慢搜查角度的約納教授，不是猶太人的惡黨們，實際上是在社會的大浪中隨波飄泊的無奈海流。

也許那些大罪人也曾是家破人亡的流浪幼童，體會著藍色調的童年，卻錯失向惡魔報復的機會，所以才不得不將委屈放大作遷怒。

但無論這些人是否曾經可憐，如果任何人都能理智一點，恨該恨的"人"而不是"群體"，即便面對無法認同的事物也並用邏輯與和善來批判，是否打從一開始，貞德就不會在柱上活生生被燒死？就連耶穌也不用難看地被釘在十字架上？勞拉和羅倫佐這對天作之合也不用對永遠

將他們分開的陰霾渾然不覺。

在理當向前的演化下，社會化的人類仍無法締造烏托邦絕對是不合理的；

1.為何針對群體的仇恨會存在？

2.如此存在是否有其意義？

3.倘若沒有，要如何根除或至少制止於此之上的衝突產生？

這就是生在戰火掩蓋的天空下的那些人們，應該對眾神與自己發出的質問。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：蘇淳毓

參賽標題：該整頓人際關係了吧！

書籍 ISBN：978-626-98196-4-5

閱讀書名：人生有限，生命不要浪費在不重要的人身上

原文書名：人生を変える新しい整理整頓術 人間関係
のおかたづけ

書籍作者：堀内恭隆

出版單位：大都會文化

出版年月：2024 年 04 月 01 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者堀内恭隆是位日本的心理學研究專家，他獨創「人際箱子」理論、同時也是名作家，他擅長將各領域人士帶入自身的專業理論來探索。

這本書介紹如何利用箱子理論中的「箱子」整理人際關係，在某些章節後面會提供問題和空格，可以邊看書指引邊實際行動。在書的最後也有提出許多有利用箱子理論成功整理人際關係的例子，讓讀者也了解到其他人在整理完人際關係後，對自己的人生有什麼樣不同的變化。

二、內容摘錄：

「不再是對方希望我做什麼，而是自己想怎麼做」—P.43

「正因為從『每個人都很重要』這個出發點開始，才會導致人際關係一團亂」—P.91

「無論對方多麼地令人愉快，倘若沒有拿捏好彼此的距離感，最後仍然會不開心。」—

P.116

「不要把對方套到自己既定的框架中，而是要重新設定雙方的關係。」—P.200

三、我的觀點：

從出生到現在，關於人際關係這件事，在我們生活中息息相關，但我們大多數時候沒有好好整理人際關係，導致在與人相處時會產生一些相較負面的情緒。當我上了高中之後，發現身邊的人給我的感覺與國中時候的人際關係非常不一樣，也因為這個「不一樣」，讓我常煩惱要怎麼處理和面對這些關係，於是當我在圖書館看到這本書，就吸引我好好學習如何整頓人際關係。

首先本書中先讓我了解到人際關係的重要性。若人際關係不存在，我就必須要孤身一人做任何事，遇到困難也沒有人可以求助，因此人際關係真的很重要！作者在文中也有寫關於他自己在人際關係中遇到的挫折，而他就是創發且運用了「箱子理論」，才讓他的生活變得更加輕鬆，不必為了人際互動而煩惱。

書中依序介紹箱子理論和使用方法，我依照書中的內容一起整頓我的人際關係。箱子理論就是要分幾個箱子，將身邊的人依自己的感覺放入那個箱子裡，再依箱子的名稱制定自己要如何去和他們相處。文中有提到要先做三個箱子，分別是「人生過客箱」、「結伴同行箱」、「莫名好感箱」，之後可以依據自己的需求再製作幾個箱子。

在將我們所想著的人放進去時不可以用腦過度思考，一切要靠對這個人的「感覺」來分類，否則這個分類會不準確！我在睡覺前依照文中內容將身邊的人放進那些箱子裡，發現其實很多人都被我放入人生過客箱，我既不會想跟他們創造美好回憶，也對他們沒有莫名好感，但這些感覺只是一時的，之後也有可能將他們移動到別的箱子裡。當我們要和人生過客箱裡的人相處時，不必特意向他們擺臉色，就照平常相處的模式走，只是要不經意的慢慢冷淡，讓自己不要過度在意他人，腦海中也就不會有這些惱人的想法。

在閱讀後面章節時，我會邊讀邊代入生活中我與人相處間遇到的困難，印象最深刻的是，我在心中會有一些對朋友所制定的理想標準，只要他符合這個標準我就會對他莫名有好感，一旦他有哪點不符合我對他的期待，我就會對他感到有點失望，這讓我意識到其實他只是做自己，他也沒必要當符合我心中標準的人，只要沒有這些標準，和別人相處時就不會有那麼多規則。刻板印象也是如此，我們有時候對一個人有與眾不同的態度，就是因為有刻板印象存在，只要打破了這個印象，對這個人的偏見便會消失，也可以用如同看一般人的想法看待他，相處起來也會變得更輕鬆喔！

讀完這本書，我發現其實做自己並不是件壞事，雖然我還是認為別人的感覺和想法很重要，但自己才是最重要，這樣講感覺很自私，但我認為人生存在這世上，都必須要為了自己才能存活下來，一直考慮別人的感受，而忽略自己，會讓自己生活得很累，書本封底有一句話我很喜歡，「不為誰而活，你才是人生的主人公！」，不用改變別人，只要我們釐清好思緒，平時常常整理關係，了解身邊哪些人才是自己真正該珍惜，壓力便會消散而去，生活也會變得更加美好。

四、討論議題：

你在人際關係中有沒有遇到哪些困難？會不會願意使用箱子理論整理你的人際關係？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：潘恩芷

參賽標題：建立學習力

書籍 ISBN：978-626-366-412-8

閱讀書名：自律學習力——從思考到有效行動，從懂事到奮發向上！

原文書名：自律學習力

書籍作者：陳怡嘉

出版單位：五南圖書出版股份有限公司

出版年月：2024 年 3 月

版 次：初版六刷

一、圖書作者與內容簡介：

作者因本身經歷不自律和有問題的學習方法因此落榜，再從補校考上台大，一路上的經歷讓作者明白每個階段的心態與盲點。作者決心將這些歷程作為教育的初衷，能幫助到許多學生，「自律學習力」是從思考改變開始，瞭解目標和規劃行動，一步步造就習慣，形成自驅力。這本書是作者在近 20 年教書生涯中所面對的學生特質進行分享，及如何從思考引導學生從零開始變學霸，改變人生。

二、內容摘錄：

強者不信命運，強者只信因果。 第 015 頁

個性決定命運，態度決定高度，格局決定結局。 第 047 頁

當我們改變思考方式，用另一種方式要求自己，就能撇開不願意的心情，勉強自己再多努力一下。 第 120 頁

讀書時可以依據科目的難易設定不同計畫，但絕不可以放棄，這對整體成效和學習心理都極為重要。 第 131 頁

不要因為「自我感覺良好」，耽誤了反省的機會！不要濫用自憐的情緒，自己親手毀了自己！ 第 162 頁

想當大人，就當一個讓人放心的大人吧！讓父母想到你能夠安心、會微笑，就是最好的孝道！ 第 190 頁

三、我的觀點：

萬事起頭難這句話讓我知道了其實生活中的每一件事想要做到好，必須是由我想、我要、我

能的最初念頭，也就是先有想法，再付諸行動完成事務。可是知易行難，所以我透過《自律學習力》這本書讓我瞭解，從零到有的過程是用何種方法或者是探究何種方式，才有助於我去追求想要的結果。學生這身份，不外乎就是學習在校的課業，以及老師傳授給我們的各種知識，但在學校接收了如此多的知識，究竟有沒有完全吸收，也是一個很大的問題。這本書首先讓我知道自己所追求的是什麼。有的人想考上自己想要的學校，有的人想應徵上自己想要的工作；有的人追求快樂，有的人追求金錢……作者稱之為「終極自由」，人們一生都想過上自己想要的生活，滿足自己的同時也是在尋求幸福。既然知道自己在追求什麼，再來就是如何關鍵思考，唯有先改變思考才有可能改變行動，如作者所說「成功是一個人的朝聖」，過程中我們會受到各種干擾，於是我們要學會閉關，不是把自己關在一個地方，而是學會關閉自己的心，成為一種「境」。

此外，作者也舉出了許多學生經常犯的錯誤，然後再列出解決的方法，作者也給了我們四個思考方式，能幫助我們堅持到底。第一個是「有意識」，痛苦不是意識到自己的痛苦，而是意識到別人同感痛苦，當大家都處在同樣的狀態下，決勝的關鍵就是我們所做出的選擇，例如：當自己讀了兩個小時累了，就要意識到別人讀了兩個小時也會累，所以我們再撐下去我們就贏了。我們最終要成為極少數，有意識地活！有選擇且自由地活！第二個則是「終局視角」，也就是模擬最終結果，當我們撐不下去的時候就可以想想，如果這時候放棄的結果是什麼，最後的自己會不會後悔。第三個「人生的關鍵時刻有四個，瞭解自己處在什麼時間點上」，每個人都會經歷的四大關鍵點，一是「國中考高中」，二是「高中考大學」，三是「第一份工作」，四是「婚姻」，依循不同的努力，就會有很多機會和轉捩點，努力越多就越多機會，所以自己的人生只能靠自己翻轉。第四也是最重要的「最好的孝順是：讓父母想到你時，會微笑！」，孝順不是給他們山珍海味卻讓他們煩惱，而是讓他們想到自己時會微笑。思考完這四點接下來就是理性地去努力，當我們能對慾望說「不」的時候，也就是我們長大了。高手就是會在高價值領域持續做出正確動作的人，當我們能夠越來越明快地對慾望說不，我們也成了一名有意識前進的取捨高手。

再來就是我們常常以為時間管理是最重要的，其實更重要的是「精力」管理，我們要先瞭解自己的精力，才能妥善的運用時間，作者在這也提到了心理學家吉姆·洛爾的精力管理金字塔，還有採用「鐘擺型管理」，發揮精力最大值。再來就是瞭解大腦工作的「四個黃金階段」，有記憶高峰、思考高峰、回顧複習及加深總結是個時間段。過程中我們最講求的就是效率，這本書也有教我們如何提高效率，以及給予各種方法，近年來網絡發展越來越發達，我們也可以妥善運用科技，近年來我們可以利用 ChatGPT 與 AI 科技服務你的學習。成功還有一個關鍵就是，其實情緒也會決定一切，所以這本書也引導了如何建立正向穩定的情緒系統。

而這本書的最後提到學習路也是人生路，我們要從懂事到奮發向上，「關於父母」、「關於說不出口的心事」、「關於自立自強」以及最後作者寫給畢業生的人生提醒，我能在開學前利用這本書讓暑假正在迷茫的我，透過作者簡單明瞭且實用的方法，成功找回自己，再一次建立自己的有效學習力。

四、討論議題：

這本書讓我知道自己在學習中的盲點，並且給予了我許多解決方法，重新讓我找回信心，其

實現在努力都還來得及，只要勇敢踏出第一步。在這本書裡，作者也列出了一些表格，如果真的不清楚要怎麼去實施學習計畫的話，也可以透過這本書，一步一步的建立屬於自己的學習方法。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：商二甲

科 別：商業經營科

作 者：鄭安妤

參賽標題：世界再喧囂，做自己就很好。

書籍 ISBN：978-986-506-991-9

閱讀書名：外界的聲音參考，你不開心就不參考

原文書名：外界的聲音參考，你不開心就不參考

書籍作者：老洋的貓頭鷹

出版單位：英屬維京群島商高寶國際有限公司台灣分公司

出版年月：2023/06/07

版 次：二版

一、圖書作者與內容簡介：

作者筆名為老楊的貓頭鷹，他是一位中國大陸的現代作家喜用炙熱的文字揭穿看似歲月靜好的表象她的作品多數都是在說人生的旅途遇到的難題該如何解決。

本書在訴說別讓外界的雜音掩蓋你內心的聲音，別讓周遭的目光形塑你的模樣、不靠別人的認同獲得價值感，不靠別人的表揚獲得存在感。 她的其他作品有《每天演好一個情緒穩定的大人》、《大人的世界沒有容易二字》、《在哪裡跌倒，就在哪裡躺好》

二、內容摘錄：

希望你能擁有的自由，是那種站在街頭誰也不等的自由，而不是站在十字路口不知道該往哪裡去的自由 p.19

原來，「喜歡獨處」並不等於「我很孤獨」，內向的人只是語言和肢體動作不不太豐富，但不代表他們的內心世界無聊或者單一。 p.23

你可以在意別人的感受，不用在意別人的看法。 p.31

不要為教條所限，不要活在別人的觀念裡，不要被別人的意見左右了自己的內心聲音。一旦你違背了自己的意願，那麼後來發生的事情都會像是懲罰。 p.36

願你收拾好心情，整理好情緒，照顧好自己，用一顆充滿能量的心去解生活的難題， 面對命中注定的使命、突如其來的變故避免不了的麻煩，不染戾氣，不失毅力，不丟信心，儘管這很難。 p.263

三、我的觀點：

這本書有分成五個章節：〈別怕〉、〈別傻〉、〈別急〉、〈別孬〉和〈別 emo〉這五個淺白的標

題底下各有和我生活比較相關，感受比較深的，其中〈別 emo〉是我覺得和我這個年紀最有關聯的話題。

首先要說的是關於「評價」和關於「界線感」，〈關於評價〉一節是在說：「無論你怎麼表裡如一，在別人嘴裡也各不相同」在我比較小的時候我很在意別人對我的想法，不時地在意別人的眼光，但長大了之後，我變得較不在意別人的說法，更在意的是自己的內心，有的大人會和我說我的成績如何如何的不佳，或是我的個性如何如何的不好，我表面上不在意，但其實我每次都在內心上演過，頭腦不斷的思考「我要怎麼反駁他」，但我每次都礙於長輩的身份說不出口，所以我沒辦法說出來。在朋友之間也是，他們對我的評價都沒有不好，但我常常在想他們是真心的嗎？我不確定他們是不是真的如在我面前一樣，或是也有可能在背地裡說我的壞話，但我其實不那麼在意他們的評價。我重視的是自己有沒有做到該做的，或是想做的。

而其中〈界限感〉一文則是在說：「你不需要那麼好相處，你需要的是被討厭的勇氣。」我覺得我稱得上是個好相處的人，說好相處其實是不喜歡被討厭，大家應該都是如此，因為我不想被別人討厭所以在團體中我都很隨和，在有需要時才會提出意見。雖然我不在意別人議論我，但我沒有被討厭的勇氣，這有點矛盾。

第二個是關於父母：「父母健在，你就是世界上最富有的人」我小時候覺得這應該要在我出社會後離開父母身邊才能感受，但事實上，我上了高中以後，我就有點感受到了，因為我每天要搭一個小時半的火車去上學，所以我通常是住校，父母沒有每天在我的身邊，所以我很常要報備我到哪裏，有時候他們也會傳訊息關心「我吃飯了嗎？」我也會主動告訴他們我今天的生活情況，有時候關心過度，我也偶爾覺得嘮叨，但我明白他們的愛之深，父母子女之情緊緊牽繫。

書中也有提到關於努力和情緒。〈關於努力〉一節中說：「用時間換天份，用努力換幸運」，其實就是在說避免拖延症，給我們一個解方，我自覺我的拖延症蠻嚴重的，我每次在暑假之前都會先訂好暑假計畫，但暑假開始的那一天，我就想廢在家中什麼事都不想做，暑假功課中的閱讀心得，這次我在暑假之前就把想看的書找好了，我想著從暑假的第二星期才開始閱讀，結果拖著拖著已經到了七月底才看了一點點，但看過這本書八月初我便覺得不能拖下去，我要快點寫一寫，讓自己接下來的暑假輕鬆一點。

至於書中提到〈關於情緒〉：「你要學會表達憤怒，但不要憤怒地表達」。我小時候很常因為一些芝麻小事而和家人爭吵，小時候不懂的要怎麼將我的情緒正確而有效表達出來，所以我都是憤怒的回話，長大了之後我比較知道如何表達我的情緒。

我會試著先冷靜然後，再和他們溝通我為什麼生氣，我在意什麼事。小時候和朋友吵架闖了禍，幼稚園的老師便和我說我應該要好好的溝通，以前不懂的什麼叫溝通，但書中提到了一些解決的方式。

這本書或許在青少年的我看來似懂非懂，我出社會之後再來看，或許又有不一樣的見解了，書中的有些內容對我來說還太遠了，但看完這本書後我也好像能漸漸長大了。

四、討論議題：

作者自己的經歷是否投射在這本書中呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：商二甲

科 別：商業經營科

作 者：歐津恩

參賽標題：看見小王子的童心

書籍 ISBN：978-986-986-935-5

閱讀書名：小王子

原文書名：Le Petit Prince

書籍作者：安東尼· 聖艾修伯里

出版單位：晨星出版社

出版年月：1994/4/20

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

安東尼· 聖艾修伯里出生於 1900 年，他是一位飛行員，參加過夜間郵航的冒險、戰爭中的偵測飛行員，最後死於飛航之中，同時他也是法國很重要的作家。《小王子》是他最膾炙人口的作品，他以豐富的想像力，塑造出一個有著純真心靈的小王子這麼一個人物，讓我們透過他的歷程反思。

二、內容摘錄：

（p33）這是所有的事中最難的了，審判自己比審判別人要難得多，如果你能公正的審判你自己，那麼你確實是個真智慧的人了。

（p36）自負者永遠聽不見任何事，除了讚美

（p12、-p13）忘記一個朋友是悲哀的，並不是每個人都有一個朋友，如我忘了他，我可能就變成了除數字-外對任何事都不感興趣的大人了。

三、我的觀點：

《小王子》這本書讓我體會意識到了童心看待世上事物的重要，一開始以飛行員的視角敘述童年時畫了一隻吞了大象的蛇，很開心地想要分享給家人們看，但沒有任何一個大人想要去傾聽他的想法，他們一聽到飛行員說這是一隻吞了大象的蛇就立馬否定他，且非說這只是一個帽子，讓他不要再鬧了，讓還正是小孩的作者十分的傷心，認為沒有大人是可以理解他的，看到這裡時我也感同身受，但不是我的家人不理解，而是在我成長到一定的年齡入學後與同學們相處的時候遇到了很多不願互相理解的情形，大多時候，大家只堅持自己的意見，永遠聽不見他人的看法，每當到這個時候我都覺得很憤怒、委屈，這時的我也很沮喪，為

甚麼他們都要堅持己見而不能試著接受別人的看法呢？但找不到解決之道的我只能把委屈肚子吞，直至我讀到了《小王子》這本書，裡面的文章裡也影射這個社會裡頭有形形色色的人們，當然也包含著以自我為中心的人，在社會上他們習慣以自己的想法評價他人，但透過小王子的故事，我覺得只要自己的想法是正確的，就不必把他們的評價和看法放在心上，畢竟要改變他人的想法實在是一件困難的事，我們要做的就是保持著單純的念頭，不要被他們給影響了，在這個世界上每個人都是不同的個體，每個人都是獨特的，就像小王子遇到了玫瑰，玫瑰就是獨特的。他給予玫瑰保護，但玫瑰卻一直要求更多，讓小王子覺得壓力，雖然還是喜歡著它，但是愛一直正在被消磨著，最終才導致著小王子決定要離開它，雖然玫瑰也很捨不得，但它的驕傲使他無法低下頭去挽留小王子，所以他們才會錯過彼此，告別玫瑰後小王子便決定要去各個星球去遊玩，

在這期間也遇到了非常多不同的人們，也是作者為了影射社會中不同的人物，這些人的出現也讓一直孤獨一人待在 B 612 星球的小王子開了眼界，但讓我也看了也有一種特殊的情感，因為小王子總是帶著純真的想法去提問，以一種未被世俗污染的天真，雖然我還未體會到社會中到底是有多麼的險惡，但從新聞、網路也聽過不少的事件，讓我沒辦法再以小時候涉世未深的目光看向這個社會，我也很少有機會與兒童待在一起，距離孩童時期雖不是很久遠，但也漸漸遺忘了兒時的感知。所以透過這本書回顧，看到小王子出現如此童真的語氣及想法，就讓我有一種回到小時候的感觸，讓我也很感動，但我也不禁思索著曾經的我在網路上的時候似乎也有這麼無情地反駁過那些天真小孩發表的想法及言論，想著也不禁對自己失望，原來我也成了小時候最討厭的那類人，雖然他們的想法天馬行空的但何嘗不是與小時候的我一般呢？我才理解童心真的很重要，在何理的範圍內去鼓勵那些有想法的人們，我猜也是作者想表達的吧，也許這就是同心真正的內涵。

四、討論議題：

如何在成長的同時保持童心並理解他人

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二甲

科 別：資料處理科

作 者：黃玉辰

參賽標題：生活中的法律思辨課

書籍 ISBN：978-626-335-342-8

閱讀書名：法律歸法律？：熱門新聞話題中的法律爭議，
我也是看法白才知道！

原文書名：法律歸法律？

書籍作者：法律白話文運動

出版單位：時報出版

出版年月：2022 年 5 月 27 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

這本書是作者出的第八本書籍，作者出書的動機是為了要讓一般民眾也可以認識法律以及學習法律的相關知識，常常有人想要認識法律卻不得其門而入讓作者看到覺得一定要出版這本書，這本書中包含了需多最近的法律時事讓人感覺淺顯易懂。

二、內容摘錄：

但即使有了法律,校園裡仍時常傳出令 人痛心的事件。這也提醒著我們:法律仍有它的極限,即使有了處罰、調查的規定,但 這都是事後的亡羊補牢,根本上還是要靠「教育」來改變現階段的校園裡面性別的不平等。(p263)

三、我的觀點：

這本書針對近幾年國內外相關新聞事件中具法律爭議的部分，提供深入淺出的解析，我覺得很貼近時事、具有實用性，也比其他法律相關的書籍生動有趣許多。因為平常就會關注有關法律政治的相關新聞，因此對它很好奇，翻閱後發現這本書的觀點犀利，擅長用多元角度提供讀者思考。

其中一章在討論誹謗罪是否合憲？妨礙名譽罪要不要廢除一直是法學界爭論不休的問題，其中主張妨礙名譽罪要廢除的人認為，用刑法來管制言論已經過度侵害了言論自由，這涉及憲法保障人權的範圍。雖然有群眾請求大法官宣告違憲，但是大法官卻給出「誹謗罪合憲」的這個結果，理由是言論自由的目的是「實現自我、溝通意見、追求真理及監督各種政治或社會功能得以發揮」。我覺得追求言論雖然很重要，但是遵守法律也是現代公民應有的責任。

因為如果誹謗他人或隨意言語侮辱只要負責民事賠償的話，可能造成「罵人只要賠錢了事就好了」的觀念，我想這樣可能會使得某些人更肆無忌憚的、不負責任地謾罵而造成社會的不安及割裂。因此，我也同意誹謗罪就是為了保護個人在法律上的利益而存在，它並沒有違反憲法的規定。

書中進一步援引一則一九七六年的案件：有一個台灣的作家他發行了半月刊，以「韓文公及蘇東坡給潮州人的觀感」作為題目寫了一篇文章，其中有一段是：「韓愈為人尚不脫古文人才子怪習氣，妻妾之外，不免消磨於風花雪月，曾在潮州染上風流病，以致體力過度消耗，及後誤信方士硫磺鉛下補劑，離潮州不久，果卒於硫磺中毒。」這篇文章刊出後，韓愈的第三十九代子孫非常生氣，覺得他的曾...祖父名譽受損，於是提起告訴，要告作者「誹謗死者罪」，沒想到還真的有這個罪名！其法條規定對於「已死之人犯誹謗罪者要處一年以下有期徒刑，拘役或一千元以下的罰金。」韓愈的子孫為了證明自己的身份還拿出了韓氏家譜、韓文公後裔家族氏系表等眾多資料，但是作者主張說「風流病」不是現代的「性病」；他意思是指中國古代人文人的浪漫習氣。但法院最終還是認為「風流染病」會讓一般人產生負面聯想，所以還是判作者有罪，需付罰金三百元。雖然作者不服而提起上訴，最終還是被高等法院駁回了。雖然這起法律事件在當時沒有獲得廣泛關注，但是我覺得這起事件非常適合學生以趣味性的方式了解誹謗罪。

我剛開始對法律產生興趣，是因為國中國文課有一篇課文叫做 *It;張釋之執法* *gt;*，裡面有一句話：「法者，天子與天下公共也。」也就是法律之前人人平等的意思，在傳統認知裡，天子都是高高在上，但從法治的角度而言、從社會公平正義的規範看來，天子也需和一般老百姓一樣遵守法律。對我而言，中國漢代即有尊法重法觀念的記載，何況我們身處民主法治制度下的台灣，更該有平等、自由、互相尊重的法治教育觀念才是。總而言之，這本書的批判觀點和論述淺近的風格，很適合一般大眾作為接觸法律議題及了解媒體識讀的入門，也十分推薦給高中生。

四、討論議題：

要如何改變法律在兩性議題的公平性

優等

學校名稱：國立花蓮高商
年 級：2
班 級：多二甲
科 別：多媒體設計科
作 者：白宇言
參賽標題：殺死一隻知更鳥
書籍 ISBN：978-626-310-524-9
閱讀書名：梅岡城故事
原文書名：To Kill a Mockingbird
書籍作者：哈波・李
出版單位：麥田出版
出版年月：2016 年 7 月
版 次：二版

一、圖書作者與內容簡介：

作者出生於阿拉巴馬州門羅維爾，是家中四個小孩的老么，父親是律師。中學期間培養出濃厚的文學興趣，就讀蒙哥馬利的杭廷頓女子學院時，為校內報刊寫稿，後於阿拉巴馬大學攻讀法律。本書故事內容為一位年輕黑人受到強暴罪的誣陷，而白人律師秉持正義，出任這位黑人的辯護律師，卻成為全鎮的公敵。藉六歲小女孩的眼睛，來看形形色色的人性、隱私與哀樂，對於人性的不完美與種族歧視雖有著銳利的省思，卻又寬厚包容。

二、內容摘錄：

1. 「你永遠不可能真正了解一個人，除非你從他的角度看事情。」(p.51)
2. 「蚯蚓已經安歇。但風一吹，熟透的苦楝子便叮叮咚咚落在屋頂上，加上遠處的狗吠聲，使這黑夜更顯淒涼」(p.88)
3. 「在我們這個世界，有樣東西會讓人失去理智，即使再怎麼努力也無法公平對待。在我們的法院裡、當白人的證詞對上黑人的證詞，向來都是白人占上風。這些雖然醜陋，卻是生活的現實。」(p.302)

三、我的觀點：

初次見到《梅岡城故事》時，是我在網上尋找世界經典著作的時候，但真正吸引我買來閱讀的不是因為它的書名，而是書名下的副標題——To Kill a Mockingbird（殺死一隻知更鳥），起初我總是想不透知更鳥和本書的內容到底有何關聯，但隨著書一頁一頁地翻過，答案也一點一點地浮現出水面。

阿布是個彬彬有禮，會默默照顧其他孩子的好人，但由於謠言的傳播，他被冠上許多不

堪入耳的負面標籤，而謠言流傳越久，人們越會相信這便是事實，如同《烏合之眾》所說：「影響大眾想像力的不是事實本身，而是他所擴散和傳播的方式。」可即使如此，他依舊善良，依舊用他自己的方式去照顧身旁的每一個人，他是無辜的「知更鳥」，而黑人湯姆亦是如此。在充斥著偏見的法庭中，即使握有清白的證據，也無法掩蓋眾人對種族的歧視，那就是湯姆是黑人的事實。書中提到：「知更鳥只做一件事，就是製造音樂供人欣賞，牠們不會把園子裡的花果蔬菜吃個精光，不會在玉米穀倉裡築巢，只會全心全意為我們唱歌，所以說殺死知更鳥是一種罪過。」若知更鳥是無辜的代表，那我想殺死他們的兇手就是來自他人的傲慢與偏見。

人皆生而平等，是世上人們皆知的道理，但在美國以及其他多民族國家，還是有許多黑人會遭受到白人的壓迫，美國非裔男子佛洛伊德在 2020 年遭白人警察喬文以膝蓋壓住頸部之後，在被警方制服期間喪命，佛洛伊德的離開，引發了全球針對種族歧視及人身安全的大規模示威抗議。「黑人的命也是命」我想在故事中只有為無辜的黑人湯姆辯護的律師阿提克斯了解而已，在他人眼中阿提克斯一家無疑是個異類，但何謂勇敢？真正的勇敢不是手上握有槍，而是知道可能失敗卻從不輕言放棄，在阿提克斯身上我看到的只有正義，即使最後辯護失敗，在面對各種譏笑時他仍堅持做自己認為對的事，這樣的精神令我深感佩服，是非常值得學習的，世界上有多少隻知更鳥在默默行善，卻要承受他人以唇舌為利刃割下的雙翼，又有多少人能像阿提克斯一樣，儘管遍體鱗傷依舊捍衛著平等，做他人不敢做的事。

《梅岡城故事》對我而言就是世界的縮影，在看似民淳俗厚的小鎮背後也有殘酷卻又真實的人性，人們的善與惡、正義與偏見交織成雜亂又深刻的圖景，正義並不總是顯而易見，它時常隱藏在複雜的社會環境中，好比現今台灣的交通，在人口密集且車流量龐大的地區常有交通意外產生，而許多人會選擇視而不見或是躲在一旁湊熱鬧，但總會有那麼一、兩個人站出來幫忙指揮交通、關心有無意外或傷亡。故事情節讓我深刻體會到，只要站在人性面前，我們每個人都是渺小而脆弱的存在，但同時也擁有改變現實的力量，藉由這些角色的經歷，我看見了勇氣與堅持的可貴，也明白了唯有放下有色眼光，才能真正理解和改變這個世界。

陋習並非一夜間就能改變，每個人都可能是殺死「知更鳥」的兇手，無論是出於無知還是冷漠，我們作為獨立的個體，都需要勇氣去挖掘真相，而不是讓偏見掩埋了事實。所以，富有公正及同理的心對我們而言是至關重要的，願我們都能如同阿提克斯，守護世上每隻無辜善良的「知更鳥」。

四、討論議題：

1. 我們是否曾在不知不覺中殺死過「知更鳥」呢？
2. 偏見是如何遮蔽了我們發現真相的雙眼？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：多二甲

科 別：多媒體設計科

作 者：羅子綺

參賽標題：找到生涯亮點，每個人都可以是學霸

書籍 ISBN：9786269608881

閱讀書名：找到強項，偏才也會變天才

原文書名：找到強項，偏才也會變天才

書籍作者：劉茜

出版單位：任性出版

出版年月：2022 年 10 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

本書作者劉茜筆名豌豆皮，是一名北京天文館研究員、科普影片編導和科普作家。多編導、著作、譯介多種科普影片和圖書。《找到強項，偏才也會變天才》這本書是作者撰寫了一些歷史上科學家們的零碎軼事，以及關於這些軼事的感想。書中內容去除了後人對科學家的傳奇添加，反而還還原了科學家們人生最真實的一面。這些人雖被譽為天才，但也經歷過重考、被當、失敗、轉行等，他們是如何化解，又何時開竅？

二、內容摘錄：

1. 「也就是說，對一名真正的資優生而言，哪怕是搞砸了，也能從中 找到有意義的地方。」 p.28
2. 「我們在數學課本上看到無數精緻、簡潔、完美的證明，在數學家們的書桌上都曾經是一片亂糟糟的難看「工地」，經過長期的作業後，才呈現出現在的模樣。」 p.75
3. 「恐怕在第谷眼裡，人並沒有貴族與平民之分，只有「笨蛋無人權」的傲慢、粗暴、不耐煩也只針對跟不上自己思路的人罷了。」 p.240

三、我的觀點：

這四篇文章雖各自獨立，但脈絡相通，渾然如一，像是一座山連接著四個山脈，但根本上劉茜利用這些科學家的故事告訴我們，每個人都有自己的獨特之處，而發現並且專注於這些獨特之處，是實現個人成長和成功的關鍵。

書中通過豐富的案例研究和實踐建議，向讀者展示了如何有效地運用自己的強項，並且在實

際生活和工作中取得成功。一開始作者解釋了所謂的「偏才」，就是最初可能被視為不起眼或特定領域內的專注點。除此之外，這本書中作者介紹了許多科學家，像是天文學家哥白尼，原本是醫生，從醫一陣子後卻在天文領域發光。還有達文西是個畫家、數學家、解剖學家甚至他也是一名工程師，但他卻沒有上過大學，而其中令我最深刻是《讀了這科系卻發現沒興趣，怎麼辦？》當初我也是看到這篇的標題才決定要讀，是因為我自己現在遇到相同的狀況，那這一篇作者列舉了一位俄羅斯的心理學家伊凡·彼得羅維奇·巴夫洛夫的例子。書中說巴夫洛夫一開始就讀的是神學院，因為父親是位神父。那神學院基本上是在教導一些理論與實務、宣教歷史、民間信仰與福音策略、世界宗教…等。這些跟巴洛夫的興趣愛好並不相同，於是巴洛夫在神學院畢業後，決心要朝著自己的興趣前進，於是他想要進到聖彼得堡大學的數學物理系攻讀自然科學，但是因為先前的神學院並沒有好好教授數學，所以這讓巴夫洛夫感到很苦惱，但巴夫洛夫並沒有因此而放棄，他先拿到了神學院的畢業證書和推薦函，接著去申請了聖彼得堡大學的法學院，因為當時聖彼得堡大學的法學院入學不需要考數學，所以他申請很快就通過了。註冊入學後，巴夫洛夫寫一封言詞懇切的申請信給校長，信中內容大概在寫巴夫洛夫自己當初在申請系院時考慮不周，如今發覺自己更喜歡自然科學，所以向校長申請轉院。校長看到巴夫洛夫的身形瘦小，加上校長覺得誰年輕時能處處考慮周到，所以就心一軟答應了巴夫洛夫的轉系申請。轉系後的巴夫洛夫也不負眾望，認真讀書，因此校長的這個決定，也讓現今的俄國就此多了一位獲得諾貝爾獎的大學者。讀完這篇後，說實話也並沒有完整地解決我的疑問，我起初是因為不知道選擇大學時要繼續依照自己的興趣去選擇，還是要依照現實層面工作或金錢去選擇？但讀完這篇後我覺得我得到的答案還是依照興趣去選擇，但是我害怕如果我繼續依照興趣選擇會跟現在的自己一樣。雖然這本書有點不如我的期望，但讀完後也從中了解如果我們願意投入時間和努力去發掘和發展自己的強項時，我們就有可能從偏才變成真正的天才。劉茜的故事不僅啟發了她自己，也能夠激勵更多的人，在自我探索的旅程中找到屬於自己的光芒。

四、討論議題：

許多人都在追求夢想的過程中，遇到很多困難，面對很多困境，我想現在的我也一樣，雖然我才高二但我時常在想，升大學時究竟是要選擇興趣還是選擇工作？換作是你，你會怎麼選擇呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商
年 級：2
班 級：多二甲
科 別：多媒體設計科
作 者：鐘英綺
參賽標題：揚子堂糕餅舖
書籍 ISBN：978-986-319-651-8
閱讀書名：揚子堂糕餅舖
原文書名：揚子堂糕餅舖
書籍作者：光風
出版單位：蓋亞文化
出版年月：2022 年 7 月
版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

1989 年生，專職創作，喜歡繪畫、旅行。期望作品如雨後初晴的風，能為他人撫平生命皺褶。關於自己，最重要的是，只想成為作品背後，那位幸運快樂又刻苦堅定的，寫小說的人。

從京都百年和菓子店「繁春堂」離職後，徐安群回到了家鄉台中，進入叔公的在地老字號餅舖「揚子堂」工作。台灣傳統糕餅、日本和菓子，兩種迥然不同，但一樣精巧的工藝，讓安群看見職人始終追求完美的精神，也見識到新舊世代對於老店經營方向的碰撞與掙扎。

二、內容摘錄：

「我以為人生找到夢想後，以那個為目標往前走，終究會走到。但不是這樣的，世界不是這樣運轉的，那一條路不是直線，而是曲折到讓人迷路。」-p.102

「沒有人知道怎麼樣的選擇才是對的，只有決定往前走，把不喜歡的地方都變成喜歡的樣子，才能問心無愧。」-p.172

「橋，是為了相互理解而存在的。」-p.240

三、我的觀點：

未來的我們會是什麼樣子呢？現在的我們還無法確定，可能有些人早已確定目標，但也有人和書中主角安群一樣對未來一片迷茫。安群因為找不到未來的目標，於是到日本邊打工邊尋

找未來的目標，回到台灣後又進入叔公的糕餅店工作，可不會做糕餅的他卻被認為是糕餅店的繼承者。

台灣糕餅和日本和菓子代表了現在和過去的回憶兩條時間線相互呼應對比，兩種不同的糕點有著截然不同的文化，卻都需要同樣精細的工藝和耐心。看這本書才知道不管是台灣傳統糕餅還是日本和菓子都被細細分了很多種類，每一種糕點要用到的原料、製作手法都不一樣，每一個步驟都不能馬虎。但隨著時代更迭，西式點心的引進，中式糕點已經不像從前那樣受歡迎，揚子堂也面臨著無人接手的重大危機；百年老店繁春堂也因為堅持傳統，會因為不認同客人的職業和身世而婉拒對方的購買，兩家傳統老店都面臨著新世代的經營困難，讓安群不得不思考如何去「傳承」。

笑美子和安群是這本書中讓我非常佩服的兩個人。笑美子是繁春堂老闆唯一的女兒，同時也是繁春堂繼承人，他早早就確立自己的目標，並不斷努力朝著目標前進，身為高中生的他，每天放學就到店裡練習製作和菓子，她能也為了和菓子放棄一切，我相信，她在未來一定會是位優秀的和菓子師傅。安群和笑美子相反，他對自己的未來是一片迷茫，但他有著很強的行動力，這也帶動著其他人，也有著勇於嘗試的勇氣。我們也見證了安群的成長，從最初的「我要去看不見櫻花的地方」到信中最後一句「期待再會，在櫻花燦爛之時」，櫻花曾是自己逃避和心痛的原因，如今成為了自己未來的期許，當他寫下這句話時，我想，他也和自己過去的記憶和解了吧！無須追憶昨日，未來是一片光明。

隨著時代不斷改變，現在常常能新聞上看到某個老店即將歇業，許多老饕把握時間趕緊來用餐的新聞，造成這個原因很大一部分都是因為沒有人願意接手店鋪，導致很多「古早味」消失。但不能一直沉溺於過去，人們依舊要前進，就像安群用文字將這些「古早味」記錄下來，即使老店已經消失，仍然讓許多人記得這些美好，正如叔公說的「不一定經營老店才叫傳承，會永遠留在心裡的，才叫傳承」。

我相信每個人都會有迷失徬徨的時候，猶豫不決、不知道該去往哪個方向，這本書適合在你對未來感到迷茫的時候閱讀，它會帶給你許多方向，如果不知道如何向前的話，總之先邁出第一步，後面的道路就會自然而然地展開了。在未來追尋自我時，難免會迷失在霧裡，但陽光最終會破開一切雲霧，照亮眼前的路，如同作者光風所說，未來呀，必定是一個光亮燦爛的所在。

四、討論議題：

人生的追尋
傳承的意義

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：商三乙

科 別：商業經營科

作 者：鍾喜恩

參賽標題：擁抱平凡，創造不凡

書籍 ISBN：978-986-277-328-4

閱讀書名：初生之犢:做小夢想也有超能力

原文書名：Beginner's Pluck

書籍作者：麗茲·芙金·柏哈拿 (Liz Forkin Bohannon)

出版單位：天恩出版社

出版年月：2021 年 10 月 20 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

麗茲·芙金·柏哈拿女士是一位成功的企業家與社會創新推動者。她創辦的賽珂設計公司以時尚與社會責任聞名，致力於創造女性教育與工作機會，並透過公司平台推動性別平等與社會福利。柏哈拿認為：「成功不僅在於事業成就，更在於如何用力量改變世界，帶來希望與機會。」她積極參與非營利組織與社會企業，推動女性賦權，並因此獲得「全球女性領袖獎」及「社會企業家卓越獎」，成為當代企業家和社會活動家的典範。

二、內容摘錄：

單純探索自己感興趣的事物的自由，可能會為你創造空間，讓你不斷探索下去。(p.35)

你的熱情並不存在於你的夢想中，你的熱情是你用行動創造出來的。(p.45)

無論是剛起步，或是在成為專家的路上，好奇心都是讓你重新清醒的藝術。(p.68)

你最真實的行動原因和核心動機不是來自於他人的需要或對你的期待，而是來自你的內心深處。(p.71)

你首要的任務是成為有趣問題的探索者和發現者。(p.112)

朝任何方向跨出一步，都比因恐懼而靜止不動要好得多。(p.151)

承諾可以讓我們在本能地想要放棄時，推動我們前進。(p.154)

自律就是「在你當前的渴望和最想要的一切之間作出抉擇。」(p.157)

三、我的觀點：

當我開始閱讀這本書時，我對自己的夢想充滿懷疑，未來的目標感到模糊不清，對生活抱著「隨遇而安」的態度，面對挑戰總是拖延不前。那時，我在書櫃上發現了這本書，似乎是命

運的安排，我不由自主地拿起來。其實我平時不喜歡閱讀，但這本書給了我很多啟發。作者以幽默的筆法探討了如何接受自己、肯定自己、跨出第一步以及制定計劃等問題，這讓我對思考方式和方向有了全新的理解。

書中提到，作者在小學時期參加了社區劇場《灰姑娘》的試鏡。為了獲得灰姑娘的角色，作者和經驗豐富的高中生一起練習。儘管媽媽知道入選機會渺茫，但她並未說服作者放棄，而是陪著她練習。試鏡當天，媽媽真誠地鼓勵她。最終，作者被選上了一隻鳥。當作者想放棄時，媽媽告訴她，不能因為沒有演主角而放棄，必須演好這個角色。媽媽不僅給這隻鳥起了名字，還告訴她「沒有小角色，只有小演員」，即使是隻小鳥，也要賦予角色尊嚴。這讓我明白「接納自己作為一個平凡的人，能夠從耗盡心力中獲得自由。」

這個故事讓我學會了接納自己平凡的一面。就像故事中所說的，我們的天賦和才能可能未必讓我們高於平均水平，而我們的恐懼和不安全感其實也很普通。每個人都有「冒牌症候群」，會懷疑自己是否足夠優秀，擔心失敗或別人看不到自己的努力。然而，當我們接受自己是平凡的時候，奇妙的事情會發生。我們不再只做熟悉的事，而是開始接受自己，並意識到沒有人像我們想像的那樣關注我們。因為我們不是明星，我們只是普通人，會犯錯，但這些都是實現目標過程的一部分。我們學會以積極的態度面對挫折，不再害怕失敗。

書中提到，我們永遠不會找到熱情和目標，因為熱情和目標不是我們渴望擁有的東西，也不是隱藏在某處的寶藏，而是等待我們去發現的。熱情不是尋找出來的，而是通過培養來的。我們只需單純探索自己感興趣的事物，自由狀態可能會為我們創造空間，讓我們不斷探索下去。書中還指出，堅持沒有秘密，只有足夠的勇氣去聆聽內心的聲音，繼續前進。最好的第一步是邁出一步，朝任何方向前進都比因恐懼而靜止不動要好。我們可以做出承諾，這樣能幫助我們付諸行動。不論你朝哪個方向前進，重要的是勇敢地邁出那一步。

有了這個領悟，我發現我們自己能決定熱情的上限，每個人會在自己設定的上限範圍內運作。因此，我學到，接受自己的平凡，培養熱情至關重要，因為熱情是通過培養而非尋找來的。我們可以從小目標開始，發掘好奇心，因為好奇心是我們前進的動力。有了好奇心，就會有夢想。為了實現這些夢想，我們需要更多地肯定自己，相信任何事都有解決辦法。此外，可以通過協定來設定目標，促使自己採取行動。

總結來說，閱讀這本書讓我對如何行動有了更清晰的認識。在讀書之前，我對目標感到迷茫，但書中的觀點讓我明白了自己的平凡與獨特。我希望像作者那樣，從小目標開始，一步一步實現自己的目標。在追求成功的路上，我們必然會遇到困難，感受到喜悅與心碎，但這些都是成長的一部分。我們應勇敢面對困難，拋開恐懼，因為每一位平凡的人都是整體中獨一無二的不可或缺的一部分。

四、討論議題：

「初生之犢」是否由自己來定義？如何定義？從尷尬和困難的境地轉變為好奇心驅動的積極行動是否可行？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：資三甲

科 別：資料處理科

作 者：張瀞文

參賽標題：穿越星空的思考：小王子告訴我的成長智慧

書籍 ISBN：978-986-986-935-5

閱讀書名：小王子

原文書名：Le Petit Prince

書籍作者：安托萬·迪·聖-修伯里

出版單位：好人出版

出版年月：2021/10/14

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

安東尼·德·聖-修伯里是一名法國作家兼飛行員，他以童話形式探討人生、愛與純真的主題。故事開始於一位飛行員在撒哈拉沙漠墜機，並遇見了從外星來的小王子。小王子來自一顆非常小的星球 B-612，他告訴飛行員，他離開星球是因為和他那位高傲的玫瑰花發生了爭執。在小王子的旅途中，他訪問了許多不同的星球，遇見了各種奇特的人物。最後小王子到地球並遇見了一隻狐狸，狐狸教導他愛與友誼的真諦。

二、內容摘錄：

狐狸對小王子說：「真正重要的東西，用眼睛是看不到的，要用心去感受。」 P.206

小王子說：「如果一個人在幾百萬顆星星當中，愛上獨一無二的一朵花，那麼他只要望者，就會很快樂。」 P.456

小王子說：「即便一個人快要死了，有一個朋友也是好的。」 P.226

三、我的觀點：

《小王子》是一部經典的寓言小說，不僅在兒童文學中廣泛被拿來當作教學的小說，內容更是具有深刻的哲理。這本書故事情節簡單，通過童話的形式，探討了成人世界的荒謬、人性的複雜以及生命中真正重要的事物。我深深受到這部作品的感動和啟發，以下是我的一些個人觀點。

一開始，小王子的旅程就象徵著對成人世界的批判。小王子在宇宙中到處旅行，遇見了各種各樣的人物，例如自大的國王、愛慕虛榮的人、忙著數星星的商人、循規蹈矩的燈夫、以及無動於衷的地理學家。這些人物的性格特徵十分明顯，幾乎是對某種成人行為或價值觀採用

誇飾法。他們各自的行為和生活方式都顯示出他們生活的空虛和荒謬。

國王象徵權力的虛榮。他一心想要統治一切，卻發現自己的王國裡空無一人，這反映出了權力所帶來的孤獨與虛無。這讓我不禁去想，現代社會中的人對權力總是窮追不捨，是否也會像這位國王一樣，最後落得什麼都沒得到？

愛慕虛榮的人終日沉迷於別人的讚美，象徵著人類對名譽和外貌被認可的渴望。他的存在提醒我們，過於追求外在的虛榮，會失去自我，淪為他人目光的奴隸。這在現在社交媒體盛行的時代，更顯得真實，也是在警告我們。

商人則象徵了物質和對財富的盲目追求。他忙於算星星，認為這都是自己的財產，卻完全忽略了生活的其他美好。他的形象讓我聯想到現代社會中那些為了金錢而忙碌不止的人，他們或許擁有許多金錢，卻失去了生活的真正樂趣和意義，對家人的忽視、對自己健康的忽視等，都是很可怕的。

燈夫是唯一一個讓我有點同情的角色，他日復一日地點亮和熄滅燈光，他的工作本來是有意義的，但隨著星球自轉的速度加快，他的工作變得繁重無比，也變得毫無意義。他象徵了那些陷入無盡地工作卻找不到意義的人，這提醒我們要在忙碌的生活中也不要忘記尋找屬於自己的意義，否則只會變成時間的奴隸。

地理學家象徵了理性的冷漠和對現實生活的疏離。他收集各種資料，卻從來沒有親自去探險，他的存在讓人感到知識和理性所帶來的冰冷與孤立。這不禁讓我思考：我們是不是在追求知識的過程中也忽略了生活的體驗和與人情感的交流？

其次，狐狸的角色是整部作品中最為感人的一部分了。狐狸教會了小王子「馴養」的概念，並且告訴他「真正重要的東西，用眼睛看不見，必須用心去感受」。這段話是整個故事所要表達最重要的主題：愛與友誼的價值。狐狸的話讓小王子明白，正是因為他對玫瑰的愛，才會讓這朵玫瑰變得與眾不同。這一點我產生了深深的共鳴。愛是一種超越物質的聯繫，正是因為這種聯繫，某些人或事物才會在我們的生命中變得獨一無二。我們每個人都有自己心中的「玫瑰」，無論是朋友、家人，還是某個信仰或理想，這些都是我們生命中不可或缺的部分。

這讓我反思在現在社會中人際關係的疏離。我們常常被工作、金錢和各種外在事物所束縛，忽視了心靈的交流 and 真正的情感聯繫。小王子與狐狸的友誼提醒我們，真正重要的不是外在的擁有，而是心靈的感受和聯繫。

此外，小王子的離去也為我帶來淡淡憂傷。他選擇回到自己的星球和玫瑰花在一起，但這個決定充滿了未知和恐懼。或許這正是作者想要表達的人生哲理：「生命中有許多無法掌控的事情，我們能做的只是用心去感受並珍惜當下的美好。」

總結就是，這本書它通過簡單的故事告訴我們：成人世界雖然充滿了繁忙與複雜，但不要忘记讓自己擁有一顆純真、敏感的心靈。正如小王子所學到的，我們應該用心去看世界，珍惜那些我們愛的人與事物，而不僅僅是追逐外在的物質和虛榮。

這本書對我的啟示不僅在於它揭示了成人世界的種種問題，更在於它提醒我保持一顆童心，去發現生活中那些真正重要的東西。

四、討論議題：

愛與友誼、成人世界的孤寂、生命的意義跟自我探索，以及成長所帶來的變化。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：資三丙

科 別：資料處理科

作 者：黃柏又

參賽標題：網路就像馬桶，誰都能上去拉屎

書籍 ISBN：978-626-349-649-1

閱讀書名：奪命炎上

原文書名：俺ではない炎上

書籍作者：淺倉秋成

出版單位：采實文化

出版年月：2024/04/30

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者淺倉秋成，日本推理小說作家，善於營造伏筆，有「伏筆的狙擊手」之稱，2012 年以《黑色亡魂》榮獲第 13 屆「講談社 BOX 新人獎 Powers」，正式步入文壇，往後幾年的職業生涯中以多層次的反轉佈局與深刻的人性洞察博得高度讚許。而以懸疑為主要基調的本書，故事內容也是相當精彩，為一名大企業部長被栽贓成殺人犯，案情迅速在網路上發酵，而為了活下去的主角開始了逃亡與追兇之路，後續則在多個人物視角下來推動故事。

二、內容摘錄：

「不曉得是不是因為教育的關係，他們的口頭禪就是不行、沒辦法、我不會。遇到稍微困難的事，馬上就問這要怎麼辦。」—p.30

「大叔啊，就是會做些莫名其妙事情的生物啦！」—p.105

「現在的小孩啊，都不努力工作啦！也不做愛，不生小孩，沒上進心，也不喝酒。」—p.120

結果就是明明可以馬上付諸行動，卻被無法理解服務本職工作的老人以各種過時價值觀刁難，只因為他們認為不怕麻煩、慢工出細活才是美德。—p.133

三、我的觀點：

書名叫做奪命炎上，其中，炎上這個詞是近幾年流行起來的，一開始為日文古漢語「炎上」，意思為火焰猛烈燃燒的意思，後來指因在網路上失言，起爭執或做出出格行為時被網友網爆、肉搜，而這本書本身在寫懸疑的故事外，同時也在批判、思考現今網路世界，而表現手法為穿插以推特推文形式來展示網路世界的風氣，而互聯網的方便性與匿名性質，讓現在大多數的年輕人，或中老年人喜歡在上面發表自己的言論，好處顯而易見，誰都能發，更

不用面對面交談，擔心當下起肢體衝突，而壞處也非常明顯，正因誰能發，很多不負責任的發言就此散佈網路世界，看到這些言論，即使與自己無關，但為了所謂的優越感與正義，一些人會在下方與發言人起爭執，很多時候爭論內容甚至與一開始所討論的事情無關，舉例來說，我曾經看過一部影片，是有關遊戲內劇情是否合理所引起的討論，「不管劇情怎樣，反正都會有收了錢的主播出來洗，那些白癡一樣會為遊戲買單」，「你怎麼能確定他們有沒有收錢，能講出這種話的你何嘗不是一種白癡」，像這樣討論的內容逐漸偏離主題，更可怕的是上面那句發言你甚至無法判斷是否為他真正的想法，網路上有種用詞，叫做釣魚，或也可以稱為串子，指評容易起網友們爭執的言論為目的，而自己則在後方看起樂子，網路不像現實，沒辦法通過肢體語言與表情語氣來判斷對面真實的意圖，導致網友難以明辨是非，有人甚至開玩笑般的嘲諷這些行為就是想讓手機通知不斷響起震動，放在私密處當成人玩具使用。

這些還只是導致炎上的冰山一角，在書中不停地提到，那些知名網紅，為了博取眼球，經常起一些轟動的標題與虛假的内容引起關注，少數人常常就發起衝鋒，對内容絲毫不懷疑，一股腦地將想法說出來，事後抓到作假時，而反過來責罵貼文的博主，確實很多時候那些新聞與貼文會斷章取義，讓你看到他想讓你看的，而明辨是非與蒐集多個資料來證明文章内容的真實性是需要花些時間的，虛假的内容與激烈且龐大的發言容易造成人與人之間的誤會，本身靠著肢體、語氣、眼神，都會讓人產生誤解的現實，更談何只有文字的網路。

除了欺騙、不負責造成的爭鬥外，還有一種有意思的，也就是因年齡的差距，對待同一事物產生不同的觀點，以書中舉例，像是主角本人、酒館老闆、與負責詢問情報的老長官，他們覺得現在的年輕人表面一套背地裡一套，不愛吃苦，好吃懶做且喜歡湊熱鬧，奇奇怪怪的想法也很多，而以大學生、與主角的部下們，他們覺得中老年人的思想老舊，固執，且很愛指使別人又很囉唆，舉個最簡單的例子，社交軟體—臉書，在大多數的年輕人眼裡，它儼然變成了只有中老年人才經常用的社交軟體，在許多短視頻或貼文下面，經常會出現老一輩對影片内容的批評，其他一些年輕人看到就會在他們底下留言，「也就只有老人家才會相信這些東西」，更有甚者會附上圖片，而圖片内容則擺著一個無奈的人指著上方的留言，而人物上面寫著，「這就是為甚麼年輕人不用臉書」，他們可能因彼此的觀念不同而引發爭執，最後越鬧越大引發兩個群體間的仇視。

而我的想法則是，對於那些刻意引起他人憤怒的言論，建議直接舉報或者隱藏，不要回覆湊熱鬧讓情况逐漸複雜，而對於無法確認的新聞，就兩種方法，查證或不要理會，以免讓假消息越傳越廣，最後是觀念不同引發的爭執，書中有個角色，也就是那位老長官的助手，雖說那位助手年紀也不小，但經常去接觸新事物，對於長官的觀念也沒有一昧的否決，通過自己的思考與觀察來證明自己的觀點，這就我認為最好的解決方法，現在的網路世界可以說是烏煙瘴氣充滿了戾氣，未來這個神奇的網路世界會怎樣，我並不知道，但做好自己該做的，不去做火上澆油的事。

四、討論議題：

很諷刺的是，在故事的結尾，主角被澄清是無辜的，而表示同情他遭遇的推文如雨後春筍般冒出，有的說他覺得一開始主角就不是兇手，有的則責罵辦事不利導致消息錯誤的警方，那為甚麼一開始完全看不到相關的文章，是被風潮掩蓋了嗎？還是為了不波及到自己選擇沉

默，亦或者是一邊倒的牆頭草，所以我想提出議提是在網路上，害怕麻煩，選擇沉默不語或無腦跟隨風向的人是否有錯。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：資三丙

科 別：資料處理科

作 者：詹侑親

參賽標題：我，偷書賊

書籍 ISBN：978-986-697-342-0

閱讀書名：偷書賊

原文書名：The Book Thief

書籍作者：馬格斯·朱薩克（Markus Zusak）

出版單位：木馬文化事業有限公司

出版年月：2019/01/09

版 次：初版 105 刷

一、圖書作者與內容簡介：

澳洲作家馬格斯·朱薩克，將兒時父母講述的二戰見聞揉合進創作，寫下偷書賊。

本書背景是二戰時期的德國，小女孩和書的故事。父親因政治迫害身亡，主角莉賽爾在母親的帶領下，前往寄養家庭。

在莉賽爾的要求下，養父教導她識字，並支持、肯定她讀書，幾年後，莉賽爾的養父母為報恩收留猶太人麥克斯，兩人因文字發展出友誼。

最後，在因緣際會之下，莉賽爾留下偷書賊的手札，記錄自己和書的這段經歷，並且經由死神之口傳到世界各地。

二、內容摘錄：

「這個街名，在德文的意思是天堂。以下就稱天堂街好了。」「這條街距離地獄有多遠，離天堂也就有多遠。」（P.36）

「德國小孩小心翼翼，尋找偶爾出現的硬幣；德國猶太人小心翼翼，免得被逮捕。」（P.149）

「漢斯·修柏曼與埃立克·凡登堡因音樂而連繫在一塊，而麥克斯與莉塞爾則因無聲堆集的文字而湊攏在一起。」（P.220）

「當她費力辨識書上文字，輕輕念出聲的時候，大家恐懼的眼神盯著她瞧。有個聲音在她內心彈奏著曲調，這聲音告訴她，這就是你的手風琴。」（P.337）

「偷書賊讀了一次又一次，又再讀一次，把自己的最後一句話讀了好幾個小時。」「我討厭文字，我也喜愛文字。我希望我發揮了文字的力量。」（P.461）

三、我的觀點：

在弟弟的葬禮上，莉賽爾撿到一本掘墓人落下的書，「這是偷書賊偷的一本書」負責敘述故事的死神介紹道。掘墓工人手冊。隨著莉賽爾將其帶到新家，文字就像掙脫了名為貧困的鐵索，躍然出現在她的生命中，或許是因為這本薄薄的手冊曾見過母親和亡弟的最後一面，為了讀懂它，莉賽爾學著識字、閱讀、說書、繼而創作，最後，偷書賊——屬於她的那本書，誕生了。

我一直覺得偷書賊的書名取得巧妙，主角莉賽爾所處的寄養家庭並不富裕，經常吃不飽穿不暖，更因為紛亂的時代背景、尷尬的「共產主義份子後裔」身份和地下室收留的猶太人，生活如履薄冰。莉賽爾的書是偷來的，沒有挑選的餘地，每一本都彌足珍貴；看書的時間也是偷來的，靠著午夜被噩夢驚醒後父親一頁頁陪著她學習；靠著出外替有錢人家送洗完的衣物、分擔家計的空檔，在主人家的允許下閱讀片刻。莉賽爾孤身一人、一無所有——除了書。文字帶給她力量，更感染周遭的人們，在亂世中成為療傷的良藥。

我對偷書賊最深刻的印象，不是政治迫害亦或戰爭殘酷，而是無處不在的書。偷來的書，和偷書的賊。

我比偷書賊——莉賽爾幸運得多，在我的童年時光，沒有戰火、不曾被迫害，也不會缺少吃穿，不過我也曾「偷書」，也曾被文字的瑰麗震撼而得到救贖。

曾經的我是同學口中的「書呆子」，不是忙著準備考試、就是在圖書館狩獵新的精神食糧，對人際往來意興闌珊，自然也不懂得圓滑處事，處處得罪人，久而久之自然形隻影單。閱讀就是我生活的全部，如同莉賽爾的一生，有一大部分都和文字脫不了關係。

孩提時期，我是忙碌的、敏感的、更是迷茫的，每天像是有上不完的課、學不完的知識，父母求好心切，責備經常多於誇讚，更因為我不善言辭、抗拒社交，總覺得被世界拋棄了，沒有任何人能理解、肯定我，縱使故事再怎麼吸引人，在操場上的歡聲笑語穿過書架灑下錯落光影時，依舊會感到孤獨和寂寞。

於是，我更瘋狂的一頭扎進書海，就像那個用幾本狼狽的書拼湊出一葉小舟，在狂風暴雨中踽踽獨行的女孩，似乎只要忘情地在字句中穿梭，就能躲開身後窮追不捨的憂鬱沮喪，任何承載著文字的書頁，都富有無與倫比的吸引力，讓我們熱切、虔誠地，願意為此不顧一切。我開始想方設法地「偷」，偷來看書的閒暇片刻——在上放學途中搖搖晃晃的後座；在午休時分的課桌下；在半夜打起手電筒的被窩。

從莉賽爾的身上，我嗅到了同伴的氣息，她是那樣的熱愛閱讀，熱愛文字構成的一幅幅畫卷，雖然身陷黑暗中，卻能握著油漆匠父親給的筆，在地下室斑駁的水泥牆上描繪出繽紛的希望。

文字肯定是帶著某種魔力的，而作家拿起筆的那一刻就揮動了法杖，每一次翻開書頁，我都會被那扇門後光怪陸離的奇幻世界所折服。又是一聲午休鈴響，死神的旁白引領我走進 20 世紀——莉賽爾在烽火連天的德國當偷書賊，我在漫天試卷的校園當偷書賊。

四、討論議題：

書和文字究竟擁有多大的魅力？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二甲

科 別：應用英語科

作 者：周采婕

參賽標題：幸福向誰招手

書籍 ISBN：978-957-14-7610-0

閱讀書名：幸福向誰招手

原文書名：幸福向誰招手

書籍作者：林火旺

出版單位：三民書局股份有限公司

出版年月：2023 年 5 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

林火旺，學歷：美國愛荷華大學哲學博士。經歷：臺灣大學哲學系系主任兼研究所所長、臺灣大學哲學系教授、臺灣大學課外活動組主任、《民生報》記者。現職：臺北市新生代社會福利事業基金會董事長。這本書深入淺出，文字表達口語化，讓一般沒有受過哲學專業訓練的人也可以讀懂。其中內容是從多方面進行辯證思考；如書中持品德幸福觀的論述之後，隨即提出法律、命運、情境主義對品德的挑戰，要如何恰當的回應，並展現出品德的力量。

二、內容摘錄：

人的理性至少展現在兩方面：一方面是在生活中進行選擇，另一方面則是進行內在的自我反思，這種能力是其他動物所沒有的。也因為人具有理性，造成人要過得好的方式，與其他動物不同。就像一個生病的人，最渴望的是健康；肚子餓的人，最想要的是食物；窮人最希望得到的是金錢，所以可以理解一個想當快樂的豬的人，一定是活得不快樂，他當下最需要的就是快樂，因此他寧願當一隻快樂的豬，也不願意當痛苦的蘇格拉底。但是如果一個生病的人恢復了健康、肚子餓的人吃飽了、窮人有錢了，他們就會滿意了嗎？這些人在往後生活的每一天，不會有別的煩惱嗎？事實上，「一時」的問題解決了，然而只要還是活著，「一生」的問題一直存在。(p.38,p.39)

三、我的觀點：

書中的核心主題是「幸福」。林火旺透過描繪不同人物的故事，探索幸福的多種面貌。每個角色都在追尋幸福的過程中面臨了獨特的挑戰和抉擇，這些情節讓我對幸福的定義有了更深

刻的理解。這些人物在尋找幸福的過程中，不僅面臨外部挑戰，還需要克服內心的困惑。閱讀《幸福向誰招手》後，我深刻感受到幸福的多樣性和複雜性。書中的故事和角色讓我對自身的生活和幸福有了更多的反思。使我重新思考了自己對幸福的追求。過去，我常常將幸福與物質成就、社會地位混在一起，認為擁有更多的物質和地位才是幸福的關鍵。然而，書中的故事讓我明白，真正的幸福源自於內心的滿足和對生活的珍惜。這促使我重新評估了自己的生活重心，開始更加關注與家人朋友的關係，並努力在學業和生活中找到平衡。書中的某些觀點，如「幸福是內心的狀態，而非外在的標誌」，對我影響深遠，讓我在日常生活中更加注重自我感受而非單純的外在標準。這本書的優點在於其深刻的情感表達和對幸福的多角度探索。林火旺以精湛的筆觸，描繪了角色在追尋幸福過程中的掙扎和成長，讓讀者能夠感同身受。書中的故事情節雖然緩慢，但這種細膩的描寫讓人能夠更深入地理解角色的內心世界和他們的變化。然而，有些讀者可能會覺得部分情節的發展過於拖沓，尤其是在一些角色的背景描述上，這可能會影響閱讀的流暢性。現在，正視幸福向誰招手的問題，是非常重要的。「幸福向誰招手」是一個充滿哲理的問題，反映了人們對幸福的不同看法。幸福通常不是一個具體的實體，而是一種感受和狀態，它可以因人而異。對某些人來說，幸福可能來自於家庭的和諧、事業的成功或是生活的安穩。對另一些人來說，幸福可能來自於心靈的平靜或是對夢想的追求。最終，幸福常常取決於個人的心境和生活方式。每個人對於幸福的標準都不一樣。有些人感覺到開心、滿足，他們就覺得幸福了；有些人生活過得平凡、簡單，他們也覺得很幸福，但有些人因為原生家庭、各個因素影響，覺得自己是不幸福的，但我覺得每個人都是幸福的，只是還沒感覺到、還沒找到屬於自己的幸福。《幸福向誰招手》是一部值得一讀的佳作。它不僅探討了幸福的不同層面，還挑戰了我們對幸福的傳統觀念。書中人物的真實經歷和內心掙扎，使我對幸福有了更深刻的理解，也啟發了我在生活中尋求真正的滿足和內心的平靜。這本書對任何想要理解幸福本質、探索內心世界的人都具有重要的啟發意義。如果你正在尋找對幸福有深刻見解的書籍，《幸福向誰招手》無疑是一本值得推薦的讀物。

四、討論議題：

人一定要覺得幸福才真的幸福嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：李艾霖

參賽標題：健康女孩最美麗

書籍 ISBN：978-986-925-141-9

閱讀書名：我救回我自己：又瘦又健康！20 歲停經
女孩的 60 道自療食譜

原文書名：我救回我自己

書籍作者：Mia

出版單位：寫樂文化

出版年月：2013/03/01

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者 Mia 是肥胖研究學會體重管理士、DIALOGUE 與身體對話 專題講師。年輕時兼差當過模特兒，過瘦被笑稱排骨精；後來因為一場大病，為了挽回自己的人生，根據美國「My Plate」（我的健康餐盤）原型，加入更簡易的執行方法，並透過自體實驗，改良成「飲食四分法」，終於找回健康，她 20 歲就停經需要靠著婦產科醫生開調整賀爾蒙的藥，在變健康的過程中，不愛運動的她逐漸地愛上了運動，還將飲食調整的方法分享給朋友。

二、內容摘錄：

不要一直被數字束縛住，每個人年紀、體能、飲食習慣、生活環境、壓力都不同，羅馬不是一天造成，任何事情沒有速效，穩紮穩打才走得久，走的安全，要以讓身體更健康為出發點，才能走得長久。調整飲食，是為了保持身體「最好」的狀態，所謂的胖瘦美醜都是自己定義，但是當你不健康時，一切都是空談。我們要做的是讓自己的身體往「好」的地方發展，而不是一味地追求「輕、瘦」而已。(P65)

三、我的觀點：

在作者生長的年代，因為「食育」還未受重視，她的家長也因不能經常陪伴她，所以她餐餐自理，有時回到家後看到有飯菜，就會跟中了大獎一樣開心，不然又是翻翻冰箱找食物、泡泡麵，又或者去附近夜市買些食物填飽肚子，小時候吃著這些食物的她未曾想她會因此受到極大的影響，17.18 歲就有失眠問題，嚴重掉頭髮，這些也許就是身體在給她的警訊，請她重視自己的身體，但 Mia 以為是自己壓力太大造成的，沒有多加在意，又過了不久在 20 歲的她，身體負荷不了了，20 歲的她竟然停經了，是女生的人應該都會大概知道，停經是約

在中年時才會發生的，身體狀況也非常的差，情緒低落、憂鬱各種狀況都迎面而來，**164 公分 43.44 公斤**的她，也許她的體重是很多人夢寐以求的，但這實際上是件非常不健康的，飲食其實是一個非常重要的議題。**Mia** 曾說過「相信食物就是最好的醫藥，人體就是最好的醫生，凡是吃過留下痕跡，健康是年輕時你善待身體，而年老時身體回報你的禮物。任何事的發生都是最好的安排，熬過了從中一定能得到一生受用的禮物」，**Mia** 碰到這麼大的是都能解決了，那現在正面臨著課業摧殘的我們也一定能熬過去的，從中也會獲得對未來有幫助的收穫，在現代社會網路中出現各種詞彙，容貌焦慮、身材焦慮等等的，我們這年代大多數人都覺得瘦就是美，但我記得國小老師曾說過仔細看，就會發現其實「瘦」這個字的部首「疒」，其實也代表人有疾病的意思，也許者是古人帶給我們的思想，過瘦不是一件好事，不要被體重的數字束縛住，每個人生長的环境不同，飲食習慣也不同，有些人就有著讓人羨慕的身材，吃不胖的體質。另外有些人可能是依靠節食、**168** 飲食、生酮飲食，但節食減肥如果在一段時間吃了太多食物則會反彈，所有的事情穩紮穩打才走得久，我們要以健康為出發點，靠著 **Mia** 在書中健康又簡單烹煮的食譜，慢慢瘦，維持身體基本代謝率才是正確的，保持身體最好的狀態，胖瘦美醜都是自己定義，當你不健康時，一切都是空談，我們要做的是讓身體往好的地方發展，而不是一味地追求瘦。

現在市面上有很多藝人在推薦減肥藥，我覺得我們應該是吃東西配合運動才算正當瘦，而且減肥藥可能裡面添加了克制食慾的成分，只會造成胃的負擔更多，更不健康，在讀完這本書後，為我解答了許多關於減肥的知識，就像很多人都覺減肥不能吃澱粉，實際上是吃錯澱粉，吃錯量，才會變胖，我們現在可以做的是：維持最健康的身體，做最美的自己。這本書或許能給予易於身材焦慮的人最好的建議。

四、討論議題：

- 1.如何透過營養健康的飲食優化身心靈的健康？
- 2.探討健康飲食行為對身體質量指數(BMI)的影響。

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：李芊沛

參賽標題：被討厭的勇氣也需要訓練

書籍 ISBN：978-986-137-195-5

閱讀書名：被討厭的勇氣

原文書名：嫌われる勇氣

書籍作者：岸見一郎-古賀史健

出版單位：究竟出版社股份有限公司

出版年月：2014 年 11 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

岸見一郎是名日本哲學家，他於 1989 年起開始研究阿德勒心理學，積極從事阿德勒心理學及古代哲學的著述和演講，同時也是日本阿德勒心理學會認定的諮商師與顧問。這本書整理了心理學家『阿德勒』的概念，作者將阿德勒心理學理論簡明扼要的貼近人心，如果害怕被他人討厭，你就沒有資格接受自己的缺點。」

二、內容摘錄：

自卑情結，是指開始把自卑感當成某種藉口的狀態。P.85

應該追究的，不是過去的「原因」，而是現在的「目的」P.33

不只是他，我們每個人都會因為某些「目的」而活著 P.37

憤怒是可以收放自如的「工具」P.41

答案，不是由誰告訴妳，應該自己親手去找才對 P.45

我們「並不是為了滿足他人的期望而活」P.139

人會因為得到稱讚而形成「自己沒有能力」的信念 P.208

分辨「可以改變的」和「不能改變的」P.234

相信別人的時候不附加任何條件 P.237

承認錯誤，表達歉意的言詞，脫離權力的鬭爭，這些都不是「挫敗」

三、我的觀點：

我是一名高中生，這時期的我們最常在人際關係出現困擾，很常煩惱跟同學之間的互動，尤其是深怕自己被排擠、被討厭。於是這本書可以幫助我們解決會遇見的問題。

現代人好像每天都在競賽，在學業上比誰的成績高，在職場或社會中比誰錢多，在容貌上比較誰好看……。我們都活在快節奏的世代中，在意他人的字字句句，但卻忽略自己內心的聲音，青少年的我們很常有容貌焦慮，在意自己的長相，活在他人的眼光中，其實讓我很困惑。書中有一個章節是「會在意你的長相只有你自己」，常常覺得自己很胖臉很圓，但其實都只是自己覺得，我們永遠都會先貶低自己，從不尋找自己的優點，總覺得別人是否認為我不好，我長相難看。其實大都是自己多慮，書中寫到如果無限放大自身的不完美，會變的很自卑，人生中每個人都是過客，不是每個人的言語都這麼重要，長相真正在意的也就只有自己，沒這麼多人能停下腳步無限放大你的缺點，只有自己，每天看到鏡子就開始找自己的缺點，開始自卑，自卑是自己捏造出來的，有了自卑，就會如書中所寫的自卑情結，是指開始把自卑當成某種藉口使用的狀態。會無限的找藉口，因為覺得自己什麼都不行，限制自己的能力，做事情沒有信心，自卑感又更加一層，到最後就什麼都不嘗試，人生也就沒有了意義，但當然也都能接受他人的稱讚，當收到稱讚時，總是先說「沒有啦！我沒有很厲害」我常常在想收到稱讚是很丟臉的事嗎？不，稱讚是他人認同你的一個形式，應該要大方的接受，這不是不要臉的行為，當對方認同你，代表你被認可了。書中說「人會因為得到稱讚而形成『自己沒有能力』的想法，以致於常貶低自己，覺得自己沒能力，自卑感就是這麼來的。

我的脾氣有時很暴躁，事情變多、變複雜，就很常亂了腳步，狀況處於很暴躁的狀態，閱讀本書後才知道其實憤怒急躁是可以收放自如的。例如：今天對方是我討厭的人，當然是用很急躁的口氣說話，但老師突然打來，我接起電話可以馬上收起急躁的口氣好好說話，所以證實了，脾氣是可以收放自如度，只是很常把自己困在情緒中，想讓別人知道自己的情绪，需要安慰，但都是多此一舉的，你的情緒本身就是可以處理很好，我們只是在找認同感，讓他人也覺得有這樣的感覺，情緒就如同「工具」，需要的時候拿出來，不需要可以收在心中就好。我們常常追究過去的經驗，覺得我過去不行，現在也不行，從不往前看，永遠活在自己的小圈圈中，「應該追究的，不是『過去』的經驗，而是現在的『目的』」，人活著總是有個目的，把目標放的很遠大，反而沒有動力的完成，把目標定的容易完成一點，在慢慢累積，才有動力往前走，而不是原地自我設限。這本書給了我很大的啟發，真正認清自己的不足，一點點的改善

四、討論議題：

當下到底怎麼珍惜，怎麼感受

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二甲

科 別：會計事務科

作 者：方庭萱

參賽標題：友情

書籍 ISBN：978-986-506-177-7

閱讀書名：橘子的滋味

原文書名：橘子的滋味

書籍作者：趙南柱

出版單位：高寶書版

出版年月：2021 年 8 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者是一位出生於韓國的女生，擅長以寫實的寫法讓人引起共鳴，呈現的是平民日常的問題。這本書在說的是關於四個女生她們的友情，分別說了她們各自的成長過程，如何相遇以及一起度過了什麼難關，讓她們互相理解各自的不易去鼓勵對方，而讓她們四位變得如此要好更加的親密誠為各自的牽絆。

二、內容摘錄：

「與人共享秘密、吐露真心，並相信對方也是真心的，珍惜人與人之間的關係－筱蘭到現在還是不習慣這些事情。」 p.133

對我來說我可能還是做不到完全的去信任任何人，就向上文所述的，共享秘密甚至是吐露真心，不知道是不是已經看太多人被背叛就會覺得更需要小心。所以看到這句的時候特別有共鳴印象很深刻。

三、我的觀點：

這本書一開始說的是升上高中的第一次開學典禮前的故事。故事中有四位摯友，無論是選擇要填哪間學校，或是一起埋了時空膠囊，她們四個都是一起行動、一起討論。書裡面各自介紹她們的成長故事和家庭背景，當中印象深刻的就是筱蘭。筱蘭在認識其他三人之前，有一段往事，讓筱蘭心中存有一些陰影。筱蘭和另一個女孩智雅是在幼稚園時期就認識，因為她們總是留到最後，但誰都不想當最後被接走的那一位，所以彼此相處的不太融洽。有一次筱蘭的媽媽問她：「要不要等一下智雅然後再一起離開呢？」從此之後，她們就會這樣互相等到對方家長來接時在一起走，升上小學、補習班也都在一起，於是就變成形影不離的朋友。

直到智雅舉家出國而轉學，兩人友情受到嚴重的考驗，一開始還會好好回訊息的智雅，到最後都變成智雅的媽媽在回覆筱蘭。看到這我其實很難過，就覺得明明當初這麼要好，為什麼會變成這樣？沒有原因也就算了！真的不想回覆也該好好地結束這段關係吧！讀到後面就能理解為什麼筱蘭在接下來的友情裡會這麼放不開和不自在。

後來她們四人在開學前去了一趟濟州島，這趟旅程每個人都跟家長求情了很久，還刻意作了簡報，只為了說服自己的爸媽，可見她們有多珍惜彼此的友誼，很開心的是她們順利達成了。在濟州島的路上看到橘子園，因為好奇，所以跳脫原本的行程，在這一段裡，她們討論著為什麼現採的橘子更甜更好吃呢？有人回說：「因為沒有期待，沒有預先設想，也不再是計畫中的關係。」讀到這裡，大有感觸，其實不管什麼事，不先抱有期待，不去設想結果，搞不好會有出乎意料之外的事發生。在旅程的最後一晚，她們互相坦白之前很多彼此不知道的事，這對於筱蘭來說很不自在，但因為知道彼此都是真心的，所以筱蘭也決定說出自己的秘密，看到這就覺得好感動！要去相信一個人是一件很不容易的事，因為能夠被別人真心對待，是件多麼不容易的事，即便是我自己，到現在都還是做不到。最後提到了在濟州島那晚的約定，其實約定的目的已經不重要了，重要的是她們都有照自己內心的想法去做，不讓自己後悔就好。還有那在禮堂前的合照也是一大亮點，照片不管什麼時候拿出來看都很有意義，看著照片能夠想到那時有這麼單純的感情存在著，一定會很有感觸，就算早已形同陌路，還是會很珍惜感動的。看完這本書，內心充斥著滿滿感動的心情，很感動她們在那些困難的時候有這麼要好的人陪在身邊，不只是願意陪著對方，更是讓曾被友情傷害過的人願意再一次敞開自己的內心，願意相信彼此是真心的，這應該是友情最單純的目的了吧？

四、討論議題：

友情對你來說是什麼？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二甲

科 別：會計事務科

作 者：江敏熏

參賽標題：勇敢從低谷爬起來

書籍 ISBN：978-957-147-540-0

閱讀書名：奇蹟麵包店

原文書名：All You Knead Is Love

書籍作者：譚雅.葛雷諾（Tanya Guerrero）

出版單位：三民書局

出版年月：2022 年 10 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

故事從主人艾芭，一位在婚姻中不受重視的女孩，被要求獨自一人在西班牙，在語言不通的異地與未曾謀面的外婆相伴一段時間開始。溫暖又開明的活動，既結識了麵包店老闆後從烘焙實踐中逐漸建立了信心，更在新結識的同齡好友幫助下合作制定了麵包店的救助計劃。

二、內容摘錄：

「我天生就不懂正向思考，我已經習慣了充滿負能量，這樣比較不會受傷，如果你每天都預期有壞事發生，那麼生活應該就不那麼容易令你失望，不是嗎？」

「愛不是石頭，不是光丟在那裡就沒事了；
愛像麵包，需要搓揉發烤；並且得不斷重塑，使它成為新的模樣。」

「一個充滿陽光、快樂的地方，我完全無法想像。」

「希望我們原諒彼此，放下過去，用愛迎接未來的生活。」

「一直以來，我都告訴自己我恨她，但事實上，我只是渴望愛人與被愛。」

三、我的觀點：

《奇蹟麵包店》是充滿溫情和啟發的小說，它通過一個看似普通的麵包店，其實揭示了人性中最美好的一面。透過麵包店這個平凡的場所，每個人開始重新尋找生活的意義。每個人

都經歷了不同的轉變，從最初的疏離和挫折，到最終的自我發現和成長。故事內容和角色展現了生活的多樣性和複雜性，但同時也傳遞出了一種積極向上的力量。這本書讓我深思，也讓我感受到心靈的滿足和溫暖。我會選擇這本書的原因是因為看了簡介感覺好像很不錯，而且我很喜歡看這種溫馨感人的故事，所以選擇了這本書。看完以後讓我深感觸動，可以激發對生活的熱愛和對他人的理解。這本書很適合那種曾經跌倒過，卻又想努力爬起來的人閱讀。不是每個人的原生家庭都很幸福美滿，也不是每個人的童年都過得很快樂，每個人的成長道路上都會經歷許多風風雨雨，不可能一路順風的，總會有些波折使我們經歷低潮期，感覺很不知所措，卻又不知道該怎麼辦，不過我們都在努力讓自己爬起來並且變得更好，我們已經很勇敢了，對不對！一直以來，我們不知道被生活打敗過多少次，每次都覺得很無力、失敗、無法相信自己，好討厭那種無助感，甚至恨透了自己為什麼那麼無能、那麼沒用。雖然嘴上說失望，久了就慢慢不再有那么多的期盼了，但事實上，還是會渴望愛人與被愛。人總是這樣，就算過得不幸福不快樂，還是會希望遇到一個人可以讓自己幸福快樂的人。有時候我們不應該太執著過去發生的所有事，這樣會讓我們過得很痛苦，會一直想到這些讓自己痛苦的事，生活沒有絕對的平衡，如同誰都不可能十全十美，我們只能竭盡所能不要失衡，如同在不完美的生活中找尋一絲絲專屬於自己的美麗，我們應該放下過去的執著，原諒過去，慢慢的爬起來，迎接更好的未來。爬起來以後你就會發現自己已經默默往前走了很多，雖然受過傷害可能就會沒有勇氣繼續堅持下去繼續往前走，但是如果一直畏畏縮縮的逃避問題也不是辦法，其實我們每個人所經歷的挫折，都有內含要讓我們成長的道理，不過有些人不是以常人理解的方向成長，但也不要氣餒，一直經歷波折或許就是上天給的考驗，要相信自己有爬起來的一天，不要相信自己沒有幸福的那一天，要相信自己會有幸福的時候，每個人都有幸福的權利，不管是家人給的，朋友給的，還是另一半給的都一樣，你都值得得到比上一段感情更好的愛。而且聽說前面過得的不好的人到最後往往都會很幸福，不知道這個是不是真的，但我願意相信，總比一直往負面想還要來得好，我一直堅信著到最後我一定會比大家還要幸福，所以經歷的這些我都不後悔，反而希望自己經歷的波折能讓我更成熟更懂得去面對問題，勇敢的爬起來繼續努力的往前走才會成功。

四、討論議題：

如何在跌宕起伏的人生中，找到屬於自己的幸福？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：蕭詩樺

參賽標題：隱藏在不便中的溫暖與力量

書籍 ISBN：978-626-967-336-0

閱讀書名：不便利的便利店 2

原文書名：불편한 편의점 2

書籍作者：金浩然

出版單位：寂寞

出版年月：2023/05/01

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

金浩然。初入職場時參與創作的劇本《諜變任務》被改編為電影成為編劇。第二份工作是漫畫策劃人員《人體實驗區》獲得第一屆富川漫畫故事競賽大獎成為漫畫腳本家。在出版社擔任小說編輯一陣子之後成為全職作家。

在這疫情時代面臨著找不到人的困境，眼下只來一位應徵者，但他的履歷上從沒有做過正職工作。儘管讓人感到可疑，也只能讓他來擔任大夜班的店員。洪金寶十分熱心，不管甚麼事情他都能以寬廣的心胸與你交流內心的想法。

二、內容摘錄：

夏夜很長，故事很有趣，他的心情很愉快。(第 180 頁)

我領悟到，與其忽視那些束縛著我的問題，還不如與問題共存。(第 277 頁)

雖然我有點遺憾他充滿回憶的地點不適圖書館或學會辦公室，而是操場跟社團教室，但我還是願意把這些過去，當成是精彩的英雄故事來聽。(第 305 頁)

他下定決心，即使未來某天世界再度遭遇傳染病的襲擊，再度令人感到痛苦、不便，他也不會忘記微笑。(第 348 頁)

三、我的觀點：

我會選擇這本書是因為，疫情從國小六年級就開始，一直到現在還是會有些害怕，所以感觸深刻。作者以輕鬆、幽默的寫作方式，來描寫在社會上會遇到的問題以及疫情帶來的改變。

書中描寫了來自各個角落的人們，因為各式各樣的原因，來到了這家便利店，展開了各自不同的故事。同時，這家便利店店長、店員的生活和內心也在慢慢發生變化。

故事中我感觸最深的一個人物是高中生民奎。他覺得這是個不公平的世界，爸爸媽媽每天早出晚歸，工作的很努力賺回來的錢卻不多。疫情爆發後在家的時間變多了，爸爸就經常喝酒，導致媽媽每次回到家就和她大吵一架。哥哥長得比他高功課也比他好，暑假可以待在有冷氣的房間玩遊戲、看書，他卻只能抱著一台快壞掉的電風扇，所以他暑假每天都跑去便利店來吹冷氣和躲避爸媽的爭吵。某天民奎帶了一本老師送的書去便利店看，店員就走到他的身邊跟他分享了對這本書的喜愛和看法，後來民奎只要來到這間便利店就會和店員聊聊，店員發現他喜歡閱讀，給他推薦了一間在附近的圖書館，從此之後這間圖書館變成民奎在生活中的小確幸。我覺得可以在生活中找到一個可以讓自己放鬆的地方或事情，是很幸福的一件事，在心情低落、壓力大時有一個可以釋放心情的地方，可以更好的調整自己的身心狀態。

「我領悟到，與其忽視那些束縛著我的問題，還不如與問題共存。」當我看到這句話時，就明白為什麼有的人就算遇到很多困難，依然可以如此自由自在的生活。生活中一定有各種困難以及挑戰，但如何解決就是最需要學習的地方。有些人會選擇逃避問題，有些人會尋求別人的幫助，有的人則是選擇自己嘗試利用不同的方式來解決問題。人不可能是完美的，所以一定會遇到許多不一樣的問題，我認為自己嘗試去解決問題是一種很好的鍛鍊，但也不一定所有的問題都要完全解開，比起不去忽視問題，不如就讓他以一個最好的狀態存在我的身邊。

我會推薦這本書給大家，因為他在內容中給了大家很多鼓勵的話，也營造了溫馨的情境，讓大家可以釋放在生活中的壓力，也許能從中找到相同的經歷，獲得解決的辦法。我覺得這本書比較適合學生、上班族來看，在觀看的過程中可能會比較有帶入感，也更能明白一些角色所說的話。

在這本書的封面書名下寫著「人來去，心留駐，這裡 24 小時亮著燈，為疲憊的靈魂設下安慰的哨站。」這間便利店帶給大家一種來自心靈上的慰藉，雖然互相不認識，但可以用自己的故事讓更多的人找到生活中的希望。希望大家能在這個世界上找到一個像這間便利店一樣，可以讓自己有一個無論何時都能傾訴的人、事、物。

四、討論議題：

在疫情時期大家不方便出門，所以養成了線上購物的習慣，但這樣對於實體店面以及觀光業者帶來了很大的影響，我們要如何讓這些店家可以在不能出門的情況下也有生意呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：陳愛

參賽標題：雪煙追逐

書籍 ISBN：978-957-333-352-4

閱讀書名：雪煙追逐

原文書名：雪煙チェイス

書籍作者：東野圭吾

出版單位：皇冠文化出版有限公司

出版年月：2017/12/25

版 次：第一版

一、圖書作者與內容簡介：

東野圭吾是日本著名的推理小說家。學生時接觸推理小說，畢業後他邊工作邊寫作並以江戶川進步獎當作目標。27 歲時獲獎，令他信心大增，決定奔赴東京，開始職業作家的道路。脇坂被指控是殺人兇手，案發時他明在數百公里外的滑雪場 唯一可以證明他清白的，只有當天在滑雪場見面的女滑雪手。為了找到掌握自己命運的「女神」，脇坂出發前往里澤滑雪場。刑警小杉受長官之命，要搶在警視廳之前抓到龍實，讓警局獨占功勞，不然就丟了工作。

二、內容摘錄：

今天一直忙來忙去，早就口乾舌燥，身體吸收啤酒，感覺就像在沙漠上灑了水。P.202

那兩個人不時靈巧地在雪地上旋轉滑行，簡直就像在跳舞，難以預測他們的行動。 P.226

雖然每個人的存在都像是小蟲子，但一寸蟲子也有五分魂，只要把這些「五分魂」結合起來，就可以成為巨大的力量。P.265

三、我的觀點：

這本書是一部關於嫌疑犯逃跑的推理小說，讀起來充滿緊張感，讓我讀了就難以放下。我認為這本書在文字方面以及氛圍都創造出緊張感。作者描述小杉警官看到與嫌疑人相同的服裝

時，我能真正感受到他那種突如其來的興奮感，尤其在追逐過程中的那種急促與緊張，讓我感覺自己也彷彿置身其中，與角色一同心跳加速。這種描述不僅增加了我的參與感，還不斷推動我繼續看下去。

作者將背景設定為一個雪白的滑雪場。當嫌犯脇坂在清晨滑雪時，諾大的滑雪場僅只有他一人，這種氛圍不僅讓人感覺到寒冷，還有一種壓迫感。滑雪場本應是充滿歡樂和運動氣息的場所，但在這裡卻成了緊張與危機四伏的舞台。主角們在雪地裡追逐時，視線被雪擋住，腳步聲被雪吸收，一切看起來是多麼的安靜，但又藏著許多危機。我發現自己隨著主角的腳步前進，心跳也不自主的加快，讓人感覺整個世界都安靜了下來，只剩下緊張的情緒在跟著故事的發展。

另外我還發現作者在劇情方面也創造出了緊張的氛圍，每當我以為主角們終於可以稍微喘口氣的時候，馬上又會有新的危機出現。就好像一波未平一波又起，永遠沒有時間可以放鬆下來。這樣的劇情安排，使我根本放不下書，每翻一頁，我都會想知道下一秒會發生什麼事，他們真的被抓到了嗎？還是說他們成功逃脫了？心中各種疑問都想得到解答，促使我不斷的翻頁。且書中每一個角色都有他們的自己的故事以及想法，他們在面對決策的時候，那些內心的掙扎和糾結都另人感同身受。就像脇坂在決定要逃跑去找「女神」為他作證，還是直接向警察說時，內心糾結著，他知道逃跑是不對的但是直接去找警察說又會被當場拘留，在這種不得已的情況下，他選擇逃跑去找女神是認為是最好的選擇。作者在描寫主角們的決定都是合情合理的，並且也推動了故事的發展。

隨著故事的發展，我還發現每個角色都有他們自己的難處和不得已的理由。小杉警官在了解到脇坂正在找證人時，他知道長官要他馬上逮捕脇坂，但因為同情脇坂只差一步就能找到證人證明自己是清白的，小杉決定先不抓他，並和長官說謊還沒找到嫌犯。雖然同情嫌犯不能合理化小杉的行為，但卻能夠理解。在這種面對人性的考驗下，也使我開始思考，如果小杉直接逮捕脇坂故事的發展又會是怎樣的，又或者我面對這種考驗會如何選擇？

我覺得這本書不僅僅只有描寫逃跑以及推理，他還使我們思考，在危急的情境下，人性會影響我們做出怎樣的選擇，故事中的角色都有自己的理由，這讓這本書增加了許多意義。即便故事結束，我合上那本書，那種緊張感和懸疑都還在心中徘徊，久久不能散去。讀完這本書也讓我對作者東野圭吾的書產生興趣，更加想看完他的每一本書。

四、討論議題：

在緊急情況下，每個人都想著對自己有利的選擇，但如何在自己和他人之間取得平衡，是一個複雜的問題。小杉警官在選擇要不要逮捕脇坂時，想到自己如果抓到脇坂就不用再受到長官的指責還會得到表揚，和脇坂只要找到證人就不用去坐牢，小杉必須在自己和幫助他人之間做出選擇，在這種情況下，人們應該如何做出選擇？自私的行為是否能被理解？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：陳映彤

參賽標題：房思琪的初戀樂園

書籍 ISBN：978-986-92364-7-8

閱讀書名：房思琪的初戀樂園

原文書名：房思琪的初戀樂園

書籍作者：林奕含

出版單位：游擊文化

出版年月：2023 年 9 月 15 日

版 次：53 版

一、圖書作者與內容簡介：

著有《石頭之愛》，以及未出世的《初戀》。常年因患有精神病而多次住進加護病房，在完成本書後自殺身亡，享年 26 歲。

房思琪與好友兩家人北上尋找更好的教育機會。她們到了鄰居老師的家裡補課，沒想到這惡夢的開端。

二、內容摘錄：

又是一天，房思琪興沖沖地趕往了李老師的公寓，一個少女對於知識的渴望是誰也攔不住的。一如既往她把寫好的作文交給了老師，心理還一遍遍的想著與好友一同奔往憧憬的杏壇。

「幫我把剛剛那本講義書拿下來」李老師說著，房思琪想也沒想就照做了，她伸手墊腳尖試圖搆到那本書，李老師從後面抱住了她。鐘擺不知道擺了幾次，昔日好老師的形象也在此破滅，那天的房思琪猶如喝斷片的酒鬼，她不知道發生了什麼，她只知道要寫，把全部都寫下來。（P60～P64）

三、我的觀點：

《房思琪的初戀樂園》這本書用最簡單粗暴的言語劃開了人心的陰暗面。看完書的當下我的心情是複雜的，雖然說也不是沒有聽過有狼師性侵學生的新聞或是案例，但那也大多是第三方的贅詞，那些是遠遠不及本書帶給人們的衝擊。同樣生而為人，很難想像在童年時期純真的孩子們是如何在遭受過諸如此類的性虐待後又建立起一道高牆，繼續在這汙穢的社會駐足。

作者特意在本書的開頭加入了此為真人真事，俗話說一本看似毛骨悚然的經典著作並不可怕，可怕的地方在於它是否為真人真事改編。有多數的人在思考甚至求證書本中的房思琪是否就是作者本人，或許就是，或許她是書中房思琪的好友劉怡婷，也或許這件事她從頭到尾只是個旁觀者，這我們無從而知，但我們知道除了來自書本世界中的房思琪，在手握書籍這廣大的世界中還有著上千萬的房思琪，她或他也在自己僅存的精神世界中苟延殘喘著，就算迎來了光明面的救贖，心中還是依舊殘留著洗不掉的污漬。

書中有談到這位「李老師」不會對有錢人家的小孩下手，就算是長得出眾的女孩大多也只是談個戀愛，並不會繼續到下一步，因為他不能肯定倘若她家裡人知道後，要怎麼使用「鈔能力」報復他。這其實很像社會底層人們的處境，貧窮的人追尋著財富，富人們又追尋著權力，而某些人追逐著這些可只是為了樹立起一座可以保護自己免於魔爪的高牆。如果去一個不怎麼富裕的國家可以看到很多的街友，這些街友大多以男性居多，並不是因為世上的女生都投了個好胎到小康或是富裕的家庭，而是因為一旦身為女性的街友在夜深人靜的時候還在無人的巷尾逗留，很容易就被人強姦，她們大多會在深夜時選擇像是便利商店這種二十四小時營業的地方。

這本著作並非童話般有著令所有人滿意的結尾。李老師依舊與其他老師談笑風聲，因為沒有任何一個房思琪說的言論被大家重視而去追究，李老師並藉著「她們會覺得這是件齷齪事而不敢與他人坦白」的想法，又在後的日子裡，讓一個個女孩變成了一個個房思琪。世界上有很多的房思琪，或許是她也或許是他，運氣好的可能發現得早、恢復得快，雖然心中還是有缺口，但還是勉強可以融入社會，大多數的人是在這一次次的沉默中慢慢被深淵吞噬直至意識隨之飄散……雪上加霜的是，有時造就事情的原罪者受到的處罰不痛不癢的，亦或是以某種巧妙的漏洞躲避罰則，更慘的可能因為某些關係而被倒打一耙。書中把房思琪這類人形容成了羔羊，在現今的用詞我們可能會下意識覺得羔羊指的是手無縛雞之力的人，但在西方神話中，羔羊代表的是惡魔的象徵，這彷彿就在跟我們說女孩們之所以會受害，完全是因為他們是一朵朵招搖而肆意盛開的花朵，人們只會將矛頭又一次的對準遍體鱗傷的女孩們，而卻不是檢討那些伸出魔爪的人們，這讓我想起我十分喜愛的一句話「我生來赤裸，變態的是你。」

