

書香深耕 10

花商人參加106學年度

讀書心得暨小論文 寫作比賽作品集



中華民國107年6月

圖書館編印

閱讀心得 · 1061031 得獎作品

特優

§	英二乙/	沈婷茹/	努力接受不完美	1
§	會二甲/	胡郁芯/	如果可以簡單 誰想要複雜	3

優等

§	英二乙/	林宜如/	失敗，沒那麼糟	5
§	英二乙/	林弘宇/	大人的故事書閱讀心得	7
§	英二乙/	范詠棋/	想像力就是你的超能力	9
§	英二甲/	郭濬菁/	PS, 我愛你	11
§	商一乙/	藍瑋榛/	我的金錢觀	13
§	商一甲/	黃玉綺/	生命的出口—黑暗的照護者	15
§	商三甲/	林欣瑩/	作者	17
§	商三甲/	林庭薇/	加油!小女孩	20
§	商三甲/	張盈柔/	阿嬤的小孩	22
§	商三甲/	黃思涵/	「勇敢創造自己的奇蹟：一百種自我激勵 法，徹底翻轉你的人生」讀後心得	24
§	會一乙/	胡瑜庭/	簡愛閱讀心得	26
§	會三甲/	黎珮綺/	說文學之美—感覺宋詞	28

甲等

§	英一甲	高婉瑜/	讓未來變得與眾不同	30
§	英一甲	劉心怡/	在責任的承擔之中遇見幸福	32
§	英一甲	黃盈慈/	折翼天使	34
§	英二乙	黃沛晴/	曾經，閱讀救了我—讀書心得	36
§	英二甲	陳珮瑄/	400米終點線	38
§	英三乙	林詩慧/	彼此之間不同的事，就讓時間去磨合	40
§	英三乙	林宜霈/	將心比心	42
§	英三乙	廖昱雯/	沒有爸爸的小孩	44
§	英三乙	呂洋/	轉角看見希望	46
§	英三甲	林宜璇/	最後五天我愛你之閱讀心得	48
§	英三甲	葉宜甄/	不乖	50
§	商二乙	蕭苓/	能學會知足，就容易感到幸福	52
§	商三甲	劉欣沅/	少年小樹之歌	54
§	商三甲	徐千耘/	知了	56
§	會二甲/	王可玉/	生命因夢想而遠大	58
§	會三甲/	郭人杰/	愛與情感的重要性	60

閱讀心得 · 1070315 得獎作品

優等

§	商一甲	白宇坊	挺身而進的勇氣	62
甲等					
§	英一甲	黃盈慈	愛與珍惜	64
§	英二乙	鍾瑩穎	流浪狗的心聲	66
§	英二乙	蔡采珉	爸爸的十六封信	68
§	英二乙	張彤芯	活出美好的自己	70
§	英二甲	劉琮旭	《可以善良但你要底線不當好人》心得	72
§	英二甲	張倩	永生與死亡	74
§	商一乙	林羽辰	喂，幹嘛不做你自己？	76
§	商一甲	劉盈君	我的讀書心得報告-----深海	79
§	商一甲	陳文惠	我的讀書心得報告----我們說好不分手	82
§	商二甲	傅郁婕	我的讀書心得	84
§	商二甲	黃祺謙	那年夏天，我們的綠光閱讀心得	86
§	商三甲	林庭薇	回家	88
§	商三甲	林欣瑩	獨立事件	90
§	商三甲	詹高全	「如果那一天」讀書心得	93
§	會二乙	張霽萱	看見：十年中國的見與思	95
§	會二乙	簡筱珍	神鬼交鋒	97
§	會二乙	羅玉瑄	謊言	99
§	資二乙	林品瑄	在天堂遇見的五個人	101
§	資二甲	石凱元	感動人心我是阿嬤的孩子	103

小論文 · 1061115 得獎作品

特優				
§	史地類/	資一甲/	何盈暉	太魯閣族傳統文化神話及祖靈信仰 …105
優等				
§	商業類/	會三乙/	潘盈蓁, 潘彥辰	花蓮巷弄書舖不為人知的秘密- 舊書舖子 …116
§	商業類/	會三甲/	廖映澄, 高瑞婕, 簡姿羽	手機漫畫 APP 滿意度調查—以 COMICO 為例 …127
甲等				
§	商業類/	商三乙/	黃渝軒, 李子清, 馮元君	「轉」出商業奇蹟—OREO 品牌行銷及顧客滿意度之調查(以花蓮市居民為例) …138
§	藝術類/	商三乙/	洪加真, 宋玟君, 鄭文軒	「百萬取一」, 韓國知名舞蹈教室探討 …149
§	商業類/	商三乙/	蔡婷婷, 林艾潔, 潘奕聰	住進我家, 踏入你心—以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿 …160
§	商業類/	商三甲/	徐千耘, 林庭薇, 張盈柔	蔓蔓「日」茂, 對症下「藥」—以日藥本舖花蓮門市為例 …171
§	商業類/	商三甲/	黃思涵, 項柏綱, 王馨苡	卡提諾狂新聞分析與認知—以花蓮地區高中職學生為例 …182
§	商業類/	會三乙/	劉宇豪, 黃乙丹, 張鋆淳	爭相只有 1 個—鮮起花蓮青少年的慾 …191
§	觀光餐旅/	會三乙/	李憲叡, 劉亭玢, 胡貞瑜	AMIS 原汁原味—紅瓦屋美食餐廳 …201
§	商業類/	會三甲/	林書霆, 陳主恩, 陳凱翔	花蓮人氣吃到飽餐廳【石屋燒肉火鍋】—消費者滿意度分析 …212
§	地球科學類/	會三甲/	吳寧娟, 林芳瑤, 駱悅心	校園環境垃圾減量, 殲滅垃圾大作戰—以花蓮高商為例 …223
§	資訊類/	資三甲/	林欣慧, 張家渝, 黃靜瑩	赤柯山上的金針花 …231
§	商業類/	資三甲/	郭咨佑, 盧芷宣, 林慈恩	「安倍技町」—打造健康飲品之顧客滿意度研究 …241

小論文 · 1070331 得獎作品

優等			
§	商業類/ 會三甲/	曾梓涵, 林盈瑄, 黃欣潔	寵物咖啡廳-First Floor Caf' e 壹樓貓·咖啡 ...252
甲等			
§	史地類/ 商一甲/	江欣儀, 黃芷瑩, 邱冠文	看魏晉「世」局「說」婦女風貌 ...262
§	商業類/ 商三乙/	盧禕, 郭雅莉, 陳靜玲	U虎!「日藥本舖」- 以花蓮地區為例 ...272
§	商業類/ 商三乙/	邱亭靜, 何彥霆, 巫孟欣	讓各位 JORDAN 了 JORDAN 鞋品牌 認知之民眾滿意度調查 ...281
§	商業類/ 商三乙/	黃渝軒, 馮元君, 李子清	「轉」出商業奇蹟—OREO 品牌行銷 及顧客滿意度之調查(以花蓮市居民 為例) ...290
§	商業類/ 會三乙/	劉雅惠, 林芷瑄	虎爺溫泉觀光商機之探討 ...301
§	商業類/ 會三甲/	吳珮瑜, 高湘媛, 余雅晴	探討量販店消費者滿意度-以愛買、 家樂福為主 ...311

其他對外競賽成果

106 學年度 國立花蓮高商商經科與慈濟科技大學醫務暨健康管理系 策略聯盟專題製作競賽暨期末成果發表會競賽結果

序號	獎項	班級	組員	題目	PDF 全文
1	最佳小論文	商三乙	馮元君、李子清 黃渝軒	轉出商業奇蹟-OREO 品牌行銷及顧客滿意度之調查	詳見 p. 138
2	最佳小論文	商三乙	鄭文軒、宋玟君 洪加真	「百萬取一」，韓國知名舞蹈教室探討	詳見 p. 149
3	最佳小論文	商三甲	徐千耘、林庭薇 張盈柔	蔓蔓日茂對症下藥以日藥本鋪花蓮門市為例	詳見 p. 171
4	最佳團隊	商三甲	項柏綱、黃思涵 王馨苡	卡提諾狂新聞分析與認知-以花蓮地區高中職學生為例	詳見 p. 182
4	最佳團隊	商三乙	蔡婷婷、林艾潔 潘奕璵	住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例	詳見 p. 160
6	最佳團隊	商三乙	金郁玟、賴雅鈴 吳佩穎	驚「弘」一瞥「宇」眾不同	322
7	佳作	商三甲	林欣瑩、許雅玥	後山仙境—雲山水民宿	332
8	佳作	商三甲	陳曦、李婕、 邱姿怡	探討行動支付的現況及未來趨勢-以 Apple pay 為例	343

德明財經科技大學「2017 第五屆全國連鎖加盟創新創業競賽」

獎項	班級	組員	題目	PDF 全文
高中職組 佳作	商二乙	林明昌、吳心綾、吳冠麗、 吳鷹翔、郭子寧	懸念花蓮，盡在福璟	352

特優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：特優

作 者：沈婷茹

參賽標題：努力接受不完美

書籍 ISBN：9789573275701

中文書名：接受不完美的勇氣 阿德勒 100 句人生
革命

書籍作者：小倉廣

出版單位：遠流出版社

出版年月：2015 年 02 月 01 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

阿德勒雖然在三巨頭裡是最不有名的，但他的心理學，是帶給人「勇氣」的心理學。所謂的勇氣，就是克服困難的活力，缺乏勇氣的人，一遇到困難，就會墜入人生的黑暗深淵。小倉廣運用了自己的解釋方式來解釋阿德勒的話然後也給予了一些對於阿德勒所說的話的看法，希望可以帶給讀者更多的勇氣。

二●內容摘錄：

稱讚是俯瞰的視線，帶給別人勇氣則是平行的視線。 P.225

想過沒有煩惱的生活，除非宇宙只剩下你自己。 P.122

不知如何判斷時，優先考量大團體的利益就對了。 P.210

樂觀的人不會懊悔過往，也不會對未來惴惴不安。 P.246

三●我的觀點：

阿德勒把人生分了三塊任務分別是工作的任務、交友的任務、愛的任務，勇氣如何產生？在面對困難時，在需要給別人幫助時，其實只要有一點小小的鼓勵，勇氣就會出現。每個人在出生時第一個接觸到的就是家庭，我認為家庭就是一個小型的社會，每個人出生個性也不一樣，就有如在這個世界裡有很多不一樣的人，可是，這些個性其實有些不是天生的，不同家庭，不同教導方式，造就了不一樣的人，沒有人是天生開朗，沒有人是天生悲觀，也沒有人是一夕之間改變，就像阿德勒說的改變，在你死亡前兩三天都還是有可能。

在這本書裡有講到家裡小孩排序的個性差別，我覺得這真的還是有關係，我用很多現實生活上發生的事情去比對，老大，比較具有領導能力，而且也比較會負責任，因為在家裡如果大人們不在，老大就要負起照顧弟弟妹妹的責任，他們做錯事也要教導他們，最小的小孩往往

很不獨立，因為家裡他最小，什麼事情都有爸爸媽媽哥哥姐姐來做，而形成他什麼事都不會做。我認為這三個任務都有關聯性，最主要的就是阿德勒一直提倡的共同體感覺吧。在你不知道事情怎麼解決的時候，不要先以自己需要去想解決辦法，而是先以別人需要或是大眾需要去想，因為當以自己需要去想時，你不管怎麼做都會認為自己吃虧或者別人會不贊同你的做法，這樣你永遠不會找到方法去解決。

這讓我想到了一個人，沈芯菱，她家庭並不富裕，年幼的她跟著家裡長輩南北奔波擺攤，她發現了那些貧困的人的遭遇，建設網站幫助她們，她做的一切出發點都是別人而不是自己。在日常生活中常常會聽到有人抱怨時間不夠，什麼東西不好，導致什麼事都無法完成，這又可以套上阿德勒的一切取決於自己這一句話，你如果真的有心想去做，就不會管時間夠不夠，就算時間真的很不夠，你也會盡自己最大的努力去完成自己要做的事，世界上有很多名人，有很多不是家裡貧窮，就是教育程度不高，可是為什麼他們可以成功？並不是貧窮的人就要貧窮一輩子，並不是富裕的人就可以富裕一輩子，就算是家裡有錢，你不努力生活，家裡的錢遲早會被你花完。成功的人往往都是知道自己需要什麼缺少什麼並且努力地去花時間完成。很多人說，教導小孩就是要給予稱讚，但是有時候稱讚並不是一定好，當小孩子收到你的稱讚時的確會很開心，並且為了得到稱讚或者關注，會重複或者想辦法再做一件得到你關注的事情，可是她們並不會真正了解他們做的事是應該做還是非應該，因為他們只有一個目的，就是得到你的關注，所以不一定要用稱讚，反而選擇用帶入事情的方法讓他們知道這個做法在這個時候用才是對的，又或者在他們做錯事情的時候不要過於激動的責備，但是最重要的其實是要花多一點時間去陪伴小孩，不要因為工作或其他事物的干擾與延遲耽誤對小孩的關愛。

四●討論議題：

書中討論了很多的方式去面對不同的不完美，請你試想下還有什麼辦法可以去接受自己的不完美呢？

特優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：會二甲

科 別：會計事務科

名 次：特優

作 者：胡郁芯

參賽標題：如果可以簡單 誰想要複雜

書籍 ISBN：9789865728878

中文書名：如果可以簡單 誰想要複雜

原文書名：如果可以簡單 誰想要複雜

書籍作者：Peter Su

出版單位：布克文化

出版年月：2016 年 6 月

版 次：初版

●圖書作者與內容簡介：

Peter Su，一個熱愛設計、喜歡攝影、享受音樂的男孩，喜歡用木吉他自彈自唱來創作。19歲就開始踏上背包客之路，以一顆細膩的心去體會旅行、體驗生命中的美好與不美好。認為生活，不是所有的事情都能如你所願，但絕對值得去嘗試；認為夢想這條路，踏上了就算有多艱難也要努力到達。擁有敏銳細膩的觀察與感受，於是透過書寫傳達，讓更多人在夢想的路上前進、在愛裡學習勇敢、最後找到最簡單純粹的自己。

二●內容摘錄：

明天起，新的依然會開始，舊的也不會消失，每一道刻痕都是你留下的，我會好好的保存著，無論好與壞，都是組成我們此刻的自己，少一個都不行。(P.99)

如果你不嘗試去做自己想要的事，不去喜歡想要喜歡的人，不去冒險自己想要的樣子，那活著跟死去有什麼差別？(P.145)

因為沒有特別幸運，所以才特別努力，希望你記得，你不可能比所有的人好，但你也不會比所有的人差。自己想要的就是最好的了，而你想要的只有自己才能給自己。(P.173)

幸福，其實一直都在身邊，不用急著找，或許只是一個瞬間，你就會發現它。(P.186)

三●我的觀點：

這本書的每一句話都帶給我們滿滿的正面能量，都能讓我們從中獲得省思，書裡印象最深刻的一篇就是作者提到：小時候常常會問假如可以選一樣小叮噹口袋裡的東西，會想要竹蜻蜓、任意門、時光機的哪一個？作者九歲的回答是竹蜻蜓，只是想要自由自在的飛去自己想去的地方，到了十九歲，實現了想飛來飛去的夢，答案變成了任意門，因為這樣就不用花太多飛行的時間，直到二十四歲那年，傳來爸爸生病的消息，這一次他想認真的回答那個天真的問

題，他最終想選擇的是時光機，他說：「因為如果哪天誰真的先離開了，我想要用這台時光機，回到我們最一開始相識的地方。我想要重新和你一起再生活一遍。」

看完這個小故事其實很感動，每個人小時候都有很多願望，像我以前總是希望能買到什麼東西或是能去哪裡玩，還有希望自己能快樂的長大，不要有太多煩惱，我們都想得到自己想要的，直到經歷了這麼多事情後，才發現只是想要身邊的家人朋友們都能健健康康，拿所有的願望換也可以，因為知道他們不會永遠陪在我們身邊，所以更想把握跟他們在一起的時光，但偏偏健康和時間是金錢買不到的。想想以前的自己，因為一時的情緒，對父母說話的態度很不好，在當下可能不覺得什麼，但其實他們都會難過，我覺得人成熟後的心態會變得很不一樣，長大後會發現，家人就是在你最低潮的時候，給你最多鼓勵，還要你不要放棄的人，如果真的累了，溫暖的家永遠為你敞開，只有家人即使受了傷，還會笑著問你你好不好，我們又從什麼時候開始，在自己的願望裡出現了家人？從今天起好好的愛他們，孝順他們，珍惜和他們相處的時間，不要有遺憾。

本書中我最喜歡的一句話就是：「生命很簡單，只是我們誇張了。」我們都可以享受簡單的事，過著簡單的生活，做個簡單的自己，不必花心力討厭人，只要在意自己想在意的人，路過的人這麼多，留下來的人才重要，人生的路起起伏伏，難免會遇到瓶頸和不順的事情，有些人壓抑自己，有些人開闊自己，有些人越挫越勇，但只要撐過低潮期，代表我們又向前邁進一大步了，學會面對和解決事情，對自己有自信，找到適合自己的生活步調不去迎合別人，或許這就是最簡單生活方式。

心有多大世界就有多大，有些人一年過了 365 天，有些人只是過了一天，重複了 364 次，總是把自己局限在舒適圈裡，我和作者一樣都覺得旅行是一個可以讓自己充電重新出發的事情，不管路途的好壞，在這個過程中都使我們成長，因為不知道前方有什麼正在等著我們，所以更要勇敢的面對每一天，只要不放棄，我們都能成為更好的人。

四●討論議題：

1. 夢想和現實要怎麼選擇？
2. 你覺得旅行的意義是什麼？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：優等

作 者：林宜如

參賽標題：失敗，沒那麼糟

書籍 ISBN：9789866679032

中文書名：其實，沒有那麼糟？

書籍作者：林慶昭

出版單位：出色文化

出版年月：2008 年 02 月

版 次：二版

一●圖書作者與內容簡介：

作者林慶昭曾任《翡翠》雜誌採訪記者、尖端出版公司叢書主編，寫出許多勵志、激勵人心的好書。作者也透過書告訴讀者，那些比我們更坎坷的人，是如何用他們的正向、樂觀，來面對他們的人生。

《其實，沒有那麼糟？》是本關於人生的書，作者運用舉例、名言，以輕鬆的文字，告訴讀者，「人生與其懊惱痛苦，倒不如開心的過生活」。

二●內容摘錄：

1. 人生不是苦旅，別把困境看得那麼壞。(P.53)
2. 打開心內的門窗，陽光才會照進來；只有面對陽光，陰影才會在你的背後 (P.26)
3. 失敗是成功的墊腳石，一次的失敗並不可恥，更不用氣餒。(P.97)

三●我的觀點：

「 「絕望的時候再等一下」，這句話我思考了很多遍，是否每個人在絕望的時候，都能得到救贖，都能獲得鼓勵，得以重新振作；但人生不會都如此好運，總會有人對你伸出援手。我想，唯有自己努力、不放棄任何機會和勇敢的面對自我，才是最終戰勝絕望的人。

而有一個叫麗莎的女孩，令我最印象深刻。因為她缺乏脂肪組織，也因為特別的外表，被稱為「世界上最醜的女人」，飽受霸凌、受到異樣眼光，而面對這樣的人生，她沒放棄希望，現在還成為了激勵講師，完成了許多人生目標，她在演講上說過：「我會利用這些負面的東西成為一個梯子，來登上我的目標」；其實人生就是這樣，不讓別人的眼光來定義自己，才會知道

「每一個人都是自己命運的主宰」。

我們都應該珍惜生命，遇到困境時，不是一味的怨天尤人，應該學著釋懷；讓自身負擔減少，放下生氣和責備，其實換個方向想，危機也是個轉機，生活也不是你所想的那麼醜陋，一切都是看你如何選擇。

人生的道路上，往往都是要經過佈滿荊棘的小徑，才能發現美麗花園的蹤跡；而上天總是會在小徑上，佈上石頭、坑洞，來考驗我們能否有站起來的勇氣；誰沒有過挫折、失敗，但輕言就放棄，那這一路走到這裡，又有何意義。

但，開心和難過，成功和失敗，不都是一線之隔嗎？小時候，長輩常說：「笑著走過，總比哭著停留，要有意義多了」；不管今日有多少悲傷，都不要留到明日苦惱。與其，讓時間記錄下我們悲傷的痕跡，倒不如留下美好的行跡。

有許多身心障礙者、處境比我們還糟的人們，他們都努力的要好好活著、積極的面對他們的人生，但有些人，環境良好、四肢健全、接受過教育，卻因為遇到一些挫折，選擇放棄生命。我想，我們都不應該無意義的喪失生命，書中寫道：「是否有心去突破現狀，還是任由命運的擺佈」；我們無法選擇生命的開始與結束，但我們能選擇如何讓過程更加璀璨。

古人說：「失敗乃成功之母」，成功的道路上，必定是由許多的失敗累積而成，也就是必須記取失敗的教訓，並保持最初的心，堅持的向目標前進，才能成為成功者；也因為不斷地受磨難，人才會變得更堅強，才會懂得珍惜得來不易的成功。

我們都在通往花園的路途上，遇到了森林、野獸、陷阱、岔路，使我們傷痕累累，但只要堅持下去，就一定能走到終點，這段路途可能很顛簸，很多困難。但那些為自己生命努力的人，都沒放棄，我們又有什麼理由能放棄。人生並不可怕，只要珍視自己，勇敢的面對生活，敞開心胸看待事情，不管什麼時候，「人生都是充滿無限的幸福與美麗」。

四●討論議題：

「如何幫助他人走出挫折、失敗？」

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：優等

作 者：林弘宇

參賽標題：大人的故事書閱讀心得

書籍 ISBN：9867763726

中文書名：大人的故事書

書籍作者：歐陽峻山

出版單位：海鴿文化出版圖書有限公司

出版年月：2004 年 6 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者歐陽峻山，本名歐陽瓊芳，曾經在各大報紙、媒體工作。這是一本由許多故事集合起來的一本書，裡面的故事都是非常感人的，感人的同時也會想到從曾經到現在，失去了什麼也忘記了什麼。還有就是像說我們長大了，是有一些習慣要改是難以改變的，好習慣就該留著，壞習慣必須在趁早的時候把它改掉。

二●內容摘錄：

當我們逐漸失去孩子的眼光時，世界就變得越來越狹小。P.18

美是一種自然形態。人要是能忘掉自我，進入自然狀態，哪怕相貌平淡，看起來也很可愛。

P.36

人生不是演戲，大可拋掉面具，一旦反璞歸真，煥發超級魅力。P.48

人生有得有失。想得到就不要怕，做過了就不要悔。P.50

只要不為自己的選擇懊悔，選擇怎樣的生活都是對的。P.66

三●我的觀點：

看完這本書以後，裡面的故事大多都讓我感觸很深，雖然都是一些瑣碎的故事集合而成，但就可以讓我覺得很感動。裡面有一個故事寫著老師問他的學生們，花兒為什麼會綻開？孩子們的回答讓老師感到非常慚愧，便把本有的正確解答撕掉了，「因為花兒睡醒了，它想看看太陽。」「因為花兒想跟小朋友比一比，誰穿的衣服比較漂亮。」「因為花兒想看一看有沒有小朋友把他摘走了。」我看完以後，想起來我在這個暑假有參加一個七天的營隊是要帶小朋友一起玩的，在我帶小朋友的時候，他們每一個都是很天真無邪的，在每一個過程、每一個遊戲、每一節上課當中，他們都呈現最真實的一面給我看，完全沒有任何的隱藏，孩子們原本

該是什麼樣子，在我眼中就是什麼樣子，沒有任何的心機。看完這個故事，發現孩子們的天真無邪是那麼的可愛，在沒有任何的心機相處之中，那才是我覺得最真實的一面，當我長大之後，小時候純潔可愛的想法也就一起跟著年齡慢慢變得成熟，在心智慢慢變得成熟當中，想法、做法、行為舉止方面也就會有很大的改變，看看之前小時候的影片，發現現在的自己跟之前的我差別很大，聲音、外表、做事態度等，都改變了許多，才覺得以前該怎麼做才是最好的，後來才開始後悔，之前的行為讓人很多人生氣，到現在也覺得之前的行為是不對的，以後如果可以為自己之前做錯的事彌補的話，我會願意重新來過的。裡面有一個故事在述說一個心理學家跟一個監獄犯人兩個人的小時候，犯人小時候有一個弟弟，那時媽媽拿了兩顆蘋果，弟弟馬上就挑了那個又大又圓的蘋果，但是媽媽卻說要懂得讓給別人，本來也很想要那顆大蘋果的犯人就改口說要小的大的讓給弟弟，因為說謊拿到當作是獎賞的大蘋果，長大之後因為說謊當上了犯人；另一位心理學家小時候有一位哥哥，當時也有了同樣的一個困境，在爭先恐後的當下，媽媽把草坪分成兩半，說看誰修剪的好，就能拿到又大又圓的蘋果。這個故事讓我知道，小時候說的謊或許是會被原諒的，但是長大以後說的謊，後果必須要由自己承擔，說的謊的大小就會變成別人對妳的眼光，但是在小時後擁有一個良好的競爭，長大之後就會知道如果有競爭就可以讓自己有所成長，在競爭結束後是贏的一個狀態，就會知道怎樣做是好的；在競爭結束之後輸了的話，便會知道自己還是有可以進步的地方，也會知道自己可以做哪些改變，讓自己變得更好。看完這一本書之後，學到的很多、領悟到的也很多，不僅僅可以知道小時候做的一些事情是父母或者事長輩是在體諒我們、保護著我們，讓我們不受到傷害才不講出真相的，長大之後發現小時候的我們不懂事，既然已經知道錯了、犯過錯的事就不要再犯了，在不知道結果勇敢去嘗試，也是我在這一本書裡面有看到的，往往都會擔心結果事不好的我，現在敢勇於去做嘗試，因為不知道結果所以才去做，如果做完之後結果是好的，這樣我以後就會繼續做下去，如果不好，我就不會繼續擔誤在這件事情上面，繼續我下一個面臨的挑戰。

四●討論議題：

如果不知道等等的結果是怎樣，你／妳會去做嗎？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：優等

作 者：范詠棋

參賽標題：想像力就是你的超能力

書籍 ISBN：9789573263210

中文書名：我們叫它粉靈豆 Frindle

書籍作者：安德魯·克萊門斯

出版單位：遠流出版事業股份有限公司

出版年月：2008 年 6 月 1 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

尼克·艾倫是林肯小學裡一個精靈鬼怪的小朋友，腦袋裡裝的都是一堆奇怪的想法。有一次在上英文課的時候，聽到老師在上課的時候說：「誰規定 dog 就一定是狗？全部都是靠人自己想出來的。」那堂課結束之後，尼克的腦中有了一個點子，找了幾個朋友一起玩了個遊戲，就是筆不再叫做「Pen」，而叫做「Frindle」，然而這個故事也漸漸地引發了外界的注意，越來越多人開始不把筆叫做 Pen，開始念成 Frindle。

二●內容摘錄：

1. 我們的世界不停地在改變，轉變的方式千百萬種。p177
2. 一個人總是可以看著太陽升起，但卻無法使太陽慢下來，或停止不動，甚至倒退走。p175
3. 良好的語言能力有助於培養清晰的思考。p59
4. 他的雙眼炯炯眼神，不過這種眼神應該說是很明亮，並非灼熱難擋。p97
5. 法律是可以修改的，但是只有在真正需要的時候才會去修改。p85

三●我的觀點：

書中的尼克是一個很有想法很有創意的學生，想到什麼就會做什麼，誰都抵擋不住。在一次英文課的時候葛蘭潔老師說了一段話：「誰規定 dog 一定就是狗呢？就是你我啊尼克！」，那堂課結束後，他馬上想到了一個奇怪的點子，就是把 Pen 念成 Frindle。剛開始的時候，大家都覺得好玩，幾乎每個人開口閉口都是 Frindle，可是誰也沒有想到這個影響力是如此的強

大，從自己的班到學校最後就連外界都知道了這件事，也因此這位嚴格的英文老師就規定了如果有人再把 Pen 念成 Frindle 就要被留校察看！

其實老師說得沒錯，沒有人規定 dog 一定就是狗，也沒有人規定 pen 就是筆，可是我們要思考的是，有些事情是可以去改變的，但有些則是一旦改變了，或許這個世界就會大亂，就好比太陽從東邊升起，從西邊落下一樣，我們只能在旁邊靜觀其變，而無法改變這萬物的順序及原本的真理。換個角度想，如果筆原本叫做 Frindle 而不是 Pen，那尼克是不是就有可能會創造出 pen 這個詞，來取代 Frindle 呢？我認為，尼克其實沒什麼錯，他是一個充滿想像力又是行動派的孩子，總會把腦袋裡想到的事做出來，不論有多困難，也都一定會完成，如果他的初衷只是想讓他的生活及周遭的人事物充滿歡樂和笑聲，並沒有要傷到任何人的意思，那我覺得他以後會是個了不起的人才，況且如果我是老闆的話，必定也會錄取這樣的才子到我的公司工作，相信他一定會讓公司發揚光大，帶來豐厚的效益。

我們的世界是不停地在運轉、轉變的。就是因為這個世界有很多的人把自己的創意發揮出來，發明了很多玩意兒讓現在的人生活變得很方便也很多采多姿。表達創意的方式有千百萬種，我也是屬於那種奇特的孩子喜歡創造很多不一樣的事物，喜歡帶給別人滿滿的歡樂，腦袋裡裝著許多跟別人不一樣的東西，看到別人因為自己臉上充滿著笑容，是件再開心不過的事了。我很佩服故事中的尼克，很勇敢把自己的想法用不同方式表現出來，就算有些世人會用奇怪的眼神看著自己，卻還是不會停止不做的個性是我還沒能達到的境界。

我總是在想如果這個世界缺少了想像力，每天都過著平凡無奇的生活，對我來說，那一定會很乏味無趣。曾經在電視上看到一則廣告，裡面有一句話是：「想像力就是你的超能力！」我很喜歡這句話，短短的句子卻富有滿滿的力量！雖然這些想像力跟創造力不能改變萬物的真理，但卻可以豐富我們的生活，改變我們對很多事情的看法。人的一生是靠自己走出來的，你希望它變成什麼樣子，那它就會變成什麼樣子。倘若在眼前有個才華洋溢的人，而你不讓他發揮，便是把他綁得緊緊的，這樣的話世界有可能不會再進步了！

四●討論議題：

每一樣東西都有名字 這些名字背後的意義是什麼呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二甲

科 別：應用外語科

名 次：優等

作 者：郭濬菁

參賽標題：PS,我愛你

書籍 ISBN：9789571347936

中文書名：PS,我愛你

原文書名：PS,I Love You

書籍作者：西西莉雅·艾亨

出版單位：時報文化

出版年月：2008 年 1 月 21 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

荷莉和傑瑞是青梅竹馬的一對，很難想像他們如果沒有彼此，要怎麼過生活。然而傑瑞卻突然因病去世，留下荷莉獨自面對茫然不知如何繼續的人生。

荷莉三十歲生日前夕，突然收到傑瑞生前留給她的十封信，而且每封信信末都附註：「PS,我愛妳」。每個月都有一封信幫助荷莉去過生活—從克服恐懼上台唱歌到買盞小燈，最後荷莉出發遠行，藉此忘情療傷，也找到讓這份愛繼續的方式。

二●內容摘錄：

我僅是妳人生的一個章節，未來還有許多章節。別忘了我們美好的回憶，但是也不要害怕繼續往前走。謝謝妳，讓我有榮幸，成為妳的另一半。對所有的一切，我永誌感激。只要妳需要我的時候，妳知道我會與妳常相左右。(p.31)

只因為我沒跟他結婚，並不代表我哀悼的程度比不上妳。而且，他死了並不表示我也必須結束生命。(p.281)

無論未來的境遇如何，荷莉知道自己一定會敞開心胸，跟著感覺走。至於目前，她只想活下去。(p.426)

三●我的觀點：

人的一生必須經歷四個過程：「生、老、病、死」。生命遲早會有結束的一天，但沒有人

知道自己的生命長短，知道下一秒究竟會發生什麼事？

如同故事中的荷莉得知丈夫傑瑞患了腦瘤的惡耗，原本以為只是單純的壓力問題，沒想到卻在之後奪走了傑瑞的性命。在醫院陪伴傑瑞對抗病魔的那段期間，荷莉一直都很堅強，甚至辭掉了工作，好讓自己每分每秒都能待在傑瑞的身邊，用心的照顧他。在將近一年的抵抗後，傑瑞嚥下了最後一口氣，與世長辭。在那個當下，荷莉感到放鬆，知道他終於能夠結束病痛的折磨。緊接著的幾天，雖然荷莉冷靜的處理葬禮的事宜，可是在她拿到丈夫的死亡證明時，她才強烈地感受到丈夫已經去世的事實。

在我讀幼稚園的時候，爺爺因為癌症去世。就當時年幼的我來說，對於生死的概念還很模糊，我沒有強烈地情緒起伏，看著身邊的大人們陷入一片愁雲慘霧之中，有的人壓抑著悲傷選擇沉默，有的人則不斷放聲哭泣；而奶奶紅著眼睛輕聲告訴我：「爺爺只是睡著了。」卻不禁讓我感到疑惑，為什麼爺爺好久都沒有醒來呢？

或許是因為現在的我還年輕、身體也健康，感受不到「死亡」這兩個字背後所代表的沉重，它似乎是一件很遙遠的事，似乎還要過很久很久以後，我才必須去面對它。但我卻難以想像，當身邊的家人和朋友，或是對於自己而言相當重要的人，離開了人世，而從此之後再也無法見到他們時，我會怎麼辦，我會如何去度過接下來的生活.....沒有他們的生活。

主角荷莉一開始情緒是崩潰的，她排除所有曾經和她有交集的人事物，將自己與世隔絕，把自己鎖在她與傑瑞共住的房子裡，每天過著頹廢的生活。荷莉保留有關傑瑞的所有物品，試圖留住他們之間的回憶，好像傑瑞從來沒有離開過一樣。幸好，傑瑞在生前留了信，內容有指定要荷莉做的事，讓荷莉開始有了生活的動力。而傑瑞的信儼然成為荷莉的生活主旨，荷莉再度振作的原因就是傑瑞的信。但是，信只有十封，全部看完之後呢？荷莉又要再度回到哀念丈夫的悲慘生活嗎？隨著故事的情節發展，荷莉身邊的家人、朋友陪伴著她度過種種難熬的日子，即使發生許多大大小小的事情，卻也使荷莉再度重拾自信。這段過程讓荷莉明白了一件事，她不是為傑瑞而活，而是為她自己而活。

看完這本書後，我對於書中有一段話印象深刻，是傑瑞的朋友約翰對荷莉說：「只因為我沒跟他結婚，並不代表我哀悼的程度比不上妳。而且，他死了並不表示我也必須結束生命。」這句話令我很有感觸，對於一個人的死亡，無論再怎麼傷心，生活還是得繼續過。更何況，這並不代表只有自己難過，周遭的人一定也會傷心，所以一直沉浸在悲傷是沒有用的。地球依然會運轉，世界的腳步依然會繼續前行。從另一個角度思考，這本書也讓我體會到，人生在世應該多多珍惜身邊的人事物。畢竟人生無常，許多事情難以預料，如何把握當下是最重要的！

四●討論議題：

當身邊的親朋好友去世，你會怎麼走出傷痛？

如果你得知自己的生命所剩無己，你會怎麼把握剩下的時間？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一乙

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：藍堉榛

參賽標題：我的金錢觀

書籍 ISBN：9789869120913

中文書名：自命不凡 寫作好手

原文書名：自命不凡 寫作好手

書籍作者：第八屆聯合盃作文大賽優勝同學蕭蕭，陳嘉英，許榮哲，李崇建，洪美雀，黃惠鈴等老師及作家

出版單位：聯合報股份有限公司

出版年月：2015 年 9 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

寫作能力除了是一種語文表達外，更是一種藝術的創造能力，它需要縝密的思考，更需要用字的精準，可以抒發內心的悸動，甚至說服於他人，但若能把書中所讀到的知識，道理僅記到心中，那是最好的，寫作能力與閱讀能力息息相關，所以不只寫作能力重要，閱讀能力更是重要。

二●內容摘錄：

- 1.人生之路有曲折迂迴，方顯堅毅不拔的志氣；生命故事有高潮迭起，才值得再三品味；命運航程有驚濤駭浪，明朝旭日將在東升 p.84
2. 瀑布從崖邊千軍萬馬般狂奔而下，它讓自己彎腰，在千谿萬壑的環繞中激起了耀目的水光；彩虹不傲於自己美麗的披肩，它讓自己彎腰，在碧穹中以一抹微笑創造風景；高山頂的小草不因矮小而自卑，它讓自己彎腰，在冷冽風中順應環境。p78
- 3.人生路程，漫長多變，得失是必然的結果。端看態度，失，可能是找回的契機；可能是心靈思想的轉捩；卻也可能是崩壞思想的壓力，面對著失去，跨過的是荊棘的教訓，或是墮落的起始，也可能帶來轉折抑揚的靈魂。P72

三●我的觀點：

這本書有許多的文章，很多文章我都很喜歡，但最讓我印象深刻的是[我的金錢觀]這篇，因為這篇最能彰顯現今的社會。

金錢很重要嗎?有什麼會比金錢更重要?更值得我們去追求，甚至會為了更重要的人事物而拋棄，我時常問自己?我覺得金錢固然重要，但金錢生不帶來，死不帶去，今天也許賺了很多，但明天的事，誰又會知曉呢?世界上並不是所有人都是富裕的，例如:身處非洲的小孩，常常

在新聞媒體看到都瘦得皮包骨，連肋骨都清晰可見，三餐溫飽對他們來說是很奢侈的事，有些甚至活活餓死在街頭。剛出生的新生兒，因為媽媽自己營養不夠，導致沒有足夠的奶水餵寶寶，寶寶甚至都還來不及叫聲爸媽就逝世了。相較之下，生在台灣的我們，有多麼地幸福、幸運，父母供我們三餐，甚至還提供足夠的教育費，所以我們要更加努力的讀書，慰勞父母的辛苦。還記得國中時，學校有免費的營養午餐，而同學們不但沒有心存感激，還一直挑剔，甚至一整鍋廚餘倒掉，現在回想起真覺得很浪費。有許多同學天天吃泡麵，或有些人寧願啃麵包，也不願吃營養午餐，問他們總是回答「那麼難吃，我寧願餓肚子。」我心裡總是想，既然是免費的，那就不要那麼挑剔了，而且我覺得營養午餐也沒有像同學講的那麼難吃。俗話說：「誰知盤中飧，粒粒皆辛苦。」

有人說：「金錢雖不是萬能，但沒有錢卻萬萬不能。」若沒有錢，哪來一棟遮風避雨溫暖的家？若沒有財物，哪來一件漂亮華麗的衣裳？若沒有財物，三餐溫飽都是一件很困難的事。若沒有財物，生病了該怎麼辦？財務固然重要，但也不行為了錢財而迷失自己，不能為了財務而作出非法的事，我們要以正當的手段來賺取財物。現今的社會，有許多月光族，薪水一拿到就花，甚至還跟父母伸手拿錢，月光族的人認為跟父母伸手拿錢是應該的。賺錢重要但存錢也不可忽略，理財甚至比賺錢更重要，不能今天賺多少就花多少，我認為理財這部分是最難的，因為拿到了一份薪資，並不是把所有錢都存入戶頭，還是要付一些開銷，省吃儉用，剩下的錢才是真正存進去的。理財有很多方法，例如：存入戶頭，股票，基金等，不管選擇哪種，都應量力而為，不該太貪婪，得失心也不要太重。例如：股票，就當玩股票是平常的消遣活動，不要太放在心上，也不要太在意，投入的錢量力而為，不要太過。

我的金錢觀，不要太過於追求榮華富貴，我認為太富有，家人與家人的感情會漸漸疏遠，身邊的朋友，也不知道是不是真心的。太富有未必是件好事，會感覺有距離感，我對現在的生活很滿意，假日偶爾跟同學出去玩，跟家人出去吃飯。心情不好時，與朋友傾訴；快樂時，與朋友分享，人生不就是追求這樣嗎？

四●討論議題：

如果健康沒了，賺再多財物也都沒有用了，那如果身體很健康，會窮極一生，相反的，若很富有，身體會很差，如果是你，你會如何選擇？為什麼？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：黃玉綺

參賽標題：生命的出口－黑暗的照護者

書籍 ISBN：9867993152

中文書名：再見了，可魯

原文書名：再見了，可魯

書籍作者：石黑謙吾

出版單位：角川

出版年月：2002 年 4 月 11 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

圖書作者：

1961 年生於日本金澤市。曾任雜誌記者，編輯，參與過書籍的寫作、編寫、編輯。

內容簡介：

本書主角可魯是一隻拉不拉多導盲犬，由於牠性格相較於其他幼犬來得沉穩，具備了導盲犬必要的條件，而踏上導盲犬的路。可魯那純真、善解人意的真誠，也觸動了讀者內心深處。最後可魯和渡邊先生從陌生到相互依靠的羈絆，完全信任彼此，建立了很好的默契，娓娓讀來令讀者動容。

二●內容摘錄：

1. 代替盲人的雙眼，能安全舒適地完成引導工作是導盲犬的任務（P 28）
2. 以溝通代替責罵的方式來教育（P 42）
3. 導盲犬對於盲人而言，並非只是「會導引走路的狗」（P 88）
4. 某位導盲犬使用者曾說過：「透過導盲鞍可以讓我看到藍天」（P 88）
5. 我一直以為導盲犬只是幫我引路而已，其實不是這樣的。我只要和他在一起，就會覺得特別愉快（P 94）

三●我的觀點：

傑佛瑞麥森說：「狗若愛你，就會永遠愛你，不論你做了什麼事，發生什麼事，經歷了多少時光。」盡責、忠誠與愛，可魯帶給我的就是這種最深切的感動。

第一次看到這本書是被它封面吸引，封面有一隻眼神帶著無辜的拉不拉多犬，經過閱讀後，透過導盲犬可魯，我看見了人與動物之間那種惺惺相惜陪伴。內容記錄了可魯的一生。可魯有四個兄弟姊妹，身上擁有十字架型的獨特的黑色花紋，加上性格比其他狗來得穩重而改變了他成為導盲犬的一生。可魯並非純種導盲犬交配所生，但因為天生有著沉穩的性格加上經過專業的訓練而成為導盲犬。擁有特殊的才能，也幫助了許多盲人。

作者以簡單樸實的手法紀錄了可魯的一生，記錄了可魯經歷許多生死離別，與主人培養共同的默契、完全信任彼此，從陌生到緊緊相依的羈絆，那份人與寵物的情感，觸動了我內心深處，讓我讀完這本書，還想再看一次。更讓我不但帶領進入導盲犬的世界中，也讓我更瞭解到導盲犬如何成為視障者在心理及獨立生活能力上的幫助。

然而，在台灣一般人對於導盲犬的認知，比起日本以及歐美國家，並不是非常普及，故常常看到新聞報導某些餐廳，或者客人不歡迎導盲犬入內。如視障音樂家胡清祥曾打算預訂雪霸公園的出遊行程，但卻收到「狗與導盲犬不能上車」的拒絕簡訊，這只是台灣社會對導盲犬不友善的冰山一角。

其實狗狗因天生具有靈敏的嗅覺和敏捷的反應，加上專業人員的培訓，故能擔任照護的工作。即導盲犬，是盲人的好幫手，更是在他們生活中最忠實的夥伴，不僅讓盲人又有從新獲得一雙眼睛的感覺，也讓盲人在黑暗中有了安全感。一旦導盲犬跟主人培養出了共同默契，是沒有任何人事物可取代的，就像是人與人之間的情感，是最獨一無二的。

難怪，米蘭·昆德拉亦寫過的一句話：「狗是我們與天堂的連結，他們不懂何謂邪惡、嫉妒、不滿，在美麗的黃昏和狗兒並肩坐在河邊有如重回伊甸園。」故身邊的寵物，並非純粹意義上的寵物，牠們不只是給人們陪伴、解悶，還有了對人的感情。牠們是需要被用心愛護的。既然決定要養了寵物，就不要輕易丟棄牠們。牠們對人類是有感情的，並非玩具，想收留就收留，不想養了就丟棄。

狗是人類最忠實的朋友。但是現在社會越來越多人養不起寵物就棄養，真的很不負責任，寵物的眼裡主人就是他的犬世界，如果主人不要他了，那就等於他的世界已經崩毀，也失去對人類的信任。

不禁讓我想到 2016 年時，桃園市動物保護教育園區園長簡醫師以動物安樂死的藥劑自殺身亡，希望能夠藉此喚醒國人對於流浪動物保護政策的重視。雖然自殺無法解決任何問題，但台灣的流浪動物問題確實需要人敲醒一記響鐘，去了解生命真正的意義。

四●討論議題：

不要再有批評聲浪，他是工作犬，上大眾運輸工具，是為他的主人帶路，是他的工作，希望大家不要再批評導盲犬上大眾交通運輸工具。

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：林欣瑩

參賽標題：作者

書籍 ISBN：957824651

中文書名：往上跌了一跤

原文書名：Falling Up：poems and drawings

書籍作者：謝爾·希爾弗斯坦

出版單位：玉山社出版事業股份有限公司

出版年月：2000年12月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者謝爾·希爾弗斯坦是一位多才多藝的畫家、詩人、劇作家、歌手、作曲家，他善於以淺顯易懂的文字加上生動的圖畫，呈現他蘊含其中令人深省的深刻哲理，以及耐人尋味之意趣。本書內容闡述許多深刻之人生哲理但卻又不失趣味，且書中活潑的圖像點綴了文字的風趣，會使人沉醉其中無法自拔，不知不覺中就看完了此書的最終頁，也了解到許多的道理。

二●內容摘錄：

P.24—你已經上了跳水板好久了，你確定板子是否筆直無缺，你確定板子不會太滑，你確定板子能承住你的重量，你確定板子的彈力是剛剛好，你確定游泳褲不會掉下來，你確定板子能彈跳，你的腳指頭也能抓住跳板，你已經站在那三十五分鐘了，什麼都試了，就只差跳水。

P.38—有一個聲音在你心頭，低低喃喃一整個年頭，「我覺得那是對的，我知道這是錯的。」沒有老師父母朋友或牧師，還是智慧老人可以決定，對你而言什麼是對的，你只需要，傾聽自己內心的聲音。

P.49—我用石頭做了一架飛機，我總是只能做定點飛行。

P.62—倒立的樹，自在搖擺，公車漂浮，房屋倒吊，偶爾，從另一個角度看看世界，也挺好的。

三●我的觀點：

不論是令人砰然心跳的愛情小說、有著海枯石爛誓言的悲傷故事，又或是令人獲益良多的勵志書籍.....，這些能夠故事在檯面上光鮮亮麗的演出背後總會有位作者，讓活在他腦海中的故事能獲得在眾人眼前演出的機會，人生，也是每個人與眾不同的故事，而我，只想做自己人生的一作者。

往上跌了一跤這本書，雖然在看似簡單並且風趣的文字背後，卻蘊含了更多的哲理，而如出

一轍文字，在這恆河沙數的人群中，卻有著不盡相同的解讀，書中有段文字在我的腦海中盤旋許久卻不見消逝：「你已經上了跳水板好久了，什麼都試了，就只差跳水。」猶豫，是每個人或多或少都做過的停頓，無論是決定事情之前的停頓，又或單單只是選擇要吃什麼餐點，都是一種猶豫，只是每個人的程度不同，有些人可能大致上瞄了一眼菜單就知道自己要吃些什麼，但有些人卻反覆看上兩次、五次、十次……，也無法了解自己到底要點些什麼。

許多人總會問我一個問題：「你以後想要做什麼？」看似簡單的問題，卻總是令人遲遲無法回答，在很小時候也許能夠直接說出答案，像是：我要當歌手、我要當醫生、我要當老師……，以前總是會說著諸如此類的回答，但長得越大看得越多之後，卻發現了許多事情都不是想像中的那麼簡單。漸漸了解自己可能沒辦法拿起麥克風在那些成千上萬的人前唱出那一首首膾炙人口的歌曲；漸漸了解自己可能沒辦法拿起刀往那一隻隻青蛙上劃下，更不用說對象是人體。於是在自己不知不覺當中，猶豫再猶豫，停頓再停頓，於是我也只能回答那給我這個問題的人一句：「我不知道。」大部分的人都有著太過美好的童年當自己的開場白，但隨著時間無情的推移，然後，我們必須長大。

現在我可能還是無法確切的了解自己到底要到達的是何處，但已經有了方向的現在，再繼續往前邁進，也許哪天我就已經到了我想要去的地方，就像書中的跳水，在嘗試了那麼多之後，總有一天還是會精采的跳下並激起那絢麗的水花吧！書中有句話也令人深思許久：「你只需要，傾聽自己內心的聲音。」有些時候我們總會太過害怕他人所說出的話語，不論是無心或是有心但聽到了之後就會反覆咀嚼其中涵義，彷彿這句話有什麼箇中奧妙，儘管就只是無心所說出的一句話，想像替這句話加上了養分，使得話語向著自己想像的地方失速壯大，於是有些人選擇捂住雙耳，來隔絕世界的喧囂，但也許他們心中，卻想聽見些許的美好。

有些時候我總會覺得，適當的欺騙自己也許能使心中的那些負擔減少許多，因為人最需要欺騙的不是別人，而是自己，人與人之間總會存在著一些絕對性的差異，於是形成了一群又一群的小團體，因為物以類聚所以差異較少的人在同一個生活圈，但就算身處於不同生活圈其實只要不放大對方自己看不慣的行為，就能夠減少失速的擦撞，感情及話語總是銳利得能夠劃傷人的肌膚，劃破人的心口，而處處可見的集體排擠，總是拿出了集體這個盾牌，來合理化自己的殘忍，好像什麼都沒有罪，因為大家都這樣，不這樣就不合群了，但是，這就是最大的荒謬。

沒有人能夠替他人決定什麼是對的什麼是錯的，沒有人必須要成為誰的傀儡，當自己無法傾聽自己心裡的声音時，這才是將自己綑綁於操縱自己的鬼魅手中之原因，自己放縱的赦免，加速了鬼魅的張狂，當自己無法了解這些盲點時，也就無法消卻那被操縱的感覺，於是伺機而動的惡意就這樣潛伏在自己的周圍，每天都彷彿有些詭譎，於是又繼續猜疑人心，但對於人心我們卻總是拿不到那準確的答案，所以又繼續接受鬼魅無情的創刮。但與其成為受到流言蜚語的操縱而失去自己的人，不如踏上那屬於自己的征途，不再聽進他人的冷熱嘲諷，畢竟當個被賤價拋售，在他人眼底也不值錢更不打算喊價的傀儡，成為有性格的人也許會過得更自由自在。

對於未來，我總是有著太多的未知，不過為了能夠繼續譜寫我美妙的續曲，我會勤奮的向前邁進，跨越那人與人之間存在的塹谷，隨著線性流動的時間，漸漸的放下心頭鬱積的泥沙，將自己走過的路途繫上屬於自己的記號，沾染上屬於自己的痕跡，雖然不能明白自己的努力能夠有多少的用處與成效，但在經過這無數次的猶豫與成長，雖然我沒辦法讓全世界都喜歡我，但有其他喜歡我在身邊，其實做自己並朝著自己的路邁進，這才是最重要的一件事，因為我，是我自己的作者。

四●討論議題：

如何才能將他人的話語，減輕在自己心中的重量？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：林庭薇

參賽標題：加油!小女孩

書籍 ISBN：986-7378-38-5

中文書名：加油!小女孩

書籍作者：陳棋川

出版單位：福地出版社

出版年月：2005 年 10 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

生於台北，長於台北的新竹人，希望能藉由文字的表達來傳遞上一輩人面對生命的堅決與毅力。為什麼關愛她的人都會離她而去呢？他真的是父親眼中的賠錢貨嗎？是村人戲弄嘲罵的剋星嗎？面對命運折磨和一波又一波的挫折，她該如何勇敢走下去？

二●內容摘錄：

1.有什麼比家人都在身邊還重要，他雖失去了一隻腳，可是他還有另隻腳和健全的雙手啊！(P.233)

2.走到外面以後，慶福看到忙碌的街道，感覺著和煦的陽光，聽著往來陌生的談笑，一種久未有的舒暢油然而生。是啊！他怎地都忘了活著才能感受到這些溫暖。(P.234)

3.其實我一直沒有想要你們喊我「阿母」的念頭，所以你喊不出來，或不願喊，都沒關係。人的阿母怎麼講也都只有一個。不過，如果你願意像以前那般喊我「妹仔姐」，我會很歡喜。(P.225)

三●我的觀點：

《加油!小女孩》這本書是在描述一位女孩阿妹仔因為一出生媽媽就因難產而去世，讓她的家人及村裡的人都認為她是剋死自己媽媽的掃把星，因此每個人都對她惡言相向，冷潮熱諷，從沒有給她好臉色過。因為阿妹仔媽媽的去世，家裡只剩爸爸和 2 位哥哥，所以從她有能力做事開始，家裡所有的家事都是阿妹仔一手包辦，讓她的童年不只在繁忙的雜事中度過，也因為一再的被眾人嘲笑，讓她越來越沒有自信。雖然大部份的人都不喜歡阿妹仔，但還是有幾位不在乎這些謠言，覺得阿妹仔很可愛能幹，而善待她的人，但很不幸的都因為發生了意外而去世，讓阿妹仔悲痛欲絕，飽受多次的離別之苦，因而從中學會堅強、樂觀的人生故事。

這本書的背景是在早期的農業社會，因為需要種田養家及為家族傳宗接代，所以有很嚴重的重男輕女觀念，再加上人們非常迷信鬼神之說，導致阿妹仔一出生就受到了極不公平的對待，承受了許多普通人都無法接受的波折，讓我在閱讀的時候心情起伏非常大，覺得阿妹仔的人生真的是非常的讓人心疼，但讓我最敬佩的是，阿妹仔並沒有放棄自己和人生，雖然過的很苦，但她還是選擇堅強的、樂觀的度過每一天，不輕易放棄；反觀現在我們的社會裡，每天在新聞上有關自殺和傷害自己的事件層出不窮，而最令人惋惜的是，大多數竟然都是一些小紛爭或是小誤會，讓人不禁感嘆為何如此的不珍惜生命。孝經裡說道：「身體髮膚，受之父母，不敢毀傷，孝之始也」，可見古時候的人是多麼的愛護自己的一切，不輕易傷害，讓我感覺到雖然現在的科技越來越進步，但人們的思想觀念卻是越來越退步，我們也應該要學習像阿妹仔這種讓人敬重的人生態度，不管遇到再困難的事情，都應該是要想著如何解決、度過，而不是只是想著要放棄、逃避和傷害自己，結束生命雖然很簡單，但卻再也沒有後悔的餘地，且會讓愛自己的人傷心流淚，「天無絕人之路」，只要肯堅持，帶著像小強一樣打不死的精神，相信一切都會變的不一樣的。

看完了這本書讓我學到了很多人生的酸甜苦辣，阿妹仔的一生就像老師一樣，告訴我人生並沒有所謂的絕境，書中的阿妹仔都這樣跌跌撞撞的走過來了，那我們又何嘗要放棄呢？而且相信我們的人生再怎麼的艱辛、難過，也一定會比阿妹仔好很多。日後如果我遇到了困難，一定會回想起這本書的內容，告訴自己要像阿妹仔看齊、學習，不管怎樣都不輕易的認輸，也要告訴自己是多麼的幸福和幸運，現在我們所擁有的一切應該都是阿妹仔可望而不可及的，既然我們的生活是如此的美滿，那就更應該要努力的過好每一天，這便是我讀這本書最大的收穫和意義。

四●討論議題：

如果你是書中的阿妹仔，一出生就遭受到社會上重男輕女的對待，你會如何去改變自己的人生？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：張盈柔

參賽標題：阿嬤的小孩

書籍 ISBN：9867378318

中文書名：阿嬤的小孩

書籍作者：蒼玄珠

出版單位：福地出版社

出版年月：2005 年 8 月

版 次：初版一刷

一●圖書作者與內容簡介：

小龍在村裡是一個無人不知、無人不曉的小流氓，成天在外鬧事，偷錢、打架樣樣都會，但無風不起浪，事出必有因，他希望家中的阿嬤能夠吃飽喝足且不允許阿嬤被別人辱罵、嘲笑。與他同病相憐的青梅竹馬—秋蓮，在大伯家中身分地位極為低劣，任何苦差事都得由她接手，他們在社工阿姨的協助下，終於夢寐以求的去學校上學。在一場婚宴中，小龍高超的廚藝博得村民的喝彩。多年後，秋蓮當上了老師，而小龍也當上了眾望所歸的廚師。

二●內容摘錄：

一、人最怕的，就是沒有人可以思念、可以寄託，而母親是秋蓮唯一可以思念、寄託的人。

(P.50)

二、太甜的東西，吃多了會膩；酸的東西吃太多，也會受不了。人生也一樣，就是有酸有甜、有苦有樂、有悲有喜.....生命也因此而精采，因此而美麗。(P.209)

三●我的觀點：

父母是世界上最偉大的生物，尤其是「媽媽」，雖然生活週遭中，人們嘴邊總掛著「女兒是爸爸上輩子的情人」，但在家中身為女兒的我，所有生活大小事卻是媽媽一手包辦，遇到任何生活上的小問題，第一個想到的人與口中喊的人也是媽媽，這讓我想到「世上只有媽媽好」裡提到的「有媽的孩子像塊寶」，可是書中住在大伯家的秋蓮以及被阿嬤拉拔長大的小龍，卻不能享受這天倫之樂的喜悅，被別人欺負、嘲笑，只能忍氣吞聲；被別人誤會、挨打，只能一笑置之，一切的不公平對待，卻沒有父母的出聲制止，家是溫暖的避風港，而他們卻感受不到這種幸福的氛圍。其實我們是幸福的，不要總是自怨自艾，自己捫心自問，父母親為了家庭付出了多少，將心比心看待父母的關心與打罵，天下無不事父母。

雖然不能在一夕之間了解自己的夢想、自己的人生方向，但「人因夢想而偉大」。夢想一詞在許多人眼裡，或許是天馬行空的想像，又或許是遙不可及的距離，這個碩大無朋的夢想是否能變的強大無比；是否能夠無限延伸；是否得以功成名就，取決於自己的耐力以及毅力，面對迎面而來的困境與挫折感，我們必須設法的突破難關，把別人的眼光當作養分，把別人犀利的言詞當做意見，所謂的「吃的苦中苦，方為人上人」大概是這種逆來順受的道理吧！小龍在一場陰錯陽差的喜宴下，才發現了自己的廚藝異於常人，突如其來的發掘，進而產生了實現夢想的動力，坐享其成並不會有所成就。

「一枝草，一點露」是句耳熟能詳、眾所皆知的道理，但往往我們卻被雙眼看到的欺騙，眼見不一定為憑，就跟黑色不一定等於黑暗一樣，玫瑰外表雖然柔美，但梗上帶刺，讓雙手血流不止，卻毫無刺痛感。小龍從小在外惹事生非，因此被認定為只有小偷、流氓配的上他的名號。在學校，辦公室的錢不見了，一定是小龍偷的；手上提著當時的高貴食材－雞蛋，一定是搶來的，單方面的認定，卻狠毒的處罰，被蒙蔽的雙眼，傷害了多少無辜的人？誰說流氓不能改過自新？雖然小龍自我保護的意識太強，導致做出一發不可收拾的壞事，但是每個人都有超越常人的優點，善用智慧發揚光大，自信的微笑是對敵人最好的回擊。

或許我們無法選擇自己的家庭，但我們卻可以選擇自己的人生，「留得青山在，不怕沒柴燒」，每一個生命體的存在都是獨一無二的，你可以輸給別人，但不能輸給自己，唯有自信的展露長處，才能更上一層樓，人要往前看，腳要向前踏，不能只沉溺於過去的自己，這樣才能有所進步，挫折、失敗...這些只能允許自己失落一會，未來的路途還很遙遠，沒有時間讓你去念舊。

四●討論議題：

你爲了夢想付出了多少努力？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：黃思涵

參賽標題：「勇敢創造自己的奇蹟：一百種自我激勵法，徹底翻轉你的人生」讀後心得

書籍 ISBN：9789573276395

中文書名：勇敢創造自己的奇蹟：一百種自我激勵法，徹底翻轉你的人生

原文書名：100 ways to motivate yourself: change your life forever

書籍作者：史帝夫·錢德勒

出版單位：遠流

出版年月：2015/6/1

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

此書收錄作者史帝夫錢德勒在困境中頓悟的方法，進而產生 100 則自我激勵的方法。書裡每段文字都附帶著正面能量，且都是簡單易行的生活小事，而我們透過這 100 件事，能夠自我激勵，並且徹底地翻轉屬於我們自己的人生。

二●內容摘錄：

「如果不依賴其他人，而力求自立、自己負責，那麼我的人生就會變得更加幸福，我所作的一切也會更為有效。」-P109

「想要實現自我的蛻變，關鍵就在於你是否願意去做那些微不足道的小事，而且必須是今天就去做。」-P132

「如果你不知道自己的潛力在哪裡，便可以從表達幻想開始，就像寫謊言詩的孩子們一樣，為自己的未來編造一些故事，描繪出你希望成為的人物。」-P21

三●我的觀點：

作者史帝夫·錢德勒從小開始就是個跟我們一樣的平凡人，他好幾次都祈求上天賜與他偌大的勇氣，長大之後他經歷了許多困境，如今成為了此書的作者且用這有限的文字，激勵我們創造屬於自己無限的未來。

這本書帶給我許多激勵和勇氣，使我最影響深刻的是「每一個難題裡都包含了一份禮物」，我們通常視難題為敵人，不希望自己安逸的生活裡出現任何的難題來考驗自己，有時候出現難題，我們還有可能避之不理，殊不知這些難題都是上天給的考驗，而每一道難題的背後，都包含著一份屬於你的禮物，而當你解決難題，你將會得到屬於你的那份禮物，書中寫到「難

題並不是為了恐嚇我們而存在的，它們也不是詛咒，只不過是為大腦這個運動員所準備的高難度運動項目，而真正的運動員向來都渴望去迎接更大的挑戰。」這句話把大腦比喻成運動員，而大腦將帶著你去面對各種生活帶來的挑戰，若是我們都處在安逸的生活中，沒有去面對那些使人成長的問題，我們始終都不能夠蛻變成長。每個難題都能夠激發出我們的勇氣和智慧，若不願去面對，我們將很難在人生的旅途中找到自立自強的動力，如果我們能夠享受難題帶給我們的考驗、沉浸在解決難題中的樂趣，那麼我們的內心將會產生極大的動力。還有一個讓我印象深刻的標題是「誰不支持你改變，就離開誰」在我們往更好的自己邁進的過程中，常會有些人產生嫉妒或恐懼，因為他們欠缺讓自己改變的毅力和動力，他們會告訴你不需要這樣的改變，以微妙的方式將你帶回你最初的樣子，當你周圍的人以某種方式改變或影響你的生活，你必須遠離他，因為他抑制了你的成長。有句諺語說「近朱者赤，近墨者黑」如果你選擇和樂觀向上的人成為朋友，那麼你將成為樂觀向上的人，但如果你選擇和憤世嫉俗的人成為朋友，那麼你也將成為如同他一般憤世嫉俗的人。我們做任何事都希望得到別人的認同，當別人不認同你時，內心就會產生「我這麼做真的對嗎」「我是不是應該不要這麼做才好」的想法，但其實只要是我們內心想做的，我們就不應該受到其他人的想法而左右自己的做法，人生是我們自己的，不應該由別人主導屬於自己人生的路，因此我們應該考慮把時間花在那些能讓彼此一同趨近於成長的人身上，把那些樂觀積極的人留在身邊，樂觀是有感染力的，和樂觀的人相處，不只能讓自己變得樂觀，也能夠打開我們的眼界，看到更多生命的可能。

這一百種自我激勵的方法都對我們的人生有很大的幫助，在我們困惑時幫我們解決疑問，當我們心情低落時使我們的心境改變，我們都不應該生活在安逸的舒適圈，用這些激勵自我的方法使我們向更好的自己邁進，不再只是安於現狀，讓自己成為自己生活的主人，徹底翻轉自己的人生。

四●討論議題：

思考如何以激勵自我的方式去面對生活各式各樣的難題

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：會一乙

科 別：會計事務科

名 次：優等

作 者：胡瑜庭

參賽標題：簡愛閱讀心得

書籍 ISBN：9789862724002

中文書名：簡愛

原文書名：Jane Eyre

書籍作者：夏綠蒂·勃朗特

出版單位：商周

出版年月：2013 年 5 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

簡愛是個孤女，從小壟罩在舅媽的虐待下長大，十歲那年被送進羅伍德寄宿學校。

她經歷了種種折磨，她的好友海倫死於肺病；但她靠著堅強的意志完成了學業，成為一名優秀的教師。

在孤兒院當了 2 年教師，後受不了孤寂，於是受聘於桑費爾德莊園（Thornfield Hall）。莊園的主人羅徹斯特是個性格陰鬱而又喜怒無常的人，他和簡愛經常為某種思想辯論不休，但兩人卻逐漸漫生情愫。

二●內容摘錄：

對於內心的感覺，孩子們能夠體會，卻無法分析。即使那些分析在他們的思想裡稍稍成形，他們也不懂得如何用語言表達。(P36)

今晚，我人生的一個階段即將劃下句點，明天將會開啟新的一頁，在這期間根本無法入睡。我一定得熱切地目睹這場變化的實現。(P112)

曾經讓我反感的尖酸刻薄、曾經讓我震驚冷峻嚴酷，如今都只是某一種菜裡的辛香調味料，雖然味道很刺激，但少了他們卻太過清淡。(P226)

我感謝上帝，在難以言喻的疲憊中體驗到了一股感恩的喜樂。(P407)

三●我的觀點：

簡愛是個父母雙亡且童年被受虐待的女孩，小小年紀就被送到環境惡劣的寄宿學校，實在令人難以想像。但對簡愛而言，這也許是種磨練，也因此簡愛擁有無限的信心以及不屈不

撓的精神。在任何人面前，她從不會因為自己的身分而捨去應有的權力，她認為每個人、每個個體，都該被尊重。她知道自己想做什麼，懂得如何去做自己。她值得我們學習的不僅是她面對這個世界的價值觀，還有她面對失敗並重新振作的心態。

整本書中，我最喜歡的角色非海倫·柏恩斯莫屬，海倫和簡愛的個性大不相同，也許是因為小時候的事，簡愛較喜歡追尋自由，對不公平的事總會積極的爭取，而海倫對於所有的事情總是逆來順受，從不怨天尤人，但她的逆來順受絕不是軟弱，而是她接受命運帶給她的一切洗禮，很多時候人們總是想著我跨不過這個障礙，卻沒想過如何去接受並且面對它。沒有暗礁就激不起美麗的浪花，在遇到困難的同時，我們也該把阻力化為動力，學習在遇到問題時，不要一味想著逃避，先正視它，而後解決它。

讓我最印象深刻的情節是海倫要去世的那晚，簡愛冒著可能被傳染的風險，也要去見她最愛的朋友最後一面，是如此深厚的友誼可以讓她如此義無反顧。那晚海倫在夢中死去，我想她一定也知道簡愛就陪在她身旁吧！海倫的死亡對簡愛來說，無非是一個重大的轉折，但簡愛沒有因此而倒下，她把悲傷的心情化為前進的力量，這點也讓我非常敬佩。謝謝她們教會了我，勇敢的面對，無論成功或是失敗，至少我們努力過了。

書中寫到的絕不只愛情上的問題，很多層面都需要我們去探討，簡愛在此書中遇到很多不公平的事，這些事也不是她單方面能夠去決定的，從一開始來說，她因為雙親去世，被舅媽扶養長大且受到舅媽的虐待，但說到底誰會希望自己的雙親過世呢？誰又會希望自己住的不是自己的家，還必須被別人救濟？在本書的結尾，簡愛原諒了從小凌虐自己的舅媽，這讓我覺得簡愛很偉大，她做到了「以德報怨」。但這也讓我開始懷疑，是不是每個做錯事的人都該被原諒，一次、兩次.....或是很多次？

看完這本書，我感觸很深影響很大，對於很多事情也看開了許多。主角簡愛更是讓我佩服，她的樂觀積極、勇於面對，對於不公平的事總會積極爭取等等的.....都讓我想向她學習，也許這個社會沒有我們想像中的好，但我們還是要保有一顆純淨且樂觀善良的心來面對一切。在人生的道路上會跌倒會受傷，但失敗為成功之母，不管怎麼樣我們都要努力的爬起來振作，做一個勇敢的人。

四●討論議題：

面對所有做錯事或一再犯錯的人，我們是不是都要懷著一顆包容的心，選擇原諒呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：三年級

科 別：會計事務科

名 次：優等

作 者：黎珮綺

參賽標題：說文學之美-感覺宋詞

書籍 ISBN：9783869416863

中文書名：說文學之美-感覺宋詞

書籍作者：蔣勳

出版單位：有鹿文化事業有限公司

出版年月：2017 年 3 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

蔣勳，福建長樂人，一九七四年生於西安，生長於西安。多年以文，以畫闡釋生活之美與生命之好，以及美學論述作品。作者依循詞的文學發展，介紹李煜、范仲淹、晏幾道、歐陽脩、柳永、蘇軾、秦觀、周邦彥、李清照、辛棄疾、姜夔等人的生命及作品，仔細解說文學與音樂的關鍵，亦融合古代書畫，西方文學名著等，讓不同藝術交相輝映。

二●內容摘錄：

他們完成了文化上的創新，卻輸了政治上的角逐 P.31（李煜）

我們總看到他經常在漫漫長夜中失眠，更顯出夜深人靜時的孤獨 P49（李煜）

能夠感受到春天花朵綻放的人，必然要在某些時候體會到花朵凋零的哀傷 P69（馮延巳）

靜觀萬物是因為我們對自己的生命有信心，可以看到生命來來去去 P83

活在繁華當中時，其實很難對生命有所領悟，對生命的領悟常常開始於繁華下落的那個時刻 P109（晏殊）

三●我的觀點：

每個人對一本好的文學作品，心裡的感受也會有所不同，因為帶給人的震撼常常會有程度上的差異，於我而言，當我心中為一部作品感到讚嘆時，手臂上的雞皮疙瘩就會無法抑制的跑出來，我無法壓抑看見一本好作品的激動情緒，文字是什麼？把宇宙萬物通通以其表達出來，要有多深刻的感動與體會，去成就一本令人讚嘆不已的文學作品。

李煜，字重光，他的詞語言精練，意境深遠，為宋詞帶來深遠的影響，其作品背後的心境，也十分值得考究。李煜早年生活在繁華之中，也正因為如此，他前妻所寫出的詞，也大多描寫絕對的享樂，如這首〈玉樓春〉裡的「晚妝初了明肌雪，春殿嬪娥魚貫列」，即便只是單看

字詞意思，也可看出當時后妃雲集，列隊整齊，每一位嬪妃都盛裝打扮，容顏美麗，肌膚像雪一樣潔白。在他還未被宋太祖虜為階下囚前，作品中似乎都脫離不了關於聲色的描寫。王國維曾說李後主：「生於深宮之中，長於夫人之手」從小就生長在女人堆中，文學作品大多取材於生活周遭，而在此種繁華之中，沒有機會反省自己的貪歡，前半生他沉溺在醉生夢死歡愉享樂的夢裡

都說李後主有一種赤子之心，他從未想過需要面對戰爭，他在後來的詞中寫到「幾曾識干戈」，從君王跌落成俘虜，命運的轉折使他的文學成就又上升到另一個高度，〈破陣子〉裡的「四十年來家國，三十里地山河」李氏王朝在江南有將近四十年的歷史，他從未想過有天國家會滅亡。他們擁有過約三十里的國土他追憶過以往數十年的統治，數十年的繁華。李後主命運的錯置，他無法面對血流成河的戰爭，卻被放到最殘酷的政治角逐中，他後半生的亡國之痛使他從夢中墜落到現實。

如果李後主沒有歷經亡國之痛，那我們現在是否還能看見「春花秋月何時了」、「故國不堪回首月明中」等詞句，在李煜的後半生，他常常在漫漫長夜中驚醒「多少恨，昨夜夢魂中」、「閑夢遠，南國正春秋」、「夢裡不知身是客，一晌貪歡」他做了多少夢，夢中是回到故國，卻又被潺潺的雨聲驚醒，他的生命從繁華到幻滅，他的內心有個長不大的孩子，現實的殘酷逼迫他長大，他還希望回到曾經，無奈身不由己，前半生他面對自己，追求感官上的愉悅，亡國以後，他的後半生盡是哀傷痛悔。我想，他到最後依然念著他的家國，心中無非有恨，但在更多時候他選擇作夢，夢境就像麻藥，可以短暫的止住疼痛，一旦從夢中醒來，便會發現一切就像是鏡中花水中月，他無法再回到過去那些繁華之中，就好像是他一晌貪歡，貪念曾經，到頭來卻發現終究是一場空。本書帶讀者回到過去，了解宋代詞人的作品背景，讓讀者心有戚戚焉，更理解詞中所描寫的心境。

四●討論議題：

白話文通行的現代，要如何增進現代人的文學素養

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：英一甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：高婉瑜

參賽標題：讓未來變得與眾不同

書籍 ISBN：9789861750767

中文書名：孩子，先別吃棉花糖

原文書名：Don't Eat the Marshmallow..Yet! for children

書籍作者：喬辛•迪•波沙達

出版單位：方智出版社股份有限公司

出版年月：2007/08/27

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

這本書是由任定進改寫的，他也創作了許多著名的童話故事。此書是在講述棉花糖的實驗所帶給女主角的啟發，而事業有成的喬納森也常常分享一些小故事，來讓女兒自己從中理解其含義，之後成功的讓女兒有所改變。而在女主角之後的日子裡，不再只是抱怨了！「三十秒法則」，利用短暫三十秒的時間去冷靜思考、認真觀察，必定會讓你得到更多。

二●內容摘錄：

- 1.「那些演講高手，其實並不是一出生就有那麼好的口才，都是在充足的準備下反覆練習，累積經驗才會成功的。」(p.51)
- 2.「你應該要懂得把自己獲得的與他人分享」(p.63)
- 3.「守時是我們的生活中一件最必須注意的事情。不守時的人，根本不可能得到別人的信任。」(p.66)
- 4.「空有與生俱來的天份，以忍耐和勤勞創造自我成功的人，不是更了不起嗎？」(p.102)

三●我的觀點：

這本書總共有七塊不同的棉花糖，而對於每塊棉花糖故事裡所領悟的，都有所不同。

第一塊棉花糖是在談論每個人在面對同一件事情時，所做出的各種決定，然後影響了之後的結果，而我們也該為我們自己所做的決定負責，可能是被責備，或者是搞得自己很難過之類的...，所以，我認為在做任何抉擇的時候，多想想後果，才不會在看到結果的時候，才發現自己很後悔。我以前常常因為說話和做事都不經大腦，就出言傷人，所以好朋友都漸漸離我而去，但自從上了國中後我就一直慢慢在改進，現在想想以前的我怎麼這麼幼稚啊！

第二塊棉花糖是在談論世上沒有不勞而獲的事，在同一件事情，看到別人能夠做的比自己還

要成功，不是因為他運氣好，而是你不知道他在背後做了多少的準備，才有今天的成果與表現。而你想要做得跟他一樣好，不是耳朵聽聽他的努力而已，而是應該要像他一樣，在做任何事情前，多準備，多練習一些。沒有努力，怎麼會有收穫呢？我是個沒有天賦的人，所以對我來說我唯一能夠讓自己進步的方法就是，多練習！

第三塊棉花糖是在談論守時的觀念，遲到幾分鐘，自己和別人一樣都被損失了那幾分鐘的時間，即便是一、兩分鐘，都一樣，因為沒有任何一種方法可以把失去的時間找回來，即便是世界上最有錢的人，也不可能把失去的時間都買回來。「沒有守時的觀念，就像一個沒有誠信的人一樣，得不到別人的信賴。」我也是個非常討厭別人遲到的人，因為我最討厭等，等人等於就是在浪費我的時間。

第四塊棉花糖是在談論對金錢的管理，在每個人都拿到等量的金錢時，別人能滿足自己的需求，更能有一筆錢能夠存下來，但自己卻覺得不夠花或不夠多時，不是要向別人要更多，而是要想想自己是否要花到這麼多，然後把一些根本就沒有必要的和必須要的做個取捨，而真的想要更多，就必須付出行動，自己去爭取。我也想要有更多的零用錢來使用，但每次想到爸爸很辛苦的在外工作，就會捨不得再和他要求更多，所以我選擇省下一些不必要的支出。

第五塊棉花糖是在談論人要為了人生目標而努力，不是要等待機會到來，而是要自己去尋找機會，當你還在等待的時候，別人已經早你一步去追逐目標了。勇敢的去追逐自己的夢想！「只有不斷努力做準備的人，才有資格擁有成功這塊絕對魅惑人心的棉花糖。」我還沒有勇氣，因為我實在是受不了手機的誘惑。

第六塊棉花糖是在談論人際關係，這裡的女主角感覺是一個有一點點公主病的人，就是覺得自己家很有錢，然後就自以為是的人，所以對人的態度就很沒禮貌，所以在班上被討厭了！「想要結交值得結交的朋友是需要用心經營的。」雖然說她一開始的處理方法不被大家認同，但之後她發現她自己的錯誤，所以去和別人和解。我覺得她應該也是鼓起了很大的勇氣才會去向大家反悔道歉的。因為如果是我，我才不會主動向別人道歉呢！太尷尬了...

最後一塊棉花糖是在談論人要努力、勇敢的去實踐「都決定了就該去實踐」不只是心裡想著要這麼做，應該是要付諸行動去實現。當你下了很大的決心要去做時，就該持之以恆的做下去，才有機會成功，因為在這世上，唯一不會背叛我們的，就是我們每次努力的付出。

在未來還有像山一樣高的棉花糖在等著我們，對於每件發生在我們身上的事情，不要匆忙的下定論，應該經過深思熟慮後，才去做決定，因為現在所做的每個決定都有可能影響到我們的未來！

四●討論議題：

- 1.如果誘惑就在前方，你是否能夠忍住，學會延遲、等待，先做自己應該做的事情？
- 2.如果現在知道了該怎麼做，你是否會願意去實踐？決定和實踐不一樣!而你是決定了還是實踐了？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：英一甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：劉心怡

參賽標題：在責任的承擔之中遇見幸福

書籍 ISBN：978986318183

中文書名：小王子

原文書名：Le Petit Prince

書籍作者：安東尼·聖修伯里

出版單位：寂天

出版年月：2014 年 1 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

修伯里是一位法國作家以及飛行員，四歲時，父親因中風過世。報考過海軍學校 2 次，卻都落榜。之後，進入了法國美術學院學習建築，但後來就半途而廢。退伍之後，成為一名民航機駕駛員，最後，於 1944 年獲得「法蘭西烈士」稱號。

住在 B-612 號小行星上的小王子，因為和心愛的玫瑰花吵架，所以離開了自己的星球去拜訪附近的小行星，途中，遇到了國王.....等奇怪的大人，最後他到了地球，馴養了狐狸，並在沙漠中與作者相遇。

二●內容摘錄：

一個人若是愛著一朵花，而他知道，在千千萬萬個星群裡，唯有她盛開著，那麼，就算只是看著星星，也會讓他感到快樂。(p.39)

語言是誤會的淵藪 (p.106)

只有用心靈才能看得真確，重要的東西，用肉眼是看不見的 (p.111)

眼睛是盲目的，人要用心靈來看 (p.125)

三●我的觀點：

在故事裡，作者舉了非常多例子來強調要用「心」的角度來看待事物。像是作者在小時候畫了一張圖，而圖上是正在消化一隻大象的大蟒蛇，他把這一幅畫拿給大人看，但大人們並不

覺得可怕，還說那是一頂帽子；或是他隨便畫了一張圖給小王子，而小王子對他畫的那隻羊非常滿意，但是畫上就只有一個箱子，這些都說明了眼睛只能看到事物的外表，無法看到裡頭的真切。我非同意這個觀點，我覺得這有像是交朋友，如果是用眼睛來判斷一個人能否當我的朋友，那麼即使真的交到了朋友，但我覺得那個朋友可能不是真心的想交個朋友而已，而如果是用心來交朋友的話，那麼就一定要好好珍惜並要好，好對待交到的那些朋友。

在到達地球之前，小王子拜訪了 B-612 小行星附近的星球並遇到了許多奇怪的大人們，一開始他遇到了國王，他統治著一切；接著，遇到自負的人，他非常喜歡有人崇拜的感覺；第三個遇到的是酒鬼，他說他喝酒是為了忘掉喝酒的羞恥；第四個是商人，他忙著數星星；第五個上面只有一盞燈和一位燈夫；第六個是一位老紳士，他是一位地理學家。這些人有一個共通點，就是他們會一直重複著一樣的動作，就像燈夫，因為他是大人，所以必須每天工作，每天都做著相同的動作，即使這些對他一點好處都沒有。而奇怪的是，小王子覺得燈夫他一定會被其他的人嘲笑，只因為他不光只想著自己的事，不像商人一樣，一天到晚都數著自己擁有的星星；不像自負的人一樣，只對於有沒有崇拜自己的人感興趣，燈夫他只是一個盡忠職守的工作者，因為那是他的職責。

到達地球之後，小王子遇見許多好像他心愛的花的玫瑰花，他非常傷心，因為他的花曾說過他是全宇宙僅有的一朵花，但是地球上卻有很多朵玫瑰花，所以她只不過是一朵十分普通的玫瑰花，然而這些無法讓小王子成為偉大的王子。不過，之後小王子馴養了一隻狐狸，而那隻狐狸就跟其他別的野生狐狸沒有兩樣，但是因為那隻狐狸跟小王子交了朋友，所以那隻狐狸對小王子來說就是全宇宙獨一無二的了，而小王子對狐狸的情感就像是小王子對他心愛的玫瑰花一樣，因為他必須對他所馴養的玫瑰花負責，也因為有了責任，所以那朵玫瑰花對他有了意義。

在故事的最後，因為小王子必須對他心愛的玫瑰花負責，所以小王子得離開地球，而作者非常不想要小王子離開他，雖然小王子自己也很害怕，但是離別的時刻已到了，雖然故事的結尾不像童話故事那般幸福美滿，但是不管我看了幾遍還是感動到眼淚快掉下來，不過，這也不算是悲劇結尾，因為畢竟小王子終於知道該如何去接受玫瑰花對他的愛，並且也知道他心愛的玫瑰花是如此寶貝。安德烈•紀德說：「人的幸福不在自由之中，而在責任的承擔之中。」我覺得這句話非常適合用在小王子以及他心愛的玫瑰花，因為是小王子的付出才讓玫瑰花對他的意義變重要。

四●討論議題：

1. 該如何讓生活更有意義而不是枯燥乏味？
2. 現今的社會自私、貪財，該如何在社會中保持著天真又單純的心態？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：英一甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：黃盈慈

參賽標題：折翼天使

書籍 ISBN：9789866973321

中文書名：不存在的女兒

原文書名：The Memory Keeper's Daughter

書籍作者：Kim Edwards

出版單位：木馬文化

出版年月：2007/04/05

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者的一位牧師告訴他有一位男士的弟弟因為生下時就患有唐氏症，就立即送至安養機構，家人跟母親都不知道，然而他弟弟也因此無人聞問，就死在機構裡。幾年後，因替心智障礙人士開設短期寫作課程後，開始動筆寫不存在的女兒。這本書的內容是大衛幫自己的老婆接生後，生了龍鳳胎，但因知道女兒有唐氏症所以叫護士把他送到安養機構，事後大衛告訴老婆女兒在出生時就過世了，護士看到了機構裡的場景不忍心，所以就自己撫養了那個女孩。

二●內容摘錄：

·這些平凡乏味的石頭，中間卻潛藏著閃亮的結晶。(p.129)

·她心中一直有愛，唯有她先付出愛，心中才能在得到愛。(p.250)

·當然你躲過很多傷心的時刻，但是，大衛，你也錯過了許多快樂的時光。(p.254)

·他們一家人一再令彼此失望，卻又這麼深愛對方。(p.313)

·只是個簡單的舉動，卻讓世界重新運轉。(p.415)

三●我的觀點：

在那個 1964 年的時代，唐氏症是一個讓人害怕的疾病，因為當時醫療沒有像現在這麼發達，所以沒有人會想要自己的家中有一位身心障礙者，所以在小孩出生時，很多人都會請醫生或護士把他們處理掉，在這一個由真實故事改編的故事裡，大衛想起了自己的妹妹也是唐氏症患者，而 12 歲那年因心臟不完全死於心臟病的時候，他的母親是如何痛苦，當妹妹死亡時母親無法承受那個結果。導致於他決定欺騙自己的妻子—女兒出生時就已經死亡，不讓自己的妻子在和自己的母親一樣要承受女兒因患有疾病而導致提早過世。讓護士卡羅琳把菲比送到專門照顧身心障礙者的機構，護士卡羅琳深愛著醫生大衛，看到了那個安養機構裡的患者後

決定自己養活嬰兒，不讓大衛知道這件事。

讓大衛遺憾的事情是，自己的女兒最後並沒有跟自己相認，大衛自己也知道自己有疾病，所以想利用照片記錄自己女兒的成長過程，卡羅琳也把菲比小時候的照片寄給了大衛，讓他看看菲比的成長過程，並不是他所想的那樣，菲比也可以過的和正常人一樣的生活，所以大衛一直很想要找到她但也找了很多年才找到。可見大衛自己本身也非常痛苦，卻又不能跟任何人訴說，讓他的老婆一直誤會他三不五時都不待在家裡，回到家就把自己關在黑暗的小房間裡，導至感情上出了很大的問題，所以當我們有問題時一定要提出來，大家一起解決一起想辦法，才不會讓問題越來越大。但故事中大衛只是想要保護妻子及兒子，卻沒有發現這樣會給他帶來多大的轉變，也許是那個年代的風氣影響，身心障礙的朋友，大多沒有完備的福利政策，在觀念上也有極大的偏差，所以大衛醫生才會半逃避式地想躲避痛苦，一心認為這就是對他也是對家人最好的決定，但萬萬沒想到隨後而來的罪惡感如此強大。

現代科技醫療的發達，產婦都會做層層的檢驗，每位孕婦都會做唐氏症的檢查，讓每位家長可以安心，提早發現問題也可提早治療解決，這樣才不會造成家中的負擔。其實父母親都是希望自己的小孩是健健康康的出生，平平安安的長大，相較之下那些在吸毒的孕婦真不知天高地厚，讓毒品一直在慘害自己的小孩，還不知悔改，每次看見電視上那些不知道珍惜的人都讓人都覺得好生氣。其實現在的人都是一胎化，所以都會很小心的去保護自己的小寶貝，不讓他有任何的殘缺，造成遺憾。

書中有一句話是說：「你逃過了許多心痛，但他也錯過了無數的喜樂。」這句是卡羅琳最後跟大衛說的一句話，他知道大衛如果有這樣的女兒他要背負著社會的眼光和壓力，但他想讓大衛知道孩子的成長過程中，所帶來的快樂和感動是沒有任何東西可以取代的，自己去體驗所有的喜怒哀樂，是取決於個人對事情的看法而有所不同。

四●討論議題：

如果你的身邊有類似像這樣患有唐氏症或其他症狀的人，你會怎樣去對待他們？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：黃沛晴

參賽標題：曾經，閱讀救了我 -讀書心得

書籍 ISBN：978-986-406-0

中文書名：曾經，閱讀救了我：現在，我用閱讀
翻轉一群孩子

書籍作者：梁語喬

出版單位：寶瓶文化

出版年月：2015/04/08

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

梁語喬

【教育部閱讀磐石獎閱讀推手獎、《天下雜誌》閱讀典範教師得主】

畢業於高雄師範大學國文系、彰師大國文教學碩士。目前為苗栗縣致民國中圖書教師，並擔任教育部圖書教師初階訓練講師、國中圖書資訊利用教育教案設計團隊成員。曾任苗栗縣閱讀輔導小組輔導員、《親子天下》晨讀動起來研習講師。

二●內容摘錄：

1、 如果只看教科書，你永遠只能向一百分邁進，但是如果你不只看教科書，有一天，你會發現，你已經超越一百分。 P.62

2、我們在閱讀中學到的，不只有知識而已，閱讀其實是可以增加訊息提升、連結的能力。當閱讀量夠多時，可以類化連結到生活經驗上，那麼閱讀的任何素材，都可以變成思考的依據。好的點子與想法，就會源源不絕。 p.245

三●我的觀點：

我會選這本書，其實是因為我被這本書的一句話吸引—「如果只看教科書，你只能向 100 分邁進；但如果你不只看教科書，有一天，你會發現，你已經超越 100 分。」，我非常認同這句話，在國二那年我開始接觸小說，也嘗試寫小說，把生活開心與不開心帶進一個虛擬的世界，但家人是反對我看小說的，他們認為小說學不到東西，希望我去讀文學作品。我並不認同這個想法，小說可能只是一個小小的故事，表達的也比較淺，但小說就是社會的縮影，從中不但可以從別人累積智慧的文字中，找尋一些自己沒想過的想法和價值觀，也能在人生未來的

際遇中，成為一個個智慧的養分。每一本書代表的是一個作者，每一個作者都有不同的想法，閱讀除了樂趣之外，也可以從不同的「人」身上學到不同的東西。作者也是從國中開始閱讀，因為不被他人理解，而投入閱讀的世界，當她成為了一個老師後，而發現了閱讀的力量。

閱讀是要靠時間的累積，它在短時間內不會看出成果，更不會出現在考試卷上，所以有一些家長或老師會限制學生閱讀課外書。在養成閱讀習慣後，我的書包總是會放一本課外書。放學後，跟同學們參加夜輔，本想著等功課寫完之後，用剩餘的自修課來看課外書，結果被老師制止了。有時老師還會說，「你這科能考 100 分嗎？假如可以再看課外書。」，聽到這句話的同時，我在想 100 分有這麼重要嗎？難道一定要考 100 分才叫優秀，才能稱為成功嗎？有時候大人總以為為我們著想，安排補習、才藝，不想讓自己的孩子「輸在起跑點」，卻沒想過這種過度期盼，是否像北風一樣讓我們把自己包得更緊了呢？

近年來，學校開始注意到閱讀這一塊，但也僅僅是「注意」，學校有很多書，也辦了很多閱讀活動，但是這些資源僅限於本來就喜歡閱讀的人。一週有半小時的閱讀時間，怎麼去讓本身沒有閱讀習慣的人去培養閱讀習慣，甚至主動拿起課外書呢？在學校這個短短的閱讀時間是常被忽視的，有些人沒帶書，去外面挑一本自己可能根本不感興趣的書來應付老師，結果誰都沒有得到好處，這到底有什麼意義呢？翻著那本自己不喜歡的書，呆坐半個小時，下課鐘響再把書放回去，在學校閱讀時間就結束了。大概現在能「看完」一本書是寫讀書心得的時候吧，也許就像書上說的「許多老師或家長，為了確認孩子沒有浪費時間閱讀，總是一張心得，讀一本書，就要孩子有一個偉大的感想。」，通常師長希望我們能看較艱難的書，然後再寫一篇閱讀心得，將這稱為「閱讀」，在國小的時候都會有一本班級共讀的書，其中有些書對我們來說太難，還得交一篇心得，那對當時的我來說是個噩夢，那時候我們都還看得不夠多，有的道理也不明白，到最後書沒看懂，但閱讀心得還是得交，這也是我在真正養成閱讀習慣前排斥閱讀的原因吧！但閱讀心得當然不是不好的，當我們看到一本好書，會想要和大家分享，那寫出來的閱讀心得一定是花心思在寫的。一張閱讀心得就是一份好書推薦單，我希望能將這本好書推薦出去。

四●討論議題：

該如何培養學生閱讀習慣以及讓學生愛上閱讀？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：陳珮瑄

參賽標題：400 米終點線

書籍 ISBN：9789866157004

中文書名：400 米的終點線

原文書名：400 米的終點線

書籍作者：天航

出版單位：蓋亞

出版年月：2010 年 10 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

男孩、女孩為了追求夢想、愛情。

在汗與淚交織的田徑場上努力奔跑著。

「再遇上妳之前，我是一個沒半點勇氣的人，但妳的出現，令我有了改變自己的勇氣，認識妳之前，我一直以為自己是個運氣很差的人。但，不是這樣的，我最大的幸運就是遇上妳。」

「WORRIED、SO WORRIED」這是男孩的口頭禪。

運動會上慘烈的失敗，使他邂逅了改變自己的契機。

二●內容摘錄：

有了熱衷的目標，我們就有力量改變。P.97

所有流過的汗水，都可以兌換成掌聲。P.205

所謂人生的勝負，並不在於你擁有多少東西，也不在於你得到多少東西，而在於你實踐了多少連作夢也想著的事情。P.358

三●我的觀點：

這本書讓我瞭解到沒有人一出生便是完美的人，就像故事中的男孩，認為自己生下來就是一個字「衰」，認為自己什麼事都做不好什麼事都不會，在學校不是被排擠就是被欺負，雖然他的身邊也有幾個要好的朋友，但都是在使喚他做事。其實，並不是男孩他與生俱來就「衰」，一個人都會有缺點優點，只是有時你被某一個部份蒙蔽了雙眼，導致你沒去發現你的另一部分，例如：有的人並不是很擅長讀書，但是他卻在繪畫領域發揮得很好。所以，每個人生下來一定都會有優點缺點，只是你還沒發現或發威而已。

書中主角之所以可以在操場的紅跑道上逆轉勝，不是因為什麼幸運，而是因為有了目標，目

標成為他完成這件事的「動力」，就是因為有「動力」，所以才讓他更加努力練習。「動力」往往使成功的機率大幅提升，有時候這股力量可以把不可能化為可能。在踏上成功的路上，往往都會遇到挫折，而經過這些挫折，才會讓我們明白幸福與快樂的滋味。在成功的背後，往往都會有助攻的人事物，一定要好好珍惜、把握，不要讓他一不小心就悄悄溜走。

每個人一定都有夢想，像我從小到大的夢想就是當老師、畫家、作家、翻譯.....，但立定了夢想往往維持到最後的人一定沒幾位，很多人都覺得夢想一定不可能會實現，但其實實現夢想最大的努力還是要靠自己，或許在實現的路上會有人出手幫助你，但是走到最後的往往是你自己。山，是大自然孕育而成的。山頂，是要靠自己攻頂的，沒有一個人可以左右你的決定，能左右你的只有自己。

「天才等於百分之一的靈感，和百分之九十九的汗水。」這是愛迪生所說的，也因為這句話讓我更確信「所有流過的汗水，都可以兌換成掌聲」，對我來說這就像我參加校外數學比賽，我在賽前努力的練習題目，在考試當天我發揮了我所有的實力，也得到了佳績，這也再次證明「一分耕耘，一分收穫」有因就會有果。

雖然，到目前為止我還未曾遭遇過主角所面臨到的挑戰，但是透過作者的描述我彷彿身歷其境，可以從書中的字字句句感受到主角的心境的轉變，要讓一個人的態度改變是很困難的一件事，需要付出多少的努力及堅持不懈的毅力是可想而知的，而主角的成功大家都有目共睹，這也證明了就算你在起跑點上輸了，並不代表你會一直輸下去，「結果」是可以靠自己去改變的，只要你有決心踏出第一步，一步一腳印，堅持下去，總有一天你會為自己的努力感到驕傲。

我認同「所謂人生的勝負，並不在於你擁有多少東西，也不在於你得到多少東西，而在於你實踐了多少連作夢也想著的事情。」這也讓我不放棄眼前所擁有的機會，不管結果如何，至少我認真的去追求每一次機會，我相信總會有成功的一天。

四●討論議題：

在踏上夢想的路上，有可能會遇到什麼挫折或困難，要如何去面對、解決？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：英三乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：林詩慧

參賽標題：彼此之間不同的事，就讓時間去磨合

書籍 ISBN：9789869412780

中文書名：明天，我要和昨天的妳約會

原文書名：明天，我要和昨天的妳約會

書籍作者：七月隆文

出版單位：春天

出版年月：2017 年 2 月 14 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

男主角南山高壽在電車上對初次邂逅的女主角福壽愛美一見鍾情，一切的過程都是如此的美好：男主角鼓起勇氣告白、初次約會、牽手、接吻，正當男主角懷疑自己的幸運時，女主角坦白了自身的時間軸與世人不同的事實，而坦誠換來的卻是彼此無法料想的結局。

二●內容摘錄：

我接下來的日子願意撐下去，即使再痛苦，也願意撐下去.....是因為我想要見到現在的你。

—P.113

我們並沒有擦肩而過，而是變成了兩端相連的圓

合而為一了。—P.203

像是微笑前兆般的表情宛如朝霧般掠過她的臉。 —P.04

三●我的觀點：

每一段感情的開端不論是一見鍾情還是日久生情，在交往過程中有喜也有悲，但相處的時刻都是值得留念的。此部小說以特別的筆法，描寫女主角福壽愛美時間軸相反，因此與男主角南山高壽相處的模式有所差異。高壽的第一次牽手，卻是愛美的最後一次；愛美與高壽的第一次相遇，卻是高壽最後一次見到愛美。兩人看似一見鍾情，卻早已在平行的未來與過去見面過。筆法溫柔平穩，卻猶如史詩般的愛情故事，催淚動人。

「我們沒有錯彼此，是頭與尾連結在一起，成為了一個圓。」人生的過客來去，能留下的有幾個？總得等到失去後才懂得珍惜，錯過了才領悟。作者以反面點醒把握珍惜的重要。像是愛美的生活模式必定痛苦，卻也因此這段感情得以如此椎心刺骨。在他們的世界裡，沒有未來與過去，也不必承諾與謊言，因為對於愛美與高壽，三十天的相處該存在的只有珍惜彼此，用盡全力的愛，就算以後有如星空與大地，毫無交集，也無法相見。但每一時刻是踏實的擁

有、真實的存在，也不在乎天長地久了。

每一個人的感情觀皆不同，因此要找到志同道合、趣味相同，更重要的是能愛、包容和在乎對方的人並非人人皆可，而是茫茫人海中未必能尋得。喜歡一個人，自然的會想和他分享一切，苦的甜的，都願意和他分擔承受。有些無法避免的眼淚不是真的受傷，而是為彼此的尖銳圓了場。世界上沒有適合不適合的彼此，只有磨不磨得合的兩個人。可能付出未必能得到相等回報，卻甘願為彼此付出，那種簡單，是真正相愛的兩人才感覺的到。愛美的眼淚總是不經意地掉下，像在為每一次的約會告別。當時間將帶走愛美返回她的世界，我落下了淚，懊悔自己的不成熟，釋懷自己的不敢放手。

「不經一事，不長一智」我們就是得經過一路的跌跌撞撞，才懂得如何在狂風中怒吼，雨後平靜思考。誰都不是生來當智者，學業路上、感情路上，坎坷的背後必定有成功的理由。結局雖然不甜，但值得去回顧，可能迷惘，卻不感到唐突。美麗的是，當彩虹微笑，太陽高照，湖面浮現的是那段酸甜苦澀時光。閱讀完此書後，我也上網觀看了電影版，了解到的拉近彼此的距離不是不想失去彼此，而是不想忘記當初相擁的溫度。我認為，沒有誰必須對誰無條件付出，因此珍惜對自己好的人才是人生中最重要事情。

彼此急忙追尋的東西，或許不是彼此心靈相繫，而是一種情感上的寄託。在某個時間點它消散了，抑或失去了，也不曾感到痛心。那是最美好，且最值得擁有的，哪怕只有人生短暫的幾十年，也夠陪伴那些難過無法傾訴的日子了。

四●討論議題：

如果人生真的只剩下三十天，我們，真的來得及捨得只有曾經擁有嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：英三乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：林宜霽

參賽標題：將心比心

書籍 ISBN：9789861794860

中文書名：因為我會等你

原文書名：ある犬のおはなし

書籍作者：KAISEI

出版單位：大田出版

出版年月：2017 年 5 月 1 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

我來到這個世界。你把我抱起來，讓我成為家族的一分子。和你在一起時光好快樂.....

