

2020「我的自拍生活」記者會

2020 台灣青少兒消費形象與上網趨勢報告

漢來海港天母店

計劃主持人

黃葳威 博士

國立政治大學傳播學院教授

政大數位文化行動研究室召集人

白絲帶關懷協會執行長

2020 年 1 月

2020 台灣青少兒消費形象與上網趨勢報告

黃葳威博士

國立政治大學廣播電視系教授
政大數位文化行動研究室召集人
白絲帶關懷協會執行長

壹、研究背景與目的

社交媒體調查機構 We Are Social 與品牌管理服務提供商 Hootsuite 發表《2019 年全球數位報告》顯示，全球使用網路的人口已破 40 億大關，占全球人口 57%。台灣網路資訊中心公布，臺灣 12 歲以上的上網人口，達 1738 萬人，行動上網率逐年攀升，突破七成。

除透過直播、各式自拍上傳分享，已經不限於產品行銷，也宣揚理念主張。從媒體到個人、私部門、公部門等，也漸漸地以網路平台與網友進行互動。

歌手張信哲日前在演唱會拿出自拍棒，他說這是他人生第一起使用自拍棒，台下粉絲非常捧場，大喊：「拍我拍我。」（許晉榮，2019 年 12 月 17 日）

英國一名 20 歲女子，藉由社群互動平台，販售自己的照片及影音，平均一個月賺進約 10 萬元新台幣（范安祺譯，2019 年 12 月 17 日），甚至存錢買房。

陳姓男網友在自拍影片嗆護理師「一群輸卵管」、「手天使」，引起群齊激憤，被影射的謝護理師歷經向警方報案、提出刑事告訴狀、向衛福部提起訴願等，案件卻不成立，去年 7 月再度提起行政訴訟。

美國一名銀行職員在多次竊取銀行金庫的財物後，在社群媒體上傳自己手握大把鈔票的自拍照炫富（賈恩祺，2019 年 12 月 17 日）！警方快速將嫌疑鎖定在他身上的關鍵證據依送法辦。

心理學上有關認知人格的研究將閱聽消費大眾區分為兩種（Belk, 1985；黃葳威，2012）：視覺型的人（visualizers）和語文型（verbalizers）的人；前者偏好視覺資訊或用視覺強調的產品；後者偏好書寫和語言訊息、或用聽覺強調的產品。

不論視覺型或語文型的人，一旦將擁有（possession）或消費（consume）相關產品或服務成為其主要的生活過程，都可能導致非自主性的強迫性消費或使用（compulsive consumption）行為，主因在於這些人將擁有新科技視為加強自信心、自我認同與自我表現的重要價值（Schiffman and Kanuk, 2007；黃葳威，2012）。

就個人網路使用面，究竟類似科技服務使用者的自我意象如何？一般師長如何覺察、或從旁引導、進而關懷青少兒的各式主張與身心發展需要？

本研究針對 58 所國小、43 所國中、37 所高中、14 所大學，共計 152 所大學、高國中小學在學學生，發出份 15000 問卷，回收 14146 份有效問卷，回收率為 94%。

