



銘報新聞

新聞中的新聞 媒介中的媒介

中華民國111年6月10日 星期五 主編／侯雨宸



MOL

發行人／李銓

社長／陳柏宇

發行所／銘報新聞

銘傳大學傳播學院創辦

第2019號

總號第2219號

採訪中心、行政中心／28824564轉2413

1982年11月1日校內創刊

1989年11月1日登記出版

傳17LIVE潘杰賢買台蘋



- 2021年4月 黎智英遭判刑，壹傳媒擬售「台灣蘋果日報」
- 2021年4月 傳三立電視台為台灣《蘋果日報》買家之一
- 2021年4月 終止出售台灣蘋果日報
- 2021年5月18日 台灣《蘋果日報》停刊，並將裁員300人
- 2021年12月 台灣《蘋果》接獲負責壹傳媒清盤案的香港譚競正會計師事務所告知，買賣案正在進行中，買家超過一組以上
- 2022年1月 傳香港商人黃浩為台灣《蘋果日報》買家之一
- 2022年6月7日 台灣蘋果日報出售，外傳買家為17Live 創辦人、港商黃浩

蘋果新聞網收購案大事紀(製圖/侯雨宸)

記者／王詠宜、郭俊偉、侯雨宸

台灣《蘋果新聞網》8日確定出售，外傳新老闆17Live 創辦人潘杰賢及香港商人黃浩。《蘋果》聲明並未說明新東家為誰，僅表示將稍後公布。蘋果新聞網是否被中資收購，有立委質疑恐淪為「假外資、真中資」。陸委會表示，相關主管機關若收到，將對此事會嚴格審查，此收購案有待查明。

同時《蘋果新聞網》對外界澄清聲明，外傳「交易金額3億元」是錯誤訊息，交易金額遠高於外傳。

台灣《蘋果日報》工會8日也表示，已接獲資方通知公司交易案成立，並將再啟動裁員計畫。稍早資方代表指出，大部份同仁可以轉移到新東家及安然留用，並依相關

法規規定於60天前宣告。

17LIVE則表示，潘杰賢先生為17LIVE集團共同創辦人和榮譽董事長，也是股東之一。報載內容因為股東個人投資，恕無法表示任何意見。

對於外界關注買方資金背景，時代力量立委陳椒華認為，「為了賺錢的目的恐怕微乎其微，商人如果不是為了賺錢，究竟是為了什麼？尤其是一位香港商人，對台灣並無情感的連結，如果說他是為了服務台灣社會，恐怕略顯牽強，難以服眾。」

陸委會發言人邱垂正表示，蘋果新聞網是港資在台分公司，經營權之變更須符合我國法規，對於相關疑慮，申請方應有所說明，主管機關也會依照權責進行嚴格審查。

新聞系學生看郭彥均

特稿/邱俊維

若郭彥均不是一名藝人，而是一名記者的話，則犯下以下錯誤。第一，在新聞處理上，應以政府主管機關發布之訊息為準，消息來源也須經查證；第二，數據不夠明確(用字不夠精確)；第三，在內容中帶有情緒；第四，引起社會恐慌。

如果郭彥均是一名記者，在貼文前應確認醫護人員提及有關醫院狀況的訊息是否為真，並且詢問醫療院所或負責防治COVID-19相關組織，目前疫情的實際狀況，做再三確認。而不該在貼文內容中，談及資料來源未經過查證且數據不精確「很多小孩都走了」此話。

此外，如果郭彥均是一名記者，則不應於貼文中加入自己的意見，這是逾越記者職責的。但對於郭彥均火速刪文，並重發貼文道歉一事，在更正、說明及道歉部分，是所有媒體人員值得學習的。

但話又說回來，主流媒體是否確實做好以上身為媒體從業人員最基本的要求嗎？有哪家媒體在第一時間轉發新聞資訊時，做到查證的基本工作了？否則媒體也間接成為散播假消息(引起社會恐慌)的關鍵角色。

