

致理科技大學
休閒遊憩管理系
畢業專題

北雙遊步漫熊月

專 題 學 生：陳怡蓁、陳翊宸
王沛穎、徐嘉宜
黃琳軒、洪俐艾 撰

學 號：10523211、10523218
10523219、10523220
10523221、10523232

中 華 民 國 一 百 零 八 年 四 月

| | |
|---------------------------|----|
| 摘要..... | 1 |
| 表次 1-3.1 【企畫案執行甘特圖】 | 4 |
| 表次 4-1.1 【SWOT 分析】 | 11 |
| 表次 4-2.1 【五力分析】 | 11 |
| 表次 5-2.1 【行銷 4P 組合】 | 12 |
| 表次 6-1.1 【自費出版】 | 12 |
| 圖次 2-5.1 【繪本呈現】 | i |

目錄

| | |
|--------------------|----|
| 第一章 緒論..... | 2 |
| 第一節、起源..... | 2 |
| 第二節、動機..... | 2 |
| 第三節、目的..... | 2 |
| 第四節、願景..... | 4 |
| 第二章 繪本設計介紹..... | 5 |
| 第一節、角色設定..... | 5 |
| 第二節、繪本構想..... | 5 |
| 第三節、景點介紹..... | 5 |
| 第四節、執行企劃..... | 7 |
| 第五節、繪本呈現..... | 7 |
| 第三章 環境分析..... | 7 |
| 第一節、科技環境..... | 7 |
| 第二節、國外與台灣市場..... | 8 |
| 第三節、政府推廣..... | 9 |
| 第四節、消費行為..... | 9 |
| 第五節、市場競爭..... | 10 |
| 第四章 市場分析..... | 10 |
| 第一節、SWOT 分析 | 10 |
| 第二節、五力分析..... | 11 |
| 第五章 行銷策略..... | 12 |
| 第一節、繪本行銷..... | 12 |
| 第二節、行銷 4P 組合 | 12 |
| 第六章 財務報表..... | 12 |
| 參考文獻..... | 13 |

摘要

孩童藉由繪本生動的圖畫和有趣的故事，進而激發閱讀的樂趣，並在學習中培養想像力和專注力。本專題利用手工自製台灣特色景點繪本，以繁華的雙北地帶為主軸，讓孩童從小就了解到各景點歷史文化，並與家長一同閱讀，促進親子間的互動。我們想要讓雙北特色景點成為觀光休閒的好去處，透過我們的繪本可以讓讀者發現景點的獨特風貌，以不同的角度探索讀者的視野，讓讀者在閱讀繪本時如臨其境，在旅遊當中發掘雙北景點之美、台灣人情味，而對台灣寶島有更深的認同感。

關鍵字:繪本、雙北景點、親子、閱讀

第一章、緒論

第一節、起源

繪本起源於西方，強調情緒和主題的連續性，在短短的幾十頁內，形成一個連續的視覺影像（媽咪講堂，2014），繪本不僅是講故事、學知識，而且可以全面幫助孩子初步學習，培養邏輯思考能力。我們喜愛孩童天真無邪的笑容，因而想親自下凡來為他們製作繪本，希望我們所製作出來的繪本能夠伴隨著他們的童年一起成長。

第二節、動機

現在出遊在外隨處可見家長與孩童們的相處模式都是透過「手機」來獎勵或是安撫孩童，和以往不同的是，卻減少了人與人之間直接性互動，我們認為感情是需要長期維繫，不能讓冷漠的科技產品取代了家人間重要的溝通橋樑、漠視孩童的成長階段。舉例來說：在 5-6 歲的階段，是開始發展語言能力的重要時期，父母利用簡單的辭彙傳達故事內容，讓孩童可以從中學習加以表達出自己的想法；7-8 歲的階段，對人、事、物都會產生一定的好奇心，此時期的專注力偏低（約 15-20 分鐘），較適合藉由短篇故事來吸引他們的注意力；9-10 歲之間是大腦與身心靈發展逐漸成熟的黃金時期，事物之間的邏輯推理與組織思考能力表現比較佳，所表達出來的詞彙也較有建設性。根據馬偕醫院兒童心智科主治醫師臧汝芬（2016）表示：「許多家長用 3C 產品養小孩，但孩子長期在手機、平板或電腦世界裡接受充滿聲音效果的刺激，恐缺乏一般閱讀時的冷靜與組織邏輯思考，影響日常表達能力」。因此，我們選擇 5 至 9 歲的孩童作為主要閱讀對象，我們認為藉由紙本繪本的閱讀方式，能夠讓這階段的年齡層養成良好閱讀習慣，透過閱讀能促進他們的大腦思考與身心靈發展，另外透過和父母共讀的過程增長孩童與人際間的互動關係，這就是我們最終的目標。

