

逢甲大學學生報告 ePaper

互動設計與參與式行銷 NFT 報告書

Interactive Design & Participatory Marketing  
NFT Report

作者：林筠智、江奕蓁、邱暄、黃芸琪、郭芊芊、曾慧語、陳宣廷、梁書婧、劉玉淳、胡惠俐、劉采潔、王彥銘、湯嘉釗、胡景朗

系級：行銷三甲

學號：D0883799、D0811882、D0838604、D0838027、D0892391、D0838091、  
D1083922、D0838181、D0860533、D0896132、D0883814、D0838457、  
D0809576、D0809488

開課老師：李宜靜

課程名稱：互動設計與參與式行銷

開課系所：行銷學系

開課學年： 110 學年度 第 2 學期

## 中文摘要

這份 NFT 報告書是互動設計與參與式行銷的課堂成果，報告內容說明了 NFT 作品 - 「GenzZ」的設計概念、目標受眾、創作動機、推廣策略以及預算規劃，群媒體關鍵績效指標的成果則列出於最後。

團隊成員透過拼貼嬰兒插圖和名畫來創作這一系列藝術作品，並且生成 NTF 藝術產品，亦針對課程介紹之 NFT 機制，像是神秘盒子和空投來增加參與度。此次活動皆以「虛實共進的參與式行銷」為主軸，線上經營 Facebook、Instagram、Twitter 社群媒體，而線下是與藝術家合作參展，期望通過線上線下相甫的方式來與客群維繫情感與互動。



**關鍵字：**FOMO、NFT、Z 世代、參與式行銷、全通路行銷

## Abstract

This work is the NTF class report for Interactive Design and Participatory Marketing course. The report illustrates the aim and target audience of the NTF project - Gen ZZ. Team members create this series of artwork by collaging baby illustrations and famous paintings into NTFs. Following that, creative motivation, promotion strategies and budget plan are introduced. In final, the result of key performance indicators for social media are listed.

In response to the course aim of Interactive Design and Participatory Marketing, NFT mechanisms, such as mystery boxes and airdrops are proposed to increase the consumer engagement. All activities integrate online and offline communication channel. This includes the operation of social media, including Facebook, Instagram and Twitter, and physical exhibition with artists to participate. This integration approach allows connecting and enhancing the interaction with consumers both virtual and physical and achieves the goal of omnichannel marketing.



**Keyword : Engagement marketing 、 FOMO 、 NFT 、 Omnichannel marketing**

## 目 次

壹、專案目標.....	6
一、品牌介紹.....	6
二、品牌人格   創造者 The Creator .....	6
三、品牌形象   製造衝突的和諧感.....	6
貳、目標客群分析.....	7
一、目標客群設定.....	7
二、目標客群的選擇緣由.....	7
參、NFT 創作動機.....	8
一、主題.....	8
二、類型.....	8
三、概念.....	8
四、二次創作法律條文.....	9
肆、行銷方法.....	9
一、社群經營.....	9
二、實體推廣與藝術家合作.....	11
三、預算規劃.....	12
四、未來趨勢.....	12
伍、NFT 機制.....	12
一、維繫溝通話題.....	12
二、贈送隱藏版作品.....	13
三、抽獎贈送.....	13
四、大量贈品投放.....	13
陸、整體效益分析.....	13
一、IG 粉絲專頁成效.....	13
二、Twitter 粉絲專頁成效.....	13
三、Facebook 粉絲專頁成效.....	14
四、社群效益總結.....	14
參考文獻.....	15
附錄.....	16
一、Gen zZ 社群帳號.....	16
二、Gen zZ 作品 .....	16

## 圖目錄

圖 1 nftguildpage IG 帳號 .....	10
圖 2 Gen zZ 在 FB、Twitter、IG 的粉絲專頁.....	10
圖 3 Gen zZ 在 Opensea 主頁 .....	11
圖 4 澳門插畫家阿爽 IG 帳號.....	11
圖 5 Gen zZ IG 洞察報告總覽 .....	13
圖 6 Gen zZ FB 發文.....	14
圖 7 Gen zZ IG 發文 .....	14



## 表目錄

表 1 NFT 預算規劃.....	12
表 2 Gen zZ IG 成效 .....	13
表 3 Gen zZ Twitter 成效.....	13



## 壹、專案目標

- 藉由視覺衝擊傳達樂趣效果，帶給觀眾們在美學上的愉悅感，促進社群話題熱度，增進消費者共鳴，凝聚粉絲向心力，群力共創溝通價值。
- 我們將 NFT 設定為一個品牌，實際運用社群媒體經營官方帳號。透過積極互動維繫和粉絲之間的關係，加強受眾好感度，培養忠實粉絲數量，期望提高品牌聲量。
- 創新策劃推廣方針，所有活動的核心以「虛實共進的參與式行銷」為主軸，利用線上線下的多元連結，分析行銷成效，強化 H2H 顧客體驗。

