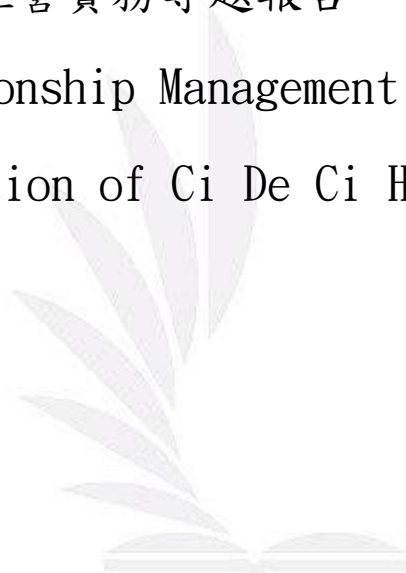


# 逢甲大學學生報告 ePaper

品牌關係經營實務專題報告 - 慈德慈惠堂

Brand Relationship Management and Practice

Disquisition of Ci De Ci Hui Temple



作者：林筱惠、吳若瑤、張雅昀、林佩瑩、費思瑄、周欣宜

系級：行銷四乙

學號：D0308304、D0379271、D0379313、D0379360、D0379298、D0336691

指導老師：王郁彬

課程名稱：品牌關係經營實務專題

開課系所：行銷學系

開課學年：106 學年度 第 1 學期

## 中文摘要

### (一)目的

隨著社會風氣改變，拜拜已逐漸流為形式，失去其真正意義。在得知台中慈德月老殿有意與系上合作，發現殿方有許多不同於其他廟宇的特色，想要推廣出去卻苦無方法，本組因而決定以此做為題目。希望透過創新思考與行銷專長相互作用下，激發不同於其他廟宇的行銷手法。並以達到**提高殿方知名度**、增加粉絲專頁的按讚數及知名度，增加 30-40 歲的輕熟齡客群為目的。

### (二)過程及方法

本專案以**經營粉絲專頁**為核心，先以強弱危機分析與市場區隔定位等專業研究分析為基礎，並藉由不斷的嘗試及調整貼文內容與互動方式，及結合網路活動的舉辦，從多方面尋找潛在的可能性。

### (三)結果

經過三個月的粉專經營，發現本研究團隊的粉絲大多偏好**內容充實**的文章，其中又以殿內資訊最為關注，另外粉絲也樂於**與粉專小編互動**，與粉專有較高的親暱感。從分析數據上顯示不僅整體粉專讚數及追蹤數有大幅提升，在貼文風格年輕化之餘亦抓住年長者的心，同時**兼顧新舊客群喜好**。藉由此次的產學合作，能協助慈德月老殿在行銷操作上有更多的突破，以利未來深根本土、持續傳遞月老善念。

**關鍵字：**月下老人、文化與信仰、品牌知名度、網路行銷、臉書粉絲專頁經營

## Abstract

### 1. Purpose

As the social propensity acculturated, the worship gods or ancestors has drift into conventional pattern and lost the significance gradually. Finding out Ci De Yue Lao Temple wanted to cooperate with our department, which has a lot of characteristics and differ from other temples. They wanted to be more famous but had no ideas, our group decided to be themed with Ci De Yue Lao Temple to assist them. We hoped to inspire ideas with innovative thinking and specialty of marketing. Our purposes are improving the reputation of Ci De Yue Lao Temple, increasing the number of likes and reputation of the fans page and increasing the new customer base at the age of 30 to 40.

### 2. Process and method

The core value of this project is to manage the fan page. Based on the professional research and analysis such as SWOT Analysis and STP, we try to not only revise the posts and the interactive ways of the fan page, but also hold events on the Internet, hoping to find any possibility to reach our goal.

### 3. Conclusion

Through managing three months, we find most of our fans like informative article, and mostly attracted by the information of the temple. Fans are also willing to interact with the fan page manager in order to improve intimacy with fan page. According to the data, the number of likes and followers of the fans page have greatly improved. We catch the like of elders and balanced the new and old customer base at the same time after posting youthful. To assist Ci De Yue Lao Temple in having a breakthrough in marketing domain and it will beneficial to act locally and pass kind ideas continuously by this project.

**Keyword** : Brand awareness, Culture and faith, Facebook fan page maintenance, Internet marketing, Match-maker

## 目 次

壹、 前言	1
貳、 甘特圖	1
參、 個案分析	2
肆、 市場區隔定位	4
伍、 貼文操作	6
陸、 廣告投放企劃	12
柒、 網路活動企劃	14
捌、 預期效益	17
玖、 成效分析	18
壹拾、 結論	19
壹拾壹、 附錄	
-附錄一 SWOT 分析	20
-附錄二 問卷與調查結果	24
-附錄三 貼文圖集	28
-附錄四 慈德月老殿形象海報設計	30
-附錄五 粉絲互動及回饋	30
-附錄六 參考資料來源	31
-附錄七 事前準備資料	35
-附錄八 組員心得	51



## 壹、前言

### (一)背景

隨著社會風氣改變，拜拜已逐漸流為形式，失去其真正意義，現代人甚至或者完全不拜拜，使得這項傳統道教文化和廟宇逐漸沒落，往日廟宇周遭總是人聲鼎沸的榮景不再，取而代之的是因科技不斷進步而疏遠的人心。本專案以慈德慈惠堂中的慈德月老殿為目標對象。

### (二)動機

本組最開始是以小農作為畢業專題的概念發想，希望透過這次機會能夠深入了解台灣地方文化，並促進其順利發展，而後得知台中慈德月老殿有意與系上合作，深入了解後發現殿方有許多不同於其他廟宇的特色，想要推廣出去卻苦無方法，本組因而決定以此做為題目，盡力協助殿方擴展知名度於中部地區。

### (三)目的

有鑑於上述原因，台中慈德月老殿特意與本系尋求協助，期望透過年輕人創新思考與行銷專長相互作用下，激發不同於其他廟宇的行銷手法，達到提高殿方知名度、增加粉絲專頁的按讚數及知名度，並主要希望增加 30-40 歲的輕熟齡客群為目的。

## 貳、甘特圖

綠色→事前準備工作、黃色→會議、藍色→專案正式開始後的行程、紅色→審查點 橘色→期末準備工作

甘特圖	Gantt Chart	5月		6月			7月					8月				9月	10月					11月									
		日期	8	30	16	22	24	6	7	8	11	14	26	27	1	9	14	21	22	2	10	15	18	20	1	5	9	11	12	15	24
小組開始運作、蒐集相關資料			綠																												
與指導老師會面				黃																											
月老殿實地探勘				綠																											
與業者初會面					黃																										
廣告企劃策畫					綠																										
與業者商談廣告企劃						黃																									
swot分析、問卷製作					綠																										
正式發佈問卷						綠																									
stp分析							綠																								
專案啟動大會																															
正式提案未來粉專操作																															
粉專經營																															
進度報告																															
網路活動策畫																															
第一階段網路活動																															
期中報告																															
第二階段網路活動公告																															
第二階段網路活動																															
海報製作																															
簡介製作																															
期末報告																															

## 參、個案分析

為更有效的了解殿方運作與產業趨勢，故而實地探訪獲取一手資料，與網路上尋找二手資料，結合而成以下分析：

		內部環境分析	
		Strengths 優勢	Weaknesses 劣勢
慈德月老殿 策略分析		1. 活潑的風格 2. 一條龍的信仰 3. 特殊的服務與活動 4. 精緻的景觀與造景 5. 傳奇的故事 6. 殿方人員親切 7. 形象正面 8. 結合科技與潮流接軌 9. 位處交通方便之地，搭公車或 BRT 皆可到達	1. 多靠口耳相傳 2. 店內空間昏暗雜亂，混淆重點 3. 動線流程複雜不明確 4. 缺乏友善空間 5. 建築特色無善加利用被埋沒 6. 官網與粉專的圖片及文字需加強美化
外部環境分析	Opportunities 機會 1. 現代人追求心靈上的安定 2. 宗教負擔著「文化認同」的角色 3. 台灣敬神強調靈驗 4. 現代人晚婚現象 5. 設立粉專 6. 全民瘋打卡 7. 新時代呼喚-勇敢追愛	S304 熟齡層的受眾會特別積極參與相關活動 S40506 藉由當地造景吸引人潮或舉辦活動，並藉由粉專宣傳增加現場參與率 S505 藉由許多逸聞引發好奇心增進交流，促進粉專互動 S5S703 因靈驗而增進來訪率，傳奇故事可加深可信度 S805 可結合科技的應用連結粉專，增進粉專交流與曝光 S902 利用交通優勢發展文化觀光	W1W605 需要加強粉專的經營，以提高更多網路上的能見度，吸引更多潛在客群 W1W506 促進民眾打卡並上傳當地景觀與活動相關照片，提高粉專曝光率與話題性
	Threats 威脅 1. 網路科技的發達，新舊文化衝突 2. 社會風氣的改變 3. 不婚族增加 4. 現代年輕人較無拜神習	S2T6 藉由一條龍服務為特色，強調其不可替代性 S3T1 比起電腦真人問事更有可看度與可信度，且能夠更直接地解決問題 S3T3 可利用各種類型的表	W1T1 宣傳不足，可加強網路方面的宣傳，達到更快散播的效果 W2W5T4 殿內環境易使人產生壓迫感，需要營造一個年輕人願意造訪之地

<p>慣</p> <p>5. 環保意識興起</p> <p>6. 產業替代性高</p>	<p>演與活動來倡導姻緣以外的部分</p> <p>S6S8T4 藉由人員導覽與科技設備的輔助，增加來訪意願與動力</p>	<p>W3T1 可在其他層樓增加電子看板的設立，另外能夠新增更多的頁面功能，將電子看板的效用更大的發揮</p> <p>W4T4 友善空間的規劃，增進觀光客與非信眾的好感度，能夠久留與製造回流率</p> <p>W6T6 改善貼文內容吸引受眾目光並願意轉傳訊息，擴散殿方活動的宣傳，讓更多受眾了解不只有花大筆金錢才可獲得相關的服務</p>
--	--	---

小總結：



以粉絲專頁的改善為跳板，結合活動的舉辦，加強推廣在網路上增加曝光率，將殿方優勢傳遞給受眾，達到話題性的傳播，挖掘潛在客戶與鞏固來訪者，提高民眾來訪意願。



## 肆、市場區隔定位

為更精準鎖定目標客群，本組使用 SWOT 分析結果作為基礎，設計了一份問卷(附錄二)，以網路、路上隨機發放的方式，將 26~45 歲視為主要對象，本次回收共 300 份問卷，其中 159 份有效問卷(附錄二-2)，由此結果做出 STP 定位：

— S —

區隔變數		相關變數						
地理變數		北部		中部		南部	東部	
人口統計變數	性別	男				女		
	年齡	25歲以下	26~30歲	31~35歲	36~40歲	41~45歲	46~50歲	50歲以上
	職業 (註1)	行政管理	服務業	保健與醫學	政府員工	家管	商業和金融操作	
		製造	學生	藝術、娛樂、運動和媒體		業務	其他	
	感情狀況	單身		穩定交往中		已婚	離婚	
	宗教信仰 (註2)	有				無		
行為變數	人格特質	誠懇的	有毅力的	不善交際的		追求自我的	感性的	
	追求利益	心靈寄託	消磨時間	觀光遊憩		參與活動	宗教行為	
	忠誠度 (註3)	高度		中度		無		

(註1)工作類型是挑選比較需要貴人的職業，接著以問卷結果為二次挑選的標準

(註2)選定無特定宗教信仰是由於現今慈德月老殿主要想將此打造成一個觀光勝地，吸引無特定宗教人士也可前往參拜；並且尚無特定宗教的人群選擇彈性較大，較容易被吸引

(註3)忠誠度是以參拜頻率為標準，本組定義之中度範圍為「每月約一~兩次」「很少、幾乎沒有」的群眾

## — T —

藉由交叉分析所得結論，再依隨機發放的問卷輔以佐證，本組將鎖定「位於中部，勇於追求自我的熟齡族群」為主要推廣對象：

### 1. 中部民眾為主要受眾(即中彰投地區)

台中慈德月老殿至今名聲最主要的傳播方式為「口耳相傳」，若要將客群遍布全台，本組認為應善加利用此一特性(註1)，以立身之地為引燃的中心點，逐漸將知名度蔓延出去。

### 2. 勇於追求自我的熟齡受眾(本組將熟齡定義為30-40歲上下之民眾)

位於此一年齡區間的民眾感情狀態分布較為平均，需求符合月老殿中對於感情各階段皆有提供服務的特色，且此年齡層的民眾在於職場正處於較矛盾的時期(註2)，對於人際關係相對來說更為需要，在活動的參與上也較為積極主動(註3)，因此本組主要將勇於追求自我的民眾設為目標。

## — 人物誌 —



男性  
39歲  
居住於台中  
感性的  
喜歡觀光遊憩  
主動參與活動

女性  
31歲  
居住於台中  
重視人際關係  
勇於追求自我  
尋找心靈寄託



## — P —

### 緣來，你就在我身邊

緣，緣分的緣，包含人緣、姻緣。希望傳遞給受眾來月老廟不只能祈求好姻緣，對於大部分人來說，好人緣是生活中不可多得的，尤其對於在職場上辛苦打拼的上班族。在我身邊，則是想建立慈德月老殿親切、貼近日常生活的外在形象，因此將『緣來，你就在我身邊』定為本次的 slogan。

### 人一生當中，給予扶持的精神導師

顛覆一般對月老「僅是求姻緣」的印象，本研究團隊欲向目標客群展現月老更多不同的能力，使月老走入每個人的日常生活中，並透過推廣廟內特殊的姻緣燈、月老問事，以及獨有的一條龍服務等，以求創造更多的參與率及回流率。而據問卷結果顯示，本研究團隊的目標客群更傾向於幽默談諧的風格，所以本研究團隊也將以更活潑風趣的方式與目標客群積極溝通，更能貼近他們的需求且與他們產生互動。

