



活力 自然 人文

國立恆春工商

National Hengchun Vocational High School

<http://www.hcvs.ptc.edu.tw>

一〇三學年度資料處理科
小論文集

目

錄

- ✻ Cosplay-角色扮演..... 潘佳煩
- ✻ 永「恆」的「春」天..... 潘怡巧・尤子儀・陳莉欣
- ✻ 熱「晴」墾丁，仲「夏」之美-旅遊觀光..... 方憶婷・鍾坤展・鍾珮瑄
- ✻ 「口」齒留「香」之「糖」..... 張意昕・盧蓁億・林麗欣
- ✻ 屬於我們認識的恆春..... 吳念秋・曾懿馨
- ✻ 三「瀾」鼎立..... 游子傑・葉仁宗・林聖凱
- ✻ 不能沒有它，手機裡的霸主..... 郭秋英・詹珮君
- ✻ 台戲韓劇超級比一比..... 李素華・江惠欣
- ✻ 好孕到來？青少年未婚懷孕..... 陳亮羽・林依萱・朱念祖
- ✻ 早婚 V.S 晚婚？..... 柯乃慈・江亭葦・張群
- ✻ 來自南台灣的好滋味-芒果的經濟效益..... 戴思宇・朱惠如
- ✻ 探討青少年購買手機消費行為之研究以台灣大哥大、遠傳電信、中華電信
為例..... 黃佩珊・張詩云・張綿庭
- ✻ 虛幻的年輕-毒品..... 林君蓉・高香婷・莊景雲
- ✻ 想瘦健康..... 韓家豪・林芳瑄・陳湘蕙
- ✻ 會呼吸的足下-錫安木屐王

投稿類別：
資訊類

篇名：
三”潏”鼎立

作者：
游子傑。國立恆春高級職業工商。資處三甲
葉仁宗。國立恆春高級職業工商。資處三甲
林聖凱。國立恆春高級職業工商。資處三甲

指導老師：
陳淑萍老師

壹●前言

一、研究動機

近年來由於資訊網路科技發達，使得人們常會利用網路進行資料搜尋、網物購物、即時通訊、社群網站等個人休閒娛樂。在網際網路的世界裡，全球知名的五大瀏覽器為 Google Chrome、Mozilla Firefox、Internet Explorer (IE)、Opera、Safari 等。根據 Net Applications 調查顯示出，近年來 Internet Explorer 一直超過半數的使用率，比起競爭第二名的 Firefox、Chrome 兩者加起來還要高。(註一)

綜觀上述，本研究以 Google Chrome、Mozilla Firefox、Internet Explorer (IE) 這三款最多人使用的瀏覽器，探討青少年學子在上網時，如何選用瀏覽器。

二、研究目的

- (一) 探討 Google Chrome、Mozilla Firefox、Internet Explorer (IE) 之差別。
- (二) 瞭解青少年族群選擇瀏覽器之喜好。

三、研究方法

- (一) 文獻探討：利用網路搜尋、圖書館書籍，尋找相關研究資料。
- (二) 問卷調查：根據以上之研究目的，先蒐集這三個瀏覽器之相關資料，進行文獻閱讀整理，再採用「問卷調查法」進行研究，調查對象為恆春工商全體學生，並發放問卷 110 份隨機抽樣。

四、研究流程

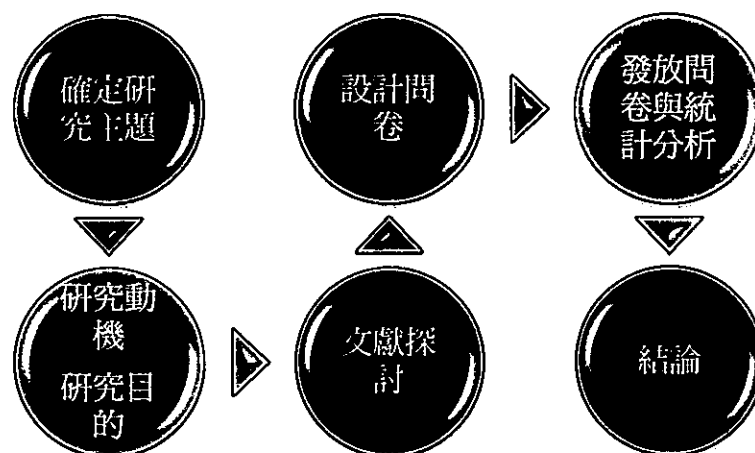


圖 1 研究流程圖

一、瀏覽器介紹

(一) Google Chrome

1. 歷史來源

Google Chrome 瀏覽器發布於 2008 年 9 月 3 日。Google 公司的 艾立克・史密特 聯合創始人 謝爾蓋・布魯 與 賴利・佩吉 及 Mozilla Firefox 的一些開發人員創造 Google Chrome。起初艾立克・史密特有一段時間反對開發瀏覽器，因為當時的 Google 還只是一間小公司，而艾立克・史密特 不想經歷激烈的瀏覽器大戰，最後 史密特 也坦承：「感覺不錯，它的本質迫使我改變了主意。」。(註二)

2. 功能

Google Chrome 之功能計有黑名單、多進程、任務管理器、詐騙和惡意程式保護、自動更新、外掛 程式、沙箱。以下則針對 Google Chrome 之功能加以說明介紹。(註三)

表 1 Google Chrome 之功能介紹

功能	內容
(1) 黑名單	定期更新防止網路釣魚和惡意軟體的黑名單，並在使用者試圖瀏覽可能造成電腦損害的網站時予以警告。這項服務可透過其他的自由應用程式介面來取得。在更新維護這些黑名單的同時，Google 也會通知被列入的網站，避免網站持有者不知道網站存有惡意軟體。
(2) 多進程	能容許多個程式同時執行而互不影響，每個網頁標籤獨立於窗口程式存在，當資源過高或崩潰時，不會因為一個停頓而整個程式當掉。
(3) 任務管理器	可以檢視網站占用多少內存、流量、CPU 資源。
(4) 詐騙和惡意程式保護	以雙向的方式，一方面給使用者警訊，而另一方面則是自動回報給 Google 加以瞭解此網站。
(5) 自動更新	為保護使用者，也為了使用者以保持瀏覽器在最新狀態。
(6) 外掛程式	以獨立方式運行，以保護瀏覽器被惡意程式攻擊。
(7) 沙箱	可以阻擋惡意程式竊取信用卡號碼、干擾滑鼠，或是自動回報系統啟動時執行某個程式，並且惡意軟體會在關閉時被刪除。

(二) Mozilla Firefox

1. 歷史來源

Mozilla Firefox 於 2002 年 9 月 23 日首次發佈。起初由狂熱分子戴夫・海厄特、喬・休伊特及布雷克・羅斯建立的 Mozilla Application Suite 實驗性分支計畫，因需要迎合網景公司的贊助及開發者們商業的需求，因而導致功能氾濫、效能減半，一般稱這為「軟體膨脹」或者「特徵蔓延」。

Mozilla Firefox 在命名時經歷一番波折，Phoenix 為最初取的名字，但因為與知名的軟體公司鳳凰科技（Phoenix Technologies）衝突，後來改成 Firebird，而 Firebird 又與開放原始碼的資料庫系統 Firebird 發生了衝突，後被要求改名為「Mozilla Firebird」以免混淆。最後於 2004 年，Mozilla Firebird 決定改名為 Mozilla Firefox。（註四）

2. 功能

Mozilla Firefox 之功能計有支援多種網路標準、安全性、在地化、跨平台、附加元件、智慧位址列、文字選取、長期支援版本。以下針對 Mozilla Firefox 之功能加以說明介紹。（註五）

表 2 Mozilla Firefox 之功能介紹

功能	內容
(1) 支援多種網路標準	Mozilla Firefox 支援了多種的網路標準，例如：HTML、XML、XHTML、SVG 1.1、CSS、ECMAScript、DOM、MathML、DTD、XSLT、XPath 和 PNG 圖檔。
(2) 安全性	Mozilla Firefox 使用沙盒安全模組，限制網路對使用者端的資料存取，保護使用者不被惡意程式攻擊。在傳輸資料時則以 SSL/TLS 加密方式，以保護使用者的隱私。另外也有支援智慧卡認證資料。
(3) 在地化	Mozilla Firefox 注重在地化，以支援各國語言，現已有 89 種語言版本支援。
(4) 跨平台	Mozilla Firefox 可以執行在 Windows 系統、OS X 系統和 Linux 系統上。Firefox 行動版可用執行於 Android 系統。
(5) 附加元件	透過下載安裝新增或修改瀏覽器的功能。附加元件種類多，大多可以從官方網站找到或是從第三方開發者取得。雖然提供了高度自由化的擴充功能，但尋找有安裝時有一定難度。

(6) 智慧位址列	Mozilla Firefox 瀏覽器中輸入文字會顯示符合的書籤和歷史。
(7) 文字選取	Mozilla Firefox 提供了便利的文字反白選取，雙擊滑鼠可以選取一個詞，三擊可以選取一段話。
(8) 長期支援版本	Mozilla Firefox 長期支援版本「ESR」只針對企業、公家機關、學校所推出的版本，支援一年更新一次版本，只有週六會進行更新，但不會有新功能的加入。

(三) Internet Explorer (IE)

1. 歷史來源

Internet Explorer 於 1994 年夏天開始，當時網景領航員佔瀏覽器市場 70% 的佔有率，Windows 的競爭對手 Mac OS 更以網景領航員為系統預設瀏覽器，而感到威脅的微軟，覺得自己需要一個專屬的瀏覽器，由於微軟一切必須從零開始。

微軟和 Spyglass 合作，開發出 Internet Explorer 的初版瀏覽器 Spyglass Mosaic。微軟又以付費方式取得了 Spyglass 的授權，衍生出 Internet Explorer 1.0 版，還有之後的各個版本，Internet Explorer 12 為微軟目前最新的瀏覽器。(註六)

2. 功能

微軟從 Internet Explorer (IE4) 開始，就企圖把網際網路與 Windows 作業系統結合在一起。在 Windows 95 中 Internet Explorer 5 已被算是系統的一部份無法被移除，不過微軟此舉動已構成違法了（托拉斯法），最後也不了了之。但此舉動對於使用者來說是一種不錯的做法。(註七)

Internet Explorer 之功能計有可用性和瀏覽親和性、組件對象模型、安全架構、專利的延展元件、網頁標準的支援。以下針對 IE 之功能加以說明介紹。(註八)

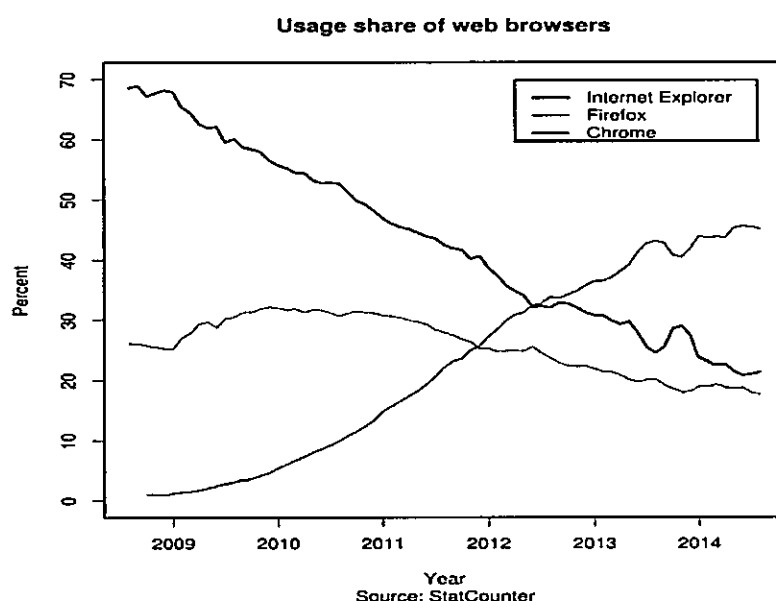
表 3 Internet Explorer 之功能介紹

功能	內容
(1) 可用性和瀏覽親和性	在 IE7 時以增加了封鎖彈跳視窗和分頁瀏覽和 RSS 功能。
(2) 組件對象模型	這是一個在 IE 被廣為使用的功能，允許其他廠商在瀏覽器上添加功能，其許可權與瀏覽器一樣，因此安全性有很大的威脅，在新版的 IE 提供了一個載入管理器以控制 ActiveX 控制項和瀏覽器說明物件。

(3) 安全架構	在 IE8 新增監視器和安裝監視器，允許使用者分兩步選擇是否下載和安裝可執行程式。這可以防止惡意軟體被安裝。瀏覽器漏洞，微軟以自動更新不定期發布修補漏洞的更新提供給使用者安裝。
(4) 專利的延展元件	新增了一系列網頁標準延伸，包括 HTML，CSS 和 DOM。這令某些網站只可被 IE 正常顯示。
(5) 網頁標準的支援	IE 有不少臭名，包含更新速度慢、不按照網路標準走，不過近年 IE 瀏覽器也已經脫胎換骨，其中 IE11 在網頁開啓速度、標準支援和介面均有很大的改善，如支援各式 HTML5、SPDY、增強的開發者工具以及 WebGL 等各項標準。

二、Google Chrome、Mozilla Firefox、Internet Explorer (IE) 之比較

由圖 2 得知，在知名網站瀏覽器使用分享的狀況，自西元 2009 年起至西元 2014 年 Internet Explorer (IE) 呈現逐年遞減的趨勢，反觀 Google Chrome 的使用情形是逐年遞增，而 Mozilla Firefox 近乎是以平穩的方式維持著。另外，在 2012 年至 2013 年之間發現 Google Chrome 開始超過另外兩個瀏覽器，一直到今年 2014 年 Google Chrome 是穩居第一，由此觀之，可發現目前使用者使用 Google Chrome 上網的頻率很高。



資料來源：(註九)

圖 2 網站瀏覽器使用分享

三、問卷結果與分析

本問卷研究對象為恆春工商全體學生，採隨機抽樣 110 份，回收問卷 110 份，有效問卷 109 份，無效問卷 1 份，以下則針對此次問卷調查作一探討與分析。

(一) 樣本資料分析

由表 4 得知，此次調查發現目前大部份的學生家中均有電腦及安裝網路的人數居多，而青少年學子每週使用電腦的頻率以四天為居多，每次使用時間都在 4 小時以上，而大部分的學生皆以聽音樂看影片及瀏覽社群網站為主要的上網活動。

表 4 樣本資料分佈情形

基本資料	填答者資料
性別	男生佔 43%，女生佔 57%
科別	資訊佔 9%，電機佔 3%，資處佔 33%餐管佔 25%、綜高佔 30%
年級	一年級佔 33%，二年級佔 39%，三年級佔 31%
是否有電腦	是 78%，否 22%
是否安裝網路	是 77%，否 23%
每週使用電腦幾天	一天佔 28%，兩天佔 19%，三天佔 20%，四天以上佔 33%
每次使用時間	30 分佔 22%，1 小時佔 10%，2 小時佔 28%，3 小時佔 16% 4 小時佔 24%
上網時，您都在做甚麼事情	遊戲佔 16%，購物佔 13%，聊天佔 13%，社群網站佔 19% 資料搜尋佔 15%，聽音樂、看影片佔 23%

(二) 問卷結果

1. 上網時，您最常使用的瀏覽器是？

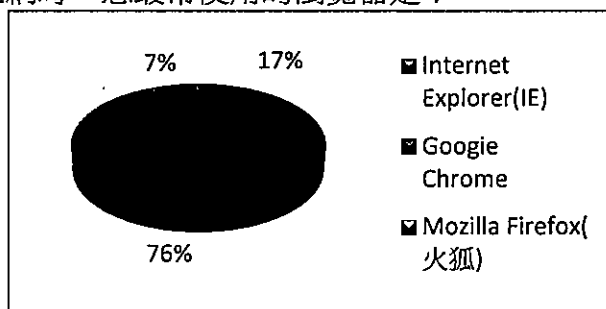
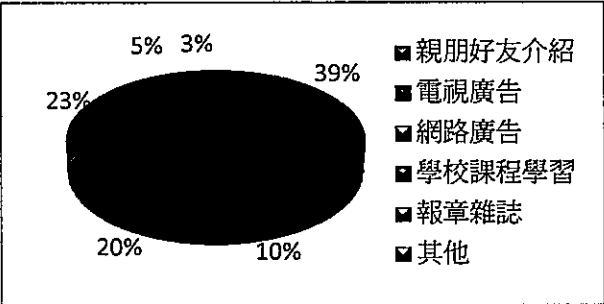
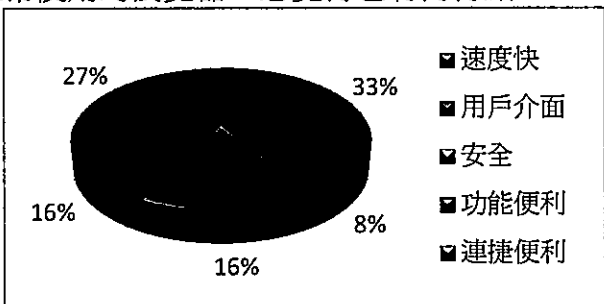
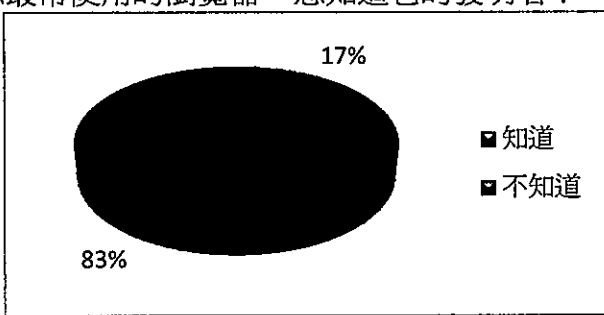
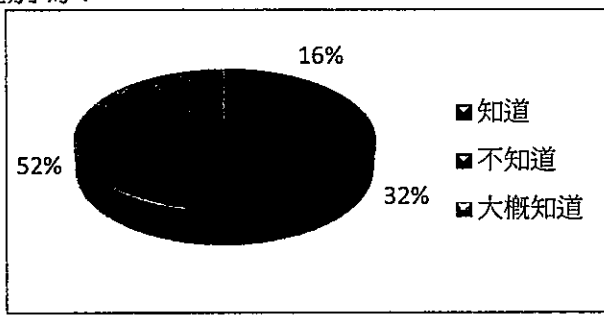
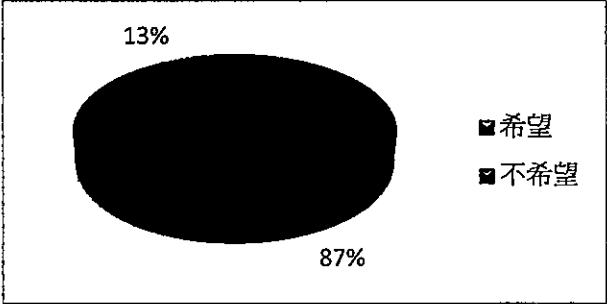
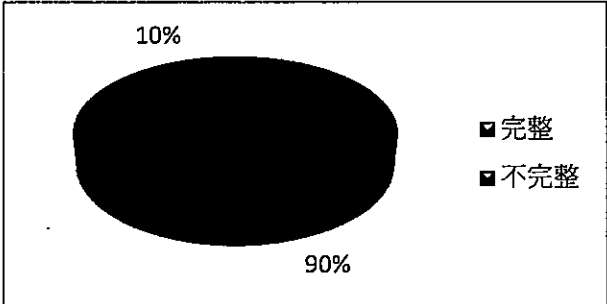
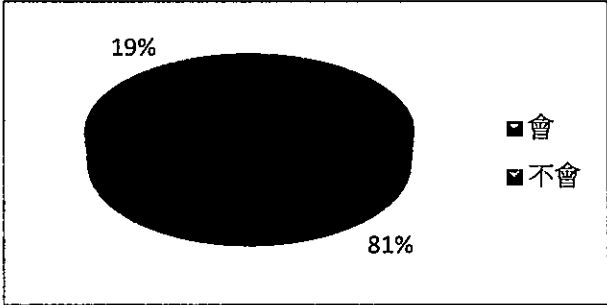
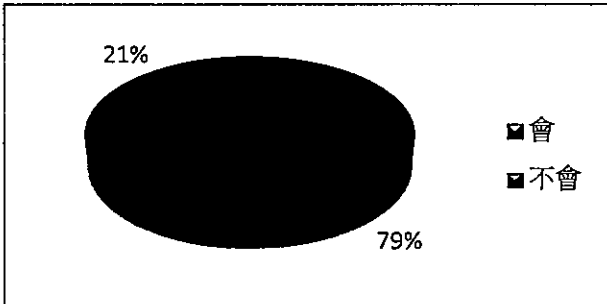


圖 2 學生常用之瀏覽器

分析結果：

由圖 2 得知，恆春工商學生上網常使用的瀏覽器均以 Google Chrome 居多，佔 76%；其次則以 Internet Explorer (IE)，佔 17%。可見

2. 您最常使用的瀏覽器，您從何得知？  圖 3 獲得瀏覽器的資訊	分析結果： 由圖 3 得知，恆春工商的學生所使用的瀏覽器均以親朋好友介紹為居多，佔 39%；其次則以學校課程學習，佔 23%。
3. 您常使用的瀏覽器，您覺得它有何特點？  圖 4 瀏覽器特點	分析結果： 由圖 4 得知，恆春工商的學生所使用的瀏覽器均已速度快為居多，站 33%；其次則以連結便利，佔 27%。
4. 您最常使用的瀏覽器，您知道它的發明者？  圖 5 瀏覽器發明者	分析結果： 由圖 5 得知，恆春工商的學生對於所使用的瀏覽器發明者均以不知道為居多佔 83%。
5. 對於您常使用的瀏覽器，您知道與其他瀏覽器的差別嗎？  圖 6 瀏覽器差別	分析結果： 由圖 6 得知，恆春工商得學生對於常使用的瀏覽器與其他瀏覽器的差別均以大概知道為居多佔 52%；其次則以不知道佔 32%。

6. 您最常使用的瀏覽器，您希望他的版本未來持續更新嗎？  圖 7 瀏覽器版本未來持續更新	分析結果： 由圖 7 得知，恆春工商的學生對於常使用的瀏覽器以希望持續更新為居多佔 87%。
7. 您最常使用的瀏覽器，您覺得資料搜尋結果是？  圖 8 資料搜尋結果	分析結果： 由圖 8 得知，恆春工商的學生對於瀏覽器所搜尋資料結果均以完整為居多佔 90%
8. 如果未來有新的瀏覽器您會選擇使用嗎？  圖 9 未來有新瀏覽器會選用	分析結果： 由圖 9 得知，恆春工商得學生對於未來新的瀏覽器選擇使用大多都選擇會使用為居多佔 81%，由此了解青少年對於新科技產品的接受度很高。
9. 您會與朋友分享您使用的瀏覽器嗎？  圖 10 會與朋友分享使用瀏覽器	分析結果： 由圖 10 得知，恆春工商的學生對於所使的瀏覽器會與朋友分享為居多佔 79%

參●結論

瀏覽器從最初的大咖”網景領航員瀏覽器”以 70%的市場占有率勝過多數的瀏覽器，之後被微軟以自製的瀏覽器 Internet Explorer (IE) 超越成為新瀏覽器大咖，起初微軟因與 Mao OS 互為競爭對手，而 Mao OS 以網景領航員為主要瀏覽器，微軟感到威脅下於是創作了 Internet Explorer (IE)，但是後來因程式漏洞過多修補速度慢造成安全性的問題被後來的 Google Chrome 一躍而過，成為目前瀏覽器使用的主流。

根據 Net Applications 的研究調查，Internet Explorer (IE) 也曾幾次頻頻快被 Mozilla Firefox 超越，即使 Internet Explorer (IE) 近幾年改變相當大，但大多數的使用者仍然忠於 Google Chrome，因為早前 Internet Explorer (IE) 給予大家的印象與感受就是速度慢、安全漏洞多、沒有按照網頁標準走向，導致許多網頁無法支援，這也是 Internet Explorer (IE) 目前遭遇算是最大的困境。Internet Explorer (IE) 當然也因為是微軟作業系統下預設的瀏覽器，所以市場占有率目前來說還是第一，其次是 Google Chrome 與 Mozilla Firefox。(註十)

由問卷調查結果可得知，現在青少年上網時大多數使用 Google Chrome，對於所使用的瀏覽器安全、速度、便利、資料完整、功能多元非常要求，顯然 Google Chrome 在這方面做得不錯，相反的 Internet Explorer 雖為市場占有率最高，但以問卷結果來說有 76%使用 Google Chrome，而 Internet Explorer 只有 17%的數據，這數據很明顯指出即使 Internet Explorer 近年來改變很多，但大家已習慣性使用 Google Chrome 瀏覽器來上網。

肆●引註資料

註一：維基百科 日期：2014 年 10 月 7 日 網址：<http://www.techbang.com/posts/18135-what-browser-are-you-using>

註二：維基百科 日期：2014 年 9 月 23 日 網址：http://zh.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome

註三：維基百科 日期：2014 年 9 月 23 日 網址：http://zh.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome

註四：維基百科 日期：2014 年 10 月 20 日 網址：http://zh.wikipedia.org/wiki/Mozilla_Firefox#.E7.99.BC.E5.B1.95.E6.AD.B7.E7.A8.8B

註五：維基百科 日期：2014 年 10 月 20 日 網址：http://zh.wikipedia.org/wiki/Mozilla_Firefox#.E7.99.BC.E5.B1.95.E6.AD.B7.E7.A8.8B

註六：維基百科 日期：2014 年 9 月 23 日 網址：http://zh.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer

註七：Internet Explorer 5 網路護照 (1998)。樟葉林研究。文魁資訊：台北市。

註八：維基百科 日期：2014 年 9 月 23 日 網址：[http://zh.wikipedia.org/wiki/Internet Explorer](http://zh.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer)

註九：維基百科 日期：2014 年 10 月 22 日 網址：[http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E9%A1%B5%E6%B5%8F%E8%A7%88%E5%99%A8%E6%AF%94%E8%BE%83](http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B
D%91%E9%A1%B5%E6%B5%8F%E8%A7%88%E5%99%A8%E6%AF%94%E8%BE%8
3)

註十：維基百科 日期：2014 年 10 月 23 日 網址：<http://www.techbang.com/posts/18135-what-browser-are-you-using>

投稿類別：資訊類

篇名：

不能沒有它，手機裡的霸主

作者：

郭秋英。國立恆春工商。資處三甲

詹珮君。國立恆春工商。資處三甲

指導老師：

陳淑萍 老師

壹●前言

一、研究動機

智慧型手機已經變成現代人必備的產品之一，其中經常使用的 APP LINE、Facebook 已經深入人們的生活，兩者使用狀況不相上下。多數人透過 LINE 以聊天、講電話與視訊對話為主；Facebook 也慢慢將這些功能納入，但大多數以發表文章或者按讚較多，類似一種個社群網站。LINE、Facebook 帶來許多的方便卻也造成一些心理與身體的問題，將兩者做出比較進一步了解 LINE、Facebook 功能與差別並統計學生的使用狀況。

二、研究目的

- (一) Line 跟 Facebook 簡介與介紹
- (二) Line 與 Facebook 的功能比較
- (三) 問卷統計結果與分析

三、研究方法

根據以上研究目的，透過網路蒐集 Line 與 Facebook 相關資料，進行分析與問卷調查，問卷調查採隨機發放。

四、研究範圍及對象

研究對象為恆春工商全體學生。(隨機發放問卷)

