

附件 1

國立雲林科技大學

學生出國研習成果報告



研習類別：交換學生

學生姓名：劉珮萱

系所年級：視覺傳達設計系 四年級

研習期間：民國 110 年 8 月至民國 111 年 1 月

一、進修計畫摘要

1. 出國進修的目的及意義

「為甚麼妳會選擇來韓國當交換學生呢?」這大概是我最常被問到的問題，這個夢想，是從高三第一次接觸 Kpop 的時候開始萌芽的。除了最基本的想來偶像的國家**踩點、追星**之外，Kpop 的美術設計（專輯概念、華麗舞台裝、舞台布局特效、特殊妝容及造型各異的專輯設計等）及背後的商業運作及行銷手法，無一不使我深陷；大量的韓綜與韓劇，加上多年前短暫的韓國自助行經驗，也讓我漸漸地對韓國生活充滿濃厚的興趣。此外，韓國的**設計美感**是眾所皆知的高，簡約又精緻的生活小物、充滿現代設計感的建築、滿街的可愛文具店又或美得令人嘆息的展覽、陳列等，都讓我想睜大眼睛親眼仔細觀察，做滿滿的筆記回來。

而我也認為語言是新世界冒險的入場券—幾年前我為了想寫信給偶像卻不想照抄網路文章，而努力自學考到韓檢 2 級，並舉辦自己的韓語線上課程及講座；如今我想在當地更加**精進韓語**，以語言專長與異地有趣的靈魂碰撞、交流，寫下人生中難忘的緣分。最後，我想暫時離開太過安逸與被保護的生活，在陌生、恐懼與興奮之中學習獨立、拉廣視野、體驗不同空氣與文化氛圍的震撼，並在未來的日子變得固定與充滿包袱之前，為自己預約一場**靈魂的冒險**，在這趟旅程中，尋找新的自己。

“We travel, initially, to lose ourselves ; and we travel, next to find ourselves.”

我們旅行，最初，失去自己；然後，找到自己。

2. 在韓國的 10 件 Check List :

- ☒ 想體驗嶄新的環境—街道、文化、人、語言
- ☒ 想學習韓國的美感—體驗設計、美感、小物、時尚
- ☒ 想趁還能學時增強韓語能力
- ☒ 想到處旅遊、吃美食—釜山濟州島趴趴走
- ☒ 想交外國朋友
- ☒ 想逛爆韓妞喜歡的超可愛小物店—馬克杯手機殼與追蹤好久的韓國插畫家！
- ☒ 想看韓國歐巴或偶像...！
- ☒ 想變獨立—不再依靠他人、有足夠的能力可以處理好各種事務
- ☒ 想不留遺憾—「我真的出發、玩過、回來了，比誰都要有勇氣」
- ☒ 增加勇氣值

3. 進修學校系所簡介



「首爾科技大學 (서울과학기술대학교)」

1910 年成立，學校校訓是「Our Dream, Your Future.」，首爾科技大學以國家高級工程師養成排名第 5 位的工學系的優秀成果而聞名，但人文社會系和經營系也不亞於工學系，尤其是藝術、設計方面最著名，是韓國最佳設計名校之一，在全國屈指可數的高考生偏好度和優秀的競爭力。2015 年，首爾科技大學在 QS 亞洲大學排名里位列亞洲排第 191-200，2022 年則在韓國地區排名 39 名。

首爾科技大學的校園和雲科略為相似，不僅皆面積廣大、建築造型相似，校內更是充滿湖畔與大自然。相較於首爾市中心的學校，首爾科技大學位於蘆原區，位置較為偏僻，但校內就有 13 號公車可以直通最近的地鐵站(孔陵站)，搭到市中心約 40~70 分鐘。校外生活機能方便，不僅有超市、美妝店 Olive Young、生活用品店 Daiso，也有滿滿的餐廳與聚餐酒吧、練歌房。

學校宿舍提供成林學舍與國際學生宿舍，由抽籤決定。成林宿舍雙人房一學期是 ₩1,172,170 韓圓 (約台幣三萬)，含學餐一餐(早午晚擇一)，房間內有共用浴室，冬天也有舒服的地暖；宿舍大樓內有廚房、洗衣機及烘衣機、垃圾場，宿舍樓下就有 CU 便利商店可以購買食物及用品。



4. 研修主題

● 科系介紹

「視覺傳達設計系 (시각디자인학과)」

設計系由工業設計系和視覺傳達設計系兩系組成。該系的目標是將設計研究和設計教育相結合，培養具有滿足社會需求所需專業知識的畢業生。通過整合教育培養專業的造型力、科學思維和創新能力，並以“入圍世界 60 大設計系”為長期目標，將其作為社會企業“增強國際競爭力”的特色目標。



● 課表

	一	二	三	四	五
0 (8.-9.)					
1 (9.-10.)	★UX設計				***韓文寫作
2 (10.-11.)			金工		
3 (11.-12.)		***韓文寫作			
4 (12.-1.)					
5 (1.-2.)					

● 課程簡介 - 內容/學分/指導老師

◆ UX 設計 (UX 디자인)

- 課程時間：周一 9:00 – 13:00
- 課程教授：유은
- 授課方式：ZOOM 線上課，英語授課

UX 設計課程為視覺傳達設計系之選修課，班上由七成外國學生與三成韓國學生組成，以**使用者體驗**（使用者觀點為中心）切入並進行**網頁設計**。課程內容分兩大部分，前半部為理論，後半部分會與小組合作，進行現有網頁的改良再設計。

◆ 基礎金屬工藝設計 (기초금속공예)

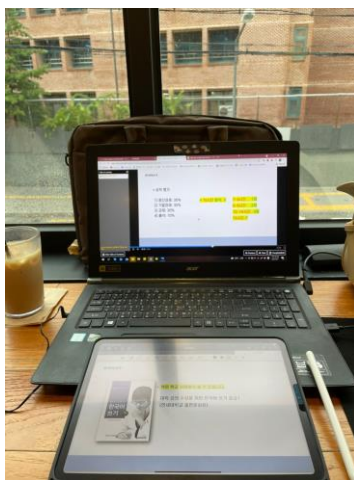
- 課程時間：週三 10:00-14:00
- 課程教授：정호연
- 授課方式：線下實體課，韓語授課

金屬工藝課為金屬工藝設計系之選修課，班上全為韓國學生，主要教授金工基本技巧，包含**切割銅片、加熱塑形、焊接**等技法。上課一開始教授會先說明技巧及作法，接著由學生自行製作，並於下一堂課討論修改；課程中也有助教會提供幫助及技巧輔導。

◆ 外國人韓語寫作 (외국인을 위한 한국어 쓰기)