## 伍、貼文操作

1. 主旨：以多方面風格的嘗試，尋求最適合的貼文題材與圖片樣式。  
操作：設定不同的專欄主題，加上主題標籤方便搜尋  
每張圖片皆由小組人員親自取材、製作而成  
每周進行貼文成效分析，調整發文方向

2. 貼文專欄概況：

專欄主題	內容	數量
月老日常	月老殿的基本介紹與招呼類等文章皆分於此	19
月老分享	分享喜報與心得等體驗文，及其他人際相關的文章	6
月老服務	介紹月老殿提供的服務	1
月老家族	介紹月老殿中的眾神明們	4
月老運勢	嘗試製作具有互動性的文章	1
月老開示	原有題材，由師姐撰稿，再經小組整理文章並配合自製圖發佈，每周一篇	12
月老回顧	回顧月老開示的重點整理，不定時發布	7
月老好運箴言	原有題材，但內容皆改為小組製作，不定時發布	3
月老活動	配合殿方的大小活動而發佈的貼文，亦有小組策畫的網路活動文	12
月老小知識	為不熟悉宗教文化的受眾提供專業相關知識	4

→ 8/21~11/27，10個專欄，共69篇文章

主題	內容	成效&檢討
月老日常	節慶祝福： 內文以寒暄語為主，搭配動圖。	多於初期發布，回應率不高。 後期曾於11/11 嘗試FB純文字狀態，邀請大家 Tag 朋友來互動，成效佳，共獲得 94 個讚數及 29 則留言。
	BlueMonday 梗圖： 組內新創意，嘗試以現今流行梗文搭配長輩圖，與月老殿較無關聯。	反響不高，評估此類風格與原粉絲喜愛風格落差過大，以此為借鏡，往後風格轉換上更加謹慎，並拉長轉換的時間。
	殿內景觀風光： 以較文藝的風格敘說背後故事及意義。	有民眾詢問該事物的資訊，後期發布的姻緣樹、夫妻樹等，亦附上祈求的方式，按讚數相較於初期更多，由此可知民眾較偏好資訊充實的文章。
	殿內日常： 代殿方分享老堂主焚月老文疏照片，內文附上月老郵筒文連結。	達 66 個按讚數，可見粉絲對於殿內發生的事感興趣，可惜內文無多做資訊補充，後期發表的貼文會盡量親自拜訪月老殿取材。
月老分享	信眾還願： 信眾實際還願照片配合祝福文。	回應率高（按讚數 70-80 個），粉絲樂見這類實際發生於廟中的事情，紛紛表達祝福，也提升了月老的靈驗度。
	新粉絲體驗文： 親自採訪初次參與問事的民眾，紀錄事前準備、問事經過以及心得分享。	按讚數高（76 個），亦有粉絲留言分享心情與祝福，此篇文章有助於消除欲嘗試者的疑惑。
	人際相處的知識性文章： 由組員自行編寫，題材有「建立良好第一印象」、「家庭和諧」。	充實文章資訊後，二度分享與月老無直接相關的文章，與之前相比按讚數提升，亦有分享及留言。
月老服務	推廣殿內富貴招財姻緣燈的服務，介紹其功能及參與方式，搭配當天姻緣燈團拜照片。	僅重新編寫服務資訊，對此沒興趣的粉絲來說較不易有共鳴。
月老家族	月老殿神明系列文，介紹眾神明各自的法力，欲傳達慈德月老獨有的一條龍服務，並於文末提示下次介紹的神明，以及放上其他已發表的文章連結。	初期發布反響不如預期，評估是尚未累積新客群，而原客群已熟悉此，故此系列文移往中後期發布。 除了介紹法力，也增加了傳奇典故，期待以此來增加可看性。

月老運勢	為提升粉專互動率，組員製作 5 組好運、共 10 張運勢分析的動圖，期待能讓粉絲擁有一天的好心情。	於早上發布，此段為非粉絲在線時間，瀏覽較低，文章也容易往下沉，有粉絲反應此動圖跳頁時間較慢，無抽籤的驚喜感。
月老開示	內文不更動，因篇幅較長，故在圖片裡做 <b>重點整理</b> ，並 <b>提醒下次開示時間</b> ，以自製精美底圖及殿內景觀照交互使用。	以往有粉絲詢問開示時間，但後期較無。初期每週底圖無變動，評估此造成視覺上的混淆，故後期 <b>減少重複使用同樣底圖的頻率</b> 。
月老回顧	以影片方式呈現，主題相關的底圖搭配當週開示的重點整理（滾動字幕）。內文部分張貼開示文連結。	錯過開示的粉絲可點擊連結去看，亦 <b>延後了開示文沉下去的時間</b> 。 初期每篇影片底圖及音樂類似，也因為與開示文發布時間過於接近，造成點擊率下滑，故後期更換多種風格的底圖及音樂，也嘗試在影片中加入寒暄語及畫面的切換，避免粉絲失去新鮮感。
月老好運箴言	分享正能量語錄，有時會搭配當周開示主題或其他貼文，並在文末搭配「按讚+分享~月老保佑您」一類文句。	保持一定的按讚數及分享數。 與生活主題相關的語錄反響較大，而友情類的相較於前者較不踴躍，故後期以 <b>不聚焦於特定關係的內容</b> 為主，希望所有人都能對此有共鳴。
月老活動	協助殿方發布殿內活動的前導文、活動文以及後續文，亦有組員親自參與活動花絮拍攝。	民眾對於與月老殿無直接相關的活動（ex 超拔法會）較不感興趣，故本研究團隊在發布此類文時會 <b>盡量與月老做連結</b> ，避免引起粉絲反感。
	月老殿參拜流程有獎徵答：介紹參賽規則，並於配圖中放入參賽重點，文末引導粉絲回頭點擊參拜流程影片連結。 設為置頂文。	無供粉絲複製的作答範例，以致回覆格式多樣，甚至有漏答的情況發生，故於留言區提醒大家要檢查自己的答案。參與人數共 31 人。

<p>月老活動</p>	<p>「我的慈德我來拍」攝影比賽：以系列貼文讓粉專充滿活動氣氛</p> <p><b>前導文</b>-先告訴粉絲作品規則，配圖為模糊的獎品文以增加好奇心。</p> <p><b>活動文</b>-介紹參賽規則並於配圖中放入參賽重點以及操作懶人包，留言區提供範例供參考。設為置頂文。</p> <p><b>獎品文</b>-介紹獎品，並重新拍攝獎品沙龍照。</p>	<p>因此次參賽規則較複雜，粉絲有步驟錯誤本研究團隊會一一提醒。為了避免活動期間長而使粉絲忘記上傳作品，故<b>再次分享活動文</b>並提醒截止時間。</p>
<p>月老小知識</p>	<p>針對許多民眾經常提問的問題（ex 供品、擲筊等）製作詳細的介紹文。</p> <p>形式：文章列點詳述、圖片懶人包、拍攝短片等。</p> <p>風格：以<b>輕鬆活潑</b>的口吻介紹，避免讓人感到學習新知的壓力。</p>	<p>其中以<b>月老殿參拜流程影片</b>最受關注，搭配有獎徵答活動的效益，獲得約<b>1200次瀏覽、13個分享以及85個讚數</b>、粉絲紛紛留言分享對殿內服務人員的親切印象，亦有人私訊粉專詢問更加詳細的流程資訊，且此篇共觸及<b>1620個非粉絲</b>。</p> <p>延續有獎徵答活動效益，介紹獎品月老公仔小知識並向粉絲拋出提問，反響熱烈，共有<b>70則留言、138個讚數</b>，且此篇共觸及<b>1144個非粉絲</b>。</p>

### 3. 貼文成效

#### 貼文形式效益

類型	平均觸及人數	平均參與互動次數
分享影片	1,114	48 37
影片	1,017	120 50
相片	813	98 56
近況更新	390	5 32

### 4. 貼文風格成功案例

**慈德月老廟方版**  
由周欣宜發佈 · 10月8日 ·

【月老 小知識】  
你是不是不太了解月老的參拜流程呢？  
不怕不怕，趕快點擊下方影片  
跟著小編的腳步一起來拜訪月老師父吧！.....更多



獲得更多讚、留言和分享次數  
以 NT\$40 加強推廣此貼文，即可觸及多達 620 位用戶。

已觸及 2630 人

**你貼文的成效**

2,630 觸及人數

1,178 影片觀看次數

114 心情、留言和分享

92 讚	82 在貼文上	10 在分享上
2 六心	2 在貼文上	0 在分享上
1 哇	1 在貼文上	0 在分享上
6 留言次數	3 出現在貼文上	3 出現在分享上
13 分享次數	13 出現在貼文上	0 出現在分享上

346 貼文點擊次數

68 插旗點擊次數 0 連結點擊次數 278 其他點擊次數

負面意見

0 隱藏貼文 0 隱藏所有貼文

0 檢舉垃圾訊息 0 收回讚

報告的統計資料可能會略於貼文中顯示的內容

**慈德月老廟方版**  
由周欣宜發佈 · 11月11日 20:19 ·



獲得更多讚、留言和分享次數  
以 NT\$40 加強推廣此貼文，即可觸及多達 180 位用戶。

已觸及 1127 人

1,127 觸及人數

127 心情、留言和分享

87 讚	87 在貼文上	0 在分享上
3 六心	3 在貼文上	0 在分享上
6 哈	6 在貼文上	0 在分享上
1 哇	1 在貼文上	0 在分享上
1 明	1 在貼文上	0 在分享上
29 留言次數	29 出現在貼文上	0 出現在分享上
0 分享次數	0 出現在貼文上	0 出現在分享上

196 貼文點擊次數

11 插旗點擊次數 0 連結點擊次數 185 其他點擊次數

負面意見

0 隱藏貼文 0 隱藏所有貼文

0 檢舉垃圾訊息 0 收回讚

報告的統計資料可能會略於貼文中顯示的內容

**慈德月老廟方版**  
由周欣宜發佈 · 9月19日 ·

【月老 分享】  
小編最近採訪了一位初次參與月老問事的大學生，同學表示以前沒有過類似經驗，雖然很好奇也有點緊張，但內心裡還是想試試，說起師傅們也專業且真誠地解答過程，讓她放鬆許多，尤其是在簽盒裡的壽桃，因為是自己從來沒有接觸過的東西，因此多了一份小驚喜。現場來問事的年輕人不少，整體很有秩序，雖然空間的空間但月老師父會輕鬆地講說話，不用怕別人聽到自己的問題而覺得尷尬害羞。月老師父開示的該非常直白一而再，再而三地反覆思考，有時雖然不太理解，但一旁的師姐會適時地解釋內容，幫助她理解並繼續出更多選擇。.....更多



獲得更多讚、留言和分享次數  
以 NT\$40 加強推廣此貼文，即可觸及多達 180 位用戶。

已觸及 959 人

959 觸及人數

81 心情、留言和分享

74 讚	73 在貼文上	1 在分享上
3 六心	3 在貼文上	0 在分享上
2 留言次數	2 出現在貼文上	0 出現在分享上
2 分享次數	0 出現在貼文上	2 出現在分享上

202 貼文點擊次數

40 相片瀏覽次數 0 連結點擊次數 162 其他點擊次數

負面意見

0 隱藏貼文 0 隱藏所有貼文

0 檢舉垃圾訊息 0 收回讚

報告的統計資料可能會略於貼文中顯示的內容

**慈德月老廟方版**  
由周欣宜發佈 · 10月23日 21:00 ·

【月老 小知識】  
大家喜歡我們可愛的月老公仔嗎？  
其實月老公仔一共有兩款：黃衣月老和紅衣月老  
這次我們有時會推出送出的款是紅衣月老.....更多



獲得更多讚、留言和分享次數  
以 NT\$40 加強推廣此貼文，即可觸及多達 180 位用戶。

已觸及 2322 人

2,322 觸及人數

217 心情、留言和分享

135 讚	134 在貼文上	1 在分享上
6 六心	5 在貼文上	1 在分享上
72 留言次數	70 出現在貼文上	2 出現在分享上
4 分享次數	2 出現在貼文上	2 出現在分享上

374 貼文點擊次數

27 插旗瀏覽次數 0 連結點擊次數 344 其他點擊次數

負面意見

0 隱藏貼文 3 隱藏所有貼文

0 檢舉垃圾訊息 0 收回讚

報告的統計資料可能會略於貼文中顯示的內容

## 5. 貼文操作結論&建議

- **設立專欄**：沿用本組使用的專欄破題法，讓點進網站找文章的粉絲能快速找到自己想看的主題，配合文末標籤效果更佳。
- **多媒體應用**：據貼文成效顯示粉絲對於結合多媒體的貼文反應更佳，故在發布純文字的貼文時應多加配合照片、美編過的圖片、音樂影像等多媒體，以吸引粉絲注意力。
- **風格變更**：經過多種風格嘗試後，本研究團隊建議風格需搭配文章種類做變化，例如：開示類可較嚴謹、節慶類可較活潑、還願分享可較溫馨等。
- **充實文章資訊**：據貼文成效顯示粉絲較偏好內容充實的文章，故發布內容較少的貼文時，建議多補充相關資訊，並減少非月老殿相關的貼文，以免讓粉絲略過。
- **與粉絲互動**：拋出提問給粉絲或邀請大家標記朋友，而非只是單向傳遞訊息，不僅可以活絡粉專，還有機會觸及到非粉絲。





## 陸、廣告投放企劃

### 1. 目標

提高在地品牌知名度，增加專頁按讚人數，增進互動率。

### 2. 廣告概念發想

根據問卷結果，本研究團隊選擇以活潑、詼諧幽默的內容做為廣告發想，並以簡約圖文的方式做呈現，內容以能夠代表慈德月老殿、介紹月老皆可保佑各種緣分為主，目標客群為擁有感性、追求自我的人格特質，並根據殿方要求，鎖定30-40歲的客群為目標。

### 3. 執行方式

投放FB廣告，以15秒~2分鐘影片為主，每半個月更新廣告內容，顯示方式會依實際狀況調整為輕影片或相片等，以半個月為一階段，期間小組人員定期監控成果，視情況調整投放設定。