### 一、品牌介紹

- 品牌名稱：Gen zZ（Z 世代意義）
- 作品號碼：創作者的出生的月份與日期
- 命名說明：首先，Z 世代縮寫原為 Gen Z，落實呼應我們主要的目標客群，其次，以「zZ」想睡、懶散的符號，微妙諷刺人們對 Z 世代的負面評價，此外 Z 世代的人格特質為擁抱創意與變化，因此加上創作者的出生日為象徵，形同創作者的分身，為虛擬注入手繪靈魂，留存溫度的美好，相互輝映融為一體，再者，藉由名畫拼貼，發揮眾人的創造力，同時向經典畫作致敬，傳遞新舊交織的獨特風格。

### 二、品牌人格 | 創造者 The Creator

依據心理學家 Carl Jung 提出的 12 種品牌原型，界定我們創立的 brand 屬於創造者。此類型主張擺脫常規的束縛，喜好創造，而且尋覓自己的獨特能力，如同藝術家般強於他人的想像力，無限使用靈感聯想，感性的特質創造與眾不同的事物，蘊含 Gen zZ 傳遞的品牌精神。

### 三、品牌形象 | 製造衝突的和諧感

Gen zZ 的品牌主張—創造既驚喜又歡樂的作品格調，秉持為觀眾的視覺律動，渲染衝突的和諧感，呈現勻稱的層次美學。期望豐富消費者的視覺體驗，強

化「認同感」、「歸屬感」等正向情緒，通過 NFT 加成，襯托品牌的價值所在，自主擴散社群影響力，以此轉化為對於我們品牌的擁護。

## 貳、目標客群分析

### 一、目標客群設定

(一) 強調個性化風格 (二) 愛好拼貼藝術 (三) 喜歡標新立異的年輕世代

### 二、目標客群的選擇緣由

#### (一) 拼貼魅力引領流行

拼貼畫被譽為「20 世紀最富靈性和活力的藝術形式之一」，它的藝術風格呈現通過二維、三維的交叉，是一種超現實主義的視覺藝術，設計廣泛運用在繪畫、攝影、裝飾藝術等，像是時尚品牌 Chanel 大膽的在 2016 年秋冬廣告套用 Collage 拼貼技巧，靈活體現多樣貌的香奈兒，增強既現代又經典的原創精神。拼貼藝術仍為當今時代的藝術潮流，隨著每個人細膩的感官刺激，反襯出內心世界流露的真實情感，享受最自在的感觸。

#### (二) 病毒式擴散 | FOMO 心理

根據 FOMO 這個名詞的創作者 Patrick J. McGinnis 調查發現，56% 的人擔心自己如果離開社群網站，就會錯失活動、新聞或重要的近況更新。換句話說，全球社群媒體活躍用戶總數為 42 億人，等同於超過 23 億的人會受 FOMO 所苦。NFT 的世界相當重視「稀缺性」與「獨特性」，我們的作品若能反映出獨特價值，透過不可替代的稀缺性，炒熱社群話題，培養受眾的收藏慾望，藉由人們擁有的 FOMO 本能期望歸屬在群體之中，一來一往的流動影響勢必引起病毒式效應。

#### (三) 價值觀在乎高度創意

隨著 Z 世代成長逐漸成為市場消費主力，此一世代的特質就是成長在社群媒體的原生世代，他們對於虛擬的社群與產品有高度接受度和興趣。(i-Buzz 網路口碑研究中心，2022)。我們的原創作品，充分體現獨樹一幟的藝術魅力，必然能增加受眾的好感度，並且搭配高強度的社群互動，提升新品牌的支持者數量與信任。



## 參、NFT 創作動機

### 一、主題

原創寶寶融合名人名畫拼貼藝術

### 二、類型

PPF 頭像圖片

### 三、概念

預計發行 14 個獨一無二的數位頭像，每一隻寶寶由組員自由創作，顛覆以往寶寶純粹的可愛形象，發揮無限想像力，設計以風格變化為主軸，為各種角色賦予服飾、髮型、五官、配件及膚色等特徵組合而成，同時結合名人名畫拼貼藝術，應用再創手法深化寶寶的反差感魅力，營造別出心裁的巧思。

