



第2031號 總號第2231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



NMEA攜銘報合作報導

2023亞洲新媒體高峰會籌備人員，NMEA謝佩芳理事暨高峰會召集人、李芃君理事長、袁支翔秘書長。(圖/NMEA提供)

亞洲新媒體峰會19日登場

記者 / 嚴郁婷

新媒體暨影視音發展協會(NMEA)主辦的「2023亞洲新媒體高峰會」將在19、20日在台北晶華酒店舉行。今年接任的NMEA理事長李芃君表示，台灣內容產業要蓬勃發展，最重要的就是資金、人才和接軌國際，因此高峰會命名主軸為「全面賦能」，不只定位在台灣，而是以亞洲或台灣為中心和國際接軌。

為接軌國際，今年NMEA邀請60位國內外重量級專家與領袖一起剖析產業趨勢，共19場專題演講與對談，也規劃出六大主題方向：「國際內容趨勢」、「台流加速器」、「台灣人X好萊塢」、「科技X創意」、「跨界X出圈」、「風格至上世代」。李芃君說，本屆邀請最多名海外講者來台分享，YouTube、「華納兄弟探索

集團(Warner Bros. Discovery)」、Netflix、美國獨立製片公司、好萊塢最新科技開發、Media Partner Asia(MPA)等，讓台灣產業工作者將不需飛到國外即可獲得第一手的經驗分享與交流。

首場論壇由LINE台灣董事長暨LINE TV執行長陳立人、國家發展基金管理會副執行秘書蔡宜兼、緯來電視台董事長李鍾培、中保科技集團董事長林建涵揭幕，暢談台流軟實力及台灣內容產業升級轉型及全球輸出。

NMEA今年也再次與銘報合作，完整報導19場專題演講，讓更多人了解內容產業最新發展狀況與趨勢。為此銘報將派出22名文字與影音記者共同參與盛會，屆時所有報導將在銘報即時新聞中及LINE TODAY上皆能看到。

政媒結合疑慮 中廣、公視、華視回函NCC



中廣董事長趙少康尚未請辭相關職務，公視董事徐瑞希則已請辭。(圖/取自趙少康、徐瑞希臉書)

記者 / 歐承翰

中廣董事長趙少康獲國民黨提名副總統參選人後，因未請辭中廣職務，引起外界關注是否違反黨政軍條款。NCC 6日表示，已收到中廣的回函，趙少康已請假並由董事陳聖一代理。中廣強調，公司經營不受黨政軍勢力影響，且未曾接受經營階層指示或干涉。

中廣董事長趙少康及公視董事長徐瑞希，分別參與明年的正副總統和不分區立委選舉，兩者皆有政媒結合之疑慮。

不過，目前徐瑞希已在12月1日請辭相關職務，而趙少康則尚未請辭。

NCC上周三向公視、華視、中廣發函，要求說明其如何遵守總統副總統選舉罷免法第46條、公職人員選舉罷免法第49條以及廣播電視法施行細則第13條等相關法規。針對經營階層參與選舉和廣電事業節目製播牽涉相關議題時，確保客觀、公正、確實地報導。

NCC指出，三家業者皆表示將會遵守法律，保持製播新聞及節目時堅持客觀、正確、公平、公正的立場。中廣強調，會遵守2007年的承諾，保證不受任何黨政軍勢力的影響，且從未有經營階層對經營干涉的指示。

至於請假是否符合黨政軍條款，NCC表示，目前尚未對三家業者的回函進行討論，待委員會內部討論後，再向外界進一步說明。

股權轉讓透明化 NCC擬修廣電三法

記者 / 歐承翰

三立集團收購中嘉數位股權踩媒體壟斷紅線，引起軒然大波，NCC於6日討論修改廣電三法。NCC副主委暨發言人翁柏宗指出，NCC將針對有廣法的「股權透明」議題做修正。

中嘉案上層股權轉讓恐有違反附款情形，NCC於6日討論明年立法計畫，並審議通過「112年立法計畫及法規整理計畫」報告案，及「113年立法計畫及法規整理計畫」討論案。

翁柏宗表示，明年的立法計畫包括4項法案、14項法規命令和1條行政規則。其中，法案包括網際網路試聽服務法草案(OTT草案)以及廣播電視法、有線廣播電視法、衛星廣播電視法的相關修法草案，旨在實現廣電

三法的整體協調和管制。

有線廣播電視法規定系統股權變動達5%方須申報，但上層股權異動除非另有法令規範，一般無需報備。

針對中嘉案牽涉上層股權異動，翁柏宗指出，可能違反附款內容，內部近期會討論可能對有線廣播電視法的股權透明度進行修正。

翁柏宗說明，在廣電三法的整體協調中，廣電法對股權轉讓實行許可制度，然而衛廣法並未涉及相應的規定。以2018年東森電視股權轉讓為例，65%凱雷持有，根據外國人投資條例，經濟部投審會要求NCC進行審議，但另外35%東森國際持有東森電視則直接賣給茂德公司未經任何審議，明年修法會朝拉齊管制方向修改。