### 4. 階段目標

#### 第一階段

- 階段目標：積極曝光粉絲專頁，著重「人緣」的部分，打破月老只有求姻緣的迷思，挖掘更多潛在客群。
- 受眾目標：30-40歲，位於台中，以工作經歷為主，以較需人脈的產業做選擇，ex: 房仲業、業務…等

#### 第二階段

- 階段目標：主打「姻緣」，持續擴大客群，而第一階段的「人緣」部分則持續於專頁上宣導
- 受眾目標微調：30-40歲，位於台中，以感情狀況為主，以「戀愛性向」、「感情狀況(ex 單身、穩定等)」兩大方向設定

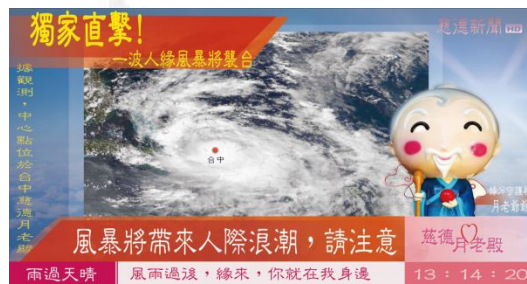
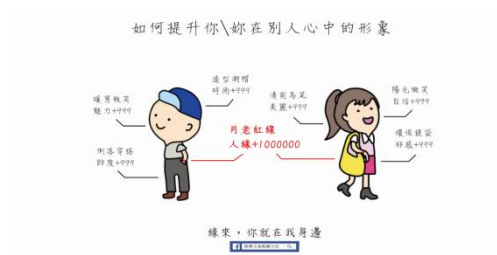
● 預計成效：



預估數據的準確程度會受到多種因素影響，例如過去的行銷活動資料、你輸入的預算，以及市場資料等等。這些數據可供你初步瞭解現有預算的廣告成效，但預估結果僅供參考。

→最高 100/日，共計 3000/月

5. 廣告圖



6. 結果

廣告風格與內容是藉由隨機問卷調查結果所產生，後無法投放原因有二：

1. 整體較跳脫以往，故殿方建議發布於貼文嘗試新風格即可。
2. 由於時間接近殿方 10 月 4 日舉辦的【月老情牽真愛一世桃花姻緣暨招財法會】的活動，故以投放宣傳活動的廣告為主。

## 柒、網路活動企劃

為解決無法投放廣告的問題，故小組策畫了兩階段的網路活動。

### 第一階段：有獎徵答

- 鎖定：新粉絲、原有粉絲
- 目的：使新粉絲能夠更加了解參拜流程，也能讓所有粉絲與粉專有所互動，增加對粉專的親密感及活絡粉專，並藉由互相標記增加曝光度。
- 內容：觀看參拜流程影片內容問答
- 形式：回答 3 題選擇題+一題挑戰題，讓粉絲留言回答問題並 tag 二人即可獲得抽獎資格，每人僅可參加一次
- 題目：3 題選擇題+1 題挑戰題

Q1：參拜月老前，若欲向全殿神明打招呼需拿幾支香？

A. 1 柱即可 B. 共 3 柱

Q2：抽完「姻緣籤」後應從何得知籤詩？

A. 正殿的籤詩櫃 B. 服務台的堂主、師姐

Q3：擲出什麼樣的筊代表月老「同意」呢？

A. 聖筊（一正一反） B. 笑筊（二正）

挑戰題→請問影片中小編抽到幾號籤詩呢？

A. 168 B. 1314

- 時間：預計 10/15 晚上 8 點發佈，為期三天，10/18 晚上 8 點截止，同天晚上 9 點開獎
- 獎品：共抽出三名得主，會利用 FB 抽獎工具抽出並截圖作證，後會請得主三天內私訊粉專(逾期則重抽)討論領禮物時間並領取兌換圖，請他自行前往殿中領取(出示兌換圖)，10/19 起即可領取(預計領取至 10/31)

- 整體行程：

10/15	10/18	10/19 起~10/31 止
晚上 8 點發布活動	晚上 8 點活動截止； 於 9 點開獎	出示兌換圖即可領獎

- 預期效益：預計此活動能夠觸及到 1,500 人，提升粉專 5 個讚數。
- 實際效益

10/15 活動貼文			
觸及共 1450 人	讚數 56 個	5 則分享	共 34 人參加，符合資格共 23 人
10/18 公布名單			
觸及共 746 人(粉絲 675；非粉絲 71)		讚數 26 個	

活動期間(1015~1018)

- 追蹤人數 2381→2386
- 讚數：2369→2373

## 第二階段：攝影比賽(我的慈德我來拍)

- 鎖定：偏向原有客群
- 目的：藉由攝影活動提升大家到實地探訪的意願，並能夠探索更多不同面貌的慈德月老殿，期望藉此掀起話題，提升粉專整體的互動率；人氣獎的設置也可讓參賽者的好友一同接觸這場活動，達到進階宣傳的效果。
- 內容：拍攝出「最能代表慈德月老殿」的照片以慈德月老殿的人事物為主，不局限於月老殿建築
- 形式：參賽者將照片貼於貼文留言處，另需公開分享活動貼文才可獲參賽資格。每張照片須有主題名稱，不可網路找圖及組圖，需親自拍攝，會在首則留言處張貼範例文。
- 時間：計 11/1 公告、11/5 正式收件、11/11 晚上 12 點截止、11/15 開獎
- 獎項：殿方評選前 1~3 名 / 由該照片的按讚數選擇人氣獎，共 1 名，若前三名與人氣獎重複人選，則一樣頒發兩項獎品給同一人，另外，屆時如參與人數踴躍再另外協調開設新獎項。請得主私訊粉專討論領禮物時間並請他自行前往殿中領取(出示兌換圖)
- 備註：
  1. 會在活動開始前先行預告(給予有意參賽者時間拍攝)
  2. 分享的貼文中會讓參賽者填空寫上「我心中的慈德月老殿是\_\_\_\_\_」  
小編會一一點進個人頁面審核，若經提醒仍在活動截止時沒分享即無參賽權
  3. 每人僅能參賽一次，人氣獎依照參賽照片的按讚數決定，最多的即可獲獎
  4. 前三名會由本研究團隊將照片印出來，張貼於殿方佈告欄上。

- 整體行程：

11/1	11/5	11/11	11/12	11/14	11/15	11/16 後
預告活動	正式收件	晚上 12 點 投稿截止， 於留言處畫 分隔線與截 圖按讚數	給予殿方 參賽作品 選出前三 名	殿方給予 前三名名 單	公布得獎 人	出示兌換 圖即可領 取

- 預期效益：預計此活動能夠觸及到 2,000 人，提升粉專 10 個讚數。
- 實際成效：

11/1	第一次宣傳		
	觸及 699 人	共 26 個讚數	分享 5 次
11/5	活動正式開始		
	觸及 1010 人	共 36 個讚數	14 次分享 參與人數 7 人
11/7	第二次宣傳		
	觸及 789 人	共 38 個讚數	3 次分享
11/10	第三次宣傳		
	觸及 474 人	共 22 個讚	

活動期間 (11/1~11/11)

- 追蹤人數：2396→2404
- 按讚人數：2382→2390
- 整體成效



#### ● 兩階段活動檢討&建議

- 1. 活動簡單化：**據活動一二的實際參與情況，本研究團隊發現月老殿的信眾們多偏好簡單的活動類型(ex 留言抽獎)，因此建議先以簡單活動為主，培養粉絲參加活動的習慣，之後再舉辦較複雜的活動。
- 2. 流程簡單化：**據活動二的實際參與情況，本研究團隊評估規則雖然詳細不過較難閱讀，容易造成粉絲操作失誤，因此活動貼文的**圖片必須要簡潔明瞭**，且貼文內容要配合活動調整。
- 3. 小編拋磚引玉：**若是有較接近比賽性質的活動，小編須使用自己的帳號一起參與活動，才不會讓信眾因比賽二字而卻步，
- 4. 虛實整合：**不只是舉辦實體活動時在粉專上宣傳，舉辦網路活動時也可在殿裡張貼海報與口頭告知，以達宣傳效果。

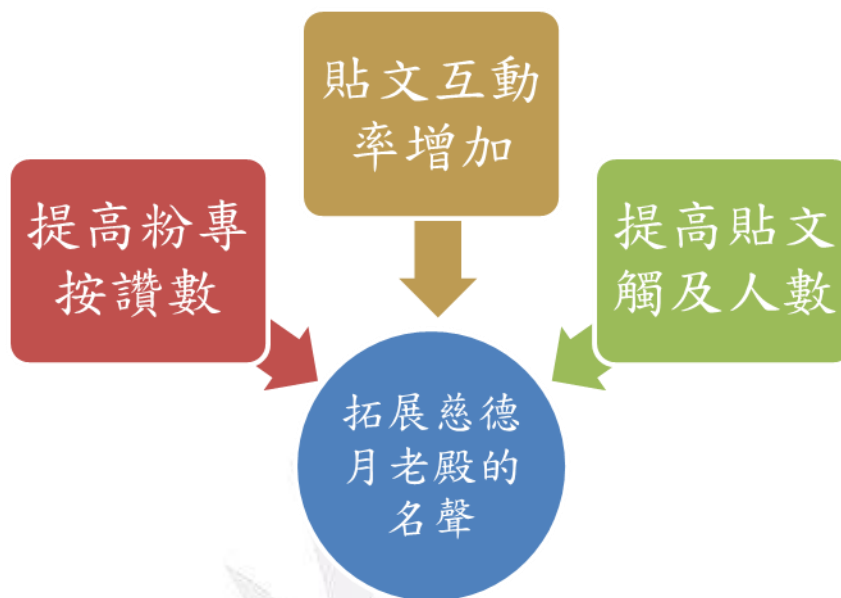
小總結：



期望以網路活動的方式來**活絡粉專**，增加粉絲與粉專的**互動**，而非粉專單方面的給予訊息，也藉此能夠接觸到非粉絲的受眾，達到傳播的效果。

## 捌、 預期效益

經由分析與定位，本組以幽默活潑的方式，以達成活絡粉專、吸引更多目標客群參與的目的。藉由嘗試各式風格與形式的貼文，不斷地調整，再配合接下來將執行本專頁上首次的網路活動，期望總體能夠達成下列目標：



預計於此專案結束時可提升粉專：共 150 個讚數、增加 200 人追蹤。

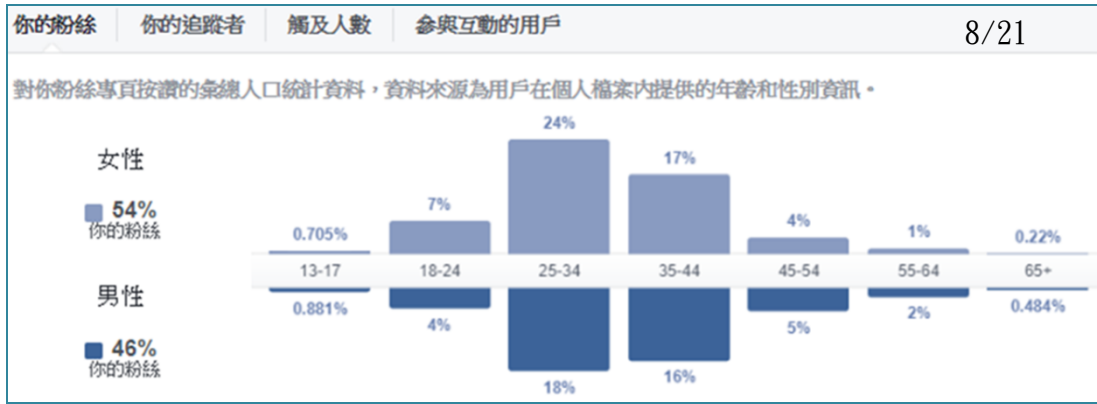
## 玖、成效分析



- **8/21-11/27 期間**  
粉專總讚數：2253→2402；共增加 149 個讚數  
粉專總追蹤數：2234→2416；共增加 182 個追蹤數



- 以經營粉專的前後三個月來看，貼文的平均觸及有大幅提升。



- 經過三個月的貼文操作調整，女性粉絲比例上升 1%，且年齡比例向 25-44 歲靠攏；無論男女粉絲，65 歲以上的比例亦有提升，顯示本研究團隊在貼文風格年輕化之餘亦抓住年長者的心，同時兼顧新舊客群喜好。

## 壹拾、結論

經過三個月的粉專經營，本研究團隊得出以下結論：

1. 粉絲偏好內容充實的文章，其中又以殿內資訊最為關注。
2. 粉絲樂於與粉專小編互動，與粉專有較高的親暱感。
3. 潛水粉絲並非不關注粉專，而是對於某特定類型的貼文較感興趣。

就長久經營而言，本研究團隊建議多豐富粉專貼文類型，以維持粉絲新鮮感，而透過貼文問答等小活動以提升粉絲互動率。

期許藉由此次的研究分析及多樣的操作模式，能協助慈德月老殿在網路行銷上有更多的突破，以利未來深根本土、持續傳遞月老善念。



## 壹拾壹、 附錄

### ● 附錄一：SWOT 分析

#### — S —

#### 1. 活潑的風格

有別於以往廟宇的莊嚴與肅靜，慈德月老殿融合西方色彩，設立了童話故事中的南瓜馬車的裝置藝術打造話題性，除此之外也有不忘東方的紅轎，還創有月老的吉祥物們，讓整體風格明亮起來。

#### 2. 一條龍的信仰

慈德月老殿設有一系列的神社(求姻緣，生子，顧小孩、打小三)，保佑天下人一路走來的感情路能夠順遂，也能夠保佑他們的下一代，全家和樂圓滿，因此有助於臨時信眾轉為長久信眾(回流)。(註 4)