第三節、目的

（一）What

雖然現今市面上已經有各式各樣的繪本例如各國翻譯繪本、童話故事書、益智遊戲書等，然而我們很少在市面上看見運用「台灣在地景色」和「手繪故事書」兩者結合做為題材，因此我們想從離我們生活圈最鄰近的雙北市作為故事景點的主要發想。

「台灣黑熊」胸前的新月型白色斑紋是牠最大的特徵，又稱為「月熊」，也因為牠是台灣的特有種所以我們想將牠做為我們這次紙本繪本故事的主角，讓故事書更有本土特色，透過雙北景點與台灣黑熊的結合產生出我們這次的主題「月熊漫步遊雙北」。

(二) why :

近幾年科技日新月異，許多孩童的成長模式已不復從前，與父母親的相處模式更是不同，現在則是人手一機，與家人不再有直接性的互動，我們不願科技形成親子關係間的阻礙，因此製作此繪本重溫家庭間的和樂，藉由雙北的景點特色為主軸，不僅在說故事時能讓親子關係變得熱絡，亦能讓孩子先行認識觀光景點，最核心的重點是讓家長們帶領孩童出遊玩耍，放下 3C 產品，創造親子間最快樂的時光。

(三) Who :

將提出這項企劃製作出台灣本土兒童紙本繪本的組員共同完成，包括一開始的點子發想、故事書內容的編輯和排版，都會是由我們來完成這項企劃。因此閱讀這本書的孩童和家長將會是本企劃的主要受益人。

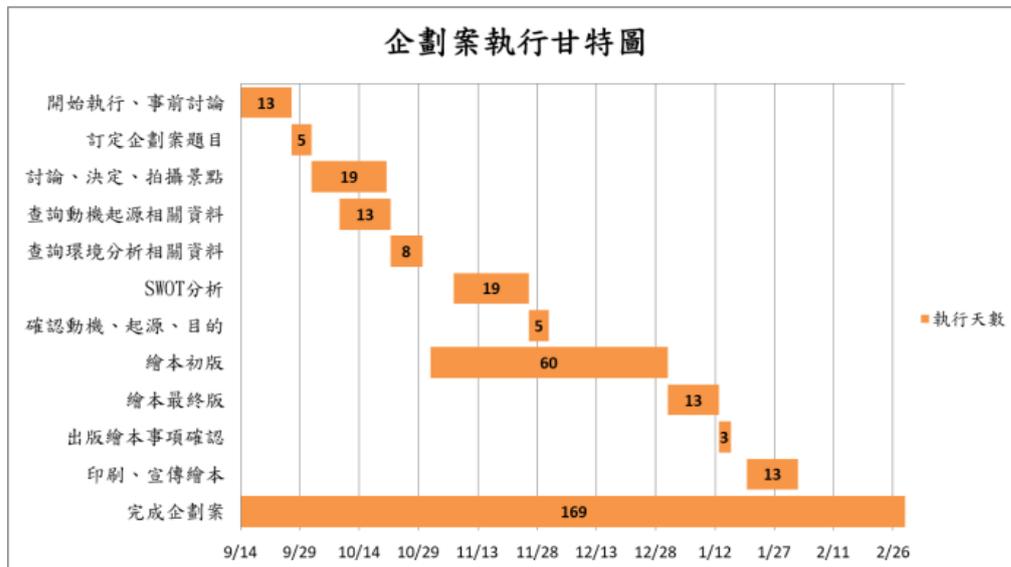
(四) Whom :

對象為 5-9 歲之間的孩童及其家長，期許讓 5-9 歲的孩童能培養閱讀之興趣與主動認識雙北市的景點特色，讓孩童與家長共讀，利用趣味式的互動增進家庭和諧與情感，以紙本繪本代替 3C 產品。

(五) how :

利用本土資源創造出屬於台灣本土特色的繪本，適合孩童及家長共讀的繪本，讓孩童與家長能透過繪本使親子關係更加親近，在家長忙碌之餘，可以先藉由繪本提供的景點資訊，規劃親子旅遊行程，透過本組組員實地到各景點拍攝，再使用電腦繪圖軟體製作出有趣的插圖與文字敘述，為該景點做簡介，以不同的角度探索孩童的視野，讓孩童在閱讀繪本時有身歷其境的感受，讓孩童能對雙北景點有更深入的認識，在旅遊當中可以感受到雙北景點之美、台灣人情味，而對台灣土地有更深的認同感。如何分配人力，採用兩個人一組去執行，分類有企劃組、繪本組、美編組，共同一起完成。

(六) When :