表 1：2019 年抽樣學校名單

地區	國小組	國中組	高中組(含完中)	大學	地區	國小組	國中組	高中組(含完中)	大學
北北基	基隆信義國小 台北市河堤國小 台北市忠義國小 台北市幸安國小 台北市興華國小 台北市力行國小 新北市新店國小 新北市柑園國小 新北市頂埔國小 新北市北大國小 新北市深坑國小 新北市光復國小 新北市三重國小 新北市永和國小 新北市文化國小 台北市忠義小學	台北市長安國中 新北市三峽國中 新北市三民國中 新北市金山國中 台北市萬芳國中 台北市百齡國中 基隆安樂國中 新北市樹林國中 新北市錦和國中 新北市北大國中 台北市大同國中 台北市長安國中	基隆安樂高中 台北市百齡高中 台北市松山高中 台北市萬芳高中 新北市錦和高中 新北市三民高中 新北市金山高中 新北市北大高中 新北市新店高中 新北市樹林高中 台北市華興高中 新北市北大高中	台北市陽明大學 台北市中國文化大學 台北市銘傳大學 新北市台北大學 新北市真理大學 新北市淡江大學	中彰投	台中中國國小 台中豐村國小 台中大里國小 台中中華國小 台中東興國小 台中東光國小 彰化平和國小 彰化大成國小 彰化民生國小 南投愛蘭國小	台中沙鹿國中 台中光德國中 台中五權國中 台中立新國中 台中太平國中 台中霧峰國中 台中長德國中 彰化花壇國中 彰化和美國中	台中市長億高中(完中) 彰化和美高中 南投中興高中	台中逢甲大學 南投暨南大學
桃竹苗	桃園桃園國小 桃園觀音國小 桃園會稽國小 桃園八德國小 桃園宋屋國小 桃園田心國小 新竹市東園國小 新竹市關東國小 新竹市龍山國小 新竹縣六家國小 新竹縣豐田國小 苗栗縣福星國小 12	桃園市大有國中 桃園市幸福國中 新竹縣湖口國中 新竹市香山國中 新竹市培英國中 新竹湖口國中	桃園市桃園高中 桃園市內壢高中 桃園市楊梅高中 桃園市陽明高中 新竹市香山高中 新竹縣湖口高中 苗栗縣三義高中	新竹市清華大學 苗栗縣聯合大學	雲嘉南	雲林廣興國小 雲林鎮西國小 嘉義市垂楊國小 嘉義縣水上國小 台南和順國小 台南仁德國小 台南佳興國小 台南勝利國小 台南博愛國小	雲林石榴國中 嘉義市南興國中 嘉義縣竹崎國中 台南市長榮中學 台南市竹橋國中 台南市大灣國中	雲林斗六高中 嘉義縣竹崎高中 台南市大灣高中 台南長榮高中 嘉義嘉義高中	
宜花東	宜蘭礁溪國小 花蓮豐裡國小 台東豐田國小	花蓮宜昌國中	宜蘭南澳高中 花蓮花蓮高中	宜蘭佛光大學 台東台東大學	高屏	高雄新上國小 高雄文府國小 高雄翠屏國小 高雄大華國小 高雄梓官國小 屏東玉田國小 高雄大樹國小	高雄前金國中 高雄嘉興國中 高雄仁武國中 高雄陽明國中 高雄六龜高中 國中部 屏東大同國中 屏東東港國中	高雄師大附中 高雄仁武高中 高雄六龜高中 高雄路竹高中 屏東大同高中 屏東東港高中	高雄義守大學 屏東科技大學
離島	金門縣金湖國小	金門縣金湖國中 金門縣金門國中	澎湖縣馬公高中 金門金門高中						

受訪青少兒在學學生分別來自 21 縣市，以新北市最多，其次為台北市、高雄市、台中市，其餘皆在百分之 8 或以下。

表 2：縣市分佈

	次數	百分比
基隆市	280	2.0
新北市	2357	16.7
台北市	1774	12.5
桃園縣	1142	8.1
新竹縣	305	2.2
新竹市	662	4.7
苗栗縣	361	2.6
台中市	1470	10.4
彰化縣	598	4.2
南投縣	237	1.7
雲林縣	294	2.1
嘉義縣	319	2.3
嘉義市	179	1.3
台南市	818	5.8
高雄市	1500	10.6
屏東縣	637	4.5
宜蘭縣	319	2.3
花蓮縣	231	1.6
台東縣	296	2.1
澎湖縣	97	.7
金門縣	271	1.9
總和	14018	100.0

貳、 研究結果

青少兒消費形象

調查發現，台灣小學三年級至大學四年級在學學生的消費形象，可以分為外貌協會型、自我接納型、以及成就炫耀型三面向。其中以自我接納型的消費形象平均值最低。

台灣青少兒在學學生的消費形象以成就炫耀型的觀點最高，有 3.21；其次為外貌協會型的消費形象，有 3.03；自我接納型消費形象最低，為 2.47。

在成就炫耀型部分，網路世代的青少兒學生關注個人學業或才藝表現 (M=3.77)、以及在上述成就超越同儕 (M=3.04)、讓他人看見 (M=3.04)。

外貌協會型方面，在意自己的外表好不好看 (M=3.28)、外表好看對自己很重要 (M=3.09)、也以為人的外表好看很重要 (M=3.06)。

自我接納型消費形象，在別人忌妒自己長得好看 (M=2.29)、自己的身材體格吸引人 (M=2.31)、他人希望像自己一樣成功 (M=2.82)，都低於整體平均值。