#### 3. 特殊的服務與活動

慈德月老殿的月老為少數能夠降身於乩童給世人問事解惑(註 5)，還有全台唯一專打小三的氤氳使者(註 6)，在活動方面，擁有能夠點亮姻緣的「姻緣燈」，不定期的會有配合七夕的活動、法會、兩性座談會與聯誼會等，能吸引單身人士參與。

#### 4. 精緻的景觀與造景

具有特殊的大尊濟公金像作為指標，且有獨特的庭園造景可規劃成拍照景點。

#### 5. 傳奇的故事

多年前慈德月老殿因奉月老神尊指示而設立，殿中有一顆具有傳奇色彩的「定情石」，與因為一場夢而來的氤氳使者…等，為月老殿增添了許多傳奇色彩。

#### 6. 殿方人員親切

對於香客的疑問會主動上前給予協助，也相當有耐心，面對多次的詢問仍能保持親切。

#### 7. 形象正面

(1) 全台十大靈靈靈月老廟位居第五，具有一定程度的信仰力。

(2) 殿方有遵循台中市政府的政策，實施一爐一炷香的策略，全程參拜三柱香即可完成，逐漸減少香的使用量，也使得香客結束參拜後身上能較少味道殘留；且殿方曾 2 度獲得績優宗教團體的殊榮。

(3) 與公家機關關係良好(註 7)

#### 8. 結合科技與潮流接軌

殿方有提供 WIFI 與使用電腦顯示板來提供資訊(平面圖、參拜流程…)的展示，也有提供直接拍照上傳社群的功能。

#### 9. 位處交通方便之地，搭公車或 BRT 皆可到達

— W —

**1. 多靠口耳相傳**

雖有報章雜誌的報導，但名聲主要依然以民眾的口耳相傳而來(註8)，且雖然活動眾多，但是缺乏醞釀期和引爆期，使得關注人數不如預期，在廣告的方面有待加強。

**2. 殿內空間昏暗雜亂，混淆重點**

(1) 處處堆滿雜物，阻礙了動線，顯得整體壅塞難行走，且空間清掃不徹底；資訊無統一張貼，牆面貼滿雜亂無章的傳單，讓參拜者無法明確吸收資訊，也容易忽略重要資訊，與觀感不佳，且在空間不大的月老殿堂中，燈光昏暗使人充滿壓迫之感。

(2) 月老殿內商品義賣展示櫃髒亂不起眼，裡面的物品擺放隨便無序

**3. 動線流程複雜不明確**

(2) 整體參拜路線混亂，雖有標示順序，但是以號碼標示的方式太過複雜，看完仍然不明瞭，易讓平常較少接觸的人無所適從，且僅有一樓的電子展示板有展示，其他幾乎無相關指示。

(3) 月老殿的籤詩無特別註明要向櫃檯人員索取，讓人產生疑惑與無所適從，甚至會誤取別尊神明的籤詩。

**4. 缺乏友善空間**

休息空間稀少且缺少無障礙空間，甚至有些廳堂地板有高低之差，易使人不注意而跌倒受傷。

**5. 建築特色無善加利用被埋沒**

裝飾與景物大多已龜裂或積灰塵，維護不佳，建議需要定期維修清理。

**6. 官網與粉專的圖片及文字需加強美化**

官網與粉專缺乏統一風格，內容較不吸引非信徒者(龍山寺的官網設計簡單不失質感，霞海城隍廟的粉專讚數約為慈德月老殿的十倍)。

### 1. 現代人追求心靈上的安定

現代社會節奏緊湊，人人背負著緊張感，覺得生活沒有保障，當遇到天災人禍或是感情、事業等打擊，會使人感受「人」的有限，因此進而產生「轉移」，將宗教化為現世中的心靈依靠，祈求安定的精神生活。(註9)(註10)

### 2. 宗教擔負著「文化認同」的角色

宗教為歷史洪流中的重要一部分，也是促成民族性的一環，宗教的習俗與習慣保留了許多珍貴的文化與傳奇，如今政府積極與相關單位合作保存並推廣這項優良傳統。(註11)(註12)

### 3. 台灣敬神強調「靈驗」

台灣民眾對於信仰的態度講求「靈驗」，為一種「交替神主義 (Kathenotheism)」(註11)，不靈驗的神佛就不再崇拜，追求絕對依賴的信仰對象。

### 4. 現代人晚婚現象

據內政部統計，2016年台灣男女初婚年齡創新高，因為許多環境因素(例：上班族拚事業)而忽略愛情與婚姻生活，更容易依賴拜月老、聯誼相親等外在力量的幫助。(註13)

### 5. 設立粉專(龍山寺現在沒有)

每天固定一PO文，方便與年輕世代溝通。

### 6. 全民瘋打卡

現代人喜愛到一地標後打卡分享社群，殿方的頂樓環境幽靜、景觀優美，適合打卡，可打造話題。(註14)

### 7. 新時代呼喚-勇敢追愛

相較於以往婚配對象皆為父母所安排，現代人能掌握自己的戀愛權，TA能往年輕化發展(EX 大齡輕熟剩女)

— T —

**1. 網路科技的發達，新舊文化衝突**

資訊社會交友軟體發達，隨時隨地都能認識新朋友，因此人與人之間的關係逐漸變得單薄不緊固，對於神佛的力量也逐漸不再依賴。也因為個人平台的大眾化，人人的戀情公開透明化，面子逐漸比愛情的真實性還要重要。且點燈、求籤等都可以直接利用網路完成。(註15)(註16)(註18)

**2. 社會風氣的改變**

現代人的生活步調快速，現實壓力大，「麵包重於愛情」的觀念讓許多人將自己的終身大事一拖再拖，也因女權主義的興起，女性多追求獨立自主。年輕人的感情脆弱化，外加社會價值觀的偏差，導致許多人「只在乎曾經擁有」，講求速食愛情。(註15)(註17)(註18)

**3. 不婚族增加**

社會風氣改變，不婚族比例居高不下：受政策、社會及價值觀改變等影響，年輕人更傾向於不婚不生不育，寧可花時間與金錢在投資自己身上，此現象勢必會大大衝擊婚姻、幼保等產業的發展。(註17)

**4. 現代年輕人較無拜神習慣**

多數年輕人無深入了解拜拜文化，總以為宗教就是代表著迷信，是一種安慰自己、自我逃避的方法，進而瞧不起甚至厭惡，再加上 E 世代更少接觸宗教、環保議題興起等因素影響，使得現代年輕人較無拜神習慣、不懂參拜流程，進而使得各大廟宇香火萎縮。(註19)

**5. 環保意識興起**

雖然對於傳統上不能接受完全禁香，可是整體來說，空氣品質影響到的參拜品質變得較好，大家也比較願意來廟中拜拜，目前還是一種習不習慣的問題，但是更多的共識是不要全面禁止而是能減少就好。(註20)

**6. 產業替代性高**

類似功能的現代活動盛行(EX 相親銀行、聯誼或婚友社) (註19)(註21)

● 附錄二-1：問卷與調查結果

### 台中慈德月老廟行銷推廣暨廣告研究分析

您好，我們是逢甲大學行銷系的學生，這份問卷的資料將用於畢業專題的研究之用，感謝您的撥冗填寫。

1. 您的性別 男 女
2. 您的年齡 25歲以下 26-30歲 31-35歲 36-40歲 41-45歲 46-50歲 50歲以上
3. 目前居住地 北部 中部 南部 東部 離島地區
4. 從事的工作類型 行政管理 法律 政府員工 商業和金融操作 業務 保健與醫學  
藝術、娛樂、運動和媒體 家管 其他：\_\_\_\_\_
5. 感情狀況 單身 穩定交往中 已婚 離婚 其他：\_\_\_\_\_
6. 是否有特定的宗教信仰 是 否
7. 平常有無到廟裡拜拜的習慣 有，幾乎每天 有，每周約一到兩次  
有，每個月約一到兩次 很少，幾乎沒有 無 其他：\_\_\_\_\_
8. 平常多以何種裝置瀏覽FB 行動裝置(如手機、平板) 桌面版(如桌上型電腦、筆電)
9. 多在什麼時段瀏覽FB 11:00以前 11:00-14:00 14:00-17:00 17:00-20:00 20:00以後
10. 瀏覽FB時最容易注意到何處的廣告

動態消息

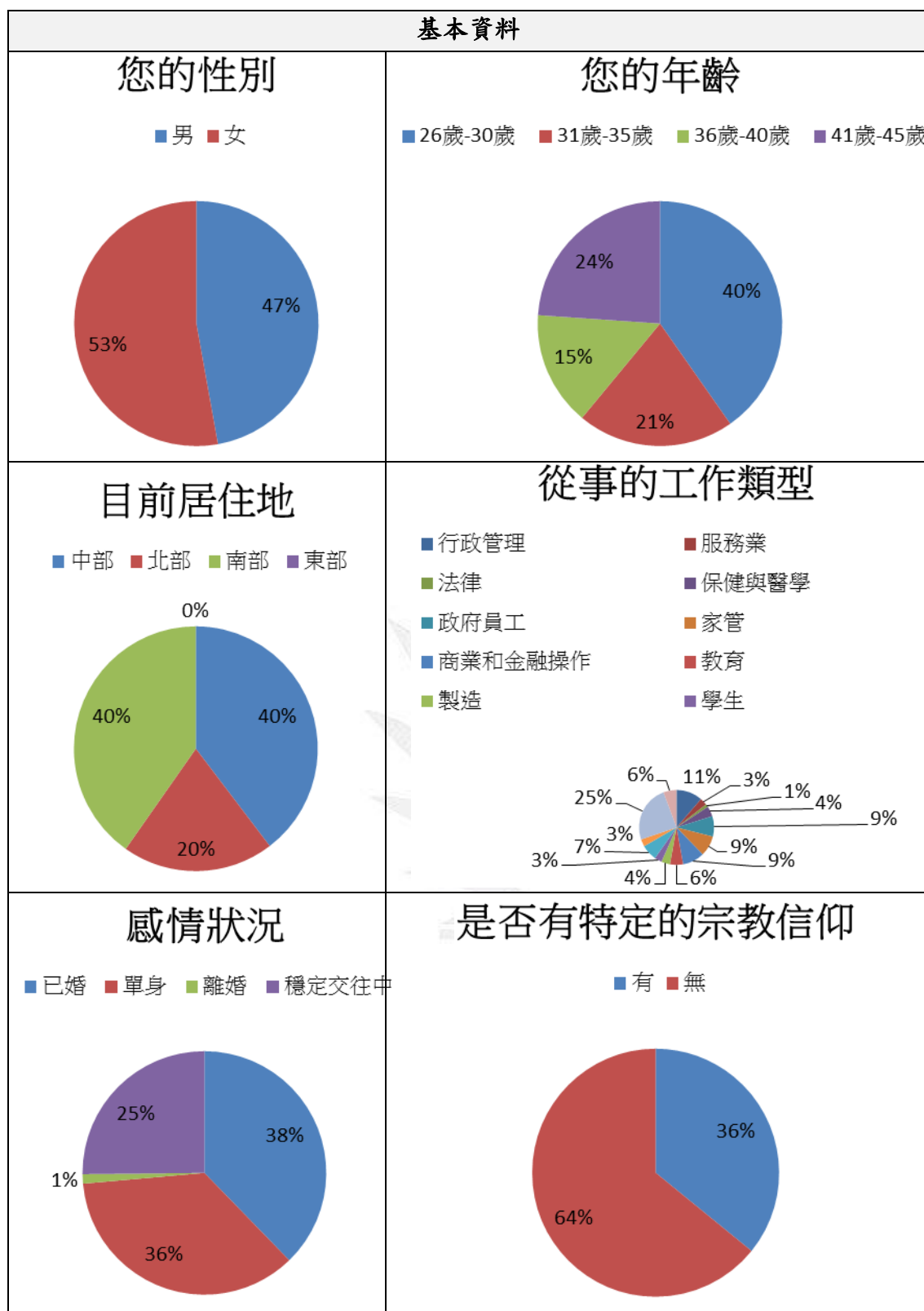


右欄



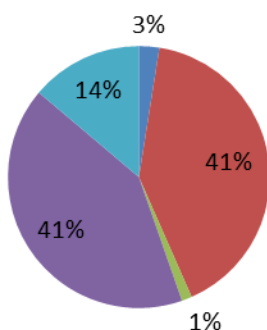
11. 較偏好何種FB廣告的呈現方式 輕影片(照片以幻燈片式投放) 短片(約15秒-2分鐘)  
微電影(2分鐘以上且注重劇情) 照片 其他：\_\_\_\_\_
12. 承上題，較偏好何種類型的廣告(可複選)  
幽默談諧 文藝浪漫 資訊充足 懸疑奇幻 簡約圖文 互動式 其他：\_\_\_\_\_
13. 較偏好參與何種類型的活動  
座談會 闖關 產品實際體驗 街頭隨機互動(如問答、小遊戲等) 其他：\_\_\_\_\_
14. 承上題，願意參與活動的時間 周一至周五 週六至周日 連假期間
15. 對於有興趣的活動，願意花費多少時間參與 10分鐘以內 約10-20分鐘 約20-30分鐘 30分鐘以上
16. 希望在活動後獲得何種回饋(可複選)  
相關知識 實質贈品 人際關係 充實心靈 只是消磨時間 其他：\_\_\_\_\_
17. 是否聽說過台中慈德月老廟 是 否
18. 承上題，從何處得知台中慈德月老廟(可複選)  
不曾聽說過台中慈德月老廟 曾經路過 親朋好友  
網路文章 社群廣告 報章雜誌 電視節目 其他：\_\_\_\_\_

● 附錄二-2 調查結果



### 平常有無到廟裡拜拜的習慣

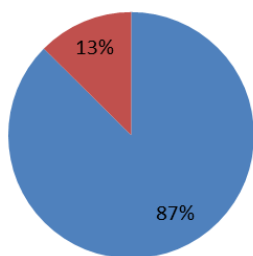
■ 有，每周約1-2次 ■ 有，每月約1-2次 ■ 有，幾乎每天  
 ■ 很少，幾乎沒有 ■ 無