在網路資訊爆炸的現在，與過去媒體生態大不相同，記者及編輯為了「快」，忽略查證而失去了新聞正確性。銘報長期關注媒體，期盼主流媒體能有所改變，大眾也對記者觀感改善。但試問有哪家主流媒體，在這商業為導向的媒體環境中，願意改變呢？就算做到了...又會有多少民眾埋單呢？閱聽大眾固然應提升媒體素養；媒體方是否也該在新聞把關上更加自律，雙方共同努力，不然一定會還有下一個郭彥均事件。

很多孩子走了 郭彥均FB事件 疫情假新聞? 變公關危機

[很多孩子]事件網友討論對象每日分布



郭彥均事件後續討論對象從孩子轉移至政府官員(圖/取自源大數據)

記者/侯雨宸、何芸庭、邱俊維

日前在藝人郭彥均FB發文中提及「很多孩子走了」，引發行政院長蘇貞昌要求查辦假訊息後，導致網路聲量大增，議題焦點轉移至政府行為，更引發後續的民進黨負面聲量飆升、觸法、網軍爭議、言論自由議題。

蘇揆究責偵辦 羅友志：錯失先機

對於民進黨負面聲量的現象，羅友志認為，由於蘇貞昌後續的公關危機處理不當，對於各個發言系統一再的加強力道，錯失了先機，更影響到人民對於政府的觀感。

從源大數據議題討論對象分布圖可以發現，在5月27日前，孩子為網友關注的重點，占了聲量34.2%，政府官員僅占21.7%，而到了5月29日，孩子

的討論度下滑至22.3%，政府官員卻上升至35.4%，大眾討論的對象逐漸變成政府。

黃光芹：事關人命 反對聲浪高漲

根據TPOC所發布的民進黨網路正負面聲量圖顯示，蘇貞昌發言後，民進黨的負面聲量多達 20973 則負面聲量。對此，資深媒體人羅友志認為，因蘇貞昌提出法辦之事，不但勾起社會正義之人關注，也讓在野黨可就此發言進行聲討。

資深媒體人黃光芹表示，民進黨的危機處理，像是後續跟進查辦假訊息以及內容農場，雖不像之前用重砲式的攻擊的態度，但由於此事涉及到人命、孩子，使的整體輿論與反對聲音升高，成為在野黨攻入很好的切點。

而對於未來民眾及公眾人物，是否會對公開發表

言論的畏懼，羅友志認為，這次事件也可以觀察到寒蟬效應消失，以往政府政策似乎能左右議題的方向，是因為老百姓懼怕寒蟬效應的能力。但在此事件中，人民對於可能攸關到自身健康及蘇貞昌提到法辦一詞，這兩個新聞接近性與鄰近性的因素，使得民眾勇於發聲，藝人也可能不再懼怕發聲。

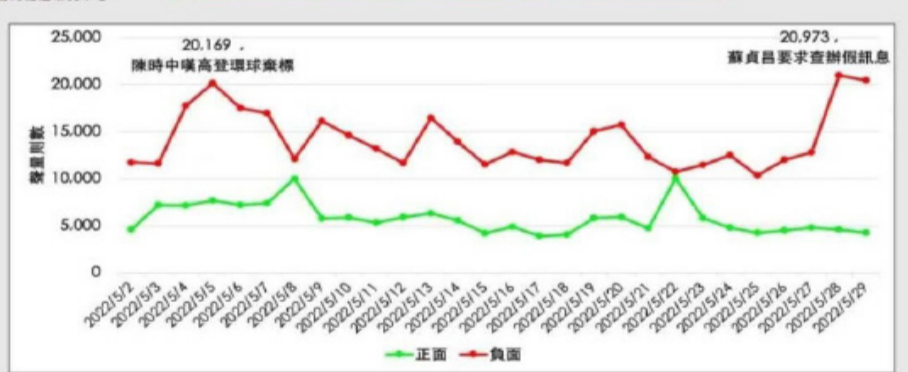
杜聖聰：是否觸法?可受公評

銘傳大學廣電系主任杜聖聰認為，郭彥均事件為「可受公評之事」。對於有人認為是否有網軍操作，他說，需要有三個構面，人流、金流、資訊流，才能證明。

而對於郭彥均貼文內容是否觸法，杜聖聰也表示，內文需要有三個概念，「惡、假、害」三個概念，才能移送法辦。



民進黨：網路正負面聲量趨勢圖



打破同溫層 TFC強化媒體素養

記者/邱俊維、張嘉萍、詹景涵、葉香伶

據台灣事實查核教育基金會(TFC)針對假訊息相關議題調查，高達94.2%民眾認為，需透過教育或是宣導加強大眾辨識能力。TFC說，目前極需克服的挑戰主要是「如何以生活化的方式傳遞媒體素養的意義與價值」，打破民眾同溫層。