本期專題



無卡分期 學生最易受騙 (詳見三版)

張裕昌升世紀董事總經理

記者 / 蕭卉媛

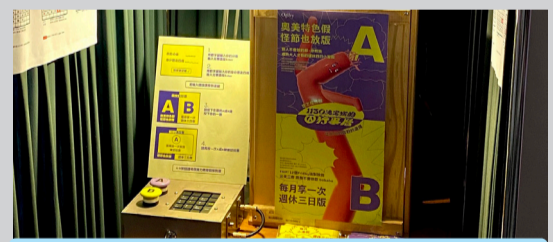
台灣奧美集團11月30日宣布晉升張裕昌(Adonis Chang)為新任的世紀奧美公關董事總經理。此外，台灣奧美也宣布2024年休假日以員工公投結果決定休假日，正式通過「奧美特色假 - 怪節也放」，例如七夕情人節員工將可休假。

此次人事升遷，台灣奧美執行長李景宏表示，Adonis(張裕昌)的升遷是實至名歸，也是順理成章的結果，相信在他的領導下，Era Ogilvy團隊能發揮更大的影響力，開啟輝煌的新篇章。

張裕昌表示，公關是門迷人的學科，在人與人的溝通當中看見混沌與矛盾並存的語言及文字美感。身為公關人，最重要的貢獻在於從這些看起來不斷衝突的過程中，找到一種讓每個人都願意傾聽且了解對方的方式，這也是他會從行銷轉身投入公關，並堅持至今的原因。

對於休假日，李景宏則說，奧美人就算休假也要展現高度與帥氣，因此今年開放公投讓所有夥伴自己決定休假方案，這也是展現重視和尊重同仁的態度與決心。

今年台灣奧美首創2024年的休假行事曆，全權交由集團員工票選決定，在歷經一個月的時間進行宣傳及二週的催票下，最終由「奧美特色假 - 怪節也放版」以234高票勝出，將在2024年開始正式啟動。



台灣奧美集團首創2024休假行事曆，由公司員工進行公投。(圖/蕭卉媛攝)

第47屆金鼎獎得獎率僅2%

記者 / 楊芮愷

文化部日前公布第47屆金鼎獎得獎名單，從1258件報名作品中，選出35件得獎作品，其中84件成為優良出版品推薦，得獎率只有2%。文化部長史哲表示，出版為國家發展的重要檢驗指標之一，且現今的出版品載體已不限於紙上，更結合數位、多媒體，讓讀者在閱讀上有更豐富且有趣的體驗。

今年除了恢復「圖書翻譯獎」外，由於近年出版刊物逐漸由數位化代替紙本，為鼓勵數位內容蓬勃發展，今年的數位出版類得獎名單在「數位內容獎」、「數位創新獎」各增為2名。

「數位內容獎」獲獎者為《報導者》及《貓在吃草股份有限公司》；「數位創新獎」則由《天下雜誌》和《初版數位內容股份有限公司》獲獎。

生成式AI夯！63%憂慮假訊息

yahoo! 2023生成式AI消費者大調查

記者 / 謝函穎

Yahoo於11月底發布2023「生成式AI消費者大調查」，根據調查台灣人有50%曾使用過生成式AI工具，但也有高達63%的人認為AI生成內容令人擔憂。其中更有80%的人擔心AI生成內容的真實性與透明度，恐遭有心人士刻意散播假訊息及假作品，亦擔心無法分辨訊息來源，而遭誤用或誤信。另外，在資料安全、道德規範、品質方面的憂慮也分別高達78%、76%以及73%。

事實上，媒體在使用AI方面上也應有相關規範，除了事實查核、人工審查、數據公正性外，也應嚴格規範AI使用範圍、員工教育及生成內容的透明揭露。然而，即使多數人表擔憂，在消費者對AI生成內容之接受度調查中，新聞文章接受度卻仍高達50%，顯示大眾雖擔心AI產出是否有疑慮，卻又接受其內容。