### 廣告偏好問題

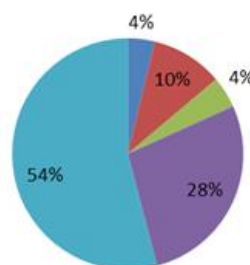
#### 平常多以何種裝置瀏覽FB

■ 行動裝置 ■ 桌面版



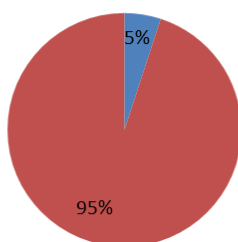
#### 多在什麼時段瀏覽FB

■ 11點前 ■ 11點~14點 ■ 14點~17點 ■ 17點~20點 ■ 20點以後



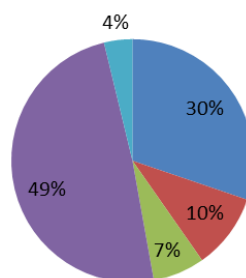
#### 瀏覽FB時最容易注意到何處的廣告

■ 右欄 ■ 動態消息



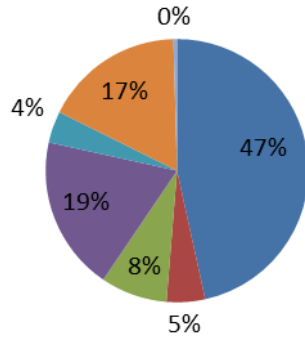
#### 較偏好何種FB廣告的呈現方式

■ 短片 ■ 微電影 ■ 輕影片 ■ 照片 ■ 其他



### 承上題，較偏好何種類型的廣告

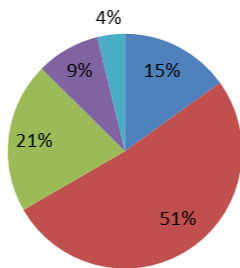
■幽默詼諧 ■互動式 ■文藝浪漫 ■資訊充足  
■懸疑奇幻 ■簡約圖文 ■其他



### 活動偏好問題

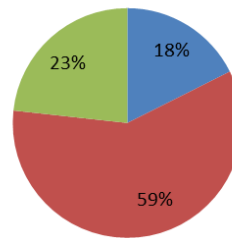
#### 較偏好參與何種類型的活動

■座談會 ■產品實際體驗 ■街頭隨機互動 ■闖關 ■其他



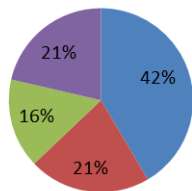
#### 承上題，願意參與活動的時間

■週一~五 ■週六~日 ■連假期間



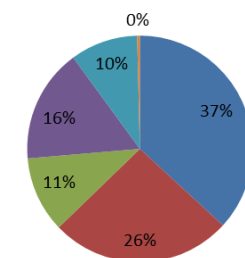
#### 對於有興趣的活動，願意花費多少時間參與

■10分鐘以內 ■約10~20分 ■約20~30分 ■30分鐘以上



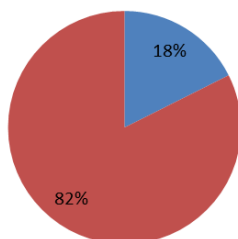
#### 希望活動後獲得何種回饋(複選)

■相關知識 ■實質贈品 ■人際關係 ■充實心靈 ■只是消磨時間 ■其他



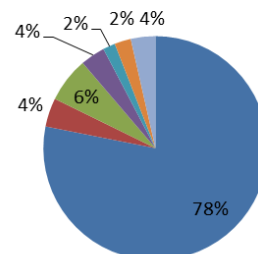
#### 是否聽說過台中慈德月老廟

■是 ■否



#### 承上題，從何處得知台中慈德月老廟

■不曾聽過 ■曾經路過 ■親朋好友 ■網路文章  
■社群廣告 ■報章雜誌 ■電視節目





● 附錄三：貼文圖集



月老家族-張仙大帝



月老日常-愛情石



月老好運箴言



月老小知識-月老郵筒



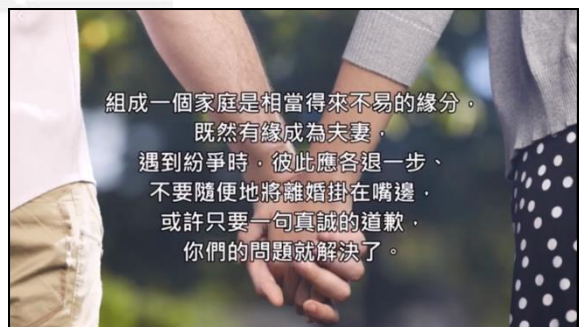
月老活動-有獎徵答



月老活動-參拜流程影片



月老開示



月老回顧影片



月老活動-我的慈德我來拍



月老活動-得獎名單



月老日常-月老傳奇典故



月老日常-供品介紹



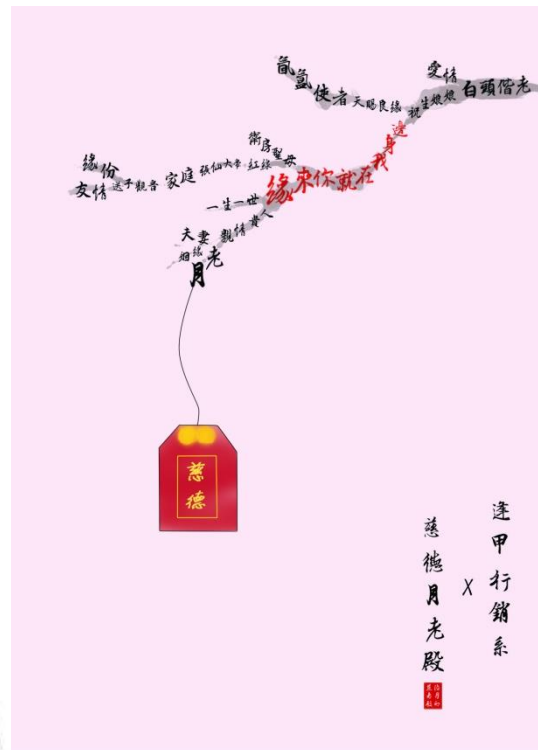
月老日常-中秋賀圖.gif



月老運勢.gif

● 附錄四：慈德月老殿形象海報設計

由能代表慈德月老殿的特色為發想，最終決定以殿中的姻緣樹以及姻緣袋為素材，結合受眾喜愛的簡約風格，繪製而成，另外為了增加海報的立體感，本研究團隊手工製作了圖中的姻緣袋並懸掛於海報上，期望藉此更加完整地呈現出本研究團隊的主題以及特色。



● 附錄五：粉絲互動及回饋

粉絲詢問殿內資訊

那請問結要問事、費用是需要收費多少呢？

拜拜需要準備什麼東西嗎？

月老師父親自下凡嗎？

請問求籤要幾個聖杯？

不好意思 請問跟月老問事是每天下午4點開始都有嗎？謝謝！

請問月老哪時有在問事

「網路攝影活動」粉絲回饋

你們好

👏我的慈德我來拍👏的得獎者

謝謝你們舉辦這個活動～辛苦了!!!

很開心作品能被放在月老殿展示🥰🥰🥰

您好~~~

我是第三名的得獎人~~

謝謝你們辦了這麼有意義的活動~很榮幸作品能被刊登在神聖的月老殿呢

● 附錄六：參考資料來源

註 1

<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5011501>)

註 2

<http://blog.xuite.net/wisdom19752005/wisdomlove0315/60961520-%E4%BA%BA%E7%94%9F%E8%81%B7%E5%A0%B4%E7%94%9F%E6%B6%AF%E4%B8%89%E9%81%93%E5%A4%A7%E5%9D%8E%EF%BC%9A%E4%BA%8C%E5%8D%81%E6%AD%B2%E3%80%81%E4%B8%89%E5%8D%81%E6%AD%B2%E3%80%81%E5%9B%9B%E5%8D%81%E6%AD%B2>)

註 3

<http://www.cyberangel.org.tw/thesis/2015/008.pdf>

<http://www.pollster.com.tw/report/95/index.htm>)

註 4

<https://www.thenewslens.com/article/49948>

註 5

<http://www.xn--cks32pqza3lb.tw/news-detail-470270.html>

註 6

氫氫使者 <http://news.ltn.com.tw/news/society/paper/1074467> 全台唯一

<http://news.ltn.com.tw/news/society/paper/1074467>

註 7

<https://www.thenewslens.com/article/49948>

註 8

<http://blog.xuite.net/aliorri/wretch/177984277-%E5%B0%8B%E6%89%BE%E6%9C%88%E8%80%81090129--%E5%8F%B0%E4%B8%AD%E6%85%88%E5%BE%B7%E6%85%88%E6%83%A0%E5%A0%82>

[http://blog.roodo.com/wendy\\_kang/archives/53068073.html](http://blog.roodo.com/wendy_kang/archives/53068073.html)

<http://www.xn--cks32pqza3lb.tw/index.html>

<http://www.xn--ckst9b23i2vbh02e.tw/index.html>

註 9

現代人關心的是眼前的事物，不太關心遙遠的未來；他們認為只要能掌握人生中最主要的幾件東西(如家庭、工作、健康等)，其他小事就問題不大了。所以談到宗教信仰問題，他們大多數人的反應都是：「宗教信仰對我沒啥用處。」事實上這些人不一定是理智上的無神論者，也未必是縱慾主義者。相反的，他們大多數是勤奮、循規蹈矩的成功人士。一般人皈依宗教的轉折點，往往是在他們的人生遭遇突發性事故的時候。因為無論是天災人禍還是感情、事業的打擊，都會使人強烈感受到人的有限與無助，因而促使一些人開始在宗教裡探索無限與永恆。皈依宗教其實也是一種人生觀的「模式轉移」。

<http://www.tktruelight.org/articles/article8.pdf>

註 10

不論是政局如何轉變，宗教仍是不離社會，是人們心靈當中很重要的一部分。人們心靈上沒有安定感，以致覺得生活沒有保障，生存沒有希望。

宗教發展和社會發展有著密切的關係，人類除了物質生活以外，必須還要有精神生活，

宗教讓人們在現世就能有心靈的依靠

<https://www.ctworld.org.tw/turn/lecture/b021.htm>

**註 11**

「宗教」在現代人的心目中，總以為是一種過時的「迷信」，或自我陶醉的對象。論台灣民間敬神的態度，一言以蔽之即「相當現實」，「靈驗」是人人所追求的敬神法寶，敬神方法可謂是一種「交替神主義」(Kathenotheism)，一般民眾需要一種絕對依賴的信仰對象

民間宗教在現代生活中也有好處的一面，即擔負著「文化認同」的對象之角色。

「宗教」仍然是現代人最需要的精神糧食

<http://taiwanus.net/church/index4/201105272347551737.html>

**註 12**

月老文化為歷史悠久的傳統信仰，如今政府積極與相關單位合作保存並推廣這項優良傳統

<http://tnaf.tnc.gov.tw/news.php?id=20170017>

<http://tpecitygod.org/hot-news1020201.html>

**註 13**

晚婚族增加：據內政部統計，2016 年台灣男女初婚年齡創新高，因為許多環境因素（例：上班族拚事業）而忽略愛情與婚姻生活，更容易依賴拜月老、聯誼相親等外在力量的幫助。

年 別	結婚年齡中位數及平均數											
	按發生日期統計											
	年 齡 中 位 數						年 齡 平 均 數					
	男	女	初 婚		再 婚		男	女	初 婚		再 婚	
男			女	男	女	男			女	男	女	
民國100年 2011	32.2	29.6	31.4	29.0	42.8	36.3	33.6	30.6	31.8	29.4	44.2	38.2
民國101年 2012	32.4	29.9	31.5	29.2	43.0	36.7	33.8	30.8	31.9	29.5	44.4	38.6
民國102年 2013	32.6	30.2	31.7	29.4	42.9	36.9	33.9	31.0	32.0	29.7	44.4	38.7
民國103年 2014	32.7	30.5	31.8	29.6	43.3	37.2	34.1	31.2	32.1	29.9	44.7	39.0
民國104年 2015	32.8	30.6	31.9	29.7	43.3	37.7	34.2	31.4	32.2	30.0	44.6	39.4
民國105年 2016	33.0	30.7	32.0	29.7	43.5	37.9	34.4	31.5	32.4	30.0	44.9	39.5

內政部戶政司 編製

<http://news.cnyes.com/news/id/3822957> 晚婚趨勢持續蔓延，春天會館實體聯誼創造配對機會

<https://udn.com/news/story/9/1833825> 晚婚族暴增 聯誼公司擬闢晚年聯誼

**註 14**

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20170312/1074540/>

**註 15**

多數年輕人無深入了解拜拜文化，也不懂拜拜的流程，再加上 E 世代更少接觸宗教、環保議題興起等因素影響，使得現代年輕人較無拜神習慣，勢必讓各大廟宇香火萎縮。

<http://boylondon.pixnet.net/blog/post/92748937-e%E4%B8%96%E4%BB%A3%E4%B8%8D%E6%84%9B%E6%8B%9C%E6%8B%9C-%E5%AE%AE%E5%BB%9F%E6%86%82%E2%80%A6> E 世代不愛拜拜

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20160817/930917/> 如果是未來的一輩，還會想要普渡拜拜嗎，還是就不拜了？

新舊世代的大學生，愛情觀念大不同！台北醫學大學調查指出，相較於十四年前的大學生，新世代大學生女權意識高漲，不僅愛情觀務實、浪漫指數也下降，只有不到兩成大學生，願意相信「愛情比麵包重要」。

情侶分手主因，舊世代大學生通常是因個性不合，新世代則是沒感覺就說掰掰。

新世代女性意識抬頭，反映出性別教育的成功；與傳統不同的是，男大生比女大生癡情。中山醫學大學校長賴德仁表示，新世代大學生的愛情觀已跳脫性別刻板印象，如認同「女性可主動追求男性」者明顯增加，女大生認為「獨立自主」是新好女人的第一要件。