但不知道從什麼時候開始，你總是不在家，空蕩蕩的房子裡，我等待你，在我心中你永遠是我飛奔過去的焦點.....

你終於呼喚我了。今天你帶我出去，告訴我待在這裡，乖。

我會好好聽話

你在哪裡？我有一點寂寞.....

好想再跟你一起散步，一起奔跑.....

我會乖，會在你第一眼就可以看到我的地方，一直等你.....

二●內容摘錄：

我覺得有點寂寞。但是我不想給你添麻煩，我願意等待。(p.8)

這是我從未來過的地方，冷冷的房間，有一股悲傷的氣息.....(p.12)

一到晚上，我獨自睡在冰冷的地板上.....不過，因為你很快就會來接我，所以我沒事的(p.13)

三●我的觀點：

作者以狗的視角來呈現整個故事，搭配著簡潔的素描，黑白的線條比起五顏六色的絢爛，除了立體感，更多了一股蒼白，完美的與小狗單純的言語和思想融合為一。

故事內容完整地展現狗對於主人的忠誠，主人的存在之於牠們，是依賴、是信仰、更是唯一，我認為這篇故事不單純只是讓人去探討棄養寵物的議題，而是讓我們真正的去實現將心比心，不僅限於對待寵物，是對於世界上的任何一個生命。

反觀以往和現在，在戶外，我看到的是一輛輛看似嬰兒車，實際上裡面的乘客卻是各種品種

的毛小孩，而這一切似乎已經成為了一種流行，很多人似乎因為有了這麼一輛推車而顯得自己高雅、跟得上時代，但卻儼然不知，對寵物來說，行走是他們的天性，奔跑和自由才是牠們的心之所向，走在有著高度摩擦力的地板則是牠們磨平腳指甲最天然、傷害最低的方式，不然，往後走在地上，牠們就會感到難以言喻的疼和癢，而因為不常走路的緣故，牠們的血管將會愈來愈接近指甲，每當在用工具替牠們磨指甲時，一不小心就會流血，但那些口口聲聲說著自己多麼愛牠們的主人中，真正在意這些事情的又有多少？

那些在網路流竄的影片中，主人為自家寵物配音、上字幕的比比皆是，而以搞笑方式來呈現的居多，這和這篇故事都有著異曲同工之妙，但卻多了主人們的主觀情感，而故事卻能讓人更深刻的體認到牠們的單純。在狗狗被送去安樂所時，第六感帶來的不安充斥著牠們的內心深處，以及祈禱主人快接他們回家時的固執和害怕，我想這並不代表他們不知道，而是無論如何都不肯相信自己主人拋棄自己的事實，其實牠們很聰明，也很敏感，牠們比起忘恩負義的人來得更忠心，且願意給予他人信任。

在安樂所任職的老爺爺，往往在將要安樂死那些無辜小生命之時，總是不自主地感到無力和難過，因為他比任何人都清楚，他將要親手了結的是多麼美好的生命，無力拯救的無奈，每在執行這與屠夫一般無二的工作上感到掙扎，這樣背著良心的工作，何嘗不是一種折磨？

多少人在最初是為了找個伴才養了寵物，而到最終卻用了各式各樣的藉口將牠們遺棄，說著沒錢、沒辦法，我想，愛牠就不要拋棄牠，這不僅僅是一句宣導詞，而是自己心中的底線，牠們也是生命，是像家人那樣密不可分的關係，而家人這個詞也不只是嘴上功夫，更是要落實如親人般的對待，而牠們的忠誠與信任、陪伴和愛，一切的付出都是值得的！

看完這本書後，我沉默了良久，為那些被遺棄、安樂死的寵物，也為了安樂所的員工，更為了自己的無知，那些往往耳熟能詳卻左耳進右耳出的話語，再次咀嚼，與初次的平淡無味相比，變得五味雜陳，讓我了解了何謂將心比心。

四●討論議題：

1. 寵物和親人安樂死的差別？
2. 當我們嘴上說著關心的時候，我們真的是打從心底的為對方著想嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：英三乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：廖昱雯

參賽標題：沒有爸爸的小孩

書籍 ISBN：9789867378965

中文書名：沒有爸爸的小孩

原文書名：沒有爸爸的小孩

書籍作者：匡平方

出版單位：福地

出版年月：2008/08/01

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者匡平方，長期致力於觀察及關懷社會各種現象。這本書主要在敘述故事中的主角邵妮妮和媽媽、奶奶在戰亂中逃到台灣。爸爸在戰亂中生死未卜，奶奶就花了所有的積蓄去打探妮妮爸爸的消息，用只得到妮妮爸爸早已死在戰亂中。

後來搬到彰化鄉間，在磚窯場找到工作，便安居在此。

二●內容摘錄：

有水源之地必會出現人群，人群匯集就會形成多個聚落，聚落之間為了互通有無，難免就會說三道四。因此有井水的地方就有口水，一有口水自然就引來許多三姑六婆。(P 3 0)

不料腦海中又浮現那些三姑六婆談及蔡浩篤出入茶室的話語，字字句句就像千萬枝利箭穿過身體一樣，頓時痛徹心扉，以致淚水就如同湧泉般源源不絕。(P 9 8)

三●我的觀點：

記得從國小開始，我就很喜歡讀這種勵志類的書，記得有次同學買了一本，我就跟他借來看，早自習、下課時間都在低頭看書，甚至也犧牲了午休時間還有放學回家後娛樂的時間，只為了看完這本有關勵志的書，一天就可以看完一本了喔。

這次看了《沒有爸爸的小孩》讓我回味道以前國小單純的時候，那時總是喜歡看勵志類的書，因為很感人，尤其看完之後就會覺得自己是個很幸福的小孩，理解到世界上還有很多人過得比我們辛苦然後就不會報怨一些事物，懂得惜福。是很值得讓人讀的類型。

在故事中，邵妮妮失去了爸爸，家裡當初也為了找尋爸爸的下落所有的金錢積蓄幾乎都沒了，所以妮妮也沒辦法像一般小孩一樣上學讀書，但是妮妮還是很乖巧，沒有任何的抱怨。

後來經過一些事，媽媽跟奶奶被人介紹去去磚窯廠上班，而媽媽和奶奶去磚窯廠的時候她就會在家裡幫忙洗衣服、做家事，是個十分堅強又懂事的小女孩。

書裡有一段提到，某一天晚上要準備睡覺的時候，奶奶發現家裡的屋頂又破了一個大洞，奶奶跟媽媽都在煩惱該不該請村長伯的時候，妮妮卻說她不希望破了大洞的屋頂被修理，因為她覺得破了洞晚上會有涼風吹進來，睡覺的時候很舒服，而且每天晚上都可以和天上的小星星見面還可以和他們說話。從這段可以看的出來妮妮真的還是個很天真無邪的小女孩，把大人認為煩惱的事變成了一件很幸福的事，讓我體悟到其實很多的事情換個角度好好的想一想，像單純的小孩那樣思考，也不是件壞事，還可以從困苦的生活中發現平凡簡單快樂的事。這種單純又樂觀的想法真的很讓人敬佩。

因為一場戰爭讓邵妮妮頓時失去了爸爸，我是住在一個幸福的雙親家庭所以無法體會這種痛苦，但我知道這種痛不是一般人能了解的痛，傷口應該是非常的難癒合。雖然有一句俗話說：『有媽的孩子像個寶。』但是除了有媽媽好，有爸爸也是一件很幸福的事。媽媽給的愛和爸爸給的愛雖然都是無比強大的愛，但是卻是不一樣的愛，要是缺少了任何一個的愛應該都是令人無法接受的。但是現在的小孩常常對父母親沒大沒小不禮貌，伸手討錢又討東西把這種事當成理所當然還不懂得孝順感恩父母親的人社會上實在是多的數不清，說話沒大沒小動不動就對父母親大小聲的人也是一堆，然後等到失去了父母親的愛才後悔當初怎麼不懂得珍惜，人總是都等到了失去才懂得珍惜。

人的一生是很短暫的，生命說來就來說走就走誰也不知道下一秒會發生什麼事，永遠都不能預知未來的下一秒，所以時時刻刻都要懂得珍惜和惜福、懂得把握和家人相處的機會、懂得孝順長輩。其實這些道理都是眾所皆知的，只是能做到的又有幾個呢？像邵妮妮一樣在困境生活中卻乖巧懂事又孝順的人有幾個？

我想故事中作者想敘述的還有這些做人處事的道理是很多人都需要好好學習的。

四●討論議題：

這個時代的孩子們是不是越來越不能理解知足了呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：英三乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：呂洋

參賽標題：轉角看見希望

書籍 ISBN：9867088298

中文書名：一公升的眼淚

原文書名：一公升的眼淚

書籍作者：木藤亞也

出版單位：高寶

出版年月：2006 年 04 月 06 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

15 歲的國 3 少女木藤亞也,正要展開人升中最燦爛的高中生涯,嘲諷的是,一個罕見的絕症——脊髓小腦萎縮症,改變了她的一生,使她的生命在短短十年內加速凋零,歌唱、寫字、奔跑這些平凡的行為,在亞也身上全成為遙不可及的幸福,支持她生存的動力,除了家庭,就是不肯對病魔妥協的強大意志力

二●內容摘錄：

摔倒了又有什麼關係,反正還能夠重新站起來,不是件很好的事嗎?摔倒的同時抬頭仰望天空,藍藍的天空在上頭,看起來那麼廣闊無垠,你看得出它正在對你微笑嗎?我 還活著(p.78)

試著將手放在胸口,感覺到撲通撲通的聲音。心臟還在跳動,我, 還活著。P.140

只要心中有明亮的陽光存在,無論下大雨還是刮颱風,之後總會雨過天晴。 P.156

與其一味懷念失去的東西,不如好好珍惜僅剩的事物。P.195

三●我的觀點：

我覺得,健康就像陽光,空氣,水一樣,還在時,沒有人察覺其重要性,每個人都視為理所當然,唯有失去過的人才會瞭解有多珍貴,有多重要,作者在發病後,也曾自嘆:『我是為了什麼而活在世上。』她的書由日記出版,再多年後改編成連續劇,雖然內容不盡相同,但是想要給我們的啟示是相同的,耶鼓舞了許多人,啟發多少人隊生命永不放棄,視健康如珍寶一般,這樣的信念,即使作著已經離開人世了還是感動很多人,也讓這樣的道理得最佳的映證。

覺得木藤亞也,是一位非常勇敢的人,在人生中最燦爛耀眼的時段,卻得到罕見疾病,我想

一般人都會自暴自棄，動都不想動，怕跌倒怕別人異樣的眼光，更何況是去上學校，在家裡都會很自卑吧！怨嘆老天爺，或許還會活不下去想自殺。

亞也這句：「摔倒了又有什麼關係，反正還能夠重新站起來。堅持到底的精神是我要學習的，我是三分鐘熱度的人，常常向命運低頭，不做任何努力就放棄，很少努力到最後一刻，往往都是做一半收場。

在現代的社會，最近爆紅的林書豪，他就是鏗而不捨的努力練習，想進入 NBA 打球參賽，但是現實的殘酷，東方人的身高體型，的實比西方人差那麼一點，坐了很久的冷板凳，他不在乎別人對他瞧不起的眼光，持續努力的把球技練好，終於輪到他上場時，就證明了後天的努力可以勝過先天的不足，讓原本不讓他加入的球隊，紛紛想挖角他，本來不看好他的人，現在都為他歡呼加油，紅透了半片天，我相信自己要肯定自己，你才會成功，幾次的挫敗不算什麼，重要的是你要懂得爬起來，慢慢一步步踏實的往上，終有一天你一定會有那光榮成功的一天。

亞也不向命運低頭，努力的想繼續揮灑生命的價值，不論剩下一年、一個星期剩至是一天，她都想用自己的力量不想要別人同情和幫助，她相信自己的力量，她要證明病魔無法將她打倒，她是這場硬戰的勝利者，她戰勝後，康復出院想念大學，畢業有一份工作，之後結婚生子，我想這個願望對一般人，根本就是輕而易舉，對她來說簡直比登天還難，光是康復就是一件遙不可及的事了，活下來是她最大的盼望，活下來至少可以笑，雖然她肉體的疼痛，一天比一天更加嚴重，在她心中她還是希望可以活下來，可以感受世上最溫暖的東西「微笑」，她的勇氣和精神，我想我一輩子都無法想像和感受吧！我很在意別人的眼光，我很怕那種寂寞，自己要跑完一段長長的障礙賽，克服每道關卡，別人對你的不理不睬，不斷的跌倒，搞到傷累累，光是想像就覺得，是一件不可能的任務，更何況是發生在現實，我想我一定會拒絕看病復健，那種煎熬我想我一定不會想活在這世上，亞也卻艱辛的度過了七年，還用筆寫下了這段日子她的堅持不放棄，依然想著「我想活下去，活著是最快樂的一件事」。

我覺得雖然她最後還是沒有康復，但他贏了，她連最後一秒都沒有放棄，我想一定是上帝被她的精神所感動，帶他到最幸福的天堂，看著藍藍天空，感受自由自在的生活，或許她就真的無拘無束的奔跑，她那燦爛溫暖的笑容，是歷經了那麼多關卡所換來的，是一般人無法想像的，這是我們要學習的，精彩，才不會留下遺憾。

四●討論議題：

健康如同一顆玻璃球，摔破後是不可逆的

我們該如何維持身心的健康呢

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：英三甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：林宜璇

參賽標題：最後五天我愛你之閱讀心得

書籍 ISBN：9789861335193

中文書名：最後五天我愛你

原文書名：Five Days Left

書籍作者：茱麗葉·勞森·提默

出版單位：圓神出版社有限公司

出版年月：2014 年 10 月 30 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

這本書的每個成員都有濃烈的愛，卻有著對愛不同的理解。原本看似不相干的兩個家庭，透過網路論壇交換著彼此身為寄養家庭父母間的內心話，也使得瑪拉和史考特有著密不可分關係。瑪拉領養小蕾，史考特則是克蒂斯的寄養家庭監護人，他們都愛孩子，更愛著家人，然而命運卻使瑪拉得了亨丁頓舞蹈症，只能隨著日子的逼近，逐漸失能；史考特也面臨著克蒂斯即將被母親接回，最後的五天兩人各自遭逢難以抉擇的決定，卻有著不同的命運。

二●內容摘錄：

不確定的壓力使得我們兩個既痛苦也難以忍受，就算這答案讓人很驚恐，總還是有了答案。

(p.74)

她只會留給他們一人一封信，告訴他們她有多愛他們，她有多幸運能夠短暫參與他們燦爛的生命，不管他們接下來做什麼，她都會為他們感到高興。(p.160)

謝謝你在無數夜裡緊抱著我，任我憤怒嚎叫，發洩自己過早被選判如此恐怖的結局。謝謝妳每天告訴我你比以為任何時刻更愛我，告訴我這並不會影響我們兩人之間，你會永遠陪在我身邊；告訴我並非是因為你覺得自己應該如此做，而是你想要如此做。湯姆，我相信你。我相信你會陪在我身邊，我向來就知道你會這麼做。(p.344)

三●我的觀點：

閱讀這本書時，心親極其沉重，總能在文字間感到無限的愛意，可故事的發展卻令人感慨萬千。書中的瑪拉與史考特正面對著和摯愛離別的折磨。或許對瑪拉而言，離開是幸福的，對史考特來說，把克蒂斯兄弟當成家人是幸福的吧！當生命的終點近在咫尺和面對著不得不的告別時時，最無法割捨的莫過於鍾愛的家人，然而這更是世間最難以負荷的痛苦與煎熬。如果曾經很在乎的某個人過世了，在他死後你感受到那無法言語的痛苦，然而相反地，當自

已離開時，有些人也正體會著這種悲痛。想到這些時，你會膽怯自己將帶給別人無法彌補的傷痛。但若自己的狀況只會愈來愈糟糕，還會妨礙另一半得到幸福的機會與權利，更變成了孩子心目中的麻煩人物，甚至在心裡造成了巨大的負擔時呢？在腦中想著主角瑪拉所背負的痛苦，不經令我潸然淚下。因為不想連累家人以及親友的生活，進而決定自殺成了大多數無法治癒的病患的心理。瑪拉對於無法控制自身的生活感到無比難受，最後甚至以自殺這方法來降低自己對親友所帶來的負荷。即使瑪拉不想與家人分離，但因為想要所愛的人能幸福，而不得不以這種方式放手。

看著書中瑪拉的故事時，我一次又一次的在心中反覆思考，若我是瑪拉的話，會怎麼做？亨丁頓舞蹈症是個無藥可醫的病症，然而罹患此病的患者唯一能做，也只能做的就是等待，等待它慢慢把你摧毀，把你的生活毀掉。總在生活中學到要積極正面地去面對疾病，勿讓疾病操縱著自己，但當我看到這病對瑪拉所造成的傷害，和這病更是無藥可救時，我卻卻步了，到底要讓自己成為家人的負荷，亦或是堅強活下去？思考到最後我仍沒有一絲的答案，只能看著眼淚不停的流下來。閱讀時不斷的想，瑪拉的決定是最好的選擇嗎？即使讀完了整本書，始終沒有任何答案，或許不管是哪種抉擇，都只有痛苦，而這中間的過程更是何等的難熬？

我們時常被教導要不畏艱難，努力突破困境，不輕易向命運低頭，但當我們有著和瑪拉相同的際遇時，卻不知如何選擇。我能懂得瑪拉為何在最後選擇以自殺這等方式來結束性命，只因當你在乎和愛一個人時，情感會超過基本的求生本能。每個人都有對生命不同的定義，在對於情感的重要程度，還是情感的處理方式都不盡相同，只在自身的想法，我想瑪拉也更是如此吧！

書中主角瑪拉以愛為前題，為家人著想，希望家人擺脫重擔，看似是犧牲小我，可她的家人卻沒有一點選擇的餘地。瑪拉的丈夫湯姆有一段話令我鏤心刻骨，「他們也會難過，會生氣，恨這個病症，但就因為我們現在感到難過，不代表我們沒辦法面對處理或者不願處理。」無論情況如何，或是無法逆轉，家人只求自己能陪瑪拉走完最後的路，讓瑪拉有一個美好的回憶。

這本書中充滿著滿滿的愛，所有的出發點和作為也都是因為愛，但即使是因愛而作的抉擇，卻還是不免會造成傷害。然而人與人相處間，沒有著考試卷上的是非或選擇題，往往沒有對錯。但人生只有一次選擇的機會，因此，在生活中我們只能努力面對所遇到的困境，做出對自己而言最好的決定，不讓自己後悔。

四●討論議題：

如果與所愛的人能相處的時間有限，你會如何度過這短暫的時光？然而若是你的生命有限，你會如何規劃這最後的日子？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：英三甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：葉宜甄

參賽標題：不乖

書籍 ISBN：9789573326847

中文書名：不乖:比標準答案更重要的事

書籍作者：侯文詠

出版單位：皇冠文化出版有限公司

出版年月：2010 年 7 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

本書為知名作家侯文詠所著，書中作者以自身的家庭經驗及趣事，帶領讀者們一同在這瞬息萬變的社會中，了解究竟「不乖」能夠為我們的生活帶來哪些影響，書內不但沒有一味的咬文嚼字，更富含對於人生的啟發與領悟。

二●內容摘錄：

1.生命無非只是不斷地選擇的過程，失敗的遺憾是錯過了成功，但成功的遺憾卻是你不知道自己到底錯過了更多的什麼。(p.74)

2.一旦少了「心甘情願」的理由，就算是自己「硬逼」自己，還是會想出很多逃避的藉口來自欺騙的。(p.137)

三●我的觀點：

從古至今，作為父母的家長們總會對孩子耳提面命著「要乖乖長大、乖乖讀書」諸如此類的叮嚀，這些亙古不變的道理，彷彿就是絕對錯不了的育兒經，但是，你是否曾經想過「不乖」所帶來的可能性？

由於社會向來偏好於乖巧、守本分等按部就班的風氣，因此人們從小即被要求依順從、聽話的形式成長，相形之下，不乖也必定將被冠上否定的標籤，逐漸在人們心中根深蒂固出一股自然的排斥反應，也許有人會覺得訝異，認為不乖不是理所當然地應該被反對嗎？但其實並不然，作者在書中寫出所謂「不乖」可能帶來的影響，也提到相當多關於不乖的小故事和加以佐證的論點，之中包含了侯文詠的自身經歷及發生於其家中的趣味日常，使整本書讀起來可以更加感受到其令人信服之力。

那麼一般人們認知上的不乖，與本書所想表達的究竟有哪些不同之處呢？作者認為「乖與不乖的差別不只是對錯機率大小的問題，而是對知識學習與掌握的層次問題」，而我也十分認同這

個說法，所謂乖或不乖，不應只是單純地在對與錯上硬生生畫下分界。以古代著名的君臣——唐太宗及魏徵為例，魏徵是名直言敢諫的臣子，由於他向來秉持正直、不阿諛奉承的態度勇於向皇上進諫，唐太宗才能夠在偶爾糊塗愚昧之際，得到最誠懇且有利於天下的建議，使百姓得以處在安定的社會當中，不需為柴米油鹽而憂愁；但若是以這般「乖巧與否」的定義思考魏徵及唐太宗間的君臣關係，魏徵不一味順從皇上而直言不諱的表現，就如同是違背了古代倫理道義上的「乖」，倘若當初魏徵沒有及時給予皇上正確的諫言，甚至耽誤國事，使百姓怨聲載道、民不聊生，那麼唐朝的貞觀之治又該從何而來？因此，「不乖」不單只是單純的對錯判斷，更是有無對事情加以思考、嘗試，以及在過程中是否確實掌握事情的背後意涵為何。然而「乖」也並非意味著全然的不好，正確的依循事情原則做事，使自己往成功的路途邁進必然可行，但若一路上沒有歷經風吹雨打或者雷雨後的彩虹，旅程似乎就略顯單調乏味了些——成功的滋味固然美好，但有時「失敗」所能帶來的經驗及反省檢討，卻是只嘗過成功滋味的人無法體驗感受的。

我認為無論乖與不乖，都應該是人生必須經歷過的一趟路程，沒有固定的判斷標準，也沒有一定的好或者是壞，而目前的我則是較偏向於乖巧派別，期盼未來得以有機會挑戰尚未嘗試的「不乖」，進而使自己多方探討不同的邏輯思維，用著有別於以往的角度解決問題，也許這將能夠為我帶來前所未有的嶄新機會。

四●討論議題：

若人生可以倒轉重來，你會勇於挑戰「不乖」嗎？為什麼？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：商二乙

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：蕭苓

參賽標題：能學會知足，就容易感到幸福

書籍 ISBN：9789866439216

中文書名：我的乞丐爸爸

書籍作者：林蔚貞

出版單位：培育文化

出版年月：2010 年 4 月

版 次：次版

一●圖書作者與內容簡介：

秀琴是個剛從國二跳級考上高二的中學生，再加上長相清秀，剛到這所國立高中就備受眾人矚目。只是在她心中，一直有個不為人知的秘密。

那就是...她的爸爸是乞丐。

從小學六年級開始，因為學校推廣感恩手冊，秀琴從那時候開始，每天都會寫下三件值得感恩的事情，從小學六年級到現在從不間斷，只是這一陣子，每天睜開眼睛，看到這條巷子裡發生的事情，真不知道從何感恩起...

二●內容摘錄：

他們就像蒼蠅黏著花蜜一樣，自動圍在周圍。(P.11)

快樂往往來自於珍惜周遭的人事物。(P.29)

中國人說，苦不能苦孩子，窮不能窮教育。(P.31)

或許這些話，是秀琴的肺腑之言，簡短的幾句話，就相當有力量，讓人折服。(P.62)

要好好的珍惜家人和生命中那些特別的人，因為他們不會永遠在那裡！(P.76)

但是秀琴往往會反思到，有錢人家的孩子過得真的比較好嗎？(P.78)

三●我的觀點：

當我看完這本書時，心裡有非常多說不出的感觸，今天如果換做是我，或許無法像秀琴一樣堅強，我會不敢誠實的面對自己，而選擇一而再，再而三的逃避，但是秀琴卻不是這樣，她選擇將自己的青春獻給跳級考試，只求能讓爸爸早點結束當乞丐艱辛的日子，有哪一個正值青春期的孩子願意這樣犧牲？即使她的家境並不富裕，但是她很知足，並且保有一顆感恩的

心，所以她才擁有那種幸福，是一般人體會不到的，她的爸爸也不會因為如此，而對女兒不聞不問，反而是教她看待別人，不能看一面就下定論，或許他還有很多面是妳還沒發掘的，所以秀琴有著一種連有錢人家都沒有的氣質，形形色色都散發著一種千金的感覺，這也難怪同學們都誤會她是哪家的千金了！

在書中有非常多暗指人性的地方，像是當秀琴班上有人偷錢時，有些同學竟然認為只有家境貧寒才會偷錢，這種刻板觀念真是讓人啞口無言，或者是有同學看到流浪漢主動要拿錢去幫助人家的時候，有人說：「為什麼要幫他們？我媽媽說，像他們這種人，好手好腳的，不去工作，在這邊整天裝可憐等人家給錢，有什麼好同情的。」這顯示了家庭的教育會影響一個孩子多深，因為父母的一句話，他可能就會覺得事情一定是這樣，當別人說這樣是錯的，他就會開始不講理的認為爸爸媽媽那時和他說的一定是對的，這樣他就會漸漸變成一個堅持己見、不講理的人，但還是有很多內容很好的是值得我們學習的，像是當“咪咪師父”因為忌妒秀琴，而對她說了很多過分的話，秀琴不但沒有生氣，反而向她道歉，凡事以謙卑為先的人，得到的結果必定會是好的。

《我的乞丐爸爸》這本書，不僅非常適合給孩子看，父母也應該看看，內容帶有酸甜苦辣鹹的滋味，五味雜陳的感覺十分有意境，有時能讀到笑，有時又能讀到哭，現在的兒少優良書籍，已經漸漸落寞了，因為現在的孩子只喜歡看漫畫，真正好的書讀起來沒勁，希望這些好書不會漸漸消失，因為還有人在等著把它讀得淋漓盡致呢！

四●討論議題：

如果今天換做是你，遇到像秀琴一樣的遭遇會怎麼看待？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：劉欣沅

參賽標題：少年小樹之歌

書籍 ISBN：957-0349-50-6

中文書名：少年小樹之歌

書籍作者：佛瑞斯特·卡特

出版單位：小知堂文化事業有限公司

出版年月：2000 年 2 月

版 次：再版 1 刷

一●圖書作者與內容簡介：

作者佛瑞斯特·卡特，擁有八分之一印地安血統的佛瑞斯特·卡特，本名為艾薩·卡特，其真實的身份始終成謎。據說他在 1946~1973 曾經是一名激進的種族隔離主義者，並且加入恐怖的三 K 黨。他在第一本小說『惡漢約瑟·威爾斯』於 1970 年中期付梓時，即採用了佛瑞斯特·卡特之筆名。期間未公開說明原因，至今仍是議論紛紛。

二●內容摘錄：

1. 長裙如荷葉一般散在她的周圍，泛著銀絲的髮辮垂在她的肩膀和腿上。(P.21)
2. 太陽漸漸朝遠方的山邊落下，斜照的日光輕輕掠過樹梢，把我們腳下染成一片燃燒般的金黃色。(P.31)
3. 當你發現美好的事物時，所要做的第一件事，就是分享給任何你遇見的人，這樣，美好的事物才能在這個世界自由地散播開來。(P.95)

三●我的觀點：

主角小樹有著印地安血統的小孩，從小失去雙親，跟著爺爺奶奶相依為命在山中生活，爺爺教導小樹如何與大自然中的動物交朋友，替牠們取名字。在山中所有動植物皆是平等的，不會因人類是特殊的生物，而對其他生物有所歧視。故事所傳達的世界萬物平等的理念來眼觀耳聽現代的社會，人類是地球上最聰明也是生物金字塔頂端的物種，可是為了私利來濫墾土地 濫殺動植物，引發各種爭議與戰爭，來殘害大自然，不懂節制，讓我們的地球處於各種天然迫害，一步步的走向毀壞的路程。我們為什麼不與任何一個大自然的生物和平共存?這樣也可以讓我們生活的地球美麗一些。

長輩們的言語中，認為政府官員不需要想著諧音的說詞或是一些拐彎抹角的詞語來擾亂生活

與人心，印地安人認為『愛』與『瞭解』其實不需要這些繁瑣的字詞，只需要用『親』就能傳達最真誠的愛，他們認為即使不說一言一語，也能感受彼此的心靈。但因為社會中常有因不同的種族而引發爭論與戰爭，印地安人被一般世俗人們的眼中的刻板印象所影響，將他們一些思想與行為卑賤化，其實是我們人們接受太多教育與文化，導致對印地安人與我們有所差別，以及不夠了解所致。

小樹原本是一個在都市長大的小孩，可是在山上生活久了，也在大自然的環境下，能與動植物溝通的主角，可能是以前人類經歷過的生活方式，是我們現在人們學不來的。現在的人類處於越來越優厚的環境中，部份的人們所顯露的無止境的個人的私心和慾望與繁雜的思為，導致現在社會有著層出不窮犯罪案件與危險。雖然我們與主角小樹年代不同，但是這些問題都仍然存在著，值得我們去探討，來去改善現代的社會。

爺爺教導小樹在都市學不到人生哲學與道理，也讓主角小樹如何去辨別人們的內心是否存在善意。當小樹要面臨家人與小狗和任何一個大自然的動植物的生離死別、重逢以及輓歌，相信大家也能感同身受。要與自己要好的朋友與親人們天人永別，是需要很漫長的時間來走出傷痛。但小樹把親人死去視為大自然的一部分，所謂天下無不散的筵席，『分離』似乎已成為不可推翻的大自然定律。生命雖然有限，但如何活出自我，才是真正值得我們去追求的，讓短暫的生命歲月燃燒出精彩的光輝，那一瞬間或許已經成為永恆了，以這樣的角度來看待生離死別，這樣才不會有牽掛念與後悔。

這本書讓我很感動，當閱讀時，能慢慢去思考人生跟沉澱心情。書中讓我印象深刻的佳句：『當你發現美好的事物時所要做的一件事，就是把它分享給任何你遇見的人。這樣美好的事物才能在這個世界自由地散播開來。』，借此提醒我們不要自私自利，把好東西分享給大家知道，這樣才不會有問題產生，也可以互相幫助。

大自然伴隨著主角依時間慢慢成長，也依小樹的喜怒哀樂，心情也跟著高低起伏，『少年小樹之歌』是一本充滿人生哲學又有內涵的書。

四●討論議題：

在現今的社會還有種族的歧視，這樣的種族歧視觀念什麼時候才會結束呢？還有我們人類什麼時候才能像小樹一樣，跟大自然和平相處，來換取地球的美麗呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：徐千耘

參賽標題：知了

書籍 ISBN：9789620434129

中文書名：知了

書籍作者：宋鈺(Kori Song)

出版單位：三聯書店(香港)有限公司

出版年月：2013 年 07 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者宋鈺(Kori Song)生於重慶，二〇〇九年移居香港，對香港的初印象還歷歷在目，從一個城市到另一個城市的遷徙，一次又一次重新定義家的概念從離鄉別井到適應這座城市的節奏，孤獨也如影隨形。作者從小到大唯一能堅持不懈去做的事情是畫畫，為了方便三十年後的自己回憶過去，決定要將那些人生中特別的人和事，畫和寫下來，記錄這幾年在香港的生活感觸、成長經歷及人生點滴。

二●內容摘錄：

快樂這東西似乎總是和年齡成反比。愈是長大就愈把不快樂的原因歸結到金錢上，麻醉自己沒有錢就沒有快樂，最後沒日沒夜為名為利為變得有錢。才發現，快樂和金錢無關。(第 74 頁)

以前很少留意保存期這件事，直到生命有太多東西開始慢慢沉入記憶深處，找不回來，過了期。(第 76 頁)

黑色的海岸沒有邊際，白色的浪沒有停息，呼吸鹹的空氣，我只是渺小的沙粒，一年一年，那海的顏色，還住在我心裡。(第 123 頁)

三●我的觀點：

暑假有天在社區的閱覽室意外地看到這本書「知了」，蟬俗稱「知了」，這使我對這本書的第一個印象是這本書與「蟬」有關聯；這本書的封面圖是一個女孩的腳和一個掉在地上的冰淇淋，在封面左上角有一句話寫「當生命如此短暫，怎能不用力絢爛。」再加上書名叫做「知了」，圖片、文字以及書名，這三樣東西使我覺得很新穎，我便對這本書產生了好奇，再來我把書快速的翻閱一次，發現書裡有很多手繪插圖，就如同繪本一般，這讓我更想一一去咀嚼

書中的每一個文字及每一個插圖。

作者宋鈺(Kori Song)把他人生中部分的故事寫成一篇一篇的散文，包括搬家到香港、與媽媽分開、與丈夫結婚及旅行、、、等等的故事，在這些故事中我覺得作者是一個個性堅強、情感細膩、觀察細微的女孩，在「風箏」這篇散文中讓我特別感受到作者個性堅強、情感細膩的一面，作者爸爸做的風箏總是飛不上天，直到有天作者爸爸帶回一隻製作精美的風箏回來，作者迫不及待地去試放，最後斷了線，作者不死心翻過了山，才終於找到了那斷線且傷痕纍纍的風箏，帶著破掉的風箏和複雜的心情回家，作者爸爸安慰他至少風箏真的飛上天了，雖然作者沒有特別寫出他的心情，但我想作者應該是也同意他爸爸說的話，因為他終於玩到他爸爸親手製作的風箏了。

時間一點一滴地隨著成長而消逝，彷彿蠟燭慢慢燃盡，而正值快滿十八歲的我，有很多想做卻不知道要怎麼去達成的事，感覺就如同有個小偷在不知不覺之中偷走了時間，我能做的只能好好規劃我的時間，像是讀書計畫、專題進度等等，我想充分利用好時間加上我的毅力應該就能夠完成我的目標，法蘭西思想之父伏爾泰曾說：「最長的莫過於時間，因為它永遠無窮盡，最短的也不莫過於時間，因為我們所有的計畫都來不及完成。」所以我們應該要把握住每一分每一秒，只要能善用時間，就永遠不愁時間不夠用。

「知了」這本書的文字不多，內容簡單使讀者們容易明白作者帶來的想法及道理，有人說：「人生就像茶葉蛋，有裂痕才入味；其實，生命中的所有挫折與傷痛，都是人生不可或缺的香料。」作者為了方便回憶過去把他人生的大小事物有些紀錄有些繪畫下來編成一本書，我覺得這樣很好，平時我也有寫日記的習慣，但不是長篇大論那種，只是用幾句話、幾個表情符號來記錄我當天的心情，如果是把壞心情書寫下有時候我覺得是能減輕一點負能量，也許幾年後在翻起那本日記，可能會不禁會心一笑，心想著：「我那時怎麼會這樣。」時間不可能倒退，火車站也沒有在販賣人生來回票，再來我們更沒有哆啦 A 夢這個朋友，所以我們只能努力的向前看，把過去失敗的經驗當成是動力，終究會豁然開朗。

四●討論議題：

如何讓自己的人生變得絢爛？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：會二甲

科 別：會計事務科

名 次：甲等

作 者：王可玉

參賽標題：生命因夢想而遠大

書籍 ISBN：9789865740955

中文書名：生命清單

原文書名：THE LIFE LIST

書籍作者：羅莉·奈爾森·史皮曼

出版單位：悅知文化

出版年月：2017 年 02 月

版 次：首版三十三刷

一●圖書作者與內容簡介：

作者喜歡跑步及駕駛帆船，也喜歡寫故事所帶來的樂趣，透過寫作來抒發心中的熱情。布芮特有一位深愛她的母親，擁有年薪百萬的工作，生涯旅程順遂，好像什麼都擁有了。但在母親死後，她只留給布芮特一張願望清單，必須完成清單上的目標才能得到母親的遺產。布芮特經歷許多曲折，回歸初心的過程雖然艱難，但實現目標後她將體會到生命最珍貴的領悟是對自身的肯定。

二●內容摘錄：

「害怕改變會讓我們停滯不前。」(P.34)

「冒那些險，看看自己會走到哪裡去，因為它們才是讓這趟人生旅程值得走一遭的事。」(P.74)

「頭一次，我的心找到了屬於自己的節奏。」(P.89)

「大家三歲就知道這種事。可是到八十歲的時候就已經忘記了。」(P.174)

「等待是值得的。」(P.357)

三●我的觀點：

年輕時充滿青春活力，因為憧憬所以有想實現的目標，為了達成目標，不管路途上會不會遭遇困境，不管過程會有多難熬，不管會不會經歷失敗，還是義無反顧地努力付出，因為這目標是自己心中想達成的。每個人小時候心中一定有理想，對未來懷有希望，也抱持追尋夢想的勇氣，堅信著拚命向前進一定能讓未來更精采更有意義。

縱使青春的夢很美好，但長大成人後，面對那些生活上的焦慮恐懼，明白夢想不能當飯吃，

明白理想和現實之間有著差距，漸漸失去了膽量，把內心真正的想法隱藏起來，強迫自己接受現實。也許這世上多半都是這種人，畢竟要有勇氣去面對，並持之以恆努力下去是件難事，但我依然相信做自己才是最重要的，不要因為遇到挫折就停滯不前，不要因為害怕困境就停下腳步，如果捨棄自己真正的抱負，未來只能渾渾噩噩地虛度人生。

我小時候很喜歡玩水，但一直到國小三年級，學校開始有游泳課，我那時還以為只是普通地玩水，結果要學自由式、仰式等，更要學會如何換氣。我那時只覺得游泳已經不是我喜歡的運動了，但其實不是這樣，只是因為我不會換氣，怕會嗆到水而不敢去克服。現在的我已經會換氣了，必須經過付出才会有回報，不試試看就一定不會學會，這才讓我知道「願意嘗試」是邁向夢想很重要的一個步驟。永遠不要害怕嘗試改變，要學會克服恐懼及應對問題，經歷過這些改變，才能讓經驗化為力量。

在光鮮亮麗的外表下，那些人看似什麼都擁有了，但他們擁有的只有外在物質上的享受，其實心靈並沒有得到慰藉，就像本書的女主角布芮特一樣。所以她母親才會要求她完成願望清單，找回初心，找回夢想，讓布芮特的人生重新啟程。自我實現是每個人一生中所追求的目標，不管是醫生、老師還是律師，確實地知道自己想要成為什麼，腳踏實地朝著夢想邁進，才能把自身的潛能發揮出來。成就自己，只要是能力所及的事就會盡全力完成，懂得用實踐來增加自己的自信心，讓人生更多采多姿。

看完《生命清單》後深刻地明白，原來小時候的純真夢想並非只是一廂情願，只是沒有勇氣所以錯過了機會，因為沒有勇氣或許連開始都還沒開始，因為是心中重要的夢想，所以不敢大步大步地向前走，但我希望能放開腦海中想像的束縛，那些枷鎖只是害怕改變現況而存在的，只要心中多了勇氣多了膽量多了堅定，必定能打破那不該存在的枷鎖。

每個人都該擁有屬於自己的生命清單，認真規劃未來，擁有夢想固然重要，但要如何實踐也很重要，在嘗試的過程中經歷挫折是難免的，但要學會站起來，正視夢想，才能突破自我，才能實現自我，才能擁有屬於自己的一片天。

四●討論議題：

實現夢想不是人人都能做到的，有人因為遇難而放棄，有人因為與現實不符合而罷手，有人因為賺錢的壓力不得不向現實屈服。你是因為什麼原因才無法達成夢想呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：會三甲

科 別：會計事務科

名 次：甲等

作 者：郭人杰

參賽標題：愛與情感的重要性

書籍 ISBN：9789866211850

中文書名：讓愛，降落在幸福機場

原文書名：讓愛，降落在幸福機場

書籍作者：呵小宏

出版單位：晶冠出版有限公司

出版年月：2012 年 11 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

本書的作者是一位文字與攝影的工作者，也曾在歌曲中有許多作品，在此藉由自己幾十年的人生歷練，講述著人們對於愛的定義以及重要性，當身處在外界紛擾的情況下，這份情感也能夠帶來撫慰，使心中的黑暗撥雲見日，找回原本光明的心態與能量。

二●內容摘錄：

擁抱的意義，是一種無形的互動。那是具有穿透力的，沒有任何語言能代替。 P.11

無感的世界，當然是個沒有人性的世界 P.15

因為排斥，所以害怕，不願意去嘗試。 P.17

別讓愛情的挫折把自己打敗，因為那不是最頑強的敵人。 P.23

時間，有時只是為了掩飾不確定感，一種最安全的藉口。 P.31

保守不是不好，而是不能總希望沒有風險。 P.33

緣，是一種看不到，也摸不著的東西 P.43

(了解)很容易說出口，實際上卻是永遠都做不到的事。 P.84

人總是要到失去之後，才會懂得珍惜。 P.198

三●我的觀點：

在書中可以發現，作者把關於愛的這個主題劃分開來，讓讀著能夠清楚的了解到作者在此書中所想要闡述的意涵與道理。我們所生活的時時刻刻，都包含著情感這一元素，正因為每個人都懷著不同的情緒，在人群中學會溝通，並在互動中找到相投的論點與想法。

擁抱，對我來說，這是一種可以透過肢體的接觸來感受到彼此心境的行為，同時也是信任與

關懷對方時的表達方式，擁抱的對象可以是朋友、親人與愛人，而不管對象是誰，都能從中讓原本心情處在低落的狀態得到改善，雖然看似只是個小小的動作，卻能讓身心靈的能量獲得補充，因而正面的迎向其他種種的挑戰。

任何情況下，人都懷著快樂、悲傷、憤怒、幸福等等的情緒，而為何會有這樣的情緒?全是因為只要是人都有情感這一元素，人並不是機器，無法在任何情況下都抱持全然客觀的態度，但也正因為人有著情緒這樣珍貴的寶物，才能對事物感到新奇而有所突破。在遇到挫折的狀況下，會感到悲傷而絕望，但擺脫了這種情緒後，將能對事物的觀點有所改變，進而讓內涵得到提升，也因為情感這樣的寶物，讓人與人相處中是豐富多變的。

愛情，是大多數人都會經歷的過程，在這段過程中會經歷到許多難忘的故事，但當這段關係結束後，會長時間的感到難受與疲倦，即使告訴自己要盡快忘記這份情感，仍然會在午夜夢迴的時刻，想到那段日子所經歷的美好時光，當投入的心思越重，就越難從這般情緒下脫離，因此，情感這一物所帶來的可以讓人身處天堂一般的幸福，也可能令人墜入難以逃脫的悲苦情節。

我們常常會經歷到一種情況，是在失去某項事物時，抱持著(我當初為甚麼不要...)的心情，這種想法來自於當時不知如何把握住重要的人與事物，但其實這並非是重要的情緒，大多只是遺憾而已，所以，在面對任何事情時，只要盡力去做，這般情緒便從此消散於腦海之中。

雖然本書作者主要是在講述關於愛情的面對方式，但其實換個角度來看，也都可以套用在其他方面，因此，在書中也能認識到作者的人生觀，也能夠看出作者經過幾十年的人生中所體會到的人生歷練，好比情感這一主題，這並不只是侷限在愛情，而是可以擴大到日常生活中人與人的一切交流，從最基本的交流中所流露的情感亦能發現對方的個性與態度，情感，使我們有了與人交流的渴望，情感，使我們對事物有強烈的好奇心，情感，使我們發現事情的缺失，從中得到體悟，因此，情感這一物是人所不可或缺的，同時也是我認為本書中最为精關的論點。

四●討論議題：

當面對困境時，如何從逆境中找回自己?

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

名 次：優等

作 者：白宇坊

參賽標題：挺身而進的勇氣

書籍 ISBN：9789862417607

中文書名：挺身而進

原文書名：Lean In: Women, Work and the Will to Lead

書籍作者：雪柔·桑德伯格

出版單位：天下雜誌

出版年月：2013 年 09 月 04 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

本書中，桑德伯格延續她在 TEDTalks 掀起的話題，首度完整公開從成長背景、哈佛求學經驗……到臉書營運長，一路觀察、體驗到的職場問題，並點出關鍵應對心態，釐清職場女性在生活中與各種選擇中所面臨的層層迷霧和偏誤。

大方分享為自己、事業及家人做抉擇所面對的日常交戰、掙扎。此外，她也針對談判技巧、尋找人生導師，以及如何打造令人滿意的工作生涯等議題提出實用的建議：性別並不影響成功與否，而是觀念。

二●內容摘錄：

除了社會築起的外部障礙以外，女性也被自己內心的障礙所限制。……例如缺乏自信、不主動表達與爭取、在應該積極進取時反而退縮等。……我們將這些負面訊息內化，降低了對自我成就的期許。P.32

如果我們心底有改革的意念，就可以重燃女性革命之火。世界要變得更平等，是從一個人、一個人得改變開始。當每一位女性都挺身而進，我們離真正平等的遠大目標，就更近了。

P.86 不可能取悅每個人

P.134-135 看到別人眼中的自己

先記得一點，反饋意見就像事實一樣，沒有絕對的。反饋是根據觀察和經驗而形成的意見，有反饋我們才知道自己給別人什麼印象。

三●我的觀點：

本書主要敘述，全球的女性不論是在生活上、職場上…因一些不便的事物或傳統男尊女卑的觀念，而在無形中限制、貶低了自己。這並非我們所想要的，我們先天就少了男性所擁有的

自信和領導的抱負，我們當然也想要向他們一樣持著滿腔熱血的心，竭盡自己所能換取成功，看到別人發自內心的佩服自己，聽到祝福的掌聲在耳邊不斷響起。

不過事實想像往往和現實相反，可能身旁的人們或前輩，總會想盡一堆理由告訴你：「因為這個工作非常的艱難、辛苦，你是女性，會有些先天生理上的不便，所以.....不好意思!」等等，因為生理上的問題，成為了女性求職主要的大難關。桑德柏格是位在小時候的社區裡赫赫有名的，進入社會的她仍是如此，她有股在女性上罕見的強大領導能力，許多人覺得這不是女性該有的特質。

在本書中她建議女性應該站在自己的立場上想清楚，我們應該要讓人感到和善、關心他人的「適度」女性化，但，在這之餘最重要的就是一定要堅持自己。女性們許多時候會在被別人誇獎時覺得自己好像被騙了，對自己缺乏自信，覺得別人的肯定反而讓自己更加心虛、不真實。舉個日常例子：有時，我誇朋友今天特別有氣質、漂亮時，她就會回答：「別開完玩笑了！你今天發燒了嗎？還是要跟我借錢？」或者，當有人誇我考試考得很好，我就會順口回答「沒有啦！只是剛好猜對比較多題而已，僥倖、僥倖。」還有當我被長輩點名時，總會覺得「我是不是又做了什麼，要被唸了？」

以上所舉的三個例子都證明桑德柏格說的是對的，但，她再三強調，即使覺得自己像是個騙子，我們還是要保持自信，絕對不可以低估自己。這真是我該好好向她看齊的地方。我認為有努力耕耘，就會有美好的果實等著我們。看完這本書，我真的感觸良多，二十一世紀的今天，雖然有法律保護女性基本的權益，但是還是有許許多多的不公平存在。

身為一位女性，如果想改變現況，想要有自己的作為，不能只流於空想，最重要的就是要多充實自己的能力，唯有不斷提升自己，讓自己隨時做好準備，當機會來臨時，可以無所畏懼迎接挑戰，就像書名所言-挺身而進，有自信的爭取自己應有的機會，相信妳的表現會讓大家刮目相看，而你的成就也會影響更多的女性，相信自己。

然後不要只想要兼顧一切、期待自己每件事情都能做得好，這樣的想法注定讓人大失所望。《挺身而進》一書並不是奉勸全天下女性投入職場，棄家庭而不顧。雪柔·桑德柏格說得是，身為女性，要對自己有所期待！不要去想自己無法做什麼，要想想自己能做什麼，喜歡做什麼。真能突破這點，或許就是女性最重要的心靈革命力量了。

四●討論議題：

女性真的能夠改變現況，並順利地爭取應有的機會嗎？又這本書另一個重點，也是台灣社會現在會遇到的，雙薪家庭中丈夫與妻子若都在努力賺錢，如何兼顧家庭生活呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：英一甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：黃盈慈

參賽標題：愛與珍惜

書籍 ISBN：9578468512

中文書名：最後 14 堂星期二的課

原文書名：Tuesdays with Morrie

書籍作者：Mitch Albom

出版單位：大塊文化

出版年月：2006 年 09 月 27 日

版 次：二版

一●圖書作者與內容簡介：

這本書是由作者親身經歷寫成的，故事中的墨瑞是作者的大學教授，在 1994 年夏天得知自己罹患了葛雷克氏症-ALS，也就是俗稱的漸凍人，這種病使得教授全身萎縮，當米奇看到採訪教授的新聞時，教授的生命只剩下三個月，因此與教授聯繫，然後跟他相約星期二討論一些人生的困惑，在米奇的生活裡，他只懂得愛自己和接受別人的愛，因而導致他與女朋友分手，但經過這段時間教授的開導後，米奇不但了解自己想要的，也挽回了一段愛情。

二●內容摘錄：

1.死亡是件悲傷的事，但活的不快樂也是悲傷。(p.48)

2.如果你真的想要，就會讓自己的夢想實現。(p.63)

3.年老並不只是衰老。它是成長，它不止是你年復一年離死愈近的消極面，年老也是你了解到你將要死亡的積極面，而你因此更懂得好好過活。(p.149)

4.逃走不是辦法，你得要努力創造自己的文化。(p.190)

5.死亡結束的是生命，不是關係。(p.213)

三●我的觀點：

還記得國中時，老師借了這本書給我們全班閱讀，現在高中了，學校老師播了這本書的電影給我們看，可想而知這本書一定能帶給我們很大的啟發，所以在欣賞完電影後，我又再次去借了這本書來看。

重新再看一次這個故事，讓我了解到人生要以快樂為主，不可以太自私，要去面對問題，及做自己想做的事，在開頭我有點看不懂他所想表達什麼，但看了一段，漸漸的會去想教授所講的每一件事情，教授有說一句話：「死並不可怕，但要懂得去面對死亡」，在死之前做自己

想做的事，不要去在意太多太多的事情，但人總是在遇到問題的時候才會覺悟，也有些人會怨天尤人，怪東怪西，為何不敞開心胸呢？

人的一生只有短短的數十年，在人老時或是要面對死亡的時候才會想起以往的種種，教授也有放不開的事情，那就是母親在他小時候就過世，他想要父親的一個擁抱，但始終沒有得到，那是他感到最遺憾的事，人從嬰兒時期到老，最想要的就是可以擁有一個有安全感的擁抱，所以我們對於自己的親人不要吝嗇，輕輕的一句問候和擁抱，都是能安撫人心的礪石。

現代的人不管是年輕的還是老年人，因為 3 C 產品的進步，大家都漸漸忽略了家人及朋友之間的關懷，有空的時間只管手機有沒有電，滑手機的時間已占了人生的一大半，試問，我們有想過在以前沒有手機的時候大家都在做什麼事呢？有空時不妨拿起以前的照片，回憶一下人情的溫暖，而不是像現在大家只想著自己，而沒有替別人著想，問任何事情都先透過通訊軟體，那人生還有什麼意思呢？用手機和當面講的感覺是不同的，訊息無法表示當下想要的語氣，是很容易造成誤解的！

看完這本書後，讓我很有感觸，生老病死，是人生必經過的，但要如何走完人生的旅程，這就要看自己有那些想法了，像主角還沒有遇到教授之前，生活只有工作，對於女朋友也只是電話中的問候，不敢去愛別人，只接受別人對他的愛，因而導致女朋友的離開，有一句話說：休息是為了走更長遠的路。樂觀的人生才是精彩的，教授的 14 堂課我也上了，在上完這 14 堂課時，我們居住在花蓮的人也剛經歷過 2 月 6 日的大地震，生死離別，每天都在電視上看，真讓人觸目驚心呀！好好的幾棟大樓在瞬間全倒了，有多少人的回憶也都被埋沒了，但還是要勇敢的去面對。來自世界各地無私的愛也紛紛的傳送進來，讓這些受災戶有一些的依靠，這就是要懂得付出愛。

最後我想教授要我們學習的東西是無限的，有付出才会有收穫，要學會向前看，人生是無止盡的，你要先愛別人，別人才會愛你，活到老學到老，這也是人生的一門學問，如何讓自己每天生活在快樂之中，這也是必學的，多往好處想，不管遇到任何事情一定可以迎刃而解。

四●討論議題：

當你得知剩下的時間不多時，你會怎麼想？怎麼做？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：鍾瑩穎

參賽標題：流浪狗的心聲

書籍 ISBN：9577338003

中文書名：流浪狗的心聲

書籍作者：坂崎千春

出版單位：新雨

出版年月：2004/02/01

版 次：一版

一●圖書作者與內容簡介：

這是一本在動物收容中心所拍攝的流浪狗相片簿子，是一系列流浪狗們天真可愛的姿態卻帶著些許傷感的攝影集，曾巡迴日本全國攝影展，引發熱烈共鳴。這本書中的小狗們，現在已在新主人的身邊過著幸福快樂的日子在攝影家的鏡頭下、在收容所悉心照顧之後，洋溢著生命的光彩，引發讀者願意試著體會流浪狗的心情，從而以正面積極的角度與方式來解決流浪動物問題。

二●內容摘錄：

我是五彩繽紛的泡泡，輕盈的飄遊在水泡叢林裡。

我是夜空裡，億萬繁星的一顆，微明微暗。

我盡情的享受暖暖的陽光，盡情的享受傾盆大雨揮下來的舒暢。

請你停下腳步，蹲下來，跟我聊聊，玩玩，

說說你的心事。

對我而言，什麼都新鮮、有趣。

請不要大聲驚嚇我，我不需要嚴厲的關切。

請跟我來，好嗎？

三●我的觀點：

近幾年關於流浪狗的議題漸漸興起，這本「流浪狗的心聲」是以攝影的角度做成攝影集，拍攝當下最真實的情感，使讀者更能深入其境、感同身受。

在路邊常常看到很多流浪狗，有的對人很有敵意，對人充滿防備，會攻擊人

有的一看到人就會落荒而逃，害怕再度被人類傷害；這些都是因為人類自私的行為，不想養

了就任意的拋棄他們，心情不好就把牠們當作出氣筒，隨意毆打、虐待牠們，也許這些都只是因為一時的情緒做出的舉動，但對牠們而言，已經在心裡造成相當程度的陰影，日積月累，就會對人類產生恐懼，害怕接近人，或是做出攻擊的行為，只是為了保護自己不再受到傷害，寧可在外流浪，也不願回到人類的身邊。

在臉書動態時常看到關於流浪狗的影片，內容都是動物收容中心為了幫助流浪狗找到新家庭收養，到路上捕抓流浪狗，要帶他們回收容中心做身體檢查，身上有傷口的幫牠們治療包紮，但在捕抓的過程中，流浪狗的反應一開始都是會抗拒，有些甚至害怕到嘔吐、漏尿，還有些會做出攻擊反應，不肯乖乖讓人類帶走，因為心裡害怕被帶走之後，又跟之前一樣被虐待、拋棄，所以收容所的捕抓人員遇到這種狀況會先放下捕抓工具，蹲下來跟牠們說說話，做出善意的舉動，讓他們慢慢相信眼前這些人類是要幫助牠們，再次接收人類的幫助，帶回去收容中心之後先從牠們過長的毛開始整理，再做身體檢查，然後再把牠們暫時寄養在收容中心等人來領養，但是過了一段時間之後如果沒有人把牠們領養走，牠們就會面臨到安樂死的情況。

以寵物店為例，有沒有想像過寵物店對待動物的方式，將毛小孩關進籠子裡，隔著透明玻璃展示給經過的人們，也許寵物店人員將牠們照顧得很好，但以那些毛小孩的角度來想，牠們的活動空間還是侷限在籠子裡，看著寵物店外人來人往，總是期待著哪天會有個好主人把自己帶回家，但一天接著一天過去，人們通常只會在寵物店外看著這些毛小孩，不會真的把牠們帶回去，因為要帶走要花錢去買，所以大部分的毛小孩都在籠子待了很長時間才會遇到一兩個願意花錢來買的，其實這也算是另類的虐待，就算無微不至照顧牠們，但還是限制了牠們的自由，所以才會有越來越多人支持「領養代替購買」這個做法，讓有心要照顧牠們的人不要因為要花錢而放棄了。

看完這本書，我真的希望人類能夠善待這些毛小孩，牠們每一個原本都是相信人類、對人類忠誠，卻因為遭受人類殘忍的對待，讓他們對人類有反抗的心，但他們其實都是人類最忠心的朋友，狗在人類的一生中也許只有陪伴幾年，但這幾年卻是牠們的一輩子，人類更應該好好珍惜牠們、善待牠們，而不是隨便的將牠們放生，一開始決定要養了，就請把牠們當成家中的一份子去愛護牠們；最後希望大家能領養代替購買，愛護每一個可愛的小生命。

四●討論議題：

你贊成寵物店對待寵物的方式嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：蔡采珉

參賽標題：爸爸的十六封信

書籍 ISBN：9577515029

中文書名：爸爸的十六封信

書籍作者：林良

出版單位：國語日報社

出版年月：2006 年 7 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

林良，生於 1924 年，福建省同安鄉，筆名子敏，畢業於國立師範大學國文系國語科、淡江大學英國語文學系。

爸爸的十六封信，是一本教導孩子道理的書，十六封信代表了孩子的十六種困惑，而林良用書信的方式來告訴、剖析給孩子聽，讓他們懂得做人的道理。

二●內容摘錄：

一個人不能老等著享受別人對他的歡迎。應該想想別人不是專一為你一個人活著的。P · 19

專心的人是活神仙。P · 27

我不依靠「忽然想起」，我喜歡「早早去想」。我絕對不放心「到時候再說」，我喜歡「先準備好」。我永遠不「趕」。不趕就能從容，從容就不容易出錯。

三●我的觀點：

我認為這是一本很有意義的書，從這本書我學到了很多的道理，在我小學四年級的時候，我媽媽就拿了這本書叫我讀，當時的我不知道為什麼媽媽要我一定要讀這本書，也不知道這本書有什麼意義，但當我到了國中一年級，國文課本裡出現了一課叫做「從從容容，穩穩當當。」當老師上完這課時，我突然想起小時候媽媽有叫我讀這本書，於是我回家找了又找，終於找到了這本書，在我讀完後，我才真正瞭解為什麼媽媽一定要我讀這本書的原因了。

在第十封「也應該替別人想想」這封信中，作者講到「人跟人能夠維持和諧的關係，全靠這種『替別人著想』的美德，我認為這句話很重要，不管是在什麼時間、什麼地點、在做什麼事，都應該先替別人想一想，不能因為自己的自私及利益去影響他人的權利，就像在吃東西之前，一定要先考慮其他人都吃飽了沒，要不要留一點給別人吃，又或者是這可能是別

人特別留下來要吃的，我就有這樣的經驗，本來想好洗完澡要來吃的冰淇淋，卻在短短的幾分鐘被別人吃掉了，像這樣的行為真的讓人感到非常不舒服，所以不管在做什麼事情之前，一定要好好替別人想一想，這樣的行為不但可以讓人與人的相處更加和諧，也可以讓這個世界更加美好。

在第四封「從從容容，穩穩當當」這封信中，作者講到「不依靠「忽然想起」，我喜歡「早早去想」。我絕對不放心「到時候再說」，我喜歡「先準備好」。我永遠不「趕」。不趕就能從容，從容就不容易出錯。這句話是要告訴我們要「從容」，我們常常有著到時候再說的習慣，所以每次都弄得手忙腳亂，但其實只要我們提早準備就可以避免整天手忙腳亂的生活。應該在前一天就先想想明天的行程，準備好需要的東西，最好在手機建立一個記事本和設定鬧鐘，做這些事情也許會覺得麻煩，但只要養成習慣，就會讓人生變得井然有序，遠離慌張失措的生活，讓生命更美滿。

在第十五封「這是我應盡的責任」這封信中，作者講到「一個人做他分內的工作，只能算是盡了最起碼的責任。如果你從更高的意義上看，責任的範圍並不那麼窄。每個人都有自己最基礎的責任，像是媽媽有照顧小孩的責任，子女也應該要孝順父母，醫生則要替病人治病，警察要負責保護人民的安全，這些全部都是每個行業和身份最基礎的責任，但對於更高的責任，像是社會責任，當我們看到別人需要幫助時，應該要伸出援手，不應該冷眼旁觀，當有人發生火災了，你應該要幫忙報警，有人昏倒了，要幫忙叫救護車或是做 CPR，雖然這些都不關你的事，但是身為人，最重要的就是互相幫助，這些是最基本的社會責任，這樣不但可以讓世界變得更幸福，人們也會更和平。

上面的三封信是我最印象深刻，也最喜歡的三封信，透過這三封信，我了解了做人的道理，當然，其他的十三封信也讓我領悟到了很多的道理。我很感謝這本書帶給我如何做人的知識，因為這本書，我成長了許多，謝謝你《爸爸的十六封信》。

四●討論議題：

你贊成作者內容中的道理嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：張彤芯

參賽標題：活出美好的自己

書籍 ISBN：9868148901

中文書名：活出美好

原文書名：Your Best Life Now

書籍作者：約爾-歐斯汀

出版單位：保羅文化出版社

出版年月：2005 年 8 月

版 次：二版

一●圖書作者與內容簡介：

此書是關於宗教類的勵志書籍，書中教導迷惑的人們如何歡喜去信靠上帝的話，活用上帝的話語。作者真強大的福音神學基礎又能深入淺出地和讀者分享。逐條接項告訴讀者如何按照七個原則、七個方法去活出美好的生活。

作者約爾係美國德州休士頓湖木教會的主任牧師。此教會每週聚會人數將近三萬名，是全美最大、成長最迅速的教會。

作者說此書是獻給父親、妻子、兩個寶貝女兒以及所有較湖木教會的所有弟兄姊妹。

二●內容摘錄：

如果你一直懷著正面的想法，你的生命就往正面的方向前進；如果你的想法總偏向負面思考，那麼你也會過一個消極的人生。

無論我們有多成功，都要面對挑戰、掙扎與不如意的事。

如果你不養被過去綑綁，就必須學會原諒自己，欣然地接受上帝的憐憫。

你不可過於苛待自己，否則無法令受上帝所要賜下的恩典。

如果你一直有自卑的情緒，更應該盡全力地說出充滿信心的得勝話語。

如果你曾發生過悲慘的事，別讓那些經歷成為你生命中的重心，你必須超越他。

如果你真的想要身心健全，你必須在生命中起身並向前走。

以上帝的眼光看自己的關鍵，在於了解自己的價值，無論你所做的是對的是錯的。

三●我的觀點：

身為一個從小就在教會長大的我，從這本書裡領受的多更多，我特別有感受的是在書中其中的三個主題，分別是：在困境中找到力量、讓過去成為過去、施比受更喜樂。

「在困境中找到力量」，許多人在事情不如意或遇到困境的時候，太輕易放棄，就輕易屈服，

沒有選擇堅持到底，後來使心情感到灰心失望。這些在我日常生活中很常見，就會很絕望的面對那些不如意的事或無法立馬解決的困難，在書中則教導我，如果我想活出當下最好的生活，就必須比面對那些事情更有決心，在困境中找到力量，且試著跨出心裡的恐懼。如何找到力量呢？就是在學習的果程中，學會在內心站起來。

「讓過去成為過去」，是在書中其中一章主題，教導我們從過去的傷痛走出，去追求更美好的生活。以前，我擅長彈琴，卻因為一場意外，右手的後三指前段骨折，醫生說康復需要很長一段時間，康復之後，後三指卻跟其他人不一樣，彈琴力氣不夠，長得很怪，且不能伸直又不能全彎，於是受盡大家的嘲笑，而別人建立在自己身上的快樂，在我心裡留下的很難癒合的傷口，每當我在大家面前彈琴時，我非常害怕大家的注意力不是在我彈的琴聲，而是注意我的手，或許是因為這個原因，讓我因為小小的不完美，容易對任何事都沒自信。直到有次教會服事上人手不足時，需要我幫忙司琴，其實當下我很想答應卻不敢直白地說好，因為我還是很害怕大家看我的手，明明只是小小的缺點而已，後來跟牧師說時，很多教會的長輩們，一一為我禱告、鼓勵我，我慢慢地能接納自己的不完美，也因為這樣，讓我知道上帝不會因為我的手不好看不喜歡我，其實上帝是發現了我更獨特的優點，即使手的外觀不怎麼好看，但我的手是獨一無二的，而且還能繼續彈琴。雖然沒有完全放下心裡的大石頭，但過得比以前還快樂，過去的傷痛，不是走不出來，是自己不願意發現其他方法，去嘗試超越自己的心理障礙，當從過去傷痛有不出來時，我們才有能量往前走，追求更美好的生活。

「施比受更喜樂」，告訴我們，必須學習成為一個會給予的人，而不是一個索求者。不要去想別人能為自己做什麼，要開始想你能為別人做什麼。例如：小時候，我會覺得人家給我的，理所當然把那些成為自己的，卻因著別人的給予，讓我變成一個越來越自私的人，想到的只有自己，做事的態度明顯得也很自私了，不為其他人著想，以為得到想要的會很快樂，直到有一個人點醒了我，我發現他經濟上有些困難，卻不會因為得不到想要的，就因此沮喪，還去幫助更多人，且給他們鼓勵。這時我才真正感覺到，人需要的真的不是物質上的東西，反而是真心的擁抱。

四●討論議題：

傷心的過去，你會勇敢跨過去嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：劉琮旭

參賽標題：《可以善良但你要有底線不當好人》心得

書籍 ISBN：978-986-95115

中文書名：可以善良但你要有底線不當好人

書籍作者：午堂登紀雄

出版單位：方言文化出版事業有限公司

出版年月：2017 年 11 月 1 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

總是「不知道該怎麼拒絕別人」嗎？

無法拒絕自己意願不高的提議，其實只是在浪費寶貴時間和心力
不管對方用「道德綁架」、「人情壓力」，還是「無理攻擊」，
你都應該保有自己的想法，勇敢回絕。

請別照單全收，讓自己得善良變成被傷害的理由！

作者替善良的你準備了 38 則「小惡精神」，
用各種銳利說詞，在該硬的時候，為自己勇敢反擊吧！

二●內容摘錄：

因為你會變得老是在意他人的目光—在乎別人怎麼看，怕被周遭厭惡、擔心評價會下滑，結果不敢表達自己的情感與想法。

這種過度渴望成為好人的慾望，會形成「我不能惹人厭」的強迫觀念，反過來讓你的人生窒息。

雖然「被討厭」是許多好人的共同恐懼，

然而一味討好他人只是在抹煞自己的性格色彩，讓你的魅力消失殆盡！

比起花心思討好十個豬朋狗友，展現自己的個性，

交到一個真心朋友，才最有價值！

讀完書中剖析之「被討厭的人生」，很快你就會明白，

「被討厭」沒什麼，人際關係也要勇敢斷捨離！

三●我的觀點：

別當濫好人，是人生中很重要的一件事，我們的生命教育教會我們善良，可是也教會別人自私，當別人自私為自己謀取利益或是想要推掉自己該做的事時，善良的人就會倒楣，因為善良的人認為人性本善，幫一個忙不是一件難事，卻忘了人心是貪婪，一旦你做了幾次小忙後，從來不敢拒絕他們的不合理要求，他們就會認定你是一個可以被利用的人，於是你想要的良好人際關係就建立在不公平之上，你一味地討好和委屈自己的事情上，換成是職場裡，就成了職場霸凌，而被霸凌的人，往往忍氣吞聲，忍受著自己工作做不完，天天加班的生活，至於推工作過來的人，開始輕鬆的上班生活，他只要每天把自己的工作交辦給你就行。

在台灣巡迴演講的鍾一健曾說過一句話讓我印象深刻：「當你認為你在為別人著想時，你卻可能默默再造成別人的負擔。」在聽到這句話的時候讓我不經思考許久，我們常常受到好心會有好報這句話的影響，就先入為主的認為如果自己幫助別人的出發點是好的話一定會收到相等的回報，卻常常忘記站在對方的立場考慮這樣作對別人到底是好還是對他來說會是一個負擔，這本書不止教會了我要怎麼適時的表達自己的想法來拒絕別人，卻不失禮節又能拒絕當個爛好人，更讓我回想從小到大我似乎不顧自己的意願，總順著別人不懂得該如何拒絕，也害怕拒絕別人之後會被大家覺得不好相處，所以常常忘了顧慮自己的感受，不管自己的意願高不高總是被別人命令東命令西，在看完這本書之後我才明白其實我們不需要活在別人的世界裡，那些你不幫助就不跟你往來的人，在往後也一定會很容易就斷了關係，我們應該以自身為考量去幫助別人，在自己意願不高的時候就勇敢拒絕別人，這樣做可以讓自己省去一些麻煩，也可以利用這次機會了解對方是不是值得深交的對象。善良是每個人都必須做到的事情，但善良是出自於內心而不是為了塑造形象而選擇善良，我們都應該做一個善良的人，但我們不該為了成全別人而委屈自己，更不該讓別人利用我們的善良逼我們做我們不喜歡的事情，大家都想當一個好人，但是卻很少人可以當一個懂得拒絕的好人，在自己意願不高的時候懂得拒絕可以讓自己變得輕鬆，也可以讓大家不會有甚麼不想做的事情時就推給你。

人生只有一次，為了他人而自我壓抑，其實只是在虛度人生，同時也辜負了父母從小「希望你快樂」的期盼，我們都應該懂得在對的時間點拒絕別人也不讓別人輕易的覺得我們好利用，也不該擔心這樣會不會惹人討厭，活在別人的世界裡只會讓我們像井底之蛙看不見外面的世界，我們應該努力讓自己過得充實，讓自己過得更好，這樣志同道合的人才會逐漸靠近同時也會讓人生過得更快樂。

四●討論議題：

到底該不該無止境的幫助別人呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二甲

科 別：應用外語科

名 次：甲等

作 者：張倩

參賽標題：永生與死亡

書籍 ISBN：9789865706548

中文書名：百年法（上）、百年法（下）

原文書名：百年法

書籍作者：山田宗樹

出版單位：春天出版國際

出版年月：2015 年 2 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

在第二次世界大戰後日本引進了美國的長老不死技術【H A V I】進而得到充足的人力資源來協助國家復原，已經實施了近百年的【H A V I】，卻也引發了許多的社會問題，為了解決這些問題，政府決定制定了【不老者必須在一百年後赴死】的〈生存限制法〉，就是所謂的「百年法」。

二●內容摘錄：

第三章 289 頁。

接受了 H A V I 遠離死亡的人，對於重大意外、凶殺案、國外的慘案等都會顯得格外有興趣，喧騰毫無根據的末日思想，而且喜歡全身上下作黑色的打扮。黑色也是喪服的顏色。你知道嗎？他們其實是下意識在追求自己失去的死啊。但反正這些透過媒體呈現的『死』，全都是經過無毒處理，屬於安全的『死』，不可能降臨到自己身上。因此這些都無法成為死的替代品，所謂的死，必須是毫無預警，不知何時何地降臨。此刻這個國家需要的就是更真實的『死』，鮮明到無法用言語形容恐懼與不安的『死』。這才是從根本拯救人類靈魂的方法。

三●我的觀點：

永生是什麼？是指某一事物壽命長也不會衰老保持恆常不變？在現今科技逐漸發達的時代，許多人不停地研究著如何讓人的生命延長甚至長生不死，這本書就是描述了當人們獲得永生之後所引發的各種問題。

書裡的人獲得永生之後擁有了不老的外表，所以不能從外表來判斷年齡，導致社會倫理的改變；因為不會退休而導致新一代無法找到工作，造成嚴重的失業問題；有人厭倦了長生而自殺；社會沒辦法有新的想法以及創意，使得文明發展停滯不前。當這些問題發生時政府制定了「百年法」剝奪了人民自然死亡以及生存的權利，強制限制人只要一活到一百歲就必須安樂死，在人們知道自己即將死亡時，出現了兩種人，一種是害怕自己即將死去而極度反對的反對派，另外一種是覺得自己已經活得很久了，而欣然面對的支持派。

仁科賢是這本書裡的主角之一，他是一位大學生，是一個沒有接受【H A V I】會老化的人，因為跟隨他相當仰慕的大學教授而加入了反對派，也逐漸地成為了反對派的領導者。跟其他人相比，在書中他與其他角色擁有相當大的反差，他覺得人應該隨著大自然的法則，在一定的時間之後人就會死亡，作者讓我們從一個與書中角色完全相反的人物來看到從一般角色看不到的東西，以及跟一般人不同的想法，仁科賢是一位在書中相當具有獨特性的一個角色。

當初政府在二戰時遭受到六枚原子彈侵襲，在而必須引進這個技術來補足嚴重缺少的人力資源以復原國家，但政府卻沒有想到引進這個技術會發生什麼問題，以至於問題發生了根本來不及制定相關的應對方法，所以只能利用法律來強制規定人民的死亡，但是誰都沒有權利決定他人的死亡不是嗎？所以當政府等到問題發生只能用這種消極的方法來解決眼前的問題。正因為生命是稍縱即逝的所以人才會進步，人類文明的發展是建立在人對於死亡的恐懼，人為什麼會害怕死亡？其實我們恐懼的不是死亡本身，而是那些會導致我們死亡的原因，而當生命是無窮無盡時，人類的惰性也因此顯現了出來。

生命為什麼可貴是因為它是有時間限制的，正因為有時間限制，人才會積極的努力，而不去浪費任何一刻。作者利用了這本書裡各種角色對於【H A V I】的不同想法，來讓讀者透過站在不同的角度來看待這件事情，讓我們來思考永生到底對我們人類有什麼意義，以及如果是我們遇到這樣的問題我們會如何去做選擇，這本書裡也放大了現在許多國家面臨的問題「高齡化」，人們在追求長生時可能會遇到的問題在這本書當中都有出現，人們因為對死亡的恐懼而想要永生，卻忽略了可能會遇到的問題，人都是自私的，會因為自己的益處不顧任何代價，這就是人性醜陋的一面。這本書讓我們重新思考對於生命的價值，以及永生對於我們到底是否是完全的有利，永生到底是什麼？只不過是另外一種的死亡方式吧。

四●討論議題：

如果今天換到我們做決定你會選擇永生嗎？

你會贊成或反對百年法嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一乙

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：林羽辰

參賽標題：喂，幹嘛不做你自己？

書籍 ISBN：9789861751337

中文書名：喂，幹嘛不做你自己？

書籍作者：曲家瑞

出版單位：方智

出版年月：2008/11/28

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

曲家瑞，大家都稱她是麻辣教師。她三十歲以前的人生，曾經是令父母擔憂，功課不佳，只會塗鴉的小孩；也曾經為愛犧牲，當過成功男人背後的無名小助理；還曾經死抓住過往小小的光榮紀錄，不敢跨大步向前；現在的她是大學研究所的明星所長，是許多年輕學生心中欣賞與傾吐的對象。她的教學活潑、別出心裁，帶學生環她帶著年輕人拚創意、做自己，恨不得所有人都能活出讓她嫉妒到死的人生。

二●內容摘錄：

P.131:父母望子成龍、望女成鳳是天性，但把小孩推出去之前，或許可以先聽聽他們心底的聲音。硬把自己的夢，強築在孩子身上，充其量只會成為美麗的表演機器而已，畢竟天才是一時的，快樂才是永遠的。

P.87:名利不過一瞬間，重要的不是爬上去，而是跌下來時，還能堅持自我，維持初衷，泰然接受被掩沒的失落。相對於這些社會邊緣的弱勢階層，對照自己反差的人生，他們並不可怕，可怕的恐怕是我們心裡的殘酷偏見。

三●我的觀點：

看完這本書後，我有許多的感觸。西方人的思想較開放，而東方人的思想卻比較死板。拿「接吻」來說，我對於接吻是，你喜歡我，而我也喜歡你，才可以那樣做。但書上卻說，在美國不是只要喜歡，就可以接吻，所以不用這麼嚴肅。我才看沒幾頁，我就快吐血了，因為那種思維，我真的不太能接受，我認為接吻這件事，是很神聖的事情，就跟「做愛」一樣。所以我不大能夠容許自己跟一個不能長久一起的人做那些事。

可是我很羨慕很崇拜曲家瑞老師的是一她很做自己。人隨著年齡的增長，容易被外在的事物影響，不能夠做自己；我認為能夠做自己，就是有主見、不被世俗影響，我覺得我很多時候都不做自己，太容易因為一件事，而侷限在裡面出不來。比如投票，很多時候我都是跟著別人舉，可能認為他們選擇的會比較好。還有，我原本是個很容易因為別人一句話就被動搖，同儕之間，避免不了的就是產生爭吵，開始就會聽到有人私下對另一個人說，誰做人怎麼樣，然後事情越傳越大，越傳越誇張，被說的那個人就會被班上排擠，然後原本和他很要好的朋友，就因此隨之離去，為什麼會這樣？明明與他相處最久的是你們這幾個，多少也了解他的為人，然而，你們卻因為一些謠言，反來攻擊他，然後，其實那個人並沒做錯什麼。最常發生就這些，我很容易就聽信了所謂的「謠言」。但我不會做出傷害他人的事，只是我會留意那些謠言。像我這樣的人應該很多，不過，後來經歷很多像這樣的事情，當然，不是發生在我自己身上，而是我周遭的人身上。我會試著去觀察他們，試著和他們相處，慢慢會發現，其實他們並沒有那群人說得這麼壞。國中時，班上有一個女生被全班排擠，當我問了那些排擠她的人(是我朋友)，為什麼要這樣對她？聽到的是，那女生很假、很盧、很噁心...等等的。

在此我必須承認的是，跟那被排擠的女生相處後，她的確是...有點盧，可是我覺得她盧可能是她本來就這樣子，因為她對她別班的朋友也是這樣，除了這一點，他們口中說得很假、很噁心，從來沒這回事，所以在國三那年，我幾乎都跟那女生在一起。我對她很愧疚的是，當她真的被欺負時，沒有一個人為她站出來幫她說話，連我也是，因為我膽小，怕自己也被同學討厭，所以選擇視而不見。我成為了我最討厭的那種人。到了現在，我還記得我曾對她說：「如果有人欺負妳，我一定會站出來保護妳的」，結果我給的承諾，我自己卻做不到，想必她也對我很失望吧！

這書上有寫到「SM」。那其實是一種個人嗜好，簡單來說就是拿繩子或鞭子綁人或被綁被鞭，那是一種另類的性愛模式。在一般人看來，他們將這些有 SM 嗜好的人視為怪人，會想要遠離他們，這讓我想到了「同性戀」。其實我對於同性戀，我覺得同性戀者和一般情侶一樣，只是在倫理道德上，同性戀者是不被認同、不被允許的，想起在國中時在做有關同性戀者的報告，那時候是坐在電腦桌前三到五個小時，沒離開過，(除了上廁所或吃飯)，因為那議題真的太具爭議性了。當報出同性戀合法化時，我爸在電視機前大罵國罵，說他們亂七八糟、男女不分。原本想表達自己的意見，但看我爸火氣這麼大，我就也沒說什麼。我家是排斥同性戀的，可是我周遭的朋友有很多是同性戀者，爸媽怕我變得跟他們一樣，要我少跟他們接觸。但是，有想過當他們被辱罵時，連自己都不能做自己，只好接受世俗的觀念，被強迫與自己心愛的人分開，那種心理上的痛嗎？

做自己很難嗎？我覺得很難，通常我都會羨慕那些很做自己的人，因為你不會被其他事物所影響到，我覺得這真的很棒。

當初，會選這本書，是因為我覺得裡面會有我知道，但卻不了解的事情，一般來說我很少接觸這類型的書，可是透過 曲家瑞 老師的故事，讓我知道原來也有人能這麼放膽的做自己，令我很崇拜、很佩服。念藝術最容易發生的自限，就是不願意靈活變通溝通的模式，總覺得自己才是最好的。其實「彈性大一點，可能性就會多一點。」

我們常把自己困在一個圈圈裡，所以所有的思考和行動也只有在圈圈裡，如果跳出圈圈去思考的話，自然想法也不會這麼的限制。

我想，很多人在生活中都會遇到一些困頓，比如說：「我們時時都在為別人而活，總是看著別人臉色去做事」，卻忽略自己原本的想法，其實那樣只會更容易被看穿，而且人家也不見得會

去尊重你、在乎你。給自己一些空間跟時間，從原本熟悉的環境中抽離，到陌生的地方去重新開始、誠實面對，一切空手再來過。原本生活裡最放不開的事，在那裡都變得無關緊要，用不同態度面對人生逆境，順境也好、逆境也好，相信我們都會找到屬於自己的方向，在旅途中找到自己。

四●討論議題：

- 1.我們時常看別人臉色做事，卻忽略自己原本的想法，如何不用去在意別人眼光，大方的做自己？
- 2.怎麼讓自己的思想開放，不要這麼的刻板？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：劉盈君

參賽標題：我的讀書心得報告-----深海

書籍 ISBN：9789869529976

中文書名：深海

書籍作者：晨羽

出版單位：城邦原創股份有限公司

出版年月：2018 年一月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

簡介：

我是一個女孩，一直偷偷喜歡著另一個女孩，卻眼睜睜看著她喜歡另一個男孩。

如果可以我想離末良和唐宇生遠遠的，

我不想看到末良因唐宇生而綻放的笑容，那樣的甜美對我來說太過苦澀，

背叛一起迎接未來的約定，擅自從他們的世界抽身。

我以為這是對誰都好的結果。

圖書內容：

很多時候，其實我們沒有什麼選擇的餘地，像是要愛上誰，以及要為誰傷心。命運總是捉弄人，看似擁有著一切，卻同時一無所有、撲朔迷離。

二●內容摘錄：

如果那一天不存在，多好，如果我愛的人不是她，多好，如果可以選擇想愛的人，多好-凱芩(25)

如果有一天，你追逐你的夢想，同時也傷害了你最愛的人，你還會去做嗎？-唐宇生(95)

當我愛上你的時候，我就知道我輸了-凱芹(109)

三●我的觀點：

讀完這本書使我重新認知到被社會邊緣化的人們的想法。其中印象深刻的有「同性戀」、「精神病患者」還有追逐「夢想者」。而他們都有一個共同點「不被世人接受」。

故事中女主角凱芩是熱愛吉他且擁有成熟想法的女孩子，她是單親家庭，由她媽媽養大，而她原本也有爸爸，但爸爸背叛了她，和「他真正愛的人」走向未來，而這個人是個「男人」。

從那時候開始，凱芬發誓自己不可以與爸爸踏上同一條路，但她 16 歲那年她遇上了末良，她目前為止最愛的人，而這個人是個「女孩」。起初她壓抑自己的想法，不承認自己的感情，她知道自己不可以，但「當喜歡上那個人的瞬間我就輸了」。

命運喜歡捉弄人，卻又不給人走回頭路，凱芬寧願看著末良喜歡上唐宇生，也不有所行動；她寧願末良為唐宇生展露微笑、煩惱唐宇生，她也不勸阻，直到最後末良愛上了唐宇生她也不反對，只是默默地看著末良，看著她深愛的人，因為她知道即使她開口了，她始終無法抱到她心愛的人。那她不如把末良交給唐宇生，自己逃離他們兩個，不顧自己的情感、不管末良的勸阻，毅然決然地離開這個是非之地。而唐宇生也知道凱芬離開的原因，卻也從不阻撓。讀到這裡，其實我想不透，為什麼凱芬要離開自己喜歡的一切，而僅僅是為了一個人，但這或許就是愛吧？看似理所當然，卻又撲朔迷離。

離開他們後，凱芬走上了自己的音樂路程，在一間 pub 擔任駐唱之一，音樂宛如她的避風港，吉他彷彿她的防空洞，而夢想是她的幸福天堂，而凱芬去卻沒想到命運又把末良和唐宇生帶到了她的世界，在一次的駐唱結束，凱芬又遇到了末良，她依舊與她記憶中的末良一樣美好，純真、善良、美麗，同樣的唐宇生一樣在她身邊。凱芬依舊無法擁抱末良。明明喜歡的心情不亞於唐宇生，但她就是不能以伴侶的身份走在末良的身邊。

爾後凱芬為了末良著想，不再與末良接觸，這對唐宇生無非是個好消息，但唐宇生卻對凱芬感到羨慕，可以追逐自己的夢想。曾經的唐宇生也與凱芬一樣熱愛吉他，卻在一次無意間的掀開自己的父親最深的傷口。自己絕對不行走上音樂這條路，不能勇敢追夢，因為這樣他會傷害自己深愛的人。

但凱芬的音訊全無，導致末良遺傳性精神病發作。末良有嚴重缺乏安全感的症狀，自己最親的人離開，無非是最痛苦的事。唐宇生無法填補凱芬在末良身邊的位置。末良開始去尋找「愛」，而她只是為了她的安全感，最終走上了不歸路，與自己不愛的人牽手、擁抱、接吻甚至是更進一步的事。而奇怪的是唐宇生都看在眼裡，卻始終不阻止，反而讓凱芬無言間知道，凱芬首先質問唐宇生為什麼不阻止，而唐宇生卻說：「你如果還愛末良就不要再問了！」，但這卻使凱芬和末良攤牌，「你說我這些年都是騙你的，沒錯我是騙了人，這些年我一直喜歡著你，始終沒有變過！」說完吻了末良，凱芬終於把多年來壓抑在心理的話說出來，末良卻頭也不回的跑走了，從此離開凱芬的世界。原來當把所有的事情說明白，就什麼都沒有了。

深海，當天空與海顏色一樣時就如同無邊際的平面，看似兩人心意想通，走在一起，但其實只是兩條不可能重疊的平行線。就如同凱芬和末良，看似擁有著彼此，卻又不可能真正屬於自己。

深海，凱芬如同深海一般不停地沉沒，永遠沒有盡頭，永遠不可能擁抱末良。

或許吧，人的人生就如同這本書的書名，你永遠不知道這片海的盡頭在哪裡，只能眼睜睜的看著自己沉沒在「深海」中。

四●討論議題：

這本書大部分在探討著時常被人們掛在嘴邊的「同性」議題，即使現在同性結婚的法律通過了，卻仍然有許多人歧視同性戀。有時我們會想這些同性戀者究竟是什麼原因使他們如此堅持自己的立場，甚至與法律對抗。而「深海」這本書令我了解到同性戀者就與異性戀者一樣，一樣是對自己的愛人感到心動，一樣會因為對方的一顰一笑而有所變動。

社會大眾往往對與自己不一樣的人抱以偏見，而導致與這些「不一樣」的人產生隔閡。

故事中女主角凱芬自己的父親也是同性戀者，因深怕自己收到社會的歧視，而勉強和凱芬的母親結婚生子，而有了令人稱羨的家庭他沒有一次不想去愛自己先前所愛的男人，但他就是做不到。最後他背叛了自己的家庭與他真正愛的人私奔，但社會大眾無法接受，經過了前家庭的憎恨、社會的輿論、愛人的背叛，最後與世界相別，而這些只是單單因為他的「不一樣」。起先凱芬不懂爸爸為什麼可以為了一個人而走上不符合大眾期待的道路，甚至認為父親怎麼可以背叛她和媽媽，但在凱芬 16 歲那年，她愛上了另一個「她」，凱芬才理解原來感情的世界裡沒有選擇題，當你愛上了一個人就已經踏入了這條路。這些年她也有猶豫自己這麼做是對的嗎？她也有抗拒這個想法，但正是因為愛，所以無法去選擇。

有一個同性戀者曾經說過：「我們就像磁鐵一般，異性相吸，同性相斥。當你喜歡上同性的人，就注定會走的很坎坷。」正如此句所言，異性戀在社會上視為「正常」，而同性戀卻被認為「怪人」同樣的詞，不同的看法。而這只是多數人怕被反駁而形成的刻板印象。往往少數人都會害怕而忍住不出聲，因為只要發出一個響，就會遭到社會的批評。同性戀者做錯了嗎？我想並沒有，他們只是喜歡上了自己選擇的人，那反同性戀者錯了嗎？我想也沒有，他們只是選擇以不承認來逃避與自己想法不同的人，他們弄錯了方法保護自己，其實真正錯的人是「中立立場」的人，他們不願意去支持正確的人，更不願意去糾正別人的錯誤，只是眼睜睜看著兩派的互相殘殺。

其實我自己也是中立立場的人，我不支持同性戀者因為我害怕，我也不支持反同性戀者，因為我不想群眾裡發聲，而這也是因為害怕。或許很矛盾，但這就是普遍大眾的想法，只要認為事情不是發生在我身上我就可以理所當然去忽視

，畢竟能省一事是一事，但正因為不發聲而導致如今的兩大派爭吵更嚴重。而這些中立的人卻仍繼續忽視國家的漏洞，任憑未來的發展，全部都是因為今天不是發生在自己身上。

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：陳文惠

參賽標題：我的讀書心得報告---我們說好不分手

書籍 ISBN：9573331039

中文書名：我們說好不分手

原文書名：我們說好不分手

書籍作者：張小嫻

出版單位：皇冠文化出版有限公司

出版年月：2014 年 9 月 1 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

張小嫻出生於香港，目前加盟於皇冠出版社。文筆溫柔細膩，著作多屬散文集如：謝謝你離開我、最遙遠的距離等代表作，內容多已女性口吻討論。這本書，會使失戀的人們的傷口癒合，也會讓熱戀中的人們反省自己，每段章節的開始總有一段作者自己的愛情金句配上一張張唯美浪漫的照片，增添書本文藝氣息，通常多以一段話作為開頭，後續 3 至 4 頁用來討論一句話的背後深層意義和故事。

二●內容摘錄：

「好的愛情是你透過一個人看到世界，壞的愛情是你為了一個人捨棄世界。」 p.33

「在愛情裡，我們既偉大，也卑微。偉大，因為我如此愛你，卑微，因為我沒有辦法不愛你。」
p.131

「他不必愛我到永遠，誰知道永遠有多遠？在我渴求的時候，此刻就是永遠。」 p.13

三●我的觀點：

起初我挺抗拒愛情散文這類型的相關書籍，在我的愛情觀裡，我總認為這是我個人的想法和相處模式，我不需要透過這些書籍來教導我如何去用什麼方法愛一個人，但在經歷了一段刻苦銘心的愛情後，我深深的挫折了許久，始終走不出上一段的給的傷痛裡，成天以淚洗面，一切全部歸零，卻無法習慣這種窒息的感覺。

直到某天，我無意間一個人閒逛到了一家書店裡，我翻了翻架上的書籍，一樣沒有任何特別

吸引我的書籍，正當我要離開店裡時，我餘光瞥見了一本粉紅底色配上一小張照片，和一段文字的書籍，我停下腳步看了那一段文字，上頭寫著：「我要的，不過是你給的無數顆螺絲釘，每隔一段時間，就可以拿出來上緊我們的愛。」看完後，我竟流下了眼淚，我哭的原因不是因為我難過，而是這句話簡直說進了我心坎裡，因為我是一個非常沒有安全感的人，我需要我的另一半給我安全感，卻也不是巴著不放的窒息感，螺絲釘，就像她對我感情一樣堅定不移，我會小心翼翼的收集著這些感情，在沒有她的日子時，我就可以拿出來，告訴自己，我相信你的堅定不移，這時我們的愛情就會更加緊密相連。

這句話從此就深印在我心裡，每個人的愛情觀裡，總有一句屬於自己的名言佳句，我終於找到了屬於我的一句，於是我翻了翻背面的話，上頭寫了 4 段話，每一句話都像是為我打造一般的貼切，讀著讀著我又情不自禁的流下感動的淚水，因為那一句話就像一雙溫暖的手，輕放在我冰冷傷口上一般的溫柔，脆弱的心，竟又再次被它撫平，她寫著：「我們說好不分手，所以我愛你，但我也很愛我自己。沒有一段愛情值得我們失去自己，要是沒有了自己，還能用什麼來愛人和被愛呢？」在那一段愛情裡，我總是全心全意的配合著她的步調和嗜好，漸漸的就忘了自己最初的樣子，以前我總認為，愛她就要順服她，所以我願意為了她赴湯蹈火也在所不辭，但其實這是最卑微的愛情，因為人生來就是個體，所以我們會覺得孤單，為了不讓自己孤單，我們會再去找一個個體陪伴我們，讓我們的孤單消失不見，人往往會在找到誰之後就忘了真實自己的模樣，我就是那樣。

連自己都不瞭解自己，那我何來的資格和勇氣去愛別人或被愛？我應該先和自己好好的談一場戀愛後，再去和別人談戀愛才對，而不是還沒準備好，就赤手空拳的去學別人戀愛，到頭來，把自己搞得遍體鱗傷，再來怪罪別人，怪罪自己，早知如此我們又何必當初？於是我毫不猶豫的買下來人生中第一本愛情散文書籍，我花了一天的時間就將它看完了，看完後，我似乎就能更深刻的體會了我無知的盲目，我不斷的思考它每句話的意義和故事，再對照我感情裡的每一件大小事處理的心態和方式，就會發現自己其實並沒有像當初想的那麼完美周全，至於心中的那一塊塊缺憾，我會深埋在心底當作一個個刻苦銘心的教訓。

每當我在愛情裡遇到了瓶頸和困惑時，我就會再次拿出來細細品嚐著文字給我的解答和溫柔，我就能成熟理智的面對一次又一次的挑戰，這就是我在這本書裡學習到的，感情這種東西，只能自己體會，受了傷，又徬徨無助，不知所措時，你可以透過書，讓自己沈浸在這一段段溫柔的文字裡，自然而然心靈就會得到釋放，心裡的那一個始終解不開的結也會自動鬆綁，願每個在感情裡受傷的人們，心靈都能得到平撫。

四●討論議題：

一夜情，是現代少部分年輕人的愛情觀，他們不想花太多時間談感情，於是用一夜情來滿足肉慾，那心靈真的能夠被滿足嗎？抑或是激情過後，他們一樣是那個孤單寂寞的個體？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：商二甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：傅郁婕

參賽標題：我的讀書心得

書籍 ISBN：無

中文書名：活出生命的色彩—謝坤山的故事

書籍作者：管家琪

出版單位：謝坤山工作室

出版年月：2004 年 11 月

版 次：二版

一●圖書作者與內容簡介：

這本書的作者叫管家琪，1960 年生，輔大歷史系畢業，曾任民生報記者。現專職寫作，並於 1998 年架設「管家琪故事網站」。她的作品曾多次獲金鼎獎，這本書主要述說在謝坤山十六歲那年，一場驚駭的高壓電擊!讓她喪失了雙手、一隻腳、還有一個眼睛。但堅強的謝坤山反而激勵自己:「我從不想我失去了什麼，只珍惜自己所還擁有的。」這個信念，使他開創了令人感動的人生!