這樣的消費形象，反映台灣青少兒在學學生偏重以成就、外表來界定個人的價值，偏偏卻對於個人的成就與外表，沒有自信心。

表 3：自我意象百分比

題項	非常不同意	不同意	不一定	同意	非常同意	平均數
外貌協會						3.03
1. 人的外表好不好看很重要	1443 (10.8)	3017 (22.6)	3547 (26.6)	3936 (29.5)	1404 (10.5)	3.06
2. 我很在意我自己的外表好不好看	1221 (8.8)	2792 (20.1)	2610 (18.8)	5522 (39.7)	1763 (12.7)	3.28
3. 外表好看對我個人來說非常重要	1368 (9.9)	3551 (25.6)	2995 (21.6)	4398 (31.7)	1572 (11.3)	3.09
4. 別人會注意我是否具有吸引力	1574 (11.3)	3668 (26.4)	4349 (31.3)	3354 (24.2)	935 (6.7)	2.88
10. 別人說我好，我才覺得自己好	1956 (14.1)	4173 (30.1)	3051 (22)	3272 (23.6)	1390 (10)	2.85
自我接納						2.47
5. 別人會忌妒我長得好	3580 (25.8)	5053 (36.4)	3495 (25.2)	1147 (8.3)	610 (4.4)	2.29
6. 我的身材體格非常吸引人	3497 (25.2)	5167 (37.3)	3236 (23.4)	1309 (9.4)	645 (4.7)	2.31
12. 其他人希望像我一樣的成功	1833 (13.2)	3770 (27.2)	4655 (33.6)	2322 (16.7)	1283 (9.3)	2.82
成就炫耀						3.21
7. 我重視自己專業（學業或才藝）的表現	688 (5)	1514 (10.9)	1873 (13.5)	5972 (43.1)	3805 (27.5)	3.77
8. 在專業（學業或才藝）成就上超越同學朋友很重要	1567 (11.3)	3757 (27.2)	2994 (21.6)	3622 (26.2)	1897 (13.7)	3.04
9. 我需要別人看到我的成就表現	1452 (10.5)	3678 (26.6)	3204 (23.1)	3892 (28.1)	1621 (11.7)	3.04
11. 我是在專業（學業或才藝）上表現成功的代表之一	1417 (10.2)	3758 (27.1)	3807 (27.5)	3396 (24.5)	1474 (10.6)	2.98
總平均						2.9

青少兒手機與網路使用

近七成小學三年級至大學四年級在學學生表示，網路對於個人生活相當重要。

表 4：網路重要性

	非常同意	同意	不同意	非常不同意	不知道
網路對我的生活非常重要。	29.5	39.4	15.6	8	7.5

受訪小學三年級至大學四年級的在學學生，家中平均擁有的電視數量與電腦數量相當，都各為 1.96 台。顯示電腦與電視在家中生活的重要性相當。

表 5：家戶中電視、電腦數量

	平均數
家中電視數	1.96
家中電腦數	1.96

超過八成小三至大四的青少兒擁有自己的手機(82.2%)，其中九成三以上都是智慧型手機，顯示智慧型手機與青少兒生活緊密相連。

表 6：青少兒手機擁有

	次數	百分比		百分比
有自己的手機	11315	82.2	智慧型手機	93.3
			一般手機	6.7
沒有自己的手機	2447	17.8		
總和	13761	100.0		100.0

整體而言，小三至大四受訪在學學生，每週使用手機時間達 25.91 小時，上網時間有 13.72 小時，收看電視時間有 13.03 小時，運動時間僅有 11.64 小時。

其中周間平日每天平均以手機使用時間最高，達 3.21 小時，其次為使用電腦 (1.96)，再者為收看電視 (1.49)；周間平日每天運動時間為 1.92 小時。

周末假日每天平均以手機使用時間最高，達 4.93 小時，其次為收看電視 (2.79)，再者為使用電腦 (1.96)；周間平日每天運動時間為 1.52 小時。

表 7：青少兒媒體使用與運動

	周間平均時數	周末平均時數
收視時間	1.49	2.79
電腦時間	1.96	1.96
手機/平板時間	3.21	4.93
運動時間	1.92	1.52

近六成七青少兒每天上網，一成一僅在週末或假日上網，其餘周間上網一天至六天不等，低於一成受訪學生不上網。

表 8：青少兒上網頻率

上網頻率	次數	百分比
每天都用	9232	66.9
一星期用五、六天	744	5.4
一星期用三、四天	874	6.3
一星期用一、兩天	736	5.3
只有週末、假日才用	1546	11.2
不用	669	4.8
總和	13801	100.0

