

華夏導報

中華民國二十七年十月十日創刊 第二九六七號
校刊 非賣品
社址：中國文化大學 編輯室：八六一〇五一
臺北陽明山華岡 電話：二二三三

創發人：張人、鄭人、張人、鄭人、張人、鄭人
社副主編：張人、鄭人、張人、鄭人、張人、鄭人
編輯：張人、鄭人、張人、鄭人、張人、鄭人
印刷：張人、鄭人、張人、鄭人、張人、鄭人

女聯會等辦民俗巡禮 今假中興堂舉行開幕

推出系列戲劇表演及技藝展示

（本報訊）由本校女聯會、畢服會主辦，影劇學社、國劇學社、地方戲園、話劇社協辦的「民俗巡禮」活動，定於今（十二）日起至廿三日止，推出一系列的戲劇表演及民俗技藝展示與教學。開幕式定於今日下午六時假中興堂舉行，並邀請莊副校長蒞臨會場。

「民俗巡禮」系列活動如下：
十二日下午六時分假華岡餐廳邀請陳建銘先生簡介宜蘭老歌仔戲。
十三日下午六時分假華岡（原第一）餐廳，舉行南管之夜，並邀呂鍾寬先生解說。
十四日下午六時分假華岡餐廳演出傀儡戲，邀請蕭慧淵解說傀儡製作過程。
十五日下午六時分假華岡餐廳邀請吳榮夫先生介紹「台灣講古」。
廿一日下午六時分假華岡餐廳，邀請楊再興、楊秀卿、侯麗芳、梁弘志、吳雪芬、鄭明（十三）日下午六時三十分，假陽明天主堂舉行和好事特選王敬洪神父主持。十五日原時地舉行社慶彌撒。另，十八日上午九時三十分假華岡堂舉辦合唱觀摩，邀請北區天主教各大專同學會同學參加。

行「民俗技藝展覽」，內容包括中國結、捏麵人、油傘、童玩、布袋戲偶、傀儡及皮影。下午六時分，假大成四〇八、四〇九、四一〇，舉行中國結、捏麵人、皮影等「民俗技藝示範」。
廿二日假活動中心交誼廳舉辦「民俗技藝展覽」。下午六時分，假大成四〇八、四〇九、四一〇舉行相命學、茶藝、皮影等「民俗技藝示範」。
廿三日下午六時分假華岡餐廳，舉行「拋繡球晚會」，並舉行閉幕式。歡迎同學屆時前往觀賞。

康輔研習 即日起報名
（本報訊）據課指組表示，救國團第廿七期大專康樂輔導人員研習會，自即日起至十五日截止，每日中午十二時至一時十分假活動中心前廣場禁止停放各種車輛，全校同學務必合作。
（本報訊）據家政實習餐廳表示，由於教育部評鑑，該餐廳（十三）日停止供應餐飲一天，十二月份包飯師生亦停止供應順延至七十三年元月四日起供應。

演講消息
△華岡合唱團定於今日下午六時，假仁六〇一邀請男高音歐秀雄主講「聲音美的概念」，並作示範演唱。
△造園學社定於今日（十二）日下午六時，假大典六〇八邀請攝影社社長游舜雄演講「攝影表現法」，並有幻燈片簡介，歡迎同學踴躍前往聆聽。
△漢民學社定於今日下午六時假大成四〇一，邀請李勝峯演講「選舉後論」，兼談黨外政治運動的前途。

舞蹈學系 今晚演出
（本報訊）為敬請蔣總統經國先生競選連任，教育部特假國父紀念館舉辦一系列音樂舞蹈表演會，本月十二日晚七時三十分將由本校舞蹈系擔任演出。
（本報訊）據總務處表示，位於大倫館後方的國術館預定地已打好樁、釘好線，盼同學們切勿輕易移動。

天文學社 聯誼座談
（本報訊）天文社定於今日（十二）日下午六時分假大成三〇一舉辦聯誼座談會，由社長陳俊男主持，盼社員踴躍參加。
（本報訊）據總務處表示，位於大倫館後方的國術館預定地已打好樁、釘好線，盼同學們切勿輕易移動。