與此同時，我們的作品擁有下列三點獨特性：

#### ●新奇性

由於我們是原創的寶寶造型，整體創作核心獨具自由精神，意味著富含專屬的特殊價值。應用拼貼手法與其相互融合，將原有的元素進行碎片化拼貼，熟悉的部分蘊含有別以往的幽默氛圍，破壞完整的美好，在不合邏輯的視覺感受之中，認知激盪出一種更具有藝術張力的連結。此外，拼貼手法還為此特性帶來另一種魅力，便是能在社群上輕易與大眾溝通，增添對話之間的新鮮感。

#### ●多元性

不同材料的拼貼，不僅改變我們作品的單調形式，且在創作過程，尋求自身突破的變化極限。各種迥異風格重新詮釋千變萬化的美感，偶然開創組合之間的因果聯繫，多元化特徵豐富生動的美感經驗，帶給觀眾故事性的敘述效果，存留無窮遐想空間。

#### ●創造性

我們的原創作品串聯拼貼藝術，材料的暗示性和聯想性價值應用在成品，展現時間跨度大與空間變化廣的深層意味。除此之外，巧妙生成新舊融合的新穎趣味，尤其能在 NFT 世界共同解構圖像信息，與他人分享細膩的

**真實情感**，全新創造作品蘊藏的潛力價值，喚起消費者共鳴和認同，賦予作品承載維妙維肖的生命力。

#### 四、二次創作法律條文

由於我們的作品採用拼貼手法，屬於二次創作的性質，考量到 NFT 上架，後續可能牽扯商業利益的關聯性。因此，在改造名畫之前，我們先針對「二次創作」的藝術作品，蒐集相關的版權法規，釐清可以合理使用的作品規範。在遵守法律的原則之下，進行 NFT 的作品開發。下述列點根據《法律諮詢服務網》的吳宏山律師，說明創作品的版權法令。

- 著作權：藝術家**逝世超過 50 年**，一般就可以使用其作品。
- 肖像權：要利用他人肖像創作，要**徵得該人同意**。要利用有他人肖像之著作另為創作，要徵得該肖像人及該著作之著作財產權人的同意或授權。

### 肆、行銷方法

促成 NFT 交易，關鍵是先**確定溝通的目標受眾**是誰，以及怎麼讓推行的 NFT 有價值性，就是所謂的「價值展現」，行銷手法及傳達的訊息比起作品更加關鍵。NFT 行銷要做得好，品牌塑造與本身價值就會增加，所以我們會先從各種社群媒體開始推廣，例如：IG，FB、Twitter 等等，從而塑造我們作品的特色。

#### 一、社群經營

我們的行銷方法是從各種社群媒體進行個人宣傳，以及實際分別創立官方的 IG、FB、Twitter 帳號，首先**吸引本身對 NFT 有興趣**的人，因為我們的主題清晰以拼貼藝術為主，所以喜歡這種藝術作品的人或者有興趣的人都是我們的目標之一。以個人名義的宣傳本身就可以增加在各個朋友圈的曝光，同時吸引目標客群及朋友注意到作品，能夠精準的產生曝光，再者我們亦會在個人及社群會帳號發限時動態做問答，例如問你們喜歡哪一個畫家的作品或者甚麼主題，以增加與追蹤者互動以及滿足顧客（市場）需求強化與粉絲間的關係，也是我們與顧客產生互動的手法，對此我們在行銷活動預算上未有支出。

美國較有名氣在 IG 經營的 NFT 創作者—nftguildpage，他於 2021 年開始在 IG 作為行銷的其中一個渠道，作為我們參考使用不同社群媒體宣傳的行銷手法。以下是我們新創立的 FB、IG、Twitter 的粉絲專頁。