表次 1-3.1 【企劃案執行甘特圖】

第四節、願景

願景對一個組織來說，是一個現實的，可信的，有吸引力的未來。簡單的說，就是「未來會是什麼樣？」(顧遠、周賢，2015)。我們以手繪的方式來呈現，比較能和孩童拉近距離，專為兒童和家長一起互動閱讀的故事書，介紹北部地區幾個知名的景點。兒盟公布「2012年兒童使用3C產品現況調查報告」結果發現，兒童擁有3C產品的比率高且使用時間長，而一般家庭中擁有3C產品的普及率已經高達九成八(97.9%)，其中有兩成(18%)的孩子已經擁有專屬於自己的3C產品、而且有三成以上的孩子每天使用時間超過一小時(台灣兒童聯盟，2012)。因為我們想改變現在這社會上的狀況也覺得孩子在成長期不該是用電子產品去取代書本，想要增加兒童對閱讀故事書的習慣和增加家庭的親子時間，在未來能提升他們對書本的興趣，還可以藉著書本認識台灣北部熱門景點。

第二章、繪本設計介紹

第一節、角色設定

台灣著名的特有意象動物「台灣黑熊」，牠的領部末端為白色，而胸口呈現V字型的黃、白毛色、或是弦月的形狀，因此英文中也有「月熊」(Moon Bear)之稱呼，本組以「月熊」作為繪本之主角，帶領觀賞此繪本的孩童閱覽，進入故事的情境，藉由繪本更能夠認識、學習到較貼近生活的雙北市景點特色，讓孩童在學習的過程中不失趣味性。

第二節、繪本構想

組員發現在現今的市場上很少在市面上或網路上看見有關導覽台灣繪本，想要獨創做出一種繪本是可以帶給小朋友在故事書選擇上更豐富，又能探索台灣的美好，而地點設定在離我們最近的大臺北為介紹主軸，因此想利用臺北捷運讓親子能輕鬆抵達景點。繪本主角啟發是由觀光局所選定的吉祥物「台灣黑熊」，故事內容由組員一同深入討論以淺顯易懂的話語介紹台灣歷史風情，透過實地取景拍攝，作為繪本圖片來源的主要素材，組員使用 Adobe 以照片作為輔助參考來繪畫出故事裡各個景點。我們期望能加深孩童對台灣黑熊的印象，另而促進親子走出戶外探索在繪本中各個景點。

第三節、景點介紹

(一) 剝皮寮

剝皮寮的命名是因為在清代時期，這裡是商業交易的地方，許多木頭在這剝皮加工，這裡就有「剝皮寮」有趣又令人好奇的名字。到現在剝皮寮已經有兩百多歲了，但這裡卻沒有因為老舊而被摧毀，反而是台北保存最完整的歷史街區，為什麼能保存那麼久呢？因為在 1940 年日本人把這裡規劃成國小的土地，而學生人數太多了，一定要打掉剝皮寮蓋新的校舍才行，但是政府的錢不夠，沒辦法進行工程。在 1980 年的時候政府有錢了，想要把這裡變成游泳池、體育館，可憐的居民們就會被強迫搬家，於是他們開始抗議，經過一連串的抗爭後，最後居民贏了！美麗的剝皮寮歷史文化就保存了下來。這片從古代留下來的美景，常常吸引很多新郎與新娘來拍攝婚紗照，另外，這裡可是電影「艋舺」的拍攝場地喔！

（二）大稻埕

原本是一片曬穀的廣場，後來被取名為大稻埕，而淡水開放通商後，繼艋舺後，大稻埕成為台北最繁榮的地區，當時世界各地商人居住在這，並設立洋行，在劉銘傳任職台灣巡撫時，運輸系統、通訊系統更完善，促成文化、社會或經濟上的發展，不僅是商業發展聚集地，大稻埕充滿文藝氣息，走在大稻埕街區上，可以看到閩南式、巴洛克式、洋樓、茶行、中藥行等，在大稻埕的巷弄裡可以看到很多文創商店，結合歷史和創新的理念，經常舉辦手作課程和藝文活動讓遊客體驗，在街道中可以感受到大稻埕蘊含的文化意義。

（三）淡水

淡水以前是淡水河口和淡水港的總稱，16世紀西班牙佔領了北台灣，建造聖多明哥城，1642年荷蘭人驅趕西班牙人，招募漢人拓墾，後來成為外國商人聚集地，各國商行開始在淡水貿易。遊客可在漁人碼頭搭乘往返淡水、八里兩地，可以欣賞淡水河風情，老街上可見保留舊建築屋舍，沿路可以品嚐許多台灣特色小吃，像是來到淡水必吃的阿給、阿婆鐵蛋等，然而現在因為在捷運站附近，使淡水成為休閒旅遊的好去處。

