

致理技術學院應用日語系

104 學年度畢業實務專題報告

日本通訊軟體 Line 在台的發展

指導老師：

陳萱

組員：

10122178 駱勇霖

10122180 陳政軒

10122253 邱甯尹

10122276 丁亞曼

2015 年 11 月

實務專題報告授權書

本授權書所授權之實務專題研究報告為授權人共_____位於致理技術學院應用日語系_學年度第_____學期完成之實務專題報告。

實務專題報告題目：

-
- 同意授權，開放全文檢索
不同意授權，僅開放書目資料及索引摘要相關資訊（上述同意與不同意之欄位若未勾選，則視該組同學皆同意授權）

授權人茲將本報告電子檔與紙本裝訂成冊後，以非專屬、無償方式授權致理技術學院(以下簡稱本校)得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟或數位化等各種方法收錄、重製與利用；為助益完整典藏全校之學術研究成果，同時提升學術產出之能見度及影響力，同意應用日語系辦公室留存，且本校圖書館得將本報告收錄於本校機構典藏系統，作者仍保有著作權；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行線上檢索、閱覽、下載或列印。授權人保證本報告係本組之原始創作，且並未侵犯任何人之智慧財產權。

指導教師：_____（請親筆正楷簽名）

授權人：

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

學號：_____學生姓名：_____（請親筆正楷簽名）

中 華 民 國 年 月 日

※本授權書請以黑筆撰寫，並影印裝訂於報告封面頁之次

組員工作分工表

組員 工作內容	邱寯尹	丁亞曼	陳政軒	駱勇霖
謝辭、摘要	●	●	●	
前言	●	●	●	●
章節、圖、表編號		●		
資料蒐集	●	●	●	●
研究動機、緒論		●		
第一章				●
第二章	●			
第三章		●		
第四章		●		
第五章			●	
第六章		●		
結論	●	●		
PPT 簡報製作	●	●	●	●
海報設計				●
講稿	●	●	●	●
參考文獻		●		
組員工作表		●		

謝辭

這一次的專題能夠順利完成，首先要感謝的是我們的指導老師-陳萱老師，從訂定題目的過程中遇到了許多的問題，給了我們很多建議及鼓勵，且發現到一些我們沒注意到的問題，在翻譯上更是訂正了我們的用字遣詞，使語意上更通順，也學習到翻譯並不是那麼簡單的一件事情，多虧老師的用心指導，才讓我們這次的專題能夠順利進行。

在這十個月的討論中，了解到完成一項研究並不是那麼容易的事情，常常忽略許多細節以至於在選題目階段時一直更改題目，但最終還是完成了這項專題報告，而最大的收穫是學習到分工合作的重要性以外還有翻譯的能力必須在更加強才行，過程中與組員有些摩擦，最終也了解到良好的溝通才能使事情進行的更順利。

最後謝謝陳萱老師願意當我們的指導教授，經常為我們抽出時間和我們討論，給了我們意見，使我們在這次的專題成長了不少。

中文摘要

Line 是目前在台灣民眾普遍所使用的通訊軟體之一，當然也還有許多不同的交友軟體也是大家所喜愛的。但是為什麼 Line 會在那麼多軟體中脫穎而出呢？想必其中是有它的魅力所在！

Line 在我們現今的社會裡已經是生活中不可或缺的一部份，人們使用它聯絡彼此感情、認識新朋友、網拍、創業及工作時需要交待的事情等等，雖然方便但卻也在無形中造成了負面影響，有些公司甚至連員工下班了還在用 Line 與員工開會，讓員工在下班之後不能好好的休息！

一件商品有優點必然也有缺點，當然 Line 也不例外，Line 不只為臺灣帶來許多的優點及經濟效益，可是卻也帶來不少負面的社會議題。

關鍵詞：Line、通訊軟體、負面影響、經濟效益

日文摘要

現在、台湾では様々なSNSがあり、多くの人に使われています。その中でもっとも好かれているSNSの一つはラインです。なぜ、ラインが一番好かれて使われているのでしょうか。きっと、ラインには何か独自の魅力があるだろうと思われます。

この頃、ラインは私たちの生活の中でもうなくてはならないものとなっています。人々はラインを使って、友達や得意先連絡し合ったり、ネットワークを作りったりしています。また、創業するにも使われています。

ただしラインには便利な面だけではなく、マイナスな部分もあります。会社によって、社員は仕事が終わって帰宅後でも、ラインでの会議に出るのを強要されることがあります。社員はゆっくり休むことができなくなっているのも現状の一つと言えるだろう。

どの商品でも長所があった、必ず欠点もあります。もちろん、ラインも例外ではありません。ラインは台湾の人々に経済的な利益をもたらしてきただけではなく、多くのマイナスな影響を持ってきて、社会問題となっています。

キーワード：Line、通信のソフトウェア、マイナス影響、経済効果

目錄

組員工作分配表

謝辭

摘要

序論	1
第一節 研究動機及目的.....	1
第二節 研究方法.....	2
第一章 智慧型手機及應用程式進入台灣人的生活.....	3
第一節 手機通訊演變.....	3
第二節 智慧型手機興起.....	4
第三節 智慧型手機使用時間調查.....	5
第四節 應用程式使用類型調查.....	6
第五節 AARRR.....	9
第二章 LINE 的創立及台灣市場的導入.....	11
第一節 Line 株式會社的創立.....	11
第二節 LINE 進入台灣的市場狀況.....	15
第三章 LINE 的市佔率分析.....	17
第一節 LINE 在其他國家的發展.....	17
第二節 台灣使用人口快速增加.....	18

第四章 LINE 與其他通訊軟體的比較.....	19
第一節 與其他通訊軟體的優劣比較.....	19
第二節 開發許多相關 Apps.....	20
第五章 LINE 的行銷手法及廣告.....	26
第一節 實體商家及物品的銷售.....	26
第二節 個人創作及分享.....	32
第六章 LINE 普及後造成的負面影響.....	43
第一節 員工超時工作.....	43
第二節 詐騙手法日新月異.....	44
第三節 有資訊安全洩漏的危險.....	45
第七章 結論.....	46
參考資料.....	47

序論

第一節 研究動機及目的

在文字還沒發明前，人類就已經知道溝通的重要性。當時，利用比手畫腳、畫圖示意等方式表達。在文字發明之後，溝通上方便了不少，但是交通還沒有發達前，卻也無法即時地傳遞訊息。到了現代，科技和資訊爆發的年代，網路和交通都非常方便的現代，人們傳遞訊息方法變多了且也變得非常簡單容易了。

科技的發達、智慧型手機、電腦及網際網路的普及，通話、簡訊不再是手機的主要功能了，上網也不是只能用電腦了。現在人們人手一台智慧型手機，通訊軟體成為人跟人之間傳遞訊息的主要管道，而現在通訊軟體也不斷推陳出新，從最早的 ICQ 到之後的 YAHOO 即時通、Msn、Skype、Whatsapp、WeChat 以及 Line，都可以發現人們傳遞訊息的方式變化多元且管道越來越多了。

而通訊軟體的出現也改變了人類的溝通方式，雖然通訊軟體讓人與人之間的交流更方便以及快速，但也造成人類對通訊軟體的依賴，以及過度使用。

藉由此專題報告，我們想知道 LINE 究竟有什麼樣的魅力以及 LINE 為何會如此盛行，為什麼大家會選擇使用 LINE。

第二節 研究方法

(一) 文獻分析：

透過尋求書籍及報章雜誌的資料，檢視這些資料並且客觀的分析，不論是第
一手或是次級資料，確定他的可靠性及可信度再從這些大量的資訊與文獻，進行
蒐集、分析、研究後提取所需的資料，對文獻用客觀的角度進一步系統且條理化。

(二) 網路資訊蒐集：

透過各個使用者的使用心得、收穫，能使本專題增加客觀性。許多人會在網
路平台上分享他們的使用經驗，透過他們的交流更加豐富了我們對 LINE 的見
解。

第一章

智慧型手機及應用程式進入台灣人的生活

第一節 手機通訊演變

1973年，美國 Motorola 公司的 Martin Lawrence Cooper 博士研製出世界上第一隻手機的。1973年4月3日，Martin Lawrence Cooper 以他們新研發出的行動電話原型機，並撥打電話給貝爾實驗室的研發對手。