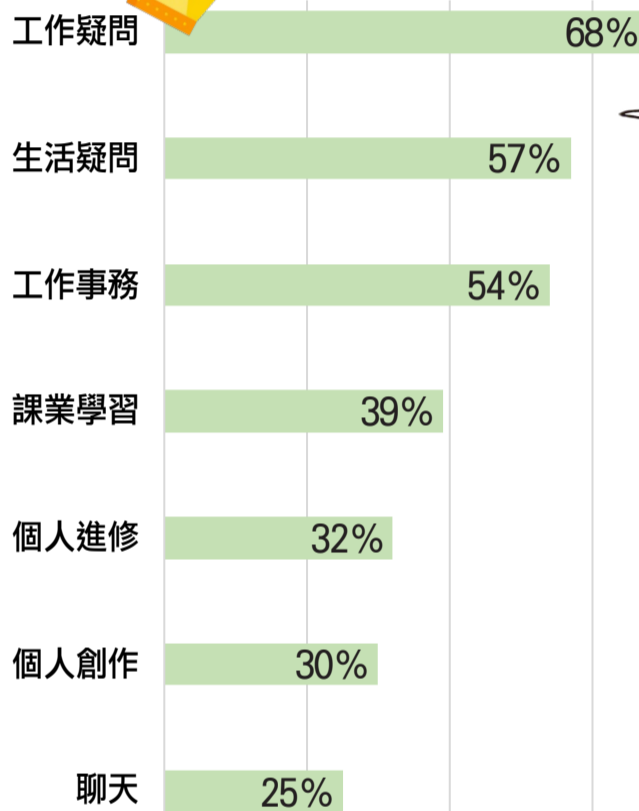
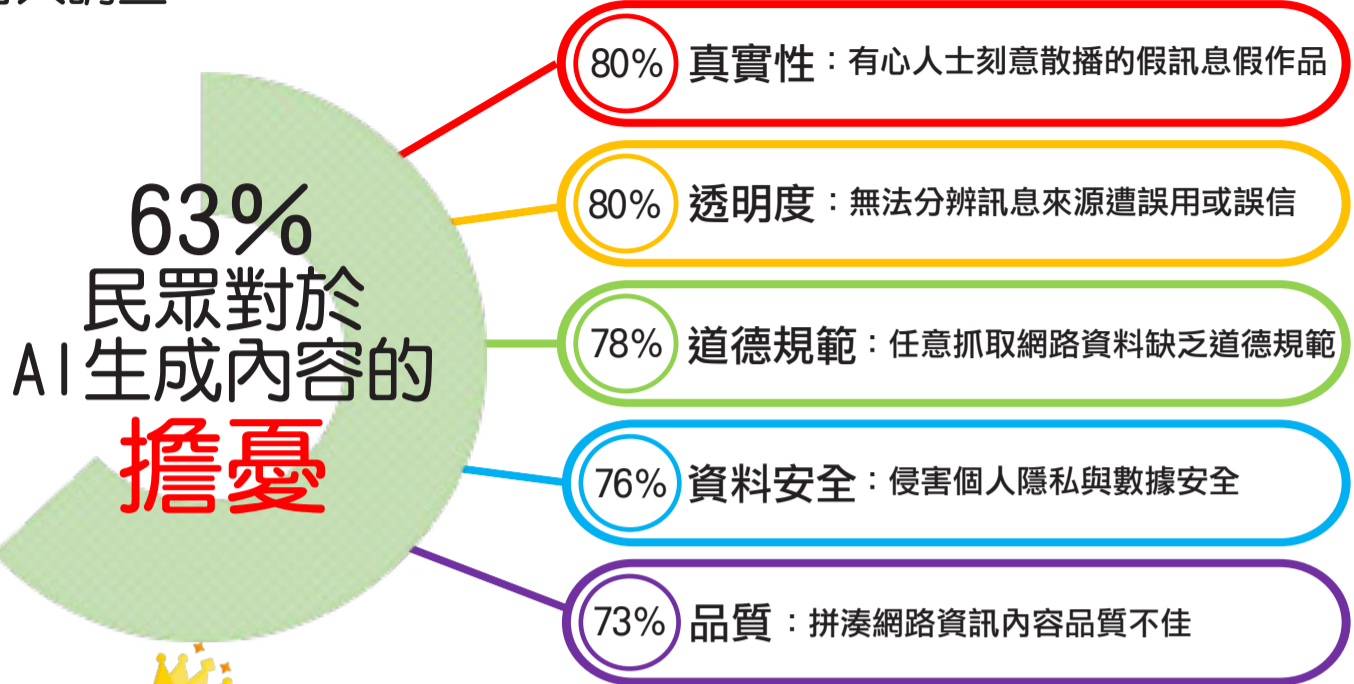
對此銘傳大學新聞學系大四邱姓學生表示，曾使用過如Chat GPT、Vocal AI等生成式軟體於課業上，但不會完全依賴，最終成果依然由人工改寫。另外，他也提到，雖然AI是人類文明發展之下的產物，但還是會擔心將來被取代，或是AI強過於人類，引發科技大反撲。

此外，接受度最低的是Podcast，僅有35%人表示有興趣。台北廣播電台主持人張譽鐘認為，Podcast表達出最生活化的故事與個人觀點，如藉由AI生成，不論語調或內容都沒有溫度，也會讓聽眾感到不真實。

