

應用文——存證信函、啟事、廣告

教學活動建議

- (一) 分組報告：請學生利用圖書館、網路資源，以分組方式蒐集各類存證信函、啟事、廣告並報告，相互觀摩學習。
- (二) 應用文仿作練習：教師可挑選較具代表性之存證信函、啟事、廣告請學生仿作。
- (三) 經典廣告文案欣賞：可挑選較具代表性或是曾獲獎的廣告流行金句介紹給學生，並討論該文案的特出之處。

壹、存證信函

一 存證信函的意義

1. 郵件處理規則：民國九十一年十二月三十日交通部交郵發字第091B00016號令訂定發布，全文共七十一條，並自九十二年一月一日起施行。

2. 意思表示：表意人向外部表明希望發生一定程度上法律效果之意思的行為稱之。

存證信函全名是「郵局存證信函」，顧名思義，就是經由郵局證明「發信日」、「收信日」、

「發信內容」的證明函件。根據郵件處理規則第三十四條：「掛號信函交寄時，加付存證相關資費，

依中華郵政公司規定方式繕寫，以內容完全相同之副本留存郵局備作證據者，為存證信函。」

存證信函最常運用於解除契約、終止契約、意思表示撤銷、承認、抵銷等情況。當民眾發生法律糾紛時，法院一律以證據認定的事實做為法律判決的基礎，存證信函即為文書證據，是具有法律效力的文件。

二 存證信函的功能（請見應存證信函的功能）

一般信函沒有第三人可以做證，但存證信函載有寄件人、收件人、發件時間等資訊，因此不會造成口說無憑的情形；將來如果有所爭議時，寄出的存證信函就是最好的呈堂證供。^{※2}因此，存證信函最主要的功用在於達成法律上「證據保存」、「告知」及「防患未然」等效益。

（在法庭上可以當成證物的言詞）

許多民事、刑事案件在上法庭前，只要當事人能在適當時機寄出存證信函，無論是主張個人的權利、表明立場、陳述事件發生始末，或是通知、催告、警告、警示對方，只要足以證明寄件人何時寄發信

（請見應存證信函的運用時機）

件、收件人何時收件，在時間上的證據力，都是確定且有效的，因為時效的遵守與否，往往是法律關係是否生效的重要條件。當對方收到存證信函時，就足以證明寄件人已完成意思表示（或通知），故存證信函能發揮其證據的功能。

三 存證信函的撰寫要點

存證信函用紙在郵局即可購得，若親筆撰寫，須注意字跡明顯端正；亦可至中華郵政全球資訊網（<http://www.post.gov.tw>）下載存證信函檔案，以打字方式輸入文字，並依存證信函使用說明，完成書寫。

（一）「寄件人」、「收件人」與「副本收件人」欄：在「寄件人」與「收件人」的欄位，應分別寫出自己與對方的姓名、地址，最好也寫明自己的聯絡電話，以方便對方聯繫。「副本收件人」的欄位可寫上相關的人或機構，如果沒有利害關係人需要通知，就可以不用寫。

（二）「本文」欄：

1. 每張存證信函的本文欄位共計十行，每行二十格，若包括標點符號在內，每張可寫二百個字。

2. 存證信函的書寫與一般作文不同，完全不須空格，且須從第一格開始寫起，每格限寫一字（英文、數字、標點符號亦同）。

3. 依據所認知事實的前因後果來書寫，須具體寫明：人（當事人）、事（事實經過）、時（發生的時間）、地（發生地）、物（標的物）等要項，切忌曖昧不清。
（含混不清、幽暗不明）

4. 字句應力求簡潔，避免使用過度情緒化或模稜兩可的語句，若不熟悉法律，可委託律師代為撰寫，以免喪失在第一時間主張個人權利的機會。
（比喻含糊不明確的言語、意見或主張）

5. 撰寫時務必清楚寫明「目的」，例如：要求對方退貨、賠償、解除契約、減少價金等，切忌含糊不清。
（雙方約定好的價錢）

6. 催告性質的存證信函，要記得寫上期限，例如：「請於文到三日內……逾期則本人將訴諸法律……」，也就是要求對方在某日前答覆或提出解決的方式。最後可書寫對方若不予以善意的回應，