近五成一青少兒常獨自一人上網，兩成七以上常和同學友人一起上網，其次是和手足上網。

表 9：青少兒在家不上網的原因及上網伙伴

上網伙伴	次數	百分比
自己	6232	50.8
同學或朋友	3376	27.5
兄弟姊妹	1870	15.2
父母	580	4.7
其他	178	1.5
祖父母	33	.3
總和	12269	100.0

青少兒最常上網的時段多在晚間十點以前。週間最常上網時段集中在下午四點到晚上八點，其次在午後或夜晚八點至十點；週末最常於上午至下午白天時段上網，其次在傍晚六點至晚上八點。

表 10：週間與週末最常上網時段

最常上網時段	週間		週末	
	次數	百分比	次數	百分比
凌晨(00:01-06:00)	308	2.4	1048	8.5
上午(06:01-12:00)	474	3.7	2486	20.1
中午(12:01-16:00)	1426	11.2	2668	21.5
下午(16:00-18:01)	3196	25.1	1897	15.3
傍晚(18:01-20:00)	4105	32.2	2535	20.4
晚上(20:01-22:00)	1560	12.2	1230	9.9
深夜(22:01-0:00)	133	1.0	189	1.5
不用	1540	12.1	344	2.8
總和	12742	100.0	12397	100.0

青少兒最常使用的入口網站，以「Google」為入口網站的青少兒最多(41%)，其次為社群網站影音平台「Youtube」(35.6%)、「Facebook」(12.5%)，其餘網站作為入口的比例均不到一成。

表 11：青少兒常用之入口網站

入口網站	次數	百分比
Google	4205	41.0
Youtube	3646	35.6
facebook	1283	12.5
其他	395	3.9
Yahoo! 奇摩	343	3.3
學校網頁	267	2.6
PChome	37	.4
MSN 台灣	44	.4
HiNet	22	.2
Yam 蕃薯藤	11	.1
總和	10253	100.0

青少兒在家中常用電子產品大致和 2019 年相仿，以智慧型手機、可上網的電腦為主，其次為數位電視、平板電腦，再來是電動遊樂器和不能上網的手機。

表 12：青少兒家中科技產品使用情形

家中科技產品	次數	百分比
智慧型手機上網	11048	78.6
電腦上網	7532	53.6
數位電視	7345	52.3
平板電腦	3240	23.1
電動遊樂器(如 Wii、Xbox、VR)	2110	14.9
手機(不能上網)	984	7
MP3/MP4	958	6.8
電子辭典	847	6
數位相機	815	5.8
都不使用	229	2.1
其他	90	.6

青少兒上網的動機方面，七成以上主要是為看影片（78.7%）、或聽音樂（71.5%），其次是玩遊戲（63%）（69.3%）、使用社群網站，均佔六成三以上；再者，近五成九的青少兒上網為了查詢資料，四成五以上透過即時通訊工具與他人聯繫。

表 13：青少兒上網動機

上網動機	次數	百分比
觀賞影片	10606	78.7
聽音樂	9633	71.5
玩線上/手機遊戲	9323	69.3
使用社群網站(如 Facebook、Twitter、Instagram)	8482	63
查詢資料	7900	58.7
用即時通訊(如 Skype、Line)	6154	45.7
看娛樂資訊	4706	34.9
下載軟體	4264	31.7
看新聞	407	18.3
寄發電子信件	2133	15.8
上論壇或 BBS	1581	11.7
看色情網站	856	6.4
使用部落格	601	4.5
開直播	558	4.1
其他	328	2.3

青少兒網路社群參與

近六成四以上的青少兒會參加網路社群，此現象從 2010-2017 年呈現持續成長。

2010 年全臺灣小三至國一青少兒學生，參加者有 1090 人(1.6%)；2011 年近兩成青少兒表示有參加網路社群(19.6%)。2012 年，超過兩成青少兒表示有參加網路社群(24%)，2013 年成長至 43%。

2014 年，全臺灣小三至高三的學生中，近六成參與網路社群(7721 人，58.7%)；2016 年，近六成小三到大一在學學生參與網路社群；2017 年加入大二、大三族群，參與率更突破七成。