（四）國父紀念館

國父紀念館位於台北市信義區，為紀念國父孫中山先生，以實踐「博愛」、「服務」理念，弘揚國父崇高理想，並推廣社會教育、文化設施為主，館內有博物館、國家演藝廳、展覽場所、視聽中心、中山講堂，經常舉辦學術文藝活動，提供給國人休憩的文化中心，國父紀念館一開始是作為擺放國父革命史蹟用途，現在藉由展示及文教推動方式，創新國父文物價值，除了具有紀念館功能，更有時代意義的傳承（國立國父紀念館，2018年10月5日）。

（五）北投

「北投」，平埔族語是女巫的意思，為什麼叫北投為女巫？有說法是本地硫磺溫泉的熱氣使原住民害怕，認為是有女巫作法；另一種說法是傳說有女巫居住此處，祈禱化解硫磺泉帶來的阻礙。後來漢人到這開發後，直接將地名音譯為「八頭」，就變成了現在的「北投」。傳說北投女巫，擁有美麗和智慧，過去幾百年，漢人、日本人都曾到過北投，造就了北投多樣的人文與產業面貌。日治時期將溫泉文化帶入臺灣，北投溫泉經過開發才正式成為北投具有代表性的產業。地熱谷有「磺泉玉霧」的美稱，因終年瀰漫硫磺蒸霧，讓人聯想到恐怖的地獄，所以被取名為「宛如地獄的山谷」。本地居民稱為「磺水頭」，因偶爾有人誤踏谷底鬆軟濕地，失足跌倒而被燙傷，所以稱之為「地獄谷」（探訪北投•女巫之鄉，2018年10月5日）。

(六) 木柵動物園

木柵動物園，位於台北市文山區，舊稱為「圓山動物園」，為提供遊客舒適的園區，從原本的圓山地區搬遷至木柵新園區，以「保育」和「教育」為理念，以愛護動物、環境教育、保育工作為主，積極參與國內外的野生動物保育，動物園依地理分區、動物分類、特殊習性向遊客展示，給了動物們溫暖的家，帶給人們與動物和諧相處的觀念，可愛的無尾熊，為動物保育的大使，企鵝則是擔任珍惜水資源的代言人，而近年來深受小朋友喜愛的大貓熊團團圓圓和馬來貘，成為了動物園裡的巨星。園內提供解說服務、志工服務外，另外讓民眾有更多元的活動參與，像是學童的校外教學、親子營、特展活動，園區內提供教育設施，像是酷 cool 節能屋，為孩童設計的節能教育中心，可以從日常生活中的節能做起，濕地生態池為棲地保育園地，除了認識濕地外，還有面對危機如何保育濕地（臺北市立動物園，2018 年 10 月 6 日）。

第四節、執行企劃

我們繪本的主題為雙北景點，雙北地帶為台灣人口最多的城市，有著便捷的交通運輸系統，繁忙的都市中卻藏匿著豐富的歷史人文背景，等著家長和小朋友們去一一探索，因此選擇雙北市為繪本景點主軸。繪本製作則是使用 ADOBE 軟體手繪，加入淺顯易懂的文字敘述並搭配富有巧思的故事將其統整排版，最後以 B5 大小的紙張印製繪本並出版成冊，若有機會，我們會前往國小校園向學童們宣傳繪本，以生動活潑的方式吸引學童們注意，向他們傳達閱讀的重要性，以及鼓勵學生們在課餘時間多多出遊玩耍，不要總是低頭滑手機、宅在家裡玩電腦，多與父母出遊並看看外面的世界，比科技產品更美好的人、事、物正等著他們發掘。

第五節、繪本呈現

完整繪本請查看【圖表 2-5.1】

第三章、環境分析

第一節、科技環境

近年來的科技產品日新月異，人手一機是隨處可見的景象，科技的方便卻也讓人們產生了許多的依賴性，同時也延伸出許多我們平時不會注意到的小問題。中時電子報的報導中提到「褪黑激素」在生理時鐘這部分扮演著相當重要的角色，它提醒了我們什麼時候是黑夜以及什麼時候該上床就寢，倘若長時間

使用 3C 產品，眼睛接觸螢幕所發出的藍光下，會使我們的生理時鐘亂掉、日常生活作息不正常以及造成眼睛疲勞或是視線模糊等等的健康警訊（黃慧雯，2014）。

人們透過紙本閱讀，比使用螢幕更容易理解與記憶文本。讀者使用螢幕閱讀無法憑直覺瀏覽文本，對長文也無法形成心智地圖，還可能會抑制理解力（鍾樹人，2014）。

我們得到科技發展帶來的便利，同時我們不能輕視科技帶給人類生活的影響，電子書籍普遍佔據我們生活，雖然電子書的使用較紙本書籍方便，但是現今電子類的書籍、繪本和以前相較起來較於缺乏了與父母親增進感情的連結機會，所以我們希望透過重拾紙本的方式，讓孩童與父母能夠培養共讀的習慣，陪伴孩童度過童年。此外，國紐約市庫尼中心於 2012 年招募 32 對三到六歲的兒童與家長進行研究，讓他們閱讀紙本故事書籍，或有動畫、影片和遊戲電子書。發現閱讀紙本書籍的孩子記得較多細節（鍾樹人，2014）。