3. 訴訟：法律上指因個人權益不獲履行、受到侵害或其他事項爭執不能解決時，請求司法機構本於司法權，依法裁判的行為。

將會採取其他解決途徑，如訴諸法律訴訟³或報警處理等。

7. 最後再加上「特此通知，希即回覆」或「請臺端自重，幸勿自誤」等文句作結尾。

(三)「備註」欄：除了注意存證信函下方「備註」欄的各項說明外，萬一內容文字有塗改增刪時，應該在「備註」欄內註明訂正（刪除、插入）何字，並由寄件人在修改的地方簽章，而且每頁塗改增刪的字數不得超過二十字。

(四)附件：附件必須以和存證信函本身有關的文件為限，若正本有附件，副本也須具備。

四 存證信函的寄發與查閱

(一)寄發：

1. 存證信函須準備一式三份，除寄件人與收件人各執一份外，另一份留存郵局，以備日後須訴訟或有糾紛時可依此證明。如寄件人或收件人不只一人，每多一位寄件人或收件人時，均須多準備一份。

2. 存證信函書寫完成後應詳加檢查，並在每一份存證信函上簽名或蓋章，寄件人則須帶身分證、印章到郵局以雙掛號⁴寄發。

3. 存證信函的寄件人與收件人住址，必須和信封上記載的相同。

4. 存證信函以雙掛號郵寄後，須向郵局索取掛號收執聯。若對方已簽收，寄件人將會收到簽收回執，也可到郵局查閱簽收紀錄。

5. 寄發存證信函須掌握適當時機（法律時效、合理催告時間），以免權益受損。

6. 寄件人持有的存證信函、郵局發予的「寄送收據」，及事後收到的「回執證明」都很重要，務必妥善保存，不可遺失。

(二)查閱：

1. 留存於郵局的存證信函副本，自交寄日起，郵局會保存三年。在三年保存期限內，寄件人得以原憑證向原交寄郵局申請查閱，或另具副本申請證明；如果原憑證遺失，仍可用寄件人的身分證申請。

4. 雙掛號：郵寄掛號信件需要收信人簽收單據，並將簽收單據給寄件人的郵寄方式。

五 存證信函範例

2. 三年保存期滿後，郵局會銷燬存證信函，但是蓋有郵局日期戳章及編號的存證信函副本，仍是寄件人在訴訟上強而有力的證據。
(消毀、消滅)

郵局存證信函用紙

副正本

存證信函第		郵局 號		一、寄件人 姓名：王○○ 詳細地址：臺北市南京東路一段○○號 二、收件人 姓名：李○○ 詳細地址：臺北市忠孝西路二段○○號10樓 三、副本收件人 姓名： 詳細地址： (本欄姓名、地址不敷填寫時，請另紙聯記)																
格 行	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	按	本	人	前	於	民	國	一	百	零	七	年	五	月	二	日	向	臺	端	承
二	租	門	牌	號	碼	臺	北	市	南	京	東	路	一	段	○	○	號	店	面	，
三	詎	於	本	人	遷	入	後	未	達	一	週	，	即	發	覺	天	花	板	嚴	重
四	漏	水	，	影	響	本	人	執	業	甚	鉅	。本	人	於	一	百	零	七	年	
五	五	月	二	十	日	曾	以	電	話	與	臺	端	聯	絡	，	惟	不	見	臺	端
六	採	取	修	復	措	施	。持	以	本	函	催	請	臺	端	於	三	日	內	履	
七	行	民	法	第	四	百	二	十	九	條	之	修	繕	義	務	，	逾	期	則	本
八	人	將	自	行	僱	請	相	關	廠	商	修	復	。至	於	修	繕	費	用	，	
九	本	人	將	逕	自	一	百	零	七	年	六	月	份	租	金	扣	除	，	持	此
十	通	知	，	希	即	見	覆	。												
本存證信函共 頁，正本 份，存證費 元， 副本 份，存證費 元， 附件 張，存證費 元， 加具副本 份，存證費 元，合計 元												黏		貼						
經 郵局 年 月 日證明正副本內容完全相同 (郵戳) 經辦員 (印) 主管												郵票或郵資券								
備註 一、存證信函須送交郵局辦理證明手續後始有效，自交寄之日起由郵局保存之副本，逾三年期滿後銷燬之。 二、在 頁 行第 格下塗改字 (如有修改填註本欄並蓋用寄件人印章，但塗改增刪每頁至多不得逾二十字。) 增刪 (印) 三、每件一式三份，用不脫色筆或打字機複寫，或書寫後複印、影印，每格限書一字，色澤明顯、字跡端正。																處				