1G

第一代行動電話網路（1G）是指類比訊號的行動電話。只能進行語音通信，收訊效果不穩定，且保密性不足，無線頻寬利用不充分。

2G

第二代通訊是指數位訊號手機，如我們常見的 GSM，提供低速率資料服務。全球超過 200 個國家和地區超過 10 億人正在使用 GSM 電話。GSM 可以進行語音通信、收發簡訊、MMS、多媒體簡訊等。目前在全球範圍內，使用最廣是第二代手機，是當前應用最為廣泛的行動電話標準。

3G

第三代手機是一種可以全球通用的無線通訊系統，在網路頻寬利用和數據

通信方面都有進步發展，上網速度大幅地提升，因此給了智慧型手機奠定了一個發展的立足點。3G 能夠同時傳送聲音（通話）及資訊（電子信件、即時通訊等），3G 的代表特徵是提供高速資料業務，速率一般在幾百 kbps 以上。

4G

是 3G 之後的延伸。4G 有更高的資料流動量、更低時間延遲、更低的維護成本、更高安全能力。從技術標準的角度看，靜態傳輸速率達到 1Gbps，使用者在高速移動狀態下可以達到 100Mbps，就可以作為 4G 的技術之一。

第二節 智慧型手機興起

黑莓機(BlackBerry)是智慧型手機的始祖，1999 年首隻能通話的黑莓機 RIM 6230 誕生了，由於有強大的電子信件的功能，且高即時性，收到信件像收簡訊一樣簡單快速，並且使用了標準鍵盤（QWERTY）。2001 年，美國雙子星大樓 911 恐怖攻擊事件，攻擊事件發生當時網路混亂，黑莓機能及時傳遞現場資訊，大大地獲得美國廣大商務人士認同。黑莓機主要的用戶是商務人士和政府官員，如總統、部長級官員、國會議員等等。2005 年，黑莓機有 400 萬使用者，當中超過 20 萬用戶為美國政府官員。BlackBerry 並獲得《富比士》雜誌在「2005 年全球 20 大高增長品牌」評選。

在那之後，各家手機廠商陸續推出不同的智慧型手機，例如：宏達電推出的 HTC、美國蘋果公司 iPhone、韓國三星推出的 Sumsung 手機等等。這些智慧型手機搭配各電信業者的 3G、4G 服務後，提供了高速的上網環境，再加上手機原本附有的豐富的功能選項、完整的作業系統、大螢幕與觸控功能，智慧型手機在手機歷史上開創了一個新世代。

第三節 智慧型手機使用時間調查

根據資策會(Institute for Information Industry)與經濟部技術處「服務創新體驗設計系統研究與推動計畫」在 2013 年三月到五月期間所進行的問卷調查發現，臺灣消費者每週使用電腦上網的時間為 23.9 小時，每週使用智慧型手機上網的時間高達 15.4 小時，由此可見臺灣消費族群使用網路的習慣，改變了使用方式，也因為使用上更方便了，所以使用的頻率也增加了。

除了電腦和智慧型手機之外，每週使用平板電腦上網的時間，也已經提升至 8.8 小時，和收聽廣播的 10.1 小時相當接近。這邊可以很明顯地看出，行動裝置已經是台灣人生活的一部分了，且這個狀況會愈來愈普遍，各式各樣的應用程式軟體，不再只是打發無聊、殺時間的玩具，在我們日常生活中扮演著愈來愈重要的角色。

台灣行動廣告平台 Vpon 同年也公布了〈2013 年第三季台灣行動市場數據報告〉，Vpon 根據公司本身所提供的廣告服務每個月可接觸到台灣 1270 萬使用者的數據，對 2013 台灣智慧型手機從市佔率、品牌、版本與使用行為做了分析。其中分析報告中指出使用者行為如下：

平日白天用 3G 網路、晚上用 Wi-Fi 使用智慧型手機，上班時間 3G 上網非常頻繁，尤其中午 12 點休息時間是高峰，晚上下班 8 點回到家，開始轉換使用 Wi-Fi 上網。週末上午 12 點之後 3G 網路上網用量大量增加，代表出遊人數增加，晚上 8 點回家之後開始使用 Wi-Fi 上網。不論平日假日，在外工作、出遊，使用 3G 網路用智慧型手機上網，而夜晚回到家中，繼續使用 Wi-Fi 上網，表示著人們漸漸的不依賴桌上型電腦，持續使用智慧型手機上網，故台灣人使用智慧型手機的時間為全球之冠。

第四節 應用程式使用類型調查

常常在大眾交通運輸工具上，像是捷運、公車上看到乘客玩手機遊戲消磨通勤無聊的時間，或是戴上耳機聽音樂、追一下連續劇的進度，再來就是透過通訊應用軟體 Whats app、LINE、Facebook Messenger 和朋友聊聊天、傳送圖片，或是使用 Facebook、Instagram、Path 上傳照片和朋友分享近況，

根據資策會(Institute for Information Industry)於 2014 年上半年首次在臺灣針對 17 類的 APP 進行「百大 APP 活躍使用者的調查分析報告」。調查結果，近 2014 上半年臺灣民眾最多人使用的前三大 APP 依序為 LINE、facebook、臺灣蘋果日報。前十大排行榜中就有 5 個是通訊社交類的應用程式，包括 LINE、facebook、Facebook Messenger、Whats app、WeChat 等。除了使用通訊社交類應用程式外，在前十大應用程式調查結果中，還包括了新聞、影音、遊戲、應用工具 APP，其中包含臺灣蘋果日報、Youtube、Candy Crush Saga、LINE camera、手電筒等 APP。