二●內容摘錄：

『我擁有的永遠比失去的多。人的生命很脆弱，生命力卻有無限的潛能!』(摘錄文字出處第 10~11 頁)這樣的信念使他在面對用口作畫的艱辛時，能不斷堅持，並保有一顆永不退縮的心。後來，他真的成為傑出的畫家。(摘錄文字出處第 12~13 頁)

三●我的觀點：

一開始會買這本書的原因是謝坤山先生到我們學校演講，剛好那是我才小學對於很多事情都還不懂，只知道一位只能用嘴巴畫畫的人要來說他自身經歷的故事，但是演講開始後，我對他整個大改觀才發現他是個很可憐的人，由於一場意外讓他失去自己青春歲月的美好時光，但他沒有放棄自己的生命，反而更想完成自己的夢想，這樣的堅持讓我很感動，而且他在很早就知道他未來想要做什麼，不像我們現在的年輕人都還對自己的未來迷茫，而且這個意外也必須學會讓自己變成獨立的人，而這些日常生活的雜事都能獨立完成後就把自己的心思全都放在畫畫這方面，那時聽他的演講感覺獲益良多，覺得自己或是身邊的朋友我們都好手好腳但對於自己想要的事情都無法長久的堅持下去，所以我覺得謝坤山在年輕時的經歷可能都比自己的爸爸媽媽所經歷的事都還要多。

然而這本書正也好是在他演講完後，他在學校販售的時候買的，而且他不像任何的演講者一樣講完就走人，反而是留在現場幫他的書簽上他的大名，我是覺得他不會因為自己是個有名的畫家而有一種很高傲的姿態，他反而是像個哥哥一樣地跟我們暢談他這些年來的故事，所以我認為這個演講讓我對於之後的演講徹底的改變，因為能站在我們面前的演講者都是想要把自己所遭遇的事情分享給我們這些晚輩們知道。

這本書帶給我很多啟發，譬如書中的這一句『千萬不要活在別人的眼光裡，一個人能夠自尊自重，自立自強，自我肯定，這才是最可貴也最是最重要的』，這一句最讓我印象深刻，因為這句話和我們現在的情況很相似，而我的身分是學生這時候的高中生處於青春期和想像力豐富的狀態，像是外貌或是個人行為常常都是別人喜歡閒言閒語話題，所以我覺得做自己最好因為不必去在意別人眼中的自己這樣就能開開心心的過每一天。

還有一點就是現階段的我們常常在考試時摔得很慘導致自己的自尊心受創，所以我覺得對於考試考不好這點就只能靠自己的努力和用功程度才能使自己的成績進步。看完這本書後，我認為該好好思考自己每次的所作所為，不要到時候才後悔，還有長輩們常常告訴我的要好好珍惜當下和活在當下因為我們無法預測我們自己的下一步會發生什麼事。

另外我覺得遇到謝坤山先生或是其他的行動不便者都該去幫忙他們，我經常在電視上看見台灣各地有很多弱勢的人正等著被幫助，但是每次在電視或新聞上看到的都是欺負弱勢的人大餘幫助弱勢的人，就覺得被欺負的人很可憐而那些加害者很可惡，而我希望長大之後如果有能力可以花更多心力或勞力去幫助需要幫助的人。

四●討論議題：

我認為這本書能引申出我們對於弱勢關心不足的問題，也因為以前大眾普遍對於弱勢都漠不關心到了現在日常生活中越來越多弱勢家庭的出現，雖然近幾年大家對於弱勢的議題開始會關心或注意它，但我覺得這個議題要時常留意不然弱勢這兩個字會被我們慢慢地忘掉。

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：商二甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：黃祺謙

參賽標題：那年夏天，我們的綠光閱讀心得

書籍 ISBN：9789865706074

中文書名：那年夏天，我們的綠光

書籍作者：KAI

出版單位：春天出版社

出版年月：2014 年 6 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者 KAI 在 28 歲那年，經歷情傷、車禍、破產、生病後，與小說世界相遇，寫作生活就此展開。30 歲那年出版第一本自傳式小說《愛與擁有後的遺憾》，而後陸續出了五本小說。這本書總和是在講三個從童年就一直再一起長大的小孩，踏入了社會後，彼此開始分分合合，但到最後又始終再一起的故事。這三個仁，卻有兩個戀，一個坦蕩蕩的女生跟一個充滿慾望的男孩還有一個內心不敢表達情感的男生

二●內容摘錄：

故事中的主角，少年祐生，在暑假時來阿姨家暫住，在寧靜又簡樸的眷村哩，祐生以及內向的表哥智敦同時認識了一個有著大眼睛的女孩詩婕。他們三人用友情填補著生命的空缺，交換著關愛與青春時的徬徨與哀愁。作者在寫完後，並沒有很快樂，可見這本書並不是任何人都會覺得快樂的結局，故事中的三人就像我們周遭的人一樣，感覺就在身旁栩栩如生的生活著，遭遇著不幸，必須委屈，沒辦法為親人做點甚麼的痛苦。

三●我的觀點：

對我來說，書後面的字，總是吸引人去看那一本書的第一步，而這本書的後面寫道：「有一種東西，像月空下的淡影攀附，當你不信任曾經擁有時，才會察覺到它其實從沒離開。有人說是愛情，又有人濕著眼眶說那是無法言喻的人生。」，當下看到時，我個人有不同的想法，或許這說是友情，也說的通，當你被朋友背叛，也會感傷，被朋友安慰，也會溫暖，當你懷疑你不曾擁有這段友情時，但它往往都在你身旁，默默等著你，不過這只是個人解說，不知道你們認不認同。

這本書裡的一開始寫著吳明益小說家的一個句子：「故事並不全然是記憶，故事比較像是

黏土，是從記憶不再的地方長出來的，故事聽完一個就該換下一個，而且故事會決定說故事的人該怎麼說它們。」，我覺得記憶是沒辦法換的，聽完一個，就不能，也不需要，在編造下一個記憶，記憶必需保留最初的意義以及情感，不需要任何的加油添醋，記憶就是這種唯有最初才最精彩的東西，但至於故事，卻賦予說故事者，一種不同的情感，假如說故事者捉摸不到故事的主旨，那再怎麼說，也只不過是看著題字機念自的主持人，沒有任何的心意，虛有情感，而一種記憶可以有很多種故事，而這些因一個記憶而構成的故事，就表達著不同的情感，這些情感，凝聚而成的，也就是記憶。

中間有一頁中的一小句話：「只要不去在乎就不會痛了。」，的確，在生活中，總是有過多的痛深藏在你身旁，但即使如此，前面的路還是要走，那倒不如，不要在乎這點痛苦，忍著點，過去的話，只會更快樂，寧願快樂的看淡，也千萬不要痛苦的自虐，或許有人認為這叫自欺欺人，但要是你執著於一次的傷痛，那未來的痛苦只會不斷累積，痛苦只不過是絆腳石，痛完了就不用在乎了，只要往前看就好，這不是自欺欺人，這是放過自己。

書的結尾寫著：「不管未來變得如何，我相信，我祈禱，埋葬好的三顆石頭會一直相守下去，它們會一直在一起，就像『他』的心永遠會在我們的心中，就像眷村也永遠留存。」，這個『他』，是智敦，他得了一種急性骨髓性白血病，其實他也發現了他的這種病，並且只剩下三個月的生命，要是沒等到骨髓移植，就只能慢慢等死，就算這樣，他也不願因為這樣的他連累身邊重要的人，所以直到最後，祐生才知道情況，但當他衝去加護病房看智敦的時候，智敦已經無法開口說任何一個字了，看著這樣痛苦的智敦，祐生以及詩婕還有家人們，決定拔管，也陪著他，走過最後的幾口氣。

這一本書，它不只是一個純然的戀愛故事，而是關於，那些過去，我們的青春，在成長裡承受的痛，在年少時需要的愛，和那些美麗歲月的縮影。

四●討論議題：

- 1、如果你／妳到你的親人快死之前，才知道他得了病，你／妳衝去醫院，看到了他很痛苦，妳覺得那時你能為他做些甚麼？
- 2、如果你／妳愛的人喜歡你／妳的兄弟姐妹，但同時你知道你有癌症，你會怎麼選擇？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：林庭薇

參賽標題：回家

書籍 ISBN：957-30247-8-0

中文書名：回家

原文書名：回家

書籍作者：金正賢

出版單位：福地出版社

出版年月：2002 年 8 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者金正賢為韓國年度十大暢銷小說家，藉由家庭及社會的觀點，極其感性的刻畫出現今時代家人之間的深厚情誼，因而深受百萬讀者的喜愛。本書訴說著家庭慘遭驟變後，卻從未因此而放棄，反而是經由彼此間堅忍不拔的信任和毅力，重新建立家庭的感人故事。

二●內容摘錄：

- 1.世界並不是只有一個，孩子有孩子們的世界，大人有大人的世界，對每個人而言，都有各自屬於自己的世界、生活方式及夢想，這就是人生。(P.191)
- 2.為自己的人生努力生活的人，他們不需要畏懼挫折，即使受挫跌倒也不必接受磨難，因為他們還會重新站起來勇敢挑戰自己的夢想。(P.191)
- 3.縱然今後將會有無數難關在等待他們去考驗，但是他們再也不會感到畏懼，因為他們深知幸福的瞬間才是最珍貴的。(P.283)

三●我的觀點：

人的一生說長不長，說短也不短，一生的時間便足夠讓人嘗盡人生的酸甜苦辣了，甚至有時候可能會因為自己的一點想法又或者是他人的一點動作，就足以改變許多人的一生。本書是在描述原本幸福生活的一家人，卻因他人的私心遭逢突變，而不得不分散各處，儘管過程中有各種的挫折、怨恨及埋怨，但因為擁有家人的愛及溫暖，最後也都雨過天晴，並且更加努力過生活的動人故事。

看完了這本書讓我感到有些心痛，因為閱讀時我彷彿身歷其境般的在主角的身邊陪著他們度過各種的難關，受盡他們心中的各種掙扎及不得已，最讓我感到震驚的是和我相同年紀的主

角一英繡，為了獨自養活自己和弟弟，竟然忍痛出賣自己的身體去賺錢，讓我真的很難過也很不捨，沒有人願意這樣傷害自己，但因為英繡愛弟弟，捨不得讓他受苦挨餓，才不得不選擇了這條讓她無限痛苦的不歸路。等到我閱讀完了，回到現實生活中，才發現自己所處的環境是多麼的幸福、安逸和溫暖，也讓我不禁反思，假如自己遇到了相同的事情，會跟他們一樣有如此大的勇氣和毅力去面對嗎？

沒有人的一生是順遂的，也沒有人的一生是平淡無波的，在人生的道路上，總會遇到許許多多的大石頭擋在前面，讓我們跌倒受傷，並且感到無助、疲憊及痛苦，這是成長的必經過程。至於該如何使自己挺過難關，便是最重要的關鍵。有些人會選擇放棄並使自己墮落，有些人會選擇自殺以便遠離傷痛，這些令人鼻酸的事件在社會裡，甚至是在我們的身旁都層出不窮、處處可見，但可以確定的是，這些都不是好的解決方法。

我們應該學習故事裡的主角們擁有堅強的意志力，儘管遇到了無法忍受的困難，但仍然咬著牙關挺了過去，從未想過放棄或者是輕生，反而是想盡各種方法要振作起來改變現在的局面，相信這是在現今的社會裡許多人做不到的事情。因為大家都怕失敗、都怕挫折，但卻從未想過只有行動和付出才有翻轉悲劇的機會，儘管會失敗，也總比坐以待斃什麼都不做來的好，不然可能最後連失敗的資格也沒有了。另一項能使英繡一家人振作起來的核心原因，便是家人之間的愛與信任，家人是和我們的人生切割不斷的親密關係，俗話說的好：「家是永遠的避風港」，儘管社會的現實與殘酷，常讓我們傷痕累累，但唯有家人無私的愛與扶持，才是使我們痊癒的最佳良藥。在電視裡常常看到有些人本來已經身染重病，命懸一線，但因為後來發生了奇蹟，漸漸的康復，恢復了健康。許多人可能都認為是因為現今的醫療技術進步所致，但我卻認為所謂的「奇蹟」，其實就是愛的力量，因為家人的陪伴與鼓勵，讓我們有了前進的動力，才有勇氣去跨過眼前的難關，因為不管我們變得如何，只有待我們最親的家人才會永遠的陪在我們的身邊，不嫌棄我們。所以大家都應該更珍惜當下，滿足現在，好好的感恩我們能有平穩的生活和愛我們的家人，因為唯有珍貴的親情及堅強的信念，才能陪伴我們度過難關，做回自己。這便是我在《回家》這本書中，所得到的收穫和意義。

四●討論議題：

假如家人遇到了困難，你願意為他們做些什麼呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：林欣瑩

參賽標題：獨立事件

書籍 ISBN：9789863425649

中文書名：練習，喜歡自己

書籍作者：肆一

出版單位：三采文化

出版年月：2016 年 02 月 05 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

作者喜歡看電影、喜歡享受音樂以及旅行，而作者許多與眾不同的見解也讓我能夠從另一個角度去看世界，在這本書他想要傳達給我們的是「一天一點，比昨天更喜歡今天的自己。」總是生活在他人眼光中的我們缺乏了喜歡自己的勇氣，但作者通過此書傳遞給我們溫暖，並且提醒了習慣帶上面具的我們—快樂，是自己的。

二●內容摘錄：

P.53—不要丟棄了自己的快樂，等著另一個人來替你招領。

P.57—沒有人可以評價你的好壞，只有你可以定義自己。

P.93—人是流動的風景，其實自己也是。每個人都不是在原地不動，別人流動過你的人生，可是你也正在別人的人生經過；學習去珍惜當下，因為每一個當下都很難得。

P.99—不要讓別人的話來決定你的好壞。

P.111—去變成自己喜歡的樣子，而不是去模仿別人，變得再討喜，還是會有人不喜歡

P.127—心大一點，日子就會輕鬆一點。

三●我的觀點：

每一個人都是一件獨立事件，有著別具一格的個性、思想或是習慣，而不會有交集的你我他，受到緣分的牽引，也逐漸的拉近了彼此的距離，但每個人都保有自己的相異處，因此當我們心中的溫度不盡相同時，那麼捧著溫度不同的心靠近所造成的溫差，也就擴大了這些獨立事件的差距，也許在努力下這些距離能夠被融化，但每個人卻都在不計其數的取悅他人中，將自己包裝起來，最後成為一個熱銷商品，也掛上了專業的微笑，卻在忽視自己核心情感的期間中，將最真實的自己真空了起來。

練習喜歡自己這本書中，提到了「去變成自己喜歡的樣子，而不是去模仿別人，變得再討喜，還是會有人不喜歡。」無論原始的自己是有著怎樣的與眾不同，我們都不應該將那個真正的自己冰封起來，我們總是嚮往著綻放於更遼闊的星空，於是開始學會了藏匿自己，學會了模仿其他更加閃耀動人的星辰，卻遺棄了屬於自己的光芒，也許每個人都有著一段不完美的旋律，但那些旋律也能有自己的音色，就算不完美也能有著一段屬於自己的歌曲，烙印在自己的心底深處，也許當下會因為不完美的羞愧而將這首歌封存在記憶深處，但遙遠的以後，也許自己也能夠愉悅的哼唱起這段旋律。

「心大一點，日子就會輕鬆一點。」這本書中的此句話也深深的點醒了我，當我們遇到爭吵、碰撞時，很多時後由於當下會有些憤怒，因此在盛怒之下的我們總是無法輕易的低下頭，但低頭的那方並不是輸了這場戰役，當自己能夠心胸更遼闊時，那麼獲得的不只是風平浪靜，也放過了對方、放過了自己；但若是當雙方都無法輕易的饒恕彼此時，那麼這個結也會隨著雙方拉扯的力量而逐漸變成了死結，最後會像漣漪一般，逐漸擴大事態無法解開結，這段爭吵的記憶無法煙消雲散，而這未解的結，也成為了遺憾。

當我遇到爭吵碰撞時，我會先等待我心中的憤怒消退，大多時後我都會主動去將一切回歸原位，最棘手的就是對方拒絕溝通，如果碰到拒絕溝通的人時，我會調整自己的心態，我想如果有著一個能夠讓他憎恨的人，他能夠獲得心中的抒解，那麼我也尊重他的想法，畢竟每一個人都有喜歡或是討厭另一個人的權利，但我若是對方我會選擇放過自己，當爭吵像無限迴圈般重複執行時，綑綁住的是自己、懲罰到的也是自己，那麼又必自討苦吃呢？也許未來的某天會與爭吵的人分道揚鑣，而到了分離的路口時，發現了能夠被延續的緣分屈指可數，也許想要合好如初的念頭只是一種奢望，而那些為了使對方放下所做的努力也只是一種掙扎，但緣分的前方總是會出現終點，雖然無法減少爭吵帶來的傷害與質量，當再見不知道是再也見不到，還是再次見面時，珍惜每一段緣分，珍惜每一個相遇，能夠獲得的，遠遠的贏過憎恨。

「人是流動的風景。」此書作者帶給我們這句話，我們總是無法珍惜眼前獲得的相遇，手中盈握著一把細沙時，一開始以為自己擁有的很多，多到可以不去留意細沙的流失，但當從指縫間流失的細沙越來越多，到最後只剩下極少的沙子，那時候才悔不當初，也早已後悔莫及了，而想要獲取極大值的我們，也只能把握住手中僅有的。

許多人錯過了就只能等千載待難逢，也許當自己發現失去的苦楚時對方已經走遠，但無論失去有多麼令人不捨，我們也只能帶著傷口，繼續向前行走，也許每個人都有失去的經驗，而每個人也都學會以迂迴的方式，隱藏自己的故事，但在失去之後也成就出更加成熟的自己，我們都是雛鳥，還在探索世界，也許在誤打誤撞中得到了什麼也失去了什麼，也許會迷路、犯錯，但若是陷在泥沼之中，那麼沐浴在陽光下，也只能是一種幻想，不如讓這段失去的記憶成為一位熟悉的過客，給自己一個平穩的著地點，繼續向前邁進。

每件獨立事件，都有自己之所以與他人不同的特徵，而書中也告訴我們「不要讓別人的話來決定你的好壞。」每個與眾不同也許也能夠找到相同方向的夥伴，但也有與自己相悖方向的存在，在不被理解的當下會有失望，卻在同時也有渴望被理解的期望，於是我們時常處在這

之間的交界處。

當我們不被理解時，彷彿連地面上的影子都在嘆息，而那拖曳的影子，也讓人感受到了它的疲倦，於是開始學會帶上微笑的面具，希望可以塑造一個好親近的形象，但有些時候，微笑並不代表我們想笑，也許這只是一種習慣性的寄託，把渴望被理解的希望寄託在微笑上面，但這也只是盲目的信仰，在臺上努力演著獨角戲，可觀眾喜歡的究竟是這個角色，還是這個演員呢？

因此，我們何必害怕自己的獨特，害怕他人射出的利箭，太過喧鬧的世界，無時無刻都充斥著各種聲響，以致於我們聽見了他人評論自己的好與壞，但自己的好壞，這個答案的謎底是存在於自己心中，在這片平等的天空下，存在著更多的不平等，但與其在遇到他人不平等的待遇時自甘墮落，在遭受他人唾棄時傷心欲絕，不如聽聽其他支持自己的聲音，將那些傷害製作成標本，並仔細彌封，讓微風吹走了傷害的疼痛，讓河流沖走了傷害的記憶，讓自己接受每個人的不一樣，並不讓他人來決定自己的好壞，因為每個人都是一件獨立事件。

四●討論議題：

要如何接受每個人的不一樣呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營科

名 次：甲等

作 者：詹高全

參賽標題：「如果那一天」讀書心得

書籍 ISBN：9789861202228

中文書名：如果那一天

原文書名：This Is Where I Leave You

書籍作者：強納森·崔普爾

出版單位：春光

出版年月：2010 年 8 月 31 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

本書作者強納森·崔普爾是位國際知名的暢銷作者，以辛辣的幽默、對家庭危機和使壞男人的深刻描繪，廣受各界好評。本書內容寫著是賈德，本書男主角的經歷，作者以他那獨特的寫作手法，使讀者看這本小說時的心情是既心碎又歡笑，相信你翻開了第一頁就會愛不釋手。

二●內容摘錄：

愛讓我們變成在自我陶醉裡沉溺的夥伴，不停地說著我們有多接近、我們的結合有多完美，彷彿我們是史上第一對天造地設的佳偶-第 26 頁

從那晚之後我們就決裂了，但我當時並不知道，而且裂痕愈來愈大，很小但很重要的部分一點一滴流逝，到最後完全不能修補-第 193 頁

家就是家，是你永遠不會失去的地方，不管發生什麼事情都是如此。你可以生氣，你可以抗爭，但最後永遠有個地方為你保留著-第 349 頁

三●我的觀點：

你以為時間都掌握在手中嗎？那為何任何事都沒辦法按照自己的劇本走下去呢；你以為兩個人的戀情會長長久久，堅定守恆嗎？那為何每天都會上演著為了分手或離婚而撕破臉吵架的場景呢；你以為在你周遭令你感到厭惡的每個人都是渾帳東西嗎？那為何不看看自己其實比他們更可悲更渾帳？

這本書寫的是賈德他一生途中所碰到的困境經歷，看完之後帶給我深深地啟發，裡面所寫的場景幾乎每天都可能上演在你周遭，你要如何解決？你要如何避免？都是得細細地反覆思考咀嚼的課題。

經過一番地思考我得到了幾個答案.....。

「我以為全世界的時間都掌握在我的手中。」當賈德心理這麼想時，說不知下一秒他的父親

就離開了這人世間。大家都會幻想著自己能掌握時間，能預如自己所期待的結果發生，但誰又知道你下一秒會發生什麼事，命運總是愛捉弄人、總是喜歡戳破人們那充滿期待及幻想的夢，讓人在不知所措下失去一切。所以，夢終究還是夢，你無法靠它吃飯，也無法依賴它，清醒吧！在這漫長的人生多做些明智的準備，不要傻傻天真地自以為是時間的主宰，將人生葬送在一時的幻想中。即使事與願違，也要重新站起，為下一次的起程鼓起勇氣做準備，迷惘在之前的失敗當中是最笨的方法，向前看未來，別在感嘆從前，為嶄新的人生向前航行。

「我以為我的婚姻幸福美滿。」正當賈德與他的妻子珍正恩愛的享受他們小倆口幸福時光時，卻不知突如其來的婚變將他們的婚姻搞得天翻地覆。愛，讓人陶醉，讓人想奮不顧身的保護對方，但愛卻也讓人迷惘，也可讓一個正常人瞬間化身為「恐怖情人」，「愛」這門課題既複雜又讓人難捉摸，沒有一個人能掌握它，也沒有一個人能發揮的淋漓盡致，拿捏得恰到好處，所以在妳身旁說他們是天設地造的完美情侶都是騙人的，沒有一對能真正和平的跟另一伴白頭偕老走下去，可能因一點小爭執或吃醋而產生裂痕，但或許每個人都是這樣吧！沒有一點裂痕、沒有一點困難這段愛就走得不長久，愛要長久就得靠兩人攜手走過一段段試煉，每每走過便能讓兩人的愛更堅定永恆，「從此以後過著幸福美滿的生活」是只有童話才有的結果，並不能與現實拿來相提並論，別讓自己傻傻天真地沉溺在那幻想童話中，早一點清醒，早一點走出，才不會讓「愛」走得那麼不切實際。不管妳想要轟轟烈烈的愛情，還是安穩平順的愛情，你都得為此下些功夫，這段愛才不會像曇花一現般的短暫，即使多努力多精彩的綻放，卻無法長久的擁有它的美。

「我以為我的兄弟個個都是渾蛋，但後來在看，原來自己才是最渾蛋的那一個。」賈德高中時參加一場舞會，誰知原本是場高興的舞會，卻被別人狠狠踢了一腳，原因就只是小擦撞，他的哥哥得知後，就帶賈德去找他算帳，結果帳還沒算成，反而被一條凶狠的狗緊咬肩臂不放，本來他哥一路順遂的棒球生涯也被迫取消，在醫院開刀，腦裡充滿著「我又沒求你帶我算帳」想法的賈德認為這都是他哥的錯，沒有感謝反而招來一連串的責備，結果兩兄弟開始產生了裂痕，隨著時間的侵蝕，這裂痕越來越大，大到無法再修補。長大後，因為爸爸的喪禮他們又相聚，賈德才得知事情背後一直解不開的心結，原來他哥一直希望賈德能以他為榮，可是不僅沒有感謝，反而得到的只是責怪，就連手術跟探病都漠不關心，所以這裂痕才如此的大，解開心結、了解事情真相的賈德才知道原來自己才是那唯一最蠢的渾蛋。有些事，光看表面又以自己主觀的想法去下定論是不行的，個人的情緒常常會矇蔽了自己的雙眼，讓事情導向無法補救的不歸路，所以若要了解整件事或者去解決紛爭時，一定要冷靜地以理性客觀去看這件事，心平靜和的解決紛爭是最快的途徑，若事情已到一發不可收拾的地步時，這時尋求第三者的協助是最明智的選擇，當事人處理一定又是紛爭不斷，所以阿，解決事之前都要先想好對策，你可以理性的溝通也能尋求第三者，或是你有更好的辦法也可以使用，要盡可能的填補這裂痕，別再使他持續擴張，這樣你才能繼續和他人保持良好關係，和睦相處生活下去。

這本書讓我獲益良多，雖然寫著是作者本身的親身經歷，但卻是每個人常會碰到的麻煩問題，你要學會如何想辦法解決這問題，像作者即使他仍然會被情緒沖昏頭，但之後卻選擇去了解事情背後的真相，將誤會解開，原諒曾經被判過他的人，放下過去繼續他的生活，這是令我敬佩的點，也是值得我們學習的精神！這本書發人深省，值得你前來一看。

四●討論議題：

如何解決問題，彌補過錯，勇敢走下去！

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

名 次：甲等

作 者：張霖萱

參賽標題：看見：十年中國的見與思

書籍 ISBN：9789571358819

中文書名：看見：十年中國的見與思

原文書名：

書籍作者：柴靜

出版單位：時報出版

出版年月：2014 年 01 月 17 日

版 次：四版

一●圖書作者與內容簡介：

想要看見，就要從蒙昧中睜開眼。但蒙昧就是我本身。書中，沒有刻意的去選擇標誌性事件，也沒有描繪歷史的雄心，只選擇了印象最深刻的一部分，因為工作我與他們相遇，他們給我的信念使本來的信仰不斷搖晃，但思想的本質就是不安。

我試著盡可能的寫下這些不斷犯錯、不斷推翻、不斷重建的事實與因果，一個國家由人構成，一個人也由無數他人組成。想要如何報導一個國家，就要如何報導自己。

二●內容摘錄：

也有人說，該換個主題了，給觀眾一些新鮮感。看《讀庫》，《霸王別姬》的編劇蘆葦說他有一年寫杜月笙，花了很笨的功夫整理史料。導演看了沒興趣，「主題沒新意」。他批評這位導演後來的作品：「只刻意求新，為賦新詞強說愁，所以矯情虛妄。生活並不需要時時有新的主題，即使是華麗的《霸王別姬》力量也在於真實的市井人生。」他說：「真實自有萬鈞之力」（摘錄自本書 p.314）

三●我的觀點：

柴靜筆下的中國，是真實，甚至是血淋淋的，它所反應的問題，不只是這個國家，更是在未來的發展中，全世界都將面臨的。

有人說「記者的筆記載真相，作家的筆書寫希望」看完這本書，在那些龐大的真相面前，透過那些文字，你能清楚的感覺到透骨的涼意與無盡的絕望。

人是渺小的。

無盡的壓力，死亡的陰霾，將你籠罩。疾病、污染、歧視.....你無法去抗拒，但總有些人，他們的信念會比天空更廣闊，會比頑石更堅韌。柴靜是、張北川是、或許你也是。為了信仰，

所向披靡。

就像柴靜所說，採訪是為了感受，她筆下的文字忠實記載著受訪者與自己的感受，當新聞事件冷血的訴說著死亡與歧視時，能透過她的文字體會。那種書寫方式太真，你仿佛跟著她來到採訪當下，跟著她，跟著受訪者一起哭，一起笑，你能清晰的感覺，那一蹙眉、一顰笑背后的酸楚，也能親眼見證問心無愧的誓言。然後你會發現，原來媒體的力量，是可以改變世界的，就像她。

「就像葉子從蜷縮中要用力舒展一樣，人也要從不經思索的蒙昧中掙脫，這才是活著。」人如果失去思考能力，當與腐肉無異。在她筆下，爭議無可避免，但我認為她具備了一個合格媒體人的素養，她能賦予人們思考的能力與空間，媒體報導不應該具有對錯，但是非自在人心，媒體是客觀、是誠實、是完整，太多太多新聞用文字去引導人們判斷，冷血的殺人犯、噁心的同性戀者、經濟快速的發展，人們給的定義背后，是受了 20 年霸凌的孩子、是在社會歧視下渴望真愛的青年、是殘破不堪的生態。

振聾發聵般的去省思，然後發現，最後改變。如果這是這本書想帶給我們的，那她成功了。

「記者的筆記載真相，作家的筆書寫希望」在寫作時，不是不知道社會的陰暗面，而是知道，所以選擇將那些溫暖、感動呈現在讀者面前，哪怕真相是鮮血淋漓、哪怕前路佈滿荊棘，筆下的世界依然溫暖，依然會有星光照徹長夜，我可能不能夠是個好記者，但我的每篇文字都帶著希望。只有希望，才會是暗無天日中，引領前行的曙光，雖然微小，但難以抹滅。

有一分熱，發一分光，就令螢火一般，也可以在黑暗裡發一點光，不必等候炬火。此後如竟沒有炬火，我便是唯一的光。——魯迅《熱風》，如魯迅先生所言，你把自己做好，然後用力去燃燒，這樣你散發的光與熱，會照耀在他人身上，然後影響無數的人們。

四●討論議題：

花蓮地震後，新聞報導受災戶執意返家拿財物，當時評論一水的自私、不顧他人性命。

你認為他們所做合理嗎？你是否譴責他們的行為？如果今天你是受災戶，你是否會做與他們不同的選擇，那又是什麼呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商
年 級：二年級
班 級：會二乙
科 別：會計事務科
名 次：甲等
作 者：簡筱珍
參賽標題：神鬼交鋒
書籍 ISBN：978-986-95393
中文書名：神鬼交鋒
原文書名：catch me, if you can
書籍作者：法蘭克·艾巴內爾
出版單位：避風港
出版年月：2018 年 1 月
版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

法蘭克·艾巴內爾（Frank Abagnale）

是世界上極受敬重的文件防偽權威，目前任教於聯邦調查局學院與聯邦調查局國家學院，教導全國地方政府、州政府以及聯邦政府的執法機關。

導演史蒂芬·史匹柏將他的故事搬上大銀幕；而他自承，對自己年少時所做過的荒唐事並不感到驕傲，他真正感到驕傲的，是在那之後，對大眾所做的貢獻。

譯者介紹

高紫文

台師大工業科技教育系畢業，對歷史與戰爭文學情有獨鍾

二●內容摘錄：

老爸笑了起來：「這麼想就錯了，法蘭克。人有什麼不重要，重要的是能自知。

我覺得這輛車很好啊，可以代步。我知道我是誰，知道我是什麼人，這才是最重要的，別人怎麼看我並不重要。」-P33

休士頓的前警察局局長曾經這樣說我：「法蘭克·艾巴內爾有辦法拿美國財政部的廁紙偽造支票，在簽名處寫上『你被騙了』，到市區裡任何一家銀行，用香港的駕駛執照作為證件，兌現假支票。」-P146

三●我的觀點：

他是誰？騙子、飛行員、教授、醫生，他說：「我想當誰，就當誰」

真的很難想像這本書竟是真人真事，翻開時，我也震驚了；時代背景在 60 年代的科技不發達，作者將自己的故事寫給大眾看，而看完後的我反思了許多，在家庭這一環對每個人都影響深遠，如果作者有一個正常的人生，他應該會有當企業家的衝勁，雖然作者自述他並不反對父母離異這件事造成之後的犯罪生涯，卻也是事實。

翻開書頁，作者寫出“謹獻給他的爸爸”，第一次騙的人是最疼他的爸爸，但誰不曾騙過自己的父母親；當他為人父時，理解到當時欺騙他父親的這件事，讓他父親多麼的心痛難過，因為那些欺騙人的事情，被抓去坐牢也因此無法見到父親的最後一面，連說聲對不起的機會，真令人惋惜；這也告訴我們，在乎自己的人，你卻用謊言去面對它，當他知道這些事情，他還會在你身邊嗎？所以每一天都不要讓自己後悔，人生就那麼一次，錯過就不會再回來了。

李奧納多演完這部同名電影後說了一句話：「真實人生，有時遠比憑空想像令人著迷」，人有無限的可能，可以做出許多自己想不到的事情；但在真實人生中，誰想過自己有這麼多的可能，以各種身分活在這社會中，不被其他人看穿，那是多麼讓人想要去實現的一個夢想呀，要用親身經歷去打破一切幻想，我想，這可不是平常人可以做出來的。

而書中以少時的視角一步一步去呈現他的人生，而 16 歲的我們曾像作者般的衝動年輕，不滿自己現在的生活而逃家，認為自己什麼都會，想要做出一番作為，卻不曾與作者一樣，在逃家時探索自我，當個聰明的騙子，與這社會共存；逃家聽起來就像一場說走就走的旅行，但現實上有這麼簡單嗎？

以第一視角刻畫出內心世界，戴上許多的面具，為自己的行為做出許多的藉口，心境漸漸地扭曲，對自我的懷疑也慢慢的加深；他害怕孤獨、被警察抓到，怕騙到後面自己是誰都不知道了；當然，做了許多壞事，最後必須要付出代價，坐許多的牢，而我挺驚訝的是法國監獄的做法，看完故事後就會認為難怪那裏的累犯率這麼低，在經歷了許許多多後，作者開始省思自己的所作所為與未來的走向。

這本書的吸引力在於作者以幽默的口語描述少時的自己，卻也反諷當時的警察們抓不到他，常常因為他的話語被騙；它讓我認識到許多東西，作者膽大心細，利用個性、觀察力、研究這三個要素，使他在騙人時無往不利，成為史上最年輕的罪犯，這是其中一個結果，若重新再來一次，他不會想要當個騙子，而是想把自身的知識用在正確的管道上，成為文件防偽權威，向大眾貢獻，這才是他最為驕傲的事情。

四●討論議題：

人生有很多條路，做出不同的選擇，都有不同的導向，那麼你想選擇哪一條呢？
就算是有各種的困難在前面等著你，你依舊會堅持下去嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：會二乙

科 別：會計事務科

名 次：甲等

作 者：羅玉瑄

參賽標題：謊言

書籍 ISBN：9789571371290

中文書名：謊言：韓國世越號沉船事件潛水員的告白

原文書名：거짓말이다

書籍作者：金瑋桓

出版單位：時報出版

出版年月：2017 年 9 月 26 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

「謊言」是以韓國 2014 年發生的船難事故真人真事改編。書中說到一些我們所不知道的事實。本書以此事件中負責到沉船內搜尋罹難者遺體的潛水員金冠烜為原型，寫下潛水員不為人知的經歷。以主角跟法官寫請願書的方式闡述事實，書中還穿插作者金瑋桓跟相關人員的訪談內容、故事。

二●內容摘錄：

政府不應該把時間浪費在報導派遣了五百五十名潛水員的假新聞，而是應該盡快啟動機制，下達統一的指令招集深海潛水員。P.25

我不該是為了搜救而來，而是為了營救而來！ P.63

他們在知道自己身體已經受損的情況下，潛水、潛水、再潛水。P.91

我聽到最過分的問題是「你找到幾個人？」，我在乎的不是找到的人數，而是沉船內還有多少人。P.95

這次不是身為潛水員的我找到失蹤者，而是失蹤者找到了我。P.101

潛水員若只是沉默的等待，我們不會成為甲，也不會成為乙，更不會成為丙，甚至不會成為丁，而是會變成戊—那就是無，一無所有的人。P.254

三●我的觀點：

起初會看這本書是因為本身就有在關心韓國世越號的事情，這本書絕對不可能以愉快的心情看完。事故本身已經夠讓人痛心，看完此書給我的感覺只有憤怒、難過。總共分成一、二部，

第一部是在寫事件發生的時候跟救援的過程，第二部是在寫潛水員結束任務後面的事情。一開始主角被叫去搜救的時候，已經過了黃金 72 小時。故事後來告訴我們，政府在最重要的時候，沒派人去救受困者們，把他們拋在那裡活活淹死，而受困者們乖乖聽話待在原地，他們相信會有人來救他們，而他們的父母在第一時間去跟漁夫借船去事故現場附近查看，看到讓他們都無法相信、悲痛的哭了。因為他們都相信了政府的謊言。我難以相信的事，第一時間他們竟然選擇發出假消息，選擇欺騙，讓大家鬆了一口氣，以為是真的。而船上的船長、船員們選擇棄船逃跑。這是多麼過分的事情。

而在搜救過程中做最危險工作的民間潛水員，他們自願來幫助卻受到不平等的待遇。連結束後的治療補助也不完善，他們受到的身心傷害，讓大部分人不能再繼續他們所熱愛的潛水工作。過程中發生死亡事故，把罪丟給潛水員扛。然而潛水員是沒有嘴巴的，不能說出任何跟搜救相關的事情，不能說出這些讓人憤怒的事情。從甚麼時候說實話的人，會無緣無故被掛上罪名，會不被世人相信？

在作者的訪問中有些想法不正確的人，隨便就相信一些不被證實的事情，這讓那些當事人情何以堪？而為什麼那 304 條無辜性命會就這樣不見，過了快 4 年還不知道，而且現在還有人沉默在那茫茫大海裡。

發生這種事，大家都不願意，如同書中所說，如果他們在第一時間選擇派人搜救，而不是敷衍對待，那他們都能被救出，他們的消極態度，使多少家庭破碎。

沒人敢說出真相，那些高官們只會在臺前油嘴滑舌的說著謊言。這世界太容易被謊言操控著，敢說出真相的人能有多少？

書本以請願書的方式呈現，也加入事件幾年後去訪問相關人士的內容，看到那些經歷、那些不能在當下說出來的話，真的讓讀者感同身受。事件過後幾年，那些罹難者家屬們去抗議，抗議這些不公平、冤屈...。而那些不是當事人的人們，在那邊說著閒言閒語，說著很沒同理心的話，他們不知道那些家屬有多心痛，也不知道潛水員們之後的遭遇。那些人該慶幸他們沒遇到，誰會想過自己親愛的孩子們，就這樣離開，誰會想過政府這樣的態度，那些家屬們怎麼可能想過這麼戲劇化的事情發生在自己身上？希望這世界的人們都能將心比心，而那些有權威的人，能好好地盡好他們的責任，不要再讓悲劇重演。讓人們被更多善良包圍，讓大家能多從別人的角度思考，世界會更加的美好！

四●討論議題：

如果是你，你會為了別人做些會危害自己生命、人生的事情嗎？

如果有人說謊話，你會揭發他說真相嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：資二乙

科 別：資料處理科

名 次：甲等

作 者：林品瑄

參賽標題：在天堂遇見的五個人

書籍 ISBN：9867600797

中文書名：在天堂遇見的五個人

原文書名：The Five People You Meet in Heaven

書籍作者：米奇·艾爾邦

出版單位：大塊文化

出版年月：2004 年 10 月 27 日

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

故事描述一個在遊樂園裡工作的老人艾迪。曾經的他擁有許多夢想，而現實往往都是殘酷的。在一次戰爭中他的腿腐了，而這也是壓斷他夢想的最後一根稻草。往後的每天過著一成不變的生活，他認為自己的人生是被暴躁的父親給毀了。在他 83 歲生日那天，遊樂設施故障而導致意外，而他為了拯救一名女孩，不幸喪命。爾後他上了天堂，遇見了五個人，而這五人則會教他五堂課，並解開他的疑惑。

二●內容摘錄：

每個人的生命裡都有一幅代表真愛的畫面。(P.18)

沒有哪一個故事是單獨存在的。有時候，故事與故事會在轉角相遇；有時候，一個故事會疊上另一個故事，像河床底下的石頭層層疊起。(P.19)

境界更高的忠誠，是人與人對彼此的忠誠。(P.188)

三●我的觀點：

人生就好似一個十字路口，你只能不斷地選擇以及取捨，而在這當中有許多人會從你身旁擦身而過，看似毫無交集的人，其實是可以改變你的一生。本書的主角艾迪在一次工作意外中過世了，他去世後在天堂遇見幾個生前在生命中曾經交集的過客，這五個人分別給他五堂課，讓他解開生命中的疑惑。

第一個人「藍膚人」。有次他開車，為了閃避在路上撿球的艾迪，因此喪命。看似一個無意的

舉動，可能會間接造成之後的蝴蝶效應，他因為艾迪而死，而艾迪卻因為他而生，毫無交集的兩個人有了兩個不同的結果，所有的生命皆是環環相扣的。

第二個人「小隊長」。艾迪當兵時，小隊長是他在軍中的長官。他說出當年艾迪腿腐的真相，在一次戰爭中，他們不幸淪為戰俘，當時有機會要撤退，艾迪卻執意不走，因為他在火場裡似乎看到小孩的身影，所以不顧一切往火場走去，當時情況危急，小隊長在情急之下朝向他的腿開了一槍，因為他不願意丟下任何人，而小隊長也在撤退時為了保全了後面的人，不惜犧牲自己的生命。這則故事告訴我們的是「犧牲」，這種毫無保留的付出往往是最為偉大的。

第三個人「露比」。她丈夫是遊樂園前任的老闆，不巧的是有次遊樂園發生火災他為了救火而受傷，而在他床位的隔壁正巧是艾迪的父親。自小，艾迪跟其他小孩一樣渴望著父愛，但在他記憶裡父親對他並不好，他們之中有一道無形的牆，直到他父親過世。露比讓他明白，其實他父親也是非常有情有義的人，並不是如此苛刻。從這裡可以知道憤怒是會腐蝕人的內心，會扭曲人的心靈，寬恕才是最好的解藥，寬恕傷害你的人也等同於寬恕自己，才能使心靈達到平衡，避免被仇恨蒙蔽雙眼。

在天堂遇到的第四個人是「瑪格麗特」，艾迪的妻子。在艾迪的生命當中，妻子是他此生的摯愛，瑪格麗特是個無可取代的存在，而在這一課裡艾迪學習到如何愛人、以及被愛。逝去的愛同樣也是愛，愛是沒有終點，故事的結束必定會是另一個故事的開始。

最後一個人「塔拉」，她就是艾迪在打仗看到的那個小孩，那時戰爭為了躲避砲火，小孩躲在小屋裡，卻不甚被艾迪放火燒死了。當他知道塔拉正是當年的身影，悔過自責，因為要不是他，塔拉也不會死。但塔拉告訴他每個人的存在都有非常重要的價值，因為他的死亡不也是為了救人才如此的嗎？自己犧牲才讓另一個人生命得以延續下去，自己並非是活得一文不值。

這五個人讓艾迪領悟到不同面向的生命課題，也讓我學習到如何在人生的道路上抉擇與堅持，生命的挫折雖然讓人痛苦，不過，這卻也是生命耐力的試煉，通過考驗的人相對於他人就多了一種能耐、一種堅毅的芬芳，一種看待生命的豁達。這就是我從這本書學習到的人生態度。

四●討論議題：

如果你感到迷茫的時候，你該如何面對？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：資二甲

科 別：資料處理科

名 次：甲等

作 者：石凱元

參賽標題：感動人心我是阿嬤的孩子

書籍 ISBN：9789574514076

中文書名：我是阿嬤的孩子

原文書名：我是阿嬤的孩子

書籍作者：李光福

出版單位：新苗文化

出版年月：2009 年 5 月

版 次：初版

一●圖書作者與內容簡介：

李光福，是個老師，每天和小孩接觸，決定幫助孩子寫書，得了很多獎。他為孩子寫書讓他能夠更了解孩子，所以，他會一直幫助孩子寫下去。

古進雄的家庭屬於隔代教養，他與阿嬤每天過著辛苦的日子，但家中有一位大伯卻是他們兩人的惡魔，最後大伯染上了吸毒被關進監獄。

二●內容摘錄：

因為阿嬤就是我的媽媽，我就是阿嬤的兒子，我會永遠陪在你身邊，永遠孝順你！（P.188）

在阿嬤心裡，你比蘋果重要多了！（P.46）

阿嬤，別哭了，大伯被抓了，可是有我在，我會永遠陪著你的（P.170）

報名是小事，你以後要好好孝順阿嬤（P.179）

三●我的觀點：

古進雄在學校課業不是很好，但體能卻還不錯，因為他每天走路上學，老師和校長也知道他的家庭狀況，在課業上面幫忙了古進雄很多，古進雄也很認真的學習，最後成績慢慢的進步，阿嬤雖然有時會對古進雄說對不起讓你生長在這環境，但古進雄仍然很正面的看待，古進雄有很多的優點值得我學習，真的很佩服他，也很感謝能夠看到這本書。看完這本書，總是在想為何人家能不抱怨的付出、努力，而自己總是如此的頹廢；為何人家沒有如此好的家庭卻能如此珍惜，而自己卻看不到眼前的好，真的應該多多跟古進雄學習學習。

現在的社會，除了少子化的問題嚴重之外，大多數也因為父母養不起孩子，於是把孩子交給育幼院或者阿公阿嬤養，書中的古進雄就是個例子，從小就跟阿嬤和大伯住在山上，他從來不抱怨自己的人生，反而很孝順阿嬤，學校中午的午餐幾乎都會帶回去給阿嬤一起吃，一起幫阿嬤耕田、賣菜。他在逆境中成長能感到知足，而這就是現在的我們該檢討的地方，為何

人家能夠如此，而我們有良好的地方卻不懂得珍惜，反而浪費時間虛度人生，現在小孩很多都認為讀書很煩想逃避，但直到後來才反悔，但時間終究還是流逝了，能做的只有把握當下做好學生的本分，直到有能力時有多餘的時間再來享受人生吧。

我對於爺爺、奶奶沒有很深刻的印象，因為我還沒出生前爺爺就過世了，小學阿嬤就過世了。雖然感受與古進雄不同，但卻能瞭解他的感受，誰都不想與自己最親的人分開。我的家庭是同父異母，有三個異母的姊姊、和一個親姊姊，我小學的時候，曾經覺得父母的話很囉唆，但他們其實是為了我們好我們卻忽略了，曾經父母叫我們做事情我們卻覺得很煩，上了高中，父親意外的得了癌症，當時發現時已經惡化了，在最後一天，原本想痛哭一場但想起了父親曾說過的話，他說：「男子漢不能哭。」那時候看著父親痛苦的時候，心裡如被刀刺了一樣，父親過世後，想起從小到大從未和父親說一句：「我愛你。」現在想起來非常非常的後悔，如果小時候能夠和古進雄一樣孝順父親，或許現在的我就不會很遺憾了。

在這個世界的某個地方，有人奢侈、有人貧窮、有人努力、有人頹廢，我對於我的家庭感到知足，在新聞有時會看到受災害的災民和非洲的困苦的人時，心裡真的很感恩自己能夠在這麼好的環境成長，在科技發達的時代，會看到網路上有人會發布一起幫助困苦的人民，雖然現在的我們還小，還沒有多餘的經濟救助，但我們可以一起宣傳出去，讓那些困苦的人能感受到一份家的溫暖，渺小的力量雖然不一定有用，但我深刻的相信，如果每個人都把這份渺小一起宣傳，一定能改變這個世界。

四●討論議題：

如果你的家庭也屬於隔代教養，你會不會覺得自己不幸福？

如果你的生活環境不同，你是否會像古進雄一樣孝順？

特優

《史地類》

篇名：

太魯閣族傳統文化神話及祖靈信仰

作者：

何盈暉・國立花蓮高商・資料處理科一年甲班

指導老師：

王鈺婷老師

壹●前言

一、研究動機

魯迅《中國小說史略》：「昔者初民，見天地萬物，變異不常，其諸現象，又出於人力所能以上，則自造眾說以解釋之，凡所解釋，今謂之神話。」¹一次高中國文課，聽到老師對神話的解釋，不禁令我聯想起從小聽族中耆老對部落神話的口述，談到關於先祖與自然之間的互動，這何嘗不能呼應呢？

按照老師的解釋，即先民認為自然變幻給人享受，也會給人災禍。故人類在趨吉避凶的本能活動中，對自然界的變幻，產生了畏與敬的思想意識。因這些禍福都來之於自然，對天就產生了最崇高的崇拜與信仰。

故本研究以台灣原住民東部族群（太魯閣族）神話為主要研究對象，有鑑於西方宗教積極傳入與外來文明強勢進駐部落，使傳統文化逐漸式微。致原始信仰的色彩已急速地從日常生活中褪去，為了保存這個即將消亡的珍貴文化與資料，筆者透過訪查耆老希冀能呈現具體且完整的傳統風貌，並藉由神話情節的追索與探析，進行神話與巫術關聯之研究。另外透過祝禱詞的蒐集，呈現巫術語言中寄寓的渴求。

從訪談過程中，筆者認為巫術是宗教、哲學的源頭，探討的是人神如何感應的神聖領域，是奠基於靈感的生命觀念，反映出精神人格與文化的深層結構。可說巫術是人類最早的思維系統，用以溝通人神(自然)間的交流，即漢文化俗稱的「天人感應」，反映早期人們對自然的體驗與生命的安頓。

二、研究目的¹

先民認為在每一角落，處處有活絡的生命與精靈，故要尊重並善待。從而其祭祀亦將順應其實際的精神需求，年年慎重而莊嚴的舉行，以維護天人關係的和諧。故本文借助神靈觀念的歸納，追溯其祭祀與禁忌行為產生的因緣，並記錄先民們零星而富巧思的觀念與智慧，以辨析族人求助巫術的需求與目的，進而藉以梳理出台灣原住民中部族群，對於其神話與巫術連結的脈絡及其價值。

更關注在族群信仰文化與醫療體系的更迭下，巫術如何面對衝擊，尋求立足之地，延續台灣原住民中部族群秉持的巫術思維，期能記錄台灣原住民中部族群樸質美好的民族特質。

¹魯迅：《中國小說史略》下附錄〈漢文學史綱要〉，天津：百花文藝出版社，2002年1月。

貳•正文

太魯閣族最早發源於今臺灣南投地區，與泰雅族與賽德克族擁有共同起源，故可畫分為泰雅與賽德克亞兩大分支。本文主要針對花蓮縣秀林鄉內的一位太魯閣族的 empsapuh(巫醫)處在現代社區環境中的情況，一方面延續 empsapuh 祖先的醫療方法，另一方面歷經西方醫療嵌入現代部落生活情境後，應映變遷而產生融合、演化的現象。故筆者針對太魯閣族傳統醫療從時間洪流下演化或調適的情境進行訪談，整理出現階段太魯閣族對人神之間的觀念，以供交流參考。研究對象是來自花蓮縣秀林鄉達基力(Dkijiq)部落的第八代太魯閣族巫醫 Rabay Lowbing(簡金美)，但首先筆者先從部落歷史談起：

一、太魯閣族遷徙史及傳統文化特質

西元 16 世紀前後，太魯閣族人由南投翻山越嶺，而遷居到今花蓮一帶，並於 2004 年 1 月 14 日成為第 12 個臺灣原住民族，核定為獨立族群。因族人自稱為 Truku（太魯閣），所以遷移的居住地區，叫「太魯閣地區」，這就是太魯閣名稱的由來。

傳統上太魯閣族以山田寮焚墾的農業型態為主，主要種植的作物是小米、玉米、甘薯等等，這些農作物是太魯閣族的主食。除了耕作，太魯閣族和其他原住民族一樣由大自然中獲取生活所需。因此，狩獵和捕魚也是固有的經濟活動，故狩獵與捕魚所得的肉類與魚類就成為主要的副食品。「取之大自然」，而讓族人對大自然有著莫大的崇敬。但隨著社會變遷，太魯閣族人開始種植水稻，狩獵也受到限制，傳統飲食文化幾乎已消失殆盡，信仰也隨之淡薄。

又與傳統信仰有之相關的是太魯閣人相信生育是由鬼靈所主宰的，因此有種種的禁忌與祈禱的方式祈求賜予孩子平安。如嬰兒出生後用竹刀切斷臍帶，將胞胎埋於底下。或每年最為盛大的祖靈祭，時間為七月小米收割後，是太魯閣族的重要節慶。由頭目或長老議訂時間，當日天未亮之時，全社男子均得抵祭場，每人手持插有黏糕、豬肉之竹棒，為奉獻祖靈之供品。等祭典完畢，即須當場食用祭品，且沿途返家時需越過火堆，表示與祖靈分離。如下圖²：



²圖見於中時電子報。http://www.chinatimes.com/realtimenews/20151015005055-260405

故太魯閣族的傳統信仰是以祖靈為中心的集體意識，巫師的醫療與祭司的祈福是這個部落重要的傳統習俗（Gaya）。empsapuh(巫醫)透過竹管詢問、念誦祭詞或殺牲獻祭的儀式過程，達到驅逐禍源與恢復患者身心健全的治療。但與傳統文化命運相仿，此一儀式形態隨著日本殖民政權和西方教會進入部落環境後，太魯閣empsapuh(巫醫)亦在社會變遷下，面對信仰逐漸弱化的事實。故筆者透過文獻的搜集與耙梳，並輔以田野間的參與觀察後，整理出巫者面臨環境的生態變化，共同調適出「舊中帶新」的太魯閣族祭儀樣貌。

為確保gaya能確實被部落的大眾所遵守，群內設立三個職位以監督成員奉行，有頭目、祭司及女巫，職掌各異。頭目負責處理世俗事務，對違反祖靈的行為，秉公判決，全族必須服從，否則會引發眾怒、受到群毆或遭驅逐出社。惟一可更改判決者，即率親族出草獵頭，若成功無傷而返，即能證明其無罪，仍可受祖靈保護，其他族人不得再有異議。祭司則在固定時節指導其他族人依祖先的慣習舉行祭儀，按一定的農作週期播種、收割，並負責在祭典中向祖靈祈求農作豐收，出獵成功，族人平安。女巫的任務是在疾病及災害產生時，施法判明其原因。如下圖³：



2

³ 圖見於關鍵評論。 <https://www.thenewslens.com/article/19836>

綜上所述，巫是一個社會組織、宗教信仰。原本的出發點是以疾病的治療為太魯閣族醫療基本觀念，進而延伸至祖靈祭典、公祭、私祭的傳統領域。小黃魯閣族的得獎作品認為，所有的疾病、災難乃是源自於神鬼責罰與觸怒祖靈所形成，因而必須經由對於祖靈的供食慰藉來獲得解決，這是一個傳統的醫療制度，其儀式的進行象徵著與祖靈的溝通，亦是文化、社會結構功能與生活型態三者關係間的相互影響與鞏固。

二、太魯閣族神話

此以太魯閣族的神話為研究的對象，主要是探究其神話的內容分類及內涵，以釐清神話、傳說與文化的相關性。即神話不單只記錄著太魯閣族的先民對人類起源的闡釋、對過往歷史的紀載和對以前生活環境惡劣的說明，還保存著本族先民對大自然事物起源的認知，各式祭典習俗、禁忌的由來。可以說，神話已融入族群的生活中，甚至還主導了族群的習俗、生活，故神話和文化有著密不可分的關係。

(一) 神鳥西西利 (Sisil)

相傳遠古時代，地面與天空幾近相連，故烈日總是曬得人們苦不堪言。酷熱導致農作物無法生長，族人因此想要懇求據說住在太陽後面的哈默神把天空拉高、拉遠，可是沒有一隻鳥願意冒這風險。只有勇敢的西利利鳥，不顧被烈焰燒死的可能，犧牲生命告訴哈默神，讓族人得以生存下去。此後西利利鳥被族人視為「神鳥」，做任何事之前都會聽取西西利鳥的叫聲，因此「鳥卜吉凶」也成了太魯閣族的傳統習俗

故在本族日常裡，鳥類扮演著占卜的重要角色。可別小覷鳥兒，牠們所傳播的訊息，可是與生活密不可分。例如當夜鷹自村莊呼嘯而過，而發出『T-waq T-waq』的聲音時，即預告了死亡，表示村莊會有人過世；但如果是貓頭鷹在夜間叫喊，則是對即將生小孩的人來說，是件喜事。奇特的是，從貓頭鷹的叫聲就可以知道寶寶是男孩還是女孩。

而占卜鳥 (Sisil)，無論是打獵、出草、到山上收穫、或出門看朋友，占卜鳥 (Sisil) 所指示的一切信息是非常神奇的。如果占卜鳥 (Sisil) 的叫聲往右，表示好預兆；如果叫聲朝左，就表示壞預兆，族人即不敢貿然上山；若叫聲作又相互回應，則表示今天頗具幸運，在向前行，占卜鳥 (Sisil) 又左右相互回應地叫，那麼今天絕對是豐收的一天，但如果是從胸前橫飛過去，族人就會趕快折回家，因為族人認為這是極壞的預兆，也許會遭到野獸襲擊。直到今天，打獵的太魯閣族人還是滿注意牠所傳達的訊息。

3

4

³ 占卜鳥 (Sisil) 就是現代所說的綠繡眼。

(二) 人類起源傳說

小論文 . 1061115 得獎作品

據說世界之初，曾發生過大洪水，活著的人類只有兩兄妹。隨著時間過去，他們日漸長大成人，但一直沒遇到其他生還者。妹妹很擔心再這樣下去就無法繁衍人類，於是決定要和哥哥結婚，但是又怕被哥哥認出來而不願意。她想到用黑炭灰塗在臉上，哥哥就無法辨識。故有一天妹妹告訴哥哥有一位女孩子在天黑的時候會在山洞等他，她便是未來的嫂子。

於是妹妹趁哥哥外出打獵之際，趕快燒樹枝做成木炭，又磨成炭灰塗畫在前額與兩頰，讓哥哥認不出她。天黑了，哥哥果然依約至山洞，看到他的新娘。兩人就結婚，並且生下許多孩子，從此大地上就開始繁衍越來越多的子孫。

(三) 紋面

故「紋面」，是太魯閣族非常重要的文化之一，耆老們對「紋面」共同的回憶：就是它為族人生活及部落之間重要的傳統習俗，亦是族群辨識符號，也是榮耀的象徵，此外它同具有族人認同和歸屬感的核心價值。可惜，「紋面」連同許多的傳統祭典與文化已快消失殆盡，雖然有志之士積極推廣並做復興，但目前僅能做到形式上的復甦。

(四) 彩虹橋

太魯閣族長輩常對孩子們說：人死後，靈魂必定會在彩虹橋的橋頭。凡斬獲過敵人首級與勤勞的男人和會織布的女人，手一攤開時若顯現紅色掌紋，這樣的人可以通過彩虹橋，到祖靈那裡一起居住。可是沒有取敵人首級的男人及不會織布及編織的女人，就不能通過彩虹橋，而會被丟下河底，並被螃蟹吃掉。」因此為了能經過彩虹橋，男子要勇敢地去取敵人的首級，女子則必須會織布。而且不可用手指彩虹橋，否則即是對祖靈不敬。這則神話，可看出太魯閣族畏懼祖靈的最佳範例，雖然傳說的用意提醒族民不可偷懶，應勤奮做自己份內的事情。

可惜隨著外來文明的強勢入侵，使得太魯閣族人對神話與原始宗教的理解一點一點的褪去，而部落也面臨了形質上的重大變遷，故透過梳理本族神話的了解與建構，對生活在這塊島上的太魯閣族人而言，是自我認同凝聚與族體意識構成的重要基礎。了解神話與傳說，可讓我們知道自己是誰，也讓我們知道如何面對未來。神話背後的寓意給我們面對未來的方向，如同彩虹橋的傳說，其實是在告訴族人，面對未知的未來時，心中依舊要篤定應付。

⁵彩虹橋是泛泰雅族群所共通的象徵，泛指通往祖靈居所的橋梁、媒介。

神話與巫術都是人類歷史的寶貴資料，不只孕育古老的哲學觀念，也是人們心靈上的精神支柱，經由神人交感的禮儀動作，來確立生命存在的意義與價值，是無法以現今科學解釋，也不能被取代的。簡而言之，原始宗教意識源於人類對自然現象懵懂未知的反映，故生萬物有靈及靈魂不滅的觀念或圖騰和祖先崇拜，並創造出神話。

而巫術行為就是人類開始相信自己力量的一種表現，巫者認為自己可以通過某些法術來役使神秘力量為人類服務，常被視為是神靈的化身，是「神明降之」的人。祖先崇拜的興起是人們直接賦予那些對文明作出重大貢獻的祖靈擁有神聖的性質和超凡的力量，如相傳孕育人類的女媧。故所謂的 **Gaya**(祖靈)文化，即是太魯閣族中已被年輕族人所忽視的巫術(原始宗教)信仰。

由於西方宗教的傳入，導致後代的族人不認同及接納原始部落裡的祖靈信仰，甚至嘲諷、譏笑。這是對傳統習俗一大大的衝擊，也是信仰文化式微的現象。身為花蓮縣秀林鄉達基力部落太魯閣族第十代直系頭目家族巫醫傳承人的我，我背負著文化傳承的使命，故筆者認為應當秉持尊重、接納的心去了解。身為太魯閣族，也應該去認同自己的文化，不要去否認或逃避，讓自己的文化能夠保存下來，讓他們明瞭自我文化應該存在的意義。

「巫，祝也，女能事無形以舞降神者也。」目前仍致力施行傳統治病儀式的 **empsapuh** 有兩位，這兩位 **empsapuh** 分別居住在花蓮縣境內的秀林鄉和萬榮鄉，專門執行醫療儀式的人。太魯閣族語稱之 **empsapuh**，漢字譯稱「傳統醫療者」，或稱「巫醫」。置身於從原始到變遷的社會形態，**empsapuh** 為族人驅病禳災，多從事各種巫術活動，盡自己應該的義務。

即「巫術行為是族人達到一定目的而服務，其內容非常廣泛。大凡一切非人力可以預期必成的事務，人們就使用巫術以藉助鬼神之力來達成。諸如：占卜吉凶、預言禍福、祈雨求福、驅鬼治邪……等。可知現實生活與傳統信仰確有密不可分的關係，重要生產祭儀必有神聖的儀式相隨之，任何生命禮俗，如出生、成年、結婚、死亡，皆需要經過一種隆重的宗教儀禮。

故 **empsapuh** 是部落族人對未知領域的憑依之一，在現代社區依舊扮演著不可缺少的角色。故在太魯閣族的傳統社會觀念裡，個人只要生理、心理上任何不舒服，或損傷疼痛，均認為是違反 **Gaya**（祖訓）或因祖靈因素所導致，得進行殺牲獻祭的儀式，經由人與祖靈間的「溝通」，才能解除病源。故整個活動中，儀式是最重要的，充滿神聖，絕不能有任何差錯的心態。

⁶ **Gaya**（祖訓）是太魯閣族的信仰中心及規範法則。

四、太魯閣族達基力部落巫醫 (田野調查)：

小論文 . 1061115得獎作品

上述已提起，巫醫藉由儀式過程，進一步達成驅逐禍源、還原生活、秩序維持等功能。故筆者從 empsapuh 口述中，發現， empsapuh 有以下特色：

(一)巫醫的傳承是師徒制的

想要當巫醫的人除了自己要有生活歷練之外，還要先跟著前輩學習祭禱詞和祖靈溝通的儀式，往往要歷經多年才能正式出師，但學會還不一定代表能成為巫醫。因還要經祖靈的認可。故巫醫師傅在徒弟學會祭詞、儀式後，會舉行儀式來獲得祖靈庇佑，巫醫一邊念祭詞，一邊把糯米和線穿過竹管，讓下一代的巫醫把線拉出來。如果可以接到線就是通過，而成為巫醫；如果線拉不過來，卡在竹管，就表示尚還有問題待解決，目前沒有辦法能成為巫醫。如下圖⁴：



達基力村落的巫醫現年 84 歲的 Rabay Lowsing(簡金美)，祖先來自立霧溪上游之域，在日治時期移住到達基力至今。她提到自己在非常年輕的時候，跟著家族長輩觀摩醫療治病過程，大約在三十多歲的時候，家族長輩才把 daran(竹管療具)交給她，這也開展了她在太魯閣族部落社會行醫的旅程。在傳承脈絡裡，她承接了家族祖先單傳的醫療傳統，成為家族傳統醫療體系裡的第八代巫醫。

在 2017 年 9 月訪談⁷中她提到：「我在二十幾歲的時候開始學習巫術，我的師父是一位年老的婦女，她的名字叫 Kumu Pihu，也是部落裡最懂得巫術的人。我們有天上的神在守護我們，不是只有魔鬼而已，天上的神才是最根本的，不管有什麼事，我們還有天上的神可以依靠。我也是這樣想的，也不是僅僅只以這個是唯一的相信和依靠，祖靈是在這個信仰裡面的。過去守護我們的，天上最主要的是祖靈，Truku 生活在土地上，有了共同遵守的 gaya，就是祂留下來的。」

⁷圖片 daran 竹管療具是由筆者自己拍攝的。

(二)巫術在部落的醫療中扮演主要的角色

小論文 . 1061115得獎作品

如果外觀好好的，人卻陷入無力昏沈之中，人類往往會不由自主求助於神靈。因此，即必須藉由巫術來治療——包括祓除、祈神、淨化、歌詠、咒文等等。而在台灣原住民族當中，族中長老往往就是巫者（通常是女性），也是巫醫，是主要治病力量，常有一些不可思議的事蹟流傳出來。如筆者訪談自家祖母Rabay——崇德村落之 empsapuh 的治病儀式，也是自己親身經歷：

在開始醫療前，祖母謂筆者與他的同學在外演出時，未盡到與大自然互相尊重而引起發燒、冷顫，經過第一次的治療祭獻之後已經沒有問題了。儀式開始的時候，反覆搓揉轉動竹管，告訴祖靈要以家禽來慰祭治療。祖母兩手拉開後，竹管黏繫手指表示祖靈同意，說他們都很高興。唸完很長的一段祭詞後，吐一次口水，表示送走了祖靈(吐口水的動作，太魯閣族語稱之 **tmuyuq**，是儀式結束的確認動作。) 祖靈送到門外以後，祖母繼續搓揉轉動竹管，口中喃喃：

我所獻祭給你的，你已經全部吃了，Lowbing 也已經吃過了，她要獻祭給 你的，請你帶
去吧。你已經高興的享用了，請你只要告訴我，告訴 Lowbing，你已經高興的享用過獻祭
了。

祭詞唸完，empsapuh 將手指拉開，發出「撲」的聲響。然後對著患者說：「你的心情好了嗎？」

患者則說：

我已經慰祭給你了，以後不要再讓我生病，你自己想想我給你吃的食物，你應該要很高興的離開這裡。

empsapuh 接著搓轉竹管言：

他們在這裡很久了，你自己應該羞愧使她生病。你已經高興的吃了。

empsapuh 拉開竹管，發出「撲」的聲音，表示 utux 很高興的吃飽了。Rabay 繼續唸祭禱詞：

你已經快樂的享用獻祭了，請告訴我，只有你們才知道，這些錢請你高興的帶去，我誠懇的請求。

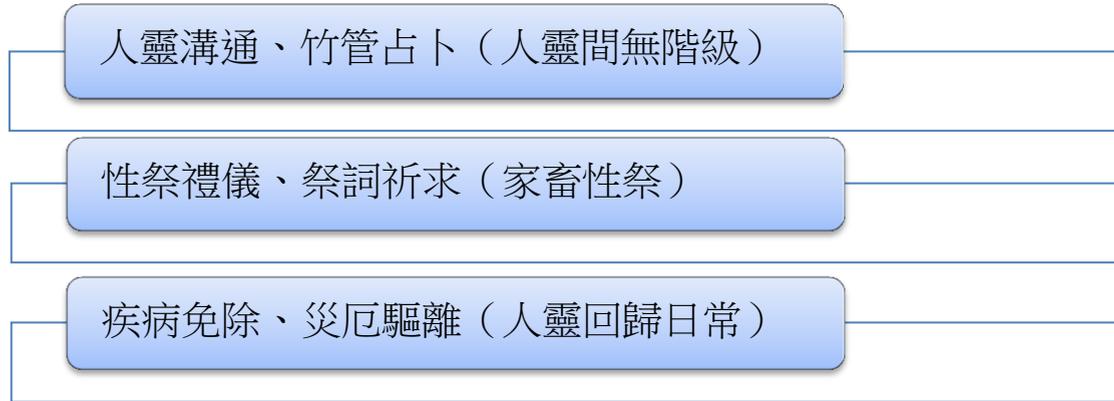
Rabay 再次拉開竹管，daran 同樣發出聲響，一樣表示 utux 很高興的帶走

給他的祭品。治病過程中，醫療者藉由 daran 在雙手上的揉搓轉動，以及手指在 daran 上的黏繫 聲響，做為 utux(祖靈)表達情緒的示意徵象。在反覆不斷的詢問與祭詞唸誦的儀式過程中，確認人和⁸祖靈間關係已找到平衡點。作用即使人的病體獲得舒緩平靜，也要讓貧乏、憤怒、失控的祖靈得到慰藉的出口，最後各自回歸到人靈各自所處的空間。

⁸ 祭文為當時筆者訪問Rabay時的舉動及將原太魯閣文翻譯成的中文譯意。

(三)目的皆尋求人與自然的平衡

太魯閣族的醫療儀式，主要目的為人靈之間破裂的關係，藉由儀式尋求彌補。醫病過程中，常見人與幽冥間的雙方詢答，故人與祖靈之間並不具任何位階。**emp sapuh** 在供祭性禮的階段，對話過程全以請求、安慰、祈願為主調，如果碰到手中的 **daran** 一直不示意的情況，還能責罵祖靈，以獲得祖靈的回應。而儀式象徵意義就是：



當然，獻祭必須準備米酒、香菸，並呼叫他們的名字，這個過程就是 **msgita**，詞意表示為一家人、好朋友，表示人靈間彼此深厚的情感。這七杯酒和七根菸分別祭給每一位醫療祖靈，一定要做到每位祖靈都有一份，族語稱之 **pndungus pkan**，詞意為平均的給他們吃，表示祖靈們全部到齊了。目的在於希望子孫供祭，以獲得祖靈示意而令病源免除，或驅趕祖靈回歸靈界，亦即人與祖靈的關係存在著又愛又恨的磨合。即在醫療之後，痊癒概念即為人靈關係的恢復。如下圖：



10

⁹ 圖中看見的七杯酒、七支菸，就是代表著藉由七位已故巫醫者的力量來共祭這一場祭儀。

¹⁰ 圖片由筆者自己拍攝的。

可以說，巫醫藉由分食-救贖-除罪整合的疏通管道，再次向族人重申應對祖靈的敬虔態度，以及人倫儀禮的祖先意旨。太魯閣族的empsapuh 通過 gaya 作用，以牲祭祭品和祖靈確認的語言、動作，達到人靈恢復日常秩序的目的。

參●結論

在科技突飛猛進、日新月異的今天，科學家們正以驚人的速度破解人類基因的密碼，但鮮少人意識到，大量且寶貴的傳統知識和技術也正悄無聲息地流逝。然而，它卻是人類長期以來經過實驗、觀察以及從錯誤中反省所得到的經驗與智慧的結晶。但這些族群及傳統文化卻無法抵禦現代文明無情的侵襲，正以飛快地速度步向死亡，伴隨著珍貴知識及豐富的文化多樣性也將跟著石沈大海。

故筆者認為每個族人必須重拾對傳統信仰文化的認同，讓傳統並非斷裂而是合理化的延續。如果你是太魯閣族，你知道什麼是 Gaya 嗎？你認同 Gaya 嗎？你知道 Gaya 傳承的重要性嗎？

這些問題是每個身為太魯閣族人必須在面對的問題，即在現代社會中，如何復振青年認同太魯閣族傳統祖靈信仰文化的方法？在主流趨勢的影響下，如何去重新架構太魯閣族部落的傳統地位階級制度？

肆●引註資料

1. 晷日羿·吉宏，(2010)，〈黏繫、滑離與當代巫醫書寫：太魯閣族傳統醫病儀式及其民族植物世界〉。花蓮：古典書局

2. 魯迅：《中國小說史略》下附錄〈漢文學史綱要〉，天津：百花文藝出版社，2002年1月。

3. 占卜鳥 (sisil) 取自台灣原住民知識網：

<http://www.knowlegde.ipc.gov.taipei/ct.asp?xItem=660043&CtNode=7389&mp=cb01>

優等

《商業類》

篇名：

花蓮巷弄書舖不為人知的秘密 舊書舖子

作者：

潘盈蓁。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

潘彥辰。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

指導老師：

吳仁凱老師

歐郁玟老師

壹、前言

在花蓮這個地方有間不為人知的二手書店，這間書店已經營 14 年多，這間書店裡隱藏著許多回憶及歷史還有老闆對它的期望，讓我們一探究竟，一起來探索文字的奧妙，還有書中裡暗藏的秘密。

一、研究動機

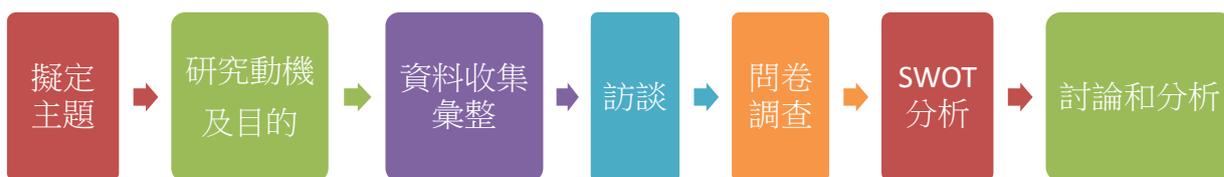
當我們購買的新書看完時，那麼我們該把這些已閱讀完的書安頓在哪呢？我們一直購買新書的同時，那些曾被我們詳閱完的書籍又將淪落到哪？假如把這些書送到回收書箱或回收場裡，這些書又會流向何處？明明還能再看的書就這樣地丟棄是否太浪費自然資源，如果你想看的書變成二手書你還會想要購買或閱讀嗎？讀完後你又該如何處理它呢？在花蓮市有間舊書舖子希望我們能透過參訪了解這家店的經營手法以及理念。

二、研究目的

- (一) 探討二手書跟新書的差異性
- (二) 探討消費者對於二手書店的看法
- (三) 提供舊書舖子經營上的參考

三、研究方法

本組採用問卷調查法、訪談法及文獻回顧法，我們利用問卷調查法了解顧客對二手書的接受度和新鮮度，還有利用訪談及文獻回顧法知道二手書店的近況還有它存在的意義。



圖一 研究流程資料來源:研究者繪製

四、研究限制、對象

研究舊書舖子的起源及二手書的來源給老闆一些經營上的建議和吸引熱愛文字閱讀的愛書人和經營者，因於我們資源有限，不能去各地的二手書店做參訪以及做一些深度的了解，所以選擇當地的一家二手書舖作為研究。

貳、正文

(一) 舊書舖子

(一) 店家起源

舊書舖子已經經營了 14 年多，從當初老闆為了逃離台北過度繁忙的壓力氛圍，所以來到了有家鄉味道的花蓮，剛開始老闆找不到工作，但他後來加入了環保促進會，在回收場當義工，他總會把一些有用的二手書帶回家久而久之累積到一定數量就有了開二手書店的想法，老闆本身就是一位惜物的人，他覺得回收書是對書的尊重。他說店內的書有很多來源其中一個是回收場，另外一個是上台北收購或有些讀者會帶一些書來店裡，舊書舖子因環境影響曾搬家過，在 2010 年由節約街 8 號(如圖二)搬到花蓮市光復街 57 號(如圖三)那裡既舒適又寬敞。



(圖二)節約街 8 號



(圖三)花蓮市光復街 57 號

(圖二資料來源:攝影・旅行・拈花惹草(2010)。【漫城花蓮】回味舊時光。感受人文魅力。2010 年 7 月 2 號，取自於 <https://morrisyu.com/archives/564>)

(圖三資料來源:花蓮綠活小旅行。舊書舖子，取自於 <http://greenmap.hualien.gov.tw>)

(二) 經營模式

老闆採開放式經營這家二手書店，來店內的顧客可隨意的拿取想閱讀的書籍，坐在店內的一個小角落，細細品嚐書中的知識，老闆說店內不止書多，椅子也多，是因為要讓讀者能夠有個屬於自己的舒適空間，到了夏天他會開冷氣，讓店內的客人能在這炎熱的天氣裡，也能清爽得讀書，想賴多久都行，主要是讓顧客去閱讀書籍增加一些知識，老闆也從不催促客人離開。(圖 4)



(圖 4) 訪談實境

(取自於訪談時拍攝)

(三) 分析

表 1 『SWOT』

內部環境	優勢(Strengths)	劣勢(Weakness)
	S1 室內空間開闊 S2 建立書舖的臉書 S3 書及擺設整齊 S4 價位適宜	W1 來客數不足應成本 W2 行銷通路不廣泛 W3 書不易販售 W4 地點不佳
外部環境		
機會(Opportunities)	SO 策略 (增長型策略)	WO 策略 (扭轉型策略)
O1 漫活休閒步調 O2 花蓮觀光產業變多 O3 寧靜寬闊的書舖 O4 懷舊復古風格	S1O4 書店的風格及寬闊的 閱讀空間吸引客人 S2O2 觀光產業的興起，建 立臉書讓觀光客有所注目	W4O3 雖然經營在巷子裡， 但不失給人的寧靜舒適感 W1O1 休閒的方式可增設小 型咖啡廳，增加客人光顧
威脅(Threats)	ST 策略 (多元化策略)	WT 策略 (防禦性策略)
T1 3C 產品越來越發達 T2 少數人無閱讀習慣 T3 網路書舖、電子書 T4 品牌連鎖書店創立	S2T2 利用臉書的盛行 PO 一些好的文章讓大眾觀看 S4T4 有品牌的書店，書的 價格可能會較高，二手書 價位以書評定也能試讀	W2T3 經營網路行銷，促進 買賣流通 W3T2 配放商品或飲食產品 和書一起販售吸引人潮

表 2 『STP』

STP 策略	內容分析
市場區隔 Segmentation	書舖行銷策略以適宜的價位為主，配上書店懷舊復古風及一些手工製品結合促進人潮流量及吸引人潮光顧。
目標市場選擇 Targeting	書舖來的客群大部分都很平均，但大多以學生為主，是因為學生喜歡在書店內看書和討論作業及買書。
市場定位 positioning	因書店開在巷子裡，所以較寧靜，喜愛閱讀的人也比較願意花多點時間坐下來，靜靜的閱讀來渡過這舒壓的午後時光。

(四) 經營及滿意度分析

表 3 『訪談結果』

標題 編號	訪談問題 Question	受訪 Answer
1	來逛書店的讀者大部分是哪種客呢？	在這間二手書店裡客群很平均，老人、青年較多，中年上班的也會。
2	什麼原因讓您有繼續經營的動力？	老闆說城市需要這樣的店及環境，在這個時代喜歡閱讀書的人漸漸減少，希望能藉由這間店，能給與更多人書中的故事及知識。
3	您覺得二手書跟新書的差異性？	其實二手書跟新書外表是差在新跟舊，而文章是沒什麼差異的，但主要的是有些人會在書上做些筆記，這時你可以參考、學習之類的，而且你書中不會的問題搞不好他也是，所以已經幫你筆記好了。
4	老闆對二手書的看法？	老闆是一位喜愛閱讀各式各樣書籍的人他說：「文字是世界上最好的。」唯有閱讀才能增進大腦智慧。
5	您對二手書店未來的想法及擴展趨勢？	希望能藉由網路行銷來擴展二手書店，這樣不止能讓更多人知道這間二手書店的存在，同時也能吸引到更多人來這閱讀多樣化書籍，既不浪費書店的資源也能增長知識。

(五) 問卷調查結果分析

為了直接收集有關舊書舖子以及二手書跟新書的差異性、對二手書店看法，我們針對舊書舖子的顧客以及曾去過二手書店的顧客設計問卷，共發出 100 份，回收 100 份，以及而外增加的網路問卷 67 份，以下為問卷內容及統整分析結果。

1. 受訪者基本資料，如表 4：

本組問卷抽樣 167 份問卷中受訪者大多以女性較多(68%)，男性偏少(32%)。年齡部份 31~50 歲偏高(41%)，大多來店顧客學生群比中年群少一些。已去過舊書舖子的頻率為主(56%)，在過去一個月內發現常去的人數偏少大部分是兩、三個月去一次(25%)，舊書舖子店內環境給人感覺大部分是寧靜悠閒、懷舊復古佔居多。

表 4 受訪者基本資料分析

性別	女性 68%、男性 32%
年齡	11 歲以下 2%、12~20 歲 31% 21~30 歲 20%、31~50 歲 41% 51 歲以上 6%
是否曾去過舊書舖子	是 56%、否 44%
您在過去一個月內來本店的頻率為	一天以下(兩、三個月去一天) 25% 每天 1%、2~3 天 4%、4~5 天 5% 一週 3%、兩週以上 15%、無 47%
舊書舖子的環境給您主要感覺如何?(複選)	很喜歡這樣的 fu 1 人、書籍豐富 1 人 寧靜悠閒 68 人、溫馨 1 人、無 65 人 舒適感 51 人、Wi Fi 1 人、喜歡 1 人 懷舊復古 67 人、整潔乾淨 50 人

(六) 舊書舖子整體滿意度分析:

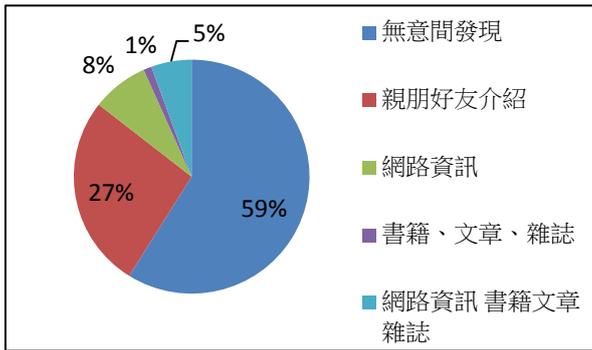


圖 5 怎麼知道舊書舖子的

由圖 5 可知，來舊書舖子的顧客通常是無意間發現的(58%)居多，因此我們推斷書店位置不佳。

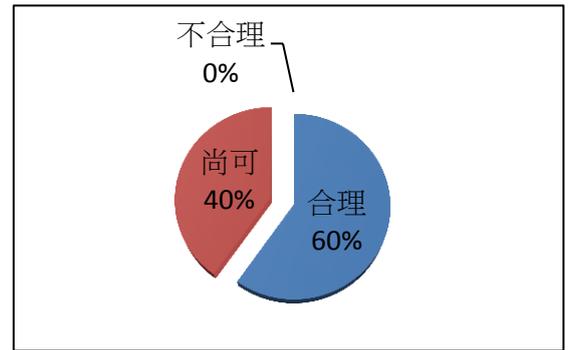


圖 6 對舊書舖子的二手書價格，感到

由圖 6 可知，舊書舖子的價位屬於合理的(60%)，可得知大部分的消費者是接受的。

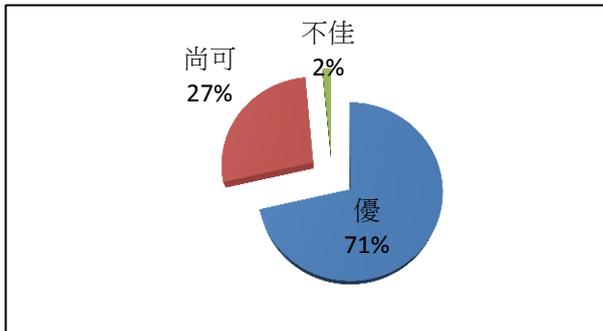


圖 7 進到舊書舖子能讓您抒放壓力嗎？

由圖 7 可知，進到這間店顧客大部分覺得可以紓解壓力(97%)，得知書舖帶給消費者的氣氛是良好的。

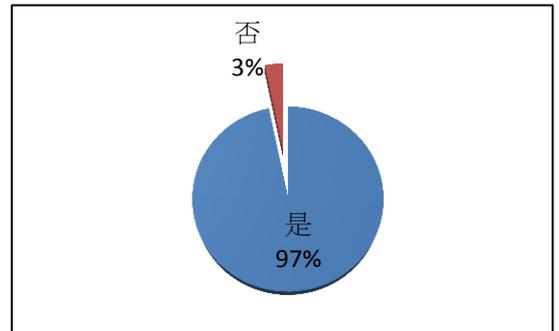


圖 8 舊書舖子的服務態度

由圖 8 可知，得知店內的服務態度是優良的(71%)，有此可知非常良好也是顧客想再次光顧的因之一。

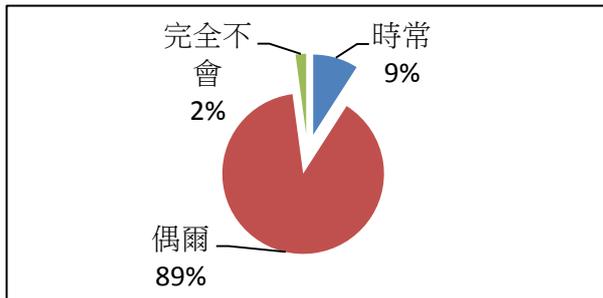


圖 9 關注舊書舖子的動態或時事嗎？

由圖 9 可知，來店內的顧客大部分偶爾會關注店內的動態(89%)，得知在經營動方面是蠻成功的讓消費者知道店內的資訊。

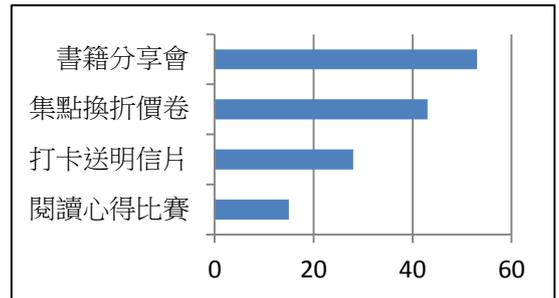


圖 10 希望往後舊書舖子有怎樣的活動

由圖 10 可知，書籍分享會最多共鳴(53 人)，得知消費者期待往後書舖承辦的活動之一。

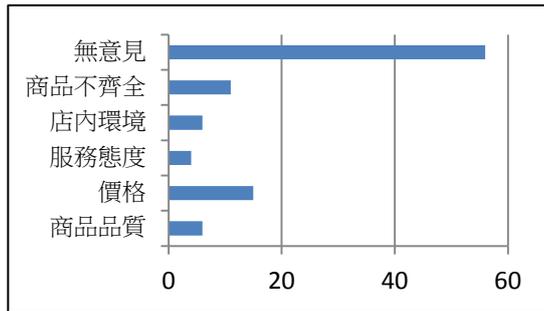


圖 11 希望舊書舖子能有怎樣的改善

由圖 11 可知，曾來過店內的顧客佔多沒意見(56 人)。

得知舊書舖子的經營情況良好所以不太希望有。

(三)對二手書店看法

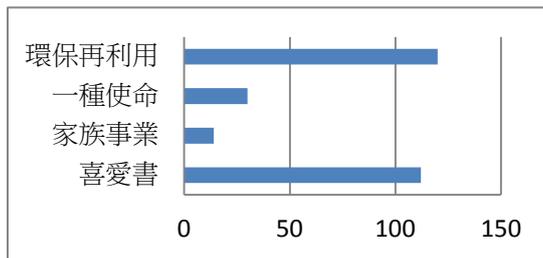


圖 12 為什麼會有二手書店

由圖 12 可知，大部分的消費者覺得會有二手書店是因為環保再利用(120 人)。

得知書舖對於珍惜書的重要性。

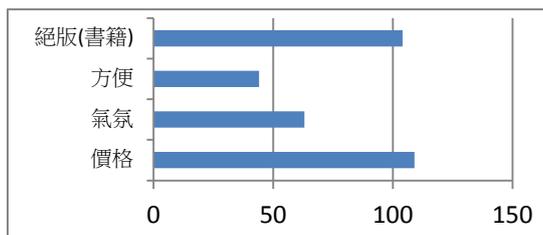


圖 13 為什麼要去二手書店購買書籍

由圖 13 可知，消費者覺得價格是最吸引他們光顧的原因之一(109 人)。

得知大眾購買書籍大多還是以消費價格為主要購買原因之一。

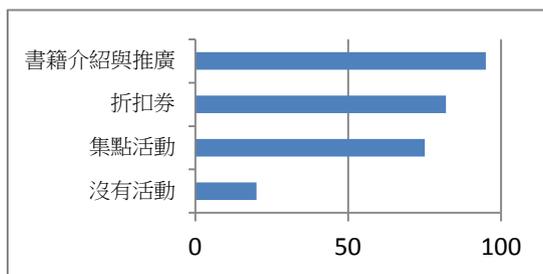


圖 14 二手書店可以有的行銷活動

由圖 14 可知，消費者希望在未來二手書店能有書籍介紹與推廣活動(95 人)。

有此可知如舊書舖子要增加來客率可辦書籍介紹與推廣的相關活動。

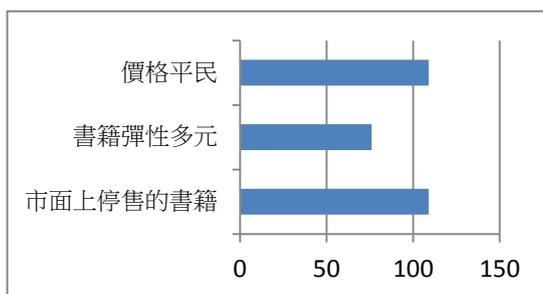


圖 15 什麼原因讓您想再次去二手書店?