TFC自去年9月開始積極推動「台灣媒體素養計畫」，董事長胡元輝針已培訓共9138位師資與一般學員，此外，在許多活動中加入「融入式教學」、成立相關社團等...更進一步點出，推動媒體素養教育雖已在進展中，仍有許多民眾不懂媒體素養為何與自身相關。

其中「融入式教學」是針對目前狀況最好的解方，適用於任何年齡層，強調以民眾感興趣的領域作情境代入(打破同溫層)，再逐步帶出核心主題。讓更多原先對此不感興趣的民眾願意去接觸這類資訊。胡元輝也表示，訊息的產製及策展能力，也是媒體素養教育必須著重的面向。

TFC媒體素養推動成果

去年下半年，TFC獲得「Google.org」3年100萬美金(約兩千八百萬台幣)的支持，串聯社團法人社區大學全國促進會、假新聞清潔劑、台灣媒體觀察教育基金會、優質新聞發展協會、MyGoPen、政大傳播學院媒體素養研究室等單位，啟動「台灣媒體素養計畫」。

目前台大已有事實查核社，對於未來目標，他表

示，希望在3年之內，能在全台各10所的高中與大學，成立事實查核社團。不僅將給予社團部分的經費支持，也會提供相關的訓練協助。

目前政治大學媒體素養研究室已經初步發展出一套評估學習媒體素養成效的機制，正在測試當中。胡元輝相信，這套評估機制對台灣媒體素養計畫的推廣與瞭解將帶來莫大幫助。

媒體素養教育推入大專院校

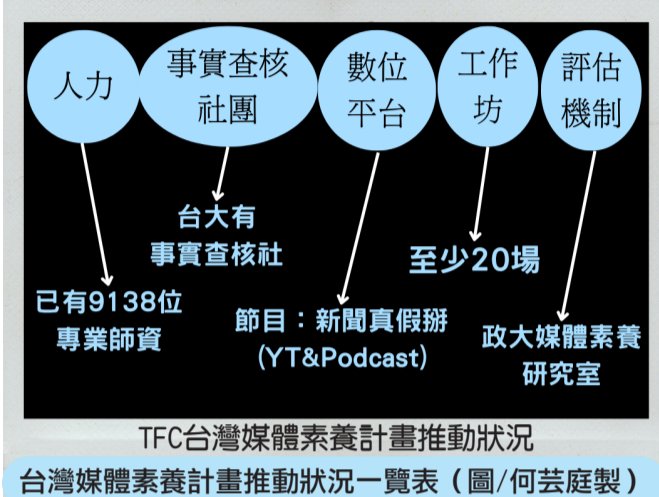
除民間社團推廣外，教育部也在大專院校推動媒體素養課程，銘傳大學在2021開始辦理「高等教育媒體素養課程發展計畫」，擔任北區資源中心的角色，去年此計畫共展出13篇的課程計畫教案，今年與中區資源中心靜宜大學、南區資源中心義守大學，三校以「媒體素養」等主題，聯合舉辦「110學年度大專院校教師媒體素養教案設計競賽」，已於5月25日公布獲選名單，將會邀請獲獎教師參與教材教案編撰及教師培訓工作坊，互相交流分享。

教育部一直持續推動媒體素養教育，並在2002年公布《媒體素養教育政策白皮書》，但由於缺乏真正的專業師資，因此成效有限。

如今「科技資訊與媒體素養」被納為108課綱的九大核心素養之一。長期研究媒體素養、中國文化大學資訊傳播學系副教授柯舜智表示，現在社會逐漸認識媒體素養的重要性，不但在教科書裡加入相應的課程