弘道社慶祝十週年 今起舉辦系列活動
（本報訊）弘道社創社十週年，自今日（十二）日至十八日將舉辦一系列社慶活動。
開幕式暨聖物圖片展定於今日上午十時三十分，假華岡博物館第二展覽區舉行。由鄭校長主持剪綵。此次展出內容包括聖經圖片、圖書、利馬寶來華傳教四百年紀念、彌撒用品、弘道社史等。
演藝人員座談會則於今日下午五時三十分，假大成四〇五舉行，特邀凌凌晨、孟元、侯麗芳、梁弘志、吳雪芬、鄭明（十三）日下午六時三十分，假陽明天主堂舉行和好事特選王敬洪神父主持。十五日原時地舉行社慶彌撒。另，十八日上午九時三十分假華岡堂舉辦合唱觀摩，邀請北區天主教各大專同學會同學參加。

活動中心總幹事 定於十五日改選
（本報訊）活動中心總幹事改選大會暨社團負責人聯席會，定於本月十五日下午二時十分，假中興堂舉行。事候選入。各社團負責人務必於當日準時參加，不克參加者於十五日以前向課外組廖老師請假，若無故不參加或沒請假者，將依校規處置，並作為總檢成績之參考。
第十五屆學生生活活動中心總幹事候選人審查會議已於九日下午三時假訓導長辦公室舉行完畢，由王訓導長主持。訓練長辦公室主任、廖老師出席參加，審查結果通過國劇二張式如為總幹事候選入。

簡訊
△網印研習會工作協調會今晚六時假活動中心廣告設計社社辦舉行。
△企管學社今日下午四時假閱覽室舉行正、副社長及正、副班代表會議。
△皓東學社今晚六時，假俄文系辦公室召開區常務會議。
△弘道社今日下午二時分於校史館放映影片。
△土風舞社華爾滋之夜，目前女性尚有八個名額，盼今日假大成三一五今日中午前報名。

舉行例行活動並召開社員大會
△口琴社定今日下午六時分假大成三〇二、三〇四舉行例行活動。

一創立
民國六十三年十二月十二日，本社經名譽校長吳經熊博士之賜名，奉准成立，為華岡研究性社團之一。由黃里愛老師指導，現任社長羅家強。

二宗旨：
1 研究信仰問題。
2 研究天主教學術，促進文化交流。
3 推行 國父博愛精神，從事仁愛工作，服務社會。
4 增進社員感情，促進人格成長。
5 培養華岡人愛人情操，砥礪以「質樸堅毅」為中心的優美生活觀。

三性質：
1 宗教性的團體：結合信仰基督及慕道同學，研習教義砥礪真善美聖的聖化生活。
2 服務性的團體：集合社員，推行國父博愛精神，發揮愛心，至各慈善機構，從事仁愛工作，服務社會。
3 學術性的團體：經常舉辦專題演講、系列演講、展示天主教文物，研究天主教學術。

華岡弘道社簡介

利用課餘及週末假日，展開社會服務，並幫助本會盲生。
2 不定期活動：
視需要舉辦學術演講、座談、天主教文物展、聖歌演唱會、影片(幻燈片)欣賞、迎新暨春、夏、秋、冬令營，及其他郊遊、烤肉、露營等聯誼活動。
五今年弘道週系列活動：
十二月十二日—十八日—圖片展覽
華岡博物館第二展區上午九時至下午五時。

十二月十二日—演藝人員座談會 下午五時。
十二月十三日—和好聖事 下午六時。
十二月十三日—和好聖事 下午六時。
十二月十五日—社慶彌撒 下午六時。
十二月十八日—聖誕觀摩 下午六時。
華風堂上午九時卅分至十二時。
六展望：
本社創立以來，在歷屆幹部及社員的苦心經營下，曾獲評為本校研究性特優社團，聖詠團並多次贏得系際杯合唱比賽優等獎，辦理大型活動並曾蒙創辦人、教區主教及各級神長、老師之嘉許；平日研習教義、砥礪生活、從事仁愛工作，不敢一日或忘，今後當一本成立初衷，結合信仰基督及慕道同學，實踐本社宗旨，發揚基督愛人精神，養成華岡人質樸堅毅之優良氣質。歡迎您加入我們的行列。