由圖 15 可知，消費者認為價格平民、市面上停售書籍(109 人)是讓他們想再次光顧二手書店的最大原因。

有此可知想讓顧客再次上門，要增加店內絕版書籍以及價格平民化。

(三)新書跟二手書的差異

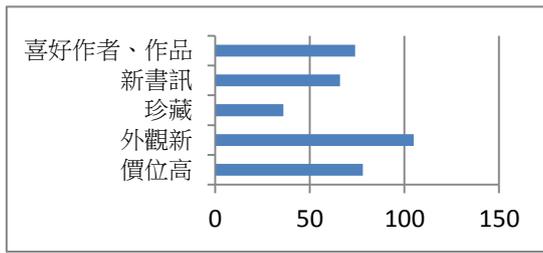


圖 16 對新書的看法

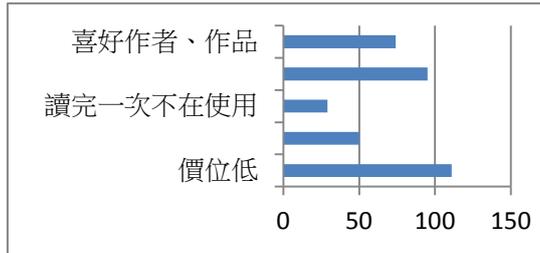


圖 17 對二手書的看法

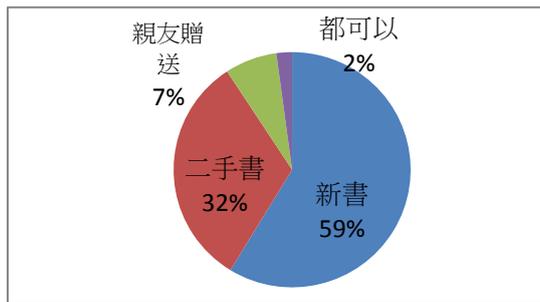


圖 18 珍藏書籍會透過哪種方式收藏

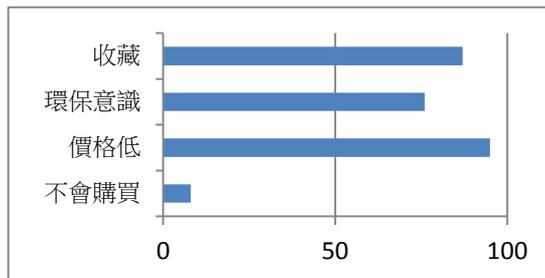


圖 19 去購買二手書籍的原因

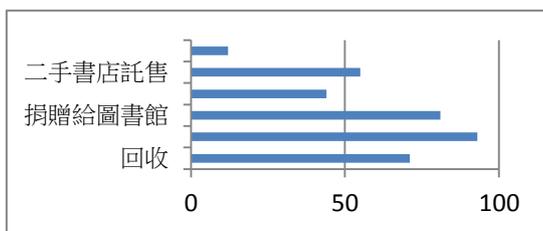


圖 20 家中如有不要的書籍如何處理

由圖 16 可知，消費者覺得外觀新(105 人)是他們最大的原因。

有此可知大眾堆新書的看法就是外觀。

由圖 17 可知，消費者對二手書的看法是價位低(111 人)、珍藏(95 人)。

代表大部分購買的顧客都是因為價格便宜以及想做珍藏。

由圖 18 可知，消費者想珍藏的書籍大多是以收集新書的方式(59%)居多。

消費者對新書接受度比二手書接受度高。

由圖 19 可知，消費者對二手書籍因價格低(95 人)所以購買意願提高。

因此絕大部分的消費者還是以價格取向為主。

由圖 20 可知，消費者閱讀完的書籍大部分的處理方式皆為送親朋好友(93 人)。

僅此可知現代人還是很多人送禮是用送書的方式，而且非常適合小朋友。

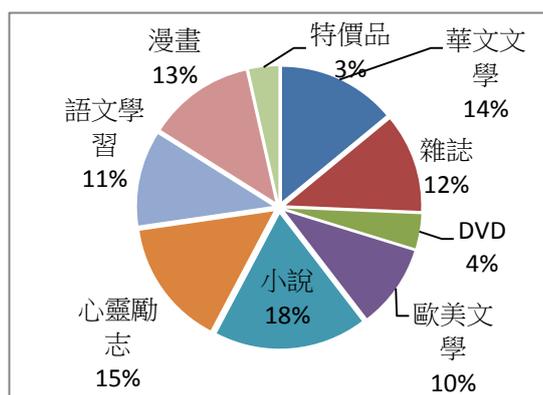


圖 21 對哪種類型的書籍有興趣

由圖 21 可知，消費者對小說類型的書籍接受度極高(18%)。

因於大多數出版的書籍內容偏重於小說類型，故小說類型的總類較為多元化，所以大多數的讀者偏重於喜愛小說。

參、結論及建議

一、結論

本研究以舊書舖子為主要研究對象，消費者對二手書店看法，以及二手書及新書的差異性為輔，從問卷調查的結果顯示，去過舊書舖子占的比例較多，未去過的較為少，相對的我們會從曾去過舊書舖子的消費者的問卷為主要的專攻對象，由消費者在問卷上的回答以及些許的建議來給舊書舖子一些經營上的參考還有提升舊書舖子的銷售能力，加上承辦活動來吸引更多的消費者來店內光顧，此外我們也讓消費者說說對二手書和新書的差異性以及對二手書店看法為另一種研究可讓舊書舖子參考消費者對於新書與二手書為延伸，以及給予舊書舖子經營上的參考。

(一) 新書的優點是有新的書訊、喜好作品、外觀新，皆是成為消費者對新書籍心動的主要關鍵，相反的二手書利用的優點就是環保、價位較低、可捐贈給偏鄉或經濟壓力較大的家庭做為好的利用，相對的書的外觀可能就不太討喜、書訊也可能舊一點，但在總結後發現還是有很多人會閱讀二手書籍，但要在消費上可能就會有所考量了。

(二) 在消費者的眼中，二手書店的存在是因為環保，而會去店內光顧的原因是因為價格低廉，也希望在未來二手書店能多增加一些書籍的介紹以及推廣的活動，希望店內的書籍能夠多增加一些市面上停售書籍以及價格方面能更加平民化。

(七) 舊書舖子的店內裝潢深受大家喜愛，我們會把這次整理完的資料統整好，把分析結果及消費者對舊書舖子未來的期待依依詳細和老闆討論並做出最能幫助老闆能在花蓮把舊書舖子經營的比以前更好，也希望這樣子的二手書店能一直持續經營下去。

二、建議

(一)提升行銷通路，增加客源

經由 SWOT 分析，本研究建議可利用臉書的盛行多發一些讓大眾觀看，且因網路盛行大眾開始習慣網路購物可利用這點增設網路商店讓大眾能經由手機就能購買書籍，不只方便且符合現代化的社會大眾所需。

(二)促進商機，舉辦活動

經由問卷調查結果，本研究建議如有成本上的考量建議可以舉辦一些純屬分享的活動像是書籍分享會讓大眾分享自己喜愛的書籍以及閱後感想，偶爾也能做些促銷活動增加來客率像是集點換折價卷或者打卡送明信片等活動。

(三)與在地的二手書店做結合

與在地的其他的二手書店做一些大型聯合活動或者發展舊書舖子獨有的特色。

肆、引註資料

1. 攝影・旅行・拈花惹草(2010)。【漫城花蓮】回味舊時光。感受人文魅力。2010年7月2號，取自於 <https://morrisyu.com/archives/564>
2. 花蓮綠活小旅行。舊書舖子，取自於 <http://greenmap.hualien.gov.tw>
3. 最終美好時光-作家楊格夫-花蓮舊書舖子的一些事。2013年3月21日，取於 <http://blog.udn.com/negev/4866492>
4. 徐玉霞、黃照明、吳碧玉、汪澤龍-商業概論(1)。信樺文化出版。2015年1月9日
5. 蘇拾平-文化創意產業的思考技術-我的120道出版經營練習題。如果出版2013
6. 蔡佳玲(2008)。【二手書藏黃金屋】蔡佳玲/回收場撿寶 人文價值重新發光。蘋果日報，11月29日

優等

《商業類》

篇名：

手機漫畫 APP 滿意度調查—以 COMICO 為例

作者：

高瑞婕。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班。

簡姿羽。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班。

廖映澄。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

指導老師：

施美言老師

壹、前言

一、研究動機

漫畫的歷史久遠，從漫畫雜誌中的小短篇逐漸演變成一本本的漫畫書。以前如果想看漫畫，可能都需要去租書店租漫畫來看，之後有了網路也可利用網路進入某個漫畫的網站觀看。如今透過手機下載漫畫 APP，便能更方便的享受看漫畫的樂趣。現在有愈來愈多手機漫畫 APP 陸續推出，使得手機漫畫 APP 成為現代看漫畫的新趨勢。林致任（2012）指出 APP 之所以在現代中的快速發展，其原因 App 應用程式作為智慧型手機主要賣點，原因來自於各式各樣功能皆可被寫成 App 應用程式。近年來 APP 成爆發式的增長及崛起，對於現代的經濟及社會也是有許多的影響。

蘇蘅（1994）指出青少年閱讀漫畫相當普遍，發現漫畫能滿足青少年追求「好笑有趣」、「畫面美觀動人」和「打發時間」等動機。漫畫的閱覽成為青少年群中的共同話題。然而，目前台灣可下載使用漫畫 APP 約 10 個，每一個 APP 都有吸引人的地方，其中 COMICO 漫畫 APP 於 2013 年在台灣啟用後，短短一周年在全台灣就有 100 萬的下載次數，一時之間蔚為風潮，因此引起筆者對於此平台如何吸引台灣民眾之行銷策略產生興趣。



圖 1 COMICO APP 圖片



圖 2 智慧型手機截圖

圖片來源：COMICO 官方網站圖片來源：Android 智慧型手機畫面

二、研究目的

COMICO 漫畫 APP 目前開放於日本、台灣、韓國、泰國及中國等國家下載，其中台灣的下載次數高達 430 萬次，高居下載次數第二名，如此暢銷的漫畫 APP，引起國人之注意。

另外，以 APP 系統的開發建置，首先應重視系統本身的操作模式是否能讓消費者容易使用、立即上手，結合通用的操作方式，提供淺顯易懂的版面與操作指引（楊坤沅，2013）。因此，鑒於 COMICO 漫畫 APP 成為國人漫畫流覽新寵，本研究更期

望透過了解此 APP 之建置，分析其行銷成功因素，本研究目的如論文：1061115得獎作品

- (一) 了解「COMICO」的歷史與發展。
- (二) 探討「COMICO」使用者滿意度調查。
- (三) 提出「COMICO」優缺分析與建議改善。

三、研究方法

台灣的民眾於 2013 年開始可以下載使用 COMICO 漫畫 APP，下載頻率驚人卻尚未有研究者進行該 APP 功能之分析，筆者希望透過此研究，探索 APP 成功吸引台灣民眾之原因，使用之研究方法如下：

- (一) 文獻蒐集：透過網路、期刊及書籍進行文獻分析。
- (二) 問卷調查：以紙筆問卷的方法採隨機邀請花蓮地區民眾填寫之形式進行資料蒐集。

四、研究限制與範圍

在調查時我們針對 COMICO 的使用用戶，以及對漫畫有愛好的人群，做問卷調查，並以 COMICO 的公司歷程發展及 APP 功能作探討。問卷調查對象，雖然網路問卷形式有高度機會可採集到多數使用者對於 APP 功能之觀感，然而紙筆問卷形式基於研究者之地理位置，僅能以花蓮地區之民眾作為受訪對象，此為研究限制。

五、研究流程

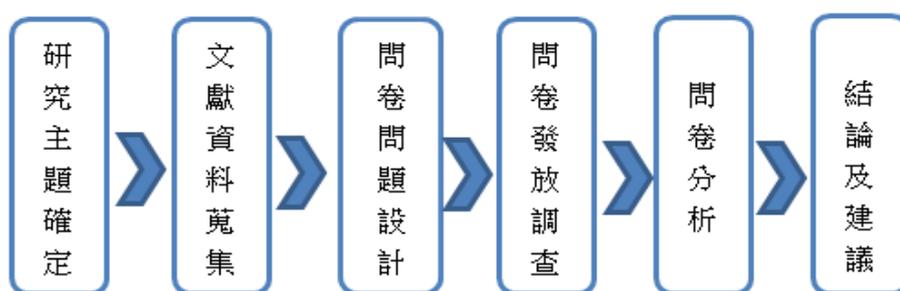


圖 3 研究流程圖

貳、正文

一、COMICO 介紹

(一) 公司介紹

1.公司歷程

COMICO 隸屬 NHN 集團，NHN 集團擁有韓國排名第一的檢索門戶網站 Naver 和韓國國內最大網路遊戲門戶網站 hangame，是韓國最優秀的網路企業。NHN 以搜索引擎服務為公司業務核心，經營各種遊戲。作為 comico 全球發展計畫的第一步，NHN 集團對台投資 1.5 億台幣成立 PlayArt Taiwan。不僅提供日本人氣作品，也將努力發掘台灣優異人才。

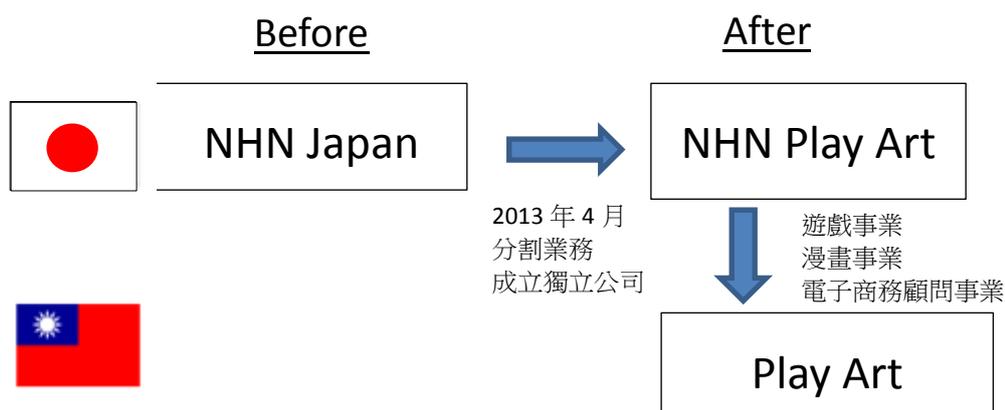


圖 4 COMICO 公司歷程圖片來源：NHN PlayArt& PLAYART Taiwan

2.公司理念

NHN PlayArt 公司的經營目標是要以充滿豐富原創性的概念和技術來創造（Art）日常生活中，人與人之間的快樂（Play）未來發展將不只在日本，而是以能把服務提供給全世界為目標。

3.公司發展方向

NHN PlayArt 公司為了保障作者穩定的生活，合作的漫畫家除了獲得曝光的平台、足以維持生計的稿費與獎勵金之外，當連載到一定階段也有獲得實體出版的機會，例如目前在 comico 連載的 ReLIFE 已經獲得正式發行實體單行本的機會，另外還有包括推出周邊授權商品、Line 貼圖，未來也不排除推出動畫與遊戲的可能。

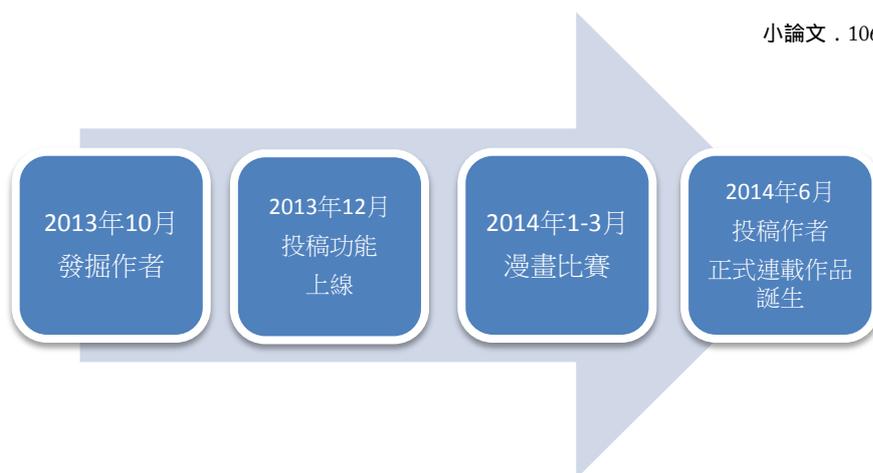


圖 5 公司發展方向

(二) APP 介紹

1.基本資料

網路時代的來臨，使得智慧型手機的普及率大為提高，為了提升資訊速度及便利性，手機 APP(application)大量產生。楊坤沅(2013)指出 APP 是指那些在行動裝置上的應用程式，提供消費者付費或免費使用的各種不同的 APP 程式。而 COMICO 漫畫 APP 之基本資料如下：

- (1)付費方式：免費下載。
- (2)適配機型：同時支援手機和平板。
- (3)語言：繁體中文。

2.功能特色

- (1)下載功能開啟，會簡單介紹 App 特色，讓你快速上手。
- (2)可以和作者直接對話。同時還是新銳漫畫家的發表平台。
- (3)搜尋功能，依照作者或作品名稱尋找或依漫畫分類去尋找。
- (4)自動捲動功能，速度調節很方便。

表一 COMICO APPSWOT 分析

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
1. 作品皆為彩色。 2. 完全免費。 3. 每日更新。 4. 原創作品。 5. 可與作者線上互動。 6. 客服人員服務親切有效率。 7. 辦理 APP 線上活動。	1. 台灣作家知名度不夠。 2. 螢幕過小，閱讀吃力。 3. 目前僅於五個國家開放下載。 4. 尚未有語音報讀功能，若有身心障礙讀者，則無法閱讀。
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
1. 目前只有 COMICO 擁有線上互動式漫畫。 2. 台灣在地作家可以上傳作品，可與在地讀者互動。 3. 台灣特色文化可容於在地漫畫內容，可與政府機關洽談宣導內容。	1. 同業競爭激烈。 2. 網路功能不佳之地區，影響使用網路漫畫 APP 的使用。

4. 與相關 APP 比較

研究者透過 APP 軟體功能比較後，整理出 COMICO 及 WEBTOON 於漫畫類型、更新時間、下載次數及評價分數之間之差異，參閱表二所示：

表二：COMICO 與 WEBTOON 之差異比較（資料於 5/23 以前）

	COMICO	WEBTOON
漫畫類型	日漫偏多	韓漫偏多
更新時間	11:00	10:00-10:40
下載次數	100 萬	1000 萬
評價分數	4.7	4.4

二、實證調查

(一) 問卷調查說明

本次調查問卷發放數量 100 份，收回問卷 100 份，有效問卷 100%，發放地點為花蓮市鐵道園區，發放形式以紙本方式進行。

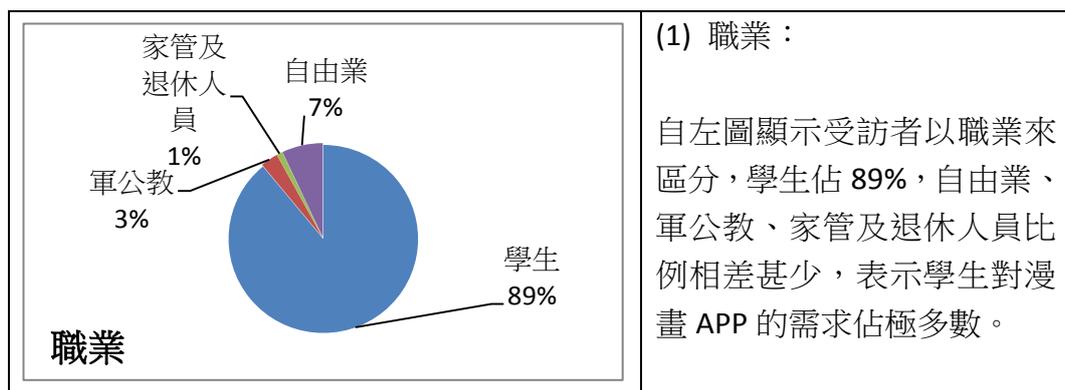
(二) 問卷調查圖表分析

1、受訪者基本資料表

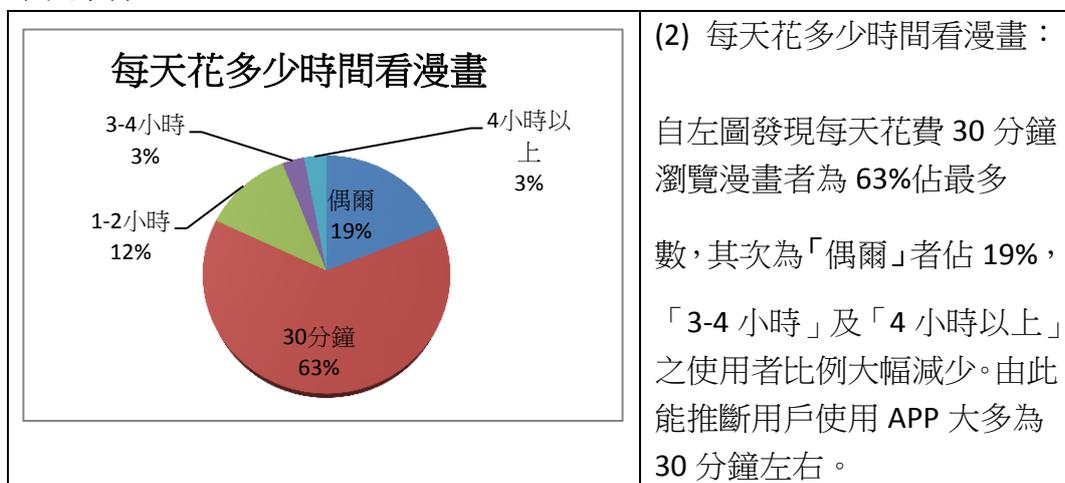
(1) 依據受訪者資訊分系，以性別來說女性佔 64%，而男性佔 36%，由此可知，花蓮市區使用過手機漫畫 APP 以女性居多，年齡層分佈以 13 至 18 歲階段學生為主要受訪對象，參見表三所示如下：

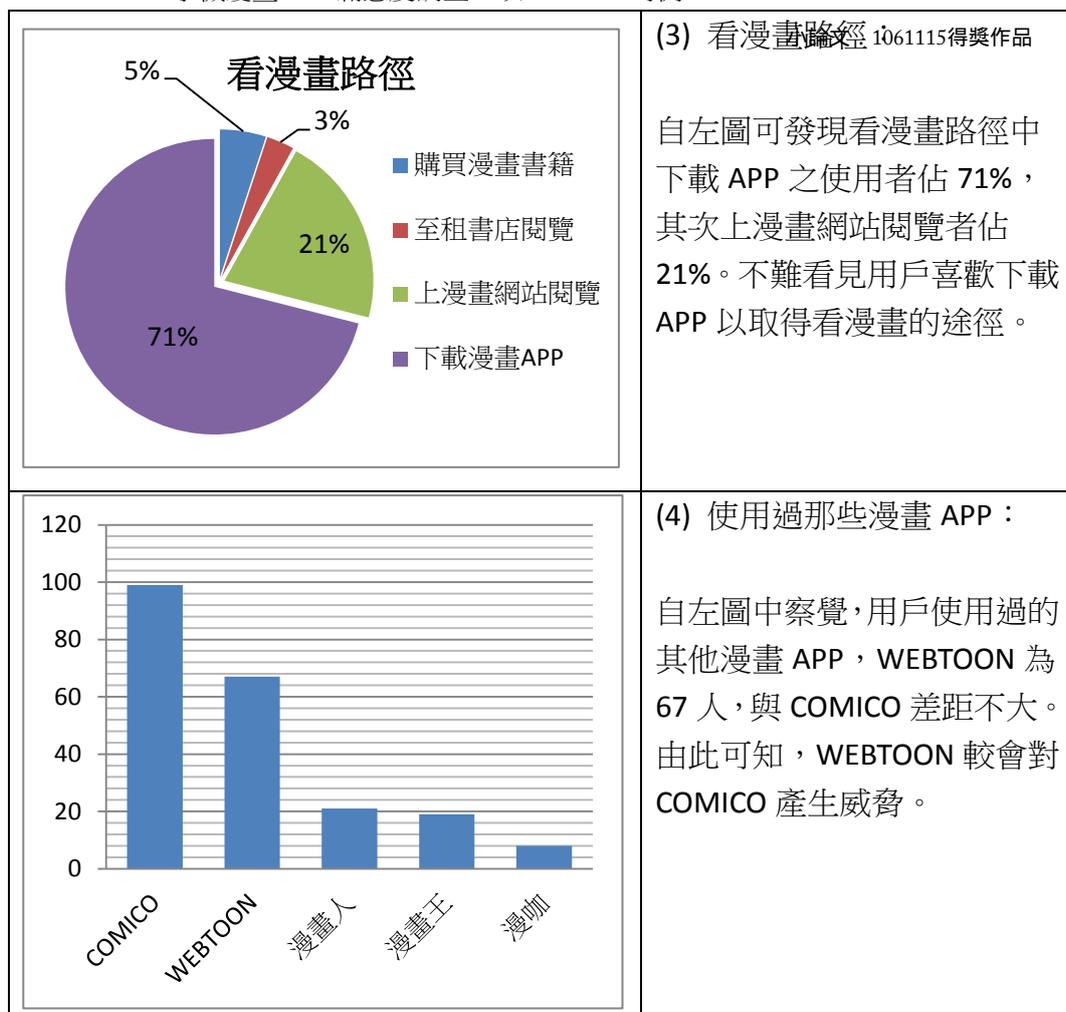
表三：受訪對象性別及年齡分析表

年紀	男性	女性	合計(人數)
12 歲以下	2	1	3
13-18	27	57	84
19~25	3	3	6
25-35 歲	1	0	1
35 歲以上	3	3	6
合計(人數)	36	64	100



2、問卷內容





3.行銷策略滿意度分析：

表四：受訪對象針對 COMICO 漫畫 APP 功能滿意度分析表

項目	非常不滿意(%)	不滿意(%)	尚可(%)	滿意(%)	非常滿意(%)
1.版面設計滿意度(顏色、美感)	2	3	37	27	31
2.分類列表及容易操作程度	2	4	36	27	31
3.畫面流暢度	6	3	37	16	38
4.漫畫畫風滿意度	4	2	39	22	33
5.漫畫劇情滿意度	2	3	34	27	34
6.互動式漫畫喜愛程度	2	9	33	27	29
7.連載漫畫整體滿意度	1	4	45	27	23
8.整體活動設計滿意度	1	4	54	20	21
9.活動獎品滿意度	1	3	52	21	23
10.客服功能滿意度	0	2	23	12	63
11.連載漫畫更新速度	9	6	34	27	25
12.整體滿意度	1	2	35	17	45

由表四可知，在 12 項針對 COMICO 漫畫 APP 功能滿意度分析調查中，其中滿意及非常滿意高達六成的項目為「客服功能滿意度」，佔 75%；其次為「漫畫劇情滿意度」佔 61%。顯示可顯現 COMICO 客服部能夠快速回應讀者、解決讀者問題的能力。而漫畫劇情滿意度佔 61%，可見 COMICO 使用者對於漫畫劇情表示尚可，卻又不是太突出。

再者，在 12 項針對 COMICO 漫畫 APP 功能滿意度分析調查中，其中不滿意及非常不滿意最高者為「連載漫畫更新速度」佔 15%；其次「互動式漫畫喜愛程度」佔 11%。顯示由漫畫內容也可查知，作者不定時以一些不可抗力因素停止更新，亦或者是特別假日時作者推出與劇情毫無相關的特別篇……。這些皆可看出 COMICO 作者們對於更新的不重視，提議 COMICO 能針對此點進行改善。而互動式漫畫目前最新集數在 2016 年 5 月 6 日即停止更新，可推測出讀者對於互動式漫畫並不甚了解，建議 COMICO 能發表更多的互動式漫畫。

同時，在 12 項針對 COMICO 漫畫 APP 功能滿意度分析調查中「整體活動設計滿意度」項目，受訪者表示「尚可」的選項最多佔 54%，且滿意及不滿意的受訪者比例最少，佔 41%，可知 COMICO 對於活動設計的用心，關於此 COMICO 能繼續保持。

參、結論與建議

一、結論

(一) COMICO 竄升迅速的原因

行動時代來臨，我們每天都與行動裝置密不可分，根據消費者看漫畫之使用行為發現使用手機漫畫 APP 遠遠超越使用電腦者，而漫畫 APP- COMICO 滿足現代人對於漫畫的新使用習慣，這也是 COMICO 之所以能竄升迅速，成為新趨勢的原因。

(二) COMICO 用戶的使用程度

根據市場調查，COMICO 使用者大多為年輕族群，其中又以女性居多。用戶每週使用該 APP 的頻率為每週 3~4 次，平均兩天就會使用一次，雖然目前使用時間沒有那麼久，但仍是個進步的趨勢。

(三) 使用者對 COMICO 功能的滿意程度

根據市場問卷調查結果，我們可以從中得知大部分使用者整體而言對

COMICO 的功能及設計的滿意度偏高，若在新增或修改一些功能，會更廣泛人們的喜愛。

二、建議

根據文獻分析及問卷調查的結果，本研究列出建議如下：

- (一) 台灣特色文化可容入在地漫畫內容，讓國外讀者能看見台灣的美好，進而帶動台灣觀光商機。
- (二) 能與政策法令相關之宣導合作，促進民眾對於政策法令的了解。
- (三) 可增設語音報讀功能，考慮到身心障礙讀者無法閱讀的問題。
- (四) 將有相關興趣之素人，提供專業技能以及資金進行受訓，培育我國漫畫之人才。
- (五) 建議漫畫內容，針對特定節日推出符合漫畫劇情之內容，而非毫無相關之特別篇。
- (六) 連載漫畫之更新，以定期舉辦活動，增加漫畫話數，提供使用者一次看個夠。
- (七) 根據問卷調查，使用者較愛好按讚抽獎品以及賓果連線遊戲，此類活動可多多推出。
- (八) 在排行中較有名氣之作品可另外推出相關貼圖或其他周邊商品，以提高漫畫知名度。
- (九) 根據問卷調查，使用者對於互動式漫畫並不甚了解，故可多推出互動式漫畫。
- (十) 能設定畫面及字體大小，考慮到讀者視力舒適度。

肆、引註資料

蘇蘅 (1994)。國立新竹教育大學藝術教育與創作碩士班論文。

林佩璇 (2015)。成年人漫畫迷閱讀漫畫動機與偏好之研究。國立新竹教育大學藝術教育與創作碩士班論文。

陳敏忠 (2007)。「我國技職校院行銷策略之探討」。中華技術學院。
<http://aca.cust.edu.tw/pub/journal/37/37-20.pdf>

楊坤沅(2013)。APP 應用程式使用行為之研究。行政院國家科學委員會補助大專學生研究

手機漫畫 APP 滿意度調查—以 COMICO 為例
計畫研究成果報告。台灣博士論文知識加值系統。清雲科技大學。小論文。1061115得獎作品

林致任（2012）。臺灣博碩士論文嵌入式 Android 系統之 App 開發與應用。

甲等

《商業類》

篇名：

「轉」出商業奇蹟—OREO 品牌行銷及顧客滿意度之調查(以花蓮市居民為例)

作者：

馮元君。國立花蓮高級商業職業學校。商三乙班

李子清。國立花蓮高級商業職業學校。商三乙班

黃渝軒。國立花蓮高級商業職業學校。商三乙班

指導老師：

李其峰老師

一、研究動機

「轉一轉、舔一舔、泡一泡」(卡夫食品官方網站, 2017), 一聽到這句耳熟能詳的廣告詞, 大家的腦海中就會描繪出奇特圖騰的巧克力餅乾, 香濃的鮮奶油彷彿真實一般在味蕾上蔓延, 不論男女老少, 只要嘗過一口就會深深陷在 OREO 的魅力之中。OREO 在大家的回憶中站有一隅之地, 更是創造了絡繹不絕的商機, 甚至在紐約市第九及第十大道之間, 出現一條以 OREO 命名的街道。擁有 100 多年的歷史的 OREO, 為何能以這一句廣告詞, 讓消費者在購買時能第一個想到它? 在現今的社會裡, 各家廠商的夾心餅乾如雨後春筍般的崛起, 而 OREO 為何能在夾心餅乾的商場中保有一席之地? 此研究將探討 OREO 品牌行銷及顧客滿意度之調查。

二、研究目的

- (一) 探討 OREO 的行銷策略及 SWOT 分析
- (二) 探討瞭解花蓮消費者對 OREO 滿意度
- (三) 根據研究結果提出具體建議以供業者參考

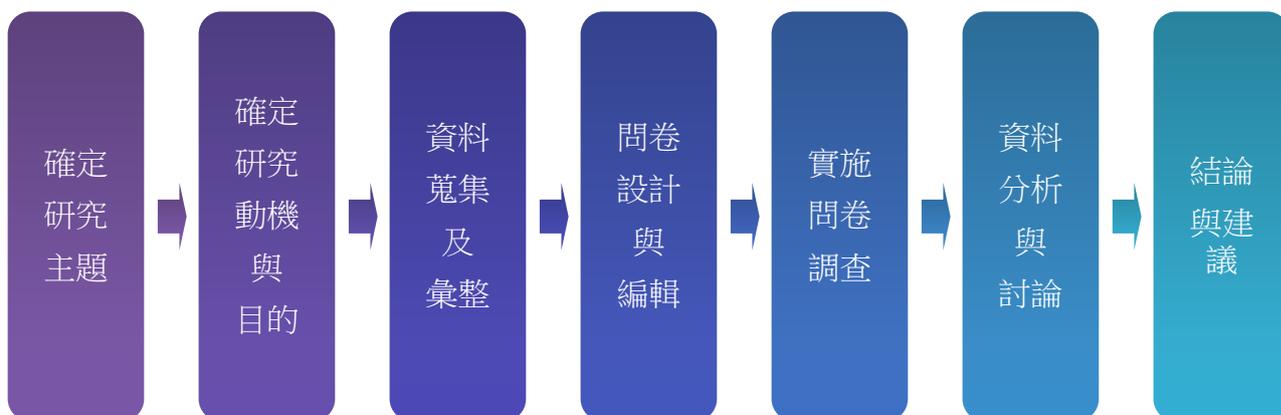
三、研究方法

- (一) 以文獻探討法, 參考相關書籍與資料進行本研究。
- (二) 透過問卷調查法了解花蓮居民對 OREO 滿意度及意見。

四、研究範圍與限制

因人力及經濟考量下, 本研究只針對花蓮消費者做調查。

五、研究架構:



圖(一)研究流程圖

(資料來源: 本組組員自行整理)

一、OREO 的起源及名稱由來

(一)起源

在 19 世紀後期，美國小企業逐漸結為聯盟。在 1898 年，合併為國家餅乾公司（National Biscuit Company，簡稱 Nabisco），在全國各地擁有 114 家工廠成為了餅乾行業的巨頭。然而，在 1902 年時，國家餅乾公司(Nabisco)的董事會成員 Joseph Loose 成立了另一家餅乾公司 Sunshine Biscuit，其產品線幾乎是 Nabisco 的翻版。Sunshine Biscuit 推出由兩片巧克力脆餅和奶油夾餡組成的夾心餅乾的 hydrox，兩年後，Nabisco 就照搬了這一創意，推出了極為相似的 Oreo—就是後來風靡全球的奧利奧。作為「原版」hydrox 也敵不過 Oreo 的魅力，消失於市面上。

(二)名稱由來

關於 Oreo 的名稱來源，在法語中 Oreo 就是金子的意思，因為最初的 Oreo 包裝是用到這個顏色；另外也有人猜測 Oreo 的餅乾上面刻著類似山一樣的圖案，而在希臘語裡面山的發音是 Oreos，不過這個說法較勉強，因為在其包裝或者宣傳方面也並沒有過多提起山。大眾較能接受說法是前後兩個 O 代表圓圓的巧克力餅乾，而中間的 re 代表著「cream」（奶油）。

二、OREO 歷史簡表

表(一) OREO 歷史簡表

年份	事蹟
1910	Nabisco 推出了 Oreo—也就是後來風靡全球的奧利奧。
1920	由於奶油口味較受歡迎，Nabisco 公司停止了檸檬調合蛋白口味的生產。
1952	其餅乾外觀設計成今日所看到的樣式。
1975	Nabisco 公司開始推出不同款式和口味的 Oreo 曲奇，而首款 Oreo 的變款就是 DOUBLE STUF Oreo。
1996	進入中國市場。
2000	Nabisco 被卡夫食品總公司菲利浦莫里斯收購的，並跟卡夫合併在一起。
2005	由於在中國市場餅乾銷售量只有 3%，卡夫調整了配方並且降低甜度，並且推出較為便宜的小包裝。
2012 年 10 月	卡夫拆分為全球零食業務和北美雜貨業務兩個獨立運營機構，成為了兩間獨立的上市公司。
2013	卡夫食品將卡夫食品中國更改為億滋中國。
2015	2015 年北美雜貨的卡夫食品與亨氏合併，成為卡夫亨氏。

(資料來源：本組組員自行整理)

三、OREO 的行銷策略、行銷組合(4P)及 SWOT 分析

(一)行銷策略

始終堅持「轉一轉、舔一舔、泡一泡」(卡夫食品官方網站，2017)，這9個字的廣告詞，其蘊含著 OREO 的行銷策略：

- 1.可強化在消費者心中 OREO 這個夾心餅乾的認知及地位
- 2.可增強在食用夾心餅乾時的趣味性



圖(二)OREO 行銷企劃

(資料來源：本組組員自行整理)

(二) 行銷組合(4P)

4P 是指 產品 (Product)、價格 (Price)、通路 (Place)及推廣 (Promotion)四項決策，稱為「行銷組合」(陳凱俐等，2017)。

1.產品 (Product)

「指設計產品的內容、屬性、品質、外觀、包裝、標籤、服務等」(陳凱俐等，2017)，以「產品」為主的行銷活動，是價格策略、促銷策略及分銷策略的基礎。

2.價格 (Price)

「指決定產品價格、折扣」(陳凱俐等，2017)，又有定價策略之稱，主要研究如何將產品定價、調價等。

例如：滲透訂價法。

3.通路 (Place)

研究在產品到達最終消費者前，制定與各分銷商的成本分攤、利益分配等。

(1)通路的長度：了解製造者為直接銷售商品給消費者，或是透過多少中間商(批發商、零售商)販售。

(2)通路的密度：了解此產品為廣布零售通路，或是選擇性挑選項目較少的零售通路(例如專賣店)

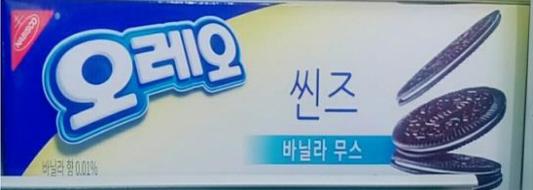
(3)通路的種類：了解透過販售商品之店面為何。例如透過超商、百貨公司和量販店。

4.推廣 (Promotion)

「決定刺激消費或訊息提供的方式」(陳凱俐等，2017)，透過舉辦活動及比賽、平面或電子媒體、電視廣告等提高產品知名度。又有傳播與溝通策略之稱。

表(二) OREO 之 4P 分析

產品 (product)		
	OREO 香草口味夾心 137g	OREO 黑白巧克力口味夾心餅乾 137g
		
	OREO 清甜夾心餅乾 137g	OREO 草莓夾心餅乾 137g
		
	OREO 金奇巧克力口味餅乾 137g	OREO 花生巧克力夾心 137g
		
	OREO 巧克力夾心餅乾 137g	OREO 巧克力雙享包 232g

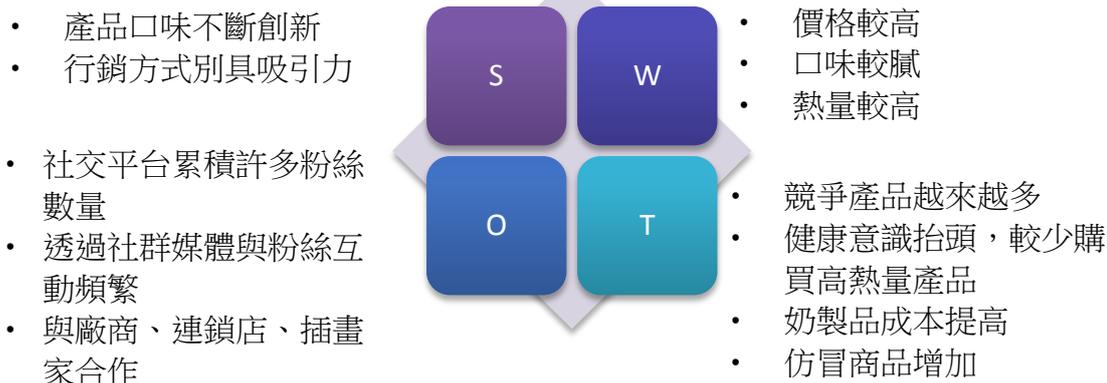
<p>產品 (product)</p>	 <p>OREO 迷你巧克力夾心餅乾 46g</p>  <p>OREO 白巧克力脆皮夾心餅 100g</p>  <p>OREO 薄片夾心餅(提拉米蘇) 42g</p>	 <p>OREO 巧心蛋糕 74.5g</p>  <p>OREO 牛奶巧克力脆皮夾心餅 100g</p>  <p>OREO 薄片夾心餅(香草夾心) 42g</p>
<p>價格(price)</p>	<p>1.單條裝 38~49 元； 2.兩條裝 72 元； 3.三條裝 89 元； 4.巧心蛋糕 38 元 5.迷你巧克力夾心餅乾 34 元； 6.脆皮夾心餅 165 元； 7.薄片夾心餅 79 元。</p>	
<p>通路(place)</p>	<p>1.通路的長度: 透過多層的中間商，將產品零售販賣給消費者。 2.通路的種類: 經由各家量販店、超市、超商及網際網路平台販售給消費者。</p>	
<p>推廣 (promotion)</p>	<p>主辦各種抽獎活動或周年慶、結合 QR Code 掃描餅乾圖案，以創造新的活動體驗，吸引消費者關注。</p>	

(資料來源：本組組員自行整理)

(三)SWOT 分析

屬於企業管理理論中的策略性規劃。企業內部分為「優勢(Strengths)」及「劣勢(Weaknesses)」；企業外部分為「機會(Opportunities)」及「威脅(Threats)」。

通過 SWOT 分析，幫助企業將資源和行動聚集在自己的強項與有最多機會的地方，讓企業的戰略更加明朗。



圖(三)SWOT 分析圖

(資料來源：本組組員自行整理)

四、顧客滿意度問卷調查分析

問卷調查是為了更加瞭解市場的重要方法，研究者將所要研究的問題編製成問卷，以郵寄方式、網路填答、當面作答或者追蹤訪問等方式，「推估全體對特定問題的反應」。問卷調查除了使用在學術研究，也大量使用在消費者意見蒐集、行銷調查等各種領域，又稱問題表格法。(邱皓政，2002)。

(一)問卷說明

本問卷調查內容分為三個部分，第一部份為受訪者基本資料；第二部份為顧客消費行為，其中包括選購產品的主因、類型、口味及價格等；最後部分為消費者建議。

(二)問卷調查說明

以花蓮市居民為本研究群體，採用網路問卷，於 106 年 7-8 月份共一個半月內總計有 110 份，有效回覆 109 份，無效問卷 1 份，以下為結果分析。

(三)問卷調查結果分析

1.基本資料

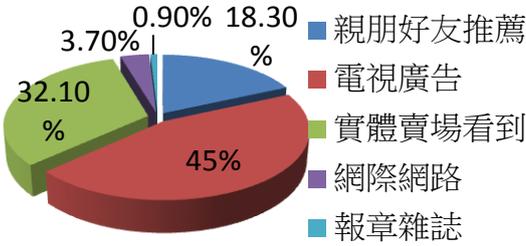
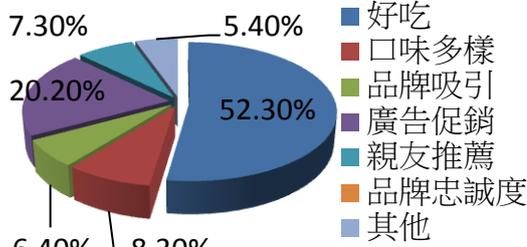
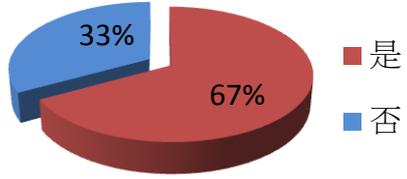
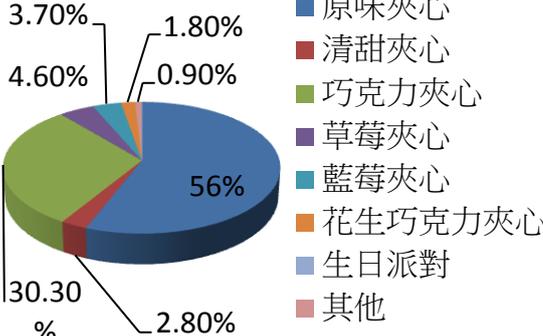
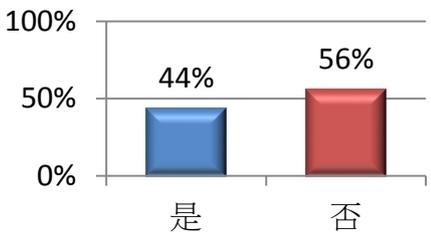
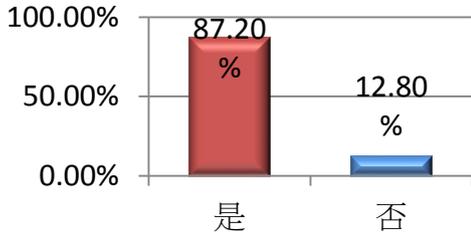
表(三)顧客基本資料

性別	女(70.6%)；男(29.4%)
年齡	15 ~ 25 歲(40.4%)；26 ~ 35 歲(11.9%) 36 ~ 40 歲(9.2%)；40 歲以上(38.5%)
職業	學生(36.7%)；軍公教(23.9%)； 服務業(22.9%)；家管(10.1%)；自由業(6.4%)
每月平均收入 或零用錢	10000 以下(39.4%)；10001~20000(7.3%)； 20001~30000(12.8%)；30000 以上(40.4%)

(資料來源：本組組員自行整理)

由上表(三)可得知，受訪者中性別以女性居多；年齡以 15 ~ 25 歲居多；職業以學生居多；每月平均收入或零用錢以 30000 以上居多。

2.顧客之消費行為分析

 <p>圖(四)如何知道 OREO 這個牌子</p> <p>由上圖可知，受訪者以電視廣告知道 OREO 為居多，其次則是實體賣場看到。</p>	 <p>圖(五)購買 OREO 餅乾的原因</p> <p>由上圖可知，受訪者以好吃為居多，其次則是廣告促銷。</p>
 <p>圖(六)購買 OREO 餅乾後，您是否會向周圍的人推薦 OREO</p> <p>由上圖可知，受訪者大部分會向周圍的人推薦 OREO。</p>	 <p>圖(七)較常購買 OREO 餅乾的口味</p> <p>由上圖可知，受訪者中以原味夾心為居多，其次則是巧克力夾心。</p>
 <p>圖(八)購買餅乾時是否會優先考慮 OREO</p> <p>由上圖可知，受訪者大部分在購買餅乾時不會優先考慮 OREO。</p>	 <p>圖(九)是否會願意再次購買 OREO 餅乾</p> <p>由上圖可知，受訪者大部分願意再次購買 OREO。</p>

3.顧客之滿意度分析

以下是針對 OREO 產品的滿意度做為調查，並將選項分為非常滿意、滿意、普通、不滿意及非常不滿意五個等級，結果如下表。

表(四)顧客滿意度之分析

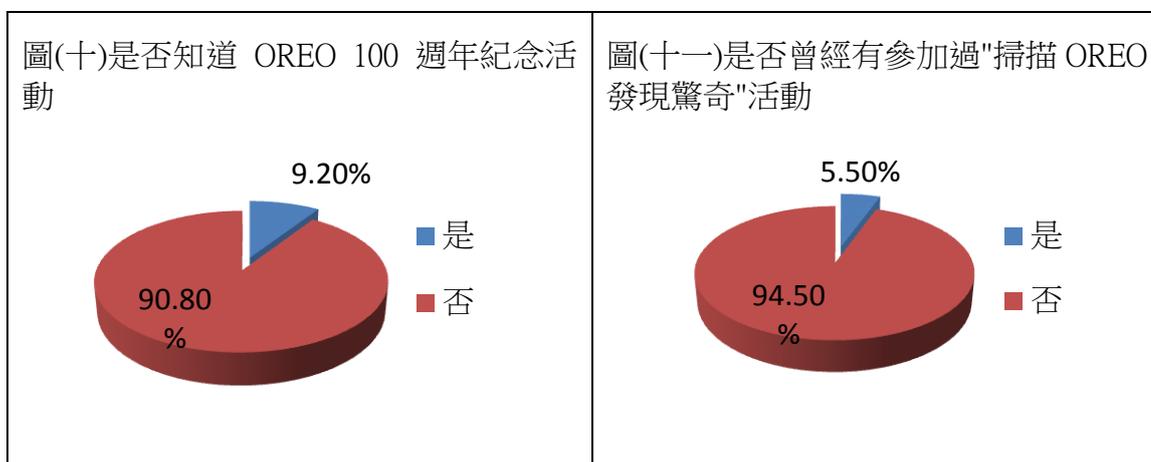
題目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
口味選擇	25.7%	46.80%	26.60%	0.90%	0%
定價	13.80%	28.40%	50.50%	7.30%	0%
購買方式及方便性	37.60%	42.20%	20.20%	0%	0%
促銷活動	20.20%	38.50%	40.40%	0.90%	0%
廣告行銷	28.40%	38.5%	33%	0%	0%
包裝	22.00%	46.80%	30%	1%	0%

(資料來源：本組組員自行整理)

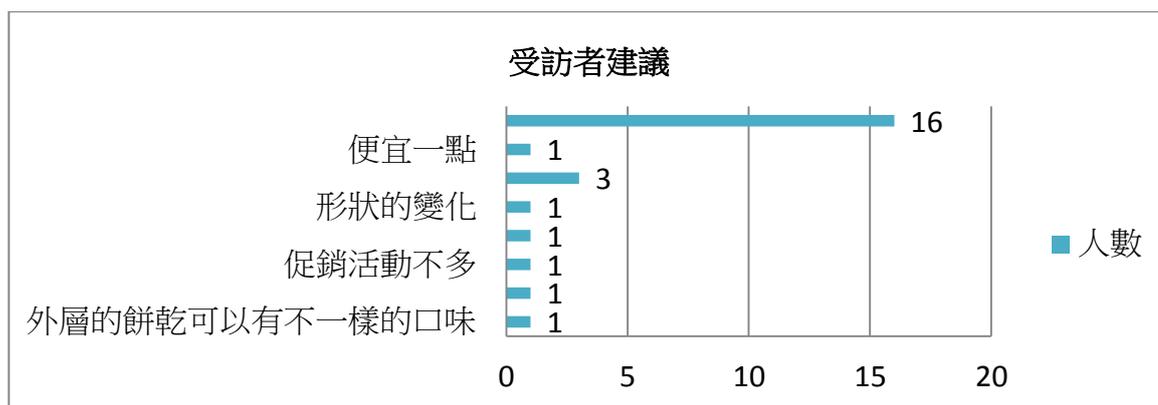
由上表可得知，受訪者在口味選擇方面以滿意為居多；在定價方面以普通為居多；在購買方式及方便性方面以滿意為居多；在促銷活動方面以普通為居多；在廣告行銷方面以滿意為居多；在包裝方面以滿意為居多。

4.推廣分析

由下圖(十)及圖(十一)可得知，受訪者對於 OREO 在推廣活動這方面的訊息較缺乏。



5.受訪者建議



參●結論與建議

依據上述的文獻資料與問卷調查分析結果，針對 OREO 品牌行銷及顧客滿意度調查本組歸納出以下幾點:

一. 結論

(一)行銷策略

OREO 在產品方面具多樣化的選擇可讓消費者選購；但在推廣方面因訊息的曝光度較低，而使消費者對於 OREO 所舉辦的相關活動訊息較缺乏。

(二)SWOT 分析

因現代社會健康意識抬頭，使消費者減少購買較高熱量的產品，如何兼顧品牌與消費者喜好是一大問題。

(三)消費者對 OREO 滿意度

在口味選擇、購買方式及方便性、包裝、廣告行銷等四方面為滿意；而在定價及促銷活動方面為普通；由此可知消費者對於 OREO 產品的滿意度以滿意為大宗。

二. 建議

(一)根據問卷分析結果，在推廣活動方面，可多舉辦活動、以贊助商或是公益活動的方式，除了可提高 OREO 產品的曝光度外，也可提高消費者對於 OREO 在產品的認知。

(二)在口味方面，可設計低卡少糖系列的商品，除了可延續產品口味多樣化的特色外，也可與市面上的夾心餅乾做區隔。

(三)在滿意度方面，對於訂價上大多消費者感到普通，建議可多做促銷活動，使消費者更加願意購買。

肆●參考資料

1. 戴國良 (2016)。圖解行銷學。台灣:五南圖書出版公司。
2. 徐玉霞、黃照明、吳碧玉、汪澤龍 (2015)。商業概論 I。台中市:信樺文化事業有限公司。
3. 沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣 (2015)。商業概論 II。台北市:啟芳出版社有限公司。
4. 啟芳財經研究室 (2014)。行銷學 I。台北市:啟芳出版社有限公司。
5. 江淑貞、朱珍珍、鄭美蘭(2017)。商業概論易點通總複習(上)。台北市:啟芳出版社有限公司。
6. Oreo 官網。2017 年 3 月 31 日，取自 <http://www.oreo.com/>。
7. 壹讀：Oreo 簡史。2015 年 3 月 31 日，取自 <https://read01.com/QOQaj5.html>。
8. Yahoo 奇摩媒體行銷部經理 Grace (2015)。數位內容行銷的典範 OREO 讓網友連續關注 100 天的祕訣。2017 年 4 月 7 日，取自 <http://www.motive.com.tw/?p=7410>。
9. Sheryl Chen (2014)。精準掌握消費者心理的內容行銷：成功賦予品牌新活力—OREO 的 100 天內容行銷。2017 年 4 月 7 日，取自 <https://goo.gl/WDM2n9>。
10. 黃詩宜 (2016)。S&J 聖僑資訊：這餅乾比我們還老? Oreo 如何用故事力再塑品牌價值。2017 年 4 月 14 日，取自 http://www.sjcorp.com.tw/blog/case/oreo_brand。
11. BIOS 編輯部 (2012)。轉一轉、舔一舔、泡一泡：OREO 100 歲生日。2017 年 4 月 14 日，取自 http://www.biosmonthly.com/daily_news_topic/1734。
12. Oreo 維基百科。2017 年 4 月 21 日，取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A5%A7%E5%88%A9%E5%A5%A7#.E6.AD.B7.E5.8F.B2>。
13. Inbound Journals!創制完美內容的 5 個必備元素。2017 年 4 月 21 日，取自 <http://www.inboundjournals.com/create-content-perfection-5-essential-ingredients/>

甲等

《藝術類》

篇名：

「百萬取一」・韓國知名舞蹈教室探討

作者：

鄭文軒・國立花蓮高級商業職業學校・商業經營科三年乙班

宋玟君・國立花蓮高級商業職業學校・商業經營科三年乙班

洪加真・國立花蓮高級商業職業學校・商業經營科三年乙班

指導老師：

李其峰老師

壹、前言

一、研究背景與動機

「**街舞**，英語：Street Dance，縮寫為 SD」(維基百科，2017)，「**是美國黑人城市貧民的舞蹈。到了 70 年代，他被歸納為嘻哈文化的一部份。**」(王瑩，2017)，起初主要是配合嘻哈音樂所做出有節奏感的動作，而其他音樂類型如：Funk 音樂和靈魂樂(soul)等的興起，導致了新的舞蹈形式的出現，其中韓國近日爆紅的 1million 舞蹈教室是結合了各種的舞風，皆是按照老師的個人風格編舞，不受到舞風 (Hip-hop, popping, jazz, raggae…) 的限制。

而 1 million 舞蹈教室更是因此在網路平台創造出了超高點閱率，也帶動了些觀光吸引各地人前去學習舞蹈。

二、研究目的

- (一) 深入了解 1 million 舞蹈教室的背景與師資。
- (二) 探討其魅力之處，為何吸引了眾多學生願意前去學習。
- (三) 主要透過哪些方式宣傳，創造高知名度。

三、研究方法

(一) 文獻探討法

利用網路平台及網友購買課堂後的心得感想，深入了解 1million 舞蹈教室。

(二) 問卷調查法

利用網路問卷隨機調查，了解各位對 1 million 舞蹈教室的瞭解程度。

四、研究範圍與限制

因人力、經濟及時間限制下，本研究利用網路問卷進行問卷調查。

五、研究步驟



圖(一):流程架構圖

資料來源:本組自行彙整

貳、正文

一、1Million Dance Studio 背景與師資

(一) 背景

1Million成立時間於2006年，教室位於韓國首爾，是由資歷最深的Lia Kim老師與另一位合夥人所創立的。目前包含了Lia Kim、Mina Myoung、May J Lee、Junsun Yoo、Bongyoung Park、Eunho Kim、Sori Na與其他18位老師共同在1million授課教學。

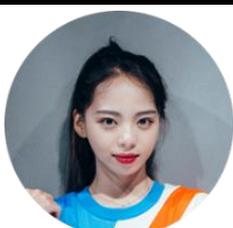


(圖二):logo 資料來源:官方網站

(二) 師資

表(一):師資介紹

 <p>(圖三):Lia Kim 資料來源:官方網站</p>	<p>為1Million女王級人物，為舞齡最長的老師，最擅長的舞風為popping、locking，其他舞風包含Hip Hop、reggae、Girl style、waacking也都有涉獵。</p> <p>也曾經為許多韓國當紅藝人團體編舞，例如:少女時代、2NE1、Wonder Girl、MISS A、2PM、TWICE。</p> <p>在youtube的訂閱人數高達66萬，instagram則有49萬個跟隨者。</p>
 <p>(圖四): Mina Myoung 資料來源:官方網站</p>	<p>中學時期開始接觸舞蹈，舞風經常為free style，包含了Hip Hop、reggae、popping、Girl style，編舞的態度比較偏向中性，是男女都非常適合的舞風。</p> <p>學舞期間曾為Lia Kim的學生，Lia Kim為她的提拔人，最後能力足夠而變成1Million的老師之一。</p> <p>在youtube的訂閱人數22萬，instagram則有41.5萬個跟隨者。</p>
 <p>(圖五): May J Lee 資料來源:官方網站</p>	<p>長相甜美，為1Million人氣最旺的老師，擅長舞風為girl Style、Jazz、waacking。曾上過中國的綜藝節目(天天向上)，也幫NIKE代言運動服裝。</p> <p>在youtube的訂閱人數33萬，instagram則有54.2萬個跟隨者。</p>

 <p>(圖六):Junsun Yoo 資料來源:官方網站</p>	<p>舞齡8年，擅長的舞風為hip hop，乾淨的動作打在清楚的節拍上面，不僅吸引了男學生也吸引了很多女學生向他學習hip hop。有著一個藝人身分的親妹妹。 在youtube的訂閱人數7萬，instagram則有20.1萬個跟隨者。</p>
 <p>(圖七):Bongyoung Park 資料來源:官方網站</p>	<p>是個讓人驚艷的男老師，因他風格多變，且是個充滿肌肉線條的男生，能表現出跳男舞的扎實感，跳女舞時又能跳出女生的柔軟與魅力。 在youtube的訂閱人數14萬，instagram則有25.7萬個跟隨者。</p>
 <p>(圖八):Eunho Kim 資料來源:官方網站</p>	<p>舞風偏LA，注重細節，由內而外的情感，個性活潑開朗。 在youtube的訂閱人數4萬，instagram則有12.3萬個跟隨者。</p>
 <p>(圖九):Sori Na 資料來源:官方網站</p>	<p>是個讓人覺得很酷炫的女老師，在美國學習很久的舞蹈，舞風為比較歐美風的hip hop，並且在多間教室擔任老師。 在youtube的訂閱人數9萬，instagram則有27萬個跟隨者。</p>

資料來源:本組自行統整

二、教室使用方式

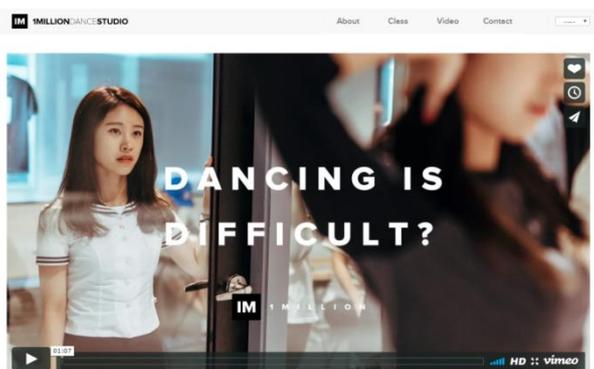
(一) 教室使用規定

1million不需要入會費，第一次上課時要提供姓名、手機，與設定一組上課用的個人密碼，每次課堂前必須先在教室外面排隊，再依序輸入設定的個人密碼，進入教室。而一堂課教室最大人數限制為60人，課程中不能離開教室，也不能錄影及拍照。

三、網路平台介紹

(一) 官方網站

乾淨明瞭的官方網站裡，因充斥著外地學生，而1million貼心的設置了三種語言切換，分別是英文、韓文、中文，滿足全球各地學生不同語音的需求。並有設置當天課表及時更新與問答版回覆問題，如若不熟師資，也有每個老師的作品影片供了解。



圖(十):官方網站

資料來源:官方網站

(二) Instagram及Youtube

除了官方網站，1million更致力發展於人人皆有帳號的網路平台，時下流行的有Instagram及Youtube，Instagram追蹤人數共有58萬(Instagram，2017)，而Youtube則有將近六百萬的訂閱者(Youtube，2017)！

1. Instagram

Instagram不是正規影片平台，1million除了分享一些表演、團體合照的照片，更多的是宣傳及預告即將在哪裡有演出與授課，同時也常釋出一些作品的片段，吸引人們點閱，增加在全球的曝光率，再讓大家前往Youtube欣賞完整的作品，增加Youtube點閱率，進而達到行銷教室的目的。

2. Youtube

Youtube這個免付費平台上，總累積觀看次數超過13億，訂閱人數將近6百萬，而Youtube正是1million會如此風靡全球的一個跳板，因為1million會將各個老師的課堂作品，利用專業的攝影機及簡單的運鏡，搭配每個老師自行發揮的創意，在課堂結束後以舞蹈教室為背景拍出簡短的作品來發表，不僅老師，任何課堂上的學生都有可以被選上加入影片拍攝的機會。而各種老師的專長、舞風不同，又創造出了更多驚喜，且因為每天都有課程，新流行或者較經典的歌曲都可能成為下一部舞蹈作品的發表，更新速度極快，讓不了解舞蹈或者是了解舞蹈的人，都能有很棒的視覺享受。

除了作品發表，1million會特別針對某些較高點閱次數的作品，來製作分解動作影片教學，裡面有編舞老師仔細講解每一個動作的軌道及方向，讓沒上到課程的人透過網路平台也能仔細的學習編舞老師的創

意。而除了比較適合有舞蹈底子的人學的課程，1million也有基礎課程，供沒接觸過舞蹈的人學習，同樣也有作品發表於Youtube上。

影片的製作不僅帶給學生更多的成就感和參予感，還帶來的龐大的流量及學生上課的意願，更多的是網路的傳播所帶來的知名度。

四、1million 的商業活動

1million 舞蹈教室除了在網路上的平台發展很成功之外，也常常收到邀約代言，除此之外，他們也有幫許多韓國知名的藝人編排 MV 舞蹈。

(一) 合作

1、Samsung Galaxy S8

曾經與 Samsung 合作過，幫忙宣傳 Samsung Galaxy S8，用他們最擅長的舞蹈方式表達了 Samsung Galaxy S8 的功能，以 Samsung Galaxy S8 作為主題，提高了廣告的吸睛度。

2、GUINNESS

曾經與 GUINNESS 黑啤酒合作過，以 GUINNESS 黑啤酒為主題進行編舞，內容表達上班族整天在辦公桌前壓力極大，下班之後喝 GUINNESS，壓力就全都消除，充滿精神的樣子。

3、NIKE

曾經與 NIKE 合作過，幫忙宣傳了許多的商品，例如：運動服、鞋子、女子運動用品，也都是利用商品作為主題所編出的舞蹈製作影片，發表於 youtube，也曾出席過 NIKE AIR MAX 的活動，以表演的方式成功的吸引了觀眾的目光。



圖(十一)代言照

資料來源:Youtube 頻道

(二) 編舞

也曾經跟許多韓國的知名藝人合作過，例如：李孝利、BoA、Sunmi、Wonder Girls、少女時代、2NE1、Twice，其中最為出色的編舞作品有：BoA《Fox》、Sunmi《24 hours》、Twice《TT》等等，而Twice的《TT》MV更是突破了2億的點閱率，裡面副歌的編舞動作簡單易懂，也成功凸顯了歌曲的特色，因此《TT》成功的風靡了全球，更凸顯了1million舞蹈教室的編舞實力。



圖(十二):TT經典動作 資料來源:Twice粉絲專頁

五、擔任評審、帶領學生表演、各國 workshop

表(二)1million 近三年世界活動表

年份	
2015	Lia Kim 曾在 2015 年擔任 Boogie Red Bull Qingdao 的評審, Boogie Red Bull Qingdao 是由中華民國街舞運動推廣協會所舉辦的 Freestyle 舞蹈比賽。
2015	Lia Kim 與 ORIENTAL SHOCK CREW 在 The Dance Floor 2015 大型舞蹈比賽的決賽中合作參與表演, 震撼全場。
2015	Lia Kim 及 Mina Myoung 在台灣 TPD Film 舞蹈教室分別開 Workshop 課程。
2016	Lia Kim 在悉尼黑天鵝舞蹈藝術中心開 Workshop 課程。
2016	Lia Kim 被邀請擔任 World of Dance(WOD)世界街舞巡迴賽首爾站成年組的裁判, 並進行演出。
2016	1million 教室被邀請至中國巡迴 Workshop, 巡迴的城市有:南京、武漢、上海、天津、成都。
2017	Mina Myoung 及 Junsunyoo 在台灣 TPD Film 舞蹈教室分別進行 Workshop 課程。

資料來源:本組自行繪製

六、問卷研究與結論建議

地點：網路問卷

時間：2017年9月8號至2017年9月22號

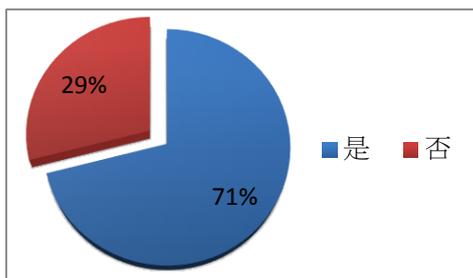
份數：共發放100份，有效問卷100份，回收率100%。

表(三)基本資料

性別	男34(34%)、女64(64%)、不方便表態2(2%)。
年齡	11~15 7(7%)、16~20 77(77%)、21~25 8(8%)、26~30 1(1%)、31~35 2(2%)、36~40 2(2%)、41以上 3(3%)。

資料來源:本組自行彙整

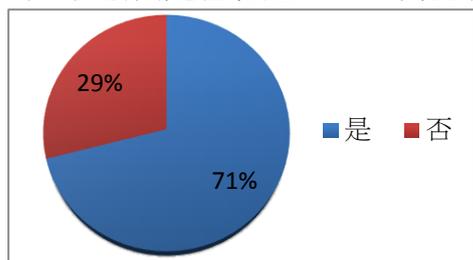
(一) 請問您是否學過舞蹈?



由此圖(十三)可得知學過舞蹈的人居多。

圖(十三)

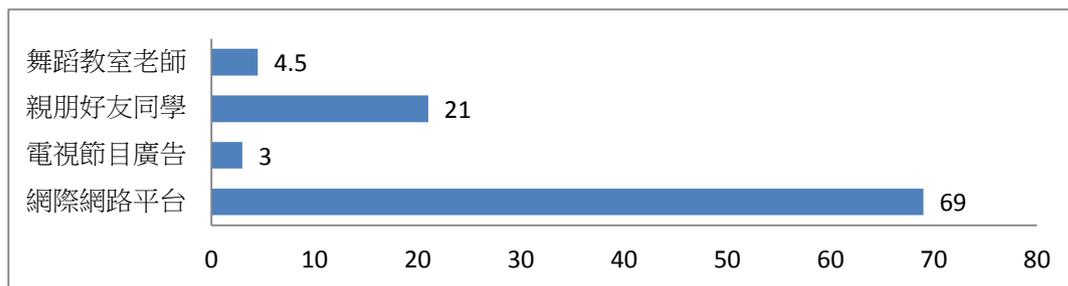
(二) 請問是否聽過1Million舞蹈教室?



由此圖(十四)可得知聽過1Million舞蹈教室的人居多。

圖(十四)

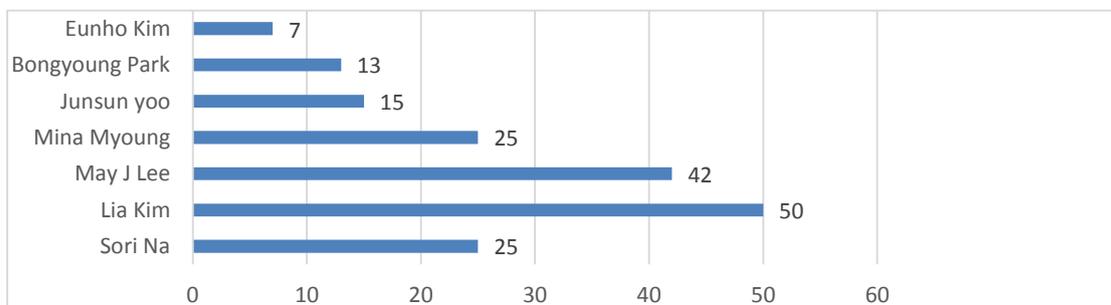
(三) 請問您如何得知1Million舞蹈教室? (複選)



圖(十五)

由此圖(十五)可知網際網路平台是舞蹈教室宣傳成功的最大部分。

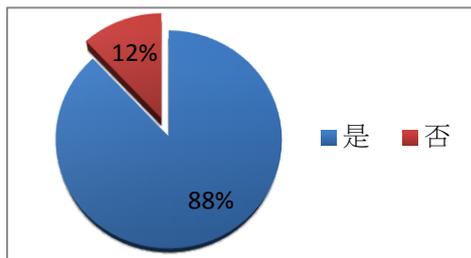
(四) 請問您最有興趣的老師是?(可複選)



圖(十六)

由此圖(十六)得知 Lia Kim 為知名度最高的老師。

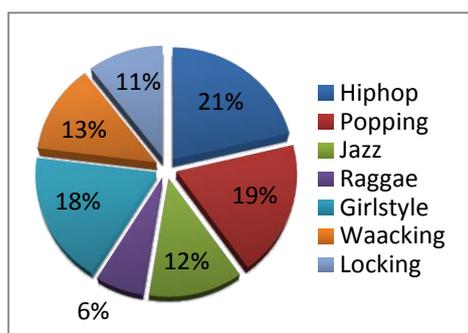
(五) 請問您對舞蹈是否有興趣?



由此圖(十七)可得知大部分的人都對舞蹈有興趣

圖(十七)

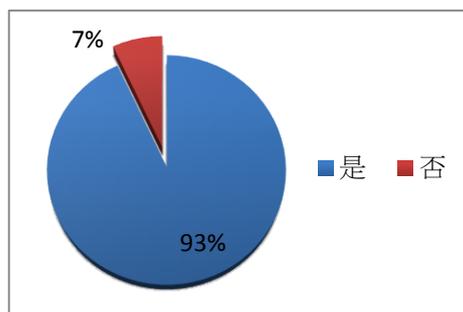
(六) 請問您知道的舞蹈風格有什麼?(可複選)



由此圖(十八)可得知大家部分熟知的舞風 1Million 舞蹈教室都有發展。

圖(十八)

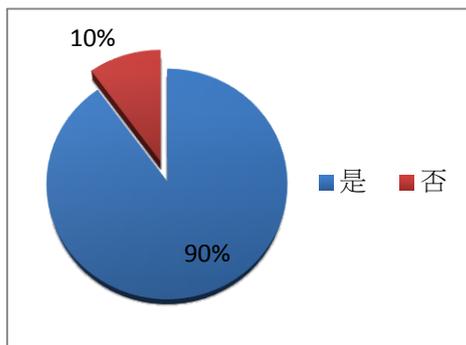
(七) 請問您是否有看過 1Million 舞蹈教室在 Youtube 上各種成果發表?



由此圖(十九)可得知大部分的人都看過 1Million 舞教室在 Youtube 上的成果。

圖(十九)

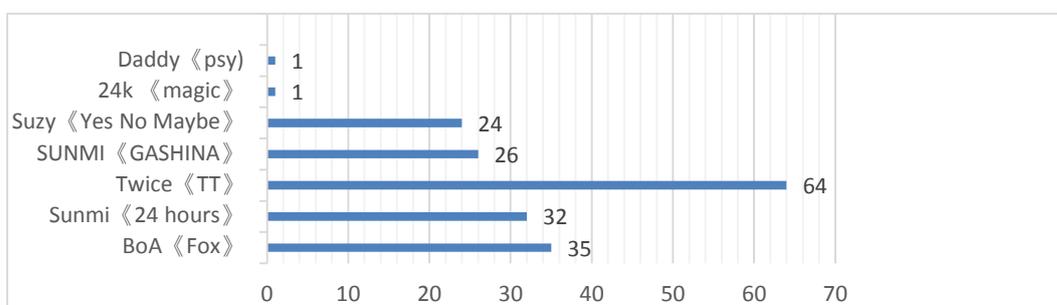
(八) 請問您是否有意願觀賞 1Million 舞蹈教室的影片?



由此圖(二十)可得知大部分的人都有意願觀賞 1Million 舞蹈的影片。

圖(二十)

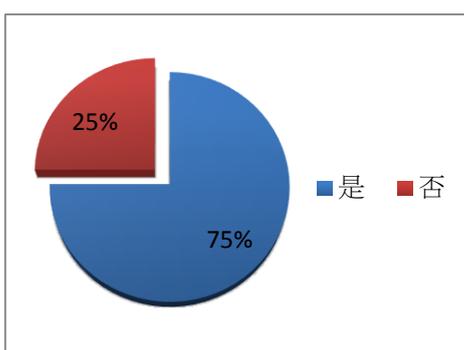
(九) 您有看過以下哪些 1Million 舞蹈教室所編排的 MV?(可複選)



圖(二十一)

由此圖(二十一)可得知 1Million 舞蹈教室所編排的《TT》舞蹈最令人印象深刻。

(十) 假使 1Million 舞蹈教室在花蓮開課程，請問您是否有意願參加課程?



由此圖(二十二)可得知大部分的人都有意願參加 1Million 舞蹈教室所開的課程。

圖(二十二)

參、結論

- 一、 1 million 舞蹈教室的老師極為多數，將近 25 位，一開始創立的為 Lia Kim 老師與另一位合夥人，而我們只針對幾位風格較明顯，印象令人較深刻的老師做了解。雖然說風格很明確，但他們同時又都具備很多樣化的面向，也有曾在各國學習舞蹈的經歷甚至有參加過許多國際比賽的經驗，可說是眼界寬廣並且融合了許多舞風及美感，受人景仰。
- 二、 現今網路資訊流通發達，在 Youtube 平台上有著數不清的音樂，更是每日都會有歌手在分享新的音樂。「根據世界唱片協會統計，全球唱片銷量約一半是街舞風格音樂創造的。」(王瑩，2017)，1 million 舞蹈教室極為擅用流行音樂，在新音樂剛從平台上釋出沒多久，就也開了課程並運用創新的舞步和隊形當作教材，發表出課堂的成果影片，顯示出 1 million 舞蹈教室的編舞能力極佳且迅速，使學生能有共鳴的前去學習。
- 三、 各個老師的舞蹈風格都各有特色，且都不斷的精進，善用流行音樂，成功擷獲觀眾及學生的心，透過了網路及 Youtube 的成果發表，創造了極高的知名度和高點閱率，也與知名藝人合作編排 MV 舞蹈，因此吸引到更多族群的觀眾及學生。

肆、引註資料

1. 1Million Dance Studio 官方網站。2017 年 05 月 12 日，取自：
<http://www.1milliondance.com/>
2. 1Million Dance Studio Youtube 頻道。2017 年 05 月 12 日，取自：
https://www.youtube.com/channel/UCw8ZhLPdQ0u_Y-TLkd61hGA/featured
3. DrTingTing(2016)。One million 愛跳舞沒有國界 韓國最強舞蹈教室上課心得。2017 年 05 月 02 日，取自：
<http://drtingting.com/archives/407/one-million-%E9%9F%93%E5%9C%8B%E6%9C%80%E5%BC%B7%E8%88%9E%E8%B9%88%E6%95%99%E5%AE%A4-%E4%B8%8A%E8%AA%B2%E5%BF%83%E5%BE%97/>
4. DrTingTing(2016)。One million 韓國最強的舞蹈教室 // 因為有他們。2017 年 05 月 02 日，取自：
<http://drtingting.com/archives/528/one-million-%E9%9F%93%E5%9C%8B%E6%9C%80%E5%BC%B7%E7%9A%84%E8%88%9E%E8%B9%88%E6%95%99%E5%AE%A4-%E5%9B%A0%E7%82%BA%E6%9C%89%E4%BB%96%E5%80%91/>
5. 街舞維基百科。2017 年 03 月 24 日，取自：
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%A1%97%E8%88%9E>
6. 王瑩 (2016)。街舞運動教程。台灣。大展出版社。

甲等

《商業類》

篇名：

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例

作者：

潘奕璵。國立花蓮高級商業職業學校。商經科三年乙班

林艾潔。國立花蓮高級商業職業學校。商經科三年乙班

蔡婷婷。國立花蓮高級商業職業學校。商經科三年乙班

指導老師：

李其峰老師

一、研究動機

由於近年來許多觀光客喜歡藉由旅遊來紓壓心情，也可透過旅遊來增進家人朋友間的感情，還可透過民宿業者介紹來了解當地鄉土文化，因此許多業者為了讓更多來自不同國家的觀光客有回到家的感覺而選擇開設民宿。

因本組同學家裡本身為民宿業，因此本組組員想更深入了解民宿是如何經營才能讓旅客想一來再來，民宿經營者又該以何種行銷方式將自家民宿推廣出去，讓來自外地的旅客了解花蓮、愛上花蓮，並根據本組探討之研究結果做為民宿業者經營模式參考。

二、研究目的

- (一)探討藍天民宿和藍天普悠瑪民宿的經營模式之差異。
- (二)了解旅客對藍天民宿和藍天普悠瑪民宿之滿意度。
- (三)根據本小組建議作為民宿業者未來經營模式之參考。

三、研究方法

- (一)透過文獻探討法蒐集網路資料。
- (二)透過 SWOT 分析及行銷組合策略(4P)進行研究。
- (三)透過問卷調查法對曾住過民宿的旅客進行調查。

四、研究範圍與限制

因人力經濟及時間限制下，本研究擬利用在校時間進行文獻探討，課餘時間針對曾住過此民宿的旅客進行問卷調查。

五、研究架構



圖1、研究架構流程圖

一、何謂民宿

民宿一詞來自於日本的 Minshuku(簡稱 B&B)，「**民宿是指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、生態等活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住所。**」(觀光局行政資訊系統，2017)

民宿與飯店之差別在於民宿沒有制式化的規定及較高級的設施，民宿會以較熱情的方式來招待客人，最重要的是讓來自外地的旅客也能有回到家的感覺，溫暖卻又不失人情味才是民宿業者的待客之道。

二、民宿簡介

(一)「藍天」民宿介紹

「藍天」民宿位於花蓮火車站附近，鄰近慈濟醫院、慈濟中小學及慈濟大學等學區，交通地理環境十分便利，周邊有各式各樣花蓮當地美食小吃，生活機能絕佳，雖坐落於花蓮市區，但仍保有寧靜的居家住宿環境。

「藍天」雖然沒有華麗的裝潢擺設，卻有明亮乾淨的室內空間，且民宿主人滿滿的熱情讓曾住宿過的旅客感到非常溫馨，每年來花蓮玩都會選擇「藍天」，業者也提供了海洋公園等門票代售服務以及代辦賞鯨等套裝行程服務，業者除了提供葷食早餐外也很貼心的提供素食早餐，甚至提供網路線上訂房系統，即早訂房避免國定假日人潮過多之滿房情形。

民宿主人希望每個來到花蓮的旅客都能有回到家的感覺，真心提供一處能釋放旅客壓力的好住處，花較便宜的價錢卻能享受最好的服務品質，是「藍天」民宿堅持的待客之道。



圖2、招牌



圖3、大廳



圖4、餐廳

(二)「藍天普悠瑪」民宿介紹

來自台東卑南族的民宿主人，「普悠瑪」族語意指卑南族，因此延續藍天一館元素，將藍天二館命名為「藍天普悠瑪」民宿，有承先啟後、開枝散葉之意。

民宿主人為了不讓原住民文化消失，「藍天普悠瑪」以卑南族文化圖騰與裝置藝術打造獨一無二的民宿，民宿內部採用大量原木自己製作家具，也邀請東華大學學生為民宿彩繪壁畫，讓旅客感受東台灣原住民特有的文化與魅力，也提供了中式、西式及原住民三種特色創意早餐及無菜單料理；民宿外部則設置無障礙空間、用心打造景觀綠地、生態水池及果園，民宿四周種植多種蔬菜水果，將有機蔬果融入特色料理內，並設置烤肉區供客人使用。

民宿業者將二館等級提升，跳脫一般的平價民宿，二館房間價格屬中高價位，用心打造精緻有特色的原住民民宿，雖離花蓮市區較遠，卻保有寧靜愜意的休息空間，並提供優質服務讓旅客感受回到家的溫暖，業者秉持著顧客至上的原則，與旅客建立良好的互動關係及服務，是民宿主人堅持的待客之道。



圖 5、招牌



圖 6、大廳



圖 7、餐廳

三、消費者滿意度

「由於消費者的喜好會不斷改變，因此業者必須瞭解消費者的喜好，藉由消費者的購買決策來幫助業者設計行銷組合。」(林建煌，2016)，購買產品後，這些產品對消費者所帶來的效果，則決定了消費者對該次購買的滿意程度。

四、「藍天民宿」及「藍天普悠瑪民宿」之 4P 行銷策略

對於一家民宿而言，網路行銷是必須具備的，現代的年輕人常透過網路尋找旅遊相關的資訊，許多背包客也會針對曾住宿過的民宿做評論。此外，在與旅客互動過程中建立良好的人脈關係，對業者來說也是相當重要的，「藍天民宿」及「藍天普悠瑪民宿」也透過國內外旅展將民宿推廣出去。

表 1：藍天民宿房型及價格介紹

房間照片	房型/加床	平日	假日	定價
 圖 8	201 蝴蝶 五人套房	\$2800	\$3350	\$5000
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人
 圖 9	302 寶貝熊 二人套房	\$1500	\$1800	\$3000
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人
 圖 10	301 向日葵 四人套房	\$2300	\$2600	\$4500
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人
 圖 11	401 星空 五人套房	\$2800	\$3350	\$5000
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人

資料來源: 藍天民宿網站

(二)「藍天普悠瑪民宿」產品及價格

表 2：藍天普悠瑪民宿房型及價格介紹

房間照片	房型/加床	平日	假日	定價
 圖 12	101 六人套房	\$4200	\$4800	\$8000
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人
 圖 13	103 VIP 兩人套房	\$3200	\$3800	\$4500
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人
 圖 14	207 熱氣球 二人套房	\$2300	\$2600	\$4000
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人
 圖 15	206 四人套房	\$3600	\$4000	\$6000
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人

資料來源:藍天普悠瑪民宿網站

「優勢、劣勢指企業本身內部環境與競爭者的比較；機會、威脅是外部環境對企業經營的影響。」(啟芳財經研究社, 2015)

表 3:藍天民宿與藍天普悠瑪民宿之 SWOT 分析

S(Strenght):優勢	W(Weaknesses):劣勢
<p>「藍天」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 鄰近市區，地理位址佳。 2. 價格較平價。 3. 提供早餐。 4. 旅遊行程規劃。 5. 離火車站約 10 分鐘路程。 6. 代售海洋公園、兆豐農場及光隆博物館門票及代辦賞鯨、泛舟等套裝行程服務。 7. 提供汽、機車租賃諮詢服務。 <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 近郊區，擁有較安靜的休閒空間。 2. 提供中、西式及原住民創意早餐及無菜單料理。 3. 提供停車場及電梯。 4. 提供早餐及旅遊行程規畫。 5. 代售海洋公園、兆豐農場及光隆博物館門票及代辦賞鯨、泛舟等套裝行程服務。 6. 提供汽、機車租賃諮詢服務。 7. 用心打造景觀綠地、生態池、果園及烤肉區。 	<p>「藍天民宿」：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 民宿位於馬路旁，常有較吵雜的車聲。 2. 無提供停車場。 3. 無電梯。 <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 價位偏高。 2. 附近較無商家、餐館。 3. 民宿市場上也同樣存在許多特色民宿，因此花費較高的成本及心力。
O(Opportunity):機會	T(Threat):威脅
<p>「藍天民宿」：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 鄰近慈濟學區，假日常有學生家長為就近到校探視學生因而讓學生外宿並入住藍天民宿。 2. 為平價民宿，適合較不注重奢華享受的旅客。 3. 民宿周邊有 7-11、銀行、各式小吃及賣場。 <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 為特色民宿，適合渡假、休閒的旅客。 2. 民宿市場上存在許多特色民宿，但在東部地區原住民特色屬觀光產業因此受到許多旅客青睞。 	<p>「藍天民宿」：</p> <p>民宿市場上存在許多平價民宿，但無較明顯特色吸引旅客青睞，較無競爭力。</p> <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <p>因內部成本較高，導致經濟效益回收時間拉長，也存在客源是否穩定充足之隱憂。</p>

資料來源:由本組彙整

六、問卷分析

為了瞭解旅客對「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿的顧客滿意度，本組組員設計了問卷發放並進行問卷調查。

發放時間：106年07月01日至09月22日。

發放份數：共60份，經篩選後藍天民宿共有20份為有效問卷，藍天普悠瑪民宿共有36份為有效問卷，4份為無效問卷。

發放地點：花蓮藍天民宿與藍天普悠瑪民宿。

(一)基本資料

表4：基本資料

	年齡	居住地區
藍天民宿	未滿18歲(17%)、19歲~22歲(14%)、23歲~30歲(31%)、31歲~40歲(28%)、41歲~65歲(10%)。	北部地區(48%)、南部地區(7%)、中部地區(21%)、東部地區(24%)
藍天普悠瑪 民宿	未滿18歲(6%)、19歲~22歲(19%)、23歲~30歲(25%)、31歲~40歲(17%)、41歲~65歲(33%)。	北部地區(39%)、南部地區(16%)、中部地區(28%)、東部地區(17%)

資料來源：由本組彙整

(二)曾住宿過「藍天」與「藍天普悠瑪」民宿之消費者行為

在住宿者如何得知此二間民宿的訊息分析中，如圖16所示，不論是藍天或藍天普悠瑪，大多數的旅客都是透過親朋好友介紹而得知民宿的訊息，由下圖可知業者透過人脈向親朋好友推薦而將兩家民宿推廣出去，也藉由現代網路的普及化讓更多人知道「藍天」民宿及「藍天普悠瑪」民宿。

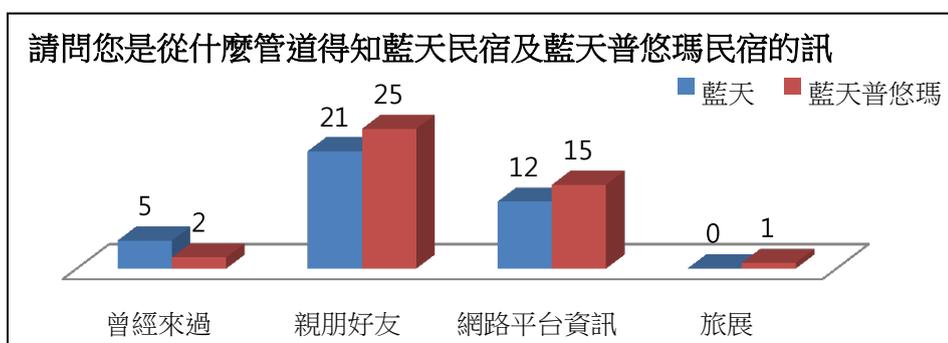


圖16、從什麼管道得知民宿訊息

在住宿者願意花多少錢住宿的分析中，根據圖 17-1 所示，由於藍天民宿房間價位較低，因此調查願意花費多少價格的範圍較窄，由圖 17-1 可知，超過一半以上的旅客較能夠接受 3000 元以下住一晚民宿，其中約有 28% 的旅客願意花 1000 元~2000 元住一晚民宿；根據圖 17-2 所示，由於藍天普悠瑪民宿房間價格較屬中高價位，因此調查願意花費多少價格的範圍較廣，由圖 17-2 可知，超過一半以上的旅客較能接受 3000 元以下住一晚民宿，其中約有 22% 的旅客則能夠接受 3000 元以上的價格。

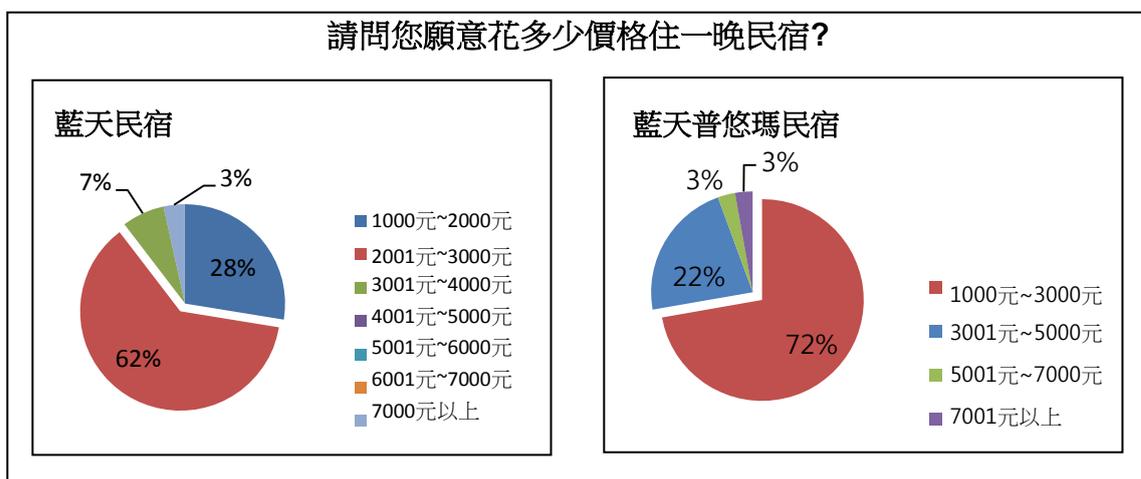


圖17-1

願意花多少價格住宿

圖17-2

願意花多少價格住宿

在住宿者認為二間民宿最吸引人的特色分析中，如圖 18 所示，藍天在服務及價格方面得到較高的票數，由此可知藍天的服務態度讓旅客印象深刻因而吸引回客再次入住，此外，在價格方面，大多數的旅客在旅費的限制下，皆會選擇價格較低的民宿；而藍天普悠瑪則在其他方面略勝藍天，由下圖可知多數旅客在選擇民宿時，會選擇裝潢風格比較特別的民宿。此外，在餐飲方面提供特色料理也是吸引多數旅客入住的原因之一。

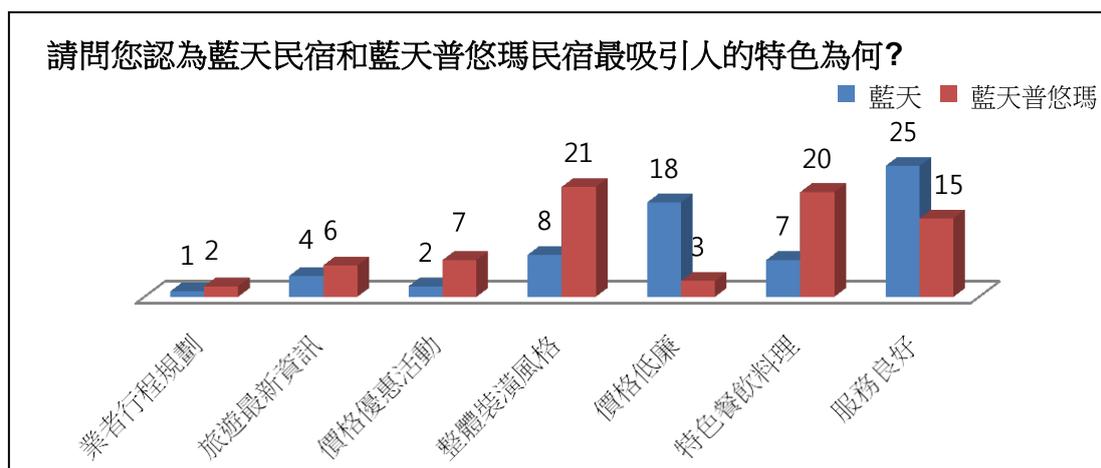


圖18、最吸引人的特色為何

在住宿者認為最重視二間民宿業者提供的服務項目分析中，如圖 19 所示，不論是藍天或藍天普悠瑪的旅客最重視民宿業者的服務是否親切良好，可見大多數的旅客入住民宿時都希望能享受到優質的服務；在停車空間方面也是多數旅客重視的，民宿是否提供停車場讓旅客的愛車都能停的安全也能住得安心。

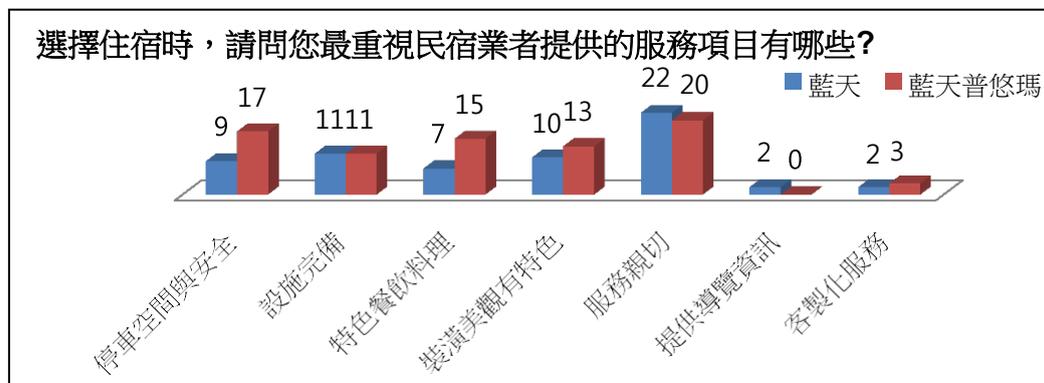


圖19、最重視的服務項目有哪些

在住宿者對二間民宿業者服務滿意程度分析中，如圖 20 所示，不論是藍天或藍天普悠瑪的旅客，都非常滿意業者的服務品質，因此回客下回再度來到花蓮旅遊時，因而再次選擇藍天與藍天普悠瑪民宿；此外，曾住宿過的旅客尚無對藍天與藍天普悠瑪的服務品質感到不滿意。

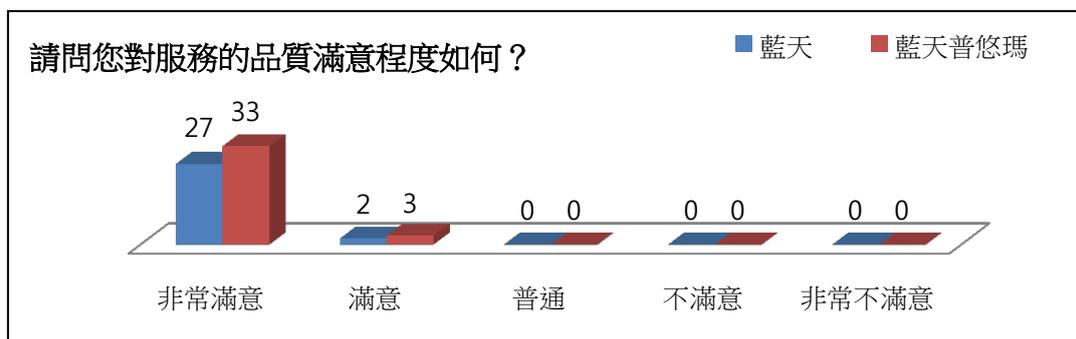


圖20、服務品質滿意度

在住宿者是否還會選擇二間民宿的分析中，如圖21所示，不論是藍天或藍天普悠瑪的旅客，下回再度來到花蓮旅遊時，都願意再次入住藍天或藍天普悠瑪民宿。

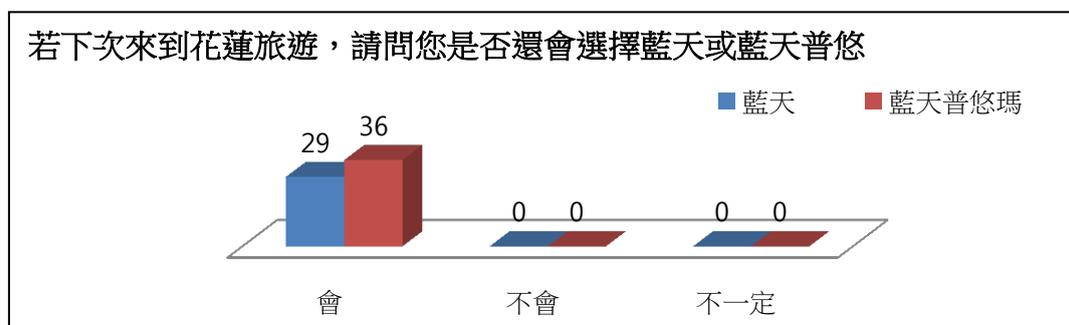


圖21、是否還會選擇二間民宿

參●結論與建議

本組針對「藍天」民宿及「藍天普悠瑪」民宿之經營模式及行銷策略進行分析及研究，以 SWOT 分析及行銷策略 4P 探討，再採用問卷調查法來探討曾住宿過的旅客對二間民宿的滿意度，並以問卷統計結果進行彙整，提出以下結論及建議，本研究分析如下：

一、結論

(一)SWOT分析

- 1.內部優勢：藍天民宿雖在價格上佔有較大優勢，但依其他需求來看，藍天普悠瑪民宿較符合現代旅客出來旅遊的需要，也因二間民宿的業者 皆為同一人，因此提供的服務並無太大的差異。
- 2.內部劣勢：藍天民宿在沒有電梯及停車場的住宿環境下相對於藍天普悠瑪民宿佔有較大的劣勢，而藍天普悠瑪民宿因屬特色民宿，因此提供的設備等級較高，導致房價偏中高價位。
- 3.外部機會：藍天民宿地理位置優越，生活機能較佳，房價也是一般旅客較能接受的價位，相對於藍天普悠瑪民宿佔有較大的機會，而藍天普悠瑪民宿的地理位置及生活機能也較欠缺，但擁有寧靜愜意的休息空間卻是藍天普悠瑪民宿的一大賣點。
- 4.外部威脅：藍天民宿雖屬平價民宿但卻無較明顯的特色能吸引旅客入住，相對於藍天普悠瑪民宿佔有較大的威脅，而藍天普悠瑪民宿屬特色民宿，但所花費成本較高，導致經濟效益回收時間拉長。

(二)顧客滿意度

在問卷調查分析中，大多數的旅客都是透過親朋好友介紹而得知二間民宿的訊息，由此可延伸得知民宿業者藉由現代網路的普及化將民宿行銷出去，在價格方面多數旅客則較能接受 1000 元~3000 元之間的價格，旅客對於業者的服務態度皆很滿意，由此可知民宿業者很用心對待每一個入住民宿的旅客，且不曾有旅客嫌棄過二間民宿，旅客的回饋是對業者最大的動力。

二、建議

根據本小組討論後得到以下建議以提供民宿業者經營模式之參考：

若民宿業者能善加利用網路平台推廣自家民宿，透過現代網路的力量讓更多人知道二間民宿，也可更積極參加國內外旅展讓全球各地的人都能透過業者的推廣進而更認識花蓮在地特色民宿，也愛上花蓮這片土地。針對藍天民宿較無明顯特色這點，業者可考慮重新裝潢民

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例
宿，讓民宿不但平價也能有特色，較能吸引更多旅客。

小論文 . 1061115得獎作品

民宿業者須堅持自己的經營模式及方向才有可能創造出自己價值，好的服務態度能讓客人成為你的朋友，也因為有他們的支持才能讓民宿持續經營並越來越好，不斷的進步、修正經營模式才能真正讓一家民宿推廣出去，擴展人脈也是民宿經營者必須具備的條件。

肆●引註資料

一、書籍類

林建煌(2016)。企業概論。台北市：華泰文化。

啟芳財經研究社(2015)。行銷學 I。台北市：啟芳出版社有限公司。

二、電子網路資料

簡介台灣民宿。2017年5月19日，取自

<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=237>

藍天民宿網站。2017年6月22日，取自

<http://www.blueskybnb.com/>

藍天普悠瑪民宿網站。2017年6月22日，取自

<http://www.puyumabnb.com/>

甲等

《商業類》

篇名：

蔓蔓「日」茂，對症下「藥」 - 以日藥本舖花蓮門市為例

作者：

徐千耘。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

林庭薇。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

張盈柔。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

林秀峯老師

壹●前言

小論文 . 1061115得獎作品

一、研究動機：

隨著臺灣社會經濟發展、生活水準大幅成長、消費者意識提升以及外來的投資，商業型態逐漸改變，連鎖藥妝店是近年來蓬勃發展的行業，商家所提供之無形的服務品質也逐漸受到重視，造就了服務品質的提高也決定了消費者是否感到滿意的重要依據。

在2016年八月時，日藥本舖在花蓮開了第一家分店，店舖為全部販賣日本製品的藥妝店，醫藥品也是以取得台灣認證的日本製品為主。因為日製商品深受台灣人的喜愛，所以才能在藥妝市場內脫穎而出。本論文透過問卷以花蓮地區顧客為對象，來調查本店的滿意度、趨勢及意見。我們想知道在眾多花蓮藥妝店的選擇下，顧客為什麼會挑選本店來滿足需求。