電子書的鈴聲、口哨，會把孩子的注意力脫離故事，分散到電子書的載具。大多家長表示和孩子在親子共讀時，偏愛紙本書，而不是電子書。而現代人因使用過多時間在 3C 產品，導致大腦很難取得訊息，使閱讀的逐漸下降，應該要多去閱讀紙本書籍，讀者閱讀紙本書籍的感受，像是紙本書籍對眼睛負擔較少，而是電子書籍是無法去重現紙本書籍閱讀經驗（鍾樹人，2014）。

第二節、國外與台灣市場

多數業內人士及家長表示，國內原創繪本除了「印刷質量相對較差」、「缺乏想像力」等一些因素外，起步晚、缺乏好作者是導致目前「歐美繪本」占據國內繪本市場主流的重要原因之一（孫戊攝，2016）。記者採訪劉女士，她表示自己已為 4 歲的女兒買了十幾部國外繪本，她認為這跟崇洋媚外沒關係，並說道「國外的繪本構圖用心、內容積極，國產繪本卻比較缺乏想像力，畫風也比較陳舊」。另外一位 33 歲的母親表示：「我不是沒嘗試給孩子買過國產的原創繪本，但質量實在是跟不上。」（孫戊攝，2016）。

國外繪本較受大眾喜愛的原因在於歐美的兒童文學已有了一百多年歷史，有不少經典流傳下來，不僅可以增進孩子閱讀的國際視野，也可以給國內的繪本創作提供借鑒，因此不少家長傾向選擇國外繪本給予孩童閱讀（白冰，2015）。

台灣的繪本市場一年的出版品有 1000 冊以上，原創繪本佔總量不到一成。但美國的圖書館 95% 以上都是本土創作。日本本土原創和翻譯引進的比例大概是 50% 比 50%。相反的，台灣卻是少之又少。雖然台灣原創繪本在 2013 年產生下滑現象，但近兩年卻穩步攀升，預計今年的前景會更加良好，截至 4 月底，已經有超過 40 冊出版（王怡鳳，2016）。

陳致元為國內著名的兒童繪本畫家，其作品暢銷多國，他的作品《Guji

Guji》曾登上《紐約時報》圖畫書暢銷排行榜前 10 名，在美國上市不到 3 個月，賣出超過 5.5 萬本，他的多部作品也被翻譯成西語版，成為在歐美發展成功的兒童繪本畫家。今年他以《Guji Guji》一書，獲頒瑞典 IBBY 彼得潘獎，是繼幾米之後，第二位獲此殊榮的台灣插畫家（邱莉玲，2015）。

第三節、政府推廣

新家庭運動－幸福家庭 123

為了加強本企劃書中所提到的親子共讀，剛好新北市政府推廣了一項活動：幸福起「雞」-親子共讀樂趣多，這項活動和我們的理念很相同，他們也強力的推廣家庭閱讀，還有舉辦數百次的課程及活動。為了響應每年 5 月 15 日的國際家庭日，其中許多位於新北市的國小也一同推動了這項活動例如：鶯歌國小、後埔國小、新泰國小等等，包含了舉辦親子閱讀講座也邀請到知名作家（陳櫻慧、方素珍及沈惠芳老師）來為孩童及家長們分享共讀的技巧，其中有許多項的活動是顛覆我們一般人對傳統閱讀的刻板印象，例如像是舉辦閱讀野餐活動，讓閱讀不單純只是侷限在家中；以及為了鼓勵孩童多閱讀，推動了「閱來閱幸福，新泰閱讀存摺」活動，透過每日閱讀所養成的習慣，慢慢成為生活中的一部份，並在期末表揚這些學生讓他們能獲得更多的自信和光榮感，這項活動相當地有意義，因為這樣少了科技產品的誘惑，讓孩童和家長能有更多的閱讀時光培養默契（新北市政府教育局，2018）。

直接性的互動是人和人之間不可缺少的。在孩童的成長過程中，父母親的陪伴是相當重要的。雖然共讀並不是在短時間內一天或兩天有明顯得成效，需要長時間的累積，讓孩童養成這樣的習慣，自然而然的就會把這樣的模式當作是生活中的一部分。

小時候的我們在下課後最期待的一件事情，就是和父母親分享在學校發生的趣事，然而對於少部分的孩童來說，分享並不是一件輕而易舉的事情，但是「分享」是可以學習的，孩童透過和父母親分享，父母親可以透過自身的經驗，來教導孩童一些做人處事的道理。新北市家庭教育中心推動「新家庭運動」提出「幸福家庭 123」的理念 1 是每 1 天，2 是 20 分鐘，3 是 3 件事。每一天至少陪伴孩子 20 分鐘一起做 3 件事：閱讀、分享、遊戲（新北市政府，2011）。