騎縫郵戳

騎縫郵戳



貳、啟事

一 啟事的意義

（請見應²啟事的法律責任與法律效力）

凡個人或機關團體，針對某一個人、團體或社會大眾有所聲明或要求，並公開刊載於報紙、刊物、網站，或在電視、廣播中播出，或張貼於公共場所、街頭顯眼處的文書，稱為「啟事」。

二 啟事的種類

啟事依性質可分為以下三大類：

（一）**公布類**：將事實向社會公告，使大眾或特定對象知曉該事，例如：

1. 喜慶啟事：對婚嫁、壽誕、開幕、榮升、**膺選**²、獲頒學位，或有**殊榮**而告知或祝賀。如慶賀當選
十大傑出青年等。
（當選）（特殊的榮譽）

2. 喪祭啟事：通告喪事或祭奠事宜。

3. 鳴謝啟事：受人恩惠或慶賀而表達謝意。如感謝尋獲失物等。

4. 介紹啟事：推薦人才，或推薦某項活動、產品、書籍、將上映的電影等。

5. 遷移啟事：通告公司行號或個人遷移新址。

6. 其他通知啟事：個人或團體對外界宣達、通知非屬上述五項分類之通知事項。

（二）**聲明類**：就某一事項，針對特定對象或社會大眾進行公開的聲明或宣示，此項通常與法律行為有關。
（公開表明）

1. 聲明啟事：宣示或表白對於某事的意見。如聲明作廢、聲明終止委託、聲明調整售價等。

2. 遺失啟事：遺失證件後聲明作廢，以便請求補發或免除法律責任等。

3. 更正啟事：發表的文件有誤，用以更正。

4. 警告啟事：對某人或某部分人進行事前的告誡，多為採取法律行為前的步驟。如警告捲款潛逃的員工等。

5. 道歉啟事：事後對某人表示歉疚悔改，多為和解的條件或方法。如酒醉失言後公開致歉等。
（慚愧難安）
（說話不恰當）

（三）徵求類：公開向社會徵求，以達到特定目的。

1. 徵求啟事：公開徵求人、物。如徵求人才、志工、稿件、物資等。

2. 租售啟事：將物品、房地產出租出售。如房屋出租等。

3. 尋訪啟事：請求提供線索以協助尋找人、物的下落。

4. 懸賞啟事：以獎金或獎品公開請求協助尋找失聯的人或失物。
（失去聯絡）

（三）啟事的結構

（一）標明主題：在正文之前，應以較大號的字體標明主題，使人一見即知其類別。如「急徵人才」、「徵稿」等。現在報紙皆有分類廣告，如不標明主題，報社亦會分類刊登。

（二）啟事事實：將某一特定事項的聲明或要求，在啟事內容中詳細說明。如徵求人才的啟事，應列出應徵人員的資格、手續、日期、名額以及待遇等。

（三）啟事目的：應將啟事目的明列，使人有所遵從或引起讀者響應的意願。如徵求歷史文物啟事：「倘蒙割愛，當致重酬」；聲明啟事：「誠恐外界不明真相，特此登報聲明」。
（明白陳述）
（如果）
（一定會送上豐厚的酬謝）
（真的很擔心。誠，確實）

（四）啟事對象：啟事雖對社會大眾有所宣告，但仍有其特定的對象。如結婚啟事：「特此敬告諸親友」；警告啟事：「警告離職員工○○○」；道歉啟事：「敬向○○○先生道歉」；商店遷移新址啟事：「敬請舊雨新知不吝指教」。
（請人賜教的客套話）

（五）啟事人員名：此為必須的條件，以宣告啟事者為何人。如私人則列具姓名，商店機構應列具全名，以示負責。

5. 割愛：將自己心愛的東西轉讓給別人。

6. 舊雨新知：比喻新舊好友或顧客。舊雨，指老朋友。新知，剛結交的朋友。

四 啟事的作法

啟事與一般文章不同。一般文章篇幅可長可短，彈性較大；啟事則因受人、地、時、事等種種限制，而不能暢所欲言。啟事標題應力求醒目，字體宜較正文略大；內容應力求簡短明確、謹慎嚴正，切忌艱澀難懂。凡與法律有關者，必引述法律條款為依據，以避免爭議或誤解。