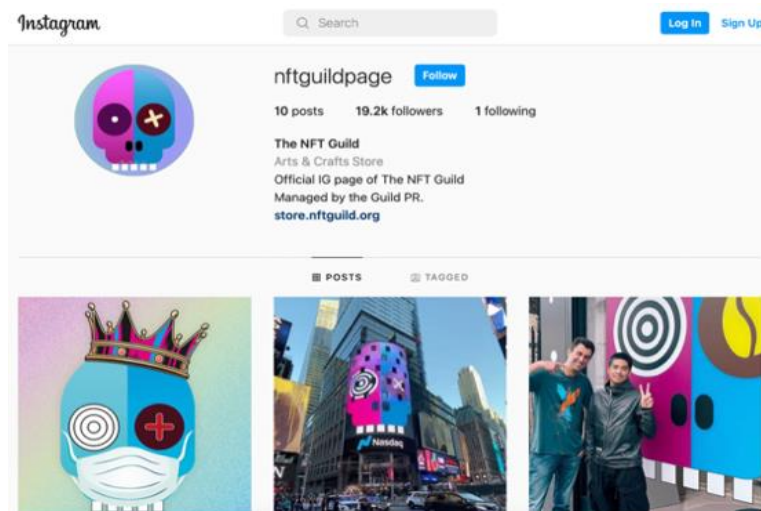


圖 1 nftguildpage IG 帳號



圖 2 Gen zZ 在 FB、Twitter、IG 的粉絲專頁

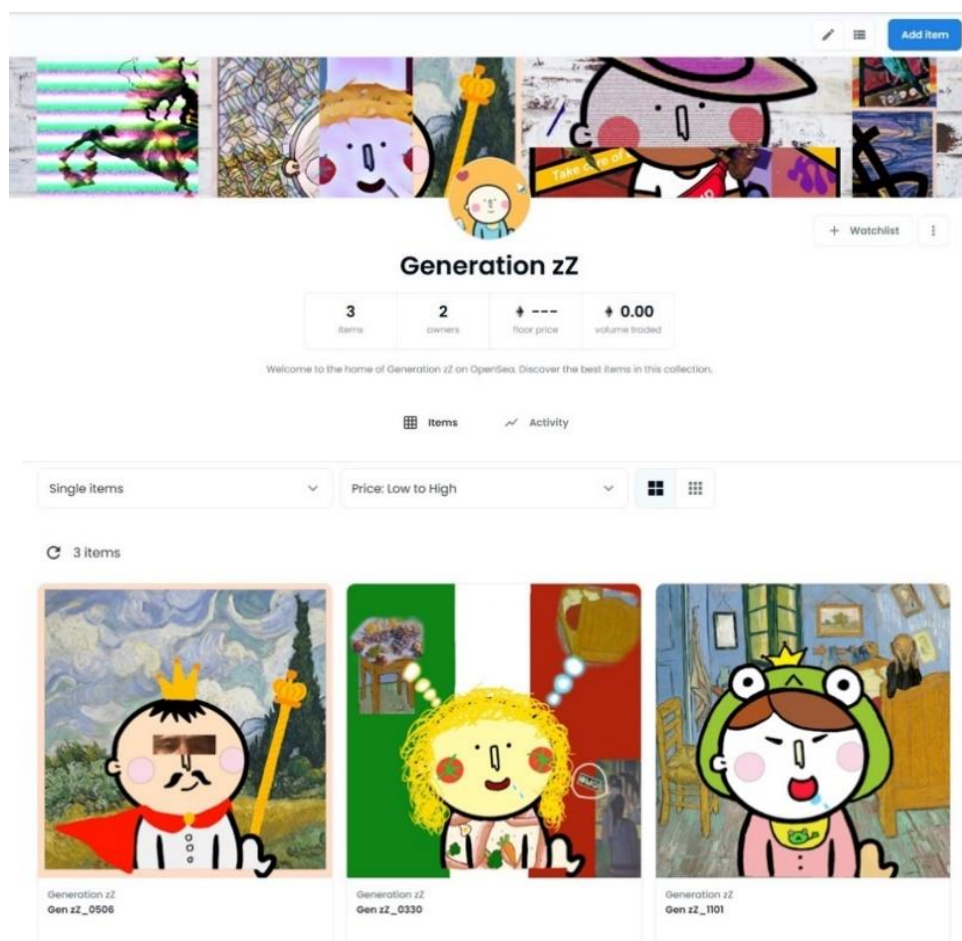


圖 3 Gen zZ 在 Opensea 主頁

## 二、實體推廣與藝術家合作

為了滿足買家以及推廣我們作品，我們預計參與下一屆的藝術家合作實體展覽，明年度的「台北新藝術博覽會 (Art Revolution Taipei)」會進行實體 NFT 展覽，並邀請澳門知名插畫家阿爽進行聯合展出，展出期間之週末會有快閃活動，比如：現場作畫、協力作畫通過合作拉抬雙方的名氣。

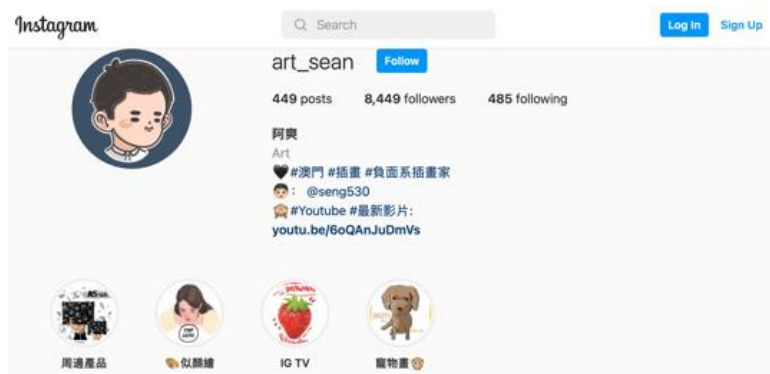


圖 4 澳門插畫家阿爽 IG 帳號

### 三、預算規劃

表 1 NFT 預算規劃

區塊鏈	費用	定價			手續費 2.5%			錢包激活價格
		ETH	USD	TWD	ETH	USD	TWD	ETH
Ethereum		0.0015	3.04	91	0.0000375	0.076	2.3	0.05
Polygon		0.003	6.09	181	0.000075	0.153	4.5	0