單元，政府與民間也持續開設和媒體素養有關的工作坊、研討會及培力課程，這些都會慢慢帶動、提升第一線教師們的媒體素養專業。

柯舜智說，防制假訊息製造與傳播的源頭，和推動社會大眾的媒體素養教育，兩者需雙管齊下。在假訊息難以根除或無法根除的狀況下，就得倚靠對「接收端」，也就是對民眾的教育，以及專業事實查證機構的協助辨識。



鄭自隆：盼華視同仁尊重專業 一同打拚

記者/邱俊維、梁妤如、侯雨宸

華視自4月20日的跑馬燈出錯後，錯誤持續擴大，華視5月20日在官網發布公評人報告，華視董事長鄭自隆接受銘報採訪時表示，尊重公評人報告，也會對他們提出的每點盡可能做改善。NCC在1日會議表示，從4月20日到5月底止，共高達24件投訴華視，目前已提交廣播電視節目內容審議委員會審議。

關於華視錯字問題一事，鄭自隆認為並沒有太針對的問題，也不能把這當藉口，錯就是錯，而人家願意來對華視指正，代表他們還關注、關心華視，都非常感謝。

對人員不足問題，鄭自隆說，也沒辦法在一、兩天內馬上解決，只能慢慢補足，而最近也迎來畢業潮，也將會有新的一批員工。

鄭自隆在日前對員工的公開信提到「新聞部同仁，請找回專業尊

嚴。」他說，會做新聞相關的人，一定都是喜歡且對這份工作有一定的專業度在，因此他希望同仁們能夠尊敬自己的專業、共同打拚，讓一切變得更好。

現今雖有許多風波，但鄭自隆說，內部的氛圍並不會不好，大家還是一樣很努力在工作，而他目前在這個位子上最主要的目的，就是重振華視士氣，帶領各位一同打拚，倘若未來一切都變好了，且有更好的董事長人選，也將離開這個位子，回去專心的教書。

針對華視接連出包至今尚未做出相關懲處，外界批NCC護華視一事，NCC副主委翁柏宗於議會上表示，外部審查其實在上上周已經結束，後續皆按照流程及議程審議(SOP)，目前已提交廣播電視節目內容審議委員會進行審議。

另外，目前華視上架52台的進

度。翁柏宗說：「屬地方商業機制，目前NCC已經請各縣市政府表示意見並皆已回報，將依程序提至委員會處理。」

不過華視人力是否能負荷24小時輪播？翁柏宗表示，將對8月期中評鑑及後續系統上架狀況一併檢視。



鄭自隆表示，現在內部的氛圍並沒受外界太大影響，大家還是一樣很努力在工作。

(圖/梁妤如攝)



三立主播銘傳大開講
三立主播與銘傳電視台主播交流，藉掃描QRcode此學習播報技巧。(圖/江昀攝) 看影音新聞

NCC開罰TVBS80萬

記者/邱俊維

國家通訊傳播委員會(NCC)於1日決議計2件予以核處，其中TVBS歡樂台節目「11點熱吵店」，因具性暗示之情節，且於節目中宣傳特定產品，裁罰80萬元。另外，台灣藝術台節目「母娘慈悲」，則違反置入性行銷規定，處20萬元罰鍰。

NCC表示，TVBS歡樂台於去年6月10日撥出之「11點熱吵店」節目，因內容設計來賓抖動身體部位及具性暗示之情節等...違反不得妨害兒童或少年身心健康規定，且於節目中宣傳特定產品，依法予以核處80萬元罰鍰，並且要求業者需對節目製播人員及主持人辦理相關教育訓練。



離開主播檯 轉節目主持 劉涵竹：爭取更多話語自主權

記者/林宜嫻

主播劉涵竹近來選擇離開待了14年的新聞圈，她說：「在新聞圈已累積足夠的經驗，現在想往電視圈發展，可能是談話、時尚美容、益智節目，類型都不設限。」選擇離開架輕就熟的主播行業，劉涵竹笑說，她並沒有真正地離開螢光幕前，只是去挑戰與挖掘新的事物，也能增進自己的不可取代性，目前則以擔任節目來賓為主，期許未來能有機會嘗試不同類型的節目主持工作。