五、研究流程



圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、Line 與 Facebook 簡介

(一) Line 創立來源

LINE 是由日本 Naver 團隊開發，專注日本市場之後推出，吸引了香港、台灣、新加坡等大量下載，因此改變了市場策略，決定以亞洲為更大的舞台來推展業務。(註一)

LINE 全球 240 個國家，全球用戶破 4 億，台灣用戶數突破 1,700 萬。免費通話、免費通訊的應用軟體；免費的 APP 聊天軟體- LINE 講電話傳簡訊通通不用錢。(註二)

傳送免費訊息、免費視訊及語音通話、Line 聊天貼圖、分享照片及影片與語音訊息。(註三)

(二) Line 功能介紹

表 1 Line 功能介紹

名稱	內容
1. 貼圖	有靜態與動態的貼圖(有企業設計還有個人原創貼圖)。
2. 視訊	不管距離多遙遠都可以跟遠方的朋友視訊。
3. 語音通話	免費通話。
4. 訊息	可傳送文字、圖片、貼圖、網址。
5. 語音訊息	類似錄音，將想說的話錄下即可傳送給對方。
6. 好友	可使用搖一搖、搜尋 ID、掃描行動條碼，可把好友群組。
7. 個人狀態 簽名	可輸入文字及圖案。

資料來源：本研究自行整理

(三) Facebook 創立來源

Facebook 是在 2004 年 2 月 4 日由馬克·祖克柏與他的哈佛大學室友們所創立。(註三)

書中以故事性的手法敘述 facebook 如何從哈佛的宿舍萌發，創辦人的內訌、權力之爭，為何放棄華盛頓郵報的投資，怎樣爭取到第一個廣告客戶，而第一輪融資又如何獲得一億美元的估值，令人人痴迷的圖片分享如何上線，面對 Twitter 競爭，與 Google 的世紀之爭，同時明確揭露 Facebook 如何改變人們彼此溝通互動的方式，如何改寫「新聞」和「廣告」的定義，同時改變了政府與民眾接觸的方式、政治參與的樣貌、民主程序、產品行銷的方式、企業經營的模式，讓你認識且想像臉書所引爆與將引發的更多衝擊。(註五)

Facebook 手機應用程式是免費的應用程式，Facebook 是免費網站。文字訊息、可傳送圖片、影片和聲音媒體訊息（現在也可以傳送其他檔案類型如 doc, docx, xlsx 等, 但是 exe 可能會被禁止傳送）給其他使用者，以及透過整合的地圖功能分享使用者的所在位置。(註三)

Facebook 的新功能，「回首好時間」整合了加入 Facebook 之後的精彩片刻。根據在 Facebook 的時間長短，以及分享的習慣和方式，會看到一段影片、相片集錦或是一封感謝函。

(四) Facebook 功能介紹

表 2 Facebook 功能介紹

名稱	內容
1. 訊息	可使用貼圖、圖片、文字方式呈現。
2. 文章	可以標記朋友及位置地定位、分享相片、影片與文章。
3. 個人狀態	有個人資料、感情狀態。
4. 影片	可分享影片約 20 分鐘。

資料來源：本研究自行整理

二、Line 與 Facebook 的功能與優缺點的比較

表 3 Line 與 Facebook 之比較

功能	Line	Facebook
影片分享	大約 10 秒鐘的長度	大約 20 分鐘
分享範圍	只有好友可以觀看	依設定做分享 (朋友、朋友的朋友、全球等)
提醒與通知	遊戲與訊息通知	訊息、朋友生日、活動邀請
應用區分	聊天軟體	類似社群網站

搜尋好友	可透過 ID 查詢、行動條碼、搖一搖(需雙方同時)	可透過輸入名字查詢、帳號搜尋、透過共同朋友找尋
封鎖訊息	不會有訊息封鎖	每天傳送幾封訊息、只在相片中標註確實在內的人名
設定個人狀態	能更改狀態表達心情	能設定感情狀態、不能輸入文字更改狀態
線上與離線	不能顯示是否在線上或離線	當朋友姓名旁邊出現即表示朋友在線上

三、統計結果與分析

此問卷採隨機發放，對象為恆春工商全體學生，總發放問卷為 112 份，回收 109 份，有效問卷 108 份，無效問卷 1 份。問卷統計結果分析如表 4 所示：

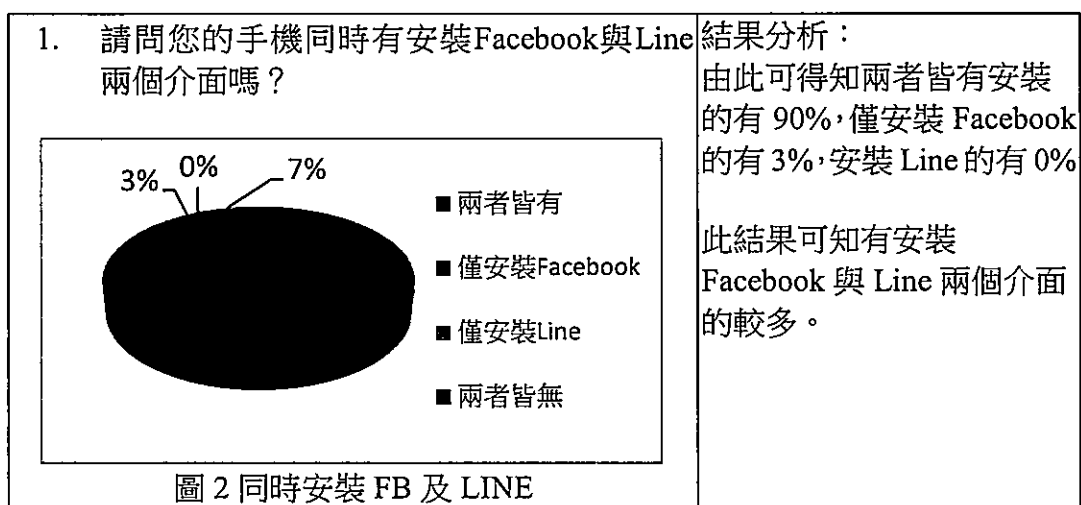
(一) 樣本資料分析

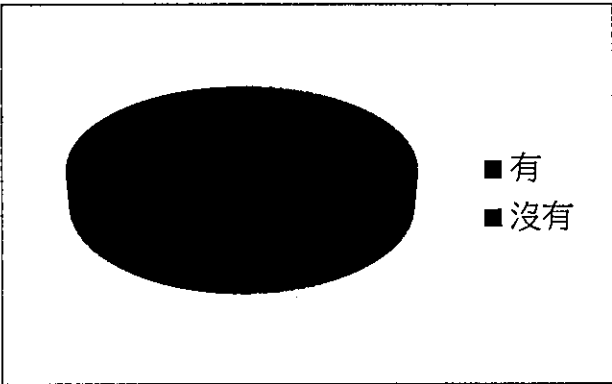
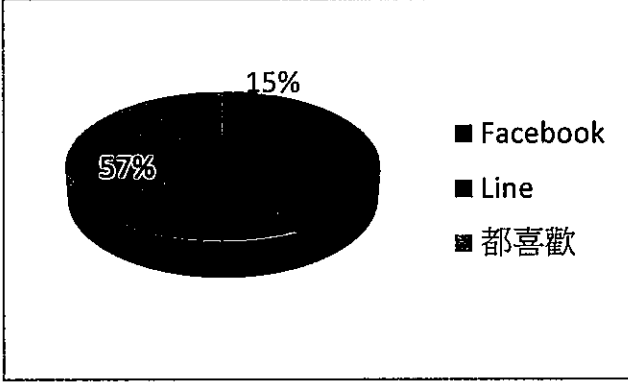
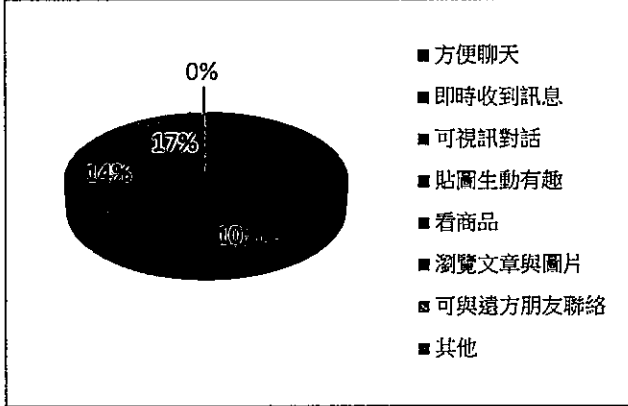
由表 4 得可，此次調查結果中大部份學生皆持有智慧型手機，且搭配方案上網方案的比例皆高。

表 4 樣本資料分佈情形

資料	填答者回答
性別	男生佔 37%，女生佔 63%
是否有智慧型手機	有佔 94%，沒有佔 6%
手機是否搭配上網方案	有 63%，沒有 37%

(二) 問卷內容



2. 請問您有使用Facebook或Line的遊戲嗎？ (沒玩遊戲者可不用填第三題)  圖3是否有無玩FB或LINE遊戲	結果分析： 由此可得知有玩 Facebook 或 Line 遊戲有 58%，沒有玩遊戲的有 42%。 此結果可知有玩遊戲的較多。
3. 承上題 比較喜歡玩Facebook還是Line的遊戲？  圖4FB或LINE遊戲喜好度	結果分析： 由此可得知喜歡玩 Facebook 的有 15%，喜歡玩 Line 的有 28%，都喜歡的有 57%。 此結果可知喜愛兩者遊戲最多。
4. 問您為何喜歡使用Facebook或Line呢？ (可複選)  圖5為何喜歡用FB或LINE	結果分析： 有此可得知喜歡使用 Facebook 或 Line，方便聊天有 23%，即時收到訊息 17%，可視訊對話有 10%，貼圖生動有趣有 13%，看商品有 6%，瀏覽文章與圖片 14%，可與遠方朋友聯絡 17%，其他 0%。 此結果可知因方便聊天較多。

5. 請問您會花費多少金額在 Line 的貼圖與主題？

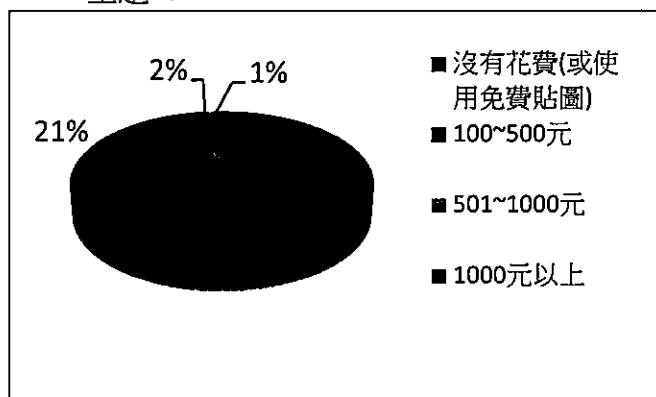


圖6LINE貼圖花費

結果分析：

有此可得知沒有花費的有 76%，花費 100~500 元有 21%，花費 501~1000 元有 2%，花費 1000 元以上有 1%。

此結果可知沒有花費佔最多。

6. 使用Facebook與Line聊天時會用哪種方式與對方進行對話？(可複選)

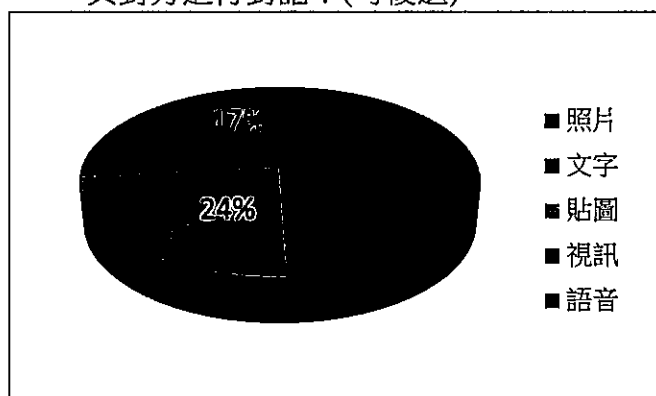


圖7聊天方式

結果分析：

有此可得知使用文字聊天有 35%，使用貼圖有 24%，使用語音有 17%，使用照片有 14%，使用視訊有 10%。

此結果可知使用文字聊天較多。

7. 請問您使用過Facebook與Line兩者的視訊或語音訊息功能後，哪個較滿意？

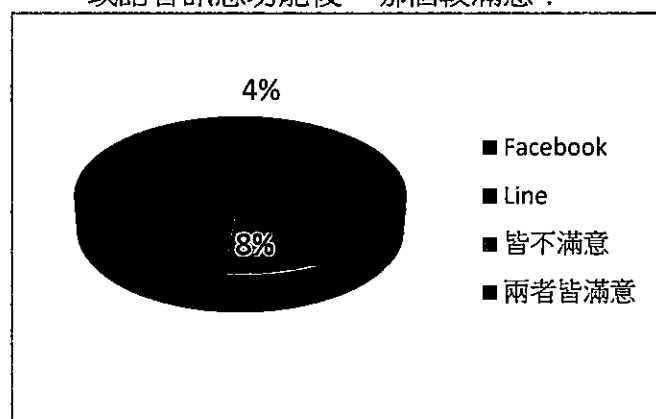
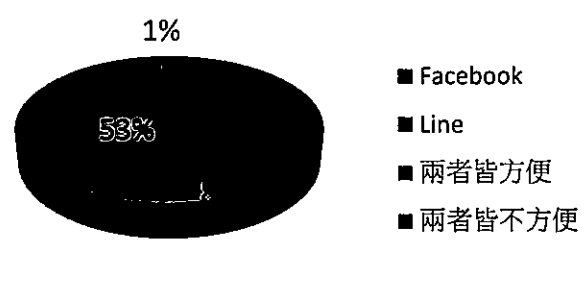
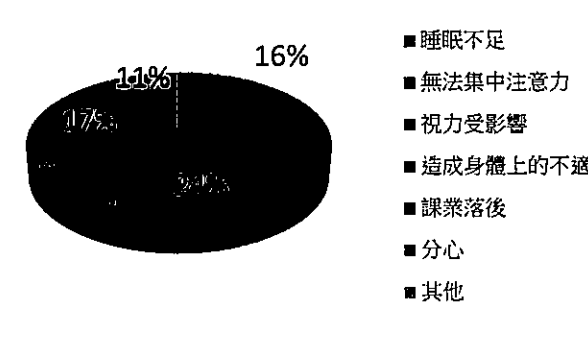
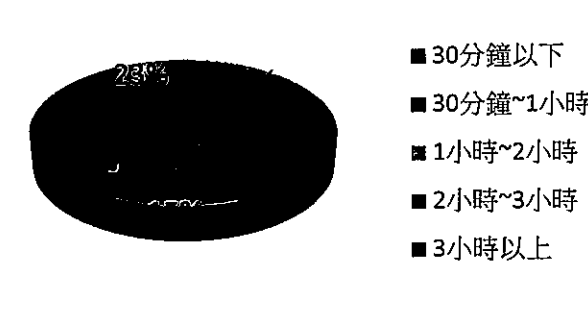
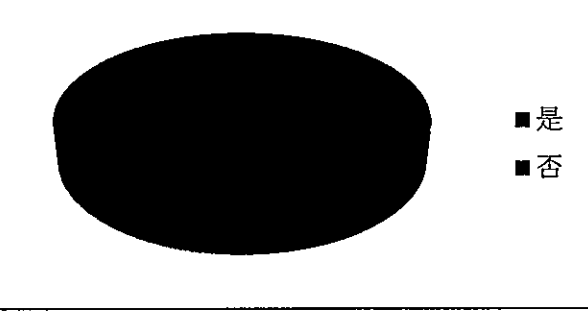


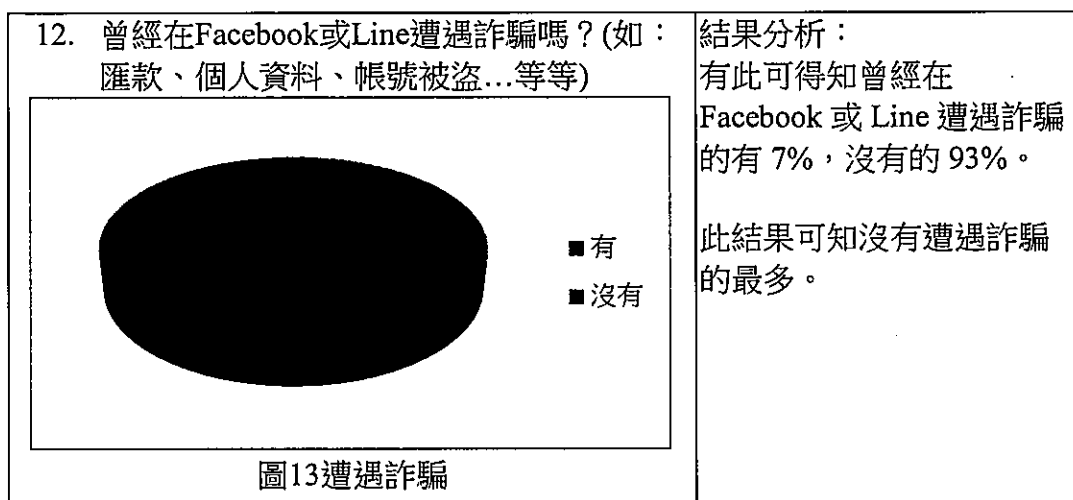
圖8FB及LINE之滿意度

結果分析：

有此可得知使用 Facebook 的有 4%，使用 Line 的有 39%，兩者皆滿意的有 49%，兩者皆不滿意的有 8%。

此結果可知兩者皆滿意的最多。

8. 請問您覺得Facebook與Line尋找好友(朋友)哪個比較方便？  圖9尋好友方便性	結果分析： 有此可得知透過 Facebook 的有 38%，透過 Line 的有 8%，兩者皆方便有 53%，兩者皆不方便有 1%。 此結果可知尋找好友兩者皆方便最多。
9. 使用Facebook或Line之後對生活上造成什麼樣的影響？(可複選)  圖10對生活之影響	結果分析： 有此可得知視力受影響有 24%，無法集中注意力與分心兩者皆為 17%，睡眠不足有 16%，其他項目有 11%，課業落後有 9%，造成身體上的不適 6%。 此結果可知視力受影響最多。
10. 每天大概會花多少時間在Facebook或Line(聊天、看文章與玩遊戲)?  圖11使用時間	結果分析： 有此可得知使用在 Facebook 或 Line 的時間 30 分鐘以下有 22%，30 分鐘~1 小時有 23%，1 小時~2 小時有 15%，2 小時~3 小時有 17%，3 小時以上有 23% 此結果可知 30 分鐘~1 小時與 3 小時以上較多。
11. 是否曾經在Facebook或Line購買商品？(如：衣服、褲子、手機、鞋子等)  圖12購買商品	結果分析： 有此可得知曾經有在 Facebook 或 Line 購買商品人有 23%，沒有的有 77%。 此結果可知沒有在 Facebook 或 Line 購買商品佔最多。



參●結論

經過此次調查結果發現，正值青春期的學生，幾乎每人均有智慧型手機，同時搭配 3G/4G 上網的比例高達 63%。由於資訊科技發展迅速，使得各大軟體公司及網站相繼推出 APP 軟體，讓持有智慧型手機的用戶均能免費下載安裝，隨時能夠透過 APP 取得即時訊息。

再者，本研究也發現，學生的手機裡同時均安裝 Facebook 及 Line 兩個 APP 軟體，使用頻率及接受度都很高，理由是：方便與好友聊天、方便尋找好友。

在網路上具有風險與不可防範的詐騙問題，如：Facebook與Line都有私人販賣商品，讓有心懷不軌的人趁機利用，透過轉帳方式讓對方匯款卻不出貨，取得他人財貨。透過社交手法騙取使用者信賴並趁機取得對方帳號進行竊取資料且沒有取得對方同意而私自發布文章與訊息，造成使用者名譽受損。

另外，由問卷得知使用Facebook或Line對生活上造成視力受影響的比例高達 24%，影響視力提早衰退的現象。且Facebook與Line一直不斷的更新增加許多功能，讓許多人使用的時間與次數增加，而長期過度接觸手機發出的電磁波產生身體上的問題，得到腦瘤機率也大幅提升，也導致視力受影響、睡眠不足、白內障、肌腱炎、頸椎受傷等問題，因此，過度依賴手機導致成癮長期累積下來可能影響到心理層面與人際互動，Facebook與Line帶來方便也帶來健康問題。

透過問卷得知，恆春工商學生使用Facebook與Line非常普遍，使用時間為30分鐘~1小時與3小時以上最多，由此可見，學生把大部分時間花在手機上，忽略課業重要性，也導致頸椎受傷、視力受影響且學業退步等問題產生。因此，家長可叮嚀孩子與督促關心孩子在學校的上課情形，並改善孩子在生活上對手機過度依賴，陪同孩子到戶外運動，減少孩子長期沉迷於手機並建立孩子的人際關係。

肆●引註資料

註一：維基百科。擷取日期：2014 年 10 月 20 日。取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/Facebook>

註二：Line Taiwan- 再 Line 一下。擷取日期：2014 年 10 月 20 日。取自：

<https://www.facebook.com/taiwan.line/info>

註三：免費通話、免費傳訊的應用程式「Line」。擷取日期：2014 年 10 月 20 日。取自：<http://line.me/zh-hant/>

註四：【內幕】直擊 Line 日本產品總部。擷取日期：2014 年 10 月 20 日。取自：

<http://www.inside.com.tw/2011/11/15/%e3%80%90%e5%85%a7%e5%b9%95%e3%80%91%e7%9b%b4%e6%93%8aline%e6%97%a5%e6%9c%ac%e7%94%a2%e5%93%81%e7%b8%bd%e9%83%a8%ef%bc%81%e7%ac%ac%e4%b8%80%e6%89%8b%e6%b6%88%e6%81%af%e5%85%ac%e9%96%8b%ef%bd%9e>

註五：大衛·柯克派崔克（2011）。Facebook 臉書效應：從 0 到 7 億的串連。天下雜誌。

投稿類別：藝術類

篇名：

台劇韓劇超級比一比

李素華。國立恆春工商。資處三甲
江惠欣。國立恆春工商。資處三甲

指導老師：
陳淑萍老師

壹●前言

一、研究動機

近幾年，台灣的電視劇都呈現低迷的狀態，反而是相較本土的鄉土劇較為受老一輩的長輩們和學生族群的喜愛。舉例來說，近日三立電視台八點播出的【世間情】就是以非常灑狗血的劇情或是以符合時事議題來博得大眾的目光。但也惹來許多"鄉民"的大張撻伐。

反觀韓國電視劇劇情種類的多變化，校園愛情、婆媳鬥爭、歷史古裝、穿越劇等，都吸引了很多不同年齡層的大眾觀看，角色的汰換度也比台灣的電視劇角色來的多，種種原因導致原本會看台劇的民眾都紛紛轉看韓劇，讓台灣的電視劇市場越來越不穩定。

綜上所述，本研究欲比對台灣電視劇與韓國電視劇之差別，並詳細討論出台灣電視劇越來越沒落原因和韓國電視劇成功進攻台灣電視劇市場的原因。

二、研究目的

- (一)了解台劇與韓劇之差別
- (二)分析觀眾選擇台韓劇之喜好
- (三)韓劇吸引人之原因

三、研究方法

- (一)發放問卷：設計問卷後，在進行發放，經由收的問卷資料做統計。
- (二)文獻探討：收集網路上的資料，在近行整理彙整。

四、研究流程

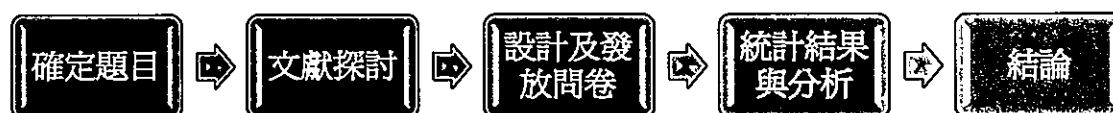


圖 1 研究流程

一、電視劇的由來

電視劇聚焦於某個特定社群中多個角色之間的關係。劇中的人物通常會比平常人更俊美、性感、富有一些。劇中發生的故事也是日常所見所聞的，但通常會更戲劇化。而**浪漫、外遇、陰謀、真愛**等等情節是都視電視劇最常出現的重點，**離不開一見鍾情、三角戀愛、多角關係，神祕情人、私生子、家族鬥爭、婆媳問題**等等情節。

人物角色可在無伏筆下隨意出現，也可突然消失；劇情只但求有戲劇性，可以不合情理，甚至出現前後矛盾。故經常會出現意想不到的突發事件，比如**多年前的一次外遇情人在結婚那天出現，喜事通常都會被意外事故打斷而無法舉行**等等。而且如果角色死亡卻死後復生，可以不必太訝異。因為編劇也會編個理由讓角色復生，即使角色沒有復生，編劇也可以再次賦予演員一個新的角色，好讓演員繼續在一齣戲中繼續演下去，而一齣戲裡除了男女主角之外，最具有戲劇靈魂的角色非屬壞人不可，因為壞人越壞，才可以把男女主角襯托得楚楚可憐，而讓觀眾越看越入戲。我們發現，通常的狀況是這個角色的表面職業或社會身分，與他內在的真實自我有所衝突，如果這個衝突對立越強，這個故事越容易吸引大眾。(註一)(註四)

二、臺劇韓劇之差別

(一) 台灣電視劇之簡介

台灣電視劇，又簡稱台劇。早期台灣的電視劇是用在，政治、經濟、文化這方面，第一齣閩南語電視劇是在台視播出，播出後得到良好的回應，也應此建立了電視劇的基礎，後來慢慢也出現國語的電視劇，和華語的電視劇，陸續的推出之後，這些續劇的播出也引起了大家的關注，戲劇的播出時間，都不會超過一小時。不過，台灣的電戲劇是剛起步，所以大多還是將播放的重點，放在新聞的部分，後來才漸漸的變成我們現在電視中看到的電視劇了。(註二)

(二) 韓國電視劇之簡介

韓國電視劇，又簡稱韓劇。剛開始是彩色電視機的普及和電影業的發展才漸漸興起的。在韓國 KBS、MBC、SBS 電視台為最主要的。KBS 較注重正據，也就是悲喜劇。MBC 主要都是古裝戲劇類的。SBS 是起步較慢的，主要都是以青春偶像劇。(註三)

(三) 兩種電視劇之比較

表 1 台韓劇差別之比較

項目	台劇	韓劇
角色部分	當期比較紅的藝人，和平常電視劇上比較常見的角色。	演員多樣化，不侷限幾個角色，會有比較多的新人。
拍攝場景	大多在國內為多，或是攝影棚。	會到觀光勝地拍攝，或是國外，不侷限國內。
劇情特色	愛情，和鄉土劇。	較於浪漫，小說情節
拖戲	台劇的部分，有些戲劇誇張化，比較拖戲，卻也引起觀眾的注意，成功吸引觀眾得目光。	韓劇部分，比較不拖戲，戲劇多為二十集~三十集上下。

資料來源：(本研究整理)