不可思議的人——虛雲和尚

虛雲老和尚是不可思議的人物，從他出家以後的苦行修持，禪功鍛鍊的經過，經歷艱險的情形，處常處變的事事物物，及到龍天推出，為世為人；而以一窮和尚，在雲南數年，能得到官民擁護，以後的建設大小寺院，而舉重若輕；能以湖南口音，而隨處弘法，人皆領納，及數十年間，收容出家在子弟千百萬人，而見過他老人家的如孩兒戀母，永不乖離，他的說法開示，能指出佛心人心；他能對度人而向每一個人說一兩句話，即令人終身不忘；老和尚自度度人的艱苦奮鬥精神，的確足以驚天地而泣鬼神，對這位不可思議的老和尚我們只有「高山仰之，景行行之，雖不能至，心嚮往之」。

虛雲和尚俗姓蕭，南朝梁武帝蕭衍後裔，母親篤信佛教，年過四十無子，禱於觀音大士，一日和尚父母同夢一長鬚青袍老者，頭頂觀音跨虎躍臥榻，和尚應兆而誕生，而初墮地為一肉團，經一賣藥老人，剖開而得之，十九歲出家於鼓山名古岩，字德清，隱居深山，面壁三年，後依天台融鏡老法師，習天台教觀，並參話頭，多年的參訪名山大川，三衣一鉢，踰隔獨行，徜徉山水，毫無繫累，水驪山程，霜風雪雨，

毫無倦容，因之體力增強，步履輕捷，而養成一代與絕無減的人天師表，能忍人之所不忍，行人之所不能行的精神，而行動，而從和尚暢談佛教的真理及痛斥末法時期的衰相可知其思想正確，是一位站在時代前擁護真理繼續佛慧命，是菩薩摩訶薩，諸佛以大因緣現於世，諸祖以續佛慧命乘願再來，雲公悲願大，故憂深任重，自出家雖歷盡艱辛，猶生歡喜，每每藉境驗心，愈困苦處愈覺心安，而異於其他大禪師者，是他與復五宗，亦兼融了五宗，主要原因，是他年高德劭，道廣法深，為諸宗徒所敬信，虛雲和尚是一位了不起的和尚，他在高旻寺茶林落地時，頓斷疑根，徹悟本來，從此悠遊聖域，隨緣益物，「前後修學摩訶者大小數十寺」，「歸依門下弟子，中外百數十萬」，雲公的自利利他，福德慧德是如此殊勝，他一生真可說至德盛業，了無遺憾，也不容易讚歎。老和尚常說：「人生如夢，一切皆幻，空中飛鳥，有何踪跡可尋？況學道人耶？」

慧智社提供

從佛教的興衰來說：雲公的弘法利生，成就是這樣偉大，他的懿德高風，應值得佛教界的借鏡，雲公是教演華嚴，但宗在禪門，他的深入禪慧，姑且不論，而其清苦淡泊百年如一日，一切為了常住，不圖自己，到處修復廢圮古刹，領導大眾搬搬擔擔，坐香參究，二時課誦，半月布薩，保存了古代禪門的風規，尤其是隨緣修復又隨緣付託，毫沒有居功矜己的私意，至于忘身為法的精神特別難得，在「雲門事變」



未成熟的
熟的水果
為什麼又酸又硬？
供提社學學化

。生葡萄的確挺酸的。許多果子都是這樣：生果子又酸又硬，又澀；熟果子卻又甜，又軟，又香。原來，這是在果子成熟過程中，發生一系列的化學變化。在生果子中，各種有機酸的含量特別高，怪不得挺酸的，生葡萄裏就有不少酒石酸、檸檬酸、醋酸等。在成熟的過程中，有機酸因為漸漸被一些鹼性物質所中和或與醇類發生酯化反應而變少，可是果實中糖的含量卻逐漸增加。這樣，就由酸變甜了。生果子挺硬，是因為它含有許多果膠，這些果膠大部分是不溶於水的，像石頭似的整天纏著臉，怪不得生果實的組織硬而且脆。但是，在成熟的過程中，這些果膠都逐漸轉變成能溶於水之成分，於是果子也就變軟了。像柿子、杏子、香蕉、桃子，都有這樣的一個變化過程——由硬到軟。再說說。澀主要是因為果子中含有鞣酸，成熟時，鞣酸被氧化了，也就不澀了。柿子便是個很明顯的例子。成熟的果子含有許多糖，這些會發酵而成為酒精。酒精一遇上有機酸，便會發生酯化反應，生成許多芳香濃郁的酯類，如乙酸乙酯，異戊酸乙酯，苯甲酸乙酯等等，香氣氤氳。另外，生的果子常常是綠色的，因為含有許多葉綠素。在成熟的過程中，葉綠素被破壞了，許多花青素取而代之。像西紅柿由綠變紅，便是因為生成番茄紅素的緣故。果實由生至熟，其中發生的化學反應，何止千百個哩！