二、研究目的：

- (一) 了解日藥本舖的經營理念。
- (二) 探討日藥本舖的行銷策略 4P 分析及 SWOT 分析。
- (三) 以發放問卷來調查花蓮顧客對日藥本舖的滿意度。

三、研究方法：

- (一) 文獻蒐集：透過網路、書籍、報章、論文內所刊載的相關資料來做為參考，以此了解日藥本舖。
- (二) 探討分析：藉由行銷策略 4P 分析與 SWOT 分析，探討日藥本舖之經營策略。
- (三) 問卷調查：透過問卷調查日藥本舖花蓮中山門市受訪者的消費動機、滿意度，並加以整理、分析。

四、研究流程圖：

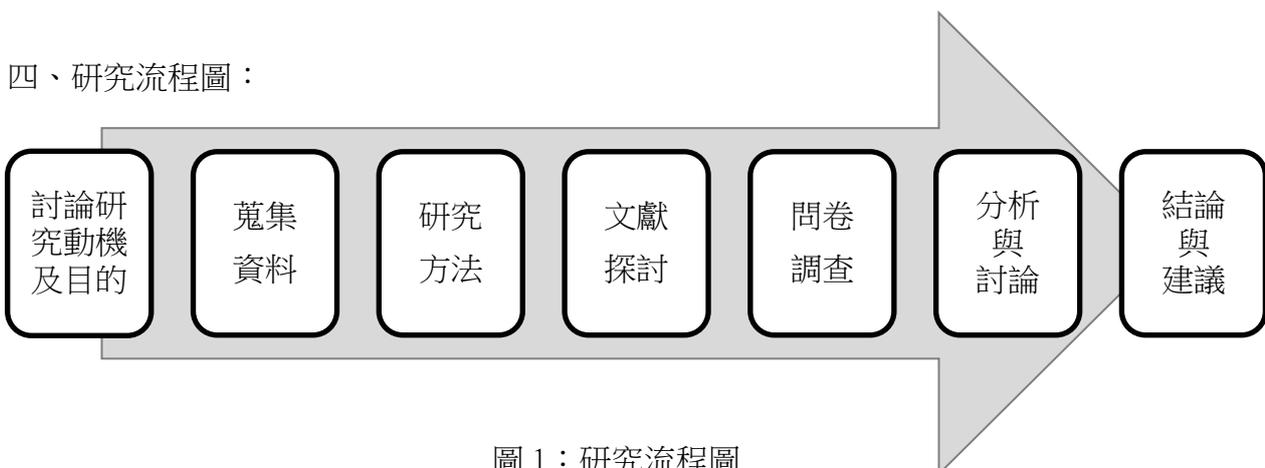


圖 1：研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 藥妝店的定義：

小論文 . 1061115得獎作品

「以健康與美麗為經營主體，主要商品涵蓋範圍在開架式成藥、保養品與化妝品。」(許琇雯、何怡錚 2017) 藥妝店的產品以化妝品、藥品及保健營養品為主，且延伸至藥妝相關商品與生活日用品，同時設有藥師或藥品諮詢服務提供之零售通路。

藥妝產業為相當貼近民生需求之產業，是一種全新的商店型態，亦是以傳統藥局多元化發展所需而出現的一種商業盈利模式，它所涉及的範圍，突破了以往藥房經營的想法，也突破了商品的相似度，讓簡單擺的設能更直接呈現給消費者。

藥妝店本身包含了專業知識、經營模式、待客技巧及藥妝品獨特的核心競爭力，是百貨公司、便利商店、專賣店無法比較的。目前全國的連鎖藥妝品店大多都有化妝品或藥妝品在藥店裡販售，例如：屈臣氏、康是美、日藥本舖……。

(二) 日藥本舖：

「吳政達在 2011 年 11 月把日本藥妝店的概念移轉到臺灣，快速成立了日藥本舖，並開出多家分店。」(劉子寧 2013) 他觀察到台灣人對日本貨品的喜愛及藥妝店的發展潛力，而創立了日藥本舖。為了滿足臺灣顧客一次買足的需求，店內除了販賣藥品、美妝品，其他生活用品也可以在本店一次買足，可所謂應有盡有。雖然商品都是日本進口，但價格卻和其他藥妝店相差不多，提供給消費者合理且滿意的價格。

日藥本舖非常重視會員的隱私權且遵循「個人資料保法」之規定，因此制訂了隱私權保護政策，相對來說消費者是很有保障的，不用擔心不必要的紛爭及困擾。

1、日藥本舖的經營理念：

店面販賣日本製的藥妝店，日本氛圍的打造，正是經營者的刻意所為，目的是為了滿足台灣人對日本藥妝品的熱愛，藥品也是以取得台灣認證的日本製品為主。一部分醫藥品及商品是從台灣代理商進貨，而一部分是直接從日本進口。最終的目的還是希望提供國人健康、強調品質以及流行趨勢為目標。

「在台灣唯一以"日本藥品專業"為經營目標，保證「高品質高安全高效果」，為了國人的健康著想，而引進了先進國家的優良產品就是日藥本舖的經營理念。」(日藥本舖官網 2017)

2、日藥本舖的經營目標：

日本國是衛生署承認十大先進的國家，在日藥本舖販賣的商品都是經過嚴格品質管制，所有產品絕對是「用的安心、吃的安全、及期待良好的效果」(日藥本舖官網 2017)，所以為了國人的健康及安全，是日藥本舖未來重要的經營目標。以「合作」而言，日藥

本舖重視團隊合作；以「誠信」而言，對顧客、社會大眾、股東及員工都以做對的事為原則；以「積極」而言，表揚用心，全力以赴的員工，以卓越的方法追求傑出的效果；以「創新」而言，鼓勵多元文化，利用現有的專業知識作進一步的創新，並獲得效益；以「紀律」而言，遵守從業規則和法律，堅持使命、理想與價值觀。

3、日藥本舖的行銷策略 4P 分析：

表一：行銷策略 4P 分析

產品 Product	定價 Price
1.精選消費者最喜歡帶回的日系藥妝小物或藥品。 2.90%都是日本製。 3.眼藥水、各式軟膏、維他命及膠原蛋白，都是日藥本舖的主打商品。 4.日本零食、飲料。	1.全店的價格平均來講大概是在 400 多元之間。 2.洗卸產品大約 200-300 元。
通路 Place	促銷 Promotion
1.以實體店面為主，全台門市據點共 31 間：台北市共 14 間、新北市共 6 間、桃園縣 1 間、新竹市 1 間、台中市 1 間、台南市 1 間、高雄市共 4 間、花蓮縣 1 間、宜蘭縣 1 間、金門縣 1 間。	1.每逢節慶會有優惠。 2.會員制度鮮明： 一般會員卡：購物享有 95 折。 黃金會員卡：購物享有 9 折，點數折抵現金每 300 點紅利點數可折抵 1 元消費金額。 3.單日單筆折扣後金額可得滿額禮。

(資料來源：本研究整理)

4、日藥本舖的 SWOT 分析：

表二：SWOT 分析

優勢 Strengths	劣勢 Weakness
1.產品都是直接從日本引進。 2.店面廣大、燈光明亮、擺設清楚，可以容納較多的商品，且種類豐富。 3.對於不滿意的商品 7 天內可以退換貨。 4.擁有商品諮詢服務台，使消費者可以清楚了解各項商品的資訊。 5.擁有會員卡紅利集點制度。 6.服務人員態度親切，擁有專業的形象。 7.擁有廣大的市場版圖。 8.擁有許多特別品牌。 9.擁有促銷活動時很划算，較會吸引顧客上門消費。	1.較缺乏主動提供專業訊息人員。 2.無 24 小時營業。 3.停車不便。 4.因商品多元，所需店面、人力較大，管理上也比較困難。 5.某些商品價格過高，對於學生來說負擔不起。 6.部分商品價格與日本價格不相似，故較沒有吸引力。 7.無網路商店。

機 會 Opportunities	威 脅 Threats 1061115得獎作品
1.消費者使用保養品的需求日漸俱增。 2.科技上的進步可以更加創造新的商品。 3.近期許多的商品都存在使用上的風險，擁有專業的形象可以使消費者較願意購買、使用。 4.男性、女性愛美的意識提高。 5.小包裝的健康藥品需求逐漸上升。 6.消費族群年輕化。	1.有許多類似的店家，如屈臣氏、康是美，競爭業者較多。 2.花東地區人口偏少，為全台灣人口密度最低的區域。 3.網路購物為近期的主流，導致消費者較少意願到藥妝店消費。 4.近期全球經濟較為不佳，會使消費者較不願意消費。 5.商品汰換率高。 6.近年來代購很方便，導致部分的人會選擇代購。

(資料來源：本研究整理)

二、問卷調查結果與分析

(一) 問卷施測說明：

本研究為使研究結果更加精確，同時使用網路問卷與實體問卷，問卷於民國 106 年 7 月 22 日至 106 年 9 月 30 日發放，以花蓮消費者為研究對象，採簡單隨機抽樣，實體問卷施測地點為日藥本舖花蓮中山門市門口外，網路問卷施測地點為 Facebook 社團（花蓮同鄉會及花蓮人，以曾至日藥本舖花蓮中山門市消費者為研究對象），本組問卷設計分為基本資料、消費者購買行為、消費者顧客滿意度三大部分進行研究。

表三：問卷統計表

	發放總數	回收總數	無效問卷	有效問卷率
實體問卷	100	100	0	100%
網路問卷	100	100	0	100%

(資料來源：本研究整理)

(二) 日藥本舖花蓮中山門市受訪者基本資料：

由表四可顯示出受訪者以女性居多 (73.9%)，年齡以 19~30 歲居多 (29.5%)，職業以上班族居多 (54%)。

表四：基本資料表

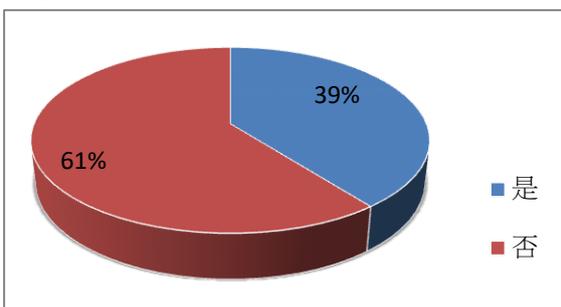
項目	內容
性別	男性 (26.1%)、女性 (73.9%)
年齡	18 歲以下 (20.5%)、19~30 歲 (29.5%)、31~40 歲 (22.5%)、41~50 歲 (19%)、51 歲以上 (8.5%)
職業	學生 (28%)、上班族 (54%)、無 (18%)

(資料來源：本研究整理)

(三) 日藥本舖花蓮中山門市受訪者消費者購買行為：

小論文 . 1061115得獎作品

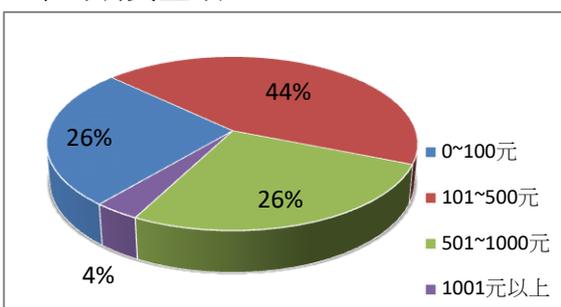
1. 是否具日藥本舖會員身份：



由圖 2 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者沒有日藥本舖會員身份居多（61%），其次有日藥本舖會員身份（39%），可知大部分花蓮消費者沒有日藥本舖的會員。

圖 2：受訪者是否具會員身份

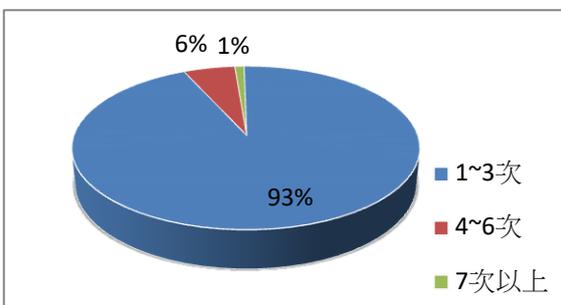
2. 平均消費金額：



由圖 3 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者的平均消費金額為 101~500 元（44%）居多，其次是 1~100 元（26%）、501~1000 元（26%）與 1001 元以上（4%），可知大部分花蓮消費者平均消費金額為 101~500 元。

圖 3：受訪者平均消費金額

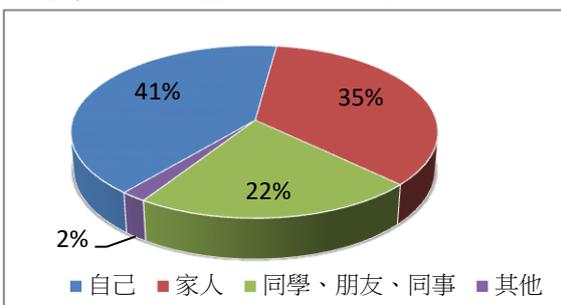
3. 一個月平均幾次至日藥本舖消費：



由圖 4 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者一個月至本店平均消費次數以 1~3 次居多（93%），其次為 4~7 次（6%）與 7 次以上（1%），可知大部分花蓮消費者一個月平均 1~3 次至日藥本舖消費。

圖 4：受訪者一個月平均幾次至日藥本舖消費

4. 通常與誰前往日藥本舖消費：

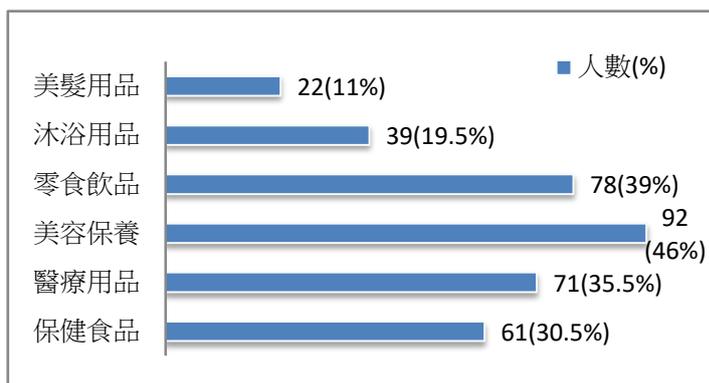


由圖 5 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者通常與誰前往本店消費以自己前往為居多（41%），其次為與家人前往（35%）、與同學、朋友、同事前往（22%）與其他（2%），可知大部分花蓮消費者通常自己前往日藥本舖消費。

圖 5：受訪者通常與誰前往日藥本舖消費

小論文 . 1061115得獎作品

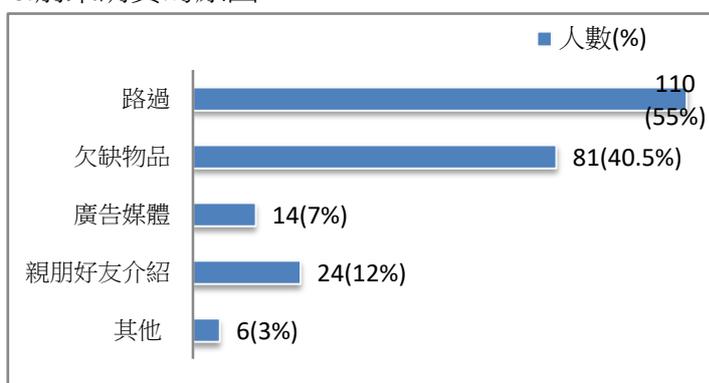
5.購買的類型（可複選）：



由圖 6 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者購買類型以美容保養居多（46%），其次為零食飲品（39%）、醫療用品（35.5%）、保健食品（30.5%）、沐浴用品（19.5%）與美髮用品（11%），可知大部分花蓮消費者購買的類型為美容保養。

圖 6：受訪者購買的類型

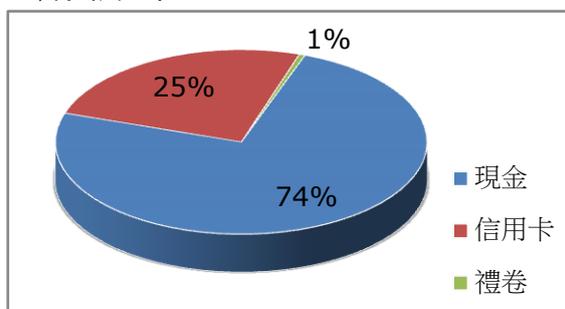
6.前來消費的原因：



由圖 7 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者前來消費的原因以路過為居多（55%），其次為欠缺物品（40.5%）、親朋好友介紹（12%）、廣告媒體（7%）與其他（3%），可知大部分花蓮消費者前來消費的原因為路過。

圖 7：受訪者前來消費的原因

7.付費方式：

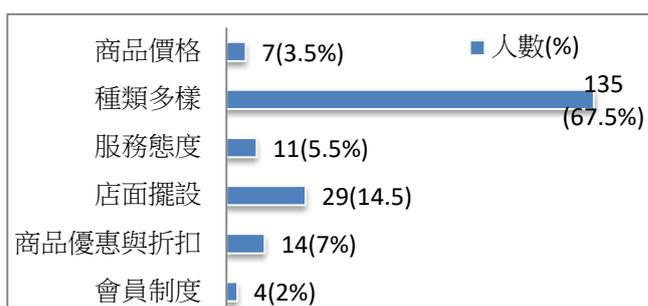


由圖 8 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者的付費方式為現金居多（74%），其次為信用卡（25%）與禮卷（1%），可知大部分花蓮消費者付費方式為現金。

圖 8：受訪者付費方式

(四) 日藥本舖花蓮中山門市受訪者消費者滿意度（單位：人數）

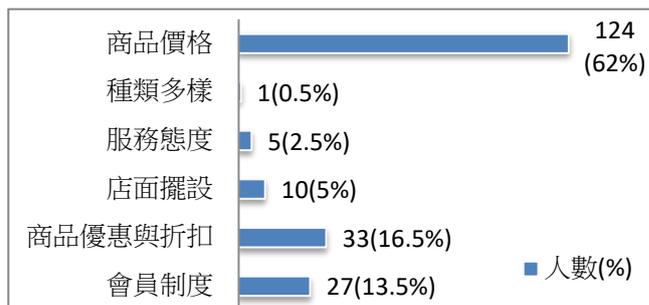
1.最滿意的主要因素：



由圖 9 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者最滿意的部分為種類多樣居多（67.5%），其次為店面擺設（14.5%）、商品優惠與折扣（7%）、服務態度（5.5%）、商品價格（3.5%）與會員制度（2%）。

圖 9：受訪者最滿意的主要因素

2.最不滿意的主要因素：



由圖 10 可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者顧客最不滿意的部分為商品價格居多（62%），其次為商品優惠與折扣（16.5%）、會員制度（13.5%）、店面擺設（5%）、服務態度（2.5%）與種類多樣（0.5%）。

圖 10：受訪者最不滿意的主要因素統計圖

(五) 消費者滿意度分析：

由表五可知，日藥本舖花蓮中山門市受訪者顧客滿意度調查中，商品價格滿意度為普通（46%）、種類多樣滿意度為滿意（60%）、服務態度滿意度為滿意（55%）、店面擺設滿意度為滿意（45%）、商品優惠與折扣滿意度為普通（48%）、會員制度滿意度為普通（64%），其中以種類多樣較為日藥本舖花蓮中山門市受訪者滿意。

表五：滿意度統計表

滿意度項目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	平均	平均排序
商品價格	4.0%	19.0%	46.0%	29.0%	2.0%	2.94	6
種類多樣	21.0%	60.0%	16.5%	1.5%	1.0%	3.98	2
服務態度	17.5%	55.0%	25.5%	1.0%	1.0%	4.10	1
店面擺設	8.0%	22.0%	48.0%	20.5%	1.5%	3.82	3
商品優惠與折扣	8.0%	22.0%	48.0%	20.5%	1.5%	3.28	5
會員制度	9.0%	15.5%	64.0%	10.0%	1.5%	3.34	4

（資料來源：本研究整理）

本組利用非常滿意的人數乘以 5 分，滿意的人數乘以 4 分，普通的人數乘以 3 分，不滿意的人數乘以 2 分，非常不滿意乘以 1 分，最後在個別加總起來並除以總數 200 的方法求得平均。

由表五可知，滿意度平均數介於 2.94~4.10 之間，以服務態度居第一（4.1），其次是種類多樣（3.98）、店面擺設（3.82）、會員制度（3.34）、商品優惠與折扣（3.28）與商品價格（2.94），以上項目皆介於普通至滿意之間。

參●結論與建議

本組依據以上研究結果，統整資料、提出結論及相關具體建議，提供日藥本舖未來規劃及制定策略之參考。

一、結論

小論文 . 1061115得獎作品

1、行銷策略 4P 分析

(一) 產品策略：

1. 商品種類：根據問卷調查結果可知（圖 9），受訪者最滿意的主要因素為產品種類多樣（67.5%），由此可推估日藥本舖販售的產品多樣化，使顧客有較多的選擇可以參考及購買。
2. 商品來源：因近年來日本產品的興起，國人對於日製產品的需求逐漸成長，由此可推估日藥本舖的進口產品是吸引消費者的主要原因。

(二) 價格策略：

根據問卷調查結果可知(圖 10),受訪者最不滿意的主要因素為商品價格(62%),由此可推估消費者對於價格方面較不滿意。

(三) 促銷策略：

1. 廣告：根據問卷調查結果可知，受訪者因廣告影響而增加購買意願的人較不顯著，其中前來消費的原因以路過的顧客較為居多，由此推估可能原因為日藥本舖的廣告推銷策略較無吸引消費者購買意願。
2. 銷售推廣：根據問卷調查結果可知，受訪者對於商品優惠與折扣滿意度為普通（48%），由此可發現日藥本舖的銷售推廣較無深受消費者喜愛。
3. 會員制度：根據問卷調查結果可知，受訪者對於會員制度滿意度為普通（64%），而擁有會員身分的受訪者只占 39.5%，由此推估會員的制度較不會成為消費者前來消費的主因。

(四) 通路策略：

日藥本舖只以實體店面為主，由此可推估對於消費的方便性較為不佳，因為沒有網路商店的市場，導致錯失了許多業務繁忙的顧客。

2、SWOT 分析策略：

由表二可知，最大的優勢為產品都是直接從日本引進，因此擁有許多特色商品，最大的劣勢為沒有網路商店來增加曝光率及知名度，最大的機會為消費者的愛美意識提高，最大的威脅為有許多類似的店家來競爭。

二、建議

小論文 . 1061115得獎作品

(一) 增加店舖曝光率：

根據問卷顯示（圖 7），大多數的受訪者是路過才進入日藥本舖花蓮中山門市消費，因此可在店面附近設置指引告示牌，或可在附近商圈發放傳單的方式，能夠有效地吸引顧客並提升銷售量。

(二) 推出商品優惠與折扣：

根據問卷顯示（表五），日藥本舖花蓮中山門市受訪者的商品優惠與折扣滿意度總排名為第五名，因此可以推行優惠方案回饋至消費者身上，或是推出限量禮品來刺激消費者的購物慾望。

(三) 商品價格平民化：

透過問卷調查發現（表五），受訪者最不滿意的主要因素為商品價格（62%），因此日藥本舖可調整產品價格來提升各類的消費族群，增加價格敏感度高的消費者，來提升門市業績。

(四) 重塑鮮明的企業形象：

透過問卷調查發現（圖 7），經由廣告影響而前來消費的受訪者人數並不多，因此日藥本舖可增加顯著的口號，效法 Nike 塑造標語「Just do it」的模式來重塑鮮明的企業形象。

(五) 引進更多優質產品：

日藥本舖為專賣日本藥妝之品牌，雖然商品種類多樣，但仍有部份產品並未引入台灣，而且很多商品與其他藥妝店重覆率過高，若能同步販售日本當紅商品，相信一定能夠吸引到消費者的目光。

(六) 增加顧客消費次數：

日藥本舖可聯結實體與虛擬的通路來提升網路購物的消費族群，發展更完整的網路服務（如：日藥本舖網路商城），擴大各類族群的需求，原有的實體店舖加上網路商城，來吸引宅經濟之消費族群，藉此達到 O2O 的最終目標。

(七) 增加日本元素：

因日藥本舖的特色為販售日製產品，可多增加相關日本事物（如：背景音樂、店內佈置），提升顧客至本店消費的感官享受¹⁸⁰達到體驗經濟的效果。

- 1、日藥本舖官網。關於日藥本舖。2017年9月15日取自
<http://www.jpmed.com.tw/Page.aspx?PageID=1>
- 2、艾麗絲 (2015)。品牌行銷：贏得消費者認同的行銷新法-日藥本舖。品牌志，2017年9月15日取自
<http://www.expbravo.com/2417/%E5%93%81%E7%89%8C%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%B4%8F%E5%BE%97%E6%B6%88%E8%B2%BB%E8%80%85%E8%AA%8D%E5%90%8C%E7%9A%84%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E6%96%B0%E6%B3%95-%E6%97%A5%E8%97%A5%E6%9C%AC%E8%88%96.html>
- 3、許琇雯、何怡錚 (2017)。藥妝店產業。國立虎尾科技大學產業分析期末報告。取自
<http://nfuba.nfu.edu.tw/ezfiles/31/1031/img/468/ind13.pdf>
- 4、劉子寧 (2013)。日系藥妝的魅力學。30雜誌。106期。
- 5、張慶柔、許憶如、林育嘉 (2017)。產業分析報告藥妝品產業分析。藥妝店現況的產業分析。取自 http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2013_1/2013_1_785cde90.pptx
- 6、黃茂景 (2007)。連鎖藥妝業經營關鍵成功因素之研究。國立中山大學碩士論文。

甲等

《商業類》

篇名：

卡提諾狂新聞分析與認知 - 以花蓮地區高中職學生為例

作者：

項柏綱。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

黃思涵。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

王馨苡。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

林秀峯老師

壹●前言

一.研究動機

網路打破傳統載具枷鎖，不僅可以自由使用文字、影像、聲音、影音、動畫等多樣媒材來敘事，還能超連結、相互混搭、開放互動，開啟敘事新可能。專題製作老師和我們分享他透過他兒子而知道卡提諾狂新聞，並定期關注他，而卡提諾狂新聞粉絲專頁共有一百三十餘萬人追蹤，在此過程進而引發本組關注此新聞，並想進一步了解卡提諾狂新聞。

卡提諾狂新聞和其他網路新聞有何不同？在網路如此發達的社會中，卡提諾狂新聞利用網路的傳播能力將國內外的重點新聞用不同的辛辣與諷刺的語法，傳遞給社會大眾，也讓資訊流通較不發達的花蓮，能夠透過卡提諾狂新聞短短的幾分鐘輕易了解到國內外的重點新聞。卡提諾狂新聞對青少年會有著什麼樣的影響？其創立動機、未來潛力又是如何？這些都是本研究所欲探討的方向。

二.研究目的

- (一) 了解卡提諾狂新聞起源。
- (二) 探討卡提諾狂新聞的 SWOT 分析。
- (三) 了解花蓮地區高中職學生對卡提諾狂新聞的認知。

三.研究方法

- (一) 文獻探討法：透過網路、及專題課本等書籍，蒐集相關資料。
- (二) 問卷調查法：發放問卷調查，以瞭解花蓮高中職學生為主對卡提諾狂新聞的認知度。

四.研究流程圖



圖(一)研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 網路新聞的起源

網路新聞是突破傳統的新聞傳播概念，在視、聽、感方面給受眾全新的體驗。它將沒有順序的新聞進行有序的整合，並且壓縮了大量的訊息，讓人們在最短的時間內獲得最新的新聞消息。不僅如此，未來的網路新聞將不再受傳統新聞的限制，社會大眾可以發佈自己的新聞，並在短時間內獲得更快且更多的訊息，而且新聞將成為人們互動交流的平臺。網路新聞即將隨著人們對此的認知提高向著更深的層次發展，這將完全顛覆網路新聞的傳統概念。

(二)網路新聞的特性

1、信息容量

網路媒體突破傳統媒體對時間和地點的限制，可以發表更詳盡的新聞報導。

2、時效性

採用 24 小時連軸滾動式的發稿模式，或對某一新聞作持續的報道。只要點擊電腦，就能即時播報世界各地的新聞，不必等到特定時間才能知道關於世界各地的訊息。

3、傳播方式

利用網上傳播的特性吸引讀者的關注，不再像以往依賴通訊社提供的各種新聞源，或者有賴於記者在突發事件發生後趕赴現場報導。

(三)卡提諾狂新聞的起源

「卡提諾狂新聞」，或稱作「狂新聞」，是由「網鈺數位科技有限公司」代理經營的網站，他們每週六發布一次的影片很受網友們的喜愛。影片中的經典台詞「94 狂（就是狂）」、「948794 狂」等辭藻也漸漸在網路上流行。受此影響，「94 狂」也開始出現在各類的文章或新聞中。卡提諾的報導方式既沒有「政治立場」，也沒有「來自組織或特定人物的包袱」，只有那「敢怒敢言」的精神。

狂新聞每星期六會在 Facebook 專頁和 YouTube 頻道推出一段影片，影片以融合剪輯與配音旁白（最初使用真人配音，4 月 8 日起改為 Google 小姐配音）為主要內容，舉凡政治、社會、三寶...等當週時事，都是卡提諾狂新聞的取材目標，且搭配詼諧的網路圖片、有趣的影片等方式來嘲諷式地報導當週的重大精選新聞，其中政治人物和娛樂圈的明星有很高的上榜率。

(四)網路新聞與傳統新聞的比較

表(一)傳統新聞及網路新聞的比較

比較項目	網路新聞媒體	傳統新聞媒體
新聞質量	編輯器及上稿速率、編輯姑化及執行能力、影音圖文整合技術及觀念	採訪人員觀念、編輯台規劃及執行能力、後置支援能力（至版印刷及

		派報)論文 . 1061115得獎作品
機制功能	系統機制開發及創新能力、編輯及系統能元創意及規劃執行力、網頁設計創意及技術	編輯觀念、美術設計觀念與技術、攝影記者觀念及技術、製版及印刷機器成本、後製人員觀念及技術
內容創意	編輯創意與執行能力、跨媒體整合能力、系統支援能力	編輯創意與執行能力、報系支援與人際網路
時間	隨時截稿，不斷編修	每日截稿，每週截稿
第一線人員	社群小編、任何一個員工	公關人員、發言人
內容來源	PPT、甚至個人臉書/LINE	企業組織活動、公司領域分明
利益關係人	網友主流意見被提升到和網路大神一樣重要	以社會意見領袖和知名人士為主
內容主體	文章內容和社群流言同等重要，熱門回應會被加入新聞中	新聞完成後不太會修改
文章偏好	輕薄短小、注重視時打臉文、懶人包、圖解文	求證各方及專家說法，綜合報導
優點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 擁有即時性，能隨時出刊 2. 可同時多人閱讀 3. 方便性強(可隨身攜帶 3C 產品) 4. 免費且越來越普及 5. 社群媒界，分享快速 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 影響力高，感染力強，印象深刻 2. 普及性廣，涵蓋範圍廣 3. 同時展現影音，動作和色彩的媒體
缺點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 攜帶性差，有電量問題 2. 內容簡略，缺乏深度. 3. 內容正確性、客觀性無法掌握 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 難說明複雜資訊 2. 收看電視受器材地點的限制 3. 廣告穿插期間
播報方式 圖片	 <p>圖(二)卡提諾狂新聞</p>	 <p>圖(三)三立新聞台</p>

(資料來源：本研究整理/圖片來源：FACEBOOK、YOUTUBE)

(五)卡提諾狂新聞的 SWOT 分析

表(二)卡提諾狂新聞 SWOT 分析

	優勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
內部	1. 使用與他人不同的報導手法，吸引更多人觀看。 2. 主要由配音旁白敘述內容，和一般主播報導相較起來，較為新穎。	1. 比起原有的電視和網路新聞，知名度略低。 2. 報導手法過於主觀，可能造成讀者反感。 3. 有些網路新聞也有電視頻道，相對其知名度傳播速度較為快速。
	機會(Opportunities)	威脅(Threats)
外部	1. 網路普及化，人人手握一隻手機或平板，對於網路新聞而言，擁有極大的機會。	1. 網路新聞盛行，擁有眾多實力強大的競爭者。 2. 卡提諾狂新聞只存在於網路上，其知名度散播速度較為緩慢。

(資料來源：本研究整理)

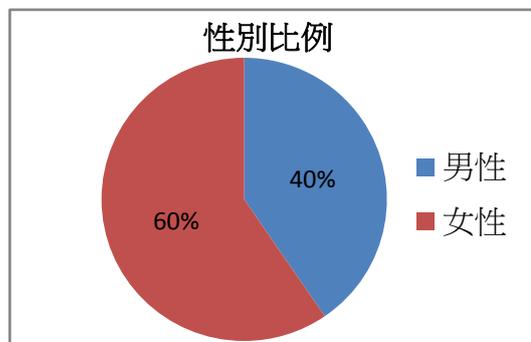
二、問卷調查法

為了瞭解花蓮地區高中職學生對卡提諾狂新聞的想法與認知，因此本研究採用問卷調查法，針對花蓮地區 7 所公、私立高中職，發出 280 份問卷，共收回 273 份，有效問卷 264 份，無效問卷 8 份，回收率 94.28%，以下是問卷分析與統整：

(一)基本資料分析

1、學生性別分析

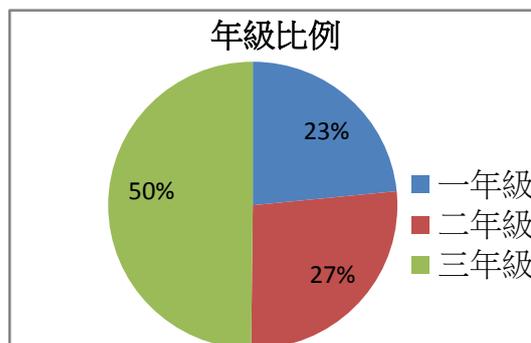
由圖(二)顯示，填此問卷之花蓮地區高中職學生的性別比例中，男性比例佔 40%，女性比例佔 60%，故受訪者女性學生居多。



圖(二)學生性別分析圖

2、學生年級分析

由圖(三)顯示，花蓮地區高中職學生填此問卷之年級比例，一年級比例佔 23%，二年級比例佔 27%，三年級比例佔 50%。

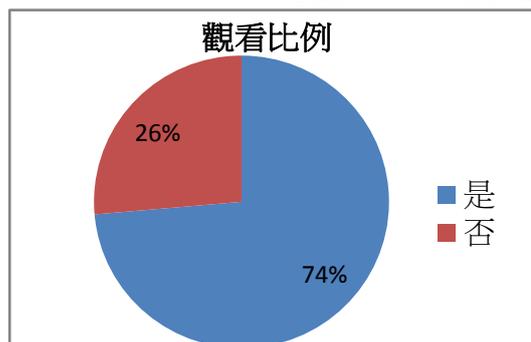


圖(三)學生年級分析圖

(二)問卷內容分析

1、觀看卡提諾狂新聞之比例分析

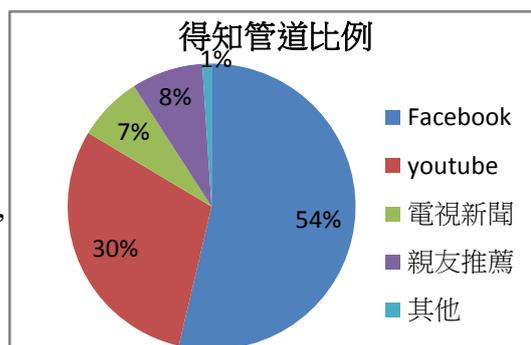
由圖(四)顯示，花蓮地區高中職學生是否觀看過卡提諾狂新聞之比例，回答「是」者比例佔 74%，「否」者比例佔 26%，由此可見卡提諾狂新聞在高中職學生年齡層收看比例高。



圖(四)觀看比例之分析圖

2、得知卡提諾狂新聞之管道分析

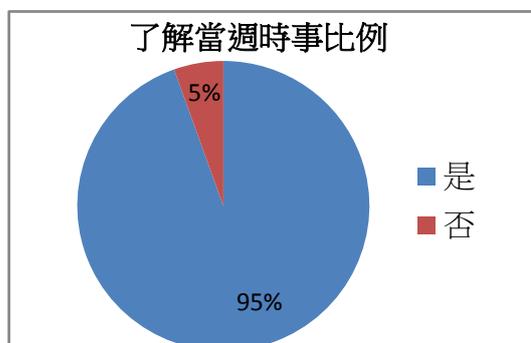
由圖(五)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，得知卡提諾狂新聞管道之比例為 Facebook 比例佔 54%，youtube 比例佔 30%，電視新聞比例佔 7%，親友推薦比例佔 8%，其他(看小說、老師播放、自己找)比例佔 1%，由此可見學生多半是透過 facebook 得知卡提諾狂新聞。



圖(五)得知管道之分析圖

3、經卡提諾狂新聞得知當週時事之分析

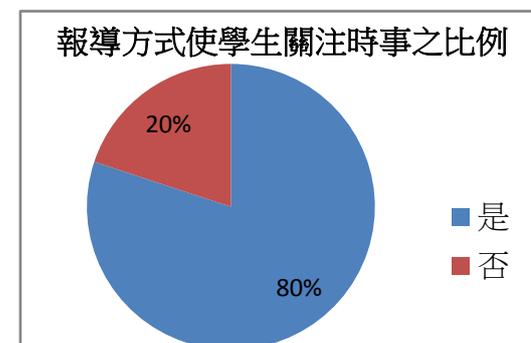
由圖(六)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，透過卡提諾狂新聞是否能夠更加了解當週時事之比例，回答「是」者比例佔 95%，回答「否」者比例佔 5%，由此可見透過卡提諾新聞是能夠讓受訪學生們更了解當週時事。



圖(六)了解當週時事之分析圖

4、卡提諾狂新聞之報導方式使學生更願意關注國內外時事之比例

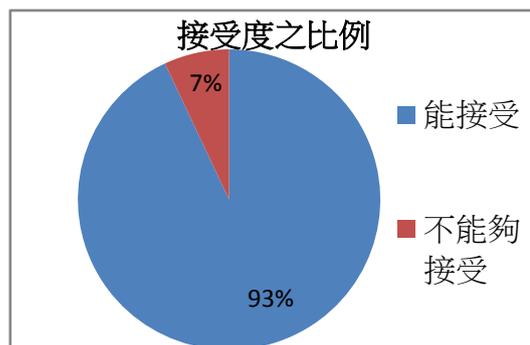
由圖(七)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，經由卡提諾狂新聞之詼諧報導方式，能使學生更願意關注國內外時事之比例，回答「是」者比例佔 80%，回答「否」者比例佔 20%，由此可見卡提諾狂新聞之報導方式能夠使學生更願意關注國內外時事。



圖(七)報導方式使學生關注時事之分析圖

5、卡提諾狂新聞報導方式接受度之比例

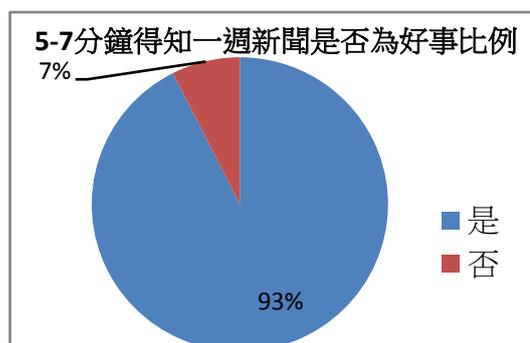
由圖(八)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，對於卡提諾狂新聞之詼諧報導方式，能夠接受之學生比例佔 93%，不能接受之學生比例佔 7%，由此可見花蓮地區高中職大部分學生都能夠接受卡提諾狂新聞之詼諧報導方式。



圖(八)接受度之分析圖

6、在 5-7 分鐘內得知一週內國內外新聞是否為一件好事之比例

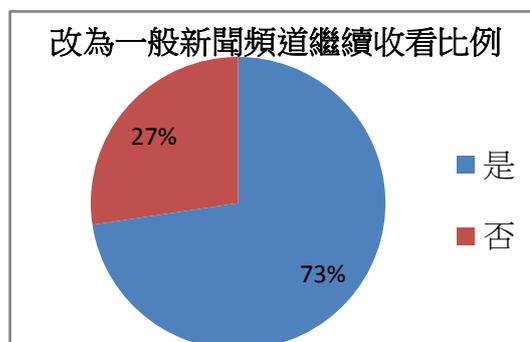
由圖(九)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，認為在 5-7 分鐘內得知國內外新聞是否為一件好事之比例，回答「是」者比例佔 93%，回答「否」者比例佔 7%，由此可見認為是一件好事之學生居多。



圖(九) 5-7 分鐘得知一週新聞是否為好事之分析圖

7、卡提諾狂新聞改為一般新聞頻道，學生是否願意繼續收看之比例

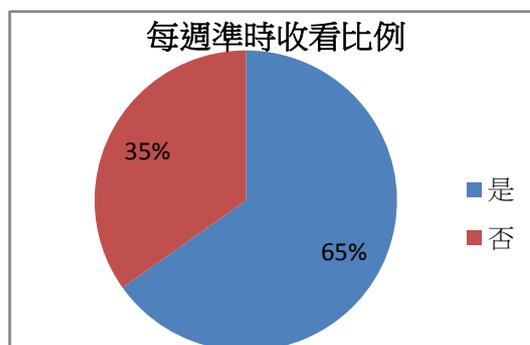
由圖(十)顯示，卡提諾狂新聞改為一般頻道，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，是否願意繼續收看之比例，回答「是」者比例佔 73%，回答「否」者比例佔 27%，由此可見卡提諾狂新聞改為一般新聞頻道後願意繼續收看之學生居多。



圖(十)改為一般新聞頻道願意繼續收看之分析圖

8、學生是否每週準時收看卡提諾狂新聞之比例

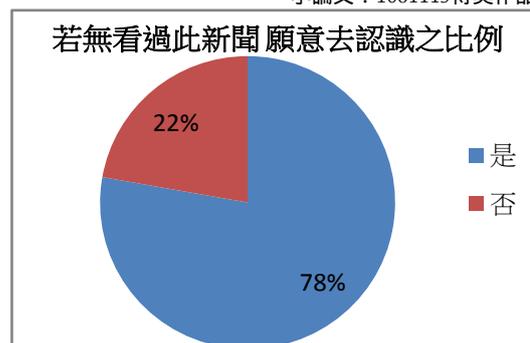
由圖(十一)顯示，花蓮地區高中職收看過狂新聞的學生中，是否願意每週準時收看卡提諾狂新聞之比例，回答「是」者比例佔 65%，回答「否」者比例佔 35%，由此可見花蓮地區高中職願意每週準時收看卡提諾狂新聞之學生居多。



圖(十一)每週準時收看之比例

9、若沒有看過卡提諾狂新聞，在填完此問卷後學生是否會願意去認識卡提諾狂新聞之比例

由圖(十二)顯示，花蓮地區高中職學生填完此問卷後是否會願意去認識卡提諾狂新聞之比例，回答「是」者比例佔 78%，回答「否」者比例佔 22%，由此可見花蓮地區高中職在填完此問卷後願意去認識卡提諾狂新聞之學生居多。



圖(十二)若無看過卡提諾狂新聞願意去認識此新聞之分析圖

參 ● 結論與建議

一. 結論與討論

卡提諾狂新聞於 2014 年 7 月 16 日在 youtube 成立頻道，於 2016 年 2 月 18 日在 facebook 成立粉絲專頁，在每周六 24:00 發布統整過後之當週國內外時事，影片旁白主要由 google 小姐配音，卡提諾狂新聞之取材目標為包含政治、娛樂、社會、國際、運動、科技等時事，起初先成立「卡提諾論壇」，隨後建立「卡提諾狂新聞」，是由「網鈺數位科技有限公司」代理經營的網站。

透過問卷發現花蓮地區高中職有觀看過卡提諾狂新聞之學生居多，藉由此問卷調查，未看過卡提諾新聞之學生大多願意在填完此問卷後進而去認識此新聞，並主動去關注國內外時事。而當中觀看過此新聞之男學生比例佔 40.3%，女同學之比例佔 59.7%。大部分學生皆由 Facebook 得知卡提諾狂新聞，而花蓮地區高中職學生確實能夠經由卡提諾狂新聞得知當週之重要時事，對於青少年時期的學生來說，通常不願意開啟電視收看傳統的新聞或報章雜誌，即使有 3C 產品也不會特別去尋找其他新聞網站觀看新聞時事。

而卡提諾狂新聞看見 3C 產品盛行的商機，因此設立粉絲專業，透過 Facebook 等社交網站，上傳經由卡提諾狂新聞統整過後一個星期內所有重要新聞的影片，採用詼諧旁白配音，引起學生關注他們所上傳的影片。

傳統電視新聞通常播報時間為一小時，且中間穿插許多廣告，反之卡提諾狂新聞卻利用 5-7 分鐘短暫的時間，報導了當週所有重要時事，不僅節省了廣告時間，並大大縮短了播報時間，也使學生願意每週撥出一些零碎時間，收看此新聞

觀看卡提諾狂新聞的花蓮地區高中職學生偏多，因此建議卡提諾狂新聞在篩選左右兩側之廣告時，盡量避免色情、暴力等不適合學生收看的廣告。

1. MBA 智庫百科。網路新聞與傳統新聞。2017 年 10 月 20 日。取自 <https://goo.gl/bok7FN>
2. PTT 鄉民百科。卡提諾狂新聞 ptt。2016 年 7 月 2 日。取自 <https://goo.gl/sdZ33r>
3. 毛麗雯(2011)。網路新聞學之定義與影響，取自 <https://goo.gl/baMqlY>
4. Mr. PR 公關先生。2015 年 4 月 10 日，取自 <https://goo.gl/XH2rxP>
5. 邱啟翰(2015 年 2 月 28 日)。網路新聞和傳統電視新聞的優缺點以及異同，取自 <https://goo.gl/oNr23j>
6. 陳一姍・盧沛樺・李映昕(2016)。未來最缺「變形人才」FinTech 大衝擊。天下雜誌，590 期。
7. 維基百科。卡提諾狂新聞。2017 年 10 月 17 日，取自 <https://ppt.cc/fPyLLx>

甲等

《商業類》

篇名：

"爭" 相只有 1 個 - "鮮" 起花蓮青少年的慾望

作者：

劉宇豪。國立花蓮高商。會計科三年乙班

張鏗淳。國立花蓮高商。會計科三年乙班

黃乙丹。國立花蓮高商。會計科三年乙班

指導老師：

歐郁玟老師

壹、前言

一、研究動機

近年日韓旋風襲台，服裝、飲食、旅遊都和日韓文化沾上邊，各種類型的特色餐廳更是遍地開花，但相較於韓式料理而言，日式料理的口味更為國人所接受。爭鮮是台灣第一間引進迴轉壽司的日式餐廳，至今已在台灣市場佔有一席之地。之前別人的研究都認為爭鮮在國內已是平價壽司，但對於青少年而言，一盤 30 偏向於高消費，比起夜市販售的 10 元壽司是較高的花費，想研究為甚麼仍有青少年願意花高價去吃？

二、研究目的

- (一)探究爭鮮與其他壽司店差異，爭鮮如何引來青少年消費
- (二)對爭鮮企業進行 4P 分析
- (三)對爭鮮企業進行 SWOT 分析

三、研究方法與流程

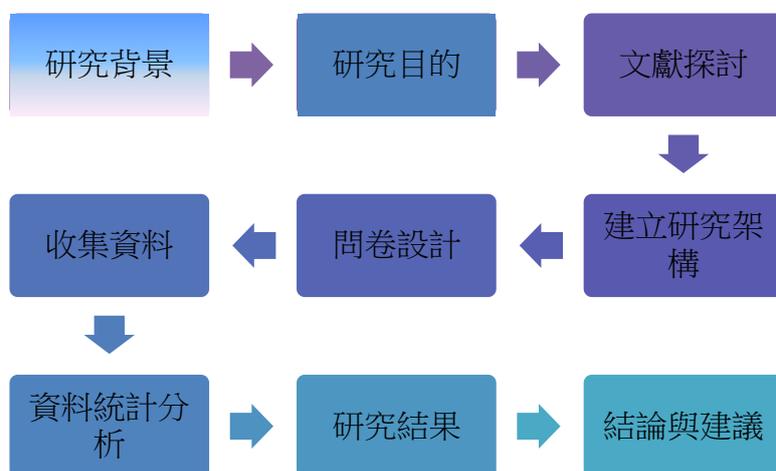
本專題研究方法分為三大類：

文獻分析法：利用過去之文獻資料，了解爭鮮的起源

深度訪談法：親身體驗食物的美味以及感受店內的特色

問卷調查法：發問卷調查花蓮青少年的想法

表 1 研究流程表



四、研究對象與限制

本研究針對花蓮的青少年做訪問及問卷調查進行分析比較，由於人力限制，本專題只限於對花蓮青少年。

貳、正文

一、爭鮮起源

(一)店內特色

「爭鮮」=「真鮮」就是新鮮、平價、外帶三項特色，是台灣最大的迴轉壽司品牌，也是台灣第一家。「迴轉餐台」是第一個認識爭鮮迴轉壽司品牌特徵，創造美食當前顧客與美食零距離，優先以迴台取餐的便利性及送餐速度，擷獲顧客可立即用餐不需等候的服務優勢。

(二)促銷推廣

爭鮮推出 6 款特色公仔吸引消費者購買慾，讓顧客都願意持續購買。分別如下表:

表 2 爭鮮公仔簡介表

爭鮮公仔	公仔簡介	爭鮮公仔	公仔簡介
	伊賀鮭子伊賀/Iga Ikura 性別: ♀ 星座:水瓶座 興趣:舞蹈、唱歌 個性:少根筋的迷糊蛋，名符其實的傻大姊。		竹筴丸子/Aji Maruko 性別: ♀ 星座:天秤座 興趣:逛街、畫畫 個性:天馬行空充滿想像力，畫畫、攝影樣樣行。
	海老美蝦/Ebi Chan 性別: ♀ 星座:雙魚座 興趣:烹飪、看電影 個性:多愁善感人見人愛的浪漫小公主		鮭魚俠/Maguro kun 性別: ♂ 星座:雙子座 興趣:單車、衝浪 個性:熱愛大海、陽光的水中蛟龍,在女生面前不顧一切愛耍帥。
	清水福鮭清水/Shimizu Samon kun 性別: ♂ 星座:巨蟹座 興趣:爬山、跑步 個性:忠厚老實並值得信任。		玉子太郎/Tamago Tarou 性別: ♂ 星座:牡羊座 興趣:劍道、足球 個性:路見不平熱心助人，被封為正義哥。

資料來源:爭鮮官網，取自 <https://www.sushiexpress.com.tw/index>

(三)服務品質比較

表 3 店家比較表

店家名稱	出餐速度	店面整潔	服務態度	食材新鮮	視覺感觀	特色
爭鮮	特優	特優	特優	特優	特優	外送 爭鮮 gogo
夜市壽司	尚可	差	尚可	差	差	便宜
耕壽司	尚可	尚可	尚可	差	尚可	環境舒適
田村壽司	差	尚可	差	尚可	差	道地

資料來源:本組研究整理

二、爭鮮產品品質介紹

(一)食物來源

食材是鎖住餐飲咽喉的關鍵。爭鮮成立業務批發事業處，自己進口，銷售魚貨，是台灣最大的鮭魚進口商，其低熱量、低脂肪和低膽固醇為最大特色，1997年11月向日本人購買食材與機器，2015年爭鮮決定轉戰網路商城，開市販售乾貨飲品，2016年8月推出新型態的「點心道」港式點心。

表 4 爭鮮特色列表

特色品項	簡介
迴轉餐盤	爭鮮最大的特色就是迴轉餐盤管道，師傅現做每盤壽司，讓客人能看到每盤口味
水龍頭沖茶管	以特殊水龍頭造型的沖茶管線在每桌的牆壁旁流通熱水
定食 8	餐點依季節變化提供 8 種不同的特色定食套餐，還推出定食公仔
爭鮮 gogo	提供特有的爭鮮 gogo 線上購物系統，使消費者不須到實體店面也能在網上輕鬆下單
外送	有別於其他小型壽司店，爭鮮推出外送服務，使消費者不需出門也能在家食用到爭鮮
Magic Touch	提供現點現做的食材、智慧的點餐方式和科技有趣的送餐，讓客人在店裡用電子菜單以最放鬆的用餐氛圍，感受 Magic power。

資料來源:爭鮮官網，取自 <https://www.sushiexpress.com.tw/index>

由學者 **Marriott** 提出，主要在考量企業內部條件的優勢和劣勢，以及太所企業外在環境的機會和威脅，'以幫助企業分析利弊得失、找出問題，並協助設計出具體策略。又稱為「內外環境分析」，為策略管理上常用的分析工具。(林淑芬，2011)

表 5 爭鮮 SWOT 分析表

		S 優勢	W 劣勢
		外部環境 \ 內部環境	S1:門市據點眾多 S2:服務高品質 S3:促銷活動統一
O 機會		SO 策略	WO 策略
O1:推出許多促銷活動 O2:推出相關周邊產品 O3:推出公仔，引起收集風潮		S3O3:利用店內推出的活動公仔，讓顧客願意去消費，而收集全套公仔	W3O3:一盤壽司 30 元，而無法創新產品，讓顧客有些膩，所以開始不斷推廣優惠，推出爭鮮公仔
T 威脅		ST 策略	WT 策略
T1:同業競爭 T2 物價上漲 T3 消費能力下降		S1T1:透過眾多門市據點，抵擋同業競爭	W3T3:加強員工訓練，讓品質提升留住消費者

四、4P 分析

資料來源:本組研究整理

行銷人員在推動行銷活動時，最常提起的就是行銷組合。所謂行銷組合是指行銷活動的四大單元，包括產品、價格、通路及促銷等四項，通常這四者要互相搭配，不可各自為政，才能提高行銷活動的效果。(隨意窩，2008)

表 6 爭鮮 4P 分析表

4P 策略	內容分析
產品	店內供應握壽司、花壽司、手卷、軍艦壽司、生魚片和隨季節推出的小菜及各式甜點，也為素食者準備了多樣的壽司及小菜，此外也都有提供外帶餐盒，讓繁忙沒時間久待或停留的顧客也可以享受最新鮮，最高品質的壽司。
定價	產品分為 30 元、60 元、90 元三種定價，後再 2003 年由總部統訂價，結合認知價值訂價法與心理訂價法，以均一價策略，將每盤壽司訂在 30 元，並取消 10%服務費。
推廣	推出悠遊卡消費滿 100 元，即可享 95 折優惠，及加價購買壽司公仔並內含折價券，爭鮮首創推出 DIY 壽司公仔，只要消費滿 200 元再加 20 元，就可以獲得一隻公仔。
通路	爭鮮控有中央廚房與門市一致的管道而無中間商，屬於最短的通路，才能將第一手新鮮的食品，提供給消費者。

二、問卷分析

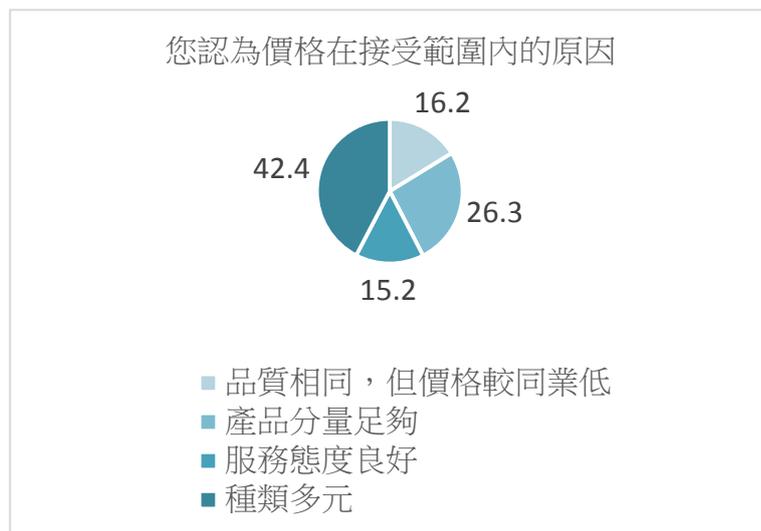
本組於 106 年 9 月 7 日於花蓮各高中發放問卷調查共 120 份，回收 120 份，回收率 100%，有效問卷 100%，經過整理與分析，相關資料如下所示：

(一)基本資料

此問卷調查結果共 120 位 男生所占 33% 女生所占 67%。指出曾經去過爭鮮占 83%，並在一個月內消費五次以上占 4%，會因店內公仔而促進消費慾也僅僅占 25%。

性別	男生		女生		
比率	33%		67%		
年齡	15 歲以下		16~25		
比率	11.6%		88.4%		
是否去過爭鮮	是		否		
比率	83%		17%		
一個月消費次數	1 次以下	2~5 次		5 次以上	
比率	83%	13%		4%	
因公仔促進消費	一定會	可能會	普通	可能不會	一定不會
比率	3%	22%	28%	19%	28%

(二)研究結果



由圖 1 證實，認為價格在接受範圍內主因種類多元占 41.8%，產品份量足夠占 26.5%，品質相同但價格同業低占 16.2%，服務態度良好占 15.2%，由此可知種類多元是大家想消費的主因。

圖 1 您認為價格在接受範圍內的原因

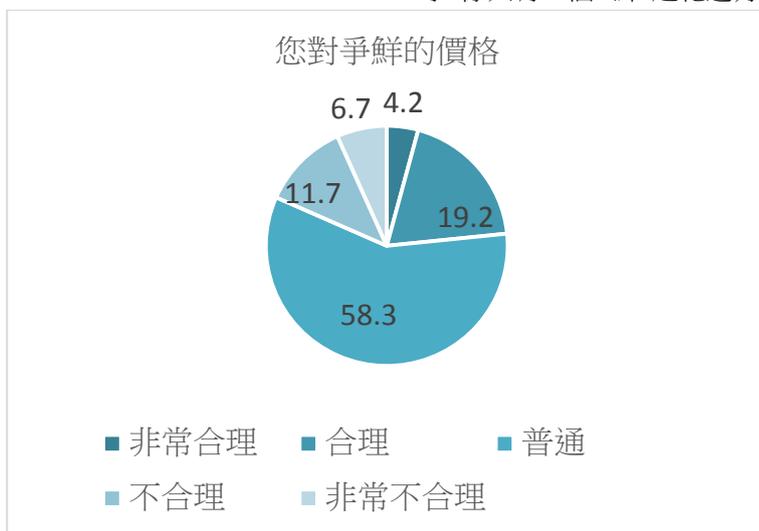


圖 2 您對爭鮮的價格感到?

由圖 2 證實，認為合理占 19.2%，普通占 58.3%，由此可知 價格在消費者接受範圍內。

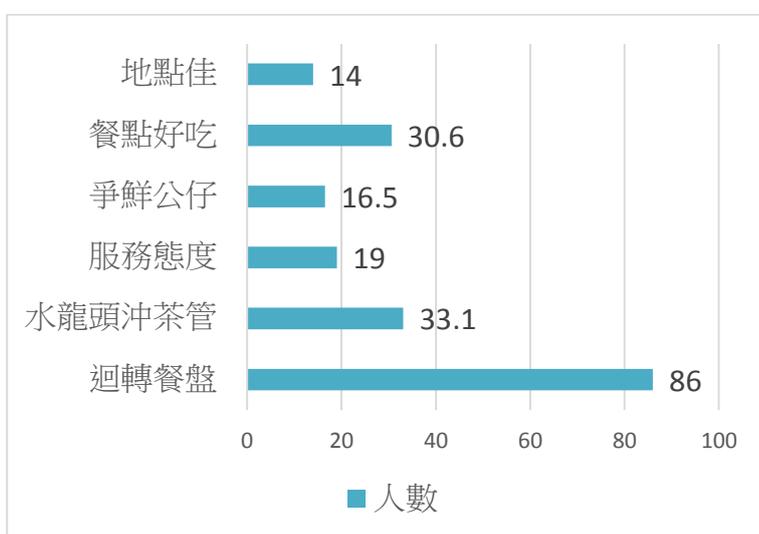


圖 3 對爭鮮第一印象長條圖

由圖 3 證實，爭鮮最具特色的第一印象:迴轉餐盤占了 86%，水龍頭沖茶管占 40%，餐點好吃占 30%，由這 3 項佔居最高

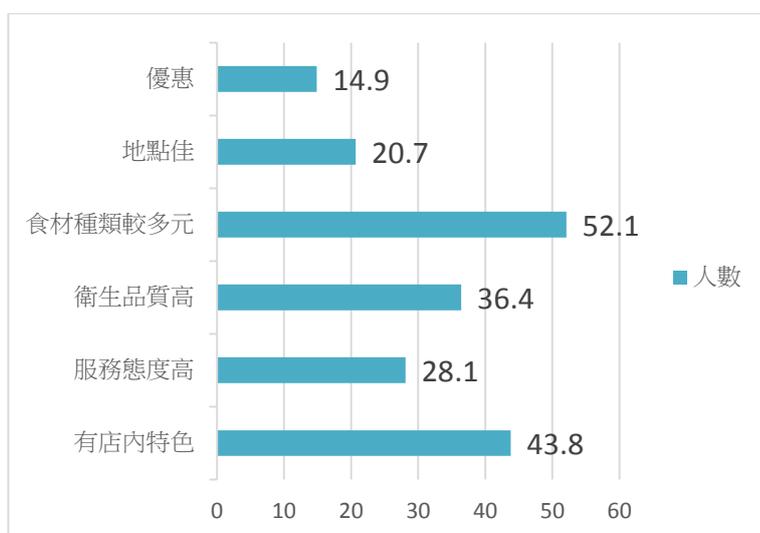


圖 4 與外面壽司店之比較圖

由圖 4 證實，比起外面壽司店，爭鮮有三大點較吸引人。食材種類較多元占 52%，店內有特色占 43%，衛生品質較高占 36%。

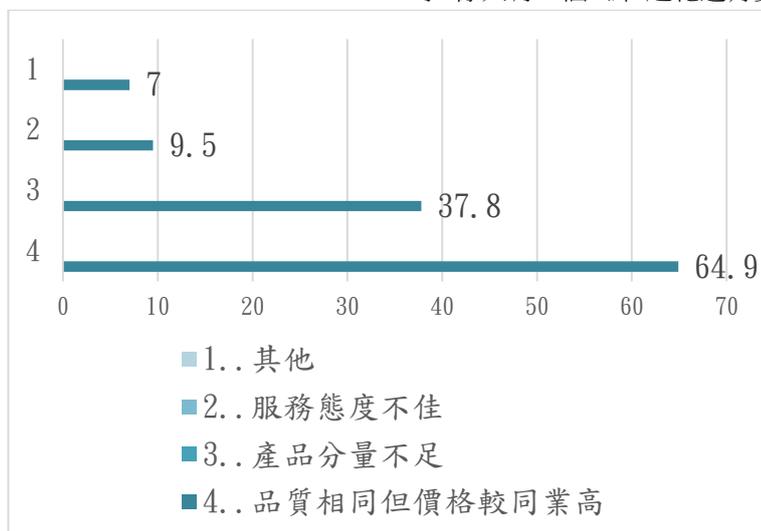


圖 5 認為價格不合理之理由長條圖

由圖 5 證實，認為價格不合理之理由分別為:品質相同但價格較同業高占 64%，產品份量不足占 37%為首要理由。

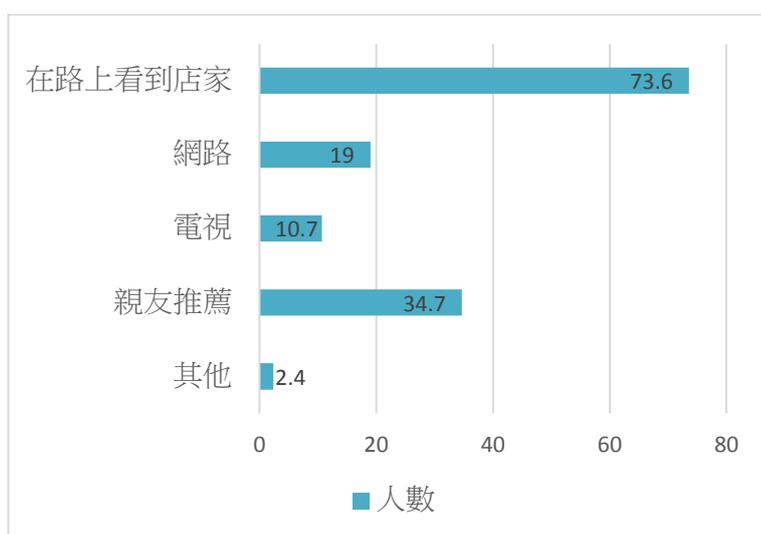


圖 6 得知爭鮮管道長條圖

由圖 6 證實，研究調查在路上看到實體店家占 73%占居最高，親友推薦占 34%，網路得知占 19%。

參、結論與建議

一、結論

在研究初期，我們推估花蓮青少年都會比較傾向到爭鮮消費，但經過圖表分析後，得知：

- (一)價格方面：消費者認為爭鮮較同業價格高，雖然擁有舒適的用餐環境。
- (二)產品種類：餐點的種類不夠多元，顧客能選擇的產品較為稀少。
- (三)食材新鮮度：流動的迴轉餐盤不能確保食品的新鮮度，放太久的壽司不易確保品質。
- (四)地理位置：全花蓮也只會有一間店面在繁華的市區，使得停車不便，花蓮屬於狹長地形，讓居住較遠的消費者想要光顧店面也必須花上較長的路程。

針對以上價格方面、產品種類、食材新鮮度、地理位置提出了可改善的空間，爭鮮也保有其他壽司店可學習的優點，本組研究提出建議的方法。

五、建議

在此我們針對以上問題提出改善建議：一盤 30 元比起夜市 10 元的價格還是偏高，如果能份量不變價錢降低，餐點的種類也可以更加延伸，讓消費者有更廣的選擇空間，可推出不定時的特色口味做促銷，迴轉餐盤上的產品擺放時間也應嚴格掌控食材新鮮度，一定的時間就要撤掉，更須在花蓮增加門市據點，挑選更便利的停車空間以方便消費者停放車輛，相信要是實施以上的建議能讓爭鮮貨的更多消費者的青睞。

肆、引註資料

1. 爭鮮官網。： <https://www.sushiexpress.com.tw/index>
2. 盧昭燕(2012)。爭鮮搶做餐飲業新龍頭。天下雜誌，403期。
3. 林淑芬(2011)。台科大圖書出版專題製作 SOP 最佳秘笈課本。新北市：台科大圖書股份有限公司。
4. 隨意窩。2008年7月7號，取自 <http://blog.xuite.net/cclabjh/twblog/137971950>
5. 陳麗如、王淑慧(2006)。服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度關係之探討。

附錄：問卷內容

國立花蓮高商 105 學年度第 2 學期 專題製作-問卷撰寫

"爭"象只一個——"鮮"起花蓮青少年的慾望

親愛的：先生小姐您好！這是一份專題製作用的問卷，想瞭解您對本研究的一些看法，您提供的寶貴意見，將作為本專題研究的重要資料參考。您的意見非常珍貴，請給予最真實的回答，問卷中所填寫的資料，會完全保密，請放心作答。謝謝您！

敬祝

萬事如意

國立花蓮高商

學生 劉宇豪 張鋸淳 黃乙丹

中華民國 106 年 07 月 28 日

壹、基本資料

請您依照個人之情況，在符合的選項□內打勾「V」：

1. 性別： 男 女
2. 年齡： 15 歲以下 16~25 歲
3. 是否去過爭鮮： 是 否，
4. 您在一個月消費的頻率為：
 1 次以下 2 次至 5 次 5 次以上

貳、問卷內容

請您依照自己對問題的看法，在符合的選項□內打勾「V」

一、產品

1. 您看到迷你可愛的爭鮮公仔，會增加您的消費慾望嗎？
 一定會 可能會 普通 可能不會 一定不會
2. 您對爭鮮第一印象特色是？<複選>
 迴轉餐盤 水龍頭沖茶管 爭鮮公仔 服務態度 餐點好吃 地點佳
3. 比起外面壽司店，爭鮮較新引你的是？<複選>
 有店內特色 服務態度高 衛生品質高 食材種類較多元 地點佳 優惠

二、價格

1. 您對爭鮮的價格，感到
 非常合理 合理 普通
 不合理(請接第 3 題) 非常不合理(請接第 3 題)
2. 若您認為價格在接受範圍內，主要原因為？
 品質相同，但價格較同業低 產品分量足夠
 服務態度良好 種類多元
3. 若您認為價格不合理，主要理由為？<複選>
 品質相同，但價格較同業高 產品分量不足
 服務態度不佳 其他

三、通路

1. 您是從哪得知爭鮮？<複選>
 在路上看到店家 網路 電視 親友推薦 其他

感謝您的協助，用心填答問卷！謝謝您。

完

甲等

《觀光餐旅》

篇名：

Amis 原汁原味-紅瓦屋美食餐廳

作者：

胡貞瑜。花蓮高商。會計科三年乙班

劉亭彤。花蓮高商。會計科三年乙班

李憲叡。花蓮高商。會計科三年乙班

指導老師：

歐郁玟老師

壹●前言

一、研究動機：

民以食為天！吃，是人類生活上重要的環節之一，肚子餓了，就是要吃！但早已吃膩了速食簡餐和精緻美食是時候該換換口味了吧？因此本組想探討的是一間以原住民風味為主題的紅瓦屋餐廳，想知道業主是使用什麼經營手法來吸引顧客，又是如何讓顧客可以心滿意足地享受這種獨特美食和環境。本組希望藉由此機會實地參訪及研究，了解這間風味餐廳。

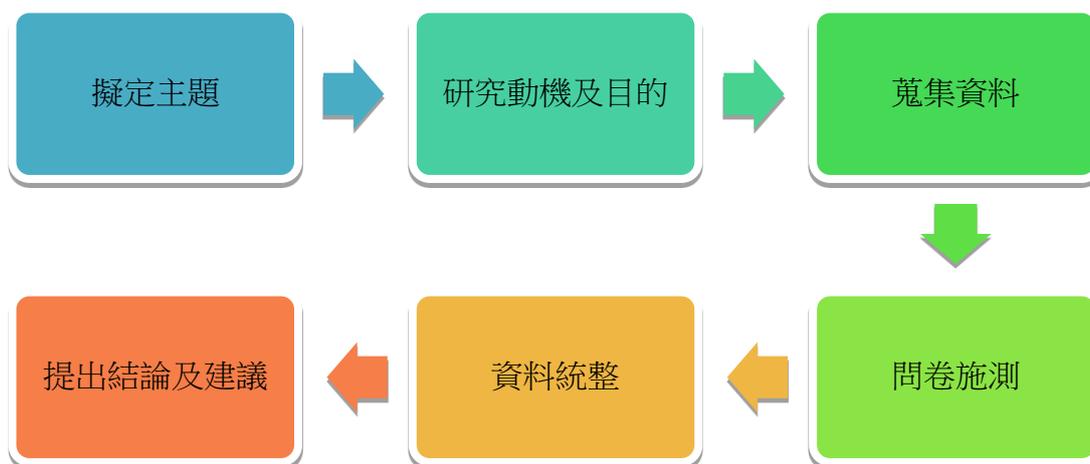
二、研究目的：

- (一) 了解紅瓦屋之創業起源及經營理念
- (二) 了解紅瓦屋之顧客滿意度
- (三) 了解紅瓦屋的行銷策略

三、研究方法：

利用網際網路、書報雜誌、問卷調查和實地探訪，從中獲取顧客對紅瓦屋的各項滿意度等資料後統整，分析討論後做出結論。

四、研究步驟：



圖一 研究流程圖

五、研究對象與限制：

本研究因受到經費、時間、地方範圍限制之故，研究調查的範圍僅針對花蓮地區，研究對象為紅瓦屋的顧客群。

貳●正文

一、紅瓦屋簡介：

(一)創立起源

花蓮光復鄉馬太鞍地區在地之一的紅瓦屋老地方文化美食餐廳。營業已有廿個年頭了，用餐時間場場爆滿、座無虛席，是一家兼具藝術氣息與美食饗宴的原住民特色餐廳。業主為了保留祖先留下的傳統風味，在餐廳裡的各個角落都能夠看見業主延續祖先文化精神的用心。餐廳身處田園交錯之中，清澈見底的魚池畔旁，除了能感受到文化傳承的精神以外，最重要的還是品嚐這裡的美味佳餚。紅瓦屋餐廳以阿美族料理為主，風味獨特且業主會依時節的不同而變換不同的菜色，也因此讓前來的顧客都能擁有不同的味蕾享受。

(二)經營理念

餐廳主要以天然的食材為主，食材不僅天然還是選用當季的時蔬且都是自然中能輕易取得，可說是既養生又新鮮呢！餐廳料理多是使用傳統的方式烹調，也因為是使用傳統方式烹調的緣故才能讓每道菜色都能夠呈現出原住民特有的風味。

二、紅瓦屋實景及產品介紹：

當您還在餐廳外時，就能見到用漂流木所製成的藝術品，以及用木頭雕刻而成的木雕品(圖二)，還有一旁用來養殖台灣鯛的大魚池(圖三)，環境清幽景色宜人。



圖二 紅瓦屋餐廳外觀

(資料來源：本小組自行拍攝)



圖三 紅瓦屋魚池

(資料來源：本小組自行拍攝)

紅瓦屋的餐點強調以原住民特色為主，不論是野菜拼盤甚至招牌石頭火鍋(圖四至圖七)，每道菜皆是比照傳統方式新鮮現做，嘗起來更是鮮嫩無比！



圖四 石頭火鍋
(資料來源：本小組自行拍攝)



圖五 烤台灣鯛
(資料來源：本小組自行拍攝)

(圖四)是運用燒燙過的石頭替代平常使用的爐具來做烹煮的動作，且用來盛裝的容器是用檳榔葉編製而成的，不需華麗的食材也能品嚐到的美味。

(圖五)由餐廳自行養殖的台灣鯛，現抓現烤口感肥嫩扎實，且魚肚內還塞著辣椒等香料讓魚肉嘗起來更有味道。



圖六 鹹豬肉
(資料來源：本小組自行拍攝)



圖七 野菜拼盤
(資料來源：本小組自行拍攝)

(圖六)帶著微焦外皮的鹹豬肉，撒上胡椒顆粒，鹹香入味。

(圖七)採集各式各樣的原住民野菜做成的涼拌野菜拼盤，份量充足且營養健康。

三、紅瓦屋相關分析：

本小組利用 SWOT 分析、STP 分析、4P 分析的目的在於幫助店家了解自身經營的現況，訂定戰略，針對店家競爭的優勢、定位與問題所在，並擬定因應對策，如下表：

Amis 原汁原味-紅瓦屋美食餐廳

(表一) SWOT 分析

內部環境 外部環境	優勢 (Strengths)	劣勢 (Weakness)
	S1 裝潢傳統有特色 S2 菜色多樣化 S3 烹調手法特別 S4 原住民特色飲食	W1 地方偏僻不易尋找 W2 促銷活動少
機會 (Opportunities)	SO 策略(增長型策略)	WO 策略(扭轉型策略)
O1 附近馬太鞍觀光溼地 O2 食材天然、野外容易取得 O3 設有 FB 專頁	S1O1 裝潢以原住民風格為主，與當地馬太鞍溼地相襯 S2O2 食材天然多樣化且容易取得	W1O3 可利用專頁增加知名度 W2O1 可配合馬太鞍觀光溼地的特色來推出新促銷方案
威脅 (Threats)	ST 策略(多元化策略)	WT 策略(防禦性策略)
T1 食材有季節性 T2 沒有廣告宣傳 T3 價位較高 T4 新興店多，競爭激烈	S2T1 菜色多樣，但有季節限制，可推出季節限定商品 S4T4 透過特色飲食與其他店家做區別	W1T3 地方偏僻可自行耕種食材，降低成本及價格 W2T1 利用季節限制，推出當季套餐，可增加來客數

(資料來源：本小組研究整理)

(表二) STP 分析

STP 策略	內容分析
市場區隔 Segmentation	以觀光客為主，讓顧客可以透過飲食、店內裝潢及當地風景，感受原住民風情。
目標市場定位 Targeting	各年齡層均有，但因價位高分量多，較適合多人一起消費用餐。
市場定位 Positioning	專賣原住民傳統風味餐點，不論何時都能享受到新鮮美食。

(資料來源：本小組研究整理)

(表三) 4P 分析

4P 策略	內容分析
產品 Product	產品皆以健康、自然、原汁原味為主軸呈現給來到紅瓦屋餐廳的顧客，讓顧客能夠更加的了解阿美族的特色。

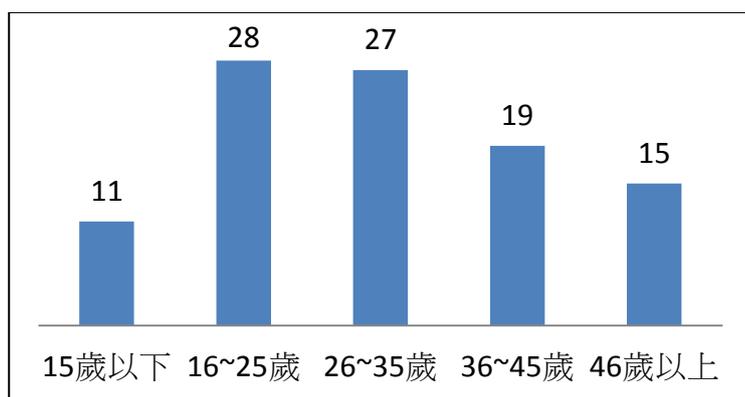
定價 Price	因業主選用食材都以天然為主，所以價格偏高。可嘗試自行耕種有機蔬菜不僅能降低成本還有品質上的保證。
推廣 Promotion	目前較無實際推廣行動，多為民眾口耳相傳。可利用當地文化歷史、網頁廣告或是傳播媒體增加知名度。
通路 Place	除了實體店面外，建議可在其他知名景點附近設立據點。

(資料來源：本小組研究整理)

四、問卷調查：

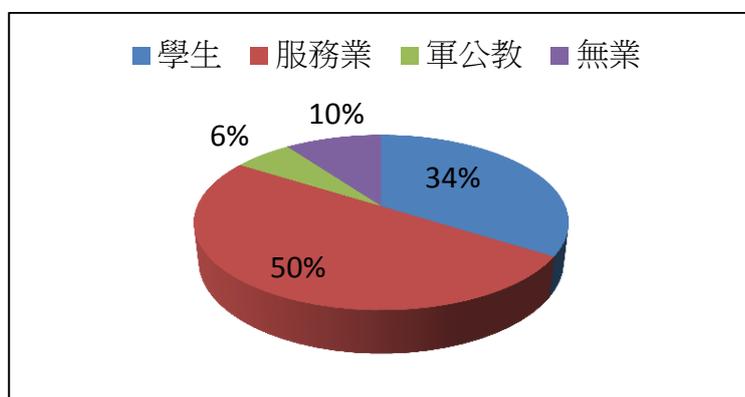
本研究以問卷方式來了解消費者對於紅瓦屋餐廳的意見，本組問卷以當地紅瓦屋餐廳內的消費者為主要發放對象，發放 100 份問卷，收回 100 份，有效問卷 100 份，無效問卷 0 份。

(一) 基本資料分析



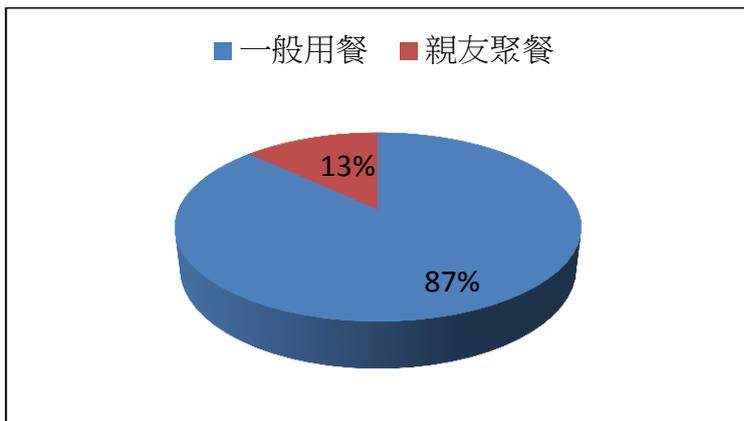
圖八 年齡比例圖

根據圖八顯示，光臨紅瓦屋的消費者中 15 歲以下佔 11%，16-25 歲佔 28%，26-35 歲佔 27%，36-45 歲佔 19%，46 歲以上佔 15%，統計結果指出到紅瓦屋消費的普遍年齡層為 16-35 歲。



圖十 職業比例圖

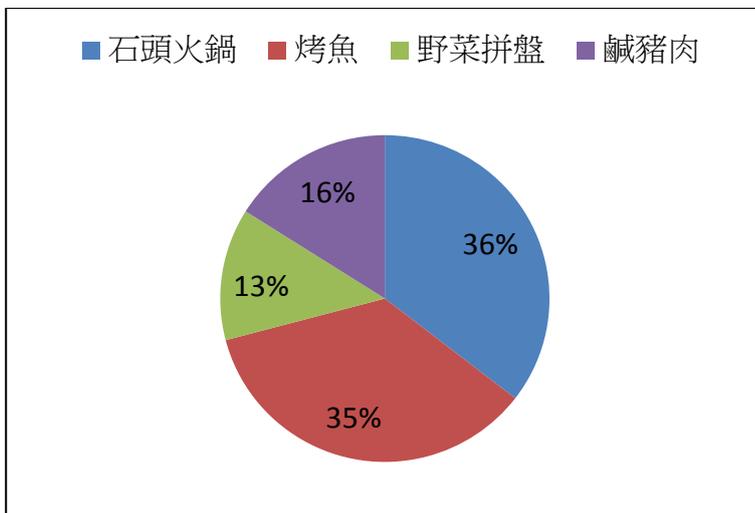
根據圖十顯示，光臨紅瓦屋的消費者中學生佔 34%，服務業佔 50%，軍公教佔 6%，無業佔 10%，統計結果指出到紅瓦屋消費的最高族群比例為服務業。



圖九 消費目的比例圖

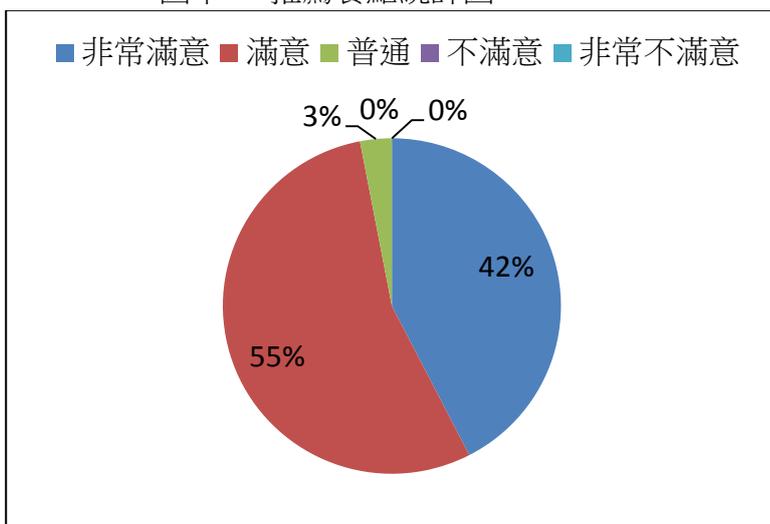
根據圖九顯示，光臨紅瓦屋的消費者中一般用餐佔 87%，親友聚餐佔 13%統計結果指出到紅瓦屋消費的目的多為一般用餐。

(二) 問卷結果



圖十一 推薦餐點統計圖

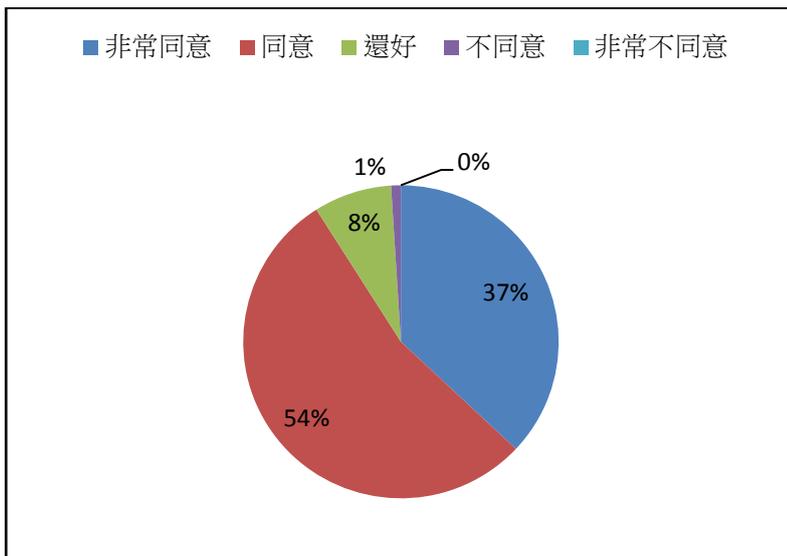
根據圖十一顯示，光臨紅瓦屋的消費者中認為最值得推薦之餐點，鹹豬肉有 16%，野菜拼盤有 13%，烤魚有 35%，石頭火鍋有 36%，統計結果指出，到紅瓦屋的消費者認為最值得推薦的為石頭火鍋。



圖十二 餐點品質比例圖

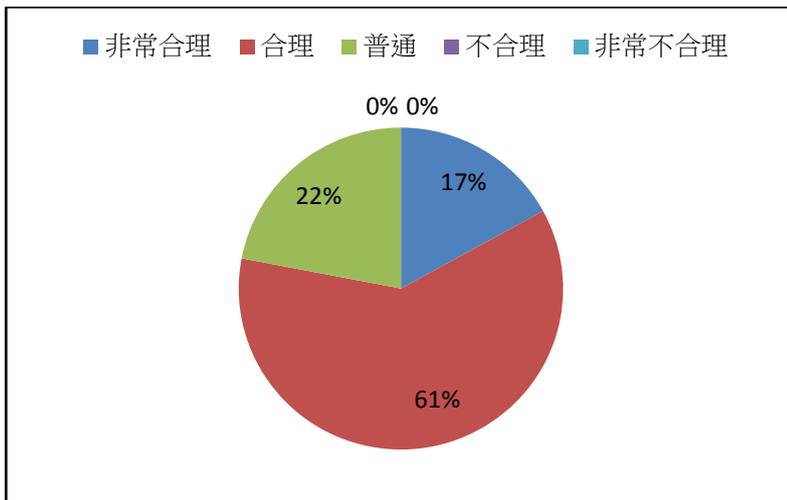
根據圖十二顯示，光臨紅瓦屋的消費者中覺得餐點的品質，非常滿意佔 42%，滿意佔 55%，普通佔 3%，不滿意及非常不滿意皆為 0%，統計結果指出，部分顧客對餐點皆為滿意。

Amis 原汁原味-紅瓦屋美食餐廳



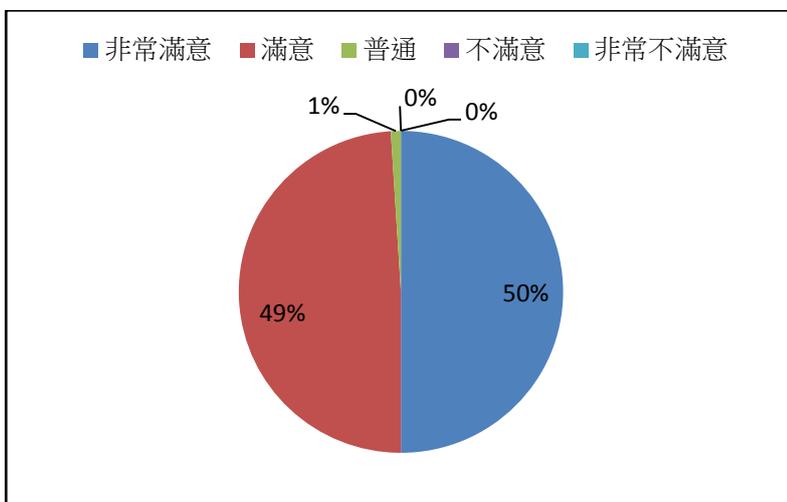
圖十三 若推出特價套餐同意度比例圖

根據圖十三顯示，光臨紅瓦屋的消費者中對於推出特價套餐，非常同意佔 37%，同意佔 54%，還好佔 8%，不同意佔 1%，非常不同意 0%，統計結果指出，部分顧客對於推出特價套餐皆同意。



圖十四 餐點價格合理度比例圖

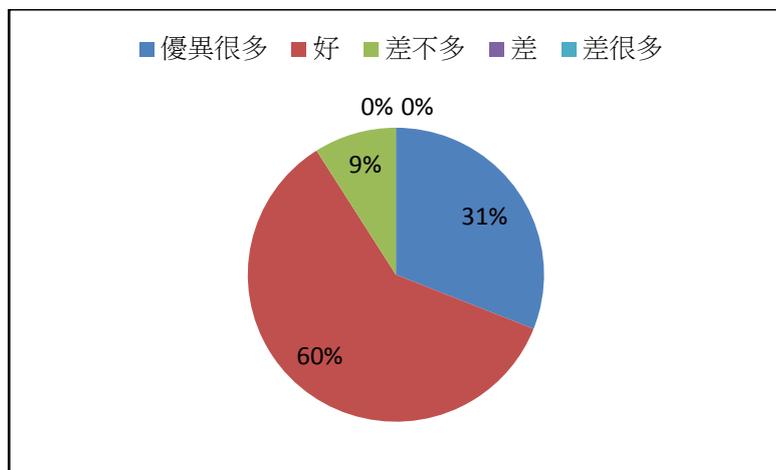
根據圖十四顯示，光臨紅瓦屋的消費者中對餐點價格感到，非常合理佔 17%，合理佔 61%，普通佔 22%，不合理與非常不合理皆 0%，統計結果指出，部分顧客對於餐點的價格皆感到合理。



圖十五 服務態度比例圖

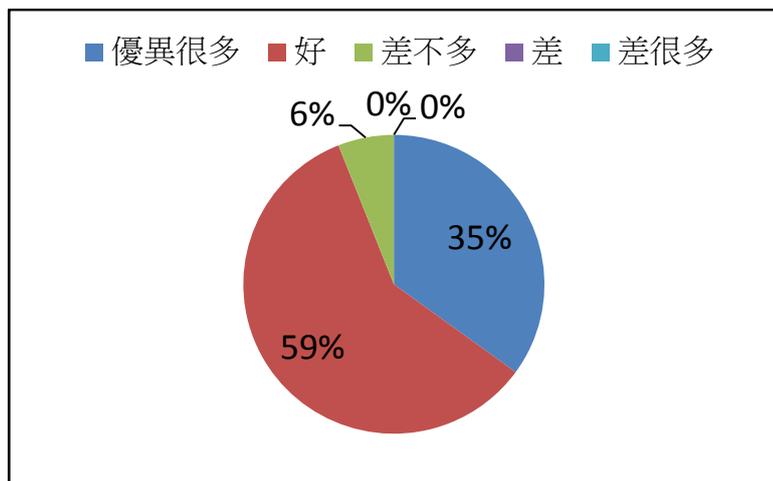
根據圖十五顯示，光臨紅瓦屋的消費者中對服務態度感到，非常滿意為 50%，滿意為 49%，普通佔 1%，不滿意與非常不滿意皆 0%，統計結果指出，部分顧客對於服務態度為非常滿意。

(三) 與其他同性質店家比較



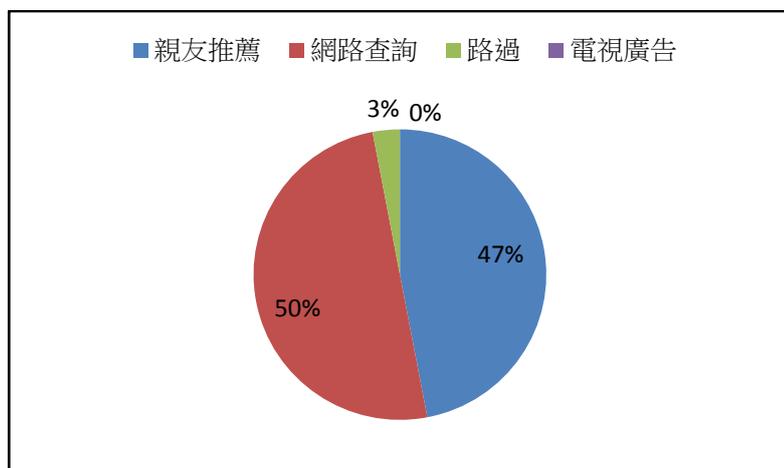
圖十六 銷售推廣能力比例圖

根據圖十六顯示，消費者認為紅瓦屋之消費推廣能力較他家，優異很多佔 31%，好佔 60%，差不多佔 9%，差及差很多皆 0%，統計結果指出，紅瓦屋的銷售推廣能力較他家好。



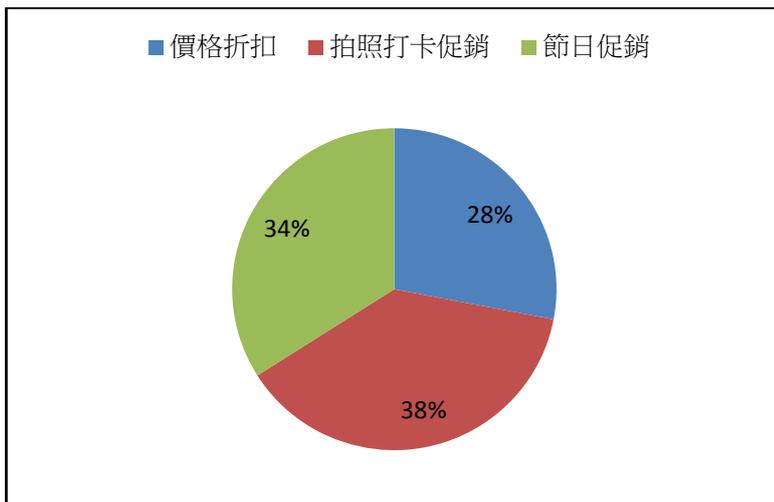
圖十七 餐點競爭力比例圖

根據圖十七顯示，消費者認為紅瓦屋之競爭能力較他家，優異很多佔 35%，好佔 59%，差不多佔 6%，差及差很多皆 0%，統計結果指出，紅瓦屋的餐點競爭力較他家好。



圖十八 訊息管道比例圖

根據圖十八顯示，光臨紅瓦屋的消費者中得知紅瓦屋的媒介是經由親友推薦佔 47%，網路查詢佔 50%，路過佔 3%，電視廣告佔 0%，由此指出透過網路查詢得知紅瓦屋的比例佔最高。



圖十九 希望推出方案比例圖

根據圖十九顯示，消費者希望推出的方案，價格折扣佔 28%，拍照打卡促銷佔 38%，節日促銷佔 34%，由此可知消費者希望紅瓦屋能推出拍照打卡促銷活動。

參●結論

一、結論

- (一)根據本研究出紅瓦屋餐廳以原住民料理為主，風味獨特。食材天然選用當季時蔬較容易吸引年輕顧客群，具有與以往精緻主題餐廳不同的特色。
- (二)根據本研究紅瓦屋與同性質店家做相比在銷售能力及餐點競爭力具有極高的優勢，且大多數消費者都認為紅瓦屋服務品質不錯。
- (三)透過本組各項分析指出紅瓦屋在價格上面偏高以及份量多，適合多人一起用餐。

二、建議

- (一)根據本組研究建議紅瓦屋可以推出些促銷方案，例如拍照打卡送優惠等等，不僅能在網路上增加知名度也能夠讓消費者感到滿足。
- (二)根據調查指出大部分民眾多數由網路得知而前往消費，建議紅瓦屋推出網路線上訂購服務更能增加營業額。
- (三)紅瓦屋地理位置偏僻，消費者大多駕車前往，由於停車位不足，本組建議能夠擴增停車位。
- (四)根據本組調查每逢假日人潮眾多，導致出菜速度略慢，建議增加人手改善出菜速度。
- (五)根據本組研究紅瓦屋菜色豐富多樣，建議可以利用廣告宣傳推廣，藉以擴大名聲。

肆●引註資料

江淑真、朱珍珍、鄭美蘭(2017)。商業概論易點通總複習(上)。台北市:

啟芳出版社

張小康(2014) 。紅瓦屋文化美食餐廳-痞客邦旅遊網。2017 年 10 月 5 日，
取自 <https://goo.gl/yDiuuH>

Kevin(2011) 。紅瓦屋老地方文化美食餐廳-VR 實景旅遊網。2017 年 10 月 5 日，
取自 <https://goo.gl/NTWuhS>

黃憶瑜。現代飲食文化。全國高中職小論文。

甲等

《商業類》

篇名：

花蓮人氣吃到飽餐廳【石屋燒肉火鍋】 - 消費者滿意度分析

作者：

林書靈。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

陳主恩。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

陳凱翔。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

指導老師：

施美言老師

一、研究動機

近期臺灣吃到飽餐廳非常熱門，裡面的食物任你吃到滿足，雖然有限制時間但通常時間都不會太短，因此許多親朋好友總是會在一些特別的日子相約來飽餐一頓，然而在平日裡，來吃到飽餐廳的人卻寥寥無幾，因為它價位較高，平日裡不可能會有太多的消費者願意去消費，大家寧可選擇一間路邊小攤販或小吃店解決一餐。但在我們的觀察下，有這麼特別的一家餐廳，即使是在平日裡仍然是人滿為患，這家餐廳就是石屋燒肉火鍋。為什麼這吃到飽餐廳，它會如此特別，即使是在平凡、無意義的日子裡，仍有許多人想要到那飽餐一頓，為何它會有如此的吸引力？它究竟有著什麼樣的魔法？引起了我們想要研究的動機。

二、研究目的

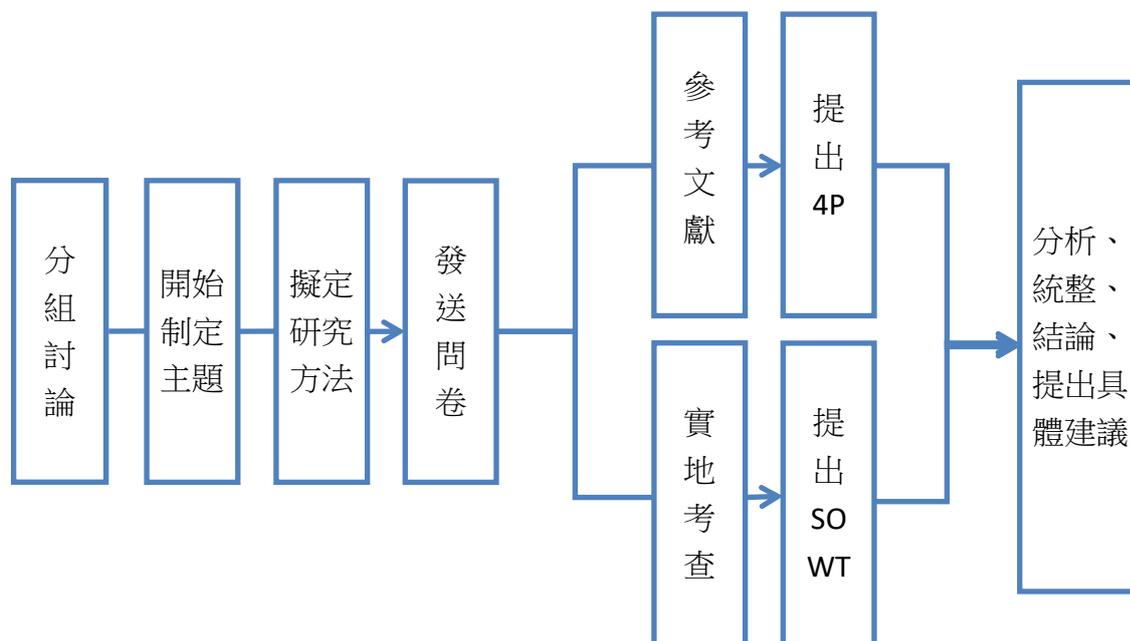
- (一) 分析石屋燒肉火鍋為何成為受顧客喜愛的吃到飽餐廳。
- (二) 調查石屋燒肉火鍋的顧客滿意度及回流度。
- (三) 回饋建議。

三、研究方法

- (一) 文獻蒐集：透過網路及新聞資料，研究其經營策略及受喜愛之原因。
- (二) 實地觀察：觀察店內經營狀況及服務人員服務態度之品質。
- (三) 問卷調查：針對在石屋燒肉火鍋消費過的顧客發放問卷，調查其滿意度及評價。

四、研究限制

因研究成員為學生，考慮到課業問題因而只能利用假日時間，對於本地花蓮石屋燒肉火鍋進行探討研究及分析。



貳、正文

一、餐館特點

花蓮『石屋燒肉火鍋』餐廳位在中正路，是歐鄉相關企業旗下的一間餐廳，走個幾步路就可到達市區，位置相當便利，而同樣也是歐鄉相關企業的歐鄉牛排西餐就位在隔壁，附近的景點有松園別館、將軍府…等，若是再走個幾步路，就可到達花蓮人氣景點-北濱公園，吃飽後去那裡散散步、看看海，也順便幫助消化，是許多用完餐後客人的好去處。而餐廳裡的裝潢不但有濃濃的日式風格，而且燈光美氣氛佳，吸引許多消費者，並且有著優良的服務品質，有任何問題只要向服務生說，便能迅速處理，上菜速度也快，能夠不拖到顧客用餐時間，當然裡面的食材也是相當新鮮，在吃到飽餐廳不多的花蓮來說，石屋燒肉火鍋不但地理位置優異，服務品質也相當優良，衛生水準也相當高，而且價錢也相當合理，因此非常受到花蓮本地人的喜愛，甚至也有外縣市的旅客還認為非常划算。

餐廳裡有許多新鮮的肉類及海鮮等食材可供顧客們自行料理，除了燒烤之外也有火鍋料理可供顧客選擇；口味偏日式風味，讓人吃的津津有味。

(一) 餐飲內容

大致可分為此五類，燒烤類、火鍋湯底及火鍋料等食材是由服務人員來負責上菜，飲品及冰品和調製醬料則是自由取用。

餐點	產品內容
燒烤類	特上雪澤牛、蔥鹽牛五花、醬烤牛小排、孜然雞腿肉、泰式酸辣雞翅、孜然羊肉條、椒香羊丁骨、風味豚角肉、日式豬五花、椒鹽松阪豬、日式扇貝、貴妃鮑魚、柳葉魚、尚青鮮蝦、泰式酸辣章魚哥、蛤蠣絲瓜盅...等肉類及海鮮類
火鍋湯底	原味清湯、健康番茄、味噌豆腐、韓式泡菜、川味麻辣
火鍋料	上選牛肉片、梅花豬肉片、五花羊肉片、魚漿、魚餃、蟹肉棒、麻糬燒、花枝丸、油條、嫩豆腐、各式火鍋蔬菜...等
飲品區	可樂、紅茶、檸檬汁、雪碧、白開水
冰品區	霜淇淋、冰淇淋
醬料區	日式醬油、醋、碎蒜頭、蔥花、沙茶醬、辣椒醬、鹽、胡椒、孜然粉

三、SWOT 分析表

對於餐廳內部優勢及劣勢進行探討，並評估其外部的機會與威脅，用以在制定商家的發展戰略前對商家進行深入全面的分析以及競爭優勢的定位，提出更好的建議給店家參考。

SOWT 分析		內部組織	
		S1 價格設於中間價位，使大多消費者都能接受	W1 用餐有時間限制
	S2 餐館旁設有停車場使交通便利	W2 顧客太多容易降低服務員上菜速度	
	S3 點餐速度和服務效率高	W3 店內位置設置不足，無法應付眾多人潮	
	S4 食材新鮮衛生，肉類食物更是受到大眾的喜愛		
外部環境	O1 因地點接近市區，較容易吸引逛街購物的消費者用餐 O2 節慶假日會有許多顧客選擇吃好料慶祝而到店裡消費	S01 可於節慶假日推出優惠活動，吸引更多顧客上門	WO1 於節慶假日時增加店內用餐位置，以應付人潮
	T1 因近年物價上漲導致成本增高，使得用餐價格提高 T2 不受到素食顧客的歡迎 T3 近年有較多同性質的餐廳紛紛成立	ST1 相較同業競爭者，可將價格稍微調降，以吸引顧客	WT1 以網路預約，及應付人手不足的問題

四、4P 分析表

(一) 產品 (Product)

食材對於一家餐廳來說是最重要的靈魂，好食材決定餐廳食物的品質，花蓮石屋提供新鮮食材讓顧客安心食用也嚐到石屋最佳的美味。

(二) 價格 (Price)

石屋燒肉火鍋提供燒烤及火鍋兩種供消費者選擇，以及吃到飽的優質服務，因此訂價相較於其他餐廳要較高一些。

(三) 推廣 (Promotion)

石屋燒肉火鍋雖然沒分店，但因優良的服務品質及食物為該餐廳締造好的口碑，在花蓮相當受到關注，是一間熱門的餐廳。

(四) 人員服務策略 (People)

人員的反應能力包括緊急狀況的應對、方法及態度，或是對顧客的關懷等等面對顧客時所展現出來的結果，都會影響顧客對此企業的評價。

店名	石屋燒肉火鍋
4P	
產品(Product)	食物新鮮、產品多樣化、份量客製化
價格(Price)	價格中高 (419+10%)
推廣 (Promotion)	社交網站 (粉絲團)、網路、親朋好友推薦
人員策略 (People)	人員管理、職員培訓、規範管理

五、問卷調查與分析

本調查從石屋燒肉火鍋內的產品、價格、推廣、人員服務策略做出研究問卷，針對於花蓮地區的消費者做滿意度的調查，並設年齡、性別等基本資料增加問卷可信度。於暑假期間 106 年 7 月 1 日至 106 年 9 月 10 日，發放網路問卷共有 105 位消費者填寫。

(一)、消費者基本資料

1.消費者年齡	
<p>40歲以上 6% 16歲以下 7% 30~40歲 8% 20~30歲 29% 16~20歲 50%</p>	<p>由圖 1 可知，消費者年齡 16 歲以下佔 7%，16~20 歲佔 50%，20~30 歲佔 29%，30~40 歲 8%，40 歲以上 6%，由此可知大部分消費者年齡層約在 16~20 歲，第二多的是 20~30 歲，較受到青壯年的歡迎。</p>
2.消費者性別	
<p>女 39% 男 61%</p>	<p>由圖 2 可知，消費者性別女性佔 39%，男性佔 61%，由此可知消費者性別大多數為男性。</p>
3.菜色滿意度	
<p>普通 15% 不滿意 5% 滿意 39% 非常滿意 41%</p>	<p>由圖 3 可知，消費者對菜色滿意度非常滿意佔 41%，滿意佔 39%，普通佔 15%，不滿意 5%，由此可知大多消費對於菜色滿意度都感到非常滿意。</p>
4.上菜速度滿意度	
<p>不滿意 9% 普通 19% 滿意 35% 非常滿意 37%</p>	<p>由圖 4 可知，上菜速度滿意度非常滿意佔 37%，滿意佔 35%，普通佔 19%，不滿意 9%，由此可知大部分消費者對於上菜的速度都非常滿意。</p>

5.服務態度品質

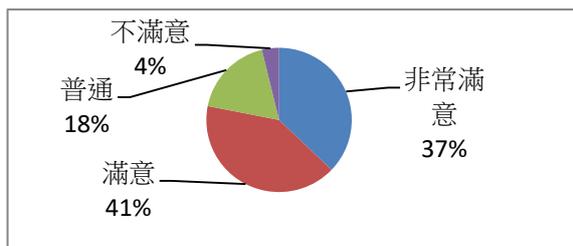


圖 5 服務態度品質

由圖 5 可知，服務態度品質非常滿意佔 37%，滿意佔 41%，普通 18%，不滿意佔 4%，由此可知消費者對於服務態度方面多是滿意以及非常滿意。

6.用餐氣氛

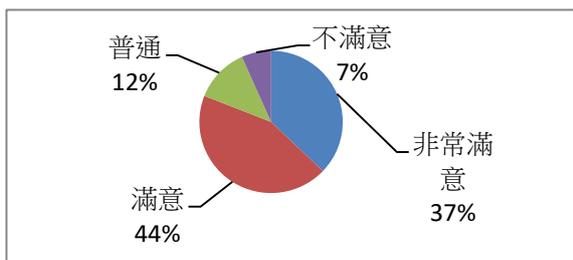


圖 6 用餐氣氛

由圖 6 可知，用餐氣氛非常滿意佔 37%，滿意佔 44%，普通 12%，不滿意佔 7%，由此可知消費者對於用餐氣氛多是滿意以及非常滿意。

7.價格滿意度

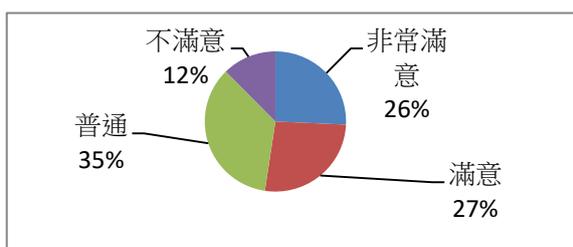


圖 7 價格滿意度

由圖 7 可知，價格滿意度非常滿意佔 26%，滿意佔 27%，普通 35%，不滿意佔 12%，由此可知消費者對於價格滿意度多是普通，代表大部分消費者尚可接受。

8.最滿意的食品

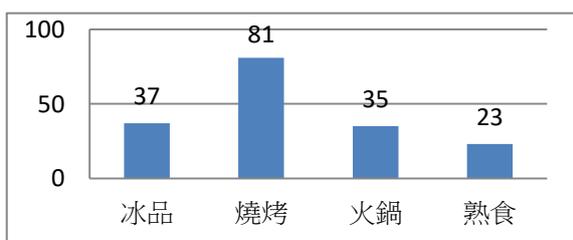


圖 8 最滿意的食品

由圖 8 可知，在 105 份問卷中，最滿意的食品票數最多的是燒烤類的食物。

9.顧客回流度

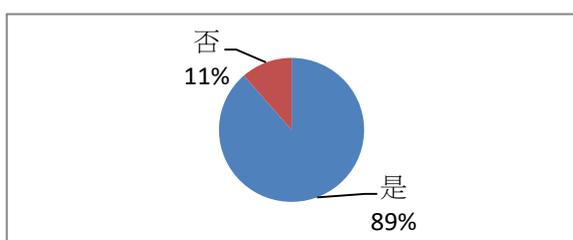


圖 9 顧客回流度

由圖 9 可知，回流度高達 89%，許多消費者仍願意再度光臨。

10.得知餐廳的方式

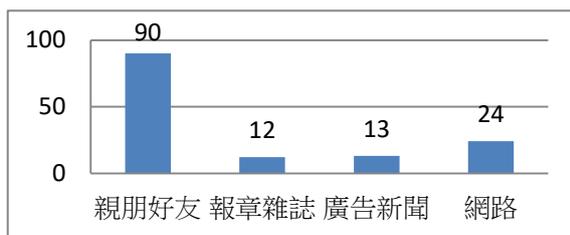


圖 10 得知餐廳的方式

由圖 10 可知，大多消費者都是透過親朋好友口耳相傳而得知此餐廳。

11.停車方便性

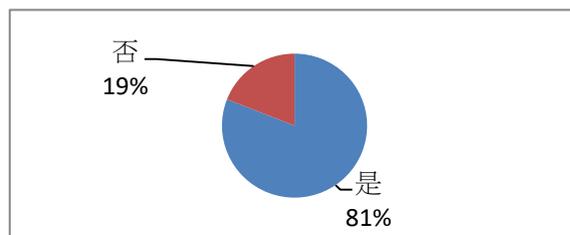


圖 11 停車方便性

由圖 11 可知，停車方便性佔 81%，不方便性佔 19%，幾乎所有消費者都認為停車非常方便。

12.優惠方案

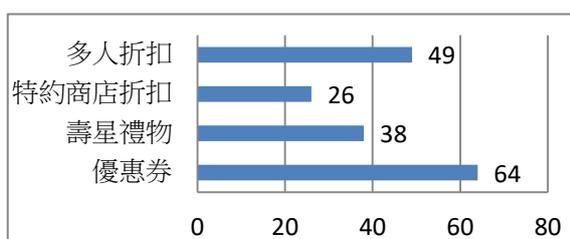


圖 12 優惠方案

由圖 12 可知，較多消費者希望能推出優惠券的活動，其次則是多人折扣優惠。

參、結論

- 一、經由這次專題的深入探討後，發現了石屋燒肉火鍋這一家餐廳受到青壯年客群的歡迎，並以合理的價格來給予客戶優良的用餐環境以及新鮮的食材，此外因地域位於花蓮市區的關係，停車位難求，所以在旁也設立了停車站，使顧客以更便利的方式來此用餐，也因為上述的種種優勢，使得石屋燒肉火鍋在花蓮能如此炙手可熱。
- 二、經由問卷調查後發現顧客的回流度高達 89%，而整體滿意度高達 72%
- 三、對於客群方面含有學生族群，因而對於用餐價錢感到些許昂貴，我們針對這個問題也統計了『希望推出的優惠方案』，最後獲得的答案是推出優惠券，這樣或許能增加消費量，進而提升營業額；我們也針對『推廣』做出調查，發現石屋燒肉火鍋並無具體的推銷方式，只是以粉絲團、網路做宣傳，但效益並不顯著，我們由此調查建議石屋燒肉火鍋應以廣告宣傳單的方式來做為宣傳基礎，而我們也針對店裡 SWOT 進行分析，提出了可於節慶假日推出優惠活動，吸引更多顧客上門的增長型政策、節慶假日時增加店內用餐位置，以應付人潮的扭轉型政策、相較同業競爭者，可將價格稍微調降，以吸引顧客的多元型政策、以及以網路預約，增加知名度及應付人

肆、引註資料

松井忠三 (2014)。無印良品成功 90%靠制度。臺北市：遠見天下文化

OH 媽呀！OMAYA 麻藥瘋雞經營及顧客滿意度分析—以彰化店為例
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2016/03/2016032010374727.pdf>

「鮮友火鍋」之服務品質及顧客滿意度分析—以台北新莊店為例
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2011/11/2011111409163385.pdf>

4P 定義

<https://tw.answers.yahoo.com/question/index?qid=20110310000015KK00310>

石屋燒肉火鍋餐廳問卷調查

親愛的顧客您好！

我們正在製作一份有關於石屋燒肉的專題報告，需要您提供相關資料及意見，以利我們做後續的研究。若打擾到您的用餐還請見諒，感謝您的撥冗填寫此份問卷，祝您用餐愉快！

花蓮高商 會三甲 陳凱翔 林書霆 陳主恩 敬上
中華民國 106 年 07 月 01 日

一、基本資料

- 1、年齡：16 歲以下 16~20 歲 20~30 歲
30~40 歲 40 歲以上
- 2、性別：男 女

二、滿意度分析

	非常滿意	滿意	普通	不滿意
對於菜色的滿意度？				
對於上菜速度是否滿意？				
對於餐館內服務態度品質？				
對於餐館內的用餐氣氛？				
對於餐點價格是否滿意？				

三、其他

- 1、覺得最滿意的是哪類食物？(可複選)
茶飲類 冰品類 燒烤類 火鍋料類 熟食類
- 2、請問您還會再次光臨石屋燒肉火鍋餐館嗎？
會 不會
- 3、如何得知石屋這家餐館？
親朋好友 報章雜誌 廣告新聞 網路
- 4、請問到石屋燒肉火鍋餐館停車方便嗎？
方便 不方便
- 5、請問您希望石屋燒肉火鍋餐館將來可以推出什麼優惠方案？
優惠券 壽星禮品 特約商店折扣
多人折扣 (ex:四人同行一人免費)

甲等

《地球科學類》

篇名：

校園環境垃圾減量，殲滅垃圾大作戰 - 以花蓮高商為例

作者：

吳寧娟。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

駱悅心。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

林芳瑀。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

指導老師：

施美言老師

壹、前言

一、研究動機

每個人一定都有在校園散步的經驗，但當你在欣賞校園美景時，看到角落被丟棄的鋁箔包，是否會覺得有些掃興？是的！我們就是為了解決環境汙染而來，還給老師同學一個煥然一新的美麗校園。

垃圾如何處理一直是人類煩惱的問題之一，而其中還牽連到環境汙染的問題。為了要落實垃圾不落地，我們針對與我們最貼近的地方—學校，使用訪談法，找出對學校、對學生最有幫助的方法，達到校園內垃圾不落地。

二、研究目的

- (一) 了解垃圾分類的種類及分類情形
- (二) 找出對花商校園最完善的垃圾不落地方法

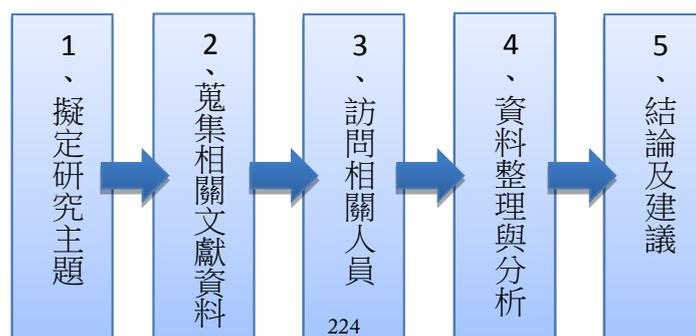
三、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用相關網站以及圖書館中的書籍和雜誌，彙整資料後整理重點取用。
- (二) 訪談法：我們詢問學校衛保組長、班級環保股長及同學，從中了解學生們的想法。

四、研究限制與範圍

垃圾分類在社會上分為很多種，例如：廢容器、廢電池、保麗龍容器、舊書及舊衣物、廢汽機車、廢電子電器物品、廢資訊物品、廢照明光源等，而我們只針對學校較常有的垃圾，像是紙類、雜類、塑膠類、寶特瓶、鋁箔、紙餐盒等，來進行研究。

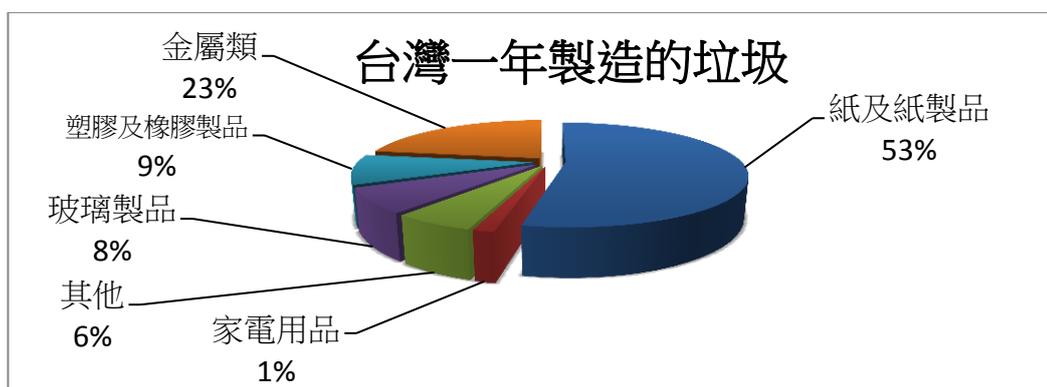
五、研究流程



貳、正文

一、垃圾分類

台灣每年的垃圾量是 35 萬噸，垃圾量一直累積導致垃圾無處可去，最終只能流浪。我們從以下的圖可以看出，一包垃圾中的回收物含量很高，如果我們將可回收物全部集中，可以做為更有用的物品。如果沒有做好分類，可能會危害到環境。（參考陳筱晶，全台一半垃圾可回收，遠勝德日美，商業週刊，1526 期，76-77 頁）



垃圾分類這個名詞的意思是將垃圾按照「可回收」及「不可回收」的方法，將生活中的垃圾做分類並進行處理，人們每天都會產出大量的垃圾，如果那些垃圾未經過處理及隨意丟棄會造成環境的汙染。

(一) 可回收垃圾

「可回收垃圾」是指垃圾可集體回收後再利用，作為其他可使用的資源。根據環保署的垃圾分類規定，可回收分類為：廢紙類、廢鐵類、廢鋁類、廢塑膠類、廢塑膠類、廢玻璃類、紙容器、大型廢家電、資訊物品類等。

而我們學校的垃圾分類主要分為：紙類、寶特瓶、紙容器、塑膠類、玻璃容器、資訊物品、鋁容器。

(二) 不可回收

「不可回收垃圾」指不能循環再利用的垃圾，如醫療用品（針筒），或危害環境生物的物品（鹼性電池）。

根據環保署的垃圾分類規定，不可回收分類分為：紙類、塑膠類、廢玻璃類、廢塑膠袋、廢家電等。

而我們學校的不可回收垃圾有：免洗餐具類、塑膠類、玻璃容器、塑膠袋、鋁箔包等。

(三) 資源回收項目表

以下表格為吉安鄉鄉公所提供的資源回收垃圾分類類別：

資源回收垃圾分類項目		細項
廢紙類	不可回收物	紙尿褲(片)、衛生紙(棉)、複寫紙、蠟紙、離心紙(貼紙底襯)、轉印紙、砂紙、塑膠光面廢紙等。
	可回收物	雜誌、影印紙、傳真紙、包裝紙、紙製茶葉罐、便條紙、日曆、紙袋、再生紙、報紙、電腦報表紙、月曆、紙箱、瓦楞紙、書籍、其他純紙漿成品。
廢鐵類	不可回收物	只要非鐵類的附著物須分離拆解，否則不回收。
	可回收物	鐵容器類：裝填調製食品(含調味品)、飲料、清潔劑、瓦斯瓶(罐)、滅火器、塗料(含油漆、樹脂)等之鐵罐。 鐵製用品類：鐵窗、鐵棍、鐵籠、鐵欄杆、鐵製鉛筆盒、鐵碗、鐵塊、鐵鍊、鐵皮、鐵杯、鐵盆、鐵鎚頭、菜刀刀身、雨傘骨架、鋼筋。
廢鋁類	不可回收物	只要非鋁類的附著物須分離拆解，否則不回收。
	可回收物	鋁容器類：填裝調製食品(含調味品)、塗料(含油漆、樹脂)醋、飲料、清潔劑、包裝飲用水。 鋁製用品類：鋁鍋、鋁盆、鋁門窗外框。
其他金屬	不可回收物	電器開關、保險絲等。
	可回收物	包覆銅線電線、不銹鋼製品、金屬釘書機、金屬剪刀、金屬湯匙、叉子、鑰匙、門鎖、金屬製衣架。
廢塑膠袋	不可回收物	髒的塑膠袋(沾有湯汁、油漬、血水等)、糖果(餅乾、茶包)塑膠小包裝袋、食品(零食)包裝袋。
	可回收物	乾淨的塑膠提袋。
廢塑膠類	不可回收物	塑膠膜、塑膠繩、尼龍繩、安全帽、塑膠布、樹脂、安全座椅、塑膠地板、護貝膠膜、腳踏墊、保鮮膜、墊子、雨衣、原子筆、吸管、飼料袋、刷子板擦、塑膠玩具、塑膠鉛筆盒、塑膠包裝紙。
	可回收物	塑膠容器類：PET、PVC、PP、PE、PS 等材質用來

		<p>盛裝礦泉水、牛奶、養樂多、茶、飲料、家庭用食用油品、洗髮精等瓶罐。</p> <p>一般塑膠類：塑膠盒、塑膠盆、塑膠桌椅、軟片盒、塑膠製資料夾、磁片盒、塑膠製餅乾盒、保鮮盒、塑膠臉盆、牙膏軟管、塑膠花盆、壓克力、塑膠(水)管、膠水瓶、塑膠製衣架、塑膠洒水器、塑膠桶、塑膠籃、塑膠水盤。</p>
廢玻璃類	不可回收物	強化(安全)玻璃、平面玻璃、衛浴設備、陶磁(瓷)製品、陶磁花瓶、陶磁酒瓶、魚缸、燈具、磁磚、玻璃半成品及原料。
	可回收物	填裝調製食品(含調味品)、飲料、清潔劑、酒瓶、醋、塗料(含油漆、樹脂)、包裝飲用水、調製食用油脂、乳製品等之玻璃瓶(罐)、玻璃盤、玻璃杯、玻璃碗。
紙盒包	不可回收物	紙盒包半成品及原料。
	可回收物	裝填調製食品(含調味料)、飲料、清潔劑、包裝飲用水、調製食用油脂、乳製品等之紙盒包。
鋁箔包	不可回收物	鋁箔紙、口香糖包裝紙、鋁箔包半成品及原料。
	可回收物	裝填調製食品(含調味料)、飲料、清潔劑、包裝飲用水、調製食用油脂、乳製品等之鋁箔包。
舊衣類	不可回收物	枕頭、衣服半成品、棉被、碎布料、襪子、鞋類、毛線、皮帶、腰帶、地毯、抹布、窗簾、各式皮包、手套、坐墊、踏墊、桌布、圍裙、絨毛玩具、布偶、內衣褲。
	可回收物	衣褲類：上衣、褲裙子、洋裝、外套、西裝。 其他：毛巾、浴巾、布袋、布條、床單。
廢輪胎	不可回收物	特種車輛使用之實心輪胎、飛機胎、內胎。
	可回收物	廢汽車、廢機車及廢腳踏車之輪胎。
大型廢家電	不可回收物	木製音箱。
	可回收物	電視機、電冰箱、洗衣機、冷暖氣機、影印機、音響、抽油煙機。
資訊物品、小型家電類	可回收物	<p>資訊物品類：筆記型電腦、個人電腦(含主機板、零件)、硬式磁碟機、印表機、廢鍵盤、家用(行動)電話、收錄音機、遙控器、相機、計算機等。</p> <p>廢小家電類：電熱水瓶、電鍋、飲水機、微波爐、烘乾機吹風機、烤箱、電風扇等...</p>
免洗餐具	不可回收物	塑膠叉子、筷子、牙籤、牙線。
	可回收物	填裝食物之紙製、保麗龍製及塑膠製之餐盤、便當盒、杯碗盤碟盒、湯匙、泡麵碗、生鮮超市之

		托盤。
其他類	不可回收物	各類球類、軟片、石綿瓦、木製玩具、木製物品、白板、各項橡膠製物品(廢輪胎除外)、電話卡、各種筆類、橡皮擦等。
	可回收物	汽機車、潤滑油、工業用保麗龍(家電用品襯墊、防震墊、蛋糕底座)、CD片。

(資料來源：花蓮縣吉安鄉公所清潔隊官網(2017)。2017年8月13日，取自 <http://clean.ji-an.gov.tw/Recovery/ResourceRecovery/>)

二、花商垃圾分類處理情形

經本組訪談本校前衛保組長朱湄惠老師後整理出以下內容：

在清潔隊還沒嚴格管制垃圾分類的作業前，常常會有吸管等可回收垃圾出現在垃圾桶裡，之後環保署嚴格檢查學校的垃圾子車，學校才開始嚴格檢查及宣導各班是否有把垃圾袋中的可回收物挑出，且確實做分類，慢慢的垃圾桶裡出現回收物的狀況，從一天五、六件，慢慢減少至兩、三天才發現一、兩件。這樣的方式讓大家在垃圾分類這方面做得更好，但仍有許多要改進的地方。例如：學校校園可多設置垃圾桶，像是川堂、員生社前方、資訊館一樓、體育館內，以便保持校園的整潔。

我們統整出花蓮高商的各種回收物收集的時間表（如下圖）：

花蓮高商垃圾分類回收物收集時間表

回收物 星期	紙杯 紙餐盒	紙類	鋁箔	雜類	寶特瓶	塑膠類
一	●	●	●	●		
二	●				●	●
三	●	●	●	●		
四	●				●	●
五	●	●	●	●		

三、垃圾減量的方法

經由本組訪問本校學生後發現在籃球場、電腦教室及司令台後方較常出現菸蒂、塑膠袋及鋁箔包等垃圾及回收物，而這些都是人為因素造成的。面對這些問題，受訪學生提出以多增設垃圾桶及回收桶、多貼環保標語等建議來提供學校改善亂丟垃圾的問題。

參、結論

綜合以上內容，本組整理出以下四點結論及建議：

一、減少垃圾數量

在校內幾乎二分之一的學生都有帶早餐來學校吃的習慣，想當然爾，外面的塑膠袋是不可或缺的，但其實那是可以被省略的，且目前學校已經規定學生不可在學校使用免洗筷以及竹製叉子，如需使用垃圾必須帶回家裡丟，這方法已大大減少學校的垃圾量。

學校丟棄最多的回收物之一是寶特瓶，這是因為很少人帶環保杯來學校使用的緣故。學校可以多多宣導自行攜帶環保杯，多飲用飲水機的水，就可以減少寶特瓶的使用量。

二、回收再利用

學校有很多學生會購買罐裝飲用水，而我們可以把許多的寶特瓶做成花盆栽種一些植物綠化校園。還有一些列印錯誤的影印紙背面為空白面，而我們就可以拿這些紙來計算或當小考用紙等。

三、宣導綠色行動

宣導綠色行動除了可以減少地球垃圾量，也可以邀請環保人士進入校園宣導環保知識，增進學生和老師對環保及綠色知識的了解，並能養成好習慣，例如：環保筷取代免洗筷、舉辦環保及綠色常識問答、二十八度以上才可開冷氣、環保杯取代寶特瓶等等。

四、使用環保標語

在校園中，我們經常看到籃球場、司令台等地方有菸蒂、寶特瓶…被丟棄在角落，對於這些惡劣的行為我們可以貼上環保標語來警惕學生。例如：高雄中學將垃圾分類與考大學做相結合，在紙類回收箱上貼「**紙類亂分，指考零分**」這類有趣的標語，讓學生正確的做好垃圾分類，不僅讓學生在看到標語後會心一笑，也能促進學生的環保觀念，讓學生們了解品德與學業並重的道理。而我們建議學校採用「舉辦環保標語競賽」的方式，利用此方式選出寫的最好的作品貼在大家常看到垃圾的地方，用以提醒學生們環保的重要。（自由時報(2017)。2017年7月23日，<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1813800>）

肆、引注資料

自由時報(2017)。2017年7月23日，取自

<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1813800>

花蓮縣吉安鄉公所清潔隊官網(2017)。2017年8月13日，取自

<http://clean.ji-an.gov.tw/Recovery/ResourceRecovery/>

陳筱晶，全台一半垃圾可回收，遠勝德日美，商業週刊，1526期，76－77頁

甲等

《資訊類》

篇名：

赤柯山上的金針花

作者：

林欣慧。國立花蓮高商。資料處理科 資三甲

張家渝。國立花蓮高商。資料處理科 資三甲

黃瀟瑩。國立花蓮高商。資料處理科 資三甲

指導老師：

張美惠老師

壹●前言

一、研究動機：

在花蓮的玉里有座赤柯山是台灣金針的重要產地，每逢 7、8 月金針花盛開的時候，總是吸引許多觀光客來朝聖，每當陽光灑下時滿山滿谷的金黃色花海讓旅客們都不由自主的停下駐足欣賞，此外更可品嚐金針花所做的各式各樣料理，甚至留宿享受這美麗的景緻。

金針花除了可以觀賞外也是我們從小到大的食物，是農民賴以為生的重要農作物，更是山上農民的經濟來源。

但最近幾年來到赤柯山上觀賞金針花的人數銳減，政府機關為此推出開放金針花給遊客觀賞的活動，只要願意開放金針花田參觀的農民，就有機會可以獲得政府機關的補助，許多農民因為觀光產業上的問題和金針所賺不敷成本，另曾經報導金針殘留有硫化物的食安風暴等議題，因此許多的農民都選擇開放金針花田接受政府的補助，使得願意製作金針花烘乾品的農民大大的減少，也可能造成沒有乾燥金針可吃的問題。

因此我們想以此探討未來金針產業的發展可能，並且希望透過網路來推廣自己家鄉的產品、與如何帶動金針產業的觀光活動、解決金針農民的困境，也希望藉由研究金針把自己的家鄉發揚光大，進而讓更多人知道到山上，不只是欣賞風景也能住幾天感受鄉村悠然自得的感覺。讓大家更加地深度了解金針花的未來發展可能，以及未來可能發展的潛能。

二、研究目的：

- (一) 推廣赤柯山上的金針花及研究金針花的熱門銷售產品。
- (二) 架設網站嘗試推銷農產品。

三、研究方法：

參考各項文獻資料，以及實地參訪諮詢加以整理，將經過調查以及整理得到的結果，嘗試透過架設網路商店販售相關商品。

四、研究流程



圖一：研究流程圖

貳•正文

一、金針花介紹

金針花是多年生植物，只要種下之後，就永遠存在，老的腐化了，新的又長出來了，一直不斷的新陳代謝，春夏秋冬有不同的景色。金針花的英名叫 **Day lily**，中文別名有也是中國俗稱的『母親草』、金針菜、萱草、忘憂草。

金針花原產國位於大陸、西伯利亞、日本、東南亞，原生種花色只有橙黃及黃色，但百餘年來經過園藝育種者的改良，目前除了藍及純黑外，幾乎所有的花色都已培養成功。



圖二：金針花外觀

二、金針的價值

金針花的花期很短，但他的營養與觀光的價值很高，金針花附有蛋白質、纖維素、醣類，只有少量的纖維素，是減肥人士的最愛。同時他還含有大量豐富的鐵質，有補血和安定神經的功效，是許多女性的補血良藥與神經衰弱者的定神選擇。此外金針的根莖是中藥的藥材，可以利尿、消腫、退火，具有潤肺的功能。金針花的價值除了可以食用外，他所具備的觀光價值推動了當地的經濟活動和裝置藝術，帶動當地的經濟發展，因此成為了農民賴以為生的工具。金針所擁有的營養價值更是我們意想不到的。

三、金針的加工



圖三：金針花的採收、加工流程

採收：金針花需在花朵綻開前一日採擷，俗稱為「一日花」。清晨採收的品質較為新鮮，含水量高，所以大多數農民都是在清晨採收，採收後的金針農民都會在當天製作保持新鮮度。為了增加保存的時間，所以一般金針花栽培者多製程乾製品儲藏待售。



圖四：採收金針

乾燥：殺菁後之金針花蕾需經過乾燥才能製得乾燥成品，金針花乾燥方法可分為日曬或熱風乾燥兩種。日曬為最常用之乾燥方法，有助於金針花脫水曝曬需要的時間大概需要一天，若以熱風乾燥方法輔助，則需要 10~11 小時的熱風乾燥時間，烘乾完後的金針大多呈現金黃色。



圖五：曬金針花情景

包裝：金針花乾製品包裝通常依通路來決定，可分：

- (1)以散裝 30 公斤之大包裝袋，由中盤商收購。
- (2)以 300 公克、一斤包裝供零售市場銷售和一般的消費者購買。



圖六：金針花產品

四、SWOT 分析

表一：針對金針花的 SWOT 分析

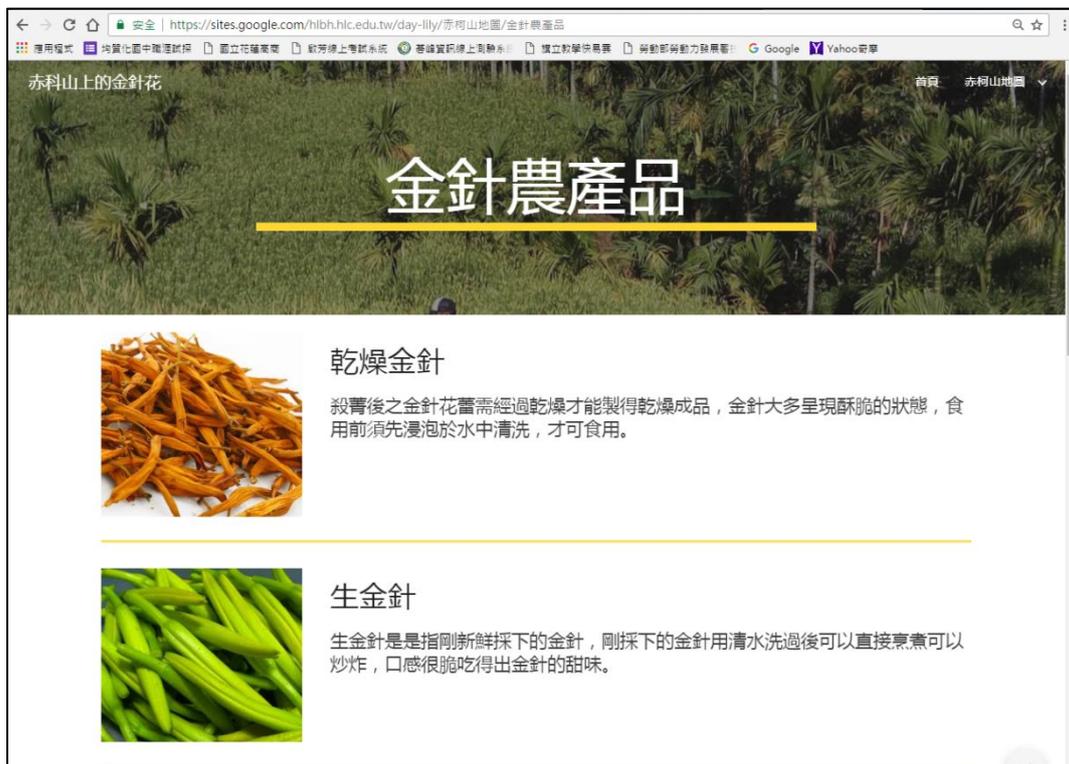
	Strengths 優勢	Weaknesses 劣勢
內部環境	1. 價格便宜 2. 金針品質高 3. 衛生乾淨 4. 加強分級包裝作業	1. 種植面積不大 2. 收穫面積不固定 3. 生產成本 4. 人力不足
	Opportunities 機會	Threats 威脅
外部環境	1. 改變經營型態觀光農園 2. 建立台灣金針品牌 3. 多元行銷管道 4. 建立產銷制度 5. 消費者對產品品質的要求	1. 同業競爭 2. 國外進口產品 3. 市場價格 4. 蟲害 5. 氣候不佳

五、實作網站

利用 GOOGLE 協作平台架設，先讓民眾了解我們的金針花，以及利用金針花製作的各種農產品，有意願購買的民眾再連入我們學校建置的網路商店進行購買，使用者登入之後便能尋找到我們所架設的網站，繼續訂購或瀏覽的動作。

網址：<https://sites.google.com/hlbh.hlc.edu.tw/day-lily>







金針冰棒

金針冰是用乾燥過後的金針乾製作的，吃起來鹹鹹甜甜，有戀愛的滋味。



炸金針

炸金針是遊客來赤柯山上最常購買的一項食品，因為吃起來酥酥脆脆是許多大人小孩的最愛。

選購秘訣:

1. 包裝明確更安心
2. 選擇有國產金針標章
3. 多種產品仔細看

P.S 台灣目前的乾燥的金針產品有三種(1)安全金針(2)風乾無硫金針(3)水蒸無硫金針
各種產品的種類顏色與形狀，消費者可依自己的要求與喜好選擇適合的產品。

圖七：網站首頁



tea099

赤柯山上的金針花

tea099 你好 退出 我的帳號 交易記錄 商品追蹤 會員管理

快速測試 雷達洋蔥 上次 美食

歡迎光臨 > tea099 商店首頁 商店介紹 購物須知 購物有禮 購物車

花蓮最純樸的味道---赤柯山上的金針花



圖八：網路商店首頁



圖九：網路商店商品瀏覽畫面

科技越來越發達，智慧型手機使用率也越來越普及，而我們利用 QR-code 掃描方式快速連結到網站進行訂購，提供消費者更便捷的下單服務。



測試用帳號:13138(密碼:13138)

連結網址：

<http://203.68.154.249/login>

圖十：連結網路商店之 QR-code(行動條碼)

六、實作 APP

在手機日漸普及的時代，業者們也嗅到商機，開始製作 APP 提供手機用戶下載該業者所製作的 APP。

為此我們利用 App Inventor 製作赤科山上的金針花產品介紹，為更多的農民提供新的銷售管道，讓消費者能利用 APP 就能即時線上訂購，不再侷限於實體商店，能有更多的管道了解到相關產品資訊。提供更便捷的服務。



圖十:手機進入頁面



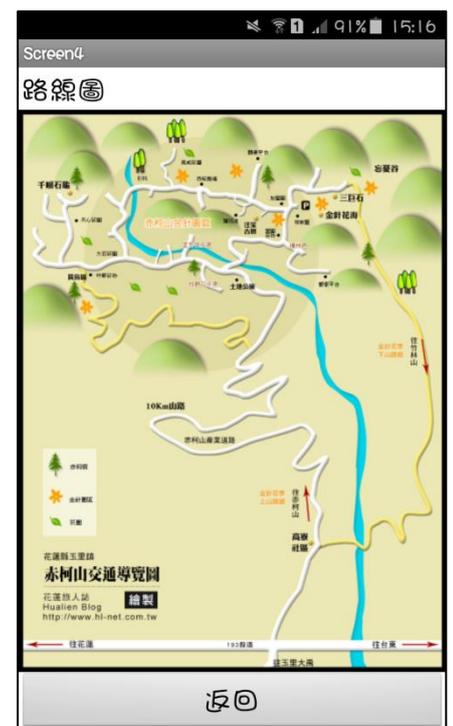
圖十一:由來介紹介面



圖十二:產品項目介面



圖十三:赤柯山路線圖



圖十四:實際使用畫面

參●結論

基於目前仍是學生不便申請網路商店、也不是金針產季，很難實際推銷！只能讓本校學生們利用自己的帳號登入後進行虛擬訂購的動作。希望等下一產季時，能在學校請師長們光臨網路商店真正進行購買，再統計各產品的銷售狀況及比較，進而分析、歸納民眾對於金針花的喜愛商品以及對於金針花的印象。

由於上述各種限制，目前僅利用現有的資源製作網路商店以及 google 協作平台網站，且還在測試收集資料中；希望未來能有進一步的發展，讓網路行銷能夠日益發達，更希望能申請一個網路知名買賣的平台作販售的動作。

肆●引註資料

1.金針主題館：

<https://kmweb.coa.gov.tw/subject/ct.asp?xItem=120444&ctNode=3999&mp=276&kpi=0&hashid>

2. 加工：

http://www.ttdares.gov.tw/htmlarea_file/web_articles/ttdares/4742/003.pdf

3.圖片網址:

https://www.google.com.tw/search?q=%E9%87%91%E9%87%9D%E8%8A%B1%E8%B7%AF%E7%87%88&biw=1280&bih=855&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiN3LjFgsXOAhXGmZQKHRXuAUIQ_AUIBigB#imgrc=M50umqrUOf-PLM%3A

http://17igo.url.com.tw/Item_id107112.htm

<http://www.hl-net.com.tw/blog/index.php?pl=270>

<http://www.erv-nsa.gov.tw/user/Article.aspx?Lang=1&SNo=03000139>

<http://talk2shelley.blogspot.tw/2013/09/0813.html>

<http://agri.aestore.com.tw/Web/product-detail.php?pid=PD-151028-000575>

4.SWOT 分析：

<http://daylily.netete.com/news.php?id=153>

<http://www.coa.gov.tw/ws.php?id=11610&print=Y>

5. 啟芳商業概論 編者:沈禎娥、朱敏慎、莊宏啟 年份: 102/12/18

6.創意 App 程式設計認證指南 App Inventor2

作者:財團法人中華民國電腦技能基金會 年分:2015/09 初版

甲等

《商業類》

篇名：

「安倍技町」--- 打造健康飲品之顧客滿意度研究

作者：

郭咨佑。國立花蓮高商。資處科三年甲班

林慈恩。國立花蓮高商。資處科三年甲班

盧芷宣。國立花蓮高商。資處科三年甲班

指導老師：

張美惠老師

魏彙菁老師

壹●前言

一、研究動機

炎熱的夏天，人手一杯飲料。但隨著前陣子的食安問題越讓消費者人心慌慌，健康安全更是社會大眾所關心的議題。

位於花蓮縣壽豐鄉的「安倍技町」不只賣手搖飲料茶飲，還有目前正夯的漸層飲料。且主打安全健康之飲品：既不使用人工色素、奶精、防腐劑、珍珠皆是手工製作。所以我們決定更進一步去探討安倍技町及漸層飲料並了解消費者對其飲品的滿意程度。

二、研究目的

- 1、安倍技町的經營現況。
- 2、探討漸層飲料的製作。
- 3、研究消費者對於安倍技町之飲品的滿意程度。

三、研究方法

- 1、探討文獻。
- 2、實地訪談。
- 3、問卷調查。

四、研究流程



圖 1. 研究流程圖

貳●正文

一、「安倍技町」介紹

由老闆與好友共同創業，他們都是土生土長的壽豐人，希望一切從家鄉起頭，同時主打「健康、安全」打造的飲品店也是目前花蓮第一家有賣漸層飲料的門市。隨著食安問題的影響，健康已成為現代人注重的議題之一。老闆選擇使用「天然食材」強調純手工製造，不惜成本只為了能讓顧客吃的安心健康，不定時研發新產品，吸引消費者的購買並推出可重複使用的飲料杯既環保又實用。並利用當季的水果來做不同的變化，或是不定期推出熱門的飲品。



圖 2.安倍技町 Logo

二、飲品種類介紹

種類	品名	種類	品名
現 泡 茶	麥香紅茶	莊 園 咖 啡	黑咖啡
	鐵觀音烏龍		拿鐵咖啡
	文山青茶		摩卡咖啡
	金萱青茶		蜜咖啡
	古典美人		焦糖瑪奇朵
	南非國寶茶		接骨木拿鐵
	茉香綠茶		
	烏龍綠茶		
	阿里山冰茶		
	四季冰茶		
	玉露綠茶		
	瑞穗蜜香紅茶		
有 機 花 茶	茉莉亞：	鮮 奶 茶	麥香鮮奶茶
	甜心茶		茉香鮮奶綠茶
	藍玫瑰		文山青鮮奶茶
	金盞玫瑰茶		金萱青鮮奶茶
	檸檬瑪格麗特		桂花烏龍鮮奶
	蒂芬妮玫瑰鮮奶		玉露鮮奶綠茶
	輕盈茶		
	洛神玫瑰茶		
	七葉龍眼茶		
泰 式 飲 品	泰式奶茶	漸 層 飲 料	芭比很火
	泰式綠奶茶		蝶豆花檸檬
	泰式紅茶		蝶豆花牛奶
			奇異火龍
			蜂蜜奇異果
			火龍很芒

三、實際參訪與操作

1、訪談實錄

訪談實錄 Q&A	
Q	請您介紹安倍技町（例如起源，開創人，經營方式...），又為什麼會想到做漸層飲料呢？
A	老闆是土生土長的壽豐人，經營方式主打健康、安全，因為流行才研發出漸層飲料。
Q	飲料顏色是使用食用色素或天然食材嗎？
A	飲料的成分都是真材實料，配合茶農跟當季的食材，無色素，每項飲品都有檢驗報告。
Q	如果使用會有當季水果的問題嗎？
A	會，非當季就會停產。
Q	製作過程技術中是否有什麼困難？
A	飲料的口感。
Q	對於漸層飲料顏色有一定的限制嗎？
A	有一定的規定，配合糖的比例來放置。
Q	漸層飲料跟一般飲料哪個比較受歡迎?銷售量如何？
A	其中茶飲最受歡迎平均一天可賣到 180 杯左右。
Q	成本，管理銷售成本，原料成本？
A	成本偏高使用純天然食材。

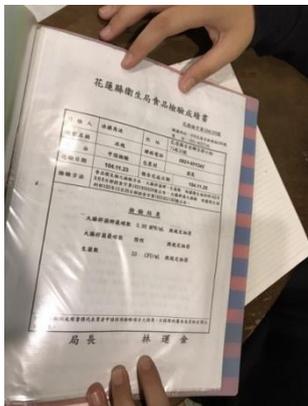
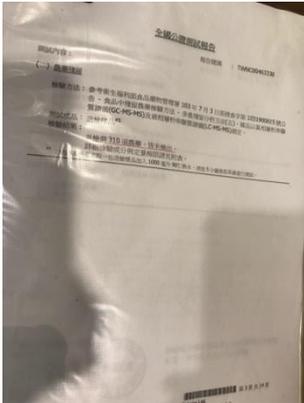
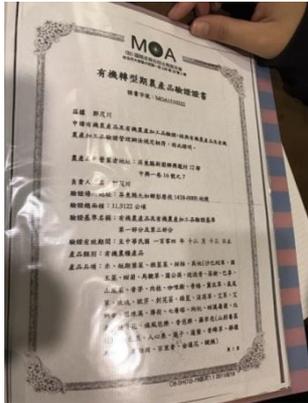
2、漸層飲料操作

小論文 . 1061115得獎作品

圖片	操作說明
	<p>第一步驟： 準備牛奶、檸檬汁、冰塊、蝶豆花茶各項飲料</p>
	<p>第二步驟： 將牛奶與冰塊倒入杯內攪拌</p>
	<p>第三步驟： 將蝶豆花茶倒入</p>
	<p>第四步驟： 因糖的比重關係將檸檬汁沿著冰塊表面倒入，顏色才不會散開</p>

圖片	操作說明 <small>小論文：1061115得獎作品</small>
	<p>蝶豆花完成品： 蝶豆花牛奶與蝶豆花檸檬</p>
	<p>最後參訪合照</p>

3、食品已取得之相關安全認證

安全認證			
	<p>認證單位： 國立成功大學</p>		<p>認證單位： 花蓮縣衛生局</p>
	<p>認證項目： 全國公證測試報告</p>		<p>認證項目： 有機轉型農產品</p>

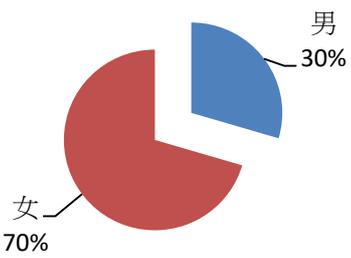
四、安倍技町 SWOT 分析、問卷調查與統計結果說明及手機訂餐 APP 程式研發

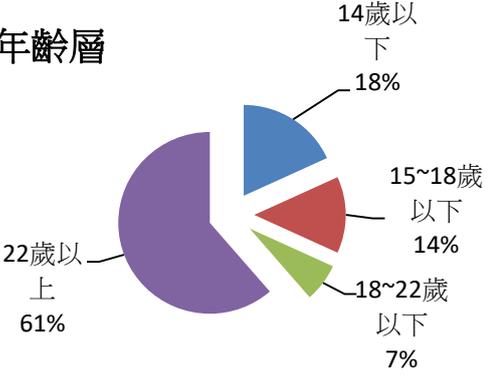
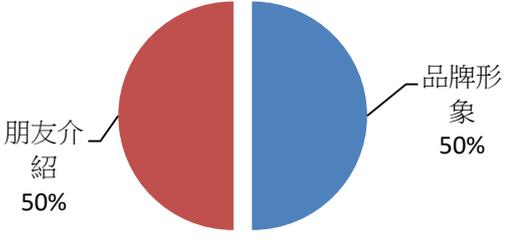
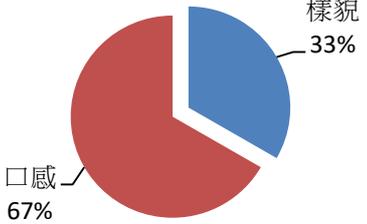
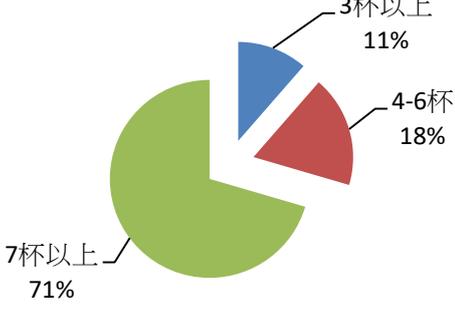
1、SWOT 分析

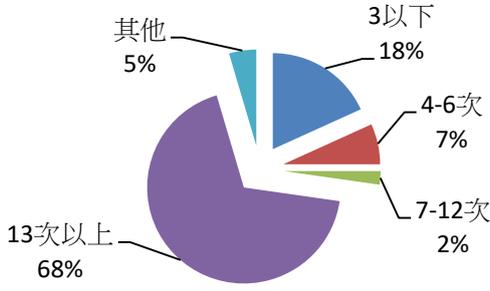
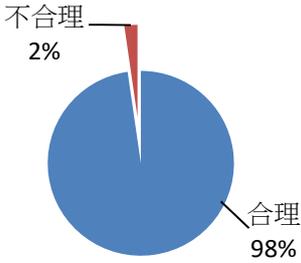
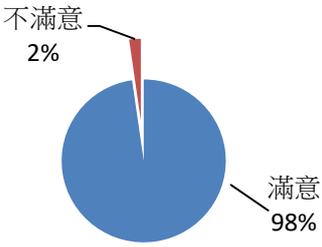
優勢 S	劣勢 W
<ul style="list-style-type: none"> • 外觀漂亮可吸引顧客的消費 • 使用在地新鮮水果 • 與茶農配合 • 不使用奶精，果糖 	<ul style="list-style-type: none"> • 價格偏高 • 因食安問題，顧客較不願意在外購買飲料 • 店面較偏遠
機會 O	威脅 T
<ul style="list-style-type: none"> • 利用社群網站打卡活動 • 讓顧客實際操作 • 集點活動 	<ul style="list-style-type: none"> • 市場競爭激烈 • 替代性高 • 材料有季節性，有時須停產

透過本組的 SWOT 分析在優勢上安倍技町完全不使用奶精，果糖讓飲品保持原有風味利用在地新鮮水果製作，不只外觀亮麗也很健康；在劣勢上因打造健康，在成本上偏高導致價格也比較高，加上現在食安問題，消費者在家中自製飲料食用居多；在機會上能多多利用社群網站增加知名度，安倍技町也販售漸層飲料也可讓消費者實際操作體驗樂趣吸引消費者上門；在威脅上市場競爭激烈，手搖杯替代性高較容易受到影響。

2、問卷調查與統計結果說明

題目與統計圖表	分析說明
<p>性別</p>  <p>A pie chart illustrating the gender distribution of respondents. The chart is divided into two segments: a larger red segment representing females at 70%, and a smaller blue segment representing males at 30%. Labels '女 70%' and '男 30%' are placed next to their respective segments with leader lines.</p>	<p>由此例圖來看來客比例，女性佔的比例 70%，男性佔的比例 30%。</p>

題目與統計圖表	分析說明										
<p>年齡層</p>  <table border="1"> <caption>年齡層數據</caption> <thead> <tr> <th>年齡層</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>22歲以上</td> <td>61%</td> </tr> <tr> <td>14歲以下</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>15~18歲以下</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>18~22歲以下</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	年齡層	比例	22歲以上	61%	14歲以下	18%	15~18歲以下	14%	18~22歲以下	7%	<p>由此例圖來看 14 歲占比例 18%，15~18 歲比例佔 14%，18~22 歲比例佔 7%，22 歲以上卻佔 61%。從這樣看來 22 歲以上的顧客較多，因為較有經濟能力也有駕照。</p>
年齡層	比例										
22歲以上	61%										
14歲以下	18%										
15~18歲以下	14%										
18~22歲以下	7%										
<p>為甚麼會選擇該飲品?</p>  <table border="1"> <caption>為甚麼會選擇該飲品? 數據</caption> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>朋友介紹</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>品牌形象</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	原因	比例	朋友介紹	50%	品牌形象	50%	<p>由此例圖來看樣貌佔的比例為 33%，口感的比例佔 67%，由此可見比起樣貌消費者更重視口感。</p>				
原因	比例										
朋友介紹	50%										
品牌形象	50%										
<p>吸引您購買的因素</p>  <table border="1"> <caption>吸引您購買的因素 數據</caption> <thead> <tr> <th>因素</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>樣貌</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>口感</td> <td>67%</td> </tr> </tbody> </table>	因素	比例	樣貌	33%	口感	67%	<p>由此例圖來看樣貌佔的比例為 33%，口感的比例佔 67%，由此可見比起樣貌消費者更重視口感。</p>				
因素	比例										
樣貌	33%										
口感	67%										
<p>您到安倍技町購買的杯數</p>  <table border="1"> <caption>您到安倍技町購買的杯數 數據</caption> <thead> <tr> <th>杯數</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7杯以上</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>4-6杯</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>3杯以上</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	杯數	比例	7杯以上	71%	4-6杯	18%	3杯以上	11%	<p>由此看來消費者購買 3 杯以上的比例佔 11%，4~6 杯佔 18%，7 杯以上佔 71%因離市區較遠所以一次購買杯數較多。</p>		
杯數	比例										
7杯以上	71%										
4-6杯	18%										
3杯以上	11%										

題目與統計圖表	分析說明												
<p data-bbox="293 241 858 331">您平均一個月內去安倍技町消費的次數</p>  <table border="1" data-bbox="347 405 837 696"><thead><tr><th>次數</th><th>比例</th></tr></thead><tbody><tr><td>13次以上</td><td>68%</td></tr><tr><td>3以下</td><td>18%</td></tr><tr><td>4-6次</td><td>7%</td></tr><tr><td>7-12次</td><td>2%</td></tr><tr><td>其他</td><td>5%</td></tr></tbody></table>	次數	比例	13次以上	68%	3以下	18%	4-6次	7%	7-12次	2%	其他	5%	<p data-bbox="906 405 1358 562">由此看來一個月消費者 3 次以下比例佔 18%，4~6 次佔 7%，7~12 次佔 2%，13 次佔 68%，其他 5%</p>
次數	比例												
13次以上	68%												
3以下	18%												
4-6次	7%												
7-12次	2%												
其他	5%												
<p data-bbox="320 786 810 875">您覺得安倍技町的漸層飲料價格合理</p>  <table border="1" data-bbox="437 904 738 1167"><thead><tr><th>評價</th><th>比例</th></tr></thead><tbody><tr><td>合理</td><td>98%</td></tr><tr><td>不合理</td><td>2%</td></tr></tbody></table>	評價	比例	合理	98%	不合理	2%	<p data-bbox="906 909 1358 1025">由此看來消費者對於價錢合理的比例佔 98%，不合理的比例佔 2%</p> <p data-bbox="906 1066 1358 1137">主打健康有機所以成本交高顧客也能接受該價錢。</p>						
評價	比例												
合理	98%												
不合理	2%												
<p data-bbox="272 1330 762 1420">您對安倍技町漸層飲料的口感的滿意度</p>  <table border="1" data-bbox="437 1435 759 1682"><thead><tr><th>滿意度</th><th>比例</th></tr></thead><tbody><tr><td>滿意</td><td>98%</td></tr><tr><td>不滿意</td><td>2%</td></tr></tbody></table>	滿意度	比例	滿意	98%	不滿意	2%	<p data-bbox="906 1525 1358 1641">由此看來消費者對於口感滿意的比例佔 98%，不滿意的比例佔 2%</p>						
滿意度	比例												
滿意	98%												
不滿意	2%												

3、手機訂餐 APP 研發

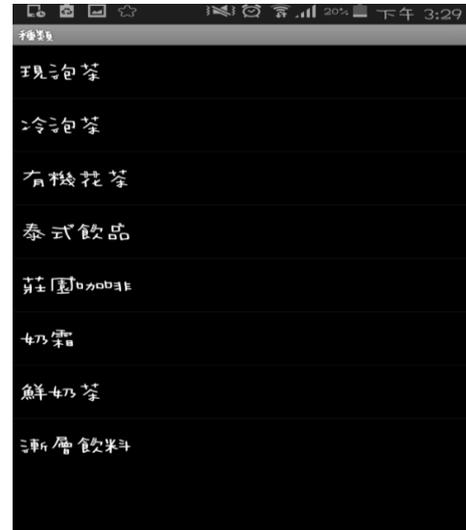
小論文 . 1061115得獎作品

(1) 研究動機：讓顧客不必在大太陽下等待飲品，只須在家利用網路商城結合手機 APP 掃描 QR-Code 方便民眾下單選購飲品讓店家及時收到訂單，到店領取飲品即可。既方便又省時。

(2) APP 實作：



進入手機畫面



選擇飲品分類



選購飲品



訂購飲品確認，並提醒應付金額



安倍技町線上訂購 QR-code

- 一、由於店家都採用天然食材，所以安倍技町的價格都比一般飲料店較貴，且現在有太多食安的問題，導致於消費者想喝飲料但卻不敢購買的問題，所以人們為了要喝的健康而購買該家店的飲品，此店家也得到消費者的信任，現在的購買力不輸給正在與他們競爭的傑克飲料店，安倍技町也會因季節推出新款的飲品，讓更多的人喜愛這家店，做了好口碑，也就不必擔心價格上的差異。
- 二、因為位於壽豐，離市區較遠，客源較少，所以問卷調查消費者的回應較低，在調查中我們發現女性及成年人消費數量較多，安倍技町吸引人的地方在於他們的口感及外觀上的特別。
- 三、關於我們研發的 APP 只支援安卓(Android)，所以使用 IOS 的系統就無法使用此程式來訂購，安倍技町目前有外送的服務，目前不採用此系統。

學習心得

郭咨佑：第一次做專題，第一次去採訪，很有趣也很困難在製作的過程當中學習到了很多也成長了不少，團隊的合作精神也很重要，溝通上難免會有意見不合的時候也會覺得很累但最後我們都撐過了，從高一升高二的暑假一直到現在將近一年的時間把這份專題完成其實內心是感動的也受益良多。謝謝我的組員們的努力與配合才能夠完成，也謝謝所有老師的指導與幫忙讓我們的專題能順利完成。

盧芷宣：透過這次專題研究中，我們從訪談、問卷和查資料各種方法，到最後呈現的簡報，現在想起來都覺得很不可思議，在這些技巧上我們都精練了不少，辛苦的那麼久，難免會覺得厭煩、意見不合，但想想我們都已經快完成這專題了，再堅持一下下就有滿意的成品，也謝謝組員的努力以及配合，讓我收穫多多，唯有團結合作，才是成功的關鍵。

林慈恩：在這當中遇到非常多的困難，而我們必須學會去解決。第一次做專題做的沒有很好，但是其中讓我學會有困難就要去面對而不是逃避，也學會團隊合作即便有時意見不合，我們都需要學習去做溝通，也要謝謝老師給我們的意見，以及組員對我的包容，這次做專題的也讓我知道很多身為學生不知道的知識。

肆●引註資料

- 網路文獻資料。
- 安倍技町粉絲專業網址：<https://www.facebook.com/annbear2016/?fref=ts>。
- 沈禎娥、朱敏慎、莊宏啟 (2013)。啟芳商業概論。臺北市：啟芳出版社。
- 呂聰賢(2015)。台科大零起點速學指南 App Inventor 2。臺北市：台科大圖書。
- 財團法人中華民國電腦技能基金會(2015)。碁峯創意 APP 程式設計認證指南 App Inventor 2。臺北市：碁峯出版社。

甲等

《商業類》

篇名：

寵物咖啡廳-First Floor Caf'e 壹樓貓・咖啡

作者：

黃欣潔。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

林盈瑄。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

曾梓涵。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班

指導老師：

施美言老師

壹、前言

小論文：1070331得獎作品

一、研究動機

近年來國人飲用咖啡和飼養寵物的比率節節上升，許多咖啡館的業者不允許帶寵物進入，然而 First Floor Caf'e 的老闆顛覆傳統的經營模式，讓顧客也能攜帶寵物進入，一同共享這悠閒放鬆的美好時光，讓我們很好奇，為何老闆會反其道而行，而讓顧客帶寵物一道用餐，對店裡的營業額到底有沒有影響，讓我們想一探究竟！

二、研究目的

- (一) 了解 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡的競爭環境及行銷策略分析。
- (二) 了解寵物咖啡廳的 SWOT。
- (三) 透過問卷了解寵物咖啡廳的顧客滿意度。

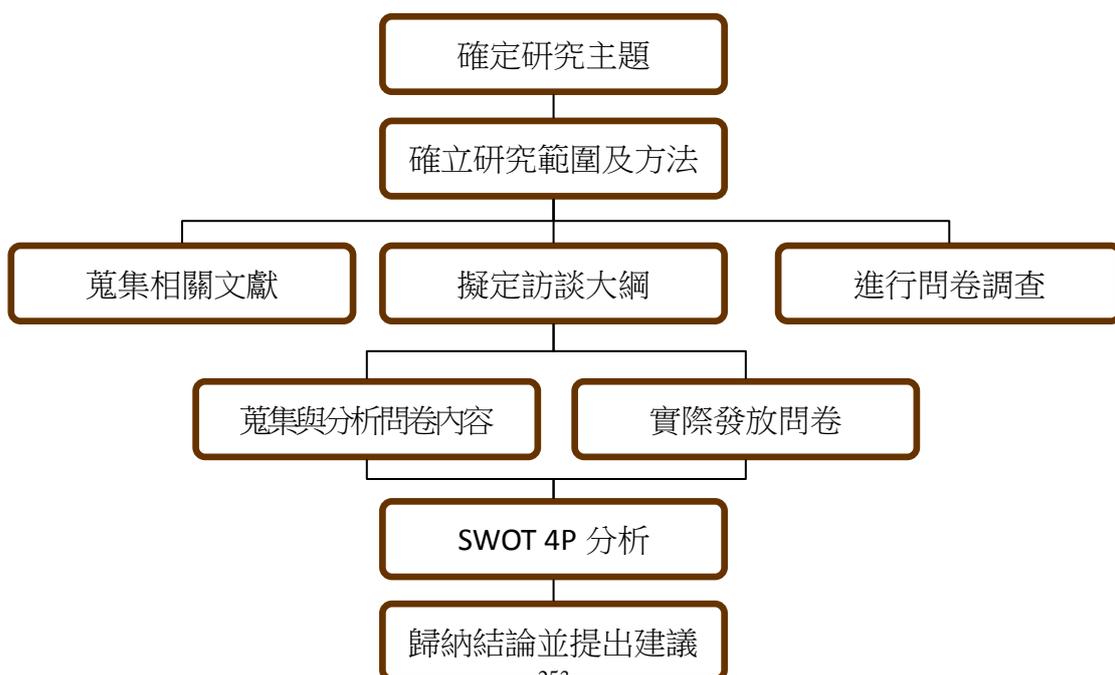
三、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用官方網站、網路上的資源，對於壹樓 貓·咖啡進行蒐集。
- (二) 實地訪談法：實地探訪壹樓 貓·咖啡，與店長進行訪談。
- (三) 問卷調查法：利用假日至壹樓 貓·咖啡發送問卷，調查顧客對壹樓貓咖啡的滿意度。

四、研究限制

平日由於上課時間無法配合，本研究問卷發放時間多集中假日，較無法分析每個時段消費者滿意度之差異，故只能針對假日消費的顧客進行調查。

五、研究步驟



一、First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡簡介

在忙碌的一天，利用下午空閒的午後喝杯咖啡，欣賞貓可愛之處，有吧台文青座位區，也有好友放鬆聊天沙發區，還有陸續推出的早午餐套餐與下午茶點，歡迎您來坐喔！

(一) First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡介紹

表 1 壹樓 貓·咖啡介紹

品牌 LOGO	
店 名	First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡
成立時間	2016 年 01 月 30 日
品牌定位	天然、新鮮、健康
服務品質	給每位客人有最好品質的享受（包含環境、食物、飲品）
消費低消	80~240 元
店內風格	溫馨
主顧客群	醫院人事、學生、上班族
商品種類	鬆餅、創意茶飲、早午餐、義式咖啡、炸物小點
攜帶寵物	中小型寵物，並且不打擾到顧客用餐

資料來源：實地訪談店長；圖片來源：壹樓 貓·咖啡官網

(二) 壹樓 貓·咖啡地理位置



圖片來源：小組成員自行繪製

(三) First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡經營理念

小論文 . 1070331得獎作品

老闆的經營理念是藉由寵物咖啡店的型態，讓顧客看見動物的可愛之處，呼籲大家能更加關注在外流浪的貓狗。

1. 在餐點方面：堅持使用天然食材，店長說：「餐點都是我們手工做的，鬆餅是使用光泉鮮乳及新鮮雞蛋，秉持不加一滴水，再加上烘焙竹碳粉，創造獨特口感；在炸物方面，使用氣炸鍋現點現做，吃起來口感酥脆也健康。」（訪談內容 A-1）

2. 在經營管理方面：店長認為：「經營一家店，要站在顧客的角度，希望帶給顧客最大的滿足，也能放鬆享受這悠閒的下午茶，堅持做美好與健康的食物給大家，也希望大家對流浪毛孩有更多包容及同理心。」（訪談內容 A-1-1）

二、First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡的行銷策略

說明目標市場、定位及行銷支出額度，同時擬定行銷組合（包括產品策略、價格策略、推廣策略、通路策略）。

(一) 產品策略

企業的經營活動都圍繞著產品進行，有關要生產什麼，為誰生產及生產多少產品等，都是產品策略須面臨的問題。

1. 竹炭鬆餅

壹樓貓咖啡結合了老闆對於西點的獨特思想，進而創造出獨一無二的黑色的鬆餅加上冰淇淋的另一番風味，再加上可愛的貓咪在旁邊陪伴您，讓消費者有放鬆且療癒的感覺，所有煩惱一掃而空。



圖片來源：壹樓 貓·咖啡官網

2. 實驗室飲品

老闆創造實驗室飲品系列的產品，吸引消費者的目光，讓顧客彷彿真的在做實驗，自己調藥劑給自己喝，讓顧客可以跟餐點互動外，還可以增加趣味性，大幅提升消費者對於此產品的喜愛。



圖片來源：壹樓 貓·咖啡官網

(二) 4P 分析

小論文 . 1070331得獎作品

表 2 壹樓 貓·咖啡 4P 分析

	咖啡／飲類	鬆餅／甜點類	Brunch 早午餐/炸物
產 品			
	焦糖/榛果拿鐵 藍莓水果冰茶 奧利奧冰沙 抹茶控冰沙 拿鐵咖啡 抹茶拿鐵 香蕉牛奶 玫瑰奶茶	抹茶紅豆綿綿冰淇淋鬆餅 療癒草莓棉花糖鬆餅 盛夏水果冰淇淋鬆餅 小蘋果焦糖繽紛鬆餅 草莓野菓冰淇淋鬆餅 奧利奧芭娜娜鬆餅 小煤炭鬆餅	德式帶骨雙腸雙拼 義式香草紙包雞腿 美式煙燻牛肉 鄉村培根嫩蛋 法式櫻桃鴨胸 全麥好食光 炸物拼盤
價 格	80~120 元	130~240 元	200~270 元
通 路	由於 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡為獨資企業，故沒有通路策略		
推 廣	在網路上介紹關於壹樓 貓·咖啡的現況，並在粉絲專業張貼店內照片、介紹店內餐點，讓顧客了解店內特色。再利用其他傳播媒體增加曝光率，讓顧客了解訊息。		

資料來源：本小組自行製作

圖片來源：壹樓 貓·咖啡官網

三、First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡的 SWOT 分析

(一) 何謂 SWOT ?

考量企業內部的優勢和劣勢，及探索企業外在環境的機會和威脅，幫助企業分析利弊得失、找出問題，協助設計出具體策略。

表 3 壹樓 貓·咖啡 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
1.餐點純手工製作 2.可攜帶寵物入店 3.服務態度良好，有親切感 4.衛生良好	1.位置較偏僻，離市區較遠 2.創業時間較短，知名度不高 3.店內空間較小
O 機會	T 威脅
1.開發新產品及口味 2.多利用網路進行宣傳及行銷	1.同業競爭力大 2.同業推出許多經營手法，例如：(消費折價券、利用打卡進行折扣等)

資料來源：本小組自行製作

四、問卷結果

小論文 . 1070331得獎作品

(一) 研究過程與實施

為了深入瞭解消費者對 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡的滿意度，本組以「First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡滿意度問卷」為研究工具，進行實證調查。此問卷構面含有產品、價格、推廣三種，並採簡單隨機抽樣方式施測，施測地點為 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡店內，發出 100 份，回收 100 份，無效 0 份，有效回收率達 100%。

(二) 研究資料分析

1. 訪者基本資料分析

表 4 受訪者之基本資料

樣本的基本資料	各選項之百分比	
性別	男 41%	女 59%
年齡	15 歲以下 4% 21~30 歲 42% 40 歲以上 13%	15~20 歲 19% 31~40 歲 22%
職業	學生 25% 工業 1% 家管 5%	商業、服務業 33% 軍公教 22% 其他 14%
一個月內壹樓 貓·咖啡消費頻率	1 至 2 次 58% 5 至 6 次 1%	3 至 4 次 39% 7 次以上 2%

由表 4 所示，來壹樓 貓·咖啡的消費者以女性 21~30 歲、從事商業、服務業為主、平均一個月消費頻率為 1 至 2 次。

2. 寵物資訊

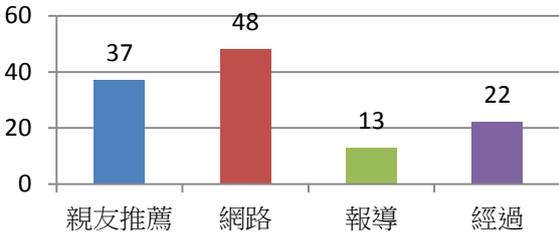
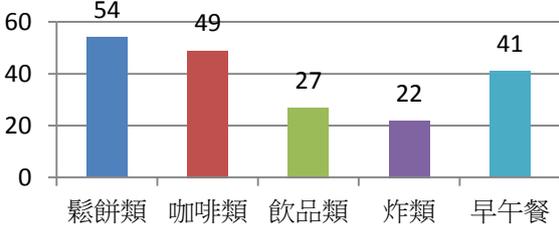
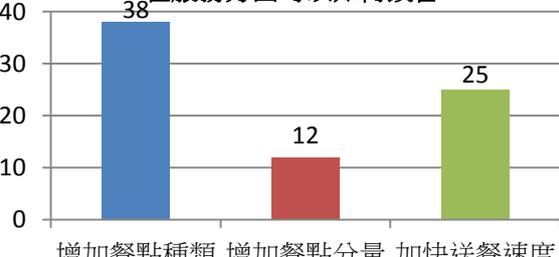
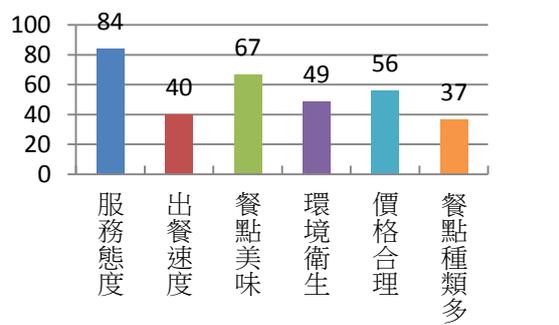
表 5 顧客飼養寵物的資訊

樣本的基本資料	各選項之百分比
是否能接受在用餐時有寵物	能接受：90% 不能接受：10%
是否會帶寵物來店消費	是：43% 否：57%
顧客所養的寵物	貓：30% 狗：20% 兔子：10% 無：40%

由表 5 所示，來壹樓 貓·咖啡的消費者大部分都能接受用餐時有寵物，會攜帶寵物到店消費只有 43%，且一半以上的顧客不會帶寵物到店用餐。

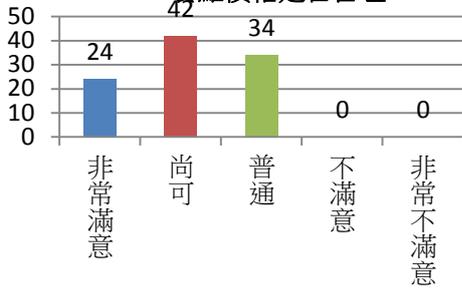
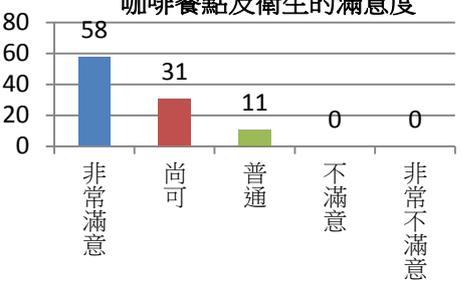
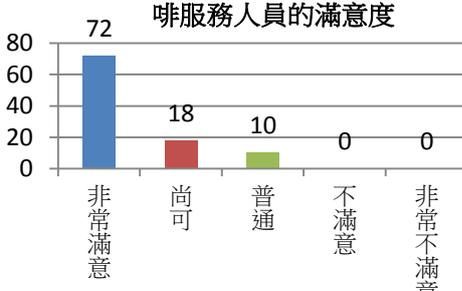
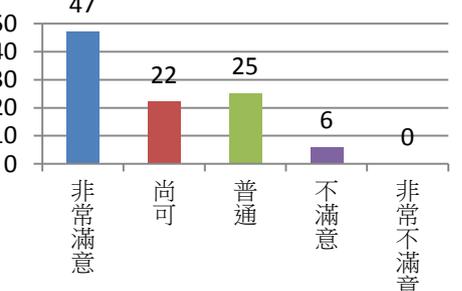
2. 消費者的消費行為

小論文 . 1070331得獎作品

<p style="text-align: center;">消費者是從何處得知First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>親友推薦</td> <td>網路</td> <td>報導</td> <td>經過</td> </tr> <tr> <td>37</td> <td>48</td> <td>13</td> <td>22</td> </tr> </table>	親友推薦	網路	報導	經過	37	48	13	22	<p>如左圖所示，網路佔了 48 人，親友推薦佔了 37 人，經過佔了 22 人，報導佔了 13 人。</p> <p>可知絕大多數消費者是由網路及親友推薦而得知壹樓貓·咖啡。</p>				
親友推薦	網路	報導	經過										
37	48	13	22										
<p style="text-align: center;">消費者最喜愛 First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡哪類餐點</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>鬆餅類</td> <td>咖啡類</td> <td>飲品類</td> <td>炸類</td> <td>早午餐</td> </tr> <tr> <td>54</td> <td>49</td> <td>27</td> <td>22</td> <td>41</td> </tr> </table>	鬆餅類	咖啡類	飲品類	炸類	早午餐	54	49	27	22	41	<p>如左圖所示，喜愛鬆餅類的在 100 分問卷中，有 54 人，咖啡類的有 49 人，飲品類的有 27 人，炸類的有 22 人，早午餐的有 41 人。(複選)</p> <p>由此可知，絕大多數消費者對壹樓貓·咖啡的鬆餅類最喜愛。</p>		
鬆餅類	咖啡類	飲品類	炸類	早午餐									
54	49	27	22	41									
<p style="text-align: center;">消費者認為First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡在服務方面可以如何改善</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>增加餐點種類</td> <td>增加餐點分量</td> <td>加快送餐速度</td> </tr> <tr> <td>38</td> <td>12</td> <td>25</td> </tr> </table>	增加餐點種類	增加餐點分量	加快送餐速度	38	12	25	<p>如左圖，消費者認為壹樓貓·咖啡在服務方面應該增加餐點種類佔了 38 人，增加餐點分量佔了 12 人，加快送餐速度佔了 25 人，其餘則為無意見。</p> <p>由此可知，多數消費者建議壹樓貓·咖啡最應該增加餐點種類。</p>						
增加餐點種類	增加餐點分量	加快送餐速度											
38	12	25											
<p style="text-align: center;">消費者認為First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡最吸引您的原因</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>服務態度</td> <td>出餐速度</td> <td>餐點美味</td> <td>環境衛生</td> <td>價格合理</td> <td>餐點種類多</td> </tr> <tr> <td>84</td> <td>40</td> <td>67</td> <td>49</td> <td>56</td> <td>37</td> </tr> </table>	服務態度	出餐速度	餐點美味	環境衛生	價格合理	餐點種類多	84	40	67	49	56	37	<p>如左圖，吸引顧客的原因為：服務態度 84 人、出餐速度 40 人，餐點美味 67 人，環境衛生 49 人，價格合理 56 人，餐點種類多 37 人。(複選)</p> <p>由此可知，服務態度是最吸引消費者的原因。</p>
服務態度	出餐速度	餐點美味	環境衛生	價格合理	餐點種類多								
84	40	67	49	56	37								

4. 滿意度調查

小論文 . 1070331得獎作品

<p style="text-align: center;">消費者認為First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡 餐點價格是否合理</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	人數	非常滿意	24	尚可	42	普通	34	不滿意	0	非常不滿意	0	<p>如左圖，對於 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡的餐點價格是否合理得之，非常滿意有 24 人，尚可有 42 人，普通有 34 人。</p> <p>由此可知，絕大多數消費者對於餐點價格覺得尚可接受。</p>
滿意度	人數												
非常滿意	24												
尚可	42												
普通	34												
不滿意	0												
非常不滿意	0												
<p style="text-align: center;">消費者對於First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡餐點及衛生的滿意度</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>31</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	人數	非常滿意	58	尚可	31	普通	11	不滿意	0	非常不滿意	0	<p>如左圖，對於 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡餐點及衛生的滿意度，非常滿意有 58 人，尚可有 31 人，普通有 11 人。</p> <p>由此可知，餐點及衛生有一半以上的消費者感到非常滿意。</p>
滿意度	人數												
非常滿意	58												
尚可	31												
普通	11												
不滿意	0												
非常不滿意	0												
<p style="text-align: center;">消費者對於First Floor Caf'e壹樓 貓·咖啡服務人員的滿意度</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	人數	非常滿意	72	尚可	18	普通	10	不滿意	0	非常不滿意	0	<p>如左圖，對於 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡服務人員的滿意度得知，有 72 人感到非常滿意，18 人感到尚可，10 人感到普通。</p> <p>由此得知，大多數消費者都感到非常滿意。</p>
滿意度	人數												
非常滿意	72												
尚可	18												
普通	10												
不滿意	0												
非常不滿意	0												
<p style="text-align: center;">消費者與寵物用餐的滿意度</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>滿意度</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常滿意</td> <td>47</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	滿意度	人數	非常滿意	47	尚可	22	普通	25	不滿意	6	非常不滿意	0	<p>如左圖所示，對於 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡與寵物用餐的滿意度，有 47 人感到非常滿意，22 人感到尚可，25 人感到普通，6 人感到不滿意。</p> <p>由此可知，只有少數消費者對於與寵物用餐感到不滿意，但大部分的消費者都能接受與寵物用餐。</p>
滿意度	人數												
非常滿意	47												
尚可	22												
普通	25												
不滿意	6												
非常不滿意	0												

本組對 **First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡**經營模式與消費者滿意度調查，以實地訪談及問卷調查，調查消費者對產品、價格、通路、推廣四項行銷策略的看法，再採用 **SWOT** 分析及 **4P** 分析法探討，統計施測問卷結果、進行彙整，最後提出結論與建議，分析如下：

一、結論

(一) 經營方式

First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡提供消費者可帶寵物進入店內，對於餐點講求食材的品質，堅持純天然，希望消費者吃得安心健康，以及店面的設計、擺飾，營造出悠閒氛圍，讓顧客放鬆喝杯咖啡，享用餐點。且店長對經營方式要求截長補短，蒐集競爭者的優點，並改善店內的缺點，力求做到最好，以不同角色的角度，來看店內的優缺點，而多數到此消費的顧客並不排斥與寵物用餐，希望能帶給消費者最滿意的一段時光。

(二) 行銷策略

在產品方面，絕大多數消費者對於 **First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡**最喜歡的餐點為鬆餅類及咖啡類，反之極少部分消費者喜歡茶類；在服務方面，少數顧客認為可再增加分量；在價格方面，大多數消費者對價格感到滿意，主要是因為服務態度良好及餐點分量足夠；通路方面，絕大多數消費者是在網路及親友推薦而得知 **First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡**訊息並消費。

(三) SWOT 分析

在優勢方面，餐點純手工製作及飲品特殊性；在劣勢方面，位置較偏僻，離市區較遠，為主要原因；在機會方面，增加曝光率、開發新產品及口味，讓更多人認識 **FirstFloor Caf'e 壹樓 貓·咖啡**；在威脅方面，同業競爭力大為主要原因，且產品成本提高，也將造成營業困境。

(四) 顧客滿意度調查

顧客對 **First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡**的服務及價格方面滿意者佔多數，以及對餐點的樣式及品質亦感到滿意，服務人員態度及環境衛生良好，以整體而言，均滿意。

二、建議

小論文 . 1070331得獎作品

經過 SWOT 分析、4P 分析與問卷調查後，統整出結論，針對 First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡的行銷策略，提出以下具體建議，分述如下：

- (一) 產品策略：多新增產品口味，研發新產品。例如研發人與寵物都能食用的餐點，拉近顧客與寵物間的距離，也能增加店內未攜帶寵物消費的客人與現場寵物的互動。
- (二) 價格策略：大多數消費者，對價格都能接受，但若利用特殊節日或多人用餐時，給予優惠折扣或提供優惠券、抵用券等，當能刺激消費，提升營業額。
- (三) 推廣策略：可多利用雜誌、報紙、網路等傳播媒體增加曝光率，並可廣為宣傳歡迎攜帶寵物來店消費，或喜愛寵物的顧客可在此與貓、狗同樂。並可規劃不同的寵物聚會，讓愛動物的人也能來此，透過不同的寵物，互相交流、聯絡感情，提昇來客率。

肆、引註資料

First Floor Caf'e 壹樓 貓·咖啡

<https://www.facebook.com/FirstFloorCatCafe/>

張國雄 (2007)。行銷管理。雙葉書廊

洪順慶 (2008)。行銷管理。新陸書局

湯明哲 (2008)。從 SWOT 到 SCOTT，天下雜誌，389 期。

甲等

《史地類》

篇名：

看魏晉「世」局說婦女風貌

作者：

黃芷瑩。花蓮高商經一甲

邱冠文。花蓮高商經一甲

江欣儀。花蓮高商經一甲

指導老師：

王鈺婷老師

壹●前言

一、寫作動機

腦海中不時閃現老師於課堂講述《世說新語》一書的故事內容。那短短一小時，為嵇康生不逢時而鬱鬱寡歡，只好寄情於飲酒，但最終還是遭統治者所忌，被殺之事心疼；替謝道韞一位小女子勇於對抗強盜，使盜感其節義，故赦免道韞及其族人之舉額手稱慶，但內心也為她的不幸婚姻傷感。

故不免興起欲一窺《世說新語》全貌之心，而與師討論以此題目作點，探究魏晉時期人物之風情，然師認為已有多篇為討論《世說》中「男性」的文章，而鼓勵我以女生角度去梳理魏晉與現代婦女的地位差異。

因傳統社會中，尚男尊女卑，在這種以父權為中心思想的社會氛圍下，女性理所當然扮演著、附屬的角色，多失去了個人意識與獨立的自我。但在《世說新語》一書中，卻收錄了一群與傳統婦女形象迥然有別的女性。這些女子受到了魏晉時局風氣、政治、文化、社會等不同原因的薰染，而開出女性意識自覺的一朵燦爛之花。

二、寫作方法

寫作時，先針對《世說新語》中所提及的例子為主體，並將相關史籍資料做為佐證。如：對書中所提及的婦女形象——妒婦的言行，我們不僅看到了魏晉南北朝婦女努力捍衛自己婚姻的完整性，也看到了當朝婦女在家中的地位是能夠與丈夫分庭抗禮。

即將這些婦女的形象與地位梳理後，歸結出當時人們對於婦女的價值觀念，以求呈現出魏晉時期的女性觀；再以新角度審視她們，對其存在與地位賦予新的評價和肯定。

故內容雖多記載的婦女群體是以上層社會的婦女為首要，但卻也能從中窺知許多當代生活概況。故我們希望能藉此題目，從家庭、社會、婚姻、個性、地位等大方向進行歸納，將魏晉婦女的意識、生活遭遇、家庭地位、情感變化做一探系，以比較此一年代的婦女與中國傳統婦女的差異。

貳●正文

魏晉女性事蹟在《世說新語》一書中，呈現了儒家道德規範外的新眼界。

拋開了漢儒的傳統道德束縛，勇於衝破吃人禮教。她們開始注重自身的實際生活，大膽揭露自己的感受，並勇敢為自己美好的婚姻生活尋求解套，使後人得以窺探當時女性的新面貌。

一、魏晉婚姻的特色

隨著禮教制度的確立而不斷趨於成熟的中國古代婚姻制度，成了封建統治的工具，束縛著男女兩性的發展之可能，亦間接導致社會階層流動的不平衡。如：《禮記·昏義》記：「昏禮者，將合二姓之好，上以事宗廟，而下以繼後世也。」¹由此可知，傳統的婚姻並不是兩個人的事情，而是家族之間的結合，這樣的婚姻觀念，完全忽視了個人的情感自主，甚至可說是違反情義，只為家族壯大與延續後世香火。

遲至今日，依稀可見這樣的影子。長輩們的意見還是深深的左右了婚姻關係，重男輕女的社會價值觀亦尚有一定的影響力。又如：嫁出去的女兒是潑出去的水，我們在現今的婚禮中也還是有這樣潑水或丟扇的禮俗，可見傳統對人們的影響有多麼的深遠。故其特點如下：

(一) 左擁右抱

傳統中國社會，婦女毫無社會地位。夫為妻綱，婦女一生只能服從和依賴其丈夫，同時男人們如有三妻四妾亦不受法律和道德的約束，因而摧殘了很多無辜的女性。正因為種種不合理的男尊女卑傳統，成了拘束古代女子追求婚姻一世一雙人的沈重枷鎖。

故姬妾是中國傳統婚姻制度下的畸形產物，她們擔當的角色僅只為了傳宗接代，毫無任何地位，甚至可以說是一個物品，任男人任意贈送。同時，大部分女子是因生活所迫或外界施壓才從妾的，多非自願。

(二) 父母之命，媒妁之言

傳統婚姻對於男女感情是撇置不談，主要以為家族傳宗接代，生兒育女為第一順位。故婚姻大事皆由父母主導，再經媒人撮合，才算被宗族和社會所承認。當事人沒有主動權，僅能被動地認命。更沒有給雙方接觸和時間瞭解，就註定一輩子綁在一起。不帶感情的婚姻對家庭生活的和諧是非常不利的，無疑釀造了太多的現實悲劇。

¹ 史鳳儀《中國古代婚姻與家庭》，武漢：湖北人民出版社，1987年。

(三) 婚姻解除的決定權的歸屬

傳統中國禮教首重「倫常」，作為社會風俗以及道德觀念而存在著。在講究父權至上的封建社會裡，婚姻的解除多為男方單面向提出要求，即為「休妻」。可以是丈夫，亦能是婆家公婆，也不需經過官府的裁決。可知古代婦女在婚姻中是沒有自主權，只能順從傳統禮教的擺佈，反映了女性社會地位的地下。

然而，到了魏晉六朝，由於玄學的興起，打破了西漢以降儒學思想的束縛，故魏晉婦女受到社會風氣的薰陶，變得任性、灑脫起來。她們往往鋒芒畢露，敢言敢作，甚至巾幗不讓須眉。社會對其束縛相對減輕，家族地位也得到了很大的提升，故相較他朝有別於以往的婚姻自主。故魏晉婚姻狀況有其時代的特殊性，如下：

1、嫁娶過早

自古以農立國，故人丁是家族富裕的首要條件。因早婚能增加勞動人口，提高農業生產；就政治而言，是稅收與兵源的來源。故傳統社會一般都實行早婚，這是歷史遺風，《周禮·地官》即云：「令男十三而娶，女十二而嫁。」²

然而魏晉時期，男女婚齡更出現往下降的趨勢，推究其因是戰爭、內亂導致人口遽減，統治階層不得不明令婚齡再提前。因在高死亡率下，魏晉時人平均壽命往往不超過五十歲。如《晉書·武帝本記》載：「女年十七父母不嫁者，長吏配之。」³詔令因具有絕對的權威性，而形成了魏晉社會普遍的早婚風氣。又晉代更把官員所在地的戶口數作為考核官員政績的標準之一，直接地刺激官員鼓勵民眾早婚，此現象應廣泛存在魏晉南北朝時期。

2、嫁妝過盛

嫁娶過程中過量的嫁資與聘金，在魏晉時引發了不少社會問題，如時人認為生女兒是賠錢貨，要散盡家產作陪嫁物，使生女感到壓力。《世說新語·儉嗇篇》就記王戎為了嫁女兒而借貸，女兒歸寧知其不開心，遂快把錢還清，讓父親釋懷。⁴

3、門當戶對

維持數百年的魏晉社會，是相當重門第。當時門閥風盛，諸多家族重視彼此

² 《重【唐】房玄齡等撰，楊家駱校編《晉書·帝紀》，(臺北：鼎文書局，1980年)，頁 63。

³ 刊宋本十三經注疏附校勘記·周禮注疏》，(臺北：藝文印書館，1965年)，頁 216。

⁴ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1992年)，頁 874。

身世背景之程度，時甚至連皇帝都幹預不得。以嚴格的門第聯姻來鞏固貴族的身份、地位，以求保持門第的優越條件來維持高貴的社會身份和政治特權。

士庶之別十分嚴格，是當時彼此不可逾越的界線。故士族大家在婚姻問題上十分講究門當戶對，但女子往往成爲門第婚姻下的犧牲者。如《世說新語·賢媛》載：

王凝之謝夫人既往王氏，大薄凝之。既還謝家，意大不說。太傅慰釋之曰：「王郎，逸少之子，人材亦不惡，汝何以恨迺爾？」答曰：「一門叔父，則有阿大、中郎。從兄弟，則有封、胡、遏、末。不意天壤之中，乃有王郎！」⁵