跳出舒適圈 增加不可取代性

現階段的她說，先以節目來賓來增加自己的曝光量，她也談到在媒體產業裡，能夠掌控話語權是所有人的終極目標，「可以當主持人就不當來賓，但是當主持人的機會當然是一個蘿蔔一個坑。」在等到機會來臨以前，先努力把自己做到被看見。

樂於挑戰新事物的她，過去除了擔任新聞台主播，同時也有斜槓節目主持的工作，類型從流行時尚到房

地產等，她笑說，比起主播工作，主持節目更能擁有自己的時間掌控權和話語的自主權，並且電視圈也是感興趣的領域，轉做主持也能發揮在新聞圈訓練出的口條與台風，以新聞業界來說，每年都會增加新任主播，進入電視圈領域也是為了增加自己不可取代性。

面對挑戰 有興趣才能持之以恆

劉涵竹以親切的嗓音為招牌，讓民眾一聽就能馬上辨識，為了發揮聲音的專長，她過去也曾製作Podcast節目，「只要有話題與靈感，一天甚至可以連續錄好幾集。」

她說，廣播領域對她而言，是一個全新的挑戰與嘗試，不同於主播的談話語速，需要學習把情緒放輕鬆講話，試著讓對話留白，對聽眾來說才會是最舒適的聽感，短暫接觸廣播半年的她，也學習到不同於緊湊的新聞腔調，以慢步調嗓音來療癒人心。

劉涵竹說，一直以來秉持著做自己喜歡的事，不管是財經主播、節目主持還是Podcast，「至少要做有

興趣的事情才能持之以恆」儘管離開待了14年的新聞圈，同時也訓練了敏銳的觀察力與流利的口條，在過去的主持經驗中也練就一身談話技巧，這也成為她進入電視圈的一個踏板。

她表示，目前以擔任節目來賓為主，等到機會來臨以前，先努力提高自己的曝光量，未來也希望能有機會嘗試不同類型的節目主持工作。



劉涵竹近來離開待了14年的新聞圈，未來將往電視節目圈發展。(圖/擷自劉涵竹臉書)

Youtuber品牌聲量 服飾44%居冠

銘報即時新聞 @mol

十大YouTuber自創品牌網路聲量排行榜			
NO	品牌	聲量	YouTuber
1	惡名昭彰	11061	館長
2	WAICOOKIES	8450	古娃娃
3	Suiooh 水哦！ 千拌麵	6735	千千進食中
4	再睡五分鐘	6344	滴妹
5	hahababy -ははベビー	4560	嘎嫂二伯& 蔡波能's Daily
6	有飲Youin	3143	欸你這週要幹嘛
7	魚乾的魚乾	2551	魚乾
8	kai心食堂	2007	孫榮Kai Son
9	CARA Cara Beauty	1827	Cara Wu
10	mini maters	1693	Meg Lu

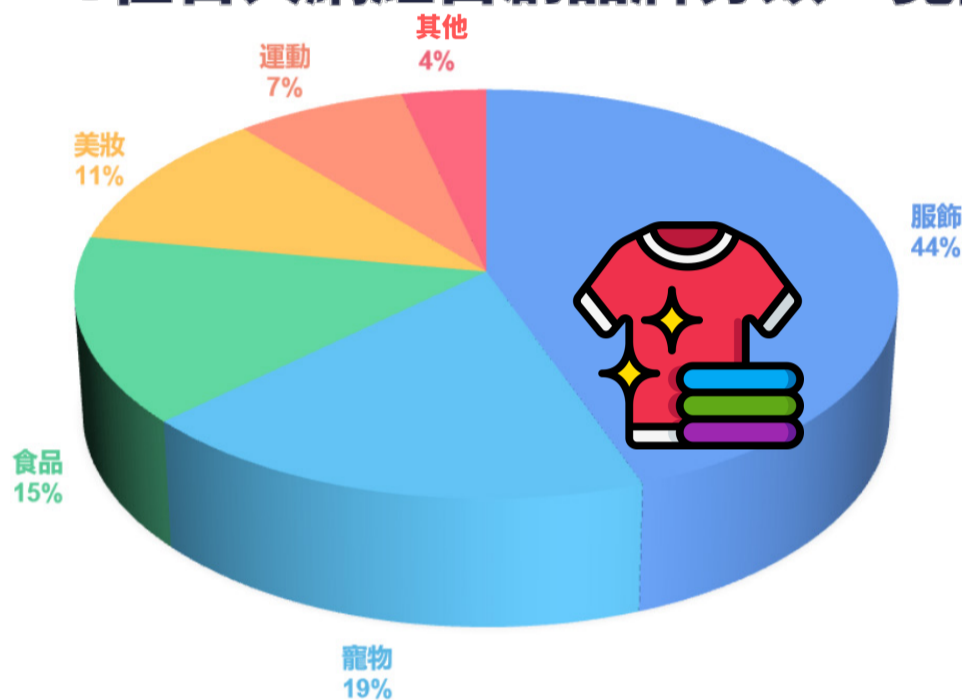
(資料來源：DailyView網路溫度計)