四、討論議題：

討論議題：性侵害

性侵害一直以來都是一件令人頭疼的社會問題，尤其是兒童性侵害。社會上有許多知名著作都在為兒童性侵害的案件發聲，除了本書《房思琪的初戀樂園》外，還有 2011 年韓國所拍攝的電影《熔爐》。這兩部著作相似之處在於事件中的加害者都並未受到應有的懲罰。在就學時期間，有一門課是課本中不斷被提及，那就是毒品妨害，毒品妨害中常常提及一些性侵會見到的常客。在國中學到這門課時我的健康老師說了一句使我印象深刻的話，「不覺的課本很奇怪嗎？它從頭到尾都在教你們如何保護自己，卻未提一句不要拿這些東西去傷害他人。」這句話點醒了我。對阿！如果我們一直去指責你們不要穿的太暴露，就是因為你們去酒吧才會遇害，這些話與「受害者有罪論」又有何不同呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：商二甲

科 別：商業經營科

作 者：馮淳綦

參賽標題：讓人看到我的才華

書籍 ISBN：978-957-327-501-5

閱讀書名：點子就要秀出來

原文書名：Show Your Work

書籍作者：奧斯汀·克隆

出版單位：遠流

出版年月：2014 年 10 月 01 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

這本書的作者奧斯汀·克隆是作家兼畫家的身分，曾經被邀請到各大企業及論壇演講，而書中內容主要是「如果想要被人發掘得先讓人找到你」，不是自我推薦而是讓人參與你的創作過程，每天分享一些新想法，你和你自己的創作就有無限的可能性，與其浪費時間上網，不如利用無遠弗屆的網路創作，讓更多人看到自己的才華。

二、內容摘錄：

- 1.我們可以不要再問其他人能為我們做什麼，開始問自己能為其他人做什麼（11）
- 2.要發光發熱最好的辦法便是保有業餘愛好者的精神，勇敢接受不確定性及未知（18）
- 3.你可能以為，死裡逃生會是永遠改變人生的經驗，但是靈光只有乍現最後他還是回歸勞碌人生（26）
- 4.不要再想有幾個十年、有幾年，也不要再去算有幾個月，你只需要看每一天（47）
- 5.勇敢承認這一切，不要輸給自找的壓力（83）

三、我的觀點：

閱讀完這本書讓我更相信每個人都有自己的才華，但更重要的是：如何把自己的才華發揮出來，或讓別人發掘我的才華，書中有一章〈每天都分享一點點〉提到如何分享自己的創作過程，還有如何分享創意，不怕分享，即使分享一點點都是學習。因為人一輩子都是在學習的路上，不用害怕犯錯出醜，如果希望更多人發現自己的作品就要勇於分享，雖然大多人都只能看到我們的成果，無法看到我們努力的過程，但能讓人看到我們的創意或創作理念就是一個很棒的過程，這也是書中〈要想過程，不要想

成品〉的意涵，我覺得「分享」的本身很重要，我每天發生的趣事，都會跟家人朋友分享，透過網路也可能遇到志同道合的朋友，進而激盪更多的火花。

書裡的最後一章鼓勵讀者〈堅持下去〉，我則覺得是一件很困難的事情，經過各種考驗繼續堅持下去真的不容易，在遇到挫折都會退縮會想逃避，要讓自己不害怕，勇敢面對是可以訓練的。我也聯想到國文一直是我很頭痛的一個科目，我花了很多很多時間在學習國文上，努力的理解每個字的意思熟讀課文，瞭解它們真正代表的含義，果然用對方法就有好的結果，找到自己適合的讀書方法真的很重要，朝著自己的目標前進堅持下去，付出多少收穫多少，希望自己能將這份堅持帶著，讓自己一直有進步的空間，這本書讓自己又有了堅持的動力，更感受了先苦後甘的滋味

我也很喜歡書裡〈你不必是天才〉所說的「每個人不必是天才，當個眾才就好」，這讓我不知道不必每件事都要做到完美，分享自己的所愛有一天有志一同的人就會找到你了，在遇到別人批評的時候也不要在意別人的眼光，只要在意自己的想法，不要因為別人的說法而改觀，我覺得我需要改進這點，平常跟同儕一起常常因為別人的看法而改變自己的想法，堅持下去就對了，自己都不肯定自己的想法了別人怎麼可能會肯定呢，讀完這本書信心能增強。

或許書名是看「讓自己的好點子被大家看到」，更多的是勇於分享的啟發。「不要因為害怕恐懼而失去了讓自己變好的機會」，我應該要大方學習表現自我，在成長的路上有時難免覺得疲累，偶爾想過放棄，看到身邊的朋友們都在玩樂覺得羨慕，但在最後看到自己為自己努力的成果真的很開心，也有意外的收穫。

不要害怕問題勇敢面對，不要害怕從頭來過因為這一次是從經驗開始，別人欣賞你就會模仿你但其實模仿就是一種學習有一位詩人曾經說過「模仿，是平庸對偉大的最真誠奉承」每個人都可以用不同的方式去讓這個世界充滿各式各樣的色彩，讓自己活的有意義，不浪費時間每天自我充實自己，也要給自己適當的放鬆休息，要給自己信心不要因為旁人的眼光而讓自己沒信心，信心是要培養的，慢慢累積上去讓自己變更好，結果很重要但過程更重要，用對方法一定有好的收穫，希望自己能繼續堅持下去，繼續尋找適合自己的方法，然後解決問題，讓自己的未來能輕鬆一點，它還可以讓我把這些觀念點子運用在行銷方法裡覺得是一舉兩得的事情。

四、討論議題：

如何透過分享讓人瞭解自我的觀念、想法？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：多二甲

科 別：多媒體設計科

作 者：張芮綺

參賽標題：暑假閱讀心得

書籍 ISBN：978-626-959-384-2

閱讀書名：不便利的便利店

原文書名：불편한 편의점

書籍作者：金浩然

出版單位：寂寞出版股份有限公司

出版年月：2022/9

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者與內容簡介：

金浩然(김호연)1974 年出生於首爾。初入職場時，在電影公司參與創作的劇本《諜變任務》被改編為電影，自此成為編劇。《不便利的便利店》是一本以幽默手法描寫都市便利店生活的小說。故事圍繞一位便利店員工的日常工作展開，看似簡單的場景刻畫，反射出現代都市中人際關係的冷漠和疏離。金浩然以輕鬆的筆觸，探討了人們在繁忙生活中的孤獨感與自我追尋，帶有諷刺意味。

二、內容摘錄：

內容摘錄：

人生就是要不斷解決問題。p.155

如果思考的速度快到手指跟不上，那就表示你走在正確的路上了。p.187

每當想到那些不經意對家人說出的暴力言詞，他的心就一陣刺痛，並在心裡連連罵自己活該。p.245

人生本來就是不斷解決問題，既然都要解決問題，那就努力選擇還可以的問題來解。p. 281

老闆成了我的氧氣筒，我只能戰戰兢兢地站在她身邊。p.301

三、我的觀點：

我的觀點：

《不便利的便利店》是作者金浩然創作的一本小說，透過一個便利店描繪日常生活中的場景。便利店在現代社會中是象徵著便利的場所，但作者選擇了反其道而行，利用這個「便

利」的場所來呈現不便與困境，進而探討現代人生活中的內心矛盾與困惑。小說的主角「獨孤」本是一位在高鐵站的乞丐，只因一個包包而遇見他一生中的貴人——廉女士。成弼是一位原本在廉女士所開的便利上大夜班的店員，但因為新找到的工作必須在三天內到職，所以才會那麼突然地提出離職。大夜班是最難找到人的時段，暫時只能由身為店長的廉女士接下。某天晚上一群滿嘴髒字的年輕人走進店裡搗亂，而後是獨孤來救場才化解了這次的危機，因為這次危機，廉女士也以戒酒為條件，邀請獨孤來上大夜班，畢竟沒有人比獨孤更適合做大夜班了。因緣際會下接手大夜班工作的獨孤，也因此開啟了他不平凡的人生。

小說讓我反思了便利店這個場所在現代生活中的意義。便利店應該是一個滿足人們基本需求、方便的地方，然而在小說中，它卻成了一個展現都市生活中種種不便的場所。這種反差讓人不禁思考，現代社會的便利是否真的帶來了幸福和滿足？便利店的存在似乎成為了一種象徵，提醒我們即使生活中有了這些便利，內心的困境卻依然無法逃避。再來，小說描寫了現代社會中人際關係的疏離感。便利店店員在面對各種顧客時，都只是一種機械式的服務，並沒有真正的人際互動。顧客來匆匆去匆匆，他們之間的交流通常僅限於最基本的商業禮貌。這種冷漠的互動反映了現代都市生活中普遍存在的孤獨感。儘管我們每天與無數人接觸，但真正的情感交流卻少之又少。我們在便利的生活方式中，失去了對彼此的關心和理解。

首先，這本書讓我對「便利」有了新的理解。便利店本是給我們帶來方便的地方，但在這裡，它卻成了一個展示我們生活中各種「不便利」的舞台。比方說，書中描繪的那些顧客，他們看起來生活過得很快樂，但其實內心都有著各自的孤獨和煩惱。這種反差讓我不禁思考：現代社會變得這麼便利了，為什麼我們的生活反而感覺更困難了？書中的角色看似每天都在過著「正常」的生活，但其實他們都在掙扎，想要找到內心的平衡。最有趣的是，作者用了很多幽默的方式來描述這些生活中的荒唐。有些顧客的行為真的是讓人忍不住笑出來，比如那些對三角飯糰有奇怪執著的顧客。這種幽默並不是單純的搞笑，而是帶有一種諷刺的意味，揭示了現代社會中的一些不合理現象。這讓我在笑的同時，也開始反思我們的生活到底是怎麼了。不過，這本書並不是單純的批評現代生活。雖然故事中的角色都面臨著各種困難，但金浩然還是讓我們看到了人性的溫暖。即便在這個冷漠的都市裡，還是有一些細小的瞬間讓人感受到希望。書中的角色在與其他人的互動中，漸漸找到了心靈上的支持，這讓我感覺，即使生活不容易，我們還是可以在小小的善意中找到力量。

四、討論議題：

討論議題：為什麼在現代都市中，即便我們周圍有許多人，我們仍然會感到孤獨呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

作 者：羅芷瑜

參賽標題：喜劇攻略：現場喜劇教父的脫口秀心法

書籍 ISBN：978-957-13-8944-8

閱讀書名：喜劇攻略：現場喜劇教父的脫口秀心法

原文書名：喜劇攻略：現場喜劇教父的脫口秀心法

書籍作者：張碩修 Social

出版單位：時報文化出版企業股份有限公司

出版年月：2021 年 5 月 28 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者是臺灣卡米地喜劇俱樂部的主要創始人與節目總監，多年來推廣脫口秀及各類喜劇，培養了臺灣諸多脫口秀現場喜劇演員。這本書從頭開始解釋什麼是喜劇，你要如何找到自己的特色，並利用公式與邏輯寫出屬於自己的笑話，章節間附有練習題，讓讀者利用章節提到的方法試著寫寫看笑話，章節間還穿插了喜劇的歷史，讓讀者更了解喜劇是如何誕生發展至今的。

二、內容摘錄：

p.64「每個人都是自己最好的題材」，也是獨一無二、無法抄襲的，所以一定要好好面對自己，在自己身上找到最適合拿出來演出的內容。

p.119 You still have to be funny. That's the beauty of stand-up. That's why it's closest to justice.
(你必須要好笑，這就是脫口秀的美好之處，也是它之所以近似於正義的原因。)

P.214 你不可能不迷惘，但至少要對得起自己，能在自己身上找到樂趣，這樣觀眾也才能有樂趣。

p.214 你要去發展自己，不要自我設限，要去完成那個最好的你，但如果那部是你該走的路線，硬做也通常不會有好結果。

三、我的觀點：

這本書從最基礎的喜劇原理開始解釋，讓我一個從沒接觸過喜劇演出的人都能輕鬆的進入喜劇的世界，了解喜劇是如何運作、如何產生的。從國中開始我就很喜歡看臺灣和中國的脫口秀，這本書的作者是卡米地喜劇俱樂部的創始人，他培養出許多優秀的喜劇表演者，大部分我都知道是誰，也看過他們的作品，但是我只是一個觀眾，我不曾去了解過這個行業是如何運作的，當我看完這本書才知道，脫口秀不只是上台說說笑話與觀眾互動。

書中第一章就提到，喜劇的源頭是負面的人事物，我以為依照常理喜劇、笑、開心是連接在一起的，但作者卻說那是對的也是錯的，我不明所以，但作者舉了幾個例子，當我套用到自己身上我才恍然大悟，如果我的朋友跌倒了，我一定會忍不住笑它，但跌倒明明是一件很倒霉的事，不是有一句話是說「人總是喜歡把自己的快樂建立在別人的痛苦之上」嗎，我覺得確實是這樣，當我在跟朋友們聊天時，我為了讓朋友們覺得很好笑，我會說我和曖昧對象散步踩到狗屎有夠丟臉的故事，而不會說我媽早上給我一千塊好開心。作者說當發生開心幸福的事時人們會「微笑」，但喜劇表演是為了讓觀眾放聲「大笑」。

我最有感觸的是第四章，這章在談論要怎樣才好笑呢？作者舉了一個歌劇演員的故事當例子，歌劇導演拜訪占卡羅時聽見他洗澡時的歌聲，但當他為占卡羅準備了試演會之後卻沒有人被占卡羅的歌聲打動，後來歌劇導演索性把淋浴室搬上舞台讓占卡羅邊洗澡邊唱歌劇，效果果真非常好。這讓我想到了，在我剛開始接觸主持時，因為是第一次要上台面對很多人說話我非常緊張，和搭檔連夜準備主持稿，主持稿的字非常多，每一場表演的開始和結束要說什麼，我們都逐字逐句的討論，剛走上台，一字一句照著稿說，我發現反而很有壓力，漸漸的習慣拿著麥克風說話後，其實就像和朋友們說話的感覺一樣，不要怕講錯想說什麼就說什麼，不要有壓力，把觀眾當朋友來看，台下的觀眾也會被你的情緒感染，這就是上台說話很有趣的地方。作者說「你要肆無忌憚、無所畏懼把想做的搞笑推到極致，然後必須非常放鬆行云流水的丟出笑點，讓觀眾沒有壓力的接收到。」我好懊惱怎麼可以現在才看到這本書，如果可以早一點看到這本書我就不必在台上自己摸索如何讓觀眾被我吸引、覺得我好笑幽默，我每一次主持最怕的就是怕尷尬，怕觀眾沒反應，其實這也是喜劇演員害怕的，作者說「觀眾」就是你的「敵人」。

我很喜歡書中這句話：「『每個人都是自己最好的題材』，也是獨一無二、無法抄襲的，所以一定要好好面對自己，在自己身上找到最適合拿出來演出的內容。」因為有一次活動的主持，為了要介紹接下來的表演，我們設計了一個橋段是我要跳一小段那時候很紅的韓團舞蹈，雖然是很簡單的動作，但我從來沒學過跳舞，跳起舞來像有肢體障礙，我非常的焦慮覺得完了我跳得很難看怎麼辦，趕快找會跳舞的同學教我跳，他也看出我的緊張跟我說，跳得不好也沒關係，你又不是表演的人，你跳得很難看有什麼關係，你的特色就是這樣啊傻裡傻氣的。也是，我跳得很好笑，讓觀眾覺得很好笑，我的目的就達到了，而且也不算出醜啊，我的形象本來就是這樣愛搞怪的樣子，那就是我的特色，接受這個設定之後，我還嘗試了在主持時隨口唱一句，即使我唱歌並不好聽，那又怎樣呢。

四、討論議題：

單口喜劇的道德爭議是挑戰僵化的道德規則還是加深社會歧視？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：商三乙

科 別：商業經營科

作 者：陳姿伶

參賽標題：少年與雲端魔法師

書籍 ISBN：978-986-989-686-3

閱讀書名：少年與雲端魔法師

原文書名：少年與雲端魔法師

書籍作者：林幸惠/陳律君

出版單位：經典

出版年月：2020 年 8 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

一名少年因父母離婚而感到迷茫，對生活失去了自信。直到他遇見了來自網絡的虛擬角色--庫哥，使用著超未來電腦幫助下在面對著他在無數的沒信心，衝動易怒、溝通...等事件下逐漸找回自信，學會如何解決。而庫哥成為他的導師，幫助他在成長，重新找到生活的重心。

二、內容摘錄：

人要勤奮就要不斷地鞭策自己，努力克服懶散的毛病。勤奮能塑造偉人，同時也能夠創造一個最好的自己。P113

悲痛時，蹲下來抱抱自己，所小你的傷痛，用愛溫暖孤單心靈。哭完後仰望天空讓風吹乾，不要為自己哭，要為更多苦難人而哭。別讓淚水白流，當淚水流盡，剩下的就是堅強，時向上天許下努力向上的諾言。P59

三、我的觀點：

這本書是一部為青少年而寫的小說，闡述著發生事情過程，非常艱辛有如層層關卡，結合高科技的「超未來電腦」來解析生活中的問題。對智慧和理性的雲端魔法師-庫哥，是以奇幻的角色出現，在主角在情緒最為低落時，有人陪伴傾訴著種種原因，改變了他，學習到知識給予他極大的幫助，從中讓我也深受感觸，意識到自己在青少年成長過程中有些相同呼應的例子。

作者成長中的挑戰:他因父母離婚，在單親中成長，主要為母親為照顧對象，承受了比其他

人更多的壓力和挑戰。經常需要面對母親的責罵，被罵說不能好好聽話、不要打架，這些情況讓他在心理上承受著巨大的壓力，需付出更多的努力來應對生活中的難題，換取母親對作者的肯定。這一點讓我聯想到自己在家裡的經歷，有時候因為一些小事，我也會和家人發生爭執，這種情況常常讓我感到沮喪，而我往往會將這些情緒壓在心裡，不知該如何處理。但謝文諦的故事讓我明白，家庭的壓力和責罵是我們成長過程中的一部分，而我們需要學會如何正面地應對而不是逃避這些問題，並以好的的態度去解決。

作者學業上的挑戰:謝文諦在書中的其中一篇故事，特別是在第四章中，談到了他因為讀書這件事情感到失望。不清楚如何提升自己的學習成績，無論他花了多少時間和精力，最終的進步似乎都是進步幾分而已。而在我的學習經歷中，有時候我會為了一個科目付出大量的時間，但最終的考試結果卻並不如預期。這種情況往往讓我感到沮喪，並對自己的努力產生懷疑。也因謝文諦的故事給了我很大的啟發。他的經歷讓我明白，面對提升自己的學習需要找到適合自己的學習方法。

作者霸凌的挑戰:當少年被欺負時，庫哥的一句話「以暴制暴只能一次，再來就不管用了，沒考慮到被老師知道你打架怎麼辦？如果他們拉了一群人來堵你，那不是更慘？」這句話讓我印象深刻。透過平板，庫哥提醒少年，在面對霸凌時，暴力並不是解決問題的長久之計。例我想到曾有一位同學在被欺負後選擇打回去，結果事情變得更糟，發現後雙方產生矛盾。庫哥的話讓我明白，面對問題時應該考慮後果、做事要想清楚喬要三思。

《少年與雲端魔法師》三個挑戰對我來說，有感而發，身為到高中生的階段我路途會跌跌撞撞的，但是謝文諦的艱辛，成為並經之路的重要道理。懂得在家庭、學校以及生活的各個層面中，遇到各種挑戰和困難，正是要去推動了我們去成長。

書中謝文諦面對學業上的困惑、家庭的壓力以及成長中的種種挑戰，但他始終不曾放棄。這一點向我們傳遞出，在面對困難時應該尋找理性的方式來應對，並持之以恆。

四、討論議題：

高科技在未來是否有幫助，而被取代？

1140310 梯次

教育部全國高級中等學校【閱讀心得】寫作比賽得獎作品



特 優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：多一甲

科 別：多媒體設計科

作 者：田畝

參賽標題：驀然回首，向前邁步

書籍 ISBN：9789572686959

閱讀書名：驀然回首

原文書名：ルックバック

書籍作者：藤本樹

出版單位：東立出版社

出版年月：2022/03/20

版 次：11

一、圖書作者與內容簡介：

《驀然回首》（ルックバック）是藤本樹的短篇漫畫，講述藤野與京本在創作中的成長與羈絆。藤野原本是班上最會畫畫的人，卻因為被京本的作品震撼到而開始努力提升自己，最終因仍然不敵京本選擇放棄。直到老師請她代交京本的畢業證書，兩人的命運從此交織，開始共同追逐夢想。然而，現實的殘酷讓藤野不得不重新審視創作的意義。漫畫透過細膩的筆觸與獨特分鏡，刻畫創作的熱情、孤獨與遺憾，在短短數十頁內帶來非常深刻的情感衝擊。

二、內容摘錄：

“在家很閒...沒事做才會開始畫畫...現在覺得幸好我動畫筆了。謝謝藤野你帶我走出房間”(P.63)

“那麼我也要畫得更好才行!就像藤野你一樣!”(P.83)

“喔...京本你看著我的背影也要跟著成長呢---”(P.83)

三、我的觀點：

《驀然回首》這部作品對我來說不只是漫畫，而是所有畫畫人必經的一條路。我從小學音樂，讀音樂班，一直以為我的人生就是走音樂這條路了。可是國中的時候，我意外發現自己很會畫畫，班上幾乎沒有人能比我畫得更好。這種感覺讓我自信滿滿，覺得自己在這方面也很有天分。到了高中，我迫不及待地想在新班級展現我的畫技，並期待著同學們的讚美。

然而，現實並沒有如我所願。我遇到了一位比我強太多的同學，他的線條流暢，功力深厚，光是看他的作品，我就能感受到自己與他之間的差距。可惜他的風格過於強烈，班上的人沒有太多人喜歡他的畫。但我卻無比震撼，我曾經引以為傲的能力，居然有人做得比我更好。那一刻，我的自信心碎了一地。

這讓我想到了《驀然回首》裡的藤野，她之前一直是班上最會畫畫的人，直到遇見了京本。京本的畫技遠遠超越她，讓她感到自卑，但同時也激起了她的鬥志。她開始努力提升自己，想要追上京本的腳步。我完全能理解藤野的心情，因為我也有過這樣的掙扎。當時的我也想變得更強，於是開始觀察那位同學的畫風，學習他的線條，試著理解他畫畫的方式。

不同的是，藤野在六年級的時候選擇了放棄，而我並沒有，我一直努力畫到現在，希望能達到和他一樣的水準。然而，我的高中生活並不順遂，我在那所學校遭受匿名版攻擊，甚至差點沒了自己。那段時間，我無數次想過放棄，不只是畫畫，甚至是放棄活下去的念頭。但那位同學一直鼓勵我，支持我畫下去。他可能不知道，他的一句話、一個鼓勵，對當時的我來說有多重要。我咬牙堅持了下來，至今仍然沒有停止創作。

這也是為什麼《驀然回首》讓我特別有共鳴。它不只是講述畫畫，而是在探討創作與人生的關聯。它讓我思考，為什麼我要畫畫？是因為想被誇獎，還是因為真的喜歡？我想，真正的創作者，會在經歷一切挫折後，依然選擇拿起畫筆。我不是為了別人的讚美而畫，而是因為畫畫讓我快樂，讓我向大家展現我喜歡的東西。

這部作品帶給我的震撼，讓我更加確定自己的選擇。無論未來如何，我都會繼續畫下去，因為這是屬於我的人生。

這段經歷讓我不僅學會了如何面對競爭和自卑，也讓我更清楚自己為什麼要畫畫。現在我不再只是為了別人的讚美去畫，而是因為我真的喜歡畫畫，這是我表達自己、分享自己喜好的方式。每一次遇到的困難和挑戰，都是我成長的一部分，讓我變得更堅強。我曾經有過想放棄的時候，但我知道，創作的過程對我來說是治癒，也是讓我找回力量的方式。就像《驀然回首》裡藤野的成長，經過挫折和自我反思後，才找回對畫畫的熱情。我現在明白了，不管未來有多難，畫畫永遠是我心中最純粹的信念。

四、討論議題：

真人繪師技術提升與模仿的過程與AI有何不同？

藤野開始學習京本的線條與技法，希望追趕上她。這種學習模式與現實中的創作過程相似，許多創作者在起步時都會模仿，最終會融合自己的習慣與喜歡的繪師的作品，形成自己獨一無二的風格，而AI是透過大量繪師的作品去學習，由大數據去推斷每個像素點該如何排列大眾會比較喜歡，所以說難聽點就是縫合怪，我認為台灣應該要盡快處理AI相關的法規，因為餵給AI訓練的圖畢竟還是許多繪師的創作心血，有無取得授權還是非常重要的。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：會一甲

科 別：會計事務科

作 者：黎芝邑

參賽標題：我所嚮往的生活文明

書籍 ISBN：9789865250140

閱讀書名：我所嚮往的生活文明

原文書名：我所嚮往的生活文明

書籍作者：嚴長壽

出版單位：天下文化

出版年月：2021 年 01 月 28 日

版 次：第一版第 2 次印行

一、圖書作者與內容簡介：

嚴長壽媒體譽為「飯店教父」及「觀光教父」的他，長期關心台灣的觀光發展及發表意見。

台灣在經過這次疫情後，我們能為這世界做些什麼，而台灣又學到些什麼，看到哪些社會現象，而未來可能會面臨哪些問題。文明，是一個隨著時代一直在進步的力量；而台灣該如何邁向文明，主事者不是一味的利用人民，而是以更佳的方式對待人民；人與人之間不再是自私自利，而是為人類文明付出更多，讓我們以文明的方式進步，走向更好的生活文明。

二、內容摘錄：

(一)打造永續經濟的體質，在於必須「政策」先行，以文化與文明為嚮往，在每個細微處，逐一落實。並期許自己成為華人社會最文明的地方，但不是淺盤文明，而是能夠享受深度的文明與自由。P.109

(二)文明是人類共同追求的目標，我們對台灣的軟實力要有信心，監持普世價值，堅持民主、自由、法治、人權，這是我們文明所繫的價值，希望人類走向一個更文明、自由、安康的社會。P.231

三、我的觀點：

永遠記得2020年，是我國小畢業的那1年，那1年因為新冠疫情，我的畢業旅行從4天變成1天，畢業典禮改成線上，獎項也是分批到校領取，原本跟同學嬉鬧、學習的場所，因為這場疫情，只能閉關在家，自行隔離。因為口罩，我逐漸忘了大家的容顏；新冠疫情衝擊

著全人類，難以置信此時的我們，居然共同經歷那麼大的1場災難，讀了這本書後，了解了「危機」就是「轉機」，作者保持著樂觀的態度，從積極正面看，台灣是如何因此脫胎換骨「轉大人」，善用本身優勢與在地特色，乘著「趨勢」打造獨特的「軟實力」。

台灣在90年代，突然的經濟起飛，而開創了現今的成果，但面對突然的疫情的難關，台灣觀光產業重挫，政府的主事者，要是沒有長遠的見地，最後將會讓大家付出極大的代價；而我們要走的路，不是追求「整齊劃一」，而是走出別具特色的「唯一」。台灣的觀光產業已由「走馬看花」經歷「深度旅遊」而正往「無期無為」的慢活生活前進。我們除了在疫情中「受災」，更應該從中「受教」。

前些日子，有一派人提倡「彈性放假」，又有一派人主張「別硬湊假」週休二日本是政府的美意，給辛苦上班的人，有了連續工作後有喘息的時間，而節日放假，是為了深刻體認節日帶給我們的啟發、傳承及追思的意義。我們不該停留在放假日期的長短，而助漲暴起暴落的旅遊型態，這是對人、對地方、對資源的不尊重；而這種旅遊型態，更是造成交通的阻塞及自然環境的污染。我們應該靜下心來，把生命浪費在美好的事物上，好好享受生活的文明、高品質的旅遊環境及深度的文化之旅才對。

教育是提升台灣文明進步的根本，改變教育模式才有機會促使新一代人的思維，提升台灣的公民意識。我們應該從被動的改變，到主動的規劃；而自由到自律是循序漸進的教育與啟蒙，更多的權利下，是更大的責任與義務，而現在的教育佈局，會看到未來20、30年後台灣變成如何，科技發達的現代，應在教育著手，不被科技所宰制，應要做一個獨立思考，有思辨力的人。在書中有提到觀光、人才及科技，都應該摒除單一的市場思維，提倡更深更有創意的想法；例如：台灣發展觀光，可以利用花東地區的原住民文化體驗、桃竹苗的在地的特色文化、九份等地的小鎮風光等等，都是我們可以揮的優勢，吸引世界各地的人前來駐足欣賞。

我認為現在教育，因課綱的改制，自成績導向的思維，逐漸走向終身學習的姿態，創造屬於自己的可能。在生活中，不是只有考試；而是可以做一個懂生活、懂自己的人，我可以因一首歌而感動，或是因一句話而啟發，因為懂得音樂、文學、美學、戲劇、旅遊等而拓展視野，讓自我價值提升，在文明的國度裡，慢慢活出生活的精彩。

四、討論議題：

因為疫情的影響，剛好是健檢台灣各項推動事項的大好時機，舉凡推動的政策、觀光、教育、技術及資金投資等等，是否應該要確定相關政策的方向，妥善規劃及管控，才能讓台灣永續成長，希望我所嚮往的文明生活就在這裡。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

作 者：許瑀玄

參賽標題：哈利波特 消失的密室閱讀心得

書籍 ISBN：9573317583

閱讀書名：哈利波特 消失的密室

原文書名：Harry Potter and the Chamber of Secrets

書籍作者：J.K.羅琳

出版單位：皇冠出版社

出版年月：2000 年 12 月 22 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

J.K.羅琳（全名：Joanne Rowling），英國作家，1965年7月31日出生於英國格洛斯特郡。她的作品風格融合了奇幻、冒險和成長主題，並受到民間傳說、神話和經典文學的影響。由於《哈利波特》系列的成功，羅琳成為全球知名作家，並獲得多項文學獎項。

二、內容摘錄：

事實上，我們的選擇，遠比我們的天賦才能，更能顯示出我們的真貌（p.387）

沒過多久，就到了該乘搭霍格華茲快車回家的時候，哈利、榮恩和妙麗、喬治和弗雷共同站一整個包廂。他們趕在假期開始之前，盡可能利用最後幾個鐘頭能使用魔法的時間。他們玩爆炸牌，把弗雷和喬治剩下的飛力煙火全部放完，練習用魔法解除彼此的武裝。這種魔法哈利使得越來越順手了。（p.395）

三、我的觀點：

這本是一個充滿奇幻與懸疑色彩的作品，延續了第一部的魔法世界觀，並進一步探討了更深層的議題，例如勇氣與選擇、友誼的價值與團隊合作。

故事的主軸圍繞著霍格華茲的「密室」傳說與一系列石化事件。當許多學生因不明原因被襲擊，整個學校陷入恐懼，而「史萊哲林的繼承者」的謠言開始流傳。哈利發現自己能與蛇對話，這讓我不禁懷疑，自己是否真的與史萊哲林有所關聯。這一點讓我聯想到現實生活中，許多人也因為自己的出身、天賦或環境而對自己產生懷疑，但真正重要的並不是這些先天因素，而是我們如何選擇去面對它們。書中最具啟發性的對話來自鄧不利多，他對哈利說：

「真正決定我們是什麼樣的人，不是我們的能力，而是我們的選擇。」這句話是全書的核心理念。哈利雖然擁有與史萊哲林相似的能力（如蛇語），但他的內心選擇了正義與勇敢，而不是邪惡與霸權。這讓我想到，無論我們擁有怎樣的天賦或背景，我們都能透過選擇來決定自己的人生方向。哈利在書中展現了極大的勇氣。他雖然害怕，但仍然選擇與榮恩一同進入密室，面對蛇怪和湯姆·瑞斗的記憶。他沒有因為恐懼而退縮，而是勇敢地與強敵對抗，這一點讓我深受感動。在現實生活中，我們也會遇到許多挑戰與困難，但真正的勇氣並不是不害怕，而是在害怕的情況下仍然選擇前行。這部作品給予我很大的啟發，讓我明白選擇的重要性。無論我們的出身如何，真正決定我們成為什麼樣的人，還是我們自己。

除了刺激的冒險與懸疑劇情外，我最深刻的感受是友誼的重要性。哈利、榮恩和妙麗三人的情誼貫穿整個故事，他們彼此信任、相互扶持，最終才能解開密室之謎。我認為，這部作品不僅講述了個人英雄主義，更強調了團隊合作與友誼的價值。故事中，哈利雖然是主角，但他並不是孤軍奮戰的人。他需要朋友的幫助才能成功破解謎團。例如，妙麗在被石化前，透過圖書館的研究發現蛇怪的線索，這成為哈利最後解開真相的重要依據。而榮恩則陪伴哈利進入密室，儘管害怕，仍然選擇與朋友並肩作戰。這讓我深刻體會到，真正的朋友不僅是在歡樂時陪伴我們，更是在困難時與我們並肩作戰的人。此外，家養小精靈多比的角色也讓我印象深刻。他雖然受到主人的虐待，卻仍然努力幫助哈利，最終因哈利的機智而獲得自由。這段故事讓我想到，真正的友誼與合作，並不是基於利益，而是出於內心的善良與信任。這部小說告訴我們，無論多麼聰明或強大，一個人都無法單獨完成所有事情。真正的成功往往來自於團隊合作與相互支持。這一點不僅適用於魔法世界，也適用於現實生活。因此，我認為哈利波特這本書不僅是一個充滿魔法的故事，更是一部關於友誼與團隊合作的精彩寓言。

還有故事中，許多人因為對「泥巴種」（麻瓜出身的巫師）的歧視，而導致一連串的悲劇。這不僅是魔法世界的問題，也反映了現實社會中的偏見與歧視問題。在霍格華茲，純血巫師與麻瓜出身的巫師之間存在明顯的階級意識。史萊哲林的繼承者認為只有純血巫師才配學習魔法，因此密室中的蛇怪專門襲擊泥巴種學生。這種血統歧視反映了現實世界中種族、身份與階級的偏見。讓我印象深刻的是，妙麗是一位麻瓜出身的巫師，卻是年級中最聰明的學生之一，這說明一個人的能力並不取決於他的出身，而是他的努力與才華。故事還強調了真相的重要性。密室之謎最終被揭開，證明了五十年前的湯姆·瑞斗（年輕時的伏地魔）才是真正的罪魁禍首，而海格當年被誤會為兇手，背負了不公正的指控。這讓我想到，在現實社會中，人們常常因為先入為主的偏見而誤解他人，甚至做出錯誤的決定。因此，我們應該像哈利一樣，勇於探索真相，而不是被表面的謠言與偏見所左右。這部作品告訴我們，不論是在魔法世界還是現實世界，偏見與歧視都可能帶來嚴重的後果。因此，我們應該學會獨立思考，勇敢追求真相，而不是盲目接受社會灌輸的偏見。

這本不僅是一部奇幻冒險小說，更是一部充滿人生哲理的作品。透過勇氣、友誼與真相的探索，它讓我們思考如何面對困難、如何珍惜友情，以及如何挑戰社會的偏見。

四、討論議題：

史萊哲林的繼承者認為「純血巫師」比「泥巴種」優越，你如何看待這種血統歧視？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

作 者：廖逸涵

參賽標題：日子俐落，人生輕透！

書籍 ISBN：978-986-398-138-1

閱讀書名：清爽俐落，用心度過每一天

原文書名：すっきり。B ていねいに汐らすこと

書籍作者：渡邊有子

出版單位：天下雜誌股份有限公司

出版年月：2016 年 1 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

料理家渡邊有子，能夠充分活用食材特色，以簡單而清淡的料理廣受歡迎。不僅料理，在生活型態方面也備受矚目，展現出獨到的觀點，以及優雅的品味，如此的別具一格，吸引了眾多支持者。著有《春夏秋冬STAUB鐵鍋料理》、《福光屋的甘酒食譜》等。

二、內容摘錄：

一般人認為理所當然的狀況，若在自己的生活中變得不是那麼理所當然，說不定反而是件好事。(p.31)

就算再狹窄、再小也沒關係，從創造出這樣的空間著手試試看吧。(p.66)

認清自己，真是頗為殘酷的事實。而且，必須善待自己也好、量力而為的重要也好，現在所作所為都牽連到未來也好，這些都是在關照自我的過程中深刻體認的。(p.155)

三、我的觀點：

我的生活環境其實經常令我感到煩躁，不論外在環境、自身狀態，日復一日，卻並非自己所願。房間堆滿了雜物，每一天起床第一眼看到的，就是這些無序的物品，但因為習慣這樣的狀態，我一直沒有意識到這樣的環境正在影響我的心情與效率。

起初，我認為這些東西的存在是一種方便，書桌上的東西伸手可及，衣櫃裡的選擇很多，垃

圾桶放在手邊似乎能隨時清理，但久而久之，這些「方便」卻變成了另一種負擔。我開始察覺，當空間被過多的物品佔據時，思緒似乎也跟著變得雜亂。「一般人認為理所當然的狀況，若在自己的生活中變得不是那麼理所當然，說不定反而是件好事」，這句話點醒了我，或許許多我們視為習慣的事物，其實可以重新調整，甚至精簡。

首先從最容易調整的地方入手，比如減少桌面上的零碎物品。過去，我習慣把面紙、棉花棒、筆、杯子、筆記本全都放在桌上，覺得這樣隨手可拿最方便。但當我嘗試只留下「真正需要的東西」，並為它們安排一個固定的擺放位置後，整個桌面變得寬敞了許多，使用起來更有效率，也不再讓雜物影響視覺與思緒。我甚至發現，以前覺得必不可少的物品，其實並沒有那麼重要，減少它們後，反而讓日常變得更順暢。

在這個節奏飛速的社會，人們的生活都被時間的枷鎖給套牢，每天像是在追趕行程表，忙碌地奔波於工作、學業與社交之間，往往忽略了內心真正的需求。我們習慣了被時間推著走，卻很少停下來思考，什麼才是自己真正想要的生活。每天被無數待辦事項壓得喘不過氣，甚至連吃飯都變成了一種「必須完成的任務」，而不是一種享受。長期下來，不僅身心疲憊，也逐漸失去對生活的熱情與掌控感。

然而，這本書提供了一種不同的思維方式——透過簡單而有意識的生活態度，幫助我們擺脫這種無形的束縛。書中提到，我們可以藉由整理環境、篩選真正重要的事物，來減少不必要的負擔，讓生活變得更加輕盈自在。當我們學會放下多餘的雜念，不再被瑣事與時間壓力牽著走，就能真正專注於當下，過上一種有品質且充滿意義的生活。

每天將自己想做的、該做的都做好，用心的更新每一天的自己，更讓所謂的「清爽俐落」並不只是整理物品的結果，而是一種面對生活的態度，更使它成為習慣，如今的我不在被繁雜的瑣事煩心，亦不再被時間所束縛，在節奏飛快的世界裡，找到屬於自己的步調。

這本書不僅給予生活方面獨到的見解，也深刻展現渡邊有子對料理極大的興趣，從客廳、廚房外在環境，到自身、飲食內在習慣，層層深入，整本書明瞭直接、簡單而細膩，於我來說讀起來很是貼切。

四、討論議題：

如何在忙碌的現代生活中實踐簡約且高品質的日常？

- 1.生活整理與心靈平衡——如何透過簡單的生活方式，讓身心都能保持輕盈？
- 2.簡單飲食的力量——如何用最少的食材與步驟，做出美味又健康的料理？
- 3.時間與習慣管理——如何透過日常的小改變，讓自己的生活變得更有秩序？
- 4.極簡主義與幸福感——減少不必要的物品和事務，是否真的能提升生活滿足度？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：彭若綺

參賽標題：媒體識讀是一門學問

書籍 ISBN：978623050037

閱讀書名：晨讀十分鐘—未來媒體我看見

原文書名：晨讀十分鐘—未來媒體我看見

書籍作者：黃哲斌

出版單位：親子天下

出版年月：2021 年 6 月

版 次：第一版

一、圖書作者與內容簡介：

作者黃哲斌曾任報社記者、編輯、新聞網站主管。

目前是《天下雜誌》特約作者，撰寫媒體和科技，曾獲金鼎獎專欄寫作獎，亞洲卓越新聞獎評論首獎。

本書探討了媒體識讀，解碼網路社會，及儲備的公民素養力，以二十一篇文章，帶領讀者從媒體識讀開啟對話，介紹及分享了數位轉型社群媒體的潛能與威脅、破解假新聞等議題，希望身處數位世界和網路叢林的讀者可以避開網絡陷阱。

二、內容摘錄：

分別象徵傳播技術的歷史斷面、溝通慾望的亙古熱情。連結世界的善良願望。看似無關記者，但適切提醒我們，新聞從何處出發，最終迴向何處，無論是再生纖維的新聞紙上，或者是有機發光二極體的手機螢幕上P.22

我曾形容，新聞記者不是稀有種，也不需要瀕危保護，記者只是礦坑裡的金絲雀，敏感警告危險的生存環境。P.32

三、我的觀點：

近幾年，隨著科技越來越發達，網絡更加無遠弗屆，媒體識讀能力對中學生的我們而言，也更為重要，本書從「為什麼現在記者越來越少？」開頭提問，作者說明：因為媒體業的高壓

情況下，在商業競爭下，新聞完全沒有自由，現在記者更是為了搏取流量，新聞標題跟內容常常文不對題，只是搏取讀者眼球。

這些現象，使得我們自己在閱讀每一則新聞或報導時需要好好判斷。其次，現今因越來越多APP能夠分享訊息，時常能接收到一些「網路次文化」，像是「迷因梗」及「諧音梗」等

，在生活中很常看到這些「次文化」也會影響我們生活，許多自稱是「網紅」的人常常在網絡上不經思考發表一些言論，或做出脫序的行為，書中舉例：明知不能酒駕，但為了流量，卻大膽酒駕，並拍片上傳，甚至以一些粗俗帶有歧視意味的詞彙來創作歌曲發表，我認為對社會價值觀有著不良引導的情形。

書中也引導我思考，網絡上不免有「酸民」的存在，網路世界背後，我們不知道這些人的組成及性格，但常常對於他人的生活大發議論，或許是出於羨慕、羨慕他人過得比自己好，就開始雞蛋裡挑骨頭，形成「網路言語暴力」，有許多人因此會患上憂鬱症，更嚴重的可能造成被評論者「輕生」的行為。現實新聞中便有許多藝人因為承受不了，而選擇了最壞的選擇。

書中也提及，雖然網路發達，能創造一個可分享生活的世界，但往往會太在意別人的判斷，例如：有沒有按讚我的貼文，有沒有在我生日的時候發生日祝福，想要滿足自己的虛榮心。的確如書中所說這個問題我一直在面對，會很常懷疑對方是不是討厭我，為什麼要把我們的合照移除。看完這本書很有感觸，不過大數據科技下的今天，要培養媒體的識讀能力有點難度，因為很多人都只看標題就對他人有偏見，事情或許並不是標題所說的那樣，俗稱的「帶風向」，因此也讓我思考，看到任何有疑問的事情，應該先去查證，再說出我的觀點，用任何資訊科技軟體也會好好保護自己的隱私，看到任何東西保留懷疑的態度。

科技雖然很方便，但也要從中學會如何有效的識讀，不要產生不必要的誤會。最近我的專題報告也是正在討論這個議題。現在媒體的發達，有些有歪心思的人，會用深偽科技拿他人的照片換了不雅影音，來去騙取當事人的錢財或是直接公開發佈在網路上，這樣不僅是觸犯了法律，更是對當事人造成極大的創傷，更擾亂網絡的風氣在。我在製作專題時也發現到這件事 有心理學的思考，了解到為什麼犯罪者要做這種事，網路上亂傳一些未被證實的事情，尤其是在家中長輩的群組，很常發生被資訊誤導的情況，像是五年前的疫情剛爆發很多人都很惶恐，畢竟上次遇到是十多年前了，就開始有假新聞，像是某地區有上百人確診，導致很多人不敢出家門，好在之後有政府出來管制假新聞，設立了法規，到後面也很少人傳假新聞、帶風向。

當然身為閱讀者的我們在接收訊息時也要保留一些疑問，不能完全相信，要自己出來求證。這本書從很多層面出發，從記者的標題設定，網紅的影響力，網路酸民，網路隱私，這些跟我們生活中息息相關的主題，雖然科技帶來的媒體對現代社會有幫助，但是我們要懂得去了解跟去善加利用，不能忘記使用上的規範。

四、討論議題：

鍵盤魔人的霸凌陷阱

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：游浩寧

參賽標題：讓你更有力量 K 書法

書籍 ISBN：978-986-137-115-3

閱讀書名：讀書別靠意志力

原文書名：Garantiert erfolgreich lernen - Wie Sie Ihre
Lese- und Lernfähigkeit steigern

書籍作者：克里斯迪安·格綠寧

出版單位：究竟出版

出版年月：2009 年 8 月 31 日

版 次：第一版

一、圖書作者與內容簡介：

格綠寧本是法律系學生，在學期間就已創業開公司。在準備律師資格考期間，他因為無法像一般法律系學生有充裕的時間整天K書，而坊間相關參考書也不敷使用，於是自己開發出一套高效學習法，以有限的時間內複習，結果在困難的國家考試中取得高分，順利取得律師資格！

二、內容摘錄：

如果比較的結果是正面的，緣腦會對這些新訊息產生正面的情緒，並將他們傳給大腦，讓大腦處理這些新資訊，由於這類資訊在某種程度上是受歡迎的，所以伴隨出現的是娛樂的感覺與學習動機。舉例而言，如果你曾經在某方面有不錯的表現，你就比較有意願再做一次嘗試，如果訊息比較的結果是負面的，原來可能就此主決這個新訊息，不再將他們傳入大腦進行處理。(p.19)

三、我的觀點：

在求學的過程中，老師都會教導學生們學習的方法並鼓勵多閱讀書籍，雖然我們都知道需要建立自己的學習策略，也知道要多閱讀，並從失敗的學習經驗中找到成功學習的方法，但始終效果不彰。有一次，我在逛學校圖書館時，無意中看到這本書—《讀書別靠意志力：風靡德國的邏輯K書法》，它的標題震撼了我，於是我興致勃勃的借回家看，閱讀之後發現，在學習的過程中，我們常常覺得必須依靠意志力才能讀書，但這本書讓我改變了這個想法。作者克里斯迪安·格綠寧（Christian Grüning）強調，學習應該是有策略、有方法的，而不是單靠

意志力硬撐。這本書介紹了「邏輯 K 書法 (K-Study Method)」，提供了一種能夠讓學習變得更有效率的方法。讀完這本書後，我對學習有了全新的理解，也發現自己過去的學習方式存在很多問題。

書中提到利用「緣腦」來學習，這個概念讓我覺得超級有道理，因為回想自己學得最好的科目例如英文，經濟，數位科技應用等科目，通常都是有關聯性的，比如說學語言時，常常透過聯想記憶詞彙，比單純背單字更容易記住。之後，我會試著運用「緣腦」的方法，讓自己學得更輕鬆、更有效率！這本書更讓我了解到，學習不應該只是死記硬背，而是要運用大腦的「關聯記憶」機制，讓知識彼此連結，這樣才能記得更久。透過聯想、故事、情境、圖像、關鍵字等方式，我們可以讓學習變得更有興趣、效率更高，而不是單靠意志力硬撐。我覺得，這些方法不只適用於課本知識，連生活中的新知識也能用這樣的方式學習。記得有一次我遺失了一個媽媽買給我的生日禮物，當時我很緊張忘記放到哪裡了，家人提醒我不要慌張，於是我深吸了一口氣，突然想到可以用前不久學習到的「緣腦」這個方式尋找，我閉眼回想之前的行動軌跡，帶著東西去過什麼地方，一個接著一個地方仔細尋找，最終被我找到了，結果證實這是非常有用的方法。

高二開始學習經濟學，我們的經濟老師很少用課本上課，大多是用他多年以來的教學經驗，花了很多心血做成一套教學PPT及經濟學學習圖卡，來幫助我們更有效的學習，透過教學PPT及圖卡，老師教學不但輕鬆而且學生學習起來很有趣，老師只要講一遍，我們就能輕鬆地記住內容，無論大小考，只要複習老師上課的PPT及圖卡就好，非常快捷有效率，我聯想到這本書的內容，作者也有提到類似的方法，這種學習法叫做圖卡式記憶法，這種教學方法可以在短時間內記憶大量的知識並打造長期記憶，也可以讓上課變得很有趣不會讓同學想打瞌睡，我發現這種學習方法非常適合我，因此我的經濟學總能獲得極佳的成績。

書上還有提到一種方法，就是固定在一個地方讀書，在那裏只能唸書，不能進行其他的活動。為了驗證這個方法是否對我有幫助，於是我遠離電腦桌，就在一個小房間讀書，門上還特意貼了「閉關中，請勿打擾」的字條，親身體驗發現學習效果超級棒！而且非常有效率，有時還會特別來勁，甚至到廢寢忘食的地步，事實證明學習環境是極為重要的影響，它能让學習效率更加提升，達到事半功倍的效果。

另外還有一個「瀑布練習法」，我覺得這有點像是利用冥想的方式來放鬆心情，在學習過程中找到一個讓你放鬆的方式，可以閉上眼睛在腦海中想像有一道瀑布，你身在這道瀑布旁，瀑布的聲音及影像會讓人放鬆心情，有時候我會在睡前冥想或聽白噪音來放鬆和調適我的情緒，正如書上說：「要邁向成功的路之前都要有好的休息，適當的休息可以讓未來的路走的更順利」，用好心情，過好生活，學習更加有效率！

讀了這本書後讓我意識到，學習不應該是一件痛苦的事，也不該只靠意志力撐下去，真正高效的學習是找到適合的方法，讓自己能夠更輕鬆地記憶、理解及運用。未來，我會持續運用這些技巧，改善自己的學習方式，讓學習變得更有效率，而不是每次考試前都覺得壓力山大。讀書不應該是一場硬撐的戰爭，而是可以透過聰明的方法，變成一種輕鬆高效的過程。這本書帶給我的啟發是，學習方法有千萬種，但能让你更有力量的是K書法就是要身體力行、親身體驗找到適合自己的學習方法，因此我會推薦大家閱讀這本書，希望大家都能從書籍中領悟找到適合自己學習方法的重要性，不僅僅是改善讀書方法，也能有效地應用到其他方面，工作、生活都ALL PASS！

四、討論議題：

- 1.若沒有讀書的動力該如何提升呢?
- 2.書中的方法是否可以運用在各個科目或者是要分開做規劃?

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

作 者：韓佳倪

參賽標題：你值得被理解

書籍 ISBN：9789861337302

閱讀書名：你值得被理解

原文書名：你值得被理解

書籍作者：小姿

出版單位：園神文叢

出版年月：2020/11

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

戀愛成長學會專家合夥人、二級心理諮詢師，曾任廣播電臺資深節目主持人。她用溫暖窩心的言語，陪伴、鼓勵許多人走過生命中最孤獨寂寥的時刻。她常說：「我沒經歷過你的生活，不會對你有一絲苛責。即使你滿身是刺，我也會張開雙手擁抱你。」

不管經歷過多少苦難，你始終都是值得被看見、被理解、被愛的！而那些曾經讓你念念不忘的傷痕，最終都將變成生命中的美麗花紋，伴隨著你一步步走向更遠的地方。

二、內容摘錄：

我們都害怕面對艱難險阻，直到生活給我們一道道必須跨過的檻，才學會如何在挫折和痛苦之中，讓自己變得更加堅強。那些不能將我們打倒的，必會使我們強大。（p.35）

如果走投無路，不妨退後一步，會發現，其實讓你跌倒與絕望的，從來都不是別人，而是自己。（p.72）

活在當下、享受此刻，心安理得地做自己，這並不是逃避，而是更用心地去過屬於自己的生活，並用實際行動告訴別人：幸福感這東西，真的是千金不換！（p.151）

三、我的觀點：

在我們的人生中，總會遇到各種困難與挑戰，無論是學業、工作，還是人際關係，一路上的這些種種考驗與困境往往讓我們感到無助、害怕，甚至想要逃避。像是這一次期末考，我突然找不到讀書的動力，而在考試前的兩個晚上都沒有複習，並不是在睡覺，而是沉浸在手機裡，兩晚沒睡，因此，我在班上的排名掉下了四名。所以，透過這本書讓我理解到，生活並

不會因為我們的懦弱而停止前進，反而會一再地拋出難題，迫使我們去面對，去學習如何克服。而在這個過程中，我們必定會經歷挫折和痛苦，但也正是因為這些經驗讓我們變得更加堅強，塑造出更成熟、更堅定的自己。

有時候，我會什麼都不想做，腦袋放空，沉浸在手機裡好幾個小時，甚至玩到早上六點多了都還停不下來，當我把手機放下來，躺在床上看著天花板，我總會在想，我現在到底該做什麼，而陷入迷茫的無底洞裡。但是從這本書裡，我找到了答案，有時候遇到挫折與困境，甚至會覺得自己已經走投無路了，然而，只要我們把這個時候當作一個休息站，停下來，甚至退後一步重新審視問題、換個角度，就會發現，內心的恐懼、猶豫與自我懷疑，才是讓我們跌倒的最大原因。

這本書中還提到了「幸福感」，這讓我想到，在家裡，我的房間總會被媽媽嫌很亂，即使我整理過了，也會被久久回來一次的哥哥說像一個豬窩，還說我的地板就是衣櫃。我看著房間裡的樣子，覺得明明就沒有他們說的這麼誇張，地板上不過也只是有幾件衣服而已。在我認真整理過後，房間確實變得很乾淨，但過沒幾天，又變成了他們口中的樣子，我看著房間想了想，發現其實我好像比較喜歡現在這樣亂亂的樣子，我覺得打掃完後，雖然很乾淨，但是總覺得房間很空，很空虛的感覺，反而是現在這樣，讓我有一種說不出來的生活感，房間裡好像也比其他地方來的溫暖，所以我很喜歡待在房間裡，我認為這就是所謂的「幸福感」吧。所以，真正的幸福，不是來自於比較，而是來自於內心的平靜與對生活的熱愛。當我們學會放下那些無謂的壓力，活在當下、享受生活、專注於自己的步伐，就能活得更加自在。

這本書讓我真正的學會做自己，不需要太對外界的環境與因素而影響自己，學會好好思考，有時換個角度照樣能走出一條屬於自己的路。這本書也讓我想到莊子的一句話，「物物而不物於物，念念而不念於念」，我們都不要害怕失去什麼，或是做錯了什麼選擇，反正人生的每一步都是成長的一部分，失去不代表結束，而是新的開始；選擇錯誤也不代表失敗，而是一次學習的機會。生活需要些色彩，而調色生活的畫筆就掌握在自己手中，即使不被欣賞，但人生畢竟只有一次，若不能按照自己的意願活著，那麼即使被欣賞了，也不一定得到真正的美好。

四、討論議題：

有人說，人生的意義在於過好現在每一天；有人說，人活著的意義就是體驗，體驗這生老病死、生離死別、喜怒哀樂、酸甜苦辣的人生；有人卻說，人生沒有意義，人活著並不是自己的選擇，來到這個世界本來就在慢慢離去。所以，人生的意義到底是什麼？我想，應該是盡情享受吧。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二甲

科 別：資料處理科

作 者：薛蓉臻

參賽標題：練習怎麼處理情緒

書籍 ISBN：978-986-506-556-0

閱讀書名：與負面情緒愉快相處的轉變練習

原文書名：掌控情緒：别让坏脾气毁了你一生

書籍作者：胡明瑜

出版單位：高寶國際有限公司

出版年月：2022 年 12 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

女性幸福力資深導師、實戰派家庭教育專家、情緒減壓高級教練、人本主義家庭治療師、本尚書院主理人與院長。

近二十年來，我一直在努力做一件事情，就是用淺顯易懂的語言和貼近生活的案例去分享行之有效的情緒管理方法，因為有效果比講道理更重要。為了能幫助大家更好地掌握情緒管理的方法，我力圖把知識變成切實可運用的方法，好的方法是有具體步驟且是可以重複練習的。

二、內容摘錄：

生活中的**10%**由發生在你身上的事情組成，而另外的**90%**則由你對發生的事情所產生的反應來決定。P.25

勇敢並不是沒有脆弱，而是在自己脆弱的時候依然願意面對。P.63

讓自己快樂的有效方法就是對自己的情緒負責，深入覺察與療癒內心的創傷p.87

三、我的觀點：

書中關於負面情緒的討論，因為在生活中每個人都會有情緒我認為是身為現代人所必須認識的尤其在繁忙又緊轉換負面思維是很迫切的事，重要課題湊的生活中學習處理情緒？所以我覺得這本書對我了解自我很有幫助，也可以順便學習去怎麼處理和面對情緒。

人擁有複雜情緒，情緒也會影響我們的認知和決策；我跟我妹很常會有爭執，但是我通常都

選擇忍耐，直到有一次因為我妹妹一直惹我，已經多次的警告不要再做一樣的事但是他還是不聽，導致我整個情緒失控，直接罵她還把她的東西都用倒，我妹當時嚇到，我甩門進我房間不理她，我自己還在氣頭上甚麼事情都不想管，五-十分鐘過後，我不禁思討剛是不是做的太過份、我是不是不應這樣做，思考了一陣子我一打開門就看到我妹妹收拾殘局，其實看了會很心疼，後悔自己不應該那麼衝動。等我完全冷靜之後，我向他誠懇地道歉，這就是我那時處理情緒暴衝的方式，在看到這本書之後，我進一步了解到更好的處理方式：認識和接納情緒。很多時候，我們會因為不想面對負面情緒而選擇壓抑或忽視它們，但這樣只會讓情緒更加積壓，最終可能爆發出更強烈的反應，就像對我妹那樣，這是很不好的，經常傷人又自傷。我在書上有看到好幾個方法我覺得蠻有效的，比如：笑或哭，文字宣洩等，每個人對於處理情緒也有不同的觀點，我自己覺得這幾個方式也不錯，書裡有一句是這樣說：「勇敢並不是沒有脆弱，而是在自己脆弱的時候依然願意面對。」有些人認為用哭的是沒辦法處理情緒害怕自己情緒變本加厲；但其實不會這反而是有效釋放內在所累積起來的情緒，所以要勇敢去面對。看到用文字去處理情緒，我蠻意外的，因為人在心情不好不會想去動筆吧，像我就不會，已經在不好的狀態，這時去做事情反而煩躁吧？但是我看到當你不開心時就用文字去紀錄你此時此刻的心情並且不用管要用甚麼修辭或是標點符號，想寫甚麼就寫出來，盡情抒發感受，等到消氣後就會覺得很平靜。都把氣憤或沮喪寫在紙上，把紙當做你的宣洩的出口。

而處理情緒是需要一些時間的，書中提醒我們接納情緒並耐心與之共存的重要。在過程中，雖然在這本書上教我們很多處理情緒的方法，但還是會感到情緒無法控制，或者不知該如何面對某些負面情緒的時候。這時，我就會提醒自己，情緒處理是一種學習的過程，不必對自己過於苛刻。每個人的情緒狀態都是動態的，重要的是要不斷地反思和調整，找到最適合自己的情緒管理方式，在過程中讓自己更了解自己，漸漸變得更好。

最後無論我們在甚麼時候都會有情緒發生，像在家庭上會有紛爭，在職場上會因為同事的一些言語或是工作壓力所產生的負面情緒但是我們不要因為這樣而去讓自己受傷，要適當的調節自己的情緒不去傷害也不被傷害，關鍵的是彼此要互相尊重，有效溝通，或許能避免一些不必要的衝突。

四、討論議題：

如果不戰鬥，不逃避，不壓抑，我們可以怎樣應對情緒？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二甲

科 別：資料處理科

作 者：許紘慈

參賽標題：說出那些來不及說的思念，在咖啡冷掉以前

書籍 ISBN：9789865102173

閱讀書名：在說出再見之前

原文書名：さよならも言えないうちに

書籍作者：川口俊和

出版單位：悅知文化

出版年月：2022/04/27

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者川口俊和 大阪府茨木市人，一九七一年生，小說家、腳本家、戲劇家。舞台劇《在咖啡冷掉之前》榮獲第十屆杉並演劇祭大獎。舞台劇原著小說，入圍2017年本屋大賞，2018年電影上映。身為川口Produce團隊製作人，活躍於舞台、YOUTUBE。

「在說出再見之前」是「在咖啡冷掉之前系列」的第四集
為了能再次見到妻子、愛犬、戀人、父親一面，四位「來不及說再見」的客人，造訪了這個能夠回到過去的神祕咖啡店。

二、內容摘錄：

「那麼，在咖啡冷卻之前」 P.51

「一直懷抱著過去的後悔，心中的愁悶無處發散，我一直以為無論如何都不能得到救贖。然而，現在的我卻充滿不可思議的感覺，無法以言語表達的感覺。」 P.142

「我是你爸爸，妳對我兇什麼的不重要，只要孩子健康就好了，做父母的都是這樣。」

P.286

三、我的觀點：

「在咖啡冷掉之前系列」是我很喜歡的系列小說，而且我每一本都讀到感動落淚，這本《在說出再見之前》書中的情感描繪十分細膩，容易引起讀者的共鳴，作者川口俊和發揮其想像力與文字魅力，這本小說故事情節雖然質樸簡單，但讀完卻令人低迴不已，就在我看完第一

本《在咖啡冷掉之前》時，我就完全被這位作者的創作功力吸引住了。書中所提到的那間可以回到過去的神奇咖啡店，雖然有著非常麻煩的「規矩」：「一、回到過去之後，也無法見到不曾來過這家咖啡店的人。二、回到過去之後，無論如何努力，也不能改變現實。三、能回到過去的位子上坐著幽靈。四、即使回到過去，也不能離開座位行動。五、回到過去有時間限制，只從咖啡倒入杯子裡開始，到咖啡冷掉時為止，如咖啡冷掉時還沒喝完咖啡，則會變成幽靈。等.....。」

我認為作者設定的這些規則一面為故事舞台增添趣味，更特別地，但這些設定並非無意義，可能同時象徵現實生活中往往有些事情會受到社會和人際相處的枷鎖限制。

書中探討愛與失去這兩個意義深長的主題，當我們在愛一個人的時候內心常常伴隨著害怕失去的恐懼，這種矛盾的感受令人非常痛苦但卻又無法避免；在生活中，我們又有多少次是因為害怕失去而不敢表達出自己真實的感受？藉由書中的描述，也可以讓我們感受到每個角色的背後都隱藏著的巨大的壓力，尤其是在面對即將到來的分離時的心情，令人不自覺的回想、審視自己的經歷。在閱讀主角心境的同時，我也重新感受一次我曾有過的愛和失去。我認為「在咖啡冷卻之前」這個故事設定象徵著時間的流逝，在消逝的時間之流中，「失去更意味著再也無法挽回的遺憾」，充滿無法言喻的無力和無奈感，令人惋惜。

書中提到溝通的重要性，角色們大多都是因為缺乏有效溝通才導致誤會，最終造成關係的疏離或破裂。我回想起了去年，我和我曾要好的朋友，因為我們都不擅長溝通，導致最後我們因為互不諒解而逐漸疏遠到不再連絡。現在仔細思考後我有了結論，那時如果我們都懂得有效溝通，是不是這場友情就不會以這種方式收尾？

我覺得這是一本值得深思的書，故事背後都暗藏著哲學思辨和人性暗流，也讓我認真地審視自己的生活和人際關係，這本書提醒我們生命的珍貴與美好，雖然生活中難免不順利，但在未來回過頭看時，這些都會是美麗的回憶、深刻的經驗。如果在現實中真的有那麼一間神奇的咖啡店，我非常想前去體驗看看，我想每個人生命中或多或少會深藏著願望或未了的遺憾，即使回到過去也無法改變歷史的軌跡，但若有這個機會可以再一次見到思念的人，該有多好！

閱讀帶來力量，這本書讓人得到撫慰和激勵，無論未來遇到什麼樣的困難和挑戰，我會鞭策自己用成熟的心態去面對，勇敢的愛，勇敢地說再見，告訴自己每一次的再見，都是為了迎接更好的、全新的開始。人生就那麼短短幾十年，不要把時間花在沒有意義的事情上，就像我曾經聽說過的一段話：「那些無能為力的事，已經和自己沒有任何關係，東西掉了就掉了，不要再哭了。」

四、討論議題：

在眾多的規則及限制下，人們應該如何做出選擇？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二乙

科 別：資料處理科

作 者：曹蕙慈

參賽標題：微小的快樂

書籍 ISBN：978-957-33-3433-0

閱讀書名：只是微小的快樂

原文書名：只是微小的快樂

書籍作者：張曼娟

出版單位：皇冠文化出版有限公司

出版年月：2019 年 04 月 01 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

本書作者張曼娟專長於華文文學與心理成長書寫，她以細膩的筆觸描繪人生情感與心理成長，她的作品橫跨小說、散文與兒童文學，風格溫暖且富有智慧。《只是微小的快樂》是一部溫暖散文集，記錄日常中看似微不足道卻能帶來幸福感的小事。她透過對家人、朋友、歲月變遷的觀察與體悟，探索快樂的本質，認為快樂不必來自轟轟烈烈的成就，而是藏在生活日常之中的點點滴滴。本書以溫柔的語調陪伴讀者度過人生不同階段，傳遞溫暖與力量。

二、內容摘錄：

慾望似乎愈來愈少了，對身邊已經擁有的人與事愈來愈珍惜，所有的快樂都在不重要的、微小的瞬間，突然亮起來。只是微小的快樂，便足以支撐這龐大荒涼的人生。(p.006)

長大以後才明白，那缸深不見底的水，其實是人生的坎坷和磨難，我們用那缸水反覆練習的，是風格獨特，不可複製的生命書帖。(p.191)

三、我的觀點：

《微小的快樂》這本書的內容都是在敘說快樂的本質，作者把她自己的經歷都分享這本書裡面，字裡行間敘寫如何在平凡的日子裡發現微小的快樂。作者認為的快樂是來自於生活當中各種各樣的小事，而不是物質上得滿足或者名利上的追求，像是一碗清爽的剉冰、一段美好的情誼或一次美麗的日落，這些看似很普通而日常的事，卻能讓作者感到深刻的幸福，透過她的溫暖文字，引導大家發覺其實在生活當中有很多細微的瑣事，都是很有價值的，值得我們去探索珍惜。在閱讀之後，也讓我改變了我對於快樂的定義，一開始，我也認為快樂是通

過利益上或物質上所獲取更多、更好能讓人感到滿足的事物，讀了這本書才讓我改變想法，開始回想之前的日子裡有沒有瑣碎的事情讓我感到真正快樂，也讓我意識到尋找快樂並不困難，用心感受生活中的小細節，就能意識到原來快樂就在身邊不遠。

在書中提及親情在生活中也佔了很重要的比例，比方和家人一起吃頓簡單的飯菜，或者日常的閒聊，凡此種種的陪伴對我們而言都很重要，彼此不時的問候和關心，讓人覺得活得不孤單寂寥。雖然相處時光很平凡，但是時光的流逝使得我們更應該珍惜眼前和家人相處的點點滴滴，才能創造值得日後回憶的快樂時光

想想平常的我跟家人相處，總是忽略了和他們互動，只想搪塞他們的問題，總是把時間留給手機，甚至把負面的情緒都發洩在他們身上

看了書後才醒悟到家人相處是很重要的，他們給予的愛和陪伴，都應該好好去珍惜，家人之間的羈絆才是最深刻久遠的。

當然隨著時代的發展，社會樣態定會有所不同，在這個資訊量大、講求效率的時代，人們總是在追求更好和更多的事物，所以容易處於壓力大的狀態，大部分時間都專注於努力工作，時常忽略生活中俯拾即是快樂。透過這本書的啟發，我們該讓自己放慢腳步，適當地調整自己的心情，不要急著把所有事情都一次解決，可以規劃好自己的時間去依序處理，讓自己有餘裕去好好休息，享受屬於自己的快樂時光，這樣的方法既能達到目標，也能讓自己感到輕鬆自在，才有心力感受生活中的美好。

在這本書裡，不論提到任何一件事，都在述說生活中時時都有微小的事件可以使我們感到快樂，重點在於你本身有沒有真正感受到這份快樂，讓讀者在省思之後，重新改變自己的生活態度，我們無法改變事情最終的好與壞，但我們換位思考改變自己的心態，便能感受到快樂的點滴。最後，我想說，這本書溫柔細膩的筆觸，讓人翻開書頁便能平靜地閱讀，愜意地回想生命中每一個快樂的瞬間，也算是一種雋永而純粹的快樂。

四、討論議題：

如果是你在現代生活繁忙壓力大的日常當中，你會如何去找尋那些微小而純粹的快樂？你又是如何看待這份快樂的？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二乙

科 別：資料處理科

作 者：簡瑜玟

參賽標題：安逸是一種病:那些比你晚睡又早起的人，早已走在你前方。

書籍 ISBN：9789869270328

閱讀書名：安逸是一種病:那些比你晚睡又早起的人，早已走在你前方。

書籍作者：奧裡森·斯威特·馬登

出版單位：大喜文化

出版年月：2016/03/31

版 次：初版

中/英文寫作：

一、圖書作者與內容簡介：

作者馬登是位美國成功學奠基人、最偉大的成功勵志導師。馬登一生堅持「激勵和幫助他人，使他們成功」的信念，他創辦《成功》雜誌，將富蘭克林的人生價值—節儉、自控、勤奮、誠實與愛默生的成功標準—自我依賴、洞察和真理融為一體，幫許多人成功，因此被譽為美國成功學的先驅。

二、內容摘錄：

卑微的出身和貧窮的家庭並不是阻擋你取得偉大成功的障礙。(p.28)

無論男女，如果他們有了自我提升的願望，就能找到前進的機會，成為她們之前所不敢想像的人。(p.58)

對人來說，最恥辱的一種人生體驗，就是意識到自己擁有比現在已展現的能力更強的潛力，卻因早年缺乏訓練導致身處低位。(p.63)

三、我的觀點：

看過這本書之後，我對作者看待人生的許多觀點感到很是驚訝，他能用一句名言引出許多名人的一生，看得我非常入迷。

其中以最令我印象深刻的，是「卑微的出身和貧窮的家庭並不是阻擋你取得偉大成功的障礙。」的這一句話，作者以農民出身的孩子最後都成為了著名的人物來做比喻，作者的本意是想讓讀者了解即使是出身卑微的人，透過自身的努力也能成就一番事業，而不是只等待著

好運或利用不正當的途徑取得成功。

我原本對於「家境」的要求及定義是能供給我日常生活所需，但我看過此書後，卻覺得或許我對父母太依賴了，應該要提升獨立的能力，多多努力好為自己的成功投注足夠的資本，成功也許不是所有人說到就能做到的，但是在向成功邁進的路途中，一點一點累積自己的經驗，就一天比一天更接近成功了。

當然也有許多人對耽溺於安逸，不想離開自己的舒適圈，工作之餘選擇了投資大量金錢在娛樂上，極少有人會全力專注於工作。作者以普通女性職員為例，很多女性突然間失去所有依靠之後只能自食其力，因為她們年輕時沒有意識到要提升自己，成天只想著要將自己嫁出去，對於其他的事情總是冷漠地提不起興趣，但是卻從未想過一旦婚姻出現問題，自己勢必缺乏獨立生活的能力。就像作者在書中提及的女職員一樣，我相信有許多人想藉由婚姻建構自己的舒適圈，但我對從婚姻上去得的安逸沒有什麼期盼，我比較喜歡靠著自身努力而得的安逸生活，所以我願意在生活中去經歷更多的困境，並且克服困境，持續為未來努力，花大筆時間在提高自身能力上，而設法汲取更多的知識也是應該的。

大多數人很羨慕那些身處高位的知名人物，卻從未想過他們在成功前是嚐盡了多少的苦頭，才獲得成功的。很多人都期望著能夠成為名人，但真正能夠下定決心，放棄安逸而投注全副心力以換取成功的人又有多少呢？大多數人過著平庸的生活，即使他們有足夠的能力卻不願犧牲時間、精力去實現成功的目標，對此，作者的評論也很深刻——「無論男女，如果他們有了自我提升的願望，就能找到前進的機會，成為她們之前所不敢想像的人。」

「對人來說，最恥辱的一種人生體驗，就是意識到自己擁有比現在已展現的能力更強的潛力，卻因早年缺乏訓練導致身處低位。」這段話對我說有很大的影響，那些明明有很大天賦的人，卻因平時缺乏了提升自己的訓練以及學習更多的知識導致自身能力不足無法真正展現出自己的潛力，再有天賦的人也會因早年缺乏練習而導致自身潛質被掩蓋。作者以一位能力傑出但遭遇可悲的自然學家為例，當這位自然學家比同時代其他自然學家有更出色的研究成果時，卻因缺乏能夠完整表達研究結果的詞彙，使他無法透過文字和書籍讓自己的思想永久流傳，最終只能被歷史的洪流湮沒。

我覺得每個人即使身處安逸，仍應該多加汲取知識並且善加利用，將此化作為成功前進的動力，或者放下現在的安逸，開始努力地為未來的目標前進。

四、討論議題：

如果是你，你會選擇放下現在的安逸而去選擇為成功而努力嗎？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：多二甲

科 別：多媒體設計科

作 者：簡廷宇

參賽標題：高敏感的生存指南

書籍 ISBN：9786267446256

閱讀書名：而世界如何，與我無關 高敏人活得自在守則

原文書名：もう振り回されるのはやめることにした

書籍作者：Ryota

出版單位：世茂出版有限公司

出版年月：2024 年 9 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者，Ryota，是一名精神心理諮商師以及HSP顧問，同時身兼作曲家和學校講師的職業，曾獲得了まぐまぐ打賞2020年新人獎第一名。

這本書是專門為高敏感族群的人們所寫的，背面和前言後面都有HSP的診斷測驗，讓讀者可以檢測看看自己是否為高敏感人，書裡詳細地介紹高敏人在生活中會遇到的各種情況，並提供有效的解決方式，每種情況還會附上四格漫畫讓讀者比較容易理解。

二、內容摘錄：

沒有人是完美的。所有人都有贏過別人之處，但也有不如人之處。P.28

人不是因為完美才被愛。反而不完美的人才被愛。P.28

不用那麼完美也無所謂，只要追求符合自己的幸福就好。P.115

總能做到的，就算失敗也沒關係！P.121

我們不需要把所有事情告訴所有人知道。為了守護自己，就算有秘密也無所謂。P.127

不用獲得所有人的喜歡，只要珍視你重視的人就夠了。P.139

三、我的觀點：

《而世界如何，與我無關 高敏人活的自在守則》這本書的書名深深的吸引了我，因為我有時候會思考自己是不是一個高敏感的人，我常常因為一件事做不好而否定自己，而且也很容易被外界影響，可能別人的一句話，就可以讓我思考好幾天，所以當我看到這本書的書名時，我覺得這本書可能可以解答我的困惑。

作者從高敏感人群的角度出發，探索了高敏感的心理特徵以及如何在這個多變而喧囂的世界中找到屬於自己的安穩和自在。

書中的「HSP」是一種對外界刺激特別敏銳的特質，並不僅僅體現在情感上，還包括對環境、聲音、光線等外部刺激的強烈反應。這本書的最大特點之一在於背面和前言後面都有HSP的診斷測驗，讓讀者可以檢測看看自己是否為高敏感人，它讓我對高敏感有了更深入的理解，也幫助我釐清自己在某些情境下的情緒反應。在快節奏的現代生活中，高敏感者往往會被誤解為脆弱、過於焦慮甚至是自私，但這本書打破了這些偏見，讓讀者了解到高敏感其實是一種天生的特質，而非缺陷。

作者深入探討了高敏感者如何與自己內心的敏感性相處，並且提供了多種實用的心態轉換和行為策略，幫助高敏感者在日常生活中找到自己的節奏，減少外界壓力的干擾。這些策略並非要求高敏感者壓抑自己的情感，而是學會如何以一種更為理性且積極的方式，處理外界的刺激，從而保持內心的平靜。

在現代社會，許多人生活在外界的壓力和期望之中，總是被周圍的情況所左右。書中提出的這一觀點並不是提倡逃避現實或冷漠無情，而是鼓勵人們學會專注於自己能夠控制的事物，並且放下無法掌控的外界噪音。

這種心態讓我意識到，許多時候我們的焦慮與不安來自於過度關注他人的評價與外界的期待。如果能夠將焦點放在自我成長與內在之上，生活就不會那麼沉重。這本書提供了讓高敏感人如何在聲音繁雜的世界活得自在的方法與勇氣，它讓我明白，學會接受自己的敏感並適應這種特質，就能擺脫外界對我生活的干擾。

除了理論層面的探討，這本書還給出了很多具體可行的建議。從日常生活中的小習慣，到如何在社交場合中調整自己，書中的每一個建議都是針對高敏感者的特點量身定做的。特別是在情感管理和時間規劃方面，作者提出的一些方法對我來說非常有啟發。例如，如何設立情緒邊界，避免過度投入他人的情感世界，從而保護自己的內心不受侵擾、如何在忙碌的日程中找到屬於自己的片刻寧靜，恢復精神的力量。

其中一個我特別認同的觀點是，書中強調高敏感者並非要與世隔絕，而是學會選擇性地關注，讓自己處於一個合適的環境中。這不僅適用於高敏族群，其實對於每一個人來說，都具有普遍的價值。如今的社會信息繁雜，人人都面臨著來自不同方面的壓力，而選擇性地過濾無用的信息，保持對真正重要事物的關注，無疑能讓我們的的生活變得更加輕鬆自在。看完這本書之後，不但解答了我的疑惑，還讓我更了解，原來高敏感不是病，是身而為人的一種特質，並且好好調整面對生活的態度，其實就可以有所緩解。適時休息放鬆，找到屬於自己的生活節奏，選擇性關注正向事物，別太在意外界的看法，就能使人活得自在。

四、討論議題：

這本書的內容都環繞在心理層面的問題上。大部分的人可能都認為這是種文明病，但我認為這只是人類與身俱來的特質，如果會因外界而產生多種情緒或心理作用，你認為是好的還是不好的？為什麼？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：多二甲

科 別：多媒體設計

作 者：林翊霏

參賽標題：默默

書籍 ISBN：978-986-190-081-0

閱讀書名：默默

原文書名：Momo

書籍作者：麥克安迪

出版單位：遊目族

出版年月：2022/3/31

版 次：三版

一、圖書作者與內容簡介：

作者：

德國二十世紀最重要的青少年文學作家，他的文學作品特別具有戲劇效果。不僅能在故事裡輕易找到自己有所共鳴的角色，且反映出現實世界中真實存在的問題，並用靈巧奇幻的方式給予指引的光芒與希望。

簡介：

講述了一個名叫默默的女孩，她擁有一種能夠用心傾聽他人心聲的能力，幫助人們找到內心的答案。故事的主題圍繞著時間與生活的價值，書中探索了如何平衡生活的節奏，提醒讀者珍惜當下、活在當下的真諦。

二、內容摘錄：

人世的不幸，都是因為大家隨便說話所造成，但是，並非只限於故意說出的謊言，還包括——不曾看清事實，以及急躁所造成的謊言。(P.39)

時間也就是生活。而且，所謂的生活，就在人心深處。人類越是節省時間，生活就會變得越乏味，越缺乏內容。(P.84)

三、我的觀點：

當我第一次接觸《默默》這本書時，還在國小，當時是老師推薦給我的，老師還預測我會喜

歡這類型的故事。事實證明，老師真是了解我，這本書的敘述方式讓我非常著迷，翻開後根本停不下來。不過，真正讓我驚訝的，是在我長大後重新讀起這本書時，我才發現它背後那隨著年齡增長而能更深刻體會的意義。

小時候讀《默默》，我最印象深刻的就是它像童話故事一樣的寫作手法。主角默默是一個很特別的女孩，她能夠聆聽別人的心聲，幫助他們找到內心的答案。這樣的情節當時對我來說非常吸引人。那時候國小的書大多講的是冒險和勇敢，但這本書卻不一樣，故事透過溫柔的方式，讓人一步步了解世界的變化。默默的世界原本很平靜也很快樂，但隨著「灰衣人」的出現，一切都變得不一樣了。

灰衣人自稱來自「時間銀行」，他們告訴大家要「節省」時間，把時間存進銀行，未來就可以取出更多的時間。小時候的我覺得這個觀念聽起來很有道理，像是鼓勵大家做好時間管理，聽起來也沒什麼不對。但我也能隱約感覺到，這樣的方式似乎有點不對勁。那些被灰衣人影響的人，開始變得冷漠、忙碌，失去了對生活的熱情，也不再關心別人。

多年後，我再次翻開這本書，並且認真反思時，我才發現它其實不只是一個「有趣的故事」，更像是一則寓言，提醒我們應該如何對待時間。現在的社會，和書中的世界何其相似？我們總是被告知要提升效率，要「省時間」，每一分每一秒都要活用。但問題是，什麼才是「有價值」的時間？如果我們每天都忙著完成事情，而忽略了和家人朋友相處的時間、忽略了自己內心的感受，那這樣的時間還有意義嗎？

隨著我長大，自己也漸漸變得像書中的那些人——忙於學業、忙著為未來準備，總覺得時間不夠用，焦慮又緊張，卻又不確定怎麼樣才算「好好利用時間」。這時，我想起了默默。她並不試圖節省時間，而是用心去體會每一刻，花時間去聽別人的故事，去真正「活著」，去珍惜當下。這讓我開始反思，我們是不是該學習默默的態度，珍惜當下，而不是一味追求效率？

這本書之所以讓人回味無窮，是因為它能夠用簡單的故事，讓不同年齡的人讀出不同的感悟。小時候，我被故事吸引；長大後，我則開始理解它背後的深層哲理。我認為，這就是一本經典書籍的魅力，它能隨著讀者的成長，帶來不同層次的感受和啟發。

讀完《默默》，我也提醒自己，不要讓時間的壓力束縛了我的生活，而是要學會真正「活在當下」。我們或許不該只專注於效率，而是應該學會如何讓時間變得有溫度、有情感，讓自己真正體驗生命的價值。這本書讓我明白，時間不是用來「節省」的，而是用來「體驗」的。

「時間就是金錢」這句話大家常掛在嘴邊，但這真的就是事實嗎？我不太確定。每個人都會有生命的終點，而這段人生有時光輝也有困難，但不管如何，最終還是要活得精彩。人生是為了活出自己的色彩，而不是為了什麼利益。如果再過幾百年後我不再存在，恐怕沒有人會記得我，這也沒關係。所以，我覺得最重要的是好好活在當下，活得不留遺憾。希望未來的我，無論多忙碌，都能記得這份感悟，學會珍惜時間，並真正過好每一天。

四、討論議題：

當時間銀行真的出現時，你們會怎麼做？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：英三乙

科 別：應用英語科

作 者：唐恩

參賽標題：與自己和解，發現內在光芒

書籍 ISBN：978-626-7181-70-6

閱讀書名：現在這樣就很好：55 種告別心累的治癒方式

原文書名：しんどい心にさようなら 生きやすくなる
55 の考え方

書籍作者：Kii きい

出版單位：平安文化有限公司

出版年月：2023 年 6 月

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者 Kii きい是一位專業心理諮商師，曾經歷過精神分裂症、適應障礙、肥胖焦慮、抑鬱等問題，最終透過自學認知療法和阿德勒心理學後成功康復。走過人生低谷後，她希望以自身經驗幫助仍深陷困境的人，解開自我否定與人際關係的課題，透過日常情境與溫暖的正向話語，療癒每位受傷的讀者，並在每段文字結尾提供全新視角，帶來頓悟與釋然，引導讀者走出「自我糾結」的迷宮，找到內心的平靜與力量。

二、內容摘錄：

答案就在自己的內心，將自己想選擇的選項當作答案，要是選錯了，再從這裡修正軌道就好了。(p.41)

事實上，生命、感性，以及人的存在本身都是有價值的，即使輸給別人，即使不厲害，不管別人怎麼想，你的價值和魅力也絲毫不會減損一分。(p.43)

真的想比較，就和過去的自己比較，找出自己「學會的事」以及「克服的事」。(p.69)

人的本質或人的狀態只有「差異」，而沒有高低之分；技術的學習能力也只有「不熟練和熟練」，沒有人的本質高低之分。(p.151)

三、我的觀點：

面對紛擾的生活，每個人都會有自己必須面對的課題，如何活出精彩人生，並找到適合自己的處世之道，是我們在這趟短暫旅程中的重要課題。然而，我們生來並非十全十美，

每個人都有缺點，而這些缺點正是我們的起跑點。我曾經對自己的缺點感到深深厭惡，這種負面的情緒逐漸累積，最終轉化為精神內耗與心理焦慮，甚至影響了我的健康。

然而，這本書帶給我全新的視角，不必執著於改進缺點，與其糾結，不如將焦點放在自己的優點和真正想做的事情上。書中分享了许多人的困擾，讓我在閱讀的過程中找到共鳴與歸屬感，這種體悟幫助我釋放壓力，學會接納不完美的自己。接下來，我將結合書中的啟發與個人經驗，分享一些我的感悟。

(一) 擁抱不完美，解放完美主義

我天生的個性追求完美，凡事全力以赴，對自己訂下的標準和期許也異常嚴苛，或許是因為父母在職場和活動中經常擔任核心角色，總能從容應對每個危機，使我在潛移默化中認為凡事都應該由自己承擔，絕不能出錯。然而，當我在自己不擅長的領域犯錯時，便會陷入無止盡的「自我否定」惡性循環中，不斷地鑽牛角尖，無法釋懷。

閒暇時瀏覽社群媒體，看到網紅分享光鮮亮麗的生活，或是年僅14歲就出道的韓國練習生，那些自卑、忌妒、羨慕的情緒便油然而生，逐漸壓得我喘不過氣來，不經讓我開始思考：

「在全球八十億的人口中，我如此渺小，我的價值到底是什麼？」這種懷疑讓我愈來愈焦慮，甚至停滯不前。

在這本書中，作者提到：「這種自我否定會抑制成長且成為停止行動的原因，時常回想起『現在的我也很好』、『沒有任何問題』非常重要。」我們總是嚴苛地檢討自己，卻忽略了肯定自己的努力，與其給自己零分，不如讚賞那些勇於嘗試的時刻。作者的一句話深深觸動了我：「不論是你覺得多麼細微的小事，都不是『每個人都能理所當然做到』的事。」或許我們還沒發現自己的閃光點，但這並不代表我們一無是處。我開始學會放過自己，擁抱不完美，因為真正的價值，從來不是來自與他人比較，而是來自接納與肯定自己的每一步成長。

此外，我意識到追求完美並非壞事，但若因此陷入焦慮或自責，就需要適時調整心態。接受自己偶爾的失誤，並從中學習成長，比盲目地逼迫自己達到不可能的標準來得更有意義。完美並不存在，真正的成功來自於不斷嘗試與改進。

(二) 擺脫猶豫，告別拖延

在這個節奏越來越快、壓力無所不在的時代，「拖延症」幾乎成為現代人的通病，而我也不例外。每當遇到不想面對的艱鉅挑戰，我總是習慣性地選擇逃避，試圖用時間換取心裡的安慰，結果卻養成了「臨時抱佛腳」的習慣。無論是準備考試、完成報告，甚至只是決定早餐該吃油條配豆漿還是吐司配鮮奶，我都會陷入選擇困難，猶豫不決，甚至希望有人能幫我做決定。

或許，我拖延的原因是害怕選擇後的結果不如預期，或是總想等到「準備萬全」才開始行動。然而，現實往往不會等我們做好萬全準備，反而是過度蒐集資訊、徵求意見，讓我陷入更深的焦慮與混亂，無法真正邁出第一步。書中讓我感觸最深刻的一句話是：「就算『做了以後會失望』，也比『不做而感到焦躁』來得更好。」這句話讓我意識到，等待完美時機的結果，往往是無止盡的拖延與後悔。

如果真的無法立刻鼓起勇氣做決定，那麼暫時停下來也沒關係，重點是要學會「放過自己」，而不是一再苛責與自責。我們不需要追求短時間內達到最大成效，而是按照自己的步調，一步一腳印地累積經驗與進步，因為這就是「屬於我的人生」！

(三) 重新定義成功，活出自我價值

過去我總覺得成功就是要有亮眼的成就，要成為別人眼中的佼佼者，才能證明自己的價值。然而，閱讀完這本書之後，我逐漸意識到，成功其實沒有標準答案，每個人的價值觀與人生方向不同，所謂的「成功」，應該由自己來定義，而不是社會或他人的期待。當我們學會為自己的選擇負責，並從中獲得滿足與快樂時，那才是真正的成功。

最後，這本書帶給我最大的收穫，就是學會「擁抱缺點」。我們常因為愛面子，或是不想讓親近的人擔心，而習慣性地展現最完美、最開朗的一面，但那些看似堅強的外表下，或許隱藏著千瘡百孔的自己。勇敢誠實地面對不完美的自己，才是真正的成長。如同作者所說：「不管幾次都要抬頭挺胸，稱讚自己、相信自己、往前邁進。」這一次，我選擇不再逃避，而是放下猶豫，踏出屬於自己的步伐。

四、討論議題：

一、完美主義究竟是驅動力還是枷鎖？有人因完美主義而陷入焦慮與自責，但社會上許多成功人士似乎也是高度追求完美的人。完美主義究竟是推動進步的動力，還是導致精神壓力的負擔？我們該如何在追求卓越與接受不完美之間取得平衡？

二、在資訊爆炸、選擇過多的時代，人們往往因害怕做錯選擇而拖延決定，甚至讓焦慮感加劇。書中作者提到「就算『做了以後會失望』，也比『不做而感到焦躁』來得更好。」我們該如何調適自己的心態，減少選擇焦慮，並培養更有效率的決策能力？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：英三乙

科 別：應用英語科

作 者：呂宜孺

參賽標題：以愛為圓：讓溫暖在生命中流轉

書籍 ISBN：978-957-444-668-1

閱讀書名：愛如一炬之火

原文書名：愛如一炬之火

書籍作者：李惠綿

出版單位：九歌出版社有限公司

出版年月：2010 年 4 月 10 日

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

《愛如一炬之火》是李惠綿的散文集，分為四卷：「天倫篇」、「師長篇」、「朋友篇」、「學生篇」，以「愛」為核心主題。前三卷探討「被愛」，而第四卷聚焦於「愛他人」，並展現愛的回饋。作者自喻為圓心，家人、師長、朋友和學生為圓周，匯聚成一個充滿愛與溫暖的圓。全書透過真實故事，詮釋「天地有情，人間有愛」。愛雖無形無影，但透過真心體會與行動，它得以延續，並實現由「薪盡火傳」的小愛至大愛的昇華。

二、內容摘錄：

生命不是只有美、優雅、希望，生命也有醜陋、鄙俗，乃至於沉鬱蒼涼。我們面對真實人生，不論以哪一種方式呈現，都是美學的表現，我們必須誠實的面對，才可能接近完整的人生。(p.72)

一滴汗水，重新雕塑玉芬的生命圖像，再轉化鑄造玉芬的巧手慧心，讓她以善體人心的慈悲情懷守護至親好友的病痛。我悄悄看了玉芬的雙手，閉著眼睛想像一位慈母牽著小女兒刻字的手掌，以及那一滴汗水。(p.146)

形殘的命運不可改變，所以一定要快樂；而你們的未來會面臨許多選擇，譬如轉系、研究所科系、就業出國等等，對所有可能改變的情況都要懷有憂患意識。(p.233)

三、我的觀點：

《愛如一炬之火》這本書深刻地探討了「愛」這一永恆的主題，並以四個篇章—「天倫

篇」、「師長篇」、「朋友篇」與「學生篇」鋪陳出愛的不同層面與形態。透過細膩的筆觸與真摯的故事，作者李惠綿不僅展現了愛的多種樣貌，更讓讀者在閱讀的過程中，反思自身在愛的關係中所處的位置。在閱讀這本書的過程中，我時常感受到內心的觸動，因為作者所描繪的情感世界並不遙遠，而是我們每個人都曾經歷、正在經歷，甚至未來將會經歷的。我深刻體會到，被愛的幸福與愛人的喜悅，其實都是人生不可或缺的部分。

「天倫篇」中，家庭的溫暖與親情的無私讓我深受感動，作者以細膩的筆觸描寫了親人之間無條件的支持與包容，讓我不禁回想起自己的家庭。成長過程中，家人的愛或許不一定轟轟烈烈，但卻如潺潺流水般，持續滋養著我們的心靈。我想到父母從小對我的關愛與教誨，那些看似平凡的關心與付出，實則是最深沉的愛。而這部分也讓我開始反思，現代社會中，隨著生活節奏加快，家庭關係有時會被忽略，我們是否應該更珍惜與家人相處的時光，讓愛不因距離或時間而淡化？此外，家庭的愛不僅是父母對子女的呵護，子女對於父母的關懷同樣重要，我們是否曾經主動關心過父母的心情？是否曾在他們疲憊時送上一句暖心的話語？這些小小的舉動，其實正是愛的具體表現。

「師長篇」讓我重新審視教師與學生之間的關係，作者描繪了師長如何以智慧與耐心，成為學生生命中的明燈。我聯想到自己的求學時光，那些曾經影響我深遠的老師，他們不僅傳授知識，更以言行影響著我的價值觀。我特別記得一位老師，他在我迷惘時給予我鼓勵，讓我有勇氣堅持自己的目標。這種無私的愛，不求回報，卻能在人生的某個關鍵時刻，成為改變命運的力量。我們常說：「一日為師，終身為父」，這句話道出了師生關係的深遠影響。教師的愛不僅是傳授學識，更是引領學生如何做人、如何面對人生的挑戰。這讓我想到，在現今社會中，許多老師除了教學之外，還需要兼顧學生的心理健康與成長環境，這樣的付出值得我們敬佩。

「朋友篇」則讓我思考友情的珍貴與意義，真正的朋友，不僅是在快樂時分享歡笑，更是在困難時彼此扶持。作者的故事讓我回憶起自己與好友之間的點滴，我們或許曾因誤解爭執，卻也因為深厚的情誼而和好如初。這種愛不同於親情或師長的關懷，而是一種平等的、相互支持的情感。我認為，擁有真正的朋友是一種幸運，而我們也應該學習如何成為他人的摯友，用心去維繫這段寶貴的關係。友情的價值，在於它能夠讓我們在低潮時有依靠，在成功時有人分享。現代社會節奏快，人與人之間的聯繫似乎變得越來越薄弱，我們是否還能像過去一樣，靜下心來與朋友好好相處？這部分讓我思考，我們應該珍惜每一段友誼，並用行動去經營這份難得的情感。

書中最讓我印象深刻的部分是「學生篇」，因為這不僅是「被愛」，更是「愛人」的實踐。作者以教師的角度，描述了她如何用愛與耐心點燃學生內心的火焰，幫助他們找到人生的方向。這讓我想到，我們是否也能在自己的生活中，成為那個點燃他人希望的人？愛並非單向的，而是可以傳遞的，我們不僅應該期待被愛，也應該學會去愛他人。這讓我想到許多無私奉獻的教育工作者、社會志工，他們的行動不僅改變了一個人，甚至可能改變整個社會的風氣。愛的力量是無窮的，當我們願意伸出援手，世界就會變得更加美好。

最讓我感動的是，作者將自己形容為圓心，而家人、師長、朋友與學生則是圓周，共同構築了一個完整的愛之圓。這個比喻讓我深思：我們每個人都是這個圓的一部分，無論是接收愛還是傳遞愛，都不可或缺。我們不能只是一味索取愛，而是應該學會如何回饋，讓愛能夠流轉，形成一個良性的循環。我們或許無法改變整個世界，但我們可以從自身做起，從

身邊的人開始，讓愛變得更加具體。

這本書讓我重新審視自己與他人之間的關係，也讓我更珍惜那些曾經給予我愛的人。我開始思考，如何讓自己的愛不僅停留在接受，更能夠付出，成為他人生命中的溫暖。我想，或許這正是作者想要傳遞的訊息：愛不只是情感，更是一種行動，一種影響他人的力量。

閱讀完這本書之後，我更加確信：愛的真正價值，在於它能夠傳遞與擴展。無論是對家人、師長、朋友，甚至是不曾謀面的人，我們都可以用行動去表達愛，讓世界變得更加溫暖。這是一本值得細細品味的書，而它帶給我的感動與啟發，將長久地留在我的心中。我也希望，自己能夠成為愛的傳遞者，讓愛的火炬照亮更多的人生。

四、討論議題：

一、在生活中，我們如何在接受愛的同時，找到屬於自己的方式去延續並傳遞愛，從而讓「小愛」昇華為「大愛」？

二、除了傳授知識，教師還扮演著什麼樣的角色？如何透過愛與關懷，真正影響學生的人生？在現代教育環境下，師生關係面臨哪些挑戰，我們可以如何改善？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：3

班 級：資三甲

科 別：資料處理科

作 者：張瀨文

參賽標題：最痛的告別，成就了最溫柔的重生

書籍 ISBN：9786267217023

閱讀書名：紙星星

原文書名：紙星星

書籍作者：晨羽

出版單位：城邦原創

出版年月：2022/10/29

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者晨羽擅長描寫溫暖卻帶著遺憾的青春故事。

本書的女主角成長於重男輕女的家庭，渴望母親認可，卻因無法承受創傷而患上解離性失憶。男主角一家曾是她的依靠，但因霸凌事件離開，再次回來時已滿懷復仇之心。她讓他在家人全部離開後重新燃起活下去的念頭，但最終，因為許多事的發生，他仍選擇以死亡喚醒她，讓她真正活下去。