我們有規劃 NFT 的發放時間及預估定價，預計在 5/14 開始上架 NFT，以一組同時放兩三個作品、每隔兩到三天的方式上傳到 Openseas，希望利用持續發佈的方式加上社群媒體的宣傳來增加曝光。雖然我們不會真的販售 NFT 作品，但每個作品我們還是有估計定價、手續費、及激活帳戶錢包功能等等費用，而兩個區塊鏈的差別在於 Polygon 不用用到錢包啟動的費用就可以把商品上架定價，然後 Eth 只能暫時上架商品而且不定價（定價需要啟動費）。上表是我們考量過作為一個新創作者的作品及參考其它同類型的作品價格而估計出的詳細預算規劃。

### 四、未來趨勢

日前於德州舉辦的 SXSW 2022 活動中，Mark Zuckerberg 透露未來將可透過 Instagram 使用 NFT 內容，預期最快在未來幾個月內就會讓此功能上線（科技報橘，2022），《金融時報》引述消息人士也報導過，該計畫仍處於早期規劃階段，不過計劃之一是讓 Facebook、Instagram 可以直接對接 NFT 作為個人頭像或者直接在限時動態中以 AR 的技術來呈現 NFT 作品等，除此之外，也有 Facebook 原生式的創作 NFT 功能以及 NFT 買賣市場（關鍵評論網集團，2022）。所以我們估計未來 IG、FB 與 NFT 的關係會更加密切，因此選擇在各自在 IG 與 FB 新創立帳號及個人帳號宣傳這個渠道。

## 伍、NFT 機制

### 一、維繫溝通話題

當我們自身有了一個穩定的 IG 平台之後，可以在社群中開啟話題，討論自己喜愛的已故藝術家或名人，並為參與者設計具有那位名人風格的拼貼頭像，來增加與粉絲間的互動關係。因為 NFT 是一種依賴曝光度銷售的產品，對此我們以增加粉絲、發送我們自己的 NFT 作品作為達成目標的第一步。

## 二、贈送隱藏版作品

選三到四張作品並由原版作品改成特殊版，例如:更改背景、細節等部分，同時在買家購買到藏有隱藏版的作品後送出，希望以此吸引買家及增加他們的購買意願，類似隱藏抽獎的概念，藉機**創造驚喜體驗**。

## 三、抽獎贈送

使用我們創立的社群平台帳號發布互動抽獎文，以分享留言抽出幸運兒的方式，推廣社群帳號及送出 NFT 作品，也能製作專屬於此方案的 NFT 以頭像為基礎做變化，主要目的是**增加與粉絲之間的互動及關注度**。

## 四、大量贈品投放

在 FB、IG、Twitter 等平台與我們互動的前 3 名，可以得到 NFT 的空投贈送，免費得到我們的贈品—簡單的頭像。這種贈送方法與抽獎贈送的不同，是希望粉絲們可以**主動地與我們互動**，而不是被動誘因例如抽獎活動而與我們產生互動。

## 陸、整體效益分析

### 一、IG 粉絲專頁成效

表 2 Gen zZ IG 成效

讚好次數	帖子互動情形	展示次數	回應數量	商業檔案瀏覽次數	分享次數	帖子接觸人數	限時動態接觸人數
294	413	1834	99	121	16	1594	181



圖 5 Gen zZ IG 洞察報告總覽

### 二、Twitter 粉絲專頁成效

表 3 Gen zZ Twitter 成效

Impressions	Engagement	Details expands	Profile visits
357	87	15	5

### 三、Facebook 粉絲專頁成效



圖 6 Gen zZ FB 發文

### 四、社群效益總結

經過一周在 FB、IG 以及 Twitter 經營 Gen zZ 的社群後，IG 是三者之中成效最好的。FB 雖以話題與用戶互動，希望獲取留言和參與，但可能由於粉絲數不足，未能擁有良好能見度。反觀，IG 操作**限時動態快速吸引大眾目光**，享有**大量曝光度**。再加上 hashtags 式的貼文，根據發文內容以圖的關聯性為主，並且參考 exquisiteworkers、nft\_club、baby\_monkey\_786\_nfts 等 NFT 創作者的 hashtag，分析合適的熱門關鍵字，同時運用規律性發布作品，增加受眾期待值，因此在**最短時間幫助受眾了解 Gen zZ**，持續累積互動數和貼文曝光。