他也提到，在主持節目時並未使用過AI，也不怕被取代，例如在介紹一首歌曲時，不只是報資訊給聽眾，而是分享歌曲在他人生中的意義，這是AI無法取而代之的。

在影音電影方面，接受度為最高62%。銘傳大學廣播電視學系助理教授陳譽尹說明，以今年金馬獎開幕片為例，透過AI合成技術製造特效，讓過去的電影片段與後期拍攝場面結合，製造出虛實融合的效果，同時也提升了人們對此的興趣與接受度。

不過，她進一步表示，即使AI能做到更強大的特效畫面，但創意方面還是需由人類發想，她相信只要持續增進自己，學習並接受新知，就不用害怕被取代。

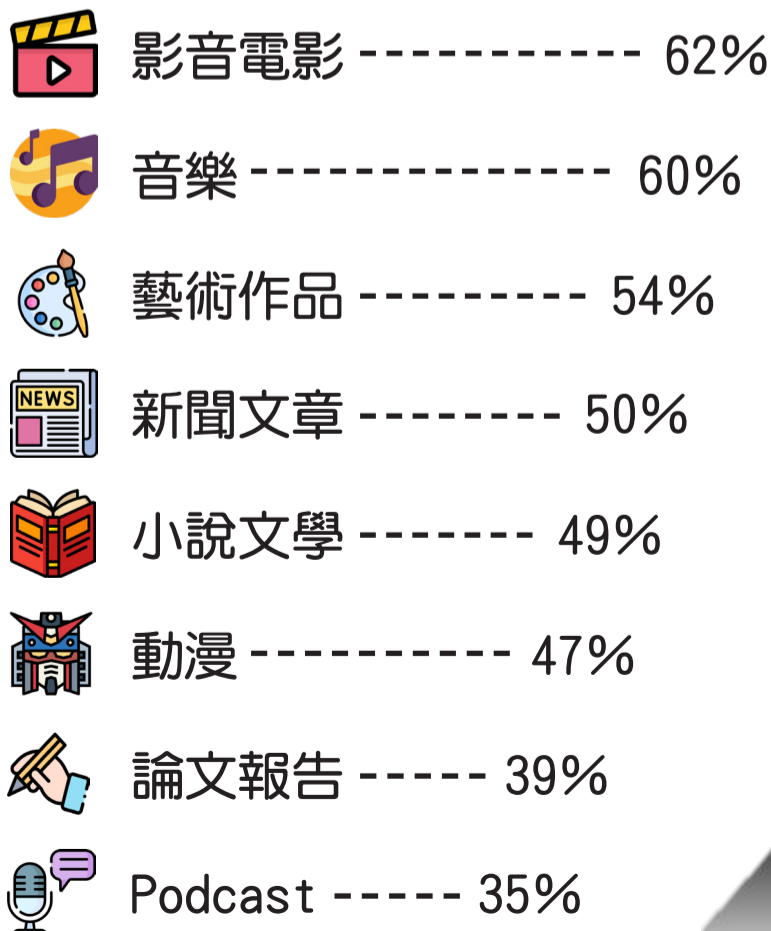


使用AI多數為工作需求 😊

他們這麼看！💡

民眾對AI生成內容之接受度

製圖 / 謝函穎



AI可否取代人類？

製圖 / 謝函穎

新聞學系大四邱姓學生
我曾使用過Chat GPT、Vocal AI等生成式軟體於課業上，但不會完全依賴，最終成果會由自己改寫。但還是會擔心將來被取代，或是AI強過於人類，引發科技大反撲。

大眾傳播學系大三鄭姓學生
在靈感枯竭時，Chat GPT可以提供我想法，但我有盡量克制自己使用它，因為我認為過度使用AI工具，可能會讓思考能力退化，久了就容易被取代。

台北廣播電台主持人張譽鐘
我主持節目時沒有使用過AI，也不怕被取代，因為在介紹一首歌曲時，我不只是報資訊給聽眾，而是分享這首歌在我人生中的意義，這是AI無法取而代之的。

廣播電視學系助理教授陳譽尹
在動畫特效上，時常使用AI技術合成影像，但我認為即使AI能做到更強大的特效畫面，但創意方面仍需人類發想，只要持續增進自己，就不用害怕被取代。

(資料數據來源：Yahoo2023生成式AI消費者大調查)

詐騙新招 無卡分期 學生最易受騙

記者/謝函穎、高慕潔

數位化時代下，年輕人本應最熟悉網路環境，去年卻高達4.3萬人受詐騙，根據教育部統計，學生占比約1成，超過4千人受害。刑事局進一步分析近兩年詐欺犯罪趨勢，透過LINE、簡訊等方式，以「3C詐騙」、「假投資詐騙」的件數與金額最高。