這本書讓人深刻體會，離別不是結束，愛一直都在，唯有學會釋懷，才能真正得到救贖。

二、內容摘錄：

她不曾忘記你，未來也不會忘記。你給的愛，讓她可以勇敢地走下去，因為你一直活在她心裡，不曾真正離去。跨越了痛苦，跨越了思念，當初那徬徨脆弱的少女，如今已蛻變成一個堅強美麗的女人。在天堂的你，看見這一幕，一定比誰都要高興吧？

三、我的觀點：

晨羽的《紙星星》是一部讓人心疼又感傷的作品。即使我已經讀過很多遍，但每次翻開這本書，我依然會哭的一把鼻涕一把眼淚。故事中的男女主角都承受了太多的苦難，他們深愛彼此，卻無法擁有幸福的結局。這讓人惋惜，但當我看到最後，卻又覺得這樣的結局或許才是最好的，至少女主角釋懷了，不再困在過去的傷痛裡。

許多人都說這本書是流著淚看完的，卻會笑著闔上這本書，大概就是因為這本書有這樣的結局。它不只是訴說一段悲傷的愛情，而是讓讀者在痛苦與遺憾之中，找到某種釋懷跟救贖的可能性。晨羽的文字細膩而且充滿情感，她將故事中的人物塑造得極為立體，使在讀的人彷彿能夠感受到他們的掙扎、痛苦，甚至是最後的解脫。這本書不只是講述愛情的小說，它更是一個關於傷痛、成長與人生選擇的故事。

在這本書裡，最讓我印象深刻的角色就是女主角。她的媽媽有嚴重的重男輕女，女主角卻從來不曾責怪母親，反而試圖用努力去換取認可，把所有的壓力都背負在自己身上。她就像一個被壓得喘不過氣的人，緊抓著懸崖邊的石頭，勉強支撐著自己。但當男主角回到她的身邊以後，給了她勇氣和力量，她才慢慢學會為自己而活，才終於願意鬆開手，讓自己從這無止盡的痛苦中解脫。

她的成長並不是如此的輕而易舉，而是經歷了許多痛苦與掙扎。她曾經以為，只有努力迎合媽媽的期待，才能獲得愛；她曾經以為，自己的人生是無法選擇的，只能任由現實擺布。然而，隨著故事的推進，她慢慢發現，真正的幸福並不是來自別人的認可，而是來自於自己對自己的接納與釋懷。這樣的成長雖然沉重，但也顯得格外真實，因為在現實生活中，也有許多人因為家庭、社會的期待，而不敢為自己而活，這也是讓我非常有感觸的部分。

而「解離性失憶」在故事中不只是設定，而是女主角內心破碎的具象化。她承受了太多悲傷，導致內心已經無法承受這一切，選擇透過遺忘來逃避現實。然而，遺忘並不是真正的解決方法，真正的問題依然存在，但也因為她的病情，讓她的爸爸開始意識到自己曾經忽略的那些事情。或許，正是因為她生病了，家庭才開始出現改變，從小被媽媽捧在手心的弟弟因為遇到了男主角、看到姐姐生病，也漸漸地改變對姊姊的忽視，決定成長，並且站出來保護自己的姐姐，而這也成為她最終能夠走向釋懷的契機之一。

最讓我印象深刻、也是讓我哭得最慘的片段，就是最後男主角從監獄逃出來，在女主角面前選擇自殺。他的死，不只是為了愛，更是為了讓女主角清醒，讓她能夠真正地活下去。他用這樣的方式告訴她，不論過去有多痛苦，生命仍然值得繼續。他們的愛情淒美又令人心碎，卻也帶著某種解脫，彷彿這是唯一的方式，讓她學會放手、學會活得更自由。

這段情節讓我深刻地感受到，有時候愛一個人，並不只是陪伴，而是願意為對方成就更好的未來。男主角選擇以這種極端的方式，讓女主角走出困境，這固然讓人痛心，卻也展現了他的愛是如此深沉。他知道自己無法陪伴她走向未來，但至少，他希望她能夠擁有一個真正屬於自己的未來，而不是困在過去的陰影裡。這樣的愛，雖然殘酷，卻也無比深刻。

這本書讓我學到，離開並不代表結束。有些人即使離開了，卻從未真正消失，他們一直存在於我們的心裡，不論是愛情還是友情，都是如此。我們終究要學會接受這些離別，學會帶著

那些愛與回憶，繼續向前走。

晨羽的筆觸不只是感人，更帶著某種現實的殘酷性。她讓我看到，世界上並不是所有的愛情故事都有美好的結局，但這並不代表愛情沒有意義。有些愛，並不一定要擁有才算完整，而是它曾經存在過，就足以成為我們生命的一部分。這樣的觀點或許讓人難以接受，但卻是真實的人生。我們不可能擁有所有想要的東西，也不可能讓所有的愛情都圓滿無缺，但這並不代表我們不能繼續前行。

《紙星星》不只是一本愛情小說，更是一本關於傷痛、療癒與成長的故事。它讓我明白，真正的成長，不是學會遺忘，而是學會跟過去和解；真正的愛，不是擁有，而是即使失去，也依然能夠珍藏在心中。這是一部令人心碎，卻也讓人獲得勇氣的作品，值得一讀再讀。

四、討論議題：

家庭暴力、同儕霸凌

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：英一甲

科 別：應用英文科

作 者：王思妤

參賽標題：酒釀湯圓芝麻餡

書籍 ISBN：89573305439

閱讀書名：傾城之戀——張愛玲短篇小說集之一

原文書名：傾城之戀——張愛玲短篇小說集之一

書籍作者：張愛玲

出版單位：皇冠

出版年月：二〇〇七年十二月

版 次：典藏版五十二刷

一、圖書作者與內容簡介：

作者內容與簡介：

張愛玲，寫作風格被歸類於現實主義和現代主義，著作有《紅玫瑰與白玫瑰》、《金鎖記》等，寫作風格淺白直接、筆觸細膩。本書其中鴻鸞禧描寫女主玉清與婁家大兒子大陸結婚的故事，藉由描寫各角色的態度與對話，展現鮮明的人物性格。

二、內容摘錄：

「我做我的鞋，又礙著你什麼？真是好管閒事！」(p.40)

「花轎前嗚哩嗚哩的，迴環的、蠻性的吹打，把新娘的哭聲壓了下去，鑼鼓敲得震心。」(p.48)

「那天她所看見的結婚有一種一貫的感覺，而她兒子的喜事是小片小片的，不知道為什麼。」(p.48)

三、我的觀點：

表裡不一，就像一碗雪白的酒釀湯圓，湯圓內裡卻是烏漆漆的芝麻餡，餡燙，卻不得不忍著，若不幸流出，酒釀湯將有芝麻糊浮於表面，就覺得一碗湯髒了，所以只能小心啃食。這是我吃湯圓時與自己的糾結。

故事的開頭從婁家兩位小姑子做開場，她們在試衣服時，將未過門的嫂子，批評得一無是處，從身材到家境，甚至擔心三多被玉清家親戚看上，認為她們家境窮，瞧不起、配不上。

不斷地批評他人往往顯示內心的自卑感，害怕自己被輕視，所以藉由拉踩別人以展現優越，二喬四美就是如此，挑剔玉清選擇的衣料，彰顯自己見識多。而新娘玉清在二喬四美試衣服時在一旁憂鬱的看著，不斷隱忍著，小心不讓自己露出喜悅的神色，害怕坐實「老處女」的名號，表現出過多對於自己即將出嫁而歡欣鼓舞。

婁太太與婁先生亦是如此。婚前準備期間，婁太太想親手為兒媳做雙鞋，卻放著多少緊急的事沒人管，只因眼前事皆不在行，所以被婁先生批評：「百忙裡還有功夫去弄那個！不要去做它好不好？」而婁太太卻放下臉說道：「我做我的鞋，又礙著你什麼？真是好管閒事！」外人替婁先生不平，婁太太雖知道卻依然這麼做，只為展示婁先生對她又愛又怕的，可私底下卻是容讓，畢竟沒有觀眾，戲唱給誰聽呢？婁先生也由著婁太太潑悍，並非真正的愛，也只是為了博一好名聲，做個「好丈夫」，私底下也不見得有多忍讓。在兒子因為買了瑣碎的東西而沒有買床時，想到當時原先想買拍賣行的柚木家具，卻被攔了下來，如今要用時卻沒有，因此大發脾氣。

每個人都自卑著，用衣服、表情、忙碌與氣勢掩蓋本來的樣貌，展現出來得卻是大紅色的喜。正因我們身在其中，每個細節一一走過，所以才會像婁太太又時看見的花轎、蠻性的鑼鼓聲、彩穗鮮明的顏色一排排波動著、轎夫繡花襖下的藍布短袴，華美而盛大，與看熱鬧的人合為一體，可卻未注意哭聲被壓過的新娘，那才是細節啊！沒有人關心新娘為何落淚，是為了自己嫁與心上人的喜極而泣還是自知將陷入泥沼的恐懼？無人在意。目光只駐足於迎親隊伍排了一街，浩浩蕩蕩而過。當時婁太太看到的正是此場景，連續的歡快樂聲響徹街頭巷尾，自然有種連貫感；回到自己兒子娶親時，因婚前房子裝修到婚禮當天與賓客齊聚一堂，中間一件件瑣碎小事的繁雜讓「喜」無法連貫，才会有種異樣感。看到的是表面，實際走過一遭，會發現並非所見輝煌。

我們都小心不讓內裡的自卑染上純白的表面，可自卑又如何，坦承接受自己的粗鄙、喜形於色、無能、軟弱，未嘗不是優雅？

說不定芝麻酒釀湯也很好喝。

四、討論議題：

該坦然接受自卑還是增加自信以改正？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：會一乙

科 別：會計事務科

作 者：林靖芸

參賽標題：請記得樂園的讀書心得

書籍 ISBN：9787020186068

閱讀書名：請記得樂園

原文書名：請記得樂園

書籍作者：那多

出版單位：人民文學出版社

出版年月：2024-4

版 次：初次

一、圖書作者與內容簡介：

故事設立在一個神秘的機構「請記得樂園」，人們可以選擇性刪除或保留記憶。來到這裡的人有不同的理由，有些人想忘記痛苦的回憶，有些人則害怕遺忘美好的時光。然而，這個樂園並不單純，隨著故事的發展，主角發現其中暗藏著更多秘密，來到樂園時，一些人開始消失，一些人對自己的記憶產生懷疑，甚至有些人的記憶與現實出現矛盾。隨著主角一步步深入調查，他發現這座樂園的真正目的並非只是讓人遺忘，而是操控人心。

二、內容摘錄：

「我講幾句你這個年紀不愛聽的，但老人的話，真是金玉良言。其實我小時候也不知道險惡，覺得哪裡都能去，什麼事都能做，結果怎麼樣？半輩子在泥裡打滾！這個世界看著光鮮，踩下去都是泥。你不可能改變，你得了解它的規則，然後才知道什麼事能做，什麼事真做不了，你這輩子沒開個好頭，現在你從村裡出來了，覺得外面的世界很大，但千萬別迷了眼。」

三、我的觀點：

小說的主角們各自帶著不同的過去進入樂園，他們有的人想遺忘痛苦的經歷，有的人則希望留在某段美好時光，然而，當故事推進會發現，這座樂園不只是單純的記憶管理場所，它背後隱藏著更深層的秘密。一場圍繞記憶的推理遊戲就此展開，揭露出人性中對過去的執著與對未來的渴望。有些人選擇刪除痛苦的記憶，試圖讓自己過上「更輕鬆」的生活，但最終卻發現這樣的選擇並不能真正帶來幸福；有些人則選擇保留一切，即使回憶充滿傷痛，他們仍

然認為這是自己人生的一部分，不應該被抹去。這些角色的選擇讓我深刻感受到，記憶的存在不只是負擔，它也可能是一種力量，幫助我們成長、面對未來。

書中有些角色選擇刪除痛苦的記憶，認為這樣能讓自己過得更輕鬆。這讓我想到，現實生活中，我們也經常試圖忘記過去的不愉快，希望自己不要一直活在痛苦的回憶裡，然而，刪除記憶真的能讓我們變得更幸福嗎？記憶的存在，不只是讓我們記住快樂，也讓我們學習與成長。如果一個人忘記了過去的錯誤，他是否會再次犯下相同的錯？如果一個人選擇遺忘痛苦，那麼他的人生就會變得很空洞，這本書讓我思考，痛苦的記憶或許不是詛咒，而是一種成長的動力。

書中的樂園不僅能刪除記憶，甚至可以植入或篡改記憶。例如，一個人原本的記憶是失敗者，但透過技術，他可以「記住」自己曾經成功過，於是他開始變得自信，甚至影響了他的行為與未來。但這樣的改變真的算是他的「真實人生」嗎？這讓我想到現實世界中的「自我暗示」或「選擇性記憶」。我們有時會過度美化過去，或刻意遺忘某些事情，以便讓自己好過一點。但當記憶變得可以被操控時，人是否還能保持真實的自我？閱讀這本書時，我不斷思考：「如果有機會刪除某段記憶，我會選擇這麼做嗎？」這個問題沒有標準答案，因為記憶不僅塑造了我們的性格，也影響了我們的選擇與未來。

小說中，有些人相信自己能夠做出「最好的選擇」，選擇刪除某些記憶讓自己的人生變得更順利。但當主角發現某些人因為記憶的缺失，開始對自己的人生感到迷惘，甚至失去了原本的個性時，他開始懷疑：我們真的有資格決定哪些記憶該留，哪些該刪嗎？記憶塑造了我們的性格、價值觀，甚至決定了我們如何看待世界。《請記得樂園》探討記憶、選擇與人性的深刻作品。它讓我們思考：「如果可以改變記憶，我們還會是原來的自己嗎？」這個問題並沒有絕對的答案，但小說中的故事讓我們明白，無論記憶是好是壞，它們都是我們人生的一部分，正因為有過去，我們才能成為現在的自己。

四、討論議題：

如果有機會刪除某段記憶，我會選擇這麼做嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商
年 級：1
班 級：商一甲
科 別：商業經營科
作 者：溫華光
參賽標題：記憶與感情
書籍 ISBN：97899864734542
閱讀書名：你的名字
原文書名：君の名は
書籍作者：新海誠
出版單位：台灣角川
出版年月：2016 年 12 月 15 日
版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

新海誠是日本知名動畫導演，畢業於日本中央大學，曾在遊戲公司工作，獨立創作動畫。

《你的名字》內容講述一對少年少女之間得奇妙相遇，少年住在東京，少女住在鄉下係守町。有一天，他們在夢中交換身體，體驗不同的生活，並建立了深厚的感情，然而這種狀況突然消失了，少年去尋找少女，發現了天大的真相……

二、內容摘錄：

我即將去尋找未曾謀面的妳 (p.136)

只要相見，一定能夠立刻明白：「進入我的是你，進入你的是我。」(p.185)

我懷著向神明挑釁心情，此時此刻強烈地這麼想。就連自己忘記某件事的現象本身，我也快要忘記了。所以，我以僅剩的這個情感為立足點，最後一次朝夜空呼喊：「你的名字是什麼？」(p.204)

三、我的觀點：

《你的名字》是一本充滿奇幻色彩的小說，它不僅述說著跨越時空的愛情故事，更深刻地探討命運、記憶、人生等面向的主題，這本書讓我發覺勇敢踏出那一步就可以改變無限種可能，甚至開創出與原本完全不同的結局。

故事的主角立花瀧與供水三葉，分別住在都市的京都和鄉下的系守町，卻因為不明原因在夢

中互換身體，互換身體讓他們有不同的生活體驗，也讓他們有了深厚的感情，然而當這種情況消失時，瀧想要尋找三葉時，卻發現係守町早在三年前被隕石襲擊被滅村了，所有人都死光了，但瀧並未放棄，而是試圖回到過去拯救系守町的所有人也包括了三葉，這段劇情讓我感受到，人並不完全被命運支配，只要願意努力，就有可能改變未來。現實生活中，許多人遇到困難會選擇放棄，認為努力也毫無作用，但這本小說讓我相信，努力就有機會改變，如同在學校時，想提高成績，一定要先努力在談有沒有機會。

另外，故事中也強調了感情與記憶的關聯。在瀧與三葉的互動中，常常通過筆記或訊息訂製規則和紀錄交換身體時的事情，但當時間錯亂，他們也在慢慢忘記彼此的經歷和存在，甚至名字都記不清了。這讓我想到現實生活中，我們可能會遺忘一些人或事，但某些情感卻能長存於心中。即使忘記一個人的名字，只要曾經有過深深的羈絆，那份感情依舊會留在心裡，就像忘不掉前男女友一樣，這也提醒了我要珍惜和重要之人的相處時光。

這本小說有另一個值得探討的部分，就是城市和鄉村的對比。三葉想要離開系守町並嚮往都市生活，而瀧澤透過交換身體的過程，逐漸體會到鄉村的美好。反映在現實生活中，許多人離開鄉下並前往都市尋找自己的舞台。雖然小說中沒有告訴我們哪個選擇比較好，但是讓我們理解各有各的好處，關鍵是能發掘身邊事物的美好，像是在平常生活中，會在想自己所處的地方好不好，當到了另一個地方，才會覺得兩邊各有好處。

小說的結局令我感動。瀧與三葉雖然成功改變了過去的隕石災害，但卻忘記了彼此的經歷。最後在京都的一處樓梯上偶然相遇，當彼此擦肩而過時，內心有股熟悉感，兩人便鼓起勇氣互相問起：「你的名字是？」這一段深深感動了我，原來就算忘記彼此也會因為曾經的羈絆而內心深處仍然記得。故事也在這戛然而止，並沒有交代後續，但僅憑這句話也能讓我相信，他們的緣分從未斷過也讓讀者遐想結局之後的美好。

整本書看完後，我感到無限的惆悵，命運和機緣可以使人相遇、結合，也可以使人分離，把握當下所珍視的人事物，每一次的相遇都很珍貴因為它可能在我們的命運中留下深遠的印象，即使多年後回想，可能也會感到溫暖和惋惜。

四、討論議題：

人與人曾經的羈絆常常讓人忘不掉，有什麼方法能忘掉前男女友嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

作 者：呂芷綺

參賽標題：不管以麼姿態都要好好活著

書籍 ISBN：9781643753072

閱讀書名：你想活出怎樣的人生？

原文書名：君たちはどう生きるか

書籍作者：吉野源三郎

出版單位：先覺出版

出版年月：2018/11/01

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

日本具代表性的知識分子吉野源三郎，用本書講述三個大重點，成功、選擇、放下，每一個觀點都讓讀者收穫滿滿，不僅能重新思考自己的人生，還學到每一個選擇對人生的改變，讓讀者們知道有時候懂得放下並不是一件壞事。

二、內容摘錄：

第一章裡的這句話，「人生的意義，不在於追求外在的成功，而是找到內心的滿足。」讓我覺得在現在這個充滿競爭與壓力的世界裡，我們常常被外界的標準左右，忽略了真正能使我們快樂和充實的事物。而第二章的，「要活出自己真正想要的生活，必須學會放下。」這句話真的很重要，有些人會為了過去的包袱、恐懼、愛情，而遲遲不向前，但有時候只有放下未來的路才能更輕鬆，活在當下，為了迎接更美好的未來。

三、我的觀點：

你想活出怎樣的人生，是一本關於自我探索與內心成長的書，書中深入探討了如何活出真我，並且尋求人生的意義和滿足感。這本書對我影響很深刻，尤其在對「成功」、「自我」和「人生選擇」的理解上，讓我重新思考了自己對生活的態度，也讓我想到了許多外界觀念可能阻礙了我活出真正自己的可能性。這本書就讓我重新思考「成功」的定義。在現代社會裡，成功常常與名聲、地位和金錢有關聯，許多人一生都在追求這些外在的認可，認為這些是衡量人生價值的標準。而在書中，成功不應該僅僅是外界給予的評價，更應該是我們自己內心的滿足與成就。這一個觀點讓我深受觸動。因為在過去，我也曾經迷失於這些外在的標準，

在意於自己是否達到別人眼中的標準。但是，讀完這本書後讓我逐漸明白，真正的成功其實是內心的平靜與充實，而不是他人對我的評價。等我會按照自己內心的渴望去追求生活的時候，那種來自內心的滿足感，就是真正的成功。

書中提到的「活出真我」的概念也讓我有了更深的反思。在這個競爭激烈、充滿混亂的社會中，我們很容易受到外界的影響，跟隨流行趨勢，或者活在他人的期望之中。很多時候，我們會為了迎合他人的需求或標準，而忽略了自己真正想要的生活。書中強調，我們每個人都應該認識自己、了解自己，並且勇敢地活出真我。這不僅僅是指外在的行為或選擇，而是要深入思考自己內心真正的渴望、目標和價值觀。當我們能夠活出自己的真實樣貌時，無論外界如何改變，我們都能保持內心的堅定。

在這本書中，我還被「選擇」這一個主題吸引。人生其實是由很多個選擇所構成的，每一次選擇都在改變著我們的未來。書中提到，每一個選擇，無論是大是小，都是對自己人生方向的調整。這句話讓我感到非常有意義，因為在面對人生的挑戰和變動時，我常常會感到迷茫，不知道應該如何下手。但是，在書中看到，選擇的過程並不需要完美，關鍵在於是否忠於自己。即使結果並非我預期的完美順利，但只要過程中我們是認真且努力的，那麼每一次選擇都會成為我成長的養分。

書中還提到了「放下」的重要性。我們在追求理想生活的過程中，總會遇到許多挑戰與阻礙。很多時候，我們會感到焦慮、失落，甚至被過去的經歷所恐懼。但是書中提出，放下並不等於放棄，而是學會放下心中的恐懼、怨恨和過去的包袱，讓自己能夠輕鬆地面對當下。這一點對我來說很重要。過去的我，總是對未來充滿焦慮，且無法真正放下過去的經歷。書中的「放下」的觀念讓我明白，只有放下內心的重擔，才能真正迎接新的機會和挑戰。這不只是一種情感上的釋放，更是一種心靈上的自我救贖，讓我能夠以更加開放和積極的態度去面對未來生活中的每一個瞬間。

書中還提到了一個讓我印象深刻的觀點，那就是我們所看到的世界，其實是我們內心的反射。很多時候，我們所經歷的困難與挑戰，其實是來自於我們內心的恐懼或不安。如果我們能夠調整心態，將視野擴大，看見生活中的美好與可能性，那麼我們的世界將變得更加豐富與充實。這一觀點讓我更加認識到，生活的態度往往決定了我們的態度與體驗。

你想活出怎樣的人生，這本書讓我對人生、對自己有了更深的理解。不僅教會了我如何面對外界的壓力與挑戰，更讓我認識自己，活出自己真正想要的生活，才是人生最重要的目標。書中的每一個觀點都值得細細觀看，且運用在生活上。當我能夠放下過去的焦慮，勇敢地做出選擇，並且活出最真實的我時，我相信我能夠創造出一個更更充實的人生。

四、討論議題：

你想活出怎樣的人生，探討了自我認識、人生選擇、成功的定義及內心平靜的重要性，讓讀者活出真我，而你在探討時遇到什麼困難？是否認同書中的觀點？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：商一乙

科 別：商業經營科

作 者：潘卉淇

參賽標題：一個城的陷落成全了她，傳奇裡的傾國傾城的人大抵如此。

書籍 ISBN：9789573305439

閱讀書名：傾城之戀：短篇小說集一 1943 年

原文書名：傾城之戀：短篇小說集一 1943 年

書籍作者：張愛玲

出版單位：皇冠

出版年月：2020/02/17

版 次：二版

一、圖書作者與內容簡介：

本名張煥，1920年生於上海。二十歲以一系列小說令文壇為之驚豔。他的作品大多在荒涼的氛圍中鋪張男女的感情糾葛以及時代的繁華和傾頹。享年74歲

原出生於上海大戶人家的白流蘇，因家道中落和不幸的婚姻，被親戚冷潮熱諷，面對壓力的她，決定前往香港，成了她命運的轉折點，她結識了富有單身漢范柳原，他對白流蘇展現出興趣，卻又不真誠，後兩人關係吸引又戒備，在日軍對香港的轟炸下，成為兩人感情的轉捩點，後結為夫妻。

二、內容摘錄：

三十年前的月亮早已沉下去，三十年前的人也死了，然而三十年前的故事還沒完——完不了。(P.186)

死生契闊——與子相悅，執子之手，與子偕老。(P.216)

香港的陷落成全了她。但是在這不可理喻的世界裡，時知道什麼是因，什麼是果？(P.230)
到處都是傳奇，可不見得有這麼圓滿的收場。(p231)

三、我的觀點：

在現在這科技發達、言論自由的摩登時代下，肯定很多人沒有經歷過當代背景下的衝擊，而《傾城之戀》就是以當時戰爭動盪的背景，加上女性的地位在當時並不高，描述白流蘇與范柳原的愛情故事，也是兩人的一場命運博弈。

故事的開始，白流蘇原是出生於富貴人家，可卻沒想到家族逐漸沒落，她也離了婚，而當時

的社會背景對離婚的女性極其刻薄，有很多的風言風語，但回到娘家後，白家人將白流蘇視為家庭利益的工具，因此沒有得到關心和安慰，還被親戚家人唾棄、冷嘲熱諷，成為了家族的負擔。我認為故事中的白流蘇堅韌不拔，從未放棄對自我價值的追求，不屈於命運，她為了改善現況，她選擇前往香港投靠姑母梁太太，而這趟旅程也成為了白流蘇的命運轉折點。在香港，她遇到了一位富有的單身漢—范柳原，他玩世不恭、放蕩不羈，而他對白流蘇流露出一種既有興趣卻又像是在玩弄似的態度，白流蘇也未輕易屈服，兩人互相拉扯、試探中逐漸靠近，白流蘇賭上自己，握緊最後一根稻草。可一座城市就能淪陷成就一場愛情嗎？兩人的愛情是情真意切嗎？

白流蘇走投無路了，沒想到命運流轉了，故事的轉折點，在一次的戰爭中，日軍轟炸香港，本來急於離開的范柳原擔心白流蘇的安全，而決定折回尋找白流蘇，炮聲一響，把兩人的愛情隔閡也炸毀了，白流蘇與范柳原經歷了生死考驗，兩人的感情變了質，變成了彼此依賴的關係，不再是互相試探和戒備，在這場婚姻中找到歸屬。對於白流蘇，香港的淪陷成就了她的婚姻。

作者刻劃了白流蘇的不同性格，雖然飽受家族的冷眼與壓迫，但白流蘇卻沒有因此放棄自己的理想生活，而是選擇了獨自面對的挑戰，追尋自己的理想生活，也在面對范柳原的感情試探表現出冷靜且並未屈服。她勇敢、有野心，追求更好的生活，她有膽識，爭取自己想要的，如果當時她沒有賭一把，前往香港，追尋理想生活，她的故事早就結束了，注定成為悲劇，但因為她不向命運低頭，所以才能成就她的現在。白流蘇教會我們，即使命運和我們並沒有站在同一邊，但只要有勇氣，不放棄爭取一絲的機會，或許可以成為改變自己命運的那把鑰匙。

這樣看似美好圓滿的結局，卻也揭露了當時社會的醜態，女性地位低，婚姻是一種交易，是為了謀生，是傳宗接代的工具，不是獨立的個體，而離了婚就會被社會指責，被家人厭棄，再嫁也只是從牢籠換到另一格牢籠罷了，滿是悲哀。所以我們應該慶幸我們生在思想自由、接近男女平等的社會，女性不用受著當時社會的苦，受盡委屈，可以崇尚自由、追尋自由，實現理想，不用靠男人謀生靠自己也能過得很好。

四、討論議題：

- 1.如果你是白流蘇，當面對親戚家人的冷嘲熱諷和冷漠功利，你會怎麼做？
- 2.每個人對自由的定義不盡相同，對你而言，自由該如何定義？你又會如何去追尋自己理想的自由呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：1

班 級：多一甲

科 別：多媒體設計科

作 者：周佳霈

參賽標題：直觀生命的怪誕文學

書籍 ISBN：9789861784533

閱讀書名：愛倫坡驚悚小說全集

原文書名：Tales of Terror and Mystery of Edgar Allan Poe.

書籍作者：埃德加·艾倫·坡

出版單位：好讀出版

出版年月：2018 年 5 月 15 日

版 次：三版

一、圖書作者與內容簡介：

艾倫•坡是19世紀的美國詩人小說家和文學評論家，以懸疑及驚悚小說最負盛名，同時也是公認的推理偵探小說鼻祖。這本書收入艾倫•坡的27則驚悚短篇小說與1首代表詩作，其中包括開創偵探推理小說先河的《莫爾格街凶殺案》、藏在牆壁裡的恐怖《黑貓》、詭異魔幻的《紅死神的面具》等。

二、內容摘錄：

如果我們過度埋首深究一件事，反而會讓自己愈來愈困頓、洞察力減弱，甚至有可能使金星也從夜空中黯然消失。 《莫爾格街凶殺案》 p.23

人們之所以死去，既不是屈服於天使，也不是臣服於死神，而是意志已太薄弱。

《莉姬亞》 p.172

我害怕將要發生的事並非是怕事情本身，而是怕其後果。 《亞瑟家之傾倒》 p.315

莫勿留下任何的黑色翼羽，那標記著你的肺腑謊語！

別打斷我的孤寂，快離開半身雕像，從我房門上面！

別啃啄我的心靈，快消失無影無蹤，從我房門上面！

渡鴉答曰「永不復焉」 《渡鴉》 p.522

三、我的觀點：

不瞞你說，告訴你我一種特別的消暑方式，就是在悶熱潮濕的午後打開一本令人骨寒毛豎的恐怖小說閱讀，漸漸的恐懼感會襲捲全身，這時你就不會再感覺到炎熱，只是缺點可能是會渾身不斷冒冷汗，到最後還是得去沖個澡。但這次不一樣，叛逆的我想做個大膽的嘗試，於是選擇在刺骨的寒冬夜晚，走進這本充滿詭譎的書中世界。或許你對驚悚小說完全不感興趣，但你難道不好奇？連我發著冷顫都忍不住看完的「這本書」究竟有著怎樣的魔力嗎？

人們好像總是在迴避和死亡相關的話題，似乎這是邪物般的存在，可是生與死難道不是個自然階段而已嗎？愈是排斥就愈容易吸引，這樣反而不好，我覺得能把死亡描寫的惟妙惟肖的人十分厲害，若是還能將它寫出極致的浪漫更是不容易。書中我最喜歡的一篇是《紅死神的面具》，整個故事瀰漫著死亡的氣息卻富有美感，劇情簡單來講是：有一種可怕的紅死病在大型肆虐著，百姓人口銳減，縱情逸樂的親王卻帶著自己的僕人騎士退隱到偏遠的城堡狂歡享樂，最終一場盛大荒誕的舞會中紅死神降臨，死亡充斥整座城堡中。整篇文章描寫的既優雅又華麗，十分怪誕，恐懼感像書中描寫的紅死病一般無聲無息的蔓延著，到最後到達高潮，它是場即將破裂的幻夢，充滿絕望虛幻感，悄悄潛入腦袋中使我久久無法忘懷，詭譎又美麗的文字在陰鬱恐怖的故事上蒙了一層薄面紗，是一種極致到特殊的美，不過其中感受還是親自去體會最有感！其實書中還蘊含了深刻的諷刺，在災難降臨時，親王和貴族們不去處理，反而選擇尋歡作樂來逃避瘟疫，既批判當時冷酷漠視百姓生命的上層貴族，也警告一些過度享樂的人們，《紅死神的面具》中最後一句話：「世界已由黑暗、衰亡、紅死病接管，由紅死神進行無邊恐怖的統治。」像是給他們的最終懲罰，同時也讓我注意到，若是自欺欺人的用逃避來解決問題，只能獲得短暫借來的歡樂，無法逃脫註定好的結果，認清事實想辦法才是真正的解藥。

現代人大多見慣光怪陸離的故事，可能會覺得書中一些篇章沒新意，這是因為許多作家都曾引用它的情節與創意，導致現在這些設定都太常見，回來看原型時肯定會覺得普通，但細膩的文字與獨特的見解到現在還是富有魅力，其營造的氛圍感彷彿身臨其境，書中大多使用第一視角，讓人更有帶入感，容易不知不覺間沉浸故事中，其中書裡有篇故事叫〈亞瑟家之傾倒〉，說實話其實我沒全都看懂，但內容實在太過精彩令我印象深刻！開場充滿詭異死寂的氛圍描寫，輕鬆幾筆就渲染出破敗衰頹的景象，再一步步跟隨主人公的心理漸漸精神崩潰恐懼蔓延，到最後的房屋坍塌，整篇似真似幻，淒涼糜爛感十分迷人。書中對「恐懼感」的描寫讓我有新的看法，或許只有當我們見過震懾人心的恐懼時，平凡的生活才會顯的如此美好，而有害怕的情緒也不是件丟臉的事，學會自然的看待這種情緒並與它好好相處才是最好的，畢竟我可不想像書中主角那樣被自己的恐懼感給活生生「嚇死」。在體驗過直擊靈魂的恐懼感後，我面對死亡的態度也發生了轉變，我沒想到這本書竟意外算一種奇特的死亡教育書籍，讓我瞭解到其實死沒有什麼好怕的，像作者說的一樣，死亡的背後不是暗黑陰冷，而是生命之花的頑強怒放，生死兩極，看似互斥卻又相生，也許應該平淡的看待生死，而不是一直懼怕它，也莫認為恐怖文學是低俗獵奇的，它的存在有許多意義，能讓我見到各種複雜扭曲的惡，如照著鏡子般，開始反思起自己，而且若不是面臨死亡般的恐懼做對比，怎將短暫的生命凸顯出其偉大與珍貴，所以不如試著去享受一場荒誕詭譎的恐怖故事吧！享受屬於午夜的狂歡，或許會別有一番滋味。

在寒冷的午夜裡，我脊背發涼、寒毛直立，恐懼感在逐漸緩慢地往上爬，爬上我的心

臟瘋狂敲擊，讓整間房間充斥著我狂躁不已的心跳聲！噏！噏！我早已合上書本卻久久無法入眠，用我的實際情況向你證明，還是炎炎夏日與驚悚小說搭配比較合適。

四、討論議題：

人如果沒有恐懼感會如何？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：傅珮婷

參賽標題：人生的選擇總有取捨，放下過去，愛惜自己

書籍 ISBN：978-957-32-7776-7

閱讀書名：人生每件事，都是一取捨的練習

原文書名：人生每件事，都是一取捨的練習

書籍作者：吳若權

出版單位：遠流出版

出版年月：2016 年 2 月 1 日

版 次：初版七刷

一、圖書作者與內容簡介：

作家吳若權是知名作家及主持人，也是企業行銷顧問，畢業於國立政治大學企業管理學系。曾經擔任IBM行政專員、飛碟唱片董事長秘書等職，這本書主要探討在人生道路上，我們如何在取捨之間做出選擇，並從中學習與成長。書中透過50個真實案例，涵蓋人際關係、職場挑戰、金錢管理、時間運用及內在探索等層面，幫助讀者在面對選擇時，找到最適合自己的方向。

二、內容摘錄：

p.53 當我們停止批判自己，放下「不完美」的自己，另一個完美的自己，就勇敢地在雙贏的互動關係中，優雅現身

p.115 當你想要成為一個獨立個體，就要學習不介入別人的情緒或意志，懂得不要用別人的想或做法來困擾自己

p.249 「最大的風險，就是你不冒險。」唯有踏出第一步，試驗各種可能，承擔一些責任，感覺上是有點冒險，實際上卻是降低人生的風險

三、我的觀點：

閱讀《取捨的練習》這本書時，我對其中的幾個章回特別有感觸，尤其是在面對失去、情緒管理以及人際關係的拿捏，書中提出的觀點，讓我開始反思自己的價值觀。例如在第三章《抓著悲傷的浮木》一章中，作者將失去比喻為人失去就像自己掉入海中，而悲傷則像是一個救命的浮木，成為一個能輔助度過難關的重要道具

。我對這樣的比喻有共鳴，但我覺得，「失去」像是自己進入一片荒蕪的土地。但在那裡我親手種下了一棵棵樹，慢慢種出了屬於自己的一片大森林，這些樹木象徵著我們擁有的一切。若某天盜賊奪走了我最珍貴的一棵樹，那是我靠著自己努力的成果，如今卻被輕易摧毀，因為失去而十分悲傷，然而，本來還陷在失去的情緒裡，又發現了一顆果實，這顆果實象徵著悲傷雖然突如其來，卻同時也會是一種救贖。果實裡藏著一顆種子，象徵新的開始。

雖然這個種子現在可能還是苦澀的，未來的每一時刻提醒著自己，那些經歷過的痛苦不會是毫無意義的，因為這個果實的苦澀是一個提醒，提醒未來記得不要再犯不該犯的錯，不要再重蹈覆轍。它既能孕育新的生命，也能成為寶貴的經驗。人生中難免會有失去，雖然悲傷，這個情緒會讓自己很不舒服，但在前行的路上，不會完全的失去所有，我們總能發現新的希望，只是需要耐心地尋找。

第七章《強顏歡笑抗憂鬱》裡我閱讀到，生活中遇見困難時是需要選擇那一種方式？是壓抑？還是適時地釋放？在本書裡作者舉了兩個選擇，「灑香水」與「定期清理垃圾」，「灑香水」指的是將所有負面的情緒一直在心裡堆疊再堆疊，壓抑，遇到困難時，表面看起來若無其事，事情都已完成，其實已經將壞情緒壓抑在深不見底的深淵裡，因為一直持續累積壞情緒，即使是深谷終究也會裝滿；等到有一天，遇到無法處理的事物時，這個情緒已經滿溢，結果一次性地把所有情緒爆發吐出來，不僅無法紓解，甚至可能讓狀況變得更糟。

相較之下「定期清理垃圾」則是一個更健康，還可以讓自己舒服很多的方法，這種方法雖然也是把情緒累積，但是這個累積是需要找時間分類、整理，哪些是改丟棄的？哪些該留下？哪些情緒可以回收再利用？透過這樣整理的過程，給自己一個沉澱的，回到當時的情境，理清思緒，慢慢釋放讓自己不舒服的情緒，以及吸取這件事的教訓。作者在文章寫到：「情緒不一定要完全的消除，但你可以整理好，然後可以整理哪些是可以直接丟的垃圾，哪些是真正值得珍惜的快樂可以被留下。」這句話讓我學習到情緒的整理，不同的方法有不同的結果，因為閱讀了這篇文章我知道不要一直累積情緒，需要整理時就應該把它整理好，這樣才能在未來的生活上過的瀟灑，而不是壓抑被累積滿的不好情緒反噬。

最後第十八章《討厭鬼和爛好人》，這篇文章讓我在生活中有更深的思考，討厭鬼常常忽略自己的行為會讓人不舒服，常常觀察不到周圍人的眼神與暗示總是不知道他做的這個行為多令人厭惡，都不會詢問這個行為會不會讓你不舒服。「討厭鬼」的想法總是：「我覺得對你好的事情，你應該覺得很開心吧。」然而，現實中卻是相反的。「討厭鬼」我覺得是一種自私的人格，不考慮任何人的感受，只知道自己的想法；「濫好人」則是一直想著別人的情緒與想法，卻忽略了自己的感受，讓自己變成被欺負的人。一直謙讓別人，所有事情都不懂得拒絕，只是因為害怕不討好別人，別人就會討厭自己，卻忘了自己也需要被給予同樣的愛。自己一直付出，卻始終沒有得到該有的平等回應，不如斷了這段關係，讓自己過得舒服一點，去找一個能夠平等對待自己的人。不論是「討厭鬼」還是「濫好人」，這兩者都很難平衡。但作者有一句話，讓我對未來有所提醒：「讓別人舒服，也要讓自己舒服。」討厭鬼應該注意別人對他反感的反應，而濫好人則應該時常提醒自己，會不會犧牲太

多，應該多愛自己一點。

我想作者想強調的是每個決定都有犧牲與獲得，關鍵在於如何權衡並接受結果。這本書適合我閱讀，它提供具體的思考方式與建議。

四、討論議題：

- 1.愛自己是否成自私？
- 2.愛自己與取捨練習有關嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：英二乙

科 別：應用英語科

作 者：許庭瑋

參賽標題：當 AI 成為你的老師

書籍 ISBN：978-626-318-977-5

閱讀書名：AI 塑造的學習未來：教育現場的智慧觀點

原文書名：AI 塑造的學習未來：教育現場的智慧觀點

書籍作者：陳好寧

出版單位：商周出版

出版年月：2023/12/23

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

作者陳好寧畢業於臺大政治系、倫敦大學亞非學院人類學碩士。喜歡議題的思考，喜歡訪談和寫作。

這本書從「適性教育」、「科技學習」、「國際教育」及「品德素養」四大面向切入，呈現教育工作者在推動個別化教學、跨域人才培育、國際交流、雙語教學、自主學習、美感教育等過程中的各種掙扎與蛻變。最大的成就是幫助孩子在學習後找到自己、超越自己。

二、內容摘錄：

“適性教育，不是「為學習落後的孩子找出路」，而「為每個孩子找到最適合發展的潛能」。

p.49

“運用科技就像喝水，無所不在”p.127

“反思能力有如一道去蕪存菁的篩網，不只讓孩子更能辨別假訊息，也更能從資訊大海中，理解不同族群的想法、看見生活圈以外的世界、進而獲取自己需要的資源”p.189

三、我的觀點：

隨著時代的變遷，科技已經成為我們生活的日常，慢慢的我們的學習中也出現了「AI」，人工智慧開始可以幫助我們學習，這本書也有探討AI是如何影響我們的學習方式的，從不同角度分析了AI在教育現場的應用和挑戰等。

看完這本書之後也讓我思考更多科技與教育的關係，應該怎麼保持平衡，才能真正提升學習品質。書裡面有幾章我覺得滿有趣的像是「AR實驗—模擬解剖青蛙」，做實驗的時候

難免有危險的可能性，所以教師們就利用AI創造一個模擬化學實驗的應用程式，減低了實驗的危險，而且還能讓學生能隨時在平板上重現實驗的過程，真的非常方便和安全。

另外書中有一章「對AI練英文口說，更有膽量」，身為應用英語科的我很有感觸，雖然我們是語言專業，但在課堂中時常會害怕開口，書中提到了一個現象，許多學生在英文課時都安靜不言，回到家有了平板的協助，卻願意對著平板練習英文，老師從後台聽學生的練習紀錄，聲音明顯變得更大聲、也比較放鬆，這讓學生找到自信、開始主動學習。

以我自己而言，遇到不會念的單字時，都會上網查字的發音，也會運用AI，AI其實也講的很標準，真的幫助了我很多，讓我進步了許多。當然文章中也提到了學生最愛用的應用程式之一~ChatGPT，書中也坦言不少家長擔心ChatGPT會讓孩子寫作業的習慣受到影響，例如無法自主思考，習慣抄襲，但是不得不說有了ChatGPT，方便許多，我們現在做專題報告時，要從浩瀚的網絡空間中找到正確資訊不容易，甚至會有許多錯誤資料，如果能善用AI，或許是我們學習時的好幫手，讓我們在學習上更有效率，也能讓老師們在教學時更流暢，當然AI雖然有其便利性，可是人們也會擔心未來會不會帶來許多失業問題等，書裡也有提到「人工智慧襲來、活的像個仁，才不會成為被機器人取代的人」，這也是許多人擔心的問題，我們當然不會想被AI取代，我們要做的是明白如何利用AI，如何加強自己提問的能力，以及思考邏輯。

《AI塑造的學習未來:教育現場照會觀點》這本書讓我對AI在教育領域的應用有了更全面的理解，AI確實能提升學習效率，可是不能忽視我們學生的思考能力培養，還有老師的不可替代性，科技是學習的助力，而不是過度依賴AI。謝謝AI帶給了我們生活許多方便，但是也很希望未來不會受到AI太大的影響，適性的使用才是對的，我們還是要學習靠自己，未來的教育應該要保持人文關懷的同時，善用AI技術來提升學習體驗，這樣才能真正打造一個更公平、更高效的學習環境。

四、討論議題：

在未來，AI會不會比人類更懂得如何管理世界？

AI會讓我們變"超級人類"，還是變成"懶惰生物"？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商
年 級：2
班 級：會二乙
科 別：會計事務科
作 者：盧柏誌
參賽標題：學習就這 8 件事
書籍 ISBN：9789862352083
閱讀書名：學習就這 8 件事
原文書名：學習就這 8 件事
書籍作者：胡安·馬帝歐
出版單位：臉譜
出版年月：2012/09/06
版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

《學習，就這八件事》是由 胡安·馬帝歐所寫的一本書，主要探討如何透過有效的方法來提升學習力，而不是單純依賴智商或天賦。學習的關鍵在於掌握正確的技巧，而不是盲目地死記硬背。因此，他在書中提出了八個影響學習成果的核心要素，幫助讀者打造更高效的學習系統。

這本書適合學生、家長、老師，甚至是職場人士，因為學習不僅限於學校教育，而是一生都需要的能力。書中內容不只是理論，還搭配許多實際案例，讓人更容易理解和應用。

二、內容摘錄：

「學習不是天生的，而是可以透過後天訓練來變強。」（第25頁）

「大腦的可塑性決定了我們可以透過練習和方法來提升學習能力，而不是單靠天賦。」（第40頁）

「真正的學習者不是背誦最多知識的人，而是能夠把知識應用在生活中的人。」（第78頁）這幾句話點出了一個關鍵——我們都可以透過學習方法的改變來變得更聰明。換句話說，學習是一種可以培養的技能，而不是與生俱來的天賦。

三、我的觀點：

讀完這本書，我最大的感想是「學習這件事，真的沒有人天生就會！」我一直以為，學霸就是天生聰明，而學得慢的人就是比較笨。但這本書讓我徹底改觀——其實，學習效率差，往

往不是因為腦袋不夠聰明，而是方法不對。

這本書讓我開始重新思考自己學習的方式。回想學生時代，我常常熬夜讀書，拼命把課本內容硬塞進腦袋裡，但考試成績卻不如預期。這本書強調「輸入與輸出要平衡」，讓我意識到自己一直以來的問題——我只是被動地接收知識，卻沒有透過實際應用來強化記憶。後來，我試著改變學習策略，例如使用費曼學習法來解釋概念、做筆記時用「關鍵字聯想」來整理重點，結果發現學習效果大大提升。

書中還提到「動機與自信心」的重要性，這讓我特別有共鳴。我發現，當我對某個主題有興趣時，學習起來特別輕鬆，反之，當我覺得某科很難時，就會不自覺地抗拒學習。這其實是一種心理障礙，因為我們的學習心態影響了我們的成果。所以，我開始用更積極的方式來面對學習，告訴自己「這不是我學不會，而是我還沒找到對的方法」。

另外，書裡提到「學習要有策略」，這點對我幫助也很大。我發現，很多人讀書只是機械式地做筆記，卻沒有真正理解內容。我開始使用更有效的方法，例如主動測試自己，而不是只讀筆記，或是將學到的知識應用在日常生活中，這樣才能真正掌握。

專注力的影響也不能忽略！現在這個時代，手機幾乎成為我們學習的最大干擾。書中建議「一次專注一件事」，讓我開始改變自己的學習環境。我試著在學習時將手機放到房間的另一邊，並使用「番茄鐘」來專注學習25分鐘，再休息5分鐘，結果發現學習效率比以前提升很多。

此外，這本書也讓我思考「學習的真正目的」。過去，我總覺得學習就是為了考試，但現在我明白，學習的真正價值在於能夠應用，並且讓自己成為更有能力的人。學習不是為了應付測驗，而是為了提升自己，讓自己更有競爭力。

這本書讓我意識到，學習其實是一種習慣，而不是一時的努力。很多人以為，只有在學校裡才需要學習，但事實上，學習應該貫穿我們的一生。無論是在工作中、興趣培養上，甚至是生活技能方面，學習能力都決定了我們的成長速度。因此，我開始更有意識地去培養自己的學習習慣，例如每天固定閱讀、參加線上課程、記錄學習心得，讓自己保持進步。

另一個讓我印象深刻的觀點是「錯誤也是學習的一部分」。我們往往害怕犯錯，擔心失敗會讓我們顯得笨拙。但書中提到，真正的學習者是願意從錯誤中成長的人。這讓我想起自己以前學英文的經驗，剛開始時總是害怕講錯，但後來發現，敢於開口、敢於錯誤，才是真正讓

我進步的關鍵。

總結來說，這本書讓我對學習有了全新的理解。學習並不是一件「天生就會」的事，而是一種可以透過練習和策略來提升的技能。這讓我更有信心，未來不管學習什麼新事物，我都知道該如何有效地掌握它！

四、討論議題：

這本書帶出了一個很值得深思的問題：「為什麼學校沒有教我們怎麼學？」

我們從小到大在學校學了無數的科目，但有多少老師真正教過我們「如何學習」呢？學校要求我們考高分，但卻沒教我們怎麼有效記憶、怎麼提升專注力、怎麼運用學習策略。如果學生能夠更早接觸這些學習方法，成績或許會進步得更快，甚至對學習產生興趣。

這也讓我想到了，傳統教育是否太過強調成績，而忽略了學習的本質？我們是不是應該推廣更多像這本書提到的學習方法，而不是只讓學生埋頭苦讀？這些問題，值得每個學生、家長、老師好好思考。

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：商二甲

科 別：商業經營科

作 者：簡愛

參賽標題：負面情緒是人類自然的一部份

書籍 ISBN：9789863427278

閱讀書名：不被情緒左右的 28 個練習

原文書名：「引きずらない」人の習慣

書籍作者：西多昌規

出版單位：三采文化

出版年月：2016 年 11 月

版 次：十六版

一、圖書作者與內容簡介：

作者西多昌規是一名日本精神神經學會醫師，具睡眠醫療師資格，他在醫療現場診治時發現，影響現在人生活最具嚴重性的是情緒困擾，有職場失意、感情受挫、人際關係等問題。即便他自己，也曾因為病患不合理投訴、與主管同事和學生間的人際關係感到心力交瘁。因此本書最主要告訴我們「我們的目標並不是成為一個完全『放下情緒』的人，而是將『被情緒影響』的痛苦，化為前進的能量。」

二、內容摘錄：

「完美主義」的人常會有強烈的不安全感，認為「不完美會被別人唾棄」。P.27

凡事都從好的方面看是很重要的。但是，強逼自己正面思考，反而會造成心理的壓力。P.55

不管能不能解決問題，擁有可以抱怨或說出困難的機會，便是提高韌性的最實際方法。P.90

珍惜可以抱怨的良好人際關係。P.91

如果對所有的一切都堅持不放棄，心靈將會無法承受壓力。P.99

越是難過越要讓自己露出「笑容」。P.141

如果心裡有疙瘩，還是趁還有機會溝通的時候談談，以免來日抱著遺憾而後悔。P.151

把「悲傷」哭出來、說出來。P.168

學習如何與壓力相處。P.171

沒有「受挫」的經驗，便永遠無法學會切換情緒的方法。P.174

三、我的觀點：

閱讀這本書後，我受益良多，也明白「情緒是可以透過訓練來管理的，並非只能被動接受。」人與人相處時，會產生出很多複雜的情緒時，可能是興奮、可能是憂慮、可能是哀傷、原來是可以透過簡單的練習來影響情緒的反應，進而改善人際關係與提升生活品質。

例如書中說到：「刻意練習『與情緒共存』，而非是消除情緒」。還沒看這本書之前，社會中一直教導我們要放下，要擺脫負面情緒才是情緒管理的最終目標，但這本書給了我們更合理及人性化的建議，因為人本身有情緒這件事是平常的，我意識到我們並不需要刻意去消除情緒，而是要學會如何與它共存。

既然每個人都有情緒，所以有負面情緒也是常態，重點是我們是如何看待「情緒」的產生及變化，我們應該是學會理解並接受自己每個不同的情緒，明白情緒出現的原因，並且找到合適的方法去應對任何一個情緒的變化，就不會再被情緒掌控，我覺得對於身為高中生的我們十分受用。

其次，我還在書中看到一個很棒的觀點，書中提到：「只要有人際關係，就免不了有世代的代溝」。不同的時代、不同社會背景下會形成各種各樣的人，既然有不同的人生，因此每個人的性格與情緒便會大有不同，有些人情緒很平穩，看起來溫和；有些人情緒與脾氣很強硬，也會常常與他人有衝突，對我來說，世界上沒有一開始就合拍的兩個人，一定是要去互相瞭解，多點溝通、慢慢磨合，才有可能出現互相理解的關係。但如果雙方的想法都有所堅持，固執己見，甚至排斥對方的想法，不肯接受，那再怎麼溝通，或許都無濟於事，有時候也要放過自己，不需要強迫建立關係。

「設定『情緒緩衝區』」是本書作者提到的一個好建議，當我們感到情緒低落、憤怒或焦慮不安時，不要立刻做出任何的回應，可以先讓自己安靜，思緒暫停十分鐘，以免因說錯話或做錯事而感到更加後悔或無可挽救，這樣的方式可以避免掉很多不必要的衝突，讓自己能夠以更理性的方式處理更多的問題發生。「學會接納情緒，而不是壓抑它」也是書中提出的方法，之前，由於家庭因素，我對自己的情緒管理有一定的要求，甚至認為不應該出現負面情緒，每當我感到難過或是焦慮時，就會試圖想要快速消除這些情緒。這種方式讓負面情緒看起來像是一種錯誤，對於之前的我來說，確實如此。看了這本書之後，我瞭解到，負面情緒並不是一件壞事，它只是人類生命中最自然的一部份。擁有負面情緒才可以幫助人們更瞭解自己。

這本書重新詮釋了「情緒管理」的概念。過去，我以為控制情緒就是要壓抑自己的情感，讓自己無動於衷，但實際上，真正的情緒管理是與情緒和平共處。書中提供了28種控制情緒的練習，幫助讀者以更成熟的方式應對壓力與挑戰。這本書不僅改變了我對情緒的看法，也強調了自我珍惜和溫柔對待自己、控制情緒的重要性。情緒是生活中的一部份，負面情緒無法完全避免，但可以自己引導情緒，我們要自己控制情緒，而不是任由情緒來控制我們。這

本書對於任何想提升自己的情緒管理的人來說，都是一本值得一讀的好書。

學會好好控制情緒是一件很重要的事情，不只對你自己，對別人也是如此。一次的情緒很有可能決定你這一天的心情與態度。曾經有人和我說過：「開心過是一天，難過過的也是一天，為何不以開心得情緒來過完美一天」。如果可以的話，我會選擇做好情緒管理，開心得過一天。

四、討論議題：

如何區分「情緒管理」與「逃避問題」？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：商二乙

科 別：商業經營科

作 者：許雅琪

參賽標題：如何讓人們動起來支持環保

書籍 ISBN：9789866158766

閱讀書名：環保一年不會死

原文書名：No Impact man

書籍作者：柯林.貝文

出版單位：野人

出版年月：2018/08/29

版 次：初版

一、圖書作者與內容簡介：

2006年11月，柯林開始進行為期一年的「零污染生活計畫」，結果意外吸引了全球主流媒體的注意與報導，作者也受邀到各大電視與廣播節目接受專訪。《環保一年不會死！》在美國引起廣大迴響，啟發了超過5萬人一同響應零污染生活計畫。

這本書主要是作者的「零污染生活計畫」，作者全家加入「零碳生活實驗」不使用一次性包裝、不亂花錢，減少消費、移除電視、家裡斷電、搭乘減碳運輸工具、購買在地食物、自備容器買東西。

二、內容摘錄：

不製造垃圾、不排放二氧化碳、不排放有毒廢水，只買當地食材（p.14）

獨立行動是你的權利，絕非成果；不要讓行動的成果成為你的動機，也不要讓自己執著於不行動（p.110）

綠色供電方案或許值得選擇，但嚴格來看，他仍是意味著把我家空調打開，會導致更多天然氣化為熊熊火焰，更多二氧化碳從紐約的發電廠排出來（p.263）

三、我的觀點：

讀完這本書之後我對於現在的環保議題有了更深的思考，也額外查詢了許多相關資料。

其實一次性的用品早已充斥在你我的生活之中，因為現代人都是一出生就活在極度便利的環境，像是竹筷子、塑膠湯匙、塑膠叉子、雙耳塑膠袋、一次性紙盒等等，都是我們從小用到大的東西，所以現代人早已習慣了一次性用品所打造出來的便利生活。但是，在現在

的社會，環境保護已經成為了一種近乎公認的普世價值，因為你不管去問青少年還是中年人問說：「你認同環境保護重要嗎？你知道怎麼用實際行動去環保嗎？」，他們幾乎都會無一例外的同意環境保護很重要，而且還能說出很多實際日常生活就能夠減少製造垃圾的方法，這樣看來人類的垃圾製造量會一年比一年低才對，然而事實卻是相反的，事實上人類製造出來的垃圾量正一年比一年高，這是為什麼呢？因為只有少數人真的在用實際行動支持環保，多數人只是在用「嘴」支持環保而已，所以該怎麼讓大家行動起來，才是現今環保所面臨的最大阻礙！

書的作者柯林·貝文就有在書裡向讀者提問過：「我們願意為更好的生活品質做出真正的改變嗎？我們願意成為天生勇於嘗試的人嗎？」誠然，對於一般人來說，改變固有的生活習慣是非常困難的，但通常改變只需要一個小小的契機，作者是為了搞清楚自己能不能帶來改變，才決定進行「零污染計畫」的，而我們該如何製造這個契機呢？首先，可以先從讓人們脫離「環保很麻煩」這個觀念開始，我發現有一件事是我們很輕鬆就可以做到，而且可以減少污染，那就是把食物吃乾淨，根據

環保署統計，2021年全台灣丟棄了近50萬噸的廚餘，相當於每一位台灣人，每個人光一年就丟掉了20公斤的食物，雖然理論上廚餘可以拿去堆肥或用來產生沼氣發電，但是，目前台灣在這方面回收處理的能力有限，所以很多廚餘實際上都是當成一般垃圾處理掉了，這樣就造成了更多的汙染。總的來說，我相信只要告訴人們環保不麻煩，想辦法降低環保的門檻，讓人們了解原來環保是如此簡單的、可執行的，那總會有多一點的人願意嘗試保護這顆唯一的地球！我其實非常佩服作者能直接從零污染為起點開始改變，因為我大概很難一開始就嘗試零污染，所以我希望他這本書能讓全世界都知道，讓全世界的人們都知道改變的必要性！

看完這本書後，我也想從生活中做出一些改變，例如購物時重複使用環保袋，不需要再花錢買塑膠袋。買外食背一個專門放餐具的手提袋，裡面放餐具、保鮮盒，如果要買的食物有醬汁或湯汁也可以多放一個完全防漏的外食袋，不僅能減少垃圾量且還能省錢。交通工具從騎電摩改成騎腳踏車，優點在於腳踏車體積小，又能減少碳排放、減少耗電量，讓身體變得健康。盡量少買過度包裝的食品或者過度加工的產品，也盡量少買從外地進口的物品，減少貨運所帶來的碳排放。做出這些改變後，雖然生活變得沒那麼便利，不過為了地球的永續發展，這些缺點所帶來的不方便，相形之下便不足以掛齒，寧願自己麻煩一些，也不要給地球環境添麻煩！

四、討論議題：

為什麼在這個幾乎人人都有環保觀念的世代，地球的惡化速度卻越來越快？我們又該怎麼讓世人行動起來？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：資二甲

科 別：資料處理科

作 者：戴億安

參賽標題：做自己：法國女人教我的事

書籍 ISBN：978-986-90173-1-2

閱讀書名：做自己：法國女人教我的事

原文書名：Ooh La La: French Women's Secrets to
Feeling Beautiful Every day

書籍作者：潔米・凱特・凱蘭

出版單位：好人出版

出版年月：2014 年 2 月 1 日

版 次：出版

一、圖書作者與內容簡介：

作者潔米曾為雅詩蘭黛撰寫美妝時尚廣告文案；曾在派拉蒙電影公司工作；曾獲獎學金而赴法國奧維拉的維吉尼亞藝術中心進行寫作，獲頒麻州藝術委員會的小說獎學金

這本書的內容在描述：法國女人總是給人一種美麗、自信、大方的印象，作者為了瞭解法國女人美麗的秘密，足跡踏遍整個法國，拜訪許多法國女性，從她們種種日常生活的細節裡，發現了法國女人美麗的祕密就是做自己，是需要花心思培養的人生態度。

二、內容摘錄：

「美沒有唯一的標準！」(p.25)

「最後，用導演的眼光審視妳自己，假設你妳在為一部新片選角。現在想想看，在人生這座舞臺上，妳想要扮演什麼角色呢？妳就是大明星。」(p.28)

「法國女人相信美來自一個人的內在，而不是膚淺的外貌，所以何不好好端看你的內心，認識自己真實的美，開始把自己當作人生中的女主角。」(p.40)

三、我的觀點：

在學校圖書館瀏覽書架時看到書名中的「做自己」這個詞，我很喜歡這種心態，也想要學習這種態度。雖然自己測的MBTI是E人，屬於活潑又熱愛社交的類型，但是，我平常面對不認

識的人都很內向，說話會變緊張，只有在熟識的朋友面前才會玩得很嗨，所以想學習這種自信的態度讓自己更從容自在。再者，我很喜歡的韓國女團（G）I-DLE她們很多歌曲的概念都提到相關主題。例如「要勇於做自己」、「打破刻板印象」、「擺脫容貌焦慮」、「不需要靠成為別人，才能獲得喜愛，只有開始學會愛自己，不去在意別人的眼光的時候，自己才是閃閃發光的」等等歌詞，因此，我想更了解如何「做自己」。

在這本書中，我學到了：「自我認識與接納」，據我觀察，現在的社會很多人經常會受到外界標準的影響，一味迎合他人，可能因為長相、身材不符合所謂主流標準而自己覺得很自卑，但是。書中提到，許多法國女人從不為了取悅別人而做改變，他們勇於表達真實的自我，並為此感到自豪。作者提醒要重視自己的感受與需求，先愛自己，才能愛別人。

書中提到法國女人對生活的態度充滿優雅與從容，她們不會為了應付日常瑣事而感到焦慮，反而在繁忙的生活中保持著一種精緻與輕鬆的態度。當我在面對同時要做很多事時，不管是社團的比賽、團練、考試，還是從這學期開始上的專題課...等，很多事情我都想要做到最好，所以很常覺得緊張，但是也了解到，越緊張越容易出錯，所以在緊張時，我應該要先深呼吸冷靜下來，再一一把事情處理好。在書中，我認識到「自信」的意義，法國女人並不依賴於他人來證明自己的價值，而是會將自己的事業、興趣和愛好放在首位。現在因為科技發達，網路越來越方便，也有IG等的社交軟體，有些人看到別人說對於自己惡意的話、批評...之類的，會覺得很難過。不只是網路，現實的生活中，也會有這樣的事發生，所以，我從這本書學到不要依賴於他人來證明自己的價值，要相信自己、愛自己。（G）I-DLE中閃耀的明星 葉舒華也曾說過：「我愛我的自然、我的本身。就算在你們眼裡是覺得有瑕疵的，我都覺得珍貴，這就是我要的美。」、「活在別人嘴下是一種愚蠢」而做自己並不是自私，真正的「自信」是要學會尊重自己、珍惜自己，不要一直為了迎合別人迷失了自己；也更懂得尊重他人、同理對方。書中也提到了法國女人對於生活細節的重視，不論是穿著打扮，還是飲食習慣，都給人一種簡約、精緻的感覺，她們注意到從日常生活中常被忽視的細節，學會享受這些細節帶來的快樂，我想，這應該是現在流行的「儀式感」所帶給人的平實穩定而愉悅的感受吧！

我從《做自己：法國女人教我的事》這本書學到了很多，在讀這本書時，我不斷思索如何做自己、如何活出屬於我的特色，感覺自己比以往更成熟、更自在，也沒這麼害怕、擔心別人是怎麼看我的了。

四、討論議題：

書中提到法國女人並不依賴於他人來證明自己的價值。我們要如何做自己？如何提升自信心？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：2

班 級：多二甲

科 別：多媒體設計科

作 者：林姿

參賽標題：長久的旅行

書籍 ISBN：9786267406700

閱讀書名：誰的青春不是被吹得東倒西歪

原文書名：誰的青春不是被吹得東倒西歪

書籍作者：未秧

出版單位：悅知

出版年月：2024 年 5 月

版 次：第一版

一、圖書作者與內容簡介：

未秧從2021年開始從事影音創作，分享讀書方法、心理學知識和對社會和人的觀察。本書透過作者自身的體驗，探討掙扎、選擇、愛與成長，鼓勵讀者勇敢追求夢想。作者告訴我們，人生難免遇到挫折，但是只要不放棄繼續努力一定會獲得回報，作者也告訴我們要選擇自己喜歡的事物，珍惜身邊的人，不要因為不值得的人而迷失自己，專注自己，持續熱愛生活。

二、內容摘錄：

「認識自己」、「展現自己」並「實現自己」，才是真正欣賞與接納自己弱點的唯一方式，而這也是與自己相處最自在的生活方式。(p.58)

我們都因為彼此，成為了更好的人。

或許也因此，成為對未來某個人更對的人。

時間總會報答你，若你能一直前進，

今天的你就是比昨天更好。

三、我的觀點：

《誰的青春不是被吹得東倒西歪》當我看到這個書名時我就有了想閱讀這本書的想法，因為「青春」這兩個字我覺得很符合我們高中生十七、十八歲的年紀，「東倒西歪」這四個字我覺得就像人生中遇到的挫折與難題，即使挫折與難題不斷我們仍然磕磕絆絆繼續向前，繼續生活。閱讀完這本書我覺得這四個篇章是關於選擇人生、自己、愛與被愛和這個時代下的我們，這四個篇章裡頭很多的句子都讓我印象深刻，有一些感觸。

第一章我覺得主要在說「選擇」，我們人每一天都在做選擇，選擇早餐吃什麼、選擇穿什麼衣服、選擇喝什麼飲料，我們也會有一些重要的選擇，這些選擇可能會影響我們的人生，也可能改變我們的生活，像是選擇讀高中還是高職、選擇大學校系、選擇工作。選擇高職，碰到了與普通高中不一樣的生活，除了國文、英文和數學剩下的專業科目和檢定，對我來說好困難，常常問自己為什麼要來讀職業學校，感覺自己其實並不適合設計，總是對再畫一幅畫時構想很久還是沒有想法，曾經也有想要轉學的想法，但是想到自己的成績，害怕在普通高中可能被當掉拿不到學分，最終打消轉學的想法，也順利的度過了高一生活。開始了高二生活，有了新的專業科目要學習，我又開始自我懷疑，覺得自己真的不適合設計科，但是也還是因為自己成績所以沒有打算轉學，我轉了自己的心態想著現在學的東西也是在增加自己的技能多學一些也沒有關係，或許在未來也能派上用場。所以當我在看到書中看到這一句話「沒有人知道明天會發生什麼，也沒有人知道哪一條路才是對的。」或許我不用再問自己為什麼要讀職學校、為什麼要選擇多媒體設計科了，我已經沒有什麼時間這樣問自己了，或許我把現在學習的課程也好好學起來比逃避更有用處，學習現在的課程外也慢慢瞭解自己未來想讀的科系。

第二章我覺得主要在說「自己」。我覺得人每天都在自己的心理和自己對話，我時常和自己對話，有時候是簡單的小事情，但有時候就是和自己有關的大事情。每一次簡單的對話我都覺得好像更認識自己了一些。我覺得認識自己和好好的愛自己是人生中必學的課題，只有認識真正的自己能好好的愛自己，我們都應該先學會愛自己我們才知道如何愛人。現在的我，我覺得還沒有學會好好的愛自己，總是在意與自己人生無關的人事物，我應該偶爾忽視一些外界的聲音，勇敢去做自己，去嘗試自己喜歡的事物、挑戰以前沒有的事物，這樣我應該會對生活更有熱忱，更喜歡這個世界。

第三章覺得在說「愛與被愛」，我覺得「愛」在每個人的心裡一定是不可或缺的，人生中也可能會有一些美好的愛情或失敗的愛情。我認為兩個人相遇一定都有意義而且也有緣份，相遇都很不容易我們應該都好好珍惜身邊的人，或許某一天後你們就不會再見面。

第四章在說「這個時代下的我們」，我覺得現在這個時代，沒有真正的公平也沒有，我們要看開一點也要學會換位思考，換個角度可能會改變對這件事的想法。閱讀完這本書，覺得收穫很多，學習了很多人生道理，書中很多的句子，也很溫暖，有魔力的感覺，感覺青春像一個長久的旅行，即使中途會遇到各種不同的風景，但結局一定會是美好的。

四、討論議題：

我們應該如何認識自己？愛自己？

1131015 梯次

教育部全國高級中等學校【小論文】寫作比賽得獎作品



特 優

《商業類》

篇名：

花蓮民眾對電商物流經營模式及滿意度調查-以蝦皮購物平台為例

作者：

劉佳媛 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

林育榛 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

吳珮綺 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

指導老師：

林淑滿 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

近年來網路購物平台興起，便宜又省時的特點讓民眾對網購的需求大增，且因疫情，讓民眾對網路購物更加依賴，使得購物率逐年增長，加上 OK 商店及蝦皮店到店陸續進駐花蓮市區，有免運活動時，商店門口的貨物堆積如山，造成一些路段的人行道混亂與阻塞，但還是有許多民眾選擇相同的物流模式，所以我們想要調查花蓮市民眾使用蝦皮購物時選擇的物流滿意度以及該如何改善包裹堆積的問題。

二、研究目的

- (一) 探討國內電商在物流配送上的比較
- (二) 探討與蝦皮物流配合的電商營運模式
- (三) 探討蝦皮店到店(智取店)的營運模式
- (四) 了解花蓮市民眾對蝦皮購物平台物流配送的滿意度
- (五) 針對問卷的結果對蝦皮平台服務及蝦皮店到店給予建議

貳、文獻探討

一、國內電商物流的現況

(一) 電子商務的定義：

「**電子商務(e-commerce)**簡稱電商，是指互聯網和電子通訊技術進行商業活動的過程。」(Lisa, 2024)。簡單來說，就是在網路或電子商務平台進行交易活動以及相關服務，包括網路商店、網路市場和網路交易平台等。電子商務讓商家在全球範圍內進行線上交易，消費者也可以透過電商平台買到各種商品及服務。電子商務的發展讓許多商業模式及消費文者的購物習慣改變，成為商業活動中不可或缺的部分。

(二) 電商營運模式的現況：

現在的電商營運模式有 B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A、C2A 七類。本組經搜查並討論後，對電商營運模式的介紹統整成以下圖表：

表一：電商營運模式的現況

名稱	說明	舉例
B2B (Business-to-business)	指企業之間進行的交易。這種營運模式大多是批發。	TradeAsia、台灣貿易網、GOOBAY
B2C (Business to Customer)	企業向個人消費者銷售商品以及服務的模式。是最常見的電子商務模式。	Amazon、PChome、MOMO 購物平台
C2C (Customer to Customer)	指個人之間直接進行的交易。	露天拍賣、eBay
B2M (Business to Marketing)	企業向零售商銷售商品以及服務的模式，通常發生在供應鏈中。	Coca-Cola

表一：電商營運模式的現況

名稱	說明	舉例
M2C (Manager to Consumer)	零售商直接向消費者銷售商品或服務的模式，不透過中間商。通常發生在線和實體零售商中。	7-11、全家、Walmart
B2A (Business to administrations)	企業向政府機構提供商品及服務的模式。	台灣電子採購網、SAP
C2A (Consumer to administrations)	個人向政府機構提供商品及服務的模式。可能包括個人向政府機構支付稅款或費用。	財政部稅務新聞網、衛生福利部健康保險署網站

資料來源：適文（2024）。電子商務是什麼？7種電子商務類型、10大電商平台推薦。

<https://welly.tw/blog/electronic-commerce>

二、目前國內常見電商平台物流及運費活動比較

「物流是一種物的實體流通活動的行為，以最低的成本，通過運輸、保管、配送等方式，將商品從產地運輸到送貨地點的計畫。」（Boxful 任意存，2019）。目前臺灣國內常見的第三方電商平台有蝦皮購物平台、MOMO 購物、PChome 線上購物、淘寶台灣以及東森購物等。以下圖表是各個電商平台在物流及運費等活動的特色比較：

表二：電商平台、物流、運費、優惠券活動比較表

電商平台	物流	運費	優惠活動
蝦皮購物平台	提供宅配、超商取貨等。店到店:蝦皮也有自己的物流系統，負責部分配送服務。	1.使用免運券 2.超商取貨滿 199 元免運。 3.蝦皮店到店滿 99 元免運費，未滿 99 元運費 45 元。	1.星期五 2.雙 11 3.限時特價 4.搶購免運券
MOMO 購物	有自己的物流系統，通常較穩定，也有多種取貨方式，能夠在短時間內完成配送。	1.會在商品頁上標明運費資訊。 2.未滿 490 元，運費 75 元。	1.不定時發放優惠券 2.推出集點活動 3.買一送一 4.滿額贈
PChome	提供宅配和超商取貨，有自己的物流系統，物流速度快，且有專業的客服團隊提供售後服務。	1.會因為活動而推出不同運費，活動期間四大超商滿 99 元免運費 2.未滿 490 元，運費 75 元。	1.專屬會員日活動 2.定期發放折購碼及優惠券 3.超值套裝

表二：電商平台、物流、運費、優惠券活動比較表

電商平台	物流	運費	優惠活動
淘寶台灣	物流由賣家自行選擇，可提供多種不同配送方式。買家需要根據賣家的政策和配送方式進行選擇。	運費會因所在地區而有所不同。	1.信用卡優惠 2.新用戶福利 3.支付寶紅包
東森購物	有自己的物流系統，提供超商取貨和宅配等配送方式。物流速度和服務品質較可靠。	1.不同的商品有不同的運費標準。 2.滿 490 元免運費，未滿 490 原則收 80 元運費	1.推出集點活動 2.提供會員專屬優惠 3.超值組合 4.滿額贈品

資料來源：Polly（2024）。電商平台比較 | 台灣常見 10 大電商平台推薦與比較。

<https://welly.tw/blog/ecommerce-platform>

三、蝦皮購物的發展歷程

2017 年「蝦皮商城」正式在台灣上線，根據（楊育翔，2023）文章指出看好 B2B2C 商機，且提供消費者「三大保證」服務，形成從賣家出貨到消費者退貨交易全程皆確保買賣雙方交易權益，其中三大保證為 15 天鑑賞期、退貨零負擔、無假商品。

表三：蝦皮購物國內發展歷程

時程	發展歷程
2015 年	「蝦皮拍賣」進入台灣 C2C 市場，主打「隨拍即賣」、「成交免手續費」，推出貨物配送「免運費」策略，第一階段為「黑貓宅急便免運」
2016 年	第二階段是「超商取貨免運費」，短短三個月直接讓會員衝破 300 萬
2017 年	開始對賣家收取手續費，推出「蝦皮商城」，搶攻 B2B2C 商機，蝦皮拍賣改為「蝦皮購物」
2018 年	推出蝦皮 24 小時購物中心，提供 24 小時到貨服務，取消免運費活動，調漲和賣家收取的手續費，從原本的 0.5% 提升到 1.49%
2019 年	推出「Shopee LIVE」直播，與國泰世華銀行合作推出聯名卡
2021 年~至今	設立蝦皮店到店，推出實體店面服務

資料來源：Readmoo 編輯團隊（2019）。免運的背後，蝦皮做了什麼。

<https://news.readmoo.com/2019/05/06/shopee/>

四、蝦皮購物平台的經營模式

蝦皮購物平台的營運模式是基於電商平台的基礎上，通過跨境貿易、物流配送、付款安全和顧客服務等方面的不斷完善，來提供優質的購物體驗。

表四：賣家的經營模式

平台	針對賣家建置完善的交易管理後台、提供賣家訓練，一方面透過優惠券的發放和商品訊息的傳播提供給消費者
產品	進行賣家認證、產品上架檢驗，同時透過演算法推薦合適的產品資訊給消費者
金流	提供第三方支付撥款，提高買家與賣家交易的安全性、公正性、可信賴性
物流	與第三方物流夥伴合作配送，像是黑貓宅急便、宅配通、新竹物流、超商取貨等

資料來源：張筱祺（2017）。從營運模式看蝦皮購物之影響。<https://reurl.cc/MjoXyv>

根據（顧問，2021）指出 Google 發布的《2021 智慧消費關鍵報告》中指出，消費者更重視直覺思考，進而去選擇自己熟悉或喜歡、有見過聽過的品牌。因此如果蝦皮若想在資訊爆炸的環境中持續拓展銷售量，那就更需要與消費者建立與顧客間的品牌信任和忠誠度。以下是蝦皮購物針對買方的經營模式：

表五：針對買家的經營策略

用戶評價	每個賣家商品下都會有曾購買過的顧客留的評價，可用來參考判斷這家商品的優與劣，評估是否可購買。	
蝦皮會員	每人皆是蝦皮會員，達到蝦皮制定的累計消費金額就能夠提升你的蝦皮會員階級。銅蝦、銀蝦、金蝦再到白金蝦。會員享有免運、折扣優惠，等級越高福利越豐富。	
回饋方案	蝦幣回饋	顧客購買商品後給予評價回饋，可獲得蝦幣。 完成蝦皮平台制定任務即可獲得蝦幣。
	銀行回饋	刷指定銀行信用卡獲得優惠可免部分費用。
	折價券	利用玩遊戲(如:蝦蝦果園)獲得折價券、全站購物金。
促銷方式	免運吃到飽、看直播領券去、全站優惠券、商城優惠券、日韓貨 99 元起等。	
社交媒體	蝦皮利用社群平台的官網帳號持續更新，如:Facebook、Instagram，可快速通知顧客消息，並在顧客產生需求後，成為顧客考慮使用的平台。	

資料來源：顧問（2021）。善用蝦皮購物八大行銷工具。

<https://university.shopee.tw/article/11/533>

五、蝦皮物平台的行銷策略

「行銷策略是由美國麥卡錫教授於 1960 年代提出，可分為產品、價格、促銷與通路四種策略，合稱為行銷 4P。」(林淑芬，2023)。

表六：蝦皮物平台的行銷 4P

產品 Product	1.有形產品（美妝保健、男女衣著、居家用品等） 2.無形產品（音樂、Line 貼圖、軟體等） 常見禁賣物品：槍藥砲彈、活體動植物、醫療用品等
價格 Price	1.賣方：手續費 2.買方：運費
促銷 Promotion	不定時推出各種優惠活動，或與其他公司合作 1.蝦皮主題活動：留言參加抽獎活動、互動遊戲、1 元搶等 2.蝦皮商城：超級品牌日、限時搶購、3C 家電閃購物節等 3.蝦皮購物：賣家自行舉辦折購活動、提供滿額折價券
通路 Place	1.郵寄 2.超商取貨付款 3.超商零元取貨 4.黑貓宅急便 5.賣家宅配 6.蝦皮店到店

資料來源：曲潔君（2020）。行銷 4P 都還沒搞懂，又多了行銷 7P？圖解基礎行銷理論。

<https://university.shopee.tw/article/8/282>

六、蝦皮店到店(智取店)的營運模式

台灣蝦皮的核心目標為「自建一個有自主權的物流通路體系，掌握策略主動權，透過後台累積大數據，有效為公司開源節流，創造新的成長曲線。」(散戶研究員的投資計畫，2023)。蝦皮購物的「蝦皮店到店」服務是為了讓大家取貨更方便，不用在家等快遞，可以選擇在附近的實體店取貨，還能幫蝦皮降低物流成本，提升我們的購物體驗，同時增加實體店的客流量，讓網購和實體店的好處結合在一起。

（一）SWOT 分析

「SWOT 分析是將企業內、外部各方面條件進行綜合評估，進而分析企業的優劣勢及面臨的機會和威脅。」（吳文立、李亮生，2019）。

表七：蝦皮店到店 SWOT 分析：

Strength 優勢	Weaknesses 劣勢
S1.運費較其他通路便宜 S2.為買、賣家提供寄取件選擇. S3.選擇蝦皮店到店買、賣家獲得專屬折價券及免運等優惠	W1.實體通路覆蓋率低 W2.出貨及運輸貨物時間長 W3.特定節日出貨量大，導致物流堵塞
Opportunities 機會	Threats 威脅
O1.使用無人經營模式，自取包裹 O2.與多家超商以及店家聯手，打造蝦皮生態圈	T1.線上購物物流平台競爭者多 T2.沒有低溫及冷凍配送服務 T3.負面評價過多 T4.民眾習慣便利超商取貨及宅配

參考資料：

葉庭睿（2022）。蝦皮店到店 — 策略分析。<https://reurl.cc/g66zn7>、

HE's note（2021）。蝦皮店到店，不只是店到店。<https://reurl.cc/dyyxQ6>

參、研究方法

一、文獻分析法

透過收集、閱讀和分析相關資料，從中篩選最具代表性的文獻，了解目前台灣常見電商平台的經營模式與滿意度。

二、問卷調查法

「根據研究對象所選取的樣本，透過問卷來收集樣本資料。」（林淑芬，2023），利用 Google 表單設計相關問卷，用於量化研究，了解民眾對蝦皮購物平台的看法、行為及建議。

圖一：研究流程圖



資料來源：本組自行整理

肆、研究分析與結果

本組於 2024 年 6 月 20 日到 2024 年 7 月 14 日，針對物流經營模式及滿意度進行問卷調查，總共發放 221 份問卷，有效問卷數量為 221 份，問卷內容包含基本資料、使用蝦皮購物平台和物流的滿意度及給予蝦皮的建議。以下為本組的問卷結果分析。

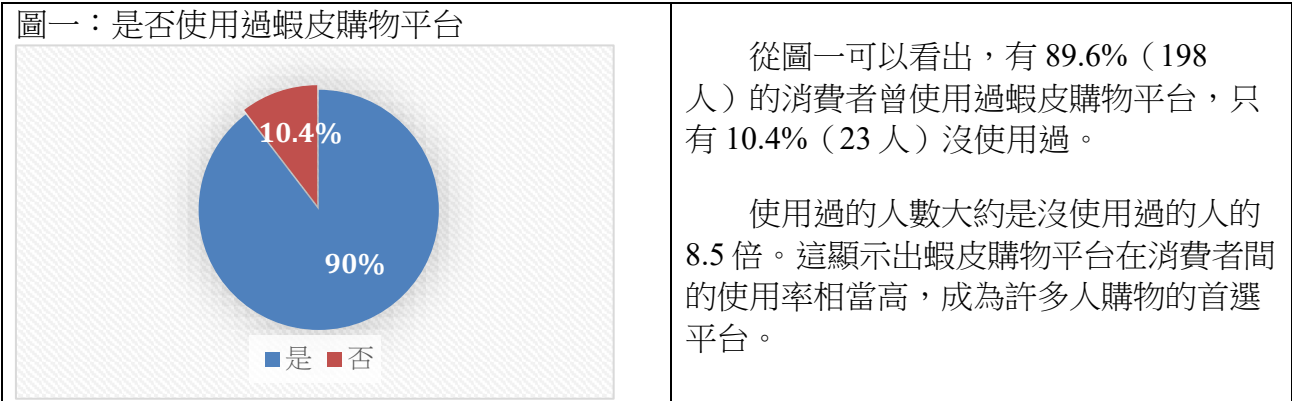
一、消費者基本資料及對蝦皮的認識分析

表八：消費者性別與年齡

項目	消費者基本資料	百分比
性別	男	33.9%
	女	64.7%
	其他	1.4%
年齡	15 歲(含)以下	2.7%
	16 歲至 18 歲	34.4%
	19 歲至 24 歲	5.9%
	25 歲至 35 歲	10%
	36 歲至 50 歲	26.2%
	50 歲以上	20.8%

資料來源：本組自行整理

在性別方面，「其他」是指不願透露或第三性別。年齡部分，占比最多是 16 至 18 歲，屬於青少年階段，占比第二多是 26 至 50 歲，屬於壯年階段，占比第三多是 50 歲以上，屬於中老年階段。本組針對問卷發放的對象多為家庭、親戚朋友及同儕，本組資料僅供參考。



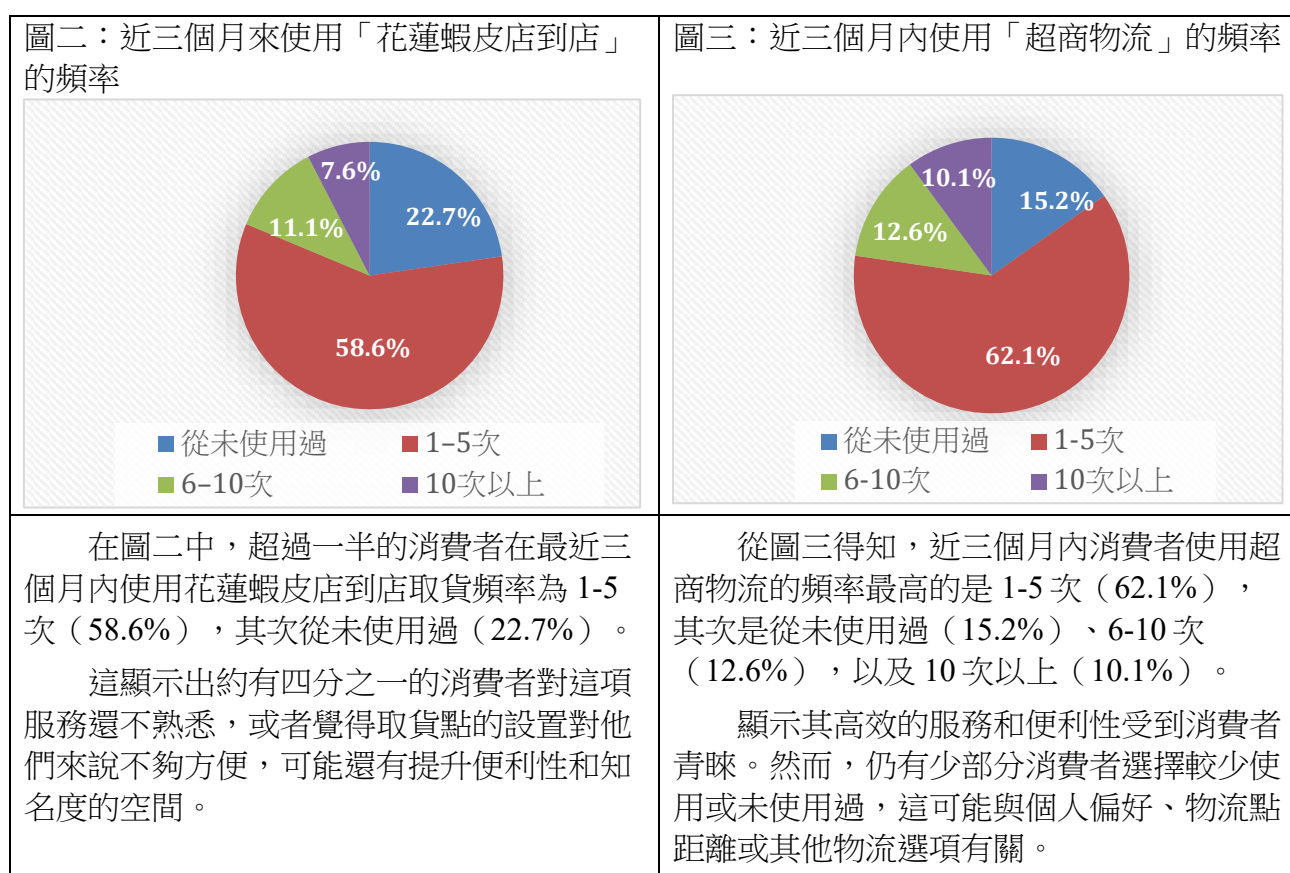
資料來源：本組自行整理

表九：蝦皮購物吸引消費者的原因分析表

	商品種類多元	多種支付方式	優惠活動多	退換貨方便	運費較便宜
第一順位	76.2%	5.1%	12.1%	0.5%	6.1%
第二順位	12.1%	15.2%	44.4%	6.1%	22.2%
第三順位	6.6%	34.3%	20.2%	11.6%	27.3%
第四順位	3.5%	28.3%	15.7%	20.2%	32.3%
第五順位	1.5%	17.2%	7.6%	61.6%	12.1%

資料來源：本組自行整理

根據表九的數據，從消費者的喜好程度來看，蝦皮購物最吸引消費者的原因是商品種類多元，有高達 76.2% 的消費者將其列為首選。相對地，退換貨方便被視為最不吸引消費者的原因，僅有 0.5% 的消費者將其列為首選，而有 61.6% 的人將其排在第五順位。



資料來源：本組自行整理

表十：消費者對花蓮「蝦皮店到店」的物流滿意度

	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
配送速度	13.7%	39.4%	22.5%	18.0%	5.6%
運費價格	28.3%	44.6%	19.5%	6.3%	1.3%
取貨點便利性	30.0%	51.9%	11.3%	4.4%	2.5%
包裹完整	29.6%	49.8%	18.2%	0.6%	1.8%
交貨/配送的可靠性	27.7%	45.9%	22.6%	1.9%	1.9%

資料來源：本組自行整理

根據調查結果，花蓮蝦皮店到店的物流服務在取貨點便利性方面，滿意度高達 81.9%（非常滿意 30.0%，滿意 51.9%），顯示消費者普遍認為取貨地點非常方便。然而，在配送

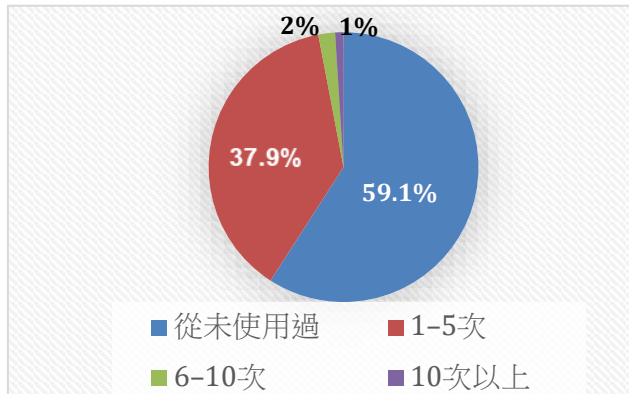
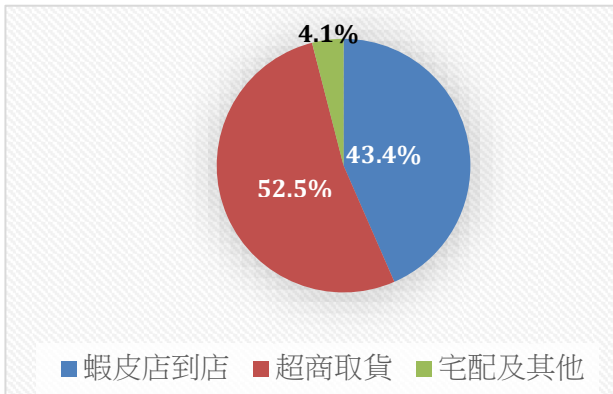
速度上仍有明顯改進空間，因為有超過四分之一的消費者對此表示不滿意或持中立意見（不滿意 18.0%，沒意見 22.5%）。

表十一：消費者對「超商」取貨的物流滿意度

	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
配送速度	15.8%	60.2%	19.3%	3.5%	1.2%
運費價格	8.8%	36.5%	27.1%	24.1%	3.5%
取貨點便利性	37.4%	51.5%	10.5%	0%	0.6%
包裹完整	26.5%	58.8%	13.5%	0.6%	0.6%
交貨/配送的可靠性	28.4%	55.6%	13%	2.4%	0.6%

根據調查結果，消費者對超商取貨的物流服務在各個方面的滿意度有所不同。其中，配送速度的滿意度相對較高，達到 76.0%（非常滿意 15.8%，滿意 60.2%），顯示多數消費者對超商物流的配送效率感到滿意。

然而，運費價格的滿意度較低，僅有 45.3%（非常滿意 8.8%，滿意 36.5%）的消費者感到滿意，而有超過四分之一的消費者對運費價格表示不滿意或持中立態度（沒意見 27.1%，不滿意 24.1%），顯示運費價格是消費者在使用這項服務時的一個潛在痛點。

圖四：近三個月來使用蝦皮的「宅配物流」或「其他物流」的頻率  ■ 從未使用過 ■ 1-5次 ■ 6-10次 ■ 10次以上	圖五：使用蝦皮購物平台時，傾向於使用哪種物流方式？  ■ 蝦皮店到店 ■ 超商取貨 ■ 宅配及其他
根據圖四的數據，有超過一半的消費者從未使用過蝦皮宅配物流及其他物流服務，占比達 59.1%；其次是使用頻率 1 至 5 次的消費者，占 37.9%。這顯示出大部分消費者對蝦皮的宅配物流及其他物流服務較不熟悉，或者較少使用這些管道。	從圖五可以看出，消費者更傾向於使用超商取貨，有 52.5%的消費者選擇此方式，而選擇蝦皮店到店的消費者也有相當比例，占 43.4%。相比之下，選擇其他宅配方式的消費者僅有 4.1%，這顯示宅配物流的使用頻率相對較低，消費者更喜愛便利的取貨方式。

資料來源：本組自行整理

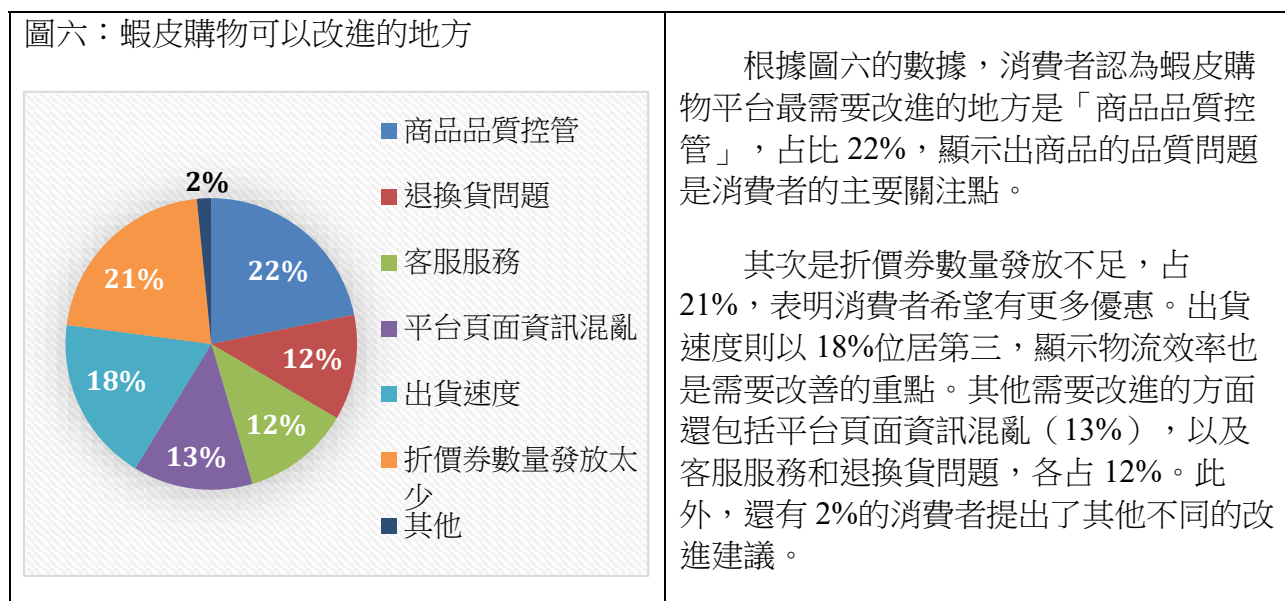
表十二：消費者對「宅配」物流或「其他物流」的滿意度

	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
配送速度	17.2%	48.4%	31.2%	2.2%	1.1%
運費價格	5.4%	43.0%	32.3%	16.1%	3.2%
取貨點便利性	23.4%	50.0%	21.3%	4.3%	1.1%
包裹完整	25.8%	48.4%	22.6%	2.2%	1.1%
交貨/配送的可靠性	29.0%	45.2%	21.5%	3.2%	1.1%

資料來源：本組自行整理

根據表十二數據顯示，配送速度有 65.6%的消費者表示非常滿意或滿意，而對於包裹完整性和交貨/配送的可靠性，滿意度分別達到 74.2%和 74.2%。

然而，運費價格的滿意度相對較低。有 19.3%的人對運費價格表示不滿意或非常不滿意。這表明運費價格是消費者相對較為關注且希望改善的部分。



資料來源：本組自行整理

伍、研究結論與建議

根據文獻探討、問卷調查後，探討行銷策略及滿意度後，統整出以下結論及建議：

一、研究結論

（一）消費者對花蓮「蝦皮店到店」的物流滿意度方面，多數消費者對「取貨店便利性」感到滿意。少數消費者在「配送速度」上感到滿意。其原因為蝦皮店到店只注重在取貨店的便利性，而忽略了配送貨物的速度。

（二）透過圖六及開放性問答中結果可知，消費者認為蝦皮購物平台的優點為「頁面清楚」、「商品多元化」，則需要改進的地方多數為「商品品質控管」、「折價券數量發放太少」或「出貨速度」。

二、研究建議

從問卷調查中顯示，多數消費者在開放性問答中給出了蝦皮購物平台可以改善的方向，以下是我們統整出的建議：

（一）加強物流配送速度：針對出貨速度可加以改進的意見，因花蓮地區配送及出貨時間慢，建議可以增加當地的物流站點或與當地物流公司合作，來增加配送車次，縮短運輸距離和時間，以提高效率。