三、戲劇之幕後工作人員

戲劇並不是我們表面所看到的那麼簡單，那是需要很多的工作人員的協助和努力下，才能成功的完成一部戲劇。

表 2 幕後工作人員

名稱	工作內容
出品人	電視電影或電視連續劇拍片的專案管理工作。
監製	監製是為協助製片人掌控影片整體的完成度。
製作人	又稱「製片」，負責談判和找資金的人，和統計這部戲劇的所有預算。
導演	決定這齣戲劇或影片的拍攝過程中所有大小事情。
編劇	寫劇本的人，有時也是修改劇本的人，都稱為編劇。
佈景	配合劇情，去佈置所需的場景。
道具	電視劇中，道具是表演藝術的表達用具。
服裝	服裝配合演員、和劇情所需，所搭配的。
燈光	這個場景所需的燈具、燈光加以設計。
演員	扮演劇情中的角色。
後期製作	戲劇後續的剪輯、配音、聲音效果強調……等等的編輯工作。
武術指導	又稱「動作指導」，負責示範高難度的動作。
配音	配音人員替劇中的角色配製聲音。
配樂	劇中所需要的背景音樂。

資料來源：(本研究整理)

四、問卷分析

此問卷採隨機發放，對象為恆春工商全體學生，總發放問卷為 112 份，回收 111 份，有效問卷 100 份，無效問卷 11 份。問卷統計結果分析如下所示：

(一) 樣本資料分析

表 3 樣本資料分佈情形

基本資料	填答者資料
性別	男生佔 30%，女生佔 70%
年齡	15 歲佔 24%，16 歲佔 39%，17 歲佔 21%，18 歲佔 13% 19 歲佔 3%
年級	一年級佔 50%，二年級佔 19%，三年級佔 31%

(二) 問卷內容分析

表 4 問卷分析之統計

題目	1. 目前您所喜愛的劇情種類有哪些?(複選題)												6. 未來電視劇市場中什麼類型的劇情是您想要看到的?											
題別	碟戰	戰爭	歷史	動作	武俠	古裝	愛情	家庭	宮廷	奇幻	鬼怪	喜劇	穿越	倫理	懸疑	科幻	犯罪	刑偵	傳記	運動	驚悚	冒險	其他	
1	2%	4%	4%	6%	2%	3%	11%	5%	4%	5%	5%	9%	5%	2%	4%	5%	3%	3%	2%	3%	7%	7%	0%	
6	1%	6%	2%	7%	2%	1%	17%	4%	2%	4%	4%	13%	6%	1%	2%	5%	3%	1%	0%	2%	10%	8%	0%	

結果分析：

由表 4 得知，不管是目前和未來，大多數學生對戲劇的選擇上會選擇愛情、喜劇與驚悚。

1. 平常在電視劇的選擇上您都是看台劇還是韓劇？

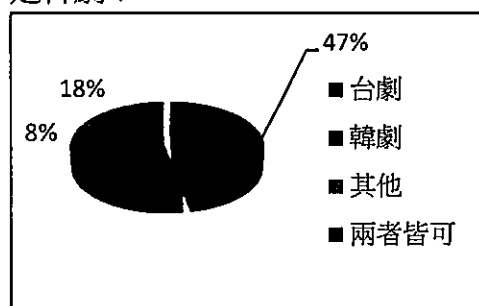


圖 2 選擇戲劇

結果分析：

由 2 圖可知，在戲劇選擇上，大多多的學生還是偏向台劇。

2. 承上題，請問您選擇(台劇/韓劇)的原因是什麼呢？(複選題)

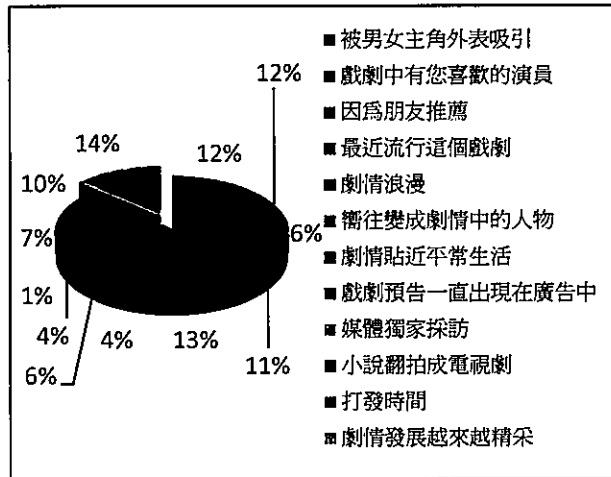


圖 3 選擇戲劇原因

結果分析：

由圖 3 可知，青少年族群對於劇情的發展、劇情的浪漫、還有喜歡的演員有演出而被電視劇吸引。

3. 您可以舉出您覺得好看，且值得推薦的電視劇嗎？

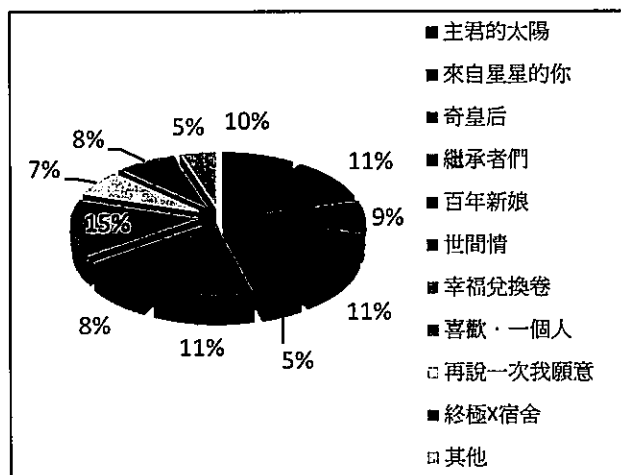


圖 4 值得推薦電視劇

結果分析：

由圖 4 可知，對於台劇的選擇中，學生大多喜愛看「喜歡·一個人」跟「世間情」，韓劇方面，學生選擇較偏向「繼承者們」和「來自星星的你」。

4. 承上題，您所推薦的電視劇類型是屬於下列哪種？

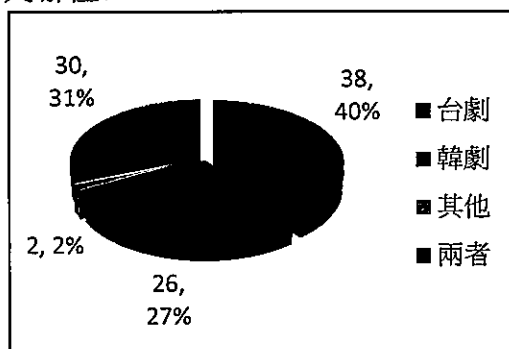


圖 5 電視劇類型

結果分析：

由圖 5 可知，台劇中佔 38.40%，韓劇佔 26.27%，兩者皆可佔 30.31%，其他約 2.2%。

5. 請問您假日都是什麼時段看電視劇？

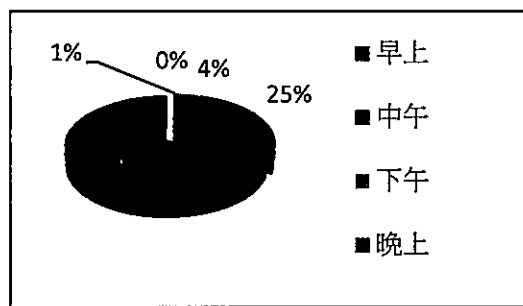


圖 6 假日看電視劇時段

結果分析：

由圖 6 可知，大約有 70% 的學生，在假日沒有特定時間看電視劇，而有 25% 的學生觀看電視劇都會在晚上。

6. 通常您會花費多少時間看電視劇？

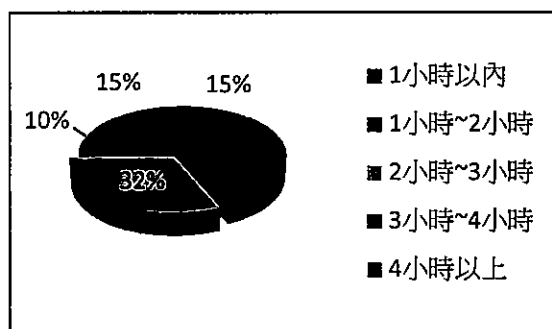


圖 7 花費時間

結果分析：

圖 7 顯示，學生族群中，大多花費 2 小時至 3 小時的時間在電視戲劇上，約佔 32%，則花費 1 小時至 2 小時的學生，佔 28%。

7. 請問您覺得韓劇和台劇的差別有哪些？
(複選題)

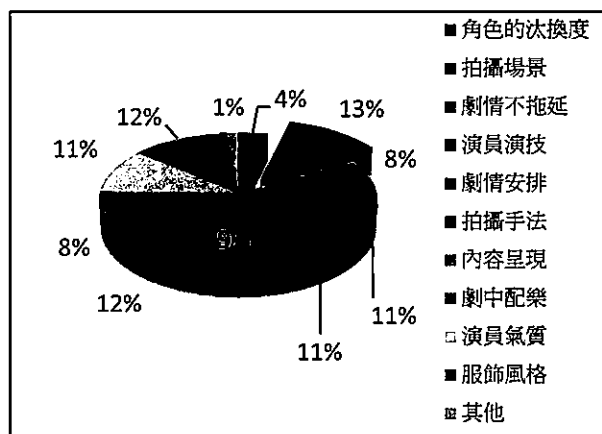


圖 8 台韓劇差別

結果分析：

由圖 8 可知，學生族群認為，台劇和韓劇之差別，是拍攝場景佔最多。

8. 關於電視劇您覺得哪些是需要改進的。

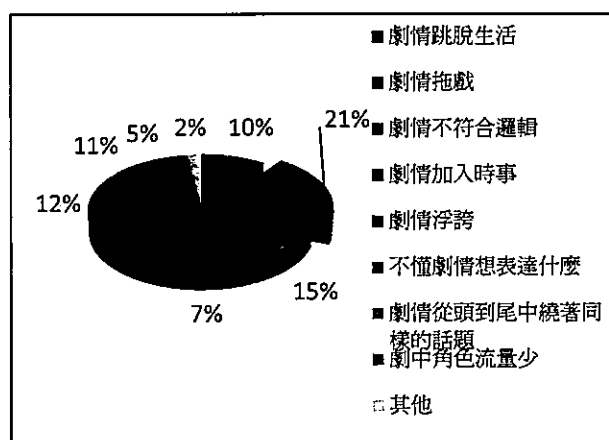


圖 8 電視劇改進之處

結果分析：

由圖 8 可知，學生族群認為，電視劇中，最需要改進的部分是，認為劇情拖戲，佔最多。

參●結論

現代生活中，電視劇已經是不可或缺的休閒娛樂。現代科技的發達，智慧型手機、平板的快速崛起，讓人們不用在家也可以看電視劇，在任何時間、地點，都可以隨心所欲地觀看自己所有的喜歡的電戲劇，也因為隨時隨地都能看電視劇，所以在電視劇上花費的時間，也就不會侷限於在戲劇播出時段，有了更多的選擇性，可以選擇自己喜愛的戲劇，即使已經下檔的戲劇也可以找的到。

問卷統計中，愛情、浪漫、驚悚，不管是目前還是未來，都是最吸引學生的劇情。學生族群大多還是喜愛觀看台劇。台劇方面學生大多選擇，「喜歡．一個人」、「世間情」，而韓劇方面「繼承者們」、「來自星星你」，劇情較於浪漫夢幻、演員中有自己的偶像、劇情越來越精彩，這些都是吸引學生族群最主要的原因之一。

電視劇是人們幻想出來的美好人生，人們追求嚮往，嚮往自己的人生也能像劇中的男、女主角，那麼地浪漫和夢幻，所以近年戲劇不斷的推陳出新，而且一齣比一齣更加地跳脫生活，讓觀眾陷入戲劇的深淵裡，但是有些人卻覺得有些戲太誇張，所以電視劇的劇情種類到最後才會演變成越來越多種。

「人生如戲，戲如人生。」劇中所演的是，是自己。而自己也是劇中的主角。

肆●引註資料

註一：肥皂劇。擷取日期：2014 年 10 月 09 日。取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%82%A5%E7%9A%82%E5%89%A7>

註二：台灣電視劇。擷取日期：2014 年 10 月 13 日。取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8A%87#.E5.8F.82.E8.80.83.E6.96.87.E7.8C.AE>

註三：韓國電視劇。擷取日期：2014 年 10 月 17 日。取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E5%9C%8B%E9%9B%BB%E8%A6%96%E5%8A%87>

註四：耿一偉(2014)。故事創作 Tips：32 堂創意課。書林：台北。

投稿類別：健康與護理類

篇名：

好孕到來？青少年未婚懷孕

作者：

陳亮羽。國立恆春工商。資處三甲

林依萱。國立恆春工商。資處三甲

朱念祖。國立恆春工商。資處三甲

指導老師：

陳淑萍老師

壹●前言

一、 研究動機

近年來，從電視新聞報導，和同學口中相傳青少年未婚懷孕的消息，此議題不斷在我們日常生活中上演，未婚懷孕不僅造成未成年男女的身心影響外，同時也會產生社會問題。舉例來說：未婚懷孕的少女會因懷孕而暫停學業，年紀輕輕就走入家庭，在心智尚未成熟，可能會衍生出孩子的教養問題，甚至有男方家庭不負責，而出現許多社會亂象。

正值青春期的 15 到 17 歲女孩或男孩，都會對「性」有所好奇，在兩人單獨相處的情況下，又會好奇「性」到底是什麼樣的感覺，偷嚐禁果雖然很容易，可是事後如果懷孕了，往往都是女孩子受到最大的傷害，不要戴著保險套就可以預防懷孕，可是沒有任何一種方法是可以百分之百避孕的，很多少女都會不敢告訴父母，因為年紀輕輕也不可能跟對方結婚，所以大部分的人都會選擇偷偷墮胎，可是墮胎可不是件小事，會對身體有很大的影響，以及對心靈造成傷害，有些電影情節會告訴你婚前性行為有多麼的美妙，可是對於它所造成的後果，卻只有輕描帶過，我們可以接受成年女性未婚生子，但是我們並沒有給予未成年未婚懷孕者相同的對待，因此，本研究欲探討青春期的青少年和家長們對於此事的看法。

二、 研究目的

- (一) 未成年懷孕的心理影響因素
- (二) 未成年懷孕的求救方法
- (三) 未婚懷孕的行為責任與經濟能力
- (四) 對於未成年懷孕父母親的處理方式和看法
- (五) 社會對未婚懷孕的排斥與歧視

三、 研究方法

- (一) 文獻探討

透過網路查詢一些相關的資料，或是到圖書館查詢一些和未婚懷孕相關的書籍，還有報紙上的一些相關新聞，本研究是以訪談的方式詢問有未婚懷孕的少女，以及自己本身的認知。

（二）實際訪談

本研究訪談對象是正處於青春期的 18 歲女學生，此位訪談者在高中剛畢業時發現自己懷孕，當時決定與男方結婚共伴一生，除訪問當事者外，同時也訪問了該名女學生父母親，如何面對女兒未婚懷孕及處理方式。

四、研究流程

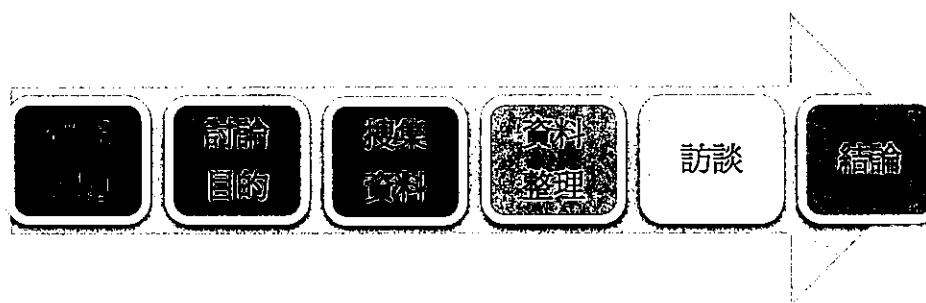


圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、青少年懷孕對內心的影響

當青少年不小心發生未婚懷孕的時候，在心理上會遭受很大的衝擊，她們要如何承受旁人的眼光及冷嘲熱諷，而接下來的難題、壓力、罪惡感及羞愧感甚至是低自尊覺得不被接受，皆非一個年輕女孩所能解決的(註一)，如果雙方能一起承擔所有的責任，那麼受害者的心理就有可能降低一半的傷害，但是男方無法承受這個責任的話，女方就要自己一個人面對或生下扶養，有可能就會因此變成單親家庭，一個女孩子要怎麼獨自忍受心理上的折磨，在壓力方面罪惡低自尊。

受害者的心理需要一段很長的時間來平復，我們應該要用同理心去關懷，如果身邊真的有人發生了這樣的事情，我們要給予幫助，而不是嘲笑她們，這樣會讓受害者覺得更加的絕望。

二、未婚懷孕的求救方法

未婚懷孕的少女，都會怕家長得知此事的反應，因為自己還沒有成年，所以還沒有自主權，他們會害怕所以用了錯誤的處理方式，第一個想到的一定是去私人診所買墮胎藥，而且也知道墮胎藥不便宜，所以就用盡了方法去

籌到錢，但如果買到假的墮胎藥，再加上沒有處理乾淨，會對自己的身體很不好，甚至會導致不孕。

未婚懷孕的少女，難免會有不少的擔憂與恐懼，甚至會想自刎的念頭，但是解救的方法其實有很多，如表 1 所示：

表 1 未成年懷孕求助專線

承辦團體	電話號碼
未成年懷孕諮詢專線	0800-257085
台北市大安婦女暨家庭服務中心	02-27007885
基督教救世會	02-27290265
財團法人勵馨社會福利事業基金會	02-23690885
財團法人天主教善牧社會福利基金會	02-89115527

資料來源：(註二)

三、青少年懷孕是否有能力負責

這樣的一個問題是出至於每一個家庭，能否接受這樣的經濟重擔，青少年大約是在 16 到 20 歲的這段時間會有叛逆期，16 到 20 歲已發生性行為的青少女，平均是 16 歲即有第一次性經驗，再 16 歲也就是大概高二，而自己的情緒還無法自制，而且這個時候的青少年又對性很感興趣，因此接觸了外面的世界，在還沒真正了解自己的身體和想法，就與自己所愛的人發生性關係，可能只是好奇性是怎麼樣的感覺，而接觸了性，可是他們都沒有想過生下來的後果與經濟。

大部分的青少年都是在讀書時期，而且根據國內每 100 個嬰兒之中，就有 5 個是未成年少女所生下的，所以身上經濟源頭還是自己的父母親來給予，追求一次的滿足而造成一生的不自由，可能還有很多想做的事還沒去做，沒辦法像其他高中生出去玩，而就得工作或在家裡顧孩子。

但不是每一個家庭都能接受這樣的一個承擔，經濟能力不好的家庭可能選擇墮胎，因為現在的嬰兒用品例如奶粉及尿布，價格都不便宜，而且這些用品都是嬰兒的必需品，使用的時間也很長，直到嬰兒 3 歲前都還在使用，16 到 20 歲的我們怎麼可能挺著一個大肚子在外工做賺錢，如果男方又不負責這個責任，等於所有的經濟來源都要來自父母，男女方都要有面對問題的責任，女生把孩子生下就失去了自身的自由，在工作和孩子間穿梭，不可能只尤女生去工作，男方也要放棄自己的夢想來賺錢養孩子，這個讀書時期懷孕的女孩，都要很努力的賺錢養小孩和教育他所有的責任。

四、父母親的想法與處理方式

很多父母都沒辦法接受自己的孩子未婚懷孕，尤其是還在發育階段的高中生，甚至有些很小年紀就懷孕了，那些嚴謹的家庭更是不能接受自己的女兒年紀輕輕就偷嘗禁果懷了別人的孩子，有些父母親甚至會因為不能接受，這樣反而會讓女兒更沒辦法接受那樣的自己，理性的父母親雖然生氣但還是得接受這樣的事實，同時也要尋求處理方式，父母親應該跟女兒一起討論是要把小孩生下來撫養，還是要拿掉，而拿小孩也要找那些合法的醫院，並且多關懷女兒也要她對於外面的世界更謹慎，別輕易的就辜負了自己的一生及一身。

五、社會大眾如何看待未婚懷孕

很多未婚懷孕的女孩常常因為害怕而擅自找密醫，所以有很多女生因為墮胎沒處理好，而造成不孕或是對身心很大的傷害，很少有女生會和別人討論：「我懷孕了！怎麼辦？」這個問題，她們害怕跟別人說，是因為這個社會到現在還是沒辦法接受這種事情，但事實上教育部已經實施「學生懷孕事件輔導與處理要點」，學校不能要求學生退學，還必須主動幫忙懷孕的學生就學（註三），但是很多家長覺得未婚懷孕是一件很丟臉的事情，尤其是發生在自己的女兒身上時，那些言語怒罵會對孩子造成很大的影響。

所以未婚懷孕的女孩會害怕，也不敢告訴朋友，若男方不打算負責，那麼女方就只能獨自一人面對，她們害怕說了是不是會被這個社會排斥，是不是會被言語上的諷刺，甚至是異樣的眼光，也許未婚懷孕並不是一件壞事，只要妥善處理並沒有什麼大礙，但由於這個社會的刻板印象對於此事是不好的，過程中會聽到難聽的話，甚至是被歧視，她們覺得唯一能選擇的就只有墮胎，而在自己的人生造成最大的污點。

在馬來西亞這個國家，墮胎是犯法的，要經過一定的法院程序還有醫護人員的鑑定，醫院才允許墮胎，很多人會認為墮胎是最快的方法，於是就去非法墮胎，手術過程中如果不衛生，會引起細菌感染，子宮受損和影響日後的性行為，甚至會導致生命危險，年紀越小，恐懼與害怕也越大，加上這個社會把未婚懷孕者看成是罪人，我們應該給予同等的對待，給予她們希望，而不是讓她們覺得不被接受。

六、學生提問分析

本研究以恆春工商資處科學生為例，提問 30 名學生，如何看待未婚懷孕者，發現有 16 名學生會以同理心的心情看待未婚懷孕者，有 11 名學生會想幫助未婚懷孕者，有 3 名學生會覺得與我無關。由此可知，正值青春期的學子，在面對同儕懷孕時，大部份的人會選擇以同理心來看待未婚懷孕者，並給予鼓勵支持，協助當事者面對及解決問題。

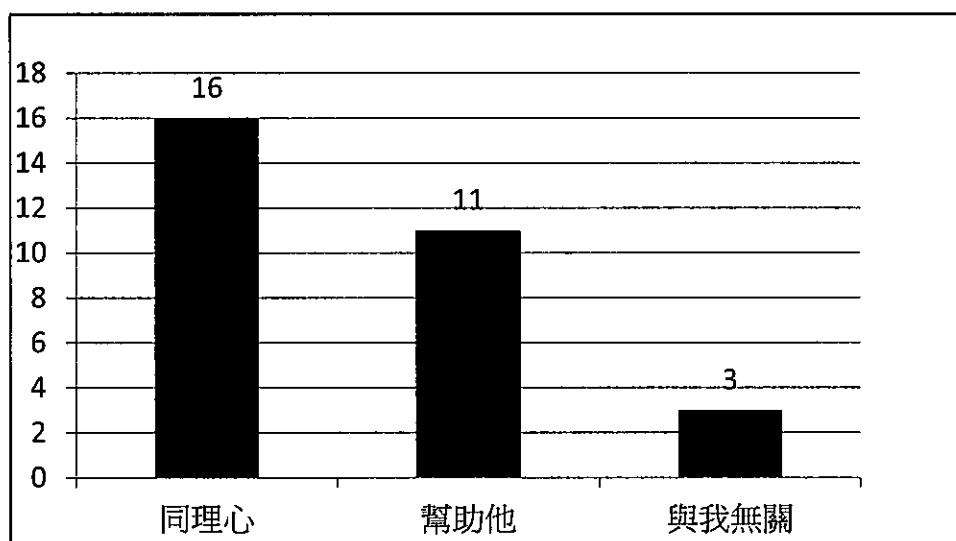


圖 2 以資處科 30 人如何看待未婚懷孕者

七、實際訪談

訪談者當時年齡是 18 歲，且屆於高中畢業，因未婚懷孕而與男方結婚，係屬早婚者，目前當事者為 23 歲，家庭幸福美滿，其訪談內容如下所示：

(一) 提問 1：當時得知自己懷孕有甚麼內心影響？

訪談者回答：覺得很害怕不知所措又很慌張，不敢告訴朋友，怕他們離我而去且說我一些很難聽的話語，更不敢告訴爸媽，因為怕被罵被趕出家門，更怕他們傷心失望，這種恐懼是前所未有的，頓時會感到腦筋一片空白。

(二) 提問 2：當時有想過甚麼求救方法嗎？

訪談者回答：沒有特別去尋求求救方法，就是告訴另一半與另一半一起討論並告知父母，和他們一起討論。

(三) 提問 3：我有能力當媽媽嗎？

訪談者回答：第一時間知道我自己懷孕了，我就有覺得我對這個小生命有責任，會想生下來就是因為我已經準備好了，雖然對未知的未來感到恐懼，但是我會爲了這個小生命努力。

(四) 提問 4：父母親的想法和處理方式呢？

訪談者回答：父母親一開始得知時候比我還不知所措，但冷靜下來以後我們一起討論，由於雙方家長一開始並沒有反對我們交往，所以對此事的處理方式是結婚之希望男方可以好好照料與負責。

(五) 提問 5：你覺得這個社會是怎麼看待未婚懷孕的？

訪談者回答：現在的社會對於未婚懷孕還是用著歧視的眼神，諷刺的言語去對待他們，因為覺得他們很隨便，怎麼可以年紀輕輕就發生了這種事情，但我覺得事情好壞還是要看是往哪方面去看待，不是當事人當然不會了解那種感受，我的情感雙方家長本來就是同意的，只是沒想到會在我高中畢業時就懷孕了，當時確實很害怕外在的眼光，但也因為這樣踏入婚姻有了自己的家庭還有兩個小孩，也更了解我的另一半有多愛我，但少數人是和我一樣的父母無意見男方會負責而結婚的，那些年紀更輕的未婚懷孕者比我有著更大的恐懼，我們應該給予鼓勵，而不是一昧的言語攻擊和冷潮熱諷。

參●結論

現在青少年對「性」都會很好奇，就在一時的衝動之下，做出無法挽回的事情，他們都只是一時的好奇而去嘗試，都沒有想到後果，15 到 18 歲這個階段都還是在就學期間，年紀輕輕的就懷孕，當沒有足夠的經濟能力去撫養這個小孩時，便會休學而去尋找工作來支撐這個家庭，如果男方不負責，而女方卻要一方面照顧小孩，另一方面卻還要去工作賺錢，而照顧小孩的時間就會相對的變少，然後就無法讓這個小孩接受到完整的家庭教育，並且有可能讓小孩重蹈覆轍做了相同的事情，而這事情一直惡性循環，讓這個世界出現了更多的未婚懷孕者。

假如真的很好奇想去嘗試，那麼一定要做好安全的措施。沒有任何安全措施是百分之百的防範方法，每一種方法都會有風險，所以要偷偷嘗試之前，要想好後果會怎麼樣，不要只是一時衝動，而不去做任何的負責，把所有責任丟給了女生自己一個人去承擔。