台北市府警察局保安警察大隊第五中隊隊長林德明表示，大學生由於金融知識不足，加上貪小便宜心態，再拉同學一起被騙，造成滾雪球效應。此種詐騙手法最容易讓年輕族群上鉤。

手法翻新 近3百人受害

今年10月底，逢甲大學傳出近3百人遭「無卡分期」詐騙，嫌犯以無須信用卡、擔保品及聯徵紀錄的分期付款方式讓學生購入3C產品，並利用「辦無卡分期獲得5千元傭金」的噱頭吸引學生簽下合約，讓學生在無知的情況，簽下近10萬元的融資契約。

逢甲大學生活輔導組組長廖志明表示，在案件開始擴散後，學校第一時間請受騙的學生到校安中心進行報案，並請台中市法制局局長進行詐騙手法、相關民事責任的宣導，和後續的應對情況。目前犯案嫌疑人都已落網，學校也向台中市法制局協助發布公文，申請在官司結案前暫緩催繳，讓學生安心就學。

提及學生是否能不繳融資公司的欠款，廖志明說明，要看檢方如何定案，若融資公司也是詐騙案的一分子，學生則無須繳費。目前兩名嫌犯已逮捕，但後續金錢相關的問題，還需由檢方調查。

對此，隊長林德明說，「無卡分期」的詐騙模式，常會以「拿學生名義申辦APPLE學生方案，然後轉手賣出，並且會幫忙繳每期貸款」，當學生提出可能捲款逃走的疑慮時，歹徒也給出「本票」證明，但這可能也是學生第一次看到本票，根本不知道怎樣才是正規形式。

另外，詐騙集團也會利用學生間的人情壓力、他人慫恿、加害人的話術「0元購手機，還倒賺5千！」等，在個人私慾下，促使詐騙集團利用人性的弱點，成功犯罪。

投資詐欺最多 保持警覺

「投資詐欺」也是近期最多的個案，他指出，詐騙集團會利用各種「某某投資大師、穩賺不賠」等吸睛廣告，吸引不少人基於好奇心而加入。事實上，群組內成員多數為詐騙同夥的臨時演員，每天都會分享知名財經專家、財經主播帶進帶出，賺了多少錢。

然而，他說，這些名人或是獲利畫面均是竄改過的假頁面，受害民眾每天被洗腦之下，不少人決定先投入少許資金試水溫。一開始本利均可領回，待民眾覺得有利可圖後，便會投入更大筆資金進去。之後想要領回本利時，詐騙集團便謊稱「系統關閉」或是「必須再投入一筆錢，才能領出錢」，此時民眾才會警覺是否遇上了投資詐騙。

林德明呼籲，面對層出不窮的詐騙手法，務必時刻保持警覺，任何輸入個人資料或匯款、轉帳等行為，都可能伴隨被詐騙風險，應嚴加查證，勿心存僥倖。如有接獲疑似詐騙訊息，可以撥打165反詐騙專線進行查證，或撥打110報案電話，就近前往鄰近派出所諮詢。

現金引誘

宣稱3C店業務搭訕大學生，以「0元購手機，還倒賺5千！」引誘。

誘簽分期

以無須信用卡、擔保品及聯徵紀錄的分期付款，並利用「辦無卡分期獲得5千元傭金」的噱頭吸引學生簽下近10萬元的融資契約。

騙免付貸

簽名後給付5千元，宣稱大學生不用付貸，也不會送件給貸款公司。

隱瞞貸款公司

以話術誘導學生，若有貸款公司來電詢問，要回答確實有買3C產品。但學生並未實際獲取產品。

催繳才知上當

引誘大學生介紹其他同學簽約，可領3千元介紹費。7月刊使收到催繳欠債通知，才知道上當。

學生最易上當的詐騙手法與預防方式

	假投資	釣魚簡訊
管道	透過網路社群或交友軟體主動認識被害人。	經由手機簡訊假冒銀行行員。
名義&手法	假借股票、虛擬通貨、期貨、外匯及基金等名義，吸引民眾加入LINE投資群組。初期先讓民眾小額獲利，再以資金越多獲利越多說詞，引誘民眾加入投資網站或下載APP投入大量資金，後續再以洗碼量不足、繳納保證金IP異常等理由拒絕出金。	引誘點選文字簡訊中連結，輸入信用卡資訊、地址及身分證字號，取得信用卡卡號。
預防策略	1. 選擇自己有深入瞭解的投資標的，不要輕信來源不明投資管道或網路連結，如遇加「LINE」進行投資必為詐騙。 2. 「165防騙宣導」LINE官方帳號及165全民防騙網可查詢詐騙LINE ID、詐騙電話及假投資(博弈)網站，同時於「165全民防騙」臉書粉絲專頁每週公布投資詐騙網站。	1. 辨識拼字與文法錯誤、問候語、不相符的電子郵件不常傳送的寄件者或可疑連結等。 2. 如收到疑似釣魚簡訊，舉報、封鎖加刪除。