【圖 1-4-1】2014 年上半年臺灣民眾最常使用的前 20 大 APP

資料來源：資策會 FIND(2014)，調查期間：2014 年 1 月 9 日至 2 月 10 日，調查有效樣本 4,052 份

排名	APP 名稱	使用率%	iOS%	Android%	排名	APP 名稱	使用率%	iOS%	Android%
1	LINE	66.6	64.1	77.0	51	手機音樂電台	8	8.8	15.0
2	Facebook	48.5	47.5	58.7	52	台灣訂飛機	7.9	6.0	13.9
3	台灣蘋果日報	35.6	45.1	58.5	53	UDN News	7.8	7.3	9.2
4	Facebook 手機即時傳	35.3	36.2	41.5	54	藍芽 FUN 電影	7.8	3.9	12.5
5	Youtube	32.1	32.1	36.2	55	富錦 T-EX	7.7	6.2	12.2
6	WhatsApp	27.6	24.3	41.6	56	拼立得	7.4	8.4	7.6
7	Candy Crush Saga	26.9	23.2	27.8	57	醫科書院轉	7.3	-	6.0
8	LINE camera	25.5	25.4	35.1	58	LINE 禮物遊戲	7.1	7.8	6.5
9	手寫板	23.4	26.9	29.0	59	PicCollage 拼貼圖	7	5.0	14.1
10	WeChat	23.3	21.1	33.7	60	神偷奶爸	7	6.7	7.7
11	Skype	22.7	18.1	28.9	61	雲端視網膜	7	8.6	9.5
12	Google Maps	22.2	22.8	30.2	62	生活氣象	6.8	6.3	7.6
13	美言秀秀	20.4	19.5	29.9	63	日曆/記事簿	6.8	7.0	7.8
14	Yahoo 遊戲	19.1	18.4	32.5	64	Yahoo 奇聞異事好康	6.7	7.8	7.4
15	Google 翻譯	18.5	21.1	21.8	65	聯合報 Plus	6.6	6.5	6.8
16	神偷奶爸	18.2	16.4	18.1	66	麥路 雲端動態流布	6.6	-	3.5
17	Camera360	17.8	17.8	22.3	67	計畫機	6.5	6.1	7.9
18	家在方便-台灣在地美食	16.7	21.2	18.3	68	GROUPON	6.5	5.7	7.7
19	PPS 影音	16.4	16.1	21.5	69	Dropbox	6.4	5.4	8.0
20	7-ELEVEN	16.2	13.5	24.6	70	天涯 新聞	6.4	7.4	6.6
21	LINE POP	15.7	13.2	18.9	71	台灣 優惠券大全	6.3	-	6.6
22	KKBOX	15.7	14.9	21.8	72	Google 臺灣現狀	6.2	6.6	6.4
23	海攝大師	15	23.7	8.3	73	myMusic	6	6.5	5.8
24	LINE Pokopang	13.7	12.8	15.7	74	Nownews 今日新聞	6	8.9	6.7
25	免費音樂 mp3 下載網誌	12.5	14.9	-	75	三竹 資訊-行動股市	5.9	7.9	6.5
26	雲端相機	12.1	13.5	20.4	76	富錦 優惠券網	5.9	5.9	12.0
27	Instagram	12.1	8.6	21.6	77	Cymera-雲端相機	5.8	6.9	5.9
28	綠色小碟雲端流傳	12	9.7	20.5	78	露天拍賣	5.7	5.2	8.5
29	雲端攝影網	11.8	14.8	14.7	79	memo 購物網	5.7	7.2	6.4
30	真藏新媒體	11.3	15.2	11.7	80	通訊機	5.7	5.6	7.1
31	GOMAJI	11.2	13	13.5	81	超拍 CWMoney	5.3	4.8	4.8
32	MBYoutube 音樂影片	11	12.2	-	82	台灣銀行	5.1	4.5	6.2
33	免費訂閱雜誌 2013	10.9	11.2	10.6	83	Flipboard	5	4.8	4.9
34	開心水塔塔	10.5	9.6	6.5	84	英次 英字三	4.9	6.1	5.5
35	雲端音樂網	10.3	7.5	14.7	85	優惠折扣網	4.6	3.7	7.2
36	雲端播-雲端分享網	10.2	11.6	13.7	86	國泰 安泰銀行	4.5	5.1	5.7
37	電影攝影網	10.1	9.4	14.1	87	優樂 桌上用 EZTable	4.4	3.0	7.1
38	WhosCall	10	15.3	3.4	88	Cytus	4.4	2.7	5.5
39	樂歌 三 N3 Std	9.9	11.6	11.6	89	優台灣	4.3	4.0	5.3
40	威奇 HD	9.8	11.9	7.9	90	拍寶	4.3	3.8	7.2
41	會說話的攝影機	9.7	10.9	9.6	91	Hks 好樂多	4.3	3.1	2.9
42	工具箱	9.6	10.7	8.5	92	大眾說英語	3.9	3.1	5.3
43	懷抱大地攝影	9.3	7.8	10.7	93	Evernote	3.9	3.3	3.8
44	M+ Messenger	9.2	7.1	10.9	94	公益樂歌	3.9	4.8	-
45	國行網購	8.9	9.3	15.0	95	Google Play 圖書	3.9	2.9	2.9
46	台灣銀光派	8.8	12.7	7.8	96	錄音機	3.9	4.1	3.4
47	17 Life	8.4	6.3	7.6	97	天下雜誌會員網	3.8	4.6	3.4
48	英語學典	8.3	8.5	15.6	98	PAPAGO! Taiwan	3.7	4.7	3.1
49	Photo Grid 相片組合	8.2	10.1	8.3	99	myfone 購物	3.7	3.5	4.5
50	帶卡攝影	8.2	9.8	-	100	TVBS	3.6	3.9	2.4

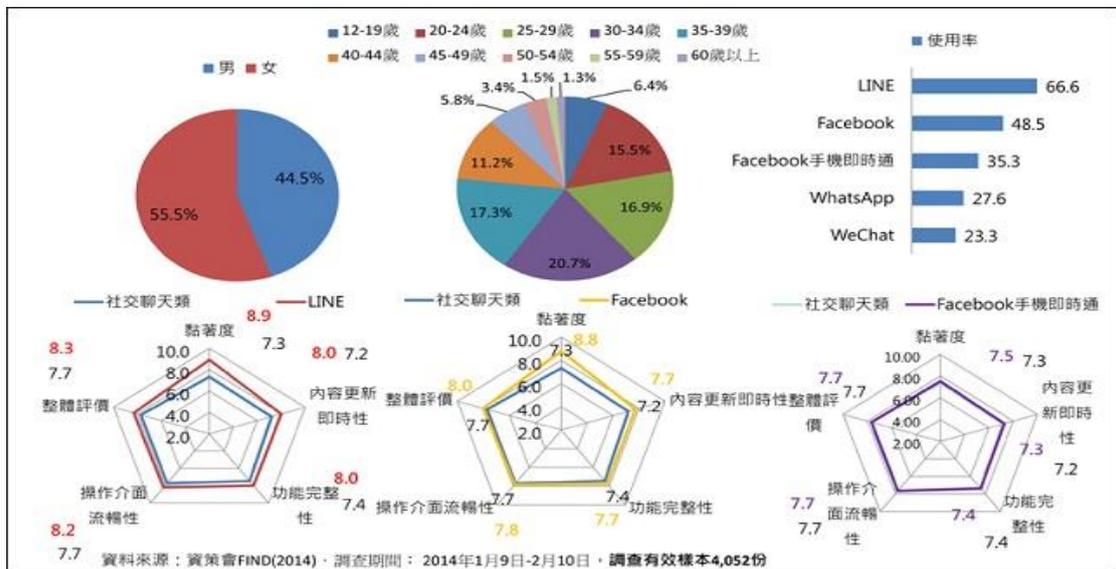
【圖 1-4-2】2014 年上半年臺灣民眾最常使用的百大 APP

資料來源：資策會 FIND(2014)，調查期間：2014 年 1 月 9 日-2 月 10 日，調查有效樣本 4,052 份



【圖 1-4-3】2014 年上半年臺灣民眾最常使用的 APP 類型排行

資料來源: 資策會 FIND(2014), 調查期間: 2014 年 1 月 9 日-2 月 10 日, 調查有效樣本 4,052 份



【圖 1-4-4】社交聊天類 APP 評價指標分析

資料來源: 資策會 FIND(2014), 調查期間: 2014 年 1 月 9 日-2 月 10 日, 調查有效樣本 4,052 份

第五節 AARRR

500Startups（一家美國高新技術創業服務中心）的創辦人 Dave McClure，也是矽谷的高科技初創公司的超級投資者之一，所提出的一組指標「AARRR」。

「AARRR」（Acquisition、Activation、Retention、Revenue 和 Refer）的五個重要環節。

AARRR 是從使用者生命週期的角度來看的一組指標，定義如下：

Acquisition（獲得使用者）：

使用者從各式各樣的管道來訪。沒有使用者，就沒有人了解、認識產品跟服務，這樣也不會有獲利。現今推廣的管道非常多元，所以特別要注意並識別來自不同管道的使用者，要用不一樣的方式去對待不同管道的使用者。

Activation（成為有效的使用者）：

使用者在初次到訪後，使用了我們所提供的部分主要功能，而不是看幾眼就走了。針對不同的產業特性，應該去訂定比較合適的衡量指標。光是參觀、拜訪還不夠，使用者必須瞭解產品或服務。引起了使用者的興趣，他們可能就會想讓這個關係更進一步。

Retention（使用者留存、回訪）：

使用者再次造訪。如果使用者滿意第一次體驗，未來使用者有同樣需求的時候，很可能就會再回來。然而拜訪頻率也是跟產業特性、跟購買週期有關。即使使用者滿意第一次的體驗，卻可能因為各種原因或是忘了，沒有再來拜訪。這個時候就可以來提醒使用者服務的存在。

Referral (使用者推薦他人):

使用者喜歡我們提供的產品或服務，而且推薦其他人使用。現在社群網站很流行，很多人會在上面分享自己的經驗、體驗，朋友親身經驗然後去推薦比廣告來得有說服力多了。如果使用者滿意這次使用體驗，鼓勵他們分享出去吧。

Revenue (使用者付費):

使用者決定付費購買我們的產品或服務。

第二章

LINE 的創立及台灣市場的導入

第一節 Line 株式會社的創立

Line 株式會社 (Line Corporation) 是韓國最大互聯網公司 NHN，由日本分公司 NHN Japan Corp. 日本團隊研發推出的行動即時通訊應用 App，創立於 2011 年 6 月。此公司自 2013 年 4 月 1 日起，由 NHN Japan Corporation 更名為 LINE 株式會社 (Line Corporation)。隨著韓國母公司 NHN 併入韓國 Naver Corporation 之後，NHN Japan Corp. 也成為 Naver Corporation 旗下的子公司。