- 課程時間：週二 11:00-13:00、週五 9:00-10:00
- 課程教授：장현묵
- 授課方式：預錄影片+ZOOM 線上課 (期中期末)，韓語授課

本堂韓語課須具備 TOPIK3-6 級之能力較適合選修。課程以全韓文教授韓語文法，包含**文語（寫作用）及口語的差異、文語概念、常用寫作文法（羅列、比較、分析、表示意見等）**，以及 TOPIK 考試時須用到的**稿紙寫法**等，每堂課中語課後皆會配合大量的練習與作業，十分充實。



二、研修成果

(一) 課業方面 — 進修課程概況

1. UX 設計 (UX 디자인)

● 關於使用者體驗設計：

UX 使用者體驗設計又稱「使用者中心設計」，由美感、性能、顧客關係及互動四個層面組成，其中最優秀的 UX 元素為可用（使用者目標/功能）、好用（知識及能力/易用）及好感度（美感品味及外觀/美學）三點，當我們從事設計時，須從使用者的角度切入，逐一核對是否滿足這些基本層面。

● 市場調查與發想方式：

一般市調方式分為「Quantitative（數量）」及「Qualitative（品質）」兩種方式。我們本此改造的網站為線上閱讀軟體「Open Library (<https://openlibrary.org/>)」，並以品質調查進行一對一的使用者訪談，以「Affinity Diagram（親和圖）」、「Persona（角色原型）」等方式進行使用者分析。

02 / User Research

Questionnaire

Personal information (gender, age, occupation, nationality?)
Briefly describe your first impression of the website

★Goal/Purpose:
1. When do you want to use this website?
2. What do you usually do when using the website?
3. What kind of additional functions you want?
4. In what situations you will use this website instead of the traditional one?
5. What is the most important of the brief information of the book?
6. If you get a book, where do you want to be able to read it?
7. How would it improve the website?
What's the most important function this website has to offer?

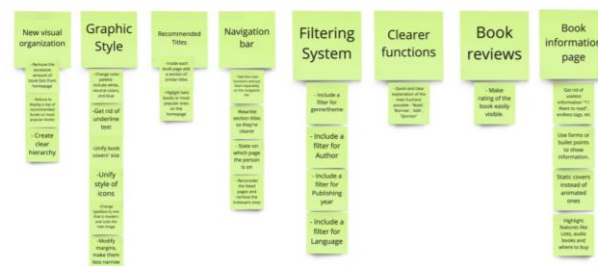
★Knowledge/Capability:
1. Have you ever use any similar websites to this website?
2. Do you find any difficulties when using the website?
3. Do you think this website is easy to navigate?
4. Does this website have sufficient instructions of using?

5. Can you feel the visual hierarchy in the layout design?
6. Is it easy to read and understanding the website?
Size, Color, Font, Space
7. Did you ever tried online libraries?
If yes, what annoyed you and what did you like?
8. How would you search for a book? (Quick user test)
Can you search it without searching bar?
9. Are all the tabs on the navigation menu clear?

★Taste/Preference:
1. What types of graphic styles you usually like?
2. What moods or color tones come to your mind when you think of the brand?
3. Do you think this website is aesthetically pleasing?
4. These keywords of this website you wish it could be!
5. Which place do you think the website is?
6. What colors would you associate with a digital library?
7. Do you think the website's style and graphic is consistent?