(表/王宜柔製)

防詐小撇步：手機關閉即時通訊功能

記者/謝函穎

國家通訊傳播委員會(NCC)1日發布新聞稿，提醒使用手機品牌如Google、三星、華碩等安裝安卓系統(Android)的用戶，小心簡訊詐騙，並呼籲民眾關閉安卓系統中的「RCS即時通訊」，iOS系統則關閉「iMessage」功能。

NCC表示，詐騙集團以Wi-Fi或行動數據大量發送特徵為「+號碼」是發訊者號碼的詐騙訊

息，或是在訊息視窗內顯示RCS即時通訊，夾帶釣魚簡訊網址，引誘民眾點擊。一旦點擊連結，該手機恐被惡意程式或駭客入侵，個人重要資料也會遭到竊取。

NCC呼籲應立即關閉手機內的RCS即時通訊功能，可以採取4步驟(如圖)；若為使用iOS系統的用戶，也應即刻關閉「iMessage」功能。

持 Android 安卓手機 關閉 RCS 功能 降低被詐騙風險

步驟 1 開啟「訊息」點右上角

步驟 2 點選「訊息」設定

步驟 3 點選「RCS 即時通訊」

步驟 4 關閉 RCS 即時通訊

持 iOS 系統手機 關閉 iMessage 功能 降低被詐騙風險

步驟 1 開啟「設定」並點選「訊息」

步驟 2 關閉「iMessage」功能

關閉安卓系統「RCS即時通訊」和iOS「iMessage」功能。(圖/取自NCC)

2023 Vivianwu Journalism Award

報導者 THE REPORTER

2023 | 第37屆

吳舜文新聞獎

報導者入圍 6 項作品

吳舜文新聞獎《報導者》入圍 6 項作品。(圖/取自報導者)

吳舜文新聞獎22日揭曉

記者/王宜柔

吳舜文新聞獎助基金會公布第37屆吳舜文新聞獎入圍名單，《報導者》以4項文字與2項攝影作品入圍5獎項，獲最多入圍，《鏡電視調查報告》則以4作品入圍3獎項，奪電視台入圍之冠。

《報導者》以「向日葵在彈孔中綻放」、「HIV在台20年，帶原者的第二條生命線」兩系列照片入圍新聞攝影獎；在文字方面則入圍調查報導獎、深度報導獎、國際新聞報導獎和今年第一次設立的嚴凱泰先生永續發展新聞報導獎。

其中，入圍深度報導獎的「垃圾黑市錢與權：一條事業廢棄物犯罪鏈的生成」專題，也同時獲得曾虛白新聞獎、卓越新聞獎、亞洲出版協會卓越新聞獎(SOPA)等多項獎項。

《鏡電視調查報告》則是以「真假ESG揭祕—你是真綠還是漂綠」、「大缺工時代」等作品入圍深度報導、調查報導、國際新聞報導三個獎項。其中「真假ESG揭祕—你是真綠還是漂綠」專題報導，也受到全球華文永續報導獎、消費者權益報導獎等獲獎肯定。

銘報新聞 光電專題入圍

為了鼓勵學生從事新聞創作，吳舜文新聞獎助基金今年也在不分類獎項中新增學生新聞報導獎，並由銘傳大學、世新大學等5所學校共6件作品入圍，其中，銘報即時新聞以「光電來七股 是夢還是魔？」系列專題入圍。同時，本專題也入圍曾虛白新聞獎，並獲全球華文永續報導獎平面類優等。

第37屆吳舜文新聞獎頒獎典禮將在22日舉行。本次報名總件數共有538件，39件作品入圍，其中包含17家媒體和5間學校。



Meet Taipei 創新創業嘉年華開幕式。(圖/Meet Taipei 創新創業嘉年華提供)

邁入第10年 Meet Taipei 暢談未來的未來

記者/陳軛

Meet Taipei 創新創業嘉年華今年邁入第十年，以「未來的未來」作為本次主題，共超過400家新創、31家企業及國發會、數位產業署、中小企業署、證交所等政府單位參與，透過國際交流強化台灣新創生態圈與世界連結。《數位時代》榮譽發行人何飛鵬開幕式中表示，現今全球的創業市場大幅萎縮，正處於創新創業的寒冬，也因為IPO的熱

潮促使台灣新創產業相當的熱鬧。此外，中華民國副總統賴清德與台北市市長蔣萬安皆與會現場，相繼分享新創相關精神與政策，希望透過人才培育、資金挹注，鬆綁法令、試驗場和國際接軌，繼續改善台灣的創業環境。賴清德表示，在創業的道路上保持熱人的精神，不管有再大的困難都要繼續向前走，期盼5年內創造2萬個新創就