LINE 自 2011 年 6 月公開上市，其特色為用戶之間可以跨國界、跨電訊網路而聯結。彼此可以通過無線網路或 UMTS，與其他用戶進行免費語音通話、視訊或傳送訊息。

Line 據稱為目前在台灣市場上最受矚目的智慧型手機應用程式之一。

表 2-1-1 年表彙整

年份	內容
2011/06	<p>LINE 在日本推出。</p> <p>2012 年 2 月，桂綸鎂為在台商業廣告代言人，被譽為在台灣市場上最受矚目的智慧型手機應用程式之一。</p>
2012/02/03	<p>開始可以用郵件將聊天記錄備份的功能，讓聊天紀錄不會因為換機而消失。</p>
2012/03/09	<p>發表個性簽名功能：</p> <p>可以隨著自己的心情發表在狀態列上。</p>
2012/03/09	<p>發表電腦、平板版本的 LINE：</p> <p>通訊軟體不再侷限於手機，同時也能在電腦上使用 line 進行連繫。</p>
2012/03/29	<p>推出電子賀卡功能：</p> <p>可以選取喜歡的賀卡樣式再加上文字訊息，直接傳給朋友。</p>
2012/04/26	<p>推出貼圖功能、可傳送影片、聲音訊息：</p> <p>聊天時可以使用貼圖增加趣味性。</p> <p>還可以馬上分享影片，對於不熟悉鍵盤的使用者聲音訊息更是一大福音。</p>
2012/04/26	<p>推出 LINE Camera。</p>
2012/05/09	<p>推出群組留言版功能、新增官方帳號：</p> <p>群組留言版除了可以分享影片照片文字訊息外，喜歡成員發佈的消息還可以按一個 <3。</p> <p>新增官方帳號後，企業可以利用 line 來發布消息，有的企業推出免</p>

	費貼圖讓用使用，以增加公司的曝光率。
2012/08/13	每個人皆可在自己的主頁發表照片、文字分享近況。
2012/11/30	推出 Facebook 認證功能： 換手機而重新登錄 line 時，只要靠 Facebook 帳號就可以認證，而不再需要透過電話簡訊認證。
2012/12/07	Line 電腦版可以提供免費通話功能。
2013/06/13	推出主題功能： 可以選擇自己喜歡的背景樣式，套用之後背景不再單調。
2013/09/24	推出視訊通話功能、相簿功能，也新增了刪除好友的功能。
2013/10/01	推出 LINE WEB STORE： 提供給沒有信用卡的用戶可以到便利商店買 My-card 指定卡，開啟網頁儲值進去後就可以購買貼圖及遊戲代幣。
2014/02/17	推出主題小舖，使用者可付費購買主題。
2014/03/13	Line 電腦版新增防護功能： 登入電腦版時出現認證碼，只需將四位數認證碼輸入手機版 line 即可。
2014/06/12	推出動態貼圖，貼圖可以有更生動活潑的表情及動作。
2014/06/23	新增預覽貼圖功能、換機密碼。
2014/07/22	推出限時聊天： 有特別秘密想分享時，點選「限時聊天」在新的對話窗中開始，打開訊息便開始倒數讀秒，時間一到自動消失，讓聊天過程變得更刺

	激有趣，不但可以跟好友分享當下，也減少了隱私外流的可能性。
2014/09/02	動態消息加入好友： 用戶可以在他人動態消息內向留言的用戶傳送好友申請而成為 line 好友。
2014/12/23	新增 Line Pay 功能： 可直接線上刷卡，只需在 line pay 上註冊信用卡一次，之後輸入 line pay 密碼，即可完成付款。
2015/04/23	新增聲音貼圖： 用戶收到聲音貼圖時會自動播放音效，聊天過程中更添趣味性。
2015/8/11	Keep： 讓用戶可將聊天室中想要回顧、保存的照片、文字及檔案儲存在 LINE 中。
2015/9/8	禮品小舖： 能夠透過 LINE，以電子禮券的方式送禮給親友，還可附上超萌的暖暖小卡，距離再遠都能收到滿滿的心意。
2015/10/29	可透過電話號碼搜尋朋友，不需要連結通訊錄即可加入成為好友。

第二節 LINE 進入台灣的市場狀況

一、目前狀況

從 2011 年 6 月 Line 在日本正式推出之後，短短不到四年的時間，在全球 230 個國家每月活躍的用戶數已經達到 1.81 億人，根據韓國時報報導，Line 用戶量在 2015 年突破 6 億人，年底前可望突破 7 億人。排名首位的日本擁有約 5,400 萬人、印尼及泰國的使用戶數也分別達到 3,000 萬人、排名第四位的西班牙為 1,800 萬人，而台灣則是以 1,700 萬人躋身第三大使用國。

Line 於 2015 年 2 月 3 日舉辦的 LINE 2015 Taipei Conference 年度盛會以「LIFE」為主軸，說明 2015 年度發展策略為打造「Mobile Gateway 行動生活入口」，隨之推出的行動應用以「生活」和「娛樂」為主軸，包含行動商城、支付、影音、遊戲等共 8 項。LINE 全球事業部資深副總裁姜玄玘表示，這些服務都會跟台灣當地公司合作，整合資源並推動在地化，以符合使用者需求。

活動會中，首先由 LINE 台灣區商務開發總監陳佳聰，跟大家分享過去一年 LINE 的傲人成績。根據 LINE 的使用者調查，約有 80% 的用戶表示，最常聯繫的對象是家人或親密好友(其中有 62% 是男女朋友、59% 是家人、58% 是夫妻)。在去年主打的 LINE Game 方面，台灣去年一共推出 14 款遊戲，在 Google Play 商店共佔據了下載榜首達 151 天(相當於五個月之久)，其中跑跑薑餅人、LINE Rangers、LINE 旅遊大亨這三款是台灣最熱門的遊戲。

二、未來預測

以亞洲地區來說，雖然 Line 在韓國始終無法取得較高市佔率，在中國也因持續被政府封鎖中而無法拓展市場，但是在台灣、日本、東南亞國家則是持續擁有高人氣，除了最原本的通訊軟體外，也有餐廳、卡通、周邊商品等的出現。更和許多店家合作，除了增加曝光率之外，也結合了關鍵字、優惠卷、互動活動等，宣傳效果十足更提高了民眾的關注率，Line 將不再只是通訊軟體，也可以成為店家宣傳廣告的管道之一。Line 會繼續朝多角化的行銷策略邁進，或許在不久的將來也會像知名卡通一樣，有自己的遊樂園也不一定。

而 Line 在歐美市場的市佔率不斷地增加當中，雖然同為通訊軟體的 whatsapp 有第一年免費的方案吸引許多人，但是相較 Line 的永久免費和可愛貼圖，還是令人感覺遜色許多，加上 line 不斷推陳出新的功能，讓他擁有更多的愛用者，附加價值也在成長中，所以 line 在未來市場中，市佔率將會越來越高。

第三章

LINE 的市佔率分析

Line 在世界各地擁有許多愛用者，在台灣就已經擁有一千七百萬的使用者，全球的使用者也已經突破五億。

第一節 LINE 在其他國家的發展

根據 LINE 常任董事出澤剛於 5/8 日本東京幕張舉辦的 2013 Japan IT Week Haru 進行的演講，提到 LINE 在亞洲區的台灣與泰國的使用率極高，而歐洲方面西班牙的註冊人數現在已經超過 1000 萬人，並且有急速增加的傾向。而目前全球註冊人數已於 2013 年 4 月底突破 1 億 5000 萬人，則公司所在的日本約有 4500 萬人。在 2015 年時，全球使用人數已突破五億大關。

第二節 台灣使用人口快速增加

LINE 台灣分公司的商務總監陳佳聰表示，回顧 LINE 在 2013 年的各項表現。首先最重要的就是用戶數，在 2012 年初上架以來，在短短的兩年內就超過了 1700 萬，以台灣 2300 萬的人口而言，可以說是全民都瘋 LINE 了。在去年 2012 的此時 LINE 的用戶有 1200 萬，在 2013 年一整年淨增了 500 萬的用戶，成績相當驚人。