新世代愛情觀的改變可能導因於 5 大方面：

1. 臉書大眾化：戀情公開，失戀面子問題大；
2. 生活戲劇化：動漫戲劇夯，價值混淆；
3. 價值多元化：同志、姐弟戀接受度增加；
4. 情感脆弱化：因情自傷傷人新聞層出不窮；
5. 觀念偏差化：「小三」合理化、「小開」英雄化。

<http://linuxyeo.pixnet.net/blog/post/288477863-%E6%84%9B%E6%83%85%E6%AF%94%E9%BA%B5%E5%8C%85%E9%87%8D%E8%A6%81%EF%BC%9F%E5%85%AB%E6%88%90%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E7%94%9F%E4%B8%8D%E7%9B%B8%E4%BF%A1%3B-%E6%96%B0%E4%B8%96%E4%BB%A3>

<https://www.peopo.org/news/304875>

<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5000893#>

#### 註 16

網路世代發達，點燈、求籤都可以利用網路完成 <http://paulstar.myweb.hinet.net/>

#### 註 17

受政策、社會及價值觀改變等影響，年輕人更傾向於不婚不生不育，寧可花時間與金錢在投資自己身上，此現象勢必會大大衝擊婚姻、幼保等產業的發展。

<https://news.tvbs.com.tw/life/653654> 不婚是最好投資自己的方式，也才有機會能成功創業

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20160406/832334/> 「2 低 4 高」的殘酷讓 7 年級不婚不生

<http://www.iatepe.org.tw/magazine/202-1.htm> 台灣邁入少子化社會兒童、青少年為主的產業受重大衝擊

#### 註 18

現代人為事業奔忙，因此將自己終身大事延遲

過於強調男女平等，女男平等之下，婚姻制度已大大改變，婚姻價值觀已難與農業社會相比，夫妻同床異夢，各取所需，甚至於早上結婚，下午離婚之事件

大學生愛談「速食愛情」，很容易被劈腿；第二是，父母過於干涉，第三是遠距離如何維繫。

受資訊科技影響，通訊軟體發達，「隨時可以認識新朋友」，人跟人之間永遠都會有新花樣，反成當代愛情困境。

<https://udn.com/news/story/9/2371336>

#### 註 19

<http://skyvul394.pixnet.net/blog/post/286369732-%E3%80%90%E5%8F%B0%E4%B8%AD%E3%80%91%E6%A8%82%E6%88%90%E5%AE%AE%E6%8B%9C%E6%9C%88%E8%80%81%E6%B1%82%E5%A7%BB%E7%B7%A3-%E6%9C%88%E8%80%81%E4%BA%BA%E6%B0%A3%E6%9C%89%E5%A4%A0>

**註 20**

<http://www.businessday.com.tw/article-content-80415-101443-%E7%82%BA%E4%BD%95%E8%A6%81%E6%8B%9C%E6%8B%9C%EF%BC%9F>

**註 21**

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20170427/1106350/> 交友軟體

<https://udn.com/news/story/9/2382179> 婚友社



## ● 附錄七：事前準備資料

### 附錄 7-1

## 男女愛情觀差異

男人和女人是兩個完全不同的物種，對待愛情，他們的觀點也可以截然相反。不得不說男女的愛情觀差異實在太大，女人無法理解男人為什麼看不懂眼色，男人也不明白為什麼女人喜歡斤斤計較，總之想要愛情順利你就必須瞭解男女愛情觀的幾大差異。

### 1. 男人比女人更以被外貌吸引。

長得好看的人總是具有較強的吸引力，但是男人比女人更容易受外貌影響，所以對對方的判斷能力就相對女人弱一些。

### 2. 男人更容易陷入情網。

心理學家做過這樣一個調查：研究者對青年男子和青年女子做了一項「浪漫愛情的測驗」，發現四分之一以上的在4天之內就匆匆地愛上了某個女子，但是同樣情況的女子只占15%，也就是說一個男人可以做到匆匆愛上一個女人，但女人往往考慮的更多。

### 3. 女人對待愛情的態度更實際。

男人認為，戀愛就應該是浪漫的、狂熱的，他們通常不會考慮到未來的發展，但女人總是會不自主的打算自己的將來，實際的考慮環境以及經濟狀況。

### 4. 女人容易被甜言蜜語迷惑。

在墜入愛河以前，女子的重重考慮比男子多，但在墜入愛河後，卻更容易輕信對方。有人說，陷入熱戀的男人，一半是理智，一半熱情；而陷入熱戀的女人，全部都是熱情，有時就不考慮其他問題了。

### 5. 女人承受失戀的痛苦較強烈但持續時間短。

失戀後的女人在短時間內會表現的非常痛苦，但當她們想明白後就會徹底痊癒，不過失戀的男人先是表現的很平靜，一段時間後會越來越消極。

### 6. 愛情只是男人生活中的一部分。

在戀愛階段，愛情似乎是男子生活的全部，而在婚後，愛情只是男子生活的一部分，而且這一部分往往小於事業。可是女子則可能恰恰相反，愛情在婚後所占的比重有時比戀愛時更大。三是在婚後愛情變異的可能男子比女子為大。

### 7. 男人容易升火過熱

在戀愛交往過程中，男人往往表現得更加狂熱，而且「愛情的溫度」一下子會升得很高；可是多數女人卻喜歡「溫熱」，要求適度，過「熱」的愛情反而可能使她們有顧慮。

### 8. 男人主動「性」較高

在戀愛中，男人更容易產生性衝動，從而提出性要求。女子在這方面一般不處於主動地位，並有自然的抗拒心理；但是如果屈從了一次，以後就會依附於對方。



## 現代人對愛情的普遍看法

古典愛情觀認為：「愛就該天長地久」、「永恆不變」

現代愛情觀認為：「不在乎曾經擁有」，現代人卻認為愛情要夠激烈、講感覺、玩的就是心跳。

現代人時時都有可能遭遇愛情，故此他們認為兩人關係的長短已不再重要，最重要是及時行樂。經常轉換男女朋友反而對人證明自己具有吸引力，所以有些人會到酒廊、夜店尋找異性和性伴侶，追求一陣子的歡愉。

### \*追求現實的愛\*

早年頭提倡「自由戀愛」，那時只要情人說出「山盟海誓」的情話，如：「我日後會好好照顧妳」、「愛妳至死」……戀人們大概已醉倒其中。他們相信「口頭承諾」，只要一夕話，無論對方富有貧窮早已不再重要，兩人一起生活亦很滿足。時勢使然，人人抱持「天涯何處無芳草」的心態，擇偶條件比從前多了。現代愛情觀總體上趨向務實、理性和帶有享樂色彩。現代人在經濟社會動盪的環境下，總渴望得到一份具安全感的愛，長長久久地給自己慰藉。到了21世紀，一切被改變，社會價值觀改變著個人的人生觀，個人的人生觀改變了愛情觀。

### \*主動出擊(女追男)\*

現代人崇尚個人主義，在社會要生存就得不斷與人競爭，戀愛亦不例外。因應社會潮流，人追求愛情就變得主動和競爭化。男性主動追女性不再是專利，反而女性比男性更主動。人們認為向對方表白至少有機會被接納，默不作聲恐怕連機會也沒有。故此，現代人的暗戀期大多不會太長，短時間內會向對方直接表示有好感。「主動出擊與人競爭」正是追求異性的新觀點，若表白後不被接納亦無謂浪費時間於同一個目標身上，另覓新對象。

### \*現代人極愛自己\*

社會上有八種普遍對愛情的態度如下：

1. 極度自私，凡事只考慮自己的利益
2. 惟利是圖，金錢第一，認錢不認人
3. 好奇心強，與多位異性立性關係以滿足一己的好奇和性需要
4. 對戀愛有不安全感，經常懷疑伴侶
5. 自卑，覺得配不上任何伴侶，對愛情採取消極態度
6. 害怕被對方傷害，在伴侶付出感情之前不輕易付出和投入關係
7. 享樂主義，認為戀愛要激烈，不計較關係歷時長短
8. 經常把伴侶的問題當成自己的問題，過於包容對方，弄得自己筋疲力竭

以上八種心態有一個共通點：極愛自己

愛情在時代變化下的新面貌

每個人都對期待愛情，但期待中又帶著怕受傷害的心情，面對多采多姿的花花世界，任誰都希望在愛情世界中可以是完美的、唯一的、幸福的，但現代人的愛情模式又真正是如此嗎？

從心理學角度分析，現代人的愛情到底長什麼模樣？

愛情到底是什麼？每當問出這個問題，10個人可能有著11種不同的答案，而這中間的差異

就是愛情的美妙之處，就學術理論分析來說，以心理學與社會學描述愛情的領域最多，有些學者會描述愛情的元素、要素；有些學者則會以愛情的形式來分類；有些學者則以不同的角度分析愛情產生的原因；還有學者以愛情的歷程與可能產生的狀況來解釋。當然，每一種都是對愛情的說法，沒有對與錯，因為「愛情就像一團謎」，而這團謎卻迷濛著從古至今的人們，大家看的角度不同，愛情對每個人心理的感受就不同。

選擇以一種朝向個人內在、自我延伸的角度說明，「愛情是一種自我療癒與自我成長的過程，愛情中的伴侶就如同人們的鏡子一般，照出自我。」

#### **\*愛情就是與自己談戀愛\***

在愛戀吸引的過程中，是否會發現，總是有某些種類的人、或是有著某種特質的人，最容易吸引你，套一句現代人的說法「這是不是我的菜」。如果成長過程中，缺乏父愛的女孩，很可能容易受到像父親般的男性所吸引；有些文靜的人很欣賞別人的活潑，很有可能就特別喜歡上開朗活潑的人，這就如同利用愛情來彌補人們內心渴望的部分，彷彿愛上鏡中的自己一樣。

愛情不是現今產物，自有人類以來，就有著愛情的產生，而現代人的愛情又有什麼不同呢？

#### **現代愛情的三大特色：快速、多樣、維持不易。**

##### **\*快速\***

現代人的交友網路發達，觀念也比以往開放，表白後進入交往的速度都比以往快，而且過於重視表面，沒有太多時間去沈澱彼此心情，甚至有著「合則來、不合則去」的態度，使得愛情關係中少了慢火、燉熬、深化的過程。

##### **\*多樣\***

網路資訊發達，每個人所接觸的環境差異大，且變動快速，很多人對愛情的觀念、需求與態度都會因為環境而有所變化，因此當兩個人碰在一起時，很有可能產生了多樣化的愛情關係，如：蜻蜓點水式愛情、腳踏多條船愛情、乾柴烈火式愛情、天長地久式愛情、友伴式愛情、網路虛擬愛情等等。

##### **\*維持不易\***

看似物質豐富的現代社會，其實生活大不易，因而造成愛情關係的維持也有困難，可能領乾薪的上班族有著養家的壓力、工作壓力大，也可能造成情緒不穩定，種種的生活壓力都會讓愛情受到考驗，甚至愛情與麵包的選擇題又會再度浮出檯面，加上地球村的工作環境，可能面臨外派工作，遠距離的愛情又充滿了更多困難。

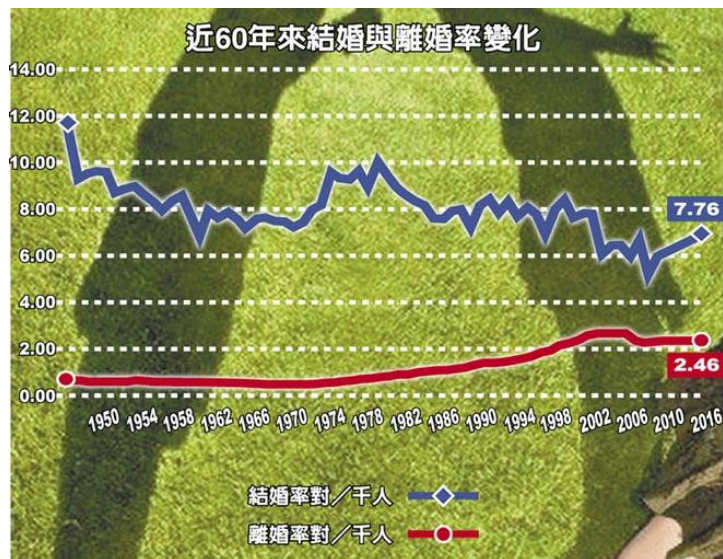
##### **\*沒有理想中的完美，只有相處的圓滿\***

理想的愛情大家都想擁有，但很實際的說：「沒有絕對完美的愛情存在，任何一種關係，都是一段連續的歷程，歷程中有各種起伏、挑戰、有笑有淚、各種情緒，不會無時無刻都是快樂的。」

所謂的理想愛情是指個人在關係中感到滿足、自在、愉快、圓滿，而想要擁有這樣的愛情，有些共同元素：雙方有平等地位，能夠互相尊重、欣賞與包容；雙方特質有相似，能夠相互理解與欣賞，並從中建立共同興趣；雙方也要有相互補之處，可以擴充彼此的視野，彌補自己的不足；要能同時愛自己也愛對方；最後要能夠有良好的溝通，讓溝通不只是生活事件傳達，還包括想法、感覺、心靈溝通等，讓兩人同步成長，才是維持長久關係的重要關鍵。

**\*內政統計通報-104年我國全年離婚率分析\***

[http://www.moi.gov.tw/files/news\\_file/week10523.pdf](http://www.moi.gov.tw/files/news_file/week10523.pdf)



**\*2017中國城市離婚率十強榜：**

- 北京--離婚率39%
- 上海--離婚率38%
- 深圳--離婚率36.25%
- 廣州--離婚率35%
- 廈門--離婚率34.9%
- 臺北--離婚率34.8%
- 香港--離婚率33.8%
- 大連--離婚率31%
- 杭州--離婚率29%
- 哈爾濱--離婚率28%



## 離婚十大主因

### #網路溫度計

現代社會的家庭觀與感情觀越來越傾向個人主義，傳統委曲求全的壓力不在、個人在婚姻中的自主權也逐漸抬升，而這些都是現今台灣離婚率越來越高的時空背景。

臺灣目前平均每10分鐘就有一對夫妻離婚，離婚率不但高居亞洲第一，甚至已經躍升成了世界第三，算是離婚率超高的國家。(2014年…?)女性能夠走向財務自主當然是主要理由，但是沒道理女人賺飽飽之後就想要離開男人吧?!追根究底，兩個人會走向離婚一途，還是有一些破壞兩人感情的核心因素，究竟哪些原因是婚姻的毒瘤、讓佳偶變怨偶、最終只好選擇離婚一途呢?