圖 7 Gen zZ IG 發文

## 參考文獻

- i-Buzz 網路口碑研究中心(2022 年 3 月 10 日)。討論度爆表的 NFT，網民的討論趨勢以及族群分佈為何？如何挖掘當中的行銷溝通機會點？。【新聞群組】。取自 <https://www.smartm.com.tw/article/36373734cea3>
- 台北新藝術博覽會(2022 年 4 月 6 日)。NFT 元宇宙實境體驗 「台北新藝術博覽會」預展松菸登場。【新聞群組】。取自 <https://artemperor.tw/focus/4726>
- 吳宏山(2006 年 5 月 8 日)。法律諮詢服務網。【線上論壇】。取自 <https://reurl.cc/A7Eo2K>
- 李柏鋒(2022 年 1 月 21 日)。外媒爆：Facebook、Instagram 正在研發 NFT 發幣、交易功能！關鍵評論網媒體集團。【新聞群組】。取自 <https://reurl.cc/ErqE6m>
- 派屈克·麥金尼斯 Patrick J. McGinnis(2020 年 10 月 13 日)。FOMO 錯失恐懼症：為什麼我們會一窩蜂跌進焦慮陷阱？。【新聞群組】。取自 <https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/390/article/10010>
- 邵元婷(2022 年 3 月 17 日)。NFT 新功能即將登陸 Instagram！未來有可能在 IG 上交易 NFT 嗎？。【新聞群組】。取自 <https://buzzorange.com/techorange/2022/03/17/nft-instagram/>




## 附錄

### 一、Gen zZ 社群帳號

- Opensea <https://opensea.io/collection/untitled-collection-405401105>
- IG [https://www.instagram.com/gen\\_zz\\_baby/](https://www.instagram.com/gen_zz_baby/)
- FB <https://www.facebook.com/profile.php?id=100081574320819>
- Twitter [https://twitter.com/Gen\\_ZZbaby](https://twitter.com/Gen_ZZbaby)

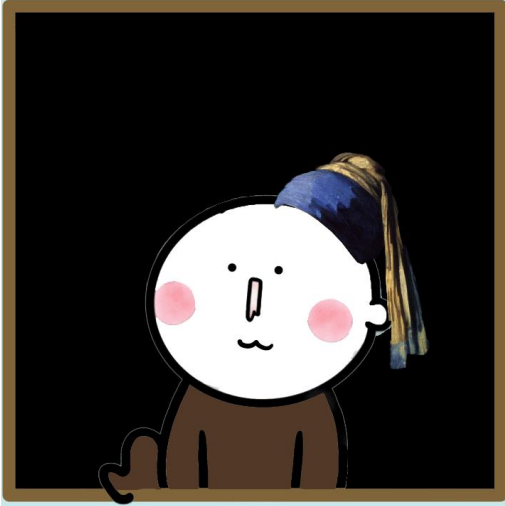
### 二、Gen zZ 作品


作品名稱：Gen zZ_0808	創作者：胡惠俐
	<p>1.有使用的名畫： 維納斯的誕生_桑德羅·波提切利_1485 (The Birth of Venu_Sandro Botticelli_1485)</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述： A Magical Cuteness baby with The Birth of Venus, painting by Sandro Botticelli completed about 1485,It depicts a magical cute baby growing up under the care of family.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>《維納斯的誕生》是義大利文藝復興時期畫家桑德羅·波提切利最著名的作品之一，這件作品根據波利齊安諾的長詩吉奧斯特納而作，描述羅馬神話中女神維納斯從海中誕生的情景。每個女人心裡,都藏著一個小公主,不管時代怎麼變遷,都會希望自己還是爸媽手上那備受保護疼愛的小公主，一生衣食無憂，備受寵溺。</p>	

作品名稱：Gen zZ_1202	創作者：胡景朗
	<p>1. 有使用的名畫： 吶喊_愛德華·孟克_1893 (The Scream_Edvard Munch_1893)</p> <p>2. NFT 平台上作品發布的描述： The Scream is an act for many people when they are facing trouble. But Money and fortune can fix most of your problems and help you not to Scream anymore.So, replacing the screaming man with a rich baby is one solution.</p>

3. 作品介紹&設計理念：

《吶喊》為挪威表現派畫家愛德華·孟克的代表作之一。畫面的主體是在血紅色映襯下一個極其痛苦的表情，反映了現代人被存在主義的焦慮侵擾的意境。現今大部分的人都處於吶喊的狀態，而能夠解決的就是金錢，所以我希望作品能夠反嘲有金錢的人（寶寶）就沒有吶喊的問題。