如果聽到這個事情的時候，我覺得這是現在青少年常發生的事情，所以我去思考當我遇到這件事情的時候我會怎麼處理，可是我卻思考了很久，卻也沒有想到最好的處理方法，所以我去詢問了長輩的意見或是想法，當他(訪談者)知道自己懷孕了當下都是不知所措、不知該如何是好，然後去尋求家人的幫忙或是與另一伴討論，但這不是每個人都可以做到的，這需要很大的勇氣還有一顆不去逃避面對現實的心，鼓起勇氣去詢問了家人，心中彷彿放下了一個很大的包袱，有了更多人的幫忙，相信就算再大的問題都能夠很快的解決，就算周遭的人用了異樣的眼光來看待這些人，我們也不能夠去嘲笑他們，畢竟他們有爲了自己所做的事情去負責，所以不能去排斥他們。

本研究訪問了一位曾經經歷過這種事件的女生，雖然她的結局是美滿的，而且男方有負責，他們也生了兩個可愛的小孩，可是不可能每一個未婚懷孕的少女都能那麼幸運的讓孩子出生在一個完整的家庭。

肆●引註資料

註一：青少年未婚懷孕相關因素及其預防輔導策略。擷取日期：2014 年 09 月 23 日。取自：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/36/36-43.htm>

註二：未婚懷孕了！我該怎麼辦？。擷取日期：2014 年 09 月 16 日。取自：<http://mental.health.gov.tw/WebForm/External/ArticleDetail.aspx?ArticleID=47&Type=07>

註三：未婚懷孕怎麼辦（2006 年）。台北市女性權益促進會。

投稿類別：家事類

篇名：

早婚 V.S 晚婚？

作者：

柯乃慈。國立恆春工商職業學校。資處三甲

江亭葦。國立恆春工商職業學校。資處三甲

張 群。國立恆春工商職業學校。資處三甲

指導老師：

陳淑萍 老師

壹●前言

一、研究動機

台灣早期年代的人剛出生就被分配作童養媳，也有人一輩子都是羅漢腳。近年來台灣社會平均結婚年齡逐漸升高，進而產生許多問題，例如：年紀過大導致無法健康陪伴孩子長大，導致孩子年紀輕輕就必須擔起替家庭經濟重任。另外，在早婚的年輕男女方面，因為心智不成熟或意見不合的關係，而致使離婚率增加使得孩子遭受棄養，延伸出許多社會問題。

台灣地區的婚姻隨著人口年齡與性別結構，以及文化習俗而產生一些變化。每年結婚情形的統計主要有「初結婚率」與「初婚率」首先以「初結婚率」（15歲以上人口每年結婚對數）來說，早期傳統社會預期壽命較短，為了傳宗接代，結婚年齡比現在還要早。二次大戰後到1970年之間，台灣地區開始工業化，粗結婚率呈現下降的趨勢，1970年開始進入嬰兒潮適婚年齡，粗結婚率回升超過了千分之9，1980年之後又下降，至1998年粗結婚率降至千分之6.69，1999年隨即提昇為千分之7.87，2000年達到8.19，這兩年結婚率上升；之後又下降，2001年與2002年分別為千分之7.63與7.69。（註一）

女性晚結婚收入高，男性早結婚事業順。普遍的女性若晚婚就可以專心的打拼事業，相當的收入自然高。而男性早婚有了另一半的幫助也可以認真投入事業使得事業順利發展。相反的，女性晚婚則有高齡產婦的危險，男性早婚後若承擔經濟使壓力過大而導致拋妻拋子的狀況發生呢？

二、研究目的

- （一）男女對早晚婚的心理看法
- （二）了解早婚、晚婚的婚姻狀況之差別性以及探討該付出的代價。
- （三）本研究小組藉由問卷已恆春工商的學生為例，藉由問卷欲調查現在的高中生對早晚婚的心理看法與代價。

三、研究方法

- （一）閱讀資料探討文獻
- （二）發放問卷

四、研究流程



圖一 研究流程

貳●正文

一、 男女對早晚婚的心理看法

(一) 男生心理看法

男生看法是都不會因為衝動就結婚，但有衝動結婚的佔 8%，以知現代的年輕男生想法都比以前來的成熟，可是，還是有不想結婚的念頭，可能還想在事業上發展，所以男性都比較偏向晚婚。

(二) 女生心理看法

現代女性覺得太早結婚會嫁不到好男人，或是沒好的工作背景可以養家餬口，所以大多女性還是等遇到好的人才結婚，因此造成現今許多人不結婚或是晚婚。(註二)

二、代價看法

(一) 想法

前輩一直告誡後輩，年輕貪圖自由、享樂，只是把責任往後挪來背而已。年輕趕快把婚結一結，小孩生一生，早點解脫，晚來好享清福啊。人生本來就是一個圓滿。得與失就是一個天秤的兩端！！但是重點夫妻倆得有共識，兩人都必須對生兒育女負起責任，壓力甘之如飴，不然生出來之後不可能塞回去狂笑！切記，不能抱著試試看的心態，早晚婚是兩人的心理、經濟、緣分去下定論。

(二) 代價

1. 優點

- (1) 早婚：在於體力處於顛峰期，生育容易。畢竟年輕就是本錢，做什麼事就是精力可以衝，所以照顧孩子時體力上較不疲憊。
- (2) 晚婚：事業穩定，女性晚結婚收入高、男性早結婚事業順。

2. 缺點

- (1) 早婚：太早生孕會因孩子關係，而無法上學耽誤學業。太年輕的話修養穩重性還不足，容易為了細故吵架增加離婚的風險，還有經濟能力可能也比較不足，剛開始會比較辛苦，夫妻必須共患難共同對問題。

- (2) 晚婚：太晚生孕超過 35 歲會導致受孕不易，且沒體力帶小孩。年老時進入病重時期，就剩沒多久時間可以陪伴孩子。(註三)

三、問卷分析

此次調查問卷共發放 110 份問卷，回收 110 份，有效問卷 94 份，無效問卷 16 份，針對恆春工商學生進行調查與統計分析。

早婚晚婚問卷調查(註二)

親愛的受訪者您好：

我們是恆春工商資處科的學生，目前正於學校修讀「專題製作」課程，由於我們想瞭解現代高中生對早、晚婚的想法，需要您的寶貴意見。本問卷僅供研究之用，採不記名方式進行，保證不干涉個人隱私、或做其他用途，耽誤您一些寶貴的時間，請務必認真填寫，謝謝。

資處三甲第三組敬上

一、基本資料

1. 性別：☐ 男 ☐ 女
2. 年級：☐ 一年級 ☐ 二年級 ☐ 三年級

二、問卷內容

請針對以下的問題，以假設為主再用自身感受回答勾選答案，其中 5 是『同意度最高』，依序遞減，1 表示『同意度最低』。	同意程度				
	1	2	3	4	5
1. 假設結婚時，您是否會考慮清楚可能遇到的家庭狀況？					
2. 假設您結婚時，抱持的心態會是「非他／她不可」嗎？					
3. 您會因為一時衝動而選擇結婚嗎？					
4. 您會因為傳統觀念而選擇早婚嗎？					
5. 您會因為未婚懷孕而選擇結婚嗎？					
6. 假設您結婚後，會希望另一伴是想要的理想情人嗎？					
7. 您覺得晚一點結婚生活品質會比較好嗎？					
8. 假設您晚婚會擔心自己無法健康的陪伴孩子成長嗎？					
9. 假設您晚婚會擔心自己有不孕的狀況發生嗎？					
10. 您是否擔心因為太晚決定結婚而找不到另一伴？					

(一) 樣本資料分析

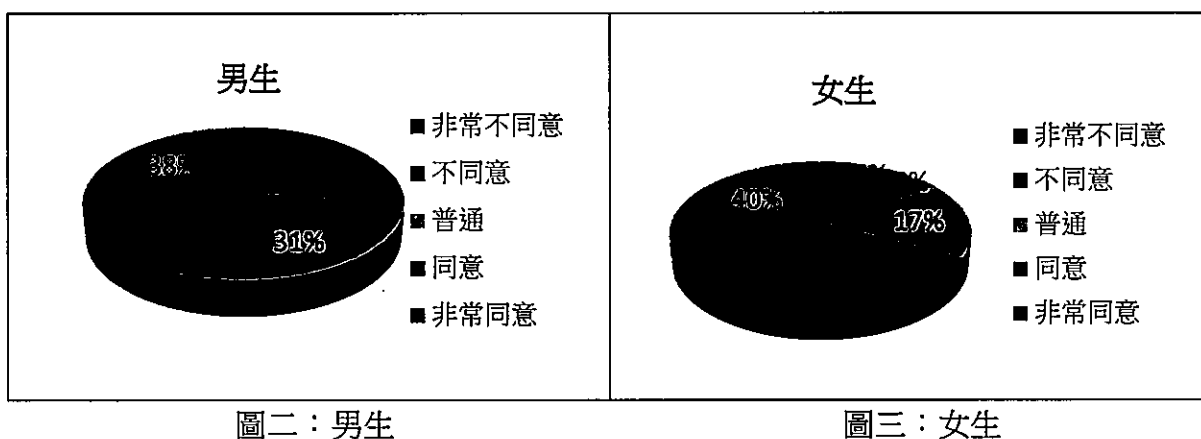
表一 樣本資料分佈情形

樣本	填答者資料
性別	男生佔 26%，女生佔 74%
年級	一年級佔 43%，二年級 35%，三年級 22%

(二) 問卷內容分析

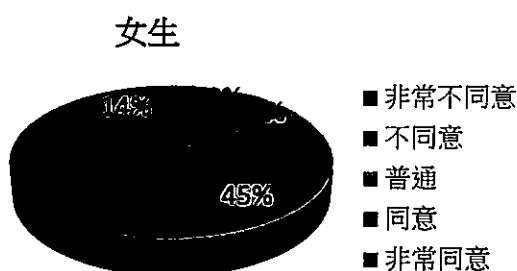
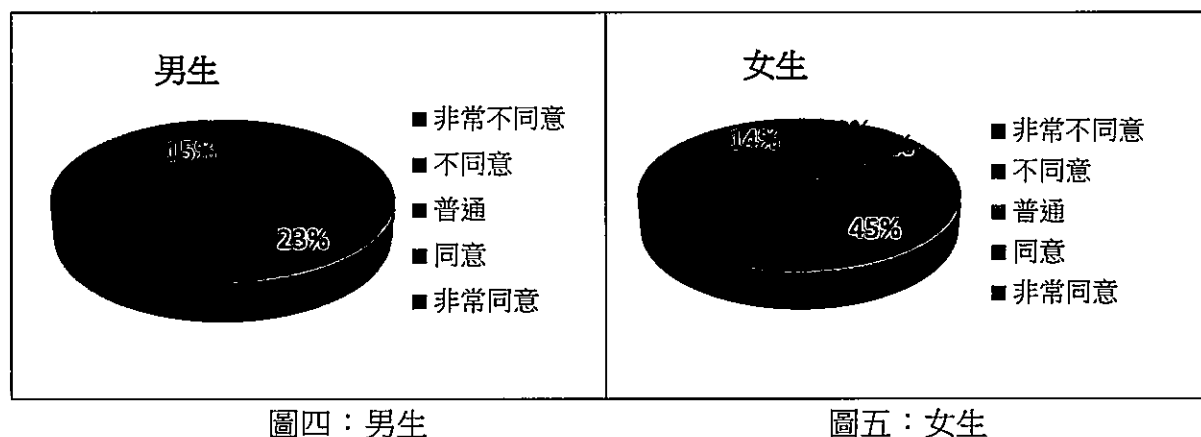
1. 假設結婚時,您是否會考慮清楚可能遇到的家庭狀況?

分析：由圖二、圖三可知，男生佔 38%、女生佔 40%非常同意男女對於結婚時會非常慎重考慮，未來可能遇到的家庭狀況。



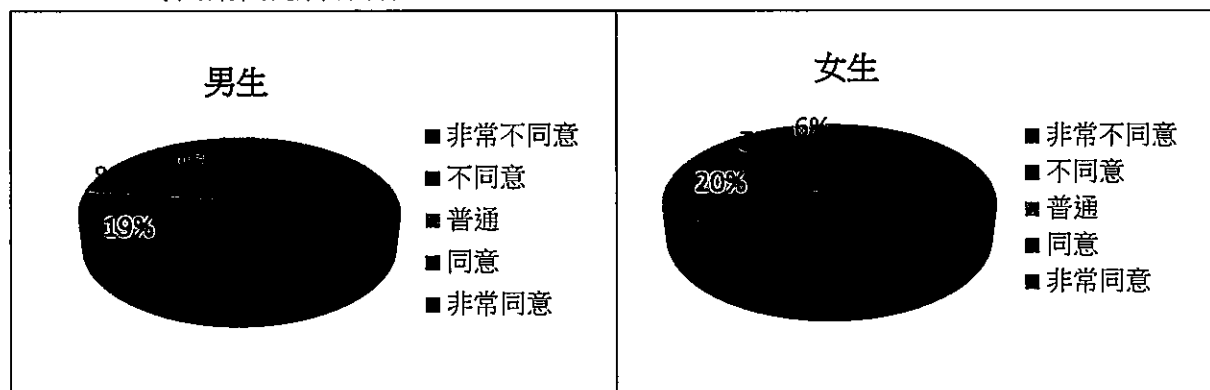
2. 假設您結婚時,抱持的心態會是「非他/她不可」嗎?

分析：由圖四、圖五可知，男生占 35%為同意，代表大多男生都會選擇非要她/他不可。女生佔 45%為普通，代表不一定非他/她不可。



3. 您會因為一時衝動而選擇結婚嗎?

分析：由圖六、圖七可知，男生佔 42%、女生佔 34%皆為非常不同意，因為一時衝動而選擇結婚。

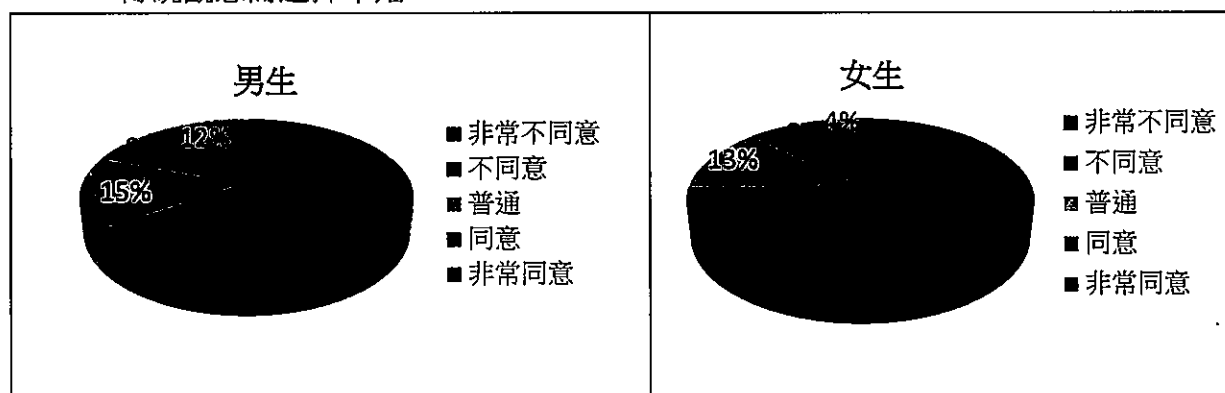


圖六：男生

圖七：女生

4. 您會因為傳統觀念而選擇早婚嗎?

分析：由圖八、圖九可知，男生佔 46%、女生佔 54%皆為非常不同意，因為傳統觀念而選擇早婚。

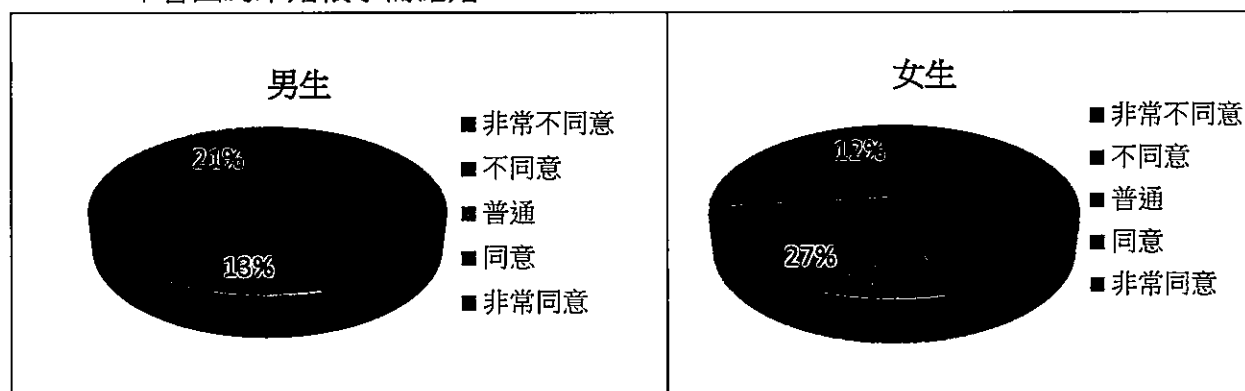


圖八：男生

圖九：女生

5. 您會因為未婚懷孕而選擇結婚嗎?

分析：由圖十、圖十一可知，男生佔 33%、女生佔 31%皆為非常不同意，都不會因為未婚懷孕而結婚。

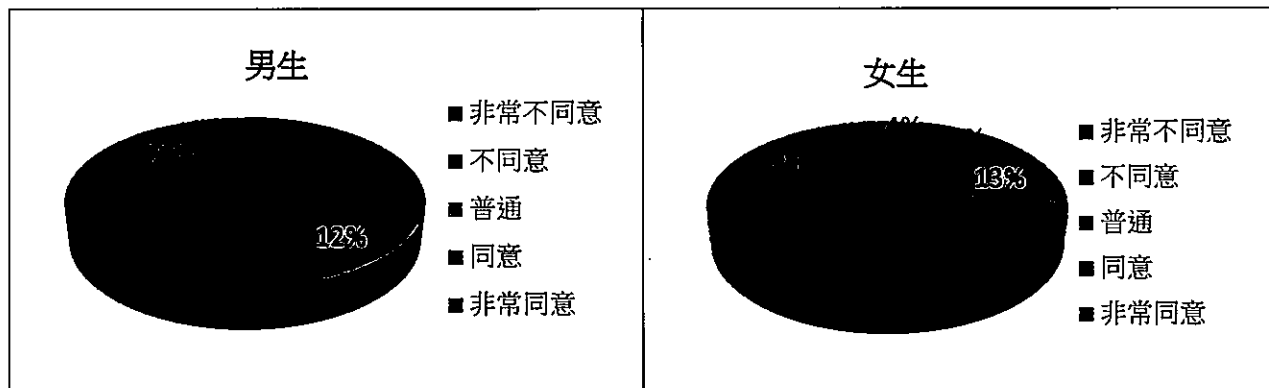


圖十：男生

圖十一：女生

6. 假設您結婚後,會希望另一伴是想要的理想情人嗎?

分析：由圖十二、圖十三可知，男生佔 32%、女生佔 41%皆為非常同意，大多數男女生都希望未來另一伴是理想情人。

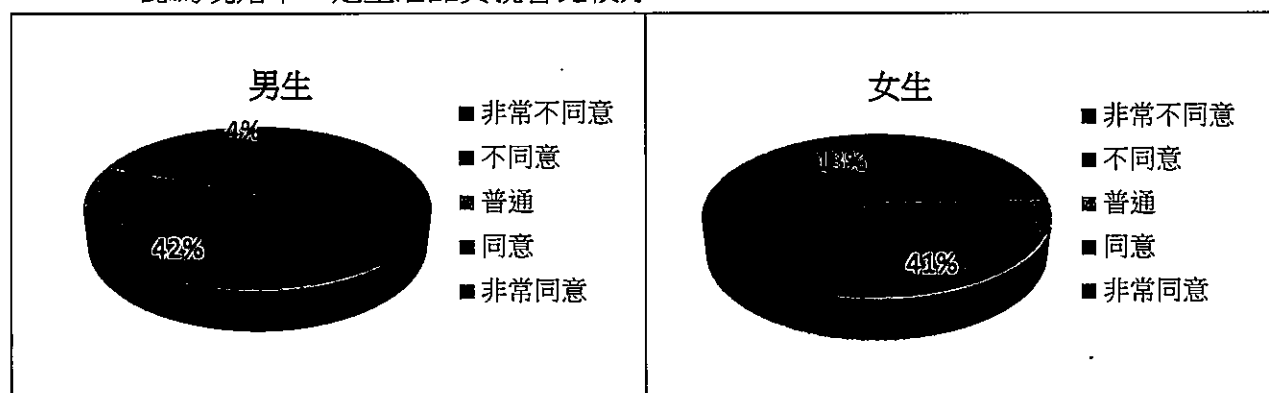


圖十二：男生

圖十三：女生

7. 您覺得晚一點結婚生活品質會比較好嗎?

分析：由圖十四、圖十五可知，男生佔 42%、女生佔 41%皆為普通，男女皆認為晚婚不一定生活品質就會比較好。

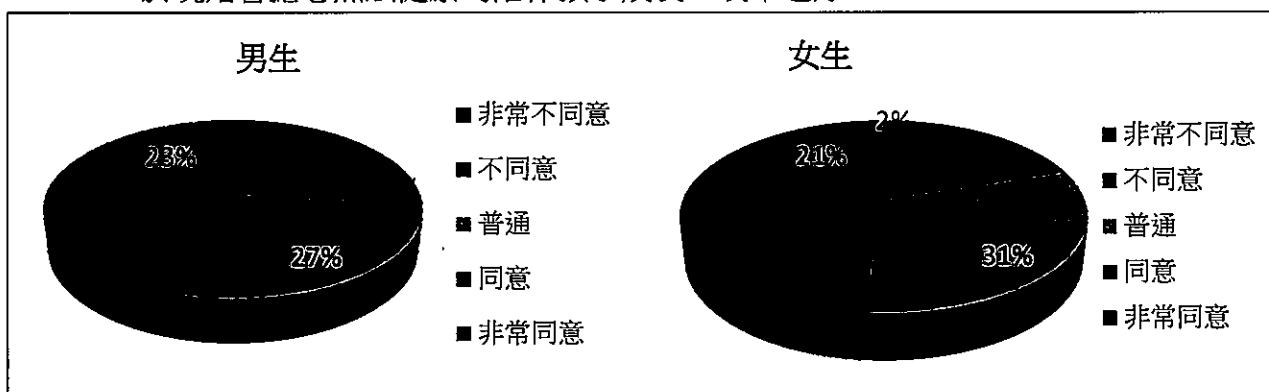


圖十四：男生

圖十五：女生

8. 假設您晚婚會擔心自己無法健康的陪伴孩子成長嗎?

分析：由圖十六、圖十七可知，男生佔 27%、女生佔 31%皆為普通，男女對於晚婚會擔心無法健康的陪伴孩子成長，表示還好。

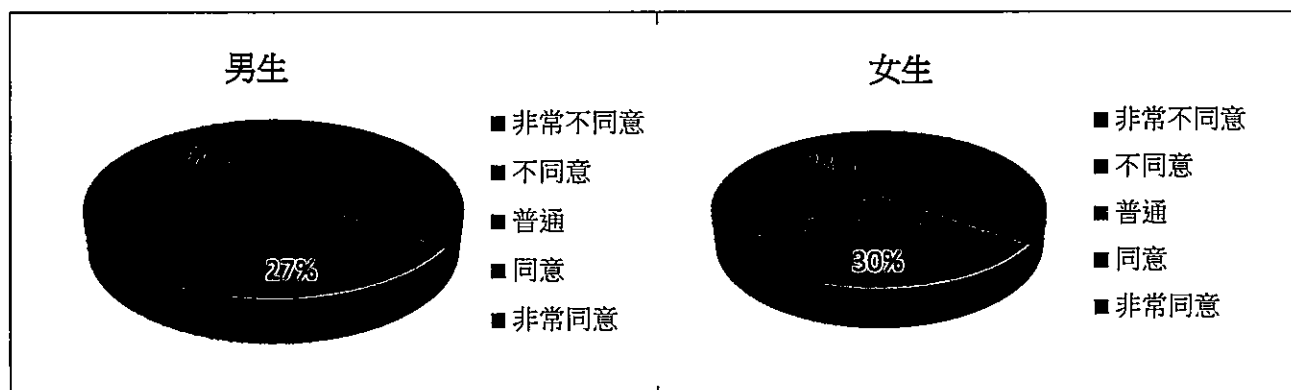


圖十六：男生

圖十七：女生

9. 假設您晚婚會擔心自己有不孕的狀況發生嗎?

分析：由圖十八、圖十九可知，男生佔 27% 為普通與非常同意取中間值為同意，女 30% 為普通。男生為同意會擔心自己不孕，女生則是表示還好。

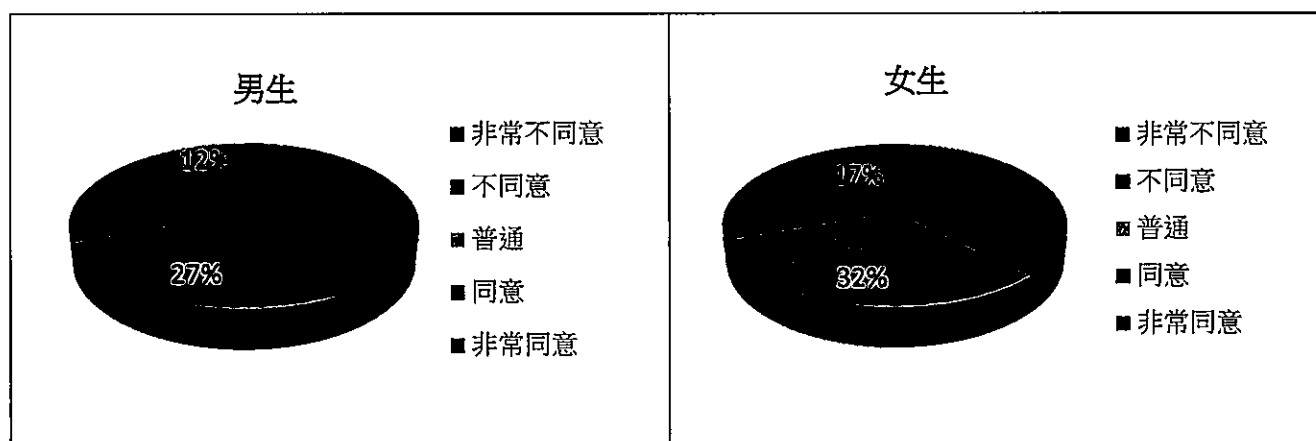


圖十八：男生

圖十九：女生

10. 您是否擔心因為太晚決定結婚而找不到另一伴?