世界劇展 Company 的介紹

李光弼主講

舉辦者：英文學社
時間：十一月十日
記錄：王巧燕

我在臺灣長大，但從小到大，我皆於美國學校受教育，至高中畢業後，即赴美，在紐約研讀戲劇，工作了一段日子，近幾年始歸國，回到國內，便參加了電視連續劇「一千個春天」的錄製工作，也參預舞台劇「遊園驚夢」的幕後工作。去年，應邀至文化大學戲劇系教書，隨即導演由閩振瀛教授編劇的舞台劇「黑與白」，緊接著今年又導演了另一部舞台劇「當西風走過」，此齣戲進入實驗劇展。現在，我又有一項工作——舞台劇「毒杯」的導演，這齣戲由聶光燄設計舞台，鄭佩佩編舞，於十一月廿六日至十一月三十日在社教館演出，預計花費額七十萬元，在藝術季大型節目的比較下，所備資金雖少，但求品質好。而於十二月七日及十二月八日，我所教的戲劇系二年級學生在本校華風堂演出一部創新的舞台劇「黃金時段」，亦由我執導。此次很榮幸能受邀為英文系世界劇展的導演，我希望把它做好，更希望同學們把它做好。

在介紹世界劇展 "Company" 之前，我先介紹紐約百老匯的一些舞台劇、歌劇給各位——
一、現在舞台劇的表演法約可分為二：
一、美國式的表演法——先由培養內在的情緒開始，再讓情緒帶動演出。此種表演法是由俄人傳至美，在加州、紐約甚為流行，為從心裡演至外在的方法。
二、英國式的表演法——為從外在演至心裡的方法。先由某些小動作或行為的感觸，使心裡產生一些特別的思想，便能演出。

通常演員常依情況不同，綜合以上兩種演出法，以方便表演。在臺灣，舞台劇是一部一部的上演，很秩序化，所以沒有競爭者，因之一部舞台劇仍能招徠觀眾，但在紐約百老匯，有一報紙 New York Time，其影劇版上每天刊登三十齣上演的舞台劇，意即每天晚上都可看一部新的舞台劇 (music or drama)；亦可看出其舞台劇演出的競爭性，通常戲評者於晚上看戲，隔日早便寫出戲評，若戲評好，一部戲可演上七八年，戲評不佳者，這部劇演個兩三天便下片了。

紐約百老匯有時也上演舊戲，如希臘舊劇 "Medea"，法國劇 "Tartuffe" 等；有時舞台劇也邀請明星做台柱演出

，如由 Liviu Imann 演出 "GHOST" 及 "A Doll's Life" 有些舞台劇亦改編成電影，如「金池塘」("Golden Pond") 及 "First Monday on October" ；另外，美國人認為日本戲的動作優美，演出藝術，故百老匯也上演日本劇。

除了傳統劇的演出外，百老匯上演的還有實驗劇，如 "Equus" (a horse 之意)，其編劇者為英國人，故事之源於編劇者有天在英國某鄉村開車，見一馬房，其朋友告訴他前幾天有一十幾歲小男孩持一鐵棍，將馬房內之六匹馬的眼睛弄瞎，編劇者即根據此一故事，描寫小男孩如何弄瞎馬的眼睛，舞台上演出時有一男孩，及一位心理學家，以及六匹由人飾演的馬。在最近，百老匯也同意上演某些以往不被公開接受的戲劇，如 "Torch Song Trilogy" 此齣劇講述的便是同性戀的問題。

有些在百老匯上演的劇是以舊的題材，但却是以新的方法演出，如 "Amadeus"，描寫一個與音樂家莫札特競爭的音樂家的眼光來看莫札特；另外，談及音樂劇，最著名的音樂劇，便是由尤勃連納主演的 "The King and I"，近幾年，百老匯也上演一些少數民族的劇，如 "Zootsuit"，描述一些南美洲的民衆在美國的經歷。