（艱深）

五 啟事的範例

（一）公布類：

1. 喜慶啟事：

2. 喪祭啟事：

7. 北海道水之教堂：
日文名「水の教会」。是由安藤忠雄於一九八八年設計建造的結婚禮拜堂，以「與自然共生」為建築概念，用穩重的清水模、玻璃、木頭，在北海道的森林裡，構築出非常簡約而自然的教會。簡單的幾何設計，完全顛覆了傳統教會的外觀造型。

8. 為荷：書函的末尾用語，表示希望與感謝之意。

結婚啟事

我倆已於中華民國一百零七年五月五日
在日本北海道水之教堂⁷結婚 特此敬告
諸親友

敬啟
光愛
潘柳 車

故○○○○（○○）先生

於中華民國○○○○年○○月○○日上午○○時
病逝於美國○○州○○○寓所旅臺友好

訂於本年○○月○○日（星期○○）上午九時至十一時在○○市○○路

○○○寺舉行追悼會敬請

諸友好準時與祭為荷⁸

故○○○先生追悼會籌備會啟

連絡處：○○市○○路○○段○○○號

電話○○○—○○○○○○

(二) 聲明類：

1. 聲明啟事：

商標註冊權聲明

本廠出品之大象牌風衣行銷已久，大象商標已於商標局註冊在案。近日發現有非本廠所出品之大象牌風衣流通市場，所用商標與本廠無異，顯然有意冒充。為此特登報聲明，有關廠方必須於二十日內收回~~贗品~~並登報致歉，逾期將依法起訴。
(偽造的物品)

(向法院提出訴訟，可分為民事訴訟、
刑事訴訟、行政訴訟三種)

○○製衣廠啟

二〇一八年〇月〇日

2. 遺失啟事：

遺失啟事

遺失中華民國護照，護照號碼○○○○○○○○○○聲
明作廢

○○○

3. 更正啟事：

○○報更正啟事

有關二月二十四日報導中泰陶瓷倒閉一事，中泰陶瓷股份有限公司表示：該公司雖未繼續生產磁磚，但迄今仍在經營中。因此依該公司要求更正如下：「中泰陶瓷股份有限公司迄今仍經營中，未發生倒閉之事實。」

(二) 聲明類：

4. 道歉啟事：

道歉啟事

為私印○○日曆記事本，謹向○○博物館及董事長○○○先生致歉。

○○博物館所編印之○○日曆記事本，今年版由○○文化事業公司設計、攝影、製作後，交由本廠承印。交貨後本人未徵得○○及○○博物館同意，自行就原版更換部分圖片插頁，改變使用於其他公司印件中，事為○○博物館發覺，復經○董事長及○○公司諒解不予追究，除感謝外，特此登報道歉。

○○印刷廠 負責人○○○啟

(三) 徵求類：

1. 徵求啟事：

○○公司徵英文祕書啟事

凡大專外文科系畢業，英文程度良好並擅長中英文打字，有意應徵者，請備妥自傳，說明希望待遇，連同簡歷表一份、最近二吋半身照片一張，於六月卅日前寄臺北郵政○○號信箱。合則函約面試，否則原件退還。

○○公司 人事室啟

懸賞啟事

懸賞金額：新臺幣伍仟元整

懸賞事由：請求協尋黃色土狗（Nancy）

遺失地點：高雄市鳳山高商附近

遺失時間：5月19日晚間約八點三十分

小狗特徵：戴有兩條項圈：深棕色皮質項圈、黃色橡膠項圈，鼻子為膚色帶有黑點、右前腳關節處有疤、前腳肩胛骨部位的毛為白色

聯絡電話：0910-123-456 (24H)

愛犬照片如下：





統測

97、98、100、103

一 廣告的意義

「廣告」一詞，顧名思義就是「廣為告知」的意思。廣告須透過適當的媒體，傳遞經過設計的訊息，以期達到傳播其商品、服務或觀念等特定的廣告目的。

二 廣告的類型

1. 消費性廣告：藉由各種傳播媒體，以廣大消費群眾為對象，介紹或促銷食、衣、住、行、育、樂等相關產品。
2. 形象廣告：機關團體或企業向公眾展示理念、企業實力、社會責任感和使命感，以及實際執行的成效，藉以建立或增強品牌風格、傳達機關團體的精神理念，以提升大眾對它的信任感。
3. 活動廣告：為推廣或宣傳某項活動所製作的廣告。
4. 公益廣告：為推廣或宣傳公益活動所製作的廣告。