### 一，外遇

登上離婚理由第一名的，就是「對感情的背叛」!外遇絕對是婚姻關係中最不可饒恕的一項錯誤，不論男女，在發現另一半竟然在外頭有小三的時候，那椎心刺骨的痛楚勢必讓許多人根本無法在這段婚姻中繼續走下去!

其實不論是逢場作戲還是一時意亂情迷，外頭的誘惑雖然多，但是在傳統一夫一妻制的感情觀之下，另外一半願意與你訂下婚約，就是一個「此生只屬於你」的承諾，若是被背叛了讓人情何以堪呢?特別是外遇通常還包含了欺騙，更是讓人難以忍受!

### 二，沾染惡習

如果自己的另一半沾染惡習卻始終無法戒除，的確會讓這一段婚姻變成黑白的而讓人十分絕望!

舉凡是菸癮酒癮，或多或少都對健康有些不良影響;更別說是有賭博嗜好，更是很有可能變成無底洞的吸錢坑，拖垮家庭的經濟;要是染上的是毒癮就更可怕了，基本上拿錢回家是不可能了，家裡賺再多也不夠買毒品，而且沒了健康、沒了理智、很快的也就沒了感情了。

這也是為什麼沾染惡習會成為離婚原因的第二名了!根本就讓這段婚姻關係變得毫無希望啊!這樣有怎麼走的下去呢?

### 三，家庭暴力

能夠比口出惡言更悲劇的，大概也就剩動手動腳了!對自己的另外一半家暴，絕對是一等一的婚姻破壞者，而且留下的絕對不只是肉體上的傷痛，內心的恐懼與絕望更是難以磨滅的傷痕!

其實面對情緒會無法控制而動用肢體暴力的另一半，或許離婚反而變成是一個好選擇，婚姻並不應該變成是一個人痛苦的枷鎖，雖然在婚姻之中每個人都應該要努力去維持這段關係，但是保護自己有時是更加重要的!如果遇到婚姻的另一半有家暴的行為，也請盡快撥打家暴專線113，勇敢站出來吧!

### 四，惡言相向

有話，好好說。許多的美好感情都是葬送在吵架時的情緒話語上，各種尖酸刻薄的氣話往往傷人傷進骨子裡，埋下了想要離婚的種子。

有時候兩個人相處久了，一膩起來就是會什麼事都看不慣，再加上嘴巴若是很會挖苦人的，酸起來真的是不折不扣的「感情殺手」，其實多想想婚姻中甜蜜的部分，有時很快的

氣也就消了，少說兩句或許一切就不會這麼糟！避免口出惡言，絕對保護婚姻的一大關鍵！

#### **五，教養小孩方式不一樣**

生不出小孩可能導致離婚，有了小孩之後婚姻關係可能也不一定就比較幸福！管教小孩的方式不同，竟然也是離婚的一大主流原因！

從小時候要不要學才藝、上貴族幼稚園、到底能不能打能不能罵、會不會太寵溺、要給多少零用錢、幾歲能交男女朋友、要念文組還理組...舉凡小孩人生的每一個決定，都能讓夫妻吵到翻臉想離婚！其實家長有時真的不用操這麼多心啊，而且因為孩子的事情而鬧到感情破裂，孩子的壓力和自責感應該很大吧？

#### **六，感情越來越淡**

人家常說「時間會沖淡一切」，有時沖淡的不一定是仇恨，浪漫與激情也是會隨著日子一天一天過，而漸漸的變成無感而冷淡的兩個人。

許多夫妻婚後仍然各自擁有自己的工作，甚至交友圈也不一定重複，忙碌的日子日復一日，發現即使同住一個屋簷下，每天也不一定能夠和自己的枕邊人說到幾句話，日子一久，原本的熱情就只剩下淡如白開水的關係，也因此成為了離婚的高風險群！

#### **七，生不出孩子**

在以往民智未開之時，夫妻生不出孩子，通常都被怪罪成是女方的肚子不爭氣，此時男人變成外遇有理、納妾有理、甚至休了正宮都有理！真是有夠沒天理.....

時至今日，雖然夫妻生不出孩子已經被醫學證實男方也是有責任的，但是不論是男方的問題還是女方的問題，生不出孩子就仍然是婚姻的一大問題！

對於無法生育這件事，仍然有不少夫妻認為是影響婚姻是否能夠存續的一大原因，其實換個角度想，養小孩這麼花錢，把時間心力省下來花在夫妻兩個人身上，難道感情不會比較甜蜜嗎？

#### **八，年華老去、身材走樣**

人都會老，為了面容外表或是身材不在吸引人而離開實在是讓人很沮喪的一件事，不過人類就是如此視覺的動物，不論男女都曾表示因為另一半的外在不再吸引人而決定離婚。

或許沒有人能夠抵擋時間的摧殘，不過或許在身材走樣背後，對自己的怠惰與健康的流逝也是讓另一半放棄你的原因吧？

#### **九，金錢觀不同**

用錢的方式不同，的確是家庭的一大惡夢，雖說奢侈奢靡奢華的消費習慣實在是要人命，但是東摳西省這也不能買那也不能花的日子，也會讓人質疑賺錢要幹嘛？！

所以如果兩個人金錢觀不同，甚至為此開始嫌棄對方(特別是嫌棄對方賺錢賺太少！致命傷啊啊啊！)，基本上感情就很難維持下去了！

#### **十，性生活不協調**

說出來害羞，不過臺灣法律有規定，結了婚之後性對象可是只能是一個人的！如果用起來不適合，可是完全沒得救！舉凡是男的滿足不了女的、女的不能滿足男的、頻率不能配合的時間長度不能配合的地點不能配合的.....，通通都是可能造成離婚的原因！

## 同性戀基本定義

同性戀又稱同性愛，是性取向之一，是指只對同性產生愛情和性欲的人，具有這種性取向的個體被稱之為同性戀者。這也是人類多元化發展的一種具體表現。

同性戀是天生的還是後天的？

過去科學家利用DNA檢測發現70%同性戀者經由遺傳而來，間接證明同性戀者是由與生俱來的基因決定，掀起科學界一遍嘩然。不過最近的一項科學卻推翻先前的結論，承認過去的研究草率，並未參考其他指標數據。

去年，英國《衛報》刊登「同性戀基因：科學證明人們生來如此」相關報導指出，科學家利用「表觀遺傳學」檢測方式，將同性戀及變性導向遺傳學，向外界證明性傾向是與生俱來。不過，根據美國科學期刊《新大西洲》最新一期秋季刊針對「性向與性別」的報告結論中指出：「沒有足夠的證據表明異性戀、同性戀或跨性別者擁有先天固定的性傾向。」深入研究後做出結論：「我們對異性戀及同性戀的大腦進行研究時，確實可以找出一些不同，但並不能篤定聲明性向是由特定基因所造成。」科學家進行調查後，認為外在環境及心理因素影響更甚於天生。

研究指出，童年有同性戀、雙性戀性傾向的男性，在成長過程中有80%成為異性戀；然而小時候具有雙性戀傾向的女性，在成年後超過一半會只受男性吸引。

梅爾表示，沒有人從小到大的心理狀態都是固定的。

<https://kairos.news/53920>

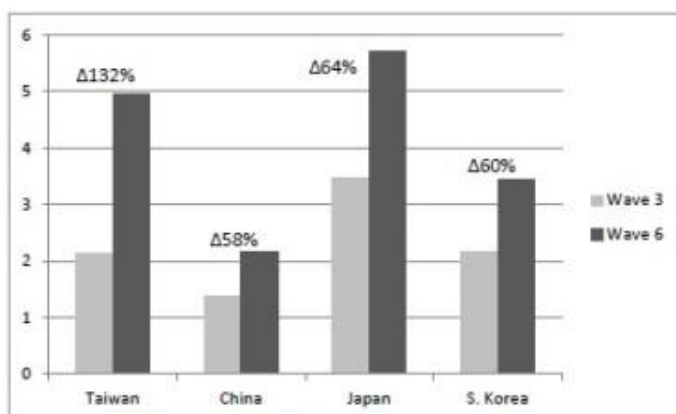
## 台灣真的對同志越來越友善嗎？

隨著同志議題的能見度越來越高，接納同志已成社會共識。

與1995年相比，台灣對同志的接受度大幅提高，成長了132%。其成長幅度與其他鄰近亞洲國家相比（中國、日本、韓國）是最高的。

Figure 1.

Mean scores and % changes on the 10-point tolerance measure for whether homosexuality is justified in the World Values Survey between Waves 3 and 6



Note: Wave 3 year by country: Taiwan 1995, China 1995, Japan 1995, Korea 1996; Wave 6 year by country: Taiwan 2012, China 2012, Japan 2010, Korea 2010

公眾對同志逐年友善與包容的態度，最主要是受世代交替的影響，其次是來自於世代內態

度變遷的影響。



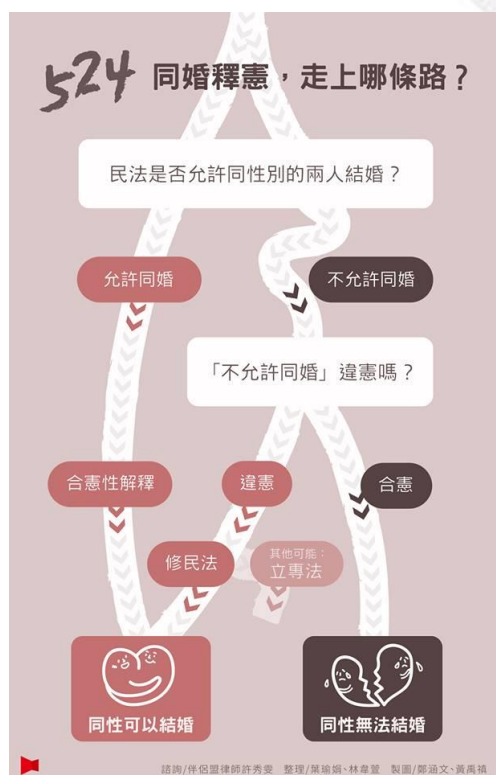
與時俱進的法律 ↓

民法違憲！臺灣將於兩年內實現同性婚姻合法化

2017/05/24

<http://mp.weixin.qq.com/s/-jgr5jcBg6WT6nN3ojmdeg>

兩個月前，臺北市憲法法庭進行了“亞洲歷史上第一宗同性婚姻釋憲案”的法庭辯論。今天，宣判結果：民法“禁止同婚”違憲！立法院需在兩年內完成相關修法，如兩年後未完成修法，同性伴侶則可以直接根據現行民法登記結婚。台灣將成亞洲首個同性婚姻合法化地區



附錄 7-2

## 為什麼不拜拜

### ● 新舊文化衝突

社會變遷快速，現在年輕低頭族少接觸宗教，網路帶來便利但也疏離，讓人精神生活空洞。龍山寺約6、7年前開始討論推出網路點香祭拜服務，但副董事長黃書瑋說，包括103歲人瑞董事黃春生在內，多人持反對意見，擔心信眾過度依賴網路，不會到場與人互動，難作心靈交流。（不過也有人表示：日本不是更依賴科技嗎？為什麼神社還是那麼鼎盛）

<http://boylondon.pixnet.net/blog/post/92748937-e%E4%B8%96%E4%BB%A3%E4%B8%8D%E6%84%9B%E6%8B%9C%E6%8B%9C-%E5%AE%AE%E5%BB%9F%E6%86%82%E2%80%A6>

### ● 覺得不環保

環保署長李應元表示，燒香燒金會產生空氣污染，呼籲民眾到拜拜時改用雙手合十展現無限誠心，或由主拜者一人燒香代表即可。

但有民眾表示，燒香燒金從小就養成信仰習慣，拜拜若不點香，整個感覺都沒了。

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20170123004931-260405>

綜合答案區：拜拜對大家的意義是什麼？

空氣汙染（事實上燒香拜拜並非主要空汙來源）

環境髒亂（滿地香灰與垃圾）

很麻煩 還要遵守各種規則和禁忌

無宗教信仰

相信事在人為，覺得拜神是在逃避

陋習、只是迷信（因為長輩很虔誠嚴謹，反而會使年輕人覺得只是過度依賴）

<https://www.ptt.cc/bbs/WomenTalk/M.1443259959.A.578.html>

## 為什麼要拜拜

### ● 文化傳承

「燒香拜拜是很麻煩沒錯，但我認為絕對不是陋習，一年花個幾小時燒香拜拜絕對比你每天掛好幾小時在PTT上有意義。」

閩南人對「拜拜」有著更深刻的理解，用他們話說：並非是祈求神靈的庇佑，而更多的是一種情懷或寄託，就像是默默的祝福是種心底樸素的呼喚，而非是迷信上蒼的禱告。

<https://disp.cc/b/654-5Tyg>

<https://kknews.cc/zh-tw/culture/aeymve6.html>

### ● 心靈上的慰藉

「我是覺得教會的一些活動看起來是蠻不錯的。像電影裡大家都會圍一圈互相分享一週來的事，感覺可舒緩心情！」



附錄 7-3

## 世界各地的宗教行銷

- 以佛光山為例說明體驗行銷

<http://ir.nkuht.edu.tw/retrieve/2373/08-047.pdf>

- 宗教型非營利組織的行銷策略

[http://www.lcis.com.tw/paper\\_store/paper\\_store/%E5%AE%97%E6%95%99%E8%A1%8C%E9%8A%B7-201641002158546.pdf](http://www.lcis.com.tw/paper_store/paper_store/%E5%AE%97%E6%95%99%E8%A1%8C%E9%8A%B7-201641002158546.pdf)