黑人在美國的勢力日趨龐大，故全是由黑人演出的音樂劇亦在百老匯上演。有時，百老匯會替一個明星特別設計一齣戲，索額票價頗高，如由 Raquel Welch 主演的 "Woman of the Year"，舞台劇不一定是嚴肅刺激，動人輕鬆亦有，如正在上演的 "Dreamgirls" 敘述黑人樂團 Spring 的故事。"Dreamgirls" 的編劇者 Mico Beant 亦編了一部名劇 "A Chorus Line"，他找到一些跳舞者，組合替

他人配舞的經驗編成此劇，這齣戲由一九七六年上演至今，已演出長達七年，在一九七六年時曾得最佳音樂劇。另有部舞台劇被改編成電影 "Annie"，但拍成電影的效果却不及舞台上的表演。

"Company" 的編劇者 Stephen Sondheim 曾編不少有名的影劇，如 "A Little Night Music" 及 "Sweeney Todd"，另外「西城故事」的詞也是他所編寫。百老匯近來也上演幾乎全用東方演員的戲，如 "Pocifi Overtures"，這部戲是此類型劇第一次於百老匯演出。此外，有大中型音樂劇，如 "EVITA"，而 "CATS" 是在倫敦演出成功後再搬至百老匯上演。

接著，我介紹另一部音樂劇 "Company"，即是世界劇展的戲碼，"Company" 之意為朋友，其背景時間為現代的紐約，描述有個單身的現代年青人，他有五個已結婚的朋友，而這五對夫婦的婚姻皆有問題，每對夫婦彼此興趣、性格都不合，但他們却又都鼓勵男主角結婚，這位年青人觀五對夫婦的婚姻深以為懼，但至最後他亦省悟他若只是旁觀他人婚姻，而從未嘗試，豈不枉費一生，應該完全完全的去愛一個女人，不怕被她傷害，被她拋棄。此齣戲主題即是講城市、大都市中情感寂寞及婚姻的問題。

"Company" 大約有十五位演員，每位演員皆要會唱、演、跳，劇中大約有廿三首歌。我預定於聖誕節前甄選演員，十二月底決定演員人選，明年即開始工作，預計正式排練兩個月，於明年五月七日、八日、九日於藝術中心正式演出。而演員不需擔心歌唱得不好，舞跳得差，將有職業性老師做專業的指導。燈光、音效、服裝亦有專職人員指導，同學們可從中獲得技術經驗。

一齣舞台劇演出後的影響是很大的，所以希望演員要有共識，把它當作是一個很嚴肅重要的工作，大家一起對彼此作要求，我希望能有一部好的作品展現出來。

音響天地

電機學社提供

立體聲音的概念

信號大小的測量

立體聲裝置中，各種聲音是以變成電氣振盪的形式出現的。這些變了形式的聲音按適當比率分配到左信號和右信號中，並分別在左右信號中成爲一體。

電氣信號大小是如何衡量的？在立體裝置中，信號是可以隨意放大的。無論放大到多大，放大後出來的聲音中，大的聲音和小的聲音之間的大小比例是不變的。這正如把照片放大，對於大小兩者之間的比例關係和放大率無關。

立體聲音裝置中，聲音是以電氣的形式出現。通常測量電氣的大小單位是用電壓、或者電流。這裡要談的是一種測量的大小比例的方法。這種測量方法的單位是「X 分貝」。用分貝表示的數值，是一種比率，所以不知道測量對象的數值是多少。但是如果約定了一個基準，就可以通過測量對象是該基準的幾倍，得知它的數值。

立體聲音的特徵

立體聲音是由左信號和右信號構成的。因此有很多聲音效果是「單音」聲音所無的。

「單音」的特徵是什麼？是所有的聲音渾然成一體，由一個揚聲器播放出來。我們人耳的聽覺很靈敏，能夠區分出

混淆在一起的各種聲音。但有時一些響度小的聲音被響度大的聲音所淹沒，而分辨不出來。

立體聲則正好相反。它是將已經區分開了的各種聲音播放出來。因此，很微弱的聲音也聽得很清楚。立體聲音可以使人判斷出音源的方向和距離。某音源的聲音向著某個固定方向傳開，稱爲音像方向定位。