由於 LINE 在台灣民眾生活中的普及率極高，不少企業用戶都以免費贈送貼圖的方式，吸引民眾下載，成為 2013 年網路媒體中新興的行銷方式。在 2013 年當中，這些企業用戶的貼圖總共被下載超過 1 億 8 千萬次，更被用戶傳送超過 20 億次。

接著是 LINE 台灣分公司的副總經理陶韻智與大家分享在 2014 年當中，LINE 在台灣的市場目標與展望。LINE 在去年底的大事是合併了 Whosecall，成為 LINE 底下服務的一環，原本要付費才能使用的服務也變成完全免費，吸引了更多民眾使用 LINE。

第四章

LINE 與其他通訊軟體的比較

現在市面上有許多通訊軟體可以供大眾選擇，但是為什麼 line 會在亞洲造成轟動呢？以下是一個簡易的表格，能了解 line 與其他通訊軟體的差異。

第一節 與其他通訊軟體的優劣比較

目前市面有許多的通訊軟體，已 LINE 與 whatsapp 做一個簡單的比較。

app名稱	LINE	What APP
國家	日本	美國
使用人數	全球超過4億	全球超過7億
主要盛行區域	日本、台灣、東南亞	歐美
貼圖	○	×
行動遊戲	○	×
電話自動搜好友	○	○
換主題	○	×
官方帳號	○	×
密碼鎖定	○	×
陌生交友	×	×
聊天備份	○	○

(表 4-1-1)

從表 4-1-1 中我們可以發現到 Line 與 Whatsapp 有明顯的差異，差異有貼圖、官方帳號、密碼鎖定、行動遊戲等，在使用上兩者間就有不同的感覺，尤其是貼圖方面可以讓在對話中更能表達自己當下的情緒，而 whatsapp 只有文字比較不易知道對方所想表達的感覺而誤會對方的意思。

第二節 LINE 開發許多實用 APPS

因為 LINE 在網路世界受到許多人的喜愛及使用，進而開發出許多周邊 APPS，其中包括影片拍攝、美顏相機、購物平台等，有各式各樣的 APPS 可供選擇。並且在 2015 年的下半年，推出了群組通訊軟體，以及能夠追蹤定位的 line here。

表 4-2-1 相關 Apps 彙整

APPS 名稱	功能介紹
<p data-bbox="199 907 347 945">SnapMovie</p> 	<p data-bbox="619 907 1401 1088">可以拍攝長度 60 秒以內的影片，拍攝方式只要按著螢幕的拍攝鍵就能開始拍，手放開就會停止拍攝，運用這個程式就能輕鬆拍出一段小影片！</p> <p data-bbox="619 1122 1401 1375">拍攝完畢還可以選擇背景音樂，目前有 9 首樂曲可以套用，可依影片的屬性及想營造的氣氛來做選擇，有輕鬆的、歡樂的、憂愁的也有充滿幸福感的！選完音樂後就能直接傳送給你的 LINE 好友，分享你的創意短片！</p>
<p data-bbox="199 1433 316 1471">Line TV</p> 	<p data-bbox="619 1433 1401 1686">LINE 官方推出的影片平台，裡面有戲劇、音樂皆可免費挑選，而且電腦、Android、iOS 一次全部上架！還可以跟隨加入喜愛的影片頻道，一有更新就隨時通知，也可以輕鬆分享到其他平台跟朋友分享！</p>

<p>aillis</p> 	<p>line 推出的官方相機應用程式，原為 LINE Camera 改名為 aillis 後，以「art is long, life is short.」(人生很短，藝術永流) 為口號，希望新版的功能和介面可以吸引到更多的使用者。</p>
<p>LINE MART 買賣市集</p> 	<p>「LINE MART 買賣市集」，是一款誰都可以輕鬆使用的行動購物 APP，讓大家可以方便快速地享受手指購物！</p>
<p>Line@</p> 	<p>透過 LINE@ 生活圈，能全面接觸廣大行動用戶，和使用者進行即時互動，吸引顧客成為你的忠實好友！而且基本方案不需要任何費用！LINE@是專屬於在地商家的特殊 LINE 帳號，透過簡易申請，商家就能擁有自己的帳號，用 LINE 和顧客互動！</p>

Line Toss



LINE Toss 獨特的優越功能

- [1] 透過 LINE 或簡訊，即可一口氣分享數千張照片及影片檔案！
- [2] 可輕鬆搜尋生日或紀念日等特定日期的照片
- [3] 可以使用地點分類查看
- [4] 接收好友的照片後，可全部儲存並再次分享！

LineQ



隨時隨地為你解答問題的好幫手！

B612



"自拍專用"的專業級相機 APP 讓你晉升達人水準的相機應用程式「B612」，捨去繁雜功能，專注地把“自拍相片”變得更有趣可愛，追求簡單直接的專業相機應用程式誕生！

Line webtoon



LINE Webtoon 提供免費漫畫可以直接在手機或平板上觀看，不需要下載其他的電子書閱讀器，且使用者界面經過特別優化，可讓用戶無論使用何款行動裝置，都能享受順暢的行動漫畫閱讀體驗，同時，用戶在下載漫畫後可離線閱讀 30 天，同時具備社群功能，可以為作品給分、評論、分享給朋友，是漫畫迷專屬的交流網絡。

Line Deco



《LINE DECO》是一款能將手機桌布、佈景主題、icon 等重新換置的 App，內建了上千款的主題套件，不但能將整個佈景主題換成同一系統的圖示造型外，也能換成自己喜歡的樣子，DIY 自己的手機不是難事。

Line Play



LINE PLAY 是可以盡情實現夢想的場所，您可以在這裡交到新朋友、展現自己的喜好及個性，甚至是將交友圈擴展至海外。這裡可以塑造出獨具個性的虛擬人偶來代表自己、與好友聊天，也可以在公園或咖啡廳等空間與眾多好友玩遊戲。

Line Tools



LINE Tools 是一款免費下載的應用程式，多項實用的工具都將聚集在此。

分成以下四大類：

1. 「測量工具」：量尺／分度器／指南針／水平儀／分貝儀
2. 「計時器」：碼表／計時器
3. 「實用工具」：手電筒／鏡子／放大鏡／義大利麵量麵器／行動條碼掃描器
4. 「計算工具」：電算機／單位轉換器／服裝尺碼對照表

Line Card



只要從種類豐富的卡片當中，挑選出喜愛的樣式，再加上文字及照片，即可完成一張獨家電子賀卡，卡片完成後，可傳給 LINE 上面的朋友、家人、另一半喔！

朋友生日當天，想好好說聲「生日快樂」的時候；想對好友表示感謝之意的時候；Line Card 將是您傳達心意的最佳幫手

Line brush



照片可編修成手繪作品「LINE Brush」為免費下載的應用程式，將可供您於智慧手機上創作出繽紛的圖畫，或是將照片編修成精彩的手繪作品。

Popcorn Buzz



Popcorn Buzz 擁有強大的群組通話功能，顛覆以往付費才能享有的商務級群組通話功能，讓所有使用者能不花一毛錢，免費使用 Popcorn Buzz 多方語音通話，同時滿足個人與工作上的需求。

Line here



讓您隨時隨地都能確認家人和朋友的位置。
使用 LINE HERE，可以更輕鬆地找到家人和朋友的位置。如果不想要隨時都公開位置，只要使用計時器就可以僅在特定的時段分享位置，當計時器歸零時就會自動停止分享位置。

第五章

LINE 的行銷手法及廣告

第一節 實體商家及物品的銷售

一、 實體商家

在 2014 年開始不久舉辦了一場"2014 New Year Party" 來向所有支持 LINE 的台灣朋友致謝，並且預告 2014 年 LINE 將為大家帶來更多更新更全方位的服務！

(圖 5-1-1)



LINE 在 2013 年 共創下貼圖 1 億 8 千萬次的下載數以及超過 20 億次的傳送次數佳績，而在 2014 年 LINE 也將朝"Localization (在地深化)"、"Service Expansion (服務擴張)"與"Globalization (連結世界)"三個方向來做更多、更深入的服務。