（二）增加花蓮蝦皮店到店的儲貨空間：因儲貨空間不足導致消費者無法選擇蝦皮店到店取貨，建議增加儲貨空間，擴展現有倉庫或建立新倉庫，或與第三方倉儲服務合作，以擴大儲存容量。

（三）升級平台伺服器：消費者提出平台在多數人使用時會有塞車卡頓的問題，建議可以優化平台伺服器，提高平台載入速度。

（四）擴大店到店取貨的商品規格限制：消費者提出大包裝商品無法使用店到店取貨，建議擴大店到店取貨的商品規格限制，允許較大包裝的商品使用此服務，或針對大包裝商品提供特別配送選項，允許拆分包裝後配送。

陸、文獻參考

Lisa (2024 年 3 月 18 日)。電子商務是什麼？解析 5 大電商優勢、經營模式和流程！

<https://reurl.cc/1bbolm>

適文 (2024 年 9 月 2 日)。電子商務是什麼？7 種電子商務類型、10 大電商平台推薦。

<https://welly.tw/blog/eletronic-commerce>

Boxful 任意存 (2019 年 1 月 31 日)。物流的定義是什麼？企業如何運用它掌握優勢

<https://reurl.cc/dyyxLy>

Polly (2024 年 4 月 12 日)。電商平台比較 | 台灣常見 10 大電商平台推薦與比較。

<https://welly.tw/blog/ecommerce-platform>

楊育翔 (2023)。店面取貨的服務品質、顧客滿意度與使用意願之研究-以

蝦皮店到店為例。龍華科技大學：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/kpzmus>

Readmoo 編輯團隊 (2019 年 5 月 6 日)。免運的背後，蝦皮做了什麼。

<https://news.readmoo.com/2019/05/06/shopee/>

張筱祺 (2017 年 12 月 3 日)。從營運模式看蝦皮購物之影響。<https://reurl.cc/MjoXyv>

蝦皮大學顧問 (2021 年 12 月 2 日)。善用蝦皮購物八大行銷工具。

<https://university.shopee.tw/article/11/533>。

林淑芬 (2023 年 2 月)。專題實作與創意秘笈。台科大圖書股份有限公司。

曲潔君 (2020 年 12 月 3 日)。行銷 4P 都還沒搞懂，又多了行銷 7P？圖解基礎行銷理

論。<https://university.shopee.tw/article/8/282>

散戶研究員的投資計畫 (2023 年 11 月 3 日)。商業評析-探究台灣蝦皮如何透過「蝦皮

店到店」，全面掌握行銷策略主導權。<https://reurl.cc/OrrkYX>

吳文立、李亮生 (2019)。商業概論。旗立資訊股份有限公司。

HE's note (2021 年 8 月 22 日)。蝦皮店到店，不只是店到店。<https://reurl.cc/dyyxQ6>。

葉庭睿 (2022 年 3 月 27 日)。蝦皮店到店 — 策略分析。<https://reurl.cc/g66zn7>

特 優

《商業類》

篇名：

你今天「脆」了嗎---探討 Threads 爆紅原因

作者：

吳昀臻 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

劉伯恩 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

賴丞妤 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

指導老師：

林淑芬 老師

壹、前言

一、研究動機

在網路發達的世代，手機已經深深地融入在我們的生活中，成為不可或缺的必需品。而社群軟體則是人們分享生活、建構社交的主要平台之一。現今的社群軟體也越來越多樣化，2023 年新推出的 Threads 掀起一股熱潮，「才短短上線 5 天，用戶人數已破 1 億，為史上用戶數成長速度最快的消費者 App，超越花 2 個月用戶才破億的 ChatGPT。」（王以婷，2023）雖然贏得了上億用戶，但隨後使用率又迅速下降。在網紅和政治人物積極使用下，才讓一度沈寂的 Threads 再度復活（林士蕙，2024）。

成功復活的 Threads，成為現今年輕人口中最熱門的話題。究竟 Threads 在紅什麼？為何這麼受歡迎？因此，本組將對於 Threads 的興起，探討其背後爆紅的原因及行銷模式，進一步調查滿意度及分析優缺點。

二、研究目的

- （一）瞭解 Threads 的背景及起源
- （二）探討 Threads 爆紅原因
- （三）運用 SWOT 分析 Threads 優缺點
- （四）透過問卷調查大眾對 Threads 的滿意度

貳、文獻探討

一、Threads 是什麼？

2023 年由 Meta 公司所推出的新軟體，是一個以文字為主的社交平台，且與 Instagram 互相連動，必須要有 Instagram 帳號才可使用。使用者可以在上面發布貼文、回覆或轉貼他人的貼文。也可以分享連結、照片，以及長達 5 分鐘的影片。

二、Threads 的特色及功能

（一）轉發及引用

與其他社群軟體不同的是，Threads 除了一般常見的按讚、留言，還多了轉發及引用。轉發是直接將別人的貼文分享到自己的主頁；引用是輸入自己的想法後，再將別人的貼文分享到主頁上。

（二）發佈串文

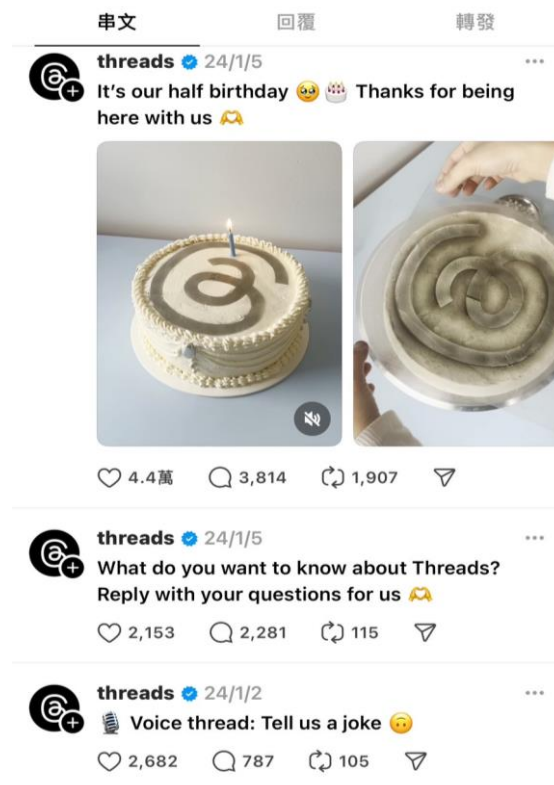
「串文」在 Threads 意即貼文。發佈串文時，用戶可以加入文字、圖片、影片、語音，也可附上連結。不過「文字有 500 字數限制，超過會自動轉成第二則串文；圖片、影片加起來最多 10 張。」（幣修學分，2023）最有趣的是，Threads 可以發佈投票，讓大家一起參與投票，增添一番樂趣。

（三）介面

版面乾淨，就算是第一次使用也可以上手。主頁少部分會看到追蹤者的串文，大部分都是由演算法推播其他人的串文。Threads 主要是以文字為主，圖片和影片為輔，讓人先看

文字再理解圖片，因此文字的描述會更為重要。如圖一。

圖一：Threads 的使用介面



（資料來源：本組自行拍攝自 Threads）

三、Threads 爆紅原因

（一）演算法

為了給用戶最好的體驗，Threads 希望讓用戶看到喜歡的內容，所以創造了 AI 預測與用戶最相關且最有價值的內容。（CloudAD，2024）Threads 利用演算法，讓資訊更順暢流通，由用戶的按讚、留言、追蹤和停留時間，推給各個用戶可能喜歡的內容。這樣的設計更貼近人性，增加用戶對平台喜愛。

（二）資訊不斷刷新及時效性

透過演算法，Threads 會推送貼文給用戶，只要用戶一打開該平台，資訊就會不斷地更新。因此，當該時間正紅的事物，Threads 都能與時俱進。

（三）無廣告

Threads 目前最大亮點就是官方還未投放廣告，用戶可以無止盡的滑串文，不受擾人的廣告影響。

（四）名人都在玩

因為 Threads 的興起，「民眾的使用率提高，帶動越來越多的網紅、品牌將社群經營的戰場轉移至此。」（CloudAD，2024）平常與我們遙不可及的名人、網紅.....紛紛都加入了 Threads。他們在平台上分享生活、分享情緒、宣傳工作，除了可以增加曝光度，同時也是與粉絲互動的一種方式，讓粉絲感到親民。

（五）與 Instagram 的強力連結

使用者必須擁有 Instagram 帳號才能使用 Threads，這讓原本 Instagram 的用戶群迅速轉移至 Threads 平台。這種連動有效降低了新用戶的註冊門檻，讓更多人願意嘗試該平台。

參、研究方法

一、研究流程

圖二：研究流程圖



（資料來源：本組自行繪製）

二、研究方法

（一）文獻探討法：本組透過網路蒐集相關可靠文獻資料，加以歸納重點、分析並研究。

（二）問卷分析法：本組自行設計問卷，透過網路及電子信箱發放，最後收回問卷，分析填答者的回答及建議。

肆、研究分析與結果

一、SWOT 分析

SWOT—S 是優勢、W 是劣勢、O 是機會、T 是威脅。「主要考量企業內部條件的優勢和劣勢，以及探索企業外在環境的機會和威脅。」（林淑芬，2023）

表一：Threads 之 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
1.官方未投放廣告 2.操作容易 3.文章有特定主題 4.限制負面評論 5.演算法會推播用戶喜歡的內容	1.沒有聊天功能 2.要通過 Instagram 才能註冊帳號 3.發佈貼文後無法再修改 4.私人帳號無法留言 5.未限制年齡
O 機會	T 威脅
1.資訊不斷更新 2.用戶不斷增加 3.涉及多個年齡層 4.品牌塑造形象	1.其他社群軟體的同業競爭 (ex:Twitter、Facebook) 2.負面新聞造成形象受損 3.熱潮不一定會持續這麼久 4.未來新的社群軟體取代

（資料來源：本組自行研究彙整）

二、問卷分析

本組透過網路及電子信箱發放問卷，發放日期為 113 年 8 月 12 日至 113 年 9 月 10 日止，共收回 143 份問卷，有效問卷 143 份，回收率 100%。以下為問卷回收結果：

（一）受訪者基本資料

由表二可知，受訪者性別以女性(59%)占為最多，年齡大多介於 16~20 歲(69%)占為最多，職業則是以學生(92%)占為最多。

表二：受訪者基本資料

項目	受訪者資料	百分比
性別	男	41%
	女	59%
年齡	15 歲(含)以下	10%
	16~20 歲	69%
	21~25 歲	14%
	26~30 歲	4%
	31~35 歲	1%
	35~40 歲	2%
職業	學生	92%
	軍公教	1%
	服務業	4%
	其他	3%

（資料來源：本組自行研究彙整）

（二）使用者行為分析

表三：使用者行為分析

Q1：一天平均花多少時間在 Threads 上？	Q2：為何使用 Threads?（可複選）																				
<table><thead><tr><th>時間</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>6小時以上</td><td>1%</td></tr><tr><td>3~5小時</td><td>13%</td></tr><tr><td>1~2小時</td><td>46%</td></tr><tr><td>30分鐘以下</td><td>40%</td></tr></tbody></table>	時間	百分比	6小時以上	1%	3~5小時	13%	1~2小時	46%	30分鐘以下	40%	<table><thead><tr><th>原因</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>追蹤公眾人物</td><td>34%</td></tr><tr><td>與朋友交流</td><td>31%</td></tr><tr><td>發表串文</td><td>31%</td></tr><tr><td>瀏覽串文</td><td>96%</td></tr></tbody></table>	原因	百分比	追蹤公眾人物	34%	與朋友交流	31%	發表串文	31%	瀏覽串文	96%
時間	百分比																				
6小時以上	1%																				
3~5小時	13%																				
1~2小時	46%																				
30分鐘以下	40%																				
原因	百分比																				
追蹤公眾人物	34%																				
與朋友交流	31%																				
發表串文	31%																				
瀏覽串文	96%																				

圖三：受訪者平均一天使用 Threads 的時間

圖四：受訪者使用 Threads 的原因

圖三顯示受訪者在 Threads 上花 1~2 小時(46%)為最多，其次為 30 分鐘以下(40%)。由此可知，大多數受訪者不會花太長的時間瀏覽 Threads。	圖四顯示受訪者會使用 Threads 的主要原因為瀏覽 Threads 上的串文(96%)，其次為追蹤公眾人物(34%)。我們發現，較多人會使用 Threads 僅單純是用來看串文，不過還是有部分受訪者會在 Threads 上發表串文。
--	--

(資料來源：本組自行研究彙整)

(三) 使用者滿意度分析

由表四的分析結果可以得知，介面上手度的滿意度平均分數最高，說明大多數用戶對平台的使用介面感到滿意。這表示 Threads 的介面設計直觀且易於使用，能夠讓使用者輕鬆上手操作。其次為流暢度，表示 Threads 在系統性能和操作方面表現良好，用戶在使用過程中很少遇到卡頓的問題，無論是在瀏覽內容還是互動操作上都能保持順暢。滿意度較低的前三個項目為假消息數量、氛圍及隱私度，這些項目多集中於對 Threads 的信任與安全問題，反映出用戶對內容真實性、社群環境和個人隱私的擔憂。

表四：使用者滿意度分析

項目 \ 滿意度	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	平均數	排名
功能	18%	49%	32%	0.5%	0.5%	3.83	9
介面上手度	35%	40%	24%	1%	0%	4.09	1
隱私度	19%	28%	40%	13%	0%	3.53	14
流暢度	29%	44%	24%	3%	0%	3.99	2
消息通知	22%	34%	34%	10%	0%	3.68	12
廣告數	27%	28%	36%	7%	2%	3.71	11
推送的串文	27%	39%	31%	3%	0%	3.90	6
影音質量	29%	41%	27%	3%	0%	3.96	4
圖片畫質	26%	47%	26%	1%	0%	3.98	3
互動體驗	22%	45%	29%	3%	1%	3.84	8
氛圍	14%	34%	35%	14%	3%	3.42	15
能自在的表達想法	25%	32%	32%	7%	4%	3.67	13

有用的資訊	18%	46%	32%	1%	3%	3.75	10
假消息數量	11%	30%	49%	8%	2%	3.40	16
總是能看到感興趣的內容	27%	47%	20%	5%	1%	3.94	5
整體	25%	46%	25%	2%	2%	3.90	6

（資料來源：本組自行彙整）

伍、研究結論與建議

一、研究結論

（一）SWOT 分析

從 SWOT 分析可以得知，Threads 目前在推廣和使用體驗方面有明顯的優勢，特別是演算法會根據用戶推播特定的內容。但長遠來看，若不積極改善其現有缺點，像是缺乏聊天功能及不能自由註冊帳號還有無法修改串文等劣勢，將難以持續保持競爭力。在同業競爭的市場中，創新和用戶的長期滿意度將是該平台持續成功的關鍵。

（二）使用者滿意度分析

本組依據問卷調查結果列出滿意度平均數最高的前三名以及平均數最低的前三名，給出結論。

1. 用戶體驗設計容易上手

Threads 的版面設計簡單易用，符合用戶的操作習慣，特別是對新用戶來說，易於上手的介面大大提升了用戶留存率和滿意度。這也表示直觀且易於操作的設計是平台吸引和維持用戶的重要因素。

2. 系統功能出色

Threads 在系統功能方面表現良好。這說明用戶在使用過程中很少遇到卡頓或延遲的問題，無論是在瀏覽內容還是互動操作上都能保持順暢體驗。

3. 視覺內容呈現良好

對於依賴圖像或視覺呈現的使用者來說，這類高質量的視覺內容能讓使用者有更好的享受體驗，且能提高使用頻率。所以，高質量的圖片和視覺內容至關重要。

4. 假消息數量眾多

使用者經常滑到假消息會逐漸失去對平台的信任，進而影響他們的使用頻率。有效抵制假消息的傳播是提高使用者信任度的關鍵，Threads 需加強內容的真實性管理。

5. 社群氣氛低迷

Threads 因為沒有限制發言的自由，常會出現偏激的內容，造成使用者的體驗感不佳。且 Threads 並沒有限制用戶的年齡，進而影響未成年及部分使用者身心靈健康，使得使用頻率下降。

6. 使用者的隱私

個人的資料安全隱私非常重要，如果使用者擔心其數據被濫用或未得到充分保護，會影響他們的使用度。Threads 需要增強隱私度的政策，並提供更多可控的隱私設置選項，以提升用戶對平台的信任感和安全感。

二、建議

（一）加強內容審查機制

為了應對假消息和誤導性內容的問題，Threads 應加強內容的審查。除了用戶舉報，也可以運用 AI 技術標記可疑內容，防止假消息在社群內擴散。這樣不僅能夠提升用戶的信任度，還能確保 Threads 上資訊的真實性和安全性，讓更多用戶願意在平台上停留。

（二）加入聊天功能強化互動性

Threads 缺少即時聊天功能，這樣限制了用戶之間的互動。加入聊天功能不僅能提升用戶間的溝通，也能增強平台的社交。

（三）持續優化演算法

演算法是 Threads 吸引用戶的重要因素，但也需要持續優化以避免推送過多不相關的內容。另外也可以允許用戶手動調整推送偏好，讓使用者有更多控制權，有助於進一步提升使用體驗。

（四）加強數據隱私與安全功能

用戶對於個人數據安全和隱私保護的關注是非常重視的。Threads 應考慮推出更細緻的隱私設置，用戶可以控制哪些信息可以公開，哪些只能給特定對象看。Threads 也應加強數據加密技術，避免用戶數據洩漏或被濫用。

（五）減少偏激和有害內容

Threads 應設置內容過濾系統，對於涉及仇恨言論、霸凌或暴力的內容進行移除。此外，鼓勵用戶積極舉報不當內容，讓 Threads 能夠快速解決，營造更健康、友善的社交環境。

（六）實施年齡限制及適當內容分級

將年齡限制作為註冊條件之一，保護未成年用戶受不良內容影響。Threads 還可以考慮為不同年齡層設置內容過濾選項，確保年輕的使用者只能看到該年齡適合的內容。

（七）建立品牌和名人合作

目前 Threads 上已有許多名人和網紅，平台可以進一步加強與品牌及名人的合作。例如推出品牌活動或名人專屬頻道，這有助於增加使用者的參與度和對內容的期待。透過與名人合作，Threads 也可以提升品牌曝光，擴大平台影響力。

陸、參考文獻

王以婷（2023 年 7 月 10 日）。Threads 上線 5 天用戶破億！成用戶最快增長 APP 超越 ChatGPT。 <https://ynews.page.link/BpWtk>

林士蕙（2024 年 2 月 17 日）。Threads 在台灣人氣大復活！怎麼使用？官網註冊功能一次看。 <https://www.gvm.com.tw/article/104282>

幣修學分（2023 年 7 月 6 日）。Threads 是什麼? 》三分鐘上手！專給新手看的 Threads 教學。 <https://bitssuecredit.com/2023/07/06/how-to-use-threads-app/>

CloudAD（無日期）。2024 年 Threads 演算法大揭密。 <https://cloudad.tech/2024thr>

林淑芬（2023）。專題實作與創意秘笈。台科大圖書館。

優等

《商業類》

篇名：

探討 GC 贈物網使用滿意度及民眾個人捐贈意願---以花蓮為例

作者：

宋芯妮 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

邱湘鈞 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

詹鈞硯 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

指導老師：

林淑滿 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

全球環保意識的崛起和面對資源的枯竭，我們必須得重新思考日常的消費模式，減少浪費。「人們紛紛減少需求以因應不景氣，轉向二手商品市場價格較低的商品。」（賴譽哲，2003）時至今日人們對於資源回收的認知越來越高，在重視再生資源的同時，也開始思考是否將自己在日常生活中使用度不高、嶄新的物品，以二手的方式贈送或拍賣給需要它的人呢？如今隨著時代的發展二手交易也從原本的跳蚤市場轉移到網路平台上，使大家不用特意去跳蚤市場就可以在網上挑選自己需要的東西。

而二手交易除了有金錢交易和以物易物共享經濟之外，GC 贈物網也有提供了大家分享物品的平台，平台初衷「把你不需要的東西，送給需要的人」（蔡沛珊等，2022）。由於好奇大家對於二手物品的看法和處理方式，我們發現了 GC 贈物網 APP 透過它的發展與理念，進而嘗試探討使用 GC 贈物網 APP 人們的滿意程度，和普遍大眾接受二手物品與捐贈的意願如何。

二、研究目的

- (一) 了解 GC 贈物網的運作機制
- (二) 探討 GC 贈物網的 SWOT 和 4P 分析
- (三) 研究 GC 贈物網對於環保的貢獻
- (四) 利用問卷調查使用者對 GC 贈物網的看法及意見

貳、文獻探討

一、GC 贈物網背景

「GC 贈物網」是個非營利平台，在 2009 年成立，到如今也有 15 年之久，是全球唯一的無條件共享平台，也是台灣最大的物資共享平台，平台主要以無條件分享為理念，任何物品都以免費贈送和懷抱感恩的心來取用，贈物網平台就以「分享」為初心，鼓勵大家將物資充分流動、贈出，讓人在無意間做出環保的行為。（GC 贈物網，2024），創辦人馬玉如曾說過：「用不到的東西送到對的人手上，就不會產生浪費」（Allison Chen，2021）

「目前贈物網註冊會員超過 10 萬名，合作的福利機構約 647 間，成功分享超過 439 萬件物品」（黃靜怡，2023）。贈物網平台幾乎每天都有上萬件交易量，公益團體可以使用這個平台來募集資源，不只是能募集到資源，也能利用這個平台來推廣自己的團體，但比起這些大團體，小團體比較沒有資源和能力可以推廣自己的單位，所以執行長林逸欣說：「可能就會形成一種大者越大，小者越小的情況。那一般人想要捐物、捐錢，.....會想到比較大的單位。」（生命力新聞，2022）

二、GC 贈物網 APP 功能介紹與 LOGO 理念

圖一：GC 贈物網 LOGO



G 代表著 Give 所有物品都從贈與開始，C 代表 Circle 從而達到循環的目的，每個人都嘗試贈與和接受，就能形成一個實踐環保又減少廢物的循環。

資料來源：google play（2022 年 4 月 19 日）。GC 贈物網 <https://reurl.cc/E6mjyg>

三、發展歷程

「希望物盡其用，把東西用到最後一刻」（Allison Chen，2021）秉持這種精神，在 2009 年馬玉如創立了《Give543 贈物網》於 2021 更名為《GC 贈物網》，時至今日成立已滿 15 年，Allison Chen，(2021) 指出分享是會上癮的，可以從贈物網起初的不被看好，到現在單日分享物資總價值達台幣 58 萬元，來證明人是熱愛分享的。

表一：GC 贈物網發展歷程

西元	發展
2009 年	GC 贈物網因為收編了兩隻貓後而成立
2009-2011 年	流量數度名列台灣前百
2012 年	獲選 KEEP WALKING 夢想計畫得主
2013 年	登上 Yahoo 焦點新聞獲得台灣公益活動第一名
2014 年	獲選為超越基金會「社企達人」與全家便利商店合作
2015 年	與公部門合作，結盟「台北市社會局」
2017 年	GC 贈物網手機版正式上線
2019 年	GC 贈物網 APP 上線獲 WITSA「傑出永續發展獎」

資料來源：GC 贈物網（2020 年 2 月 1 日）。贈物網 11 歲了！站長的體悟和收穫。

四、贊助商、合作現況

表二：GC 贈物網贊助商、合作現況

遠東 SOGO 百貨	SOGO 在 2015 年跟 GC 贈物網合作，邀請顧客捐贈不需要的物品，打包後通知 SOGO，即可透過 GC 贈物網安排物流收件。（GC 贈物網，2015）
全家便利商店	於 2014 年 10 月合作物流串接，並捐贈了紙風車筆記本、紙風車便條紙、紙風車書籤（GC 贈物網，2014）
中信房屋	於 2014 年 4 月中信房屋贊助了 1500Kg 的白米來幫助弱勢家庭及偏鄉學校（GC 贈物網，2014）

資料來源：本組自行統整

圖二：新竹物流股份有限公司（HCT Logistics）

	2013 年 3 月，因雲林縣的高麗菜盛產，新竹物流、土庫農會與贈物網三方合作，希望不要過量生產造成價格崩盤，便贈送了 4000 顆高麗菜給了 GC 贈物網。（GC 贈物網，2013）
---	--

資料來源：維基百科（2018 年 10 月 25 日）。新竹物流
<https://reurl.cc/OrLyn7>

圖三：三商美邦人壽保險公司（Mercuries Life Insurance）

	於 2015 年三商美邦委託 GC 贈物網協助轉贈七千多件的公益路跑衣，給全台有需求的社福單位。（GC 贈物網，2015）
---	---

資料來源：磐石產學研究中心（2022 年 7 月 4 日）。職缺資訊。

https://www.ccair.nchu.edu.tw/article2_detail/329

圖四：台北 101

	在 2016 年台北 101 需要換全新的衛生紙捲架因此大量採購，而剩餘的都捐贈出去，而 GC 贈物網拿到了 783 個不鏽鋼衛生紙捲架（GC 贈物網，2016）
---	---

資料來源：維基百科（2022 年 5 月 25 日）。台北 101。

<https://reurl.cc/g6pdkp>

五、APP 功能

在 GC 贈物網 APP 上有閃送、需求、禮物池以及心意牆 4 個主要活動，以及排行榜、說說、感謝牆、企業合作、新手教學、媒體報導、GC 傳媒、熱門禮物、心願認養等 10 個其他活動與功能。

表三：GC 贈物網 APP 功能介紹

主要活動	閃送	簡單來說就是直接到你家，把你想要捐贈的物品送到要捐給的地方。
	需求	500 個多公益團體不定期發佈公益募集需求，普通人也可以提出個人物資需求。
	禮物池	禮物池是贈物網的物品交流專區，有需多人們所捐出的物品，有需要的可以索取。
	心意牆	有許多顧客的對於贈物網的善意，希望贈物網可以長長久久下去。

資料來源：GC 贈物網使用簡介（無日期）。

<https://www.give-circle.com/useIntro>

六、GC 贈物網寄取貨模式

GC 贈物網透過物流的方式，使熱心分享二手物品的人能更方便，在交易提前也能透過交流來使用雙方都認可的物流方法。寄件方式有許多種，而我們主要探討 GC 贈物網種常見的三種寄件方式。

（一）、i 郵箱

「平台使用頻率最高的寄件方式」（GC 贈物網，2023），中華郵政在 2016 推出了「i 郵箱」，全年無休 24 小時自行取件服務，在日常生活中 i 郵箱運費由大中小來區分價錢，但如果你是為了分享愛心一律優惠均價 60 元。為了使寄件過程方便又快速，「i 郵箱」不需要轉帳或現金付費，在贈物網交易一律使用 APP 裡的「蘿蔔點數」。

（二）、全家店到店

全家便利商店欣賞「GC 贈物網」再生資源、珍惜物資的概念。「只要使用「全家」店到店寄送交換物資，全家將捐出 1 元回饋贈物網，以利此社會企業永續經營」（GC 贈物網，2014），一連串的寄件方式都只要 60 元，前往取件只需示出 GC 贈物網 APP 給的單號就可完成領貨。

（三）、新竹物流

與贈物網合作是認同共享的觀念，「面對全球資源匱乏，從購買走向「分享經濟」是未來趨勢，環保惜物到貼心送禮，「兼善天下」是台灣最美的風景」（GC 贈物網，2013）新竹物流主打到府收件、宅配到府服務，相當的方便，也承諾一件交易回饋 60 元，並支持其他物流業者也加入其中。

七、GC 贈物網 APP 的 SWOT 與 4P 分析

表四：GC 贈物網的 SWOT 分析

優勢（Strength）	劣勢（Weaknesses）
1. 台灣最大的物資共享社群平台，也是全球唯一的無條件共享平台 2. 平台上有各種全新或二手的物品可以供給需要的人 3. 透過物資共享，可以減少物品的浪費，符合現代的環保理念	1. 平台上的物品來源很多元，可能會有品質不一的問題 2. 如果贈送者和接收者地理位置遙遠，可能會有物流問題 3. 對於物品的詳細資訊，可能會有不足的情況
機會（Opportunities）	威脅（Threats）
1. 隨著環保意識的提升，GC 贈物網的物資共享模式有可能吸引更多的使用者 2. 透過舉辦公益活動來提升其品牌形象和知名度。 3. 政府可能會出台相關的政策來支持物資共享的平台	1. 如果相關的法規有所變動，可能會影響 GC 贈物網的營運 2. 如果平台上出現問題，可能會影響使用者的信任度 3. 經濟環境的變動，可能會影響 GC 贈物網的營運

資料來源:本組自行統整

表五：GC 贈物網 4P

GC 贈物網 4P	
產品（Product）	通路（Place）
GC 贈物網提供人們分享閒置物品、公益捐贈、幫助弱勢，同時免費索取獲得自己怦然心動的物品（GC 贈物網，2024）	1. 超商取貨 2. 郵局取貨 3. 面交（GC 贈物網，2023）
價格（Price）	促銷（Promotion）
GC 贈物網的營收來源主要是社會企業合作回饋贈物網，以及會員取物品時需要支付的運費（ETtoday 新聞雲，2016）	達人推薦，以及透過網站和社交媒體平台來宣傳他們的服務和理念

資料來源:本組自行統整

八、GC 贈物網對社會和環保的貢獻

在贈物網上有這麼一句話「即使虧本，仍要對社會有貢獻」（李祖翔，2013）它們創業的初衷就是希望大家可以送出自己現在已經不再需要的物品，來送給對這些物品有需要的人，「有人的需求很簡單，.....但是誰知道他們有需求呢？我相信人性本善，只是沒有管道讓人們知道他們有需求」（李祖翔，2013）因此他們寧願讓自己虧本也希望能幫助到有需要幫助的人，或許對你來說只是一個不再需要的東西，但對於其他人可是求之不得的東西，希望藉助創造一個 APP 來對社會做出貢獻。

至今為止，GC 贈物網處成每年近 33 萬件的物品交易，讓社會大眾能按自身需求索取，減少了不少的資源浪費問題。平均每人每日一般廢棄物製造量在 113 年 2 月已達 1.416 公斤，但透過分享，就可以讓物品循環再利用達到永續環保。在 2024 世界地球日，GC 贈物網透過分享原先他們的目標是在 30 天內，減碳 10,000 公斤，結果活動結束後已經累計減碳達 50,467.94 公斤比原本的目標還要多 5 倍多，在未來 GC 贈物網仍會持續對環保做出更多的貢獻。

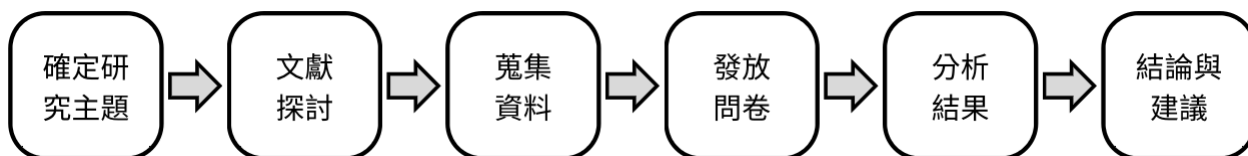
參、研究方法

一、研究方法

- （一）文獻探討：藉由業者官方網站、書籍雜誌，蒐集及彙整與本研究相關之文獻資料做為參考，製做出 SWOT 分析
- （二）問卷調查法：本組利用 Google 表單製作「探討 GC 贈物網使用滿意度及捐贈意願」之問卷加以分析
- （三）SWOT 與 4P 分析：根據 GC 贈物網 APP 來進行 SWOT 與 4P 分析，能讓我們更清楚 GC 贈物網 APP 目前發展環境與面臨的困難。

二、研究流程

圖五：研究流程圖



資料來源：本小組自行編繪

肆、研究分析與結果

一、探討 GC 贈物網使用滿意度及捐贈意願的問卷分析

我們於 113 年 7 月 1 日開始發放 Google 問卷連結予花蓮民眾，至 113 年 8 月 1 日截止，填寫對象大多為青少年，有效問卷共 122 份。

問卷內容包含使用者對於 GC 贈物網 APP 的使用滿意度，與受訪者對於二手物品的了解與捐贈意願，讓我們深入了解 GC 贈物網 APP 是否能對社會做出實質性貢獻，與台灣人對於 GC 贈物網的了解有多少，再透過使用 APP，以實際行動支持 GC 贈物網。我們也想了解民眾對於二手物品的捐贈意願，所以我們將問卷分成兩個階段，第一階段是了解民眾是否有使用過 GC 贈物網，針對有使用過 GC 贈物網 APP 的人去進行問卷調查，第二階段主要是在探討對於二手物品的捐贈意願，所以不論有無使用過 GC 贈物網 APP 都進行了問卷調查。以下是我們的問卷內容與分析結果：

（一）受訪人基本資料：

表六：基本資料

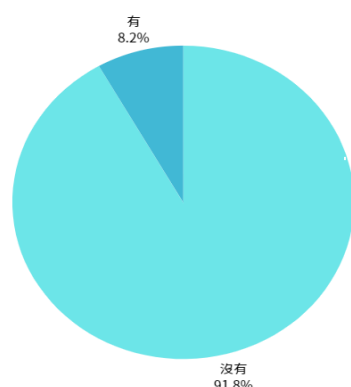
項目	所佔比例						
性別	男性 27.5%			女性 72.5%			
年齡	15 歲以下 6.7%	16~25 歲 46.7%	26~30 歲 6.7%	31~40 歲 15%	40 歲以上 25%		
教育程度	國小 1%	國中 33%	高中（職） 55%	大專（學） 25.8%	研究所（以上） 15%		
職業	學生 45.8%	軍公教 20%	上班族 15.8%	服務業 7.5%	退休 3.3%	自由業 5%	農業 1.7%

資料來源:本組自行統整

（二）透過我們的問卷調查，在第一階段，將有無使用過 GC 贈物網 APP 的人區分，（圖六）我們發現有 91.8% 的群眾都不了解 GC 贈物網，更不曾使用過這個 APP，只有少數 8.2% 的人使用過，可見民眾對於 GC 贈物網的了解非常有限，GC 贈物網對大眾的宣傳也並不多，幾乎在日常中沒有看過 APP 的廣告宣傳。

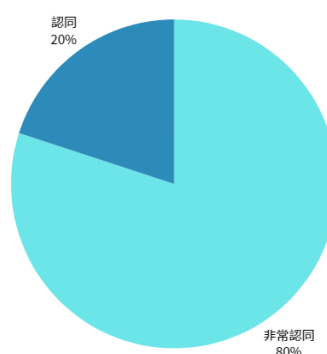
（圖七）針對使用者進行調查，對於 GC 贈物網提倡無條件分享的理念，也是吸引使用者支持的主要原因之一，為了貢獻社會 GC 贈物網也推出了許多公益活動讓使用者發揮愛心。

圖六：請問您是否使用過 GC 贈物網 APP？



資料來源：本小組自行編繪

圖七：請問 GC 贈物網「無條件分享」的理念您的認同度？

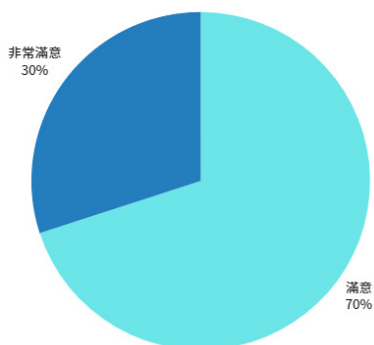


資料來源：本小組自行編繪

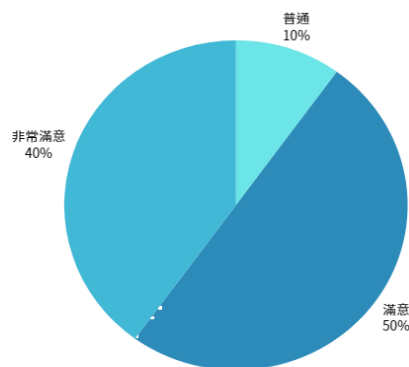
通過（圖八、圖九）讓我們了解到使用過 GC 贈物網的少數人對於 APP 的整體感受 50% 都是非常滿意，APP 整體設計讓大多數使用者（70%）在使用過程感到滿意，所以 GC 贈物網對於使用者來說整體操作方面是很好的。然而，為什麼使用者仍這麼稀少呢？主要原因在於 APP 知名度不高，且宣傳方式有限，我們得知 GC 贈物網也是透過廣播和師長推薦。

圖八：請問您使用過 GC 贈物網後「整體感受」的滿意度？

圖九：請問您對於 GC 贈物網的「整體設計」覺得如何？



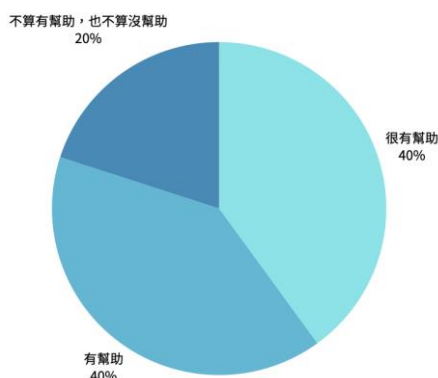
資料來源：本小組自行編繪



資料來源：本小組自行編繪

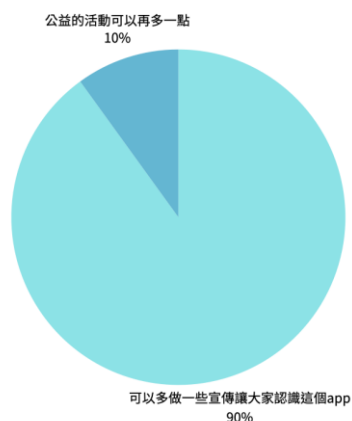
在 GC 贈物網也會創辦一些公益活動，是否對使用者有著生活上的幫助，（圖十）可發現 APP 上的公益活動在人們的生活中，或多或少都有幫助到他人，或許是心裡上的滿足，但也許是生活中的負擔減少，可知 GC 贈物網是能幫助到生活的軟體，對 GC 贈物網的建議如（圖十一），使用者們也都希望 APP 的宣傳可以增加與公益活動多創辦，民眾內心也是希望 APP 能被社會所看見，讓多一點的人發揮愛心。

圖十：請問您 GC 贈物網 APP 裡發起的活動，對您的生活有幫助嗎？



資料來源：本小組自行編繪

圖十一：請問您在使用過 GC 贈物網後，您覺得贈物網還可以增加或改變什麼功能？

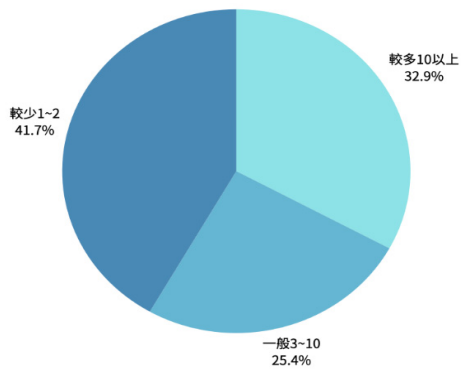


資料來源：本小組自行編繪

完成第一階段的分析之後，進行第二階段的分析，我們又探討了所有受訪者對於二手物品的捐贈意願，了解完使用者們的想法，我們想知道一般人在日常生活中是否有使用過二手物品的經驗（不論有無使用過 GC 贈物網 APP）。

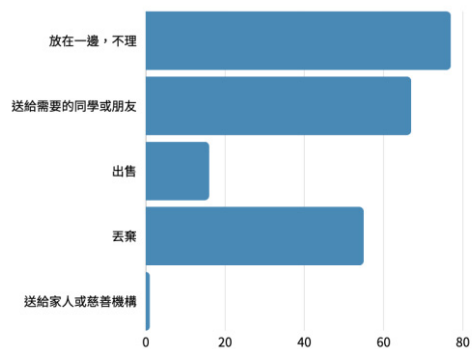
且生活中不常使用的生活物品有沒有想把東西捐贈出去的意願，對於沒使用過、聽聞 GC 贈物網的民眾，透過問卷了解他們對於二手物品的捐贈意願，（圖十二）可以發現受訪人的日常生活中或多或少都有閒置的二手物品，而如何處理由（圖十三）得知在沒有捐贈選項的時候，大多數是選擇放在一邊不理與送給需要的同友或丟棄，出售占少數。可當只有捐贈和拍賣的選項時，近半數都是希望捐贈出去，可以發現受訪者都有想捐贈自己的二手物給需要的人使用，可是不知道如何去捐贈。

圖十二：請問您一般閒置的二手物品有多少？



資料來源：本小組自行編繪

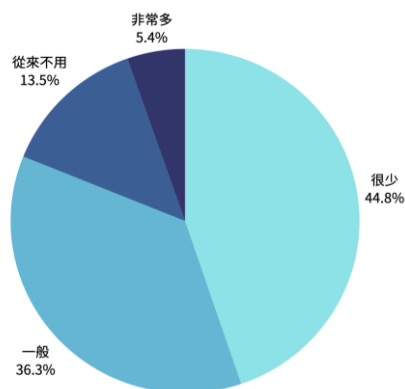
圖十三：請問您平時是怎麼處理自己閒置的物品？（複選題）



資料來源：本小組自行編繪

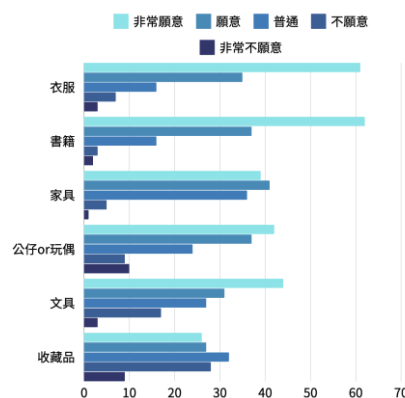
為了探討是否使用過二手物品，從問卷調查中(圖十四)，占 44.8%的受訪者回應很少使用的居多，但不代表沒使用過。再來是 36.3%使用程度一般，但仍有 5.4%在日常生活中很常使用二手物品。所以代表著使用過的東西，並不代表著用過後就必須得丟掉或拋棄，可以透過捐贈來送給需要它的人群，對於願不願意捐贈與收取那些物品我們也進行了探討如（圖十五）。大家非常樂意捐贈的是衣服和書籍。

圖十四：請問您使用二手物的情況？



資料來源：本小組自行編繪

圖十五：請問您會願意捐贈那些物品？



資料來源：本小組自行編繪

伍、研究結論與建議

透過文獻探討與問卷結果調查後分析，我們得到了以下的結論和建議

一、研究結論

- (一) 我們了解到了 GC 贈物網是以「無條件分享」非營利的模式去進行運作，贈送者與受贈者之間只需繳交 60 元的運費就能完成交易。
- (二) GC 贈物網也藉由「無條件分享」讓資源再生，創造了新的環保概念。
- (三) 我們可了解到在日常生活中，GC 贈物網的使用者是非常少的，原因可能是民眾不知如何從網路媒體得知 GC 贈物網 APP 的存在，所以未曾使用過它。而沒使用 GC 贈物網 APP 的受訪者，在對於二手物品的捐贈意願上是有想付出的心，對於資源的使用並不只是拘限於將使用過後的物品直接丟棄。
- (四) 但對於使用過 GC 贈物網的使用者，這項 APP 也給他們帶來了生活上的幫助，

也能透過 APP 來無償分享與取得自己需要的物品，並且在這個過程中真實感受到對於社會付出貢獻的心情。

二、建議

根據研究結論，提出一些建議來增加曝光度；透過現在科技發達，人人的使用手機的情況下，我們推薦了幾種能推廣 APP 的方式，建立社群媒體去宣傳與推廣或著是經由付費廣告來提高 APP 的可見度，就能吸引更多人群來使用，也能讓許多人能參與 APP 裡面的公益活動，用戶推廣也能成為一個很好的宣傳方法，來達成資源利用與創始人的無條件分享理念。

陸、參考文獻

賴譽哲（2003）。網路二手市場交易模式及其影響因素之研究 — 以行動電話市場為例。立德管理學院。科技管理研究所。碩士論文。

<https://hdl.handle.net/11296/2xb454>

蔡沛珊、王泊雅、李思妮（2022 年 01 月 22 日）。贈物網做媒 — 「把你不需要的東西，送給需要的人」。

<https://ubrand.udn.com/ubrand/story/123638/6050298>

GC 贈物網（2024）。GC 贈物網官方網站 — 認識贈物網。

<https://www.give-circle.com/aboutGC>

Allison Chen（2021 年 05 月 06 日）。《GC 贈物網》成立 12 週年 — 創辦人馬玉如：「用不到的東西送到對的人手上，就不會產生浪費」。

<https://www.tatlerasia.com/power-purpose/philanthropy/gent-max-ma-give543>

黃靜怡（2023）。社會企業之創業機會辨識與永續商業模式之建構 — 以「贈物網」為例。國立臺南大學經營與管理學系高階管理碩士在職專班。碩士論文。

<https://hdl.handle.net/11296/6z96ba>

生命力新聞（2022 年 1 月 18 日）。贈物網 免費物資共享有效循環。

<https://reurl.cc/WNbxR9>

google play（2022 年 4 月 19 日）。GC 贈物網。<https://reurl.cc/E6mjyg>

GC 贈物網（2020 年 2 月 1 日）。贈物網 11 歲了！站長的體悟和收獲。

<https://www.give-circle.com/story/22253>

維基百科（2018 年 10 月 25 日）。新竹物流。

<https://reurl.cc/OrLyn7>

磐石產學研究中心（2022 年 7 月 4 日）。職缺資訊。

https://www.ccair.nchu.edu.tw/article2_detail/329

維基百科（2022 年 5 月 25 日）。台北 101。<https://reurl.cc/g6pdkp>

GC 贈物網（無日期）。GC 贈物網使用簡介。

<https://www.give-circle.com/useIntro>

GC 贈物網（2023 年 6 月 15 日）。【功能布告欄】禮物怎麼寄？怎麼收？贈物網寄件方式全攻略！

<https://www.give-circle.com/story/16884>

GC 贈物網（2014 年 10 月）。全家便利商店- 企業- GC 贈物網。

<https://www.give-circle.com/user/13012/profile>

GC 贈物網（2013 年 8 月）。新竹物流與贈物網合作緣起。

<https://www.give-circle.com/static/hct/543hct.html>

GC 贈物網（2023 年 6 月 15 日）。【功能布告欄】禮物怎麼寄？怎麼收？贈物網寄件方式全攻略！ <https://www.give-circle.com/story/16884>

ETtoday 新聞雲（2016 年 12 月 25 日）。經手上億善心物資沒賺錢「三位天使」幫她打開獲利 <https://www.give-circle.com/story/5940>

李祖翔（2013 年 05 月 11 日）。即使虧本，仍造對社會有貢獻。人間福報。

<https://www.give-circle.com/story/22273>

優等

《商業類》

篇名：

追劇熱潮-探討青少年追劇的動機及情緒價值

作者：

鍾喜恩 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

徐芊亞 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

徐承義 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

指導老師：

林淑芬 老師

壹、前言

一、研究動機

隨著網路世代的發達，追劇已經深深的成為我們生活的一部份，也是現代人必不可少的一項休閒活動。近幾年又因疫情關係，大家都不太敢出門，觀看手機和平板機率越來越高，透過網路平台可以找到一大堆消磨時間的方式，其中以看劇為大多數人的選擇，而這對青少年更是家常便飯，除了讓我們在家有個快樂的疫情生活，也是現代青少年消除壓力的方式。每個人都有不同的追劇模式、因素、通路，而【追劇】已經在不知不覺中影響我們深遠，不管是在思想上面還是生活上面。所以我們打算先從進行追劇行為的因素開始探討。

為甚麼會去接觸追劇這個行為?因為跟流行?或是家人邀著去看?在追劇中你的感受是甚麼?很開心很放鬆還是難過等等.....，或者你就是因為這些因素去追劇的，那追劇帶給你甚麼?讓你會一直想看下去，甚至為了追劇去花錢或是犧牲睡眠時間。這些就是我們這組想探討現代青少年對於追劇的動機和幸福感的研究。

隨著線上影音串流平台的興起，追劇成為一種普遍的文化現象。透過研究，分析高中職學生的追劇偏好，以及追劇對高中職學生的日常生活影響。

二、研究目的

- (一) 探討「追劇」行為與主觀幸福感和涉入、動機之關係
- (二) 了解年輕人喜愛的追劇類型
- (三) Netflix 原創影集吸引人進行追劇行為的因素和觀後反應

貳、文獻探討

一、青少年的定義

楊育英(無日期)指出「青少年就是要成長為成熟的成年人，或接近成熟的意思。大約在十三歲到十九歲之間」。而不光是用年齡區分，青少年的身體及心理也會產生變化。

二、追劇的定義

教育百科(2020)提到「追劇是指當人對某一部電視劇集或網路劇集著迷後，會定期地在該系列的最新劇集開播時，進行觀看的一種行為」。

三、情緒價值的定義

情緒價值指的是透過行為或語言，引起他人內心情感波動的能力。具有高度情緒價值的行為或語言，能夠讓人感到愉悅、滿足、幸福，並減少壓力，這在友情或戀愛關係中都扮演著重要的角色。如果你有提供正面情緒價值的能力，可以促進親密度、增強信任，也可以幫助你維持良好的人際關係。因此，情緒價值多在人與人的互動中扮演著重要的

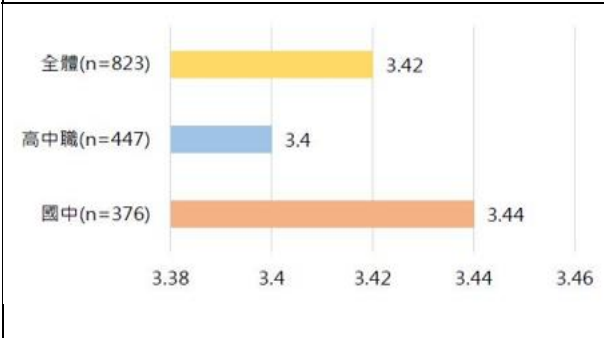
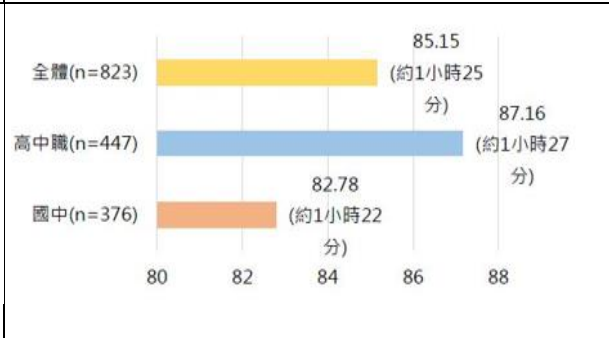
角色。(BAZAAR，2024)

四、追劇的探討

黃暘恂（2017）研究發現「閱聽人以追劇模式收看原創影集的使用與滿足，其動機為娛樂、放鬆、打發時間、逃避、學習、社交、習慣、搶快與趕進度」。王玉婷（2021）也指出「手機、網路平台發展多元，已逐漸改變過去以傳統電視觀看戲劇的模式，電腦、手機、平板等多種不同的顯示螢幕可做選擇」。探討觀眾已不再追隨電視播出時間追劇。

黃暘恂（2017）指出「現代閱聽人在觀看電視影集時，比過去享有更多的控制和選擇權」，而在追劇後可能會有快樂、放鬆、滿足幻想等正面反應，但也可能會有陷入太深、精神不濟等負面反應。探討對於 Netflix 原創影集或其他類似 APP，那些影集方式或類型是吸引人進行追劇行為的因素。

(一) 台灣傳播調查資料庫(2022) 顯示出「國高中職生一週約 3 天以上會看戲劇節目」，而傳播調查資料庫也曾在 2020 年針對青少年做了以下的調查。

圖 1 每週平均觀看戲劇節目天數	圖 2 每天觀看戲劇節目時間
	
資料來源:台灣傳播調查資料庫	資料來源:台灣傳播調查資料庫
圖 1 得知國高中職生每天觀看戲劇節目天數約為 3 天，無顯著差異	圖 2 得知國高中職生每天觀看戲劇節目時間約為 1 個半小時，無顯著差異

將根據之前的數據，來探討 2024 年的發展與改變和為甚麼改變？

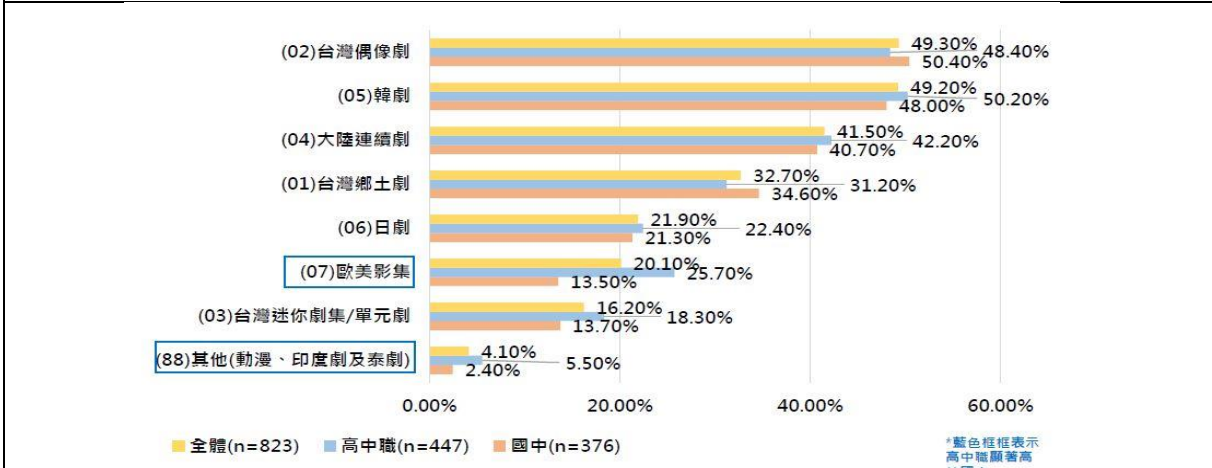
圖 3 國高中職生常看的戲劇節目類型

資料來源:台灣傳播調查資料庫

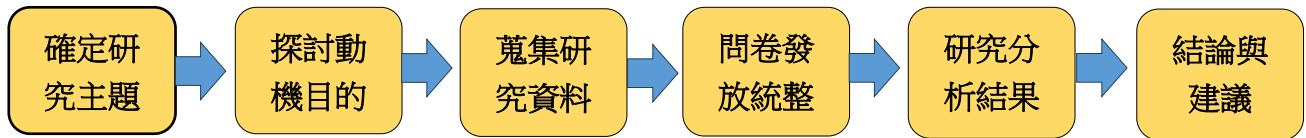
圖 3 得知無論是國高中職生，最偏愛台灣偶像劇及韓劇，而歐美影集在國高職中的偏好排名第六。

探討若以現代發展不同類型的劇情，對數據有何影響，這些新奇的劇情想法以後會廣為流傳嗎？或是暫時性的像潮流一樣，隨風而來又隨風而去呢？

參、研究方法

一、研究流程

圖 4、研究流程圖



(資料來源:本組自行繪製)

二、研究方法

(一) 文獻探討法:

確定研究主題及對象後，透過書報雜誌、新聞媒體相關報導及蒐集其他網站上的資料，經由彙整與小組討論之後，將其中的資料分析統整後做成文獻探討。

(二) 問卷調查法:

本組自行設計「追劇動機以及追劇帶給人的情緒價值」問卷，並在網路上發放，之後將回收後的問卷，分析及彙整受訪者想法，提出結論。

三、研究範圍及限制

本研究範圍以青少年 13-25 為主，因考量符合我們組自身的年齡，因此僅針對青少年對於追劇動機及帶給自己的情緒價值作為探討。

肆、研究分析與結果

本研究針對 15~25 歲的青少年群，對於追劇的動機及情緒價值問卷調查，問卷於 2024 年 8 月 15 日至 2024 年 9 月 3 日止，問卷調查份數本次實際發放 152 份，收回 152 份，有效問卷 151 份，其問卷結果分析如下:

一、受訪者基本資料

圖 5、受訪者基本資料

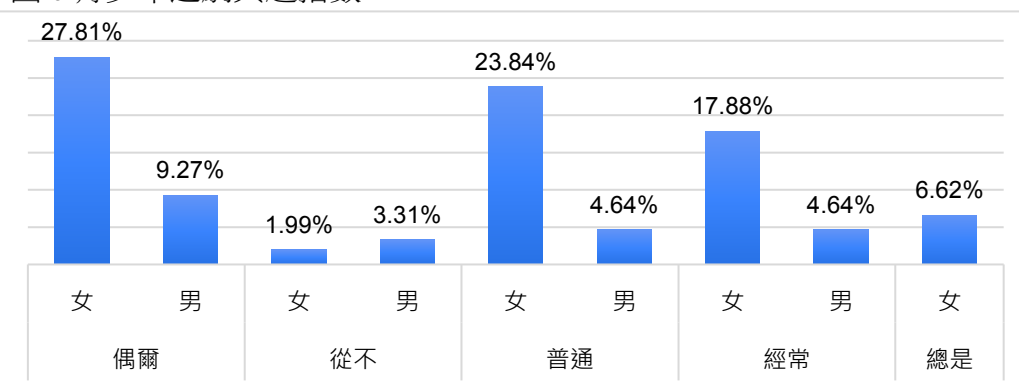
問卷內容	問卷項目	個數	百分比
性別	女	118	78.15%
	男	33	21.85%
年齡	13~15 歲	18	11.92%
	16~18 歲	125	82.78%
	19~21 歲	7	4.64%
	22~25 歲	1	0.66%

(資料來源:本組自行整理)

根據圖 5 顯示，大多數的受訪者為女性，占比達到 78.15%，年齡層集中在 16 至 18 歲之間，占 82.78%。這些數據顯示受訪者以青少年為主，並且多數從事的職業是學生。

二、青少年追劇動機及情緒價值分析表

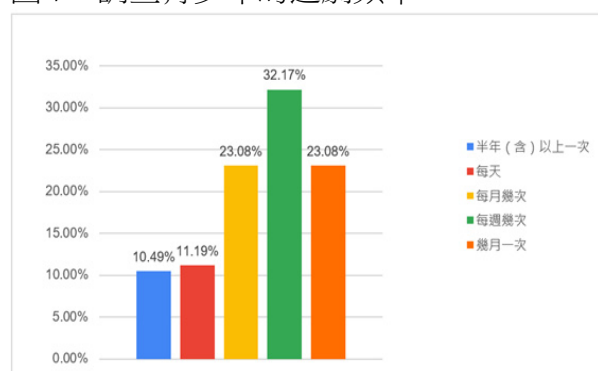
圖 6 青少年追劇興趣指數



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 6 顯示，女性中有 27.81% 偶爾追劇，相較之下，男性的比例則為 9.27%。此外，23.84% 的女性表示對追劇有一般的興趣，而男性的這一比例為 4.64%。由此可見，現今青少年對於追劇的態度多數表現為「偶爾觀看」，顯示追劇在青少年生活中的重要性雖不可忽視，但並非主流娛樂方式。

圖 7、調查青少年的追劇頻率



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 7，有 32.17% 的青少年表示每週會追劇多次，顯示他們的追劇頻率相當高。此外，23.08% 的青少年則每月追劇幾次或數個月才看一次。總體而言，當前青少年追劇的頻率十分頻繁，大多數人每週都會定期觀看劇集。

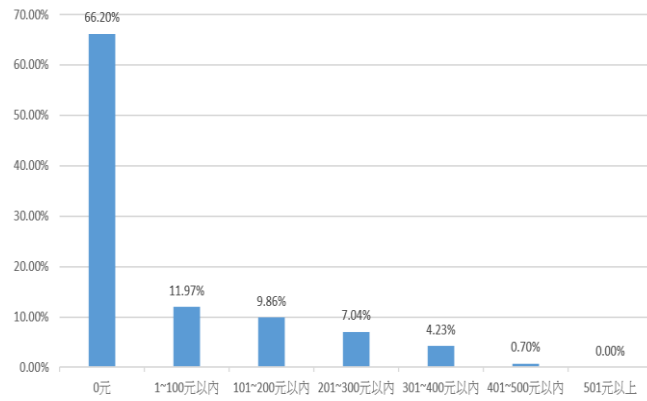
圖 8 了解受訪者的追劇時間偏好

問卷內容	女	男	合計	百分比
6:00~11:00	0	0	0	0%
11:01~13:00	6	2	8	5.30%
13:01~16:00	12	1	13	8.62%
16:01~21:00	28	8	36	23.84%
21:01~24:00	56	9	65	43.05%
00:01~05:59	7	6	13	8.62%
總計	109	26	135	89.41%

(資料來源:本組自行整理)

依圖 8 顯示有 56 位女性和 9 位男性在晚上九點到十二點追劇其次是 28 位女性和 8 位男性在下午四點到九點追劇，由此可知許多青少年晚上追劇的人數比下午追劇的還多。我們認為是因為學生下午都還在上課晚上則是在家休息。

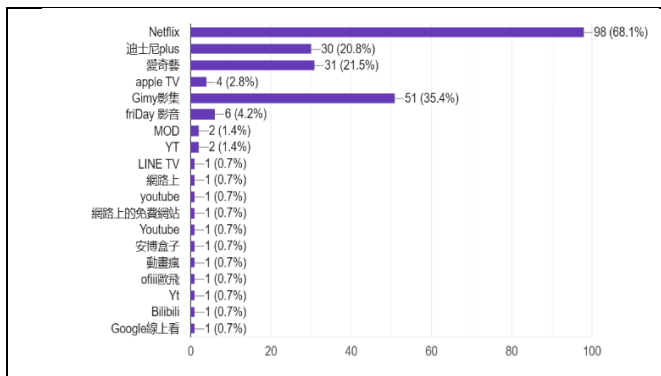
圖 9 青少年的追劇開支



(資料來源:本組自行整理)

依圖 9 顯 66.20%會在追劇上花費 0 元的比例最高，次之為 11.97%花費 0~100 元，由此可知人們在追劇時傾向使用便宜或免費的網站。

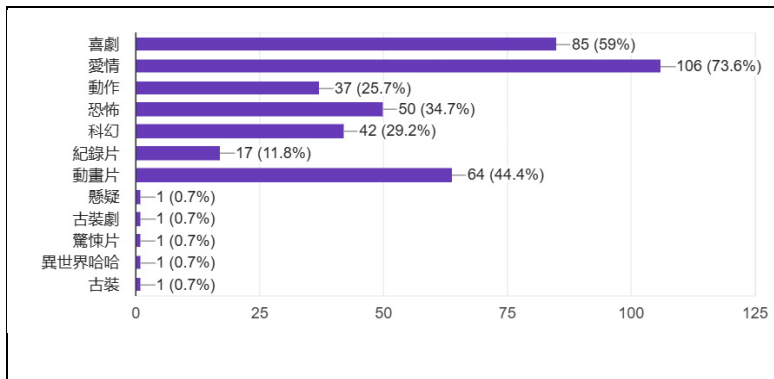
圖 10 青少年的觀影平台選擇



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 10，有 98 位青少年（68.1%）選擇使用 Netflix 進行追劇，顯示出其在青少年中極高的受歡迎程度。其次，有 51 位（35.4%）青少年選擇 Gimy 影集，緊隨其後的是 31 位（21.5%）青少年使用愛奇藝。這些數據表明，Netflix 在青少年群體中的熱度依然領先，成為他們追劇的首選平台。

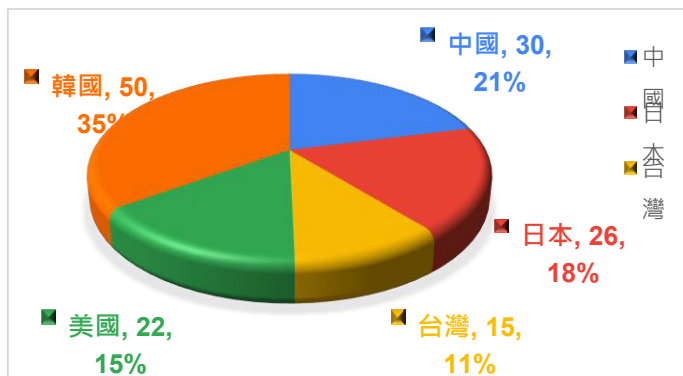
圖 11 青少年追劇類型傾向



(資料來源:本組自行整理)

依圖 11 顯示 73.6%的愛情類型比例最高，次之為 59%喜劇類型，動畫片 44.4%，由此可知大部分年輕人偏好愛情片

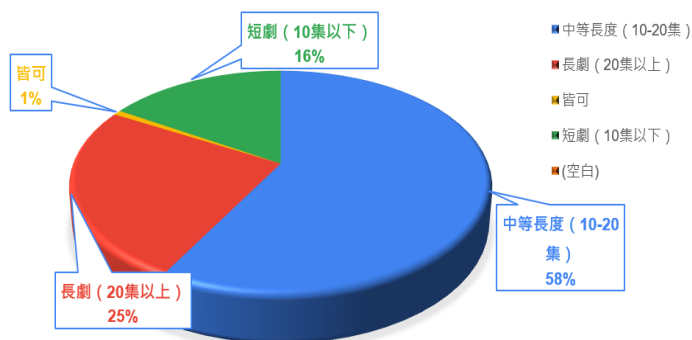
圖 12 青少年在追劇時偏好的地區或國家



(資料來源:本組自行整理)

依圖 12 顯示追劇時偏好的國家中 50.35%韓國比例最高，次之 30.21 中國，日本 26.18%，由此可知人們觀看偏好將近一半左右都是觀看韓劇。

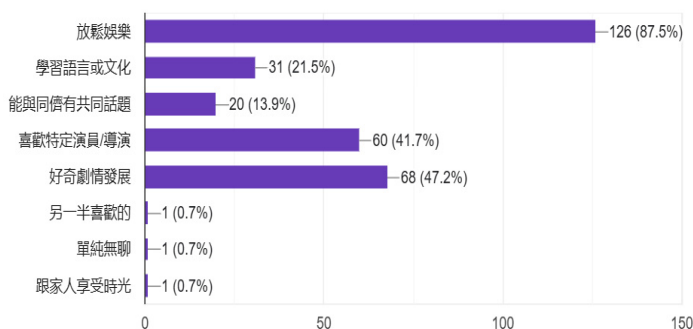
圖 13 青少年對劇集時長的偏好



根據圖 13，58%的青少年偏好中等長度劇集（10-20 集），25%偏好長劇（20 集以上），16%喜歡短劇（10 集以下），僅 1%不喜歡劇集。這表明青少年更青睞於能在合理時間內提供豐富情節的中等長度劇集，兼顧娛樂性與敘事深度。

(資料來源:本組自行整理)

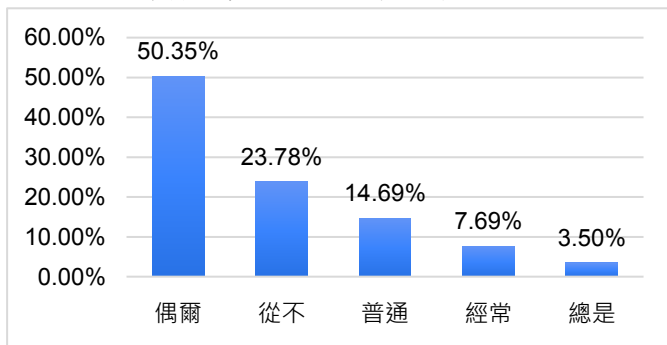
圖 14 了解青少年追劇的核心動機



根據圖 14，87.5%的青少年選擇追劇是為了放鬆娛樂，其次有 47.2%因為好奇劇情發展，41.7%則是喜歡特定演員。這表明大多數青少年可能因學業壓力大，將追劇視為紓壓的方式。

(資料來源:本組自行整理)

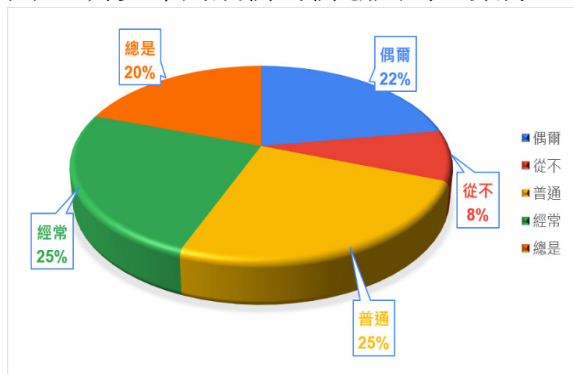
圖 15 調查青少年的共同觀影習慣



根據圖 15，50.35%的青少年偶爾會與朋友或家人一起追劇，23.78%則從不，14.69%表示普通。這顯示大多數青少年仍偏好與家人朋友共同追劇。

(資料來源:本組自行整理)

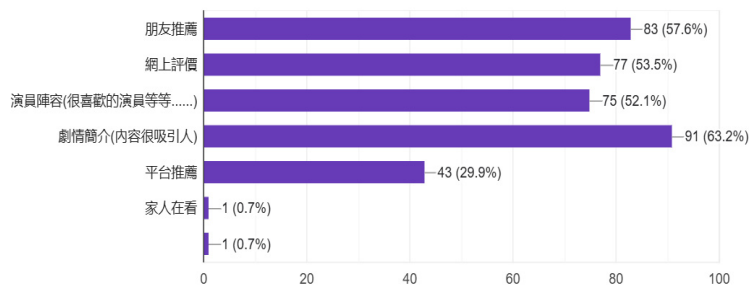
圖 16 青少年對劇情的情感共鳴之數據



根據圖 16，25%的青少年經常或通常對 情 產生情感共鳴，22%則偶爾感受到共鳴。這 顯示出現代劇集的情感層次豐富，能引發青少年的情感共鳴。

(資料來源:本組自行整理)

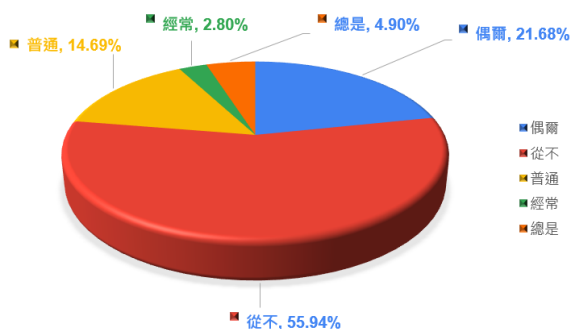
圖 17 青少年選擇劇集的主要考量因素



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 17，63.2%（91 人）的青少年因劇情簡介吸引而追劇，57.6%（83 人）因朋友推薦，53.5%（77 人）則依據網上評價選擇劇集。這表明青少年更傾向於選擇自己感興趣或喜歡的劇來觀看。

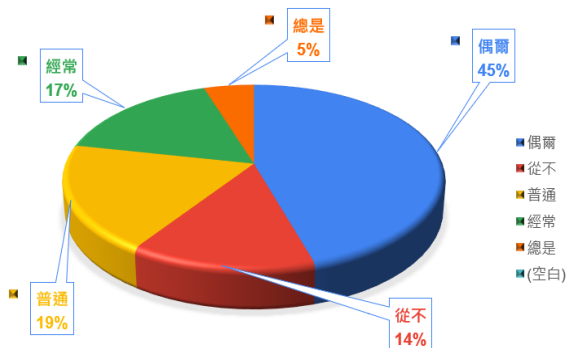
圖 18 了解青少年為追劇投入的消費意願



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 18，55.94%的青少年從不為追劇花費，21.68%則偶爾投入消費。這顯示大多數青少年傾向於在追劇上節省開支。

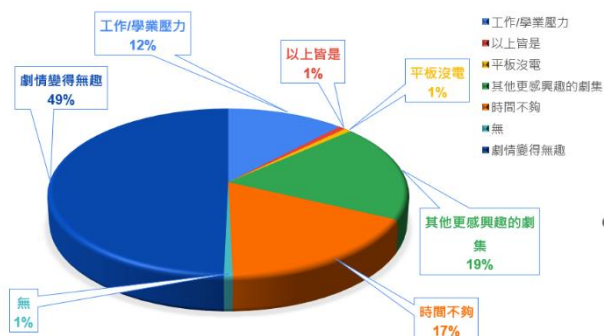
圖 19 青少年是否經常放棄原本在追的劇集之分析



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 19，45%的青少年偶爾會放棄正在追的劇，19%表示普通放棄，另有 17%經常放棄。這顯示大部分青少年有可能中途放棄原本在觀看的劇集。

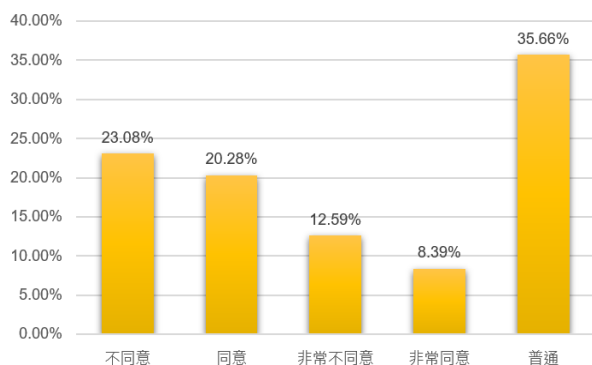
圖 20 影響青少年放棄追劇的主要原因



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 20，49%的青少年因劇情變得無聊而放棄追劇，19%因時間不夠，12%則因工作或學業壓力。這表明近半數青少年因劇情無聊而選擇不再繼續觀看。

圖 21 青少年是否認為追劇干擾學習或工作



(資料來源:本組自行整理)

根據圖 21，35.66%的青少年認為追劇對學習影響普通，23.08%不同意追劇干擾，20.28%則同意有干擾。由此可見，大多數青少年認為追劇不會顯著影響他們的日常活動。

伍、研究結論與建議

一、結論

(一) 青少年「追劇」行為與主觀幸福感和涉入、動機之關係

1. 追劇作為情緒宣洩的途徑

許多青少年因學業壓力等因素需要尋找情緒釋放的方式，而追劇成為他們有效的途徑。透過觀看劇集，青少年能放鬆心情、減輕生活中的緊張感，並從中獲得快樂與滿足。隨著對劇情的深入投入，追劇所帶來的幸福感也隨之增強，特別是越沉浸於劇情中的青少年，更能從中獲得情感上的滿足，進而幫助他們舒緩現實壓力。

2. 追劇與青少年情感投入的關聯

追劇不僅是短期情緒宣洩的方式，還讓青少年能將劇中角色和情節與自身經驗聯繫，進一步加深情感投入。這種心理投入不僅能增強即時的幸福感，還能促進青少年對自我認同感及自我價值感的提升。

3. 追劇對青少年心理成長的深遠影響

透過劇集，青少年能探索不同的價值觀和人生選擇，虛擬情境中的情感和思想潛移默化地影響他們的世界觀及人際關係，進一步增強面對未來的信心和適應力。因此，追劇對青少年的情感需求與心理成長具有深遠影響，成為他們在現實壓力中獲取情感安慰與自我成長的重要途徑。

(二) 青少年喜愛的追劇類型

在當代青少年中，愛情劇、喜劇和動畫片是他們最喜歡的追劇類型。愛情劇能夠滿足青少年的情感需求，劇中的人際互動經常與他們的生活經歷產生共鳴，幫助他們反思情感和價值觀。喜劇通過輕鬆幽默的情節幫助青少年放鬆，特別是面臨學業挑戰時，能暫時擺脫壓力並增添生活樂趣。動畫片則以豐富的想像力和創意吸引年輕觀眾，角色具備英雄氣質或努力成長的故事，激勵青少年追求夢想與目標。總結來看，這三種類型的劇集滿足青少年在情感、心理和社會層面的需求，因此成為他們最受歡迎的選擇。

(三) Netflix 原創影集吸引人進行追劇行為的因素和觀後反應

Netflix 的原創影集因劇情精彩、方便的觀看方式以及種類豐富而吸引青少年。追劇讓青少年感到放鬆和快樂，但若時間控制不當，可能導致上癮，反而無法真正放鬆，並可能加重疲勞，影響日常生活。

二、建議

(一) 未來研究的方向

建議未來的研究深入探討不同類型的劇集對青少年心理健康的具體影響。分析愛情劇、喜劇和動畫片等不同劇集類型如何滿足青少年的情感需求，並對其社交行為和自我認同感產生的影響。

(二) 家長與教師的引導

家長和教師應正面引導青少年的追劇行為，幫助他們選擇適合的劇集內容。透過組織觀影活動，讓青少年在安全的環境中討論劇情、分享感受，有助於增進他們的人際互動與情感表達能力。

(三) 心理健康的支持

學校或社區應設立支持性活動，幫助青少年將追劇行為作為釋放情緒的健康渠道，並結合心理健康教育，教導他們應對壓力和管理情緒的技巧。

(四) 媒體素養教育

加強青少年的媒體素養教育，幫助他們區分劇集中的情感表達與現實生活，讓他們從追劇中獲取正面的情感支持，避免過度依賴劇集作為情緒宣洩工具。

(五) 鼓勵自我反思

鼓勵青少年在追劇後進行自我反思，分析劇情與自己的生活經驗的關聯。這種反思能幫助他們理解自己的情感需求，並在日常生活中更有效應用所獲得的情感經驗。

(六) 推出個性化推薦系統

影音平台可以根據青少年的觀影行為和偏好，主動推薦他們喜愛的劇集類型，從而提升他們的觀影體驗和情感滿足感。

(七) 強化社群互動功能

平台可以增強社群互動功能，例如劇情討論、角色投票等，讓青少年有機會參與劇集討論，並與其他觀眾分享觀影心得。這將增強平台的社交屬性，並提供青少年更多的參與感與情感交流的機會。

陸、參考文獻

- 一、黃暘恂 (2017) 。 閱聽人追劇行為研究—以 Netflix 原創影集為例。國立台灣師範大

- 學圖文傳播系碩士班：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/7ff325>
- 二、王玉婷(2021)。**追劇涉入程度、動機與主觀幸福感關係之研究**。佛光大學傳播學系碩士班：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/kjvt43>
- 三、台灣傳播調查資料庫(2022年3月30日)。**國高中職生追劇之情況**。
<https://crctaiwan.dcat.nycu.edu.tw/epaper/%E7%AC%AC278%E6%9C%9F20220330.htm>
- 四、楊育英(無日期)。**青少年的EQ管理**。2024年5月9日。
<https://www.shute.kh.edu.tw/~healthcare/>
- 五、教育百科(2020年9月16日)。**追劇**。
https://pedia.cloud.edu.tw/Entry/MemberCreatedContent?title=%E8%BF%BD%E5%8A%87&search=%E8%BF%BD%E5%8A%87#M_1150
- 六、AZAAR(2024年6月12日)。**情緒價值是甚麼？懂得為另一半提供情緒價值才是愛情長跑的成功秘訣！**
<https://www.harpersbazaar.com.hk/lifestyle/emotional-value>

甲等

《商業類》

篇名：

花蓮消費者對電子商務的消費行為分析：以酷彭與蝦皮為例

作者：

周瑞翔 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

楊浚斐 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

指導老師：

陳學毅 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

在以前大多都已以物換物的方式來做交易，再來是以貨幣來交換物品，也漸漸出現了各種實體店面，那時線上購物還不流行，但隨著科技的發展各種交易方法層出不窮，現今最熱門的就是線上購物，這使許多的交易形式改變，經濟發展也迅速增加，使人們得到了便利和時效性等等各種需求的滿足。隨著科技的發展，人們對於方便要求到了極至，常以網購取代實體購物，我們想知道人們為何選擇網購，以及網購對人們的影響。

二、研究目的

因為酷彭是以折扣和速度來吸引人，而蝦皮也是用大量的折扣，但速度卻慢了一點，這使我們想知道消費者對於打折和速度的看法，哪個更能吸引消費者，且線上購物使我們的生活已有很大的改變，我們想知道線上購物對我們的影響。

主要的研究目的有四個

- (一)酷彭和蝦皮的行銷策略。
- (二)分析酷彭和蝦皮的的優劣勢。
- (三)分析花蓮消費者對酷彭和蝦皮的消費行為和滿意度。
- (四)根據問卷對酷彭及蝦皮提出建議。

貳、文獻探討

一、蝦皮的背景

- (一)2009年創辦人李小東於新加坡成立蝦皮，以金融服務及遊戲代練起家，成立至今15年是目前東南亞電商三大巨頭之一，2015年跨足電商市場成立蝦皮購物，該年10月正式進入台灣。(GOSHOP，2020)
- (二)2015上市期間蝦精準掌握買賣雙方痛點，搶下台灣電商寶座，該年蝦皮進軍其他東南亞市場，拓展地區依序為台灣、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、越南及菲律賓。(GOSHOP，2020)
- (三)蝦皮購物自2015年展開在台灣營運正看中台灣智慧型手機高度普及，其次，就是社群媒體直創造了相當熱絡的商品銷售機會(天下雜誌，.2018)。

二、蝦皮的起源與發展歷程

表1 蝦皮時間表

年分	發生事件
2015	起源於新加坡(高寶，2023)。
2016	蝦皮的99購物節也更多遊戲被陸續開發(林姿錦，2020)。
2017	推出三大保證；假一賠二、15天無條件退貨、24小時快速到貨。
2018	推出了ShoPeeLOVE直播購物(陳冠榮，2019)。
2021	推出了店到店服務，在雙北桃園一帶設立了20家實體據點(王郁倫，2021)
2023	實體店已擴增到1400多家，每年365天計算，年處理包裹總數量高達2億件，且一件物流處理費60元，總計高達120億元營收（聯合新聞網，2023）

資料來源:本組整理

三、蝦皮的行銷策略

蝦皮店到店在2023年3月17日起與「OK超商」結盟啟用雙向交寄服務，不僅讓蝦皮店到店的據點一口氣擴張至上千家這一舉措有助於蝦皮進一步拓展其服務範圍，滿足消費者多樣化的購物需求蝦皮店到店首家旗艦店於台北市松菸商圈開幕，除了寄取貨與零食銷售外，還進駐「蝦皮Cafe」，讓到店的民眾都能悠閒的喝杯啡。在疫情期間，提供安全購物環境：蝦皮加強了對其平台和物流網絡的清潔和消毒措施，確保消費者在購物過程中的安全並加強物流能力，增加了物流人員和車輛，並優化了物流網絡，以應對訂單量的增加和交付的延遲。

四、酷彭背景

- (一)酷彭是於2010年在大韓民國由金範錫創立的電子商務公司，在美國的註冊地為德拉瓦州。當時金範錫只是個哈佛大學生，在大學裡是主攻企業管理碩士。
- (二)目前已是韓國第二大線上零售商，且在2019時全球收益已超過59億美元，此司主要以速度快為賣點，聲稱99.6%的訂單可以在24小時內送達，以此火熱了起來。(make it，2020)
- (三)在錢玉紘(2024)的報導中寫到**金範錫表示:[有此成績，並非只靠一朝一夕的好表現，而是過去持之以恆投資那些尚未帶來回報的大膽賭注。]**可知酷彭不只是靠了速度快等優勢，還靠大膽的賭注，且大量使用AI的幫助才有此成就。
- (四)酷彭的購買範圍從生活用用品到跨境購物，在韓國的家門口可能都會看到生鮮

蔬果裝環保袋，並在台灣嚴選採購並通過自有倉儲存放商品銷售給消費者。

五、酷彭發展歷程:

表2 酷彭時間表

年份	發生事件
2010	於韓國首爾成立
2014	推出火箭速配
2018	推出送貨司機媒合生鮮送貨服務、酷澎獲得軟銀投資及其他投資者
2019	酷澎在中國大陸開啟「第三方賣家業務」、推出外送服務
2020	推出支付服務、收購新加坡的Hoop、推出串流影音平台
2021	酷澎在紐約證券交易所上市、進軍日本及台灣
2022	成功在財星美國500強中奪得195名、推出美韓商品火箭跨境，台灣商品火箭速配
2023	酷澎退出日本市場、app下載在台灣的ios及Android第一名、進軍精品電商

資料來源:本組整理

六、酷澎行銷手法

酷澎在台灣各網站上投放大量廣告，並以低價優惠，快速送貨方式吸引大量的顧客。但它的重點可不在消費者身上，劉忠勇(2014)的報導中寫到**金範錫表示:【零售業始終充滿活力且競爭激烈，從傳統線下零售商到大型中國競爭對手，新進者也不斷湧入。】**，因為現有競爭者已有許多，而未來的競爭者只會一直出現不會減少，所以其實重點是在供應商的整合、自動化與商業模式的合理性，有好的商品和好的價格就不怕沒客人了。

目前市面上的電商平台，根據廠商賣家及平台方的合作模式，可分為：買斷、買入但可退貨，以及寄售，三種模式，而酷澎是以台灣少見的買斷模式，主要是台灣目前很少這種模式的競爭對手，能與競爭者區隔，且根據在韓國發展時的經驗，提供不一樣的服務給消費者。但台灣與韓國不同，有獨特的市場環境與消費者需求，韓國經驗能否適用，還需要未來市場的驗證。(朱訓麒，2023)

參、研究方法

一、研究方法

(一)文獻分析法:收集相關資料，得知這兩家的行銷測略。

(二)問卷調查法:透過問卷調查得知兩者的滿意度調查。

二、研究範圍與限制

因本組人力、時間、及經費有限，本研究範圍為花蓮縣民眾，對酷澎和蝦皮的滿意度調查。

三、研究流程:

圖1 研究流程圖



資料來源:本組製作

肆、研究分析與結果:

一、SWOT分析:

本組經文獻探討資料整合成SWOT分析，S(優勢)W(劣勢)屬於內部條件分析，O(機會)T(威脅)屬於外部環境分析，進行蝦皮及酷澎兩者的行銷策略分析。(林淑芬，2023)

表3 兩者SWOT分析之比較

S(優勢)		W(劣勢)	
酷澎	蝦皮	酷澎	蝦皮
1.酷澎使用買斷模式 2.以較低價格和火箭速配服務建立優勢 3.使用大量的行銷活動	1.提供物流追蹤服務 2.付款及取貨方式多變 3.常有折扣和免運等活動 4.知名度較高	1.買斷模式可能導致產品數量較少 2.目前面對台灣在地電商知名度較低	1.信用制度自由容易造成恐慌 2.不能保證沒有詐騙和糾紛 3.物流時間較久
O(機會)		T(威脅)	
酷澎	蝦皮	酷澎	蝦皮
1.台灣電商市場還在成長 2.可透過雙向跨境銷售策略販賣較不同的產品	1.常有購物節、品牌日等等活動使消費者對於 2.買家與賣家能夠即時溝通 3.合作商家較多	1.不確定適不適合台灣法案	1.大多合作廠商是小品牌

資料來源:本組整理

二、4P分析:

本組使用4P來進行蝦皮及酷澎兩者的商品及服務的基本定位分析。(林淑芬，2023)

表4 兩者4P分析之比較

產品 (Product)	酷澎	1.以火箭跨境讓台灣消費者能以近於韓國當地價格購買到優惠的商品 2.會根據在韓國發展時的經驗，提供不一樣的服務給消費者 3.以火箭速配增加消費者的購買意願
	蝦皮	1.提供各種有形和無形的優秀服務 2.商品種類較多、CP值較高的產品能滿足各種顧客需求
價格 (Price)	酷澎	1.商品價格較其他電商低 2.常有促銷活動
	蝦皮	1.常用限時促銷及節慶促銷、滿額免運等活動增加購買的意願 2.買家與賣家能夠自主協調價格
通路 (Place)	酷澎	1.支持送貨到家及超商取貨服務
	蝦皮	1.取貨方式、地點多變
促銷 (Promotion)	酷澎	1.在台灣各網站上投放大量廣告 2.使用大量的行銷活動建立知名度
	蝦皮	1.特定期間會發放購物金或折價券 2.常以各大平台傳輸促銷活動

資料來源:本組整理

三、問卷調查

本組為了研究消費者對酷彭和蝦皮的滿意度及分析消費者對網購網站較注重之處，而製作Google問卷，採網路發放的方式，發放時間為2024年5月23日至2024年6月20日，已回收175份，有效問卷175份。

(一)受訪者基本資料

表5 受訪者基本資料

生理性別	女性			男性	
	68.6%			31.4%	
年齡	20歲以下	20~30歲	30~40歲	40~50歲	50歲以上
	61%	7.6%	7.8%	10.5%	13.4%

花蓮消費者對電子商務的消費行為分析:以酷彭與蝦皮為例

職業	學生	軍公教	上班族	其他
	61%	13.4%	15.1%	10.5%

資料來源:本組整理

如表5所示，本次受訪者大多是女性(68.6%)及20歲以下(61%)、職業以學生為主。

(二)表6消費者行為

圖2 消費者使用網路購物之比例

由圖2可知消費者比起實體購物更喜歡網路購物，網路購物達65.7%，遠高於實體購物。

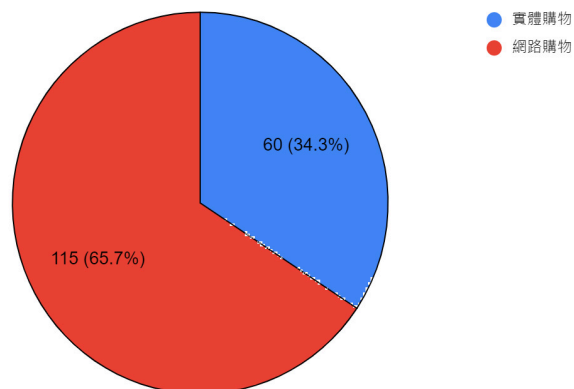


圖3 消費者較常用網購來買的物品

由圖3可知消費者較常使用網路購物購買的前三名為衣服用品(33.3%)、生活用品(32.5%)及美妝品(19.1%)。

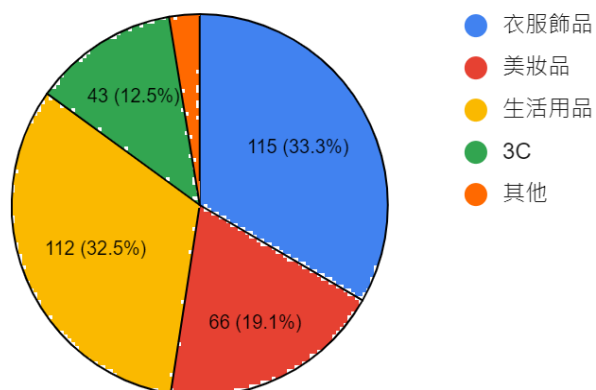
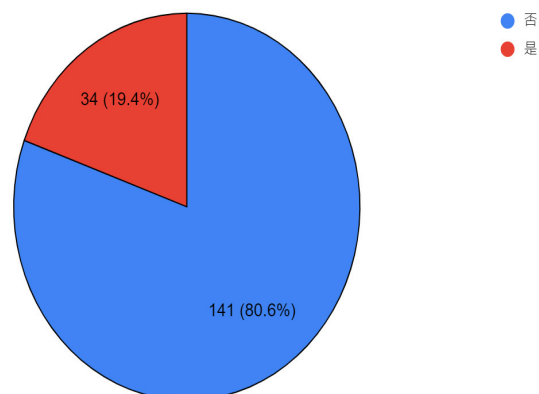


圖4 消費者使用過酷彭之比例

由圖4可知消費者目前對於酷彭的認識偏低，未用過酷彭的比例到了80.2%之多。



資料來源:本組整理

(三)表7購物平台購物選擇原因

圖5 消費者購物選擇原因

由圖5可知，選擇購物平台的原因前三名送貨速度(24.9%)、折扣(22.6%)及商品種類(19.9%)。

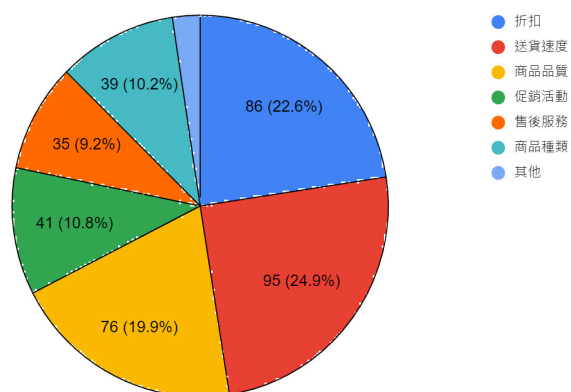


圖6 消費者選擇蝦皮原因

由圖6可知消費只選擇蝦皮的前三名折扣(21.3)、商品種類(20.9%)及商品品質(17.9%)。

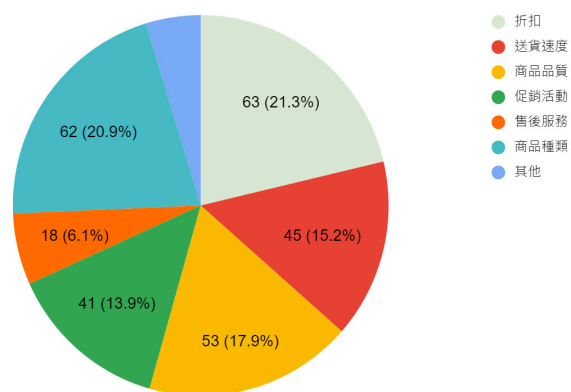
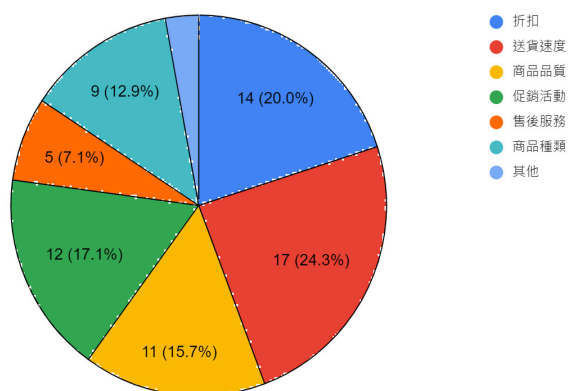


圖7 消費者選擇酷澎原因

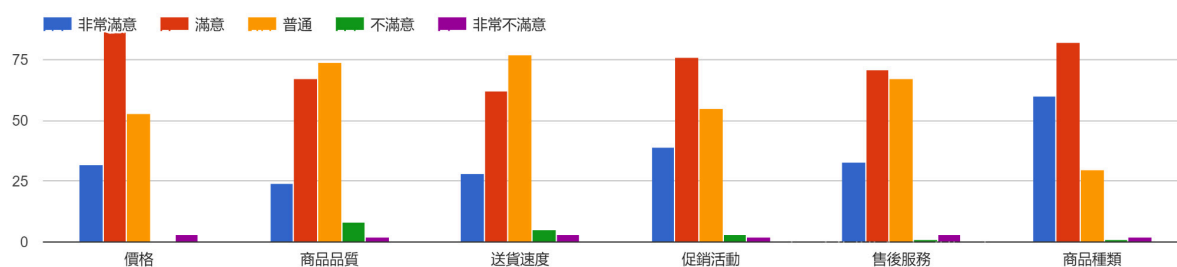
由圖7可知消費選擇酷澎的原因前三名送貨速度(24.3%)、折扣(20.0%)及促銷活動(17.1%)。



資料來源:本組整理

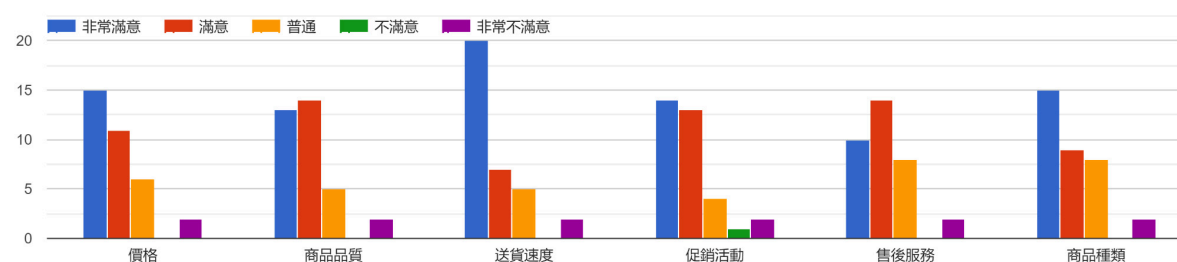
(四)購物平台滿意度調查

圖8 蝦皮滿意度調查



資料來源:本組整理

圖9 酷彭滿意度調查



資料來源:本組整理

由圖8和圖9可知，對於價格、商品品質、送貨速度、促銷活動、售後服務和商品種類比較之下雖然酷澎使用人數較少，但酷澎的整體評價，但酷澎的整體評價相對於蝦皮高。

伍、研究結論與建議

一、結論

(一)酷彭和蝦皮的行銷策略

蝦皮在台灣已久，知名較高，常有打折和免運等活動及購物、聊聊、團購、直播、搜尋等等增加各種有形和無形的優秀服務，使消費額變高。酷澎因初進台灣名氣還略低，目前只能在各網站上投放大量廣告，並以低價優惠，快速送貨方式吸引大量的顧，但它主要目的是以買斷模式讓供應商的整合、自動化與商業模式的合理性。