<p>作品名稱：Gen zZ_1219</p>	<p>創作者：陳宣廷</p>
	<p>1.有使用的名畫： 戴著珍珠耳環的少女_楊·維梅爾(Girl with a Pearl Earring,Jan Vermeer_1665)</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述： What happens when a girl becomes a baby, a beautiful girl becomes a baby, the girl no longer pretends to be a dignified and virtuous image, but what happens when she is a willful baby.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>將美麗的少女變成淘氣的形象，改變了《戴珍珠耳環的少女》的戀愛氣息，惡搞這部劇，反轉了這部劇的傷感基調。</p>	


<p>作品名稱：Gen zZ_1101</p>	<p>創作者：邱暄</p>
	<p>1.有使用的名畫： (1)在亞爾的臥室_文森·梵谷_1889 (Vincent's Bedroom in Arles_Vincent Willem van Gogh_1889) (2)吶喊_愛德華·孟克_1893 (The scream_Edvard Munch_1893)</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述： The frog prince baby with Vincent's Bedroom in Arles(1889) &amp; The scream(1893)</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>寶寶正朝你逼近?!「崩潰父母實錄」融合梵谷作品《在亞爾的臥室》與孟克的《吶喊》，呈現出寶寶活潑好動爬上爬下，使得父母緊張、害怕，在育兒時崩潰的一面。</p>	

<p>作品名稱：Gen zZ_1022</p>	<p>創作者：劉玉淳</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Joseph Karl Stieler "Beethoven with the Manuscript of Missa Solemnis", 1820</li> <li>(2) Paul Cezanne "Selbstportrat vor rosa Hintergrund", 1875</li> <li>(3) Vincent Van Gogh "Self - portrait with bandaged ear and pipe", 1889</li> <li>(4) Henri Matisse "Daisies", 1939</li> <li>(5) Henri Matisse "The Codomas, from Jazz", 1947</li> <li>(6) Albert Sorkau "A brief moment of freedom"</li> </ol> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>Inherit Beethoven's mania, but I sing hip-hop.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>「玩音樂的小孩不會變壞！」以貝多芬狂熱的眼神以及野獸派馬諦斯的作品代表寶貴濃烈的創作靈感，以及對嘻哈音樂的熱愛。</p>	


<p>作品名稱：Gen zZ_1206</p>	<p>創作者：劉采潔</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Marguerite-Thérèse Berard(Auguste Renoir 1879)</li> <li>(2)Baby with Rattle and Dog(Attributed to Mrs. Moses B. Russell 1842)</li> <li>(3)Hermann von Wedigh III(Hans Holbein the Younger 1532)</li> <li>(4)Easter Monday(Willem de Kooning 1955-56)</li> <li>(5)Still Life—Violin and Music(William Michael Harnett 1888)</li> <li>(6)The Businessman Max Roesberg, Dresden(Otto Dix 1922)</li> </ol> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>The literature and art elementary school student with the instrument and his book.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>主要的背景使用較抽象的畫作來表示小孩的創造與想像力是無限的，作品大多選</p>	


擇與樂器與在學校會出現的東西相關，以文藝氣息相關的名畫作為拼貼的素材，整體營造出藝術家寶寶的感覺。



<p>作品名稱：Gen zZ_0709</p>	<p>創作者：郭芊芊</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <p>(1)神奈川沖浪裏_葛飾北齋_1831</p> <p>(2)The Great Wave off Kanagawa_Katsushika Hokusai_183</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>The literature and art elementary school student with the instrument and his book.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>《神奈川沖浪裏》為日本浮世繪畫家葛飾北齋的代表作，描繪安逸生活始終不是永恆的，危險和災難總會伺機而動。一直生活在海底陰影處的章魚寶寶也敵不過驚濤駭浪，被拋出海面擱淺在船上，想要帶出居安思危的意識。</p>	

<p>作品名稱：Gen zZ_0506</p>	<p>創作者：黃芸琪</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <p>(1)Wheat Field with Cypresses_Vincent van Gogh Dutch_1889</p> <p>(2)Jupiter Enthroned_ Heinrich Friedrich Füger</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>A king baby with the background 〈Wheat Field with Cypresses〉 of Vincent van Gogh.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>使用了梵谷極度有自己風格的畫作，雖然是一幅鄉村風景，但是也有著強烈的性格，如同圖畫中的國王寶寶，有著叛逆、不流於世俗的個性，想逃脫一切已安排好的既定生活。</p>	

<p>作品名稱：Gen zZ_1229</p>	<p>創作者：梁書婧</p>
-------------------------	----------------