校園學生日常作息逐漸和網路社群緊密相結合，網路社群和面對面的同儕互動頻繁，網路社群成員也遠超出日常生活中可預期的同學圈。

表 14：青少兒網路社群參與情形

	次數	百分比
有	8376	63.9
沒有	3746	28.6
不知道	983	7.5
總和	13105	100.0

青少兒參與的網路社群以「親友學校」類型佔最多數(54.5%)、其次依序為「娛樂流行」(40.9%)、「運動休閒」(23.2%)、「聯誼交友」(20.7%)。

表 15：青少兒參與的網路社群類型

	次數	百分比
親友學校	5815	54.5
娛樂流行	3939	40.9
運動休閒	2231	23.2
聯誼交友	1993	20.7
電腦通訊	1575	16.4
藝文學術	1463	15.2
星座命理	1205	12.5
不知道	596	6.2
其他	548	5.7
醫療保健	507	5.3
商業金融	349	3.6

參、 研究基本資料

本研究採親身問卷調查小三至大四學生，女生略多(51.6%)、男生佔 48.4%。

表 16：性別分布

性別	次數	百分比
男	6820	48.4
女	7265	51.6
總和	14085	100.0

受訪青少兒年級以高中一年級(10.4%)、小學五年級(9.7%)、小學六年級稍多(9.6%)，大學三年級人數較少(2.9%)。

表 17：年級分布

年級	次數	百分比
三年級	1276	9.0
四年級	1275	9.0
五年級	1375	9.7
六年級	1352	9.6
七年級	1321	9.3
八年級	1138	8.0
九年級	991	7.0
高一	1469	10.4
高二	1173	8.3
高三	607	4.3
大一	583	4.1
大二	686	4.8
大三	408	2.9
大四	492	3.5
總和	14146	100.0

青少兒家庭型態包含三代同堂、兩代同堂、單親、隔代、寄養、其他等，以兩代同堂居多(58.8%)，其次為三代同堂(26.4%)、單親家庭(10.3%)。

表 18：家庭型態

家庭型態	次數	百分比
三代同堂	3537	26.4
兩代同堂(父母、孩童)	7885	58.8
單親家庭	1378	10.3
隔代教養	388	2.9
寄養或寄宿家庭	30	.2
其他	182	1.4
總和	13400	100.0

受訪青少兒學生家中以民間信仰較多(34.4%)，其次沒有宗教信仰(27.8%)，再者依序為道教(12.3%)、佛教(12.1%)、基督教(7.8%)。

表 19：宗教信仰

	次數	百分比
基督教	1017	7.8
天主教	162	1.2
佛教	1589	12.1
沒有信仰	3643	27.8
伊斯蘭教	30	.2
道教	1608	12.3
一貫道	149	1.1
民間信仰(拜拜)	4500	34.4
其他	387	3.0
總和	13085	100.0

受訪學生父親職業以從事工業居多(25.3%)、其次為服務業(18.6%)、商業(17.6%)；母親職業以服務業(26.4%)較多，其次為商業(15%)、無業(13.2%)。

表 20：父母親職業

行業別	父親		母親	
	百分比	人數	百分比	人數
工	25.3	3458	9.6	1313
商業	17.6	2404	15.0	2046
農漁業	3.1	430	1.4	189
服務業	18.6	2540	26.4	3607
軍公教	8.3	1128	7.9	1082
專業(醫師、律師、會計師)	5.5	748	8.0	1096
無業	2.0	268	13.2	1803
自由業	4.4	608	4.4	608
退休	2.0	270	1.4	196
不知道	8.8	1197	8.4	1147
其他____(請說明)	4.5	613	4.3	593
總和	100.0	13664	100.0	13680

青少兒父親教育程度從國中以下至博士不等，以高中/職比例最高(30.5%)，其次為大學/專程度

(28.6%)。母親教育從國中以下至博士不等，以高中/職比例最高(34.1%)，其次為大學/專程度(30.3%)。

表 21：父母教育程度

教育程度	父親		母親	
	人數	百分比	人數	百分比
國中以下	1243	8.9	1042	7.5
高中(職)	4236	30.5	4730	34.1
大學(專)	3979	28.6	4210	30.3
碩士	1273	9.2	879	6.3
博士	390	2.8	185	1.3
不知道	2782	20.0	2828	20.4
總和	13903	100.0	13874	100.0