(二)分析酷彭和蝦皮的優劣勢

蝦皮的優勢有提供物流追蹤服務、付款及取貨方式多變並常有打折和免運等活動且知名度較高，蝦皮的劣勢在信用制度自由容易造成恐慌不能保證沒有詐騙和糾紛物流時間較久。

而酷彭優勢是以極佳的送貨速度及以較低價格販售取得優勢，劣勢在買斷模式可能導致產品數量較少目前面對台灣在地電商知名度較低。

(三)花蓮消費者對酷彭和蝦皮的滿意度調查

由圖8和圖9可知，使用酷彭的消費者，整體來說比使用蝦皮的消費者滿意度較高，且酷彭滿意度最高的是送貨速度，蝦皮的消費者則是對於價格部分較高。

(四)分析消費者對網購網站較注重之處。

由圖四可知消費者在折扣、送貨速度、商品品質、促銷活動、售後服務、商品種類，中較注重於送貨速度，但送貨速度與商品品質、折扣比例接近，可知這三個是消費者較介意的前三名。

二、建議

根據上列問卷及表三本組討論出以下幾種建議

(一)對於蝦皮的建議

由表三可知對於蝦皮來說要嚴重的問題有兩個:

第一是詐騙案層出不窮，使消費者不能夠完全信任，本組的建議是，合作之小廠家須先檢查信用及簽立合同，從根本上解決問題。

第二是送貨速度較慢，本組建議是，可以嘗試和台灣物流公司合作提升送貨速度，使消費者更為滿意。

(二)對於酷彭的建議

因為酷彭是近幾年才進入至台灣，所以知名度較蝦皮那種大型網購網站弱一些，且以買斷模式可能導致產品數量較少，所以本組建議可做各種廣告及舉辦各種活動，既可以提升知名度讓許多的消費者看見，也可以讓更多的廠商去進駐，增加產品種類。

陸、參考文獻

- 一、GOSHOP(2020.07.14)蝦皮來襲!誰才是你心中電商第一?淺談蝦皮這回事 (一)高寶 (2023.08.03) 2015年才創立，蝦皮如何在5年內成為東南亞電商王者？
<https://goshop101.com.tw/ecommerce/>4個原因：學中國銷售
- 二、GOSHOP(2020.07.14)蝦皮來襲!誰才是你心中電商第一?淺談蝦皮這回事 (一)高寶 (2023.08.03) 2015年才創立，蝦皮如何在5年內成為東南亞電商王者？
<https://goshop101.com.tw/ecommerce/>4個原因：學中國銷售
- 三、天下雜誌(2018-08-02)馮時欽：蝦皮購物在台灣，一場電商產業的驚奇旅程

<https://www.cw.com.tw/article/5091438>

- 四、大數聚(2018.06.06)從PChome商店街與蝦皮之爭,來談分工or一站式平台到底哪個好<https://www.gvm.com.tw/article/44585>
- 五、林資錦(2020.09.02)雙11前哨戰!電商強推99超級購物節 玩遊戲抽千萬獎
<https://reurl.cc/EjiGzg>
- 六、王育綸(2021.11.13)大震撼!美廉社、蝦皮結盟推「蝦皮店到店示範店」,超市老二打什麼主意?
<https://today.line.me/tw/v2/article/kE2OIgI>
- 七、聯合新聞網(2023.10.14)蝦皮一年瓜分2億個包裹 超商打物流、人流保衛戰
<https://udn.com/news/story/6837/7504467>
- 八、陳冠榮(2019.03.20)發展新媒體平台豐富購物體驗,蝦皮購物推出「Shopee LIVE」直播
<https://technews.tw/2019/03/20/shopee-live/>
- 九、makeit(2020年10月01日)。How a Harvard dropout founded South Korea's most valuable start-up:
[縮網址](#)
- 十、王一芝、李宜萱(2023-05-29)。韓國直擊|momo強勁對手來了!拆解酷澎「火箭擴張」三祕訣。天下雜誌774期。
<https://www.cw.com.tw/article/5125961>
- 十一、錢玉紘(2024年3月1日)。酷澎苦熬10多年賺錢了!執行長提台灣用戶數翻倍,句話卻透露:還在虧。yahoo奇摩新聞。
<https://reurl.cc/9vvVGO>
- 十二、劉忠勇(2024/02/29)。酷澎賺錢 成立13年首見。經濟日報。
https://money.udn.com/money/story/5599/7798399?from=edn_related_storybottom
- 十三、朱訓麒(2023年8月21日)。專家傳真—韓國酷澎入台 掀電商模式大戰。yahoo奇摩新聞。
<https://reurl.cc/MOORN4>
- 十四、林淑芬(2023)。**專題實作與創意秘笈**(第三版)。台科大圖書。
- 十五、林淑芬(2023)。**專題實作與創意秘笈**(第三版)。台科大圖書。

甲等

《商業類》

篇名：

探討消費者對智慧型手機滿意度調查
以 IPHONE15promax 和 googlePIXEL 8 PRO 為例

作者：

陳雋叡 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科
李宇澤 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

指導老師：

陳學毅 老師

壹、前言

一、研究動機

隨著科技的進步與生活質量的提升，大眾也開始追求更方便且更流行的 3C 產品，而蘋果公司推出的商品不管是手機、電腦、平板電腦都更容易被大眾所接受。許多企業希望能快速搶佔行動網路市場，隨著網路流量從個人電腦轉向智慧型手機等裝置，Google 也推出一系列手機。(天下雜誌，2011 年 4 月 28 日)

智慧型手機產業穩步發展，市場規模和機型數量不斷擴大。全球整體，到 2021 年，全球 40% 的人口將擁有智慧型手機（Mordor Intelligence，2024 年 2 月 15 日）

以 iPhone 15 pro max 和 Google Pixel 8 pro 為例，雖然 iPhone 15 pro max 性能和機體硬件比市面上大多數其他品牌發售的機型優秀許多，但是其售價卻是幾倍以上。我們這組想進一步去了解現在的手機使用戶為何願意付出更多的金錢和代價購買 i15 系列

二、研究目的

- (一) 智慧型手機的發展
- (二) 智慧型手機面臨的技術改革
- (三) 利用 SWOT 和 PEST 分析法分析智慧型手機 (以 iPhone 15 pro max 和 Google Pixel 8 pro 為例)
- (四) 了解用戶購買智慧型手機的使用滿意度調查
- (五) 根據研究結果為將來想購買智慧型手機的民眾提出建議

貳、文獻探討

一、手機發展史

手機發展至今已有約 51 的歷史。1972 年，有著手機之父美稱的美國工程師庫珀在摩托羅拉任職並且著手研發通訊裝置。1973 年，第一代手機-DynaTAC 進行電話測試成功，史上第一台手提式電話正式問世。不過，第一代並無正式上市進行銷售，因為只能使用 25 分鐘的電池和機身重達 2.5 磅等一系列缺點。

圖 1 手機發展史



資料來源：本組自行統整自明報新聞網(2023)

二、智慧型手機定義

智慧型手機如同一台小型的個人電腦，有著獨立的作業系統，並且由半導體、數位相機和多項精密元件所組件而成。使用者可透過適用智慧型手機完成撥打和接通電話、拍照、上傳文件和下載第三方應用程式等一系列日常需求。(MoneyDJ 理財網，2024)

三、將面臨的新技術、改革與風險

(一)AI(Artificial Intelligence 人工智慧)

以廣泛的定義而言，AI 是一台擁有學習力的機器。由於建立於深度學習的架構上，可以從大數據中找到規律並且做出預測的行為，所以可以在遇到新情況時做出判斷(葉姝涵，2019)

越來越多手機製造廠將 AI 置入於手機當中，科技市場獨立分析機構 Canalsys 預測在 2024 年智慧型手機總出貨量中，將有 5%為 AI 手機。隨著科技的進步，AI 手機說不定會掀起一波新的換機潮，手機 AI 的進步不只可以增加使用戶的滿意度，也可以推動科技產業的發展。在未來新的趨勢下，能掌握 AI 技術的手機廠商能更好地引領手機產業的創新風潮。(鉅亨號，2024)

(二)資安風險

個人電腦和智慧型手機都擁有上網的功能，所以手機是人人每天必不可少的工具。雖然以便利性而言，手機狠狠地完勝電腦，但在資料安全這部分，兩者可謂是不相上下。惡意的病毒攻擊可以透過防火牆或者是一些軟體避免，可是當下載第三方程式時，有時會未經使用者同意就將資料回傳至廠商。在技術層面上，智慧型手機的硬體、軟體及韌體皆有可能發生資料外洩的問題。(國家通訊傳播委員會)

四、市場現況

無論是手機廠商或第三方機構都對 2024 年智慧型手機銷售保持樂觀。對於手機廠商而言雖然 AI 技術和供應鏈漲價是不穩定的變數。傳聞三星和 OPPO 將提高生產量，可由第三方機構和多家機構的印證，證明了市場的回升。在 2023 年 10 月的交易量出現了成長跡象；在 2023 年第四季終於結束了連續七季的下滑趨勢。IDC 預計在 2024 年將出現 4%的成長，而且此跡象將持續到 2027 年。(鉅亨號，2024)

五、IPHONE15promax 和 google PIXEL 8 PRO 規格介紹

(一) IPHONE15promax

主相機採 4800 萬畫素，不限用 RAW 技術進行拍攝，可以拍攝出更高畫質的照片卻以更小的儲存空間進行存放。原本的靜音按鈕由動作按鈕取代，可以根據使用者本身的習慣進行微調再搭配捷徑可大幅增加便利性。最大不同的特點，一定是將充電孔更換為 USB-C，此舉可讓 IPAD、IMAC 共用一條充電線，也增加外接設備的選擇性。(AOOLEFANS 蘋果迷，2024)

(二) Google Pixel 8 pro

螢幕採用 Actua 技術，就算在大太陽底下也能夠清楚的觀看影片和照片。搭載新一代 Tensor G3 晶片其強大的運算能力可讓影音辨識和影像處理以更快的效率運作並且支援生成式的 AI 應用。在個人資訊安全層面，內建多層的保護系統，由 Google One 的 VPN 進行服務(Yahoo 新聞，2023)

參、研究方法

一、研究方法

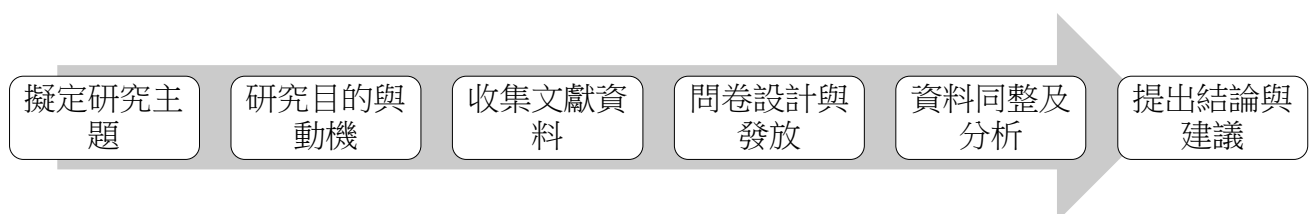
- (一) 文獻分析法:針對某一主題進行尋找文獻等相關動作，並進步進行分析
- (二) 問卷調查法:制定關於某特定主題的問卷，並且在街上或透過電子郵件等方式進行問卷施放，最後將問卷結果進行分析(林淑芬，2023)

二、研究範圍與限制

本組因人力、地區和經費限制，故選擇在花蓮市實施問卷發放，並針對問卷發放成果進行消費者對智慧型手機的購買因素和滿意度調查。

三、研究流程

圖 2 研究流程圖



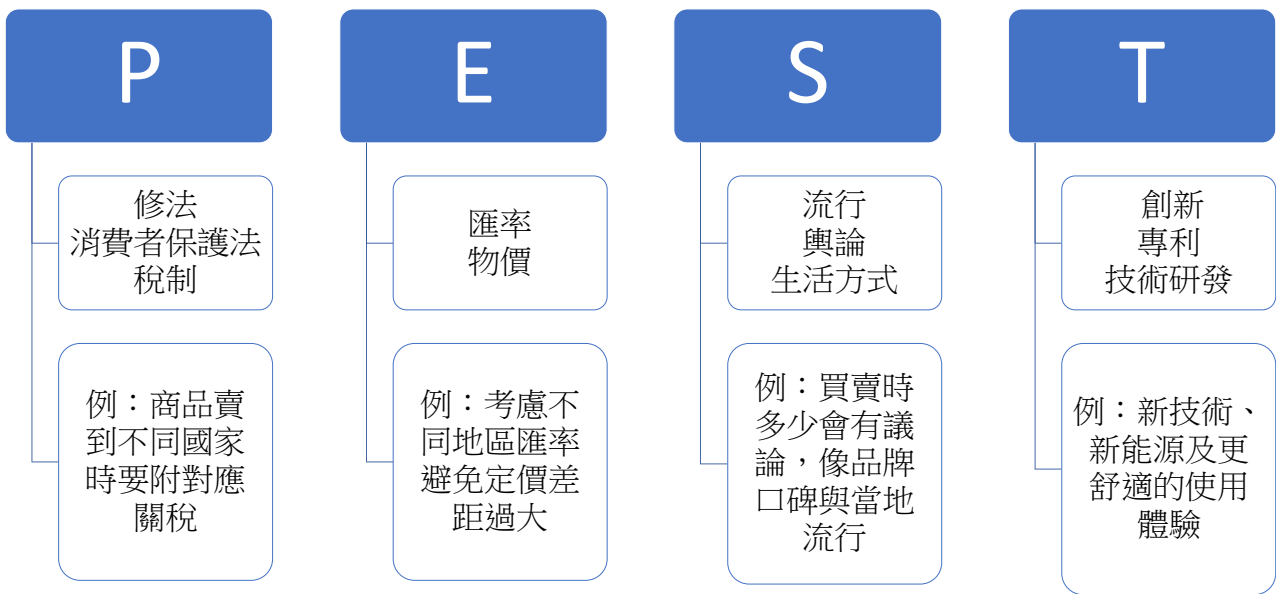
資料來源：本組自製

肆、研究分析與結果

一、PEST

PEST 分析是用來分析政治（Political）、經濟（Economic）、社會（Social）與科技（Technological）

圖 3 智慧型手機 PEST 分析



資料來源：本組自製

二、4P

4P 行銷組合是由產品、價格、通路、推廣進行合理的市場分析。(張阿妙，2020)

表 1 4P 分析法

4P 分析法	iPhone 15 pro max	Google Pixel 8 pro
產品(Product)	Iphone 15 主機本體 其他相關周邊產品	Google pixel 8 pro 主機本體 其他相關周邊產品
價格(Price)	29,900 元至 40,400 元	17,490 元至 20,900 元
通路(Place)	專賣店、通訊行 網路訂購	通訊行、網路訂購
推廣(Promotion)	電子展示板、廣告 社群	電子展示板、廣告、社群

資料來源：本組自行整理

三、SWOT

SWOT 分析是由企業本身的條件 S(Strengths)、W(weaknesses)和企業外部條件 O(opportunities)、T(threats)進行分析(2020)

表 2 iPhone 15 pro max SWOT 分析

優勢	劣勢
1.有獨特的 IOS 系統 2.機型符合現代年輕人的審美 3.回購率極高 4.周邊產品多	1.價格相對偏高 2.電池續航不好 3.手機容易發燙 4.當新機型發售時，前一代降價快
機會	威脅
1.手機汰換快 2.新進客源多	1.它牌手機的價格較低 2.網路上的差評或惡意抹黑滯銷 3.有黃牛惡意提價

表 3 Google Pixel 8 pro 手機 SWOT 分析

優勢	劣勢
1.背後為世界最大搜索引擎 2.研發初期有更多資源 3.更先進的 AI 技術	1.較晚進入手機市場 2.自家公司的瀏覽器相對於手機更大眾所熟知
機會	威脅
1.依舊擁有固定客群 2.可以與之相匹配的家電連結，對於使用資訊家電的客群擁有更大的吸引力 3.Google 公司依舊走在時代尖端為發展有待觀望	1.其他 AI 軟件與小工具變多使得 Google 手機賣點無法抓住顧客眼球

資料來源：本組自製

四、問卷調查與結果分析

我們在 2024 年 5 月 30 日至 6 月 25 日利用網路發放 google 問卷，共收回 250 份，有 219 份為有效問卷，問卷內容有使用者基本資料、使用品牌與配置、使用滿意度與選擇手機因素的重要性調查，以下為本組調查結果：

表 4 基本資料

性別	年齡		職業		基本學歷	
男 73 人 (33.3%)	15 歲以下	34 人 (15.5%)	學生 (大學以上)	24 人(11%)	國小	9 人(4.1%)
	16 歲 至 20 歲	101 人 (46.1%)	學生 (大學以下)	121 人(55.3%)	國中	52 人(23.7%)
	21 歲 至 30 歲	29 人 (13.2%)	上班族	28 人(12.8%)	高中職	99 人(45.2%)
女 146 人 (66.7%)	31 歲 至 40 歲	8 人 (3.7%)	軍公教人員	18 人(8.2%)	大專	15 人(6.8%)
	40 歲以上	47 人 (21.5%)	服務業	22 人(10%)	大學	36 人(16.4%)
			其他	6 人(2.8%)	研究所	8 人(3.7%)

資料來源：本組自製

表 5 手機市佔率與手機型號

圖 4 擁有的手機品牌 百分比 其他, 15.4% Google 手機, 8.9% SAMSUNG 手機, 15.0% apple 手機, 60.7%	如圖 4 的資訊可看出在我們收回的問卷中 Apple 手機佔比最重有 60.7%（130 人），而 Google 則有 8.9%
圖 5 Apple 手機型號 其他 8.4% i15 16.9% i14 23.1% i13 20% i12 10.8% i11 20.8%	根據圖 5 的資訊可發現 Apple 的使用者擁有的型號佔多數者是使用 i14 有 23.1%(30 人)再者第二多的是 i11 有 20.8%（27 人）

圖 6 Google 系列手機

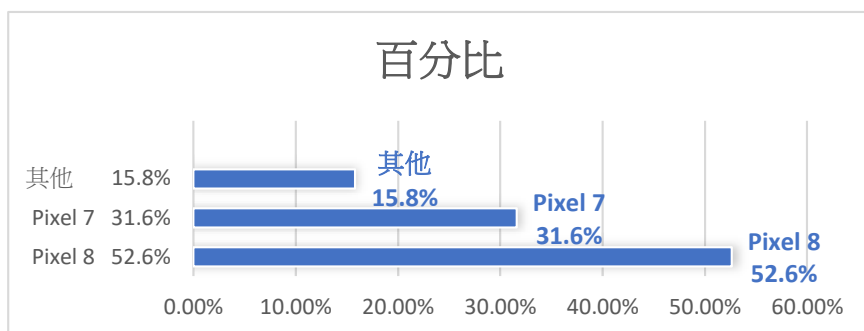
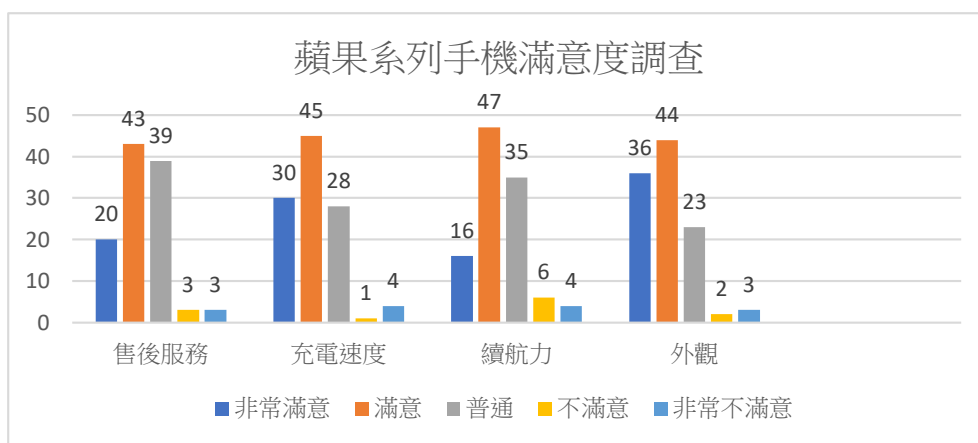


圖 6 是 Google 系列手機，最多人使用的型號是 Pixel 8 有 52.6% 第二則 Pixel 7 有 31.6%

資料來源：本組調查後自製

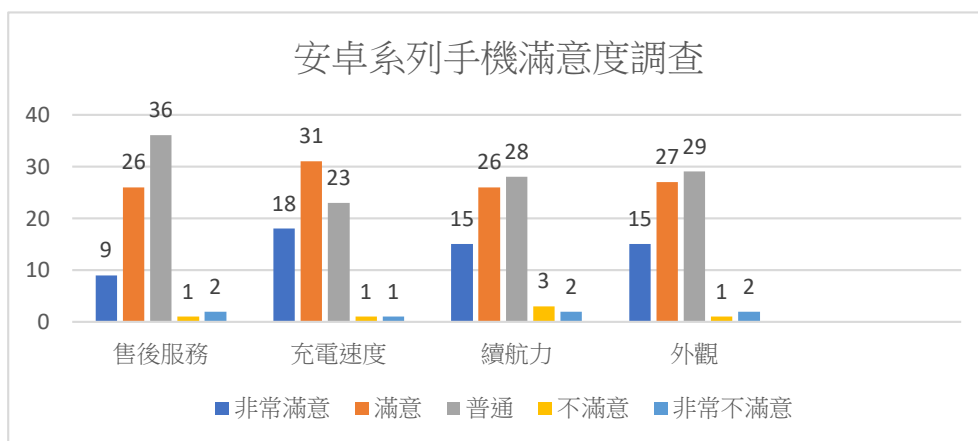
表 7 滿意度調查

圖 7



根據左圖圖 7 可知，消費者對於蘋果系列手機的各種條件大多覺得滿意，滿意人數平均約 45 人

圖 8



根據圖 8 則可以發現使用安卓手機的用戶覺得手機普通的人數比覺得滿意的人還要來的多

伍、研究結論與建議

一、研究結論

(一)智慧型手機的發展

手機至今已有 51 年發展的歷史，隨著時代與科技的進步、和人們隨身攜帶手機的需求。從第一代手提式電話到現在 AI 手機的問世。手機滿足了一開始通訊的需求，也額外發展出錄影錄像等其他多種功能。

(二)技術改革

AI 的問世讓傳統的手機行業不得不進行改革，在手機內建程式中植入人工智慧，收集使用者回饋並衍生出使用者喜愛的內容。並且可利用 AI 讓使用者在使用智慧型手機時更便利。

(三)SWOT 和 PEST 分析法分析智慧型手機的優缺點(以 iPhone 15 pro max 和 Google Pixel 8 pro 為例)可從 2 種分析法得知 2 隻手機的優缺點

I15:在性能與大眾接受度更勝於 Google 手機，在售後服務方面和便利性更符合大眾需求，回購率也更高；在價格方面頗高，新機價格大約在 4 萬左右；約等於一位普通上班族的月薪

Google:擁有獨特的內建 AI 系統，可與 Google 專屬的智慧家電匹配並進行遠端操控，且出廠設定附有其他手機需付費的應用程式；缺點則是對於智慧型手機市場而言 google 相較他牌真的慢了很多而且系統也是安卓並沒有太多的創新點

(四)了解用戶購買智慧型手機的使用滿意度調查

根據調查結果可知，多數的智慧型手機使用者對於智慧型手機的滿意度只有普通。然而使用蘋果系列手機的使用者對於售後服務、充電速度、外觀和續航力有達到滿意。

二、建議

經過我們的調查可從圖四到圖八發現不管是使用的體驗或著佔有率 iPhone 手機還是更被大多是人接受與喜愛；再加上 iPhone 手機本身就有不俗安全性、直觀易用 iOS 系統與更加完整的生態系統整合（如 iPad、Mac、Apple Watch），而且以便利性而言，市面上部分的投影機可以直接和 iPhone 手機連線，免去了需要多帶傳輸線的問題；再者，獨特的 Air drop 功能，讓資料傳輸更加便利。因此經過本組的討論我們會更推薦整體 CP 值較高的 iPhone 15 pro max。

陸、參考文獻

- 一. 天下雜誌 (2011 年 04 月 28 日)。Google 推出智慧手機大啖「蘋果」
<https://reurl.cc/gGRR5V>
- 二. Mordor Intelligence (2024 年 2 月 15 日)。智慧型手機：市場佔有率分析、產業趨勢與統計、成長預測 (2024-2029) <https://reurl.cc/kOOl1r>
- 三. 明報新聞網(2023 年 4 月 2 日)。手機誕生 50 年 由笨重「大哥大」到智能摺機 手機之父：料未來助人類戰勝疾病。 <https://reurl.cc/XGeg77>
- 四. MoneyDJ 理財網(2024 年 2 月 27 日)。智慧型手機。 <https://reurl.cc/Aj1Az3>
- 五. 葉姝涵(2019 年 1 月 14 日)。所以，到底什麼是 AI?。 <https://reurl.cc/3XKKzX>
- 六. 鉅亨號(2024 年 2 月 14 日)。AI 技術紛沓而至，大模型加速落地，手機行業或將迎來“洗牌之戰”。 <https://reurl.cc/ez5k0x>
- 七. 國家通訊傳播委員會。智慧型手機所面臨的資安問題。 <https://reurl.cc/yLRRxD>
- 八. 鉅亨號(2024 年 3 月 04 日)。2024 手機產業新紀元，戰場已經切換？。
<https://reurl.cc/Dj1bbj>
- 九. A00LEFANS 蘋果迷(2024 年 2 月 27 日)。iPhone 15 Pro Max 使用半年後，完全改觀！甚至越用越愛！？6 個月完整使用心得一次看。Youtube。 <https://reurl.cc/ezMMRM>
- 十. Yahoo 新聞(2023 年 12 月 20 日)。Google Pixel 8 Pro 開箱＋拍攝作品分享！好不好用是否推薦老實說～。 <https://reurl.cc/0vKKLI>
- 十一. 林淑芬(2023)。專題實作與創意秘笈。台大科圖書。
- 十二. 張阿妙、王詩帆(2020 年 3 月)。行銷實務上冊。全華圖書。

甲等

《商業類》

篇名：

7-ELEVEN 和全家大比拼-以花蓮區消費者的偏好滿意度之調查為例

作者：

林芮庭 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

林晨熙 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

黃亭穎 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

指導老師：

陳學毅 老師

壹、前言

一、研究動機

現在人們常去的是便利商店，以前我們光臨的雜貨店已走入歷史，什麼是便利商店呢？「便利商店像城市的大鐘，忠誠反映台北人生活的時間節奏，更像一面鏡子，映照出拚命工作的台灣社會。」(曾熾芬, 2010)就是能滿足我們顧客需求的 7-ELEVEN 或全家，他們發展越來越多的功能與服務，例：ibon 機、繳費、購（取）車票、儲值、收寄件、證件照機甚至廣泛於演唱會門票等等許多服務；也有越來越多的食品不是冷凍微波而是現場烤、煮的食品，便利商店帶給我們方便之外還能讓我們吃得開心也用得開心。像是我們學校附近就有全家及 7-ELEVEN，早上睡過頭趕時間就能快速的購買食品非常的快速又便利，但是便利商店有很多種，所以我們想要探討出哪個是青少年心中更勝一籌的店。

二、研究目的

- (一) 調查 7-ELEVEN 與全家消費者最常使用的機台功能
- (二) 比較 7-ELEVEN 與全家行銷差異
- (三) 7-ELEVEN 與全家的偏好滿意度調查

貳、文獻探討

一、7-ELEVEN 的起源及歷史

7-ELEVEN 創於 1927 年的美國德州達拉斯，一開始成立的名字為南方公司（The Southland Corporation）最開始主要是以販賣冰、牛奶以及雞蛋，在 1946 年時推出由早上七點至晚上十一點，所以才會有「7-ELEVEN」這個名稱。1978「統一超級商店股份有限公司」成立，隔年 14 家超商同時開幕，1983 年開始了二十四小時營業，1978 年掀起零售業的革命，積極擴張店面發起新行銷穩居零售業第一，2011 年後有了 AI 使得 7-ELEVEN 開發 ibon 機器與更多線上支付、線上購買與通路，2021 年於旗下設置減塑、減碳、惜食、永續。(7-ELEVEN 官方網站，無日期)。歷史大事紀。

二、全家的起源及歷史

全家起源地於日本，是日本的連鎖跨國企業 1988 年的 8 月 18 日在台灣正式上市，董事長名為葉榮廷，12 月 2 日台灣第一家門市在台北商圈站前正式開幕，截至 2023 年 6 月全家在台灣店家數有 4182 間門市。因應現代科技的發展，許多便利商店推出了雲端服務，而全家的雲端服務機台名為 FamiProt 在 2007 年 7 月推出其功能很多，例如：照片列印、寄件服務、大頭照拍攝等雲端服務功能。而全家在 2019 年開創「友善時光」的決策，減少廚餘也能使月光族能夠用較少的金錢來購買也能避免浪費而報銷。(全家官方網站，無日期)。經營優勢。

三、品牌的定義

依據蔡承穎（2023 年 3 月 24 日）的文章知道品牌是企業的產品或服務在客戶心中的形象。也是企業的身份識別，更可以提高產品或服務價值。而我們組觀察的是自有品牌。自有品牌的意義是什麼呢？就是「現在通路的競爭激烈，要抓住顧客的心，凸顯自己的產品與別人的產品有差異性。開發自己獨有而別人沒有的自有商品。」（張索璇，1997）

四、7-ELEVEN 的品牌定位

7-ELEVEN 的品牌願景 ESG，E（Environmental）是永續地球 S（Social）是共好社會 G（Governance）是幸福企業。讓消費者可以透過 7-ELEVEN 門市，以簡易、便利的方式實踐永續生活與綠色消費。（7-ELEVEN 官方網站，無日期）。永續管理。

五、全家的品牌定位

FamiCollection 為全家的自有品牌，創始於 2013 年，因環保意識的興起，以「發現生活的原味」為定位，讓商品回到最原始的風貌，希望能讓消費者在平凡的日常，感受這份原始的質樸與純粹。（全家官方網站，無日期）。品牌故事。

六、7-ELEVEN 品牌形象

7-ELEVEN 在大眾眼裡是站在市場需求的最前線，為消費者提供生活所需，並發展成二十四小時不打烊和顧客休憩用餐的舒適空間，成為大眾心中「方便的好鄰居」。（7-ELEVEN 官方網站，2012），公司簡介。

七、全家品牌形象

全家以企業核心優勢加上創新敢變的精神，讓全家不僅僅是滿足一家所需的便利商店，促成人與人之間美好價值永續。將「全家就是你家」的品牌精神，持續創新，創造更舒適、便利的生活環境。（全家官方網站，無日期）顧客滿意，共同成長。

表 1 7-ELEVEN 與全家品牌對比

品牌 \ 商店	7-ELEVEN	全家
自有品牌名稱	7-SELECT	FamiCollection
自有線上 APP	圖 1 	圖 2 

資料來源：本組自行彙整，圖 1 及 2 皆為本組自行拍攝。

一、KIOSK 定義

KIOSK 中文名為互動式資訊服務站，最早是被稱為公共電話亭，但隨著時代演進慢慢陸續演變成我們現今生活當中在便利商店會設立的多元服務或雲端服務的無人機台，例如：7-ELEVEN 的 ibon 機台和全家的 Famiport 機台等等。除了在超商之外也能在大型百貨公司發現 KIOSK 的站立式服務機台，可以用來查找商品價格或觀察公司位置圖等功能。（班老大 Ben，2020）

表 2 7-ELEVEN 與全家 KIOSK 對比

KIOSK \ 商店	7-ELEVEN	全家
KIOSK	Ibon	Famiport
各家 KIOSK 功能	ibon 服務機台的功能有： ● Ibon 文件下載 ● 列印照片 ● 寄貨物 ● 儲值/繳費 ● 生活服務	Famiport 服務機台的功能有： ● 拍攝大頭照 ● 取火車票 ● 儲值 ● 預購 ● 會員

資料來源：本組自行彙整

叁、研究方法

為了更加了解花蓮區消費者對 7-ELEVEN 與全家偏好滿意度的看法，因此使用以下的研究方法、研究範圍及限制以及研究步驟。

一、研究方法

（一）文獻分析法

本組透過閱讀相關文獻及資料來分析，全家與 7-ELEVEN 的品牌定位、行銷策略及自有品牌。

（二）問卷調查法

本組想了解消費者對於全家與 7-ELEVEN 的滿意度及看法，以統整出具體的結論與建議。

二、研究範圍及限制

本研究因時間及經費有限，因此範圍僅限於花蓮區消費者對於 7-ELEVEN 和全家偏好滿意度之調查。

三、研究流程圖

圖 3 研究流程圖



資料來源：本組自行繪製

肆、研究分析與結果

一、STP 分析（Segmentation、Targeting、Positioning 分析）

表 3 全家 STP 分析

市場區隔 (Segmentation)	市場目標 (Targeting)	市場定位 (Positioning)
- 客群：上班族學生族 - 解決顧客需求 - 主要商品：FamiCollection	- 便利性：有許多熱食販賣給來不及準備早餐的消費者。 - 發展性：因應時代發展，人人手上都有手機，所以推出OMO數位通路，好讓消費者更方便。	- 產品定位：創立自有品牌，建立顧客熟悉度。 - 地區定位：營業在學生群與上班族居多的地方

資料來源：本組自行彙整

表 4 7-ELEVE STP 分析

市場區隔 (Segmentation)	市場目標 (Targeting)	市場定位 (Positioning)
- 年齡：以青少年至青年為主 - 取代傳統雜貨店的購物型態 - 主要商品：7-SELECT	- 減塑、減碳、惜食、永續採購，以便利方式完成綠色消費。 - 較早前是販賣關東煮，現今轉為滷味，販賣獨特思樂冰及霜淇淋	7-SELECT：用心、簡單、滋味帶給顧客新鮮感 - 建立便利、多家的企業形象提升消費者的依賴

資料來源：本組自行彙整

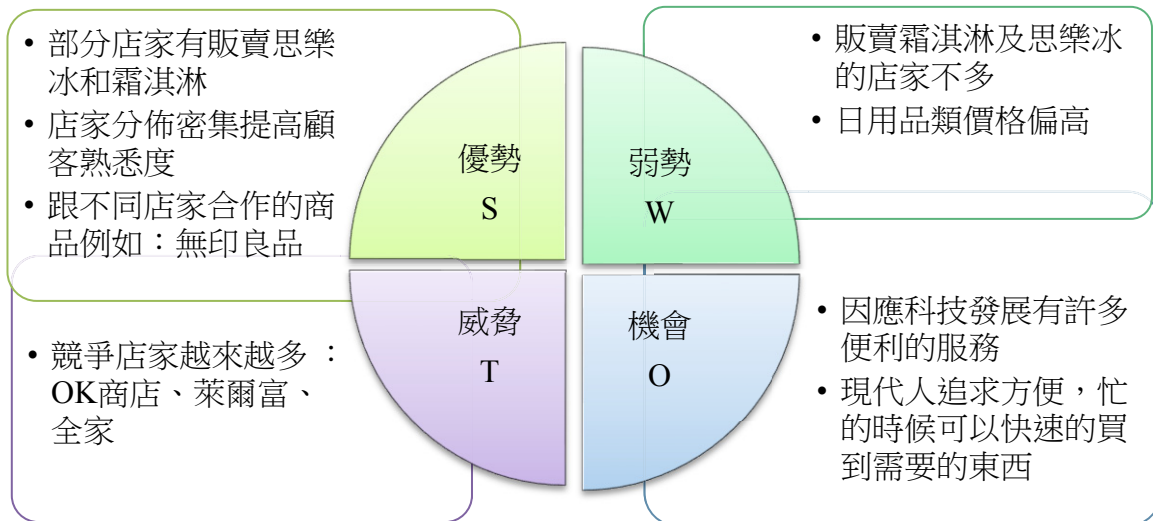
表 5 7-ELEVE 與全家 STP 比較

STP \ 商店	全家	7-ELEVE
市場區隔 (Segmentation)	皆分為價格消費者與便利消費者	
	主要商品：FamiCollection	主要商品：7-SELECT
市場目標 (Targeting)	主要顧客皆是以便利為目的	
	獨特產品：霜淇淋、夯番薯、馬鈴薯、炭烤、包子、麻辣茶葉蛋及馬尚煮	獨特產品：思樂冰、關東煮，現今轉為滷味、所長茶葉蛋
市場定位 (Positioning)	市場定位相同	

資料來源：本組自行彙整

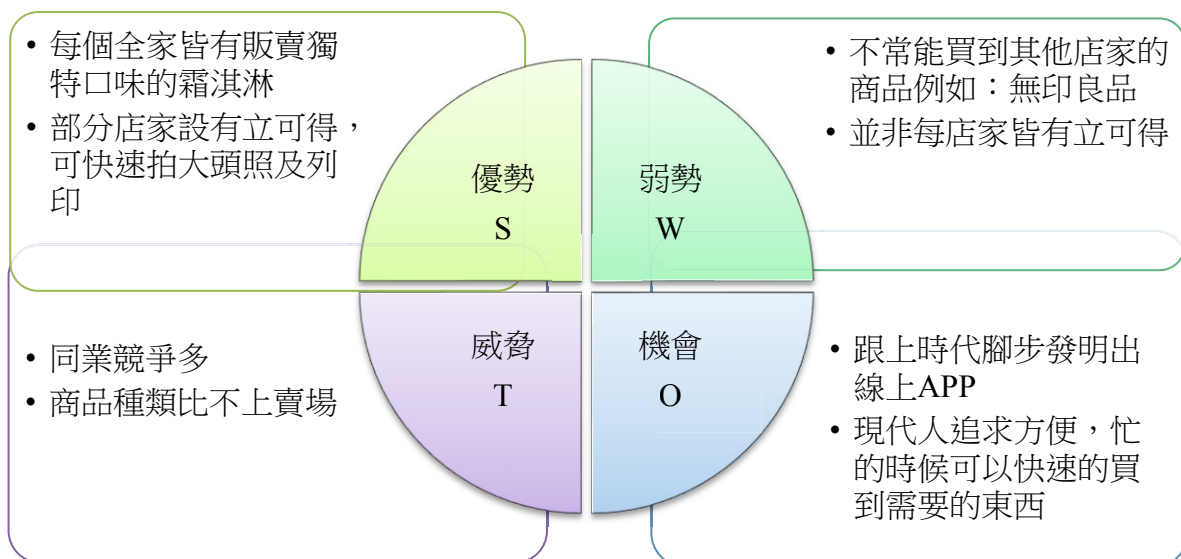
二、SWOT 分析（張阿妙、王詩帆，2021）

圖 4 7-ELEVEN SWOT 分析



資料來源：本組自行彙整

圖 5 全家 SWOT 分析



資料來源：本組自行彙整

表 6 7-ELEVE 與全家 SWOT 差異統整

SWOT \ 商店	全家	7-ELEVE
優勢 (Strengths)	每家皆有販賣霜淇淋且時常推出新口味、自有品牌商品種類多	7-ELEVE 的思樂冰每家店都有不同口味
	店鋪鋪滿了許多地方且大多 24 小時營業	
弱勢 (Weaknesses)	並非每店家皆有立可得	不是每家都有思樂冰
機會 (Opportunities)	現代人們講求便利性且跟著時代的腳步科技越來越發達，開發出更多讓顧客便利的功能	
威脅 (Threats)	競爭店家越來越多	

資料來源：本組自行彙整

三、問卷結果

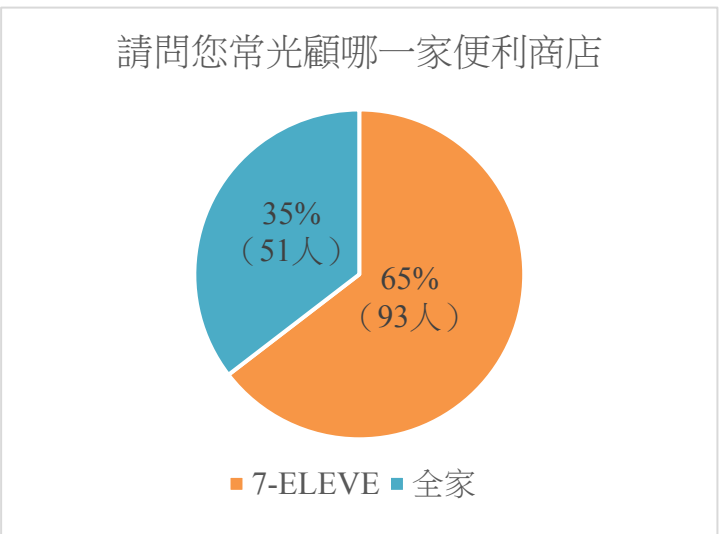
本問卷發放日期為 2024 年 5 月 23 日至 6 月 13 日，利用 GOOGLE 表單發送問卷，本研究主要探討消費者去全家或 7-ELEVE 的消費滿意度和消費習慣，總共發出 150 件問卷，收回問卷 144 份，有效問卷 144 份，回收率 96%，以下為問卷分析調查。

表 7 消費者基本資料

性別	女性		男性	
	111 人 (77.1%)		33 人 (22.9%)	
年齡	12-15 歲	16-18 歲	19-22 歲	23 歲 (含) 以上
	13 人 (9%)	87 人 (60.4%)	16 人 (11.1%)	28 人 (19.4%)

資料來源：本研究彙整

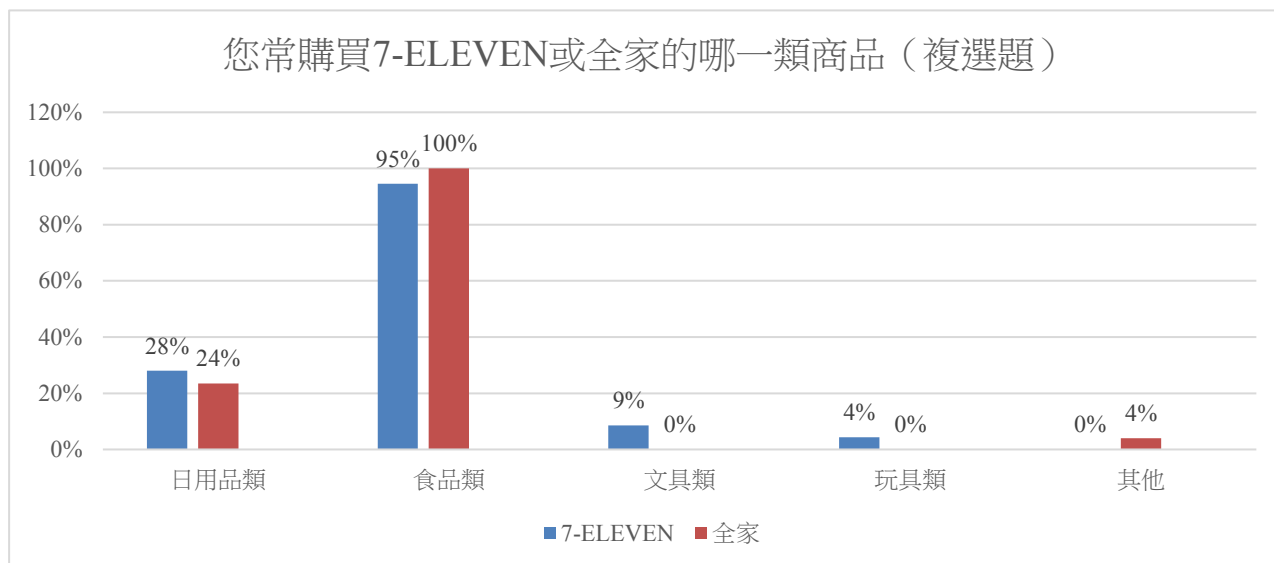
圖 6 消費者常光顧哪家便利商店



由圖 6 可知，經調查的消費者光臨大多為 7-ELEVE，圖表可知有高達 64.6% 的消費者常光顧 7-ELEVE 全家位居第二有 35.4% 的消費者常光顧。

資料來源：本研究彙整

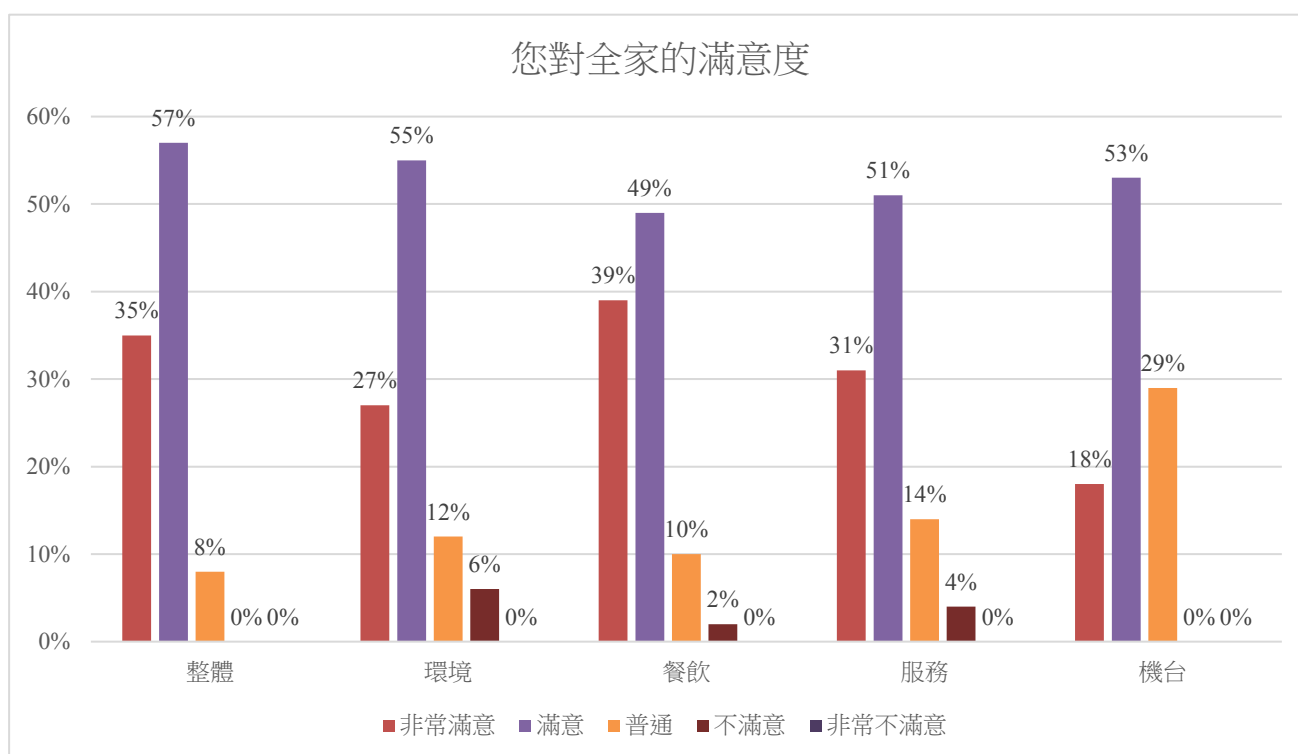
圖 7 顧客常購買的商品種類調查結果



資料來源：本研究彙整

由圖 7 可知調查中的顧客到全家有 100%會購買食品類，文具類及玩具類的皆為 0%，且其他的 4%中有 2%為領貨 2%為購買技術士檢定簡章，而 7-ELEVE 有 95%會購買食品類，文具類和玩具類皆不到 10%。

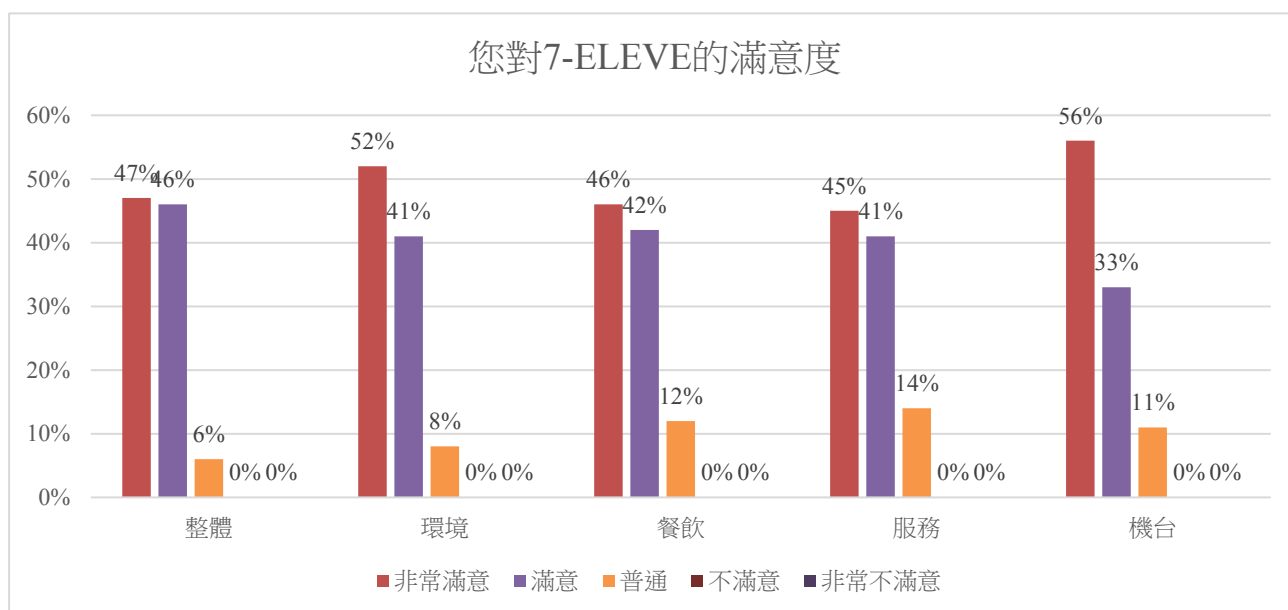
圖 8 顧客對於全家的滿意度調查結果



資料來源：本研究彙整

由圖 8 可知顧客對於全家的滿意度大多為滿意都在 49%以上，而環境有 6%不滿意、餐飲有 2%不滿意及服務有 4%不滿意，但整體的滿意度中滿意有 57%，可見顧客對於全家整體滿意度普遍都滿意。

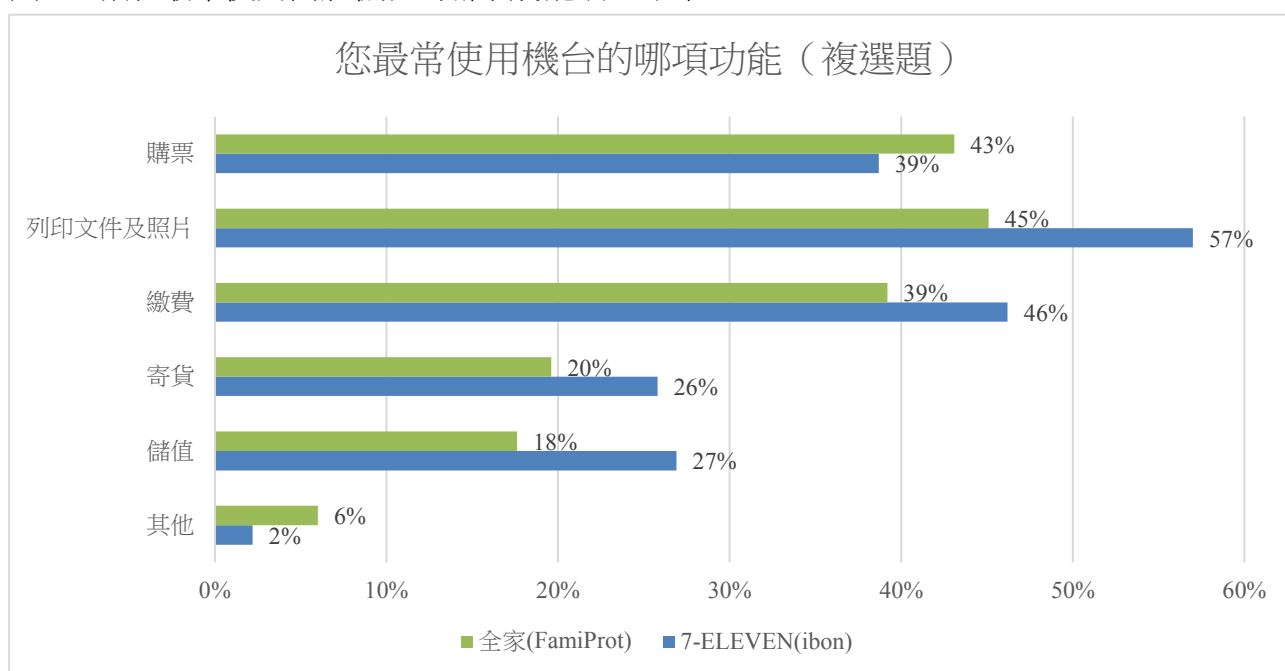
圖 9 顧客對於 7-ELEVE 的滿意度調查結果



資料來源：本研究彙整

由圖 9 可看出顧客的滿意度都處於普通及普通以上，並無出現不滿意及非常不滿意，而顧客對於機台的滿意度極高非常滿意佔了 56%，可看出設立機台帶給顧客許多的便利，使顧客覺得滿意。

圖 10 顧客最常使用商店機台的哪項功能調查結果



資料來源：本研究彙整

在圖 10 中的其他裡 7-ELEVEN 有 2%的顧客未使用過 ibon 機台，而全家的其他裡有 2%未使用過 Famiprot 機台、2%預購技術士檢定簡章及 2%印中獎發票，還可看出 7-ELEVEN 及全家顧客較常使用的機台功能為列印文件及照片全家為 45.1%而 7-ELEVE 為 57%。全家位居第二的功能為購票 43%，7-ELEVE 則為繳費 46%。

伍、研究結論與建議

一、結論

(一) 調查 7-ELEVEN 與全家消費者最常使用的機台功能

7-ELEVEN 與全家機台第一：較常使用的功能是列印文件及照片，近年來便利商店駐點越來越多便利性大幅提升，顧客可透過機台來列印資料不必跑到專門印刷或者較遠的地方列印。7-ELEVEN 第二：較常使用的功能則是繳費，住比較偏遠地方如需繳費可不用到指定地點做繳費而是可以透過機台進行繳費。全家第二：常使用的功能是購票，讓顧客不用直接到台鐵、高鐵等車站進行購票，能讓顧客更加方便購票。

(二) 比較 7-ELEVEN 與全家行銷差異

1、7-ELEVE 與全家的行銷差異

(1) 7-ELEVE 往友善地球、捐贈這方面發展，例如：在即期商品上貼上「I 珍食」標籤加上折扣，吸引消費者購買。好讓廠商製作出來的食物不浪費且低價賣給有需要的消費者。

(2) 全家往科技方面發展，例如：因為現在少子化加上高齡人們越來越多使勞工缺少，所以全家設立了自動販賣機目前在花蓮有看到的是設立在慈濟。且全家打造全通路 OMO 虛實整合的購物環境還有很多的線上取貨模式包含店到店、宅家取、FamiNow 等。

2、7-ELEVE 跟全家販賣的食品差異

由圖七可知調查中有 100%的消費者去全家會購買食品類，全家的熟食提供選項很多例如：我們常光顧花商對面的全家有賣包子和保溫箱裡的零零總總，相較之下 7-ELEVE 的熟食只有固定的茶葉蛋和大亨堡及關東煮等等，故此我們推測消費者會更喜歡在全家購買熟食食品，畢竟熟食選項比較多樣。

(三) 7-ELEVEN 與全家的青少年偏好滿意度調查

由圖六可看出本問卷調查中的消費者去光顧 7-ELEVE 的人數大於光顧全家的人數，且在圖八中看到去全家的消費者對於整體滿意度高達 35%覺得非常滿意、57%覺得滿意，還看出消費者有 6%、2%及 4%不滿意於全家的環境、餐飲以及服務，而圖九中的 7-ELEVE 滿意度有高達 47%的消費者覺得非常滿意且對於其他調查內容都在於普通及普通以上，沒有不滿意。

二、建議

（一）食品方面-對於 7-ELEVE 與全家微波食品

7-ELEVE 與全家食品供應商不同，許多的產品也各有特色例如 7-ELEVE 微波食品是由御料小館與 Ohlala 提供。(7-ELEVEN，無日期)。小七食堂：Ohlala。全家微波食品則是由媽媽煮藝與 uno pasta 等等。(全家官網，無日期)。最愛吃在全家：uno pasta。這些商品並不完全具有代表性的台灣小吃，我們希望能夠加上一些台灣在地小吃讓外國人體驗台灣美食文化可以透過便利商店快速購買，這些商品也能夠代表台灣的美味小吃與創意發想。

（二）機台方面-對於全家立可得目前調查全家的立可得

立可得優點：可透過立可得 APP、隨身碟與在場立即拍照，只要有電子檔就可以快速列印一寸、兩寸各種格式的證件照，價錢相較於照相館便宜，有堪稱 8 秒快速取照片，CP 值較高，立可得功能提供拍證件大頭照服務，含拍照加美顏且不用另外加錢。機台在台灣有大約 1500 個據點，台灣全家加盟店數已經有高達 4182 間。故此建議立可得據點可以增設多一點，讓這個便利的機台能讓有需要的人都可以使用得到。

陸、參考文獻

- 一、曾熾芬（2010 年 7 月）。台灣光華雜誌。我愛便利商店？——台灣超商傳奇!<https://reurl.cc/2j6gM4>
- 二、7-ELEVE 官方網站（無日期）。歷史大事紀。
<https://www.7-11.com.tw/company/csr/aboutus.aspx>
- 三、全家官方網站（無日期）。經營優勢。<https://reurl.cc/DlpaKN>
- 四、蔡承穎（2023 年 3 月 24 日）。策略思維商學院。1 分鐘讓你搞懂什麼是品牌？創造源源不絕客流量！<https://brand-strategy.tw/what-is-brand/>
- 五、張索璇（1997 年 10 月 1 日）。天下雜誌。197 期。「自有品牌」是好牌 — 我有的你沒有 <https://www.cw.com.tw/article/5106385>
- 六、7-ELEVEN 官方網站（無日期）。永續管理。
<https://www.7-11.com.tw/company/csr/esgplan.aspx>
- 七、全家官方網站（無日期）。品牌故事。<https://nevent.family.com.tw/famicollection/>
- 八、7-ELEVEN 官方網站（2012）。公司簡介。<https://reurl.cc/Mjorjn>
- 九、全家官方網站（無日期）。顧客滿意，共同成長。<https://reurl.cc/xv8dpN>
- 十、班老大網站（2020 年 2 月）。KIOSK 是什麼？<https://benic360.com/kiosk/>
- 十一、張阿妙、王詩帆（2021）。行銷實務。金華圖書股份有限公司。
- 十二、7-ELEVEN 官方網站（無日期）。小七食堂：Ohlala。
<https://search.app/EX1FF7n8BzoR6J9k6>
- 十三、全家官方網站（無日期）。最愛吃在全家：uno pasta。
<https://search.app/tpvPKNLBsDPWwLiX8>

甲等

《商業類》

篇名：

探討小紅書經營手法及消費者滿意度之分析調查—以花蓮縣為例

作者：

何唐樂 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

江玉卉 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

指導老師：

林淑滿 老師

壹、前言

一、研究動機

時代進步，人們依靠 3C 愈來愈頻繁，透過 3C 與網路科技，讓全球人可以在網際上形成聯絡、交易等等方便技術，甚至是擴展出社群商務平台，以短影音的形式用最快的時間推銷、吸引人們的注意並進行銷售。以網路購物兼社交平台的結合。在短時間獲得商品資訊與使用感想並購買，小紅書就是擁有以上特質的軟體，此手法增加了許多產品的銷量，讓更多產品被消費者看見。如此方便的軟體深受青年族群喜愛，因此，本篇以花蓮民眾為對象，研究小紅書行銷手法及顧客滿意度。

二、研究目的

- (一)、探討小紅書平台的起源、歷史及行銷策略。
- (二)、瞭解小紅書經營模式。
- (三)、探討消費者對於小紅書的使用行為及滿意度。
- (四)、根據研究結果提供具體建議。

貳、文獻探討

一、小紅書的起源與歷史

小紅書起源於 2013 年，執行為長毛文，創辦人則是瞿芳。小紅書最早以海外購物攻略起家。小紅書本身首頁設定了購物區域，實現了「社交」與「電商」功能的結合。此社交平台以以分享照片和影片、購物心得、生活故事為主，擁有完善的資訊分享空間，認識多元的創作者。(陳家瑜，2023)

二、小紅書產品與服務面向

藉由小紅書上的四大功能「訊息、關注、附近、購物」，挖掘平台用戶的興趣、品味以及潛在需求。(遠見雜誌)

(一)「訊息」是於商家與買家能溝通交易的橋樑，也能與朋友之間聊天的功能。

(二)「關注」是透過用戶在小紅書上所喜愛的博主、部落客等進行追蹤，呈現客製化的頁面及延伸內容搜尋相關主題及標籤，讓用戶能從喜愛的博主上學習知識，還能有多方資訊能查閱。

(三)「附近」則是利用手機定位系統來抓取用戶所在地附近的各類資訊。

(四)「購物」於用戶在線上購買商品時，直接到查詢欄裡搜尋商品名，就可以進行下單流程。小紅書會先呈現商品照後以商品名查出有販售的商家，再以價格、評價、銷售量、瀏覽數等多方面資訊給用戶自行比對及交易。小紅書確保買家能收到品質優良的商品，會針對當時熱門或高評價的商品進行研究，確定商品有明確市場後進行合作及交易，打著熱門商品讓許多用戶受到刺激而大量消費，因此小紅書部分呈現的商品多為當時最熱門、推薦最高的，透過自身口碑及用戶評論，深受亞州地區用戶信賴。(岳士瑋，2023)

三、小紅書的行銷策略

(一)KOC

KOC 為對特定產品有強烈愛好的忠實顧客，或是單純「愛購物」、「愛分享」的消費者。KOC 屬於普通消費者，主要靠「真實的經驗分享」獲得粉絲信任。

(二)KOL

KOL 指互聯網上特別有影響力的人，這類人在社交平台註冊帳號例如：Youtube、IG。定期更新頻道主題和內容，逐漸累積大量網民訂閱關注。

(三)B2K2C

小紅書的獨特行銷模式在於它擁有「B2K2C」的行銷模式，「B2K2C」稱為閉環鏈路，其中 B 代表企業、K 代表關鍵意見消費者、C 代表消費者、2 則代表 To 的意思。

有以上了解就能知道，B2K2C2 閉環鏈路為企業透過關鍵意見消費者來連接一般消費者。在小紅書中，會由創作者分享使用產品的心得後，回饋給品牌及消費者帶來流量及商機。此軟體上的創作者皆偏向 KOL 在分享活的同時推薦產品（例如：美妝、美食、服裝、電子等）。小紅書以精簡的風格、細分主題分類大小眾標籤、支持微網紅以維持社群感、講求實用等行銷手法吸引民眾使用。小紅書會針對當時熱門或高評價的商品進行研究，確定商品有明確市場後進行合作及交易，打著熱門商品讓許多用戶受到刺激而大量消費，因此呈現的商品多為當時最熱門、推薦最高的，透過自身口碑及用戶評論，深受亞州地區用戶信賴。(李雯萱 2019)。

參、研究方法

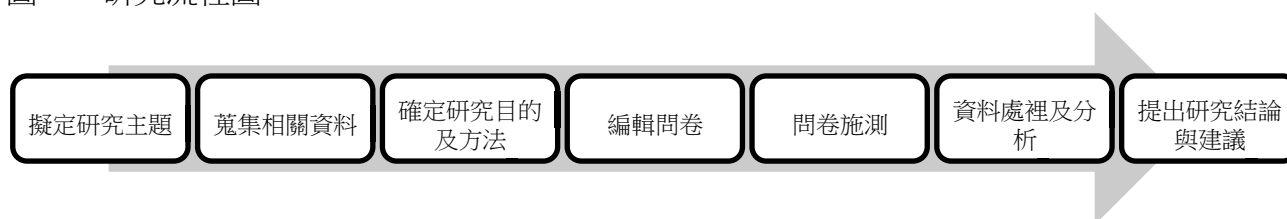
一、研究方法

(一)、文獻調查法：透過網路資料及各項數據收集小紅書的歷史背景、經營理念與行銷策略加以整理運用。

(二)、問卷調查法：利用發放線上問卷來瞭解花蓮民眾對於小紅書的認知。

二、研究流程

圖一：研究流程圖



資料來源：本組整理

肆、研究分析與結果

一、小紅書 SWOT 分析

表一：小紅書 SWOT 分析表

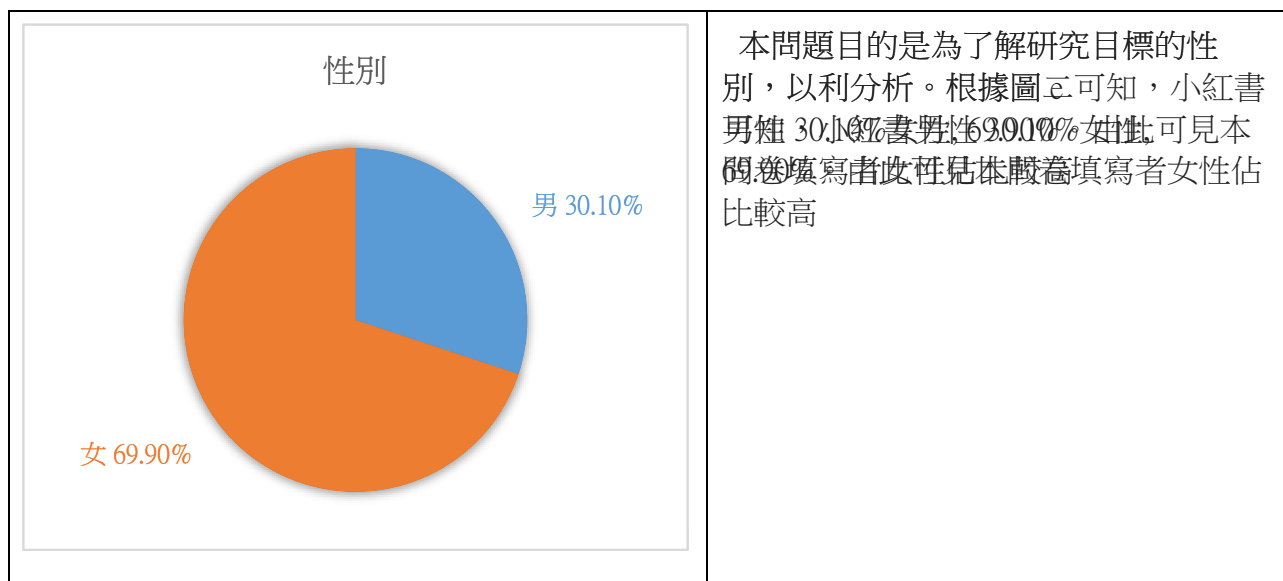
內部因素 外部因素	優勢 Strength	劣勢 Weakness
	◆ S1 擁有 KOC、KOL 經營小紅書平台行銷。 ◆ S2 同時兼具社交與網購功能。	◆ W1 以年輕族群為主 較忽略中、老年齡人。 ◆ W2 營銷號過多 可能會捏造不實資訊哄騙消費者。
機會 Opportunity	增長性策略(SO)	扭轉性策略(WO)
◆ O1 現代人習慣在社群平台分享生活。 ◆ O2 短影音性質讓人喜歡用小紅書消耗碎片時間。	讓當紅的 KOC、KOL 多多進行產品推銷，創造更多經濟利益。	影片多加審核，減少不實資訊傷害消費者權益。
威脅 Threat	多元性策略(ST)	防禦性策略(WT)
◆ T1 其他網購、社群平台。	多利用小紅書社群商務平台特質，避免被其他平台取代。	限制平台使用年齡，避免被詐欺風險。

資料來源：本組整理

二、問卷分析

(一)、受訪者性別分布：

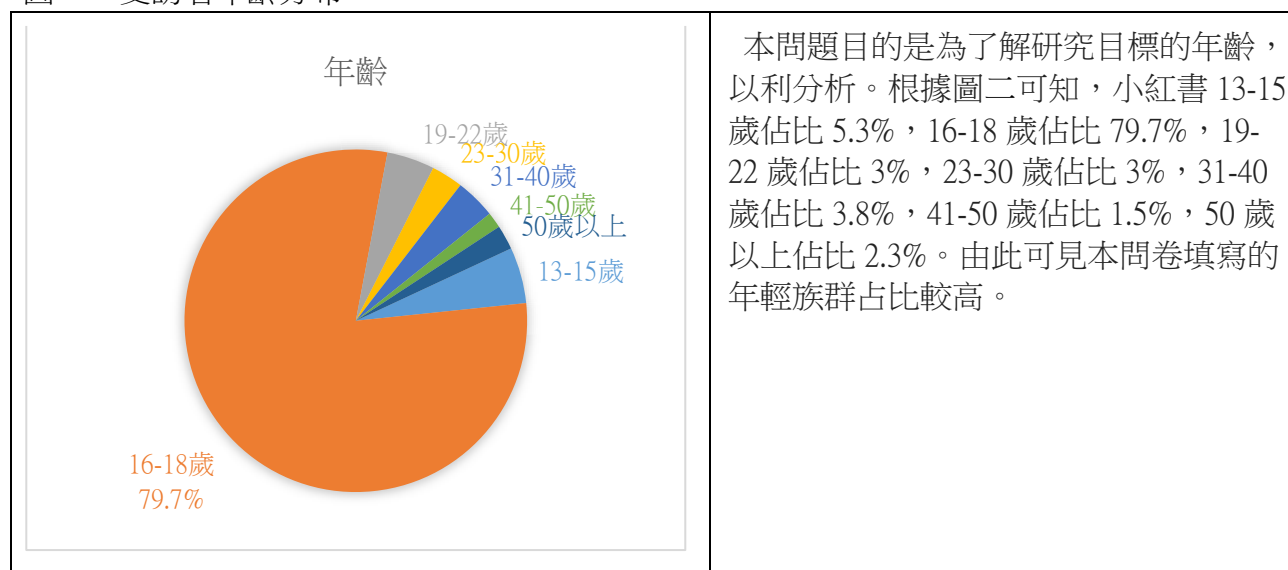
圖一：受訪者性別分布



資料來源：本組整理

(二)、受訪者年齡分布：

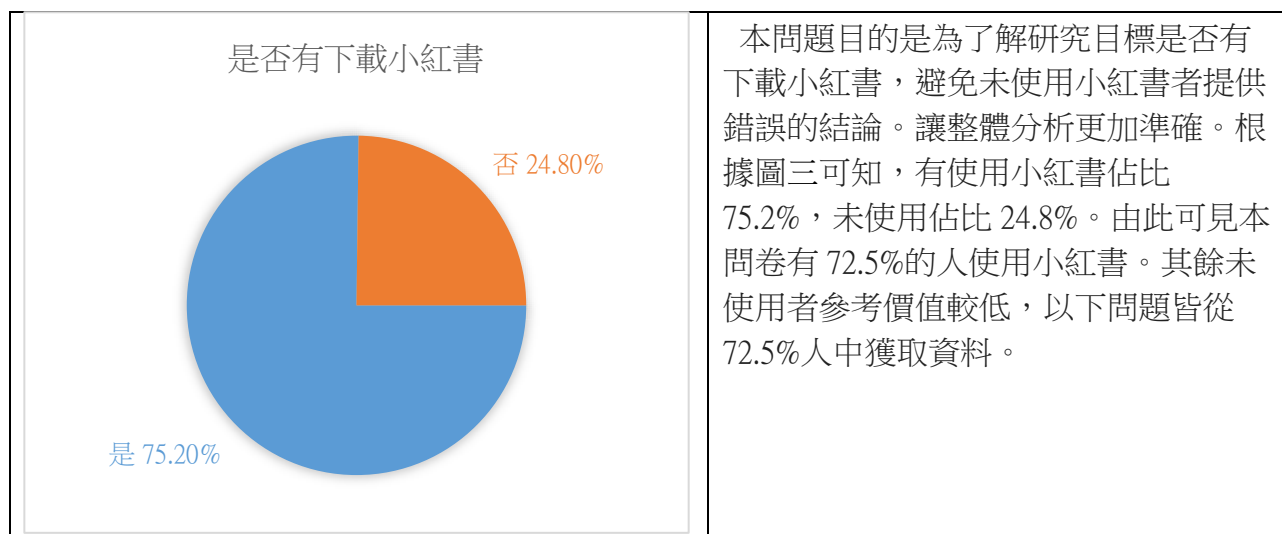
圖二：受訪者年齡分布



資料來源：本組整理

(三)、下載小紅書的比例：

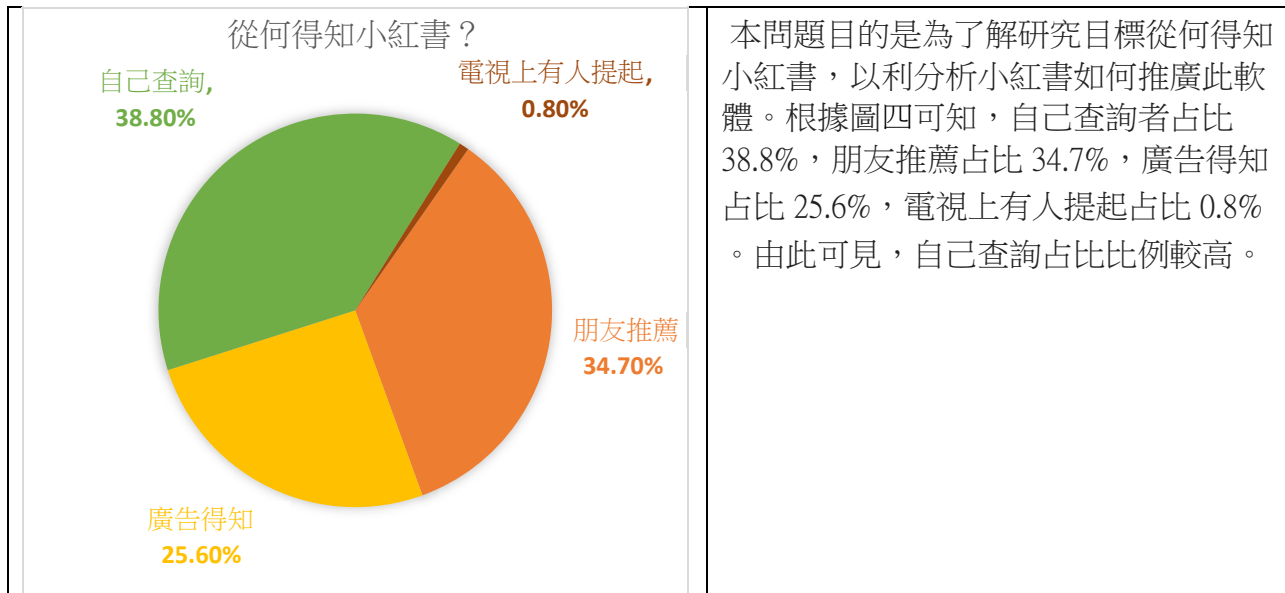
圖三：小紅書下載比例



資料來源：本組整理

(四)、得知小紅書來源：

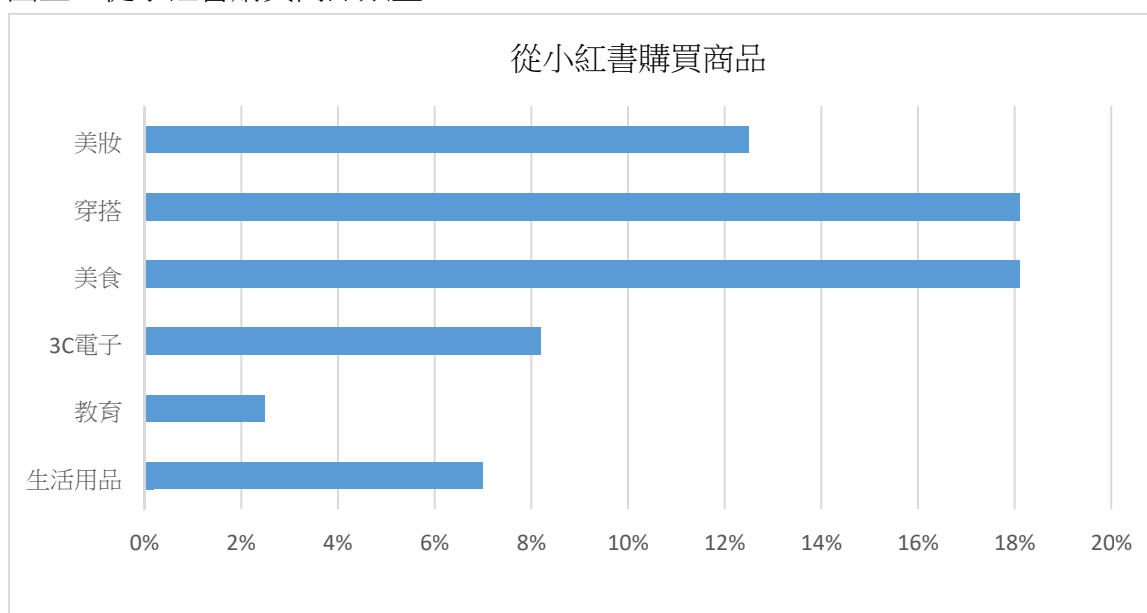
圖四：得知小紅書的來源



資料來源：本組整理

(五)、從小紅書購買商品類型

圖五：從小紅書購買商品類型



資料來源：本組整理

本問題目的是為了解研究目標大部分從小紅書購買什麼商品，以利分析小紅書的產品推薦比例。根據圖五可知，美妝佔比 12%，穿搭及美食皆佔比 37.5%，3C 產品佔比 8%，生活用品佔比 7%，教育佔比 4.2%，其他雜項總佔比 11%。由此可見大部分使用者購買衣物、美妝、食品較多。小紅書也較常推薦以上產品。

伍、研究結論與建議

透過本次研究可以得知，小紅書的使用者偏向查找穿搭靈感或是妝容參考。此軟體擅長用 KOL、KOC 來帶動商品的流行，使商品夠快速爆紅。但這也造成版面上全是高度重複商品，使用者易產生厭倦、疲勞感。建議請廠商在邀請網紅業配時有人數限制，可避免高度重複的問題。

小紅書也是種短影音平台，為了能在短時間內吸引消費者購買經常有誇大產品效能的問題。本組建議小紅書應要請廠商嚴格把關業配影片，也可避免消費者因為商品效果不佳而使廠商風評不好。

陸、參考文獻

岳士瑋（2023 年 9 月 9 日）。IG 之外，為什麼台灣年輕世代還需要小紅書？。
<https://www.gvm.com.tw/article/105917>

李雯萱（2019）。中國社交電商平台企業競爭優勢之研究—以拼多多、小紅書為例。國立中山大學企業管理學系企業管理碩士班：碩士論文。
<https://hdl.handle.net/11296/624xuu>

探討小紅書經營手法及消費者滿意度之分析調查—以花蓮縣為例

陳家瑜（2023）。**探討使用者社群商務平台之使用意圖 — 以小紅書為例**。私立東吳大學資訊管理學系碩士班：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/b69tzw>

甲等

《健康與護理類》

篇名：

學生對電子菸的態度及成癮現況-以花蓮縣居民為例

作者：

蔡欣妤 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

呂鎔均 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

指導老師：

林淑滿 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

由國民健康署110年青少年吸菸行為調查結果顯示，國中生、高中職學生電子煙使用率分別由107年1.9%與3.4%上升至110年3.9%與8.8%，計算青少年電子煙使用率由107年2.7%上升至6.6%，短短3年時間快速倍增，修法通過前因現行法源不足，導致電子煙氾濫已對青少年形成嚴重的健康危機。（衛生福利部資訊網，2023），顯示青少年電子菸的議題須加以重視。

近幾年越來越多人從紙菸改抽電子菸，但因為現代資訊發達及同儕的關係，所以年輕人看到了不會臭且抽起來又香又帥的煙會想嘗試看看，因為電子菸很方便隨時要抽就抽，使得部分未成年也開始學習，讓大部分還在就學的青少年在校園裡面相互模仿，導致普遍國高中生都有在抽電子煙的習慣，雖然法規禁止電子菸，但大多數青少年明知道抽電子煙犯法但就是秉持著好奇及想嘗試的心態，導致目前許多人抽電子菸，但明知會對自身健康造成危害且違法，為何又要抽？因此激發了探究此議題的動機。

二、研究目的

- (一)探討電子菸的成分及對人體的危害
- (二)探討目前國內外有關電子菸的法規及比較
- (三)探究中學生抽電子菸的動機與成癮行為
- (四)探討國際上對電子菸的態度
- (五)探討電子菸是否可以幫助戒掉紙菸

貳、文獻探討

一、電子菸的成分及結構

(一)、什麼是電子菸？

電子菸是一種新興產品，它的運作方法和油煙成分與傳統紙菸有相當大的差異。一般人對電子菸的認知，可能是容易攜帶、比紙菸的危害還要小、可以更容易戒菸、味道比紙菸好聞許多等等的錯誤知識，而造成越來越多人放心地使用電子菸。2010~2011年，美國學術單位曾進行區域性菸品消費調查，研究指出在受訪的兩千多位年輕名眾中，大約有七成的成年人有注意到電子菸這項產品，在這受訪人裡有百分之七的人使用過，在調查結果裡也發現有百分之四十四點五的人認為電子菸可以幫助戒菸，百分之五十二點八的人認為電子菸的危害較低，百分之二十六點三的人認為電子菸不容易成癮。（臺南市政府衛生局，2024）從這些調查結果裡可以得知這些青少年缺乏對電子菸的認知。

(二)、電子菸的成分

- 1.可置換液態尼古丁填充匣
- 2.保濕劑、高純度尼古丁、風味香料這些為主要成分
- 3.具有危害健康的毒性化學物質有二甘醇、可替寧、毒藜鹼、麥斯明
- 4.一支電子菸尼古丁濃度最高達5.98毫克
- 5.部分電子菸填充匣以水果風味為主，但尼古丁含量均低於0.1毫克/支

(臺南市政府衛生局, 2024)

(三)、電子菸的結構

圖1 電子菸構造圖



資料來源：郭斐然 (2019)。電子煙與青少年。健康電子報, 144期,
https://epaper.ntuh.gov.tw/health/201911/child_2.html

二、電子菸對人體的危害

根據 (家庭醫學專刊, 2023) 所言，電子菸對人體的危害分為以下幾點

(一)煙霧對吸食者的健康會有的危害

- 1.引發阻塞性細支氣管炎
- 2.對腦部、心臟、肺臟、肝臟及腎臟等器官造成損害

(二)外觀造型新穎及口味誘人，使青少年使用比例上升，可能會有以下幾點危害：

- 1.會影響正在發育的大腦
- 2.造成注意力降低影響學習
- 3.可能會造成永久性的情緒障礙
- 4.未來將有更大的機會嘗試紙菸

三、電子菸的法規

(一)國內對電子菸的相關法規及罰則

依修正通過之菸害防制法第15條規定，禁止任何人製造、輸入、販賣（包括透過網路、實體店面及面交）、供應（提供他人使用）、展示或廣告（製作廣告、接受傳播或刊載）各式電子煙之類菸品或其組合元件，相關罰則說明如下：（南投縣政府衛生局資訊網，2024）

1. 製造或輸入業者若有製造、輸入、廣告行為，處新臺幣1千萬元至5千萬元罰鍰；製造或輸入業者以外之人，若有製造、輸入行為，則處新臺幣5萬元至5百萬元罰鍰。
2. 廣告業或傳播媒體業者如製作廣告、接受傳播或刊載，處新臺幣40萬元至2百萬元罰鍰；製造業、輸入業、廣告業、傳播媒體業者或廣告委託人以外之人，則處新臺幣20萬元至1百萬元罰鍰。
3. 販賣、展示類菸品或其組合元件，處新臺幣20萬元至1百萬元罰鍰。
4. 供應類菸品或其組合元件，處新臺幣1萬元至25萬元罰鍰。
5. 使用類菸品者，處新臺幣2千元至1萬元罰鍰。

（二）國外對電子菸的相關法規及罰則

美國食品藥物管理局(FDA)於 2016 年 5 月將 ENDS（電子尼古丁傳送系統）等非傳統菸品列入《聯邦食品藥物及化妝品法》之管制範圍內，目前 FDA 採取了事前核可的方式，規範了 ENDS 的製造、進口、包裝、標籤、廣告、促銷、銷售和分銷。無論是 ENDS 完整組裝後的產品本身，或是其組件和零件，皆屬於前述規範的管制範圍。

歐盟於 2014 年 5 月 19 日通過《歐洲菸草產品指令》，並於 2016 年 5 月 20 日在歐盟成員國生效，該指令對歐盟的菸草及新型菸草相關產品的銷售施加了限制。

澳洲與紐西蘭在近期也針對電子煙做出進一步規範。澳洲衛生部藥品管理局在今年提出聲明，希望制定規範，禁止在沒有取得醫師處方的情況下，進口含有尼古丁的電子煙（無論固態或液態）；而無尼古丁的電子煙，在此規範下則可以在當地法規合法的情況下，自行購買或進口。

2020年11月生效的紐西蘭《無菸環境及管制電子煙產品修訂法案》，在以合法電子煙產品協助成年人戒菸，並明確禁止未成年人使用電子煙產品。法案規定將禁止販售電子煙產品給未滿 18 歲的青少年、禁止廣告及鼓勵在店面購買、限制加味產品的販售場域等等限制規範，並制定在室內或室外使用電子煙的規範架構，建立衛生部得以召回產品、禁止販售或對其發布警告的安全性系統規範。

韓國自從2015年開始針對傳統菸品大幅提高稅款後，改為使用電子煙和加熱菸的產品人口有相當程度增加，而對此類新興菸品的規範則與傳統菸品接近，有警示標語要求、使用區域的限制等限制。

日本目前對於無尼古丁的電子煙採取開放態度，但對於含有尼古丁的電子煙，則將其分類為醫療產品，必須受到日本藥事法規範，若要販售有尼古丁的電子煙，則需要取得主管機關的核准，然而目前在日本並沒有廠商成功獲得核准。

英國首相蘇納克在**2023**年提議未來逐年提高吸菸合法年齡，代表目前**14**歲的人，在未來將無法合法買菸，他們這一代將可在無菸環境下成長。（法律白話文國際站，2020）

（三）國內外對電子菸的法規及態度異同處

- 1.吸菸年齡調整——年齡從**18**歲上升為**20**歲
- 2.全面禁止加煙味——菸品禁止使用添加物，例如：花香、果香、巧克力及薄荷等多種口味
- 3.擴大禁菸場所——**112**年**2**月**15**日新增各個學校、幼兒園、托嬰中心及其他公共區域納入禁菸場所
- 4.警示圖文——菸品包裝警示圖文範圍從**35%**提高到**50%**
- 5.抽電子菸合法嗎？帶電子菸入境、出國合法嗎？——抽電子菸、輸入電子菸或帶出國都不合法
- 6.出國「禁止」攜帶、販售電子煙入境的國家
 - (1)泰國：恐被處**6,800**泰銖（約新台幣**6,500**元），甚至最長可達**10**年的監禁。
 - (2)新加坡：只要持有電子煙最高罰**2,000**元新幣（約**4**萬**9**千多元新台幣），或**1**年以下有期徒刑，或兩者併罰。
 - (3)澳門：全面禁售電子煙，違者處澳門幣**2**萬~**20**萬（約**8**萬~**80**萬元新台幣）。
 - (4)香港：全面禁售電子煙，違者最高可處港幣**5**萬元（約**20**萬元新台幣）及監禁**6**個月。
- 7.抽加熱菸合法嗎？——未滿**20**歲者不得購買、使用。
- 8.出國「不得」攜帶免稅菸品入境的國家（一般香菸、加熱菸的菸草柱）
 - (1)新加坡完全禁止 完全不准攜帶免稅菸品入境，恐被罰款**500**元新幣（約**12,310**元新台幣），攜帶過量者甚至要面臨有期徒刑。
 - (2)香港及澳門**19**支自用 攜帶超過**19**支且未申報者可處第一級罰款港幣**2,000**元（約新台幣**8,210**元）；每千支紙菸課稅港幣**1,906**元（約新台幣**7,825**元）。
 - (3)澳洲及紐西蘭**50**支自用 **50**支以上必須申報繳稅，未誠實申報者將處紐幣、澳幣**2,000**~**5,000**元（約**4**萬~**11**萬元新台幣），或最高**3**個月有期徒刑。（Hello醫生，2023）

（四）電子菸成癮原因

多數電子煙含有尼古丁容易導致成癮，尼古丁會影響正值青春期的青少年的大腦發育，對大腦前額葉皮層中會產生神經毒性作用，干擾青少年的認知發展、執行功能和抑制控制能力，導致對尼古丁產生更高的依賴。

根據**2018**年美國國家科學工程與醫學研究院報告發現，使用電子煙的青少年、年輕人會增加使用菸品的風險，成為持續吸菸者。（楊艾庭，2023）

四、國際上對電子菸的態度

世界衛生組織(WHO)於**2010**年菸草管理會議中做出結論,對於電子式尼古丁遞送系統(Electronic Nicotine Delivery System, ENDS)之管制措施,主要包含以下三點:

- (1) ENDS與傳統的菸草並不能混為一談，它們是不同的物品。

- (2) 除非有充分的科學證據可以證明**ENDS**的使用安全，否則市場上不應將**ENDS**視為尼古丁的替代產品。

(三) 電子煙在市面上的行銷活動應嚴格地管控。

五、電子菸是否可以幫助戒掉紙菸

依據現有資料顯示，電子煙產品並未被證實具有戒菸之輔助效果，其現存之相關疑慮，可歸納為以下幾點：（臺南市政府衛生局資訊網，2024）

- (1) 電子煙內的尼古丁濃度可能偏高，每吸入之霧化尼古丁可能比吸一口菸品更多，對於能否協助戒斷菸癮，仍是一大問號。
- (二) 使用電子煙仍有吞吐白霧之行為，可能產生另類二手菸危害。

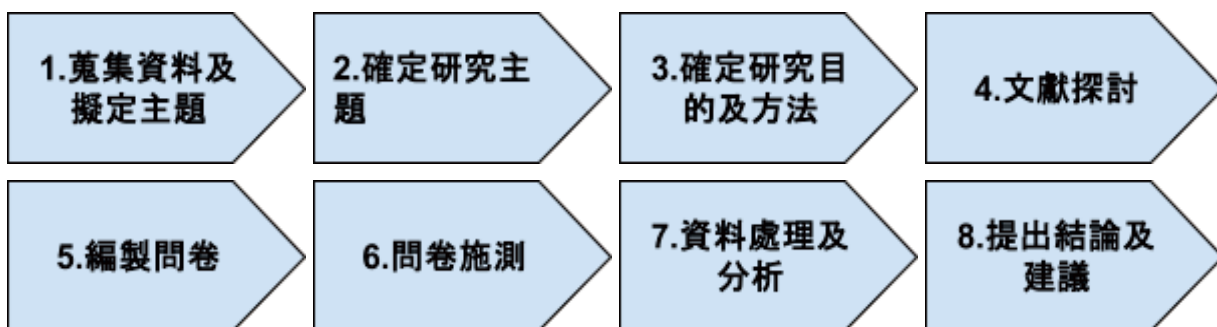
參、研究方法

一、研究方法（林淑芬，2023）

- (一) 利用文獻探討瞭解目前各國電子菸的法規及規範
- (二) 使用問卷調查得知學生對於電子菸的了解程度

二、研究步驟

圖2 研究步驟



資料來源：由本組自行製作

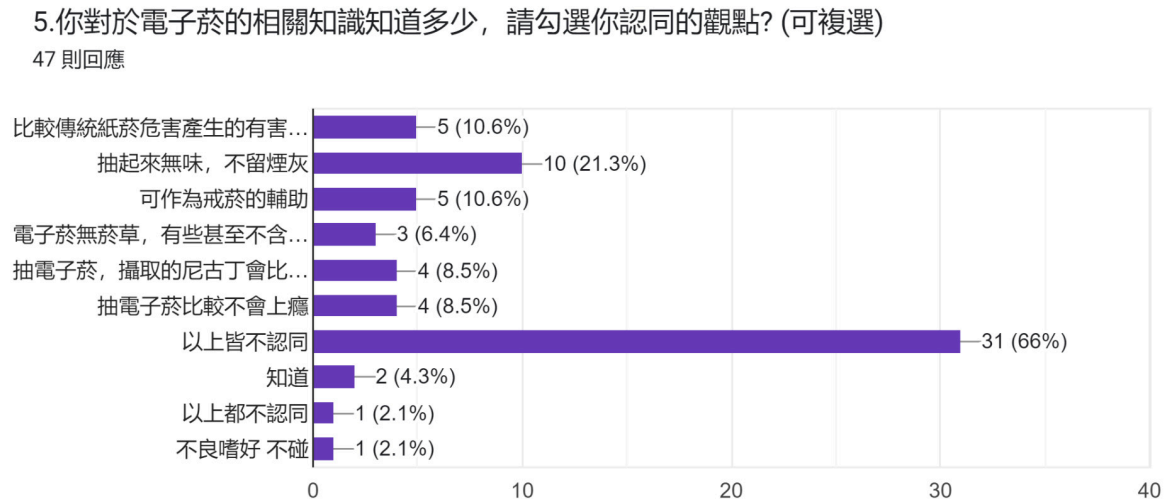
肆、研究分析與結果

本專題以電子問卷，受訪對象為花蓮的居民，共回收47份，此部分將針對使用電子菸的了解及態度逐題探討，並將研究結果自製圖表、分析說明如下：

一、針對問卷第1、2題「受訪者的年齡和性別分布」，根據問卷資料所示，16~18歲佔 45.5%，13~15歲和30歲以上佔比都是25%；女性佔65.9%，男性佔34.1%。

二、針對問卷第5題「你對於電子菸的相關知識知道多少」如圖3所示，比較傳統紙菸危害產生的有害物質較少佔10.6%，抽起來無味，不留煙灰佔21.3%，可作為戒菸的輔助佔10.6%，電子菸無菸草，有些甚至不含尼古丁，對健康的影響相對較少佔6.4%，抽電子菸，攝取的尼古丁會比紙菸少及抽電子菸比較不會上癮佔8.5%，以上皆不認同佔66%。由此可見，大多數人皆不認同上列所敘述的內容。

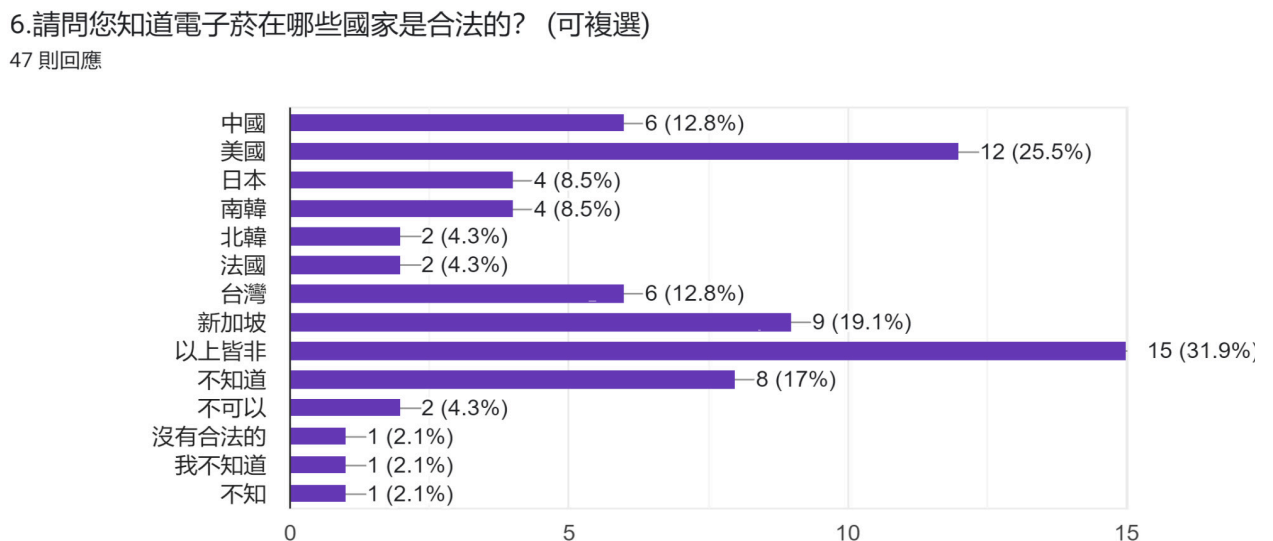
圖3 對於電子菸的相關知識知道多少



資料來源：由本組自行製作

三、針對問卷第6題「請問您知道電子菸在哪些國家是合法的嗎？」如圖4所示，中國及台灣各佔12.8%，美國佔25.5%，日本及南韓各佔8.5%，北韓及法國各佔4.3%，新加坡佔19.1%，以上皆非佔31.9%。由此可見，大多數人其實並不了解哪些國家是可以合法抽電子菸，在中國、美國、日本及法國是可以合法使用電子菸的。