分析：由圖二十、二十一可知，男生佔 27%、女 32% 皆為普通，男女對於晚婚而找不到另一伴，表示還好。



圖二十：男生

圖二十一：女生

叁●結論

第一題透過問卷分析可知，現代男女會非常慎重考慮未來的家庭狀況而導致選擇晚婚的原因。第三題特過問卷分析可知，現代男女高中生，並不會因一時衝動而選擇早婚。第二題透過問卷分析可知，男性通常會選擇特定的對象，而女性採不一定的心態。所以產生兩種心理可能：1 男性有了特定對象而結婚機會高，女性因為對象不定而會再三挑選對象，結婚可能低。2 男性必須找尋到特定的對象，照成晚點結婚機會低。而女性因為對象不一定要特定，所以結婚機會高。現代高中生並不會因為一時衝動(第三題)、傳統觀念(第四題)、未婚懷孕(第五題)而選擇早婚。是因為第一題，現代男女會非常慎重考慮未來的家庭狀況而導致選擇晚婚的原因。

第六題特過問卷分析可知，現代男女性明顯表示希望婚後另一半是理想情人，而在結婚前一定會慎重擇偶，表示晚婚機會較大。第七題透過問卷分析可知，現代男女並不會因為晚婚覺得生活品質較好，而選擇晚婚。表示早婚機會較大。第八題，現代男女並不會擔心晚婚年老無法陪伴孩子，所以會選擇晚婚機會較大。第九題，男性會擔心因為晚婚有不孕狀況，而女性覺得還好。現代醫療發達，女性不會擔心有不孕狀況。第十題，現代男女高中生並不會擔心年齡較長而有找不到對象的狀況發生，晚婚機會較大。

總而言之，現代高中男女選擇晚婚居多。大多數並不會因為選擇晚婚該付出的代價而煩惱。也不會受到一些傳統觀念，或是關於早婚狀況動搖。但本小組還是希望社會晚婚狀況能改善，建議早婚。

肆●引註資料

註一：YAHOO 奇摩知識網站。擷取日期：2014 年 09 月 30 日，取自：

<https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1105050605371>

註二：蔡佩君（2002）。單身不賴，結婚更好。大塊：台北。

註三：YAHOO 奇摩搜尋引勤。擷取日期：2014 年 09 月 30 日，取自：

<http://120.101.173.14/%E7%94%9F%E7%A7%91%E5%B0%8F%E8%AB%96%E6%96%87/upload/14/0.67375000%201355792377.pdf>

投稿類別：商業類

篇名：

來自南台灣的好滋味－芒果的經濟效益

作者：

戴思宇。國立恆春工商。資料處理科三年甲班
朱惠如。國立恆春工商。資料處理科三年甲班

指導老師：

陳淑萍 老師

壹●前言

一、研究動機

每到夏季是芒果盛產的季節，而南台灣是愛文芒果的產地，當產季開始時，枋寮以南種植芒果的農民，紛紛開始採收，裝箱送至農會產銷地。近年來，南下觀光的遊客日益增加，每當產季一到，枋寮以下延途均有販售芒果的自耕農，為此帶來不少的經濟收入，基於此，本研究想瞭解夏季暢銷的愛文芒果能為南台灣帶來多少的經濟效益。近年來觀光客日益增加，芒果的需求也跟著增長。以愛文芒果為例：南台灣最盛產的就是愛文芒果，而這些愛文芒果又賣到了哪裡？出售了多少？本研究欲針對此類議題作一探討與瞭解。

二、研究目的

- (一) 了解南台灣芒果的銷售據點
- (二) 探討果農一年可產出多少產量
- (三) 比較南台灣之芒果較其他地區之優勢以及為台灣帶來之經濟效益

三、研究方法

- (一) 產地訪談：實地訪問枋山地區果農。
- (二) 文獻探討：上網查詢，或至圖書館查詢商業類報紙、雜誌、書籍、期刊。

四、研究流程

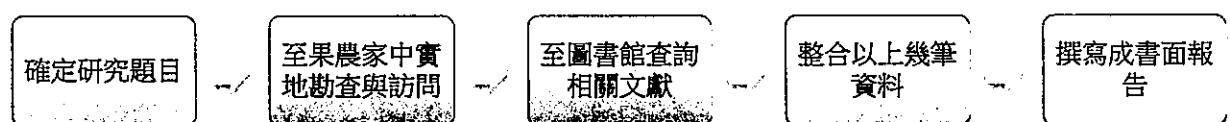


圖 1 研究流程

貳●正文

一、南台灣芒果生產量

由表 1 可知，台灣一年產量大約可產 21 萬 2 千 8 百 75 公噸（註一）。屏東縣境內種植愛文芒果總面積廣達 2,000 公頃，其中獅子鄉產量就佔有 900 公頃，年產量高達 12,972,840 公斤，年銷售計 5,000 萬元以上，以南世、內獅及獅子村產量最大且每年果品評鑑成績均名列前矛品質特優。為顯示芒果不只香甜可口，更是品質保證，特於「到底！獅子好芒」活動會場舉辦「優質芒果評鑑競賽」，藉此讓民眾瞭解如何挑選品質優良的芒果，並藉此提升本鄉芒果競爭力，已達行銷本鄉農特產品之效。（文章內容請作整理）

表 1 ○○○○（表的名稱，請打上去）

地區別	亞洲	非洲	北美、中美洲	南美洲	大洋洲	台灣
收穫面積	2,360,779	316,639	236,929	115,369	6,627	18,564
產量	19,424,433	2,253,284	2,232,819	1,159,960	33,562	212,875

二、愛文芒果之優勢

愛文芒果之產期、產量及品質極易受天候因素影響。如民國 88 及 90 年台南縣及屏東縣產期重疊，致產期市場到貨量暴增，造成市場價格波動現象。近年來經藉調整產業結構，鼓勵不具競爭力之粗放果園廢園造林、辦理品種更新、矮化間伐等措施；輔導推行田間省工作業，協助農民改善產銷設施；推廣愛文芒果疏果、完熟採收、加強採後保鮮處理作業以改進產品品質；並輔導辦理果品外銷，拓展外銷市場。經推行一系列改進措施，品質明顯提升，年產量亦趨穩定，致近年來產地價格表現持穩，深受消費者喜愛。如 91 年雖逢乾旱，小果率偏高，然產地價格仍能維持平穩水準，且相較於其他芒果品種及夏季他項果品，仍具競爭優勢。（註二）。由此可知，愛文芒果之優勢如下：

- （一）即使產量倍增，導致價格下跌，也不影響當年的銷售額，維持年水準。
- （二）可以不斷進行品種更新，使愛文芒果更具競爭力。
- （三）拓展市場至國外，讓愛文芒果的銷路更廣泛。

三、愛文芒果為屏東帶來之效益

無論愛文芒果跌或漲、產量多寡，每年都位居在銷售排行榜第一名寶座，緊

追在後的是土芒果，位居第二，而為甚麼愛文芒果能如此熱銷呢？又為屏東的果農們帶來了多少的效益？

日本是台灣愛文芒果主要外銷國家，據農委會芒果外銷日本統計資料，屏東縣 98 年 623 公噸，99 年達 775 公噸，數量連續兩年達全台最高。因此，卻增加外銷量，可以為農民爭取更多利潤(註三)。可以採取如下策略：

- (一) 增加外銷，為果農爭取更大利益。
- (二) 選擇固定外銷國家：如日本。

芒果是屏東縣重要農特產，每年 4 月至 5 月是主要產期，產地在枋山、春日、獅子、枋寮一帶，面積有 3 千多公頃，由於氣候及環境適中，產期較其他縣市早，價格也優於其他地區，以往以內銷市場為主，近幾年縣府持續輔導農民外銷，成效已呈現，尤其到日本，降低盛產造成產銷壓力及價格波動，所以外銷是農業政策重要一環。(註四)。

由此可知，外銷，可以說是台灣芒果經濟最重要的一環。並且在上文中發現。南台灣芒果銷售如此好之原因是：

- (一) 氣候環境適中，結出的芒果更甜美肥沃。
- (二) 產期較其他地區早，以致可以提早銷售。
- (三) 價格優於其他地區。

2007 年曾組團到日本大阪促銷屏東愛文芒果，獲得相當大的迴響。雖然日本宮崎縣也產芒果，但價格高，曾每顆達日幣 10,000 元，相較台灣芒果，較平價，消費者負擔得起，而且香味口感不輸本國產，這也是台灣芒果暢銷原因之一。(註五)。由此可知，主要外銷日本的原因是：

- (一) 因為國產芒果較日本產芒果價格便宜。
- (二) 國產芒果的口感不輸日本產芒果。

枋山地區（包括獅子鄉）的芒果面積約有 1,700 公頃，品種絕大部分是愛文，金煌大約只有 30 公頃，其他品種約 20 公頃。(註六)。

由此可知，愛文芒果的主要產地坐落在屏東以南的地區，為當地的原住民族與果農爭取到非常龐大之利益。

實地訪談自耕農

(一) 本研究提問：一年銷量可賣出多少？

自耕農回答：九十萬至一百萬，甚至以上。

(二) 本研究提問：除了耕種愛文芒果外，有沒有耕種其他品種的芒果？

自耕農回答：並沒有，屏東以南一帶都以愛文芒果為主。

(三) 本研究提問：那愛文芒果的種植面積大約有多少？

自耕農回答：一甲地。

(四) 本研究提問：外銷國家是哪裡到哪裡？

自耕農回答：大陸、日本一帶。

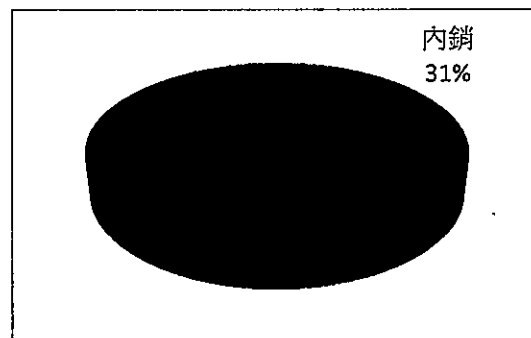


圖 2 內外銷分布圖 資料來源：果農口述

小結：南台灣是出產愛文芒果的最大宗，並且外銷國家不只有日本，還有中國大陸等。

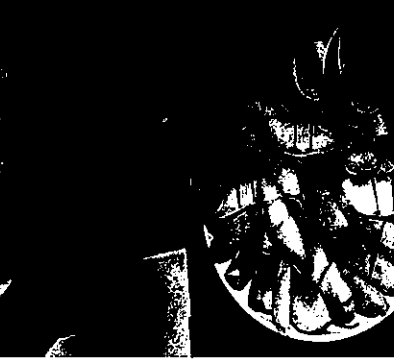
五、果園情形比較圖



圖 3 獅子頭入口
拍攝日期：103 年 10 月 16 日



圖 4 芒果樹開花
資料來源：註七

	
圖 5 未結果的芒果園 拍攝日期：103 年 10 月 16 日	圖 6 芒果結實 資料來源：註八

參●結論

一、為什麼賣的好？

在我的研究裡面發現，通常台灣外銷的都是鄰近國家，並且賣的好的原因是以下幾點：

- (一) 因為他國產的芒果較貴，而台灣產口感並不輸他國產。以至於他國人民愛購買台灣產芒果。
- (二) 因為台灣當地的氣候非常適合熱帶水果的生長，結出的果實比其他品種的芒果肥美。所以變成他國人民的熱銷產品。
- (三) 因為產期較他國早，所以可以提早產出芒果而提早銷售。

二、銷售據點坐落位置與數據

以內銷為例，台南以北一年有：一斤八十乘上總共賣出一百二十等於九千六百。以外銷為例，大陸一年有：一斤一百八十乘上一百二十等於兩萬一千六百兩者加上是超過上面所說的九十萬，愛文芒果所帶來的效益遠超過我們的想像，因此他對台灣的影響甚大！若台灣能成為芒果王國，帶來的效益對台灣來說不僅可以改善現在景氣低迷的情形甚至可以讓台灣的經濟重新起飛。

三、芒果之經濟效益

芒果為台灣農民帶來之效益非常的大，因為鄰近的國家產的芒果價格都讓人無法接受，並且台灣氣候剛好，培養出來的果實不需要經過特別的加工就已經肥美而甜蜜的口感，是他國人民所喜好的天然口味。讓台灣這塊土地的農民獲得了非常龐大的經濟效益，就我所對農民訪談的結果，一年再產季內可賣出：九十萬至一百萬以上；甚至更多！而芒果可以做出各式各樣的周邊產品，像是：芒果主題民宿、芒果主題館或是芒果觀光果園等等……為果農和服務業者或是餐廳業者帶來更大的合作商機。現在連外國也都有這樣的芒果主題館，例如：大陸的芒果主題旅館

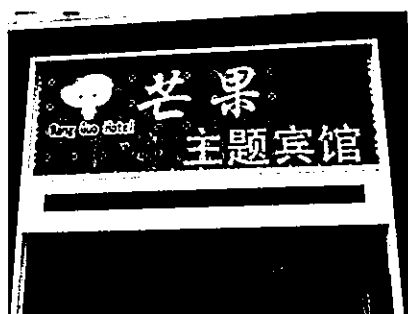


圖 7 ○○○（名稱打上去）

而台灣為了發揚芒果增加宣傳也舉辦了各式各樣的芒果活動或芒果的節日，例如：



屏東縣獅子鄉的「獅子好芒」活動：

圖 8 ○○○（名稱打上去）



亦或是台南的國際芒果節：

圖 9 ○○○（名稱打上去）

這些都是為了芒果所做的宣傳與推廣，芒果不只是用來外銷，也是台灣人民重要的一環。

肆●引註資料

註一 芒果主題館。擷取日期：2014 年 10 月 03 日。取自：

<http://kmweb.coa.gov.tw/subject/ct.asp?xItem=104897&ctNode=2899&mp=110&kpi=0>

註二 行政院農業委員會。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：

<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=4299>

註三 屏東縣政府。擷取日期：2014 年 10 月 10 日。取自：

http://www.pthg.gov.tw/tw/News_detail.aspx?s=55418&n=10857&p=2

註四 屏東縣政府。擷取日期：2014 年 10 月 13 日。取自：

http://www.pthg.gov.tw/tw/News_detail.aspx?s=55418&n=10857&p=2

註五 屏東縣政府。擷取日期：2014 年 10 月 15 日。取自：

http://www.pthg.gov.tw/tw/News_detail.aspx?s=55418&n=10857&p=2

註六 枋山地區農會。擷取日期：2014 年 10 月 17 日。取自：

<http://www.mango.org.tw/main.asp?BodySel=B>

註七 獅子鄉民代表會全球資訊網。擷取日期：103 年 10 月 18 日。取自：

www.strc.org.tw

註八 農家市集。擷取日期：103 年 10 月 18 日。取自：www.339.com.tw

圖四：hotels.cthy.com

圖五：newnet.tw

圖六：www.339.com.tw

投稿類別：資訊類

篇名：

探討青少年購買手機消費行為之研究—以台灣大哥大、遠傳電信、中華電信為例

作者：

黃佩珊。國立恆春工商。資處三甲
張詩云。國立恆春工商。資處三甲
張綿庭。國立恆春工商。資處三甲

指導老師：
陳淑萍 老師

壹●前言

一、研究動機

隨著時代改變，早期的手機早已被取代，現代人卻是人手一支智慧型的手機，因為現在手機不再是只能打電話，而是能觸控操作，外型更添加了美感，以及能下載APP，使手機不再是一個功能，更能知道消費者喜愛哪家電信業的服務品質，使消費者更多選擇方面，最重要的是搭配怎樣的費率還有添加網路資費等項目，以及優惠等專案，能讓消費者懂得購買手機等。我們希望藉由問卷調查方式，了解現代人們喜愛哪家電信以及資費等滿意度調查。

二、研究目的

- (一) 了解電信業者資費方案及優惠
- (二) 探討青少年學子選購手機消費行為
- (三) 哪些年齡階層手機用量統計。

三、研究方法

- (一) 文獻探討：經由網路搜尋相關資訊等參考資料，將資料進行整理與歸納。
- (二) 問卷調查：本研究進行問卷設計完成後，經由發放取得受測者的有效問卷，再進行分析。

四、研究流程

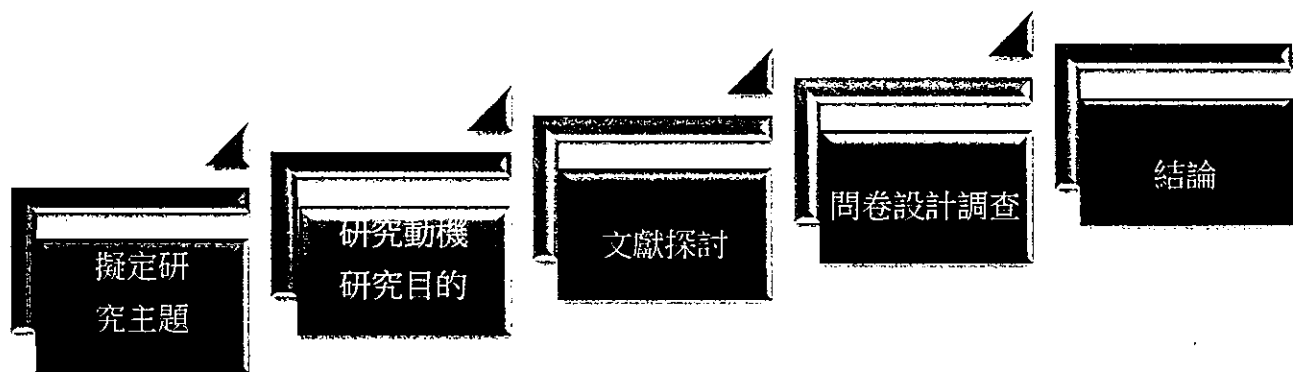


圖1 研究流程

貳●正文

一、電信業者簡介

(一)、台灣大哥大

台灣大哥大於1997年2月25日成立，是台灣第一家取得政府核發全區GSM1800系統特許營運執照的民營電信公司，同時亦是國內第一家推出WCDMA系統之第三代（3G）行動通訊服務業者（註一）。而台灣大哥大手機資費運用以及優惠專案使客戶選擇性更多樣化，如表1所示。

表1 台灣大哥大資費表

搭配手機超優惠					
月付金額 (需綁約 30 個月)		首年\$588	\$689	\$773	\$978
搭配資費		新市話 299 (首年每月減免\$200) + 行動上網 489	網內一族 401 (每月減免\$201) + 行動上網 489	在地生活 568 (每月減免\$284) + 行動上網 489	通通省 699 (每月減免\$210) + 行動上網\$489
專案優惠		.申辦語音 401 型(含)以上，每月語音月租費 5 折起！ ·上網每月減免 300 元！			
		每月送 32 分鐘 20 秒 網內、網外、市話皆可抵	每月送 網內通話 200 分鐘 網外通話費\$200	每月送區內免費通話 107 分鐘 47 秒	每月送 86 分鐘 13 秒 網內、網外、市話皆可抵
網內語音優惠		網內每通前 3 分鐘免費	1 組網內熱線(免費打)	3 組網內熱線(免費打)	網內每通前 10 分鐘免費
語音 (每秒)	網內	\$0.08	\$0.08	區內：\$0.056610	\$0.065
	網外	\$0.139349	\$0.130639	區外：\$0.113221	\$0.113221
	市話	\$1.306401(每 3 分鐘)	\$0.130639	市話：\$0.113221	\$1.306401(每 3 分鐘)
上網內含傳輸量		國內行動上網\$489 吃到飽！(原價 789)			
適用族群		適合話務量低 且常打市話、網內的 你！	適合親朋好友 都用台灣大哥大的 你	全台五大生活區任 你選，不論網內外， 通通區內價！適合 生活圈固定的你！	適合打遍網內、網 外、市話，超愛聊天 的你！
加值服務		加裝 myMusic/myVideo · 手機再折\$250！			

資料來源：（註二）

(二)、遠傳電信

遠傳電信於1997年1月獲得兩張行動通訊特許執照（GSM900與GSM1800），並於1998年1月正式開台。2001年12月，正式於中華民國證券櫃檯買賣中心掛牌上櫃。遠傳電信百分之百投資之子公司遠致電信，以總標金的新台幣101.69億元標獲A執照（WCDMA），而成為台灣第三代行動通訊服務業者之一(註三)。而遠傳手機資費運用以及優惠專案使客戶選擇性更多樣化，如表2所示。

表2 遠傳資費表

	手機費率		平版費率	4G 上網計量包
遠傳 4G	4G 絕配系列		4G 絕配平版優惠方案	4G 上網計量包
	基本語音資費		數據傳輸費率	特別優惠方案
遠傳 3G	• 哈啦精省系列 - 哈啦精省 298 - 哈啦精省 398 - 哈啦精省 598 - 哈啦精省 998 • 哈啦頭家系列 - 哈啦頭家 290 - 哈啦頭家 590 - 哈啦頭家 990 • 大 3 網系列 • 安心講系列 - 安心講 180 - 安心講 380 • 3G 主要費率比較表	• 大雙網系列 - 大雙網 1765 • 多媒體影音系列 • 金門離島費率方案	• 無限飆網費率 - 無限飆網 100 - 無限飆網 200 - 無限飆網 400 - 無限飆網 657 - 無限飆網 775 • 遠傳 Smart 費率 - 遠傳 NewSmart950 • GPRS 基本型 • 其他上網費率 • 遠傳大寬頻 3.5G:695	• 溫暖方案 • 學生價優惠方案 • 任意網內價費率方案 • 熱線 i-talk 費率方案 • 簡訊 30 方案 • 077_超值 7 折 • 遠傳台商漫遊服務 • 077_大陸 6 折
遠傳 2G	• 超值系列 • 大 3 網系列 • 2G 主要費率比較表	• 大雙網系列 • 精采系列	• GPRS 雙倍加 - 值:90/190 • GPRS:0/400	• 學生價優惠方案 • 任意網內價費率方案 • 80 聊翻天費率方案 • 熱線 i-talk 費率方案 • 簡訊 30 方案 • 077_超值 7 折 • 077_大陸 6 折
原和信	• 精算系列 • 大 3 往系列 • 原和信主要費率比較表	• 大雙網系列 • 哈拉系列	• GPRS:經濟型基本型 - 超值行	• 學生價優惠方案 • 簡訊 25 方案 • 簡訊 30 方案 • 007_超值 7 折 • 007-大陸 6 折
遠傳 Wi-MAX			• Wi-MAX399 計量型 • Wi-MAX699 網卡行 • Wi-MAX699 分享型	

資料來源：（註四）

(三)、中華電信

中華電信事業原由交通部電信總局獨占經營。使電信產業更具競爭力、以及提升服務品質，逐步將電信事業開放予民營業者經營。而在電信自由化的計畫當中，最重要的即是電信事業的「政企分離」，將電信事業的管理與經營脫鉤（註五）。而中華電信手機資費運用以及優惠專案使客戶選擇性更多樣化，如表3所示。

表3 中華資費表

資費類型			183 型	383 型	583 型	983 型	1683 型
月租型			183 元	383 元	583 元	983 元	1.683 元
優惠內容			月租費可抵等額通信費				
語音費率 (元/秒)	網內	一般	0.08	0.07	0.06	0.04	0.03
		減價	0.07	0.06	0.05	0.03	
	優惠網	一般	0.08	0.07	0.06	0.04	
		減價	0.07	0.06	0.05	0.03	
	網外		0.1393	0.1304	0.1087	0.1	0.0914
	市話		0.1349	0.1217	0.1018	0.0869	0.0782
影像費率 (元/秒)	網內	一般	0.12	0.11	0.09	0.06	0.05
		減價	0.11	0.09	0.08	0.05	0.03
	網外		0.25	0.23	0.2	0.18	0.15
簡訊費率 (元/則)	網內		1.1287				
	網外		1.4803				
	國際		5				
數據費率 (元/封包)	<=50 萬封包		0.005	0.0025	0.0013	0.0006	0.0003
	50-100 萬封包(含)		0.0025	0.0013	0.0006	0.0003	0.00016
	>100 萬封包		0.0013	0.0006	0.0003	0.00016	0.00008

資料來源：（註六）

二、行銷方式

(一)廣告之意義

電信業已廣告方式主要在於促進「電信業」與「客戶」之間的「溝通」，「廣告」就是在明確贊助下，透過給付「媒體」和文字、聲響、影像等「訊息」各種方式呈現，讓客戶知道有出新產品。促進客戶購買的方式之一，因採取「正面、積極、有利」的購買行動。

(二)廣告之類型

1. 機構性廣告：是指不對商品做廣告，而只是「廣告機構」，企圖使促進客戶或社會大眾對機構產生良好印象，已建立公司「長期信譽」所做的廣告。
2. 品牌廣告：是指長期宣傳某一特定品牌，已建立品牌長期信譽所做廣告。
3. 分類廣告：是指傳達有關銷售、服務或事件之訊息所做的廣告。
4. 促銷廣告：是指發布特殊的銷售訊息所做的廣告。
5. 倡導廣告：是指倡導某種運動所做的廣告。（註七）

三、問卷調查結果與分析

此次調查問卷共發放111份問卷，回收111份，有效問卷110份，無效問卷1份，針對恆春工商學生進行調查與統計分析。

(一) 樣本資料分析

表 4 樣本資料分佈情形

樣本	填答者資料
性別	男生佔 48%，女生佔 52%
年級	一年級佔 42%，二年級 26%，三年級 42%

(二) 問卷內容分析

1. 您所使用的電信門市？

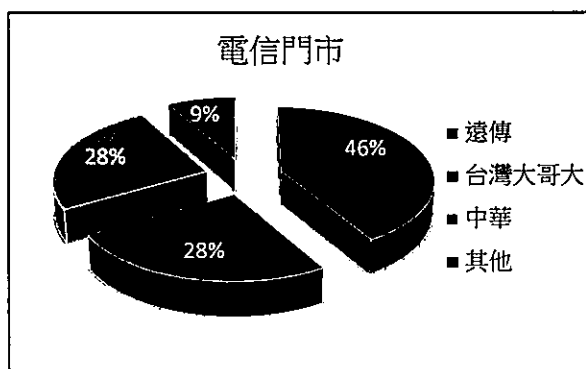


圖 2 電信門市之選擇

分析：

由圖 2 可知，遠傳電信佔 46%，台灣大哥大與中華各佔 28%，則其他電信用戶佔 9% 的有，台灣之星，亞太，威寶。由此可知遠傳電信門市最受學生族群歡迎。

2. 基本月租費費用？

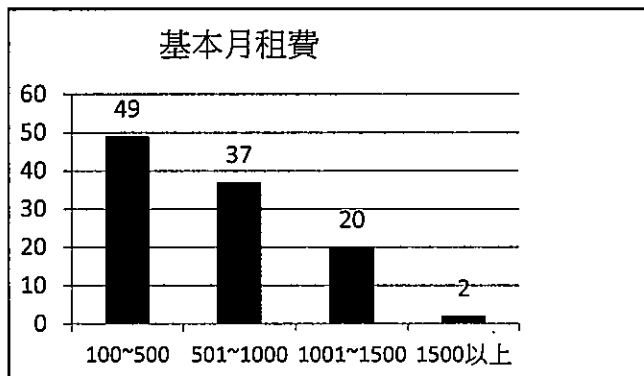


圖 3 基本月租費

分析：

由圖 3 可知，大多人的基本月租費都在 100~500 之間，次之 501~1000 佔 37 人，以及 1001~1500 佔 20 人，而 1500 以上佔 2 人。

3. 每個月手機費用？

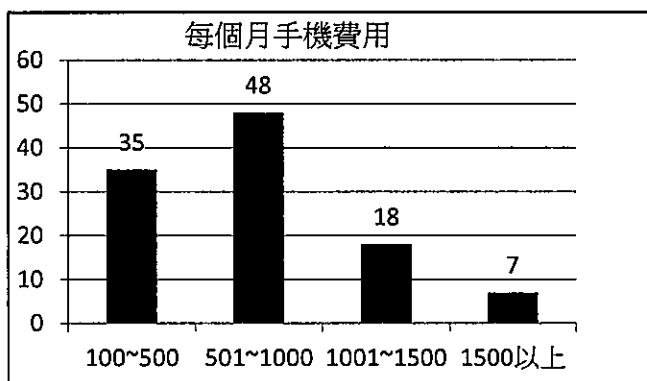


圖 4 手機花費

分析：

由圖 4 可知，大多人每個月手機費用都在 501~1000 居多，次之 100~500 佔 35 人，以及 1001~1500 佔 18 人，而 1500 以上佔 7 人。