肆、 結論、討論與建議

自拍可以記錄生活點滴，創造機會。然而，稍有不慎，也危機四伏！

21歲日本女偶像松岡笑南日前在回家途中遇襲，警方追查訊問才知道歹徒是藉由她的自拍照，放大看瞳孔裡的街景倒影，發現她家的位置，尾隨跟蹤襲擊得逞。澳洲研究指出（鄭煦婷，2019年12月11日），社交媒體導致的身體畸形恐懼症（Snapchat dysmorphia）令青少兒想要做整容手術，以使自己看起來更像美顏後的自拍照。

本研究調查台灣青少兒消費形象與上網趨勢發現：

1. 小學三年級至大學四年級在學學生的消費形象，可以分為外貌協會型、自我接納型、以及成就炫耀型三面向。其中以自我接納型的消費形象平均值最低。青少兒偏重以成就、外表來界定個人的價值，偏偏卻對於個人的成就與外表，沒有自信心。
2. 近七成小學三年級至大學四年級在學學生表示，網路對於個人生活相當重要。
3. 小三至大四受訪在學學生，每週使用手機時間達 25.91 小時，上網時間有 13.72 小時，收看电视時間有 13.03 小時，運動時間僅有 11.64 小時；
4. 青少兒最常使用的入口網站，以「Google」為入口網站的青少兒最多(41%)，其次為社群網站影音平台「Youtube」(35.6%)、「Facebook」(12.5%)；
5. 七成以上主要是為看影片(78.7%)、或聽音樂(71.5%)，其次是玩遊戲(63%)(69.3%)、使用社群網站，均佔六成三以上；再者，近五成九的青少兒上網為了查詢資料，四成五以上透過即時通訊工具與他人聯繫；
6. 近五成五青少兒參與的網路社群以黏接型社群平台，其次為連結型社群平台。如「親友學校」類型佔最多數(54.5%)、其次依序為「娛樂流行」(40.9%)、「運動休閒」(23.2%)、「聯誼交友」(20.7%)。

機會與挑戰在一瞬間，如何享受繽紛安全的自拍生活？本調查提出 Selfie 建議如下：

1. 善用創造力 S (Setting)：自拍前先構思主題，善用創造力。
2. 跨世代教育 E (Education)：持續推廣跨世代資訊公民教育。
3. 慎選貴實地 L (Location)：選擇安全地點自拍，別在馬路、懸崖邊冒險。
4. 聰明玩自拍 F (Fun)：有意義地玩自拍，避免盲目跟風。
5. 具備判斷力 I (Identify)：對何時拍攝自拍照做出最好的判斷。
6. 發揮同理心 E (Empathy)：記錄生活點滴以尊重他人為前提。

參考資料：

- 范安祺譯 (2019 年 12 月 17 日)。「她靠「自拍」月入 10 萬致富 爽收禮物買百萬房」,《TVBS 新聞網》
<https://news.tvbs.com.tw/world/1249742>
- 許晉榮 (2019 年 12 月 17 日)。「張信哲開唱「有點熱」…粉絲起」,《世界新聞網》,
<https://www.worldjournal.com/6682548/article-%E5%BC%B5%E4%BF%A1%E5%93%B2%E9%96%8B%E5%94%B1%E3%80%8C%E6%9C%89%E9%BB%9E%E7%86%B1%E3%80%8D%E7%B2%89%E7%B5%B2%E8%B5%B7%E9%AC%A8-%E7%AB%9F%E7%9C%9F%E7%9A%84%E8%84%AB%E4%BA%86%EF%BC%81/>
- 陳佩君 (2019 年 8 月 30 日)。「男拍片酸護理師「輸卵管、手天使」 綠委籲：拒網路霸凌立即修」,《新頭殼》,
<https://newtalk.tw/news/view/2019-08-30/292567>
- 黃葳威 (2012)。《數位時代資訊素養》,新北市：威仕曼
- 賈恩祺 (2019 年 12 月 17 日)。「男爽拿鈔票自拍 炫富不成反被捕」,《中時電子報》,
<https://www.chinatimes.com/hottopic/20191217001114-260804?chdtv>
- 鄭煦婷 (2019 年 12 月 11 日)。「研究：社交媒體美顏照使青少年渴望整容」,《大紀元時報》,
<http://www.epochtimes.com/b5/19/12/11/n11715094.htm>
- Belk, R. W. (1985, December). “Materialism: trait aspects of living in the material world”, *Journal of Consumer Research* 12:265-280.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*, 9th edition. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.