圖4 知道電子菸在哪些國家是合法的嗎？

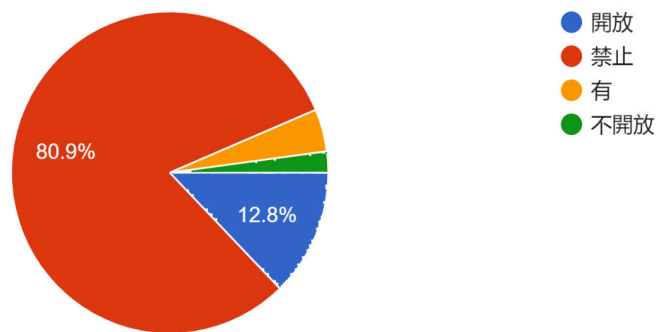


資料來源：由本組自行製作

四、針對問卷第7題「世界衛生組織指出，目前全球只有34國禁售電子煙，高達74國毫無相關法規限制電子煙。請問你認為台灣應該開放還是禁止？」如圖5所示，禁止佔80.9%，開放佔12.8%。由此可見，多數人都認為台灣要禁止販賣和使用電子菸。

圖5 世界衛生組織指出，目前全球只有34國禁售電子煙，高達74國毫無相關法規限制電子煙。請問你認為台灣應該開放還是禁止？

7.世界衛生組織指出，目前全球只有34國禁售電子...規限制電子煙。請問你認為台灣應該開放還是禁止？
47 則回應



(資料來源：本組問卷調查結果)

伍、研究結論與建議

一、研究結論

(1) 根據受訪者的資料可知，多數受訪者沒有抽電子菸的習慣。

(二)關於對電子菸的相關知識多數受訪者約有66%皆不清楚，即使是對電子菸的知識有一點認識，但並不是很正確的觀念，例如：認為抽電子菸攝取的尼古丁會比較少。

(三)根據受訪者的資料顯示多數受訪者對於電子菸在哪些國家是合法的，並沒有很正確的觀念，電子菸開放國家有中國、美國、英國、日本、南韓...，不開放國家有台灣、巴西、泰國、新加坡巴拿馬這些國家。

二、研究建議

從數據上來看，大多數人並不完全知曉有關電子菸的相關知識與法規，甚至不知道使用電子菸是否合法，以至於許多未成年人在法律邊緣行走，甚至小小年紀就已經成癮，間接地在傷害自己的身體。建議政府多宣導使用電子菸對人體的危害有奪大，且抽電子菸對周遭人的危害比抽紙菸還大，也應針對電子煙市場進行更嚴格的監管，包括限制廣告和促銷活動，特別是在學校和青少年聚集的場所。

陸、參考文獻

衛生福利部資訊網 (2023年2月09日) 。電子煙之類菸品全面禁止 保護民眾健康違反
相關法令最高將重罰五千萬元罰鍰。 <https://www.mohw.gov.tw/cp-6567-73548-1.htm>

臺南市政府衛生局資訊網。電子煙危害宣導參考資料 。擷取日期2024年09月10日。
取自網址。

<https://health.tainan.gov.tw/warehouse/86212F6B-DDD6-41DF-9937-1A9255EF2D00/>

郭斐然 (2019) 。電子煙與青少年。健康電子報, 144期。

https://epaper.ntuh.gov.tw/health/201911/child_2.html

吳映萱 (2023) 。華麗包裝下的陷阱電子煙與加熱菸的危害。家庭醫學專刊, 第43卷
(6) 。<https://www.kmuh.org.tw/www/kmcj/data/11211/8.htm>

南投縣政府衛生局資訊網 (2024年4月02日) 。電子煙知多少?。

<https://www.ntshb.gov.tw/content/index?Parser=1,7,182,60,114>

法律白話文國際站 (2020年9月04日) 。《菸害防制法》修正案, 再掀新式菸品與電
子煙規範爭議——常見爭點、各國法規一次看。

<https://crossing.cw.com.tw/article/13894>

Hello醫生 (2023年3月22日) 。加熱菸、電子菸合法嗎? 攜帶入境、出國合法嗎?
危害及有無好處一次看。 <https://heloishi.com.tw>

楊艾庭 (2023年2月13日) 。使用電子煙不會成癮? 也不會影響大腦發育?。

<https://tw.news.yahoo.com>

林淑芬 (2023) 。專題實作與創意秘笈。台科大圖書。

甲等

《健康與護理類》

篇名：

尋找心靈迷宮的出口-探討同性戀者的困難與自我調適

作者：

張淑慈 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

古雁霈 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

蘇于晴 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

指導老師：

林宣融 老師

壹、前言

一、研究動機

前陣子與組員去欣賞「關於我和鬼變成家人的那件事」，在劇中兩個男人被迫冥婚，而長輩也很開放並沒有排斥「同性婚姻」這件事，起初很排斥的爸爸，一發現自己小孩不是他所期待的樣子非常不願意接受，可誰不希望自己的孩子能幸福呢？所以最後那位非常排斥的爸爸便放下成見選擇接受自己小孩不是符合社會期待的樣子。

經初步上網後發現：根據「2020 跨性別人權處境調查報告」資料，近六成(59.65%)的跨性別者曾遭受到原生家庭的不平等對待，而其中言語暴力高達九成。而在職場上有近四成(37.3%)的跨性別者在職場上受到歧視或是霸凌。

讓我們不禁好奇，現實生活中是如何拋開傳統思想，去接受自己並不是社會刻板印象中的性向。因此本研究希望透過訪談，著重家庭、職場、學校及社會等面向去探討出櫃後同性戀者的內心想法及其調適過程以及在生活中遇到的困難與挑戰。

二、研究目的

- (一)了解同性戀的社會定義
- (二)研究同性戀者性別取向自我調適的歷程
- (三)分析同性戀者遇到的困難與挑戰並提出解決策略

貳、文獻探討

一、同性戀定義

同性戀一詞會隨著不同的時代、不同的理論以及不同的社會事件對它重新定義。透過各種文獻及資料查詢，本研究整理出以下幾種定義：

表一：同性戀的分類

分類	定義	異性戀 雙性戀 同性戀	0	
殊群化	身分認同為同性戀的人		1	
常群化	身分認同是異性戀但也有同性戀的行為，或是在身分認同上是同性戀。以下是由台灣酷家（2017）所擷取的資料，根據 Alfred Charles Kinsey(1953)所提出，人不是只有同性戀和異性戀兩種，所有人皆有一定的同性戀或雙性戀的傾向，差別在於純度上的不同。		2	
			3	
			4	
			5	
			6	
要求男女分界的人	生理性別上是什麼性別就是什麼性別，不強調是否為異性戀或同性戀			

跨性別者	除了一般所說的跨性別之外，「仰慕、認同女明星的男同性戀」也屬於這類	
------	-----------------------------------	--

（資料來源：本組自行整理）

二、LGBTQIA 介紹

鄭燕燕（2023）曾指出生活中常以 LGBT 來代表同性戀，但現在社會把它細分為「LGBTQIA」。分別為女同性戀(Lesbian)、男同性戀(Gay)、雙性戀(Bisexual)、跨性別者(Transgender)、酷兒(Queer)、雙性人(Intersex)與無性戀者或同盟者(Asexual/Ally)。根據翁繹佳（2019）的定義，我們整理出以下幾點：

- （一）女同性戀：又稱「蕾絲邊」、「拉子」，意指女生喜歡女生。
- （二）男同性戀：意指男生喜歡男生。
- （三）雙性戀：意指能被超過一種性別的人吸引而產生愛情。
- （四）跨性別者：意指一個人的原生生理構造與性別不同。
- （五）酷兒：又稱疑性戀(Questioning)，是對自己的性別或性向感到疑惑的人。而酷兒一詞含有貶意的負面形象，因此現在大部分人都已疑性戀來代稱。
- （六）雙性人：意指同時擁有男女性徵的人。
- （七）無性戀或同盟者：無性戀即會愛人但不願與對方發生關係；同盟者為支持多元性別族群的人。

三、身分認同方式

隨著性別平權意識的提升，身分認同方式越來越多樣化。根據不同的環境和個人選擇，身分認同的方式可以分為「出櫃」、「被出櫃」、「入櫃」及「深櫃」等不同的階段與狀態。

- （一）出櫃：同性戀者自願揭露自己的性取向或性別認同。
- （二）被出櫃：同性戀者並非自願揭露自己的性取向，而是被他人揭露。
- （三）入櫃：有句話為「孩子出櫃，父母入櫃」，而入櫃就是指當孩子與家長坦承後，家長躲進櫃子不知所措。
- （四）深櫃：同性戀者不願意承認自己對同性有吸引力或不接受自己是同性戀。

四、是否出櫃的衡量

林宜靜（2010）認為是否出櫃的抉擇並不是說不說這麼簡單，而是在自我認同與家庭關係上做衡量的決定，從自我認同到家庭接受最後到網路支持，都是出櫃的重要關鍵。擔心出櫃後被社會污名、擔心出櫃後破壞與家人的感情，在種種因素下使他們在之中要取得平衡點。

五、自我認同

根據曾亮臺（2023）的研究結果顯示，同志面對出櫃初期，因傳統觀念或家人的不理解，導致心理產生負面反應且不願出櫃。但現今媒體的進步及社會的開放程度，使同性戀者更能找到同族群的人，並能更認同自己的身分。

六、為同性戀發聲的藝人

表二：為同性戀發聲的藝人

	支持（參與）活動	主要貢獻	支持方式
蔡依林	1. 參與台灣伴侶權益推動聯盟發起的多元成家百萬連署 2. 成為女同志雜誌「Lezs」的封面人物 3. 美國「Billboard」 4. 台北同志大遊行 5. 支持「婚姻平權法案」 6. 參與「愛最大・其實我們都一樣！」婚姻平權公益演唱會	1. 創作、演唱多首歌曲支持同性戀，透過音樂激勵社群成員。 2. 多次在公開場合、媒體採訪、社交平台表示力挺多元成家及婚姻平權。 3. 將演唱會的收入捐給台灣伴侶權益推動聯盟做慈善公益。	1. 音樂創作 2. 為同性戀發聲 3. 參與相關活動
張惠妹	1. 多次擔任台北同志大遊行彩虹大使 2. 簽署多元家庭法案 3. 舉辦草地音樂會 4. 參與「愛最大・其實我們都一樣！」婚姻平權公益演唱會	1. 透過演唱歌曲表達對同性戀的支持。 2. 多次在公開場合、媒體採訪、社交平台倡導平等和多元成家。 3. 將演唱會的收入捐給台灣伴侶權益推動聯盟做慈善公益。	1. 音樂會 2. 演唱會 3. 為同性戀發聲 4. 參與相關活動
蘇打綠	1. 參與台灣的彩虹遊行 2. 蘇打綠團員之一吳青峰曾公開談論自己的性取向，鼓勵更多人接納自己的身分，並推動大眾對多性別的包含 3. 參與「愛最大・其實我們都一樣！」婚姻平權公益演唱會	1. 音樂作品充滿對愛、平等和包容的關懷，成為同性戀群體的重要精神支持。 2. 積極參與台灣婚姻平權法案。	1. 音樂創作 2. 演唱會 3. 為同性戀發聲 4. 參與相關活動

（資料來源：本組自行整理）

根據以上表格我們整理出三位藝人在同性戀相關權益運動的發聲活動，並總結了他們在推動婚姻平權和多元成家的三個共同點，以音樂支持同性戀權益並支持婚姻平權與多元成家、參與過彩虹遊行且參與「愛最大・其實我們都一樣！」婚姻平權公益

演唱會、在公開活動為同性戀發聲也參與其相關活動。這些行動不僅表達了他們對同性戀族群的支持，也利用音樂鼓勵大家能勇敢說出那份愛。

參、研究方法

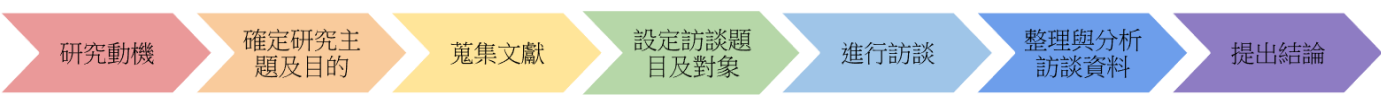
一、研究方法

- (一) 文獻分析法：透過閱讀相關的書籍、網路文章及期刊論文，將其統整後蒐集與同性戀者的相關資訊。
- (二) 訪談法：參考其他論文的問卷及訪談資料，配合本組的研究目的撰寫訪談大綱，再將訪談資料彙整出重要資訊。

二、研究限制

同性戀者的人數並不是屈指可數，且本組因人力及就學地點皆有限，因此其他外縣市的同性戀者不在本研究範圍內。

三、研究步驟



肆、研究分析結果

本研究透過訪談及文獻資料的比對整理出七個問題，以下是我們的問題及受訪者的回答：

表三：訪談內容問與答

受訪者 1、2 訪談時間：2024 年 7 月 25 日。 受訪者 3 訪談時間：2024 年 7 月 18 日。 受訪者 4 訪談時間：2024 年 7 月 31 日。 受訪者 5、6 訪談時間：2024 年 8 月 30 日。	
訪談問題	受訪者回答
Q1：您認為同性戀是什麼？	受訪者 1、2、3：同性別互相喜歡。 受訪者 4：他是一般人與大眾沒什麼不同。 受訪者 5：只喜歡或愛自己同性別的人。 受訪者 6：是一種性傾向，同生理性別的吸引。
根據受訪者回應得知，同性戀是一種自然的性傾向。同生理性別的互相吸引，與一般人無差異。	
Q2：在你想法裡，社會是如何定義同性戀	受訪者 1、2：大家都認為男生就該跟女生交往，很多人對男同性戀的印象就是很娘。多少還是會造成心理或行為上的影響。

的，是否對他們造成影響？	受訪者 3：精神有病的、骯髒的、性病傳染者、社會亂源。工作上就必須隱藏性向來迎合社會期待。 受訪者 4：大眾來講，同性戀是很可怕的存在。但不會對我造成影響。 受訪者 5：早期的社會覺得同性戀，就是不正常。但隨著女性意識抬頭、兩性平等，越來越多同志為自己發聲，所以不管男性還是女性，愛都是一樣的沒有不一樣。對我，不能跟喜歡的人在一起會很難過。 受訪者 6：雖然目前社會看來有大多數支持及尊重同性戀者，認為愛是平等的不分性別。但就我看來有部分人屬於從眾行為，跟隨者認同或表態支持同性戀，身邊曾發生多年好友上街遊行表示支持，但不支持身邊的朋友跟同性者交往。這些定義對我來說沒影響，生活是自己在過的。
根據受訪者回應得知，受傳統的刻板印象影響、對同性戀都有負面的評論，但隨著女性意識崛起性別觀念提升，認為愛是平等的不分性別。	
Q3：你認為什麼原因會造成同性戀的產生？	受訪者 1：我覺得是後天。 受訪者 2：我覺得大部分是先天的。 受訪者 3：先天及後天都有可能，家庭環境、心理因素等等。 受訪者 4：他就是一個自然的東西，我認為每一個人都是雙性戀，依照你對這個人感覺就可以喜歡。 受訪者 5：先天、成長環境、家庭、心理。 受訪者 6：基因以及後天因素都有。
根據受訪者的資料得知，部分人認為同性戀是先天因素造成，也有覺得先天及後天因素，更有一位認為是後天造成。	
Q4：如何發現自己的性向，當下的想法？	受訪者 1：原本以為我只喜歡男生，後來國中喜歡一個學妹，才發現原來自己是雙性戀。覺得很神奇。 受訪者 2：我國小是學美術的，以前的人思想比較開放，從小以為自己是雙，但後來發現女生對我來說沒什麼吸引力。 受訪者 3：後天環境與個人境遇，國中時期對女生有好感，到了高中也有所以覺得很普通。 受訪者 4：在小學發現對女生特別有好感，那時候覺得自己很可怕，那時以為我自己是男生。但到了國中發現同儕間也有這種困擾，一起聊天才知道我們可以做自己原本的性向，好好做自己好好喜歡別人。 受訪者 5：對男生想要追求我感到排斥，後來才發現原來我喜歡的是女生！ 受訪者 6：對異性一直以來都是玩伴的心態，太多肢體接觸會感覺尷尬不自在，對於同性有吸引力，會不自覺的關注。當下沒什麼想法。
上述回答顯示，半數的受訪者知道自己的性向是沒有特別的想法，少部分受訪者的想法	

偏向負面。	
Q5：是如何接受自己的性向？	受訪者 1、2：就很自然的接受自己。 受訪者 3：因為青春期的自然對同性造成好感，也就接受自己的性向。 受訪者 4：發現了自己是同性戀，我就會去接受，我不會去排斥我自己。 受訪者 5：理所當然，覺得這是再正常不過的，我認為喜歡就是喜歡沒有不一樣。 受訪者 6：沒有接不接受，就自然而然的喜歡。也可能從小沒有因為同性戀而遭受到不平等的對待。
根據受訪者資料得知，大部分都是坦然接受自己不排斥。	
Q6：日常生活中遇到什麼困難與挑戰？	受訪者 1：國中被霸凌，因為排擠我的人知道我喜歡學妹了，後來在社團就被排擠。那段時間很自卑，所以我那時也隱藏自己，當別人開口問我的性向時，我都跟人家說我喜歡男生。 受訪者 2：有人會說我是 gay 或娘娘腔，或是我在跳舞的時候學我跳舞，多少會有些在意但我會去轉念然後消化。 受訪者 3：周圍環境並未不友善，也可能是自我調適得很好，觀察職場的氛圍後做出符合社會期待的樣子。 受訪者 4：最大的困境就是在職場，怕被同事用異樣的眼光看待。當我跟另一半結婚時大家都是給予祝福，但有些人的態度還是有轉變，只是因為是同事所以他們敵意沒有那麼重。高中時期我還沒有出櫃，所以我沒辦法跟我媽去談感情的事情，等到研究所才打算坦承。 受訪者 5：國中時候男生會因為我是同性戀而言語攻擊，遇到了就噙回去！沒在那給你囉唆的。 受訪者 6：從小到大沒有因為我是同性戀而遭受到不平等的對待，生活沒有遇到任何的挑戰、困難。但父親希望女兒長髮穿裙子，但我從小就排斥，本來就已經不在他的期望內。對我來說人就這麼一生，從沒想過要因此去在這件事上符合期望。
根據受訪者回應得知，大部分受訪者遇到不平等對待時會自己承受情緒，也有部分受訪者會直接回應惡意攻擊。	
Q7：發現自己不是異性戀時，是否考慮出櫃，以及家人的想法？	受訪者 1：出社會前不會出櫃，擔心會被趕出家門。 受訪者 2：我沒有特別出櫃，但大家都知道這件事。 受訪者 3：沒有特別出櫃，但他們知道後都選擇尊重。 受訪者 4：大學時期一直很想出櫃，但那時的女朋友讓我很沒有安全感，直到研究所我才跟家人出櫃的。我爸他非常排斥同性戀，覺得很噁心，所以我很努力找資料去告訴他同性戀很

	正常。當他知道我是同性戀時，也沒有特別表示什麼，就很正常。 受訪者 5：有考慮出櫃，其實沒有特別告訴家人，長久以來帶回家的都是同性伴侶，但如果真的要說完全告訴家人是決定要結婚時候，我的家人就是尊重我的決定。 受訪者 6：出櫃是在出社會後才有的想法，給自己的方式是能夠有能力讓父母放心後再出櫃。30 歲才出櫃，家人的反應是支持的，可能父母年紀大了，只希望我們平安健康就好。
根據受訪者回應得知，都是逐漸出櫃。大部分受訪者都不會特別告知家人，少部分受訪者則選擇出社會後再出櫃。	

從訪談的回應中，我們發現大部分的受訪者在面對自己的性向時，不會刻意隱藏自己。覺得這是很正常的一部分，並不會感到有壓力；但當他們遇到來自社會的有色眼光或偏見時，才會選擇包裝自己，避免引起不必要的麻煩或爭議。即使在壓力下，他們還是會勇於面對，努力尋找平衡點，自我調適慢慢消化，維持與外界的和諧，並保持內心的真實。

伍、結論與建議

一、何謂同性戀

根據受訪者的訪談內容，本研究發現雖然許多文獻將同性戀分為 LGBTQIA 等七種類別，但在他們的認知中，同性戀就只是單純喜歡與自己相同性別的人，並未分的很詳細。研究發現訪談者對於「愛」這件事，每個人都能有去喜歡的權利，不論是同性戀或異性戀只要喜歡就可以勇敢表達。

二、從認識到接納

我們透過對受訪者的回答，了解同性戀者的自我調適歷程。整理出以下表格，從發現性向、自我接納，到面對挑戰與選擇出櫃。

表四：自我調適歷程

自我調適歷程	受訪者回應總整
發現性向	大多數受訪者都是在青少年時期，漸漸意識到自己對同性有好感。
自我接納	受訪者多數都認為是很正常的事，都很自然的接受自己。
面對挑戰	部分受訪者會因為自己的性向在校園同儕霸凌；部分受訪者會在職場中會選擇隱藏性向以避免被有色眼光看待；部分受訪者提到，擔心家人對同性戀族群保有刻板印象而被針對以及被家人排斥。

出櫃的選擇	受訪者多數沒有特別告訴家人自己的性別取向，部分受訪者考量家人尚對同性戀仍有刻板印象，故未選擇公開出櫃；但仍有部分受訪者沒有特別公開出櫃但家人都從日常生活中看出，家人都選擇尊重與接受。
-------	---

(資料來源：組員自行整理)

三、面臨的困難與挑戰

根據訪談資料，本研究發現大部分同性戀者在發現自己的性向及遇到的困境後，主要面臨來自家庭、職場、校園及社會的壓力與歧視。

- (一) 家人：擔心與家人出櫃後可能面臨不理解或排斥的情況，特別是受傳統刻板印象影響的家長對同性戀的負面想法，並認為同性戀是不正常的。
- (二) 職場：同性戀者會在工作中選擇隱藏自己的性向，避免因為受性取向遭受不平等對待、職場霸凌以及同事的異樣眼光。
- (三) 校園：在學校內可能會因為性取向被同學霸凌、排擠或貼上負面的標籤。這些古板的刻板印象會使同性戀者因為擔心受到霸凌而不敢出櫃，因此選擇隱藏自己的性向，以避免成為焦點或被同學歧視。
- (四) 社會：現在社會多少還是會存在的性別的刻板印象，例如在路上看見一對男同性戀牽手，就會對男同性戀貼上「娘娘腔」的標籤與負面的言論，讓同性戀者在公開場合或社交環境中感到不自在。

四、落實性別平權建議

根據以上的研究與分析，我們找到同性戀組群在自我調適歷程中所面臨到的困難與挑戰，主要來自於家人、職場、校園以及社會環境。為了幫助同性戀組群能夠克服這些困難，我們提出以下的解決策略：

- (一) 促進家庭溝通：在傳統觀念比較強的家庭下，家人對同性戀有所誤解，導致出現意見分歧。例如可以一起觀看同性戀相關的電影及紀錄片、多找網路上的資源或相關媒體報導給家人看，與家人溝通自己的想法以及聆聽家人的意見，這些不僅可以提升家庭的凝聚力，也能快速了解同性戀的文化並給予家人足夠時間接受事實。
- (二) 推廣職場平等：現代同性戀者在職場中隱藏性向以避免歧視的現象存在。因此，企業應制定職場多元文化的政策。例如提供員工性別友善研習與教育以及設立性別友善辦公室，創造包容的工作環境，落實職場同性的友善，不僅可以提升同性戀者的職業安全感，也能促進企業文化的多元性發展。
- (三) 推廣性別平等教育：為了解決同性戀在校園中面臨到的問題，建議教育部將性別平權教育加入國中及高中教育課程，或者邀請名人、專家或同性戀者到校園宣導同性講座，分享同性戀者的親身經歷，讓學生能更認識及了解同性戀族群並培養對多元性別的包容度；通過教育及輔導，能夠減少青少年在校園中對同性戀者的刻板印象、有色眼光、排擠及霸凌行為。

(四) 社會宣導與媒體推廣：媒體作為影響社會輿論的重要管道，透過正向的報導，可能夠有效打破對同性戀者的刻板印象。本研究提出以下四點建議：媒體應該多報導同性戀族群的生活故事，無論是社群平台、電影還是電視劇，都應該更多展示同性戀群體的正面形象；推動社會接納與包容，打破古老的性別刻板印象，幫助社會改變對同性戀者的負面觀感與誤解；多舉辦同志大遊行等公共活動，提升同性戀族群的知名度，讓更多人關注性別平等與多元成家的議題；以藝人作為公眾人物，他們的言論與作品，對社會以及同性戀群體有很大的影響，能夠進一步推動社會對同性戀者的支持與認同。

陸、參考文獻

台灣伴侶權益推動聯盟（2020 年 3 月 31 日）。2020 跨性別人權處境調查報告。
<https://reurl.cc/kObn8b>

臺灣酷家（2017）。我是同性戀還是異性戀？金賽量表線上測驗來解答！。
<https://reurl.cc/DlMg86>

鄭燕燕（2023）。論我國同性婚姻之親子法律關係探討。嶺東科技大學：碩士論文。
<https://reurl.cc/mybOQV>

翁繹佳（2019）。從 LGBTQIA 族群的生命經驗構築多元性別友善校園。國立臺中教育大學：碩士論文。
<https://reurl.cc/QElql0>

林宜靜（2010）。愛的羈絆：女雙性戀認同與向家人出櫃／不出櫃的衡量。國立高雄師範大學：碩士論文。
<https://reurl.cc/ZVdkkg>

曾亮臺（2023）。他／她的故事—同性戀者出櫃之研究。元智大學：碩士論文。
<https://reurl.cc/34AnqL>

甲等

《商業類》

篇名：

青少年購買潮鞋的品牌選擇- NIKE 與 NEW BALANCE

作者：

潘美均 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

尤芳晴 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

尤敏軒 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

指導老師：

林淑芬 老師

壹、前言

一、研究動機

近年來的大眾大多皆是跟隨流行性來消費，同時我們也發現身邊的同學所穿的運動鞋大多都是一些近年所流行的潮流品牌，大家消費的動機也變得多元，不再只是因為功能性，而是會因為外觀或者流行性而買鞋，想要以年齡相近的學生購買 NIKE 與 NEW BALANCE 的運動鞋，了解學生如何選擇運動鞋的品牌。

二、研究目的

本組想透過專題研究來了解高中生對於 NIKE 與 NEW BALANCE 潮鞋的看法：

- (一) 瞭解潮流
- (二) 瞭解 NIKE 與 NEW BALANCE 成為潮鞋的原因
- (三) 探討青少年對於 NIKE 與 NEW BALANCE 看法

貳、文獻探討

一、潮流介紹

1980 年代，是衝浪與滑板文化的熱潮匯集。(許陳曜、胡士恩，2021)

1990 年代，街頭地下文化開始發展，以嘻哈為主延伸出各種不同的方向，分別為饒舌、塗鴉和街舞。各個地下文化互相影響，進而發產出新型藝術生活型態，席捲全球。(許陳曜、胡士恩，2021)

2000 年後由日本的藤原浩開始接手 Nike HTM 系列，到後來的 Nike 滑板文化重要推手 Sandy Bodecker，更將球鞋文化擴大席捲全世界的年輕人，當時便有連夜露營排隊搶購的風潮，形成了新的詞彙「Hypebeast」。(許陳曜、胡士恩，2021)

潮流的期間為六個月至五年，指的是可以是在一段時間裡變得流行的某種風格、某類型的產品，且對廣大消費者、品牌、甚至產品類型產生影響。(蘇威任、王淑玫譯，2019)

二、青少年購買潮鞋的消費動機

大家選擇鞋款的主要是以價格、舒適度、外觀、品牌作為主要的原因。(章富翔等，2018)

三、NIKE 的歷史

- (一) 1964 年，菲爾·納特與比爾·鮑爾創辦藍帶體育用品公司（NIKE 前身）。
- (二) 1966 年，店鋪正式營業。
- (三) 1971 年，二人將公司名稱更改為耐克體育用品公司，並成功設計出首版 LOGO。(flightclub，2018)
- (四) 1984 年，與 NBA 球星簽約代言，成為著名的運動品牌。(張榮熹，2019)

四、NEW BALANCE 的歷史

- (一) 1960 年，Trackster 是世界上第一款被採用的鞋子。
- (二) 1972 年，前任總裁戴維斯在玻斯頓馬拉松穿著 NEW BALANCE，讓大家認識這個品牌。
- (三) 1975 年，Tom Fleming 的“M320”，因設計獨特贏得了冠軍，開始受到歡迎。
- (四) 1990 年，NEW BALANCE 成為世界前十大運動品牌。(運動筆記，2013)

五、NIKE 變成潮流的原因

「NIKE 的成功秘訣在於其堅定的設計理念，將運動、科技和時尚相結合，打造出兼具功能性和時尚性的產品。」(Design Thinking，2023)

1988 年大家開始知道 NIKE 這個品牌，NIKE 為了拓展年輕市場，希望可以把品牌偏向時尚跟生活，就聘請波特蘭的廣告公司為他們訂造宣傳廣告。他們將 Gary Gilmore 說出的「Let's do it」名言改為「Just Do It」，並結合許多代言運動員代言，成功打造出經典廣告，讓大家都認識 NIKE。(張榮熹，2019)

NIKE 從 2005 至 2023 年的銷售收入以遞增的方式再增加，2005 年的一百多億增加到了 2023 五百億，且 NIKE 現已做為全球領先的運動鞋和服裝供應商以及運動器材的主要製造商。(D·泰格，2023)

六、NEW BALANCE 變成潮流的原因

- (一) 製作高品質的鞋子
- (二) 尋找具有高知名度的人作為品牌代言人
- (三) 與其他品牌合作

美國電商平台 Stockx 所統計出的銷售數字，NEW BALANCE 中有一款運動鞋讓品牌成長幅度增加，而 2022 年的銷售額度增加了 2 倍。(wealth，2023)

參、研究方法

一、研究方法

- (一) 文獻分析法：在網路上蒐集與本組專題題目 NIKE 及 NEW BALANCE 相關的報導、研究數據、名詞解析，來歸納整理。
- (二) 問卷調查法：本組在設計問卷問題內容後，在發放至 Instagram、Facebook 等社群媒體讓周圍學生填寫問卷，調查學生對於 NIKE 及 NEW BALANCE 的看法。

二、研究流程

圖 1 研究流程圖



資料來源:本組自行繪製

肆、研究分析與結果

一、問卷調查分析與結果

為了解青少年購買潮鞋的品牌選擇，我們總共發放 130 份問卷，其中有效問卷 130 份，問卷回收率 100%。

問卷內容分別為表 1 基本資料、圖 2 至圖 13 為受訪者消費特性及習慣兩個部份，透過問卷調查及統計，其中有 109 位受訪人選擇 NIKE，大多數人選擇的原因是因為 NIKE 的鞋子比較好看、好穿，而 21 人選擇 NEW BALANCE，選擇原因也是覺得 NEW BALANCE 的鞋子好看，還有不容易撞款，由此可知，鞋子好看及獨特為消費者購買的主要原因，相關分析如下：

表 1 基本資料

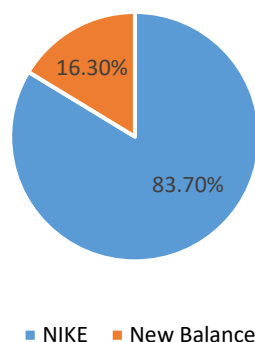
項目	受訪者資料	百分比
性別	男性	34.9%
	女性	65.1%
年齡	12-13 歲	1.6%
	14-15 歲	3.1%
	16-17 歲	72.9%
	18-20 歲	22.3%

資料來源:本組自行整理

由表 1 可知，受訪者性別以女性居多，占比 65.1%，年齡以 16-17 歲居多，占比 72.9%。

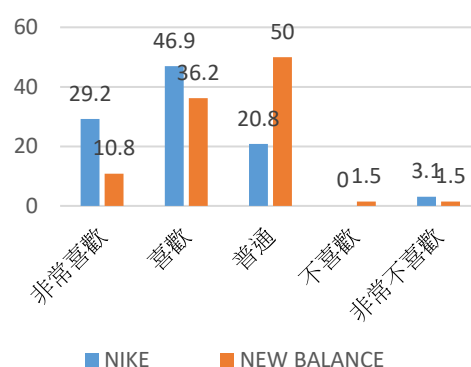
表 2 消費者特性及習慣分析

圖 2 受訪者喜歡的品牌



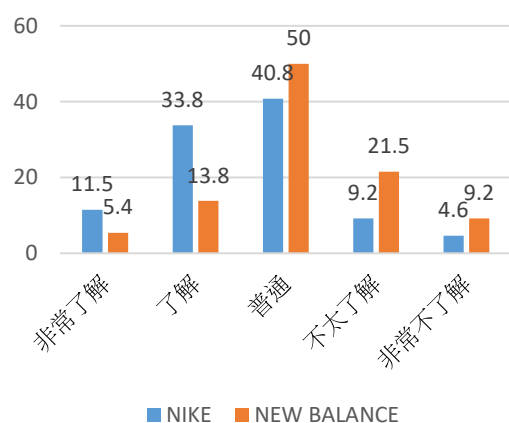
由圖 2 可知，受訪者喜歡 NIKE 的居多，占比 83.7%，而 NEW BALANCE 占比 16.30%

圖 3 喜好程度比較



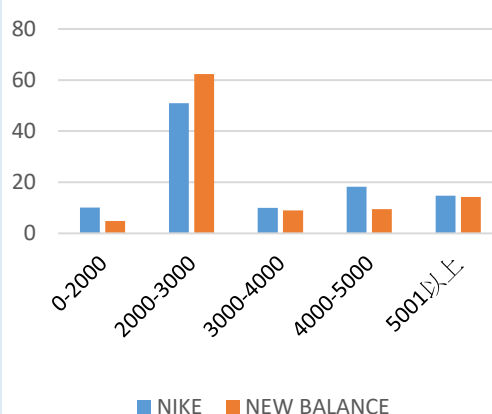
由圖 3 可知，受訪者對於 NIKE 的喜好程度主要是喜歡，占比 46.9%，其次是非常喜歡，占比 29.2%。對於 NEW BALANCE 的喜好程度有 50%的都是普通。

圖 4 品牌認識程度



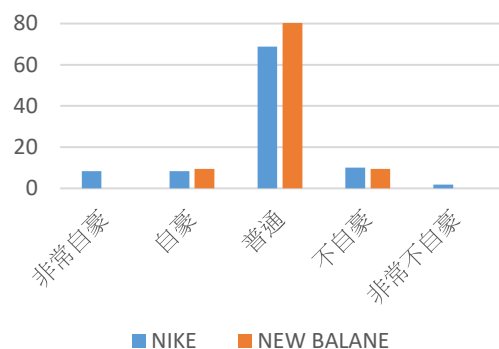
由圖 4 可知，受訪者對於 NIKE 的認識程度大多都是認識的，只有少數受訪者不太認識。而對於 NEW BALANCE 反而與 NIKE 的結果成相反。

圖 5 實際購買能接受的價格



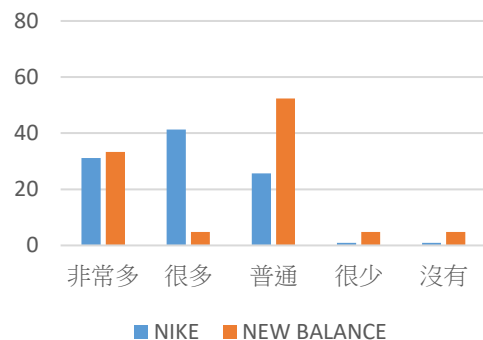
由圖 5 可知，受訪者在購買 NIKE 與 NEW BALANCE 的鞋子接受的價格皆是在 2 千至 3 千元。

圖 6 自豪程度



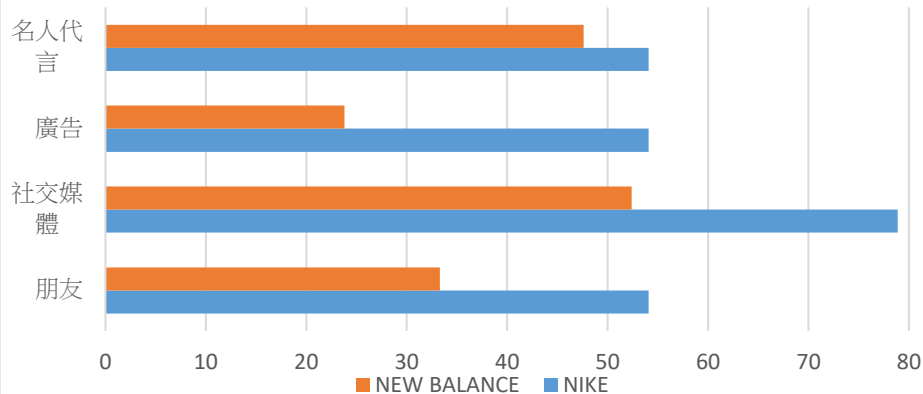
由圖 6 可知，選擇 NIKE 與 NEW BALANCE 的受訪者幾乎對於購買潮鞋是否自豪，都是選擇普通，只有少數人是自豪，少數是不自豪。

圖 7 周圍選擇相同品牌



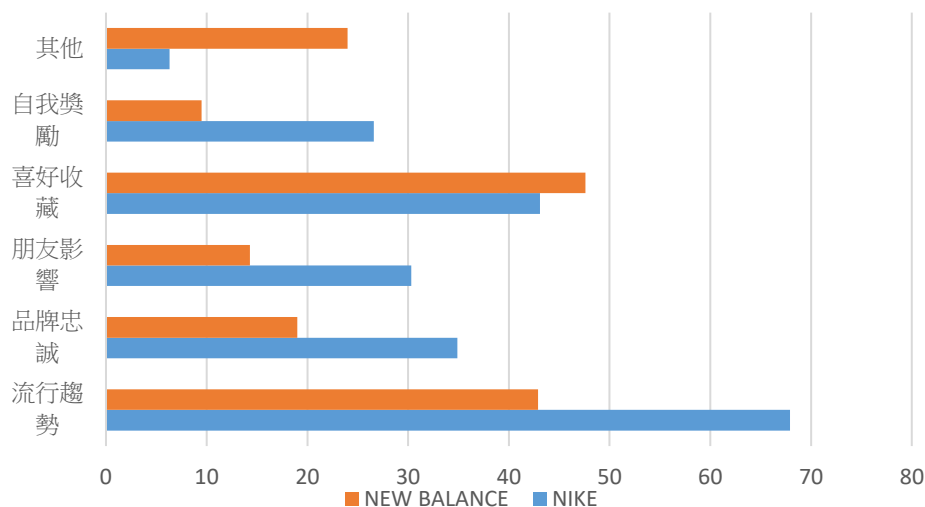
由圖 7 可知，受訪者周圍選擇 NIKE 與 NEW BALANCE 的皆是偏向較多。

圖 8 NIKE 品牌認知來源(複選題)



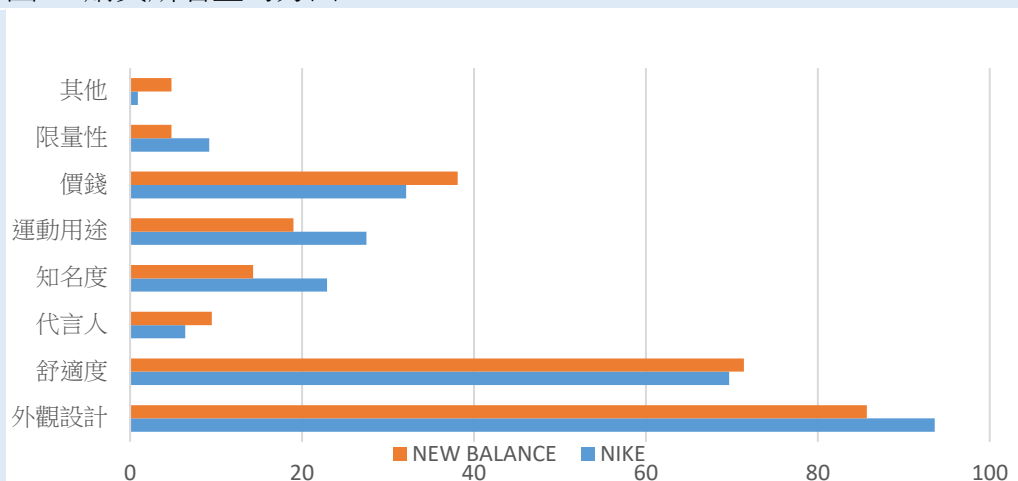
由圖 8 可知，NIKE 與 NEW BALANCE 的消費者品牌認知，都偏向從社群媒體去認識。

圖 9 NIKE 購買動機(複選題)



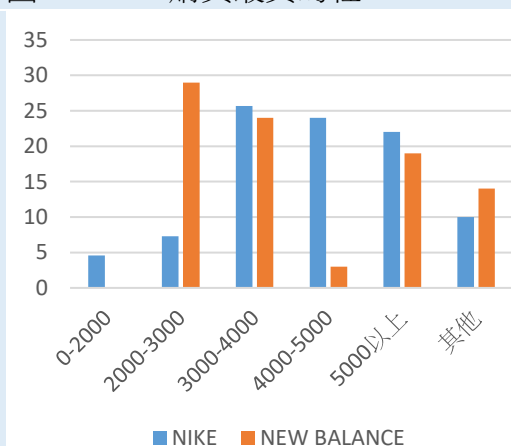
由圖 9 可知 NEW BALANCE 的購買動機主要是為了喜好收藏，而 NIKE 則主要是流行趨勢。

圖 10 購買所看重的方面



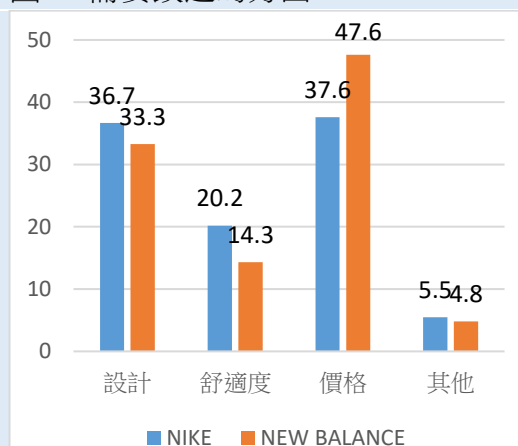
由圖 10 可知 NIKE 與 NEW BALANCE 的消費者購買產品所看重都是外觀設計。

圖 11 NIKE 購買最貴的鞋



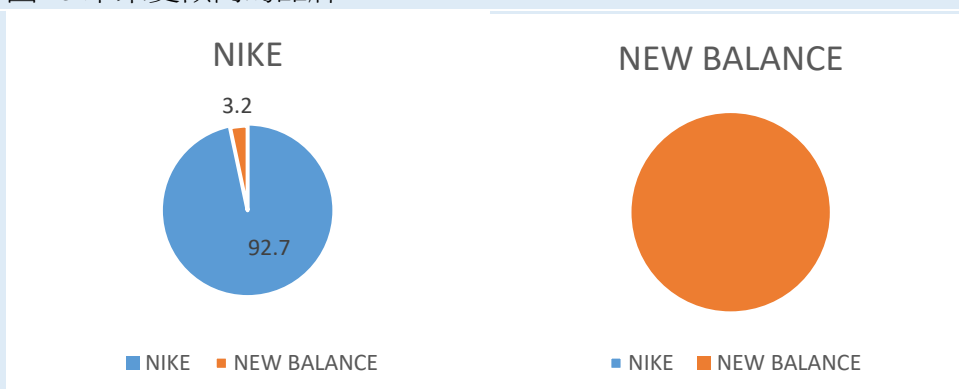
由圖 11 可知，消費者在 NIKE 購買最貴的鞋在 3000-4000。在 NEW BALANCE 是 2000-3000。

圖 12 需要改進的方面



由圖 12 可知，消費者希望 NIKE 與 NEW BALANCE 在未來能在價格方面做改進。

圖 13 未來更傾向的品牌



由圖 13 可知，NIKE 的消費者有 3.2% 的人未來更傾向於購買 NEW BALANCE，剩下 92.7% 的人則是繼續購買 NIKE，NEW BALANCE 的消費者則是全部選擇繼續購買此品牌。

資料來源:本組自行整理

伍、研究結論與建議

一、研究結果

(一) 潮流解釋

潮流文化從 1980 年代的衝浪與滑板，到 1990 年代的嘻哈，再到 2000 年後的球鞋文化，隨著時代的變遷，不斷影響年輕人及全球消費市場。潮流的生命週期通常為六個月至五年，但其對品牌與消費者的影響往往深遠且持續。

(二) NIKE 成為潮流

NIKE 的成功不僅在於其創新設計和行銷策略，還體現了品牌如何不斷與時俱進，精確把握消費者需求，特別是年輕市場的潮流趨勢。透過持續的品牌塑造和與運動文化的深度融合，Nike 不僅僅是在賣鞋和衣服，更是在銷售一種生活態度和精神。

(三) NEW BALANCE 成為潮流

NEW BALANCE 的崛起則顯示出品牌能夠依靠對潮流的敏銳洞察，在競爭激烈的市場中找到屬於自己的立足點，這對其他品牌而言是值得借鑑的策略。結論，品牌成功的關鍵在於持續創新、精準定位及與消費者建立情感聯繫。

(四) 問卷結果

通過受訪者填寫 Google 表單，多數的青少年在兩個品牌中選擇 NIKE，而且喜歡程度多數皆是喜歡，表示在消費者心中 NIKE 的總體表現是讓消費者滿意的，並且認識程度統計過後多數分布在認識，代表 NIKE 已經做到深入的讓青少年知道他們。雖然只有少數青少年選擇 NEW BALANCE，但現在的青少年對於 NEW BALANCE 也是很喜歡，也傳達出 NEW BALANCE 整體是讓青少年滿意的，但因為 NEW BALANCE 是近年來才開始讓大家看見，所以對於青少年在兩個品牌中選擇，多數的青少年還是選擇 NIKE。

兩個品牌在傳達資訊的途徑方面，主要是通過社群媒體，因為現在大家都常使用社群媒體，所以在選擇在社群媒體去宣傳品牌是一個很有效的方法，其次是通過名人代言、廣告以及朋友之間影響，這些傳達的途徑也很有效的讓每個人認識到 NIKE 與 NEW BALANCE。

二、建議

(一) 舒適度的保持

根據問卷結果，大多數人在選擇時第二看重的是舒適度，而改善建議中，舒適度的反饋較少，這表明大部分人對於鞋款的舒適度感到滿意，可以繼續維持。

(二) 設計的多樣性

外觀設計雖然是大多數人選購時的首要考量，但在建議中，設計相關的反饋排名第二，顯示不少人對目前的外型設計仍有期待，建議可以進一步提升與創新。

(三) 價格的改善

價格雖然是大多數人選擇時的第三考量，但在改善建議中，價格問題居首位，顯示許多人覺得價格過高，建議可以適當調整價格以符合消費者預期。

(四) NEW BALANCE 如何找到自己的潮流

從問卷結果可知，多數青少年偏好選擇 NIKE，建議 NEW BALANCE 進行更多宣傳活動，或透過市場調查深入了解青少年的實際需求，以提升其品牌競爭力。

陸、參考文獻

flightclub.cn 中文站(2018 年 9 月 4 日)。看完懵了！原來 Nike 歷史上最早的 Logo 竟然長這樣！<https://reurl.cc/lQpnrQ>

運動筆記(2013 年 1 月 16 日)。[品牌故事] 新世代的新平衡—New Balance。
<https://reurl.cc/XGGEoe>

許陳曜、胡士恩（2021 年 6 月 9 日）。潮流是什麼？從街頭嘻哈、球鞋文化到時尚跨界，搞懂潮流的起源。聯合新聞網。<https://reurl.cc/OMjL53>

Design Thinking(2023 年 8 月 9 日)。打破界限：Nike 的設計創新策略揭秘。
<https://reurl.cc/ezL81M>

張榮熹(2019 年 1 月 2 日)。Nike「Just Do It」口號舉世皆知 但背後的歷史故事你又知道麼？。<https://reurl.cc/6v7lAy>

D·泰格(2023 年 9 月 5 日)。NIKE2005 年至 2023 財年全球收入。<https://reurl.cc/Wx0bM5>

wealth(2023 年 3 月 23 日)。名人都在穿！NEW BALANCE 翻紅關鍵？。
<https://reurl.cc/ReoZ8e>

蘇威任、王淑玫(譯)(2019)。跟著潮流預測權威 WGSN, 抓緊流行商機, 把生意做起來(原作者：Gwyneth Holland, Rae Jones)。原點出版社。

章富翔、陳俊吉、張金福、潘奕憲、周永晉(2018 年 6 月)。大學生對於球鞋偏好之市場調查。<https://mba.nptu.edu.tw/var/file/105/1105/img/3403/542095739.pdf>。

1140315 梯次

教育部全國高級中等學校【小論文】寫作比賽得獎作品



優等

《健康與護理類》

篇名：

理性還是跟風?花蓮高商學生選課行為趣談

作者：

王昕如 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

林孝妤 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

指導老師：

林宣融 老師

壹、前言

一、研究動機

從眾效應是我們日常生活常能在社會大眾中見到的一種多人朝同一方向行動現象，是因為民眾常會透過從眾做出各種選擇，但是民眾如果都盲目從眾又會對生活造成什麼影響呢？我們不禁思考盲目從眾對大眾到底是件好事還是件壞事，且大眾在面臨各種選擇是迫使外在壓力從眾還是自願從眾？以及學生校園中做選擇出現的從眾的可能性？

二、研究目的

- (一) 了解從眾效應之相關文獻定義
- (二) 探討影響人發生從眾行為的各種因素
- (三) 探討從眾對生活造成的影響
- (四) 了解校園中學生面對各種多元選修及彈性課程之從眾行為探討

貳、文獻探討

一、了解從眾效應

(一) 何謂從眾效應

「從眾是試圖順從社會規範而產生取悅別人、獲得他人認同與避免批評和拒絕的一種行為。」(楊舒淋, 2018) 從眾是指個體在一個群體中，在想像或是真實存在的社會壓力與心理壓力下，放棄自己原有的想法及行為改成與群體或多數人想法一致的行為，而之所以個體會出現這樣的行為，是因當個體與群體想法不同時，個體需要承受較其他人大大的心理壓力。而正是因為從眾大多是因為在壓力實施下產生的，所以一人在從眾的情況下，心理上未必是接受的，因此從眾有以下表現形式：

1、心服口服又稱「真從眾」是指人在從眾時對於提出的意見或建議和自己相同，又或者自己本身無意見或想法，認為大多數人選擇是正確的而跟隨大眾。

2、心不服口服又稱「假從眾」是指人在群體的壓力下或避免指責受罵的情況下才選擇從眾，這種違心從眾常出現在知識或心智不強、自制能力弱的學生中。

3、完全順從大眾，沒有任何服不服等問題。

(二) 從眾相關實驗

1956 年美國心理學家所羅門·亞許曾設計過一系列經典的從眾效應實驗，實驗中安排 1 位受試者在 6 位預先安排好的椿腳中，最後實驗結果當 6 位椿腳同時給出錯誤的答案時，36.8%的人會受到影響，而椿腳們同時給出正確答案時錯誤比率僅不到 1%。「在周遭的人都看法一致時，有高達三分之一的人會昧著內心真實的想法，跟著選錯的答案」(Cheers 快樂工作人，2023)。因此，透過亞許實驗我們可以發現當身邊人答案都與自己不同時，大多數人會放棄自己原有答案，選擇跟從大眾。

圖一：亞許從眾實驗圖



資料來源：Life 心理學閱覽室（2014 年 11 月 6 日）。投資心理學《從眾效應 & 自我因循》。
<https://reurl.cc/0deGbb>

後續亞許利用功能性大腦核磁共振顯影（fMRI）研究從眾者大腦，最後結過可分成三大類，表示他們分別不同的扭曲。

- 1、行為扭曲：此類的受試者雖然知道正確答案，但因為同儕壓力的關係，所以選擇錯誤答案。
- 2、認知、判斷扭曲：受試者在實驗結束後表明，一開始他們選的答案是正確的，但因為其他同儕都選錯誤的，轉而認為自己的選擇、判斷是錯誤的，而其他人是正確的。
- 3、知覺、觀念扭曲：受試者結束後說明表示為何選擇錯誤的答案時，他們認為本來就是這項答案，在他們眼中錯誤的是與左邊線段一樣長的，認為自己和他人一樣是對的。

（三）從眾與記憶的關係

Vocus（2020）指出有科學家利用磁振造影技術，研究從眾效應改變認知與記憶的受試者大腦活動變化，結果研究人員發現海馬迴與杏仁核這兩個區域同時活化可能使正確記憶被從眾記憶所取代，海馬迴是學習和記憶的關鍵腦區，跟隨大眾修改自己的答案時，同時也修改了自己記憶中的答案。

911 恐怖事件後，有心理學家談訪記錄當時的目擊者經歷，經過三年後高達 50%的目擊者的敘述已更改，且不同目擊者的說法越來越小。由此可知當人們盲目從眾會造成原本記憶中的正確答案被串改。

二、從眾行為發生的各種因素

（一）群體因素

1、聚合度、向心力

在高聚合的團體中，成員對團體有很多的向心力，彼此關係越熟悉人際吸引越大，個體感受到團體壓力也越大，而且極端的認為自己是團體的一份子，聚合度愈來愈高，服從性愈大。

2、群體規模

高點轉學考/插大（2022）指出當團體凝聚力越高的情況下，個人感受到從眾的壓力越強，從眾的可能性就越高。

3、團體意見一致性

當一個團體行為或意見大都相同時，個體從眾的可能性也很高。「在群體中提出不同聲音，則將可讓從眾行為大大降低，也會讓多數人的從眾態度改變」（曾小融，2019）。

（二）資訊因素

1、資訊不足

在生活中每個人都要面臨大大小小的選擇，但個人所擁有的資訊及知識往往是不足的，當個體無法判斷對資訊是否正確時，群眾的決定通常比個人決定好，因此從眾的行為大幅提升。圖帕先生（2020）指出 Robert Cialdini 博士在 1984 年的「影響力」一本書中的「社會證明」可以用來說明此類因素，社會證明是指「在不確定的情況下，你會從周圍的人那裡獲得線索，並請同儕看看該怎麼做」。

2、對問題熟悉

人在生活中面對自己熟悉的問題或選擇，會有比較大的自信相信自己能夠做出選擇，從眾的行為也會降低，反之面對不熟悉的問題或選擇時，會對自己的選擇或答案不自信，而去相信大眾的選擇，造成從眾的行為上升。

Life 心理學閱覽室（2014）指出心理學家亞許一系列從眾實驗，發現女性從眾現象多於男性，經過深入研究後發現這與實驗的測試題有關，當題目是有關數學邏輯、空間概念，女性較不熟悉等題型會造成女性從眾比率提高，反之如果是男生不擅長的題目男生從眾比率提高，可知若知識充實可降低從眾比率。

（三）個人因素

1、人格特質

人格特質是指在生活中自己向人、事、外在環境而顯示出的一致性處理方式，「在研究顯示智力較低下、自信心不足、易焦慮者以及需要得到社會讚譽的人有較大的從眾性」。（Gitbooks.io，1970）

2、文化差異

由於不同國家、區域有不同從眾傾向，我們可以分成在集體主義文化下生活的人們及在個體主義下生活的人們如下：

（1）、集體主義

「一群關係密切的人將自己視為一個或多個集體中的一員（家庭、同事、部落、國家）」（The News Lens 關鍵評論網，2017）。這些人因集體文化所激發 NMB 及賦與義務，所以願意將集體的意願放置在自身意願前。

（2）、個人主義

「初步的定義則是於集體中將自我視為獨立個體的一群人所鬆散連結成的一種社會型態」（The News Lens 關鍵評論網，2017），將自身的意願看得比他人重，重視理性分析及與他人連結對自身利益。

由此可知在集體主義中生活的人們會比在個體主義的生和的人們，更容易產生從眾現象。

三、生活中從眾效應造成的影響

（一）消費者從眾行為

在現代社會最常出現的從眾效應就是消費者為了追求流行、跟上時代，例如曾經爆紅美食饅頭包、雷神巧克力，又或是彩妝 Solone 妝前乳，當時 Threads 上都是網友拍照發文，及不少網友尋求賣家地址或是抱怨缺貨、代購，就算是沒買過沒用過，也因為大眾網友發表，吸引不少人去購買。或是生活中出去逛街消費時，遇到大排長龍的店家，都會因為人多而覺得一定是好的店面才會吸引很多人來，不知不覺變成從眾之一，但正是因為盲目從眾，所以可能造成消費者有一定的損失。人購買產品都是因為對此產品有一定的慾望，但是當你

盲目跟從時，買到的產品就可能不是自己理想中的模樣，一旦買錯不但會損失自己的錢財，慾望也達不到滿足。

（二）校園從眾行為

在學校生活中要面臨很多選擇，不論是選社團活動還是參加第八節或校外補習，而群體的選擇總是會影響到個人的選擇，當自己的決定與別人不同時，人們會開始思考自己是否也該跟隨他們。

1、青少年因為學習的知識、選擇的能力都還不夠明理，而校園中最親近通常是同屆的同學，校園裡出現的打架鬥毆、抽菸、喝酒、翹課，都可能是周圍朋友夥伴都在做，或是在一旁煽動、慫恿，而使跟隨眾人也因為大家都在做，不照做沒辦法融入團體，導致效仿他人，甚至還可能會招到排擠。

2、校園中學生們會因為同學朋友間的選擇不同而改變自己的選則，轉而跟隨其他人，但這是件好嗎？這些選擇中常常包含者需要付費的（例如：第八節、補習班、畢業旅行）等等，如果盲目跟從自己同學、朋友參加自己不喜歡、沒興趣、不需要的，反而會浪費自己及家人的時間及金錢。

叁、研究方法

一、研究方法

（一）文獻分析法：蒐集相關碩博士論文及網路資訊，進行資料整理及分析，了解從眾行為的成因及從眾對生活中造成的影響。

（二）問卷調查法：利用問卷調查了解發生在校園中學生（以花商為例）面對多元選修、彈性課程選擇從眾行為，並提出解決方法。

二、研究流程

本小組先擬定主題與目的，再透過文獻探討及問卷調查給出結論與建議。研究流程圖二所示。

圖二：研究流程圖

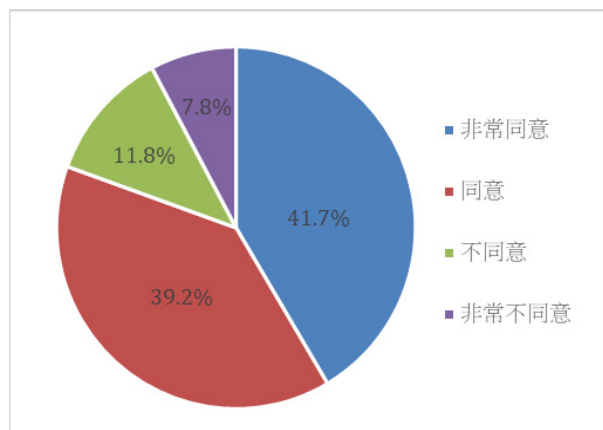


資料來源：本小組自行繪製

肆、研究分析與結果

本小組透過發放問卷來調查花蓮高商學生在面對選擇各種多元選修及彈性課程時的從眾傾向，並利用利益抽樣和雪球抽樣研究方法持續累積問卷數量來提高學生回答的正確性，調查結果如下所示。

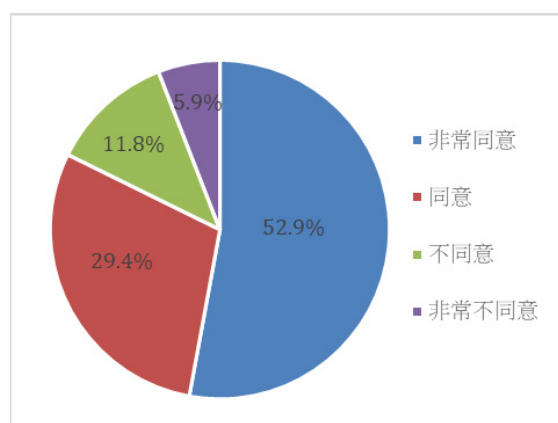
圖三、若同學認同彈性課程或多元選修，我就認定是好的選擇。



資料來源：本小組自行繪製

受試者中有 41.7%的學生是非常認同多人數的選擇是好的，其次 39.2%的學生認同多人數的選擇是好的，再者是 11.8%選擇不同意及 7.8%選擇非常不同意的學生。

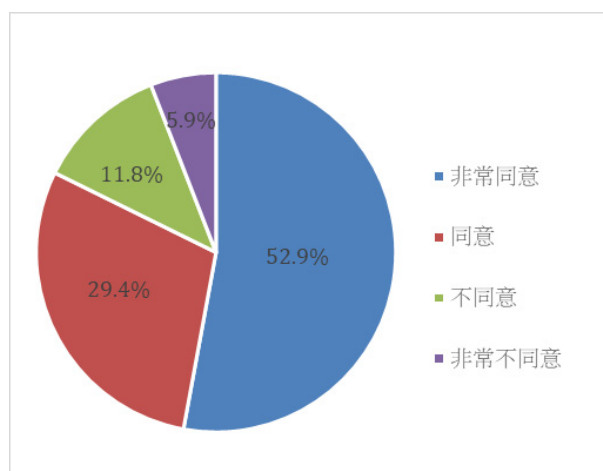
圖四、我通常會參加學校熱門的彈性課程或多元選修。



資料來源：本小組自行繪製

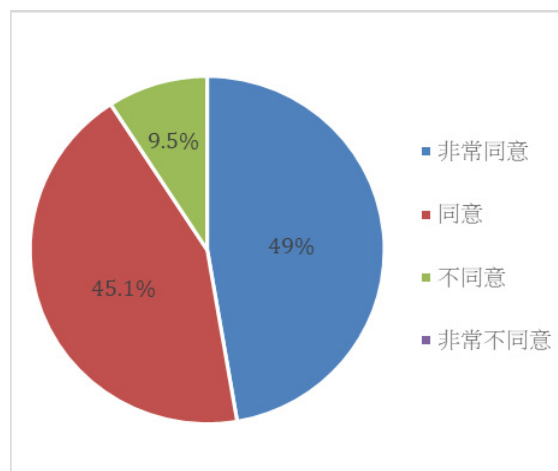
受試者中有 82.3%的學生（非常同意 52.9%及同意 29.4%）會參加學校熱門的彈性課程或多元選修，而 11.8%選擇不同意以及 5.9%選擇非常不同意。

圖五、當我不確定如何選擇彈性課程或多元選修，我會聽從同學與朋友的建議。



資料來源：本小組自行繪製

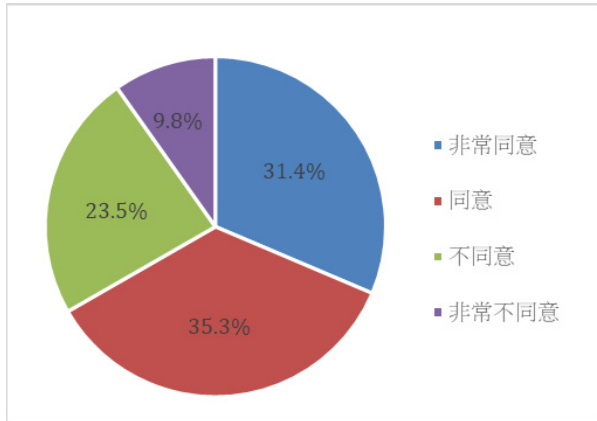
圖六、我通常會選擇與同學與朋友相同的彈性課程或多元選修。



資料來源：本小組自行繪製

受試者中有 49%的學生選擇非常同意、45.1%的學生選則同意，僅 9.5%的學生選擇不同意。

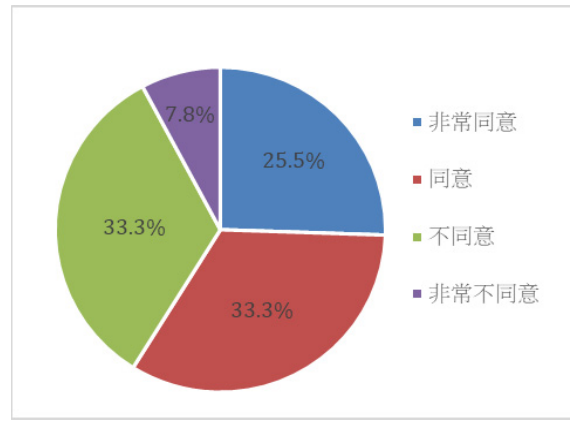
圖七、當我想要選擇某項彈性課程或多元選修，我會在在意同學或朋友的想法。



資料來源：本小組自行繪製

受試者中 84.3%的學生（非常同意 52.9%及同意 29.4%）會選擇與他人（同學與朋友）相同的彈性課程或多元選修。

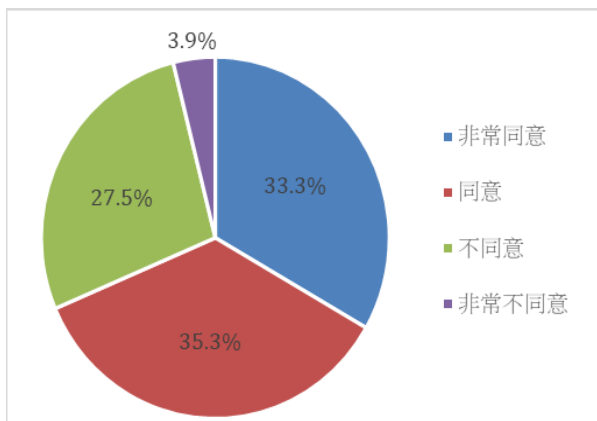
圖八、只要同學或朋友露出否定的表情，就改變我對彈性課程或多元選修的選擇。



資料來源：本小組自行繪製

受試者中有 31.4%的學生非常在意他人的看法,35.3%的學生表示同樣在意他人看法。

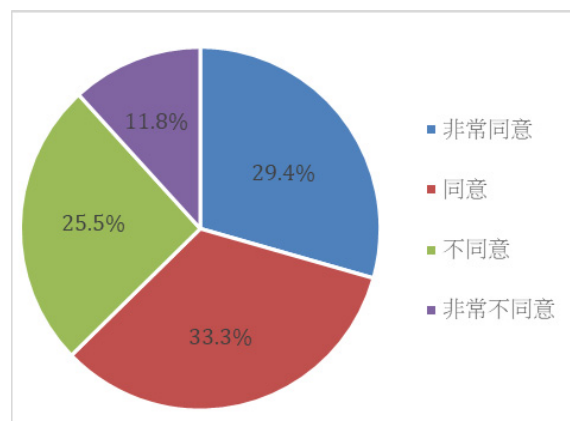
圖九、我會密切注意同學或朋友的喜好，進而參考他們的意見來做決定。



資料來源：本小組自行繪製

受試者中有 25.5%的學生非常在乎他人是否認同自己，33.3%的學生也表示同樣在乎，其次 7.8%的學生非常不在乎他人是否認同其次，33.3%的學生也表示同樣不在乎不。

圖十、我通常依據同學或朋友所希望的課程，選出自己的彈性課程或多元選修。

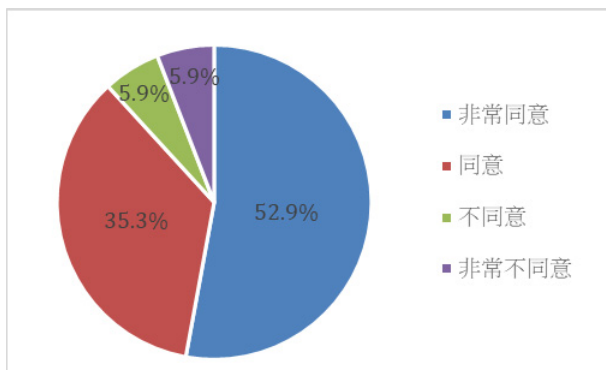


資料來源：本小組自行繪製

受試者中有 68.6%的學生（非常同意 33.3%及同意 35.3%）會去注意他人喜好進而參考，來做出選擇。

受試者中有 62.7%的學生（非常同意 29.43%及同意 33.3%）會依據他人所希望的課程，來選擇彈性課程和多元選修。

圖十一、當我沒有任何想法時，就會選擇同學或朋友所喜歡的彈性課程或多元選修。



資料來源：本小組自行繪製

受試者中有 88.2% 的學生（非常同意 52.9% 及同意 35.3%）沒有任何想法時，會依據他人喜歡的彈性課程和多元選修去選擇，11.8% 學生（非常不同意 5.9% 不同意 5.9%）表示沒任何想法時，也不會跟隨他人（同學或朋友）選擇。

根據圖三、圖四、圖五、圖六、圖十一，我們可以發現學生選擇彈性課程和多元選修佔非常同意的從眾傾向很高，但是根據圖八來看，「只要同學或朋友露出否定的表情，是否會改變我對彈性課程或多元選修的選擇」問題中，各有 33% 的受訪者填答同意與不同意。

伍、研究結論與建議

一、研究結論

（一）從眾效應之學術定義

透過文獻中經過前面的文獻探討，我們可將從眾定義為當個人在多數人中感受到了的真實壓力或心理壓力影響，人們在為了被認同或避免被批評的情況下而昧著內心的真實想法，反過來選擇與群體或多數人一致的行為。另外，在從亞許的從眾實驗裡，我們也可以知道當周圍的人做出與自己不同的選擇時，會感到壓力或否定自己的答案。

（二）發生從眾行為的各種因素

1、群體因素

我們認為當一個群體規模越大、行為和意見都相同時，從眾的傾向會越高，根據圖三，可以看出，同學通常會選擇身邊多數同儕認同的彈性課程或多元選修。

2、資訊因素

我們發現人在資訊不足或對一件事情不熟悉的情況下，會對自己的選擇或答案不自信，較傾向跟追隨多數人選擇。根據圖五可以看出，同學在不確定時該怎麼選擇時，會較傾向於同學給的建議。

3、個人因素

我們發現當一個人，自信心不足時會否定自我的選擇，可望得到身邊人認同時，從眾的傾向會越高。

（三）探討從眾對生活造成的影響

消費著從眾中，消費者盲目從眾，買到不理想的產品，並且損失自己的錢財，慾望無法滿足在校園從眾中，群體選擇影響個人選擇，如果自己的決定和別人不同，會思考自己是否該跟隨大眾，盲目跟從不但無法融入團體，甚至可能遭到排擠，也浪費自己及家人的時間及金錢。

（四）了解校園中學生面對各種多元選修及彈性課程之從眾行為探討

透過文獻中的影響人從眾的各種因素結合問卷調查的分析，根據圖五、十一，可知受訪者在資訊不足或對問題不熟悉的情況下，會傾向依賴他人（同學或朋友）、觀察身邊的人作法，從眾傾向會提高。根據圖三、六、七、八、九、十、十一可知受訪者在團體中彼此關係越熟悉，受到的團體壓力愈大，受訪者從眾傾向就會提高。根據圖七、八、九，可知當受訪者想融入團體，參與他人時（同學或朋友），會因為他人希望他人認可而放棄自己所希望選擇或者依照他人所希望的來做出選擇使從眾傾向提高。

二、給選課的同學建議

（一）增加資訊收集管道：詢問開課老師或是請教曾修過該課的學長、學姊，也可以在學校官網查看課程大綱。

（二）評估自身學習需求：結合校內生涯規劃課程與講座，探索自己未來發展的方向，進而選擇自己需要或有興趣的課程。

（三）保持獨立思考能力：應遵從內心的想法，不被壓迫的環境和周遭團體影響，並適時提出自己的意見，不去擔心自己會不會被認同。

陸、參考文獻

楊舒淋（2018）。**消費者人格特質與從眾行為對排隊意願之影響**。私立朝陽科技大學研究所：碩士論文。<https://reurl.cc/34dINl>

Cheers 快樂工作人（2023 年 12 月 8 日）。職場上最危險的心理學「羊群效應」：為何人會

盲目跟從？。 <https://reurl.cc/p9py9r>

Life 心理學閱覽室 (2014 年 11 月 6 日)。投資心理學》從眾效應 & 自我因循。
<https://wfhstudy.blogspot.com/2012/06/blog-post.html>

Vocus (2020 年 11 月 21 日)。生物心理學 3：你沒有你以為的那麼理性——從眾行為產生的制約效應。 <https://reurl.cc/bYdLDd>

高點轉學考/插大 (2022 年 1 月 10 日)。心理學中的「三從」：從眾、服從、順從(一) - 心理學 X 檔案。 https://transfer.get.com.tw/Psychology_blog/detail.aspx?no=902957

曾小融 (2019 年 7 月)。淺談青少年與社群媒體上的從眾現象。臺灣教育評論月刊，8，112-116。 <http://www.ater.org.tw/journal/article/8-7/free/15.pdf>

圖帕先生 (2020 年 4 月 28 日)。《影響力》六種說服力讀書筆記 - 羅伯特·B·齊亞迪尼。
<https://www.yestupa.com/reading-influence.html>

Gitbooks.io (2024 年 3 月 14 日)。16.2.4 從眾、順從與服從。
<https://spiketren.gitbooks.io/psy101/content/ch16/16.2.4.html>

The News Lens 關鍵評論網 (2017 年 1 月 20 日)。「個人主義」與「集體主義」的跨文化研究。
<https://www.thenewslens.com/article/58591>

甲等

《英文寫作類》

篇名：

Tourism in Turmoil: The Impact of the 0403 Earthquake in Hualien's Hospitality Industry

作者：

陳 云 涵 國立花蓮高商 三年級 英三甲班 應用英語科

林徐聖函 國立花蓮高商 三年級 英三甲班 應用英語科

指導老師：

張佑丞

I. Introduction

(I) Background:

Hualien is a beautiful place in the eastern of Taiwan, which is famous for its stunning scenery, including mountains, valleys, and oceans. When people talk about Hualien, they often come out with its gorgeous natural landscapes. Besides its beauty, Hualien is also known for frequent earthquakes. Since it is located on the Circum-Pacific Belt, earthquakes hit regularly, and residents here are used to them. Unfortunately, in recent years, Hualien has experienced several major earthquakes, including the 0403 Earthquake happened last year, which was the most serious within decades. Many news reports had focused on the impact of different aspects these earthquakes have had on the area.

(II) Motivation:

As locals, we aim to understand the real experiences of hostel hoteliers in the tourism industry. By conducting personal interviews, we hope to uncover the root causes of the problems affecting our tourism industry and find ways to address them, ultimately reviving our local tourism industry and promoting economic development.

(III) Purposes:

In order to investigate the reasons behind the impact of earthquakes on Hualien's hospitality industry. By conducting personal interviews, we aim to analyze the respondents' answers to understand the real factors that cause natural disasters to have significant repercussions on Hualien's tourism industry.

Secondly, we are seeking ways to improve this situation. After understanding the causes of these impacts, we plan to explore potential solutions based on the responses from our interviewees.

(IV) Research Questions:

1. What are the major reasons that have caused a serious blow to Hualien's economy?
2. What changes should Hualien make to avoid the same situation again?

II. Literature Review

Hualien Port was badly damaged by the 2018 and 2024 earthquakes. According to the journal 《土木水利》 期刊 published in 2024, the two earthquakes caused

damage to the facilities in the port, including the following: roads sack into the ground, the layer of earth used to raise the wharf sinking into the ground and damage to the bridge structures. The soil also liquefied (became very soft) because of the earthquakes, which affected the port's infrastructures, making it difficult to use and get around the region. This is in line with other studies, such as those by Harder & Seed (1986) and Yegian et al. (1994), which mentioned that although gravel is usually thought to be at low risk of liquefaction, it can still happen in some cases.

In addition, a study of Japan by Hatanaka et al. (1995) also shows that large-scale liquefaction occurred in the gravel-filled areas of Rokko Island and Hong Kong Island during the Hanshin Earthquake, similar to the current situation in the Hualien Port area. These findings show that although the geological conditions of the Hualien port area were originally thought to be at low risk of liquefaction, the gravel backfill may still be affected in the event of a strong earthquake, resulting in damage to facilities. This in turn will affect the operation of the port and the city's disaster resilience. On top of this, the 0403 earthquake also had a serious impact on Hualien's tourism industry.

According to the 《天下雜誌》(2024), Taroko National Park will have been closed for seven years, making it hard for Hualien's tourism industry, and the earthquake has further make worse the economic damage and made the recovery of local businesses more difficult.

The first step is to reduce the harm. Before an earthquake happens, hoteliers should build the structure stronger so it can withstand the intensity and state of the earthquake magnitude. This will help make sure the hotel can reduce the harm caused by the disaster. Next, they need to make a plan for what to do in an emergency, train their staffs, and set up emergency evacuation plan so they can react quickly if an earthquake happens. The third step is to take action. For example, after the 0410 earthquake, hotel owners should quickly check their equipment, start emergency evacuation plans, and keep the calm tourists calm by sharing updates on social media and giving quick information.

The final stage is to recovery. This includes impression reconstruction of Hualien, government subsidy supports, and improving infrastructure to help rebuild market confidence. The management model of tourism disaster proposed by expert Faulkner (2001) shows that the government and the industry should promote

marketing resources after the disaster, and use the programs of discount and propaganda to help the industry recover quickly.

Beirman (2016) pointed out that although short-term government subsidies can improve financial pressures, long-term tourism recovery still depends on improvements of infrastructure, media and international marketing. Therefore, in the future, Hualien's tourism recovery should focus on infrastructure construction, advance the transportation around Hualien, and make tourists feel more at ease. Disaster risk assessment and building enhancement are also important, and Hualien needs to improve earthquake standards of resistance and safety of infrastructure. In addition, the cooperation between the government and the industry should not be overlooked, and they will work together to restore the confidence of tourists through promotion vouchers and marketing promotions. At the same time, the hotel industry should attract tourists through promotional activities in the short term and build its image in the long term to enhance its competitiveness

III. Research Methods

To gain real insights, we conducted in-depth interviews with hoteliers. Through the interviews, we can gather the most realistic information from the interviewees to analyze.

(I) Research Purposes

Our research purposes are divided into three aspects:

1. Understanding the actual impact of disasters on the hospitality industry

After the earthquake happened on April 3rd 2024, the hospitality industry in Hualien experienced a significant impact on booking rates and revenue. Through interviews, we aim to find evidences of the specific changes in these data, including the customers cancelations of their reservations. Furthermore, we will explore the short-term and long-term business strategy challenges brought about by the earthquake and analyze the extent of the disaster's impact on the overall operations of the hospitality industry.

2. Exploring government support policies and actual needs of hoteliers

Discuss the impact of the funding assistance policies (such as stimulus vouchers) introduced by the Hualien Government after the April 3rd earthquake on local businesses. Assess the actual benefits and defects of these policies during

The Impact of the 0403 Earthquake in Hualien's Hospitality Industry

their implementation. Also, gather the suggestions from hoteliers for policy improvements and reveal their unmet needs, providing references for more effective measures in the future.

3. Understanding future opportunities for transformation and collaboration in Hualien's tourism industry

Discuss whether hoteliers have plans to shift towards new markets or explore local tourism to jointly address the challenges following the earthquake. Further examine the direction of transformation in Hualien's tourism industry, come to solution of breakthrough points amid the crisis, and promote the stable recovery and development of the industry.

(II) Interviewees

Code	Hostel name	Gender	Main customers	Pricing
1A	Fantasy Apartment	Male	Business travelers	NT\$1,200~NT\$6,000
2B	Corner House	Male	Backpackers	NT\$2,800~NT\$11,250

These are our interviewees including Fantasy Apartment and Corner House, two local accommodations in Hualien. Both are located in Hualien County and close to the Hualien Station.

Fantasy Apartment primarily hosts business travelers from other cities, while the Corner House mainly attracts backpackers.

(III) Interview Contents and Implementation Method

1. Interview Content

The interview content primarily focuses on the impact of the 0403 earthquake on the operational conditions of the Fantasy Apartment, as well as the strategies adopted in response. It covers three main themes: "Impact of the Earthquake," "Response Strategies," and "Policy Effects." First, the discussion will explore the changes in revenue and booking rates among accommodation providers, including the proportion and reasons for customer cancellations, analyzing both the direct and indirect impacts of the earthquake on business operations. Second, it will look into the measures taken by the apartment in response to the disaster, such as promoting discounts, marketing campaigns, or shifting focus to other customer markets, and examine collaboration and

The Impact of the 0403 Earthquake in Hualien's Hospitality Industry

experience-sharing with other hoteliers. Additionally, the interview will delve into the reasons customers may choose not to select Hualien as a travel destination, such as fear of aftershocks or other considerations, further analyzing the current challenges and opportunities within the accommodation industry.

2. Implementation Method

The implementation method involves semi-structured interviews for data collection, conducted through face-to-face conversations. All interactions are recorded to ensure the completeness of the data. Prior to the interviews, we provide thorough explanation of the study's purpose, obtain the permission of participants, and ensure the privacy and rights of the respondents are protected, confirming that the data will only be used for research purposes. After the interviews, verbatim transcripts will be organized, summarized, and analyzed, with in-depth interpretations of responses to core questions, leading to the development of corresponding recommendations or improvement suggestions, aimed at providing reference value for the recovery and response of the accommodation industry post-earthquake before the 0403 earthquake took place.

IV. Analysis and Results

This section provides an analysis and discussion of the results from the interviews. After expressing the interview outline and completing the interview questions, we conducted the interviews promptly. The data obtained from the interviews were first transcribed verbatim, followed by the organization of key summaries and analyses.

Below are the interview questions along with the respondents' answers:

(I) Impact of the 0403 Earthquake in Hualien's Local Lodging Hoteliers and their Current Business Situation

This study asked a question to respondents about “the impacts of the 0403 earthquake and the current business situation of local hostel hoteliers in Hualien”:

1. Since the 0403 earthquake, Hualien has suffered a lot of impacts. What are the changes in the booking rate and business turnover of your hostel? Can you provide the approximate data or ratio?

(1) Interviewees answer

“Before the earthquake, the booking rate in Hualien was about 70%. At that time, it was just after the New Year and it was the off-season, so the number of bookings was usually lower. You know that after the New Year, the market in Hualien will enter a relatively in a slump, about one or two months, when everyone has spent their New Year's money, but our B&B is basically mostly for business travelers, plus we are located near the railway station, so we didn't reach the point of closing down like other B&B hoteliers.” (1A)

“The booking rate has dropped from 60% to less than 10%, or even to zero for a long period of time, which is very hard. There are a lot of check-outs, ranging from some to cancellations, and they go straight to zero.” (2B)

(2) Analysis and Discussion

According to the respondents' responses, the 0403 earthquake had a significant impact on the operations of local hoteliers in Hualien, mainly in the following aspects:

- Changes in booking rate and turnover:

During the interviews, respondents mentioned that after the earthquake, the booking rate and business turnover of the hotel and lodging industry both dropped significantly. On the one hand, safety concerns caused by the earthquake led to temporary cancellations of trips; on the other hand, the damage to infrastructure such as transport and tourist attractions further affected travel demand. Some respondents provided specific figures showing a drop-in booking rate of between 30% and 50%, and even a loss in turnover of more than 50%.

- Cancellations:

Cancellations were common after the earthquake. Respondents reported cancellations as high as 60% to 70% or even total cancellations, with the most serious cancellations occurring within two weeks of the earthquake. Some travelers chose to avoid Hualien as a travel destination for the time being due to concerns about aftershocks and safety issues.

(II) Countermeasure of Hualien's Local Lodging Hoteliers after the 0403 Earthquake

This study asked two questions to respondents about” the Countermeasure of Hualien's Local Lodging Hoteliers after the 0403 Earthquake”:

1. Are the current policies by the government helpful to the local hostel industry?
How are they helpful?

(1) Interviewees answer

“Actually, the government has provided some subsidy policies after the earthquake, such as loan subsidies, which help us get through the difficult period of cash flow shortages. There is also a revitalization subsidy program to promote Hualien's tourism economy, which has indeed been helpful to us. However, these measures still need time to take effect. Due to concerns about safety and the psychological impact of the earthquake, it will be hard to completely eliminate these issues in the short term through policies alone.” (1A)

“The situation this time, in the short term, meaning within a month after the 0403 earthquake, no measures really worked. No matter how appealing the offers were, no one was willing to take risks with their lives. However, Hualien did launch many promotions, which helped business owners like us. But the help is still limited because people still had a fresh recall of the earthquake. Especially with the media coverage, the impression is deeply rooted in people's mindset. It's impossible to recover quickly. So far, we've only managed to recover about 30% at most.” (2B)

(2) Analysis and Discussion

According to the interviewees' responses, it is definitely helpful for the hostel industry. However, there are still some limitations to the actual result. It is dominantly reflected in the following aspects:

- Limited Short-Term Effectiveness

The interviewee mentioned that government subsidies, such as loan assistance and tourism programs, help with cash flow and tourism, but safety concerns from the earthquake prevent quick recovery. Promotions can't overcome travelers' safety worries.

- Impact of Media Coverage

Media coverage has deepened negative perceptions of Hualien, and the memory of the earthquake is hard to erase. The market has only recovered to about 30%, showing policies haven't fully met expectations.

- Challenges in Policy Implementation

For small businesses, the subsidy application process can be complicated, making it difficult for lack of resource hoteliers to access support. Simplifying processes and providing more support would improve accessibility and efficiency.

- Long-Term Recovery Process

The Impact of the 0403 Earthquake in Hualien's Hospitality Industry

The interviewee emphasized that full recovery will take time. The restoration of transportation, infrastructure, and trust in safety requires gradual improvement. In addition to short-term measures, the government must focus on long-term tourism promotion and infrastructure investment for sustainable growth in the lodging industry.

2. What policies do you think the government could implement to truly improve the situation? Why?

(1) Interviewees answer

“There are actually many big events held in Hualien, but the official hasn't promoted them well, and even local businesses didn't know about these. For example, the Hualien One-Day Tour started after the 0403 earthquake and has been completely free. There's also a lottery for a free stay if you spend a certain amount of money, with the grand prize even is a Tesla. This activity has been going on for a while, and I only found out about it when customers from Taitung told me.” (1A)

"In the past eight or nine years, the government has provided many subsidies, not just after this earthquake. Indeed, these policies have helped a bit, but they only treat the symptoms, not the root cause. Relying on these subsidies alone will definitely fail. Right now, we're just barely keeping Hualien's tourism industry running. Hualien has beautiful scenery, and many tourists love coming here. But the reason people both love and hate Hualien is the transportation. The external transportation system is very weak, especially after earthquakes or typhoons when the railways and roads basically shut down. So, improving transportation is the key to truly improving Hualien's tourism industry. As for the events Hualien organizes, like the famous Summer Love Carnival or the Red-Faced Duck, they are meant to attract tourists, but in my opinion, their results haven't been great over the years. These events lack innovation. When you compare our Red-Faced Duck with the Little-Yellow Duck in Kaohsiung, why Kaohsiung can do it so well is something the Hualien government needs to change and learn from. Finally, there's the issue of media coverage. Every time there's an earthquake or typhoon, the news always shows a lot of disaster footage. Often, these are just small portion of the situation, but because of this, people from other counties have a fear of coming to Hualien.” (2B)

(2) Analysis and Discussion

According to the interviewees' responses, regarding the improvement of the current policies by the government. It is mainly emphasized in the following aspects:

- Enhance Activity Promotion

Many revitalization policies and activities have not been well promoted, limiting awareness among business owners and tourists. For example, local businesses only learned about the "Hualien One-Day Tour Free" and "Stay and Win Lottery" through visitors from other places, highlighting a gap in promotion and information sharing.

- Improve Transportation Infrastructure

Hualien's transportation is vulnerable to disruptions from natural disasters, which brings negative impact of tourism. Short-term subsidies won't solve this. Hualien needs more stable and efficient transportation to boost its tourism back to the original stage.

- Increase Innovation in Events

Event like the "Summer Love Carnival" and "Red-Faced Duck" lack innovation and haven't attracted new tourists. Compared to creative events in other cities, Hualien should focus on more innovative planning to enhance event enthusiasts.

Promote Positive News through Media

The media often emphasizes disaster footage, increasing tourists' safety concerns. The government should use media to promote local activities, improving the impact of revitalization policies.

V. Conclusion and Suggestions

The 0403 earthquake had a devastating impact on Hualien's hospitality industry. Our research, based on interviews with local hoteliers, revealed three major findings, a significant decline in booking rates, severe financial losses, and the long-lasting psychological impact on tourists.

Before the earthquake, the average hotel booking rate in Hualien was around 70%, but after the disaster, it dropped to below 10%, with some hotels experiencing complete cancellations. Revenue losses exceeded 50%, forcing businesses to implement survival strategies such as discounts and local tourism promotions. However, these short-term measures have proven insufficient in fully restoring visitors' confidence.

The government had provided subsidies and tourism vouchers to support recovery efforts since the incident, but many hotel owners expressed concerns about policy

effectiveness. They noted that financial aid was helpful but did not address the core issue—the safety of transportation infrastructure. The lack of reliable access to Hualien after earthquakes remains a critical factor in the slow recovery of the tourism.

For long-term recovery, a combination of infrastructure improvements, strategic marketing, and crisis management planning is essential. Future research could explore how different types of hotels—luxury vs. budget accommodations—experience disaster recovery differently. Additionally, studies on tourist behavior and risk perception could provide valuable insights for developing more effective post-disaster recovery strategies.

Last but not least, the resilience of Hualien's tourism industry depends on collaboration between the government, business owners, and local communities. By addressing both short-term recovery and long-term structural challenges, Hualien can rebuild its reputation as a safe and desirable travel destination.