網紅除了經營頻道做為收入來源外，也開始有部分網紅自創品牌，像是滴妹的手搖品牌「再睡五分鐘」，銘報根據《2022百大影響力網紅排行榜》中調查100名中網紅創立的品牌，共28位網紅有創立品牌，其中最大的比例是服飾44%，第二是寵物19%，第三名則是食品14%（見圖）。

此外，根據《DailyView網路溫度計》透過《KEYPO大數據關鍵引擎》調查，所做的前10名聲量排行榜，僅僅4名上榜，分別是第一名館長、第三名千千、第五名嘎嫂二伯和第七名魚乾，其他則沒有在榜上，推測其原因是把重心放在自創品牌上。

對於數據銘傳大學廣告暨行銷學系教授王皖佳和千千品牌「水哦」行銷企劃經理Anita皆表示，網紅本身自帶流量，但後期維持競爭力才是最重要的關鍵。

28位百大網紅自創品牌分類一覽圖



穩定成長為考驗

水哦企劃行銷經理Anita

自創品牌的原因？

千千本身就是大胃王，喜歡分享各種美食，透過美食讓身在外地的異鄉遊子，一解鄉愁。



您認為品牌優勢是什麼？

份量，男生也能吃得飽，對於產品品質的要求高，同時也保障食品安全。



品牌是如何行銷的？

品牌經常運用社群做分享，以投票的方式與粉絲互動，把他們的意見和反饋當作下次出品的建議，品牌研發的過程也會拍攝影片，讓消費者了解更多訊息。



創立過程遇到的困難？

前期千千的粉絲是帶動品牌成長的主要群體，這是優點也是缺點，後期要如何穩定成長成為一個考驗。



未來的目標和規劃？

將開發多元化的產品，像是休閒食品 and 甜品，藉此拓展更廣闊的客群。



圖片來源：商品官網

網紅聲量成關鍵

銘傳大學廣告暨策略行銷學系王皖佳教授

網紅自創品牌的成功關鍵在於哪些因素？

網紅聲量、商品品質、顧客需求、同類產品競爭。



您認為網紅自創品牌比例並不多的原因為何？

因為目前未有明確的自創品牌SOP或資本。



網紅的粉絲數量及聲量是否會影響銷售量，品牌變現能力是如何的？

品牌的變現能力和粉絲數量正相關，網紅個人就是品牌，很多都是先有了品牌才有商品和實體的獲益模式。他們會考慮去做相對應的商品，例如美食類網紅自創甜點品牌。



品牌本身是否會受到網紅的正負面聲量的直接或間接影響嗎？

大多數的時候會直接影響，但是仍須看這個品牌的營運週期和危機處理的策略。



在未來網紅自創品牌的趨勢會有什麼變化？

未來網紅自創品牌的模式增加，甚至網紅自創品牌可能會發展到團隊挖掘網紅來培養，從個人變成集團。



KOL團購風波 合約是自保要點

記者／郭妍妤、何芸庭



4月網紅開團假鞋風波，多位網紅遭受牽連。 (圖／擷取自Dcard網路購物版)

4月網紅開團假鞋風波，多位網紅遭受牽連，消費者也深受其害，之後一連串關於後續處理的方式，針對網紅遇到無良賣家，威律事務所律師周逸濱表示，可以透過合約本身自保，產品供貨的部分也必須寫清楚，而網紅斯亞和金老佛爺也認同合約為保障權益最後手段，可以避免後續其相關的問題。