	<p>1. 有使用的名畫：</p> <p>Self-portrait with Thorn Necklace and Hummingbird_Frida Kahlo_1940</p> <p>2. NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>Frustrated baby, Seeing Frida Kahlo's truth about herself, she decides to be herself and redefine herself with actions like her.</p>
<p>3. 作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>受到挫折的寶寶，看到芙烈達·卡蘿對自我的真實，決定不再委屈，效法她以行動重新定義自我。</p>	

<p>作品名稱：Gen zZ_0629</p>	<p>創作者：曾慧語</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <p>(1)The Buffet_Paul Cezanne_1877</p> <p>(2)Portrait of Marcelle Roulin_Vincent Van Gogh_1888</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>Donut babies prepare to enjoy delicious fruits and desserts on the table. Although he took a bite of the donut, he was still hungry. Will he succeed in stealing fruit...?</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>以塞尚的自助餐作為本張圖的背景，畫作中桌上琳瑯滿目的水果及糕點，吸引著甜甜圈羅林寶寶的目光，在咬了一口頭上的甜甜圈後，他決定把魔爪伸向桌上圓滾滾的水果，準備好大吃一頓。</p>	

<p>作品名稱：Gen zZ_1211</p>	<p>創作者：林筠智</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <p>(1)花瓶裡的十二朵向日葵_梵谷 Vincent Van Gogh_1889</p> <p>(2)時光靜止（永恆的記憶）_達利 Salvador Dali_1931</p> <p>(3)轉變時刻 Moment De Transition_達利 Salvador Dali_1934</p> <p>(4)保羅·艾呂雅肖像_達利 Salvador Dali_1929</p> <p>(5)吸煙者.皮埃羅和哥倫拜恩.藍天_達利 Salvador Dali_1972</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>Using Dali's works to Create a sense of conflict, and make you think how your life under COVID is good or not. Finally, Hope u all are health &amp; bliss&lt;3</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>以名畫家達利的超現實作品當作主軸，帶出本作品的不真實與不確定感。在世界各地被病毒侵襲的情況下，生活步調變的混亂，讓我們感覺時間像被靜止實際上依然在流逝，對此感到焦慮、惆悵，頓時迷失了方向不知往後的日子到底會怎麼發展下去。作品刻意將病毒寶寶嵌在向日葵上製造衝突，向日葵帶給人一種美好正向的感覺，而病毒又是人人的敵人，因此到底是與病毒寶寶相生的向日葵好，還是整盆向日葵枯萎好，又或者有沒有其他結果呢？</p>	
<p>作品名稱：Gen zZ_0625</p>	<p>創作者：湯嘉釗</p>
	<p>1. 有使用的名畫：</p> <p>《跨越阿爾卑斯山聖伯納隘道的拿破崙》_雅克-路易·大衛_1801</p> <p>2. NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>Who said pirates can only sail on the sea and can't ride on land, who is the next target?</p>
<p>3. 作品介紹&amp;設計理念：</p>	

以跨越阿爾卑斯山聖伯納隘道的拿破崙的馬為背景，畫作中的寶寶騎上強壯的寶馬，散發出一種莊嚴和威武的形象，雖然他是一名海盜，但也有著成為大將軍的遠大理想。

<p>作品名稱：Gen zZ_0330</p>	<p>創作者：江奕蓁</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <p>(1)A Georges Seurat Sunday on La Grande Jatte_Georges Seurat_1884-86</p> <p>(2)The Bedroom_Vincent van Gogh_1889</p> <p>(3)Grapes, Lemons, Pears, and Apples__Vincent van Gogh_1887</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>Passers-by were surprised to see the spaghetti baby for the first time, and she even wanted to continue eating and sleeping.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>吃滿全身都是義大利麵的寶寶，正在猶豫該躺回床上繼續睡，還是繼續吃水果點心，真實呈現一個寶寶的日常，結合法國畫家喬治·修拉名作《大碗島的星期天》，改變原著的優雅特性，帶有驚訝的衝突調性。</p>	

<p>作品名稱：Gen zZ_0321</p>	<p>創作者：王彥銘</p>
	<p>1.有使用的名畫：</p> <p>(1)The Starry Night Vincent Van Gogh 1889</p> <p>(2)Self-Portrait with Felt Hat Vincent Van Gogh 1888</p> <p>2.NFT 平台上作品發布的描述：</p> <p>There always have a witch grow a beard like a baby fly into sky.</p>
<p>3.作品介紹&amp;設計理念：</p> <p>魔女寶寶穿梭在壯麗的"星空"之下，一個不小心露出內心深處梵谷大叔的一面，使用，使用 Self-Portrait with Felt Hat 這幅畫表達出作者大叔靈魂之美的反差感。</p>	