4. 花多少錢購買手機？

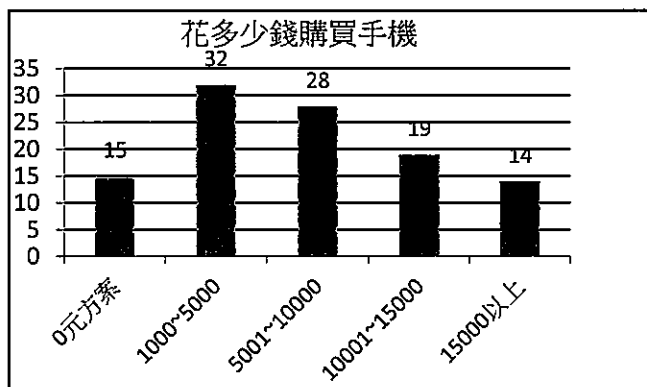


圖 5 購買手機費用

分析：

由圖 5 可知，大多人購買手機費用都在 1000~5000 居多，次之 5001~10000 佔 28 人，以及 10001~15000 佔 19 人，而 0 元方案佔 15 人，而 15000 以上佔 14 人。

5. 手機的資訊？

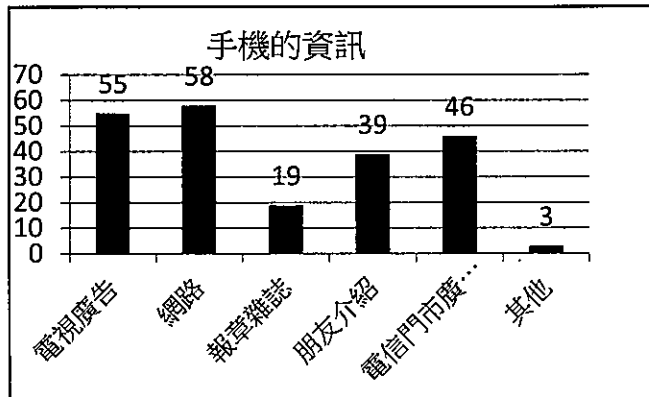


圖 6 手機資訊

分析：

由圖 6 可知，網路資訊及電視廣告佔為居多，而報章雜誌、朋友介紹、電信門市廣告單，都是以下顯示的圖十，則最少是其他 3 人，其他當中有免費手機資訊。

6. 推銷出新款手機您會心動去購買嗎？

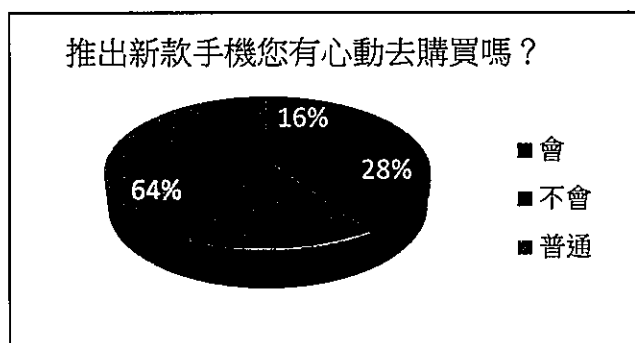


圖 7 新款手機購買率

分析：

由圖 7 可知，推出新款手機購買率，選普通的人數佔 64%，而不會購買人數 28%，則會去購買人數 16%。

7. 您會注意電信給的優惠嗎？

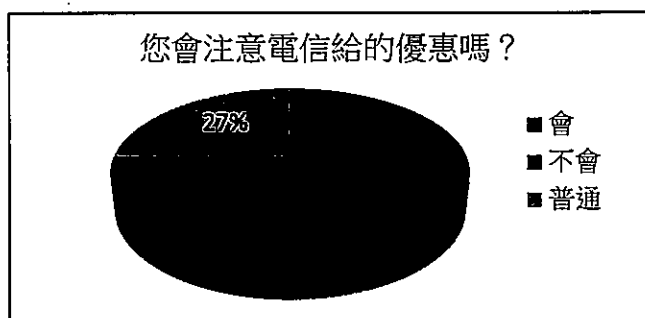


圖 8 電信優惠

分析：

由圖 8 可知，電信門市優惠，會注意優惠的人還是居多的，次之不會及普通都佔 27%。

8. 單買空機您會顧慮到所需花費的價錢嗎？

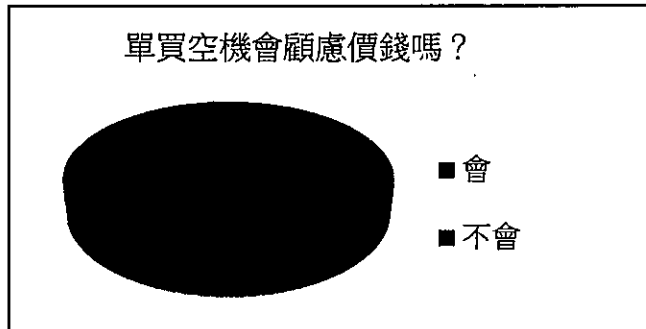


圖 9 單買空機顧慮花費

分析：

由圖 9 可知，單買空機所需花費，則佔為居多。

9. 哪一種電信優惠方案最吸引您？

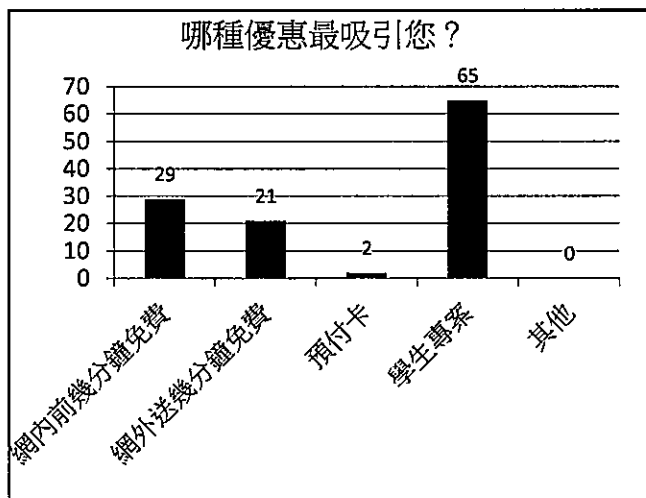


圖 10 優惠方案選擇

分析：

由圖 10 可知，學生專案佔為居多，而最少為其他是 0 個人。

10. 您現在使用的電信業服務品質及優惠好嗎？

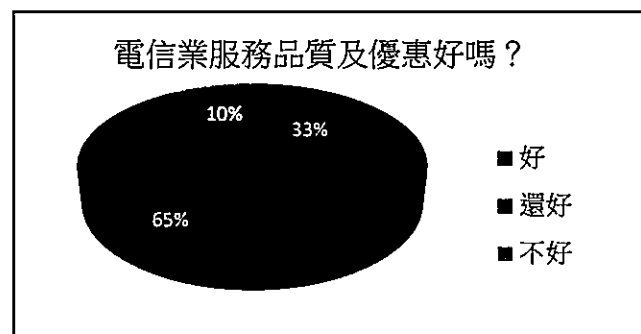


圖 12 電信業服務品質及優惠

分析：

由圖 15 可知，電信業服務品質，則還好佔為居多，最少為不好佔 10%。

11. 網路已進級至4G世代，您會想去升級嗎？

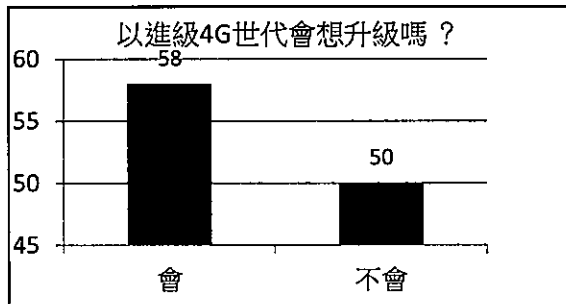


圖 13 升級 4G

分析：

由圖 13 可知，想升級 4G 的人佔 58 人，則不會人數 50 人。

12. 目前您所使用的電信優惠方案為何？

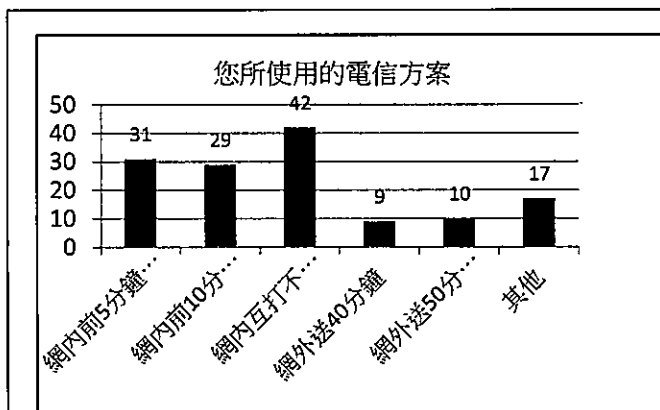


圖 14 使用之優惠方案

分析：

由圖 14 可知，電信優惠方案佔為居多的是網內互打不用錢 42 人，則少數人數選網外送 40 分鐘免費 9 人，選其他方案的人有 4G 方案，預付卡，限定講 380，網內前三分鐘免費，網外送 32 分鐘，學生價－網路半價，指定電話通話不用錢，也有人不知情。

叁●結論

目前電信業者推出方案眾多，提供消費者在選購手機及搭配方案時更多選擇，在手機市場的競爭下，每家電信業者紛紛推出選購手機之不同優惠方案，目的是為了能夠吸引更多消費者選購自家產品。

此次研究調查結果發現，選擇遠傳電信的學生族群佔多數，台灣大哥大及中華電信則排名第二、第三。原因是遠傳門市優惠及資費皆是學生族群所能夠接受的範圍，再者，遠傳電信有針對學生族群之「學生優惠方案」，更是吸引學生們的喜愛。另外，研究數據顯示，學生選購手機優惠方案，皆以「網內戶打不用錢」為首選，其次則是「網內戶打前 5 分鐘不用錢」及「網內戶打前 10 分鐘不用錢」，做為手機優惠方案的選擇條件。而「網內戶打不用錢」只出現在亞太、威寶兩家電信業者才有的方案，礙於現今皆為智慧型手機，每個用戶皆希望能搭配 3G/4G 上網方案，因此就會選擇網路通訊良好的電信業者。綜上所述，「遠傳」電信深受恆春工商學生青睞。

肆●引註資料

註一：台灣大哥大官方網站。擷取日期：2014年09月23日，取自：

https://www.taiwanmobile.com/Campus/index.html?utm_source=twm_Navi&utm_medium=Rateplan&utm_campaign=campus

註二：台灣資費表。擷取日期：2014年09月23日，取自：

https://www.taiwanmobile.com/Campus/index.html?utm_source=twm_Navi&utm_medium=Rateplan&utm_campaign=campus

註三：遠傳官方網站。擷取日期：2014年09月23日，取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%81%A0%E5%82%B3%E9%9B%BB%E4%BF%A1>

註四：遠傳資費表。擷取日期：2014年09月23日，取自：

<http://www.fetnet.net/cs/Satellite/rate/postpaid/AllPlan>

註五：中華官方網站。擷取日期：2014年09月30日，取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E8%8F%AF%E9%9B%BB%E4%BF%A1>

註六：中華資費表。擷取日期：2014年09月30日，取自：

http://www.emome.net/cell_phone_plans/monthly_rate_plan/overview

註七：邱山口(1996)。行銷管理。台北市：育友。

投稿類別：健康與護理類

篇名：

虛幻的年輕－毒品

作者：

林君蓉。國立高級恆春工商。資處三甲

高香婷。國立高級恆春工商。資處三甲

莊景雲。國立高級恆春工商。資處三甲

指導老師：

林俊成教官

壹●前言

一、研究動機

毒品在全世界日趨廣泛，毒品的走私以及流出氾濫，直接影響到人們的身心健康，並給經濟發展和社會進步帶來巨大的威脅，年輕的學子們在環境的影響，好奇心氾濫的年紀以及同儕間的慫恿下，而去碰觸害人一生的毒品。毒品對人體的壞處人人都懂，卻仍然有人利用毒品來逃避現實生活的壓力，這實在不是明智之舉，當心「放縱一時伴隨的將是悔恨一世」。

從各國毒品氾濫國家經驗來看，青少年常是毒品主流，在破碎或不完整家庭中成長的青少年，大部分都在抽煙、喝酒、吸食毒品三部曲中循環，一步步的墮落下去，在生活中可能會受到身旁的損友影響，朋友一起肝膽相照，大家吸毒，你若不跟著吸毒就無法融入社交圈，近朱者赤，近墨者黑，就像學生在老師的耳濡目染下，慢慢的朝著正確的方向前進，而部分卻背道而馳，在那些黑暗不為人知的環境下做一些非法的勾當，致使自己的一生都得活在社會大眾的輿論及各色眼光中。

二、研究目的

- (一) 毒品的種類
- (二) 毒品的來源
- (三) 吸食毒品的過程及價錢
- (四) 毒品的影響

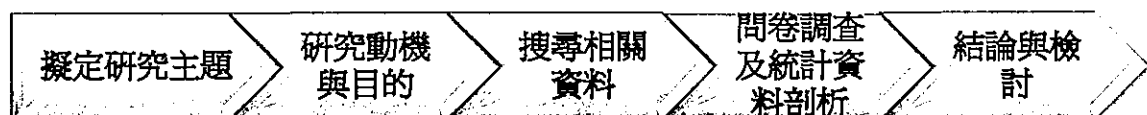
三、研究方法

- (一) 文獻探討：上網查詢、收集資料，將資料進行整理與歸納。
- (二) 問卷調查：針對該題內容設計問卷，並進行發放收納整理。

四、研究對象

本研究以恆春工商全體學生為研究對象並隨機抽樣 100 份問卷研究分析

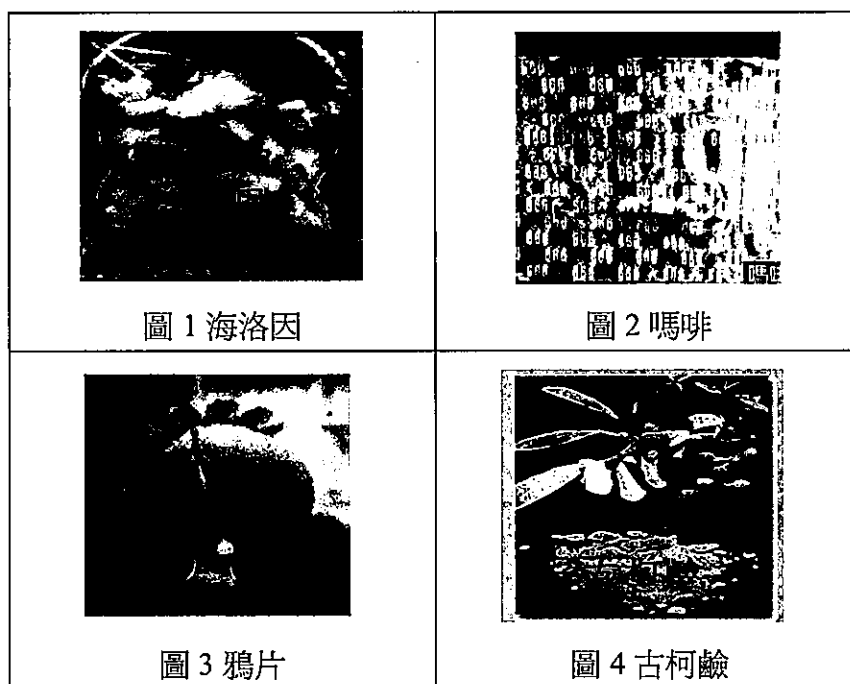
五、研究流程圖



貳●正文

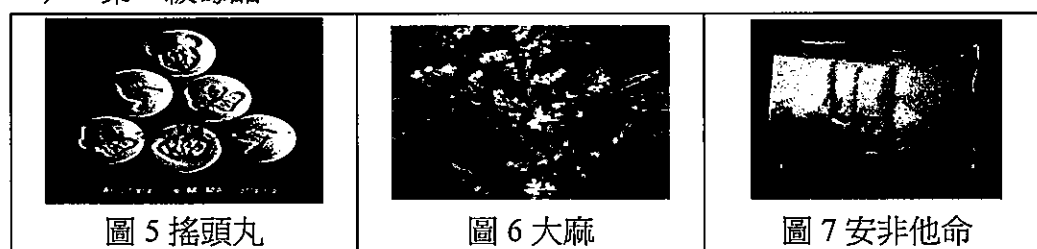
一、毒品的種類

(一) 第一級毒品



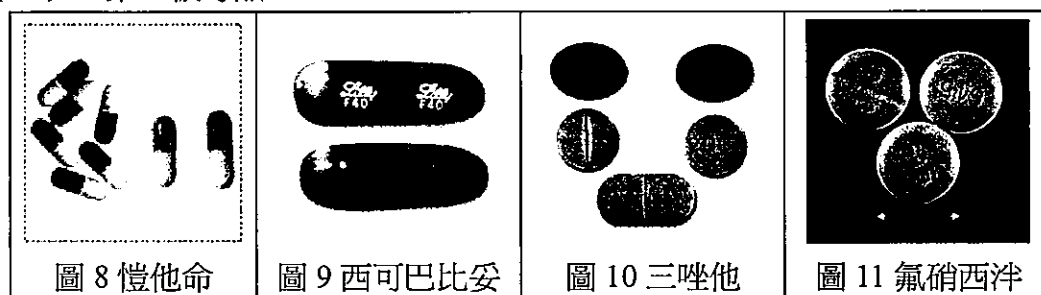
資料來源：註一

(二) 第二級毒品



資料來源：註一

(三) 第三級毒品



資料來源：註二

二、毒品的來源

表 1 毒品來源一覽表

名稱	毒品來源
海洛因	嗎啡與醋酸酐加熱反應成為海洛因。
嗎啡	由鴉片提煉出的白色粉末。
鴉片	罌粟 (Papaver Somniferum) 未成熟蒴果經割傷果皮後滲出之白色乳汁乾燥凝固而得。含鴉片生物鹼約 25 種。
古柯鹼	由古柯葉提煉而得，哥倫比亞、祕魯、玻利維亞、古巴為主要產地。美國及中南美洲為主要濫用地區。
安非他命	由鹽酸麻黃素合成。國內濫用之安非他命主要為甲基安非他命。
MDMA(搖頭丸、快樂丸)	為亞甲雙氧甲基安非他命之簡稱。為安非他命類似物質。
愷他命	是繼快樂丸(MDMA)後的一種麻醉藥品，屬於非鴉片系麻醉科藥物。
大麻	基源植物為印度大麻 (Cannabis Sativa L.var Indica Lamarck) 生長於溫帶或熱帶氣候。

資料來源：註三

三、吸食毒品的過程及價錢

針對各種毒品之吸食過程與價錢說明如下（註四）：

（一）通過呼吸道吸入毒品：如海洛因、鴉片、大麻等。

- 1、燙吸：將毒品粉末倒在錫紙（鋁箔紙）上，用打火機點燃，在紙下加熱使毒品產生煙霧，然後用嘴與鼻子吸入煙氣，也有使用吸管來吸煙。
- 2、與香菸同吸：將毒品捲入香菸內（有的是特制含毒香菸），使毒品隨著香菸煙霧一起吸入呼吸道。
- 3、菸槍吸毒：將毒品裝上專用菸槍，在燈火上點燃，吸其煙霧。

(二) 吞食毒品：搖頭丸、神仙水、K 粉。

將毒品直接吞入口中，通過胃腸道吸收，進入血液循環，如毒品搖頭丸，神仙水等。K 粉（氯胺酮）直接用鼻腔吸入粉末，被鼻腔黏膜所吸收。

(三) 注射毒品：海洛因、嗎啡、杜冷丁、鎮定劑等。

- 1、靜脈注射：杯子（或瓶罐）中倒入適量毒品粉末，加水溶解。注射部分皮膚後，用注射器抽取毒品 溶解液，從靜脈注入。
- 2、動脈注射：其方法與靜脈注射法相同，不一樣的是動脈與靜脈的差異。
- 3、其他注射法：皮下注射、肌肉注射、指甲下注射，這些注射方法與靜脈、動脈注射法相同。

(四) 毒品的相關價錢（註五）

- 1、海洛因：每公克市價約 6,000\$
- 2、K 他命：每公克市價約 600~800\$
- 3、大麻：每盎司市價約 8,000~15,000\$
- 4、安非他命：每公克市價約 3,000\$
- 5、嗎啡：每公斤市價約 13,998\$

四、毒品影響

針對海洛因、嗎啡、鴉片、古柯鹼、K 他命、大麻、EDMA、安非他命之毒品影響如下（註六）：

- (一) 使用初有欣快感，無法集中精神，會產生夢幻現象。過量使用造成急性中毒，症狀包括昏睡、呼吸抑制、低血壓、瞳孔變小。具高度心理及生理依賴性，長期使用後會產生急性肺水腫、窒息、瞳孔縮如針狀，一旦停藥會發生渴求藥物、不安、流淚、流汗、流鼻水、易怒、發抖、惡寒、打冷顫、厭食、腹瀉、身體捲曲、抽筋等禁斷症。一旦成癮極難戒治。
- (二) 毒品會對腦中樞神經造成影響吸毒者為達到預期的效果往往需要反

覆增加使用量，常常會在不知不覺的情況下過量使用造成中毒現象，依賴毒品。

(三) 吸毒成癮者在持續使用毒品的情況下極難戒絕，終其一生難以擺脫毒品的束縛。除了會嚴重影響個人健康外還會面臨失業、求職不易、朋友疏離、婚姻破裂、家庭破碎、自尊受創，而無法適應社會，甚至不惜以暴力或偷竊等不正當的手段謀財，以設法取得毒品，造成嚴重的社會問題。

(四) 人本有一神經傳導物質來平衡「憂與樂」。一但靠外物，不論「鎮定類」的鴉片、嗎啡、海洛因、或人工合成的鎮定劑安眠藥，「興奮類」的古柯鹼、安非他命、搖頭丸、快樂丸，或「迷幻類」的大麻、LSD，人腦中的相關物質便會失去平衡而產生對藥物的依賴。(註七)

五、問卷統計結果與分析

(一) 樣本資料分析

由表 2 得知，此次調查當中恆春工商仍有 2%學生曾被誘惑吸食毒品。

表 2 樣本資料分佈情形

基本資料	填答者資料
性別	男生佔 52%，女生佔 48%
年齡	15 歲佔 36%，16 歲佔 43%，17 歲佔 19%，18 歲佔 1%，19 歲佔 1%
曾被誘惑吸食	有 2%，沒有 98%

(二) 問卷結果分析

一、警政署主要倡導拒絕哪種毒品

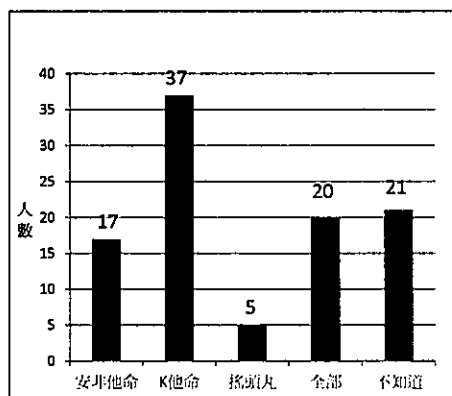


圖 12

問卷分析：

由圖 12 得知，學生認知警政署及學校等單位所倡導推行拒絕的毒品 37% 是 K 他命、17% 是安非他命、21% 的同學不清楚，可見在宣導方面並沒有辦法有效的全面化，僅有 37% 及 17% 的同學有正確的認知，在這部分應該還需要透過多元管道來宣導。

二、接觸毒品的原因有哪些

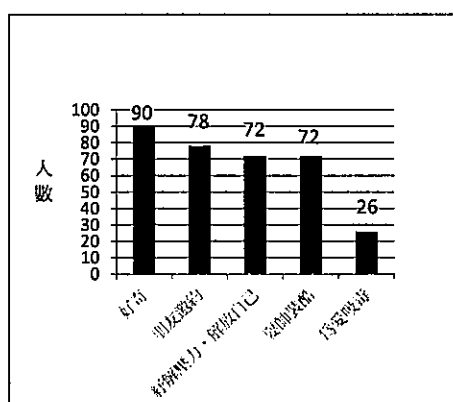


圖 13

問卷分析：

由圖 13 得知，學生認為接觸毒品主要的原因，90% 是好奇、78% 是朋友邀約、72% 是紓解壓力、耍帥裝酷，26% 是為愛吸毒，可見初次嘗試毒品的人以好奇為居多，次之則為朋友邀約。

三、食用毒品多久會上癮

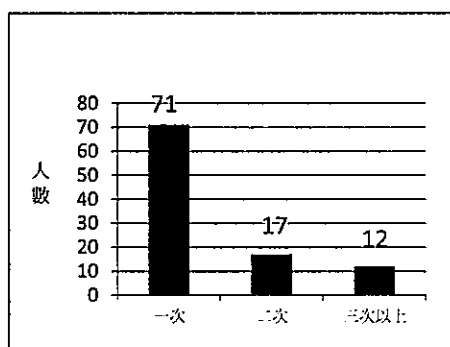


圖 14

問卷分析：

由圖 14 得知，學生對於食用毒品多久會成癮，認為一次就上癮的有 71%，認為二次就上癮的有 17%，認為三次以上才上癮的有 12%。

四、對勒戒成功的同儕們會採取什麼態度

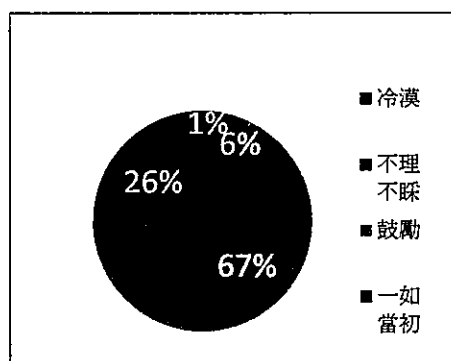


圖 15

問卷分析：

對勒戒成功的同儕們會採取什麼態度方面，如圖 15 所示，「鼓勵」佔了 67%、「一如當初」佔了 26%、「不理不睬」佔了 6%，由此可知，學生們對於已成功戒除毒品的人，皆能以鼓勵的方式及友善的態度對待。

五、容易接觸毒品得場所有哪些

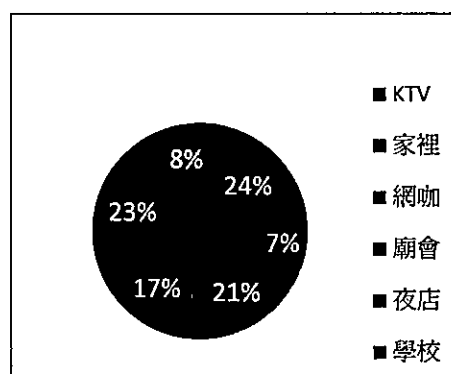


圖 16

問卷分析：

學生對於「容易接觸毒品得場所」，由圖 16 所示，「KTV」佔了 24%、「夜店」佔了 23%、「網咖」佔了 21%、「廟會」佔了 17%、「學校」佔了 8%、家裡則佔了 7%，由此可知，學生大部分認為容易染上毒品的場所所以 KTV 為冠，次之則是夜店。