周逸濱強調，現在詐騙集團眾多，消費者可能遇到求償無果的情形，建議在購買前，可以稍微對於購買

網紅斯亞：產品及廠商是關鍵

記者／郭妍妤、何芸庭

網紅團購已成為巨大的商機，雖說看似門檻不高，擁有上千粉絲即可入門，但除了會面臨被詐騙風險外，開團本身也存在風險，像是如何篩選產品和廠商，對此，網紅斯亞表示，為產品把關就是在建立自己和粉絲之間的信任跟默契。

在篩選商品的部分，斯亞強調，若只是為了一時賺快錢而答應了自己不喜歡的商品，粉絲買了後發現根本不好用，這等於是把累積已久的信任度毀滅，非常不值得。因此，合作前一定會要求試用期。

金老佛爺則會分析出產品優缺點，以確保產品品質並符合自身品牌定位。也表示，好東西要讓更多人擁有，並且以量制價，創造多贏。

台北書展吸引25萬人 業績高5成

記者／王柏森



台灣是全球第四個成功辦理國際書展的國家。(圖／由文化部提供)

台北書展7日閉展，端午假期吸引25萬人次進場觀展，將文化部發行的2千萬購書抵用券全數用光，業績也比預期高了5成以上。文化部次長李靜慧宣布，明年主題國為波蘭，下屆台北書展基金會董事長由天下雜誌總編輯吳韻儀擔任。

因疫情影響，導致今年出版社相比往年減少3成。但實際上從端午節當天開始人潮就慢慢湧入。

台北國際書展聲援烏克蘭成為今年最大特色，文化部特別邀請YAKABOO圖書銷售平台國際主任Valentina Butenko親自在書展現場舉行座談會，希望透過積極主動推廣烏克蘭的著作支持自己國家。

副總統賴清德也表示，書展如期舉辦，要讓國際社會知道，在民眾防疫下，台灣有能力成為全球第四個舉辦的國際書展。

的商品有初步了解，也能透過過去一些相關資料，先確認賣家信譽，保持一定的警覺心，不要因為價格便宜就買。

團購儼然成為時下網紅和KOL的部分收入來源，網紅斯亞和金老佛爺身為長期的開團主，分別對開團、帶貨等做出提醒，一致認為開團前所簽署的合約非常重要，這會使雙方都有保障。

斯亞也強調，心態也很重要，為了生活選擇了這份工作沒錯，但要保有原則，對的起良心，切莫為了賺快錢，為了合作而合作。

顏廷棟：七天內可要求業者退換貨

銘傳大學財經法律系教授顏廷棟表示，若網紅也被廠商受騙，在刑事法律上可能就不涉及過失，且能透過《民法》向廠商賠償損失，但即使開團主不知情，還是需要為消費者負責。更強調，根據《消費者保護法》，網路購物屬於通訊交易，因此，在非實體店面

由此可見許多消費者會因為出自對網紅本身的信賴，而購買商品。所以，網紅對於產品本身或是廠家的篩選就顯得尤為重要，這些都將直接或間接影響粉絲對其好感度。

在看似風光且容易賺錢的團購中，實則充滿風險，斯亞就說，有些看似會熱賣的商品，很可能銷量並不如預期，相反地，有些看似冷門的商品可能就賣火了，充滿著許多不確定性。

網紅除了要培養粉絲的信賴，對於產品品質與廠商信譽更不能忽視，藉此才能打造三方雙贏的局面，避免發生類似假鞋風波事件，造成雙方損失及不可逆的形象。

購買，於七天鑑賞期內，不付理由，消費者有權要求業者退貨或是退款，這是政府保障消費者的權利一種方式。

顏廷棟也提醒，現今，網路購買的問題眾多，通常消費者會購買都是出自於信賴網紅，身為網紅或是團購賣家有責任為消費者把關和審核，確認廠商提供的產品是否正常。

網紅團購如同網紅金老佛爺所說：「即使大家都做也不一定要跟，要有自己判斷分析能力，也不要先入為主的相信廠商。」保持一定的警覺心，可以大大降低團購所帶來的風險，同時也是對消費者負責的一種方式。