業，每年公私協力的新創投資金額超過新台幣1500億元，在未來10年後成為亞太創新解決方案淨輸出國。蔣萬安也提出兩大目標，第一希望將台北市打造成Founder friendly city 創業家友善城市，讓創業家擁有任意通護照，與合作國家的相關創業基地能夠做使用和交流。第二提出AI driven smart city，以人工智慧作為驅動的智慧城市，希望透過AI的技術激發初創企業提供解決方案以幫助改善。

Meet Taipei 每年都邀請不同國家與領域的代表性人物，500 Startups 共同創辦人暨執行長、矽谷創投蔡李成美則以視訊與會，提出自己對於創業的觀點，「先找到市場真正的痛點，再思考如何導入技術」，也提出兩點適用創辦人，不要安於現狀和學習擁抱痛苦。

雲端數位轉型新論壇 分享不同產業應用

記者/羅沛琦

數位發展部數位產業署1日在2023 Meet Taipei 創新創業嘉年華中舉辦「雲端服務新未來、數位轉型新論壇」，由SIC永續影響力天使投資人施凱文、AWS台灣亞馬遜策略方案部市場開發經理傅元亨及其他四位新創者，分享不同產業雲端數位的實際運用案例，希望能引領更多新創者加入雲端數位技術的應用。天使投資人施凱文分享，SIC永續影響力由80多位來自不同地區的創業者共同成立的投資單位，以聯合國發布的17項永續發展指標為基準，尋找具有潛能的新創公司進行投資並協助他們成長。施凱文也透露，SIC成立僅1年多，已成功投資了9家新創公司，展現了驚人的快速成長。他強調，SIC的願景是在推動永續的同時實現商業上

的獲利，致力於創造永續與商業的平衡，期許能透過SIC的投資，為新創企業提供支持，並取得在永續發展與商業之間的雙贏。台灣亞馬遜策略方案部市場開發經理傅元亨則分享，企業在國際化的過程中，會面臨到許多挑戰，包括新市場的法規限制、商業角色轉變以及導入新技術等問題，他也強調，解決這些問題需要企業敏捷應對，掌握國際市場變化，並不斷開發與創新。此外，其他四位新創者也分享了各自領域的數位轉型實例，包括自助洗衣無人商店、企業永續顧問服務、傳統醫療轉型數位化，以及AR擴增實境技術的雲端數位應用案例，這些實例展現了創新產業的多元面貌，也突顯了數位科技在各產業中的廣泛應用。

業，每年公私協力的新創投資金額超過新台幣1500億元，在未來10年後成為亞太創新解決方案淨輸出國。蔣萬安也提出兩大目標，第一希望將台北市打造成Founder friendly city 創業家友善城市，讓創業家擁有任意通護照，與合作國家的相關創業基地能夠做使用和交流。第二提出AI driven smart city，以人工智慧作為驅動的智慧城市，希望透過AI的技術激發初創企業提供解決方案以幫助改善。

Meet Taipei 每年都邀請不同國家與領域的代表性人物，500 Startups 共同創辦人暨執行長、矽谷創投蔡李成美則以視訊與會，提出自己對於創業的觀點，「先找到市場真正的痛點，再思考如何導入技術」，也提出兩點適用創辦人，不要安於現狀和學習擁抱痛苦。

《最台的魔獸》坎城奪創意獅銅獎



安索帕執行創意總監周有惠11月16日分享《最台的魔獸》獲得坎城大獎的參賽經驗。(圖/蕭卉媛攝)

記者/蕭卉媛

安索帕執行創意總監周有惠11月16日在2023第三場廣告小聚「臺灣創意 閃耀國際」分享今年7月帶領

團隊以《最台的魔獸》榮獲「2023 Cannes Lions 坎城國際創意節遊戲娛樂創意獅獎」的參賽經驗。她表示，前端資料收集與發想時，發現喜歡魔獸的玩家與喜歡台灣文化「布袋戲」的戲迷高度重疊，因此想到將兩者結合在一起，並把影片與西方的角色使用台語進行製作後，最終創造出此作品。周有惠也分享在執行面上遇到的挑戰，因為布袋戲戲偶衣服較寬鬆且有袍，但西方戲偶較多盔甲、皮革且無袍，如何讓操偶師方便操偶等問題都必須仔細討論。為了求完

美，團隊與動視暴雪打造出全球獨一無二的懷舊野台車，在全台的北中南定點巡迴展演。關於《最台的魔獸》為什麼能夠勇奪坎城首屆遊戲娛樂創意獅獎，周有惠提到，在一場Gaming的座談會中與評審的對談中得知有三大原因，其一是因為融入傳統元素並轉換成在地化的創新內容、其二是為了鼓勵其他在地文化的相關作品，其三則是為了讓國外的評審更了解《最台的魔獸》，團隊在表單的附件當中增加許多說明也起了很大的作用。