02 / User Research

Design Suggestions



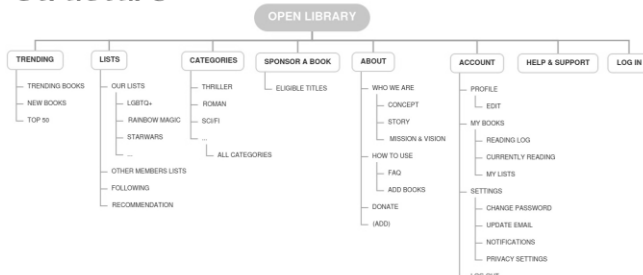
03 / Five Components

Scope - 03. Layout: Hierarchy



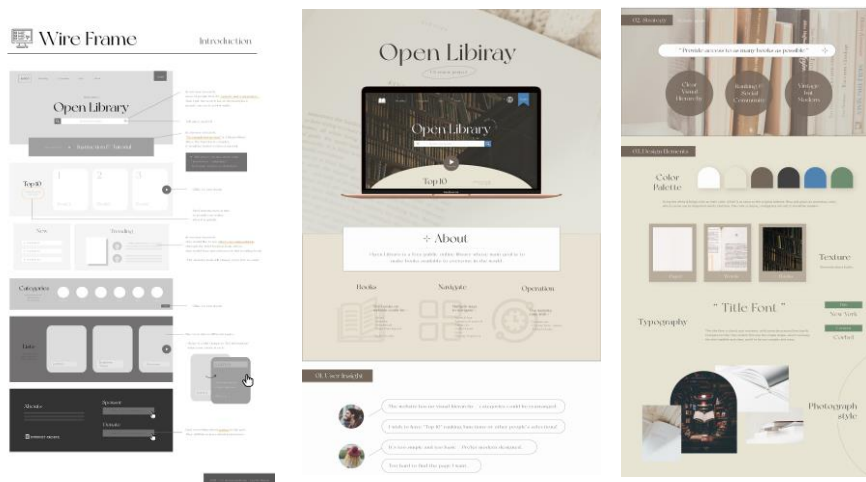
05 / Information architecture

Structure



- 建立網站大綱/心情板：

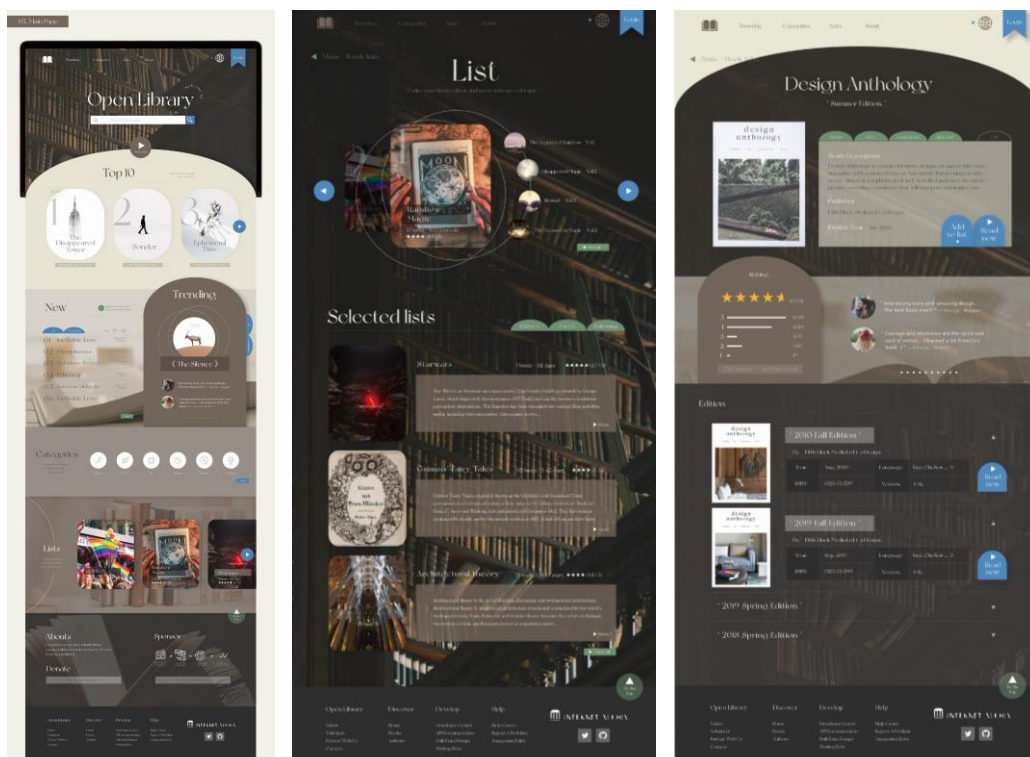
在開始進行設計之前，我們根據調查統計出來的結果進行網站大綱（Wireframe）的再設計，並重新設計心情板（MoodBoard），列出色系、使用字體、排版參考。



- 最終成果與心得：

最後設計出一個主頁面及兩個子頁面，將整體色系統一，內容區塊明確化，也新增使用者希望看到的書籍排名、社群評價系統；字體部分也依照標題及內文，選擇了易讀、兼具復古與現代感的設計。上完這堂課後對我的幫助很大，以往做設計時僅憑自己猜想使用者想看到的內容下去做，但在上完課後發現有許多具體、甚至從未聽過的調查方法，讓我們有更多、更精確的方式去了解使用者；也學習到使用者的視覺習慣及網頁構圖概念，收穫滿滿！

完整成果請見 Behance： <https://www.behance.net/gallery/132465467/Open-Library-UX-renew-project>



2. 基礎金屬工藝設計 (기초금속공예)

● 課程內容摘要

之前在雲科時就有修過金屬工藝課，因此了解基本的銅片切割等技巧，但焊接及塑形等卻是第一次學習。焊接時須使用焊料，而焊料又依熔點不同分為 80%、70%及 60%。我們這學期製作了一個金屬銅盒，看似簡單好製作，卻需要十分的耐心及精準要求…因為只要差了一兩毫米，盒子便無法成為立方體，更是蓋不起來。焊接時，須注意由熔點高至低來使用焊料，才不會在加熱過程中融化。



● 校外教學

清州國立現代美術館 (청주국립현대미술관) / 清州工藝特展

學期中，我們搭乘學校校車，前往清州進行校外教學。當時美術館裡有工藝設計特展，除了展示從古至今的設計工具之外，還展示了各式工藝技法，包含各種材質的應用、對結構設計的挑戰等等，十分有趣！



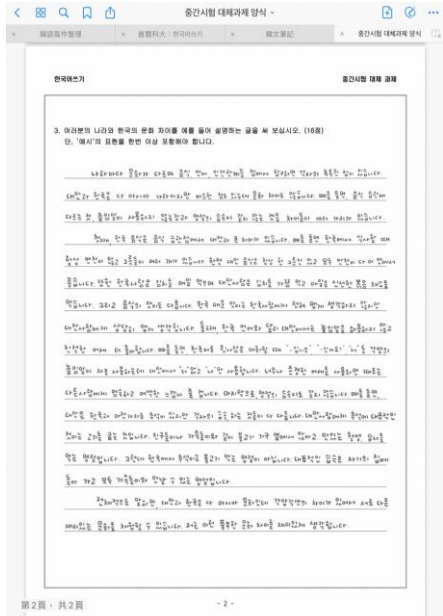
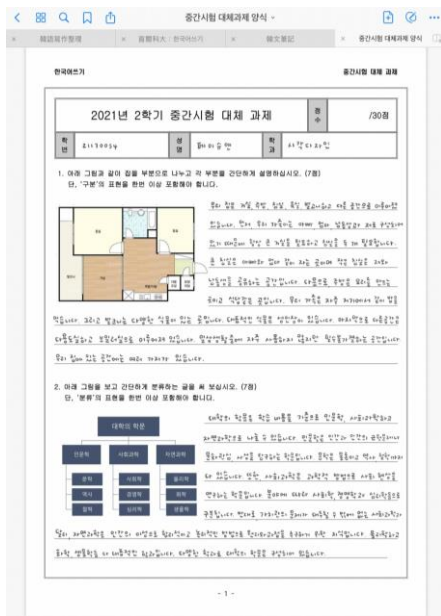
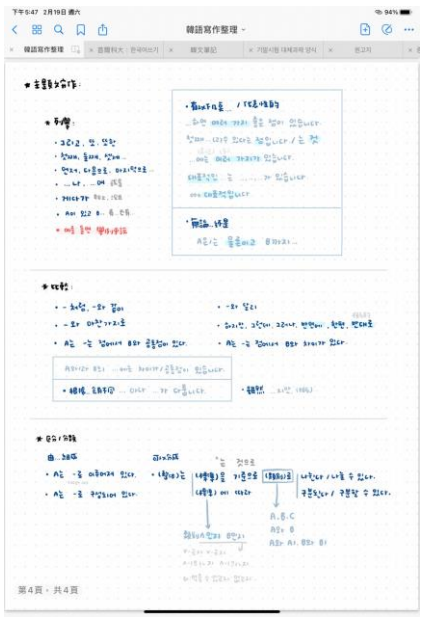
● 課程心得

還記得第一天滿心期待地去參加這堂唯一的線下課時，因為班上全都是韓國學生而感到緊張不已，但也很幸運地因此有了交到韓國朋友的機會。從那時起，我的韓國朋友總是在課堂上協助我們，偶爾陪著我們與老師溝通，往後整個學期更是成了我們最好的朋友…這堂課之於我們而言，不僅是更了解金工的技法，也是充滿回憶跟幸福感的一堂課！此外，教授也努力地使用英語和我們溝通，並且耐心地指導我們，給我們特別的觀照，真的十分感謝。

3. 外國人韓語寫作 (외국인을 위한 한국어 쓰기)