另一特徵，是具有現場感。以酒會的爲例，在會場的人會感受到由於散布在會場中人們的嘈雜聲和房子的回聲混在一起，而覺得處身在寬闊環境中。若用立體聲錄製，再以立體聲播放，效果將如處身在寬大的會場中。

人所能聽到聲音音調範圍的頻率約是二十赫茲到兩萬赫茲。(陳永盛)

討個老婆好過年

台北地區喜餅消費市場之研究

企管學社市場調查小組提供

「有錢沒錢討個老婆好過年。」一聞一近此種氣氛愈加濃厚。據野史記載禮餅之起源：三國時，東吳孫權為鞏固基礎，拉攏西蜀劉備對付魏國公曹操之車，孫權、周瑜密商計議，偽以親妹孫尚香招劉備為驍馬，不料卻為孔明識破，允許劉備過江赴宴，彼時孫夫人見劉備一表人才，滿心喜悅，一口答應，擇日完婚，一時傳為美談。於是不管國人的生活習慣怎麼變化，訂婚、結婚的習俗，仍深植在國人心中。而且無論經濟型態如何改變，訂婚禮盒在傳統習俗支持下並不受影響。所以訂婚禮盒的市場需求可說是相當穩定。

就市場需求情況分析，訂婚禮盒需求的季節性分佈，以十一月、十二月及一月（春節前後）為高峰。其訂購金額至少有五千元，多則高達五萬元；訂婚盒數則平均為一百盒左右，多者為三百至五百盒。從這些資料中更可以進一步發現訂婚禮盒之市場是相當具有潛力的。

依目前市場現況而言，禮餅業可分為兩大類。一為「港式店」，以超群、奇華、飛達等為代表；一為「台式店」，如可口、台富、掬水軒等。前者以精美包裝、濃郁口味深受年輕人喜愛。後者則以多年老店、金字招牌、大紅大紫的傳統包裝，強調喜氣洋洋的氣氛，也頗能迎合傳統中國人的口味。二者在市場上各有其顧客群和愛護者。

讓它永遠保持新鮮——談餅乾的包裝

俗謂：「人要衣裳，佛要金裝。」同樣的，餅乾也需要包裝。餅乾的包裝，基本上在保持餅乾的新鮮度，主要的是希望藉著包裝把餅乾的口味、品質表現出來，引起消費者的口慾，吸引消費者購買，由此可知包裝對餅乾的重要性。

國內餅乾市場由於早期幾個老品牌保守的經營，僅重視餅乾口味，認為好吃即能暢銷，因此，對包裝存有「只要把產品包好即可」的想法。致使消費者在選購餅乾時，常會發現到市面上各品牌的包裝設計無多大差異，包裝的不夠精美，食用時更會產生諸如：拉扯了半天打不開，打開後必須全部

吃光，否則即會變軟、變質：等問題。這皆意味著國內餅乾業並不重視產品包裝。近幾年來由於幾個大廠商（歐斯麥、亞信、曲奇等）陸續加入，經營上趨於新穎，美觀及防濕性等問題，更重視外形包裝的美觀及防濕性等問題，使得國內餅乾市場競爭更加激烈，各個廠商乃開始重視包裝問題。

目前國內餅乾包裝可分為紙袋裝及鐵盒裝。由於廠商已意識到消費水準的日益提高，在內包裝上放棄沿襲已久的單層包裝，改採防濕性甚強的鋁箔包裝，讓消費者在未能全部吃完時，可將開口扭轉夾緊暫時保持密封以保新鮮。而鐵盒包裝多藉著鐵盒來紙盒裝的高貴大方，為消費者送禮之佳品。而且鐵盒裝更較紙盒裝具有下列優點：（一）耐壓（二）不怕潮濕，時間久了外觀不易變形（三）可再封裝（四）鐵盒可以提供消費者其他用途，引起消費者對產品的印象，再度選購。基於這些因素，餅乾鐵盒的市場相當看好。

前面從消費者在食用上的不便之處，不難看出國內廠商在包裝上仍有待加強。因此國內餅乾廠商不應侷限於「好吃即暢銷」的觀念，應積極的從包裝設計上著手，藉著包裝來提高產品本身的附加價值，讓消費者在品嚐餅乾美味之餘，亦能欣賞到美觀大方且方便使用的包裝設計。