其中"Localization (在地深化)"的部分，根據 LINE 台灣副總經理 Sting 表示，共分為遊戲、貼圖與實體專賣店三個方向進行。

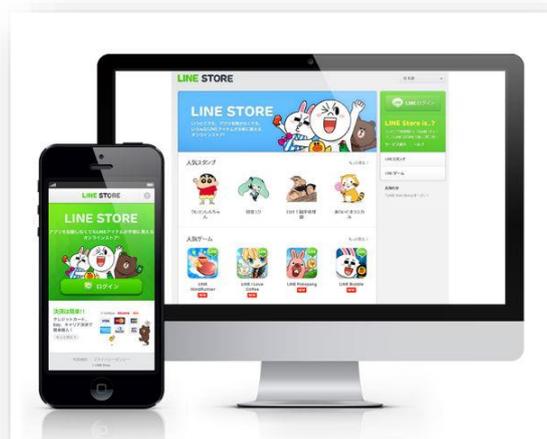
遊戲方面於 2014 年率先推出新的消悶解憂遊戲"跑跑薑餅人"。透過可愛的薑餅人造型與社群的互動，讓玩家可以輕易上手並且消除日常生活上的疲憊。

貼圖方面則是感謝大家對彎彎與馬來膜設計貼圖的支持，讓他們瞭解台灣的朋友對於本土插畫家的喜愛。也預告接下來將會很快的於市集中推出另一位深受台灣朋友喜愛插畫家-**幾米**的作品！

專賣店部分，於台北科教館所展出的 **LINE FRIENDS 互動樂園**，不斷收到許多朋友對 LINE 實體商品喜愛與購買詢問，因此計劃將於 **2014 年在台灣開設實體店面**，讓更多喜愛 LINE 周邊商品的朋友將不再受到盜版與正版的分辨困擾，或是苦無購買之處，直接就可以透過 LINE 的實體商品店面搜集喜愛的角色！

LINE 自 2011 年 6 月開始提供服務，LINE 台灣 2013 回顧以獨特的貼圖傳訊以及文字、語音、視訊通話功能在各地迅速成長，LINE 也不斷推陳出新，例如類型多元的遊戲與工具、**LINE Web Store**、支援 Samsung 穿戴式裝置 GALAXY Gear，甚至規劃中的 **LINE Music**、**LINE MALL** 等服務。此外，更將「拉近人際關係」的中心思想具體落實到國際間的關懷行動，去年底以「Pray for the Philippines」貼圖義賣活動協助海燕風災的重建工作。

(圖 5-1-2)



LINE 在台灣超過 1,700 萬名用戶，用戶數為全球第三大，而且 LINE 十分重視台灣市場的發展，像是台灣 LINE Web Store 是繼日本以外第二上線的國家，多款 LINE Games 也都進行中文化，並設有台灣 LINE 辦公室。

(圖 5-1-3)



2013 年也陸續進行許多異業合作和在地化服務。在這之中，官方帳號儼然成為企業組織與用戶之間的新一代溝通平台，目前已有 35 個官方帳號，連六都台北、新北、桃園、台中、台南和高雄都已加入。LINE 也與中華電信合作，讓該電信 mPro 用戶可免費無限使用 LINE 傳送訊息、語音通話，在台灣是通訊軟體與電信業者的合作首例；還有 LINE Game 體驗屋、LINE LUCKY TRUCK 彩繪卡車活動、開幕的 LINE FRIENDS 互動樂園展覽等等，都顯示 LINE 不只溝通便利，更是消費者生活中不可或缺的元素。

而台北有兩場的 LINE FRIENDS 互動樂園另一場是在台北的華山 1914 文創園區

(圖 5-1-4)



二、 物品銷售

1、2015/3/16 韓國販售” LINE x LAMY” 鋼筆/鋼珠筆禮盒組，內容物有鋼筆以及兩管 LAMY 原廠墨水匣和兩個不同造型熊大筆套。

(圖 5-1-5)



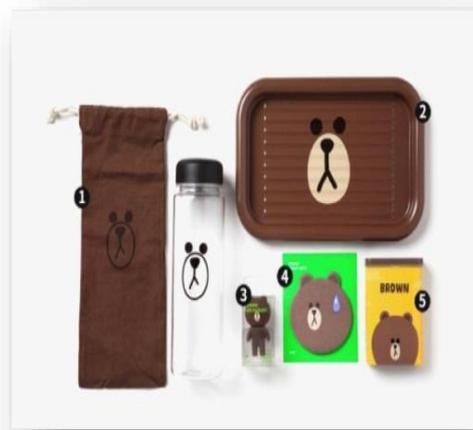
2、2015/2/28 販售 Travel box_cony 旅行組合~小雞莎莉，內容物有脖枕、眼罩、旅行箱貼紙。

(圖 5-1-6)



Office box_brown 辦公室文具系列~熊大布朗，內容物:水壺、鉛筆盒、USB、便條紙、OK 蹦。

(圖 5-1-7)



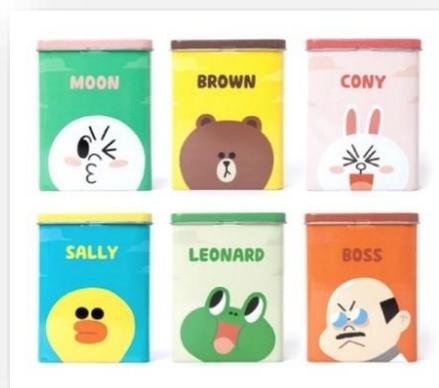
3、台灣古時候小孩子玩得玩具~尪仔漂紙牌及明信片

(圖 5-1-8)



4、所有人物的 OK 蹦

(圖 5-1-9)



5、LINE 聯名款 限定限量筆記本及咖啡杯組禮盒

(圖 5-1-10)

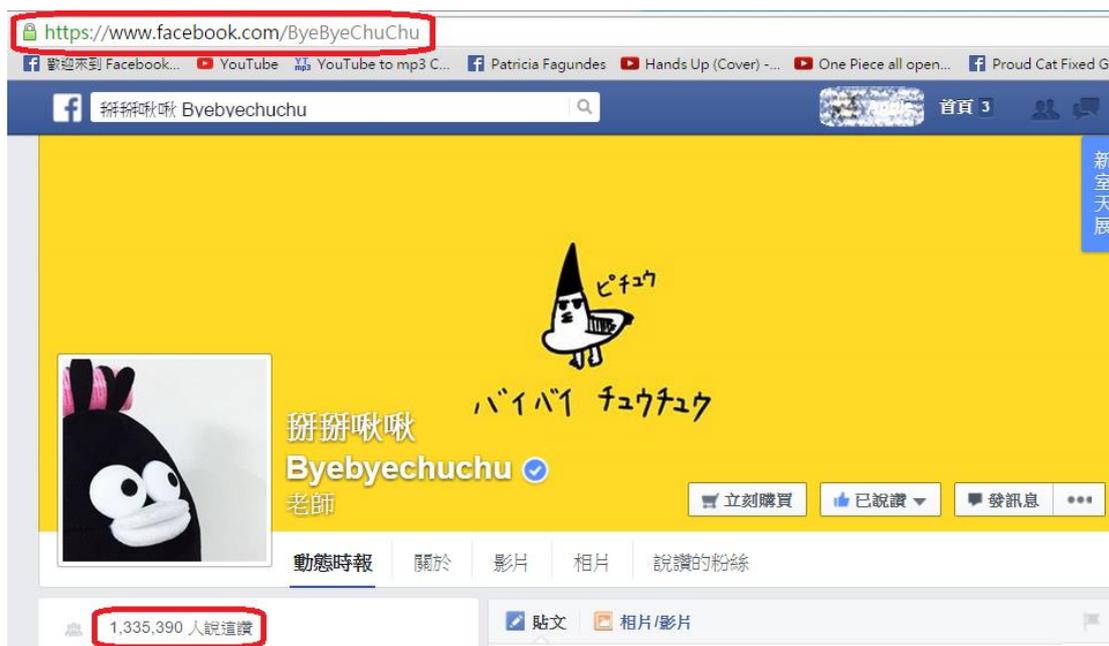


第二節 個人創作

LINE 在貼圖方面也提供了一些創作者發揮的平台，讓他們能夠用自身的作品製作貼圖，並達到銷售的目的。

一、掰掰啾啾

(圖 5-2-1)