VI. References

- 天下雜誌 (2024 年 8 月 8 日)。災情追蹤：太魯閣封園 7 年，花蓮觀光怎麼撐？〔影片〕。YouTube。
<https://www.youtube.com/watch?v=rDPrqXg85fw>
- 王价巨 (主編) (2019)。災害管理：13 堂專業的必修課程。五南文化
- 花蓮縣政府 (2024 年 4 月 3 號)。0403 地震專區。
<https://www.hl.gov.tw/0403/>
- 盧之偉 (主編) (2024)。0403 花蓮地震對花蓮港區影響與災害評估。《土木水利》期刊。51(4), 12-23。
- Harder, L. F., & Seed, H. B. (1986). Determination of soil liquefaction potential during earthquakes. *Journal of Geotechnical Engineering*, 112(3), 389-411.
- Hatanaka, M., Uchida, A., & Ohara, J. (1995). Liquefaction characteristics of gravelly soils in Japan. *Soils and Foundations*, 35(4), 31-42.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.
- Yegian, M. K., Eseller-Bayat, E., Alshawabkeh, A. N., & Ali, S. (1994). Induced-partial saturation for liquefaction mitigation – Experimental investigation. *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering*, 140(5), 04014002.\

甲等

《商業類》

篇名：

網購無遠弗屆, shopping 任你選~蝦皮店到店與 7-ELEVEN 取貨之比較

作者：

詹鈞淇 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

周聖芯 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

李侑恩 國立花蓮高商 三年級 會三甲班 會計事務科

指導老師：

陳學毅

壹、前言

一、研究動機

近幾年因受 COVID-19 的影響，選擇外出購物的人明顯少掉一大半，多數人轉向網路購物，取貨點設在附近的超商，再到超商取貨，這樣就可以減少外出的風險，而 7-11 在台灣據點數量居於臺灣各大超商之最，本組以 7-ELEVEN 超商為例。

而說到網購就需要探討到網購平台。2021 年 10 月調查指出，最大宗消費者愛用的網購平台為「蝦皮購物」。「蝦皮店到店」在 2021 年 8 月時首創的。和一般超商不同的是，運費比一般超商還要便宜且時常會有優惠、折扣、免運活動。運費 0 元讓消費者享受到更划算的服務。在大家已經習慣超商取貨的情況下，蝦皮店到店的出現是否能讓消費者轉而投向蝦皮店到店，轉向蝦皮店到店的原因及消費者內心對於這兩個取貨方式之間的比較，皆是本組想要探討的。

二、研究目的

- (一) 了解蝦皮購物與 7-ELEVEN 的背景
- (二) 蝦皮店到店和 7-ELEVEN 的行銷 4P 分析
- (三) 進行蝦皮店到店和 7-ELEVEN 取貨的 SWOT 分析
- (四) 透過問卷調查消費者取貨意願和行為偏好

貳、文獻探討

一、蝦皮購物公司

2015 年蝦皮購物剛創立於新加坡，後來陸陸續續進軍到了 7 個國家開立分公司，分別為馬來西亞、印尼、泰國、台灣、越南、菲律賓，短短五年就成為東南亞最大的電子商平台。用戶可以隨時瀏覽商品、銷售商品。

許多平台都有自己主打的取貨方式，在這麼多選擇中，蝦皮選擇自己開始設立蝦皮店到店讓顧客來取貨，一方面可以解決消費者如果不在家不方便來取貨的困擾，另一方面自己開創的店到店可以減少和第三方合作，這樣可以降低運費吸引更多消費者使用店到店的服務(蔡雅晴，2023)。

二、7-ELEVEN 取貨

7-ELEVEN 成立於 1927 年，最初創立於美國德克薩斯達拉斯，名為「南方製冰公司」。2000 年，臺灣統一企業公司簽永久授權在臺灣成立「7-ELEVEN」。截至目前 7-ELEVEN 據點數量居於臺灣各大便利商店之最。2006 年，推出「ibon」便利生活站。而在蝦皮店到店出現以前 7-ELEVEN 取貨為大多數人的選擇，因為 7-ELEVEN 據點多，考慮便利性，7-ELEVEN 取貨無疑是最好的選擇，且 7-ELEVEN 取貨不限定網購平台，而蝦皮店到店取貨僅限定蝦皮購物平台才可選擇，兩者皆有優缺。本組彙整蝦皮店到店與 7-ELEVEN 發展歷史演進表及服務模式相異處比較表，如下表：

表 1 蝦皮店到店與 7-ELEVEN 發展歷史演進

2015 年 10 月	「蝦皮拍賣」正式在台灣上線。 圖 1 蝦皮拍賣圖	1927 年	創立於美國德克薩斯達拉斯，成立「南方製冰公司」。 圖 2 7-ELEVEN 招牌
			
2017 年 7 月	蝦皮拍賣推出「蝦皮商城」。	1946 年	「7-ELEVEN」名字的起源是因營業時間為上午 7 點到晚上 11 點。
2017 年 8 月	蝦皮拍賣升級為「蝦皮購物」。	1962 年	南方製冰公司實驗 24 小時經營。
2017 年 10 月	蝦皮母公司 Sea 集團於紐交所上市。	1978 年	創立「統一超級商店股份公司」。
2018 年 3 月	蝦皮購物推出「蝦皮 24h」	1983 年	開始實施 24 小時營業。
2019 年 3 月	推出「Shopee Live 直播」。 圖 3 Shopee Live	1999 年	南方製冰公司正式改名為「7-ELEVEN」。
		2000 年	臺灣統一企業公司簽永久授權在臺灣成立「7-ELEVEN」。
2021 年 8 月	「蝦皮店到店」問世。 圖 4 蝦皮店到店圖	2006 年	推出「ibon」便利生活站。 圖 5 ibon 機器
			
		2019 年	推出電子支付工具、儲值、轉帳與提領功能和賣貨便服務等。

資料來源：圖 1〈2017〉電子發票加值中心 <https://reurl.cc/pvRM6Q>、2〈2024〉中央社 <https://reurl.cc/VMo1e6>、3〈2024〉Shopee 資訊 <https://reurl.cc/oy3Qql>、4〈2023〉卷子羊 <https://reurl.cc/rvVRAN>、5〈2024〉安源資訊 <https://reurl.cc/E6vXK1>、〈2024〉7-11 官方網站 <https://www.7-11.com.tw/>及本組自行彙整。

表 2 服務模式相異處比較

	圖 6 蝦皮店到店外觀 	圖 7 7-ELEVEN 外觀 
營業期間	一般門市每日 11:30~22:30 智取門市每日 24 小時	每日 24 小時
運費	45 元	60 元
運送時間	■ 一般來說，賣家寄件後平均 3~5 天完成商品配送。 ■ 「隔日到貨」物流服務，只要在週一到週五 14:00 前下單，並選擇蝦皮店到店「隔日到貨」配送，包裹將於隔日配達取件門市。	■ 一般為賣家寄出後 3~5 個工作天。
門市數量	截至 2024 年 6 月全台擁有超過 1,500 家店點。	截至 2024 年 6 月店數 12715 家。
取貨方式	到報到機輸入手機號碼及取件驗證碼，投入貨款金額，智取櫃自動開啟就可領取。 圖 8 繳費機 	取件者告訴店員姓名及手機後三碼，由店員尋找貨物並支付貨款即可領取。 圖 9 7-ELEVEN 取貨 

資料來源：圖 6、圖 7、圖 8 皆本組自行拍攝、圖 9 〈2022 年 6 月 24 日〉Yahoo 奇摩新聞 <https://rurl.cc/eyoeEm>、〈2024 年 9 月 20 日〉蝦皮官方網站 <https://reurl.cc/ReoOrz>、7-ELEVEN 官方網站 <https://www.7-11.com.tw/>及本組自行彙整。

參、研究方法

一、研究方法

(一) 文獻探討法

本組透過網路、實體書籍、電子書籍、新聞影片等來蒐集符合本組主題的相關資料，再由本組進行統整、分析及探討，最後討論出相關資訊。

(二) 問卷調查法

本組透過問卷調查法，發放給不同地區的群眾，並從中了解不同的年齡、性別、區域的民眾有沒有聽說、使用過蝦皮店到店、使用頻率、滿意度、忠誠度、便利性、與 7-11 之比較等，並了解沒使用過、不滿意、不常使用、更喜歡蝦皮店到店或 7-11 的原因，結合以上資料並統整為資訊，了解目前消費者對於蝦皮店到店與 7-11 的比較及看法。

二、研究流程

圖 10 研究流程圖



資料來源:本組自行彙整

三、研究範圍及限制

本組研究範圍限花蓮縣，據官方資料顯示目前花蓮縣的蝦皮店到店據點分布在新城鄉、花蓮市、吉安鄉，本組想透過問卷調查了解蝦皮店到店分布於花蓮縣的情況及消費者使用情況，因為是線上問卷，所以不需要太多人力和時間成本就可以收集到資料。

肆、研究分析與結果

一、蝦皮店到店和 7-ELEVEN 的 SWOT 分析

S 為優勢 (Strengths)，意旨本身表現良好的內部措舉；W 為弱點 (Weaknesses)，意旨本身存在的劣勢或不足、比較不擅長的地方；O 機會 (Opportunities)，意旨因外部任何可能提升您競爭地位的外在措舉，可以結合優勢或改善劣勢；T 威脅 (Threats)，與劣勢不同，這是外部不可空因素而導致的，所以需要採取措施取改善(Alicia，2024)。表 3 為本組對於蝦皮店到店與 7-ELEVEN 的 SWOT 分析：

表 3 蝦皮店到店與 7-ELEVEN 的 SWOT 分析對比

優勢 S		劣勢 W	
蝦皮店到店	7-ELEVEN	蝦皮店到店	7-ELEVEN
1. 已經具有很高的知名度。 2. 運費較一般門市便宜且時常免運。 3. 更能掌握蝦皮自家物流。	1. 營業時間 24 小時，全年無休。 2. 店面門市數為全台灣超商之最。	1. 門市店數並不普及，較一般超商少。 2. 並不是所有門市都是 24 小時。 3. 時常爆倉，導致有些門市倉庫爆滿而無法提供服務。	1. 運費較貴。 2. 運送時間較長。
機會 O		威脅 T	
蝦皮店到店	7-ELEVEN	蝦皮店到店	7-ELEVEN
因在自家打造物流服務，蝦皮是一個大型的網路購物 APP，且目前仍還在增加門市店數。	門市內販售多元化商品並且能供給顧客完善的服務。	許多超商開始有自行經營自家網購平台，並且與一些外送平台合作，會有越來越多競爭者加入。	許多平台都有自己主打的取貨方式，因此競爭者越來越多。

資料來源:由本組自行彙整

二、蝦皮店到店和 7-ELEVEN 的 4P 分析

4P 將行銷決策分為了四個類別：產品(Product)、價格(Price)、地點(Place)、促銷(Promotion) (Marketer Taiwan 團隊，2024)。

表 4 蝦皮店到店與 7-ELEVEN 的 4P 分析對比

類別	產品 Product		價格 Pricea	
	蝦皮店到店	7-ELEVEN	蝦皮店到店	7-ELEVEN
	智取門市開放自助退貨寄件，取貨全自動化。	7-ELEVEN 提供取貨服務且售後服務都非常完善，讓顧客體驗全服務化。	一般運費是 45 元，但時常有活動免運。	7-11 的運費雖較高，但許多顧客因便利性和 24 小時營業特點而選擇
類別	通路 Place		促銷 Promotion	
	蝦皮店到店	7-ELEVEN	蝦皮店到店	7-ELEVEN
	蝦皮與蝦皮店到店為一體，通路更容易掌握，門市數量也日漸增多。	7-ELEVEN 店面數量多且 24 小時營業，可隨時取貨。	可以透過消費者口耳相傳或在社群媒體上分享，讓蝦皮店到店取得更多的知名度。	透過廣告和社交媒體還有與品牌商合作進行促銷活動與宣傳，來吸引顧客。

資料來源:由本組自行彙整

三、問卷調查結果與分析

本組已使用過蝦皮店到店與 7-ELEVEN 之消費者為研究對象，藉由 Google 表單進行問卷調查，於 2024 年 5 月 30 日發放，截止至 2024 年 6 月 16 共收回 161 份，有效問卷 161 份，無效問卷 1 份。

(一) 受訪者基本資料

表 5 受訪者基本資料分析表

類別	填寫內容結果					
性別	男			女		
	28%			72%		
年齡	15 歲以下	15~18 歲		18~25 歲	25 歲以上(不含)	
	6.2%	76.4%		9.9%	7.5 %	
職業	學生	軍公教	服務業		工業	其他
	88.8%	4.3%	2.5%		1.2%	3.2%
月收入	20,000 元以下	20,001~30,000 元	30,001~40,000 元	40,001~50,000 元	50,001~60,000 元	60,001 元以上
	84.5%	9.3%	0%	3.7%	0.6%	1.9%

資料來源:由本組自行彙整

如表五所示，本次問卷受訪者以年齡 15~18 歲、職業以學生、月收入在 20,000 元以下的女性消費者占多數。

(二) 消費者行為分析表

圖 11

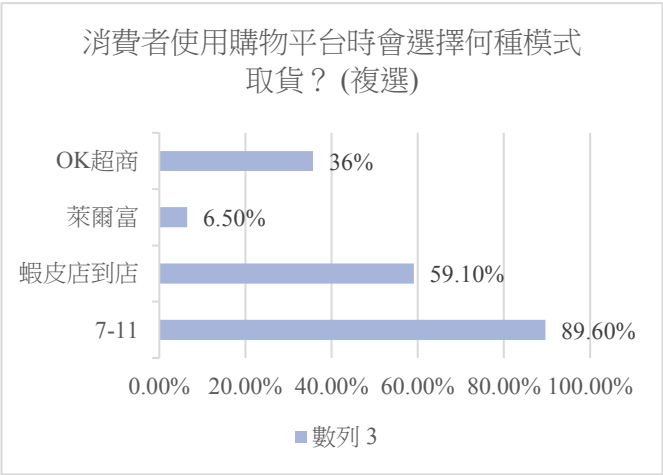


圖 12

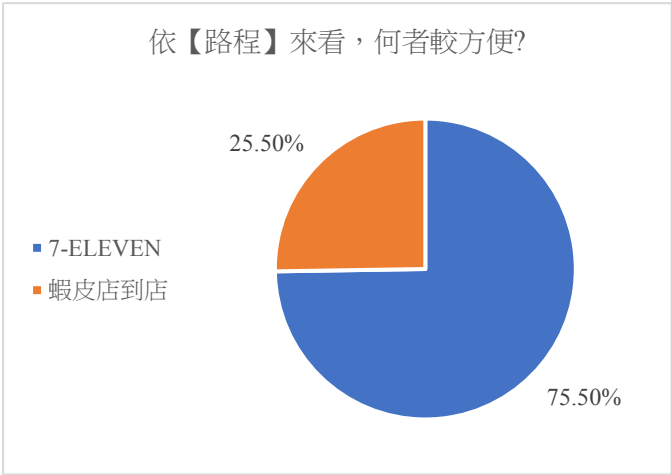


圖 11 是想大概了解消費者的取貨習慣，由圖可看出，蝦皮店到店(59.10%)和 7-ELEVEN (89.60%)取貨為消費者取貨模式的前兩名。因此，接下來會以蝦皮店到店與 7-ELEVEN 取貨差異做比較。

由圖 12 可知依“路程”來看，認為 7-ELEVEN 較方便的比率為 74.50%；蝦皮店到店的比率為 25.50%。由此可知，7-ELEVEN 在路程方便較具優勢。

圖 13

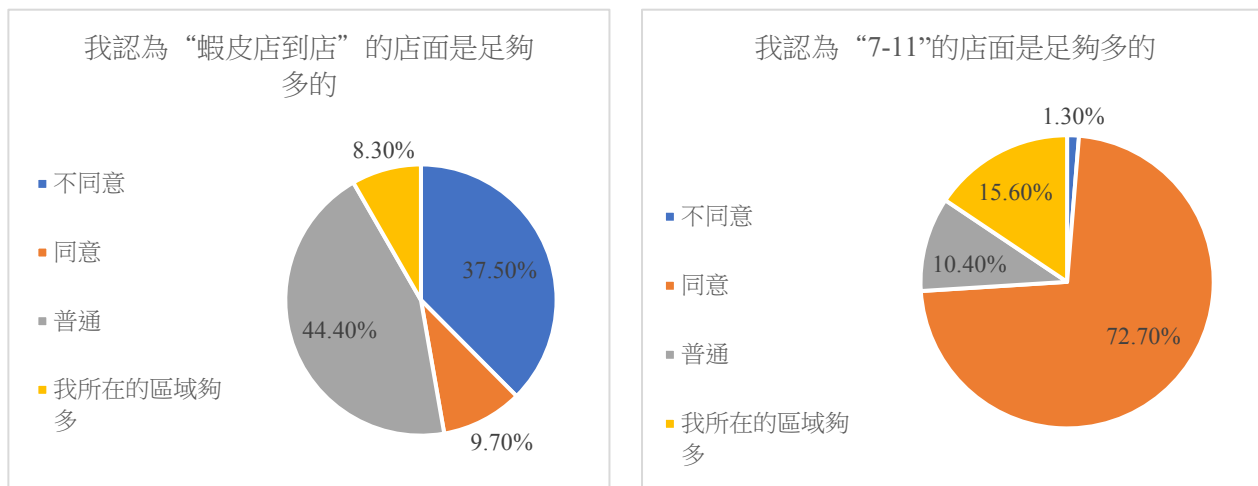


圖 13，依“店數”是否足夠來問，7-ELEVEN 同意 72.70%。上述文獻有提到說 7-ELEVEN 據點數量居於臺灣各大便利商店之最，問卷結果也然；消費者認為蝦皮店到店的門市數量普通 44.40%，且 37.50%認為不夠多。由此可知，7-ELEVEN 在“門市數量”較有優勢。

圖 14

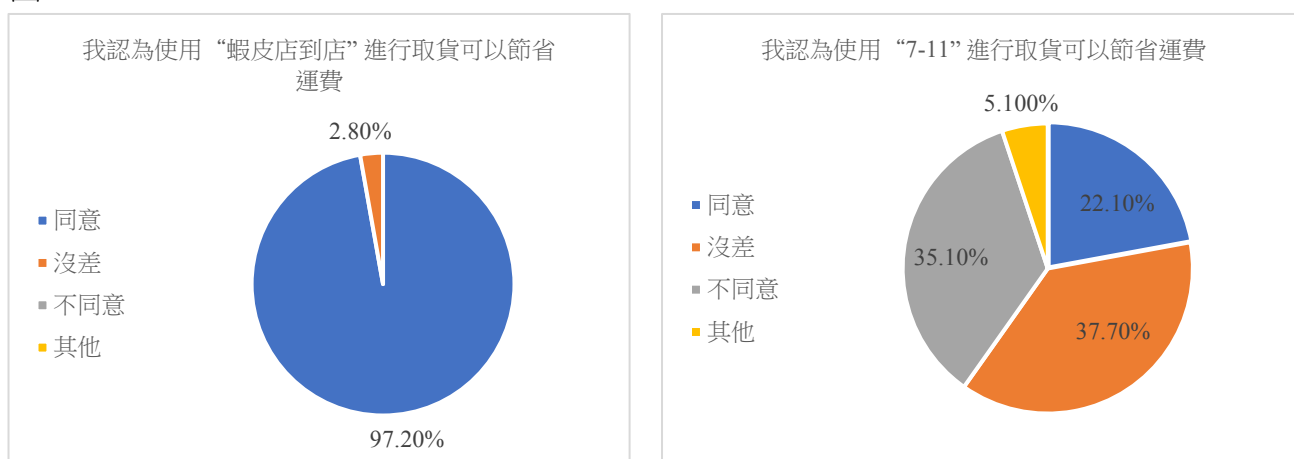
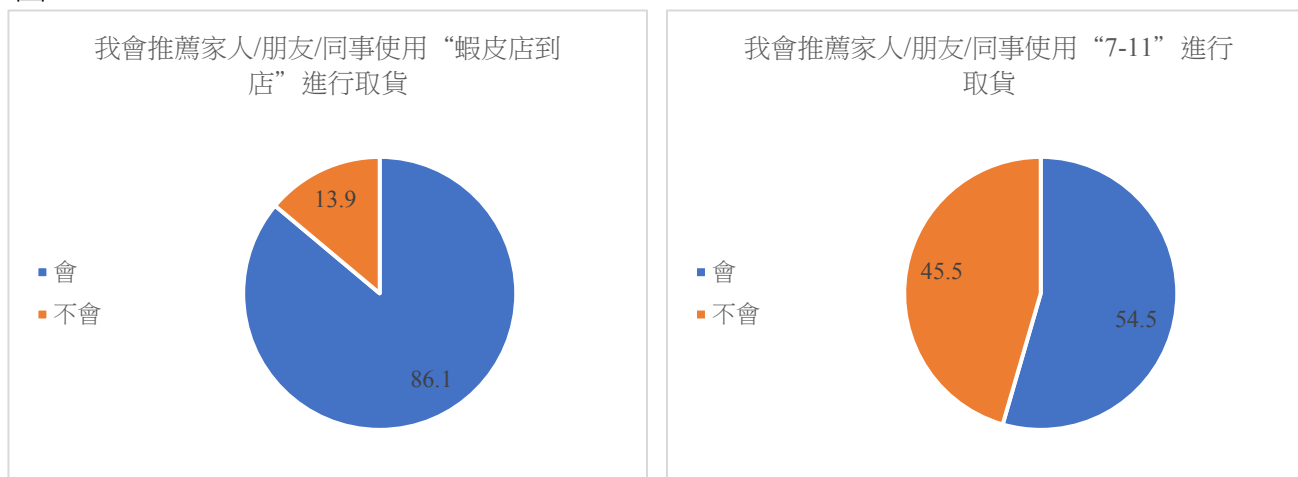


圖 14，依“節省運費”來問，使用蝦皮店到店取貨的消費者有 97.20%的人認為使用蝦皮店到店可以節省運費；使用 7-ELEVEN 取貨的消費者有 22.10%認為可以省運費，37.70 的人認為沒有差別，35.10%的人認為不能節省運費。由上述可知，蝦皮店到店在“節省運費”這方面較具優勢。

圖 15



由圖 15 可知，使用蝦皮店到店的消費者有 86.1% 的人會推薦身邊的人使用；7-ELEVEN 則有 54.5%。由此可知，蝦皮店到店可透過消費者口耳相傳或在社群媒體上分享，讓蝦皮店到店取得更多的知名度；7-ELEVEN 在這方面較不具優勢。

伍、研究結論與建議

一、結論

(一) 行銷 4P 分析

經行銷 4p 可知，產品方面：蝦皮店到店注重自助和全自動化服務，吸引喜歡自助操作的顧客；而 7-ELEVEN 全服務化完善，適合需求較高的顧客。價格方面：蝦皮店到店運費較低，有時免運；而 7-ELEVEN 運費相對較高，但因便利性和 24 小時營業特點來吸引顧客。通路方面：蝦皮店到店與蝦皮為一體，店面數量也漸漸增加，使顧客更容易找到取貨點；7-ELEVEN 門市多且 24 小時，方便隨時取貨。促銷方面：蝦皮店到店與 7-ELEVEN 都利用社交媒體、促銷活動來提高知名度，來吸引顧客。

(二) SWOT 分析

蝦皮店到店和 7-ELEVEN 取貨服務各具優勢與劣勢。蝦皮靠低運費、自有物流和具有很高的知名度可以增加促銷活動吸引顧客，但店面數量少和營運時間的限制可能影響顧客體驗。而 7-ELEVEN 憑借營業為 24 小時和店面數量多且能提供更便利的取貨體驗，但有著較高的運費和運送時間較長等劣勢。

(三) 問卷調查消費者取貨意願和行為偏好結果

透過問卷調查結果可得知，消費者認為花蓮的蝦皮店到店和 7-ELEVEN 取貨模式的最大差異就在前者為全自動化，後者則有人員提供服務；另一項差異是運費價格，蝦皮店到店較 7-ELEVEN 便宜，且時常免運，但缺點是門市數量目前並未普及且時常有爆倉而無法提供服務的情況。問卷最後一題，有 52% 的消費者選擇 7-ELEVEN 取貨；48% 的消費者選擇蝦皮店到店，由此可知，因 7-ELEVEN 的最大缺點目前僅有運費這點，其餘方面較蝦皮店到店便利，所以大多消費者還是更傾向於 7-ELEVEN 取貨模式。

二、建議

在市場競爭中，兩者都需要不斷創新和改進，以滿足消費者的需求。蝦皮店到店的出現對於超商無疑是個威脅，但就目前為止，蝦皮店到店的取貨模式尚且無法完全取代 7-ELEVEN 取貨。本組認為蝦皮公司可以透過增加門市的數量，來提高蝦皮店到店的覆蓋範圍。相較於蝦皮店到店，7-ELEVEN 的據點及本身門市內有販售各類商品較具優勢，但 7-ELEVEN 較具劣勢的是運費較高，本組認為若 7-ELEVEN 能優化運費定價，將有助於提升 7-ELEVEN 的取貨服務吸引力。

陸、參考文獻

- 一、蔡雅晴〈2023〉。消費者使用蝦皮店到店物流服務之行為意圖研究。嶺東科技大學國際企業系碩士班：碩士論文 <https://reurl.cc/dyo64q>。
- 二、電子發票加值中心〈2017〉。 <https://reurl.cc/pvRM6Q>
- 三、中央社〈2024〉。7-11 新招牌綠色邊框消失 統一超：因應全球商標更新。
<https://images.app.goo.gl/oWKyDfvSxPrPNe8c6>
- 四、Shopee 資訊〈2024〉。Shopee Live 領跑印尼直播市場。
<https://images.app.goo.gl/WFtfQy94WKeLFGXR9>
- 五、卷子羊〈2023〉。 <https://images.app.goo.gl/rQn77MKjUTLcDsw27>
- 六、安源資訊〈2024〉。 <https://reurl.cc/E6vXK1>
- 七、7-ELEVEN 官方網站。 <https://www.7-11.com.tw/>
- 八、Yahoo 奇摩新聞〈2022 年 6 月 24 日〉。 <https://images.app.goo.gl/jcn2jAYjtZWcHG317>
- 九、蝦皮官方網站〈2024 年 9 月 20 日〉。 <https://seller.shopee.tw/edu/article/20491>
- 十、7-ELEVEN 官方網站。 <https://www.7-11.com.tw/>
- 十一、〈2024〉 Alicia。SWOT 分析：什麼是 SWOT 分析以及如何使用。
<https://asana.com/zh-tw/resources/swot-analysis>
- 十二、Marketer Taiwan 團隊〈2024〉。行銷 4P 是什麼？一文學會 4P 行銷策略！星巴克 4P 分析範例。 <https://marketer.com.tw>

甲等

《商業類》

篇名：

花蓮縣大眾對短影音的品牌形象與趨勢之認知—以 YouTube Shorts 與 TikTok 為例

作者：

陳珮綺 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

林宥鈞 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

黃韋又 國立花蓮高商 三年級 會三乙班 會計事務科

指導老師：

林淑滿 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

YouTube 在早期霸佔網路市場，因此 YouTube 趁機推出「5 秒後略過」的廣告模式，消費者對於品牌廣告的注意力大多只能忍受幾秒鐘，這也改變了業界影音行銷的模式，必須在前五秒內抓住消費者眼球，改變消費著的閱讀習慣，但近幾年影片趨勢大幅度趨近於短影片，不管是 IG 還是 YouTube 都想趕上短影片的流行，於是各推出 Reels 和 Shorts，要讓短影音平台保持長久吸引力，並從中脫穎而出，研究在快節奏的市場中創作著和平台要如何增加競爭力。（維基百科，2025）

二、研究目的

- （一）、探討 TikTok 和 YouTube shorts 的發展歷史與現況
- （二）、探討短影音未來趨勢
- （三）、探討短影音有效的運營行銷策略—SWOT
- （四）、探討用戶對 YouTube Shorts、TikTok 的滿意度以及未來趨勢的想法

貳、文獻探討

一、長、短影音的差異如何？

（一）、「短影音」（Shorts video、video clip）又叫短影片或短視頻是由短片形式出現的影片內容，時間通常都是在幾秒鐘到幾分鐘之間，短影音的特性是能夠在這 60 秒內抓到重點。（維基百科，2025）

目前現有的短影音平台有 TikTok、Instagram Reels、Facebook Reels、YouTube shorts 等，短影音為短小精練的形式來呈現，適應了現代人講求的即時性。也與其他社交平台密切結合，擴大了影響力，促使人們踴躍觀看與分享，也可使人們在網路上進行評論等互動，增加了短影音的可觀性。（YouKOL Radar，2024）。根據 KOL Rada《2022 網紅行銷趨勢報告書》，短影音貼文在過去一年內，成長超過 470%，此市場的興起為品牌主帶來新的氣象和挑戰。（環宇國際教育基金會，2024）

（二）、「長影音」則是以長影片形式出現，時間由幾秒到幾小時，比起短影音更能夠提供更詳細、深入的資訊和教學。「長影音能夠有效地提高網站的停留時間和觀眾的參與度，有助於增加品牌的專業形象和信任感。」（養分實驗室，2024）

二、YouTube Shorts 和 TikTok 各項比較圖

（表一）YouTube Shorts 和 TikTok 各項比較圖

項目		
----	---	---

平台	TikTok	YouTube
時長限制	3 分鐘	60 秒
風格	以短影音為主，節奏快，創作風格自由。	長影音延伸出來的，內容多樣化。
廣告模式	自助式投放，可精準定位淺在客戶，進行客製化的廣告報告。	需開啟營利模式，可自行選擇廣告出現時間與廣告時長。

參考資料：

YouKOL Radar（2024 年 7 月 24 日）。掌握 YouTube Shorts 行銷策略:從短影音到長影音，全面提升影響力!。 <https://reurl.cc/panVYd>

MTMG（無日期）。【TikTok 廣告投放秘訣】學習成功投放你的第一個 TikTok 廣告！。擷取日期 2025 年 3 月 13 日。取自 <https://reurl.cc/86QMgy>

YouTube 說明（無日期）。YouTube 廣告格式。擷取日期 2025 年 3 月 13 日，取自 <https://reurl.cc/xNxK75>

三、YouTube Shorts 的發展歷史與現況

（一）、YouTube Shorts 是 YouTube 所提供的短影音平台，功能相似於 TikTok，時間控制在 15 秒至 60 秒內，拍攝者可以自行創作按照喜好添加字幕和版權音樂，使用者可以觀看無窮無盡的影片。雖說 YouTube Shorts 主要適用於手機上瀏覽，但在電腦上的 YouTube 上搜索欄搜索 YouTube Shorts 仍可觀賞。（數位指南 IONOS，2022）

（二）、YouTube Shorts 的發展歷史

（表二）YouTube Shorts 的發展歷史

年代	發展歷程
2020 年 9 月	因印度全面禁止 TikTok，於是 YouTube Shorts 就趁機在印度推出 beta 測試版。
2021 年 3 月	YouTube Shorts 在美國推出測試版。
2021 年 7 月	正式版在全球推出，印度與美國的觀看數占 YouTube Shorts 總觀看數近一半。

資料來源: 維基百科（2025 年 2 月 24 日）。YouTube。 <https://reurl.cc/p970NQ>

（三）、YouTube Shorts 的發展現況

自推出以來，YouTube Shorts 已累積 20 億用戶，總觀看數已經達到 10 兆，每日平均觀看數高達 300 億。在 YouTube 總部的資深員工曾表示「Shorts 會害了 YouTube 平台」，根據分析公司 Enders Analysis 數據顯示，YouTube 在過去 5 年間

（INSIDE，2023），除去 55 歲以上用戶外，其餘所有年齡層的用戶花費在平台上的時間皆減少。

創作者則因為觀眾們對長影片興趣減少，而品牌方也漸漸偏好在 Shorts 推廣，因此創作者對長影音的心力逐漸減少。

四、TikTok 的發展歷史與現況

（一）、「TikTok」詞源於英語，是模仿時鐘的「滴答」聲與平台的短視頻特性相互對應，是一款由音樂為核心的短影音社交平台，由中國的一家科技公司字節跳動（ByteDance）在 2016 年推出，特色是其易於使用的短視頻創作工具，包括各種特效、濾鏡、音樂和挑戰，這些使得用戶能夠創作出創意豐富、多樣化的內容，在全球範圍內廣受歡迎。（維基百科，2025）

（二）、TikTok 的發展歷程表格

（表三）TikTok 的發展歷程表格

年代	發展歷程
2016 年 9 月 20 日	TikTok 初次出現在大眾面前。採用扁平化風格。
2017 年 9 月 2 日	共有 150 個國家使用者突破 8 億下載。
2018 年 5 月 8 日	抖音已在蘋果 App Store 上擁有 4.58 億次的下載紀錄，這一數字超越了 Facebook、Instagram、YouTube 等其他知名平台，讓抖音成為了全球下載量最龐大的應用程式。
2022 年 1 月	推出網頁板供電腦用戶端使用。

資料來源：

百度百科（無日期）。TikTok。擷取日期 2025 年 3 月 13 日。取自 <https://reurl.cc/V0KOxZ>

維基百科（2025 年 2 月 15 日）。TikTok。 <https://zh.wikipedia.org/wiki/TikTok>

（三）、TikTok 的發展現況

在短短幾年間活躍用戶至今已達億 10 億，在未來還會持續增長。TikTok 也更改經營模式，逐漸增加盈利範圍，例如加入直播、廣告等增加品牌價值，讓更多廠商願意投資，從 2019 年間的 13.5 億美金（約 430 億台幣）到達現在統計 2023 年 1，200 億美金（約 3.7 兆台幣）。

五、Tik Tok 的品牌形象

TikTok 強調“快樂、放鬆”讓用戶消磨時間，品牌形象離不開用戶生成內容，它大力支持並鼓勵用戶創作，這也是 tiktok 成功的一大原因。任何人都可以成為創作者，並且平台的算法讓更多的創作者有機會被發現。因涵蓋了不同國家、地區的文化延伸出獨特的挑戰文化。

可以在文案處打上特定得挑戰、舞蹈、模仿、旅遊等話題標籤，品牌形象上注重“定制化”和“精準”的用戶體驗。每個用戶會因歷史觀看習慣和興趣愛好量身定制推薦影片。

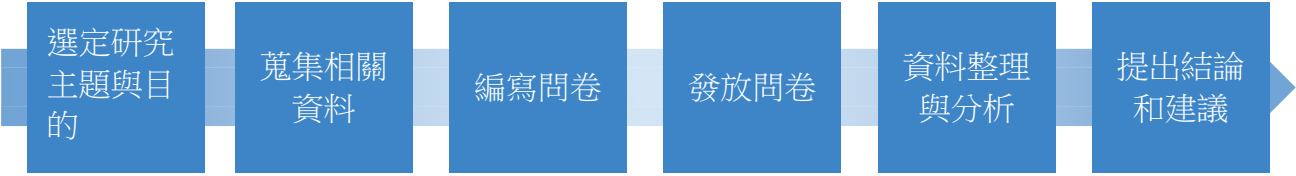
六、YouTube Shorts 的品牌形象

YouTube Shorts 是 YouTube 推出的一項短影音功能，主要提供以簡短、快速消費的內容。讓品牌形象圍繞在“快速、輕鬆的氛圍裡。作為 YouTube 的擴展功能，YouTube Shorts 的品牌形象與主平台緊密連結，與長影音內容形成互補，讓用戶能夠在不同場景下根據需求選擇觀看不同形式的內容。

參、研究方法

一、研究流程

（圖一）研究流程圖



資料來源:本組自行繪製

二、研究方法

（一）文獻蒐集法：

透過查閱網路文章、報帳雜誌和維基百科了解 TikTok 與 YouTube Shorts 的歷史，整理出兩者短影音平台的差異，並分析短影音近幾年爆紅的原因。

（二）問卷調查法：

利用表單製作問卷，並對各年齡層發放問卷，得知大家偏好用哪種短影音平台、使用頻率、各項滿意程度，以及使用後對兩者未來的期許。（林淑芬，2023）

肆、研究分析與結果

本專題以 Google 表單對花蓮大眾進行問卷調查，共回收 133 份問卷，有效問卷共 131 份，分析結果如下：

一、基本資料：

（表四）性別

項 目	女性	男性
性 別	59.4%	39.1%

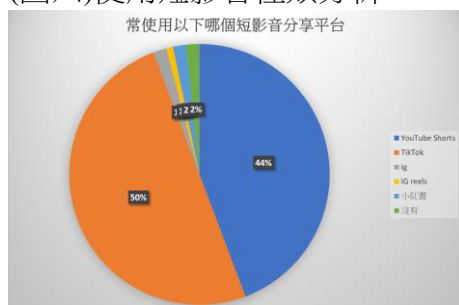
（表五）年齡

項目	年齡層	百分比
----	-----	-----

年 齡	15 歲以下	3.8%
	15-18	61.7%
	19-24	3.8%
	24-29	2.3%
	30-40	2.3%
	40-65	24.8%
	65 歲以上	0.8%

二、使用短影音種類分析

(圖六)使用短影音種類分析



資料來源:本組自行整理繪製

根據圖(六)，可知目前圖表上分析出來短影音占比相差非常大，YouTube Shorts 佔比 44%，TikTok 佔比 50%，小紅書佔比 2%，Instagram Reels 佔比 1%，可見這 YouTube Shorts、TikTok 兩大短影音平台非常受台灣青少年的喜愛。

三、YouTube Shorts 和

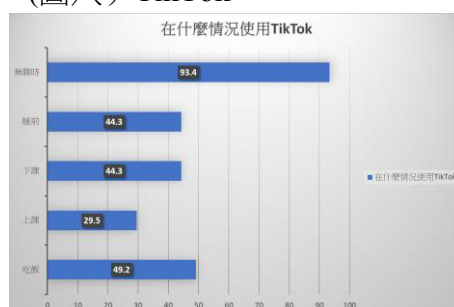
TikTok 用戶的使用情況

(圖七) YouTube Shorts



資料來源:本組自行整理繪製

(圖八) TikTok



資料來源:本組自行整理繪製

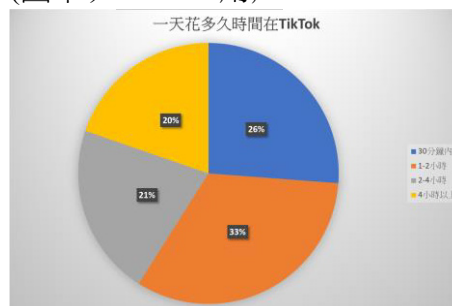
由圖七與圖八可知，YouTube Shorts 和 TikTok 的用戶大多都在“無聊時”使用平台。可見短影音比起長影音深入探討知識來說更偏向於休閒娛樂，能在空閒時間使用。

四、使用者在 YouTube Shorts 及 在 TikTok 一天所花費的時間及比較

(圖九) YouTube Shorts 的用戶



(圖十) TikTok 用戶



由圖九可知，YouTube Shorts 的用戶較多一天花費 30 分鐘內佔比 47% 在平台上。由圖十可知，與 YouTube Shorts 不同，TikTok 用戶使用時間較為平均，而其中 1~2 小時佔比 35% 較多數。

五、各項滿意程度的分析

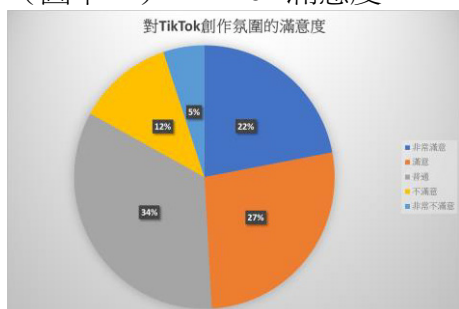
(圖十一) YouTube shorts 滿意度



資料來源:本組自行整理繪製

由(圖十一)可知，大多數人對於 YouTube shorts 的廣告模式、創作氛圍、介面操作、置入性行銷的滿意程度都相近。

(圖十二) TikTok 滿意度



資料來源:本組自行整理繪製

由(圖十二)可知大眾對於 TikTok 的創作氛圍的滿意程度偏向"普通"，但是可以注意的是滿意程度中的普通與滿意相差較近。

(圖十三)

由(圖十三)可知大眾對於廣告模式的創作氛圍的滿意程度大多數認為"普通"且與其他選項相差較大。



(表六) TikTok- SWOT 分析

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
S1:短影音，製作速度快 S2:全球使用人口多，流量大 S3:平台操握簡易	W1:廣告次數多 W2:影片時間短，使用者容易成癮
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
O1:推薦內容可以個人化 O2:平台推廣效率高，有利產品行銷/品牌推廣 O3:內建特效，供創作者拍攝	T1:其他短影音平台新起 T2:有部分國家禁止 TikTok (如:印度) T3:隱私隱患，TikTok 在建立帳戶時 會要求用戶提供一些個人資訊，並存取用戶訊息

資料來源：

網易首頁（2020年10月09日）。交易一波三折，SWOT 帶你了解 TikTok 當前狀態。

<https://www.163.com/dy/article/FOH9UJTD0544PB9L.html>

Marketingtutor-net（無日期）。TikTok SWOT Analysis。擷取日期 2025 年 3 月 13 日，取自

<https://pse.is/7a4spx>

The Strategy Story（無日期）。TikTok SWOT 分析。（2024 年 11 月 22 日）

<https://thestrategystory.com/blog/tiktok-swot-analysis/>

(表七) YouTube Short-SWOT 分析

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
S1:與內容創作者分配收益 S2:與母公司 Google 共享受眾與廣告模式 S3:龐大的基礎用戶 S4:全球最大的影片搜索引擎	W1:廣告無法跳過，易引起使用者不滿 W2:廣告品質控管不穩定

機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
O1:生成式人工智慧輔助創作 O2:有內建背景音樂庫	T1:其他平台新起，流量可能被分散掉 T2:廣告攔截器的出現，會影響其創作者的收入

資料來源：奧維迪尤斯·尤里維西烏斯（2025 年 3 月 4 日）。Youtube 2025 年的 SWOT 分析。<https://reurl.cc/O5d3Oy>

伍、研究結論與建議

一、研究結論

根據上述研究數據顯示，可得知以下結論：

（一）、受訪者實際年齡與性別

本次問卷調查的受訪者中，女性與 15~18 占比較高，在分析短影音使用行為及內容偏好時，資料結果會產生偏倚，未來可以研究如何平衡年齡和性別比例，從而瞭解不同族群的使用情況。

（二）、由受訪者使用短影音行為得知

由上述（圖六）可得知目前大眾使用之短影音種類，而 TikTok 與 YouTube Shorts 為多數，這兩個短影音平台，在使用時間方面，則用觀看時間集中為一個小時為主。進一步分析可以了解大部分用戶多在短時間使用，這可能與平台的即時性與娛樂性質有關。此外，TikTok 和 YouTube Shorts 的形式多為節奏快、容易消化的內容居多，此特性可以讓用戶在短時間快速消耗大量內容，提高使用頻率。

（三）、受訪者使用短影音之滿意度分析

大多數受訪者對於 YouTube Shorts 的滿意度偏向滿意較多，而 TikTok 的滿意度皆為普通。但 YouTube Shorts 的成立時間比 TikTok 較短，可能相較於創立時間較長久的 TikTok 來說，還有更多問題還沒被發現出來，才導致 YouTube Shorts 的滿意度偏向滿意。

二、研究建議

（一）、TikTok

1. 提升廣告質量與相關性：改善廣告模式，避免過於打擾形式，提供非侵入式的廣告讓廣告內容與平台內容無縫融合，提供廣告滿意度使其更貼近用戶的興趣。
2. 因應全球化需求：進一步提升自動翻譯技術，讓用戶能夠輕鬆地理解來自世界各地創作者的內容。以便自動翻譯能準確反映出創作者的意圖。即使用

戶語言不同，也能感受到更多元的文化交流。

3.增強影片編輯功能：儘管 TikTok 有一個不錯的影片編輯器，但還可以進一步優化，加入更多專業級的編輯工具，比如調整顏色、濾鏡、更高級的音效處理、過渡效果等，讓創作者能夠製作更具吸引力的內容

（二）、YouTube Short

1.加強與 TikTok 的差異化：YouTube Short 為 YouTube 平台的一部份，可以利用主流長影片吸引流量，多增加更具質感的內容，比如知識科普、科技和時事新聞等，與 TikTok 的輕鬆、歡快氛圍做出比對，以此來增加競爭力。

2. 增加影片分類與標籤：為每個短影音內容創建一個詳細的標籤系統，並讓觀眾可以根據標籤輕鬆搜索到他們感興趣的內容。

3. YouTube Short 與 YouTube 互補：利用長影音與 Shorts 的不同性質，讓兩者形成互補的效果。長影音可以作為更深入、詳盡的內容呈現，而 Shorts 則提供快速、吸引眼球的內容。創作者可以利用這種形式來增強觀眾的興趣，並吸引他們在兩種格式之間切換。在長影音播放頁面中，推薦該創作者的 Short，進一步增強平台內的內容互通性。（WENK MEDIA , 無日期）

陸、文獻參考

數位指南 IONOS（2022 年 1 月 26 日）。YouTube Shorts – TikTok 和 Instagram Reels 競賽。
<https://reurl.cc/mRa5Ql>

百度百科（無日期）。TikTok。擷取日期 2025 年 3 月 13 日。取自 <https://reurl.cc/V0KOxZ>

維基百科（2025 年 2 月 24 日）。YouTube。 <https://reurl.cc/p970NQ>

維基百科（2025 年 2 月 15 日）。TikTok。 <https://zh.wikipedia.org/wiki/TikTok>

養分實驗室（2024 年 6 月 24 日）。短影音成趨勢？短影音 VS 長影音，該如何選擇？。
<https://reurl.cc/6jWOnZ>

The Strategy Story（無日期）。TikTok SWOT 分析。擷取日期 2024 年 11 月 22 日，取自
<https://reurl.cc/RYnQZx>

YouKOL Radar（2024 年 7 月 24 日）。掌握 YouTube Shorts 行銷策略:從短影音到長影音，全面提升影響力!。
<https://reurl.cc/Q50Az9>

環宇國際教育基金會（2024 年 1 月 25 日）。短影音衝擊青少年文化。
<https://reurl.cc/d1RkZV>

INSIDE（2023 年 9 月 4 日）。YouTube Shorts 崛起中！資深員工卻認為短影音會毀掉平台。<https://reurl.cc/eGqlYK>

MTMG（無日期）。【TikTok 廣告投放秘訣】學習成功投放你的第一個 TikTok 廣告！。擷取日期 2025 年 3 月 13 日。取自 <https://reurl.cc/86QMgy>

YouTube 說明（無日期）。YouTube 廣告格式。擷取日期 2025 年 3 月 13 日，取自 <https://reurl.cc/xNxK75>

網易首頁（2020 年 10 月 9 日）。交易一波三折，SWOT 帶你了解 TikTok 當前狀態。
<https://reurl.cc/36GE2l>

Marketingtutor-net（無日期）。TikTok SWOT Analysis。擷取日期 2025 年 3 月 13 日，取自 <https://pse.is/7a4spx>

奧維迪尤斯·尤里維西烏斯（2025 年 3 月 4 日）。Youtube 2025 年的 SWOT 分析。
<https://reurl.cc/O5d3Oy>

WENK MEDIA（無日期）。YouTube Shorts 是什麼？短影音全解析！拿起手機簡單拍攝玩創意。擷取日期 2025 年 3 月 13 日，取自 <https://blog.wenk-media.com/?p=2323>

林淑芬（2023）。專題實作與創意秘笈。台科大圖書館。

甲等

《數學類》

篇名：

老手如山，新手如風：探討麻將玩家之理性決策模式

作者：

黃冠宗 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

黃佳瑜 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

林云翊 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

指導老師：

林宣融 老師

壹、前言

一、研究動機

自從疫情衝擊我們的生活，使網路休閒遊戲興起，人們傾向待在家裡玩手機遊戲、線上收看電影、動漫等，手機遊戲更是出現很多關於麻將的遊戲。我們看到有越來越多以麻將為主題的電視節目竄起，對於麻將起了興趣，逢年過節長輩都會在家中相約打麻將。在會玩麻將的同學之間也能有更多的話題，增進社交能力。

逢年過節很多人都會回老家過年，長輩都會相約一起打牌，我們就在思考要如何贏牌賺取更多的紅包錢，為什麼長輩他們能那麼輕鬆地就可以胡牌甚至自摸，他們會不會有些訣竅，也更想了解新手和老手打牌的思考方式，因此本組的組員決定採用數學工具進行分析，結合理性思維模式進行探討。

二、研究目的

- (一) 了解「台灣麻將」的背景。
- (二) 麻將牌型理性分析下之決策探討。
- (三) 探討麻將在各種牌組狀況下之聽牌及胡牌機率之概算。
- (四) 透過各種牌組調查麻將新手與老手之組牌決策差異。

貳、文獻探討

一、台灣麻將之流變

學者陳文松（2014）認為麻將又稱麻雀、雀牌，麻將是從中國傳到日本，再從日本傳入台灣，在流傳的過程中，各國、各縣市，甚至各地區的麻將玩法不盡相同，不過最主要以「16張麻將」作為主流玩法。直到至今打麻將對許多家庭來說都非常的普遍。麻將周邊工具也逐漸有所創新，例如電動麻將桌的出現可以不必依賴人工洗牌，也會整齊齊的自動擺好。同時，遊玩方式也從一開始的實體麻將轉變為線上麻將遊戲，不用費時間約人打麻將，只要打開手機的麻將遊戲匹配就可以開始打牌了。

二、麻將牌及取勝原理

根據中華社區報刊聯合新聞網（2022）指出台灣麻將總共 144 張牌，裡面組成由數牌、字牌、花牌所組成，其中數牌的組成有筒子、條子、萬子（由 1 到 9 依序排列）各 4 張，共 108 張；字牌的組成有分為風牌（東、南、西、北）和三原牌（中、發、白）各 4 張，共 28 張；花牌分為四季（春、夏、秋、冬）及四君子（梅、蘭、菊、竹）各 1 張，共 8 張，合計 144 張。而麻將的胡牌的組成則由五個刻子和一個對子即可胡牌，例如玩家手上掌握了「123 條、465 萬子、789 筒、東東東、中中中、發發」，如此就能胡牌（獲勝）。

三、理性、有限理性以及非理性的探討

- (一) 名詞定義

1、理性

「**理性思維指審慎地在方法上力求一致、一貫的思維方式。**」（唐逸，1999）；此外，另有學者認為「**偏好（序）關係是人的行為準則，根據這一準則可知哪些該做、哪些不該做，這樣做比那樣做好，這就是理性。**」（王國成，2012）。綜上所述，理性是指個體在決策中能獲得完全資訊，準確評估風險和利益，選擇最好的方案。

2、有限理性

「**人類理性尚未達到無所不知、無所不能的程度，甚至無法達到經濟學家乃至其他領域科學家們設想的水平。**」（劉永芳，2022），此外，另有學者認為有限理性為「**無法把握自己行為的後果或對投資前景模糊不清。**」（駱志方等，2006）。綜上所述，有限理性是指人們受到訊息、認知能力和時間的限制，無法做到完全理性的決策。

3、非理性

「**理查·塞勒認為，真實的人類會衝動，缺乏自制力，容易犯錯。**」（吳怡靜，2017）此外，另有學者認為「**非理性的認知形式主要包括直覺、頓悟以及部分創造性思維。**」（孫岩，2000）綜上所述，非理性是指完全依自己的直覺、情緒、經驗不去做思考而做出決策。

根據上述眾多學者的定義，本組將「理性、有限理性以及非理性」與「**玩家麻將組牌行為表現**」進行連結，並統整為表一，詳細內容如下。

表一 玩家思維與組牌行為表現

玩家思維	決策行為表現	麻將組牌行為表現
理性	學者劉永芳（2022）指出理性是指以客觀的角度去看待事情，對人、對事、對物都是非常冷靜的，在面臨理性決策時，是完全不能被感性所影響。在選擇的過程中，必須充分了解目標，針對問題且擬定多項方案，再進行評估、排除，選擇最適當且合乎邏輯的方案。	在打牌的過程中，仔細分析每張牌可進牌的機率，並且運用所知的訊息組成最好的牌組，並打出最容易取勝的牌。
有限理性	學者劉永芳（2022）指出有限理性是指人類還沒有辦法達到完全運用資訊的程度。人類的理性或知識本身是稀少的、有限的，也就是說理性受到認知發展水平的限制，人們也會因為情緒、動機、社會心理等主觀因素影響到對理性行為的干預，以上這些因素導致人們無法做出完全理性的決策。	在打牌的時候會因為牌友的催促，或者因聊天、看電視等其他行為出現分心，導致玩家只能粗略評估勝算較大的牌。
非理性	學者何大安（2005）指出，非理性是一種不符合理性思考和缺乏邏輯的方式。這種方式是沒有適當的思考，因個人直覺、外在因素去做出的決定。在做出決定時，不去考慮後果會如何，比如說人類在生氣時，完全不會想到做出的結果，如果過度依賴非理性決策，可能會做出錯誤的決策和行為。	在打牌的時候，因為自己的喜好、或者執著於特殊的牌型，不進行勝算評估，而錯失了較可能聽牌或胡牌的機會。

資料來源：本組自行統整

四、機率的探討

為了評估玩家是否「理性」，本組採用「機率」作為評估工具。一般而言，理性的玩家，會傾向打出聽牌或胡牌機率較大的牌，而非理性玩家一般不會評估機率，僅靠個人直覺或喜好進行組牌。以下分別對機率的種類與定義進行說明。

（一）樣本空間(S)

「進行一次隨機實驗所有可能結果的集合稱之為樣本空間(S)。」（廖崇智，2021），因此，以本案研究的麻將牌型，我們將樣本空間(S)定義為總牌數扣除四家手牌後，尚未被抽取的麻將總數，代表為玩家在隨機抽取後，可能抽取到的牌。

（二）事件(A)

「樣本空間(S)的一個子集合定義為事件(A)。」（廖崇智，2021）因此，以本案研究的麻將牌型，我們將樣本事件(A)定義為欲得到的麻將牌。

（三）主觀機率

「定義事件(A)的機率 $P(A) \in [0, 1]$ 為個人主觀依據證據、資訊或知識而產生對事件(A)會發生的相信程度。」（廖崇智，2021）。根據上述，主觀機率在本案中是指玩家依靠以前的經驗，判斷特定事件(A)可能發生的機率。

（四）客觀機率

1、古典機率定義

「設樣本空間(S)為有限，我們定義事件(A)的機率 $P(A)$ 為： $P(A) = \frac{N(A)}{N(S)}$ 。」（廖崇智，2021），其中 N 代表所有可能會出現的情況，根據上述，古典機率是指所有可能發生有限的情況下，某事件(A)的發生機率。

2、相對次數機率定義

「設 n 表重複進行隨機實驗的次數， n_A 表 n 次重複實驗中事件 A 發生的次數，則我們定義事件(A)機率 $P(A)$ 為： $P(A) = \lim_{n \rightarrow \infty} \frac{n_A}{n}$ 」（廖崇智，2021），根據上述，相對次數機率是指大量重複進行實驗中，某事件(A)發生次數的對比總實驗次數(n)，計算該事件(A)發生的機率。

（五）條件機率

假設 A 與 B 為樣本空間 S 中的兩個事件，且 B 之件發生機率不等於零，我們參考的學者定義如下：「在給定事件 B 已發生的條件，事件 A 發生的條件機率為： $P(B) = \frac{P(A \cap B)}{P(B)}$ 」（廖崇智，2021）。因此本組希望透過條件機率的計算，了解在給定麻將年資作為玩家身分別的情況之下，組牌決策是否存在差異。

五、玩家思維與機率的關係

理性的玩家能有效的運用機率做決策，會去計算所有組牌的機率並選擇最好的決策。非理性的玩家通常不會去機算機率，而是憑直覺、過去經驗或者喜好做出決策。有限的理性玩家可能因為時間的不充足只能做出簡單的機率計算，選擇比較好的決策。

本研究所探討的麻將組牌策略屬於客觀機率中的古典機率，因此本組在玩家的特定策略之下，希望透過隨機抽取欲得到的麻將牌稱之為「事件(A)」，而尚未被抽取的牌即為「樣本空間(S)」，並且本組將利用準備胡牌及準備聽牌的牌型，進行古典機率的試算，並調查受訪者對於麻將組牌策略，是否會選擇聽牌或胡牌最大的理論機率值，做為組牌的選擇。

參、研究方法

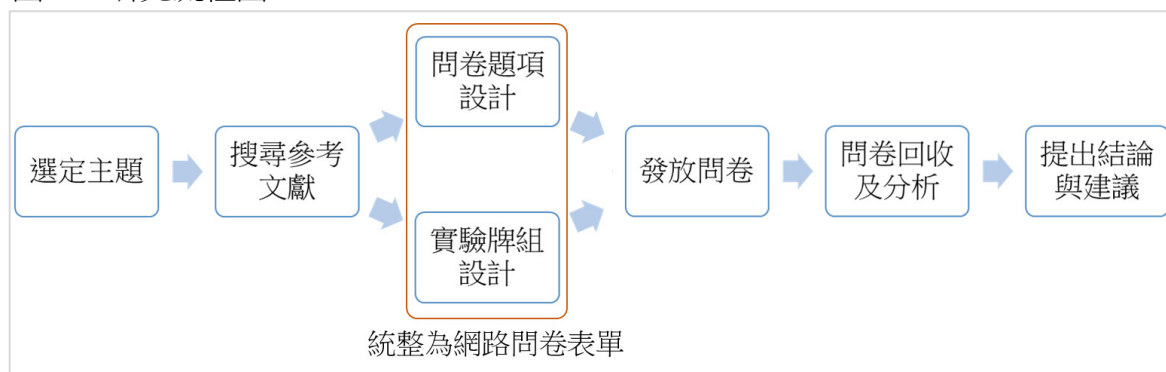
一、研究方法

- (一) 文獻分析法：查詢關於麻將網路資訊和官方網站獲取資料分析及歸納。
- (二) 問卷調查法：使用 Google 表單製作問卷，並且藉由網路工具讓受訪玩家填寫表單，事後再進行整理及分析。
- (三) 實驗設計法：本組為了解受試者對於麻將組牌策略之理性決策模式，因此設計了三種牌組，並計算聽牌及胡牌之理論機率，搭配問卷法進行測試。

二、研究流程

為了更清晰地展示我們專題的整體架構與研究步驟，本組將這份專題研究的流程採用圖像化的方式，製作出以下的流程圖。

圖一 研究流程圖



資料來源：本研究自行繪製

三、研究對象及限制

- (一) 研究對象：本組以遊玩過麻將的人為研究對象，本研究將麻將年資於一年以內的玩家定義為新手玩家，一年以上定義為老手玩家。
- (二) 研究限制：因時間和地理因素，本組以花蓮地區居民作為樣本，並收集問卷。

四、問卷調查方式

考量時間以及地域因素，本組採用立意抽樣及雪球抽樣方式進行問卷調查，並輔以 Google 問卷完成本次的調查研究。

五、實驗設計內容

本組為了瞭解新手與老手在打麻將時，是否會依照理性觀點進行組牌決策，並且為了控制所有受訪者在調查過程中，需要面對相同的情況進行比較，以排除其他因素。因此設計了三組牌型，並且根據古典機率論之定義，在不考慮其他玩家握有手牌情況下，計算每組牌型之最大理論機率值。

(一) 實驗設計之牌組一

牌組一為準備胡牌之牌型，本組提供「六條」及「二條」兩張牌給受訪麻將玩家作選擇，個別胡牌機率分析如下表所示。

表二 牌組一之胡牌機率分析

															
可打的牌															
打出後可進的牌															
可進總張數（事件(A)）						7 張牌					6 張牌				
樣本空間(S)						79 張數					79 張數				
胡牌理論機率值						$P(A_1) = \frac{7}{79} = 8.86\%$					$P(A_2) = \frac{6}{79} = 7.59\%$				

資料來源：本組自行設計

(二) 實驗設計之牌組二

牌組二為準備聽牌之牌型，本組提供「三筒」、「五條」、「六萬」及「七萬」四張牌給受訪麻將玩家作選擇，個別聽牌機率分析如下表所示。

表三 牌組二之聽牌機率分析

東	東	東																																																																																																																																																																																																																																																																
---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

打出後可進的牌			
---------	--	--	--

為了能夠了解麻將組牌決策與不同年資之差異，因此本組採用條件機率的方式，結合問卷統計結果，分析出給定年資之條件下，對不同年資之組牌差異進行交叉分析。

表六 牌組一之麻將年資與組牌策略之交叉分析（採用條件機率計算）

組牌策略	六條	二條
胡牌機率	$P(A_1) = 8.86\%$	$P(A_2) = 7.59\%$
新手身分（年資 1 年以內）	40%	60%
老手身分（年資 1 年以上）	30%	70%

資料來源：本組自行調查後統整

本次 53 名受訪者中，在給定「新手」身分的條件下，選擇打出胡牌機率高之新手玩家占 60%，較胡牌機率低之新手玩家 40% 高；而在給定「老手」身分的條件下，選擇打出胡牌機率高之老手玩家占 70%，較胡牌機率低之老手玩家 40% 高。且在牌組一之情境中，老手玩家在打出胡牌機率高之六條為 30%，較新手玩家 40% 低。

表七 牌組二之麻將年資與組牌策略之交叉分析（採用條件機率計算）

麻將年資	三筒	五條	六萬	七萬
聽牌機率	$P(A_3) = 36.71\%$	$P(A_4) = 36.71\%$	$P(A_5) = 49.37\%$	$P(A_6) = 37.97\%$
新手身分（年資 1 年以內）	27%	33%	13%	27%
老手身分（年資 1 年以上）	31%	17%	39%	13%

資料來源：本組自行調查後統整

本次 53 名受訪者中，在給定「新手」身分的條件下，選擇打出聽牌機率高之六萬之新手玩家占 13%，較聽牌機率低之五條之新手玩家 33% 高；而在給定「老手」身分的條件下，選擇打出聽牌機率高之六萬之老手玩家占 39%，較聽牌機率低之三筒之老手玩家 31% 高。且在牌組二之情境中，老手玩家在打出胡牌機率高之六萬為 39%，較新手玩家 13% 高。

表八 牌組三之麻將年資與組牌策略之交叉分析（採用條件機率計算）

組牌策略	三條	一條
胡牌機率	$P(A_7) = 7.59\%$	$P(A_8) = 16.46\%$
新手身分（年資 1 年以內）	63%	37%
老手身分（年資 1 年以上）	61%	39%

資料來源：本組自行調查後統整

本次 53 名受訪者中，在給定「新手」身分的條件下，選擇打出胡牌機率高之新手玩家僅占 37%，較胡牌機率低之新手玩家 63% 低；而在給定「老手」身分的條件下，選擇打出胡牌機率高之老手玩家占 39%，較胡牌機率低之老手玩家 61% 低。且在牌組三之情境中，老手玩家在打出胡牌機率高之一條為 39%，較新手玩家 37% 高。

為了瞭解受訪麻將玩家是否真正做到理性思考，本組除了了解玩家之組牌傾向之外，並搭配年資進行交叉分析，並觀察組牌傾向是否會因為麻將年資的不同而出現差異。調查結果如表八所示。

表九 麻將年資與組牌傾向之交叉分析

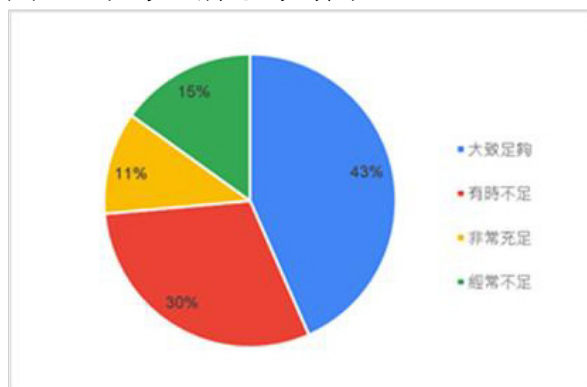
麻將年資與組牌傾向	仔細分析所有可能性	根據以往經驗	根據喜好
新手身分 (年資 1 年以內)	23%	17%	17%
老手身分 (年資 1 年以上)	26%	13%	4%
小計	49%	30%	21%

資料來源：本組自行調查後統整

本次 53 名受訪者中，約 49% 的受訪者其組牌傾向會仔細分析所有的可能性；約 30% 的受訪者其組牌傾向會根據以往經驗；而約 21% 的受訪者其組牌傾向會選擇根據個人喜好。

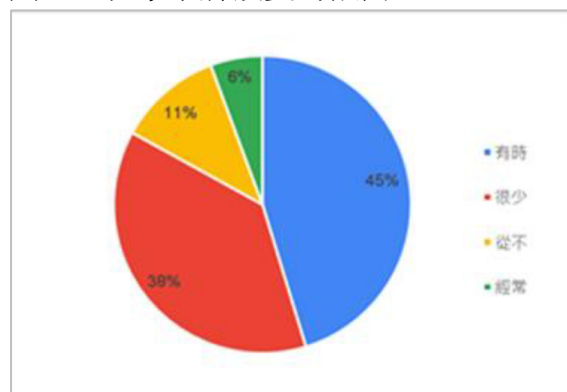
此外，影響玩家採用理性模式分析進行取勝的因素中，本組調查了「玩家組牌思考時間」以及「玩家手牌改變的傾向」，以了解受訪者對思考時間是否充足？以及是否願意為了取勝而改變現有手牌組合？調查結果如下。

圖二 玩家組牌思考時間



資料來源：本組自行調查後繪製

圖三 玩家手牌改變的傾向



資料來源：本組自行調查後繪製

受訪者中有 23 人（大約占 43%）覺得時間大致足夠，而有 16 人（大約占 30%）覺得有時不夠，再來有 8 人（大約占 15%）覺得經常不足，最後有 6 人（大約占 11%）覺得非常充足。

受訪者中有 24 人（約占 45%）有時因為想要胡更多的台數而放棄更容易胡牌的組合，再來有 20 人（約占 38%）很少放棄，接著有 6 人（約占 11%）從不放棄，最後有 3 人（約占 6%）經常放棄。

伍、研究結論與建議

一、研究結論

（一）台灣麻將的背景及文化

麻將又稱麻雀、雀牌，麻將是從中國傳到日本，再從日本傳入台灣，在流傳的過程中，各國、各縣市，甚至各地區的麻將玩法不盡相同，不過最主要以「16 張麻將」作為主流玩法。

（二）麻將牌型理性分析下之決策探討

理性玩家依據機率和數據選擇最佳行動，提高胡牌或進牌機率；有限理性和非理性玩家則因資訊不足、偏好或習慣，可能做出次佳選擇，從而影響整體遊戲結果和策略表現，甚至可能錯失更有利的機會。

（三）探討麻將在各種牌組狀況下之胡牌及聽牌機率之概算

牌組一之情境中，老手玩家在打出胡牌機率高之六條為 30%，較新手玩家 40%低；牌組二之情境中，老手玩家在打出胡牌機率高之六萬為 39%，較新手玩家 13%高；在牌組三之情境中，老手玩家在打出胡牌機率高之一條為 39%，較新手玩家 37%高。

（四）麻將新手與老手之組牌決策差異

新手和老手兩者在組牌決策中，有 26%的老手會仔細分析所有可能性，有 23%的新手會仔細分析所有可能性，兩者之間差異不大，因此新手與老手的受訪者宣稱自己已有理性思考，但在牌組一及牌組三的調查結果發現，兩者未必有深入分析的可能。

二、研究建議

由於本組研究時並無考量金錢誘因，因而有些玩家只是追求當下樂趣，並沒有仔細的去分析組牌策略，因此調查結果並無明顯的差異，但未來如果加入金錢的誘因，激起玩家的勝負慾，在調查結果上可能會有所不同。

陸、參考文獻

- 陳文松（2014）。日治台灣麻雀的流行、「流毒」及其對應」。台灣史研究，21（1），45-93。<https://lawdata.com.tw/tw/detail.aspx?no=214448>
- 中華社區報刊聯合新聞網（2022 年 7 月 29 日）。麻將的由來跟典故～反映古人樸素的宇宙觀。<https://www.cpfnews.tw/index.php/opinion/65736-2022-07-20-15-34-36>
- 唐逸（1999）。中國的理性思維。戰略與管理，2（11），103-111。
<http://www.cssm.org.cn/download/zzwz/zz19990221.pdf>
- 王國成（2012）。西方經濟學理性主義的嬗變與超越，中國社會科學，7，68-81。
<http://ft.newdu.com/uploads/collect/201803/04/W02014050536719388221055.pdf>
- 劉永芳（2022）。有限理性的本質辨析與價值之爭。心理學報。54（11），1293-1309。
<https://journal.psych.ac.cn/xlxb/article/2022/0439-755X/0439-755X-54-11-1293.shtml>
- 駱志芳，張永鵬（2006）“有限理性”概念的界定及其特徵。經濟理論與經濟管理，5，47-49。
<http://jjll.ruc.edu.cn/CN/abstract/abstract9210.shtml>
- 吳怡靜（2017 年 11 月 20 日）。諾貝爾經濟學獎得主塞勒：研究非理性行為，才能讓經濟學更人性化。<https://www.cw.com.tw/article/5086266>
- 孫岩（2000）。關於非理性與理性主義的思考。理論探索。3，8-9。
<https://cap.sxu.edu.cn/docs/20081206094858718026.pdf>

廖崇智（2021）。提綱挈領學統計。（台北市：大碩教育，民 110）。66-81。

甲等

《觀光餐旅類》

篇名：

時光交織：探索花蓮考古博物館在元宇宙的新視界

作者：

邱珮箏 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

林芷柔 國立花蓮高商 三年級 商三甲班 商業經營科

指導老師：

林宣融 老師

壹、前言

一、研究動機

最初本組覺得考古就是在遺址裡拿工具挖來挖去，但是在經過深入瞭解後才恍然大悟，驚覺考古是一件相當具有價值的事情，在挖出的藏品裡也蘊藏了許多的遺跡，像是可以了解並看見當時先人們的生活背景、建築方面，以及他們的聰明才智創作出來的物品，使我們彷彿站在巨人的肩膀上，並且與博物館結合在一起。博物館不僅扮演著收藏這些古物的重要角色，更是帶領後人們的時光機。

花蓮考古博物館（簡稱花蓮考古館），將得來不易的文化資產永久保存於館內，讓我們能在館內看到過去不曾看過的花蓮，踏入館內彷彿走進另一個時代。2021 年也被稱為元宇宙時代，活在這時代的企業不應該只維持現狀，而是需要跨域合作才更有機會被看見，此次我們想探討的不僅是花蓮考古館，還有該如何轉型與變化才能更貼近元宇宙的時代。

二、研究目的

- （一）了解「花蓮考古博物館」起源與發展歷程。
- （二）探討「花蓮考古博物館」經營理念及特色。
- （三）探討元宇宙對「花蓮考古博物館」影響和未來發展趨勢及建議。

貳、文獻探討

一、博物館

（一）定義

從我國的角度來說，博物館法（2015）第一章第 3 條第一項規定，博物館是「指從事蒐藏、保存、修復、維護、研究人類活動、自然環境之物質及非物質證物，並以展示、教育推廣或其他方式定常性開放供民眾利用之非營利常設機構。」由此可知博物館的存在，是為了提升民眾的人文歷史、自然科學、藝術文化等涵養，並展現出國家的文化內涵的機構。

另外從國際觀點來看，國際博物館協會（英文簡稱 ICOM）（2002）發布了新定義，原文經翻譯後指出博物館是一個非營利永久的機構，存在意義為社會服務，從事研究、收藏、儲存、詮釋和展示有形與無形的文化遺產。博物館以倫理與專業的方式運作和溝通，並與進行社區合作，提供多樣化的體驗與促進教育、反思與知識分享。

由上述可知，博物館不只有展示有形、無形資產的價值，也追求多元化，與民眾更貼近，除了提升人民的文化素質外，還提供教育與娛樂增加現代博物館的存在。

（二）意義

劉婉珍（2006）認為「博物館本身因內外環境與人為因素，在不同時代、不同國家、不同地方以各種面貌呈現」。博物館的藏品展示著那些已經消失卻曾經無比璀璨的文明。在博物館裡，可以看到人類怎樣一步步從遠古走到今天。這呼應到了超級導覽員趣說博物館（河森堡，2019）一書中所提到的「博物館裡保存的每一件文物，都是人類文明的「證據」。每一座博物館，都是一間裝滿人類文明紀錄的檔案室。」

藉由以上學者及博物館解說員所提出的說法可得知，將不同時代的人類資產與文化保存起來並將它們展示於現在被稱作為「博物館」的場所，而「博物館」內的每件藏品、文物和展覽則是代表著人類過去所存在過的文明以及古人的智慧，也將過去、現在和未來結合，成為現今的文明，同時也是博物館所存在的意義。

三、考古學

（一）考古學定義

根據國立台灣史前文化博物館（考古學習網，2024）定義指出考古是以科學方法，挖掘並研究古人的遺存，遺存是過去人類所遺留的物質的總稱，藉此瞭解古人生活的面貌，早期尚未發明文字，文獻上不一定能記載許多事情或是正確的歷史，需藉由科學的考古發掘和精密的研究來梳理歷史脈絡。

（二）考古的文化資產

為了充分了解古人生活面貌，考古學家們往往會透過探索或挖掘等方式，窺探並重塑歷史中，人類社會與文化的面貌，而考古後所得到的結果通常有以下這些文化資產，我們閱讀了相關資料後進行簡單的統整。

表一 考古的文化資產之名詞解釋

文化遺產	各項石器、陶器、金屬器等過去人類製造、使用之器物。
自然及生態遺留	動植物、古生物化石等與過去人類所生存與生態環境有關之遺物。
人類體質遺留	墓葬或其他關係下之人類遺骸。

資料來源：本組自行彙整

四、花蓮考古博物館

（一）成立背景

1929 年日本學者宮本延人與移川子之藏，於花蓮縣花蓮市美崙溪河口右岸台地上的花崗山遺址試掘，是花蓮初次正式考古發掘的地方。出土物品主要為玉器、石器、陶器和四座甕棺。2005 年花蓮縣府為了解縣內遺址分布地點，積極進行遺址調查並落實遺址保護，陸續累積考古共十一個地點，且挖掘出吉光片羽之藏品。2018 年後花蓮縣內考古遺址分布地點逐漸清晰，將豐田市場翻新整建。是臺灣第一間以舊有空間再利用的考古博物館，為保留花蓮史前文化資產，花蓮縣考古博物館於 2021 年 1 月 24 日正式成立。

（二）經營理念

政府單位、花蓮考古館與住民，三方攜手合作社區部落推出「考古學園」講述支亞干的歷史，含意是希望當地原住民對於共有文化遺產的理解、認同。花蓮考古館中集結花蓮縣各地的文化遺址，在遺址當中蘊藏著許多未知的文化資訊，除了呈現史前人的生活，還有花蓮縣地區長久以來的地理變化，主要的經營核心並非觀光，而是將考古文化結合教育，傳遞給社會大眾與下一代，一起維護與見證花蓮的歷史脈絡。

（三）館內特色

館內集結花蓮縣各地的考古文物，呈現花蓮地區五千年的人文發展。館中著名的文物有「月眉石槽」，從它可以了解到史前人已有精湛的石器技術。館內近期有利用二樓的空間，佈置與策劃新的展區，有許多結合考古相關的互動式遊戲，像是藏品的拼圖以及繪製出土位置等等。並於今年五月多將豐田移民指導所設為二館，展出最新挖掘之文化遺址。

五、元宇宙(Metaverse)

（一）元宇宙的概述

「元宇宙」一詞最初出現於美國科幻小說家 Neal Stephenson 於 1992 年所創作的小說「Snow Crash」，內容橫跨虛擬和現實世界之間，其中元宇宙的概念也因此而奠定基礎。Meta 意指「超越、元」，verse 則意指「宇宙」(universe)。

直至今日，「元宇宙」的定義為透過網路建構成虛擬世界並將它投射到穿戴裝置上，且在此世界中能建造任何現實所不存在的物品、空間。到了 2021 年由 Facebook 創辦人 Mark Zuckerberg 將此概念發揚光大，成為當今熱門議題之一，2021 年也被稱作元宇宙元年，同時也將旗下的社交軟體 Facebook 更名為 Meta，表示會讓用戶在虛擬世界裡，能獲

得與朋友、家人以及同事之間在實體世界裡所沒有的體驗。

（二）元宇宙的應用

目前元宇宙技術也廣泛運用於現實生活中，以下由本小組查詢相關資料後進行統整，列舉出幾種使用元宇宙技術的相關案例。

表二 元宇宙之應用與說明

應用層面	說明	實際案例
購物	使電商與元宇宙能更進一步虛實整合，元宇宙商店可降低成本、提供消費者更為擬真的店鋪體驗並且能更有效率地蒐集與調查消費數據。	悠閒城市 yocity
產品體驗	體驗式經濟來臨，Low's 居家修繕在賣場成立「Holoroom How To」虛擬實境體驗館，可讓民眾在虛擬世界體驗塗牆壁、浴室鋪磁磚等相關居家修繕工作。	「Holoroom How To」虛擬實境體驗館
娛樂活動	透過活動空間運用，讓展演團體能以更靈活的方式發表作品，創造一場無與倫比的娛樂饗宴。	LED 次世代虛擬攝影棚
教育	由 VR、XR、AI 與 Iot 技術，解決教育資源分配不均與過往學習期間所遇到的問題，致力於創造沉浸感、互動高的虛擬學習環境。	EWova
醫療	運用元宇宙技術進行科普、診療和臨床研究等。像是 AR 可用於手術 3D 影像處理、VR 則可用於手術訓練。	元宇宙醫學共識

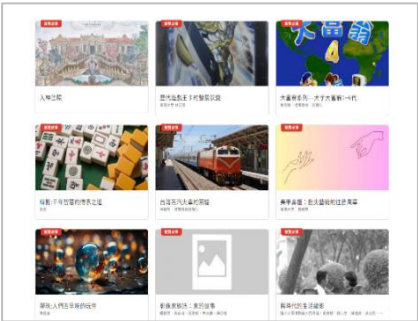
資料來源：本組自行彙整

六、數位科技的博物館

（一）開放博物館

開放博物館於 2018 年十月上線，由中央研究院與眾多機構打造。為了能夠讓民眾認識身邊的文化資產，中央研究院透過網站的方式打破實體博物館的地域隔閡，還讓藏品與知識自由流通，目的是讓專家手中的「典藏權」、「詮釋權」與「創作權」等，循序漸進的開放給不同的使用者。不管是博物館、民間收藏家、一般民眾或研究者，都可在此平台刻畫出屬於自己的數位展，裡面也有豐富的策展工具可使用，使藏品利用無限循環，層層堆疊出不一樣的火花。

圖一 開放博物館



資料來源：開放博物館（2024 年 8 月 28 日）。展覽。

<https://openmuseum.tw/exhibitions>

（二）ARTOGO 線上策展

Artogo 是台灣目前最具規模的線上展覽平台，這個平台將 3D 與 VR 技術應用於網站進行展示，打破傳統展覽的空間限制。透過虛擬展間，觀眾可自由在虛擬的展覽空間內活動，就像身臨其境一般享受與欣賞藝術作品。Artogo 這個展示平台讓藝術不再受限於地理與時間，為我們開啟了全新視野。

由上述幾種方式博物館的型態不只有實體，還有線上的博物館，讓全球的人都可以參訪且安全性高，也可不受地域以及外在因素影響，加上不受展廳的空間影響，可以較快的佈置新的展區，適合現代社會趨勢，由於花蓮考古館於 2021 年創立，創立的核心原因為教育以及傳遞，可與現代的趨勢結合，並跨領域與其他企業合作，不僅可以提升自身知名度，還可以把教育及傳遞的目標更延續。

參、研究方法

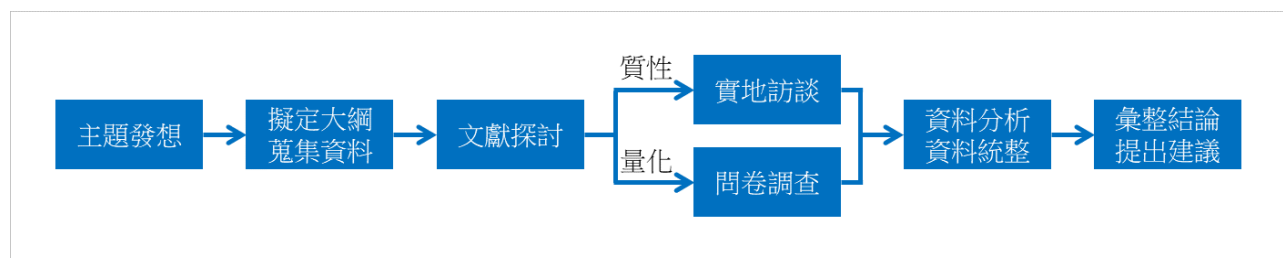
一、研究方法

- （一）實地訪談法：訪問花蓮考古館的高層人員，了解花蓮考古館實際經營情況與未來發展的相關計畫。
- （二）問卷調查法：利用線上問卷調查參訪花蓮考古館的民眾，了解花蓮考古館對參觀民眾的價值與意義。

二、研究流程

我們的研究同時結合了「質性」與「量化」的方式，分別對於花蓮考古館的經營者與參觀者分別進行研究，簡要流程如下。

圖二 研究流程圖



資料來源：本組自行繪圖

三、研究限制

由於本小組進行問卷調查之日期主要以課餘時間為主，並且於現場發放時，主要採用便利抽樣法進行，並不具備隨機性，因此我們對參訪民眾進行問卷實施的過程中，可能存在抽樣誤差。

肆、研究分析與結果

一、訪談結果

為了能夠充分了解考古館具體的經營方向與未來規劃，我們嘗試與花蓮縣考古館館長進行接洽。本組於 2024 年 9 月 18 日下午三點十分，與花蓮考古館館長溫孟威先生約定進行訪談，地點於花蓮考古館辦公室內舉行，館長受訪時間約 24 分鐘，訪談問題與館長溫先生之問答結果統整如下表。

表三 訪談結果彙整

Q1：目前如何推廣考古館的相關資訊？	舉辦免費體驗活動吸引家長和小朋友參觀，在活動中，可讓孩子與家長們能夠親身體驗富有教育意義的內容，也能增加親子間的互動。為了吸引更多人參觀，我們將活動相關資訊上傳至社群媒體，希望能讓大家關注並且享受這些有趣的體驗活動。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q2：如何策劃考古館的展覽主題或內容？	將花蓮出土文物展出並介紹其歷史文化內涵與考古知識，好讓觀眾深入了解當地的歷史發展。展覽期間，假日會有專業導覽詳細解說文物的歷史背景以及考古價值，使參觀者能藉由導覽體驗花蓮的文化與歷史。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q3：是否使用過回饋機制了解參觀者滿意程度和建議？對於參觀者的建議會如何改善？	我們正在使用意見箱作為回饋機制來了解參觀者的滿意度和建議。由於目前提出的建議大多為展覽內容太少、不夠精彩，為了使民眾看到更多考古文物與了解相關歷史文化，本館採用擴展區域展覽的方式，並努力增加出土文物且以不同的展區主題展出，也能讓參觀者感受到新鮮感還能知曉更為多樣的歷史與考古知識。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q4：經營考古館過程中是否遇過非常棘手的問題需如何解決？	考古館附近的停車問題會對社區民眾造成影響，尤其是活動高峰期或假日時，甚至還收到過民眾檢舉。為了解決上述問題，目前的解決方案為增設停車位，倘若遇到停車時長過久的情況會寫紙條或是聯繫車主提醒。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q5：除了推廣教育和當地文化結合的理念外，是否有其他想傳達的訊息？	展示考古文物不僅體現教育價值和結合當地文化特色以外，還可透過出土文物傳達出古人的生活環境與方式，同時藉由如此的展示也能讓人們比較古今生活的巨大差異，從而反思現代社會的變遷與進步，並引發當前文化的傳承與發展的深刻思

	考。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q6：未來是否會繼續創新目前的經營模式？	目前有嘗試線上經營，如果經費足夠的話，在未來也有機會想試著發展高科技展覽。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q7：在未來發展中，希望如何吸引更多遊客參觀？	主要讓遊客能在參觀時可以得到很多學習知識的收穫和價值或是參觀前也能有類似的期待感，而並非以多活動為重點。（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）
Q8：科技進步會如何跟進？會發展 VR、AR 或 AI 嗎？	曾與相關人員討論，但因資金需求過於龐大，目前無法展出類似 AI、VR 或 AR 等展覽（溫孟威館長，2024 年 9 月 18 日）

資料來源：本組自行訪談後統整

二、問卷分析

本組以 Google 表單調查參觀考古博物館的民眾，並了解他們對於考古館的想法和感受。問卷總共發放 119 份，問卷回收率 100%。首先我們先針對當天到訪考古館的受訪者進行了基本資料統計分析，分析結果如下：

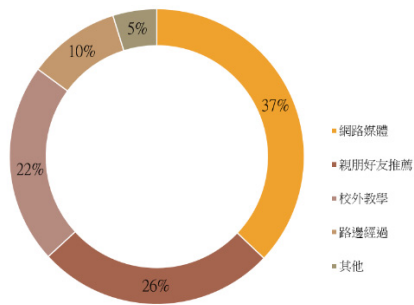
表四 基本資料分析

基本資料						
性別	男性		女性		多元性別	
	31%		68%		1%	
年齡	20 歲以下	21-30 歲	31-40 歲	41-50 歲	51-60 歲	61 歲以上
	66%	17%	3%	5%	6%	3%
職業	學生	工商業	服務業	軍警公教	農林漁牧	其他
	76%	6%	5%	3%	3%	7%
教育程度	國小	國中	高中職	大專/專科	研究所（含）以上	
	3%	5%	57%	32%	3%	

資料來源：本組自行研究

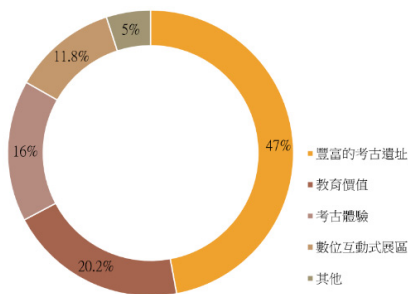
由此結果顯示參觀並受訪之民眾以女性居多，年齡以 20 歲以下為主（66%），職業以學生佔多數（76%），教育程度以高中職為主（57%）其次為大專/專科（32%）。而本組設計之問卷題目共 9 題，旨在了解受訪民眾對於考古博物館之經營相關問題以及未來發展趨勢，問卷分析後結果如下圖所示。

圖三 資訊管道



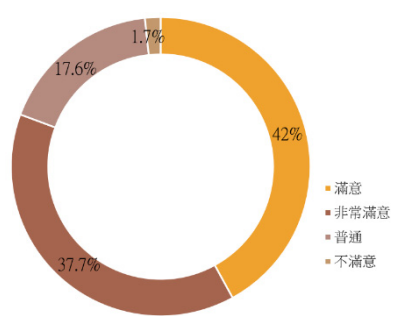
據圖三 37%是通過網路媒體的管道，再來依序為親朋好友推薦 26%、校外教學 22%、路邊經過 10%、其他 5%。

圖四 吸引特色



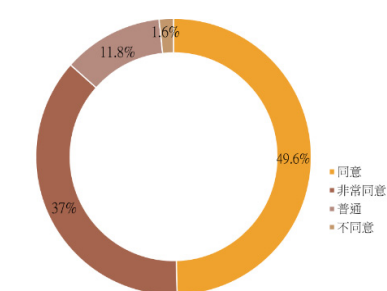
據圖四 47.1%是被豐富考古遺址所吸引，其次為教育價值 20.2%、考古體驗 16%、數位互動式展區 11.8%、其他 5%。

圖五 體驗感滿意程度



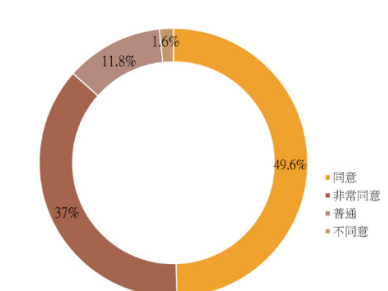
據圖五體驗滿意程度，42%滿意、37.7%非常滿意、17.6%普通、1.7%不滿意。

圖六 與當地特色結合程度



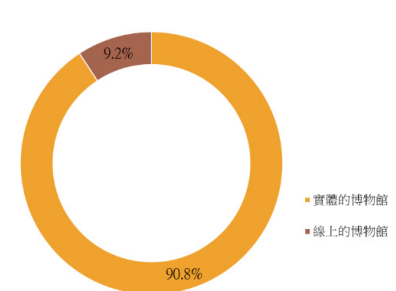
據圖六與當地特色結合程度 49.6%同意、37%非常同意、11.8%普通、1.6%不同意。

圖七 教育價值滿意程度



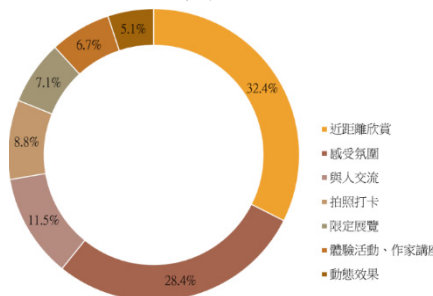
據圖七教育價值滿意度，49.6%同意、37%非常同意、11.8%普通、1.6%不同意。

圖八 喜歡實體或線上博物館



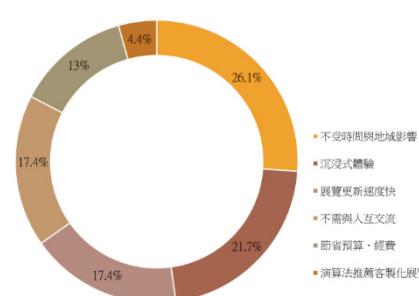
據圖八有 90.8%喜歡實體博物館，其次有 9.2%喜歡線上博物館。

圖九 喜歡實體館原因



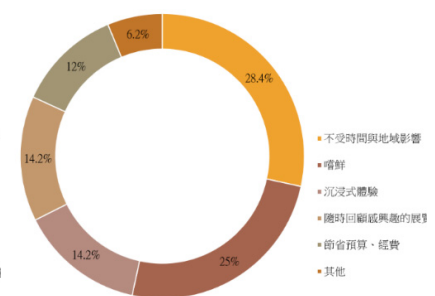
據圖九喜歡實體博物館的填答者有 108 位，喜歡原因為 32.4%近距離欣賞展品、28.4%感受氛圍、11.5%與人交流、8.8%拍照打卡、7.1%限定展覽、6.7%體驗活動、講座、5.1%展品動態效果。

圖十 喜歡線上館原因



據圖十喜歡線上實體博物館的填答者有 11 人，有 26.1%人認為不受時間與地域影響、21.7%沉浸式體驗、同為 17.4%展覽更新速度快與不需與人交流、13%節省經費、4.4%演算法推薦客製化展覽。

圖十一 想體驗線上館的原因



81 人中想體驗原因為 28.4%不受時間與地域影響，其次為 25%嚐鮮、同為 14.2%的沉浸式體驗、隨時回顧感興趣展覽、12%省經費、6.2%為其他。

伍、研究結論與建議

一、研究結論

（一）考古館的起源發展與經營理念

考古館最早可追溯至 1929 年由兩位日本學者在花蓮縣進行遺址試掘，其出土文物也被展示於考古館中。從 1929 年至 2018 年間，在花蓮縣內也挖掘出非常多的藏品與古物，2018 年後，首次在花蓮縣壽豐鄉豐田村成立花蓮縣考古博物館，其經營理念以教育、考古文化和花蓮當地文化結合，並將其傳達給社會大眾。

（二）受元宇宙衝擊下的考古館與未來趨勢

花蓮考古館開館當年，同時也是元宇宙最為盛行的一年，館長表示會試著跟上時代潮流，辦理線上展覽，但問卷結果顯示更多人喜歡實體展覽，大多是因為可以近距離觀賞且能感受展覽的氛圍。不過還是有七成的填答者想體驗線上的博物館，當作嚐鮮也能不受時間與地域影響隨時可以觀看展覽。

二、研究建議

（一）新增指示牌或廣告招牌

本研究小組在訪談館長前，前往的路上附近沒有明顯標的物，因此建議設置明顯標的物或廣告招牌，使參訪者可以更快發現考古館的所在位置，也能夠吸引過路遊客駐足前往。

（二）強化互動遊戲體驗

進館後本組先參觀和體驗館內的展覽和活動，發現有許多展覽並非直接展示，而是以互動式來展示，使參觀時有更多的樂趣。這次參與的活動是「考古挖挖挖」，整體來說是讓參訪者體驗考古的情境，也能瞭解到他們是如何挖掘文化遺址。並且考古館的網站上有設置線上展覽，不過內容較單一，本組建議可增設線上活動及相關小遊戲，不受地域限制也能體驗活動與學習考古知識。

（三）產學合作的媒合

花蓮考古館因其知名度較低，建議可與其他鄉鎮的學校和社區合作舉辦講座、教育課程與職業參訪等活動，除了能夠推廣考古知識、培養文化認同感外，最終也能達到吸

引更多人參觀的目的。

（四）與相關企業進行異業結盟

據訪談的回答考古館也想做線上展覽，或融入 AR 與 VR 資訊設備，由於資金龐大無法達成，建議可與相關企業或其他領域的企業，推出跨領域的展覽，與外縣市的考古館聯合辦展，展出各縣市特有的文化遺址，喚起大眾對環境維護與文化價值傳遞。

陸、參考文獻

博物館法（2015 年 7 月 1 日）。

國際博物館協會（2022 年 8 月 24 日）。Museum Definition。

<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>

劉婉珍（2006）。從博物館意識談博物館人的誕生與形塑。《博物館學季刊》，20（3），7-22。

<https://reurl.cc/M60Nq3>

河森堡（2019）。《超級導覽員趣說博物館》。時報出版。

考古學習網（2024 年 6 月 22 日）。考古學習區。<https://archae.nmp.gov.tw/b-02.html>

開放博物館（2024 年 8 月 28 日）。展覽。<https://openmuseum.tw/exhibitions>

甲等

《商業類》

篇名：

東大門夜市—花蓮吸引遊客觀光的燈塔

作者：

周凱杰 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

柯宇恩 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

李允悅 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

指導老師：

林淑芬 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

花蓮是一個適合觀光遊玩的縣市，有許多自然景觀，像是太魯閣國家公園及去過一次就令人難忘的七星潭，還有耳熟能詳的東大門國際觀光夜市，夜市是台灣特有的文化之一，這樣的夜市小吃文化在國外是很少見的，也是能吸引外地遊客的原因之一，東大門夜市裡有一條著名的叫做:原住民一條街，裡面充滿許多原住民文化的特色小吃及不同的文化與種族，還有台灣夜市的各種小吃，台灣夜市更是帶動台灣的經濟發展，我們想知道身在花蓮，東大門為什麼大家那麼喜歡來，為什麼花蓮的文化發展能帶動經濟。

二、研究目的

- (一)探討消費者在東大門夜市消費模式
- (二)瞭解東大門夜市的文化特色及效果
- (三)瞭解東大門夜市環境的影響

貳、文獻探討

一、夜市的定義

「夜市是營業以夜間為主的街路市集聚集地，最主要是提供人們購物之便利，且能深深感受體驗台灣當地風土民情的地方」(侯靜華，1985)

花蓮怎麼走入國際觀光?夜市是台灣特有的文化之一，也帶入了全世界大部分的國家都想來台灣夜市吃特有的小吃，不管早期或現代，台灣夜市真是走入國際的文化之一。

花蓮東大門 104 年(2015 年)創立，2019 至 2022 年連續 3 年榮獲經濟部舉辦「優良市集樂活名攤」3 星級優良市集，2022 年更榮獲 4 星優良市集，其中有多達 180 間攤商共榮獲 460 顆星級認證，是國內外旅人造訪花蓮時必去的觀光熱點。(花蓮縣政府全球資訊網，2023)

二、東大門文化特色

以東大門裡的原住民一條街為例，「以原名風格為設計，專門賣原住民風味料理及特色小吃，是民眾來夜市體驗在地原住民文化及美食的最佳選擇」(花蓮觀光資訊網，2023)也有魅力舞動的精采阿美族演出，阿美族是個非常熱情的一個族群，每次花蓮都會有豐年祭，也帶動花蓮的經濟發展。

圖一 原住民舞蹈表演(阿美族)



資料來源：YouTube，gaga 林

三、東大門運行結構

東大門結構就像是「口」字型的，從大門進來慢慢走就會走到福町夜市，再左轉就會到原住民一條街，在往前走就會到自強夜市 1，中間可以往右轉就會到各省一條街，其實當地人可以很快知道，中間的大草皮是可以直接穿越過去的喔。結構如下圖：

圖二東大門結構



資料來源：花蓮縣政府觀光業務專區，2021

參、研究方法

一、研究流程

圖三研究流程圖



資料來源：本組自行繪製

二、研究方法

(一)文獻分析法：蒐集相關資料，經過整理加以研究分析。

(二)問卷調查法：本組自行設計問卷後，採取電子郵件及網路進行問卷調查，收回問卷並整理分析。

肆、研究分析與結果

一、受訪者資料分析

表一基本資料

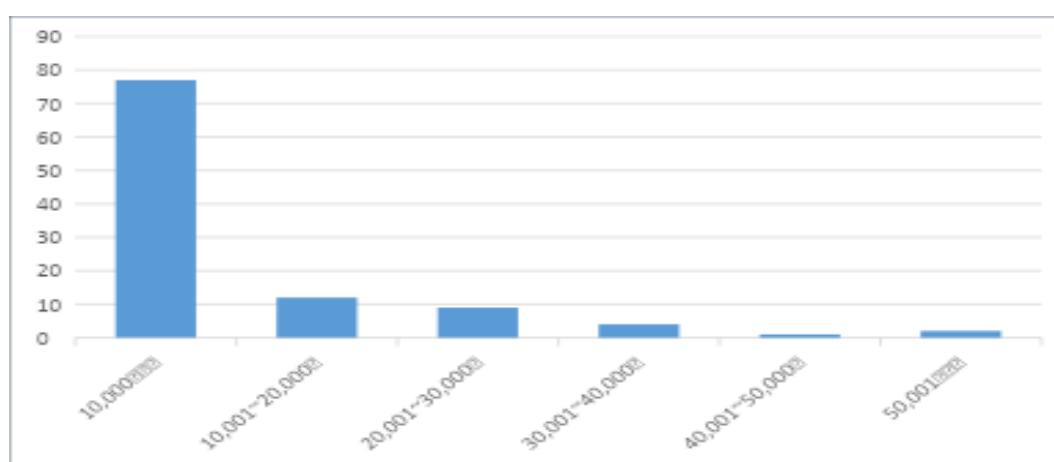
項目	分類	
性別	男	女
	41(38.3%)	66(61.7%)

年齡	15 歲(含)以下	16-30 歲	31-50 歲	51 歲(含)以上
	30(28.3%)	58(54.7%)	13(12.3%)	5(5.7%)
職業	學生	服務業	軍公教人員	其他
	77(71.9%)	7(6.6%)	3(2.8%)	20(18.7%)

資料來源：本組自行整理

由表一可知道受訪者大多是女性 66(佔 61.7%)，年齡大多介於 16-30 歲 58(佔 54.7%)，職業是以學生 77(佔 71.9%)最多。

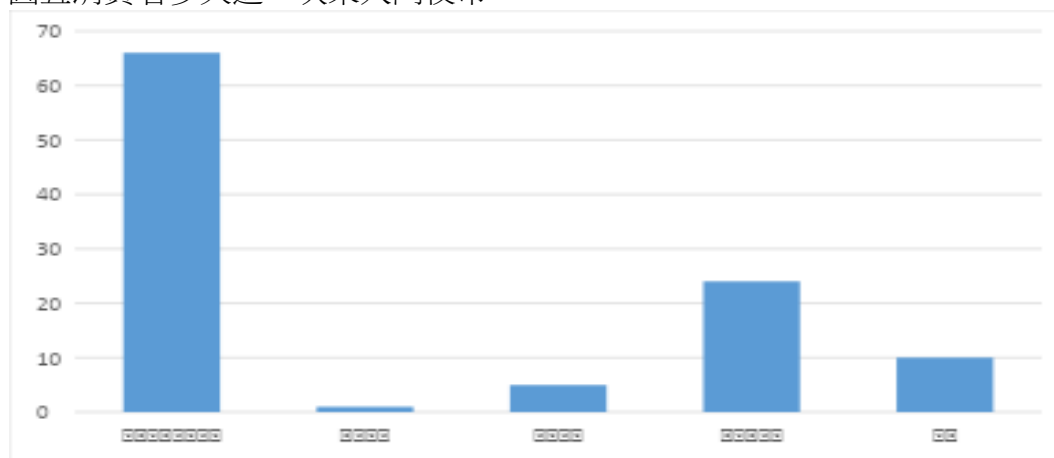
圖四消費者的收入？



資料來源：本組自行整理

根據圖四，消費者收入大部分在 10,000 元以下，可能因為大部份的受訪者是學生，所以收入不算高。少部分人的收入能到 40,001~50,000 甚至是 50,001 以上。

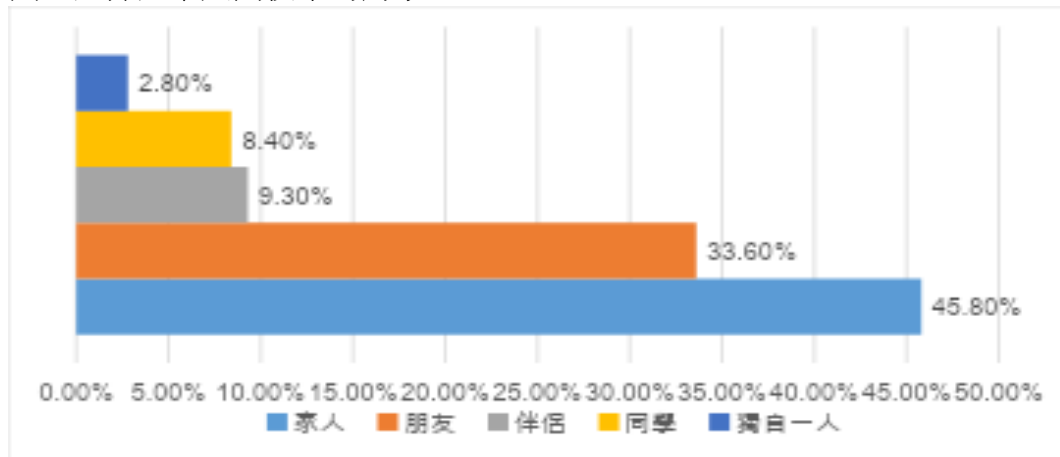
圖五消費者多久逛一次東大門夜市



資料來源：本組自行整理

從圖五可知少於每個月逛一次東大門夜市的比例佔了一半，可見消費者想去夜市的意願並不高，有可能是因為距離遠或者交通不便導致不常造訪，或者夜市本身的特色活動和吸引人力不足以吸引消費者常來光顧。此外有些人可能會選擇去其他地方消費而不常光顧夜市所以造成許多人少於每個月去一次。

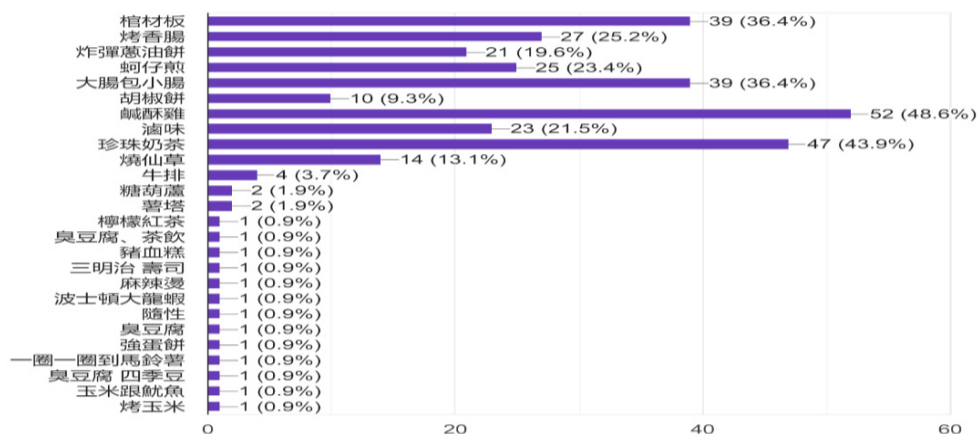
圖六選擇逛東大門夜市的對象



資料來源：本組自行整理

如圖六所示，可以看見大部分人在選擇逛東大門夜市的對象是家人佔了 45.8%，可知夜市對許多人來說是一個家庭聚會、共享美食的場所；第二多的選擇是跟朋友一起逛夜市佔了 33.6%，則其餘選項例如同學、伴侶獨自一人的選項就相對較小，說明夜市不僅是享受放鬆的好去處，還是一個與朋友一起放鬆、社交的好場所。