論餅乾市場的廣告策略

電視中以吃的廣告佔大多數，其中又以餅乾廣告居多。由於餅乾是包裝性產品，若無足夠的知名度及品牌形象，則很難在陳列架上的商品群中被選上，因此廣告策略乃成為餅乾銷售上重要的武器。由於餅乾購買多屬於衝動性，不會花太多時間去考慮，因此即可由廣告促使消費者產生強烈印象，同時喚起其需求。新產品歐斯麥之所以能在消費者心目中留下深刻印象及在市場上打開知名度，都是利用它是高興的表徵及存有愉快的印象，再加以其笑臉及品牌（OSMILE），而更加引起消費者的愉快記憶。當然歐斯麥的廣告模特兒選用策略，亦是成功之處。張小燕的節目都是歡樂的，以其為廣告模特兒可將廣告與品牌結合在一起，使人看到張小燕即聯想起歐斯麥，間接的提高廣告效果。

此外，喜年來蛋捲在國內餅乾市場上，能捲起一股新的風潮，成功地打開喜年來蛋捲的一角天下，無不歸功於強烈而周密有效的廣告策略。喜年來蛋捲在廣告上的運用，是將「喜年來」三個字的意義擴張為「喜事年年來」，暗示了連續

不斷的喜氣與吉利，在國人喜好趨吉的傳統文化下，「喜年來」三個字在消費者潛意思中所造成的衝擊，使一般人決定以餅乾做為禮品時，很容易地挑上了喜年來蛋捲。並且喜年來更以「香酥鬆脆」的口味和高級的品質來搶先取得消費者的偏好。於是消費者腦海中至今仍有「蛋捲——喜年來」的印象，如此皆是廣告策略所奠下之基礎。由此看來，廣告策略運用的成功與否，對一項新產品要在消費者心目中塑造美好形象及進而擴展市場是相當重要的。

餅乾禮盒市場調查分析

中國人富有人情味，尤其在逢年過節時，表現得尤為激烈，親友間往來，饋贈送禮已成一種禮俗。由於生活習慣的改變，年節贈禮大都改以買現成的禮物。餅乾禮盒包裝精美，且適合於全家大小食用，所以頗受消費大眾喜愛。本組為瞭解消費者的偏好，進行問卷調查。分析問卷相關資料，獲得了如下圖之統計數字。

在排行榜中可看出消費者心目中印象最深刻的除歐斯麥外，尚有義美、超群、掬水軒、台富及可口。其中歐斯麥為新廠商，超群來自香港，其餘四家皆為老牌店號。歐斯麥此次在品牌印象中拔得頭籌，應歸功於其廣告策略之成功。義美此番以些許的差異屈居亞席，可見其老品牌、老店號在消費者印象中仍根深蒂固。來自香港的超群在短短十年間建立了其在餅乾市場的聲譽。超群此次在排行榜獲得極佳名次，除了歸功於產品口味獨特外，其在品牌形象上的塑造成功亦不容忽視。其他掬水軒、台富及可口同屬於老品牌，在市場的競爭上顯已略遜一籌，但可從最近大量廣告的作法上，約略可看出這些廠商日後仍有大作為。反觀此次排名較差的郭元益、奇華、惠康、一德軒及玫瑰，鮮少作廣告及消費階層僅侷限於某些地域，因此在品牌的印象上反應較差。

經過以上之分析，可知一項餅乾產品要在市場上立足或爭得一席之地，除品質、口味獨特外，須從包裝設計上提升格調作起，繼之以大手筆的廣告投入，運用電視媒體密集播出，來打開知名度，乃能在激烈的市場上搶得一塊灘頭。

品牌	名次
歐斯麥	1
義美	2
超群	3
掬水軒	4
台富	5
可口	6
喜飛	7
麥亞	8
郭元益	9
奇華	10
惠康	11
一德軒	12
玫瑰	13
玫瑰	14

告廣的盒禮乾餅麥斯歐△
喜年來蛋捲最夠禮!

告廣的捲蛋來年喜△
喜年來蛋捲

把美滿帶給新人
美滿喜餅

告廣的餅喜滿美來年喜△
台富產品

告廣品富台△