以詠絮才顯現文思的謝道韞，就是門第婚姻的受害者。從她口中一番話，可感受到她對王凝之是有多麼不滿意，才用犀利的言詞鄙薄丈夫，但仍被迫結婚。

4、婚戀自主

魏晉時，任誕之習的風行下，禮教受到了相當程度的衝擊。故魏晉女性在禮教的夾縫下得到了些許解放，雖對於婚事的主導權不大，但不至完全被剝奪，可視爲傳統體制下的突破。如《世說新語·惑溺》云：

韓壽美姿容，賈充辟以爲掾。充每聚會，賈女於青瑣中看，見壽，說之。恆懷存想，發於吟詠。後婢往壽家，具述如此，並言女光麗。壽聞之心動，遂請婢潛修音問。⁶

賈午貴爲皇后胞妹，不管儒家男女之防，放下大家閨秀的矜持，大膽追求情愛，與韓壽私通。其父知曉後，依其所願，將她嫁給韓壽，成全了這對才子佳人。顯現了魏晉女性相當前衛，勇於衝破禮教的藩籬。

5、失婚再嫁

貞節觀念束縛與壓迫的解放，爲魏晉婦女提供了一個較爲自由和寬廣的生存空間，讓「傳統禮教」的枷鎖有名無實，再嫁之風盛行也就不足爲奇。歷史上亦有明證，一代梟雄曹操曾立下遺囑，並囑咐妻妾待他百年之後都可再嫁。故《世說新語·惑溺》載：

⁵ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁697。

⁶ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁919。

魏甄后惠而有色，先為袁熙妻，甚獲寵。曹公之屠鄴也，令疾召甄，左右白：五官中郎已將去。公曰：今年破賊正為奴。⁷

即魏文帝曹丕在平定冀州後，發現袁熙的妻子甄氏姝色非凡，遂納為妻。對寡婦的身分不歧視，也不忌諱娶寡婦作妻，反映出當時社會上寡婦再嫁的事是習以為常。

二、《世說新語》的女性形象

東漢末到魏晉南北朝之際，政治黑暗、社會動盪不安、人民苦不堪言，加以玄學興起，使儒學為之一衰，原本的價值體系遂崩解。又清談的盛行，令整個風氣轉為放達不羈、越名教而任自然，士人無不重新省思自身的價值與意義。在這樣的氛圍之下，當時女性的生活風貌必然受到影響，而與傳統社會女性不同。

《世說新語》是今公認最能反映魏晉士人生活寫照，其中〈賢媛〉一篇，當然被後人視為瞭解這個時期世家大族女性風貌的重要寶庫。三十二條中記錄了二十六位婦女事蹟，可看出劉義慶選錄的標準在於其所具備才智識見是否能服務家族門第、彰顯閨秀風範的意義上？但此書尚有其它關於魏晉女性的描述，故試以〈賢媛〉篇為主，輔以其它篇章看魏晉婦女風貌。以下分別就《世說新語》的女性形象加以陳述：

(一) 勇於捍衛婚姻

謝安欲納美色，以想看婢女表演歌舞為由，而求於夫人，卻被劉夫人以有損德行修養加以阻攔。侄兒等知其意，故意在劉氏面前大讚傳統禮教要求婦人須抱「不忌之德。」卻反被劉夫人譏諷道：「周公是男子，相為爾。若命為周姥撰詩，當無此也！」不失詼諧地道出了禮教為維護男子利益，枉顧女性的感受。謝安始終未能納妾，劉夫人維護了自己的婚姻，可知，魏晉時期的婦女對丈夫是有一定約束力的。

魏晉時，許多婦女無法忍受妻妾同處一居的困境。為了維護自身尊嚴和地位，並取得丈夫的獨占權，不惜違背良心，而施展各種手段，以發泄仇恨。按照名教的理論，妻子應當支持丈夫納妾，但這恰恰違反了人的自然本性。是故《世說新語·溺惑》載：

賈公閨後妻郭氏酷妒。有男兒名黎民，生載周，充自外還，乳母抱兒在中庭，兒見充喜踴，充就乳母手中鳴之。郭遙望見，謂充愛乳母，即殺之。

⁷ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁917。

兒悲思啼泣，不飲它乳，遂死。郭後終無子。⁸

賈充自外返家，奶媽正抱出生才滿周歲的兒子在院子玩耍。賈充遂走去在奶媽的手裡親了兒子一下。掀起極端忌妒的郭氏不由醋海揚起，誤解其夫愛上乳母，便把兒子的乳母殺了，而也致自己無子。

魏晉女性勇於維繫屬於自己的婚姻，並追求婚姻平等。故不甘心只作為男性的附庸，更不能忍受丈夫對自己的不忠，對父權社會不滿而有所抨擊，具有一定的進步意義。但有些女性的行為走向了極端，竟把矛頭指向同性，女性對女性的欺凌、迫害，不僅顯示了封建制度的罪惡，也是社會的悲哀。

(二) 率直善辯的閨閣典範

魏晉清談之風盛況所及，一些才情過人的女性以出眾的口條，令男人們咋舌心服。如《世說新語·賢媛》載：

許允婦是阮衛尉女，德如妹，奇醜。交禮竟，允無復入理，家人深以為憂。會允有客至，婦令婢視之，還答曰：「是桓郎。」桓郎者，桓範也。婦雲：「無憂，桓必勸入。」桓果語許雲：「阮家既嫁醜女與卿，故當有意，卿宜察之。」許便回入內。既見婦，即欲出。婦料其此出，無復入理，便捉裾停之。」許因謂曰：「婦有四德，卿有其幾？」婦曰：「新婦所乏唯容爾。然士有百行，君有幾？」許雲：「皆備。」婦曰：「夫百行以德為首，君好色不好德，何謂皆備？」允有慚色，遂相敬重。⁹

許允婦是阮衛尉之女，奇醜，致許允不願與她圓房。聰慧的她，同丈夫爭論德色的重大問題，以理服人而贏得了丈夫的敬重，顯示她是一個極有主見、魄力，而非自哀自憐的弱女子。可看出魏晉婦女的平等意識抬頭，別於傳統禮教，要求女子對丈夫絕對的順從、恭敬，不可以和丈夫爭辯之規定。完全不符合班昭《女誡》中擇辭而說，不道惡語，時然後言之訓誡。

(三) 賢妻良母

魏晉婦女在家庭中已多不再是男子的陪襯，她們具有與男性相抗衡的聰明才智，除了唐代，地位往往也比歷代女性高。相夫教子之外，盡到了主婦的義務和責任；另一方面扶助丈夫成就功業，在亂世時保全清白、遠離禍害等方面起了很大作用。

⁸ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁918。

⁹ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁671。

如《世說新語·賢媛》又記：

許允爲吏部郎，多用其鄉裡，魏明帝遣虎賁收之。其婦出誠允曰：「明主可以理奪，難以情求。」既至，帝覈問之。允對曰：「『舉爾所知。』臣之鄉人，臣所知也。陛下檢校爲稱職與不？若不稱職，臣受其罪。」既檢校，皆官得其人，於是乃釋。允衣服敗壞，詔賜新衣。初，允被收，舉家號哭。阮新婦自若雲：「勿憂，尋還。」作粟粥待，頃之允至。¹⁰

當許允被魏明帝懷疑任官徇私時，許允妻很鎮定告誡丈夫說：「明主可以理奪，難以情求。」許允按照妻子的辦法向皇帝解釋，於是無罪釋放。其妻許識鑒過人，在丈夫遇到危機時，仍能不慌不忙地憑藉聰明才智幫丈夫度過難關，爲難能可貴的賢內助。

反映出魏晉時期，禮教束縛相對鬆弛，婦女自由表現自己的才能。丈夫在世時，不但成爲家族大事商量的對象；丈夫亡故後，更不興悲嘆，勇敢擔起保家之責。沉著冷靜地教孩子如何應對，化險爲夷，終使許家免去滅門之災。

又〈賢媛〉篇載：

山公與嵇、阮一面，契若金蘭。山妻韓氏，覺公與二人異於常交，問公。公曰：「我當年可以爲友者，唯此二生耳！」妻曰：「負羈之妻亦親觀狐、趙，意欲窺之，可乎？」他日，二人來，妻勸公止之宿，具酒肉。夜穿墻以視之，達旦忘反。公入曰：「二人何如？」妻曰：「君才致殊不如，正當以識度相友耳。」公曰：「伊輩亦常以我度爲勝。」¹¹

魏晉女性因社會與時代的解放浪潮，突破了禮教大防，走向個性的解放之路，並有自覺地透過聰慧敏黠的辯辭規諫夫婿。如韓氏勸濤把客人留住過夜，並準備酒肉招待。觀察一宿後，勸戒丈夫以見識度量方面和嵇康、阮籍做朋友。印證韓氏是一位機智，且頗富眼光的女性，也讓我們知曉魏晉婦女對於丈夫的社交可參與並發表意見。

(四) 對禮教的歧視

前述已提起，魏晉之際，男女之防、夫婦之別等荆棘已被「越名教而任自然」的風氣摧毀，出現了較爲平等的夫妻關係。故甚至有另類的妻子作風，言行舉止

¹⁰ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁673。

¹¹ 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁679。

全然背離了禮教的規範。如《世說新語·惑溺》曰：

王安豐婦，常卿安豐。安豐曰：「婦人卿婿，於禮為不敬，後勿復爾！」
婦曰：「親卿愛卿，是以卿卿；我不卿卿，誰當卿卿？」遂恆聽之。¹²

王安豐妻的執意喊「親愛的」之論，說明了率直性情所驅動的親密行為，取代了傳統禮法要求夫妻相敬如賓、舉案齊眉的相處之道。魏晉時期的女性觀，總結來說，無以封建倫常中的三綱五常給予束縛，故《世說新語》中所刻畫的女性形象在婦女史中都是極為罕見，體現了魏晉士人階層對女性一定程度上的肯定。她們睿智、灑脫，並以自身努力贏得了多數時人的尊重，也成為歷代女性形象中的一道燦爛風景畫。

(四) 小結

古代社會為維護父權利益，遂強烈要求奉行儒家男尊女卑之禮法，故制定三從四德、以夫為天的規範準則，使女性地位陷於弱勢。在《世說新語》中女性的個性是嶄新的，在魏晉舞台上展現風采，魏晉女性處於一個思想解放的時代，我們看到了她們展現出自覺意識，雖不可能完全翻轉整個價值觀，但至少勇於謀求自己的幸福。

參●結論

古代社會為維護父權利益，遂強烈要求奉行儒家男尊女卑之禮法，故制定三從四德、以夫為天的規範準則，使女性地位陷於弱勢。但魏晉女性處於一個思想解放的時代，我們看到了她們展現出自覺意識，並勇於追求屬於自己的幸福。婦女地位提高，也使得貞節觀念淡薄，男女私通現象普遍存在於魏晉社會。

現代和傳統婦女不同的是，傳統婦女是待在家中，只負責處理內部的事務，而且較沒自由，也沒地位。；而現代新女性雖在工作方面上有更大的空間發揮，但男主外女主內的思想還是佔多數，相對女性的權益較男性少，而有時職婦女會陷入蠟燭兩頭燒的困境，除了要面對上司、公婆給的壓力，回到家還要照顧小孩，所以若夫妻倆能互相體諒、理解，有時交換立場為對方著想，一起分擔家事，相信婦女們也能減輕大大的壓力。

又現代女性雖比傳統女性來的自由，可以受教育更可以為自己爭取權益，社會地位也比以前提高了許多，女性多希望自立不受拘束、束縛，但又希望能擁有幸福的生活，在這樣的情況下，我們更需具備賢媛中眾多女子的理性、智慧與獨

¹² 余嘉錫《世說新語箋疏》，(臺北：華正書局，1984年)，頁928。

特的眼光，所以我們更需具備良好的觀察力來適應這個社會給的所有挑戰。

肆●參考書目

- 1.漢·鄭玄《注》，唐·賈公彥《疏》《禮記》(重刊宋本十三經注疏附校勘記)，臺北：藝文印書館，1965年。
- 2.余嘉錫《世說新語書箋疏》，臺北：華正書局，1991年。
- 3.史鳳儀《中國古代婚姻與家庭》，武漢：湖北人民出版社，1987年。
- 4.王萬盈〈魏晉南北朝上流社會婦女婚姻理念述論〉，《大同職業技術學院學報》第37卷第5期，2000年。
- 5.高彥〈魏晉女性作品探析〉，《安徽文學》第3期，2011年。

甲等

《商業類》

篇名：

U虎！「日藥本舖」- 以花蓮地區為例

作者：

盧 禕。花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

郭雅莉。花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

陳靜玲。花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

指導老師：

李其峰老師

壹●前言

一、研究動機

近年來許多人開始注重美妝及保養，因此各式各樣的保養品不斷推陳出新，普通的藥局已經無法滿足消費者更多樣化的需求，而「藥妝店」的名稱起源於日本，結合了藥品、開架式的化妝保養品、洗護用品、零食飲料及生活日用品等，並且有藥師駐店，其中有一間以主打日系商品的藥妝店「日藥本舖」，讓愛好日本的顧客愛不釋手，因此讓其漸漸在台灣的市場中站穩腳步。「日藥本舖」總經理吳政達曾說：「一定要看到顧客的需求缺口。」(30雜誌，2017)，究竟「日藥本舖」是如何在競爭激烈的藥妝市場中殺出一條路，並有足夠實力和各大藥妝店來競爭，如屈臣氏、康是美等，更加引起本小組的好奇，所以本小組想要探討「日藥本舖」的經營行銷模式及消費者滿意度之調查。

二、研究目的

- (一) 探討日藥本舖的行銷方式。
- (二) 了解顧客對日藥本舖的滿意度。
- (三) 根據研究結果提出具體經營建議以供日藥本舖業者參考。

三、研究方法

- (一) 透過文獻探討法、文獻蒐集法來完成此論文。
- (二) 根據買過日藥本舖商品的消費者進行網路問卷調查法。

四、研究範圍與限制

因人力、經濟及時間限制下，本研究擬在花蓮地區做問卷調查。

五、研究流程



圖一、研究流程圖 (資料來源：本小組自行研究)

貳●正文

一、日藥本舖簡介

(一) 創立背景

「日藥本舖」負責人吳政達在日本留學期間，時常與長輩、日商有生意往來，又經常為台灣的朋友、家人代購日本藥品，讓他發現台灣消費者對日本藥妝的熱愛。而近年來許多消費者希望能在平時就保養自己的身體，進而發展出成熟的保健食品，因此吳政達決定在台灣創立「日藥本舖」。

起初，吳政達於 2011 年與日本友人阿部英男在台合作開創「日本藥妝堂」，日後於同年年底成立「日藥本舖」，逐漸設立 32 家連鎖店。

(二) 經營理念

日本製造、直輸台灣。國內沒有的製品則直接從日本原裝進口，做到與日本同步，該店以「日本藥品專業」、「高品質，高安全，高效果」為經營目標（日藥本舖官網，2017），提供本國人高品質的服務。除此之外，保護會員的個人隱私亦是「日藥本舖」重要的經營理念之一。

吳政達將公司 logo、吉祥物、服務人員的制服、招牌都充滿了濃濃的日本氣息，但這其實是道地的本國賣場，日本氛圍正是經營者所打造的，為了滿足國人對於日本藥妝品的熱愛。



圖二、日藥本舖總經理吳政達

圖片來源：天下雜誌524期

(三) 門市沿革

表1.日藥本舖發展沿革

時 間	事 項
2011年	9月日藥本舖在台北成立總公司。 
2012年	5月在台北第一家門市開幕。
2012~2016年	已開幕了第23家分店。
2016年	7月首度在離島成立金門門市，為搶攻陸客市場。
2016年~至今	又成立8家分店，迄今總共成立了32家分店。

(資料來源:本組自行彙整)

二、行銷分析

(一) 日藥本舖行銷策略4P分析

「4 P 組合戰略是同時並重的策略，在不同時間及不同階段中有不同優先順序，包括產品(Product)、價格(Price)、通路(Place)、促銷(Promotion)。」(戴國良，2016)

表2.4 P 分析

產品 (Product)	日藥本舖為了滿足消費者對商品的慾望，提供多元的產品種類（如：零食飲品、醫療用品、美容保養、保健食品），也為了滿足各年齡層的顧客，商品從嬰幼兒用品到銀髮族保健食品均應有盡有，此外公司也秉持著「用的安心、吃的安全、期待的效果」的經營目標（日藥本舖官網，2017），每項進口商品，均獲得台灣認證，品質上也層層把關。
價格 (Price)	由於日藥本舖追求高品質，所以商品價格均採高單價位的走向，而日藥本舖也推行會員制度，讓會員能享有更優惠的價格，也推動會員集點可折抵現金的優惠，成功吸引消費者來店消費。
通路 (Place)	日藥本舖從開幕至今已成立了32家分店，門市分布在台北、新北、桃園、台中、台南、高雄、宜蘭、花蓮、金門等縣市。

促銷 (Promotion)	每逢節慶，日藥本舖均會舉辦折扣活動，像是買一送一或是價格優惠，增加消費者購買商品的意願，也在平日推行會員集點送贈品的活動，利用贈品的魅力，來引誘消費者購買更多日藥本舖的商品來換取點數，以取得消費者心中想要的贈品。
-------------------	--

(資料來源:本組自行彙整)

(二) 日藥本舖的SWOT分析

「優勢、劣勢指企業本身內部環境與競爭者的比較，機會、威脅是外部環境對企業經營的影響。」(啟芳財經研究社，2014)

表3.日藥本舖 S W O T 分析

內部優勢 (Strengths)	內部劣勢 (Weaknesses)
1. 產品多樣化 2. 實體門市店面多 3. 會員優惠制度 4. 逢節慶打折優惠 5. 門市有專業藥師駐店 6. 產品多從日本原裝進口 7. 員工服務態度佳 8. 與多家銀行合作，配合行銷活動 9. 滿足消費者一次購足心態	1. 無網路商店 2. 產品價格偏高 3. 廣告不足、曝光率低 4. 門市多位於市區，停車不便 5. 會員進入門檻高 (需消費滿1000元)
外部機會 (Opportunities)	外部威脅 (Threats)
1. 消費者需求增加 2. 「自我療癒」的風潮盛行	1. 同業競爭激烈 2. 進口商品關稅高，出售產品成本提高 3. 經濟不景氣，購買力下降

(資料來源:本組自行彙整)

(三) 日藥本舖 S T P 分析

1. 市場區隔

「依據某些購買特性，將市場切割為數個區塊」(沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣，2015)

表4.日藥本舖 S T P 市場區隔分析

變數種類	變數範圍
地理環境	由於日藥本舖沒有提供網購服務，只有實體店面，因此可發現日藥本舖的分店大多開設在大都會和市區，以增加來客數。
人口統計	日藥本舖以女性做為主要的銷售對象，產品依消費者的年齡層區分成多種商品。
心理統計	顧客會依個人愛好來做選購，讓消費者對藥妝品的需求也逐漸增加。
購買行為	由於日藥本舖的商品含跨的種類極為廣大，因此能夠一次滿足嬰幼兒、成年人，甚至是銀髮族的需求，此外因為日藥本舖的商品全數都是採用日本進口，因此也吸引了一群哈日族顧客前來消費。

(資料來源:本組自行彙整)

2. 選擇目標市場

「評估不同市場，根據評估結果，進入最適合的市場。」(沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣，2015)

日藥本舖是間商品多樣化的連鎖藥妝店，販賣的商品適用的年齡層也廣，包括嬰幼兒、青壯年、老年人均可使用，但近年來性質相似的藥妝店大量興起，如寶雅、Tomod's等，更對本店造成嚴重的影響。

3. 市場定位

「創造具競爭優勢的企業或品牌形象」(沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣，2015)

日藥本舖的商品強調「用的安心、吃的安全、期待的效果」為了國人的健康是未來經營之目標」(日藥本舖官網，2017)

一、問卷統計與分析

本組針對消費行為分析：如何得知、較常購買之商品種類、是否加入會員...等等做調查，並針對花蓮日藥本舖的滿意度調查，藉由網路問卷調查方式，發放110份，回收100份，有效回收率90%。

(一) 基本資料分析

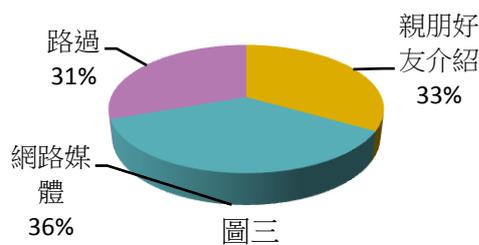
表 5.消費者基本資料

性別	女性 77%、男性 23%。日藥本舖以 女性顧客 為主。
年齡	18 歲以下 20%，19~30 歲 23%，31~40 歲 36%，41~50 歲 12%，51 歲以上 9%。日藥本舖消費年齡層以 中年 為主
職業	軍公教 29%，學生24%，服務業16%，家管 17%，其他14%。 日藥本舖的消費者以 軍公教 居多。

(資料來源:本組自行彙整)

(二) 消費者行為

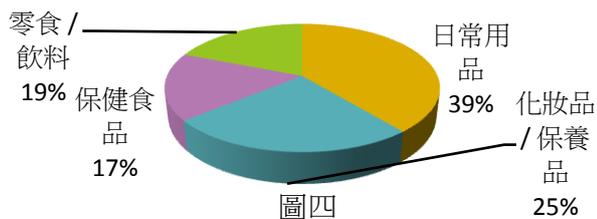
如何得知「日藥本舖」



親朋好友介紹 33%，網路媒體 36%，路過 31%。

消費者以**網路媒體**得知日藥本舖居多。

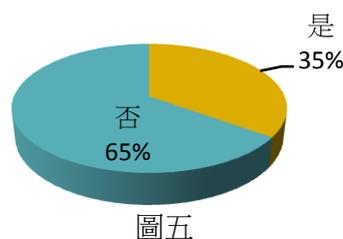
較常購買之商品種類



日常用品 39%，化妝品/保養品 25%，保健食品 17%，零食/飲料 19%。

日藥本舖的消費者以購買**日常用品**居多。

是否加入會員



有會員 35%，無會員 65%。

日藥本舖的消費者以**無會員**居多。

(三) 滿意度調查

透過表 6. 可得知大多數消費者對於日藥本舖的服務、商品、店面設計及整體滿意度皆為滿意，而對價格滿意度為普通。

表 6. 消費者滿意度

項目 \ 滿意度	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
服務	35%	44%	21%	0%	0%
價格	9%	26%	38%	21%	6%
商品	29%	45%	26%	0%	0%
店面設計	30%	48%	20%	2%	0%
整體	26%	47%	24%	1%	2%

(資料來源:本組自行彙整)

參 ● 結論與建議

本組透過此次專題報告，探討日藥本舖消費者滿意度分析，並透過問卷調查日藥本舖在消費者滿意程度，以下是本組的結論分析：

一、結論

(一) 日藥本舖的行銷方式

藉由博物館及 U 虎神社，讓日藥本舖在消費者心中再添印象，且設立多家分店，提升品牌及知名度。並以日本原裝進口藥妝商品為主，讓消費者不用到日本就能購買到日本的美妝藥品，雖為高單價商品，但仍然堅持著高品質讓消費者更放心。

(二) 由日藥本舖的 4 P 可得知

1. 日藥本舖多種類的產品，全客層皆適用。
2. 日藥本舖的商品因堅持高品質，相對價格較高。
3. 日藥本舖設立許多分店，讓消費者能方便前來選購。
4. 日藥本舖逢節慶舉辦折扣活動、推行會員集點換贈品，以吸引更多消費者購買。

二、建議

根據研究問卷結果顯示，日藥本舖在行銷方式上及商品價格滿意度上略有不足，因此以下是本小組提出之具體建議，以供業者參考。

- (一) 商品價格稍顯偏高：建議多推出促銷活動，以增加購買率。
- (二) 加入會員門檻較高：建議降低門檻，以利用會員制度來提高顧客忠誠度。
- (三) 可架設網路商店，擴展網路購物市場。
- (四) 增加日貨商品的種類，讓消費者有更多選擇。
- (五) 可定期發放型錄DM，以讓消費者盡速得知新資訊。
- (六) 提供其他同業沒有之商品，提升商品多樣化，以利與同業做區隔。
- (七) 可增設男性產品專區，提高男性的來客數。

肆●引註資料

日藥本舖官方網站。2017年04月14日，取 <http://www.jpmed.com.tw/index.aspx>

2013年30雜誌日藥本舖總經理吳政達—日系藥妝的魅麗學。2017年05月05日，取自 <http://www.ettoday.net/news/20130623/229077.htm>

沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣(2015)。商業概論II。台北市：啟芳出版社有限公司

啟芳財經研究社(2014)。行銷學I。台北市：啟芳出版社有限公司

戴國良(2016)。圖解行銷學。台北市：五南圖書出版股份有限公司

甲等

《商業類》

篇名：

讓各位 JORDAN 了 JORDAN 鞋品牌認知之民眾滿意度調查

作者：

何彥霆。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營三年乙班

邱亭靜。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營三年乙班

巫孟欣。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營三年乙班

指導老師：

李其峰老師

壹●前言

一、研究動機

近年來年輕人越來越注重穿搭潮流，讓潮流市場的經濟潛力慢慢浮現，市場中蘊含著巨大利潤，當中又以球鞋的市場成場最快速，而 Jordan 鞋又是市場中的領頭羊。『在我還沒試過之前，我決不接受失敗』(MichaelJordan,2017)。

從前 NBA 只能穿純白色的鞋子而且那時不知道球鞋的性能會影響場上的表現，但 1984 年 10 月 18 日 Michael Jordan 在率領公牛隊對陣紐約尼克斯隊時腳上那款紅白色調鞋引起轟動，JORDAN 也因為 JORDAN1 的性能改良而表現得更好。但 NIKE 違反了球鞋的規定支付著每場高達 5000 美金的罰款，聯盟也為此更改了球鞋限制規定，讓球員想穿什麼都可以。而 JORDAN 鞋到現在依舊是穿搭與打球的大熱門!!JORDAN 的成功讓本組好奇 JORDAN 鞋與一般籃球鞋有什麼差別。

二、研究目的

- (一) 探討 JORDAN 籃球鞋的行銷策略及 SWOT 分析
- (二) 探討高中生學生對 JORDAN 鞋品牌認知之民眾滿意度調查
- (三) 根據研究結果提出具體經營建議以供業者參考

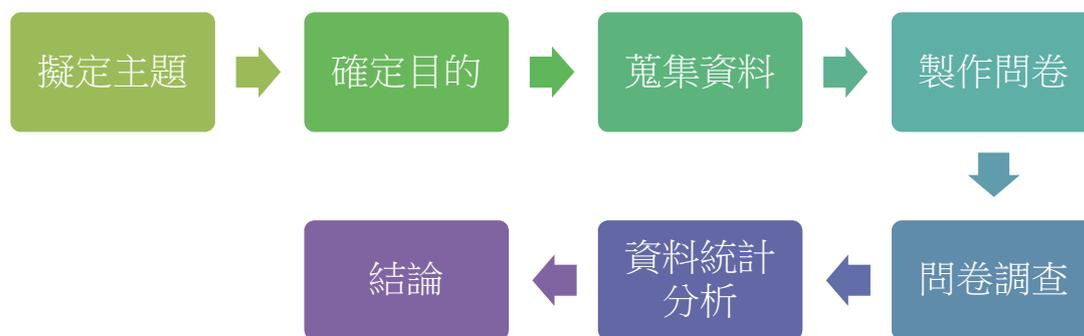
三、研究方法

- (一) 文獻探討:藉由網路及報章雜誌來找尋 JORDAN 市場的歷史
- (二) 問卷調查:在本校校區內發放，了解消費者(學生)對 JORDAN 鞋品牌認知之民眾滿意度調查

四、研究範圍與限制

因人力、經濟及時間限制下，本研究擬利用在校時間對花蓮地區高中職做問卷調查故以高中職學生做為問卷調查的主要對象。

五、研究步驟



圖一研究流程(資料來源:本組自行整理)

貳●正文

男孩們在球場上奔馳著，大家用盡全力只為拿下勝利!但其實比的不只是大家的球技，男孩們還喜歡比較誰的球鞋最正點，這時只要套上 Jordan 的球鞋，你將瞬間成為球場上的焦點，而在球場下許多人不是因為 Jordan 的性能而穿著他，他們選購只是注重他的外觀造型與品牌。Jordan 到底怎麼誕生成為場上場下的最佳首選呢?

表一 Jordan 的歷史與重大事蹟

時間	事件
1963 年 2 月 17 日	Jordan 於紐約布魯克林區出生
1984-1985 年	賽季加入 NBA
1985 年	以高薪合約被 NIKE 簽約至旗下
1985 年	簽約同年 NIKE 隨即推出由 JORDAN 命名的 JORDAN 1
1988 年	推出的 AJ3，成為第一雙配備外露氣墊的 AJ 鞋，也是第一雙使用飛人標誌的 AJ 鞋
1991 年	推出 AJ7，幫助 Jordan 在 1992 年巴塞羅那奧運會贏得了冠軍別具歷史意義。
1993 年	推出的 AJ8 處處體現了當時注重科技的設計思想，鞋面子的交叉粘扣設與中底吸收跑鞋的設計思想都為重大改變。
1994 年	推出 AJ9，JORDAN 未完成父親夢想而去大棒球，故 AJ9 是唯一一雙 Jordan 沒有在 NBA 賽場上穿過的鞋。
1995 年 3 月	推出 AJ10 宣告 JORDAN 重返 NBA，主打 I'm Back 口號。
1995 年 11 月	推出 AJ11，公認 AJ 系列最經典鞋款，也是 AJ 銷售量最好的鞋款。
2001 年	NIKE 透過 Jordan Brand，開始招攬一些運動員作為旗下代言人，稱為「Team Jordan」，將商品擴大至各大領域不侷限於籃球。
2016 年	推出別具紀念性的 AJ XXXI，代表著 AJ 系列也突破了 30 代大關，外觀採用 AJ1，有著致敬意味，但內部採用最新科技與編織結合皮革的外表，讓 AJ 傳奇延續下去。

(資料來源:本組自行整理)

一、 AIR JORDAN 品牌 4P:

NIKE 旗下 AJ 系列的成功絕對不是運氣，作為運動品牌的領頭羊 NIKE 是如何讓 AJ 系列成為年輕人運動和潮流的首選呢?本組自行彙整了 AJ 系列的 4P。『說明目標市場、定位及行銷支出額度，同時擬訂行銷組合包含產品 (product)價格(price)通路(place)推廣(promotion)』(旗立財經研究 B，2016)。

(一) 產品 product:

AJ 系列已 Michael Jordan 個人的簽名鞋款為主要產品，商品在性能外觀包裝上都有著卓越的表現，產品各階段都有專人設計考量，讓產品達到完美。

(二) 價格 price:

AJ 在球鞋定價方面因為著重技術與設計故成本較高所以幾乎都不便宜，但也有推出較平價的鞋款也就是俗稱的【平民版】，另外最驚人的是轉手價，往往都會漲到 3~4 倍。

(三) 通路 place:

以台灣來說 JORDAN 系列商品部官是球鞋還是服飾配件，都是由 NIKE 總代理公司(必爾斯藍基股份有限公司)引進台灣再分發給各縣市一定的配給量，另外喜愛 AJ 的同好在各大社群網站創立粉絲團互相交流心得與買賣球鞋，是一個影響力非常大的潛在通路。

(四) 推廣 promotion:

AJ 系列靠著 NBA 與 JORDAN 的強大光環，有著非常好的廣告效果與品牌形象，另外 NIKE 組織了 JORDAN Team 系列以 JORDAN 的名義與不同領域的明星簽約，其中包括橄欖球、棒球、健身等運動明星，利用球星知名度推行個人鞋款，並且善用網路平台推廣其產品。

表二 Jordan 品牌的 4P 分析

產品(product)	價格(price)
Jordan 為 NIKE 旗下品牌，產品以籃球用品和球星簽名鞋款為主要，另有服飾配件等等。	鞋款原價大多落在 3000-8000 但經過市場炒價後特殊鞋款價格會提升至 6000-20000
通路(place)	推廣(promotion)
1.NIKE 台灣代理(必爾斯藍基)進貨 2.網路跨國交易 3.店家自行輸入	組織 JORDAN Team 與不同領域的明星簽約，利用球星知名度推行個人鞋款，並且善用網路平台推廣其產品。

(資料來源:本組自行整理)

二、 JORDAN 球鞋介紹:

在眾多的 JORDAN 系列中本組挑選出了兩雙最為經典與漲幅最大的 AJ 球鞋，並且說明此兩雙成功的原因。

(一)Air Jordan I<如圖二、三>

起源於 1984 年 NIKE 為 Michael Jordan 設計的第一雙鞋款，也是所有 Air Jordan 中唯一有 NIKE 的經典大勾勾的鞋款，AJ1 當時打破了整個 NBA 對球鞋只能是白色規定，在同年 JORDAN 穿著 AJ1 拿下了當年的「年度最佳新人」頭銜。正式開啟了 JORDAN 接下來的偉大生涯!!全新的顏色全新的科技與 JORDAN 的好表現使的 AJ1 正式成為球迷心中最經典的不敗鞋款。以 AJ1 元年的紅白配色舉例，原價 6500 元網路炒價後 30000 元漲幅將近 5 倍之多。



圖二(資料來源:<http://bit.ly/2zwlxcX>) 圖三(資料來源:<http://bit.ly/2zvjuvpv>)

(二)Air Jordan XI <如圖五、六>

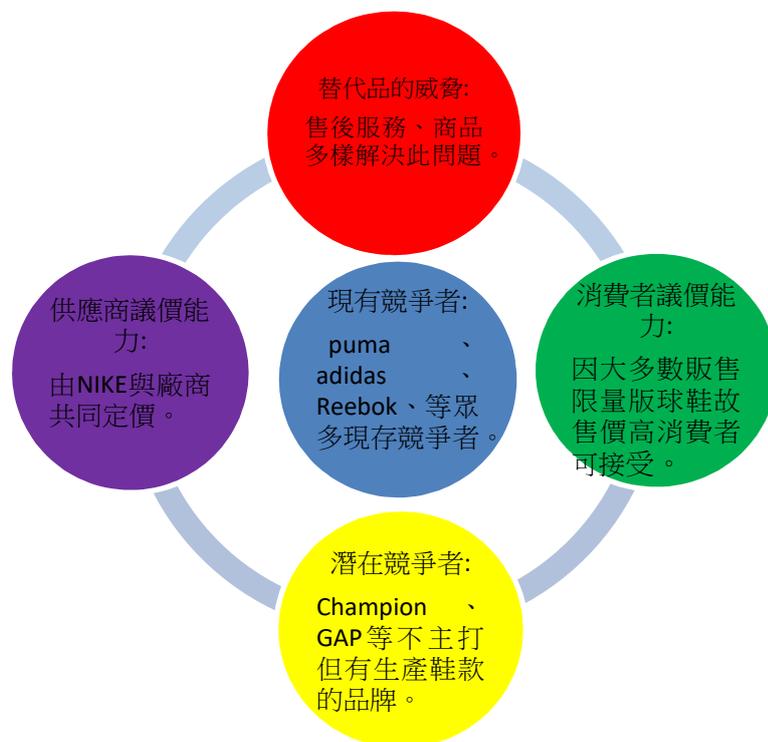
講到球鞋絕對不能不說這一雙!它是球鞋歷史上最閃耀的一件作品，它就是 Air Jordan XI，JORDAN 本人親口說這是歷代他最喜愛的一雙，也是目前為止銷售量最好的一雙 JORDAN 鞋款，跑車般的流線形設計與特殊的亮皮材質更是讓人無法抗拒，它是 JORDAN 最後一雙使用 sole 氣墊的球鞋，可以說是 JORDAN 系列的經典。如圖怪物奇兵配色原價 6900 網路炒價後升至 40000 元漲幅將近 6 倍。



圖五(資料來源:<http://bit.ly/2zxfRzl>) 圖六(資料來源:<http://bit.ly/2hZfFzv>)

三、JORDAN 品牌之五力分析:

五力分析為麥可·波特在 1979 年提出的架構，其『用途是定義出一個市場吸引力高低程度。認為影響市場吸引力的五種力量是個體經濟學面，而非一般認為的總體經濟學面。』(麥可·波特，2017)這五力分別為:現有競爭者、替代品威脅、潛在競爭者、消費者議價能力、供應商議價能力。<圖七如下>



圖七 JORDAN 五力(資料來源:本組自行整理)

四、JORDAN 品牌之 SWOT 分析

『SWOT 分析是將企業的內、外部各方面條件行綜合評估，進而分析企業的優劣勢及可能面臨的機會與威脅。』(旗立財經研究室 A，2017)

表三 JORDAN SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
<ol style="list-style-type: none"> 1. 充分利用網路平台媒體 2. 由 Michael Jordan 代言有大批追著 3. 由 Nike 最優良的設計團隊親自操刀 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 價格過於昂貴 2. 產量過少引起不滿 3. Michael Jordan 已退休.較無法吸收年輕族群
O 機會	T 威脅
<ol style="list-style-type: none"> 1. 復古風潮近年開始流行 2. 推出性能更好的實戰鞋款 3. 與現役 NBA 球星合作推出簽名鞋款 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 各大廠商推出限量鞋款 2. 仿冒品充斥 3. 價格低廉的實戰鞋款

(資料來源:本組自行整理)

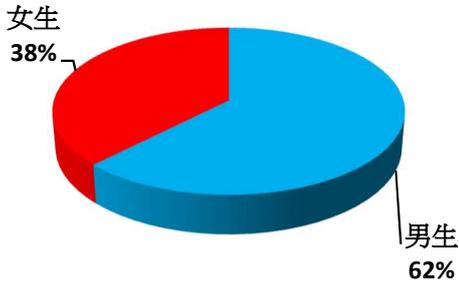
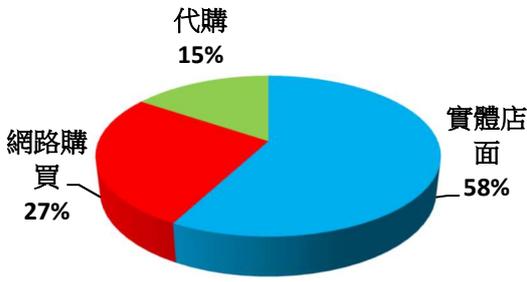
五、問卷統計結果統計分析

地點:網路問卷

時間:2017 年 9 月 1 日~2017 年 9 月 15 日

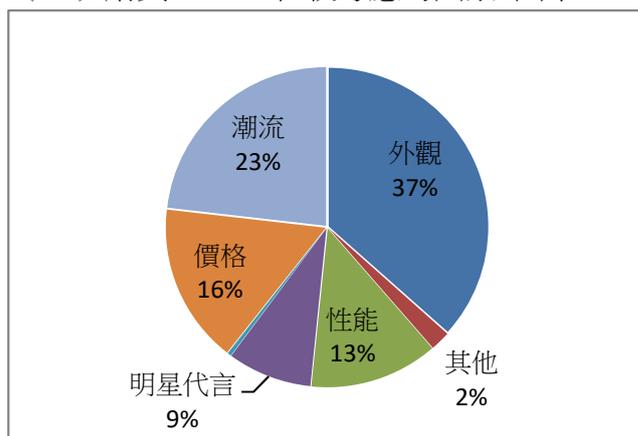
份數:122 份，有效 117 份，回收率 96%

表四問卷基本資料分析

性別資料	購買通路
 <p>圖八</p>	 <p>圖九</p>
<p>由此表可得知購買 Jordan 鞋款還是以男性居多，但 Jordan 也很注重女性市場推出女性專屬配色，所以女性也有 38%。</p>	<p>一般大眾還是喜歡在實體店面購買，因為可以看到實體與網路購買相比安全性提高許多，但網路市場銷售也穩定提升中。</p>

(資料來源:本組自行整理)

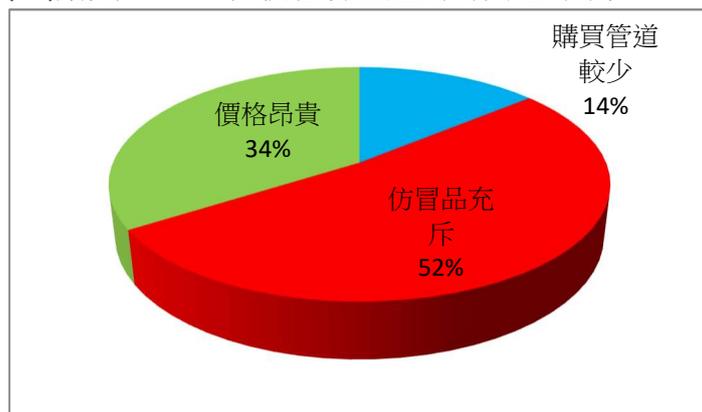
(一) 購買 Jordan 鞋款考慮的因素<圖十>



(資料來源:本組自行整理)

因為 Jordan 鞋款注重於設計感與價格較為昂貴，故購買 Jordan 鞋款的原因還是為了追求外觀和潮流，而較少人會為了鞋子的實戰性能為第一參考選購鞋款，但近年來的 Jordan 鞋款慢慢在設計與性能上找到平衡，推出有外在有內涵的鞋款。

(二)購買 Jordan 鞋款容易遭遇到的問題<圖十一>



由於 Jordan 推出的限量鞋款就算是仿冒品也有相當大的利潤，造成仿冒品充斥，故一般消費者會害怕買到假貨，另外售價昂貴捨不得買也是最多人購買時的問題。

(資料來源:本組自行整理)

表六對 JORDAN 的滿意度分析

問題	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
品牌廣告行銷	20%	38%	38%	1%	3%
鞋款的價格	9%	22%	53%	10%	6%

(資料來源:本組自行整理)

參●結論與建議

一、結論:

Jordan 在行銷和鞋款的設計受到大眾的認同，行銷方面 Michael Jordan 的名號為招牌，很多球迷會為了追隨籃球之神 Michael Jordan 的腳步購買 Jordan 鞋款，但較無法吸收不認識 Michael Jordan 的年輕客群、各大廠商推出新鞋款造成轟動與 Jordan 鞋款仿冒品充斥是 Jordan 必須面對的問題。

二、建議

- (一)可在鞋底部分增加辨識偽造品與正品的特殊材質，例如鈔票上的金屬材質防偽線，不會過重但卻能有用的判斷真假。
- (二)與當紅的明星簽約推出鞋款，不要局限於籃球圈，像 adidas 與當紅饒舌歌手 KanyeWest 推出的 yeezy 系列就造成了潮流的轟動。
- (三)向總公司 Nike 取得新技術的使用權，可以大幅提升性能的問題，讓大家買 Jordan 不再只是為了穿搭而是能真正能夠上球場實戰。

肆●引註資料

- 旗立財經研究室 A(2017)。商業概論 I。台北市：旗立財經研究室。
- 旗立財經研究室 B(2016)。商業概論 II。台北市：旗立財經研究室。
- 痞客邦。2017 年 9 月 15 日，取自 <http://bit.ly/2hZwF8C>
- 維基百科。2017 年 9 月 15 日，取自 <http://bit.ly/1kEdOic>
- 勘履訪客。2017 年 11 月 10 日，取自 <http://bit.ly/2zwlxcX>
- 籐原雙閃電魔力加持。2017 年 11 月 10 日，取自 <http://bit.ly/2zvjudv>
- AIR JORDAN 11 space jam 帶給我的一絲惆悵。2017 年 11 月 10 日，取自 <http://kenlu.net/foro/threads/us10-air-jordan-11-space-jam.47064/>
- 那醉人的黑紅的年代 AIR JORDAN 11 黑紅，2017 年 11 月 10 日，取自 <http://kenlu.net/foro/threads/us10-air-jordan-11.41362/>

甲等

《商業類》

篇名：

「轉」出商業奇蹟—OREO 品牌行銷及顧客滿意度之調查(以花蓮市居民為例)

作者：

馮元君。國立花蓮高級商業職業學校。商三乙班

李子清。國立花蓮高級商業職業學校。商三乙班

黃渝軒。國立花蓮高級商業職業學校。商三乙班

指導老師：

李其峰老師

一、研究動機

「轉一轉、舔一舔、泡一泡」(卡夫食品官方網站，2017)，一聽到這句耳熟能詳的廣告詞，大家的腦海中就會描繪出奇特圖騰的巧克力餅乾，香濃的鮮奶油彷彿真實一般在味蕾上蔓延，不論男女老少，只要嘗過一口就會深深陷在 OREO 的魅力之中。OREO 在大家的回憶中站有一隅之地，更是創造了絡繹不絕的商機，甚至在紐約市第九及第十大道之間，出現一條以 OREO 命名的街道。擁有 100 多年的歷史的 OREO，為何能以這一句廣告詞，讓消費者在購買時能第一個想到它？在現今的社會裡，各家廠商的夾心餅乾如雨後春筍般的崛起，而 OREO 為何能在夾心餅乾的商場中保有一席之地？此研究將探討 OREO 品牌行銷及顧客滿意度之調查。

二、研究目的

- (一)探討 OREO 的行銷策略及 SWOT 分析
- (二) 探討瞭解花蓮消費者對 OREO 滿意度
- (三) 根據研究結果提出具體建議以供業者參考

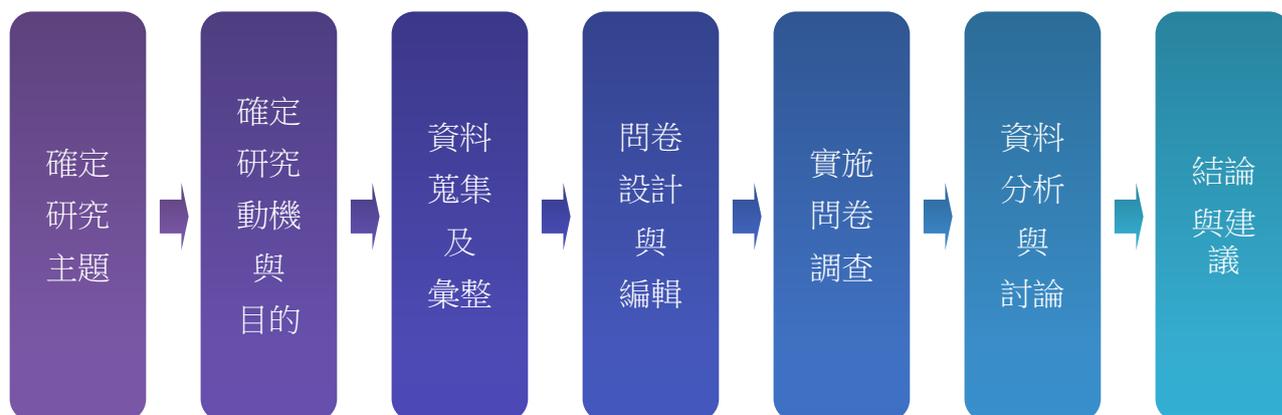
三、研究方法

- (一)以文獻探討法，參考相關書籍與資料進行本研究。
- (二)透過問卷調查法了解花蓮居民對 OREO 滿意度及意見。

四、研究範圍與限制

因人力及經濟考量下，本研究只針對花蓮消費者做調查。

五、研究架構：



圖(一)研究流程圖

(資料來源：本組組員自行整理)

一、OREO 的起源及名稱由來

(一)起源

在 19 世紀後期，美國小企業逐漸結為聯盟。在 1898 年，合併為國家餅乾公司（National Biscuit Company，簡稱 Nabisco），在全國各地擁有 114 家工廠成為了餅乾行業的巨頭。然而，在 1902 年時，國家餅乾公司(Nabisco)的董事會成員 Joseph Loose 成立了另一家餅乾公司 Sunshine Biscuit，其產品線幾乎是 Nabisco 的翻版。Sunshine Biscuit 推出由兩片巧克力脆餅和奶油夾餡組成的夾心餅乾的 hydrox，兩年後，Nabisco 就照搬了這一創意，推出了極為相似的 Oreo—就是後來風靡全球的奧利奧。作為「原版」hydrox 也敵不過 Oreo 的魅力，消失於市面上。

(二)名稱由來

關於 Oreo 的名稱來源，在法語中 Oreo 就是金子的意思，因為最初的 Oreo 包裝是用到這個顏色；另外也有人猜測 Oreo 的餅乾上面刻著類似山一樣的圖案，而在希臘語裡面山的發音是 Oreos，不過這個說法較勉強，因為在其包裝或者宣傳方面也並沒有過多提起山。大眾較能接受說法是前後兩個 O 代表圓圓的巧克力餅乾，而中間的 re 代表著「cream」（奶油）。

二、OREO 歷史簡表

表(一) OREO 歷史簡表

年份	事蹟
1910	Nabisco 推出了 Oreo—也就是後來風靡全球的奧利奧。
1920	由於奶油口味較受歡迎，Nabisco 公司停止了檸檬調合蛋白口味的生產。
1952	其餅乾外觀設計成今日所看到的樣式。
1975	Nabisco 公司開始推出不同款式和口味的 Oreo 曲奇，而首款 Oreo 的變款就是 DOUBLE STUF Oreo。
1996	進入中國市場。
2000	Nabisco 被卡夫食品總公司菲利浦莫里斯收購的，並跟卡夫合併在一起。
2005	由於在中國市場餅乾銷售量只有 3%，卡夫調整了配方並且降低甜度，並且推出較為便宜的小包裝。
2012 年 10 月	卡夫拆分為全球零食業務和北美雜貨業務兩個獨立運營機構，成為了兩間獨立的上市公司。
2013	卡夫食品將卡夫食品中國更改為億滋中國。
2015	2015 年北美雜貨的卡夫食品與亨氏合併，成為卡夫亨氏。

(資料來源：本組組員自行整理)

三、OREO 的行銷策略、行銷組合(4P)及 SWOT 分析

(一)行銷策略

始終堅持「轉一轉、舔一舔、泡一泡」(卡夫食品官方網站，2017)，這9個字的廣告詞，其蘊含著 OREO 的行銷策略：

- 1.可強化在消費者心中 OREO 這個夾心餅乾的認知及地位
- 2.可增強在食用夾心餅乾時的趣味性



圖(二)OREO 行銷企劃

(資料來源：本組組員自行整理)

(二) 行銷組合(4P)

4P 是指 產品 (Product)、價格 (Price)、通路 (Place)及推廣 (Promotion)四項決策，稱為「行銷組合」(陳凱俐等，2017)。

1.產品 (Product)

「指設計產品的內容、屬性、品質、外觀、包裝、標籤、服務等」(陳凱俐等，2017)，以「產品」為主的行銷活動，是價格策略、促銷策略及分銷策略的基礎。

2.價格 (Price)

「指決定產品價格、折扣」(陳凱俐等，2017)，又有定價策略之稱，主要研究如何將產品定價、調價等。

例如：滲透訂價法。

3.通路 (Place)

研究在產品到達最終消費者前，制定與各分銷商的成本分攤、利益分配等。

(1)通路的長度：了解製造者為直接銷售商品給消費者，或是透過多少中間商(批發商、零售商)販售。

(2)通路的密度：了解此產品為廣布零售通路，或是選擇性挑選項目較少的零售通路(例如專賣店)

(3)通路的種類：了解透過販售商品之店面為何。例如透過超商、百貨公司和量販店。

4.推廣 (Promotion)

「決定刺激消費或訊息提供的方式」(陳凱俐等，2017)，透過舉辦活動及比賽、平面或電子媒體、電視廣告等提高產品知名度。又有傳播與溝通策略之稱。

表(二) OREO 之 4P 分析

產品 (product)		
	OREO 香草口味夾心 137g	OREO 黑白巧克力口味夾心餅乾 137g
		
	OREO 清甜夾心餅乾 137g	OREO 草莓夾心餅乾 137g
		
	OREO 金奇巧克力口味餅乾 137g	OREO 花生巧克力夾心 137g
		
	OREO 巧克力夾心餅乾 137g	OREO 巧克力雙享包 232g

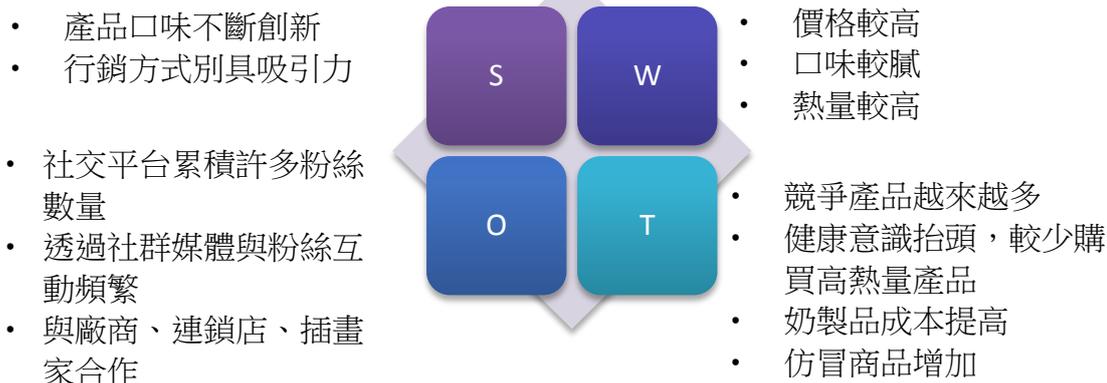
<p>產品 (product)</p>	 <p>OREO 迷你巧克力夾心餅乾 46g</p>  <p>OREO 白巧克力脆皮夾心餅 100g</p>  <p>OREO 薄片夾心餅(提拉米蘇) 42g</p>	 <p>OREO 巧心蛋糕 74.5g</p>  <p>OREO 牛奶巧克力脆皮夾心餅 100g</p>  <p>OREO 薄片夾心餅(香草夾心) 42g</p>
<p>價格(price)</p>	<p>1.單條裝 38~49 元； 2.兩條裝 72 元； 3.三條裝 89 元； 4.巧心蛋糕 38 元 5.迷你巧克力夾心餅乾 34 元； 6.脆皮夾心餅 165 元； 7.薄片夾心餅 79 元。</p>	
<p>通路(place)</p>	<p>1.通路的長度: 透過多層的中間商, 將產品零售販賣給消費者。 2.通路的種類: 經由各家量販店、超市、超商及網際網路平台販售給消費者。</p>	
<p>推廣 (promotion)</p>	<p>主辦各種抽獎活動或周年慶、結合 QR Code 掃描餅乾圖案, 以創造新的活動體驗, 吸引消費者關注。</p>	

(資料來源：本組組員自行整理)

(三)SWOT 分析

屬於企業管理理論中的策略性規劃。企業內部分為「優勢(Strengths)」及「劣勢(Weaknesses)」；企業外部分為「機會(Opportunities)」及「威脅(Threats)」。

通過 SWOT 分析, 幫助企業將資源和行動聚集在自己的強項與有最多機會的地方, 讓企業的戰略更加明朗。



圖(三)SWOT 分析圖

(資料來源：本組組員自行整理)

四、顧客滿意度問卷調查分析

問卷調查是為了更加瞭解市場的重要方法，研究者將所要研究的問題編製成問卷，以郵寄方式、網路填答、當面作答或者追蹤訪問等方式，「推估全體對特定問題的反應」。問卷調查除了使用在學術研究，也大量使用在消費者意見蒐集、行銷調查等各種領域，又稱問題表格法。(邱皓政，2002)。

(一)問卷說明

本問卷調查內容分為三個部分，第一部份為受訪者基本資料；第二部份為顧客消費行為，其中包括選購產品的主因、類型、口味及價格等；最後部分為消費者建議。

(二)問卷調查說明

以花蓮市居民為本研究群體，採用網路問卷，於 106 年 7-8 月份共一個半月內總計有 110 份，有效回覆 109 份，無效問卷 1 份，以下為結果分析。

(三)問卷調查結果分析

1.基本資料

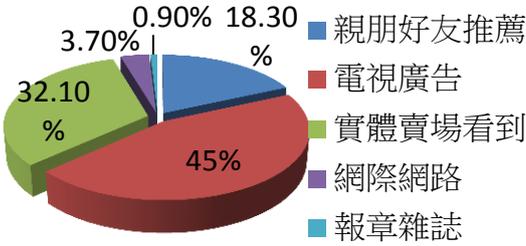
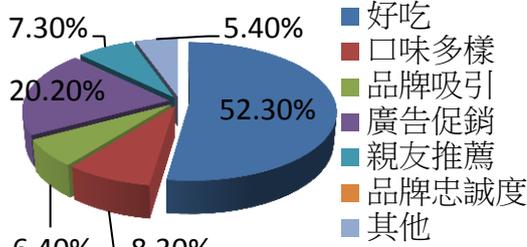
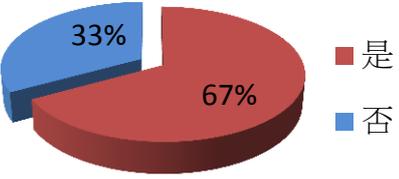
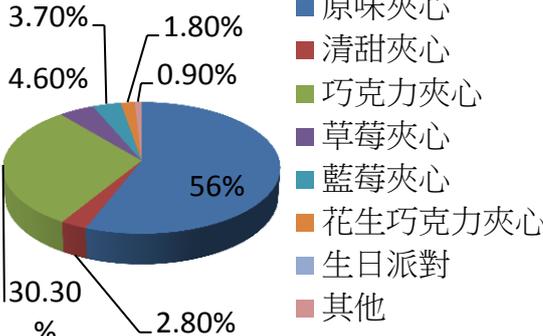
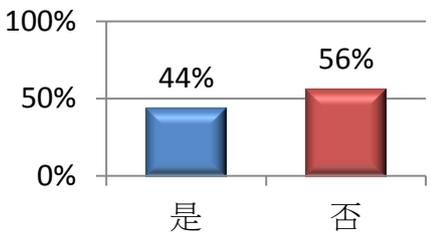
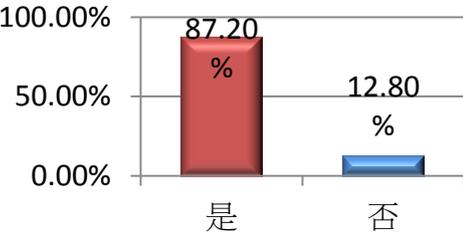
表(三)顧客基本資料

性別	女(70.6%)；男(29.4%)
年齡	15 ~ 25 歲(40.4%)；26 ~ 35 歲(11.9%) 36 ~ 40 歲(9.2%)；40 歲以上(38.5%)
職業	學生(36.7%)；軍公教(23.9%)； 服務業(22.9%)；家管(10.1%)；自由業(6.4%)
每月平均收入 或零用錢	10000 以下(39.4%)；10001~20000(7.3%)； 20001~30000(12.8%)；30000 以上(40.4%)

(資料來源：本組組員自行整理)

由上表(三)可得知，受訪者中性別以女性居多；年齡以 15 ~ 25 歲居多；職業以學生居多；每月平均收入或零用錢以 30000 以上居多。

2.顧客之消費行為分析

 <p>圖(四)如何知道 OREO 這個牌子</p> <p>由上圖可知，受訪者以電視廣告知道 OREO 為居多，其次則是實體賣場看到。</p>	 <p>圖(五)購買 OREO 餅乾的原因</p> <p>由上圖可知，受訪者以好吃為居多，其次則是廣告促銷。</p>
 <p>圖(六)購買 OREO 餅乾後，您是否會向周圍的人推薦 OREO</p> <p>由上圖可知，受訪者大部分會向周圍的人推薦 OREO。</p>	 <p>圖(七)較常購買 OREO 餅乾的口味</p> <p>由上圖可知，受訪者中以原味夾心為居多，其次則是巧克力夾心。</p>
 <p>圖(八)購買餅乾時是否會優先考慮 OREO</p> <p>由上圖可知，受訪者大部分在購買餅乾時不會優先考慮 OREO。</p>	 <p>圖(九)是否會願意再次購買 OREO 餅乾</p> <p>由上圖可知，受訪者大部分願意再次購買 OREO。</p>

3.顧客之滿意度分析

以下是針對 OREO 產品的滿意度做為調查，並將選項分為非常滿意、滿意、普通、不滿意及非常不滿意五個等級，結果如下表。

表(四)顧客滿意度之分析

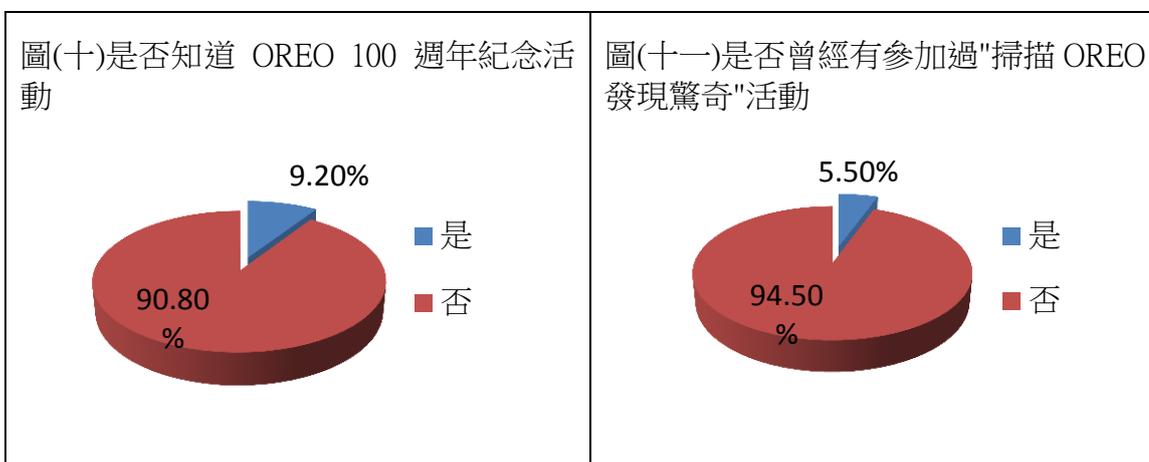
題目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
口味選擇	25.7%	46.80%	26.60%	0.90%	0%
定價	13.80%	28.40%	50.50%	7.30%	0%
購買方式及方便性	37.60%	42.20%	20.20%	0%	0%
促銷活動	20.20%	38.50%	40.40%	0.90%	0%
廣告行銷	28.40%	38.5%	33%	0%	0%
包裝	22.00%	46.80%	30%	1%	0%

(資料來源：本組組員自行整理)

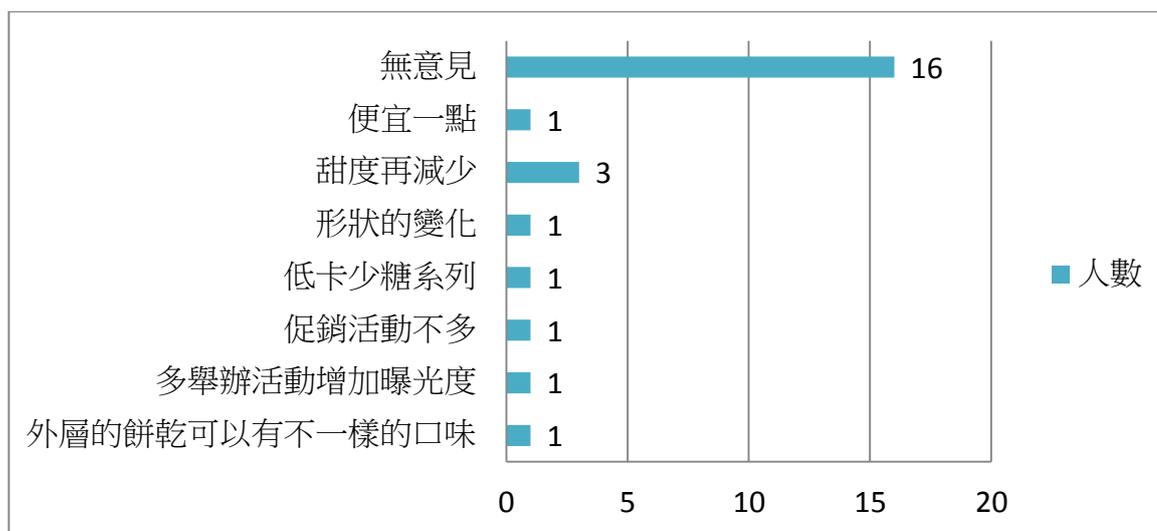
由上表可得知，受訪者在口味選擇方面以滿意為居多；在定價方面以普通為居多；在購買方式及方便性方面以滿意為居多；在促銷活動方面以普通為居多；在廣告行銷方面以滿意為居多；在包裝方面以滿意為居多。

4.推廣分析

由下圖(十)及圖(十一)可得知，受訪者對於 OREO 在推廣活動這方面的訊息較缺乏。



5.受訪者建議



參●結論與建議

依據上述的文獻資料與問卷調查分析結果，針對 OREO 品牌行銷及顧客滿意度調查本組歸納出以下幾點:

一. 結論

(一)行銷策略

OREO 在產品方面具多樣化的選擇可讓消費者選購；但在推廣方面因訊息的曝光度較低，而使消費者對於 OREO 所舉辦的相關活動訊息較缺乏。

(二)SWOT 分析

因現代社會健康意識抬頭，使消費者減少購買較高熱量的產品，如何兼顧品牌與消費者喜好是一大問題。

(三)消費者對 OREO 滿意度

在口味選擇、購買方式及方便性、包裝、廣告行銷等四方面為滿意；而在定價及促銷活動方面為普通；由此可知消費者對於 OREO 產品的滿意度以滿意為大宗。

二. 建議

(一)根據問卷分析結果，在推廣活動方面，可多舉辦活動、以贊助商或是公益活動的方式，除了可提高 OREO 產品的曝光度外，也可提高消費者對於 OREO 在產品的認知。

(二)在口味方面，可設計低卡少糖系列的商品，除了可延續產品口味多樣化的特色外，也可與市面上的夾心餅乾做區隔。

(三)在滿意度方面，對於訂價上大多消費者感到普通，建議可多做促銷活動，使消費者更加願意購買。

肆●參考資料

1. 戴國良 (2016)。圖解行銷學。台灣:五南圖書出版公司。
2. 徐玉霞、黃照明、吳碧玉、汪澤龍 (2015)。商業概論 I。台中市:信樺文化事業有限公司。
3. 沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣 (2015)。商業概論 II。台北市:啟芳出版社有限公司。
4. 啟芳財經研究室 (2014)。行銷學 I。台北市:啟芳出版社有限公司。
5. 江淑貞、朱珍珍、鄭美蘭(2017)。商業概論易點通總複習(上)。台北市:啟芳出版社有限公司。
6. Oreo 官網。2017 年 3 月 31 日，取自 <http://www.oreo.com/>。
7. 壹讀：Oreo 簡史。2015 年 3 月 31 日，取自 <https://read01.com/QOQaj5.html>。
8. Yahoo 奇摩媒體行銷部經理 Grace (2015)。數位內容行銷的典範 OREO 讓網友連續關注 100 天的祕訣。2017 年 4 月 7 日，取自 <http://www.motive.com.tw/?p=7410>。
9. Sheryl Chen (2014)。精準掌握消費者心理的內容行銷：成功賦予品牌新活力—OREO 的 100 天內容行銷。2017 年 4 月 7 日，取自 <https://goo.gl/WDM2n9>。
10. 黃詩宜 (2016)。S&J 聖僑資訊：這餅乾比我們還老? Oreo 如何用故事力再塑品牌價值。2017 年 4 月 14 日，取自 http://www.sicorp.com.tw/blog/case/oreo_brand。
11. BIOS 編輯部 (2012)。轉一轉、舔一舔、泡一泡：OREO 100 歲生日。2017 年 4 月 14 日，取自 http://www.biosmonthly.com/daily_news_topic/1734。
12. Oreo 維基百科。2017 年 4 月 21 日，取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A5%A7%E5%88%A9%E5%A5%A7#.E6.AD.B7.E5.8F.B2>。
13. Inbound Journals!創制完美內容的 5 個必備元素。2017 年 4 月 21 日，取自 <http://www.inboundjournals.com/create-content-perfection-5-essential-ingredients/>

甲等

《商業類》

篇名：

虎爺溫泉觀光商機之探討

作者：

劉雅惠。國立花蓮高商。會三乙班

林芷瑄。國立花蓮高商。會三乙班

指導老師：

歐郁玟老師

一、研究動機

現代人們生活步調快，工作繁忙，沉重的課業，常常堆積成巨大壓力，卻找不到好方式來舒壓，這時就可以選擇泡溫泉，不但可以洗滌身心的疲勞，消除雜念，還可以減輕壓力，讓生理跟心靈都獲得舒壓，身心舒暢，泡湯除了享受溫泉的療效，泡湯的環境也是很重要。位於花蓮瑞穗鄉虎頭山下的虎爺溫泉，業者打造了非常完善的泡湯設施，期盼來到這裡的顧客能抒解身心的疲勞，好好放鬆一般。

隨著現代人們對於休閒娛樂及舒壓放鬆的需求，本專題將探討花蓮瑞穗鄉著名的「虎爺溫泉會館」在行銷上的策略及消費者的滿意度分析

二、研究目的

- (一) 了解虎爺溫泉發展及歷史
- (二) 探討虎爺溫泉旅館行銷策略
- (三) 調查虎爺溫泉旅館之顧客滿意度

三、研究限制及對象

本研究礙於氣候季節、時間及金錢限制，此研究對象為到虎爺溫泉會館泡湯的旅客

四、研究方法

- (一) 問卷樣本調查法：透過問卷調查，以來到虎爺的旅客為發放對象，調查消費者滿意度及其想法
- (二) 訪談法：透過實際探訪的方式，詢問老闆關於虎爺溫泉的相關資訊

五、研究流程圖



貳●正文

一、起源

(一) 簡介:

在花蓮瑞穗鄉虎頭山下有著一間老旅館，有著「帝王黃金琥珀泉」的美名，以泡湯及 SPA 聞名，那就是「虎爺」，虎爺有相當多樣的設施可供客人使用，包括各種溫度的露天湯泉、水療池、Spa、烤箱、蒸氣室，夏天還有冷泉、游泳池與親子池，如果不想到大眾池泡湯也可以選擇個人浴，泡湯種類相當多樣化，是遊客放鬆身心的最佳去處。

(二) 創辦人:



圖(一)創辦人林長貴

虎爺溫泉的老闆林長貴是瑞穗人，綽號就叫「虎爺」，今年已經 80 多歲了仍老當益壯，林老闆的座右銘是「人生有夢，築夢踏實，有夢最美，希望相隨。」，他認為人生只要有夢想就要努力去做，就算結果可能不如預期，但努力過就不會感到後悔，且表示每天都會在心中想著「理想、希望、力量，明天會更好!」來勉勵自己。

本從事泛舟行業的林老闆毅然決定轉型到溫泉行業來開發溫泉，就是希望能將瑞穗打造成一個理想的溫泉鄉，能讓來到瑞穗的旅客都能享受到虎爺溫泉的樂趣。

(三) 歷史及名稱由來:

在偶然的機會下林老闆來到這塊土地，當他在散步的時候發現竹林怎麼都在冒蒸氣，他的直覺就是這邊一定有溫泉，於是馬上連絡屋主買下這塊土地，虎爺建於西元 2000 年，從最原始的溫泉會館增加到溫泉旅館及小木屋，至今仍然在擴充當中。

虎爺在傳說中能保佑身體健康、可以招財添福貴、剋小人更是孩童的守護神，所以虎爺溫泉的名稱則是融合地理位置及中國傳說中的「虎爺」來命名，希望來到這住宿、泡湯的旅客們可以受到虎爺保佑平安順遂、福氣安康。

二、行銷模式

(一) 虎爺溫泉 4P 分析

表一 4P 分析

4P	虎爺溫泉會館
1. 產品(Product)	虎爺擁有多樣性的泡湯種類，以及高級的設施，能讓心靈及生理達到適當的放鬆，還有極佳的服務品質，能開心享受溫泉之旅，泡完湯還可以到處欣賞美麗的風景。
2. 定價(Price)	個人池及大眾池大人 \$ 200 小孩 \$ 150，另外客房的價格則是位於 \$ 2000 以上，價錢跟同業比起來差不多，但比起同業擁有更多元的設施及設備，符合各年齡層顧客。
3. 推廣(Promotion)	結合附近舉辦的活動以及特定節日推出各種行程 E X：虎爺登山步道尋寶、參加單車比賽住宿打折、溫馨母親節專案…等
4. 通路(Place)	粉絲專頁的經營與顧客拉近距離、LINE 訂房能讓顧客詢問問題

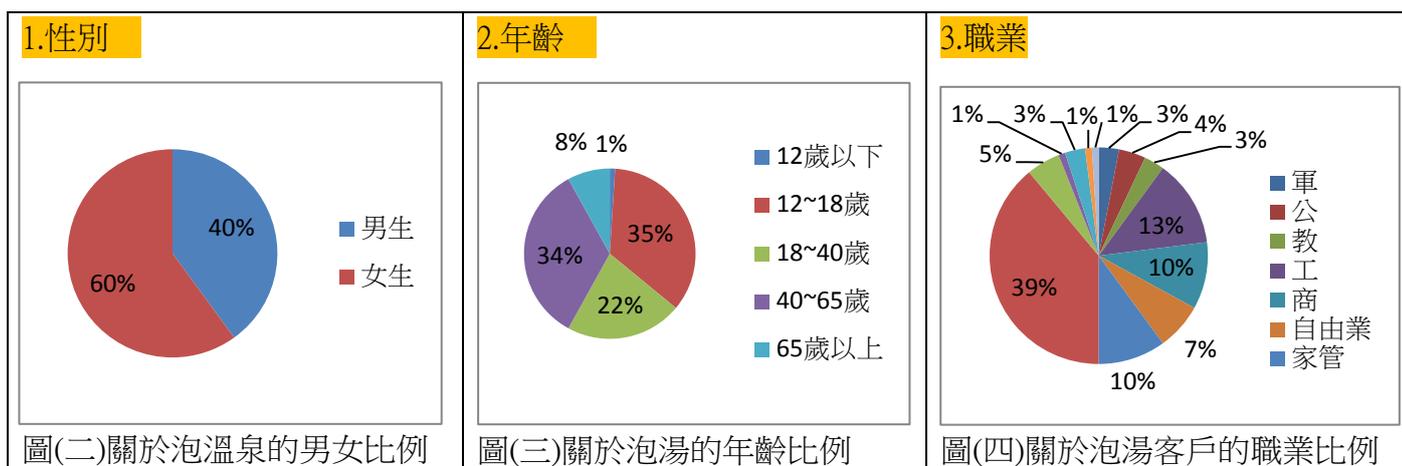
(二) 虎爺溫泉 SWOT 分析

表二 SWOT

內部環境	優勢(Strengths)	劣勢(Weakness)
外部環境	1.具有多樣性泡湯類型選擇 2.山清水秀，景色優美 3.有多樣化設施適合全家大小到來 4.有天然豐富的溫泉資源	1.位置偏僻，導致交通不便 2.因為季節限制，有淡旺季 3.出租泳衣種類少
機會(Opportunities)	SO增長型策略	WO扭轉型策略
1.不同季節推出不同蔬果可讓顧客享用 2.透過網路發達的時代讓虎爺擁有更多管道與顧客互動	S ₁ O ₁ 配合泡湯推出每日限定餐點 S ₂ O ₂ 多利用粉絲團分享活動訊息及拍攝虎爺風景照吸引遊客前來	W ₁ O ₂ 與出租車店進行合作推出組合方案 W ₂ O ₂ 在不同季節推出限定活動
威脅(Threats)	ST多元化策略	WT防禦性策略
1.溫泉飯店不斷加入，導致競爭激烈 2.環境汙染	S ₁ T ₃ 可與旅行團合作推出家庭方案	W ₃ T ₁ 提升品質增加促銷活動 W ₃ T ₂ 定期淘汰、更新共用品及檢查設施環境整潔

(三) 問卷分析

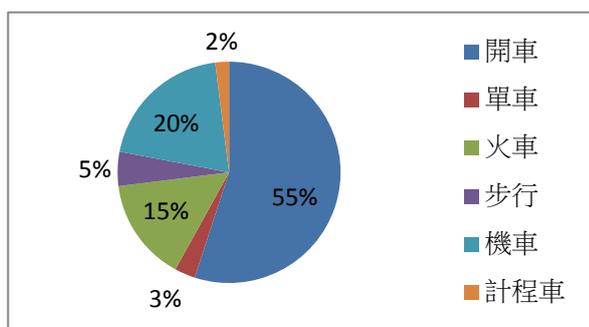
表三 人口統計變項



由圖(二)可得知來到虎爺的女性占 60%，男性則占了 40%大約各占了一半。

由圖(三)可看出 12 歲以下占 1%，12~18 歲占 35%，18~40 歲占 22%，40~65 歲占 34%，65 歲以上了 8%，年齡分布以年輕人壯年人居多。

由圖(四)來到虎爺的軍占 3%，公占 4%，教占 3%，工占 13%，商占 10%，自由業占 7%，家管占 10%，學生占 39%，退休占 5%，無業占 1%，服務業占 2%，由此可知來到虎爺的學生居多，其次則是工，商，家管。

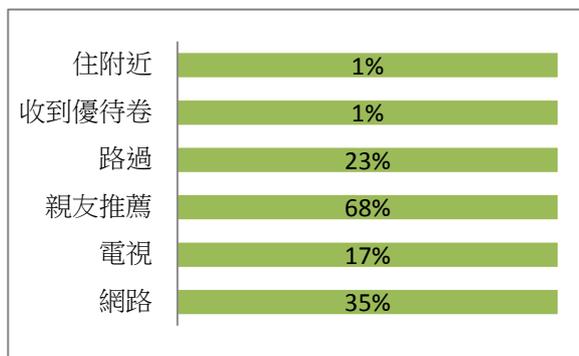


圖(五)使用何者交通工具

4. 使用何者運輸工具來？

由圖(五)可得知顧客大多以自行開車為主占 55%，其次則以機車占 20%，火車占 15%，步行占 5%，單車占 3%，計程車占 2%。

根據本組討論發現可能因虎爺溫泉位置較為偏僻以及大眾運輸工具不足導致自行開車的比例偏高。

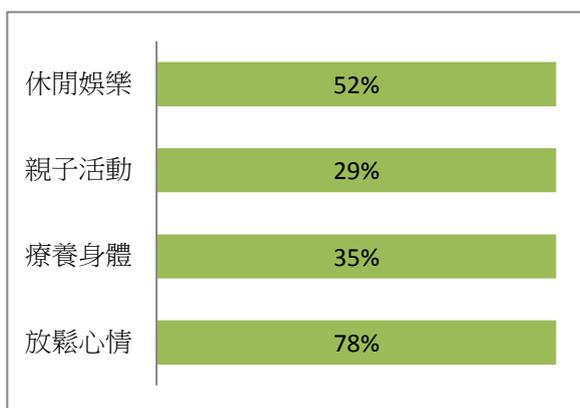


圖(六)如何得知

5. 如何得知虎爺溫泉？(可複選)

由圖(六)可得知因親友推薦而來到虎爺占 68%，其次則以網路占 35%，路過占 23%，電視占 17%，住附近占 1%，其他占 1%。

根據本組討論發現大多數的人都是因為聽了親朋好友的建議才來到虎爺，可見得虎爺溫泉是大家口耳相傳所推薦的好溫泉。

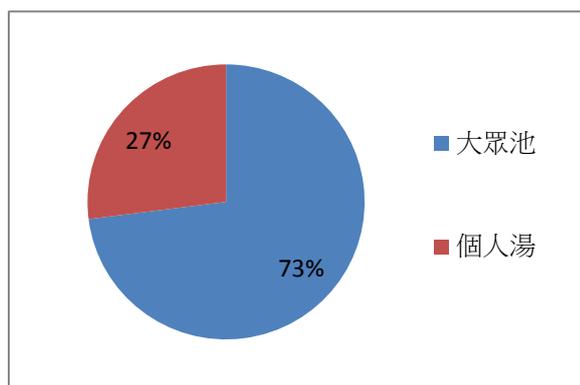


圖(七)來虎爺溫泉的目的

6. 來到虎爺目的？(可複選)

由圖(七)可得知顧客來到虎爺目的為放鬆心情占 78%，其次休閒娛樂占 52%，療養身體占 35%，親子活動 29%。

根據本組討論發現大多數來到虎爺溫泉的顧客都是想放鬆心情，可見得溫泉對於大多數的人來說是可以達到適當的抒壓。

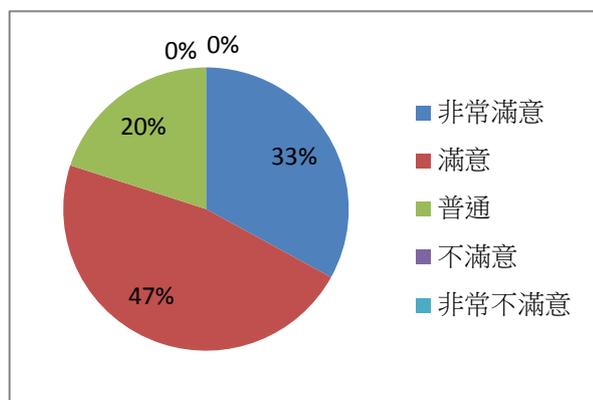


圖(八)選擇泡湯的種類

7. 您所選擇何種泡湯種類？

由圖(八)可得知大多數的人選則泡大眾池占 73%，個人湯占 27%

根據本組討論發現可能因大眾池所提供的設施較多，所以選擇泡大眾池的比例也相對的較多。

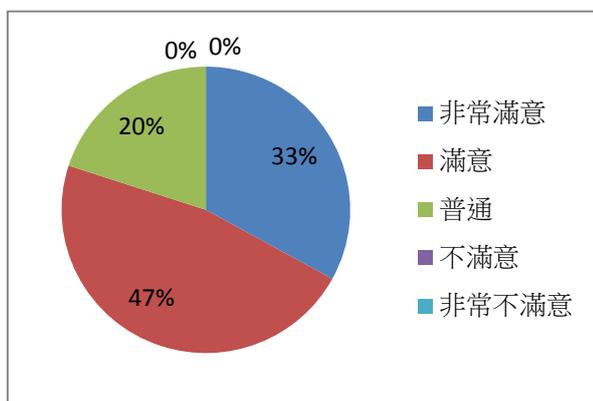


圖(九)關於環境滿意度調查

8. 對於泡湯環境的滿意度

由圖(九)可得知對於虎爺泡湯環境滿意度非常滿意占 33%，滿意占 47%，普通占 20%，不滿意即非常不滿意 的比例居為 0%。

根據本組討論發現幾乎全部的人對於虎爺泡湯環境都位於普通之上，可見得虎爺溫泉對於泡湯環境這方面處理得很好，顧客都非常滿意。

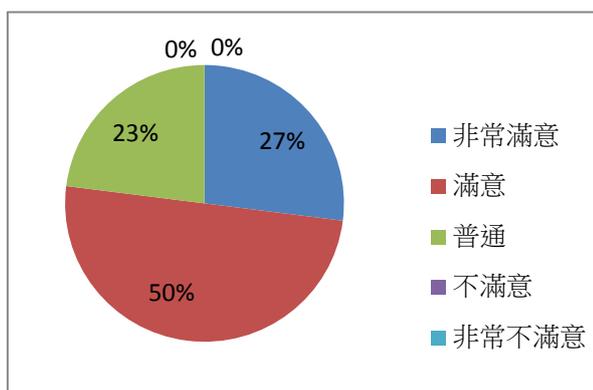


圖(十)關於服務品質調查

9. 對於服務品質滿意度

由圖(十)可知大家對於虎爺服務人的態度都相當滿意，非常滿意占 33%，滿意占 47%，普通占 20%，不滿意即非常不滿意的比例居為 0%。

根據本組討論結果發現幾乎全部的人都對虎爺服務品質感到普通之上，甚至滿意與非常滿意高達一半以上，可見得在服務品質這方面虎爺做的很不錯。

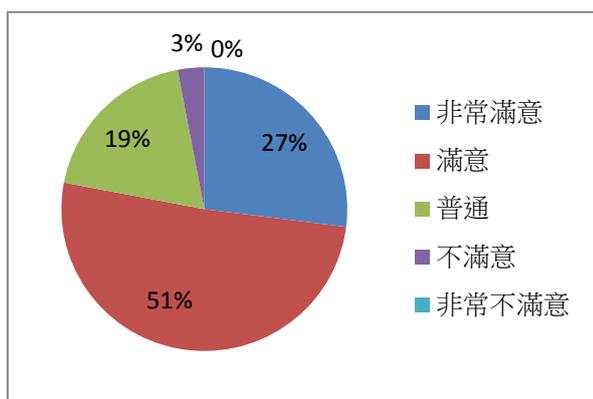


圖(十一)關於設施滿意度調查

10. 對於泡湯設施滿意度

圖(十一)可得知大家對於虎爺的設施非常滿意占 27%，滿意占 50%，普通占 23%，不滿意即非常不滿意的比例皆為 0%。

根據本組討論結果發現有一半以上的人對於虎爺泡湯設施感到滿意之上，可能是因為虎爺擁有各式各樣的設施，不管是烤箱、spa、戲水池、游泳池應有盡有可以讓客人有多種選擇。

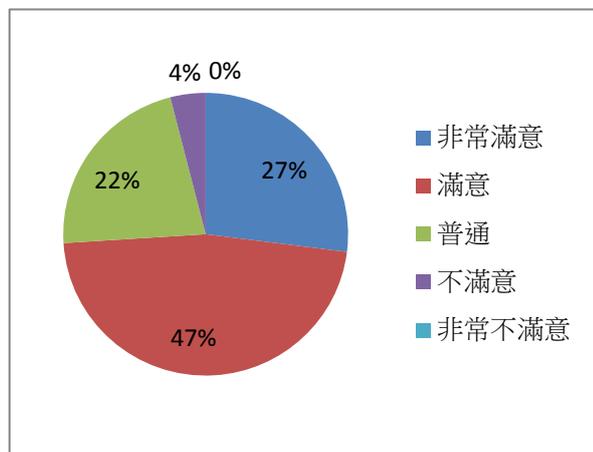


圖(十二)關於價格滿意度調查

11. 對於泡湯價格滿意度

由圖(十二)可得知大家對於虎爺泡湯價格滿意度非常滿意占 27%，滿意占 51%，普通占 19%，不滿意占 3%，非常不滿意的比例為 0%。

根據本組討論發現一半以上的顧客對於虎爺的泡湯價格都在滿意之上，但有 3%的人表示不太滿意，有可能是價格與泡湯環境沒達到他們的期望值。

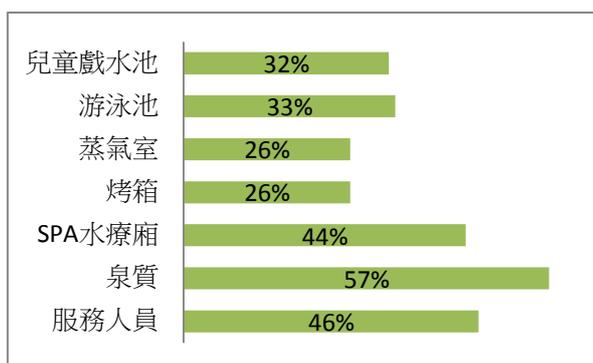


圖(十三)關於周遭環境滿意度調查

12. 對於泡湯周遭環境滿意度

由圖(十三) 可得知大家對於泡湯周遭滿意度非常滿意占 27%，滿意占 47%，普通占 22%，不滿意占 4%，非常不滿意的比例為 0%。

根據本組討論發現一半以上的顧客對於虎爺的泡湯價格都在滿意之上，但有 4%的人表示不太滿意，有可能是因為大眾池位於室外，而室外場地很容易就會有落葉與昆蟲導致沒有達到他們的期望值。

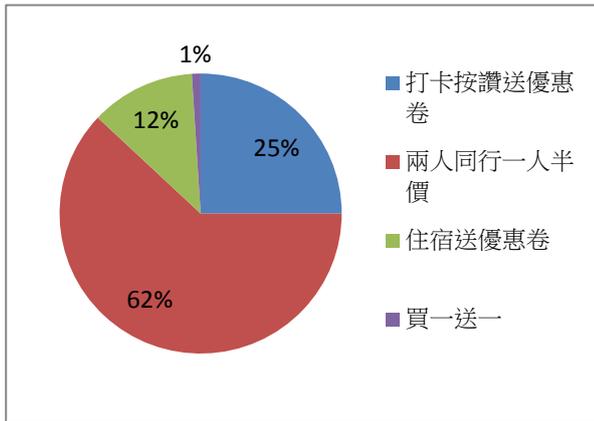


圖(十四)關於虎爺全部設施滿意度調查

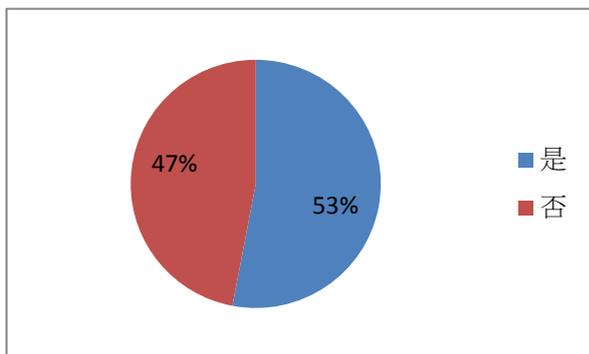
13. 虎爺有什麼讓你覺得特別滿意喜歡的地方?(可複選)

由圖(十四)可得知大家對於虎爺設施喜愛程度前三名依序為泉質、服務人員、泉質。

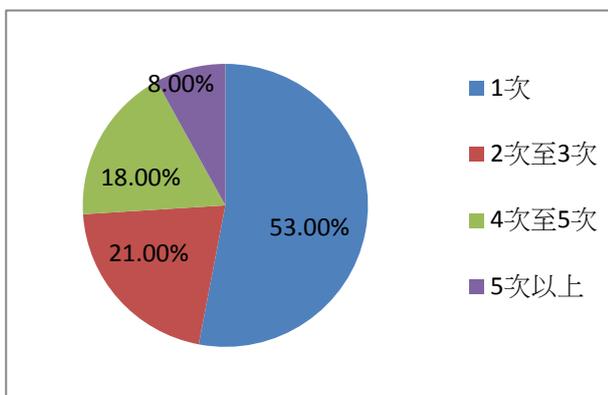
根據本組討論發現大家對於虎爺泉質的喜愛，可能是因為虎爺溫泉裡面富含了「碳酸鐵」，也可以治療許多慢性病，泡完真的是身心舒暢。



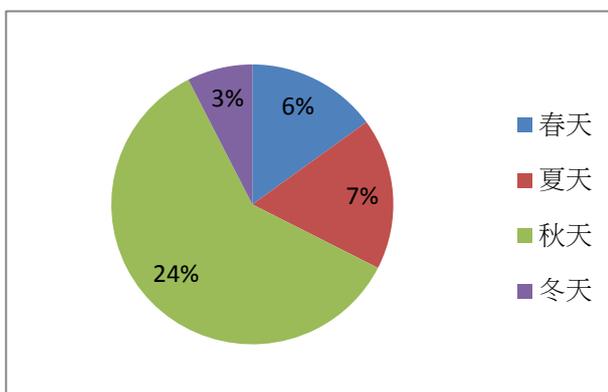
圖(十五)客戶希望未來虎爺能增加的方案



圖(十六)關於第一次來虎爺的比例



圖(十七)來虎爺次數比例



圖(十八)關於客戶喜愛在哪種季節泡湯比例

14. 希望本店增加何種促銷方案？

由圖(十五)可得知大家對於想要虎爺推出的促銷方案依序為兩人同行一人免費、打卡按讚送優惠卷、住宿送優惠卷、買一送一。

根據本組討論結果發現有一半以上的客戶希望未來虎爺能夠推出兩人同行一人半價的活動，這種類似薄利多銷的概念，不但能夠提升虎爺的知名度與來客量，同時也能帶來更大的收入。

15. 今天是第一次來到虎爺嗎？

由圖(十六)可得知有 53%的人是第一次來到虎爺。

根據本組討論結果發現有一半左右的人是第一次來到虎爺，對於虎爺是相當的陌生，另一半的人則是當地居民及老顧客，對虎爺的愛戴與支持。

16. 來虎爺的次數？

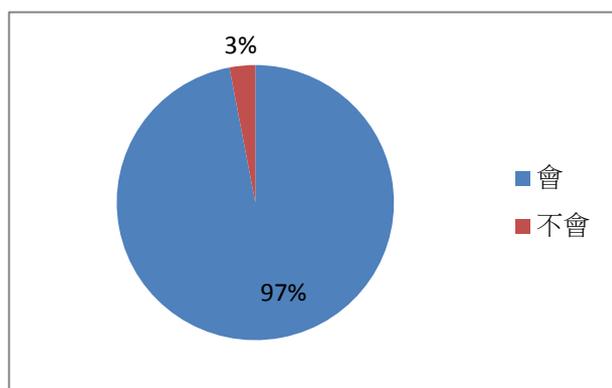
由圖(十七)可得知來虎爺 1 次的比例占 53%，2~3 次占 21%，4~5 次占 18%，5 次以上占 8%。

根據本組討論結果發現有一半以上的顧客都是第一次來到虎爺。

17. 喜歡在哪個季節來泡湯？

由圖(十八)可得知顧客喜歡在哪個季節泡湯的比例，冬天占 63%，秋天占 24%，夏天占 7%，春天占 6%。

根據本組討論結果發現，大多數的客戶喜愛在寒冷的冬天泡湯。



18. 以後來會想來嗎？

由圖(十九)可得知 97%的人來過一次虎爺後之後都還會想要再來，有 3%的人表示來過之後就不願意再來。

根據本組討論發現虎爺的顧客回頭率幾乎快達到百分之百，可見得大多數的顧客對於虎爺的各項方面都很滿意。

圖(十九)有關客戶對虎爺的回頭率

參●結論及建議

一、結論:

泡湯與溫泉水療(SPA)所形成的溫泉休閒旋風，增加了台灣國民生活與旅遊的廣度，更因為具有明顯的本土特色，加上近年「一例一休」政策的實施而造成國內旅遊市場需求的結構改變，帶動遊客旅遊消費市場。大家也對休閒活動的要求也越來越講求多元化，虎爺因應養生的健康概念及旅遊賞景的舒壓功能，已受到人們的青睞與肯定。

虎爺溫泉旅館歷史悠久，在花蓮也算是眾所皆知的溫泉會館，在林老闆用心經營下也將繼續成長。

根據滿意度調查圓餅圖分析出來的結果，本組得出虎爺在溫泉環境及服務品質上有高達八成以上的顧客都感到滿意之上以及泡湯設施、周遭環境、價格也有七成以上的滿意度，然而卻有 3~4%感到不滿意。

虎爺溫泉擁有多樣化的溫泉設施及設備，價格部分也與同業差不多，也會在特定節日和附近舉辦的活動時推出各種行程，以及開設粉絲專業和提供 LINE 線上訂房服務增加與顧客互動的機會。虎爺擁有多樣性泡湯種類及在每個季節推出各式各樣的蔬果可使用增長型策略推出每日限定餐點活動，在交通不便及現代網路發達，可使用扭轉性策略與租車店合作讓到來旅客有更多交通選擇，因泡湯種類多樣化及同業競爭者越來越多的狀況下，可使用多元化策略與旅行團合作增加來客量，溫泉有淡旺季之分加上同業競爭激烈，所以可使用防禦性策略多舉辦促銷活動可吸引不少顧客。

二、建議:

本組在當地發放問卷及回收問卷調查結果，針對各方面分析提出幾點建議。

(一) 促銷方面

- 1.大部分的客戶都是開車居多，因此推測都是家庭旅遊來泡溫泉放鬆心情，所以可以在住宿方面給予優惠

- 2.大多數的顧客都喜歡在冬天泡溫泉，因此可以再來客量最多的時段，以及在淡季的時候，分別推出消費達到一定的金額就送溫泉面膜及多人同行一人半價等優惠方案讓客戶回頭率增加。
- 3.顧客大多是經由推薦才來到虎爺，因此可以推出打卡案讚送礦泉水之類的增加顧客量。
- 4.虎爺溫泉會館地理位置較偏僻，可以跟火車站附近的租車店做合作，減少學生族群不能開車及金費不足的問題。

(二) 環境及設備方面

- 1.有少部分的人對於虎爺設備沒那麼滿意，所以建議虎爺溫泉能夠增加設備方面或是能夠提升設備的品質，提升更多顧客的滿意度。
- 2.虎爺大眾池位於是外所以經常會有落葉及昆蟲，建議虎爺可以加強定期打掃，及撈游泳池上的落葉及清掃游泳池的青苔增加顧客的好感度。

(三) 宣傳方面

- 1.因現在網路宣傳速度相當快，所以可在網路增設廣告，增加顧客的流量
- 2.可在靠近虎爺的大馬路上增設大型海報，增加來客量。

肆●引註資料

- 一、 虎爺溫泉會館官網，關於我們
<http://www.hoya-spa.com.tw/>
- 二、 虎爺溫泉-洄瀾網 時間：2009-10-23 14:10:20，來源：洄瀾網，作者：nodie26
http://www.poja.com.tw/travel/valley_South/2009-10-23/470.html
- 三、 別人的溫泉PPT
<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2010/03/2010033109584098.pdf>
- 四、 東方報
http://www.eastnews.tw/index.php?option=com_content&view=article&id=53149:2015-08-15-03-03-38&catid=34:focus&Itemid=54
- 五、 台灣密境溫泉，出版日期:2015年11月，作者:陳伯淳著
- 六、 台灣的溫泉，出版日期:民國92年3月，作者:宋聖榮、劉佳玫