附錄 7-4

## 日本神社的行銷

神社最主要吸引人的為其背後歷史，特色建築，精緻木工雕刻，祈願靈驗度以及某些有特殊功能的景點等，例如清明神社的清明井能除病，厄運桃能去邪除惡等。而經營與維護一間歷史悠久的廟宇神社需要龐大經費，單靠日本政府的補助是不足以負擔的，為了維持運作，日本神社入場大多需付門票費，除此之外，日本神社也會開發各式週邊產品，運用包裝美學，商品寓意等行銷操作來吸引人潮參觀購買。

### 1. 精緻化門票



清水寺四季門票



三千院開院1200年紀念，往生極樂院天井天花板復原圖



金(銀)閣寺護身符門票

### 2. 社內需費用的各設施

→ 金閣寺平安鐘(200円敲一下)

→ 求神前先投香油錢

→ 某些寺院淨身水先投錢更有效(故事行銷)

### 3. 各式祈福寓意周邊商品

(開運水杯、蠟燭、繪馬、籤詩、茶各舉一個比較代表性的例子)

- 清水寺清水甘露碗

一個杯子，集觀音加持，平安京守護神之一的東青龍浮雕，不動明王梵文於一身，保佑你健康長壽家內平安，雖是塑膠材質卻非常細緻，表面還做成類似金箔的塗漆效果



- 金閣寺祈福蠟燭

蠟燭上寫有祈願字樣，多種選擇不同寓意，且價格便宜，很多人會買來點或是做紀念



- 晴明神社五芒星繪馬

桔梗印五芒星，象徵宇宙萬物的天地五行(木火土金水)，變成咒印後，具有封鬼鎮靈的強大靈力，為晴明神社的特點。



● 平野神社櫻花籤

平野神社境內櫻花之勝，拜殿舞台旁更有株百年魁櫻，因此平野神社社徽、御守、繪馬、籤詩都為櫻花造型



● 三千院 金色不動茶

名稱源自三千院金色不動堂，有抹茶跟紫蘇口味，內含金箔，再加上有佛寺的祝福以及精美包裝而受歡迎



4. 各式御守(特殊)



春日大社期間限定白鹿籤詩御守



日光東照宮御守(德川家康家紋)



金閣寺書包御守



御髮神社「櫛形守」

## 5. 各種吊飾、錢幣、轉蛋與紀念品



## 6. 各式神怪傳說

ex: 招財貓神社

貓化為正義替主人申張，為了悼念主人而建立此神社，供奉的神就是正義之貓。

主要祈求: 訴松必勝、商業繁榮、試驗、就職。



(供奉貓神)

參考資料

1. [http://www.lesson.com.tw/web/news\\_detail.php?TypeID=17&ID=22](http://www.lesson.com.tw/web/news_detail.php?TypeID=17&ID=22)
2. <http://brezel.pixnet.net/blog/post/14736407>
3. <http://blog.xuite.net/poyarobert/twblog/116763853-%E6%97%A5%E6%9C%AC%E9%80%A3%E7%A5%9E%E7%A4%BE%E5%AF%BA%E5%BB%9F%E9%83%BD%E5%BE%88%E6%9C%83%E6%90%9E%E8%A1%8C%E9%8A%B7>
4. <http://basslee.pixnet.net/blog/post/48441900-%E3%80%90%E4%BA%AC%E9%83%BD%E3%80%91%E4%B8%96%E7%95%8C%E6%96%87%E5%8C%96%E9%81%BA%E7%94%A2%E3%80%82%E9%87%91%E9%96%A3%E5%AF%BA>
5. <http://blog.fashionguide.com.tw/9574/posts/174040-%E4%BA%AC%E9%98%AA%E8%87%AA%E7%94%B1%E8%A1%8Cday3%E5%AF%BA%E7%86%A0%E7%86%A0%E9%96%83%E4%BA%AEvs%E4%BA%AC%E9%83%BD%E8%BB%8A%E7%AB%99%E7%A7%91%E6%8A%80%E6%96%B0%E6%BD%AE%E7%9A%84%E8%A1%9D%E7%AA%81%E4%B9%8B%E7%BE%8E>
6. <http://vivi333kiki.pixnet.net/blog/post/239244394-%E3%80%90%E6%97%85%E9%81%8A%E3%80%82%E4%BA%AC%E9%83%BD%E3%80%91%E5%A4%A7%E5%8E%9F%E2%80%9C%E4%B8%89%E5%8D%83%E9%99%A2%E2%80%9D%E9%87%91%E8%89%B2%E4%B8%8D%E5%8B%95%E5%A0%82>
7. <https://solomo.xinmedia.com/matcha/92558>
8. <http://marukoharuko.pixnet.net/blog/post/57170493-%E3%80%90%E4%BA%AC%E9%83%BD%E8%B3%9E%E6%AB%BB%E3%80%91%E6%97%A5%E5%87%BA%E3%80%82%E9%81%8A%E6%A8%82%E3%80%82%E8%B3%9E%E6%AB%BB%E5%8E%BB%EF%BD%9E%E5%B9%B3%E9%87%8E%E7%A5%9E%E7%A4%BE>
9. <https://solomo.xinmedia.com/jessywu/113219>

附錄 7-5

## 月老典故

### ● 前言

月下老人，又稱「月華真君」，簡稱月老，尊稱為月老爺、月老公，是道教的神祇之一，為掌管男女婚姻之神，相傳為「媒神」。形象常被塑造成白鬚多鬚，臉泛紅光；左手持著姻緣簿，右手拄著拐杖。關於月老的紀載最早出現於唐代，也因此能夠看出唐代對於「門當戶對」的觀念已經淡化，更重視「前世註定今生緣」，台灣諺語云：「姻緣天注定，不是媒人腳賢行。」（意即男女結合皆天注定，非媒人可勉強撮合。）

### ● 故事

曾有一杭州年輕人名為韋固，有一日他在宋城的客棧留宿，在月光尚未落下之時，他發現不遠處有個老人坐在台階上藉月光看著書，他好奇向前攀談，談話之中發現老者並非凡人，原來是幽冥界主管凡間婚姻的官吏，後來韋固就試著詢問了下來他的命中注定之人是誰，隔天老者就帶他到菜市場中看見了一位盲婦手中抱著的三歲女嬰，說「她懷中的女孩兒就是你未來的妻子。」，韋固見女孩醜陋便命人殺掉女孩，沒想到他的下人刺中女孩眉心後就趁亂逃跑，而後韋固的求婚路一路不順遂到十四年過後，後刺史王泰欣賞韋固，則認他為官並將自己17歲的女兒許配給他，新婚之夜韋固看見新娘眉間貼著一塊花細（就是古代女子會貼在眉間和臉上的一種花瓣裝飾），一問之下才發現那是當年他所刺殺的3歲女孩，幾番確認過後，新娘與韋固更加確信了前世姻緣這一件事，因此怨恨一筆勾消，更加的恩愛。

後這故事流傳開後，這為神仙的名號逐漸為人所知，因為韋固在月下遇見他，故稱「月下老人」，人們也開始信奉起他，當年遇見月老的客棧也被稱之為「定婚店」。（現在杭州因是定婚店所在地，因此此處的月下老人祠特別出名，並有一副對聯：願天下有情人終成眷屬，是前生注定事莫錯過姻緣）

### ● 與月娘的差別

月娘是來自於元雜劇《西廂記》中的一位丫環紅娘，因她極力促成其小姐鶯鶯與張珙，也因她活潑伶俐與助人為樂的精神，受到世人喜愛，因此「紅娘」一詞成為媒人的代名詞傳開。而月老是神，以神力連結雙方；月娘是人，以智慧連結佳緣。

## ● 月老的法寶

(有一些廟宇會提供名為「緣分」的香粉=緣粉，取緣分的諧音祈求緣份早日到來)  
月老有兩件法寶→婚牘與紅線，婚牘又稱月書，只要被記入婚牘，或是被紅線繫在一起的姻緣，絕不可能改變=千里姻緣一線牽。

相傳每年農曆七月七號(七娘媽，也就是織女生日)，七娘媽會將凡間到適婚年齡的男女名冊上報天庭，由月老審核雙方相性後編列婚牘，再來會依據名冊的男女親手塑造男女土偶，並用月老囊中的紅線將配對的男女土偶腳繫在一起，但是因為月老沒有助理所以當人偶遭到損壞，工作繁忙之際會將重新整理好的土偶隨意湊合送入「配偶堂」，因此會有怨偶的產生。

### 紅線綁小指的由來

中國民間習俗，訂婚時需由男方尊長為女生戴上繫有紅線的戒指，就是月老配婚的工具。

通常的認知：

原本中國綁在腳上(如上面資料所述)，到日本後就變成綁在手上(因為日本以勾小指為誓言的象徵或是心中立，其中之一就是日本古代會將切下的小指當作相愛的證據)

參考資料：

<http://boylondon.pixnet.net/blog/post/46814018-%E3%80%90%E5%BA%9C%E5%9F%8E%E5%9B%9B%E5%A4%A7%E6%9C%88%E8%80%81%E5%BB%9F%E3%80%91-%E7%9C%9F%E6%84%9B%E4%B8%8D%E6%B1%82%E4%BA%BA-%E6%96%AC%E5%B0%8F%E4%B8%89-%E6%B1%82%E6%A1%83>

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%9C%88%E4%B8%8B%E8%80%81%E4%BA%BA>

<http://daystar99.pixnet.net/blog/post/381211031-%E6%9C%88%E8%80%81%E5%A9%9A%E5%A7%BB%E4%BD%BF%E8%80%85-%E5%8D%83%E9%87%8C%E5%A7%BB%E7%B7%A3%E4%B8%80%E7%B7%A9%E7%89%BD>

<https://kknews.cc/zh-tw/emotion/l8xmpj9.html>

<https://kknews.cc/news/z8zol3.html>

<https://kknews.cc/news/xzn3vng.html>

<http://www.fivedream.com/page1.aspx?no=221285&step=1&newsno=15679>

<http://blog.udn.com/imperfect717/3163883>

<https://www.plurk.com/p/m2pmhu>

<https://www.lightnovel.cn/thread-158785-1-1.html>

● 附錄八：組員心得



行銷四乙 林筱惠 D0308304

雖說經營粉專不是第一次，可是卻是第一次接手「正式」的粉專，從要如何吸引新客群達到轉型的目的到要如何平衡與舊客群的互動，就是一個大考驗了，更不用說後期的網路活動，每天都在擔心成效會如何發展(汗)。要掌控粉專真的也是很簡單，中間經過了很多堪稱「離奇」的波折，需要每周每周的調整才行(笑)這次的專案過後讓我深深發現，當小編真的不容易啊～

在此謝謝願意讓我們多方嘗試的業者、給予我們許多建議的老師、還有每個願意一起奮戰的組員們，辛苦了^^

行銷四乙 費思瑄 D0379298

眨眼間三個月就過了，從開始接手粉專到終於完成期末報告，很開心大學的最後一個專案能跟你們同組，尤其是筱惠總是不斷的督促著大家，真的是個很棒的組長！在這個專案中除了得知自己在美編和電腦軟體應用方面多麼不足之外，還有心境方面，時間越到後面越覺得沒有當初的熱情拚勁，如果把它比喻成一場馬拉松，那你們就是陪我一起跑向終點的夥伴們，我愛大家！







### 行銷四乙 林佩瑩 D0379360

一轉眼，畢業專題也將結束，感謝熱情的廟方，提供我們這次學習的機會，還有總是會給予我們建議與幫助的老師，謝謝您們。

而在這次的專案中，我非常慶幸有一群很棒的組員，彼此提攜，一同經營粉傳與舉辦活動，這幾個月的時間裡，我意識到了自己在分析與交際上的不足，當然，在學習方面也收穫不少，感謝組員們的包容與愛護，做了最好的榜樣讓我學習，你們最棒!!愛你們!

### 行銷四乙 吳若瑀 D0379271

這次我在粉專經營主要是擔任撰寫貼文的工作，我總是戰戰兢兢地反覆修改內容，深怕一個錯誤的資訊或一個不合適的語氣會讓粉絲不開心，而看到有粉絲分享貼文或是與小編互動我會覺得很感動，因為那代表著我們的想法被粉絲肯定且接受了。這次的專案對我來說很不一樣，不僅是第一次挑戰較無形的商品，也是第一次直接與業者洽談企劃，感謝月老殿給我們這個機會，願意讓我們嘗試各種不同的粉專經營模式，也謝謝老師的指導與組員的合作，有幸能於畢業前完成如此具有意義的任務。





**行銷四乙 張雅昀 D0379313**

很高興這次能跟慈德月老殿合作，廟方非常熱情，每次我們到廟裡都會送我們一些點心，而且廟方也非常積極配合我們，這次合作非常的愉快。

**行銷四乙 周欣宜 D0336691**

一眨眼即將結束這次的畢業專題了！回想起來一開始我還在上海交換，資訊落後，不知道畢專那麼早就開始進行，當大家都已找好組員，我才剛接收到這個資訊。非常感謝筱惠他們願意與我同組，共事的這四個月，我從每個人身上學習到很多，也了解到自己還有許多不足之處需要改進。

感謝小王老師，身為我們的指導老師，總是在最需要的時候伸出援手。

另外也很感謝這次合作的業者“慈德月老殿”，提供給我們學習的機會。讓我接觸到新的產業，也了解到相較於一般以營利為導向的企業的不同經營方式。而這次我擔任整組與廟方接洽的職務，堂主、師姐們人都很親切，也會尊重我們的意見，與他們溝通上沒有遇到太大的壓力。

最後經過這次的洗禮，希望我有變得更成熟，未來面對職場也能駕輕就熟，將這次所學習到的經驗運用在其中。