三 廣告媒體

廣告必須藉由媒體來傳達訊息，不同的媒體有不同的傳播方式、傳播對象、傳播效益，因此選擇適當的傳播媒體，才能提升廣告的效果。

(一) 印刷品廣告：

1. 傳單：通常以文字或附上圖片，將銷售的商品及相關資訊印在傳單上，僱人分發或以夾報方式發送。
2. 報紙：由於報紙發行量大、普及率高、即時性強，所以讀者多，效果良好。

3. 雜誌：雜誌上的廣告印刷精美，容易引人注意；且閱讀期較長，可收反覆刺激讀者的效果。
4. 型錄：型錄印有產品內容、促銷資訊、市場狀況，通常資訊完整，**圖文並茂**。
（圖畫和文章的品質都非常優美）
5. 其他：通常由單一的公司行號或個人（如候選人）所印製，如日曆、桌曆、農民曆、記事本等。

（二）影視媒體廣告：

1. 廣播：無線電廣播廣告具行動性及方便性，在行車、步行或從事室內、戶外工作時皆可收聽，成效頗大。
2. 電視：因能深入家庭，且有動態的彩色畫面，配以**聲情相稱**^{1,2}的口語、優美的音樂，甚至有簡單生動的情節，將商品生動的呈現給觀眾，收效頗佳。
（聲音與情感配合得十分恰當）
3. 網路：網路廣告已是新興的廣告傳播形態，利用網路**無遠弗屆**^{3,4}、多媒體影音效果、人氣快速聚集、人際互動等特性，往往達到大量宣傳的效果。
（沒有不能到達的地方）
4. 多媒體：如紐約時代廣場、臺灣各大百貨公司或市政府廣場，以及大型交叉路口，均可見大型LED顯示面板所播放的多媒體廣告。
- （三）日用品廣告：將廣告印在日用品上。如打火機、紙扇、帽子、面紙包、手提袋、背心等。
- （四）交通工具廣告：在計程車、公車、捷運……內部或外部，張貼或懸掛廣告；有時也會在車上裝設廣告看板或旗幟，配上擴音器沿途播放。
- （五）其他廣告：在商店外牆、橋頭、高速公路旁，設立廣告看板。

（四）廣告文案的寫作

廣告的內容通常包括文字、圖片、影像、色彩、聲音、設計、攝製等要素，以下僅就**廣告文案**加（廣告文字）以說明：

(一) 撰寫原則：

1. 文字精準有力：廣告每每以篇幅大小或秒數多寡計費，為求減省成本，文字的使用必須力求精鍊，呈現出廣告的主題與訴求。
2. 創意獨特新穎：廣告若枯燥呆板，落入俗套，便無法吸引觀眾的興趣和注意；有創意才可以吸引更多目光，達到更佳的廣告效果。
(通俗流行的作法、說法或禮節)
3. 充分了解行銷主體與廣告對象：文案撰寫者必須清楚該項產品的特色、內涵，以及訴求的廣告族群。
4. 掌握傳播媒體的特性：不同的傳播媒體有其不同的特性，充分掌握其特性才能達到事半功倍的效果。
(費力少而收效大)

(二) 廣告文案的結構：

一般而言，廣告文案沒有固定的結構，以下幾項要素可單獨或混合運用：

1. 主標題：此為廣告文案的主體，主要功能在於傳達廣告訊息，吸引消費者注意，進而閱讀廣告文案的內容。通常字數較少、字體較大，字型也會比較搶眼。
2. 副標題：主要作用在銜接主標題的訴求，呈現廣告的事實，並強化主標題和廣告的內容。字體通常會比主標題小一些。
3. 內文：主要用來敘述廣告的詳細內容，除了延續標題和副標題的訴求之外，進一步詳細解釋廣告的主題，適時切入重點，以解答消費者的疑問，並加深對產品的印象。
4. 標語：標語最主要的功能，在於以精簡的文字傳達公司企業的形象、理念或是產品的特點，讓消費者可以琅琅上口，甚至深植人心。因此，簡短、清楚、易記是標語寫作的原則。

(形容對詩文相當熟練，能順口誦讀而出。琅琅，玉石撞擊聲，比喻響亮的讀書聲)