第四節、消費行為

（一）電子與紙本使用比例

紙本書和電子書都是時代的產物，以前讀者若想隨時閱讀書籍，需要隨身攜帶書籍，帶給讀者許多不便，現在，因現代人習慣長時間使用 3C 產品，讀者使用 3C 產品就能閱讀電子書籍，電子書籍的便利性，是很多讀者喜歡上電

子書籍的原因，後來根據（未來 Family，2017）研究顯示，偏好讓孩子閱讀紙本書籍的父母多過於電子書籍，有 89.4% 的父母選擇紙本書籍，因紙本書有無法被取代的親子互動及閱讀感受。我們之所以選擇製作紙本繪本，是因為親子之間的互動是孩童成長的過程中不可缺少的，希望透過我們製作紙本繪本，讓孩童回想起童年時，能想起與父母共讀的回憶。

（二）購買書籍行為

在（未來 Family，2017）研究調查指出，一年父母為孩子買書的數量約為 9.2 本；在月收入 8 萬元以上的家庭，比月收入 8 萬元以下的家庭，一年為孩子多買了 3.8 本書，也發現當家長有經濟收入富裕與購買書籍給孩子成正比，會增加閱讀量，可以培養孩童學習能力、語言能力，讓孩童提早獨立閱讀。

（三）閱讀習慣比例(家庭)

透過親子共讀的習慣，對於孩子學習和未來成長發展，是很重要的關鍵，依據（未來 Family，2017）研究顯示，在科技發達的時代，台灣有百分之四十二點四的兒童使用網路比閱讀時間多，加上父母閱讀習慣與孩童閱讀行為也是成正比，顯示父母身教對小孩的影響很重要。

第五節、市場競爭

近年來電子繪本興起，提供兒童既方便又易操作的閱讀方式，電子繪本不單單只是以圖案及文字呈現，「藉由與聲音的顯現、動畫影像的播放、多媒體及連結網路的互動方式，可更強烈的令孩童激發好奇心與專注力」（李欣霈，2015），並且攜帶便利，能夠及時尋找資訊，相較於傳統紙本繪本不用翻頁，也無須像紙本繪本一樣時常帶在身邊，只需要透過網路使用手機或平板即可馬上閱讀，也不需用到紙張，還可達到環保的功效，於是電子繪本是傳統式紙本繪本的主要競爭對象。

紙本版和電子版的圖書而言，51.6% 成年民眾傾向閱讀紙本圖書，不過此一比例較 2015 年 57.5% 減少 5.9%，顯示中國大陸成年民眾的閱讀形式偏好有逐漸轉向數位閱讀的情勢，尤其是透過手機閱讀的比例有所增加。而 2016 年傾向於「網路線上閱讀、透過手機閱讀、在電子閱讀器上閱讀」三者相加的比例，閱讀偏好數位形式之人口約占 47.4%，較 2015 年 41.3% 增加 6.1%，顯示電子書逐漸取代傳統紙本書籍。（文化部 105 年台灣出版產業調查報告<上冊>，2016）。

第四章、市場分析

第一節、SWOT 分析

| 優勢 Strength | 劣勢 Weakness |
|--|---|
| 1. 以台灣首都—大台北地區之特色景點與繪本結合，讓孩童能熟悉本土美景。 2. 繪本與現代科技應用，團隊設計有趣的插圖、文字敘述，讓家長在規劃親子旅遊行程更加便利。 3. 組員實地走訪拍攝，深入探討該景點特色，使繪本更生動。 | 1. 相較於專業繪本畫家，沒有太多專業的繪畫技巧。 2. 知名度不高，消費者得知此資訊不易。 3. 紙本繪本單價高，購買意願偏低。 |
| 機會 Opportunity | 威脅 Threat |
| 1. 相較於市面上多數國外翻譯繪本，本組設計的繪本較富有人情味、在地鄉土情懷，貼近日常生活。 2. 可與校園合作，作為課堂教材使用，培養學齡前孩童的見聞。 | 1. 電子繪本的興起，便利性高於紙本繪本。 2. 因少子化，家庭購買意願降低。 3. 出版繪本的競爭對手眾多，難以脫穎而出。 |