KadoKado 角角者 閱讀次數達千萬

記者／應杰霖

台灣角川去年10月推出「KadoKado 角角者」小說創作連載平台。半年後，累積了高達1000萬次閱讀量的亮眼成績。4月開放UGC功能後，流量更見快速成長，用戶黏著度高，每月平均閱讀超過20章節，平均停留11分鐘。

且開放創作者自由上傳作品，協助創作者透過作品出版與IP延伸商業化。台灣角川數位事業群營運長陳佳聰表示，未來更計畫推出App版本及更多元的創作形式，進一步降低創作門檻，增加內容的娛樂性和互動性。

近五成元宇宙 體驗過NFT

記者／侯雨宸

Yahoo奇摩20日發布「元宇宙世代白皮書」，35歲以下的「元宇宙世代」消費者，逾7成期待元宇宙到來，期望在元宇宙世界中體驗虛擬分身。其中，近5成元宇宙世代體驗過NFT，而視覺產品則是目前最多消費者瀏覽或購買過的NFT項目。

費者對於擁有「藝術創作」、「投資潛力」及「高知名度」的NFT商品最感興趣，例如知名IP、創作者、品牌聯名等擁有較高的購買興趣。同時認為選擇NFT交易平台時最重要的是值得信任的平台。

元宇宙世代的界定以1987年為分水嶺，Yahoo國際消費者洞察暨數據分析總監蘇建勳說：「35歲以下消費者為『創作者』，認為元宇宙是現實世界的延伸。」

此外，當品牌在行銷廣告活動上開始運用元宇宙、數位分身或是NFT時，會促使消費者更想了解品牌(65%)、對品牌形象更深更好(62%)，由此可見如何強化元宇宙相關應用及體驗，將成為品牌未來營運決策的重點。

銘報人物 1034 留守番 黃思蜜 半途出家 全力搞出版

記者／詹景涵

「我以前是個三分鐘熱度的人，開始做出版後，我才知道必須發揮全部能力在這件事上，它是讓我認清自己的關鍵。」獨立出版社「留守番」總編黃思蜜這樣定義自己和出版的關係。多年來，她出版及創作LGBT及性朋友善議題的相關書籍，如今「留守番工作室」更透過充滿設計、高質感的出版品，在圈子裡收穫了不少忠實粉絲。

原是玩票性質 卻擦亮招牌

工作室運作初期，黃思蜜和其友人各自都有正職工作，大家比較像是玩票性質。直到2015年，留守番加入獨立出版聯盟，黃思蜜包辦了各種業務。她說，那時她只要一騎上摩托車就開始哭，「必須對商業設計案的業主負責，也必須對工作室負責，壓力很大，內心也有些生病。」最終，她決定辭掉正職的設計師工

作，專心把留守番工作室發展起來。

「半途出家」的黃思蜜，藉由實務經驗邊做邊學，逐漸摸索出一套自己做書的規則。雖然方式有些笨拙，不過她仍咬牙堅持了下來，一步步緩慢而踏實地擦亮留守番工作室的招牌，打開品牌的知名度。

書籍特別設計 消除對BL的排斥

「我們的書，是捧在手上會有『特殊觸感』的書。」黃思蜜認為，書籍設計也是跟讀者互動的一環，於是將自己的美術與設計專業徹底發揮在出版品上。她替每個文本由裡而外量身打造專屬的細節。她甚至細緻到連書衣、書腰和扉頁等各部分的紙材全都特地挑選過。

她說，她期望透過別出心裁的設計，利用視覺效果先消除一些人對BL的排斥，再進一步嘗試去接觸題

材。讀者們可以大方將書拿出來和其他人分享，讓大家驚豔「原來這是BL小說」！

「我就是抱持著如果哪天戶頭空了就不做了的心態。」黃思蜜這麼說道，有些傻氣的熱忱不禁令人佩服。針對出版願景，她表示，希望有更多人透過故事理解，愛有不同，但一樣璀璨。」



黃思蜜與友人一同成立留守番工作室，出版題材大多與LGBT及性朋友善相關。(圖／黃思蜜提供)