● 課程內容摘要與心得

這堂課教授許多韓語寫作技巧，也是透過這堂課我才知道，書寫用的韓語與平常說話時的韓語是不同的；而我也是第一次了解到稿紙的寫法，感覺對之後的韓語檢定幫助很大！從主題文、分析、分類、舉例、發表意見、摘要、回答等寫作技巧皆說明得很詳細，雖然都是用韓語上課，但卻講解得淺顯易懂；課程上簡單的小練習，也使我在短時間內進步飛快。在其中與期末作業中，我才發現自己已經能寫得出長篇幅的文章，感受到滿滿的成就感！唯一美中不足的是疫情間無法面對面上課，經常有許多不清楚或不知道怎麼寫的地方無法詢問。



(二) 韓國觀察筆記

雖然在學校學系的知識很重要，但我也認為生活+觀察力=最好的老師，因此總是細心地發揮觀察力，將值得學習的地方拍照或筆記起來！在韓國交換的幾個月中，我經常深刻地被韓國的體驗設計驚艷到，發現他們擅長在小細節花心思，讓整體的生活體驗、使用體驗默默地上升好幾倍。

1. 美感與商業的結合

● 沉浸式體驗策展專家

◆ Lotte Tower 樂天塔—從入場到抵達觀景台皆藝術

原以是簡單的買票、搭電梯上樓看夜景，沒想到一入場時並不是直通電梯，而是先通向黑白復古照片的展覽；圓柱狀的螢幕顯示著黑白復古照片的展覽資訊，180度布滿天花板的、又或是對稱佈滿走道的黑白復古動態影像，搭配著滴答的雨聲音樂，彷彿瞬間穿越到從前的年代...沉浸在這樣的感性氛圍中，光是入場的這個展覽就足以停留許久、值回票價。

沒想到搭電梯時，360度的影像從四面八方顯示出來，展示了首爾的旅遊影像，並且從低處一直升到高處，就算在搭乘電梯的時間也不會感受到無聊，反而像精心安排的一場演出一樣精采。最後，工作人員把我們引導到一個小劇院觀看介紹影片，最讓人驚豔的是，整面牆的螢幕突然升起來，取而代之的是整面映著首爾市夜景的落地玻璃...驚喜感來得毫無預警，很感嘆這一連串值回票價的體驗設計！

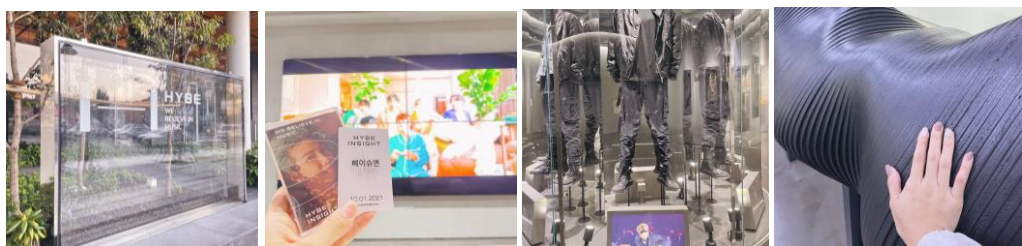


◆ Hybe Insight 展覽—以五感體驗進入偶像世界

韓國男團組合 BTS 防彈少年團的經紀公司，將旗下所有藝人以更多元、更藝術的層面進行詮釋，設計成售票的沉浸式展覽。入場時可以領取寫上自己名字/自己本命偶像的入場票券及分成探索小隊、觀展時可以選擇聆聽不同偶像版本的語音導覽，彷彿自己最喜歡的偶像在耳邊親自和你介紹。

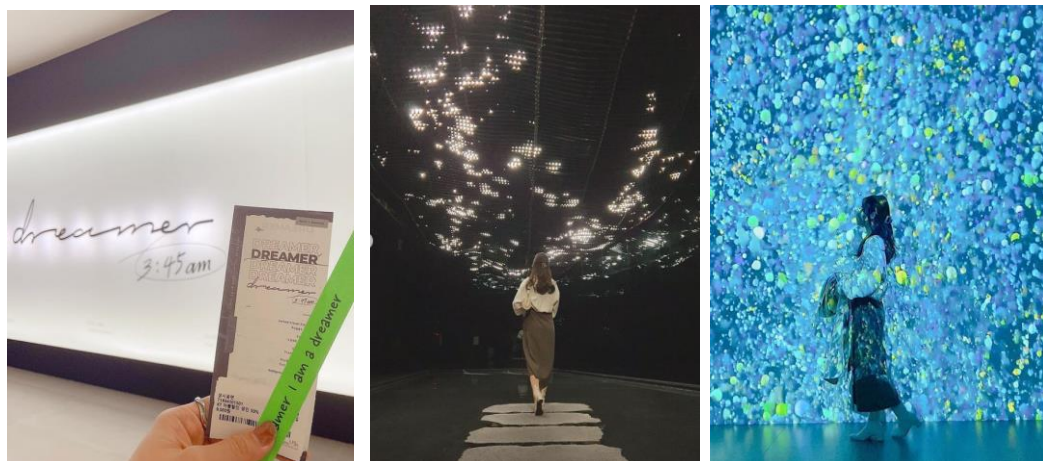
將音樂轉為可觸碰的音波形狀雕塑 / 將音樂創造專屬香氛並有專屬聞香空間 / 將音樂抽掉，純粹以肢體的角度去解讀舞蹈的美 / 以 VR 觀看偶像的作曲工作室 / 將偶像的舞蹈以影格的方式排成一整面牆 / 360 投影講述藝人歷程的黑色劇院 / 投影幕突然變成透明並出現整面牆獎盃的科技技術等，或許透過文字有點難形容，但在當下卻能讓五感皆沉浸在其中、感到滿滿的感動，也感嘆藝人能以這樣的方式再詮釋...！

展覽最後還有**專屬周邊商品店**，沒有購票入場的粉絲是不能透過其他管道購買的，讓人覺得不消費可惜並促進消費，真是感嘆韓國偶像的商業經營模式！



◆ 各種沉浸式體驗展覽

我發現韓國有許多沉浸式的藝術展覽，善於使用投影幕搭配音效，塑造一個療癒的主題式空間，讓人喜歡在裡面拍照、感受。其中我去過的展覽為樂天美術館《Dreamer 3:45》，整體的氛圍就像做白日夢般，既恍惚又夢幻，裡面有一個區域放著懶骨頭及鏡面，讓人能完全地沉浸在變換的光影間；也有一個展區放著流動的水面，搭配星光閃閃地變換燈光，美不勝收。其他有名的展覽如《Flowers by Naked》等等。