表次 4-1.1 【SWOT 分析】

第二節、五力分析

| | |
|---|--|
| 現有競爭者 Rivalry among Existing Competitors | 市面上繪本琳瑯滿目，種類更多元，消費者的選擇增加，專業繪本作者技術性與專業度層面較高。 |
| 潛在競爭者 Threat of New Entrants | 電子繪本的興起，科技愈來愈進步，3C 產品日漸普及，使得紙本繪本往後被取代之機率提高，故潛在競爭者增加。 |
| 替代品的威脅 Threat of Substitutes | 電子繪本較紙本繪本便利，而電子繪本的聲光、甚至動畫效果較容易吸引孩童的興趣及注意力。 |
| 供應商的議價能力 Bargaining Power of Suppliers | 為自製之紙本繪本，題材不同於市面上出版的繪本，無供應商議價的威脅。 |
| 購買者的議價能力 Bargaining Power of Buyers | 紙本繪本屬於實體商品，書本價格固定，為電子軟體手繪而成，製作成本較高，故購買者的議價能力相對較低。 |

表次 4-2.1 【五力分析】

第五章、行銷策略

第一節、繪本行銷

(一) 網路行銷

現今網路普及，大部分人習慣上網查詢資料，因為快速、成本低廉、取得便利再加上容易上手，無論是何種行業都適合，是目前熱門的行銷手法之一。本組透過網路平台來推廣繪本通路，透過親朋好友、瀏覽者分享轉貼可以迅速打響知名度，例如，Facebook 版面、親子社團分享繪本資訊。

(二) 實際走訪

組員到台北市、新北市各個國小學校，帶著繪本入班說故事給學生聽，過程中能與同學互動吸引他們的目光和興趣，可以詳細地帶給學生最直接、最清楚的資訊。

第二節、行銷 4P 組合

| | |
|----------------|---|
| Product (產品) | 繪本中生動的圖畫與豐富的故事吸引孩童閱讀。 |
| Place (通路) | 繪本直接面對消費者，不經由多個中間廠商代理販賣，透過 APP 販售，寄送方式提供超商取貨付款。 |
| Price (價格) | 根據現有的繪本市場，屬中低價位，一本繪本定價 300 元。 |
| Promotion (促銷) | 組員利用課餘時間前往國小進行宣傳繪本活動，並在網路社群平台 Facebook 創立粉絲專頁，推廣自製繪本。透過無遠弗屆的網路分享，增加曝光率。 |

表次 5-2.1 【行銷 4P 組合】

第六章、財務報表

| | 價格 | 數量 | 進貨抽成 | 所得金額 |
|------------|---------|--------|------|--------|
| 進貨收入 | 300/本 | 1000 本 | 50% | 150000 |
| 印刷費 | 89.46/本 | 1000 本 | | 89460 |
| | 經銷管理費 | 書籍進退貨 | | 費用 |
| 簡單經銷(網路書店) | 3000 | 8000 | | 11000 |
| 總計 | | | | 49540 |

表次 6-1.1 【自費出版】

參考文獻

大稻埕主題館網頁。檢自 <http://proj1.sinica.edu.tw/~photo/subject/D-4-GIS/index.html>，引用日期：2018 年 10 月 4 日。

大稻埕好站網頁。檢自 <http://www.1314itaiwan.com/architecture/architecture.html>，引用日期：2018 年 10 月 4 日。

王怡鳳 (2016)，王怡鳳：台灣原創繪本逆境求生長。文匯報。檢自 <http://paper.wenweipo.com/2016/06/13/OT1606130008.htm>，引用日期：2018 年 10 月 24 日。

文化部 (2016)，文化部—105 年台灣出版產業調查報告<上冊>，第二節—亞洲國家出版產業發展概況，貳、中國大陸)。檢自 <http://mocfile.moc.gov.tw/mochistory/images/Yearbook/2016survey/book1/chapter2.html>，引用日期：2018 年 10 月 9 日。

文化部-臺灣大百科全書網頁 (2009)。檢自 <http://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=7793>，引用日期：2018 年 10 月 3 日。

白冰 (2015)，童書市場調查：出版商為何偏愛引進國外原版童書？中國新聞網。檢自 <http://www.chinanews.com/cul/2015/05-30/7310858.shtml>，引用日期：2018 年 10 月 24 日。

中華民國交通部觀光局網頁，國父紀念館。檢自 <https://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sno=0001090&id=2889>，引用日期：2018 年 10 月 5 日。

台北市立動物園網頁，歷史沿革。檢自 https://www.zoo.gov.taipei/News_Content.aspx?n=5665649756190634&sms=631762AE911CAAED&s=0EFB210467C71411，引用日期：2018 年 10 月 6 日。