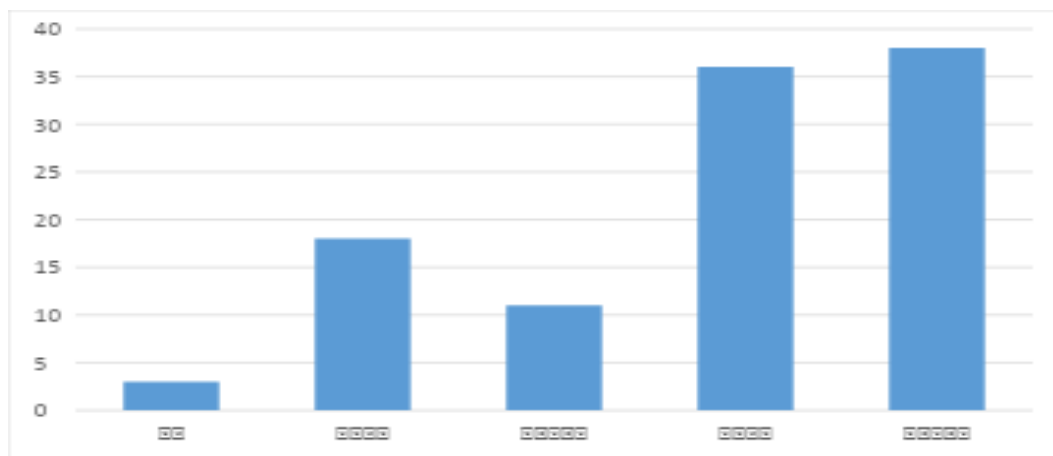
圖七喜歡東大門夜市什麼小吃



資料來源：本組自行整理

圖七可知有四個夜市的熱門食品，最多人選擇的是鹹酥雞佔 48.6%，其次是珍珠奶茶佔 43.9%，最後是棺材板跟大腸包小腸都佔 36.4%。

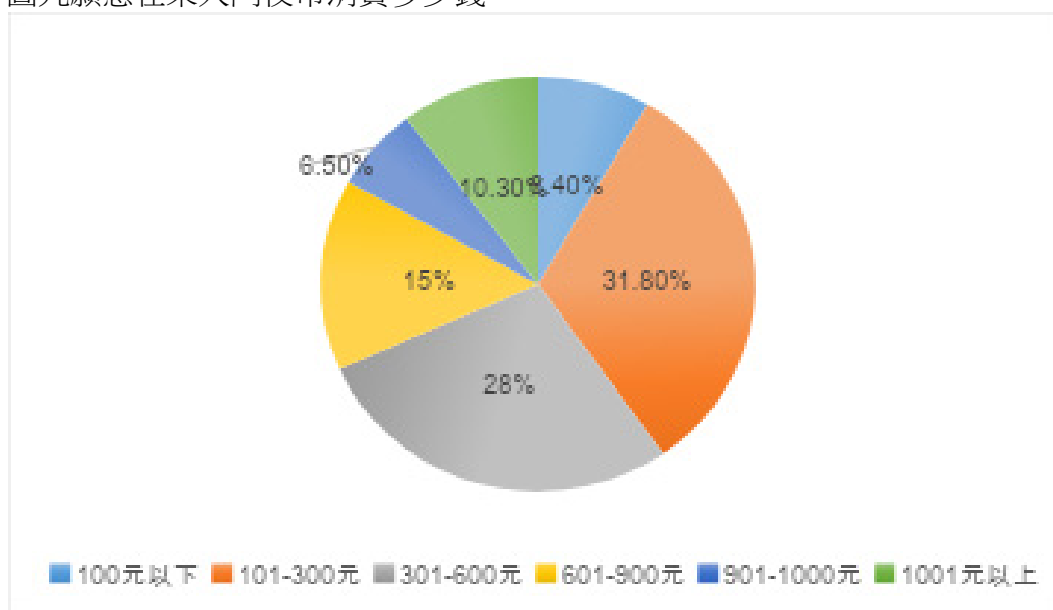
圖八注重東大門夜市什麼？



資料來源：本組自行整理

大部分人逛東大門夜市時，最注重的是衛生和食品，同時也希望價錢合理。既要確實食品安全，環境整潔，還要能夠以公平得價格享受到美食，這兩者對於大多數消費者來說都同樣重要。

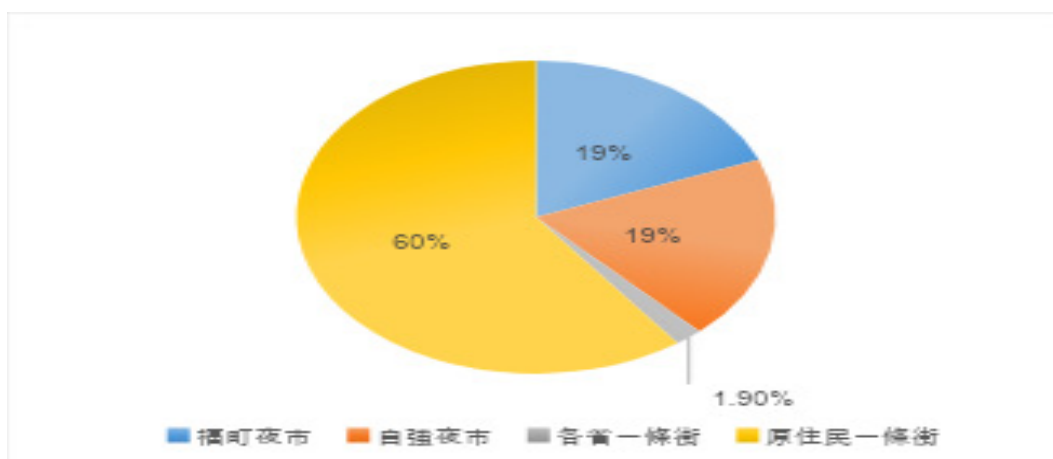
圖九願意在東大門夜市消費多少錢



資料來源：本組自行整理

根據調查消費者在東大門夜市一般願意花費的金額大約在 101 到 300 之間，這個範圍內的支出能夠讓他們享受到多樣的美食和商品，既符合預算又能滿足消費需求。還是有 10.30% 的人花超過 1001 元，或許他們想追求更高的產品品質或體驗覺得逛夜市是一種享受所以願意在這方面花更多錢。

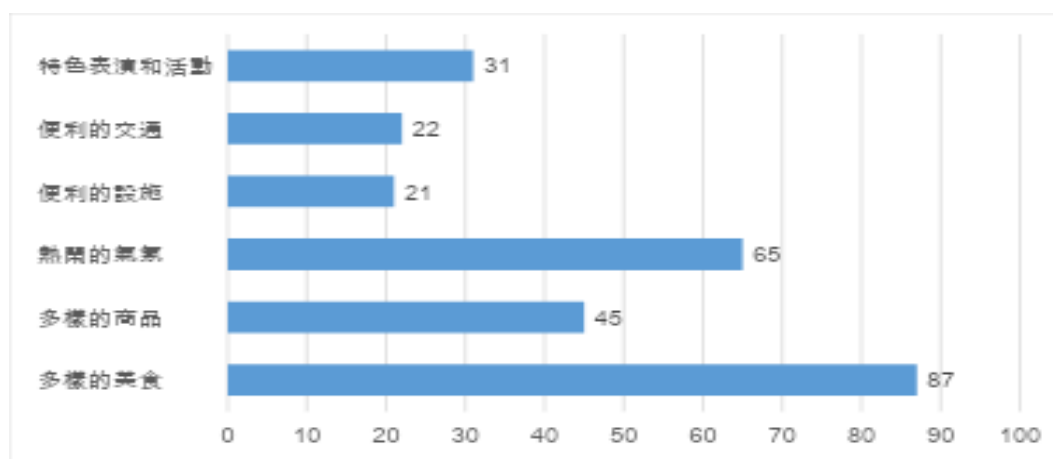
圖十喜歡東大門夜市哪條街



資料來源：本組自行整理

有 60% 的人喜歡原住民一條街，拋開本身就是原住民的因素不談，原因可能是大家喜歡具有特色的食品體驗及不一樣的文化，又或者是被手工藝品所吸引，就是因為夠有特色及不一樣的氣氛才能吸引許多不同人的喜歡。

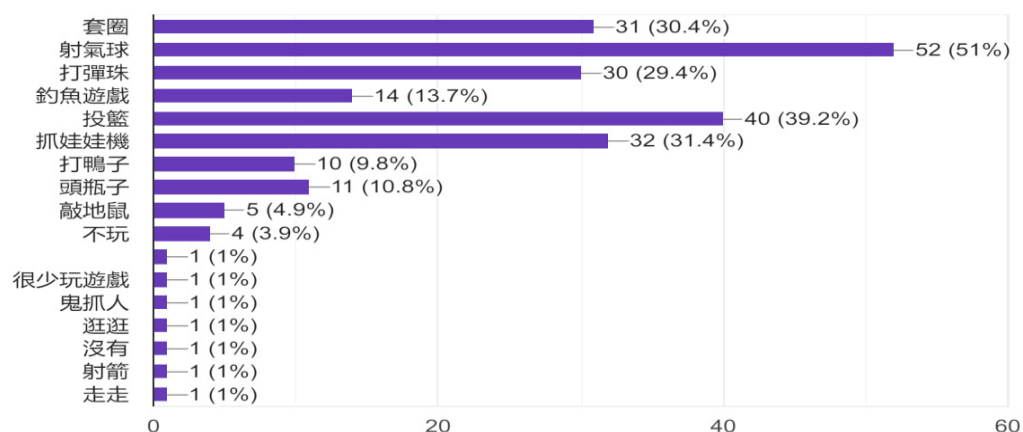
圖十一東大門夜市吸引你的地方



資料來源：本組自行整理

被問到東大門夜市最吸引人的地方時，大多數人表示是熱鬧的氣氛與多樣的食品。熱鬧的氣氛讓人感受到夜市充滿活力和熱情，是許多人放鬆、社交和享受娛樂的好地方；而多樣的食品則讓消費者能夠品嚐到各式各樣的特色小吃，滿足不同口味的需要，成為他們每次逛夜市的主要動力。而花蓮有三族(太魯閣族、阿美族、撒奇萊雅族)也會在東大門進行展演特色表演。

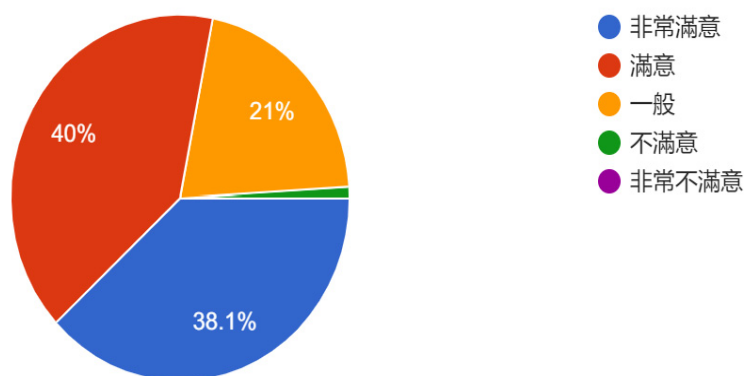
圖十二消費者在東大門夜市喜歡的娛樂項目



資料來源：本組自行整理

由圖十二可知，大家喜歡的娛樂項目前三名為：射氣球 52(51%)、投籃 40(39.2%)、抓娃娃機 32(31.4%)，射氣球對消費者來說簡單又上手；投籃可以考驗消費者技巧，而籃球也是台灣很夯的運動之一；抓娃娃機是裡面的獎品很吸引人，讓消費者有企圖心和技巧性想得到獎品，這些娛樂項目在夜市都是常見的。

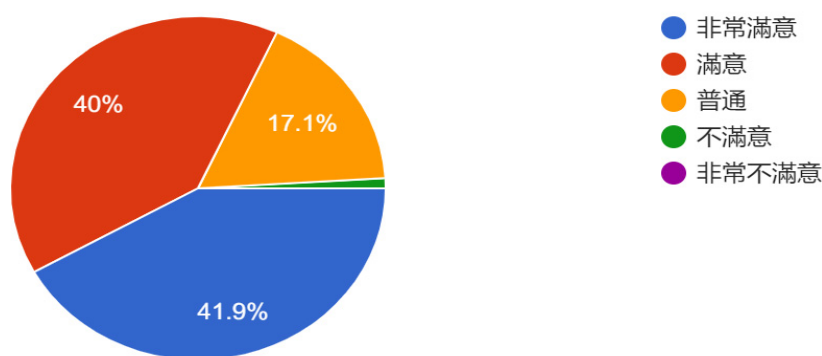
圖十三對東大門夜市的環境和設施滿意度



資料來源：本組自行整理

針對東大門夜市的環境和設施，大多數人表示滿意或非常滿意。這顯示東大門夜市的環境整潔、設施完善，能夠提供舒適的逛街體驗，滿足了消費者對衛生和便利的基本需求。夜市的良好設計和管理提升了顧客的體驗感，他們感到更加安心和愉悅。

圖十四對東大門夜市整體的滿意度



資料來源：本組自行整理

針對東大門夜市的整體滿意度調查，許多人表示滿意或非常滿意。這表明東大門夜市的整體規劃、服務、環境以及商品和美食的多樣性都符合消費者的期望。從熱鬧的氛圍到豐富的美食選擇，東大門夜市成功地為遊客提供了愉快的消費體驗，並且能滿足不同人群的需求，進一步提升了顧客的滿意度。

伍、研究結論與建議

一、結論

(一)消費者在東大門夜市消費模式

- 1.消費者大多為學生但逛東大門夜市的次數每個月少於一天，可見大家逛東大門夜市的意願不高。
- 2.大部份的人會選擇和家人一起逛東大門夜市，可見東大門夜市是聯絡家人感情及互動的地方。
- 3.受歡迎的小吃有鹹酥雞、珠奶茶及棺材板跟大腸包小腸，反映出消費者的口味及偏好，而每次消費金額大約在 300 元以內，表示消費者精打細算及小金額的消費。

(二)東大門夜市的文化特色及效果

- 1.夜市內有專區專門販售原住民特色小吃，如烤山豬肉、竹筒飯等，同時搭配原住民歌舞表演，吸引消費者在享用美食的同時體驗文化魅力。
- 2.主打原住民特色，東大門夜市中的原住民一街，強調原住民特色，攤位與表演，打造特有的文化體驗，打造東大門獨特的風格，吸引對多元文化感興趣的消費者。

(三)東大門夜市環境的影響

- 1.消費者對於東大門夜市衛生及食品安全非常重視，良好的衛生環境能提高消費者逛東大門夜市的意願。
- 2.夜市熱鬧的氣氛與多樣的美食會讓消費者感受到活力，在這種氛圍之下，容易影響消費者的情緒，使消費者更樂於消費。
- 3.消費者對東大門夜市的整體滿意度很高，不但能吸引新的消費者也能提升老顧客的忠誠度及回訪次數。

二、建議

(一)利用社交媒體方式行銷

開設更多個不同的官方帳號(例如:臉書、Instagram)，定期在網路上發佈與東大門夜市有關的特色美食與眾多不同的娛樂項目，透過短影片的方式來提高消費者回訪率，更可以吸引更多外地的旅客造訪東大門夜市。

(二)與影視平台合作

將東大門夜市加入旅遊節目或是拍攝紀錄片的場景，透過這些方式宣傳東大門夜市，也能藉此提高東大門夜市的知名度。

(三)更多樣化口味選擇

設計多樣化的產品選擇，滿足不同族群需求，例如甜鹹口味皆有的創意煎餅，或推出素食者專屬的小吃。例如:某攤販販售炸物，提供自選調味粉區，讓顧客自行選擇台灣辣椒粉、海苔粉等風味。

(四)品牌化小吃包裝

攤販利用獨特包裝設計，例如竹編容器或可重複使用的環保袋，讓顧客帶走的不只是食物，還有紀念品。例如：一家賣炸雞的攤販用印有「花蓮限定」字樣的復古紙袋，吸引國內外顧客打卡分享。

(五)培養攤販經營創意與服務意識

定期舉辦培訓課程如服務技巧、食品衛生、行銷創意等，提升攤販競爭力。

(六)更充足的停車空間及大眾運輸

東大門夜市位於花蓮，交通不太方便，政府可設前往東大門夜市的專屬公車，公車營業時間必需和東大門夜市營業時間配合，方便遊客前往；或者在東大門夜市周邊規劃更充足停車空間。

陸、參考文獻

侯靜華(1985)。夜市之市街空間-以士林夜市個案研究。中原大學建築研究所：碩(博)士論文。

花蓮縣政府全球資訊網(2023 年 10 月 27 日)。東台灣唯一！花蓮東大門夜市獲評為五星優良市集。https://www.hl.gov.tw/News_Content.aspx?n=32725&s=147300

花蓮觀光資訊網(2023 年 3 月 6 日)。東大門夜市。
<https://tour-hualien.hl.gov.tw/cp.aspx?n=505>

gaga 林(2015 年 11 月 07 日)。151107 花蓮東大門夜市-原住民舞蹈表演(阿美族舞 1)〔截圖〕。YouTube。<https://images.app.goo.gl/hANwQcPZvobBgWGF6>

花蓮縣政府觀光業務專區(110 年 05 月 03 日)
https://csa.hl.gov.tw/tourbusiness/News_Content.aspx?n=15795&sms=17898&s=79996

甲等

《商業類》

篇名：

次元的羈絆正在「漫研」 — 動漫產業文化

作者：

戴巧盈 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

吳宥瑾 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

徐珮寧 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

指導老師：

林淑芬 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

動漫的起源可以追溯到早期的日本把西方新發展的動畫製作技術帶到日本，並開始試著製作動畫，雖然一想到動漫就讓人聯想到日本，但是無論是漫畫還是動漫一開始的源起都來自歐美洲。隨著日本戰後經濟興起，日本動畫創造出了比歐美洲更加出色的成果，在後來漸漸發展分離出屬於自己風格的動畫流派。

現代動漫產業日益興盛，從默默無名發展到現在是一個全球性的娛樂，在過去幾十年中迅速發展，從最早的黑白手繪動畫到現代的高品質 3D 動畫和電影再到進入遊戲市場，現今動漫作品已經成為人們日常生活中不可或缺的一部分，有些人在情緒上和行為裡都會被其所影響。多樣化的主題風格吸引了全球喜好不同的人，使動漫成為一個具有龐大影響力的產業。在這個發展的背後，有著複雜的商業模式、技術創新和文化交流，值得深入探討和研究。

二、研究目的

- (一)、瞭解「動漫產業」。
- (二)、瞭解「動漫產業」的影響力。
- (三)、瞭解「動漫產業」經營手法與行銷策略。
- (四)、探討民眾對「動漫產業」的消費型態。

貳、文獻探討

一、動漫產業分析

對於動漫產業呂煒琳等（2017）指出「所帶來的影響頗巨，帶來許多商機，台灣地區也是興盛中的國家之一，動漫產業經過近百年的發展，已形成特有的產業鏈」隨者科技的發展進步，日常的休閒活動也變得更多元，動漫產業興起越來越繁盛，而各國也開始越來越多人開始討論，接觸的人變得相比之前更多，相對的動漫產業也開始嶄露頭角，產業所覆蓋的範圍變得不像以往只在於亞洲地區。

二、探討動漫產業文化影響力

賴俞安（2020）指出「無論是日本或台灣的動漫迷對動漫的涉入程度高低，對其行為程度及消費行為皆有正向影響。」日本動漫粉絲在各年齡層的花費在動漫周邊產品的程度，跟涉入程度有明顯的影響，但在台灣動漫迷就沒有顯著影響；無論涉入程度和消費或行為這三者皆有正向影響。

三、動漫產業對人的影響力

動漫產業對人的影響：「不只是一種個人情感的寄託，更可能是一種推動產業發展的助力。漫畫本凝聚了有相同喜好的讀者，進而閱讀、討論、實踐。」（林孟宜，2008）

「學習與仿效反映於生活中，同時能給予正向情緒，調整情緒面對負面情緒」（江毓哲，2017）有些人會融入個人的經歷與意見，把動漫人物當作平時日常中的模仿樣本，藉由觀察劇情與角色的行為來作為自己做事的參考。

林珮君（2014）也提到「受特定動漫人物影響很深，對於喜愛的動漫人物，也會花時間學習其才藝或優點，可見動漫對學生而言有其正面之影響力。」

參、研究方法

一、研究方法

我們研究方法採用的是問卷調查法、文獻探討法，根據想調查的內容整理出一份表單，利用在網路上發布問卷請認識的朋友填寫，再請他們轉傳給親朋好友，以蒐集許多問卷回饋讓問卷更有參考性，問卷整理出動漫對人的影響力大多為何者影響，心理上又或者帶到生活中的習慣，再接著整理出民眾花在動漫上的費用，深入探討跟涉入程度有沒有明顯的影響。

二、研究流程

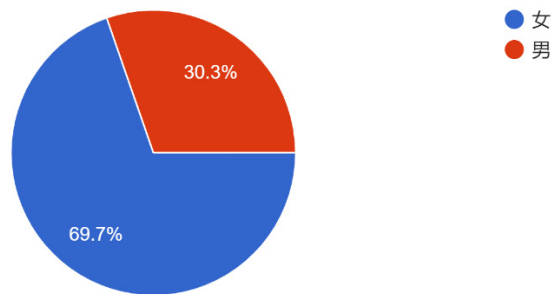
圖 1：研究流程圖



資料來源：研究者自行繪製

肆、研究分析與結果

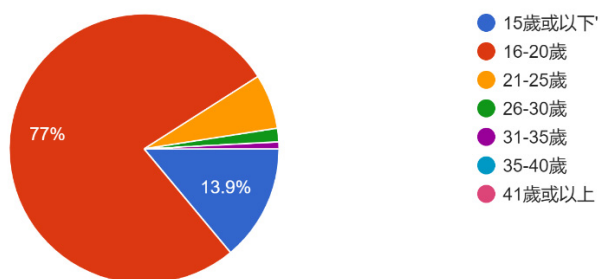
圖 2：受訪者性別



資料來源：研究者自行繪製

從問卷結果中能知道女生看動漫的比例比較高超過半數。

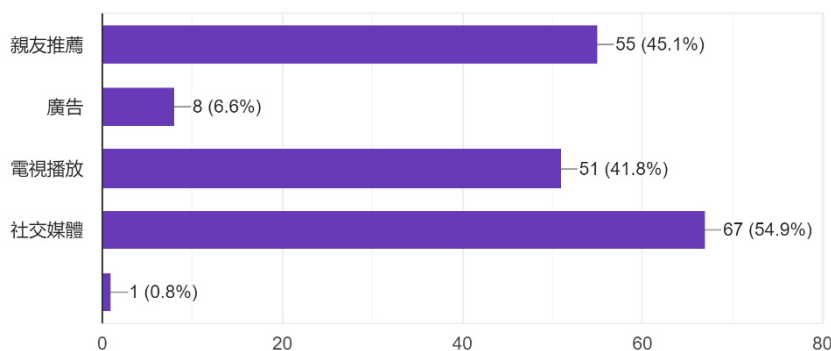
圖 3：受訪者年齡



資料來源：研究者自行繪製

問卷結果中能看出看動漫的人群都是年輕民眾，20 歲(含)以下者占受訪者的 90.9%，20 歲以上的人就只占不到 10%，代表說動漫在未成年的青少年中比較受歡迎。

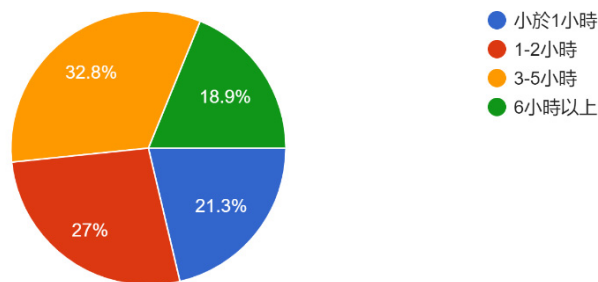
圖 4：如何開始接觸動漫(可複選)



資料來源：研究者自行繪製

從數據中可以看出，社交媒體和親友推薦是大家接觸動漫的主要途徑，這反映了數位時代中社群平台的影響力，以及人際網絡的重要性。同時，傳統的電視播放依然保有一定的市場，而廣告的影響力則相對有限。

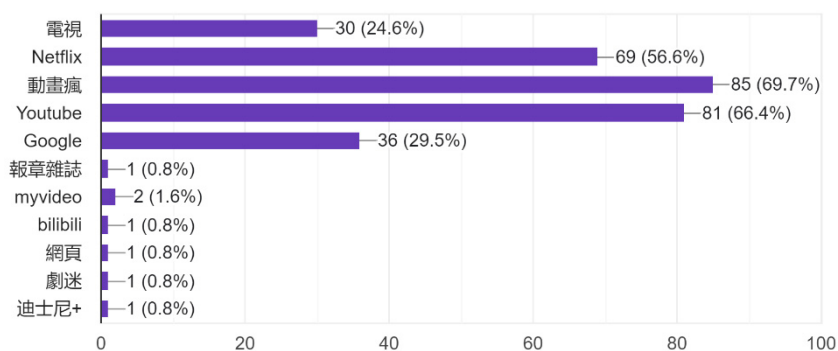
圖 5: 您一周大約花多少時間在看動漫?



資料來源：研究者自行繪製

從數據中可以看出，超過一半的受訪者（32.8% + 18.9% = 51.7%）每週觀看動漫的時間達3小時以上，顯示動漫對大多數人有一定的吸引力。而輕度觀看者（1-2小時）與少於1小時的群體比例也不容忽視，說明觀看動漫的習慣在不同受眾間存在明顯的差異。

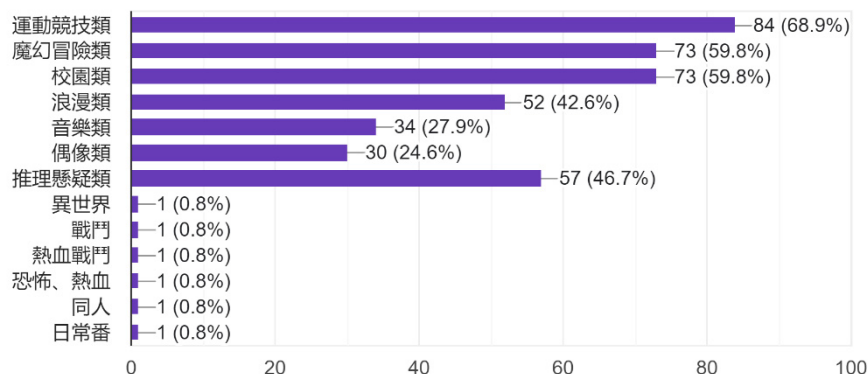
圖 6: 您通常通過那些平台觀看動漫? (可複選)



資料來源：研究者自行繪製

數據顯示，觀眾觀看動漫的選擇以Netflix、YouTube和動畫瘋為主，這三大平台分別代表了付費高品質、免費便利以及在地專業的觀看需求。隨著觀看習慣逐漸數位化，傳統電視的比例減少，而免費與付費平台的並存也反映出台灣市場多層次的需求特性。

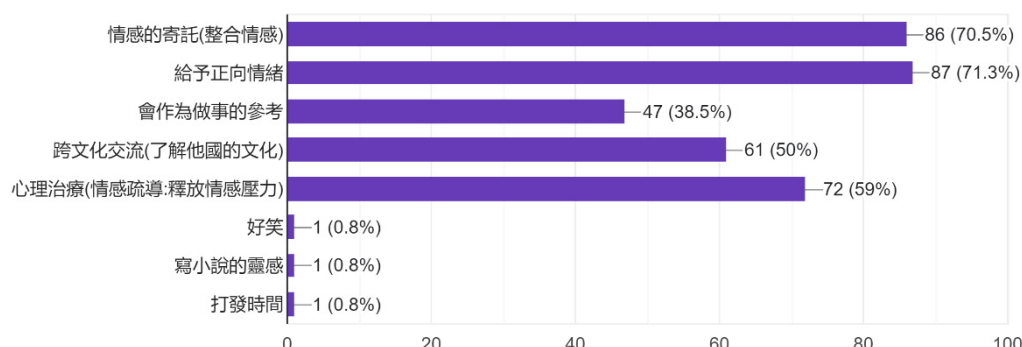
圖 7: 您主要都看什麼類型的動漫? (可複選)



資料來源：研究者自行繪製

受訪者最喜歡的動漫類型集中於運動類、魔幻/奇幻類和校園類，這三大類型反映出觀眾對熱血奮鬥、情感共鳴和逃離現實的幻想追求的高度需求。另一方面，愛情、懸疑、搞笑等類型則提供不同層次的娛樂與情緒體驗，滿足更細分的觀眾群體。

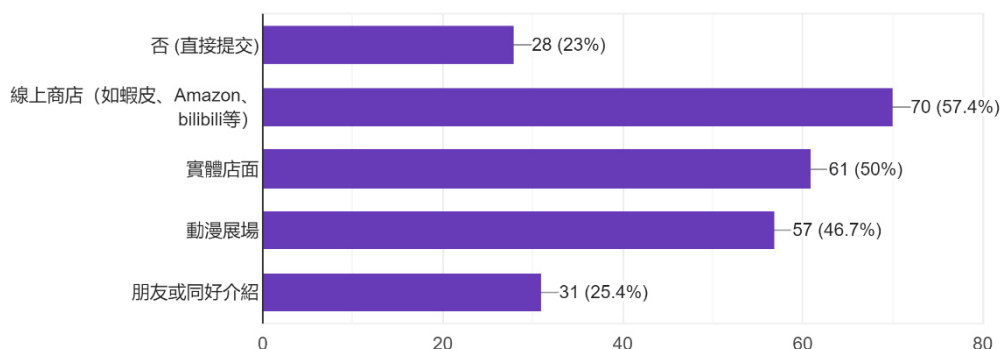
圖 8: 動漫對你的影響 (可複選)



資料來源：研究者自行繪製

動漫對受訪者的影響，主要集中在情感療癒和價值觀傳遞這兩個方面。許多人透過動漫獲得情緒上的支持，感受到陪伴與安慰，同時也從中學習到努力、堅持等正向價值觀。此外，動漫作品還展現出跨文化交流的潛力，讓不同文化背景的人透過故事更了解彼此，形成共鳴。而部分具有知識性或啟發性的動漫，更讓觀眾在娛樂的同時，獲得學習的樂趣和啟發，讓動漫成為一種兼具教育與文化價值的媒介。

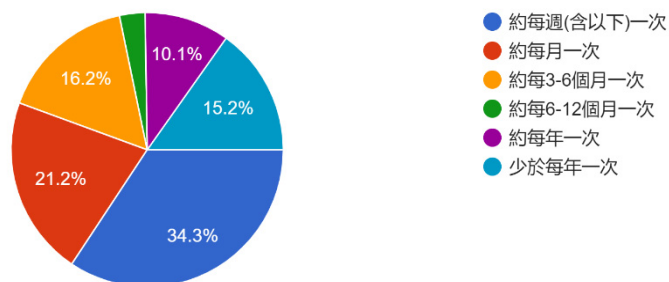
圖 9: 您是否有花錢購買相關周邊? 有的話又是透過哪些管道購買動漫周邊商品? (可複選)



資料來源：研究者自行繪製

從數據中可以看出，線上商城（57.4%）是最主要的購買管道，遠高於其他選項，顯示網路購物已成為動漫周邊消費的主流方式。同時，實體店面（50%）和動漫展覽（46.7%）也佔有重要地位，說明線上與線下購買渠道同樣受到青睞，形成互補的購買模式。

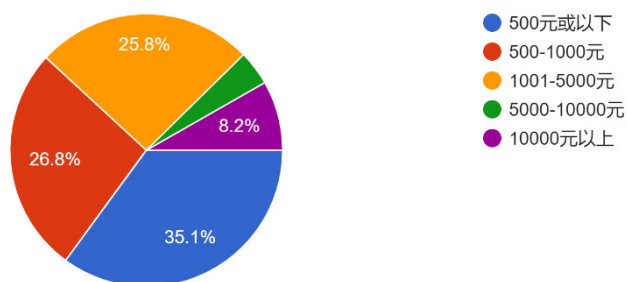
圖 10: 您購買動漫商品的頻率是？



資料來源：研究者自行繪製

圖表中購買頻率高的人例如定期購買如每個月每周都會進行消費，他們可能對限定版或收藏品等特定商品有強烈興趣，熱衷於支持自己喜歡的動漫角色，所以在相關商品上願意花費更多金錢，購買頻率低的人例如好幾個月或是一年只消費一次，他們可對動漫相關商品購買沒有形成習慣，更多的是偶然性消費，喜愛動漫但不一定會花費大量資金支持其商品。

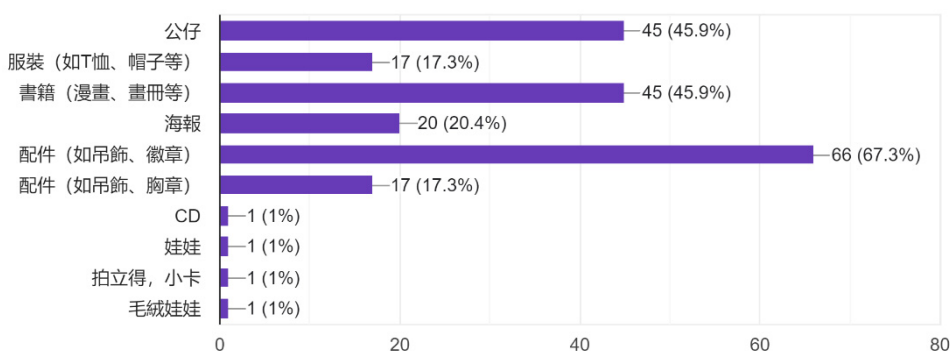
圖 11：您每個月在動漫相關產品上花費大約多少？



資料來源：研究者自行繪製

圖中顯示喜愛動漫的人七成都願意在相關產品上花超過 500 元大部分人維持小額消費，並且存在一批高消費群體，對於高價商品具有購買力。

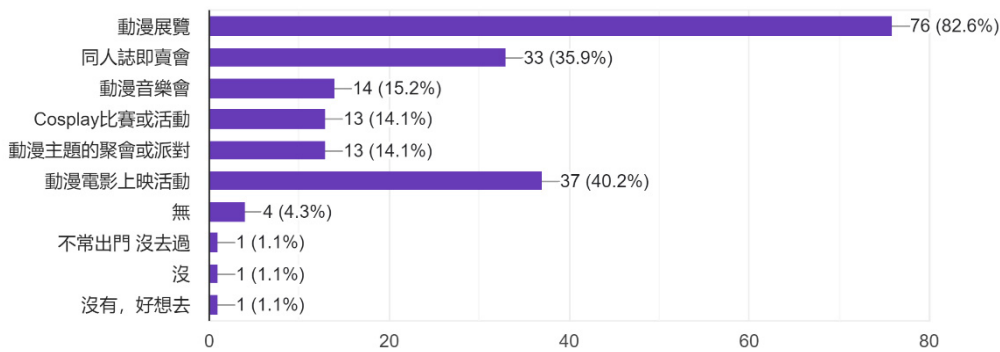
圖 12：您最常購買的動漫商品類型是？(可複選)



資料來源：研究者自行繪製

從圖表得知小配件因叫好收納所以受歡迎，公仔具有收藏價值，可向他人展現自己的愛好，讓他們在群體中得到認同感共鳴。

圖 13：您參加過哪些類型的動漫活動？(可複選)



資料來源：研究者自行繪製

從圖表可得知動漫展覽最受歡迎，在漫展中進行社交活動或與自己喜愛的角色互動，還能購買動漫周邊，通過這些活動表達對動漫的熱愛。

伍、研究結論與建議

一、結論：

動漫產業不僅為人們提供娛樂，更透過豐富多樣的角色塑造與扣人心弦的劇情，引發觀眾的情感共鳴與思考，使動漫文化逐漸融入人們的日常生活與社交互動之中。這些角色的塑造與故事的發展，往往能夠觸動觀眾內心深處，使他們在觀看的過程中反思自身的經歷與情感，並在虛構的世界中找到情感寄託。隨著動漫產業的全球化發展，其影響力已經超越傳統媒體的界限，無論是透過精彩的動畫作品、沉浸式的電子遊戲，還是各種精美的周邊商品，都讓觀眾得以更深入地參與其中，從而形成了一種獨特而豐富的文化現象。

這種參與不僅讓人們能夠跟隨角色一同經歷冒險與成長，還促進了動漫社群的形成，讓粉絲能夠透過討論、分享與創作，深化對作品的理解與情感投入。

此外，動漫作品對於情感表達與價值觀的塑造也具有深遠影響。許多人能從作品深入探討友情、愛情、勇氣、自我探索與社會議題，促使觀眾反思自身的處境，甚至在現實生活中受到啟發。

最終，這些因素共同構築了一種，使動漫文化能夠跨越語言與地域的界限，在世界各地發展壯大。隨著數位時代的到來，串流平台與社群媒體進一步加速了動漫的傳播，使更多人能夠接觸到來自不同國家的作品。這種影響力不僅改變了娛樂產業的生態，也對當代社會的文化與價值觀產生深遠影響，讓動漫不再只是消遣，而是能夠啟發思考、傳遞情感與連結世界的強大文化力量。

二、建議：

(一)加強社交媒體行銷

動漫產業要加強在社交媒體平台的宣傳，利用平台設立粉絲社群，讓許多粉絲透過社群平台、論壇或同人創作活動來表達對作品的熱愛，甚至進一步影響動漫產業的發展趨勢。例如，某些受歡迎的角色或劇情可能因為粉絲的積極反應而影響續集的製作方向，這種雙向互動讓動漫文化不再只是單向傳播的娛樂內容，而是一種與觀眾共同成長的文化現象。

(二)創作多樣化內容

除了運動類、魔幻/奇幻類和校園類之外，還可以創作更多愛情、懸疑、搞笑等類型，可以吸引更多年輕女性或其他年齡層及男性關注動漫，也可以提高投入感。

(三)提供情感支持和引導正確價值觀

讓動漫故事傳遞出積極的訊息，例如努力追求夢想、勇敢面對困難、珍惜與他人的羈絆等，這些價值觀不僅影響個人，也能促進社會的包容與理解。例如，某些作品強調接納與尊重多元文化，使觀眾更能理解不同族群或群體的處境，進而提升社會的整體包容度。

陸、參考文獻

賴俞安(2020)。探討動漫產業之動漫迷涉入程度與消費行動之關係。國立臺中科技大學應用日語系日本市場暨商務策略碩士班：碩士論文。

<https://hdl.handle.net/11296/q2ct93>

林孟宜(2008)。台日動漫產業關係研究：從產業、文化到迷群。崑山科技大學視覺傳達設計研究所：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/67q7td>

江毓哲(2017)。動漫對青年之正向情緒影響研究：以社會支持觀點探討。義守大學大眾傳播學系研究所：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/2e96f6>

林佩君(2014)。國中學生觀賞動漫對學習影響之研究。佛光大學未來與樂活產業學系研究所：碩士論文。<https://hdl.handle.net/11296/9ggwz6>

呂煒琳、汪芷榆、王奕然、謝家豪(2017)。台灣數位動漫產業結構初探。台北海洋技術學院學報，8(2)，17-33。

甲等

《健康與護理類》

篇名：

足下真菌的香港腳樂園

作者：

蔡育安 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

蔡以恩 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

羅亞琦 國立花蓮高商 三年級 商三乙班 商業經營科

指導老師：

林淑芬 老師

壹、前言

一、研究動機

現在每個人出門都要穿上一雙鞋，回到家，腳悶了一天還流了汗，甚至有可能滋生細菌，多數人都被香港腳困擾著，依「健保署 112 年統計，台北榮總門診治療香港腳，達 2 萬 7000 人次，大多數病人在診所治療多次，但治療效果不夠好，改到醫院就醫」(元氣網，2024 年)，相較於一般人，「老年人、免疫功能不全、衛生習慣差、容易流腳汗、需要長時間穿著包腳鞋者，都是罹患香港腳的高危險族群。」(元氣網，2024 年)除了接受藥物治療，患者還需改變生活習慣，盡量保持雙腳通風乾燥，才有機會治癒疾病，並且降低復發率。

二、研究目的

- (一)香港腳的傳染因素
- (二)香港腳帶來的危害
- (三)香港腳如何治療和預防

貳、文獻探討

一、香港腳的定義

(hello 醫師，2024)指出「香港腳又稱足癬，是一種因黴菌感染所造成的皮膚疾病，感染部位，除腳部的皮膚外，也可能擴散到腳趾甲，甚至雙手」，大部份是長在趾縫、腳掌或腳掌側面，症狀可能輕癢、劇癢或完全不癢。

二、香港腳的症狀

(一)腳趾間、腳底發癢

(二)腳趾有刺痛灼熱感發炎或過敏—因搔抓或脫裂過度可引起紅腫、熱、痛、發炎等現象，厲害的還會引起發燒、鼠蹊部腫大、無法步行等合併症。

(三)腳上出現水泡患部長出小水泡，有的很深，無法擠出來。水泡愈深的愈癢。用手搓揉時，磨到脫皮亦無法止癢。(廖梅珠譯，1994)

(四)腳趾間或腳底皮膚裂開、趾間或腳掌常無故脫皮，有時完全沒有感覺，皮一層層脫落，卻不流血，時而以為是擦破皮的。

(五)腳底或腳側的皮膚乾燥

(六)腳趾變色、厚實且易碎此乃多年香港腳之必然現象，腳底板厚、不癢、沒水泡、不糜爛。

(七)指甲容易從甲床撥離 (hello 醫師，2024)

三、香港腳常發生傳染途徑-如何預防香港腳

(一)不打赤腳在公共場域行走

(二)常時間保持足部乾爽

(三)一發現症狀及時治療(元氣網，2021 年)

參、研究方法

一、研究方法

(一)文獻分析：蒐集網路上有關香港腳的資訊，並統整及整理分析。

(二)問卷調查法：製作 Google 表單，調查大眾是否得過香港腳。

二、研究流程圖

圖(一) 研究流程圖



(資料來源：本組自行製作)

肆、研究分析與結果

一、利用 Google 問卷調查大眾是否得過香港腳和香港腳的認知，調查時間為 2024 年 8 月 15 日到 9 月 3 號，共蒐集了 115 份有效問卷，男女比例分別為，男性 34.8%、女性 65.2%。年齡為 16~20 歲佔比最多，佔總比 63.5%，我們這組以為成年期和壯年期佔比會比較大，結果是青少年佔比最大，我們在有確診過香港腳者和無確診香港腳者之間分開做分析。

(一)受訪者基本資料

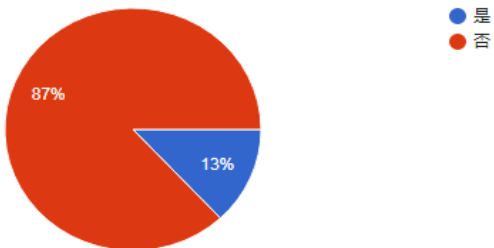
表(一)受訪者基本資料

項目	受訪者資料	百分比
性別	男	34.8%
	女	65.2%
年齡	16~20	63.5%
	21~30	27.8%
	31~40	4.3%
	41~50	1.7%

	50 歲以上	2.6%
職業	學生(就學)	62.6%
	軍公教	5.2%
	家管	1.7%
	粗工人員	2.6%
	服務業	22.6%
	待業	2.6%
	其他	2.7%

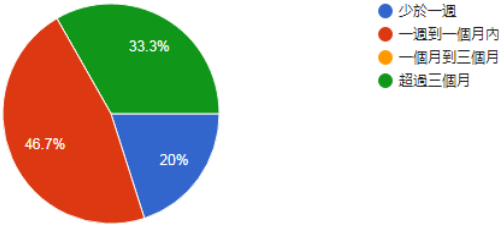
(資料來源：本組自行製作)

(二)受訪者是否曾經得過香港腳比例

圖(二) 受訪者是否曾經得過香港腳比例	資料分析
 (資料來源：本組自行製作)	在圖(二)中，無確診香港腳者比例為 87%，人數為 115 份資料中的 100 人，有確診香港腳者比例為 13%，人數為 15 人，我們在整理資料時，覺行現在的人很愛出外趴趴走，腳上穿鞋子，悶一整天，應該很容易得香港腳，沒想到確診香港腳的人數比我們想像中的少之又少。

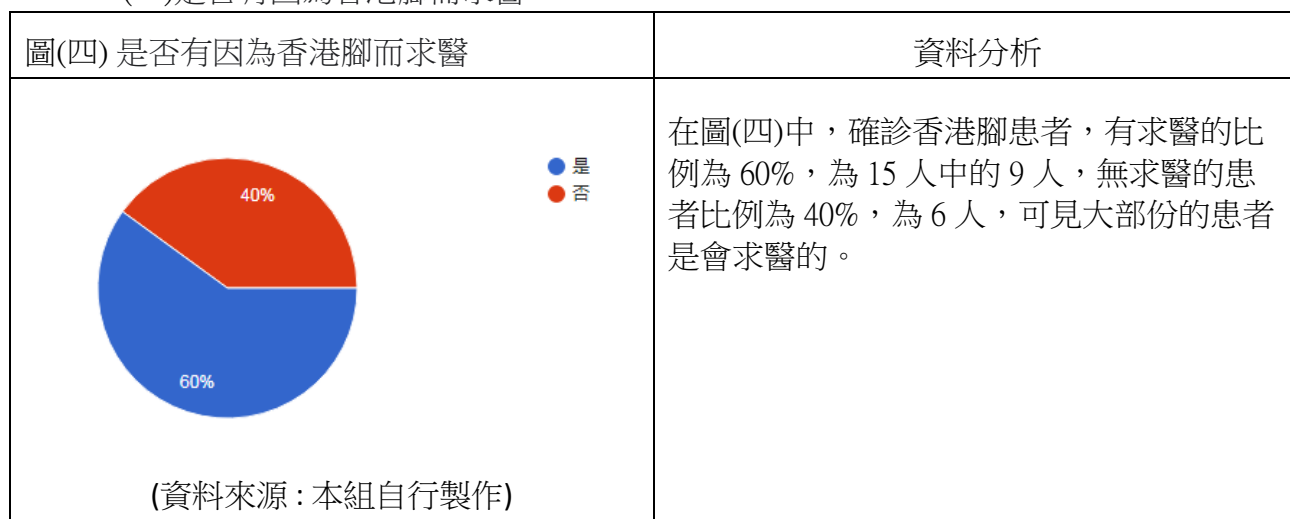
二、以下為確診香港腳者資料分析

(一)確診香港腳症狀持續了多長時間比例

圖(三) 確診香港腳症狀持續了多長時間比例	表(二)表格分析	
 (資料來源：本組自行製作)	項目	百分比
	少於一周	20%
	一周到一個月內	46.7%
	一個月到三個月	0%
	超過三個月	33.3%

在圖(三)中，為確診香港腳者確診時長比例圖，右邊為表格分析，在確診者 15 人中，症狀少於一周的比例為 20%，人數為 3 人、症狀一周到一個月內的比例為 47.6%，人數為 7 人、一個月到三個月的比例為 0%，一個人都沒有、超過三個月的比例為 33.3%，人數為 5 人，大多數患者在一周到一個月內的時間好轉，但還是有部分患者超過了三個月的症狀，持續了較久的時間。

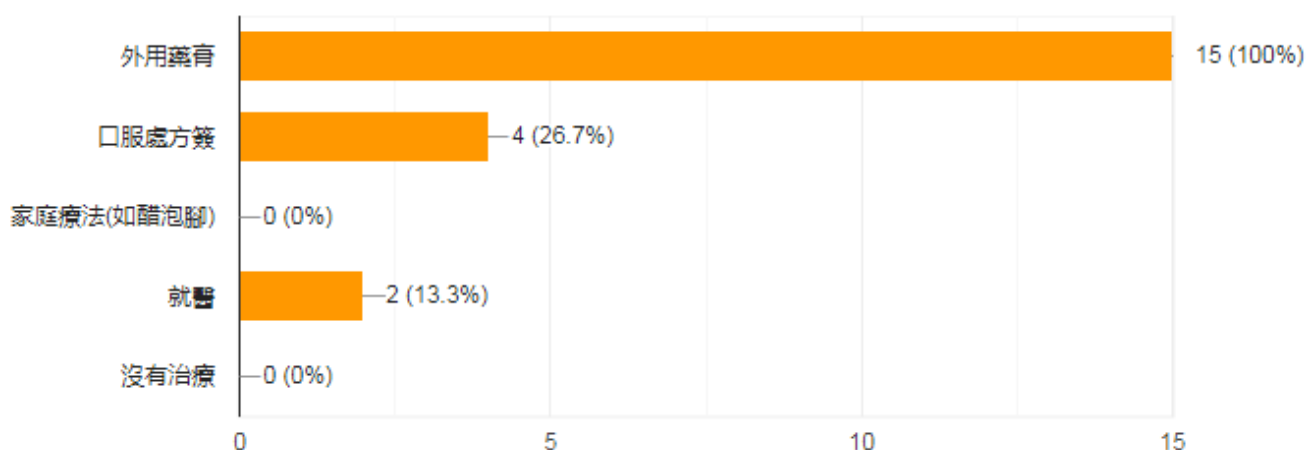
(二)是否有因為香港腳而求醫



(三)曾經使用過哪些治療香港腳的方法

以下為治療香港腳的方法，我們分為四種方法和沒有治療的患者，此問答為複選題，外用藥膏的使用比例最高，為 15 人中的百分之百，次要為口服處方箋、家庭療法(如醋泡脚)、直接就醫，香港腳大都以塗抹抗黴菌藥膏為主，治療時間會因嚴重程度有所差異，大部分症狀要塗藥二到六周以上。

圖(五) 曾經使用過哪些治療香港腳的方法



(資料來源：本組自行製作)

(四)患者使用方法來治療香港腳的效果

表(三)患者使用方法來治療香港腳的效果

項目	是否用過”外用藥膏” 來治療香港腳，效果如何?	是否用過”口服處方藥” 來治療香港腳，效果如何?	是否用過”家庭療法(如醋 泡腳)”來治療香港腳，效 果如何?
沒有用過	0%	60%	73.3%
有用過，效果非常差	0%	13.3%	1%
有用過，效果很差	0%	0%	0%
有用過，效果普通	40%	26.7%	20%
有用過，效果很好	40%	0%	0%
有用過，效果非常好	20%	0%	0%

(資料來源：本組自行製作)

(五)使用以上治療方法有沒有效

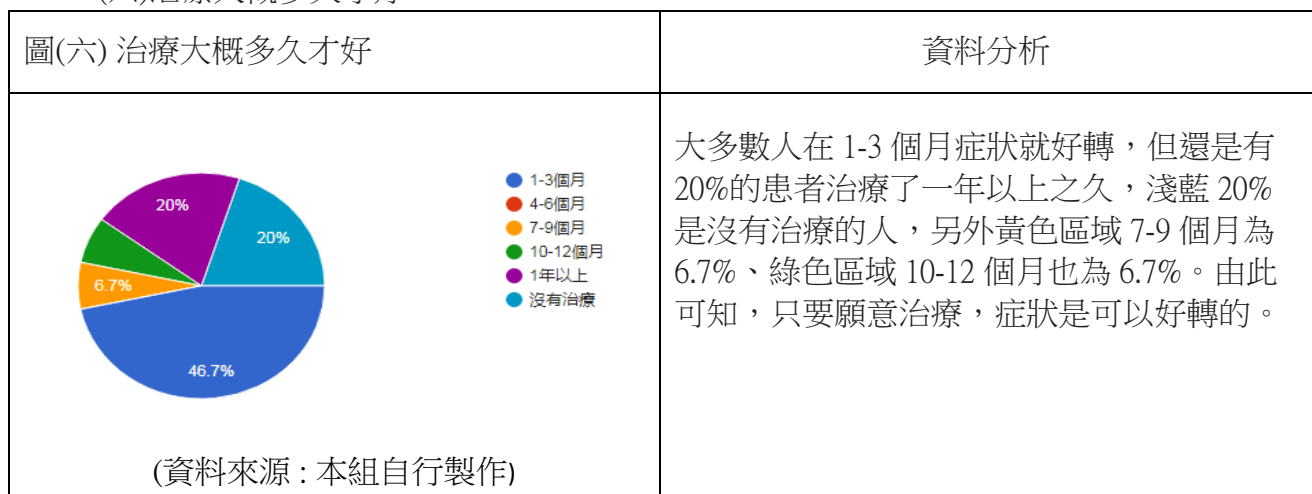
表(四)使用以上治療方法有沒有效

項目	有	沒有
使用"外用藥膏"治療後有沒有效用	80%	20%
使用"口服處方藥"治療後有沒有效 用	50%	50%
使用"家庭療法(如醋泡腳)"治療後 有沒有效用	66.7%	33.3%

(資料來源：本組自行製作)

由表(三)和表(四)得知使用外用藥膏的患者，效果比口服處方藥和家庭療法來的好，則家庭療法(如醋泡腳)效用不大，所以大部份的患者還是會使用「藥」來治療。

(六)治療大概多久才好



(七)覺得哪些治療方法最有效

表(五)覺得哪些治療方法最有效

項目	百分比
外用藥膏	66.7%
口服處方藥	0%
家庭療法(如:醋泡腳)	13.3%
就醫	20%

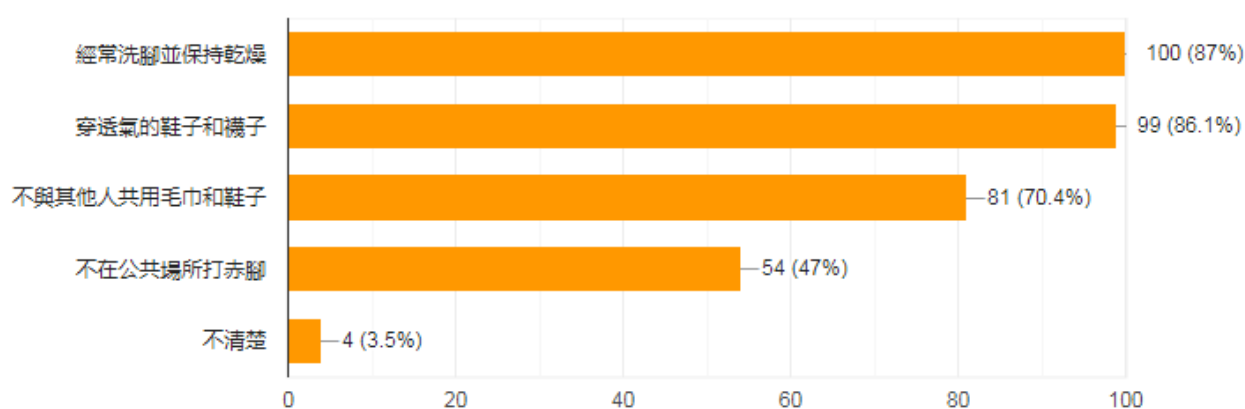
(資料來源：本組自行製作)

三、香港腳知多少

以下是為全部受訪者對香港腳的認知。

(一)知道哪些預防香港腳的方法

圖(七) 知道哪些預防香港腳的方法



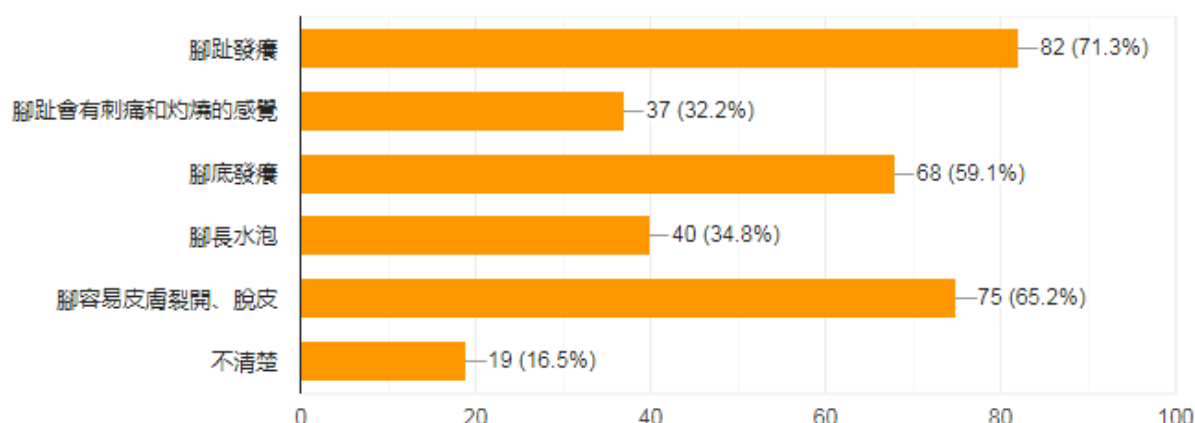
(資料來源：本組自行製作)

圖(七)為預防香港腳的方法，此題為複選題，分別為四種和不清楚的選項，經常洗腳並保持乾燥為最多受訪者了解的預防方法，受訪者比較不了解不在公共場所打赤腳是可以預防香港腳的。

(二)知道香港腳有哪些症狀

香港腳的症狀有很多，此題為複選題，我們這組在圖(八)舉了最常見的五種症狀，了解腳趾發癢症狀者最為多數，為 71.3%，了解腳趾會有刺痛和灼燒的感覺為最少人，為 32.2%，在這三題不清楚選項之中為最多數，共 19 人。

圖(八) 知道香港腳有哪些症狀

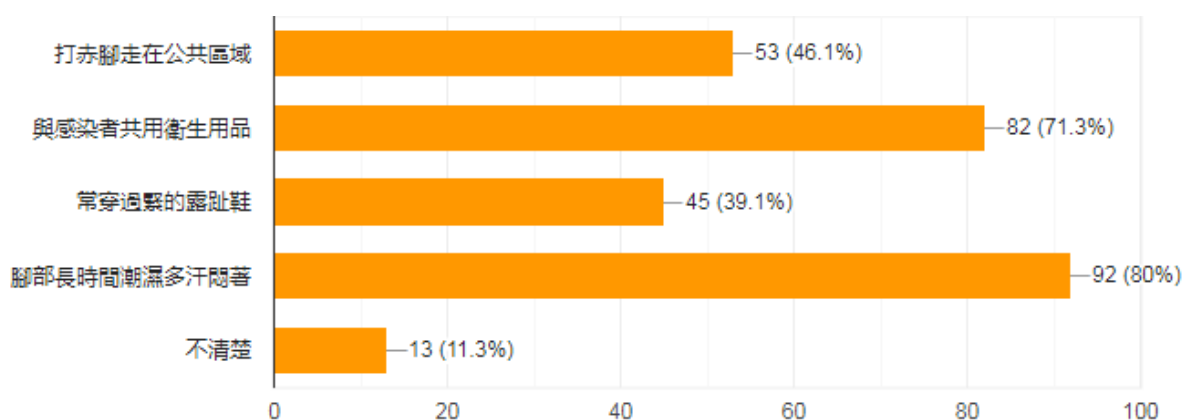


(資料來源：本組自行製作)

(三)知道香港腳的傳染途徑有哪些

圖(九)為香港腳的傳染途徑，會得到香港腳的方式有很多，以下四種舉例為最常見的傳染途徑，此提為複選題。

圖(九) 知道香港腳的傳染途徑有哪些



(資料來源：本組自行製作)

伍、研究結論與建議

一、研究結論

結合以上內容，男性與女性的香港腳確診率沒有明顯差異，該疾病可能與個人衛生習慣和環境有關聯，而非單純與性別相關，原以為香港腳的發病率會較高，因為調查對象多數年輕人，他們的生活方式長時間需要穿包覆性鞋類，結果香港腳的患病率較低，確診患有香港腳的人僅占總受訪者的 13%，而無確診者佔了 87%，表明在這個年齡層的發病率並不如預期那樣多。

皮癬菌喜歡生長在潮濕溫暖的環境，大多數患者的症狀持續時間多數都是一周到一個月，症狀持續超過三個月僅佔三成，透過調查，有高達八成的患者認為外用藥膏有效，口服處方藥和家庭療法（如醋泡腳）的效果不如外用藥膏，而且我們還發現大家都沒有足夠的預防意識，只了解保持足部乾燥、洗腳，但對於避免在公共場所打赤腳，了解的人較少，香港腳症狀的認知，雖然大部分受訪者了解香港腳的主要症狀如「腳趾發癢」，但對於刺痛、灼燒感等症狀的認知不足，僅三成的受訪者知道這些較少見的症狀，說明大家對香港腳的全面症狀缺乏足夠的認知，尤其是較為嚴重的症狀，導致部分患者可能在症狀較輕時忽視治療，需延誤就醫的時機。

二、研究建議

(一)及早治療：一旦出現香港腳症狀，及時使用有效的外用藥膏進行治療，並根據嚴重程度選擇是否就醫。

(二)宣傳正確的治療方法：外用藥膏的效果最佳，應加強對此方法的宣傳，並教導患者正確使用藥膏，就能縮短治療時間和防止復發。

(三)公共場所的衛生觀念：在公共場所時，要穿好鞋子避免打赤腳，保持足部乾燥減少細菌滋生和交叉感染的機會。

(四)可採用藥浴療法，多使用抗黴菌中藥，如：黃連、蒲公英、蛇床子，用來消除病毒、止癢

陸、參考文獻

元氣網(2024 年 3 月 31 日)。健保大數據／香港腳、灰指甲治療特色院所。
<https://health.udn.com/health/story/9830/7863044>

廖梅珠(譯)(1994)。皮膚病的症狀與治療(原作者：中內洋一)。青春出版社。(原著出版年：1992)

hello 醫師(2024 年 8 月 27 日)。香港腳：原因、症狀、診斷、治療。
<https://helloyishi.com.tw/skin-health/infectious-skin-diseases/tinea-pedis/>

元氣網(2021 年 5 月 5 日)。有沒有發癢非判別依據！醫曝香港腳 5 大黴菌感染源。
<https://health.udn.com/health/amp/story/5971/5435850>

甲等

《資訊類》

篇名：

人工智能編曲-以 Riffusion 與 Yating Studio 為例

作者：

賴偉翔 國立花蓮高商 三年級 資三甲班 資料處理科

冉加恩 國立花蓮高商 三年級 資三甲班 資料處理科

楊齊佑 國立花蓮高商 三年級 資三甲班 資料處理科

指導老師：

陳妙紅 老師

壹、前言

一、研究動機

本小組是一群很愛玩音樂的人，曾經在新聞報導看見歌手陳珊妮透過 AI 製作單曲，所以我們想藉由這次的機會來研究 AI 是否能像人類一樣，對於音樂界有些貢獻。

所以為了瞭解此議題，我們經過多方搜尋，找到了「Riffusion」與「Yating studio」，宗旨為「目標是幫助更多的人成為音樂家。」（Riffusion，2024）與「降低創作音樂門檻，人人都能上手的 AI 音樂工具」（Yating studio，2023）的兩個 AI 音樂創作網站，我們發現這兩個網站竟然能夠像人類一樣製造旋律和唱歌更能編出歌詞，這些技能完全符合了我們的研究目的。

並於使用過後我們想要比較外國的 Riffusion 與本土的 Yating Studio，哪個比較符合使用者的期待，因此引起本組想研究並比較 Riffusion 與 Yating studio 的動機。

二、研究目的

（一）探討人工智能是否能加入音樂中，以 Riffusion 與 Yating studio 為例。

（二）了解使用 AI 編曲的優缺點。

（三）Riffusion 與 Yating studio 編曲之比較。

貳、文獻探討

一、人工智能編曲的發展

2016 年，Google 啟動了名為“Magenta”的項目，旨在探索機器學習在音樂和藝術創作中的潛力，以實現更接近人類表現力的數字創意。該項目的目標是讓每個人都能夠利用這些工具，探索全新的音樂創作路徑，而不是簡單地依賴大數據來取代人類的創造力。

在 2017 年，Amper Music 發布了一首據稱完全由人工智能創作的流行歌曲，其高度完成度引發了廣泛討論。然而，實際上，該曲目的歌詞和曲調部分仍由人類編寫，錄音和後期制作也由專業人員完成，機器僅參與了根據預設配器生成音樂基礎的前期工作。（紀柏豪、楊茜茹，2018）

二、Riffusion 介紹

為一個由藝術家、工程師、研究人員和音樂家組成的小團隊，致力於開拓創意人工智慧的未來。目標為幫助更多的人成為音樂家。

Riffusion 努力打造一種既能讓任何人創造音樂的樂器，又能讓人們在物理樂器中進行深層的實驗。Riffusion 並不是傳統方法的替代品，而是人類創造力的全新媒介。（Riffusion，2024）

三、Yating studio 介紹

影音創作平台「Yating Studio」除了提供 AI 生成音樂創作工具外，還整合了台灣大眾廣泛使用的「雅婷逐字稿」。這包括高度準確的語音辨識、即時字幕生成、即時翻譯，甚至能自動生成內容摘要以輔助影片編輯。進一步加上其他新開發的進階功能，這個平台致力於打造一站式的 AI 工具，讓影音創作更為輕鬆有趣！（HITO 娛樂宅急便，2023）

四、AI 和音樂結合

Music AI Lab 目前所研究的 AI 音樂 4 大主題：

（一）、AI Listener 音樂賞析：

與音樂和聲音分析相關的研究主題，目標為讓 AI 像人類一樣欣賞音樂。

(二)、AI Composer 音樂創作：

目標為讓 AI 能夠創作新音樂。

(三)、AI Performer 音樂演奏：

指處理音訊音樂生成並從樂譜建立音樂音訊。

(四)、AI DJ 音樂再造：

生成電子舞曲「EDM」等音樂作品，並操縱音樂元素來創建音樂混音、混搭和混音。(楊奕軒，2019)

音樂是一種表達的藝術，透過情感作為媒介來傳遞想法。然而，當音樂被轉化為數據後，對機器而言，這些資訊僅是執行和重複操作的符碼。智慧系統所產生的再生產，往往受到演算法和各種規則的束縛，導致其創作的人工音樂難以突破現有的框架。這也意味著，一旦藝術創作被「公式化」，人類與機器之間的差異將變得微乎其微。

(紀柏豪，2018)

五、AI 編曲的優缺點

(一) 優點

1. 提高效率：傳統的音樂創作過程往往需要大量的手動操作和反復調整，這不僅耗時費力，而且在某些情況下可能會對創作者的靈感和創造力產生抑制作用。而隨著人工智慧技術的快速發展，AI 已經逐漸成為音樂創作的有力助手，它可以通過智能工具和算法幫助創作者在各個階段提高效率，無論是在旋律創作、編曲、混音，還是音效設計等方面，都能夠發揮巨大的作用。
2. 提升流暢度：AI 可以通過模擬和預測音樂中不同元素之間的相互作用，幫助創作者更好地理解音樂結構和情感變化。這樣的技術輔助使得創作者能夠在創作過程中更自由地表達自己的情感和想法，同時也能夠讓他們在面對創作瓶頸時，通過 AI 的建議快速突破困境，提升創作的流暢度。(Toolify AI, 2024)

(二) 缺點

1. 演算法偏誤：演算法偏誤 (algorithmic bias) 是指人工智慧系統在處理不同群體或特定族群的數據時，可能會因為多種原因，導致其在判斷、預測或決策的準確性上出現偏差。這種偏差並非偶然，而是系統性地出現，並且會影響到某些群體的結果，使得這些群體在長期或普遍的情況下處於不利地位。(科學月刊，2023)
2. 缺乏情感：AI 缺乏人類音樂家的情感和創造力。儘管人工智慧在音樂創作過程中提供了前所未有的便利，並在許多方面提高了創作效率，但它仍然無法完全取代人類音樂家的情感深度和創造力。音樂不僅僅是由音符和和弦組成的數學結構，它還蘊含著情感、經歷與文化的表達。這些是 AI 難以模擬和複製的部分，因為 AI 主要依賴數據和算法來進行預測和創作，缺乏人類獨有的情感體驗和直覺創作能力。
3. 就業機會減少：創作者的就業機會可能會受到影響。AI 系統可以自動生成高品質的音樂作品，並且在許多商業領域中，它們的生成速度和成本優

勢使其成為可行的替代選擇。許多音樂創作的基礎工作，如編曲、旋律創建、背景音樂製作等，已經開始被 AI 所取代，這使得某些音樂領域的傳統創作者面臨工作流失的風險。特別是在一些要求高效率、低成本的商業音樂製作中，AI 的介入可能會減少對人類音樂家的需求，進一步加劇就業市場的競爭。（Toolify AI，2024）

六、AI 創作面對的議題

（一）著作權

原創性和創作性：智慧財產法院的判決突顯了著作權保護中的原創性概念，強調獨立創作、個性和創意的重要性。這樣的判例確定了著作權保護的範圍，並將其與創作過程中的人的參與相連結。

AI 創作：對於 AI 生成的內容，判斷其是否符合著作權保護的標準，需要考慮在創作過程中人的參與程度。如果有人介入創作，則可能將 AI 視為輔助工具，類似數位相機或數位繪圖板；但如果創作完全由 AI 獨立完成，則根據現行法律，其可能無法享有著作權，而成為公共財。（政治大學秘書處，2023）

（二）倫理道德

國際指引和法規：國際組織和政府部門已開始制定有關 AI 發展的倫理指引和法規，包括 UNESCO、歐盟、IEEE 等。這些文件旨在確保 AI 的發展和應用符合道德和價值觀，並提供了指導原則和行為規範。

共識與摸索：儘管各組織提出的倫理價值和原則各有不同，但隨著時間的推移，這些倫理指引逐漸形成了一些共識。這些共識有助於指導 AI 的發展，確保其符合全球社會的價值觀和道德標準。（科學月刊，2023）

參、研究方法

一、研究方法

（一）、文獻探討法

本組透過網路蒐集 Riffusion 與 Yating studio 的相關資料，並比較其他使用者使用 Riffusion 與 Yating studio 的感想再加以分析整理。

（二）、實驗法

本組使用 Riffusion 與 Yating studio 進行創作歌曲，並根據操作過程及產出的作品，分析二者使用上的差異。

二、研究流程

圖一、本研究的研究流程

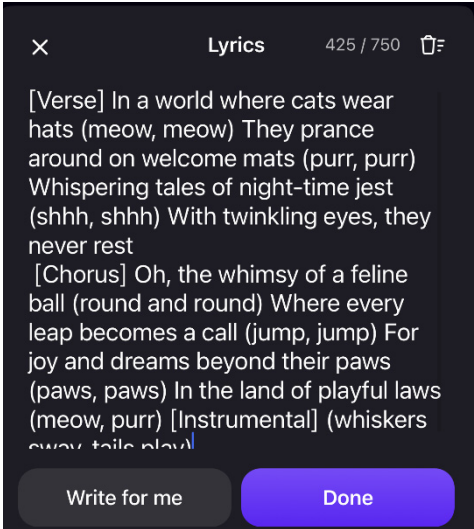
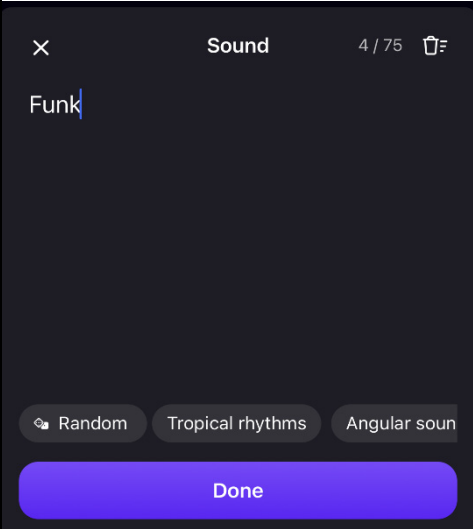


（資料來源：研究者自行整理、繪製）

肆、研究分析與結果

(一) 實驗步驟

表一、Riffusion 操作步驟

圖二、步驟一：填詞 	說明： 填上自己所想好的歌詞，如果真的沒有想法的話，此軟體也內建自動填詞功能，填詞的內容也相當有美感。不過僅限英文。
圖三、步驟二：填上曲風 	說明： 填上自己想要的曲風與演唱方式，如果真的沒有想法的話，此軟體也提供許多的選項可供參考。
圖四、步驟三：成品 	說明： AI 自動生成作品，並提供分享，如果對結果不滿意，也能夠再度編輯。

(資料來源：研究者自行操作、整理)

表二、Yating studio 操作步驟

圖五、步驟一：選擇旋律 	說明： 一開始會讓你選擇旋律、調性、曲風、速度、長度，也可以選擇是以男生唱還是女生唱。
圖六、步驟二：填詞 	說明： 接下來填上自己所想好的歌詞，如果真的沒有想法的話，此軟體也有內建自動填詞功能，但有字數限制，填完歌詞後要填上歌曲名稱跟作者姓名。
圖七、步驟三：成品 	說明： 最後須要等個幾分鐘等待作品的完成，就可以聆聽到自己的作品。

（資料來源：研究者自行操作、整理）

（二）研究分析

表三、Riffusion 與 Yating studio 比較表

名稱	Riffusion		Yating studio	
比較項目 \ 評價	評價		評價	
上手難度	要有作曲基礎		零作曲基礎也能上手	★
作曲完整度	主歌、副歌，顯示出細緻的構思和深度的創作。	★	作品在結構、編曲、旋律或歌詞的安排上可能存在一些不足	
作曲流暢度	有跟著節拍，音調走	★	音調會走音，節拍會比伴奏慢	
填詞完整度	有主歌，副歌之分	★	沒有主歌副歌之分	
歌曲時長	可根據歌詞長度計算	★	最多 30 秒，最少 10 秒	

（資料來源：研究者自行比較與整理）

根據上表評估，如果需創作一首完整單曲推薦使用 Riffusion，因為對於比較重要的項目如：作曲流暢度、填詞完整度等項目，都取得比較高的分數。因此在這些項目中 Riffusion 相對 Yating studio 較為專業。但對於要創作較短的影音配樂或初學者，建議使用 Yating studio 作為 AI 生成工具較為合適，因為 Yating studio 上手難度較低，但是歌曲時長較短。所以在不同的需求情況下，這兩個軟體都能發揮各自的專長。

本組與指導老師討論後認為，Riffusion 在功能上比 Yating Studio 更加全面，並且完成的內容更加豐富。相比之下，Yating Studio 在作曲方面還存在一些瑕疵，比如伴奏和歌詞的時長不一致，有時成品音調聽起來有些不協調，另外生成的速度稍顯緩慢。Riffusion 的作曲流程則更加流暢，讓創作變得既高效又愉快。

伍、研究結論與建議

一、結論

根據本研究結果，AI 技術能夠輔助音樂創作，使人們在無需專業設備的情況下輕鬆創作出獨特的音樂作品。然而，雖然 AI 創作快速且便利，現有的 AI 作曲工具仍難以完全取代人力創作，因其作品仍缺乏人類情感的細膩與真實性。

經過研究分析，Riffusion 在功能完整性與成品豐富度方面優於 Yating Studio。由於 Yating Studio 仍存在部分瑕疵，因此針對不同的需求場景，兩者各具適用性。

二、建議

（一）Riffusion

Riffusion 目前僅支持英文創作。若能增加多語言支持，特別是涵蓋多種主要語言，將更能滿足不同地區用戶的需求。考慮到音樂創作的跨文化特性，若能允許在同一首歌曲中使用多種語言，如中英雙語等，不僅會使作品更加多元化，也能吸引更多創作者使用。

（二）Yating Studio

Yating Studio 目前的伴奏時長存在一些不足，例如伴奏的播放時長有時會比歌唱部分短，影響了整體的流暢性。若能解決這個問題

題，將大幅提升歌曲的連貫性，進而吸引更多創作者使用。此外，目前僅能創作較短的音樂片段，若能增加歌曲時長的選項，會使作品更具專業水準。最後，創作過程有時耗時較長，若能優化系統速度，不僅能節省創作者的時間，也將大幅提升使用體驗。

陸、參考文獻

Riffusion (2024)。Riffusion

<https://www.riffusion.com/>

Yating Studio (2023)。Yating Studio

<https://reurl.cc/Llzaga>

紀柏豪、楊茜茹 (2018)。藝術收藏+設計 (04 月號 127 期)。藝術家出版社

HITO 娛樂宅急便 (2023)。金曲音樂人陳珊妮 x 台灣人工智慧實驗室 Taiwan AI Labs 重大突破性合作。<https://reurl.cc/DlQOvR>

楊奕軒 (2019)。【AI 嘉年華】人工智慧與音樂科技：分析、理解、與創作。

<https://reurl.cc/QEkak9>

紀柏豪 (2018)。音樂能被計算出來嗎？人工智慧在音樂創作中的應用。

<https://reurl.cc/qvjYeR>

Toolify AI (2024)。AI 音樂製作：創新還是威脅？

<https://reurl.cc/QE147o>

科學月刊 (2023)。AI 也會出差錯？使用人工智慧可能帶來的倫理與風險

https://pansci.asia/archives/361905#google_vignette

政治大學秘書處 (2023)。使用 AI 工具產出的內容也有著作權嗎？專業律師來解惑 <https://www.nccu.edu.tw/p/406-1000-14022,r17.php?Lang=zh-tw>

甲等

《商業類》

篇名：

韓國電商龍頭「酷澎」品牌經營及消費行為之研究

作者：

張均宥 國立花蓮高商 三年級 資三丙班 資料處理科

蘇星僑 國立花蓮高商 三年級 資三丙班 資料處理科

指導老師：

吳振銘 老師

壹、前言

一、研究動機

近年來因為疫情的關係，許多人開始注意網路的便利性，也開始從實體消費轉為電商消費，而 2021 年「酷澎 Coupang」進軍台灣後大規模的使用社群廣告洗版，所以開始吸引消費者的目光在這個 APP 上，一開始更是直接上架百萬種商品任民眾挑選，加上時常的打折活動，7 折 6 折都不再話下，甚至更低，而且價格往往都比實體超市、連鎖大賣場便宜。其獨到的市場策略不僅使其在台灣市場站穩腳跟，也為國內外消費者提供了更多選擇。在這個大數據、大網路的時代，電商的崛起開始讓生活改變，因為這是前所未有的技術，所以要在這條路上，成為一顆耀眼的星，是多麼困難的，失敗機率很高，但「酷澎 Coupang」執行長金範錫的精準眼光和勇於冒險的決策，使得公司在短時間內在國際市場上佔據了一席之地。

此外，「酷澎 Coupang」的知名度和信譽不僅僅侷限於網路平台，更深入到了日常生活的各個角落。許多身邊的朋友紛紛使用「酷澎 Coupang」並推薦給他人，電視節目中也經常能見到它的身影。這一切表明了「酷澎 Coupang」在韓國和台灣市場上的強勢地位，以及其對消費者便利性和口碑的良好影響。所以我們想要了解酷澎為什麼越做越成功，獲得民眾喜愛成為韓國電商龍頭。

二、研究目的

- (一) 了解酷澎的發展背景
- (二) 以 SWOT 分析出「酷澎 Coupang」的內外部優劣勢
- (三) 透過 STP、4P、4C 分析來探討「酷澎 Coupang」的行銷策略
- (四) 調查消費者的消費行為、滿意度及忠誠度(問卷分析)

貳、文獻探討

一、發展歷史

「酷澎 Coupang」由金範錫創辦，成立於 2010 年，於 2021 年拓展至台灣。最初以團購網站「Groupon」的商業模式作為靈感來源，但很快便發現團購的限制，因此參考 eBay 的經營方式，將「酷澎 Coupang」轉型為讓商家開設賣場的平台。然而，這一模式的成效不佳，後來以 Amazon 的模式為目標，開始投資建立屬於自己的物流體系，打造出類似「Amazon」的 B2C 物流平台系統。至今，「酷澎 Coupang」已累積超過 10 億美元的投資於自有倉儲中心，擁有穩定的基礎設施和完整的配送服務，使得「酷澎 Coupang」能夠將「70%的消費者涵蓋在距離物流中心 7 英里(約 11 公里)的範圍內」(李寓心，2023)，2014 年，「酷澎 Coupang」

圖 1：為酷澎的 Logo。



圖片來源：Coupang
酷澎—享受天天超低價- Google Play 應用程式 (無日期)

<https://reurl.cc/NbxLAe>

推出專屬的「火箭配送」服務，從消費者下單到配送，提供垂直整合的服務。金範錫的目的是希望為客戶帶來更多保障和更佳的購物體驗，因此才能在與其他電商的競爭中實現顯著的「差異化」。

號稱「韓國亞馬遜」的電商平台「酷澎 Coupang」，無疑付出了巨大的努力，才換來如今的成就。自成立以來，Coupang 在 2023 年之前一直處於虧損狀態，但自 2023 年起，不僅成功轉虧為盈，還大賺近 14 億美元。金範錫表示：「能有如此成績，並非一朝一夕的表現，而是持之以恆投資那些尚未帶來回報的大膽賭注，得以創造打中用戶心坎的體驗。」（錢玉紘，2024）

二、個人資料安全問題

酷澎在個人資料安全方面相較於其他電商來的更具保障，因為其採用自有倉儲出貨，並未引入外商的進駐。他們透過行政、技術及實體控制措施及程序來確保個人資料的安全，例如對個人資料及密碼進行加密，並使用識別系統來阻止無關人士的入侵。此外，Coupang 還配備防毒軟體，並進行 24 小時的監控，以確保資料的安全性。而火箭速配及火箭跨境需要用到的個資及配送付款方式以表 1 所示。

表 1：火箭速配及火箭跨境的個資及配送付款方式

	火箭速配	火箭跨境
需要填的資料	收件人姓名 收件人電話號碼	收件人姓名 收件人電話號碼 收件人的台灣身分證字號或居留證號 ／收件人的護照號碼
配送方式	宅配 超商取貨（7-11／全家）	宅配 超商取貨（7-11／全家）
運費	60 元	195 元
免運門檻	490 元	690 元
付款方式	信用卡 LINE Pay Apple Pay 貨到付款	信用卡

（資料來源：本組自行彙整分析）

三、酷澎跟國內電商的差異

針對酷澎及國內電商做差異分析，分析結果以表 2 所示。

表 2：酷澎跟國內電商的差異

	酷澎	國內電商
市場定位	通常針對全客群，產品類別相當豐富，但在某些類別（像是韓國品牌的美妝產品和食品）可能更具特色，並且強調即時庫存，以低價為重點，且大包裝能一次購足。	市場範圍廣泛，涵蓋從日常用品到奢侈品，並且通常會根據不同的消費族群進行分類。
品牌理念	「渴望把購物、飲食和生活變得比以往更便利」產品類別相當豐富，但在某些類別（像是韓國品牌的美妝產品和食品）更具特色，且強調即時庫存。	「透過提供一個連結買賣雙方的技術平台來改善人們的生活」商品選擇多樣，能夠滿足大眾的日常需求，例如：PChome 和蝦皮。
行銷策略	利用廣告宣傳展示品牌形象，並與自媒體經營者合作，以提升品牌曝光度和消費者信任度。	更傾向於使用價格促銷和限時折扣等傳統行銷手法，並透過廣告及大數據分析來吸引消費者。
物流和配送	以快速配送聞名，尤其是「當日下單、次日送達」服務，並且擁有自己的物流系統。	雖然也提供快速配送服務，但通常依賴外包的物流公司，因此送達速度可能相對較慢。

（資料來源：本組自行彙整分析）

參、研究方法

一、研究方法

- （一）文獻分析：彙整官網、報章雜誌及網路資料，探究「酷澎 Coupang」的品牌理念、行銷策略以及經營特點，並透過 SWOT 交叉分析、STP 分析、4P 分析、4C 分析，探討出「酷澎 Coupang」的行銷策略。
- （二）問卷調查：利用 Google 表單設計問卷，以了解受訪者對於「酷澎 Coupang」的消費行為與滿意度。

二、研究流程

圖 2：研究流程圖



肆、研究分析與結果

一、「酷澎 Coupang」之 SWOT 分析

「SWOT 分析中，包括企業本身內部所具備的優勢、劣勢以及外在環境所帶來的機會、威脅。」(江淑真、朱珍珍，2024)，「酷澎 Coupang」的 SWOT 分析以表 3 所示。

表 3：「酷澎 Coupang」之 SWOT 分析

內部環境 外部環境	優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
	1. 價格親民 2. 專屬物流系統—火箭速配 3. 大規模買斷使商品種類及數量提升	1. 產品範圍有限 2. 品質不一時好時壞 3. 大規模買斷導致資金不足
機會 Opportunities	SO 策略—增長性策略	WO 策略—扭轉性策略
1. 社交媒體推廣吸引更多消費者 2. 與供應商進行合作	S1O1 利用社交媒體去推廣酷澎價格親民，進而吸引消費者。	W3O2 因為酷澎使用大規模買斷，會有資金上的問題，可以與供應商建立長期合作，降低成本。
威脅 Threats	ST 策略—多元性策略	WT 策略—防禦性策略
1. 台灣本土市場競爭激烈 2. 疫情後消費者消費習慣的變化	S1T2 可制定更多價格優惠與台灣本土市場競爭。 S2T2 可升級火箭速配，讓各地都可以享受服務，提升方便性。	W2T1 利用大數據分析顧客需求及現況，讓員工進行教育訓練，再制定對策實施，以達到產品標準化。

(資料來源：本組自行彙整分析)

二、「酷澎 Coupang」之 STP 分析

STP 是市場區隔、目標市場選擇和市場定位所組成。「透過 STP 分析，可以更了解目標客群，並制定更具針對性的策略，以提高行銷效益。」(LeadsGeek,2024)，「酷澎 Coupang」的 STP 分析以表 4 所示。

表 4：「酷澎 Coupang」之 STP 分析

市場區隔 Segmentation	選擇目標市場 Target Market	市場定位 Positioning
● 人文變數：全客群 ● 地區變數：亞洲市場(韓國／臺灣／中國大陸) ● 行為變數：喜歡異國商品	● 運用「市場專業化」，以全客群且常用網路購物的消費者為主，並提供多樣產品以滿足其需求。	● 商品多樣且份量大、價格便宜，能夠一次購足。 ● 經常推出優惠折扣及促銷活動。

● 心理變數： 對價格敏感且習慣使用 網路購物的民眾。	● 運用「雙向跨境行 銷」，將台灣商品引進 韓國以及將韓國商品引 進台灣。	● 火箭速配一當日下單最 快隔日送達。
-----------------------------------	--	------------------------

（資料來源：本組自行彙整分析）

三、「酷澎 Coupang」之 4P 分析

「行銷 4P 分別是：產品、價格、通路及促銷。再透過 4P 擬定出能夠滿足目標市場需求的行銷策略。」(Locust,2022)，「酷澎 Coupang」的 4P 分析以表 5 所示。

表 5：「酷澎 Coupang」之 4P 分析

產品 Product	產品多樣性： 根據台灣市場的需求，提供不同的商品組合，吸引不同消費族群。例如，年輕消費者可能有更多時尚、數位商品；而家庭主婦或中老年消費者提供更多日用品、家電、健康食品等。
價格 Price	競爭性定價： 以低價的策略在市場上競爭，提供消費者最優惠的購物體驗。
通路 Place	物流配送： 為了提升顧客購物體驗，要有強大的物流，快速配送（例如台灣出貨，最快隔日送達的火箭速配及韓、美直送來台的火箭跨境）將是競爭的優勢之一。與大型物流公司合作，或用自有物流，都可以提高效率，讓消費者留下到貨快速的好印象。 跨境商品： 需考慮關稅及包裝是否安全等問題。
促銷 Promotion	價格促銷： 首購 7 折優惠、商品限時特價、滿額免運等方式來吸引消費者的購買欲望。 顧客忠誠度： 有時在行銷活動中會發放「酷澎幣」給用戶，可在下次購物時折抵使用，這會增加顧客進行下次的消費。

（資料來源：本組自行彙整分析）

四、「酷澎 Coupang」之 4C 分析

行銷 4C 分別代表顧客、成本、便利性和溝通。「更加強調顧客導向和價值創造，將焦點從企業轉移到顧客，以更好地滿足顧客需求、建立關係和獲得市場成功。」(Growth Marketer Academy,2023)，「酷澎 Coupang」的 4C 分析以表 6 所示。

表 6：「酷澎 Coupang」之 4C 分析

顧客 Customer	想要購買多樣化及便宜實惠的商品組合。 想要快速取得商品。
成本 Cost	透過大規模買斷，降低商品進貨成本。 火箭速配及火箭跨境降低運送的時間成本。
便利性 Convenience	酷澎以快速配送的「火箭速配」聞名，標榜「今日下單，隔日送達」。 提供多種支付方式。
溝通 Communication	通過大量的廣告及促銷來吸引和鞏固顧客。 提供真人客服為顧客解決問題。 評價了解顧客需求和反饋。

（資料來源：本組自行彙整分析）

五、消費行為-問卷調查

本組發放線上問卷的時間為 2024 年 11 月 14 日至 2024 年 12 月 17 日，共發放 125 份，經過統計整理，有效問卷為 121 份，無效問卷為 4 份，回收率 97%，以下為受訪者的基本資料及問卷分析。

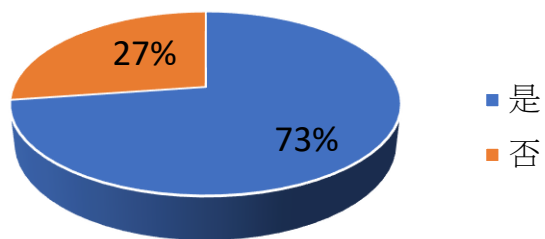
表 7：受訪者基本資料

性別	男	36%
	女	64%
年齡	15 歲以下	16%
	16～20 歲	71%
	21～30 歲	7%
	31～40 歲	3%
	40 歲以上	3%
職業	學生	85%
	上班族	6%
	自由業	5%
	服務業	2%
	其他	2%

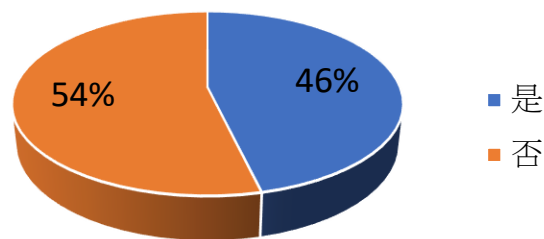
表 8：受訪者問卷分析

圖 3：	圖 4：
------	------

您是否知道「酷澎」這個電商平台？



您是否使用過「酷澎」這個電商平台？

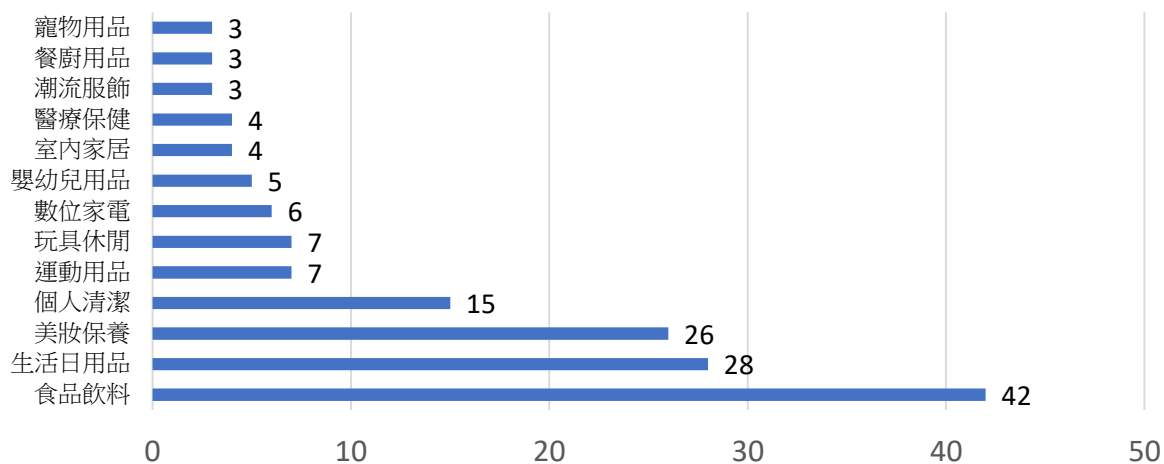


由圖 3 可知，知道酷澎這個平台的受訪者佔 73%。

由圖 4 可知，使用過平台的受訪者只佔 46%。

圖 5：

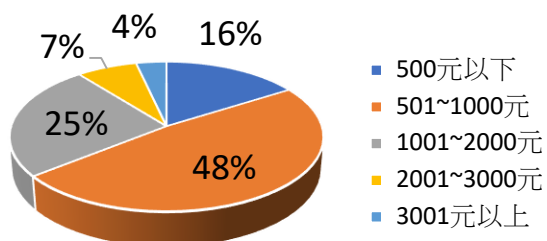
您在「酷澎」上購買的商品類型



由圖 5 可知，受訪者大多購買食品飲料，其次是生活日用品，第三是美妝保養。

圖 6：

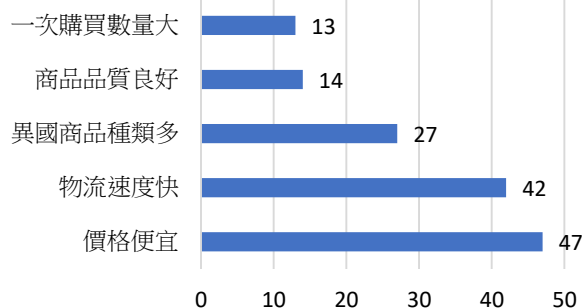
您在每次在「酷澎」上的消費的金額



由圖 6 可知，受訪者消費金額為 501~1000 元最多，佔 48%。

圖 7：

您為什麼會選擇到「酷澎」進行消費



由圖 7 可知，受訪者選擇到酷澎消費最主要的原因是價格便宜。

表 9：顧客滿意度調查

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
網站排版	32%	43%	16%	5%	4%
商品價格	50%	41%	9%	0%	0%
商品資訊	39%	46%	7%	4%	4%
商品品質	38%	42%	16%	4%	0%
商品包裝	39%	38%	18%	4%	1%
付款方式	36%	38%	16%	5%	5%
售後服務	40%	34%	20%	4%	2%
到貨速度	68%	16%	7%	5%	4%
包裹運輸保護	54%	30%	11%	5%	0%

由表 9 可知，受訪者對貨到速度非常滿意，佔 68%最高，再來是包裹運輸保護，佔 54%。

伍、研究結論與建議

一、結論

（一）行銷策略分析

1. SWOT 分析

「酷澎 Coupang」在價格、快速配送和自有物流系統有一定的競爭力，但也指出了在產品品質和資金壓力方面的挑戰。

2. STP 分析

「酷澎 Coupang」的目標市場是價格敏感且習慣網購的全客群，並且成功定位於商品多樣、低價且快速便捷的網購平台。

3. 4P 分析及 4C 分析

「酷澎 Coupang」的優勢凸顯在產品、價格、通路和促銷方面，尤其是快速配送和價格促銷策略，進一步增強了其市場競爭力。在顧客方面則強調顧客需求的滿足，特別是在價格、便利性和溝通方面，並通過快速配送和多樣化支付選項提升顧客體驗。

（二）消費行為

受訪者主要購買食品飲料類商品，因價格便宜，所以平均消費金額相對較低。依據問卷結果顯示，受訪者對酷澎的整體滿意度普遍偏高，特別是在價格、商品資訊及配送速度方面表現突出。而受訪者選擇酷澎的主要原因是價格實惠，這突顯了價格對消費決策的強大影響力。

（三）顧客滿意度與忠誠度

受訪者對「酷澎 Coupang」的購物體驗普遍滿意，在顧客滿意度方面取得了很大的成功，並且也能夠建立良好的顧客忠誠度，尤其在配送速度、包裝保護及價格的方面滿意度都偏高。但在商品質量、網站體驗以及付款方式的方面，或許

還有進步的空間，可以根據這些反饋進行針對性的改進，以提高顧客的整體購物體驗。

二、建議

（一）與供應商的合作

與供應商建立穩定的合作關係，以提高產品的供應穩定性和質量，讓「酷澎 Coupang」以大量採購的方式來獲取更具競爭力的價格，進而實現成本優化，通過與供應商建立穩定的合作關係，也促進訊息共享、合作共贏，提升整體運營效率。

（二）增加社交媒體推廣

目前我們身處在大數據時代當中，社交媒體已經成為企業與消費者之間的重要溝通橋樑，「酷澎 Coupang」可以利用社交媒體推廣，並且與明星或網紅進行商業合作，極大化提升品牌知名度、吸引新客戶、增強顧客忠誠度，並且有效促進銷售量。

陸、參考文獻

李寓心（2023 年 1 月 5 日）。專題-韓版亞馬遜 Coupang 如何成為韓國的電商龍頭？。

<https://www.technice.com.tw/hot/32757/>

錢玉紘（2024 年 3 月 1 日）。酷澎苦熬 10 多年賺錢了！執行長提台灣用戶數翻倍，一句話卻透露：還在虧。<https://pse.is/6x3fji>

江淑真、朱珍珍（2024）。商業概論易點通總複習（上）。啟芳出版社。

LeadsGeek（2024 年 7 月 8 日）。【B2B 行銷必學】STP 分析是什麼？如何用 STP 分析搶佔市場先機？。<https://leadsgeek.ai/blog/stp-strategy-in-b2b-marketing/>

Locust（2022 年 5 月 27 日）。行銷 4P 是什麼？4P 分析怎麼做？。<https://reurl.cc/1XOAxm>

Growth Marketer Academy（2023 年 5 月 25 日）。行銷 4P vs 行銷 4C：4P 與 4C 差異為何？4 個範例分享！。<https://reurl.cc/yDANeO>