● 高質感商店中吸引人停留的秘密

在韓國逛街總是不自覺停留很久，不僅不無聊、還讓人感到十分享受，我發現兩個吸引人停留的秘密：

- ◆ 每個品牌都有自己的「專屬店內香氛」
比如第一次踏入 Musinsa 服飾店時，我與朋友馬上就感嘆起來—充滿暖木質及一點點清爽的青檸香，讓服飾店中的衣服瞬間高了一個檔次，我也曾在事後回想起那個味道，不僅讓人想為了味道再回去逛街，也很想偷偷問店員有沒有賣這款香氛；而韓國品牌 Kakao Friends Store，更是在每個分店都是同樣的味道，這不僅能讓整個品牌個性更加明確，更是在不知不覺中塑造一種踏進店裡的歸屬感、熟悉感。



- ◆ 品牌專屬免費拍貼機
在我們的觀念裡，通常會覺得這種服務就是要收費，但在大品牌的眼中，他們反而提供品牌專屬設計、免費的拍貼機。乍看之下是損失，但透過消費者在社群上分享這些照片，不僅品牌可以曝光給更多人看到，甚至有人會為了拍貼機前往商店，而消費者本身也能停留更久、造成更高的人氣及購物機會，也可使品牌年輕化。這個例子在 Line Friends Store、Kakao Friends Store 及 Musinsa terrace 皆可見到。



● 三種特殊店面：形象店、Pop-up 快閃店及無人商店

- ◆ 形象店—比起銷售商品，更著重提升品牌形象

這家位於江南的 skin food 品牌形象店，店內陳列著主打商品紅蘿蔔化妝棉的製作過程，以及充滿自然風光的鏡面空間，可愛得讓人想在社群上分享，還可以拿到免費的紅蘿蔔香皂....雖然不是直接販售商品，但對整體品牌長期的形象及好感度是提升的！



- ◆ **快閃店—「期間限定」的 BTS 防彈少年團**

BTS 防彈少年團的兩次快閃店（In the SOOP / Permission to Dance），一次為綜藝節目衍伸出的 IP 周邊商品店，另一次為巡迴演唱會衍伸出的周邊商品店，兩次皆以可愛的主题佈置吸引粉絲前往打卡，店內也皆有大型投影幕塑造空間氣氛，整體讓人感覺豐富、舒適且充滿買氣。



- ◆ **無人商店—現代百貨 Uncommon Store**

雖然我們都聽過無人結帳商店，但這裡的無人商店是連結帳過程都不需要，直接綁訂好信用卡、掃描入場 QRcode 後就可以直接拿著商品走出店門的！往上抬頭看的話，會看見許多智慧辨識的攝影機，不禁讓人感嘆科技技術，也被未來科技感的店面深深吸引！



- **美麗的商品陳列範例與細節**

- ◆ **留白與氛圍感**

我認為相較於台灣的陳列設計，韓國整體的陳列更加簡潔，並不會將優惠訊息或廣告等放好放滿，而是以**整體氛圍**為優先，這麼做讓整個商店提升一個檔次呢。

- ◆ **移動花盆**

我在韓國的一家咖啡店中發現，他們將方形花盆的底部裝上輪子，以便臨時有需求時可以自由變動；這也讓我覺得很適合利用在**多功能空間**（如場地租借、咖啡廳、活動場地等），可以依照不同的需求隨時調整！

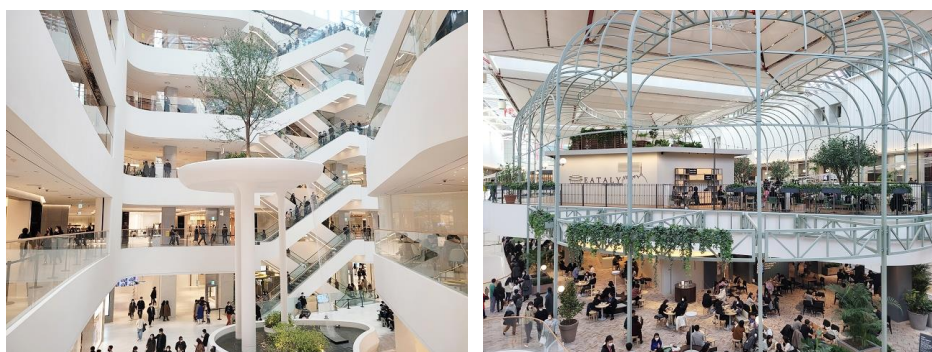
- ◆ **玻璃+貼字+照明，精緻又文青**

我發現韓國有許多讓人感到精緻的小店，都會在玻璃上貼上一些句子或 LOGO，不僅適合拍照，更是讓人覺得細節度高！此外，室內的照明總是均勻溫暖，不會給人一種清冷或陰暗陳舊的感覺。



- **與植物共存的室內設計**

在近期開幕的 The Hyundai 現代百貨五樓，有個空中庭園，不僅將座位打造成公園般充滿綠植，還有小小的喇叭播放著**鳥鳴聲**！不仔細聽時不會發現，只會讓人覺得體驗感十分放鬆，仔細聽後才被這些小巧思驚豔。此外現代百貨也將瀑布與綠植結合，打造出十分具設計感的純白空間。



- **不俗套的網美打卡點**

說到打卡道具，我們總會想到各種充滿俗套的愛心或對話框造型保麗龍板，若沒有贈品或活動我們就不會想主動拿起拍照；但韓國的網美打卡點卻是低調的在一旁，不須主動請人來打卡，就足夠可愛到吸引許多人拍照。其中最常見的就是**可愛的正向語錄、鏡子**等，簡約又上鏡，在海灘邊也會有巨大的**韓文初聲**，十分可愛。最讓我驚豔的是聖誕節的網美點設計一比起聖誕樹、聖誕老公公與 Merry Christmas 牌子塞好塞滿的「聖誕主題景點」，韓國更擅長塑造**氛圍感**，讓你彷彿置身在「聖誕國度」！



(麵包店: 你吃麵包的時候最漂亮!)