台北市政府觀光傳播局網頁，探訪北投・女巫之鄉。檢自

<https://www.travel.taipei/beitou/scene>，

引用日期：2018 年 10 月 5 日。

台灣兒童聯盟網頁（2012），3C 當保母，沉迷在方框裡的數位童年？2012 年兒童使用 3C 產品現況調查報告。檢自

https://www.children.org.tw/news/advocacy_detail/346，引用日期：2018 年 10 月 10 日。

李欣霈（2015），電子繪本對幼兒閱讀動機及閱讀能力之影響，國立屏東大學幼兒教育學系碩士班論文。檢自

<https://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi?o=dnclcdr&s=id=%22103NPTU0096012%22.&searchmode=basic&extralimit=asc=%22%E5%9C%8B%E7%AB%8B%E5%B1%8F%E6%9D%B1%E5%A4%A7%E5%AD%B8%22&extralimitunit=%E5%9C%8B%E7%AB%8B%E5%B1%8F%E6%9D%B1%E5%A4%A7%E5%AD%B8>

引用日期：2018 年 10 月 27 日。

邱莉玲記者（2015），市場最前線－台灣繪本、圖文書領軍 搶攻西語市場。工商時報。檢自

<https://www.chinatimes.com/newspapers/20151201001352-260207>，引用日期：2018 年 10 月 25 日。

林玉婷（2018），幸福起「雞」-親子共讀樂趣多。新北市政府教育局-教育新聞。檢自

https://www.ntpc.edu.tw/news/index.php?mode=data&id=8639&parent_id=10003&type_id=10024，引用日期：2018 年 10 月 25 日。

國立國父紀念館網頁。檢自

https://www.yatsen.gov.tw/tw/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=142，引用日期：2018 年 10 月 5 日。

孫戍攝記者（2016），童書市場火熱背後：“洋繪本”仍占據圖畫書主流？。中國新聞網。檢自

<http://www.chinanews.com/cul/2016/06-01/7889902.shtml>，引用日期：2018 年 10 月 23 日。

徐瑩峰 (2015)。【故事·臺北 EP2】標本化的剝皮寮歷史街區。檢自 <https://gushi.tw/%E3%80%90%E6%95%85%E4%BA%8B%E2%80%A7%E8%87%BA%E5%8C%97ep2%E3%80%91%E6%A8%99%E6%9C%AC%E5%8C%96%E7%9A%84%E5%89%9D%E7%9A%AE%E5%AF%AE%E6%AD%B7%E5%8F%B2%E8%A1%97%E5%8D%80/>，引用日期：2018 年 10 月 3 日。

黃啟菱 (2017)，想要孩子愛上閱讀，父母就要一起共讀！——影響孩子閱讀最關鍵的因素是父母。檢自 <https://gfamily.cwgv.com.tw/content/index/9359>，引用日期：2018 年 10 月 26 日。

黃慧雯記者 (2014)。每個都中！科技讓你變笨的 8 大理由。中時電子報。檢自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20140803001862-260412>，引用日期：2018 年 10 月 22 日。

曾仲海 (2015)，台灣國寶-圓山遺址文化。檢自 <https://a19700121.pixnet.net/blog/post/261071290-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%9C%8B%E5%AF%B6-%E5%9C%93%E5%B1%B1%E9%81%BA%E5%9D%80%E6%96%87%E5%8C%96>，引用日期：2018 年 10 月 4 日。

新北市政府家庭教育中心 (2011)。幸福家庭 123，親子手冊(兒童篇)，頁碼 4，段落 3，行數 3。檢自 http://ntpc.familyedu.moe.gov.tw/File/Attach/10676/File_41599.pdf，引用日期：2018 年 10 月 25 日。

媽咪學堂網頁 (2014)，繪本的發展史。檢自 <http://www.mmready.com/content/70120.html>，引用日期：2018 年 10 月 9 日。

鄧桂芬記者 (2018/02/12)。減少兒少 3C 成癮 家長熟記「約法三章」攻略。聯合新聞網。檢自 <https://udn.com/news/story/7266/2982854>，引用日期：2018 年 10 月 9 日。

鍾樹人 (2014)，大腦偏愛紙本書。檢自 <http://sa.ylib.com/MagArticle.aspx?Unit=featurearticles&id=2340>，引用日期：2018 年 10 月 22 日。

顧遠、周賢，(2015)。避開創業者常犯的錯誤，5分鐘帶你搞懂「使命」「願景」

和「戰略」的差異。社企流。檢自

<http://www.seinsights.asia/story/1434/794/2833>，引用日期：2018年10月10日。
TravelKing 旅遊王網頁，淡水區。檢自

<https://www.travelking.com.tw/tourguide/taiwan/newtaipei-city/tamsui/>，引用日期：2018年10月5日。

Wen (2008)。台北鄉土教育中心(剝皮寮老街)。檢自

<https://blog.xuite.net/liangcw/blog/16405378%E5%8F%B0%E5%8C%97%E9%84%89%E5%9C%9F%E6%95%99%E8%82%B2%E4%B8%AD%E5%BF%83%28%E5%89%9D%E7%9A%AE%E5%AF%AE%E8%80%81%E8%A1%97%29>，引用日期：2018年10月3日。