(三) 針對吸食毒品學生調查結果分析

圖 17 及圖 18 皆為此次調查結果曾有吸食毒品學生的統計圖表，以下則針對這兩位學生做一分析與探討。

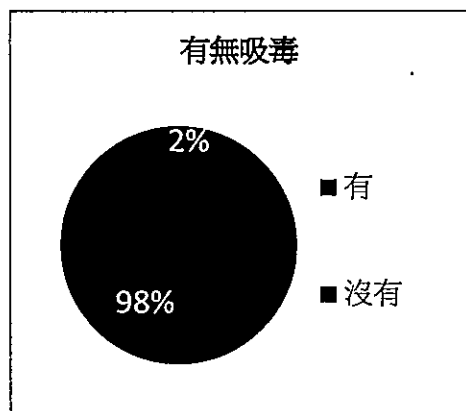


圖 17

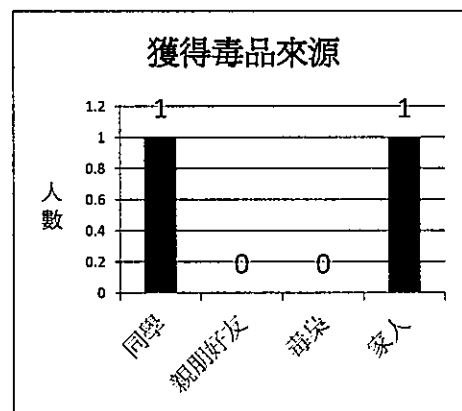


圖 18

經過這次調查，本研究發現恆春工商有兩名學生曾經吸過毒品，而毒品則是經由同學及家人取得，這兩名學生會去吸食毒品是因為好奇心驅使及朋友邀約的關係才去嘗試，而他們接觸毒品的場所是以廟會、KTV、及夜店為主。

因社會風氣逐漸開放，各種大眾參與活動也一一陳出，而進出場所的約制不多，導致許多企圖誘惑青少年犯罪的人員眾多，例如：春吶、各大歡唱宴會以及私人舉辦的派對等等。

綜上所述，因社會存在著許多犯罪因素，使得現今的青少年學子容易遭受有心人士（毒梟）的欺騙，或者透過其他犯罪手段而去誤觸毒品，至此又添了一樁吸毒的案件。

參●結論

對於毒品我們已有初步的概念，在這篇小論文中也介紹了毒品的相關危害，目的是告訴嘗試想要吸毒的人「凡事三思而後行」，一但染毒了想要戒除掉比登天還要難，吸了毒不止傷害自己，等同時也在傷害身邊的家人朋友，對於毒品不要抱著姑且一試的態度，更別對自己的自制力有超然的自信心，相信自己不會受到毒癮的操控。

另外，新聞報紙上報導過吸毒的藝人、名人們，哪一位曾經沒有活躍過在娛樂圈中，享受過萬人膜拜的澎湃裡，卻因為一時的不受控制，摧毀了一步步辛苦營造的名望，他們就是我們最好的借鏡，希望大家能夠潔身自愛，愛自己也愛別人，不曾碰毒的人別因為一時好奇心的驅使而去嘗試，而正受毒品傷害的人希望能早日擺脫掉毒品的枷鎖，還給自己一片天，也給家人一個抬頭挺胸能夠為你(妳)感到驕傲的機會。

肆●引註資料

註一：台中市政府衛生局。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：
<http://subject.health.taichung.gov.tw/subdap/content/index.asp?Parser=1,25,208,191>

註二：法務部無毒家園網。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：
http://refrain.moj.gov.tw/lp.asp?CtNode=390&CtUnit=129&BaseDSD=52&mp=1&xq_xCat=3

註三：反毒教育。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：
<http://www.jhps.cyc.edu.tw/anti-drug/Site/news.html>

註四：毒品檢驗網。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：
http://www.dupinjay.com/mod_article-article_content-article_id-152.html

註五：奇摩知識。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：
<https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1010061303291>

https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question;_ylt=A8tUwYL_2RdUym8ADDFr1gt;_ylu=X3oDMTE0YzRhOGpyBHNIYwNzcgRwb3MDMwRjb2xvA3R3MQR2dGlkA1ZJUFRXODJfMQ--?qid=1306030605884

註六：毒品。擷取日期：2014 年 10 月 07 日。取自：
<http://www.cyut.edu.tw/~spring/data/drung.htm>

註七：理查·戴文波特—海恩斯，譯者：鄭文漢，(2003)。毒品。出版社：台北市：時報文化。

投稿類別：
健康與護理

篇名：
想瘦健康

作者：
韓家豪。恆春工商資處三甲。
林芳瑄。恆春工商資處三甲。
陳湘蕙。恆春工商資處三甲。

指導老師：
陳品芯·陳淑萍

壹●前言

（一）研究動機

現代的人想要吃得健康也想要兼顧身材，如何讓女人美麗，有信心，更有職場優勢。同時也讓男人帥氣，有自信，更有威攝力。社會對人的表現通常以外觀來評論，尤其是身材姣好的大受歡迎。因此肥胖患者在一般人的印象中，隱約透露出貪婪、好吃懶惰的訊息，這樣的刻板印象對肥胖者不但是一種成見和歧視，也造成了肥胖者的心理壓力，尤其在面對群眾、同儕時，排拒、害羞及情緒低落是常見的。大家都知道肥胖不僅影響身材外觀，甚至造成身體健康上的危機，所以只要聽到或知道能吃得健康又能保持身材就盲目去做，殊不知有些方法因人而異。現代人都講究飲食、養生但能做到的極為少數，要如何才能吃得健康又能擁有好的身材。

（二）研究目的

1. 探討肥胖原因
2. 肥胖帶來哪些疾病
3. 了解健康飲食習慣
4. 如何瘦得健康

（三）研究方法

根據以上之研究目的，先搜集有關肥胖之相關資料，進行文獻閱讀整理，利用「問卷調查」方法，發放 100 份問卷，隨機抽樣進行研究

（四）研究範圍

本研究之範圍為恆春工商全體學生。

（五）研究流程



圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、肥胖的原因

（一）不良飲食習慣

由於現代人追求方便，常常不注重自己的飲食狀況，而很多人偏愛某些食物，只吃自己喜歡的食物，導致飲食不均造成肥胖的發生。

（二）基礎代謝率過低

基礎代謝是指人體在清醒而又極端安靜的狀態下，不受肌肉活動、環境溫度、食物及精神不能很好消耗能量，神經緊張等影響時的能量代謝率。不同的人有不同的基礎代謝。當一個人基礎代謝差的時候於是就更可能造成能量過多。轉化成脂肪。而運動對基礎代謝的影響很大。運動可以在較短時間提高基礎代謝。這也是運動有助減肥的一個重要原因。（註一）

（三）作息不正常

現今有很多人因生活上種種因素，每天生活得很忙碌，在忙碌時卻忘了身體發出的警訊，作息不正常會導致內分泌內部器官紊亂失調，進而引發一些病因，所以平時要規範自己的作息時間，合理安排好自己的時間。

（四）錯誤的減肥方法

很多人為了愛美想穿上漂亮的衣服又懶得運動，所以都選擇節食、吃減肥藥，殊不知有些方法因人而異，導致越減越肥、甚至影響健康。很多減肥的人往往會被市面上五花八門，似是而非的減肥方法所迷惑，原因是它們只能減掉身上的水分，充其量再減掉一些蛋白質組織，這樣雖然表面上看來達到快速減肥的效果，但身上的脂肪卻還是長伴左右，而且讓人很快的復胖。正確而健康的減肥速度，應該是一周減少零點五至一公斤為佳。（註一）

（五）運動不足

現代人迫於生活壓力，忙於工作，導致生活中缺少運動，運動的不足，不僅於減少了能量消耗，也使機體變成了能量易在體內貯藏的代謝狀態。實際上，一旦運動不足，胰島素的降血糖作用也減弱，形成胰島素抵抗的狀態。由於抵抗胰島素的作用，會代償性地引起胰島素的分泌增加。相對於降血糖作用的減弱，而脂肪合成的作用卻未減弱，因此，就產生了脂肪蓄積的代謝狀態。

二、肥胖帶來哪些疾病

（一）糖尿病

肥胖是第二型糖尿病重要的危險因子。糖尿病會產生許多的併發症，包括心血管疾病、腎臟病變、神經病變及視網膜病變等。

（二）心血管疾病

中心型肥胖為新陳代謝症候群最重要的因子，同時會增加高血壓、糖尿病與高血脂的發生，進一步造成冠狀動脈心臟病(心絞痛、心肌梗塞)，鬱血性心臟衰竭，在肥胖的女性身上較易發生腦中風。

（三）癌症

女性肥胖者會增加生殖系統癌症、乳癌、膽囊癌的風險，男性會增加大腸直腸癌及攝護腺癌的風險。

（四）內分泌失調

肥胖女性常有月經不規則以及不孕症的問題，懷孕後的併發症以及剖腹產的機率較高。減重後，受孕的成功率增加且預後較好。

（五）心理的影響

重度肥胖者可能會出現自卑、焦慮、抑鬱等心理健康問題，甚至影響到他們的日常生活。

三、了解健康飲食的方法

（一）衛生、均衡、適量

六大類食物要均衡，攝取量符合個人一日的營養需求，別只偏好自己喜愛得食物，每個蔬菜、蔬果、肉類、奶類、五穀根莖類對我們的身體健康都有不同的幫助。

（二）少油、少鹽、少糖

偏重口味的人要改變自己得飲食習慣，口味盡量淡些，油、鹽、糖都該適量攝取，例：青菜可以用水燙過，加一些少許醬油、鹽。生菜蔬果盡量不加沙拉。

（三）天天五蔬果

蔬果對人體來說很重要，但是能每日攝取蔬果到量的人少之又少，每日至少三碟蔬菜、兩份水果，其中要一碟是深綠色或深黃色的蔬菜。

四、如何瘦的健康

(一) 先飲後食，專心吃飯，不餓即停

改變飲食習慣，飯前先喝湯或水等流質食物，之後再吃固體食物，吃飯的時候需專心，不做其他事情，建議每一口飯可以咬上至少 20 次，因為唾液裡面會有分解澱粉類的酵素酶，多咬幾口，可讓澱粉類先分解，而且進到胃部的食物因為分子變小了，也比較好消化，可減輕胃部負擔。慢慢吃也會覺得容易飽，會讓食量漸漸的縮小，飽足感也會撐的比較久。基本上，只要吃到不覺得餓了，表示身體已經攝取足夠的養分了，可以不用再吃，通常吃到有〔飽〕的感覺，都已經太多了。(註三)

(二) 水果須在兩餐之間吃

但早餐前跟晚餐後不能吃水果，最佳吃水果時間大約是餐後三小時，或者餐前一小時，吃甜點的時間跟水果一樣，水果應該用咬的，盡量不要用果汁的型態。若吃甜點或水果的同時也有飲料，還是要按照先飲後食的原則，先喝飲料，再吃其他固體食物。

(三) 晚餐不要太晚吃

研究指出食物在人體內需 3-4 小時消化，如果太晚吃，睡覺的時候，胃還會運作，但人睡眠時，體內的器官運作會比較緩慢，但這時候胃裡面若還有一堆東西待消化，身體的血液就會集中到胃部，協助消化，所以早上起床，不但沒有覺得神清氣爽，有時還會覺得昏沉沉的，因為各器官的血液跑到胃了，所以才會造成這種現象

(四) 不建議吃、喝的東西

(1) 生食：包括冷飲、生菜，因為生菜是陰冷的東西，但人體器官都是溫暖的環境，常吃生的食物，對器官是不好的。

(2) 乳製品(含美乃滋)：牛奶，是給牛喝的，不是給人喝的，所以人體是無法分解牛奶中的蛋白質的。人體的消化是靠各種的酵素來分解的，但人體內分解乳汁的酵素，早在斷奶後就逐漸消失了，取而代之的是各種分解一般食物的酵素。(註三)

五、問卷統計結果與分析

身材對於男生或女生來講，都是絕對重要的，沒有好的身材，就好比幾十天沒洗澡那樣的臭氣沖天令人嗤之以鼻，讓人有種遠離隔絕的心態。

長期的使用錯誤的方法，會使自己的身體狀況變的更差，不管在報紙上或者是網路上都有很多的資訊，但使用過後都未必有用，最糟糕的是還有可能會引起生活作息不正常。並且在過度肥胖的情況下，可能造成糖尿病、心臟病、高血壓和中風。肥胖和若干癌症的發生，以下是本研究經由問卷調查所得知的消息。

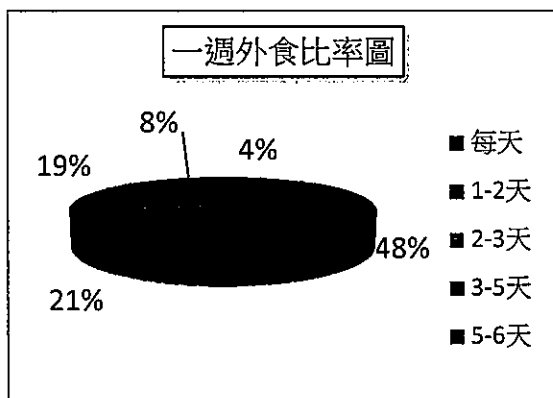
（一）樣本資料分析

由表 1 得知，恆春工商男女學生身材係屬於適中至過重之體型。

表 1 樣本資料分佈情形

基本資料	填答者資料
性別	男性佔 48%，女性佔 52%
女生身材	肥胖佔 12%，過重佔 21%，適中佔 52%，過輕佔 15%
男生身材	肥胖佔 27%，過重佔 31%，適中佔 31%，過輕佔 17%
年級	一年級佔 25%，二年級佔 30%，三年級佔 45%

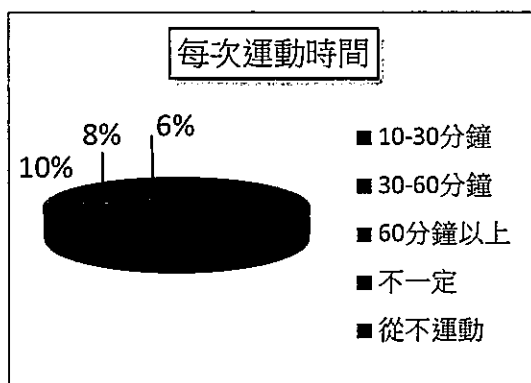
（二）問卷內容分析



分析：

由圖 2 得知，學生族群外食的頻率以 1-2 天為居多，佔 48%，其次則是 2-3，佔 21%。

圖 2：一週外食比率圖



分析：

由圖 3 可知，學生族群每次運動的時間是 10-30 分鐘和 30-36 分鐘各佔 38%。

圖 3：每次運動時間比率圖

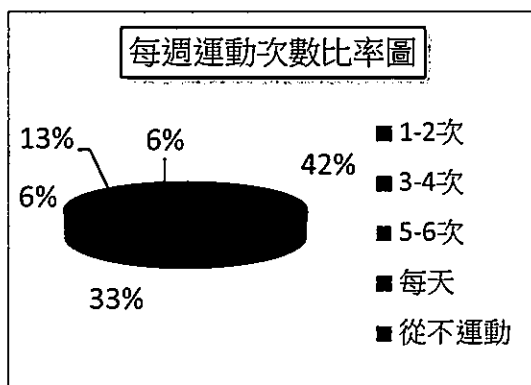


圖 4：每週運動次數比率圖

分析：

由圖 4 可知，學生族群每週運動次數為 1-2 天，佔 42% 為多，其次是 3-4 天，佔 33%。

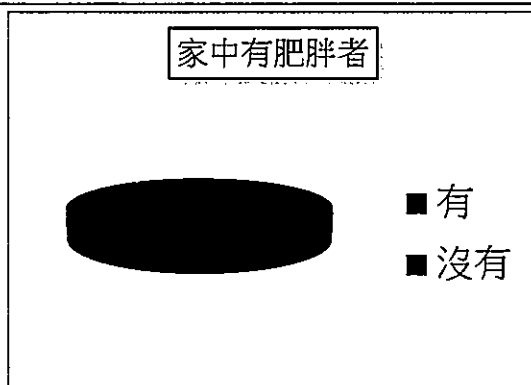


圖 5：家中有肥胖者比率圖

分析：

由圖 5 可知，家中有肥胖家人的人佔 52%，所以可以說遺傳也是肥胖原因的一種。

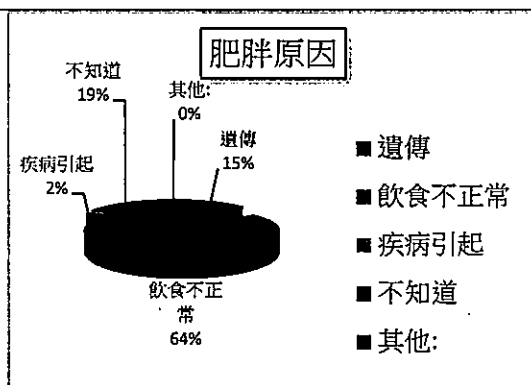


圖 6：肥胖原因比率圖

分析：

由圖 6 得知，學生族群認為肥胖原因大部份是由飲食不正常引起，佔 64%，另外不知道的人佔了 19%，也有少部份的學生認為是由遺傳而造成身體的肥胖。

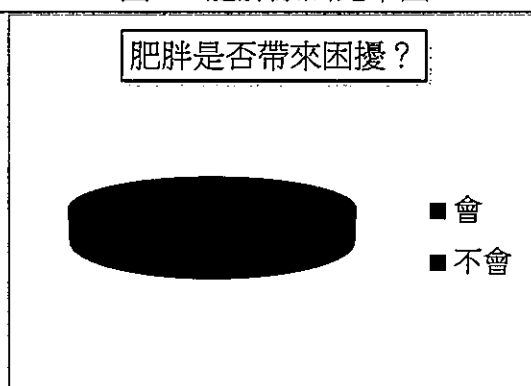


圖 7：肥胖是否帶來困擾比率圖

分析：

由圖 7 得知，肥胖會帶來學生族群的困擾，佔 58% 所以學生族群會想要減肥。

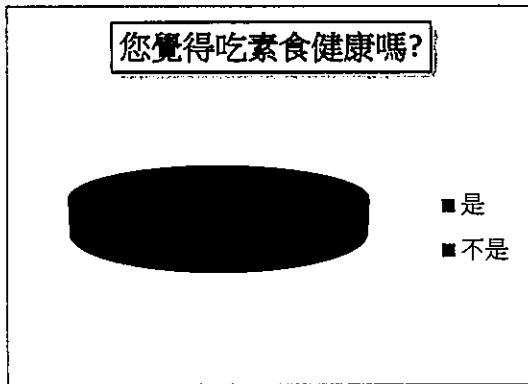


圖 8：您覺得吃素健康比率圖

分析：

由圖 8 可知，多數人認為吃素食是健康佔 65%。

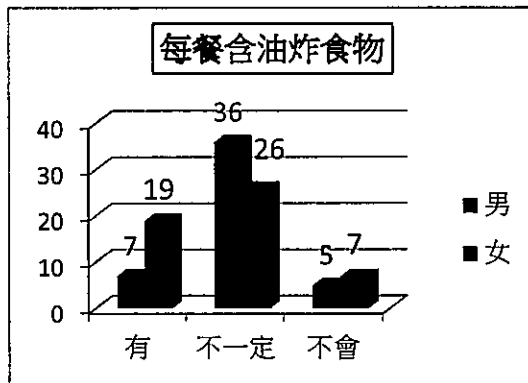


圖 9：每餐必含油炸物比率圖

分析：

由圖 9 得知，學生族群不一定每餐都有吃油炸食物，100 人中男生佔 36 人，女生佔 26 人。

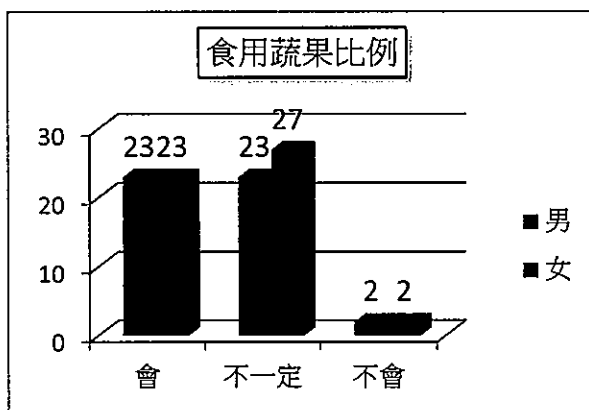


圖 10：食用蔬果比率圖

分析：

由圖 10 可知，學生族群吃蔬果的人雖然 100 人中，男生會、不一定的人各佔 23 人，女生不一定的人佔了 27 人，會的人佔 23 人，但是我們可以認為吃蔬果的人很多！

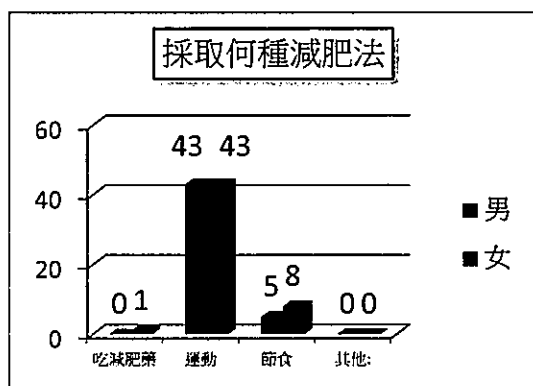


圖 11：減肥方法比率圖

分析：

由圖 11 可知，學生族群喜歡用運動來減肥男女生各佔 43%，其次是用節食來減肥。

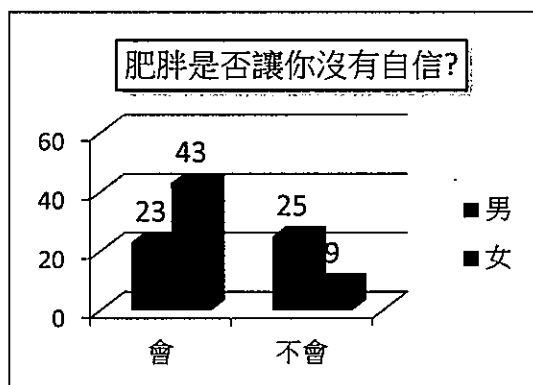


圖 12：肥胖自信比率圖

分析：

由圖 12 可知，多數女生認為肥胖會讓他們沒有信心，多數男生認為肥胖不會讓他們沒有信心，所以女生會因為沒有自信而減肥。

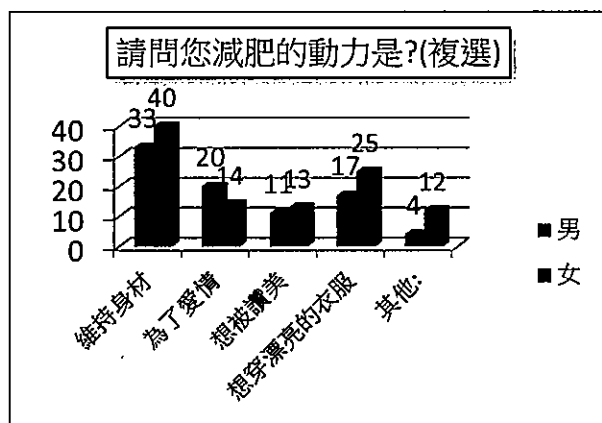


圖 13：減肥動力比率圖

分析：

由圖 13 可知，男生女生多是為了維持身材而減肥，其次男生會是因為愛情，女生則是為了想穿漂亮的衣服。

參●結論

現今人肥胖的原因多數是由飲食不正常引起，餐餐必少不了油炸食物、飲食觀念的不正確。肥胖也帶來了許多的疾病，有糖尿病、心血管疾病、癌症、內分泌失調、心理的影響。我們了解健康飲食的方法是衛生、均衡、適量、少油、少鹽、少油炸，且多數人認為吃素食是健康的好方法。我們認為最好的減肥法是運動，因為可以利用流汗新陳代謝身體不好的東西，而且可以強壯身體的免疫系統。

也經此調查發現恆春工商的學生肥胖多數來自飲食不正常、遺傳居多，食用蔬果、蔬菜方面占蠻大的比例，得知學生們的健康飲食知識還算不錯，在運動次數一周五至六天，時間 10-30 分、30-60 分佔多數，表示恆春工商的學生不缺少運動。再者，多數學生認為肥胖帶來很大的困擾，所以常常聽見有人說要減肥，學生們也認為運動是最好的減肥方式，於是很多人都會去跑步、游泳、打排球等，嘗試多方面的運動。在減肥動力方面不論男女多數都認為維持好身材很重要，肥胖會讓人沒有自信女生在自信度方面很低。

綜上所述，由這次調查中，認為維持好身材、吃得健康真的很重要，肥胖帶來許多困擾，不只導致自己沒有自信，也可以導致身體不健康帶來種種的疾病。運動也很重要，在流汗完真的會覺得清新氣爽，也發現常運動的人精神通常比較好，比起沒在運動的人每天昏昏沉沉，精神狀況真的很差，選對好的方式減肥，不只能有好的健康也能有好的身材。

肆●引註資料

註一：女人知己。擷取日期：2014 年 10 月 21 日。取自：<http://www.justwoman.tw/>

註二：亞東紀念醫院。擷取日期：2014 年 10 月 21 日。

取自：<http://www.femh.org.tw/epaperadmin/viewarticle.aspx?ID=798>

註三：黎時國（2007）。一定瘦（第三版）。台北市：亦京威

第九屆 全國高中職小論文獎學生專題製作研究報告書

參賽作品名稱：會呼吸的足下一錫安木屐王

關鍵詞：木屐鞋、客製化、環保



中華民國 103 年 11 月 12 日

目錄

壹、摘要	3
貳、緒論	4
一、研究動機	4
二、研究目的	4
參、文獻探討	4
一、木屐的歷史	4
二、探討錫安木屐經營手法與行銷	5
肆、研究設計與實施	5
一、研究方法	5
二、研究過程	5
伍、研究結果與討論	6
一、探討錫安木屐環境分析	6
二、探討錫安木屐（STP）市場分析	7
三、探討錫安木屐行銷分析	9
四、問卷調查	12
陸、結論與建議	14
一、結論	14
二、建議	15
柒、參考資料	15

會呼吸的足下－錫安木屐王

壹、摘要

現代人在追求美感時，往往會遺忘兼顧健康及環保，塑膠拖鞋對人體傷害極大，而木屐鞋則是強調健康養生。本研究探討木屐鞋健康無毒的概念，讓每個人皆能擁有一雙呼吸的腳足。

店家採用特色雕刻吸引客源，利用客製化雕刻技術及結合顧客喜好，完成一雙獨一無二的木屐鞋。而環保議題正是影響木屐產量的主要因素，這正是「錫安木屐王」目前所要面對的課題。本研究以實地採訪店家及問卷調查當地居民及觀光客，其研究發現：