● 充滿可愛簡約設計的國度

◆ 插畫文具店

韓國街邊總是充滿各式插畫文具禮品店，簡約耐看而療癒的角色們，讓文具控及插畫控一踏進店門就走不出來！最具代表性的非位於弘大的 Object 莫屬了一純白簡約的建築設計，地下一樓還有定期展覽，就連購物袋也不是寫上滿滿店家資訊，反而是變成讓人拿著拍照也覺得可愛的**裝飾品**！

◆ 沒有廉價觀光感的紀念品

另外我在觀光景點發現的紀念品們，也不同於俗套的景點明信片，也不是掛滿「我愛韓國」的吊飾或 T 恤，反而設計得讓人覺得巧妙，實用又不充滿「觀光味」。

◆ 實用又具美感的學校贈品

當我第一次收到首爾科大學生會贈送的文具組時，我感到十分驚豔並興奮地拍照分享到社群媒體—因為他們顛覆了我們對學校贈品的認知！相對於大家總推拖著不想收，五顏六色、印滿學校 LOGO 的便條紙資料夾等等，韓國學生會的贈品設計不僅簡約可愛、很少看到學校 LOGO、留白得令人舒適之外，還贈送鏡頭保護貼、手機背繩等學生真正會用到的東西，並且整體還是以環保材質製作，要領取還需要先預約...這一點真的很值得我們學習！

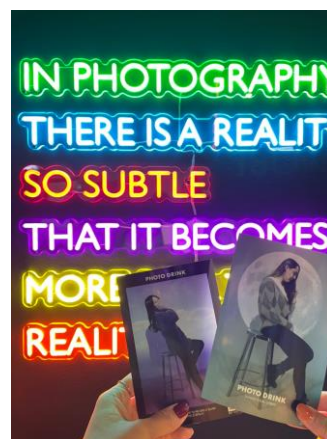


2. 生活感

生活愈久，愈覺得韓國是個生活感&儀式感滿滿的國家！這些點子不僅有趣，還是各個年齡層都可以輕易使用的，這背後的商機，也讓我不禁去探討－這些點子是如何簡單又切入使用者需求？什麼樣的執行方式讓這些點子可以被更多人接受？該怎麼樣宣傳才能達到這樣的普及等等。

- **拍照機店一出遊紀念最佳選擇**

和朋友出門或每逢節慶，總要到 PhotoBooth 拍張四格紀念照... 多種選擇的可愛配飾及外框，讓人有足夠的自由度去創造不同的風格，多拍幾次也不會膩；在特殊節慶時，更會推出聖誕節、2022 限定、虎年等特別版外框，根據不同店家的風格，更是有可愛風、街頭霓虹酷炫風等變化，讓收集控、情侶閨蜜、男女老少等皆能為之瘋狂！此外，只要掃描照片下的 QRcode，便能將拍照時的影片再現，讓人想分享到社群媒體上，造成廣大擴散的效應。



- **投幣練歌房一沒有時間壓力的 KTV**

在韓國的期間，吃完飯後最常約續攤的地方就是投幣練歌房。有別於台灣每一次唱 KTV 都要點 3 小時起跳才划算，韓國的投幣練歌房，每一次唱歌可以只以銅板價只唱 3-5 首歌，也可以一次只買 30 分鐘等等，這讓唱歌變成一件隨時都可以執行、沒有負擔的娛樂活動，對於忙碌的現代人而言十分紓壓又有商機。

- **繪畫製造所一無基礎也可以親易入門的畫畫咖啡廳**

韓國充滿著各式各樣奇特的咖啡廳，而畫畫咖啡廳就是其中一個新興的選擇。充滿藝術感的雕塑、充滿專業畫家感的畫架與不怕弄髒衣服的袖套、甚至連儀式感的畫家帽也有提供；你可以在這裡點一杯咖啡或買一塊畫布，使用店內工具與顏料自由塗抹一下午，若沒有繪畫基礎，也可以購買已有線稿的著色畫布。有趣有儀式感、輕鬆好入門、能保持乾淨、又能發布在社交媒體上，讓畫畫咖啡成了近期文青、閨蜜甚至是情侶檔的熱門約會好去處！



- **漢江悠閒野餐、豪華野營 Glamping 度假 APP**

在我遇到的韓國朋友中，幾乎八九成的人都喜歡坐在漢江邊大啖炸雞啤酒、又或是常常去露營等... 這些聽起來需要花時間準備、很麻煩的事，韓國通通有 APP 可以輕鬆解決。你可以在上面預定「野餐套組」，可以選擇租帳篷式或地墊式，通常會附給你椅子及氛圍感的**夜燈**，也可以在上面租已經幫你搭好的懶人帳篷，或查看超級唯美的度假民宿等...真的很懂得享受生活呢！

- **租校服—遊樂園必備穿著**

當你去到韓國的遊樂園，你會發現韓國人在遊樂園也要很有儀式感—各色的校園制服選擇，還一定要搭配可愛毛茸茸的頭飾！與朋友、情人一起挑選，既有趣又充滿紀念價值；在充滿回憶的同時，還讓人想拍照發到社群媒體上，創造更大的商機，真是一舉兩得的點子呢。



- **音樂劇+偶像—讓難以接近的音樂劇普及化**

往往我們提到音樂劇時，沒有音樂知識背景的人，很容易敬而遠之、不願意踏入音樂劇表演的世界；但韓國的強項正好是韓流演藝產業，他們會請偶像出演音樂劇，不僅可以為音樂劇帶來流量（粉絲會來朝聖捧場）、增加偶像知名度的同時，也可以讓更多人了解到音樂劇之美！近期身邊有愈來愈多人將聽音樂劇作為休閒嗜好，讓這個活動更加年輕化、普及化。

- **花束販賣機**

當我第一次在街頭上看見花束販賣機時，我不禁好奇，是不是每個韓國人都這麼浪漫呢？連花束都要可以隨時取得...但同時也覺得很有趣，覺得韓國真的是很有生活儀式感的國家呢！

3. 科技

韓國的科技真的很發達，走在街頭上都能看見充滿科技感的巨大屏幕，甚至是從未看過的透明螢幕、曲面螢幕等；生活中也經常使用電子信用卡 Samsung Pay（直接感應手機就可以刷卡）、普及的無人點餐機等等。

- ◆ **韓國螢幕科技:**

- ◆ **Coex—彷彿要走出曲面螢幕的 3D 影像**

還記得多年前就在新聞上看到韓國 Coex 的海浪影像，如同大樓被海浪填滿般，這個視覺效果與構想令我十分震驚；如今親眼站在 Coex 底下觀看 3D 立體影像，更是覺得感嘆。快要跳出螢幕的老虎、熱騰騰剛出爐的包子櫃、太空人行走的空間等等，每一個都活靈活現、栩栩如生。



◆ **新世界百貨—聖誕版 180 度超寬牆面螢幕**

說到 2021 年大家瘋狂在社群媒體上打卡的聖誕景點，新世界百貨一定是最熱門的點之一！位於明洞新世界百貨公司外牆，整面牆布滿 LED 燈與螢幕，而螢幕撥放著精彩的聖誕影像，從溫馨的小屋穿梭到奇幻感的空間，如同一場大秀般精采；而我也是第一次看到曲面的、這麼大片的螢幕！