(一)、掰掰啾啾 (BYEBYECHUCHU)，本名林柏維 (1985 年 6 月 6 日)，台南人，台灣網路圖文創作者，插畫作品多以成人黑色幽默方式呈現兩性與生活時事，風格帶點低俗惡搞趣味而著名，受到廣大粉絲喜愛。

(二)、經歷

1. 2010 年始在 [Facebook](#) 分享自己的作品
2. 2012 年 6 月，因為創作 [安全的短窄裙](#) 一文受蘋果日報採訪，引發網友熱烈迴響
3. 2014 年 9 月，在通訊軟體 [LINE](#) 中推出「掰掰啾啾」靜態貼圖
4. 2014 年 9 月，出版個人第一本書籍 [不解釋](#)，一個月內狂賣超過 1 萬本，是為圖文暢銷書之一
5. 2014 年 10 月，在 [Pinkoi](#) 網站上販售 [尖頭人](#) T-Shirt，短時間內秒殺限量 1000 件；其系列產品包括蛋炒飯 T-Shirt、張飛惡搞 T-Shirt、奧樂雞 T-Shirt 等
6. 2015 年 1 月，加入 [華研國際](#)，與 [Cherng](#) 及 [爽爽貓](#) 合稱 [爽啾貓](#)

7. 2015年1月和5月，在通訊軟體 LINE 中分別推出「掰啾的二代貼圖—動的掰啾」和「掰啾的三代貼圖—叫的掰啾」有聲動態貼圖

(三)、展覽

1. 「爽啾猊不正經學園：插畫新勢力特展」，2015.6 松山文創園區
2. 「失控的掰啾啾的時尚攝影展」，2014.5 勤美術館

(四)、相關連結

1. [台灣插畫家LINE貼圖小舖上線-專訪插畫家掰啾啾](http://official-blog.line.me/tw/archives/1007531719.html)
<http://official-blog.line.me/tw/archives/1007531719.html>
2. 相關圖片

(圖 5-2-2)



二、極妹&柯基犬極極愛說畫

(圖 5-2-3)



(一)、小極妹本名陳家佳，擅長以二頭身 Q 版配合簡單的線條及色塊的畫風來繪製，喜歡以動物為主角做創作，因為動物是最單純無憂無慮的生物，繪製動物時最能讓心情愉悅起來。在 2011 年時因緣際會下養了一隻威爾斯柯基犬「極極」，起初為了與大家分享「極極」生活的點點滴滴成立了「[短腿 Corgi 里長伯極極の成長屎日記](#)」粉絲團，並將「極極」繪製成 Q 版人物與大家分享。

甲、

(二)、相關連結

1. <http://chia2.weebly.com/>

三、-カナヘイ-

(圖 5-2-4)

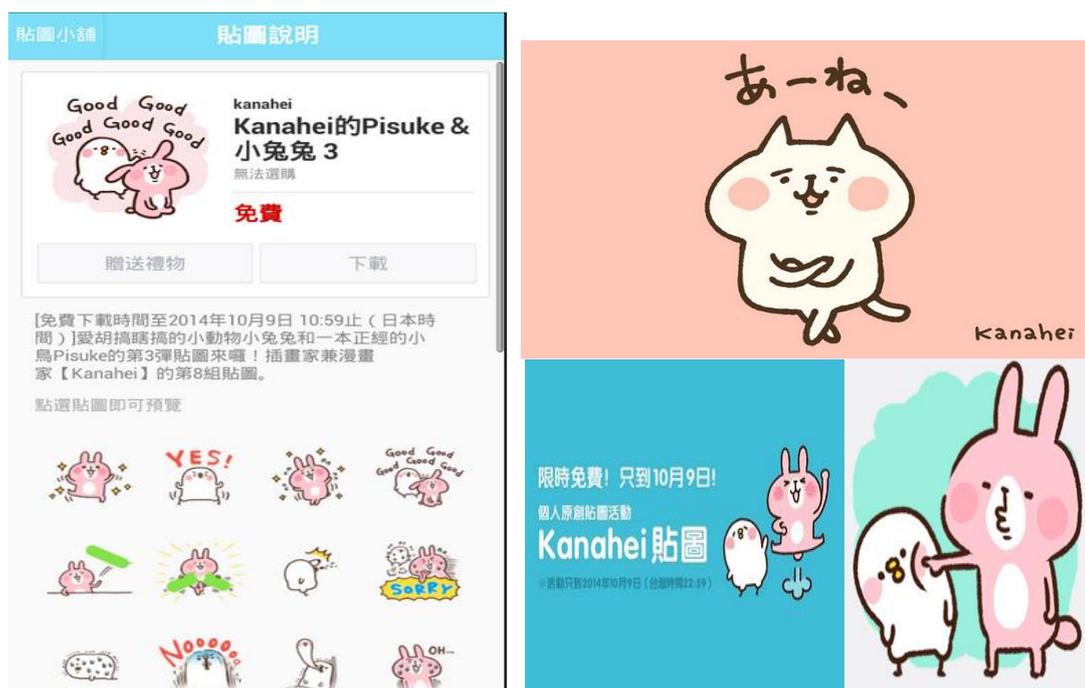


(一)、2014 年 10 月，LINE 有免費贈送貼圖的活動，在台灣大受歡迎，使用率非目前在日本的 LINE 貼圖已經出到第 10 彈了。

(二)、相關網站

<http://www.kanahei.com/profile/>

(圖 5-2-5)



四、-賴賴&織織-

(圖 5-2-6)



一. 賴賴與織織在網路世界裡是兩個知名的人氣插畫部落客，而在現實生活中，他們也是一對令人稱羨的愛侶。兩個從相識到相戀，已經歷經了 13 年了。而在他們愛情中的點點滴滴，也被他們用一格一格的漫畫，畫出他們的甜蜜。

二. 經歷

1. 2012 年與星采醫美保養品合作，將自身的親身經歷翻拍成了微电影「[漫畫女孩的小確幸](#)」。
2. 2014 年第一款 line 貼圖「賴賴&織織（生活日誌）」上架

(圖 5-2-7)



三. 相關連結

[賴賴的愛作夢日誌痞客邦 PIXNET ::http://lailion.pixnet.net/blog](http://lailion.pixnet.net/blog)

[織織的痴呆筆記本痞客邦 PIXNET ::http://innermi.pixnet.net/blog](http://innermi.pixnet.net/blog)

專訪插畫家 賴賴&織

<http://official-blog.line.me/tw/archives/38837724.html>

五、-cherng 馬來貘-

(圖 5-2-8)



一. 本名楊承霖 (1990 年 3 月)，Cherng 取自本名中「承」字的英文翻譯，出生於台灣的臺北。因在 Facebook 上分享馬來貘黑白系列的特色插圖而走紅，並且有了馬來貘的稱號，是位台灣的網路圖文創作家。世界來貘日推廣者，其意含為保護瀕臨絕種的馬來貘。

二. 經歷

1. 2011-12，於 Facebook 開設粉絲專頁
2. 2013-12，在通訊軟體 LINE 推出「Cherng's 對話插畫集」貼圖
3. 2014- 01，與臺北市立動物園合作推出「討厭歸討厭，這次還是要對你好一點啦！」宣傳影片
4. 2014-02，與大同公司聯名設計家電產品
5. 2015-01，加盟華研國際音樂
6. 2015-06，松山不正經插畫聯展

(圖 5-2-9)



三. 相關連結

[插畫家 Cherng：50 萬粉絲擁護，24 歲小子案子接不完 - 專訪](http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5057760)

<http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5057760>

六、-Duncan-

(圖 5-2-10)



一. Duncan 是極少數不露臉的插畫家。無論受訪、拍照、甚至上《康熙來了》，始終戴著面具。理由除了保有隱私、不想曝光外，更重要的是，他想留給自己更多「觀察人群的空間」，好蒐集更多創作題材。

二. 經歷

1. 2013-6，於 Facebook 開設粉絲專頁
2. 2014，和 TVBS 頻道合作母親節形象廣告
3. 2014-7，DUNCAN x ASUS 推出 LINE 貼圖，單月下載量破 400 萬人次
4. 2014-8，被網路溫度計票選為十大新銳插畫家之首
5. 2014-12，行動美術館捷運月台門合作

(圖 5-2-11)