國際交流處副處長劉仁卿表示，看得出學生在這兩年累積了不少的努力，有各式各樣的同學集合起做成一個大型的作業。他希望學生在畢業後能夠以傳播人跟銘傳大學為榮。今年的畢業展以四個面向及楷音「41」和「四藝」來表達學習無止限和未來的發展無上限。小組共分為Luna Studio、瞧僑，真瘋狂、R production、dropmusic、minipoly、七柒Seven、infinity。學生在廣告、企劃行銷、影音製作、傳播，四方面去展現出自己的創意跟作品。



海青班畢業展學生作品《瞧僑！真瘋狂》，透過podcast讓僑生留下他們在台灣珍貴的回憶。(圖/張家樂攝)

銘傳海青41期畢業展諧音「四藝」展創意

記者/張家樂

銘傳大學大傳科第41期海青班1日在台北濕地Venue舉辦畢業成果展《藝想游藝，藝期藝會》，開幕式由傳播學院院長陳柏宇致詞，他表示，海青的學生能將兩年所學朝想要方式去把它具體呈現出來很不容易，期許畢業後，學生能將這兩年所學都用在不同的方面上。國際交流處副處長劉仁卿表示，看得出學生在這兩年累積了不少的努力，有各式各樣的同學集合起做成一個大型的作業。他希望學生在畢業後能夠以傳播人跟銘傳大學為榮。今年的畢業展以四個面向及楷音「41」和「四藝」來表達學習無止限和未來的發展無上限。小組共分為Luna Studio、瞧僑，真瘋狂、R production、dropmusic、minipoly、七柒Seven、infinity。學生在廣告、企劃行銷、影音製作、傳播，四方面去展現出自己的創意跟作品。

挖掘KOL影響力 議題行銷新秘訣



TIPRA國際公關協會與中國文化大學於1日共同舉辦「新世代公關科技論壇」(圖/TIPRA提供)

記者/蕭卉媛

海尼根台灣公共事務總監郭琬蘋1日於「2024新世代公關科技論壇」分享如何利用不同議題的行銷方式進行產業擴散，並利用品牌發揮社會影響力。她表

示，品牌行銷並不存在於產品本身，只需慢慢累積好的議題內容，就能促進公司做好品牌行銷。郭琬蘋說，數位行銷未來有三大趨勢，其一是科技不斷進步，能推動更多虛實場域整合；其次是更重視網紅與影音的社群行銷，成為未來獲取新流量的管道；最後則是挖掘客戶行為的數據驅動行銷，另外包含投遞廣告進行曝光及導流，都有助於品牌的行銷。科技的日新月異，讓KOL的行銷趨勢已經不僅是單看粉絲數量，而是利用不同數據進行分析，郭琬蘋表示，在做議題行銷時會把區塊分成1%、9%及90%，分別是超級影響者、宏觀影響者與討論者，雖然不見得每個層面都會溝通到，但是一個完整的議題行銷，必須要照顧到這三件事情，特別是不能忽視9%微型KOL

的影響力。朋百溝通國際有限公司總經理黃玲憶則以《香港美心食品》的案例指出，當發生品牌危機時，就會非常需要PRTech的協助，不僅能夠成為跨部門溝通協調的助力，也會讓事件比預期想像的更快解決。面對無法吸引到目標族群與品牌知名度不足的困境下，維酷公共關係諮詢國際股份有限公司台灣分公司總經理木下研生以早稻田大學廣告研究會和《資生堂》的合作案例作為分享。他提到，有些男性因為擔心他人眼光而不敢靠櫃體驗，於是便創造「夜晚的GAME CENTER」，讓男性可以嘗試保養並將商品帶回家，而這個行銷策略除了讓品牌知名度大幅成長，也吸引許多媒體報導。

朋百溝通國際有限公司總經理黃玲憶則以《香港美心食品》的案例指出，當發生品牌危機時，就會非常需要PRTech的協助，不僅能夠成為跨部門溝通協調的助力，也會讓事件比預期想像的更快解決。面對無法吸引到目標族群與品牌知名度不足的困境下，維酷公共關係諮詢國際股份有限公司台灣分公司總經理木下研生以早稻田大學廣告研究會和《資生堂》的合作案例作為分享。他提到，有些男性因為擔心他人眼光而不敢靠櫃體驗，於是便創造「夜晚的GAME CENTER」，讓男性可以嘗試保養並將商品帶回家，而這個行銷策略除了讓品牌知名度大幅成長，也吸引許多媒體報導。