◆ **透明螢幕—應用廣泛、潛力滿滿的材質**

去韓國後，我才第一次看到透明的投影幕，明明長得像一片薄薄玻璃，卻能夠投出彷彿浮在空中的影像，甚至可以以全透明/全滿等投影控制，塑造出空間的區隔、或製造驚喜感。

比如我在 Hybe Insight 觀看展覽時，一開始看到的是一整面一格一格的螢幕，螢幕上以黃色為底搭配著動態的影像...沒想到燈光一閃，四周的燈光關掉的同時，螢幕突然變成透明的，透出背後一個個實體的獎



盃，十分震撼。同樣也在 Hybe Insight 時，有一個作品是寶藏箱，箱子裡面有個透明螢幕，可以看見蝴蝶懸空飛在寶藏箱中，接著透過投影燈，飛出箱子、飛到牆上，這樣的視覺效果也是我第一次看到。

- ◆ 無人點餐機 Kiosk

雖然台灣也有無人點餐機，但韓國可以說是十分普遍，無論是在飲料店、咖啡店、餐廳、麥當勞等地方皆有設置，不僅減少人力成本，在疫情期間更是一個非接觸的好選擇！

4. 特殊設計

最後想分享的是在韓國看到的有趣點子們！

- ◆ 冬天公車亭中會發熱的長椅 / 公園中可以太陽能無線充手機的長椅
- ◆ 可以線上點播音樂的公園
- ◆ 遊樂園中將炸雞+汽水合為一杯，方便好拿
- ◆ 廁所裡的貼心裝置：小朋友馬桶坐墊、鎖上時才會自動通電開啟電燈的門鎖、不會忘東西的門鎖置物架等
- ◆ 下雪新樂趣：小鴨雪人、泰迪熊雪人
- ◆ 省去購物時沉重重量又不沾手的洗衣「紙」

三、研修成果與返校後學習的關聯性

對於設計能力上的幫助：

1. 整體美感提升：

無論是街道海報，或是百貨公司裡的廣告陳列，又或是網路上追蹤的新創電商，皆具有簡潔、高級、精緻感的美感，拉高了我對於設計美感的要求與標準。

2. 精進體驗設計：

我發現韓國很擅長塑造良好的使用體驗，其中歸納出幾點

- ◆ 以簡約、清楚、好感，取代塞好塞滿、過於刻意的資訊
(如簡潔卻有質感的的打卡/節日景點、贈禮品設計、百貨促銷資訊等)
- ◆ 以小小犧牲塑造大大效益
(如免費拍貼機卻達到社群曝光、免費購物袋卻達到品牌知名度提升)
- ◆ 以五感切入，間接地塑造舒適體驗
(如店內專屬香氛、鳥叫聲白噪音、善用投影幕塑造氛圍等)

3. 設計能力提升：

於韓國修習各式設計課，提升設計能力。

對於職場上的幫助：

我目前就職的工作為時尚流行領域（女性包包），工作內容主要為設計官網、社群、攝影、電商平台經營等，我在韓國學習後對職場的幫助如下。

1. 擁有第一線韓國時尚流行資訊：

由於在韓國生活時追蹤了許多韓國電商品牌，也瞭解該如何用韓語搜索最新趨勢，因此能接觸到第一線的韓國流行資訊；對於喜愛韓國潮流的台灣而言，擁有這些資訊，可以在社群推廣及行銷上有幫助。

2. 將在韓國的觀察進行多元應用：

在韓國生活期間對於行銷手法、陳列等有許多觀察，可用於品牌策展、設計門市陳列、社群行銷、商品開發、包裝設計等各種場合進行多元應用！

3. 設計官網

這學期的 UX 使用者體驗課程，就是為了回國後對職場上設計網頁有幫助而修習的。在美感提升的同時，也比較瞭解使用者對於網頁視覺的要求，概念及理論的知識也增加了一些。

四、本次出國進修經驗與心得分享

在一次次地延期、疫情肆虐的兩年間，當熱情逐漸在焦慮與變化中消磨殆盡，「去韓國當交換學生值得嗎？」成了我好幾個月以來每天執著、反覆思索的問題——過高的檢疫花費、有限的學習體驗、冒著健康安全的風險，差一點就把自己勸退，但在最後一刻我還是敵不過我對韓國的好奇與憧憬；在描繪著留學生活的想像中，內心的衝勁已經將我推向了啟程。

難以想像，我已經搭上飛機、飛過重重雲海，走進充滿韓文及充滿時尚、可愛小物的韓國街道之中，那些做夢夢到用韓語聊天的時刻，也都一個個實現；難以想像，我能夠以自己的力量，獨自在國外闖盪，去冒險、去獨立處理許多事情、把自己照顧好，害怕的同時又十分興奮，看見了好多不一樣又有趣的東西；難以想像，我與世界各地的朋友聚在這小小的地方，法國、德國、芬蘭、西班牙、葡萄牙、印度突然都不再遙遠，我們說著彼此不熟悉的語言，卻成為彼此熟悉的朋友。

也難以想像，我在當地交了許多韓國朋友——和金工課朋友一起度過的每一次旅行、和在三星工作的朋友一起租車去遙遠的江原道看白雪世界、與年紀比我小卻已經在當作家的朋友看展、在路邊公園教又高又帥的歐巴用燒酒調酒、與仁川的警察朋友一起在溜冰場度過聖誕節、也與高麗大學會說中文的學生一起逛高麗大校園...每一段緣分，或短或長，都是值得感謝的、夢一般的回憶。

在韓國生活的這幾個月間，我去到了**濟州島**，騎單車環繞了小小的牛島，看見滿滿的石頭爺爺雕像、吃了許多黑豬肉烤肉；去到了**各種季節的江原道**—夏天在東海看無敵湛藍又清澈的海，秋天在雪嶽山乘著纜車與十幾二十個朋友一起攀頂、賞楓，冬天與最親近的朋友租車開往平昌，看見銀白色的牧場與結冰的壯麗山河；也去到了**釜山**，沉浸在每次沙灘上的日光浴，以及每個大樓映照在海面上五光十色的夜景記憶中。

不僅去到了**北韓界線**，遙遠又短暫地從瞭望台眺望非武裝界線另一端的神秘國度，還去到了**慶州**，看遍 UNESCO 世界歷史遺產的佛國寺、天馬塚，吃了小菜塞到桌子也放不下的韓定食；甚至獨自一人走訪**大邱**，在古教堂與暖陽中陪伴貓咪、在前山公園的林中靜坐冥想，只為了再次沉澱自己；最後也到了**全州**，在溫暖的韓屋民宿中遇到溫暖的老夫妻（民宿主人），並在韓屋屋頂享用韓屋村帶回的美食，一邊對這趟韓國旅程的一切，感到好不可思議... 每段緣分、每段回憶，都好幸福、好神奇好感謝。