三. 相關連結

1. Duncan：每天做好一件事，當粉絲的「健達出奇蛋」

<http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5061697&page=1>

七、-翻白眼吧！溫蒂妮小姐。-

(圖 5-2-12)



一. 人稱「溫蒂妮小姐」的翻白眼生活實踐家，招牌造型是腮紅、白色衛生衣，還有眼尾的三根下睫毛，人生以「翻白眼」為樂，面對生活中的所有狗屁倒灶事，一律以「翻白眼」之姿並嗤之以鼻帶過。

二. 經歷

1. 2013，建立「翻白眼吧！溫蒂妮小姐。」臉書粉絲專頁
2. 2013-8，出版翻白眼吧！溫蒂妮小姐：新國民健康操
3. 2014-3，line 貼圖上架

(圖 5-2-13)



三. 相關連結

專訪插畫家 翻白眼吧！溫蒂妮

<http://official-blog.line.me/tw/archives/38265019.html>

第六章

LINE 普及後造成的負面影響

通訊軟體LINE在台灣就有1700萬人註冊使用，十個人中，就有七個有LINE，LINE雖然很方便，但是大多數的人都不知道LINE這個應用軟體會在無形中對大眾生活帶來的影響。

第一節 員工超時工作

自從LINE開始普及之後，有許多公司員工都會在LINE的群組裡討論公事、交接工作，也因為這樣的討論方式增加了回應的即時性及方便性，但是卻造成了員工下班之後仍須處理公司內的事物，無法有自己的休息時間。

而勞動部為了避免主管下班後使用LINE交付任務造成員工過勞，正研擬通訊軟體交付任務的檢查作業準則。勞動部長陳雄文於2015年月23日在立法院受訪時表示，下班後不管用電話、口頭或是通訊軟體交辦任務都算加班，建議員工下班後要記錄接受任務的時間點，這樣就能算加班。

陳雄文說：『(原音)一般很多勞工朋友對於下班後老闆交代工作，都沒有把工作交代工作起點跟迄跟工作完成的時間沒有去做登錄，就沒有幫勞工朋友計算成加班。所以呼籲勞工朋友你的老闆或上司有用各種方式交代工作，要把起迄點做成記錄，就能算做加班。』

第二節 詐騙手法日新月異

「有通訊功能的軟體，就有詐騙。」繼電話、電子郵件、MSN、Facebook 之後，詐騙集團當然也會把很多人在使用的 LINE 作為詐騙的手段。藉由其跨平台特性，手機、平板、電腦 24 小時不漏接，從買點數卡、假商店賣便宜貨到詐騙個資的例子全都有。

通訊軟體 LINE 的詐騙手法不斷翻新，刑事局偵查員林于超在 2015 年 6 月 22 日接受民視採訪時說：「使用網路社群通訊軟體的詐騙，在 2014 年大概 4、5 月的時候，是屬於一個比較高峰的狀況，那我們警方有發現說，當詐騙集團一直利用，通訊軟體來進行詐騙，所以我們也跟各部會，以及 LINE 的公司作一個協調。」

利用 LINE 犯罪的詐騙案越來越多，但因為 LINE 是跨國公司，警方查案不易，根據警方統計，被害人多是常用社交軟體，涉世未深的大學生，警方也針對使用 LINE 的詐騙集團，特別鎖定追查。

像是下圖這種贈送貼圖以及網址連結，都有可能是詐騙的手法，使用者都必須小心謹慎的使用。

(圖 6-2-1)



第三節 有資訊安全洩漏的危險

LINE 在台灣的使用人口達 1700 萬用戶，是相當盛行的通訊軟體，但因為資安疑慮，前任行政院長江宜樺曾表示因通訊軟體如 LINE 等有資訊安全上的疑慮，因此已經通令要求公務員不要使用 LINE 傳送公務文件，並且公務電腦不能使用 Skype、LINE、WeChat 等通訊軟體，在管理端也禁止在公務電腦下載安裝 LINE 等軟體，不過個人使用的手機或私人電腦則不在此規範。

前任警政署長王卓鈞也說，自己平日會使用 LINE，但不會用在公務上，只用於私人聯絡。他也指出，基於資安考量，警政署從年初開始就要求警員避免使用 LINE 處理公務。

也因為近期 LINE 詐騙案件屢屢傳出，讓 LINE 的資安問題引發大眾關注，迫使 LINE 公司必須不斷推出安全措施。因此，LINE 開始強制要求使用者從不同的手機或電腦登入 LINE 帳號時，必須輸入四位數字的「換機密碼」。

第七章

結論

在科技還沒這麼發達的時候，人們溝通的方式就是對話，距離較遙遠的則選擇用寄信的方式。但隨著科技的進步，從一開始的 BBCALL、黑白按鍵手機到現在人手一支的智慧型手機，人們使用的情況越來越普及，而隨著智慧型手機的發展間接帶動了各種 APP 軟體的發展。市面上有許多的通訊軟體，但是 LINE 卻能在短時間內爆紅並快速發展，我們認為最主要的原因是因為可愛有趣的貼圖、免費通話、視訊及週邊開發出許多相關應用軟體等功能，讓使用者逐漸增加，甚至有些使用者也會利用 LINE 來打發時間，就算不用文字也可以利用表情符號及貼圖來表達心情讓彼此間的交談更加有趣。

LINE 傳送訊息的便利，讓我們可以隨時隨地聊天與分享動態心情、可以利用語音訊息輕鬆傳送、也可以免費與遠在國外的親人朋友通話。使用表情貼圖來代替情緒，讓使用者不用透過冰冷的文字，就可以傳達想法、情感，也是最吸引大量使用者喜歡及想要使用的主要原因。LINE 目前在通訊軟體中算是相當夯的應用程式，除了推出多款遊戲外，也推出了許多功能性的應用軟體，讓使用者有更多的選擇。

雖然 LINE 帶給我們許多生活上的便利及樂趣，但卻也間接造成了負面的影響，包括詐騙及網路成迷等社會問題，但是通訊軟體的使用與否，就得看每個人自身的想法及意見了。

參考資料

(一)、網路引用

1. 森川亮 Line 住全球 7,000 萬人
<http://geft.edn.udn.com/files/16-1000-1547.php>
2. LINE 第一季度營業額成長 92%，7 月將針對企業推新行銷服務
<http://apphome.ithome.com.tw/article/263>
3. 只花 4 個月用戶數升上 3 億，LINE 明年挑戰 5 億用戶
<http://www.appshot.net/op/news?nid=2952>
4. <http://www.mdn.co.jp/di/articles/2912/>
5. <http://buzzorange.com/techorange/2013/02/27/line-in-japan/>
6. <http://linecorp.com/zh-hant/company/info>
7. popcorn
http://www.bnext.com.tw/ext_rss/view/id/742457
8. GOOGLE PLAY
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.linecorp.linewr>
[u](#)
9. 黑莓機官方網站 <http://us.blackberry.com/home.html>
10. NCC 行動通信業務客戶統計數
http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/15112/2017_34617_151124_1.doc
11. 資策會 http://www.find.org.tw/market_info.aspx?n_ID=7201
12. Product Marketing for Pirates: AARRR!
<http://500hats.typepad.com/500blogs/2007/06/internet-market.html>
13. 台灣行動廣告平台 Vpon 之數據報告
http://www.vpon.com/zh-tw/data_report.html

(二)、報導引用

1. 公務員禁用 LINE 談公務 行政院推 Juiker
NOWnewsNOWnews - 2014 年 9 月 25 日 上午 10:55..記者呂烱昌／台北報導
2. LINE 詐騙風再起？三招輕鬆自保
Yahoo!奇摩 3C 科技作者 Bison - 2013 年 7 月 30 日 下午 8:44
3. 陳雄文：下班 LINE 工作要記錄以申請加班
中央廣播電台作者劉玉秋 - 2015 年 3 月 23 日 上午 10:43
4. 臺灣省政府教育廳編(民 86)。中學工藝教育 30 卷 11 期。臺灣省：臺灣省政府教育廳出版
5. 國立台灣大學計算機及資訊中心電子報第 0008 期 2009. 03. 20

專題報告修正要點

評審老師建議

文獻、出處、錯字、成功案例、行銷手法、日文摘要、圖表解說。

修正要點

文獻、出處、錯字、成功案例、行銷手法、日文摘要、圖表解說、謝辭。