甲等

《商業類》

篇名：

探討量販店消費者滿意度-以愛買、家樂福為主

作者：

余雅晴。花蓮高商。會計事務科三年甲班

吳珮瑜。花蓮高商。會計事務科三年甲班

高湘媛。花蓮高商。會計事務科三年甲班

指導老師：

施美言老師

壹、前言

一、 研究動機

在這個競爭激烈的市場中，就算是指標性的業者也必須要使出渾身解數來吸引顧客，不論是服務的品質或是價格促銷。在這個物價上漲的時代，唯一沒有漲的是薪水，所以東西便宜的地方，相對的也是人群聚集的地方，因為現在有許多家庭為了購買生活必需品，又想要價格優惠便宜，因此很多人會選擇到像愛買或家樂福這種大型量販店來採購。因此我們想要深入了解量販店的經營理念和消費者滿意度。

二、 研究目的

- (一) 了解現代的消費者層面及需求。
- (二) 了解消費者選擇消費的原因，找出大賣場被接受的理由。
- (三) 探討及分析量販店的消費者購買行為、滿意度與需求情形。
- (四) 研究結果作成具體說明，並提出結論提供給業者參考。

三、 研究方法

(一) 文獻分析法

我們利用網路上各行各業的討論及各行家意見，上圖書館及各書店參考一些書籍、報章雜誌及已發表論文，蒐集關於大賣場的行銷手法及經營模式等相關資料，擷選我們所需要的資訊，加以比較、分析、歸納及整理後，將各相關內容作出結論。

(二) 問卷調查法

以愛買及家樂福為例，依消費者需求及滿意程度設計調查問卷，對不特定的消費族群及層面作問卷填寫，來統計各不同族群及層面對量販店的消費滿意程度，以達到了解量販店的行銷手段及經營策略，做出結論與建議。

四、 研究對象

本組所探討的這幾個年齡區間分別是 15~20 歲、21~34 歲、35~40 歲、40 歲以上的消費者對於量販店的偏好，這四個年齡區段是目前具有最強消費能力的青少年和中年人，是個相當大規模的消費群，³¹²所以我們將對這幾區間進行研究。

五、研究流程

(一)



圖一 研究流程圖

貳、正文

一、名詞解釋

(一) 雜貨店

是販賣糧油食品以至各式各樣家用品的零售商店。雜貨店之特色多為「麻雀雖小、五臟俱全」，凡是家居用品大多皆可購得，店內布置的有點凌亂，但所有貨品皆會在店內或門口展示，一目了然。

(二) 超級市場

超級市場是一種大型的零售業商店，通常是連鎖式經營的。超級市場會販賣很多不同種類物品的商店，除了日常生活所需和蔬果、食品外，有些超級市場更會販賣時裝。

兩者差異：雜貨店通常在住家附近，經營者多為該社區之居民，由於為服務該區家庭主婦與小孩的「街坊生意」之關係，與常光顧之顧客有說有笑，有較深厚的感情，往往還可以有賒帳等情況；但隨著舊社區被打破，雜貨店漸漸地被較大、低價且讓消費者擁有更多選擇的 24 小時營業便利商店或超級市場所取代，也大大改變居民購物習慣，目前已不易見到雜貨店。儘管超級市場佔有絕對的優勢，但雜貨店仍然有其利基，因而未被淘汰，那就是販賣不容易在超級市場中找到的傳統食品（例如懷舊糖果等），本地農戶提供的生鮮食品，或者當地生產的特有品牌等等連鎖超市不一定上架的貨品。而店面小也使經營成本較低，不易因被淘汰而結束營業。

(三) 量販店

量販店是一種倉庫型的商店，它結合了超級市場和百貨公司的功能，販售多樣化的商品除了提供零售商以較低廉的價格購買之外，也讓一般家庭採購生活所需的用品。而許多的大型量販店除了提供日常生活用品和食品外，也提供家電器材、3C 產品和一些精品專櫃。量販店與超級市場和傳統市場比較起來大很多，一般都會有大型停車場的設計，而產品又比百貨公司來的多與便宜實惠。

1、量販店的特點：

量販店兼具批發零售商的特色，大多是採以較大量的進貨方式為主，供應消費者多樣化的選擇和一次性購足為原則來服務大眾，商品流動性很高是屬於替消費者選購商品為主，並不是以出清為目的。而且大量批發進貨的原因，導致它的售價較一般市場價格相對便宜，也替消費者提供服務為優先考量，這也是量販店最大的特色。以下為量販店的四大特色：

- (1) 多樣選擇：量販店提供了多樣化的商品給消費者做選擇，因此商品的流動性很高，並且以讓消費者一次購足為原則，其商品是以多樣少量為提供原則。
- (2) 價格低廉：而言因為量販店採用以量制價的方式並且利用大批進貨的方式壓低成本，因而能提供給消費者更便宜的價格。
- (3) 顧客至上：量販店以服務顧客為宗旨，量販店是站在消費者的立場替消費者選購商品來服務消費者，相對而言服務品質越高量販店的業績會更高，所以一間量販店最注重的就是服務品質。
- (4) 扮演多種角色：量販店結合了批發商和零售商的角色，更提供了倉儲業的功能。

(四) 消費者

應該是為個人的目的購買或使用商品和接受服務的社會成員。應具備的條件如下：

- 1、消費者應當是公民為生活目的而進行的消費，如果消費的目的是用於生產，則不屬於消費者範疇。
- 2、消費者應當是商品或服務的受用者。
- 3、消費的客體既包括商品，也包括服務。
- 4、消費者主要是指個人消費。但是也有例外，如我國《消費者權益保護法》並沒有明確規定，消費者是指消費者個人，實質上就是即包括消費者個人，也包括了單位或集體，只要是用於生活消費的，都屬於消費者範疇。

二、消費者的區分及消費層面：

- (一) 家庭主婦：負責家中日常生活用品及各類飲食的採購，消費物品都是便宜合適

家人使用，所以買的需求很大，種類很多，常要貨比三家，所以是一個大的消費族群，但較常選擇市場。

- (二) 上班族：平時沒有時間可以比較，一次的採購常常的一個長時間的需求，正常為求方便，不會對價格有意見，只要方便、快速及即時就好。
- (三) 學生群：錢比較少，但因經驗不足常常選貴（錯）物品，對在那裡買東西並沒有一定，只有看（聽）大人說就會做，像班上要烤肉或煮火鍋才會去量販店，不然就是市場或199賣場。
- (四) 其他：偶發性需求的人，不會有特定的買點。

三、量販店的特色

(一) 量販店簡介

表3-1 量販店簡介

量販店名稱與標誌	成立簡介與時間	服務據點	重要事件
<p>家樂福</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1959年家樂福成立於法國。 1963年第一家量販店於法國開幕。 1987年法國家樂福集團和統一企業成立台灣家樂福股份有限公司。 	<p>目前全台已設立了58個服務據點其中:</p> <p>北部 26 間 中部 10 間 南部 19 間 東部 3 間</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1999年與Promodes合併成為歐洲第一、世界第二大零售集團。 1996年家樂福成為台灣地區第一大的量販店業者。

量販店名稱與標誌	成立簡介與時間	服務據點	重要事件
<p>愛買</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1990 年愛買由遠東百貨轉投資所成立。 愛買是遠百企業股份有限公司，係由遠東集團所投資經營的量販店。 	<p>目前全台已設立了 16 個服務據點。</p> <p>北部 9 間 中部 4 間 南部 2 間 東部 1 間</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2007 年 7 月 3 日法國佳喜樂旗下的吉安量販店，合併了愛買量販店，成為了愛買吉安量販店。 於 2006 年 9 月，法國佳喜樂集團退出合資，成為台灣本地獨自經營的量販店。

資料來源 研究者自行整理

(二) 量販店之經營型態

表3-2 量販店之經營型態

經營型態	相關比較類型
批發型量販店	<ol style="list-style-type: none"> 以專業人士、機關團體、或是零售業者為主要銷售對象，但亦擴及一般消費者。由於要降低成本，以郊區為主要設立地點。例如：大潤發、愛買、台糖嘉年華購物中心。
零售型量販店	<ol style="list-style-type: none"> 以一般消費者為主要銷售對象，商品項目必須愈多愈好，以滿足消費者一次購足的需求。 為了方便消費者採購而設立於市區 例如：頂好（惠康百貨）。
綜合型量販店	<ol style="list-style-type: none"> 結合批發型及零售型兩種的經營型態。例如：德安購物中心

資料來源 研究者自行整理

四、顧客滿意度

顧客滿意度定義為消費者於某次特定交易後所獲得的價值，在此交易過程中所接受的服務實際感受到的滿意程度。若是組織所提供的並沒有滿足消費者所期望的，就會導致消費者將不會有再次購買的意願，所以提供顧客滿意的服務，是所有組織生存的必要條件。而現在的企業也將之設為經營理念來追求目標。因為每位學者對

於顧客滿意度的定義不同，所以本組將之整理為下表，以對顧客滿意度有更深入的了解。

表4-1 顧客滿意度之定義表

學者	滿意度之定義
Oliver & Linda (1981)	認為顧客滿意是“一種心理狀態·根據消費經驗所形成的期望與消費經歷一致時而產生的一種心情狀態”。
Tse & Witon (1988)	認為顧客滿意是顧客在購買前發生前對產品所形成的期望質量與消費後所感知的質量之間所在差異的評價。
Westbrook & Reilly (1983)	認為顧客滿意是一種情感反應·這種情感反應是伴隨或者是在購買的過程中產品及整體購物環境對消費者產生的心理影響。

資料來源 研究者自行整理

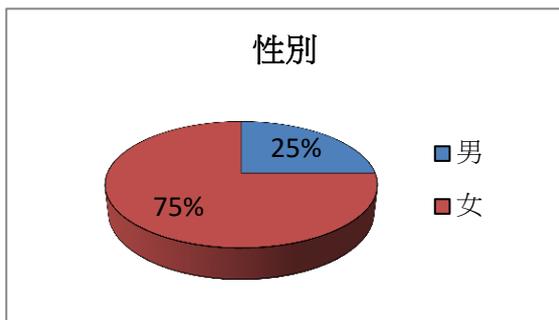
五、影響量販店的其他因素

- (一) 網路團購：現代社會的進步，網路的多元廣泛性，讓部份具有生意頭腦的人，利用量多制價的方式，產生比量販店更便宜的商品，影響量販店的銷售量。
- (二) 網路直播競價商品：利用網路的即時性及消費者的競爭心態，使消費者多買了很多現在不需要但未來有需要的商品，進而減少對量販店的採購。
- (三) 專業商品直銷店：如電氣用品店，在售後服務及專業的品質上取得絕對的優勢，使量販店缺少競爭能力。

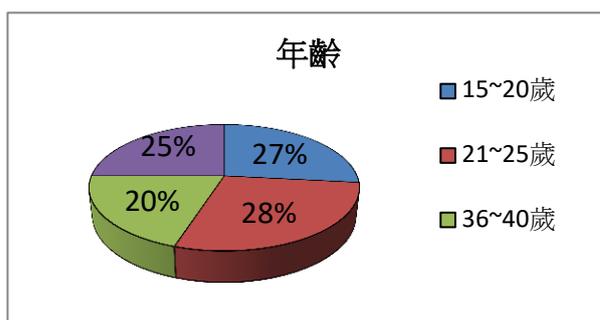
六、問卷調查結果與分析

本研究於2017年7月21日在學校級學校附近發放「量販店喜好調查表」問卷作為研究工具，共計發放120份問卷，並收回100份，有效問卷率為85%。本研究將有效問卷用Microsoft Excel 2010工作表，進行資料處理分析，以下是本組調查結果與分析：

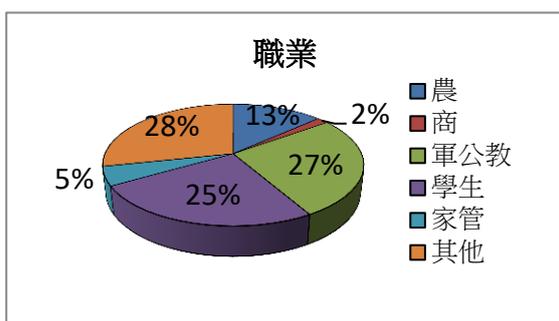
(一) 背景資料



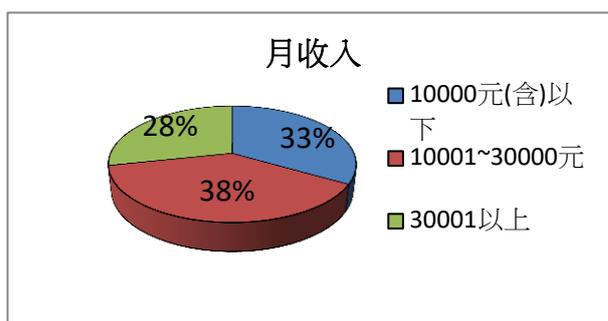
●性別大多以女性居多，占75%。



●年齡大多以21~25歲居多，佔28%。

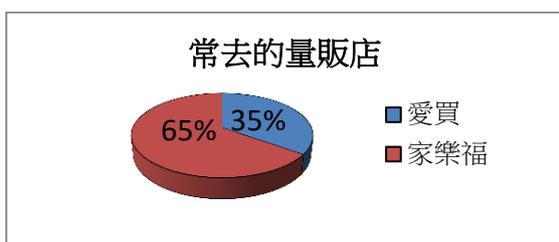


●職業多半是以其他佔居多，佔28%。

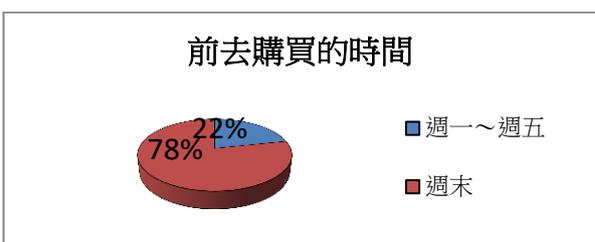


●月收入大多以10001~30000為主，佔38%。

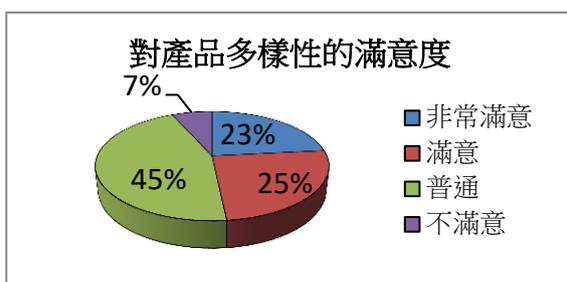
(二) 量販店消費者行為



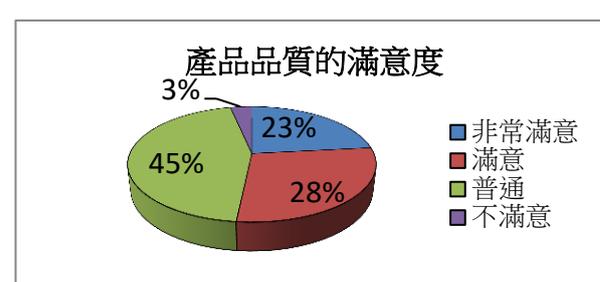
●常去的量販店多以家樂福為主，佔65%。



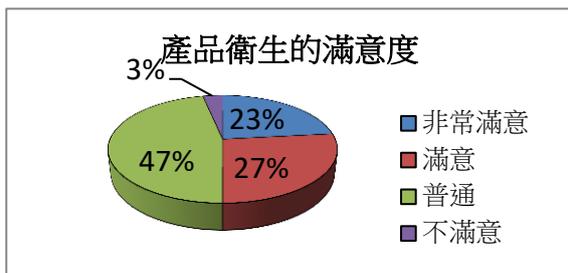
●前去購買的時間大多為週末，佔78%。



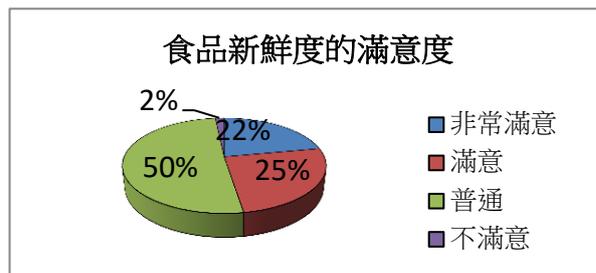
●對產品多樣性的滿意度，滿意以上佔48%，不滿意佔7%。



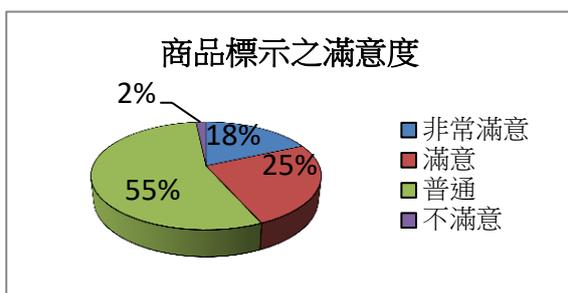
●對產品品質的滿意度，滿意以上佔51%，不滿意佔3%。



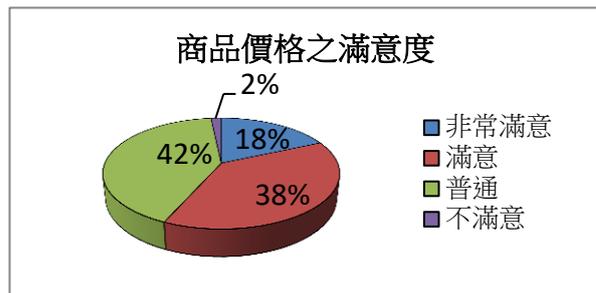
●產品衛生的滿意度，滿意以上佔50%，不滿意佔3%。



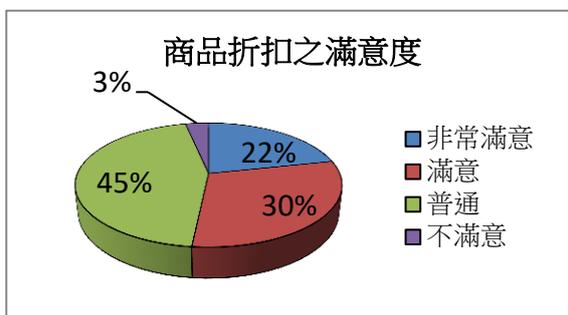
●食品新鮮度的滿意度，滿意以上佔47%，不滿意佔2%。



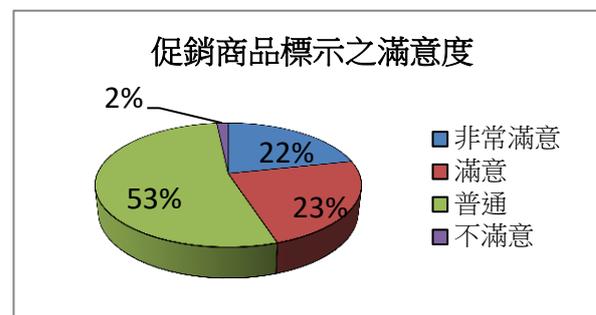
●商品標示之滿意度，滿意以上佔43%，不滿意佔2%。



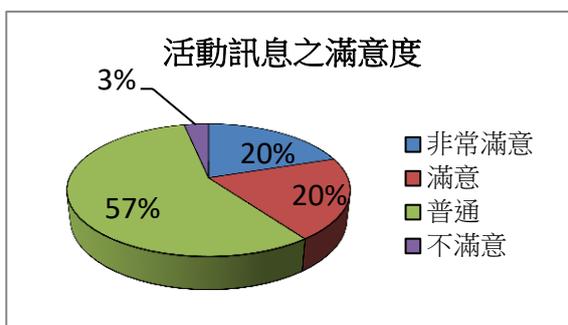
●商品價格之滿意度，滿意以上佔56%，不滿意佔2%。



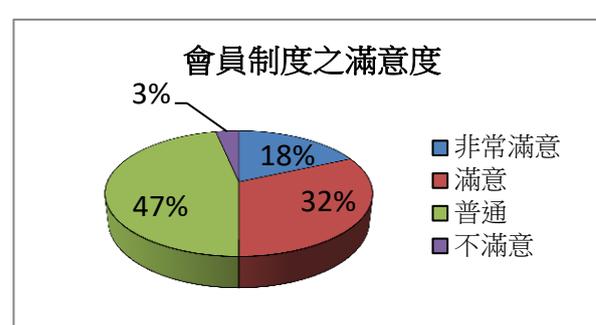
●商品折扣之滿意度，滿意以上佔52%，不滿意佔3%。



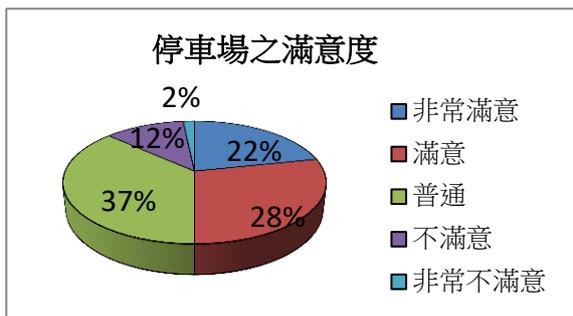
●促銷商品之滿意度，滿意以上佔45%，不滿意佔2%。



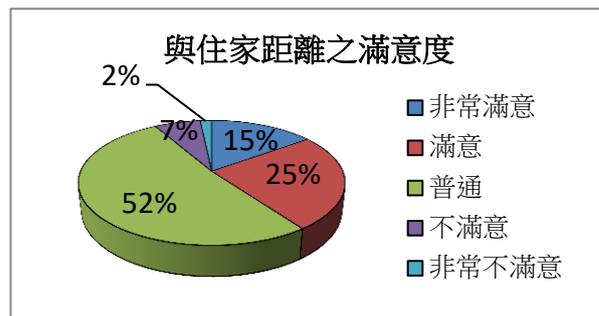
●活動訊息之滿意度，滿意以上佔40%，不滿意佔3%。



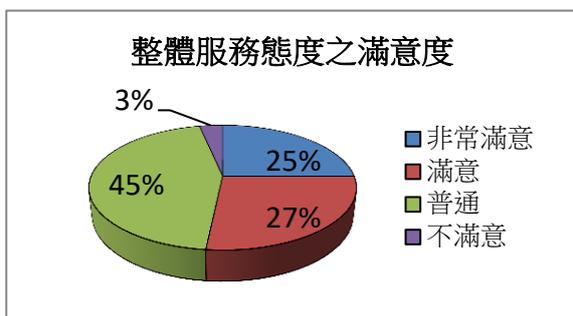
●會員制度之滿意度，滿意以上佔50%，不滿意佔3%。



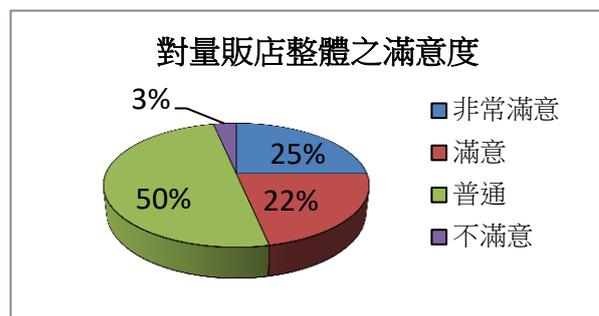
●停車場之滿意度，滿意以上佔50%，不滿意以上佔14%。



●與住家距離之滿意度，滿意以上佔40%，不滿意以上佔9%。



●整體服務態度之滿意度，滿意以上佔52%，不滿意佔3%。



●對量販店整體之滿意度，滿意以上佔47%，不滿意佔3%。

參、結論及建議

一、結論：

企業若要成功，就應該從消費者的角度出發，以消費者為中心，提供消費者覺得最好的商品及最好的消費品質和優惠，讓消費者感到滿意才能讓業者帶來最大的利益。

二、本研究透過上述愛買及家樂福之消費者滿意度問卷調查分析出以下幾點：

- (一) 消費者對量販店停車場之所以有不滿意是因為停車位少、動線和標示不夠明確，所以本組建議量販店從這方面做改進，減少消費者的不滿已保留客源。
- (二) 從問卷調查中發現，消費者會因為產品過多、品牌和解釋太過簡略，而不知道該如何選擇，建議量販店可針對店內各種品牌、產品，在每期寄給會員的型錄或企業網站中，提供品牌、商品的介紹，讓消費者能從中挑選更適合自己的商品。
- (三) 建議量販店架設APP網站，並定時更新及發佈活動訊息，且整合虛實通路，以更

多元的方式，向消費者傳遞店內各項訊息。

- (四) 若消費者與住家距離過遠，建議可以利用網路訂購的方式結合物流的方法送至住家，解決交通問題。
- (五) 建議量販店將商品會員與非會員的價格明確標示，並將會員獨享之各項福利於店內、廣告傳單內標示，這樣能讓更多消費者想擁有會員身分，方可掌握更多客源。
- (六) 建議量販店給予的折價卷在運用上能更加實際，如折價商品擺放處能再多給標示提醒，結帳時也可由櫃檯員工再以口頭提醒，使折價券的運用更能確實達到提升銷售額的目的。

肆、引註資料：

雜貨店。2017 年 8 月 1 日，取自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%9C%E8%B2%A8%E5%BA%97/>

超級市場。2017 年 8 月 1 日，取自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%B6%85%E7%B4%9A%E5%B8%82%E5%A0%B4>

孫家穎、詹宏涼、陳彥穎、賴智群、廖偉誠（2009）。顧客價值、價格知覺、顧客滿意度、轉換成本對顧客忠誠度影響之研究-以量販店為例，專題研究報告。台中，嶺東科技大學商務科技管理系

國立花蓮高商商經科與慈濟科技大學醫務暨健康管理系
策略聯盟專題製作競賽暨期末成果發表會競賽

最佳團隊獎

篇名：

驚「弘」一瞥，「宇」眾不同

作者：

金郁玟。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

賴雅鈴。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

吳佩穎。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

指導老師：

李其峰老師

壹●前言

一、研究動機

從小想吃蛋糕的時候，花蓮人第一個想到的就是「弘字」蛋糕，因為這家店的蛋糕價格親民、又好吃，不管老人小孩都喜歡，而且這一間看起來不起眼也沒有宣傳的蛋糕店竟然可以讓所有花蓮人都知道他們的口碑，據老闆的說法經營理念是「提供最好的東西給客人吃，花費在店面，還不如買更好的食材給客人吃!!」(跳躍的宅男美食部落格，2017)。本組覺得這個經營的方法很不錯，因此這句話讓本組想探討為什麼沒有華麗的店面卻可以成功之經營理念。

二、研究目的

- (一) 分析「弘字」的 SWOT、4P、STP、五力。
- (二) 探討花蓮民眾對「弘字」的滿意度調查。
- (三) 根據本組調查結果分析，以提供店家之經營模式參考。

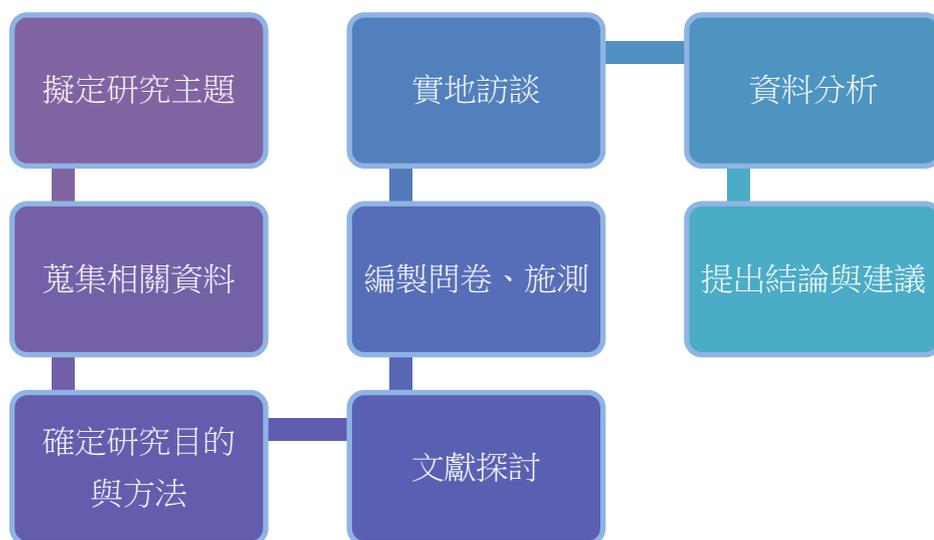
三、研究方法

- (一)文獻分析法：利用報章雜誌、電視節目以及網路資料。
- (二)問卷調查法：在花蓮市中心發放問卷。

四、研究範圍與限制

因人力與財力，所以僅以花蓮民眾作為研究對象。

五、研究流程



圖一：研究流程

資料來源:本組自行彙整

貳●正文

一、公司簡介

位於花蓮市中華路上的弘宇蛋糕，十七歲便接觸糕餅烘培的周先生表示，最初創業時只是希望透過自己的雙手與巧思，將單純、實在的美味傳送出去，用真材實料完整呈現它原有的香氣與風味。弘宇蛋糕堅持的理念不僅僅只是提供美味的產品，更是用良心去替消費者的食品安全把關，過去一年沸沸揚揚的食安問題，也因為他的堅持，讓弘宇蛋糕安然度過食安風暴，希望能提供客人安心且美味的糕點。

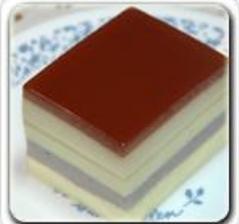
表一：弘宇蛋糕公司簡介

登記公司時間	100年8月30日
店長	周瑋駿 先生
公司地址	花蓮縣花蓮市中華路330號
經營理念及策略:	「弘宇」是取自兩個寶貝兒子的小名，也象徵著自己對於這家店的愛護，如同呵護自己的孩子一般。關於投身烘焙工作這件事，周老闆說多年前和朋友合夥投資失利，便下定決心開一家屬於自己的烘焙蛋糕店。堅持至今。店面雖然沒有用比較顯眼的裝潢，但是親自做出口感紮實的蛋糕，他希望給來品嚐的客人們吃一次，即留下美好的印象。
蛋糕特色	周老闆表示，店內蛋糕的特色在於有年輕人喜歡的巧克力，也有年長者愛吃的抹茶紅豆。製作蛋糕時，他都會小心翼翼地控制大眾接受度最高的甜度，同時兼俱蛋糕口味上的感覺與外型上的視覺美感，讓每一個糕點都老少咸宜。所以弘宇蛋糕廣受好評。

(資料來源:由本組自行彙整)

表二：蛋糕品項

蛋糕名稱	水晶奶酪	芋泥奶酪	抹茶紅豆	濃情巧克力
尺寸	10cm X 19cm	10cm X 19cm	10cm X 19cm	6吋
口感	一吃進去就有濃郁的咖啡香，以及醇厚的奶香，還有那綿密的蛋糕，真的讓人想一吃再吃，欲罷不能。	雖然僅僅只有四層，但是每一口都將芋泥以及奶酪作完美的結合，讓人每一口都可以吃到扎實的芋泥。	他們的是以紅豆羊羹及抹茶凍加上巧克力蛋糕組合而成，吃起來一點也不膩，使中年人為之瘋狂。	以苦甜的巧克力豆，調製濃郁適合國人口味，苦苦的、甜甜的，每一口都是初戀的滋味。

參考 圖片				
	圖二：水晶奶酪	圖三：芋泥奶酪	圖四：抹茶紅豆	圖五：濃情巧克力

(資料來源:由本組自行彙整)

二、SWOT 分析

在 SWOT 分析中，是藉由優勢 S (Strengths)、劣勢 W (Weaknesses)、機會 O (Opportunities)、威脅 T (Threats)，來作為企業的參考資料「在 SWOT 分析中，優勢、劣勢是指企業本身內部環境與競爭者的比較，機會、威脅則是外部環境對企業經營的影響。」(啟芳財經研究室，2017)。

表三： SWOT 分析

優勢 S (Strengths)	劣勢 W (Weaknesses)
1.網路下單，宅配到府。 2.真材實料、純手工製作。 3.網路推廣及口碑式行銷。 4.提供花蓮鄉親較優惠的價格。	1.店面裝潢不顯眼。 2.沒有客製化蛋糕。 3.店面附近停車不方便 4.比起同業，蛋糕較不精緻。
機會 O (Opportunities)	威脅 T (Threats)
1.國內下午茶風氣興盛。 2.金三角商圈快速發展。 3. 近年觀光客遽增，帶動人潮。 4.透過報章雜誌打響知名度。	1.同業競爭較大。 2 食品安全風暴。 3 國內消費能力降低。 4.成本不斷上漲。

(資料來源:由本組自行彙整)

三、4P 分析

在市場行銷組合中，4P 是指產品 (product)、價格 (price)、通路 (place)、推廣 (promotion)。

(一)產品:是指企業提供給目標市場的貨物、服務的集合 包括產品的效用、外觀、品牌和包裝。弘宇蛋糕強調的是手工製作。

(二)價格:主要包括基本價格、折扣價格等。它是指企業出售產品所追求的經濟回報。而弘宇有分為

(三)通路:它主要是企業為使產品進入目標市場所組織、實施的各種活動。

(四)推廣:是指企業利用各種資訊載體與目標市場進行溝通的傳播活動，以影響購買者的態度與行為。

表四：4P 分析

產品 (Product)	蛋糕特色 專業技術	現做現銷、只用新鮮食材、用料不手軟。 純手工製作，親自監工。
	產品名稱	水晶奶酪、芋泥奶酪、抹茶紅豆、濃情巧克力。 檸檬派、生抹茶派、南瓜先生派、亞蘭達諾。
價格 (Price)	蛋糕價格 原價/鄉親價	水晶奶酪 250/210 元、芋泥奶酪 300/260 元、 抹茶紅豆 250/210 元、濃情巧克力 300/260 元。
	點心派	檸檬派 85 元、生抹茶派 135 元、 南瓜先生派 425 元、亞蘭達諾 475 元。
通路 (Place)	自有經營	僅此花蓮一家。
	網路行銷	官方網站、社群網站(FB)。
推廣 (Promotion)	部落格	知名部落客推薦。
	媒體報導	台灣 1001 個故事、非凡大探索。

(資料來源:由本組自行彙整)

四、STP 分析

STP 指的是市場區隔 (Segmentation)、目標市場(Targeting) 及市場定位 (Positioning)，有了明確的定位後，方能夠再分別從 4P 行銷策略中去進行資源的配置。

- (一) 市場區隔：市場上有哪些不同需求與偏好的購買族群？
- (二) 目標市場：我們要經營哪一個（或多個）市場區隔？
- (三) 市場定位：如何將商品的獨特利益，傳遞給市場區隔中的顧客？

表五：STP 分析

市場區隔 (Segmenting)	<p>四大類變數</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.地理變數(區域)：弘宇所在的中華路是花蓮市最熱鬧的金三角商圈之一，由中華路、中正路及中山路所形成的三角形區域。 2.人口統計變數(年齡)：消費群集中在女性消費者。 3.心理變數(生活型態)：國內下午茶風氣興盛，因此對蛋糕的需求增加。 4.行為變數(購買時機)：網路訂購宅配到府五盒以上，有折扣。
目標市場 (Targeting)	集中化行銷：由於資源較少，只選定一個區隔市場作為目標市場，風險較高。弘宇即是採用集中化行銷模式。

市場定位 (Positioning)	1.產品定位：塑造產品或企業的鮮明個性或特色。弘宇給消費者的形象即是價格低廉且品質優良的產品。 2.競爭定位：突出企業產品與競爭者同產品的不同特點。弘宇秉持真材實料的堅持，使消費者吃得安心。產品價格方面，相較於市面上銷售的蛋糕，平價又合理。 3.消費者定位：弘宇的消費者，就職業而言，有家管、服務業、工業、學生、軍公教；就性別而言，其中以女性消費者為主。
-----------------------	---

(資料來源:由本組自行彙整)

五、五力分析

「五力分析是由麥可·波特教授於 1980 年提出，用以分析廠商所處的產業環境，他是分析某一產業結構與競爭對手的一種工具。」(陳凱莉、柯銳杰、王俊如、林京蓉，2017) 透過表六瞭解弘宇蛋糕在市場上的產業競爭度與獲利能力。

表六：五力分析

同業競爭者的威脅	影響力-大，蛋糕專賣店不像其他商家都會製造副產品，主要是容易被複合式咖啡蛋糕店取代。
供應商的議價能力	影響力-大，由於宏宇蛋糕店的食材全由省去裝潢費加以升級，所以能以較低價位買到高品質的食品，所以議價空間較小。
潛在進入者的威脅	影響力-大，市面上許多蛋糕店都主打外型亮眼的蛋糕，因此消費者會買認為價值、口感相似的蛋糕來購買，也容易為此被新興市場給比下去。
代替品的威脅	影響力-大，只要是以消費者的選擇為主，很多食品、糕點都可以取代傳統的蛋糕，透過網路搜尋也可以找到更好的甜點、蛋糕店，蛋糕就容易被其他商品替代。
買方的議價能力	影響力-小，由於宏宇蛋糕所主打的蛋糕都便宜好吃，顧客也大多能接受，所以買家比較沒什麼議價空間。

(資料來源:由本組自行彙整)

六、問卷統計資料分析

本問卷針對花蓮市區民眾進行實地問卷調查以及網路問卷，共發出 100 份問卷，有效問卷 100 份，回收率 100%。

(一)基本資料分析

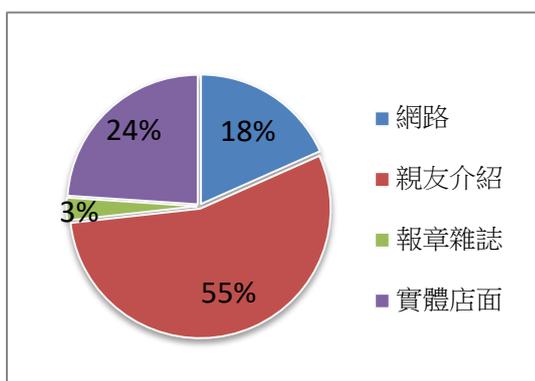
由表(七)可知，受訪者性別多為女性，且年齡集中在 10-20 歲的學生。

表七：基本資料分析

性別	男性(30%)、女性(70%)
年齡	10-20 歲(49%)、21-30 歲(21%)、31-40 歲(14%)、41-50 歲(11%)、51-60 歲(3%)、60 歲以上(2%)。
職業	學生(56%)、服務業(25%)、教(10%)、自營(4%)、其他(5%)
月所得	20000 以下(61%)、20001-30000(15%)、30001-40000(12%)、40001 以上(12%)

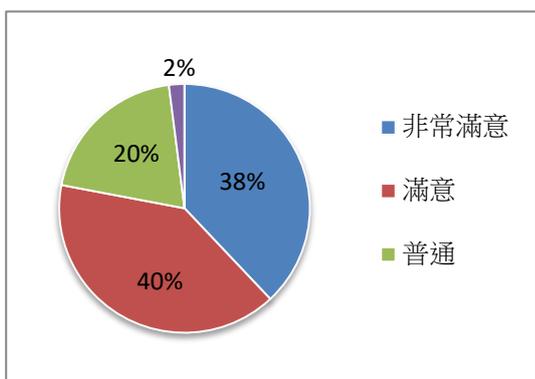
(資料來源:由本組自行彙整)

(二)圖表分析



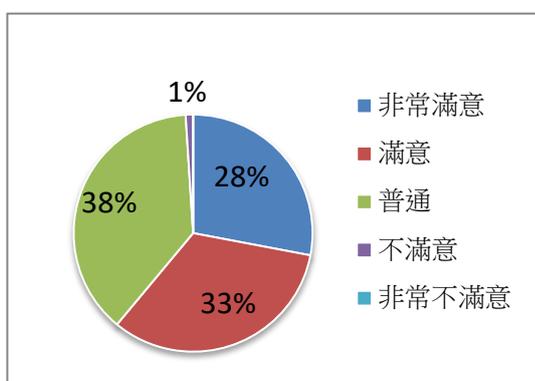
圖（六）從何得知弘宇蛋糕

由圖（六）可知弘宇之所以會如此有名，大部分是藉由親友介紹得知弘宇蛋糕這家店，其次是實體店面，建議弘宇蛋糕多利用報章雜誌的來提升弘宇蛋糕的曝光率。



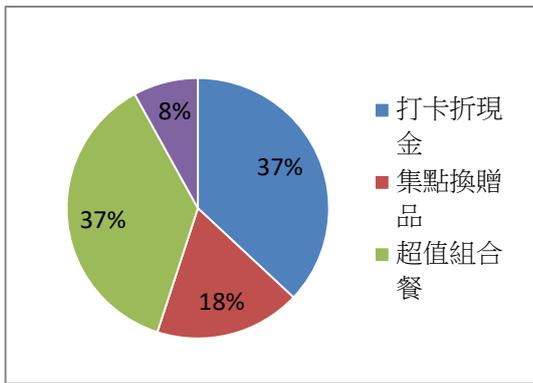
圖（七）價格滿意度如何

由圖（七）可知顧客對弘宇蛋糕的價格大部分為滿意，由此可知有 22%的顧客認為價錢有點偏貴，但是相較於外縣市，花蓮民眾擁有鄉親價的優惠。



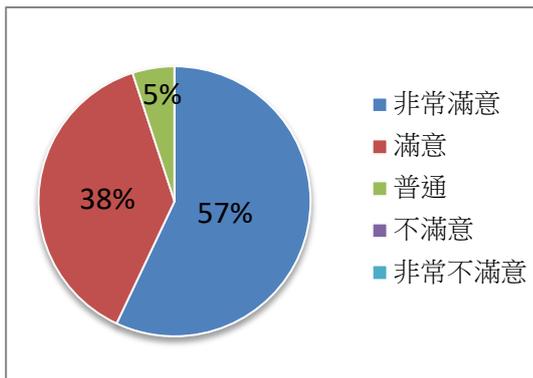
圖(八)對弘宇蛋糕門市整潔滿意度

由圖（八）可知顧客對於弘宇蛋糕的整潔滿意度滿平均的，但是覺得普通的人居多，有 1%的顧客為不滿意，其原因為地板是灰色磁磚所以使人的觀感較差



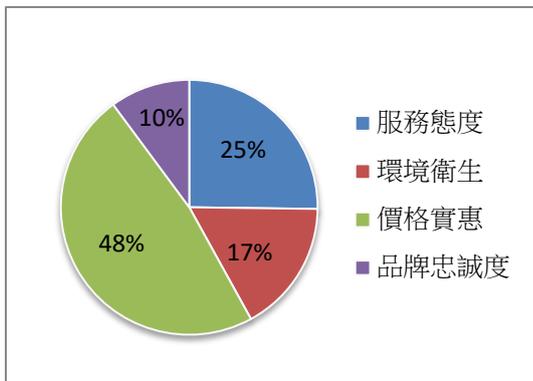
圖(九)對弘宇蛋糕品質滿意度如何?

由圖(九)可知顧客對弘宇蛋糕的品質大部分為非常滿意，將圖(七)及圖(九)的比例相加可推算出弘宇蛋糕的 CP 值非常的高。



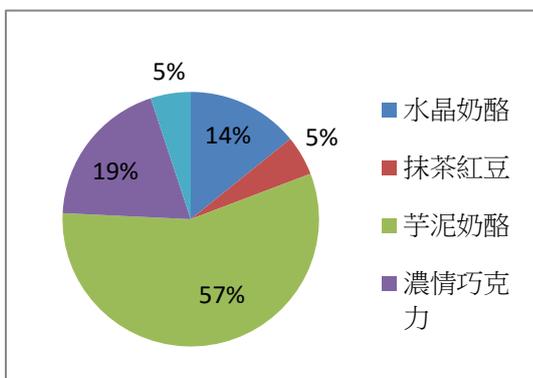
圖(十) 什麼因素會促使您購買弘宇蛋糕

由圖(十)可知價格實惠佔此圖的比例將近一半，其次為服務態度，如顧客對於產品不了解，店員會針對您的要求做店內的產品的介紹，讓您了解哪一項產品符合自己的要求。



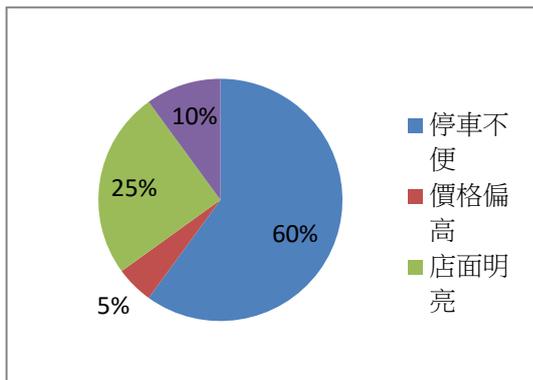
圖(十一)您最希望弘宇蛋糕推出什麼促銷活動

由圖(十一)可知，普遍大眾都希望能夠打卡折現金和超值組合餐，這也是比較現代化的活動，打卡可以用臉書發文章標註弘宇蛋糕以增加知名度，或者推廣超值組合餐，像是超商的早餐搭配飲料，弘宇蛋糕也有推出過自家製造的飲料。



圖(十二)請問您通常都會買什麼口味?

由圖(十二)可知，最熱賣的是芋泥奶酪，他也是弘宇蛋糕店的招牌蛋糕商，其次是濃情巧克力，除了主要的四個主打蛋糕，最有名的就是美式純乳酪。



由圖(十三)可知，多數人認為弘宇蛋糕很難停車，因為那邊一個方向只有一個道路，而且有沒有停車格，所以很多人都會佔據位置，造成後面來的車子沒辦法停車。其次是店面亮度，弘宇蛋糕主要是注重食材而非裝潢，因此光亮度沒有很高，也趁機省下了電費，客源也是偏向熟客。

圖(十三)請問您對弘宇蛋糕的建議?

參●結論與建議

本小組主要探討弘宇蛋糕的顧客滿意度，由文獻探討、行銷策略分析及問卷調查研究結果如下：

一、結論

(一) SWOT 分析:

因為採用真材實料、純手工製作，所以相較同業，蛋糕較不精緻，但是透過報章雜誌逐漸打響知名度，雖然受原物料成本不斷上漲，還有景氣低迷影響，但仍屹立不搖，所以在業界也享有一定的知名度。

(二) 曝光率不高，得知管道較少

弘宇蛋糕位於花蓮市區的金三角商圈，弘宇蛋糕在重點位置卻沒能見度，除了網路媒體的宣傳力不足，且實際的招牌標示不明顯，遠來的遊客很難知道確切位置。因此可多利用新聞報導、官方網站及 Facebook 粉專以達到推廣效果。

(三) 顧客滿意度

在顧客滿意度方面，本組發現在商品價格方面其滿意度偏高，消費者對商品的價格接受度高，都是因為弘宇蛋糕在品質上有一定的堅持，讓消費者接受其價格，且在工作室清楚呈現給顧客，讓消費者吃得更安心，在服務態度方面，也是受顧客讚揚，消費者的滿意度是很高的，可看出弘宇蛋糕整體在消費者心中的印象良好。

一、建議

(一) 增加促銷活動：

少數消費者認為價格偏高，因此可推出更多的促銷方案，藉此吸引消費者。

(二) 增加店面裝潢:

把食材升級自然很好，但作為一家頗有知名度的蛋糕店，適度的裝潢可以讓所有顧客及內部員工有個舒適的環境，讓吃蛋糕不僅僅是味蕾的享受。

(三) 增設停車場:

很多人看到弘宇蛋糕沒來上前買的原因多半是不好停車，建議可以跟附近的廠商合作用一起用停車場。

肆●引註資料

跳躍的宅男美食部落格。2017年3月24日，取自，<http://ppt.cc/Pifjy>

花蓮市區巡禮。2017年4月7日，取自，<https://goo.gl/U6NB9u>

左岸電子報。2017年4月14日，取自，<https://goo.gl/TJcmEL>

MBA 智库百科。2017年4月21日，取自，<https://goo.gl/GYfPsN>

MBA 智库百科。2017年4月21日，取自，<http://wiki.mbalib.com/>

MBA 智库百科。2017年4月21日，取自，<http://wiki.mbalib.com/>

陳凱莉、柯銳杰、王俊如、林京蓉（2015）。專題製作百變專題在實力中學習。台北市：全華圖書股份有限公司

啟芳財經研究室（2014）。行銷學 I。台北市：啟芳出版社有限公司

國立花蓮高商商經科與慈濟科技大學醫務暨健康管理系
策略聯盟專題製作競賽暨期末成果發表會競賽

佳作

篇名：

後山仙境—雲山水民宿

作者：

許雅玥。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年甲班

林欣瑩。國立花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年甲班

指導老師：

林秀峰老師

壹●前言

一、研究動機

根據 2017 年 02 月份交通部觀光局行政資訊系統統計資訊顯示，全台合法民宿家數第一名為花蓮縣共計有 1701 家，近年來快速竄起的花蓮民宿，經營理念及方式也與飯店略有不同，但有些民宿的人氣程度也不輸知名飯店，而剛好前陣子去「雲山水」民宿散心的我們，發現這裡就是那美得不可思議的人間仙境，它有著那碧波萬頃的湖藍色湖水，有著那綠草如茵的草皮，還有著那一望無際的藍天，在這個有著孩子奔馳追逐的身影、有著甜蜜約會情侶的身影、還有著佝僂夫妻恩愛身影的地方。

「雲山水」民宿，是為什麼要找到這個一碧千里、山光水色的地方，來建造這個世外桃源？創業時遇到了什麼阻礙與艱辛？是如何從中獲取利益？而「雲山水」民宿有什麼吸引人的地方？以及如何成功的關鍵？是我們想要去探討的地方，所以決定以民宿行銷策略做為我們的主題，以「雲山水」民宿為此次的研究個案，希望透過訪談分析，提供旅遊民眾及民宿業者參考。

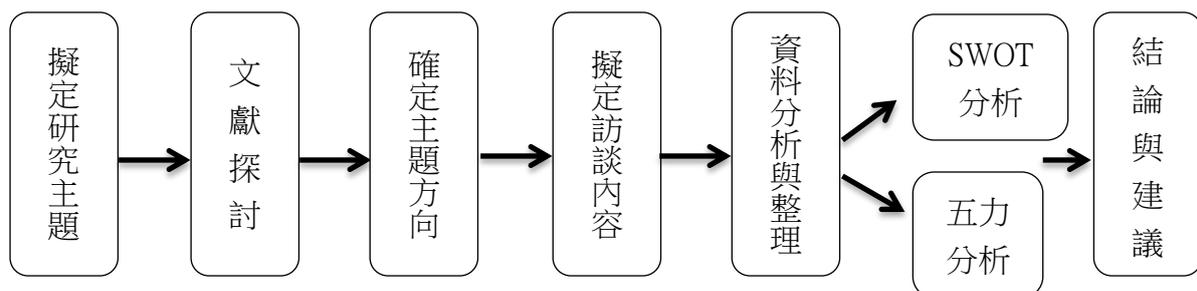
二、研究目的

- (一) 瞭解民宿的定義以及現況
- (二) 瞭解雲山水經營理念和行銷手法
- (三) 使用 SWOT 分析及五力分析此民宿
- (四) 提供行銷分析給予民宿經營者做為建議

三、研究方法

- (一) 文獻探討：透過報章雜誌及各方面的介紹，收集及了解
- (二) 深度訪談：與經營者訪談，了解其經營方式及理念

四、研究流程圖



貳●正文

一、民宿定義與由來

根據發展觀光條例第 2 條規定：民宿是指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。

而「民宿」此字源自日本 Minshuku，二次大戰後興起，由於年輕人往都市發展，因此多出空房出租給觀光客，故民宿開始傳播。「民宿」原意也與英美的 Bed & Breakfast 有相似之處，也就是僅提供住宿與免費早餐的家庭旅館。

台灣民宿的起源，於 1980 年代墾丁國家公園的觀光地區住宿設施不足，故逐漸開始出現民宿，其後擴展至阿里山等觀光地區。民宿除了能與旅客交流認識外，旅客更能享受業主提供當地鄉土味及如在「家」的感覺，因此民宿裡沒有制式的櫃台和服務人員，通常都是屋主或是他們的家人用非常親切的方式把旅客當成家人般的招待。

二、全台家數現況

表 1 2016 年 02 月份全台主要觀光民宿家數、房間數統計表

縣市別	合 法 民 宿		未合法民宿		小 計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
新北市	208	724	36	191	244	915
臺中市	76	277	9	81	85	358
臺南市	81	327	1	10	82	337
宜蘭縣	1171	4619	41	249	1212	4868
苗栗縣	236	824	2	5	238	829
南投縣	553	2575	94	568	647	3143
嘉義縣	126	454	41	222	167	676
屏東縣	437	1797	81	552	518	2349
臺東縣	917	3807	21	104	938	3911
花蓮縣	1505	5675	12	64	1517	5739
澎湖縣	402	1909	32	224	434	2133
總 計	6222	25114	425	2500	6647	27614

(資料來源：交通部觀光局行政資訊系統網)

表 2 2017 年 02 月份全台主要觀光民宿家數、房間數統計表

後山仙境—雲山水民宿

縣市別	合法 民 宿		未合法民宿		小 計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
新北市	220	762	29	169	249	931
臺中市	79	287	16	118	95	405
臺南市	100	391	1	10	101	401
宜蘭縣	1325	5178	58	330	1383	5508
苗栗縣	259	924	1	4	260	928
南投縣	587	2734	102	587	689	3321
嘉義縣	158	523	37	187	195	710
屏東縣	592	2429	79	537	671	2966
臺東縣	1080	4512	27	117	1107	4629
花蓮縣	1701	6494	9	44	1710	6538
澎湖縣	482	2286	28	202	510	2488
總 計	7172	28984	449	2579	7621	31563

(資料來源：交通部觀光局行政資訊系統)

根據表 1 及表 2 數據顯示，花蓮合法民宿從 2016 年 1505 家至 2017 年的 1701 家，一年內成長了 196 家，花蓮未合法民宿 2016 年 12 家至 2017 年的 9 家，一年內減少了 3 家，則民宿的總數也從 2016 年增加了 193 家。

表 3 2016 及 2017 年花蓮民宿家數比較表

2016 年			2017 年		
合法 民宿家數	未合法 民宿家數	小計	合法 民宿家數	未合法 民宿家數	小計
1505	12	1517	1701	9	1710

(資料來源：本研究整理)

三、個案分析—「雲山水」民宿

(一) 簡介

雲山水民宿位於花蓮豐田村，是個擁有自然風景的好地方。雲山水土地約 24 公頃，有著各式棕櫚科植物、季節性開花植物及廣大草原，並有波光粼粼的碧綠人工湖泊。

雲山水民宿不只擁有這些美不勝收的景觀，雲山水民宿有著南歐式的建築外觀，而內觀為了搭配南歐鄉村風，使用許多原木為素材。室內有餐廳、廚房、客廳、下午茶區、雙人客房、公用浴廁、儲物等公共空間為主。客房及每個樓層都有著不同的風格，有許多精細裝飾，並有復古的家居，牆壁主

後山仙境—雲山水民宿

色也會為融入植物而選擇。

雲山水民宿有著山清水秀的美景和鄉村風建築，以及業者與民宿員工親切的服務態度，因此雲山水民宿為休息以及清靜的好地方。

(二) 房間類型及房價

表 5 房間類型及房價

房間名稱	約略價格	房間名稱	約略價格
101 落羽松四人房	4,800 至 6,800	201 玫瑰白雙人房	4,800 至 6,800
202Villa 湖景雙人房	5,500 至 7,500	203Villa 湖景四人房	6,800 至 8,800
205 鳶尾花雙人房	4,800 至 6,800		

(資料來源：本研究整理)

四、訪談內容

2017 年 8 月 12 日，於雲山水民宿，與民宿老闆及老闆娘之訪談結果如下：

(一) 創業歷程

表 6 雲山水民宿創業歷程

年/月	歷程說明
2000	民宿老闆思考未來的退休生活，而開始尋找農地。
2006	決定退休，尋遍全臺農地，最後選擇花蓮，在找農地時因考慮整理問題，於是在仲介的介紹下終於找到了這塊地，並發現符合業主夢想中美景的土地，只有花蓮雲山水自然生態園區。
2007 四月	雲山水地主割愛美地 800 坪，民宿業主買了雲山水後，於同年十月結束在臺北經營三十年的酒品飲料事業，也正式開始規劃這塊土地的將來，決定在這過悠閒自得的退休生活，並希望和其他人一起分享這塊土地的美，所以最後決定興建民宿。
2008 三月	民宿業主前去法國購入歐風的家具及家飾。
2009 六月	開始興建此歐式鄉村風建築。興建此建築時，業主參考了墾丁及宜蘭的建築，並與建築師商討所興建出來，房屋的裝潢也是民宿業者親自與設計師討論，木頭家具則是找花蓮的工匠製作的，業主經過學習與努力及專業團隊的協助，朝著夢想前進。
2010 六月	完工並於同年七月取得民宿執照。
2011	2011 年的第一天開業，但開幕後卻因 2011 年動工的蘇花改省道為不同路線，造成其他地區顧客難到達，導致第一年沒什麼營業。
2011 五月	完成民宿的網頁製作，但並無使用網路訂房或行銷手法，而是靠先天的大自然綺麗美景，以及雲山水土地的名氣招攬顧客。

2011 七月	開始滿房，並持續穩定經營雲山水民宿。
---------	--------------------

(資料來源：本研究整理)

(二) 名稱由來

為何叫做雲山水民宿 **villa home**，是因為地名，雲山水是一個地名，是有一個地主的，且建造時這裡只有這家民宿而已，如今這塊土地上有許多人經營民宿，也成為現在大家所觀光的雲山水。

(三) 經營理念

民宿業主表示就算營業額不好對他們來說此民宿就是個與別人喝喝茶、聊天的地方，並沒有像其他民宿要拼營業額的壓力，單純為退休的休息，而有現在的名氣則是自己所有付出的努力，以及先天的環境所造成的。

(四) 民宿特色

1. 雲山水土地的先天環境：

雲山水土地位於花蓮豐田村，豐田村沿海地形壯麗獨特，且為東部海岸國家風景區之一部分。雲山水土地有棕櫚科植物、季節性開花植物及廣大的草地，還有碧綠的人工湖泊。

2. 建築：

有著鄉村歐式的建築外觀，而內觀為了搭配這種南歐鄉村風，使用許多花蓮工匠製作的木頭家具。室內有五個房間及業主的起居室，客房皆有相異的風格。

3. 新聞媒體的播報：

因雲山水土地原先的名氣，而吸引新聞業者爭相訪問播報，拓展雲山水 **villa home** 的知名度。

4. 管家：

這裡的員工，稱為管家，他們什麼都會處理，不但會整理各式各樣事務外，連主菜、甜點、茶點等等均會製作。

5. 客製化晚餐服務：

網路上至少需前一天預定的民宿晚餐，則是考量到外地顧客晚上較不便出入，因此提供的貼心服務，餐點是老闆娘或是管家準備的，食材常會和當地盛產的蔬果及食材搭配。

(五) 行銷策略

1. 推薦遊玩景點：

推薦給不認識花蓮的顧客許多的花蓮觀光景點，像是太魯閣、遠雄海洋公園、立川漁場等等。

2. 規劃遊玩行程：

後山仙境—雲山水民宿

貼心為顧客規劃遊玩行程如慕谷慕魚生態之旅半日遊、花東縱谷一日遊、合歡山二日遊。

3. 提供顧客前往方法：

提供顧客所想前往之景點較為適當且便利之方法。

4. 節慶推薦：

當有花蓮當地的慶典或活動時，例如：豐年祭、金針花季、太平洋燈會等等，也會推薦給顧客。

5. 吸引顧客的建築：

南歐鄉村建築及內部精緻裝潢，吸引許多顧客的眼球及目光。

(六) SWOT 分析

表 7 SWOT 分析

<p>內部環境</p>	<p>優勢 (S)：</p> <p>S1：土地本身具知名度</p> <p>S2：自然環境優美</p> <p>S3：業主和藹親切</p> <p>S4：員工具服務熱忱且多項學習</p> <p>S5：家具為法國購買</p> <p>S6：裝潢高雅舒適</p> <p>S7：下午茶手工製作且食材親自嚴選</p>	<p>劣勢 (W)：</p> <p>W1：房間數量較少</p> <p>W2：食材成本較高</p>
<p>外部環境</p> <p>機會 (O)：</p> <p>O1：花蓮觀光景點增加</p> <p>O2：花蓮特別活動、表演，可吸引顧客</p>	<p>SO1：與觀光名勝做協商增加民宿優惠，使顧客能夠有較多的優惠折扣。</p> <p>SO2：可設計新活動，增加顧客互動機會。</p>	<p>WO1：可增加民宿之主題設定，使顧客能沉浸在此定位中。</p>
<p>威脅 (T)：</p> <p>T1：特色民宿增加</p> <p>T2：同業競爭漸多</p> <p>T3：景氣造成之壞影響</p>	<p>ST1：可嘗試與雲山水土地上其他民宿合作，增加雲山水土地的知名度，與民宿之競爭力。</p>	<p>WT1：可利用網路行銷讓更多人知道此民宿，增加民宿的知名度。</p>

(資料來源：本研究整理)

(七)五力分析

1. 供應商議價能力

業主大約三天會前往市區採買餐點所需之食材，例如：中央市場、

後山仙境—雲山水民宿

愛買……，且晚餐有時會有食用素食的客人，業主會特別去壽豐販賣有機食材之業者，購買所需的有機食材，並盡量用雙方皆能接受的價格，買到最上等的食材。

2. 購買者議價能力

因價格及主題的關係民宿價格偏高，所以會是較有消費能力的顧客入住，大多為 30 至 50 歲之間，有時會有顧客進行殺價，但雲山水民宿業主表示此民宿均有一定的合理價格，故無法讓顧客如願降低價格。

3. 新進入者威脅

表 8 新開的花蓮區人氣民宿

民宿名稱(約略價格)	開業時間	民宿特色
斯圖亞特海洋莊園 (5,940 至 23,100)	2013	斯圖亞特象徵王朝之盛事，有著華麗裝潢，並環抱東海岸私屬的岩沙灘
有熊的森林 (5,400 至 9,800)	2014	有黃寶琳老師的寫生、馬里斯對動物的想像呈現有深度的品味空間。
元氣屋 (1,800 至 2,600)	2015	設有玻璃屋的用餐區，於觀光局嚴審下獲頒發好客民宿之認證。
森林中 (2,200 至 5,600)	2015	位於花蓮知卡宜大道上，民宿建築正反面截然不同，乍看下為不同民宿。
啾勾勾 (1,680 以上)	2015	此民宿是業主帶著一隻法國鬥牛犬回到故鄉所經營的民宿。
谷靜渡假民宿 (2,500 至 6,300)	2015	鄰近砂婆嚨戲水區、親水自行車道、自強夜市，地理位置良好。

(資料來源：本研究整理)

4. 替代品排山倒海的威脅

表 9 同位於壽豐鄉且同為 villa 民宿之比較

民宿名稱(約略價格)	民宿特色
薩爾茲堡莊園 (2,600 至 6,800)	古典居室有暖色地板及玻璃雕花門框，並有莊園主人漫遊歐洲時收藏的家飾品，搭配玄武岩及原木製成的石砌壁爐，散發出舒適溫馨的感覺。
日光海岸民宿 (2,000 至 19,000)	可於品嚐美食、咖啡茶點之際享受山與海的美，放下生活煩憂，渡過美好的假期。
海明蔚 (2,400 至 15,000)	顧客可在海灘漫步，慵懶的海岸為放鬆洗滌心靈最佳去處。
美皇后 8NICE (1,600 至 12,000)	業主駕駛二手怪手，讓荒蕪的濕地變為綠草如茵的草皮，並設計創意造型建造出獨一無二的獨棟別墅。
如果海—星海民宿 (3,000 至 5,600)	簡約的白色建築，依著沉穩的山，面著廣闊的海，為放鬆的好去處。
都鐸王朝	為一棟黑色調的鮮明壯觀建築物，猶如進入宮廷中，

後山仙境—雲山水民宿

(4,500 至 15,000)	且戶戶面海，使人無時無刻都在讚嘆此民宿之美。
逸心園民宿 (1,800 至 3,600)	佔地 500 多坪，位於壽豐鄉的東華大學旁，且地理位置良好。
香榭麗舍庭園民宿 (1,800 至 5,800)	有著簡單大方之裝潢，且業主希望顧客能有身處國外的感覺。
拂卡夏莊園 (3,400 至 6,700)	微風穿梭在莊園的白色迴廊中，使人無時無刻都徜徉在這自然之美中。

(資料來源：本研究整理)

5. 同業競爭者龍爭虎鬥的競爭

表 10 同位於雲山水土地上之民宿比較

民宿名稱	民宿特色	民宿服務
有熊的森林	有寫生、牆面彩繪，在有熊的森林裡能接受一場自然與文藝的洗禮，且將不定期邀請藝術家，展覽陶冶性靈的作品及談話分享，呈現具有深度的品味空間，且於雲山水自然園區中也處處可見有熊的森林之裝置藝術，也吸引諸多遊客拍照留念。	火車站接送 代租汽機車 代訂機票 免費下午茶 免費早餐 付費餐點 英語接待
逸翠軒民宿	民宿占地約 24 公頃，其中夢幻湖約 4 公頃，擁有來自中央山脈的湛藍夢幻湖水，因經由落羽松林流入湖內，故水質清澈，並且由於水質中含有碳酸鈣，故將雲山水的美景倒映在湖面時會產生立體現象，呈現出美輪美奐的景色。	火車站接送 客運站接送 代購當地土產 套裝行程 代租汽機車 代訂機票 免費早餐
樸耕園	此為雲山水湖畔旁之民宿，裝潢典雅大方，能使顧客體會到沉澱後的洗鍊與離開塵世的簡單，附近有許多綠蔭小徑，能讓人到此地散心並紓解平日的壓力。	家庭劇院 無限暢飲咖啡 免費借單車 釣魚體驗 農村體驗
雲山水小築	位於金瓜石黃金山城中，有獨特的氣候景致，讓顧客感受雲山水的自在。	旅遊諮詢 行程規畫

(資料來源：本研究整理)

參●結論

一、花蓮民宿現況

後山仙境—雲山水民宿

民宿從一開始的利用自己之住宅剩餘房間提供旅客住宿休息，到至今的結合當地特色文化並為民宿制定主題，且可發現與日俱增的民宿精緻化，以及為顧客提供全方位的服務。花蓮近日也因風景優美而成為全臺之旅遊聖地，而民宿家數也已經達到全臺家數最多之鄉鎮。因此，可見花蓮如一級戰場之民宿競爭。

二、雲山水民宿理念、特色以及策略

- (一) 雲山水民宿之理念：對於民宿業主來說，此民宿就是個休閒養老的地方，所以就算營業額不好也沒有要拼營業額的壓力，而有現在的名氣則是業主的努力，以及先天的環境所造成的。
- (二) 雲山水民宿之特色：雲山水土地的先天環境、雲山水民宿的建築、新聞媒體時常的播報、管家工作範圍廣、員工多項學習、客製化晚餐服務。
- (三) 雲山水民宿之策略：推薦遊玩景點、規劃遊玩行程、提供顧客前往方法、本地特色節慶推薦、吸引顧客的建築。

三、雲山水民宿 SWOT 分析

- 優勢 (S)：土地本身具知名度、自然環境優美、業主和藹親切、員工具服務熱忱且多項學習、家具為法國購買、裝潢高雅舒適、下午茶手工製作且食材親自嚴選。
- 劣勢 (W)：房間數量較少、食材成本較高、因民宿為業主退休休閒之業務，故無網路行銷或任何行銷策略。
- 機會 (O)：客源固定、顧客素質良好、花蓮觀光景點增加、花蓮特別活動、表演，可吸引顧客。
- 威脅 (T)：特色民宿持續增加、同業競爭漸多、景氣造成之影響。

四、雲山水民宿五力分析

- (一) 供應商議價能力：業主大約三天會前往中央市場、愛買……購買食材，且晚餐如有食用素食的顧客，業主會特別去壽豐販賣有機食材之業者，購買所需的有機食材。
- (二) 購買者議價能力：有時會有顧客進行殺價，但雲山水民宿業主表示此民宿均有一定的合理價格，故無法讓顧客如願降低價格。
- (三) 新進入者威脅：斯圖亞特海洋莊園、有熊的森林、元氣屋、森林中、啾勾勾、谷靜度假民宿，皆為新開之人氣民宿。
- (四) 替代品威脅：薩爾茲堡莊園、日光海岸民宿、海明蔚、美皇后 8NICE 生態田園民宿、如果海—星海民宿、都鐸王朝(斯圖亞特二館)、逸心園

後山仙境—雲山水民宿

民宿、香榭麗舍庭園民宿、埤卡夏莊園，皆為同位於壽豐鄉且同為 villa 民宿。

- (五) 現有競爭者的競爭：有熊的森林、逸翠軒民宿、樸耕園、雲山水小築，皆為同位於雲山水土地上之民宿。

五、建議

- (一) 因業主有提供協助規劃行程之服務，故可與觀光名勝做協商增加民宿優惠，使顧客能夠有較多的優惠折扣。
- (二) 因有提供下午茶，故可設計 DIY 或其他手作活動，以增加與顧客互動交流之機會。
- (三) 因雲山水民宿無主題設定，故可增加民宿主題設定，使顧客能夠居住在此定位的民宿房間中。
- (四) 經五力分析結果，現有競爭者於雲山水土地上的民宿有很多間，若可結合這些民宿，以合作方式推廣雲山水土地的特色，可增加彼此民宿的知名度，以達到雙贏的結果。
- (五) 因雲山水民宿無網路行銷，故可利用網路的行銷方式使更多人知道此民宿，以增加民宿知名度。

肆●參考資料

1. 交通部觀光局行政資訊系統（2016、2017 年）。取自 2017 年 8 月 26 日。
<http://admin.taiwan.net.tw/index.aspx>
2. 花蓮雲山水民宿。取自 2017 年 7 月 23 日。<http://mobile.villa18.com/>
3. 有熊的森林。取自 2017 年 7 月 23 日。<http://www.bearforest.com.tw/>
4. 瘋台灣民宿網 花蓮區域民宿。取自 2017 年 7 月 23 日。
<https://hualien.fun-taiwan.com/>
5. 維基百科 民宿（2017）。取自 2017 年 6 月 16 日。
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%B0%91%E5%AE%BF>
6. 王思晴、林姿儀、唐寧（2010）。檜木圓舞曲—探討民宿之行銷策略—以花蓮「檜木居」為例。花蓮高商中學生小論文。
7. 民宿+ ShareLife 線上雜誌 東台灣民宿。取自 2017 年 7 月 23 日。
<http://bnb.sharelife.tw/search?cid=35>

國立花蓮高商商經科與慈濟科技大學醫務暨健康管理系
策略聯盟專題製作競賽暨期末成果發表會競賽

佳作

篇名：

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

作者：

陳 曦。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

李 婕。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

邱姿怡。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

林秀峰老師

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

壹●前言

一、研究動機

科技始終來自於人性，為了生活上的方便，人們開始尋找並研發一切可以使生活更便利的技術。貨幣的發展脈絡，隨著人類交易行為的頻繁與多元化，從以物易物到商品貨幣，逐漸發展出由國家統一鑄造與發行的標準化貨幣制度，並演變成信用貨幣，如今甚至已進步到塑膠貨幣及電子貨幣。

台灣行動支付最早成立於 2014 年，根據金管會 2016 年「金融科技發展策略白皮書」指出，台灣電子支付比率為 26%，資策會研究顯示，超過 50%的行動支付用戶續用意願相當高。

Apple Pay 於 2017 年 3 月進軍台灣，我們將透過文獻探討法及 SWOT 分析，並提出建議供相關業者對於未來發展之參考。

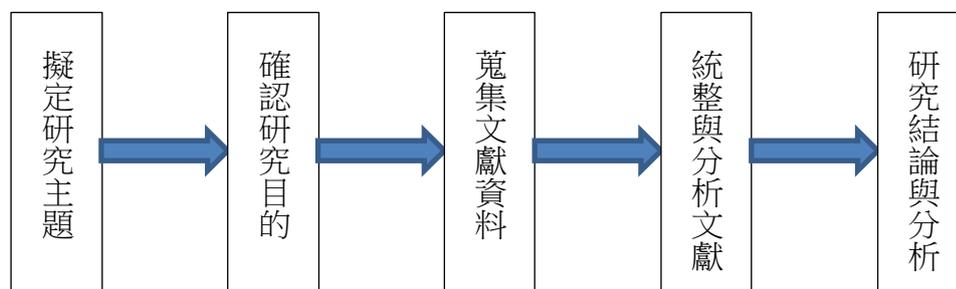
二、研究目的

- (一) 了解何謂行動支付。
- (二) 了解台灣行動支付的現況及未來趨勢。
- (三) 透過 SWOT 分析行動支付。
- (四) Apple Pay 與 Samsung Pay 的比較。

三、研究方法

文獻探討法：透過閱讀書籍、期刊、新聞以及各個相關網頁等資料統整及分析行動支付的資訊。

四、研究流程



圖〈一〉研究流程圖

貳●正文

一、行動支付的定義

行動支付指的是消費者透過手機、平板電腦等行動裝置，對所消費的商品或服務進行帳務支付的一種方式，取代傳統用實體貨幣、信用卡支付的型態。也可以說行動支付是將信用卡、會員卡、交通票券等應用，集中在行動終端，讓手機化身為電子錢包款。

由於現在行動網路環境已經成熟，消費者可透過 NFC（近場無線通訊）、RFID（無線射頻辨識）等感測技術，直接或間接向銀行發送支付指令，扮演公正第三方行動付款系統，完成線上金流移轉。

二、第三方支付、電子支付的差異：

- (一) 第三方支付，是指在結帳付款時先將款項交付予消費者與店家以外的第三方收款單位，完成交易後，店家再與第三方收款單位結算並提取款項，例如台灣現有的歐付寶或支付寶等等。第三方支付必須透過收款單位作為商家、消費者與銀行之間的中介。例如：Yahoo 奇摩輕鬆付（Yahoo！奇摩）。
- (二) 電子支付在台灣，有取得電子支付執照（專營電子支付機構營業執照）的業者，除了代收代付業務外，其實還能作更多事情，例如儲值或是綁定銀行帳戶，消費時進行扣款。綁定信用卡來消費，只是電子支付業務中的基本款，例如：Apple Pay、LINE Pay 都是其中一環。

三、台灣行動支付的現況

台灣行動支付以母公司屬性分成 3 大類：

- (一) 網路業者：包括遊戲橘子提出的 GAMA PAY 橘子支、PChome 公司所創立的 Pi 行動錢包、allPay 歐付寶、GOMAJI 團購網推出的 GOMAJI Pay。
- (二) 手機及系統業者：Apple 公司設計的 Apple Pay、Android 系統公司推出的 Android Pay、三星推廣的 Samsung Pay、t wallet+。
- (三) 通訊軟體：微信支付、LINE Pay。
- (四) 市場現況：台灣行動支付市場在金融法規的限制下，較美國、日韓以及中國大陸慢，且上路初期市場也多是觀望居多，直到蘋果 Apple Pay 成功催熟市場對行動支付的關注，短短兩天就成功綁定 41 萬張信用卡，

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

行動支付已邁入第三年，但全台使用過行動支付的人才剛超過 20%，成長緩慢，限制了業者的獲利速度。

四、台灣行動支付的未來趨勢

(一) 強化體驗 黏緊消費者

不論是支付寶或 Apple、Google 等國際大廠，都已經陸續研擬將生物辨識當做身分解碼的技術，像最新的 iPhone 8 已經支援臉部辨識；Samsung Pay 釋出虹膜辨識 API；Google 也打算將臉部認證技術以加密資料存放，來當作 Android Pay 的解鎖鑰匙。

(二) 從國界到通路 支付界線模糊化

「行動支付的通路從『國界』劃分，變成可支援的『通路』劃分，」胡自立分析，過去認為，某項支付工具只能限定在某個國家，例如在日本只能使用日圓支付，現在這些界線已經逐步被打破。

(三) 數據就是戰略資源

支付如何做到差異化，答案就在數據上。過去，金融業者賺取支付手續費盈利，支付業務的利潤愈來愈低。在未來金融裡，消費者想要與金融機構建立的是螢幕到螢幕的情境關係。情境關係的數據來源，正是各種數位生活足跡與支付行為的連結。唯有運用大數據，結合新商業模式，消費者才會真的愛上行動支付。

(一) 行動支付的 SWOT 分析

▼表(一) 行動支付 SWOT 分析

優勢 Strength	劣勢 Weakness
1. 行動支付相對於信用卡較沒有年齡上的限制。 2. 與行動裝置結合，便利性提高，不需攜帶大量現金或多張卡片。 3. 手機內建有 NFC(近場通訊)，裝置在無供電的情況下也可使用。	1. 使用行動支付進行付款的前置作業繁雜，多數民眾感到麻煩且困難。 2. 系統程式漏洞或者設計不良帶來的不便。 3. 無智慧型手機則無法使用。
機會 Opportunity	威脅 Threat
1. 多數民眾持有之行動裝置皆配備 NFC 功能，減少了還需自行設置的	1. 不肖業者販賣個資給其他單位，使得資料外洩。

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

程序。	2. 第三方網站及駭客假冒 App 惡意攻擊。
2. 各界業者瞄準行動支付帶來的市場－電信業者賺通路費，銀行賺服務費，第三方支付業者賺取金流費。	3. 臺灣多數民眾仍習慣採取付現或刷卡。
	4. 商家需花錢更新設備，目前傳統商家態度並不積極。

資料來源:本組研究整理

五、Apple Pay

Apple Pay 在臺灣於 106 年 3 月 29 日正式開通，台灣成為全球第 15 個開通國家，再度引起多元行動支付消費競爭。

Apple Pay 的討論都會將其與「第三方支付」混為一談，但事實上 Apple Pay 是行動支付的一種形式，將信用卡整合進 iPhone 裡，讓 iPhone 直接等同於信用卡。是另一種新型態的刷卡方式。

六、Apple Pay 的三大使用限制：

1.僅支援 Apple 裝置 2.作業系統 ios10.1 以上 3.支援 Apple pay 的 7 間銀行限制。

▼表(二) Apple Pay 的三大使用限制

支援 Apple Pay 裝置		作業系統版本	支援 Apple Pay 的銀行
iPhone	<ul style="list-style-type: none"> iPhone 6/ 6Plus/ 6s/ 6s Plus iPhone 7/ 7 Plus iPhone SE 	iOS 10.1 以上	國泰世華、中國信託、玉山銀行、渣打銀行、台北富邦銀行、台新銀行、聯邦銀行
Apple Watch	<ul style="list-style-type: none"> Apple Watch 第一代 Apple Watch Series1 Apple Watch Series2 		
iPad	<ul style="list-style-type: none"> iPad Air 2 iPad mini 3 iPad mini 4 iPad Pro 9.7 iPad Pro 12.9 		
Mac	<ul style="list-style-type: none"> 配備 Touch ID 的 MacBook Pro 	macOS 10.12.1 以上	

資料來源:本組研究整理

七、Apple pay 在臺灣發展的三大挑戰

(一) 感應支付讀卡機的普及度

NFC 技術在支付時，需要搭配硬體也就是感應式的讀卡機，才能完成刷卡手機，因此 Apple Pay 在台能否盛行，不是 Apple Pay 單打獨鬥就行，必須要 NFC 支付系統生態系支撐。在這個生態系中，台灣商家的 NFC 感應支付讀卡機普及率成為 Apple Pay 在台發展的重要關鍵。而硬體設備的普及率，也就影響到民眾的支付習慣，對於行動支付還陌生的台灣民眾，對於 NFC 支付熟悉度就更陌生。

(二) 韓星加持，LINE Pay 來勢洶洶

對於 Apple Pay 來說，最具競爭力的對手，當屬 LINE Pay。LINE 在 2014 年推出行動支付 LINE Pay 後兩年後，目前全球註冊用戶人數突破 1000 萬。2016 年 12 月與 LINE 更是高價聘請知名韓星朴寶劍和宋仲基，與台灣最大信用卡發卡銀行中國信託，一起推出中國信託 LINE Pay 卡，打出 LINE Pay 的高知名度。

(三) 台灣民眾的現金使用習慣

Apple Pay 的最大挑戰其實不是競爭對手，而是台灣民眾現金使用習慣。金管會喊出了電子支付五年倍增計畫，希望拉抬電子支付的使用率，從 26%到 52%，但台灣最主流的支付模式然仍是現金，尤其在小額付款方面，現金更是最主要的交易模式。

八、Apple Pay 的支付型式及使用地點

(一) 目前 Apple Pay 可分為三種支付型式，分別為實體商店支付、Safari 網業購買、App 內購，也對應不同的裝置使用。

▼表(三) Apple Pay 的付款方式

	實體商店	App 內購	Safari 網業
iPhone	✓	✓	✓
Apple Watch	✓	✓	
iPad			✓
Mac			✓

資料來源:本組研究整理

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

(二) 店家門口或收銀機旁標示「Apple Pay」服務圖像，皆可使用。並非每個商場百貨都可使用，不過大潤發、家樂福、全聯、屈臣氏等等，較大的賣場都開始支援。若想知道附近有無支援 Apple Pay 的商店，即可在 Apple 地圖中搜尋「Apple Pay」

九、Apple Pay 與 Samsung Pay 的比較

Apple Pay 是專為蘋果產品所設計的行動支付方式，它讓 iPhone 與 POS 系統透過 NFC 與專門負責儲存經過加密的付款資訊晶片進而交換 Apple ID(或 Touch ID) 並與電子錢包 (Wallet) 來進行支付，已經通過 VISA、美國運通、萬事達認證(但各國開放授權銀行不一)，最多可添加 8 張銀行卡。

Samsung Pay (三星支付)是韓國三星電子的一種基於 NFC 與 MST (Magnetic Secure Transmission) 技術並專為三星手機所設計的移動支付、電子現金以及管理會員卡服務，其原理同 Apple Pay。

▼表(四) Apple Pay 與 Samsung Pay 的比較

	施行國家	台灣配合銀行	使用方法
Apple Pay	美國、英國、加拿大、澳洲、中國、新加坡、瑞士、法國、香港、俄羅斯、紐西蘭、日本、愛爾蘭、西班牙、台灣	台新銀行、國泰世華、玉山銀行、聯邦銀行、中信銀行、台北富邦銀行、渣打銀行	供綁定多張信用卡，利用 Touch ID 登入信用卡
Samsung Pay	韓國、美國、中國、澳洲、西班牙、巴西、印度、馬來西亞、波多黎各、俄羅斯、新加坡、泰國、印度、瑞典、香港、加拿大、台灣	台新銀行、國泰世華、玉山銀行、聯邦銀行、台北富邦銀行、花旗銀行、渣打銀行	綁定信用卡後選擇要使用的信用卡進行支付

資料來源:本組研究整理

參●結論與討論

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

一、結論與討論

隨著行動支付在國內的發展，發展出各種不同支付類型，在不同通路上相互競爭，在此也扮演著第三方公正角色，因此行動支付又稱為第三方支付。目前台灣行動支付，在去年民間消費總額約 9 兆元，使用信用卡等電子貨幣消費額只有 3 兆元，若以金管會定下 2020 年電子支付比率 52% 的目標來計算，還有 1.5 兆元的衝刺空間。透過 SWOT 分析行動支付，目前在台灣雖沒有年齡上的限制，但仍然未被廣泛使用，由於台灣民眾習慣用現金付款或刷卡，因此行動支付在台成長率緩慢。

不管是第三方支付還是電子支付業者，各家都想搶食行動支付大餅，而成功關鍵還是在於操作是否便利。而悠遊卡公司是最先起步使用行動支付的公司，接受行動支付的連鎖商家幾乎都能接受使用悠遊卡付款，而其他業者則是以提供高額優惠的方式吸引消費者，彼此競爭非常激烈。

二、Apple Pay 與 Samsung Pay 的比較

市場研調機構 Canaccord Genuity 指出，2015 年，三星智慧型手機市佔率為 23.9%，Apple 為 17.2%，根據數據顯示三星手機較蘋果手機市占率高。台灣配合的銀行中，Samsung Pay 較 Apple Pay 多了花旗銀行。Samsung Pay 最多能綁定 10 張信用卡，Apple Pay 最多只能綁定 8 張信用卡。

使用 Apple Pay 需將 iPhone 靠近讀卡機，並將手指放在 Touch ID 上即可付款。相較於 Samsung Pay 只要把手機背面靠近刷卡機刷卡位置即可完成刷卡，雖然 Apple Pay 多了一個步驟，但相較於 Samsung Pay 更加安全。

三、建議

目前 Samsung Pay 在台灣比 Apple Pay 較為普及，Samsung Pay 只要有支援合作銀行或有刷卡機的店家即可使用，則 Apple Pay 的機台是專屬的 NFC 感應式，付款時需特別詢問是否支援 Apple Pay。

- (一) 手機型號的限制：Apple Pay 只限於給作業系統 iOS 10.1 以上的型號使用，若非使用蘋果手機且非作業系統 iOS 10.1 以上者，則無法使用。建議能拓寬標準，讓更多型號的 iPhone 皆可使用。
- (二) 使用設定步驟繁多：Apple Pay 是一種完全不經手任何款項的服務，能提供比傳統信用卡交易更加安全、有保障的交易管道。因付款需經過指紋辨識，就算手機遺失也不怕被盜刷。但也因為這些安全機制，在前置設定上比較麻煩，如年長者想使用，可能會造成不會設定而無法使用的情形。建議能簡化設定程序，讓更多人方便使用。

探討行動支付的現況及未來趨勢---以 APPLE PAY 為例

(三) 出國無法使用：台灣 apple pay 暫時不能在日本使用，因日本版 iphone 規格的問題，不是每家接受 Apple Pay 支付的商家都能接受台版 Apple Pay。建議改善此類出國問題，讓 Apple Pay 在海外也能順暢使用。

肆●引註資料

1. 陳雯伶 (2017)。14 個 Apple Pay 疑難解惑。PChome 月刊，256 期。
2. 數位時代 Apple Pay 在台灣發展的三個挑戰。2017 年 3 月 29 日，取自 <https://www.bnext.com.tw/article/43504/apple-pay-wll-face-these-three-challenges-in-taiwan>
3. 今日新聞 10 種行動支付報你知 出門其實不用帶錢包。2017 年 2 月 15 日，取自 <https://www.nownews.com/news/20170215/2407582>
4. 數位時代 電信業吃到飽大戰停不了，行動支付瘋補貼也要打延長賽？2017 年 3 月 2 日，取自 <https://www.bnext.com.tw/article/43395/mobile-payment-racing>
5. 鼎新 A1 商務應用雲 簡單了解台灣的電子支付與第三方支付差異。2017 年 5 月 26 日，取自 <https://a1.digiwin.com/essay/essay-content.php?detail=111>
6. It' s 通訊 2017 行動支付發展現況。2017 年第 7 期，取自 http://newsletter.ascc.sinica.edu.tw/news/read_news.php?nid=3798
7. 中時電子報《科技》行動支付市場百家爭鳴，一個台灣好多「Pay」。2017 年 05 月 18 日，取自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20170518004261-260410>
8. 王妍文 (2017)。22 家業者強攻行動支付 搶吃 1.5 兆市場大餅。遠見雜誌，2017 年 10 月號。
9. 走走停停，教學旅行，旅行教學部落格 apple pay、samsung pay 建議攻略 | 善用行動支付便利你的旅遊行程。2017 年 5 月 6 日，取自 <https://www.difeny.com/mobile-payment/>

德明財經科技大學
「2017 第五屆全國連鎖加盟創新創業競賽」
高中職組 佳作

篇名：

懸念花蓮，盡在福璟

作者：

林明昌。國立花蓮高商。商業經營科二年乙班

吳心綾。國立花蓮高商。商業經營科二年乙班

吳冠麗。國立花蓮高商。商業經營科二年乙班

吳鷹翔。國立花蓮高商。商業經營科二年乙班

郭子寧。國立花蓮高商。商業經營科二年乙班

Suspense



圖片擷取自 bokocheng.pixnet.net/blog/post/30604564-老友の咖啡香 - 福環咖啡豆烘培所

-懸念花蓮，盡在福環

參賽者： 林明昌、吳心綾、吳冠麗、吳鷹翔、郭子寧

企劃大綱

- 壹、企劃緣起
- 貳、商圈概述
- 參、各項分析
- 肆、行銷策略
- 伍、預算
- 陸、執行進度
- 柒、預期成效
- 捌、結論

壹、企劃緣起

一、前言

花蓮是全台灣最接近自然的一個縣市，背山面水，自然資源豐富、取得容易，因此適合發展在地特色；花蓮咖啡店數量大約有 30 間，如何從這 30 間脫穎而出，便是我們需規劃的事項。

二、開店願景

利用最少的成本創造最大的利潤，並且發展福璟咖啡店的優勢，使其企業特色更加突出，在這個咖啡店相當盛行的時代，讓人一眼便注意到福璟的與眾不同。

三、地點選擇

在這繁忙的都市生活中，能找個放鬆身心的咖啡店，又不需跑太遠，對現代的人來說是件相當享受的事。福璟咖啡店產品定位在平價、貼近民情，將福璟分店設置最好的選擇是在吉安鄉離市區不太遠，約 20 分鐘車程且遠離城市的喧囂又有自然的擁戴是個相當好的休息地區。

吉安鄉是個趨向繁榮的城市，陸續有新的商家在此駐點，在未來這些商家更可為我們設點的咖啡店，帶來更多商機。為了發展結合當地農特產、文化特色的咖啡店，將福璟咖啡店設在原住民文化較普遍，地方特產易取得的吉安，對各種材料、創意的獲取都有加分效果。

貳、商圈概述

一、經營目標：經營一間價格平易近人且融合在地特色的咖啡店。

1.短期目標：利用福璟本身價格優勢以及品牌融合特色創造出在地知名度。

2.長期目標：透過替顧客客製化烘焙咖啡豆，將花蓮人對咖啡的需求從單純攝取咖啡因改變為品味咖啡的內涵、培養客人對咖啡烘焙的興趣並愛上自家烘豆的風味

二、商圈環境分析

小農咖啡豆精品取得方便：附近有許多小農咖啡豆精品、還有行政院農業委員會花蓮區農業改良場，對於咖啡豆的品質、數量控管是很好的條件。

參、各項分析

一、SWOT

表 1 福璟之 SWOT 分析

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
1.商品價格平民、頂級技術 2.服務品質良好 3.店面日式風格設計 4.咖啡種類多樣化	1.無品牌優勢（規模過小） 2.分店服務品質控制不易 3.消費者偏好度不一 4.廣告曝光度低
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
1.咖啡產業興盛 2.愛好咖啡人士增加 3.顧客接受度及忠誠度高	1.市場競爭激烈 2.平價咖啡興起 3.商品替代性高 4.知名咖啡連鎖店

二、STP 分析

表 2 福璟關於花蓮 STP 分析

	福璟咖啡店(花蓮店)
S：市場區隔	<p>地理區域—花蓮</p> <p>現代人忙於工作、課業，時常需要一個令人感到安靜悠閒的環境，來聊天放鬆心情，或是讀書分析工作。</p>
T：目標市場	<p>定位於偏好優良咖啡豆的品種、技術品質以及要求個人喜好的消費者。</p>
P：市場定位	<p>福璟咖啡不僅提供多種來自世界各地的咖啡生豆，還獨家引進日本的咖啡豆專賣店模式「注文咖啡」，”注文”為日語中點菜之意，讓消費者能夠依喜好選擇自己的咖啡。</p>  <p>①挑選您喜愛的咖啡生豆</p> <p>②選擇您想要的烘焙程度</p> <p>③由福璟烘焙師親自烘焙</p> <p>④剔除瑕疵的咖啡豆</p> <p>⑤包裝現場</p>

圖 2：取自於福璟咖啡店網頁

三、五力分析

表 3 福璟關於花蓮之五力分析

現有競爭者的威脅	現在比較知名的有星巴克、7-11、全家、85 度 C 與其他在地咖啡館，且店面附近亦會有同業競爭。
新加入者的威脅	餐廳除了有飲料、冰淇淋以外也有咖啡麥當勞擁有多種飲料能夠讓消費者有不同選擇。
替代品的威脅	罐裝咖啡、茶飲、即溶咖啡例如商店、大賣場、餐廳都有賣許多種類的咖啡。
買方的議價能力低	不是僅僅販賣咖啡豆，也以社區深耕的福璟，主要來滿足消費者在家沖煮咖啡的便利性與需求。
供應商議價能力低	福璟店內有高達 60 多餘種來自世界各地的咖啡豆資源，足以大量進口來抑制供應商議價能力。

肆、行銷策略

一、目標族群：學生、部分觀光客、對煮咖啡有興趣者。

二、產品規劃：融合花蓮吉安在地小農的精品咖啡豆。

三、價格策略：調查數據如右，大部分花蓮學生族群可接受的價格範圍為 50~100，相當符合福璟的價格策略，而 100~150 元部分的族群可以規劃花蓮在地小農所種植的咖啡豆，而可接受 200 元以下的顧客則可以規劃比較高級的進口咖啡豆。

你覺得咖啡最合理的價格是多少？

33 則回應

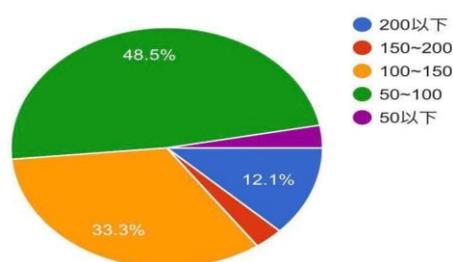


圖 1 市調花蓮地區民眾咖啡價格接受表 (資料來源：11/19 至 11/23 年齡層 16 歲~25 歲)

伍、預算

項目	描述	估計價格
總固定成本		
裝潢	融合花蓮在地特色的裝潢(依花蓮在地裝潢費評估)	裝潢約 75 萬
押金	(依花蓮在地地租評估)	7~8 萬元
咖啡機	(官方網站售價)	15 萬 5000 元
烘豆機	(官方網站售價)	35 萬元
總計		1,335,000
每月變動成本		
租金	(依花蓮在地地租評估)	每月約 2 萬元
進貨成本	直營連鎖向總部進貨以及部分花蓮特色產品	約 8 萬元
薪資支出	門市人員約 1 人(2 萬 2)專業烘焙師 1 人(3 萬 6)計時人員 (1 萬 5000)	8 萬 4000 元
水電瓦斯費	冷氣 咖啡機 ... 等	20000 元左右
雜支	如:清潔用品、文具用品、供客人閱讀雜誌... 等	10000 元左右
總計		214,000 元

陸、執行進度

項目	1~4週	5~8週	9~12週	13週	14~15週
商圈調查及評估	■				
尋找店面及簽約	■				
店鋪裝潢設計	■	■			
商品組合排列		■	■		
人員招聘訓練		■	■		
驗收裝潢			■		
廣告策略及促銷方案制定				■	
試賣					■
檢討					■

柒、預期成效

由於，福璟咖啡店在花蓮展店，致使「早晨一杯咖啡」開始在花蓮流行了起來，部分學生會利用課餘時間來福璟花蓮門市討論功課，也有些婦女團體會利用下午閒暇時間來福璟花蓮門市聊天並參加體驗自烘自主咖啡課程，使下午茶不再只是下午茶，更是一種文藝交流；而福璟咖啡花蓮門市也從一開始的宣傳期到現在的成熟期，漸漸的品牌知名度也在花蓮漸漸蔓延開來，而營業額每個月也屢創新高，從剛開始的每月 4 萬元到成熟期的 17 萬元（未扣成本），營業額相比其他門市算相當的好；而講到花蓮咖啡店，必會讓人想到『福璟』，讓人有懸念，流連忘返之感。

捌、結論

藉由實調分析後本企劃成功率可期達到八成，主因為不久的將來台灣將開拓一條從台北可以直達花蓮的路，從台北到花蓮，開車兩個小時並非空穴來風；而花蓮這片淨土，相信一定有不少人會想在有煩惱時，或是想散散心的時候就開車來花蓮走走。若能到花蓮找間氣氛好、價格實惠的地方休息一下，想必對那些心情不好的人可以得到一些心靈慰藉並有個暫時逃離現實的窗口；而當地的學生也會因為相較伯朗咖啡、星巴克較合理的價格，且氣氛有溫馨感，讓福璟花蓮門市成為除了是同學談天讀書的地方外，更有機會是拓展個人不同視野的場域。