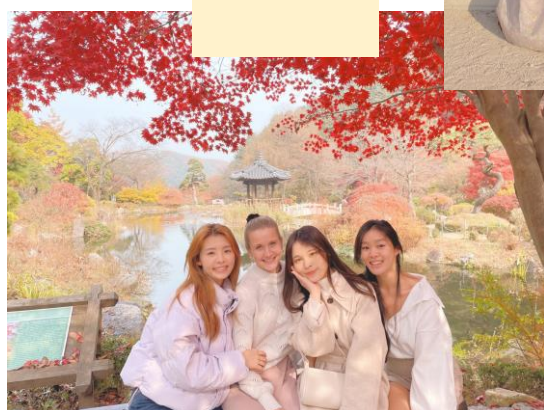
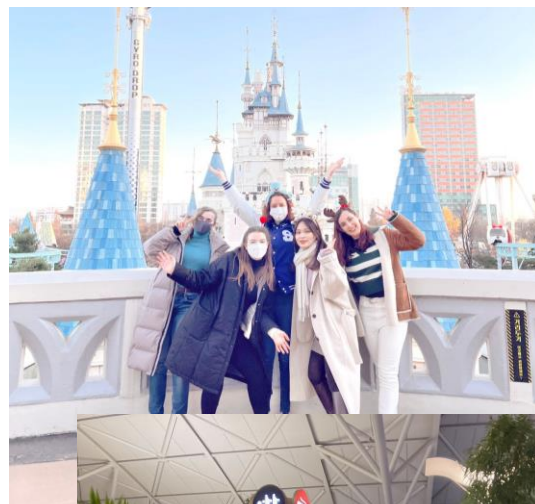
當然，小小的**不完美**也是存在於這趟旅程中的。比如好不容易申請上的、全亞太地區名額僅有個位數的 UMAP 交換機會，在反覆延期與疫情變化中取消了；又比如疫情間出國高額的花費、繁雜的手續，又或是旅程中偶爾的恐懼、孤單的時刻等等。但轉個念來說，換到首爾科大剛好讓我遠離疫情嚴重的市中心，也正是因為沒有觀光客、課程又都是線上進行，我們才能靠著一台電腦到處旅行完成學業；而那些寂寞與疑問，或許也像《德米安·徬徨少年時》中說的：「上帝有無數讓我們陷於孤獨並找到自己的方式」，我想，我也因此已經走上「確認自己真正想要甚麼」的路途上了吧？

最後回頭檢視一切，才發現我已經默默地將起飛前列的 10 個願望全數實現了。首爾的確沒有讓我失望，無論是美感、可愛又有質感的小物與時尚，還是那些讓我震驚的體驗設計、陳列設計、展覽、創意，又或是各式各樣的生活感—拍幾次都不膩的拍照機、三天兩頭就要去一次的練歌房，還是變化多又好喝的燒酒飯局，都還是像一場不想醒來的夢境般，令我沉醉其中。還記得從第一次踏上這片未知、第一次叫外送成功確保自己不會餓死，到現在倒背如流的地鐵方向、生活用語或韓文 APP 等... 現在的我，很慶幸自己能在韓國生活，也能確定地回答自己出發前的疑問—「是的，來韓國當交換學生，真的是完全不後悔、200 分值得的決定！」

最後最後想說的是一台灣真的是很有人情味的國家，從機場接送到檢疫等反覆的流程中，總是能感到人們的熱心：「外面很冷，記得穿外套！」「檢查還要讓你翻亂行李，歹勢啦」，也總是能從各種充滿各國影子的文化中，感受到台灣的國際化與包容；但同時，也期望台灣能更加優化自身文化與品牌，如同韓國將韓屋與傳統文化設計得有質感又現代化、街道上（含便利商店）幾乎都是韓國品牌等。在設計方面，也值得向韓國看齊，不要總是希望使用五顏六色、大量的資訊塞好塞滿，而是從使用者真正的需求切入，獲得良好的氛圍感與體驗，才會讓人想回購、分享，產生更大的效應！

謝謝一路上一直一直協助我的老師、家人、朋友們:)

감사합니다.



五、建議事項

1. 對校內甄選的建議:

- 可參考國際事務處表單下載區中的「非大陸地區交換學生評分標準表」，盡量將每個項目拿滿，尤其是「四、優秀表現」這部分，平時可努力參加社團或競賽，有任何證書或獎狀都盡量留下來，可以加很多分！
- 2. 推薦函的部分盡量寫滿3封，交換至韓國地區的話可修校內的韓語課，並請韓語老師協助寫推薦函，亦可詢問班導師、系主任協助；三封推薦信盡量呈現出自己的不同面向，不要三封都是一樣的內容。
- 如果是設計系的同學，建議可以幫申請資料 / 自傳 / 作品集進行美編。
- 如果想申請上 UMAP 等比較困難的機會，記得找出自己的特色，將自己的專長或夢想結合一定要在該國家/該校學習的理由，不要只寫「想在 OO 學校精進設計能力」等，較難以被看見...! 網路上也有許多優秀的自傳(PS)及讀書計畫(SOP)，可多多參考他人的架構再寫。

2. 疫情間出國的建議與防疫方法：

好處 - 觀光客少、線上課自由度高(可邊旅行邊上課)

壞處 - 額外花費多(光來回檢疫隔離就要快 6 萬)、線上課學習效果較差、較難交當地朋友、健康風險、心臟要強(經常改班機、交換可能突然被取消等)

- 搭飛機穿防護衣、N95 口罩、手套、噴酒精
- 包包裡隨身放酒精、避開人潮多的地方
- 外出回來後先去洗澡換衣服、將手機包包等物品擦過一遍

3. 生活:

- 用錢: 我當時是先帶 20 萬韓幣 (5 萬台幣)於隔離時叫外送/緊急情況使用，之後用線上換匯換至韓國銀行帳戶；但在台灣換匯率差，而線上換匯與明洞換錢所匯率差不多(都蠻高的)!! 換多少大家自己評估唷。韓國消費多為刷卡，較少使用現金(但都會收)
- 通信: 推薦大家使用親故通信，為中文服務，可單買 3-5 個月，網路流量吃到飽也可以打電話、收簡訊，雖然流量滿了會降速，但還是很足夠的！

六、附件

- (一) 其他有關資料
- (二) 成果報告檔及照片檔光碟片 1 份

所 屬 系 所 審 核 意 見	<p>指導老師簽名：</p> <p>系所主管核章：</p> <p>(*本欄務必就報告內容填寫具體意見，不得空白)</p>
--------------------------------------	---

※ 備註：

1. 成果報告請用 A 4 紙直式橫書依規定格式撰寫（活動照片請附簡單文字說明）。
2. 本項成果報告及活動照片應無償授權本校作為推動業務之任何利用。