- 一、在市場上同質性和替代性產品眾多，造成木屐市場需求量低。
- 二、店家知名度不高，無法達到宣傳木屐好處。

綜上所述，期望能結合當地文化活動宣傳木屐的健康耐穿概念給消費者。再者，希冀藉由資訊媒體增加木屐的曝光率，提高社會大眾的接受度。

關鍵字：木屐鞋、客製化、環保

貳、 緒論

一、 研究動機

現代人每天穿的塑膠拖鞋，對人體的傷害極大包含造成皮膚加速老化、有害的化學染料以及讓腳變形的鞋底；因此我們期待以木屐作為鞋子市場供應來源，而且木屐的耐穿度可高達八至十年之久，也可達到環保的訴求。期望在無毒及健康概念的熱潮下，將木屐普遍化，行銷至全國，讓每個人擁有一雙呼吸の腳足。

二、 研究目的

- (一) 將木屐在市場普及化
- (二) 提倡木屐的環保概念

根據上述的研究動機，本研究探討以下六大主題：

- (一) 探討錫安木屐經營手法
- (二) 探討錫安木屐環境分析
- (三) 探討錫安木屐市場分析
- (四) 探討錫安木屐行銷分析
- (五) 探討錫安木屐SWOT分析
- (六) 透過問卷、訪問進行消費者接受度調查

參、 文獻探討

一、 木屐的歷史

木屐別名又叫「柴屐」、「鞋屐」；由於木屐擁有許多的好處，像是適合氣候濕熱的地區使用、不容易有異味等。而在最早的時期一戰國時代就有了木屐這項技術，在中國有了足足三千餘年的歷史。很多人會以為木屐是發源於日本，其實不是，木屐最早的發源地還是中國，當時唐代因國勢強大，因此有許多的國家前來學習效法，日本就是其中之一（註一）。木屐因而在日本廣為流傳，一直延續至今日，到目前為止全世界最多人使用木屐的國家就是日本。

二、 探討錫安木屐經營手法與行銷

老闆採用特色雕刻吸引客源，就是所謂的「客製化」。利用客製化以雕刻的技術結合顧客的喜好，完成一雙獨一無二的木屐鞋，並且結合地方民俗邀請恆春民謠師傅，來做月琴彈唱表演活動。不只是行銷木屐同時將恆春民俗推廣向大眾，在顧客等待鞋的同時，也能親身體驗到恆春當地的特色與文化。

肆、 研究設計與實施

一、 研究方法

（一）文獻分析法

透過書籍網路加上自己的知識，蒐並歸納整理資料。

（二）問卷調查法-調查範圍及對象

以發問卷調查恆春半島的當地人及觀光客。

二、 研究過程

本研究其研究流程如圖1所示。



圖1.調查流程圖

伍、 研究結果與討論

一、 探討錫安木屐環境分析

(一) 五力分析

本研究想要了解這五項威脅帶來多少衝擊，以及可以利用哪些方法來提升錫安木屐王之競爭力。

表1.五力分析

項目	內容
現有競爭者的威脅	零，目前恆春半島僅此一家
新進入者的威脅	高，製作需要一定技能
替代品的威脅	涼鞋、夾腳拖
消費者的議價能力	高，價格具有彈性
供應商的議價能力	中等，客源穩定

資料來源：本研究整理

針對台灣而言比較有名的宜蘭白米、台南府城，他們的有名程度及客源穩定種種優勢，對於錫安木屐王都是很大的威脅。製造一雙木屐不是一兩天的事，需要純熟的技術以及精美的雕刻，才能完成一雙木屐鞋，對於新進者的威脅會比較低。對於現有的替代品在時間上不需等候，所以拖鞋就目前而言是非常普及化的，相較於木屐它所產生的威脅是目前發展最大的阻礙之一。面對消費者、供應商的議價能力，由於木屐店長期與供應商合作會使得本身成本比較低，也因此當消費者在購買時他的殺價範圍就會比較廣。由此可知錫安木屐王的最大威脅便是市面上的替代品以及民氣較大的木屐店。

(二) 消費者分析

根據五力分析消費者易價能力，針對此對象我們以消費者的購買心態，做了以下表格，藉此更加了解消費者的購買動向，以提升木屐在市場上的需求度。

表2.消費者分析

項目	內容
比較材質	木頭製品 V.S 塑膠製品
購買動機	產品舒適度高、具有紀念價值
品牌	健康無毒形象
耐用程度	高，不易損壞

資料來源：本研究整理

相較於市面上常見的拖鞋而言，大多都是化學物質製造而成，面對大眾的健康應該要使用木頭製品的木屐，才能達到社會大眾所要求的養生健康，也希望能藉由消費者購買健康的心態促成購買木屐的動機，木屐都是主打健康無負擔且無毒，平均購買一雙木屐鞋的使用率就比購買塑膠拖鞋還更有經濟效益，面對消費者而言：錢要花在刀口上，「足」是基礎，更應該要選購一雙健康無毒養生又耐穿的鞋。

(三) 競爭者分析

上述分析完消費者，本研究接著調查競爭者對於錫安木屐王而言，所造成的問題以優、缺點來細分，探討相關影響及可學習的地方。

表3.競爭者分析

項目	優點	缺點
白米木屐村	1. 當地設置木屐博物館 2. 遊客人數多 3. 客源穩定、與社區結合	1. 遊客人數過多無法應付 2. 相關導覽介紹資源不足
台南府城	1. 具其品牌知名度 2. 擁有百年技術的傳承	1. 商品款式較舊 2. 局限傳統通路課員無法拓展

資料來源：本研究整理

上述五力分析有提到現有競爭者的威脅，就恆春半島而言是佔有優勢的但是如果將木屐拓展至台灣，宜蘭的白米木屐村和台南府城，都比錫安木屐店擁有絕對優勢，不論是觀光景點或是知名度都略勝一籌。本研究希望藉由當地文創的優勢，將兩者加以結合，把恆春老街轉變成另一種日式風格，期望遊客看到行走在街上的人都穿木屐，變成一條木屐街，而錫安木屐店旁有一間恆春館，它是一間具有潛力的館方，透過主打木屐產品以及其他附加產品價值，提升恆春老街及館方的經濟，增加此店的曝光率，在媒體的宣傳下，木屐就會漸漸提倡而達到市場普及化。

二、 探討錫安木屐（STP）市場分析

(一) S(市場區隔)

本研究針對STP市場分析做了三大部分，第一段以「S市場區隔」將變數分為兩大類：行為變數、人口統計變數。

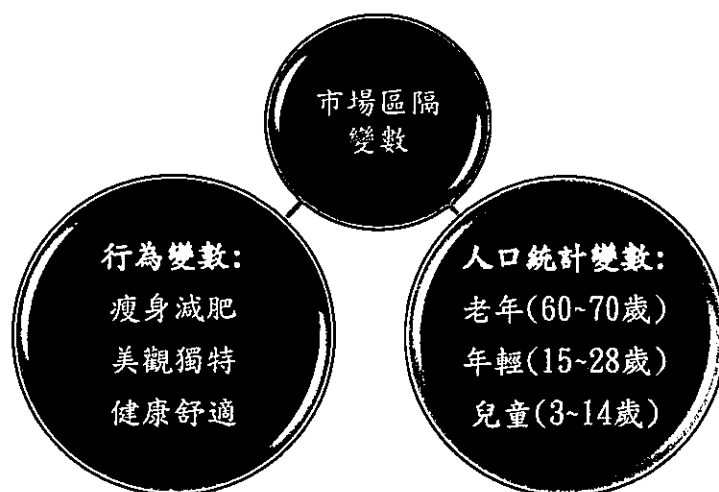


圖2.S(市場區隔)

資料來源：本研究整理

由圖 2 可以得知，現代人不論是哪個人口層面，都會以健康舒適做為第一優先的考量，其次是針對瘦身減肥來選擇，有了健康也有了理想中完美的型態後，就會追求美觀獨特，綜合以上三點對於錫安木屐王而言，這三種市場區隔上的需求，都能夠滿足各種層面的消費者。

(二) T(目標市場)

第二段以「T 目標市場」將行為變數、人口統計變數做結合，加以探討。

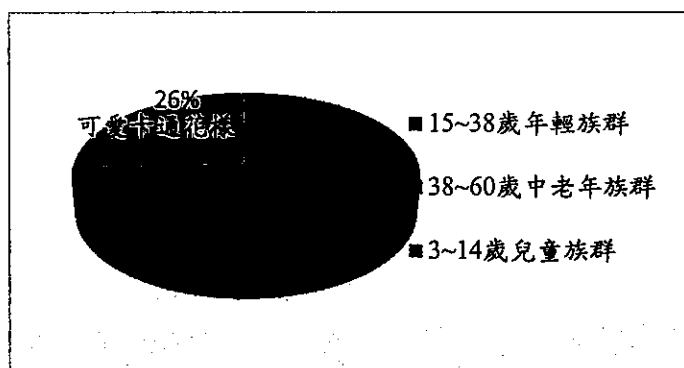


圖 3.T(目標市場)

由圖3可看出，主要族群為年輕族群，以創意雕刻做為領先，其次是中老年族群較為重視的健康穴道，最後是以可愛卡通花樣為主的兒童族群。其主要目標群：年輕族群。次要目標群：團體、家庭、觀光客。

資料來源：本研究整理

(三) P(市場定位)

最後一階段是 P（市場定位），由 S、T 兩部份整合起來，將消費者購買商品的動機，區分為下表分別以品牌、價格、特色等三點。

表4.P(市場定位)

項目	內容
品牌	追求健康樂活、無負擔形象
價格	平價 (390~690元)
特色	創新花樣雕刻(客製化)

資料來源：本研究整理

錫安木屐王以健康樂活、無負擔形象作為品牌最大的指標，現代人不僅要穿的漂亮同時也要追求健康，而這便是當初創店時的目的；又以平價作為價格主打路線，讓每個消費者能以最便宜的價錢購買一雙最健康也最棒的鞋，。而又以特色最為亮點的木屐店，以「客製化」的需求，達到顧客滿意購買放心，進行一對一交流的藝術分享，在等候木屐製作的時間，更與老闆對談木屐的來源及好處。

三、 探討錫安木屐行銷分析

(一) 行銷策略－產品

用最公開的製作流程及材料，讓社會大眾穿的安心用的放心行的開心，因此本研究利用所調查到的資料，整理如表5所示。

表5.行銷策略－產品

項目	內容
材質	加拿大進口冬松、檀木、桂蘭木
種類	高底男子漢、女鞋、健康木屐
耐用年限	2—8年不等
量腳訂做	現場製作，讓木屐符合每個人的腳型
客製化	為年輕族群雕刻出屬於自己的Style

資料來源：本研究整理

(二) 行銷策略－主打商品

主打人體工學木屐，現代人的塑膠鞋易造成腳變形的問題。

表6.行銷策略－主打商品

項目	內容
特色	弧度符合人體工學
功能	可貼合人體腳型，矯正腳變形問題。

資料來源：本研究整理

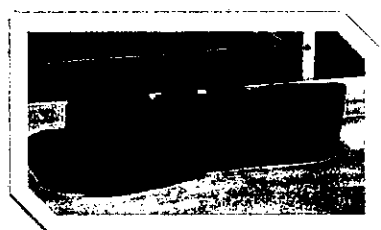


圖4.鞋面人體工學

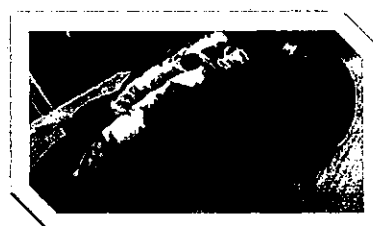


圖5.夾角人體工學

資料來源：本研究自行拍攝

（三）行銷策略－價格

在恆春半島是唯一的獨佔市場，沒有其他木屐市場與其競爭，因此沒有價格上的比照對立，但綜觀全台的木屐市場，我們想做價格調查，好進入台灣市場。

表7.行銷策略－價格

單位：新台幣/元

項目	內容
低價位	250~290元 小孩子尺寸。
	390~490元 基本款木屐。
中價位	790~990元 女子麵包鞋。
	590~690元 男子漢、人體工學。
高價位 (健康路線)	990~1350元 高跟女鞋。
	1000~1350元 健康穴道木屐、拉筋提臀木屐。
促銷式搭配	週年慶買多就送。

資料來源：本研究整理

經過調查得知，此店主打平價路線，推薦客人穿基本款木屐以及較舒適之人體工學木屐，並有買多雙就免費帶一雙或打折的優惠。

(四) 行銷策略—通路

表8.行銷策略—通路

項目	內容
店面	恆春半島中山老街木屐店
代售	貓鼻頭、牡丹灣Villa

資料來源：本研究整理

(五) 行銷策略—推廣

行銷手法採用直效行銷例如:有活動期間搭配文宣宣傳擴展知名度或者是與當地的民謠活動結合推廣地區文創的物品，尤其現代人偏向於科技的發展與便利。

本研究欲透過網際網路來宣傳例如：Facebook打卡、Youtube採訪、以及當地報社報導。

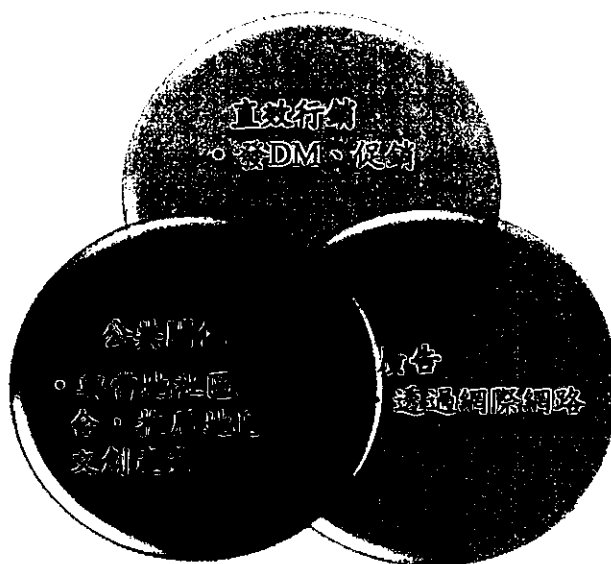


圖 6.行銷策略—推廣

資料來源：本研究整理

(六) 探討錫安木屐SWOT分析

本研究分析SWOT表，得知這家店目前的優勢、劣勢、機會、威脅，由此看出這十家店目前的經營概況，希望藉由這張表，可以將它本身的優勢突顯出來；並把劣勢改善之後與機會作融合，來抵擋住外部帶給這家店的威脅，期望將不好的因素減少，轉換成對這家店有利的經營手法。

表9. S W O T 分析

Strength 優勢	Weakness 劣勢
1.環保、不變形、天然材質 2.外型精細獨特 3.平均壽命長	1.材質較硬、較重 2.製作需等候 3.較無法負荷量產
Opportunities 機會	Threats 威脅
1.媒體採訪，增加產品曝光率 2.縣政府悠遊墾丁推廣，使客源增加	1.同質、替代性產品多 2.環保意識抬頭，限制砍伐樹木量

資料來源：本研究整理

SO 分析：利用媒體的採訪告訴消費者族群，木屐的好處不僅僅是耐穿程度比一般市售拖鞋還要來得永久，還可以防止足部變形，在這個瞬息萬變的市場裡，主打健康、天然的鞋子，透過媒體的報導達到產品好處放大化的效果。

ST 分析：在市場上同質性和替代性的產品眾多，造成木屐在市場的需求量不大，加上環保意識抬頭限制砍伐樹木造成木屐極大威脅，不過卻可以利用木屐本身的優勢，以環保無毒又是天然的材質與上述威脅互相抵制，再搭配外型精細獨特耐穿程度高，相信消費者在購買時，能以其優勢來降低威脅。

四、問卷調查

本研究針對恆春半島居民及觀光客，發放 100 份問卷，進行統計分析，其研究結果如下所示。

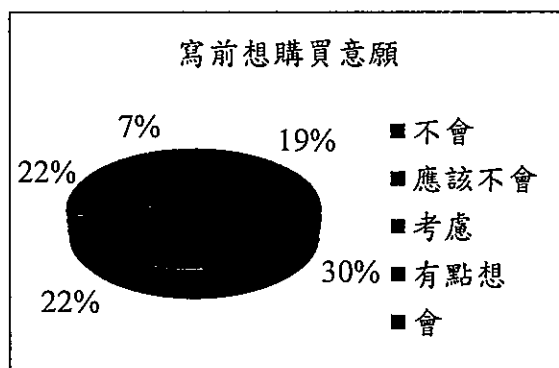


圖7.寫前想購買意願

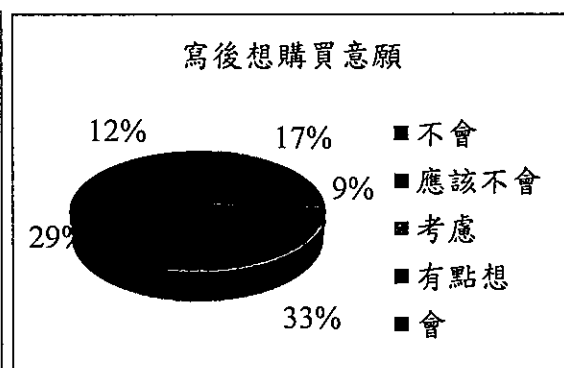


圖8.寫後想購買意願

由圖7及圖8可以發現到，在填寫問卷意願的前後，其中以會和有點想的比例大幅提升了三分之一，數值也都明顯的增加，由此可見其實在多數人填完有關於木屨的問卷都會有想要購買的意願，因此木屨如果可以有多方面的宣導，他的其中好處及方便，相信就能大幅吸引消費者購買，便可以在製鞋業中佔有一定的比率，因為大家都是相中健康、長壽的優點，才會增加其購買意願。

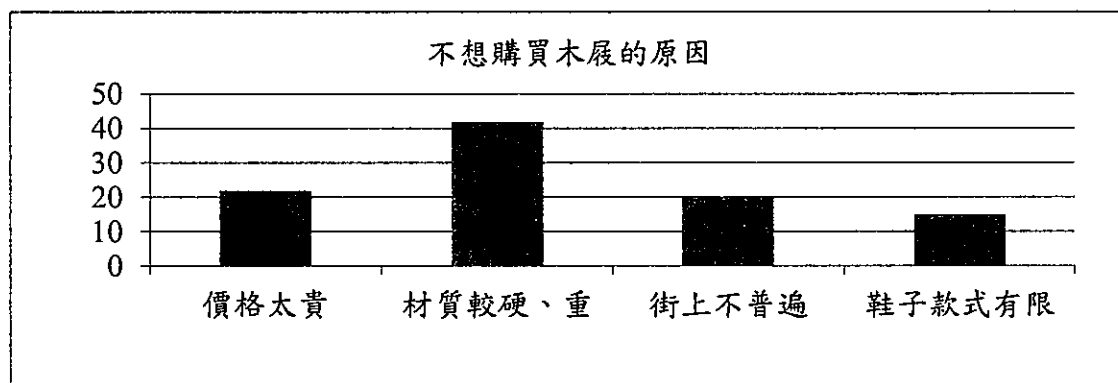


圖9.不想購買木屨的原因

由圖9可以看出大多消費者不想消費木屨的原因以材質較硬、重為第一，接著是以價格太貴和街上穿著不普通為排名，但是錫安木屨王的木屨，價格是採平價制度，以平價價格來抵減掉街上不普通的缺點，只要價格便宜又是天然健康相信消費者會購買的。

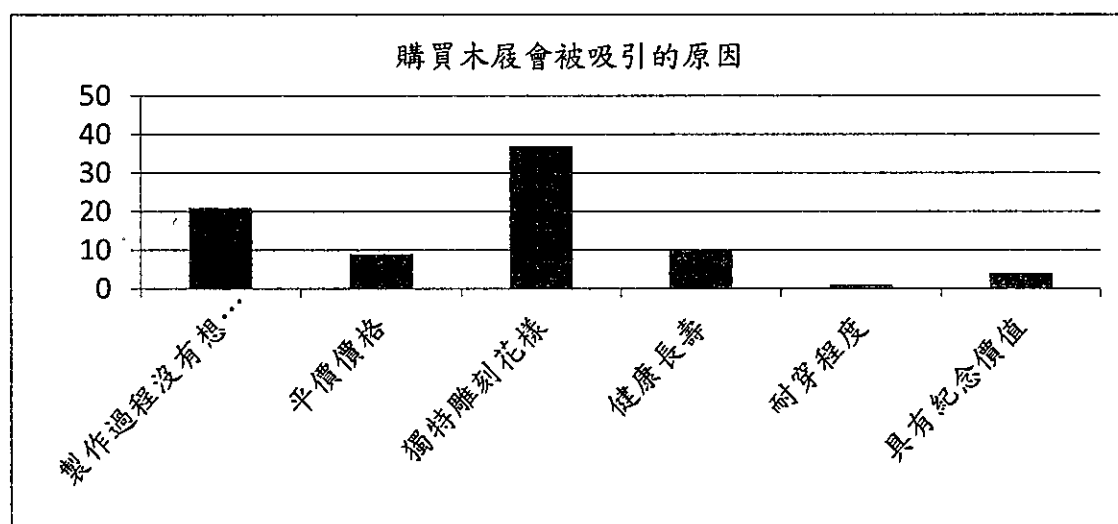


圖10.購買木屨會被吸引的原因

由圖10可知，大多消費者會購買木屨的原因以獨特的雕刻創意為主，因此可以強力得在這方面下功夫，讓更多人看到獨特的木屨雕刻風格，後者以不需等候多時為其次，大多人都會想像木屨要等候很久其實不然，自錫安木屨店不但等候時間不需太久而還擁有創意雕刻，是錫安吸引消費者最大的兩者因素之一。

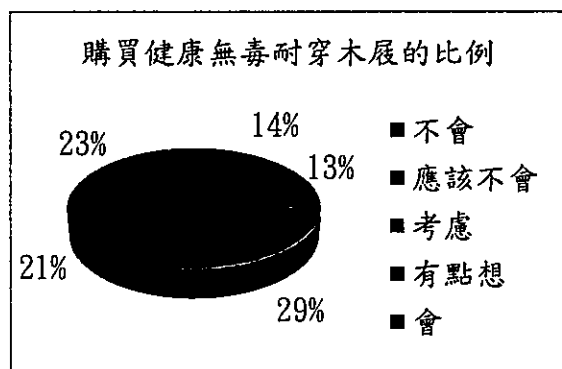


圖11.購買健康無毒耐穿木屐的比例

由圖 11 可以看出現今的消費者對於木屐的需求度是排名在"考慮"和"應該會"以及"會"的部分，這可以證明了消費者其實是有意願想要購買健康無毒的木屐，因此木屐還是可以在鞋業上佔有一定的比率的。

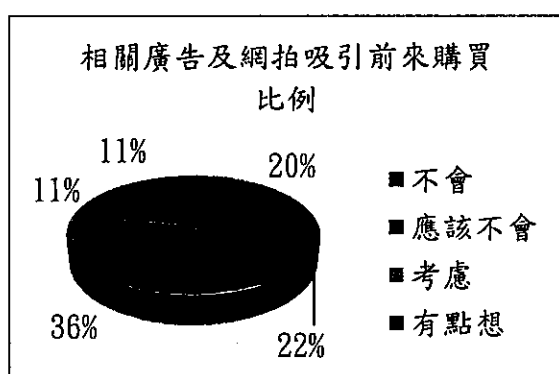


圖12.相關廣告及網拍吸引前來購買比例

由圖 12 可以得知大多數的消費者將近約 60%都是會被木屐的相關廣告及網拍給吸引購買，所以說其實木屐並沒有想像中的那麼不受歡迎，欠缺媒體的力量來大肆宣傳，其實只要多增廣有關木屐的消息，在大眾媒體的傳播下，木屐定能漸漸成為鞋場的穩定源之一。

陸、 結論與建議

一、 結論

錫安木屐王店，具備了健康無毒的新穎觀念，價格又公價是消費者最想要的，雖然說具備了這些優勢，不過根據本研究調查發現，這家店所缺少的是知名度，在品質上並不會輸給任何一家木屐店，而是比別家店更少名氣。在恆春半島而言當然競爭者為零，但是如果將範圍展延至台灣，馬上就會被其他更有名的木屐店給蓋過去，因為他們的知名度比錫安木屐王要來的高，不論自身擁有多大的優勢，只要缺少了其知名度往往就輸在起跑點上，因此可以建議與當地的鄉鎮公所合作以及當地文創產業一起發展，將其知名度大大提升，藉由媒體的曝光率來達到產量的提升，不僅帶動其店的名氣度，更能帶動起周邊附近的營業率上升，可說是一舉兩得的好方法。

而現代人都在追求美感，不論是吃的或是用的，但往往在追求美感的時候，都會遺忘了健康這項最重要的因素，而我們針對此問題調查可以發現到，在大家普遍的印象中，木屐就是屬於材質硬又重的觀念，再加上對於木屐的刻板印象就是非常傳統的款式，以至於大眾都去選擇市面上常見的塑膠拖鞋，殊不知市售的輕便鞋，其隱藏的危機是非常大的。而此店的木屐，是可以解決目前消費者想要購買的意願，不僅是木屐可以做客製化還能創意雕刻製作過程透明且全程參與，等候時間又不需太久，只需5至10分鐘，又能同時追求到美感與健康，我想這是錫安木屐王在鞋業上最大的優勢，將消費者所顧慮的一切都給一併解決，花小錢就能買到一輩子腳足的健康，是每位消費者心中最大的希望，到此店就能實現。現今的消費者獨愛創意的商品，我們希望透過消費者們的推廣，進而使創意雕刻木屐市場占有率提高，希冀未來消費者對木屐的接受度提高，把健康帶進生活中。

綜觀上述，本身為木製品的木屐，是走向於健康養生的路線，現代人因為衣食無虞，漸漸把養生及健康放在生活的重心，我們便從走向健康的路線出發，期望透過健康無毒的概念，讓消費族群擴大並宣傳出去，但是環保意識的抬頭，限制砍伐樹木量，可能導致木屐生產量減少，這正是我們現在要面對的課題。因此我們的應對方法便是，傳達一雙木屐可以穿很久的概念給消費者，突破塑膠拖鞋所沒有的缺點。劣勢方面則是對一般大眾而言，對木屐的印象是較重、較硬，在購買方面便會偏向於塑膠拖鞋，尤其購買不需要等候且普遍，在購買上形成阻礙，而我們希望藉由媒體增加木屐的曝光率，變得更大眾化。

二、 建議

- (一) 多多宣傳木屐相關健康資訊，以吸引消費者前來購買。
- (二) 與當地鄉鎮公所合作舉辦相關活動增加產品媒體曝光率，提升知名度。

柒、 參考資料

MS Office (2010 版) 【電腦軟體】。美國：微軟公司。

Ulead PhotoImpact 12 【電腦軟體】。台灣：友立資訊。

大溪老街玩透透，閒情逸致懷舊木屐 (註一)。檢索自

<http://www.jhjhs.tyc.edu.tw/~dashi/relax/clogshistory.htm> 2014/09/11

白米木屐村 (註二)。檢索自

http://superspace.moc.gov.tw/hall/local_culture_page.aspx?oid=b62f049d-80d6-4766-a6f0-0eb14a4e2da3

府城木屐（註三）。檢索自

<http://muzikonline.tkec.com.tw/brainy/detail/%E6%9C%A8%E5%B1%90/58500>

9

蕭富峰（2011）。行銷管理概論。台北：智勝。

許英傑、黃淑姿（2014）。零售管理：行銷觀點。台北：前程文化。