主標題 → TAIWAN JEWELRY

副標題 → 飄香國際的臺灣熱門飲品 - 珍珠奶茶

內文 → 晶瑩剔透 飽滿的每一顆珍珠 都是用心熬煮的結晶
珍珠奶茶 在臺灣是很本土化的飲品
在今年已進軍國外市場 彷彿搖身成為時尚的珠寶 在國際閃閃發亮

◆ 藉由「珍珠奶茶」，將「臺灣」行銷至世界之創意廣告



應用練習

一、單一選擇題：

- (A) 1. 「存證信函」是經由哪一個機關證明「發信日」、「收信日」及「發信內容」的一種證明函件？

(A) 郵局

(B) 警察局

(C) 區公所

(D) 地方法院

- (D) 2. 下列關於「存證信函」的書寫說明，何者正確？

(A) 可以依據個人的需求，修改郵局販售的存證信函格式後書寫

(B) 存證信函的書寫與一般作文大同小異，首行須空兩格後開始書寫

(C) 為達到效果，宜用激烈的威嚇語詞，以達到法律上意思表示與催告的目的

(D) 內容宜寫明人、事、時、地、物等，愈具體愈好，並於限期內請對方處理

- (C) 3. 下列有關「存證信函」的寄發與查閱的說明，何者錯誤？

(A) 除寄件人與收件人各執一份外，另一份留存郵局

(B) 書寫完成後應詳加檢查，並須在每一份存證信函上簽名或蓋章

(C) 以雙掛號郵寄後，一定可以收到收件人的簽收回執

(D) 寄件人得憑原憑證在三年內，申請查閱留存於郵局之副本

- (B) 4. 曉明於五月二十三日收到一封存證信函，請閱讀以下存證信函的內容後，判斷下列選項何者正確？

4. 解析：(A) 由「同意以新臺幣參萬元和解」可知，對方並未拒絕車禍賠償、和解的條件。(C) 若曉明仍未在對方提出的期限內回應，對方將會對曉明提出相關刑事、民事訴訟。(D) 曉明在六月一日以前與對方完成和解，就不會被提告。

2. 解析：(A) 寄件人可到郵局購買存證信函用紙後自行書寫，或至中華郵政全球資訊網下載存證信函檔案自行打字，且皆須按原訂格式書寫，不可擅改。(B) 存證信函的書寫與一般作文不同，完全不須空格，且須從第一格開始寫起。(C) 用語應和緩、客氣，字句應力求簡潔，避免摻雜情緒或使用模稜兩可的語句，並避免使用威嚇性的語詞，以免觸犯恐嚇罪。

如果收件人不在家或者拒收，寄件人將無法收到收件人的簽收回執

敬啟者：臺端於民國一百零七年五月十日十一時十二分許，於新北市虎口路二十六號前不慎撞傷本人，臺端並於民國一百零七年五月十二日同意以新臺幣參萬元和解。惟迄今已逾約定賠償期限十日，仍未見臺端履約之承諾，限於收到此函十日內回覆處理方式，若仍逾期不回函，本人將提出相關刑事、民事訴訟，請臺端自行參採。特此通知，希即見覆。

5. 解析：(A)啟事人具

名為「啟事」必須之條件。若為私人則列具姓名，若為商店機構應列具全名，以示負責。(B)啟事的內容不一定具有法律的約束力，但書寫時仍須注意其內容的適切性。(C)啟事的方式，除了以書面陳述的方式呈現，另有電視、網路等媒體亦可發布啟事。

(D)

5. 下列有關「啟事」的敘述，何者正確？

(B)

6. 下列廣告詞深具創意與巧思，其中廣告的產品或訴求，何者有誤？

(A) 「肝苦誰人知」——保健食品廣告

(白蘭氏五味子芝麻錠)

(B) 「想像力是你的超能力」——電信公司廣告

文具用品(雄獅文具)廣告

(C) 「我不認識你，但是我謝謝你」——公益廣告

(捐血廣告)

(D) 「什麼都有，什麼都賣，什麼都不奇怪」——拍賣網站廣告

(雅虎國際Yahoo!奇摩拍賣)

8. 解析：(A)意謂不親身經歷，就不能增長一些見識，亦即經驗能使人增長知識。(B)喻雖有願望，但只憑空妄想，難收實效。出自漢書董仲舒傳。語譯：在水邊空想著捕魚回家，還不如馬上回家織一張漁網，把魚捕回家。(C)意指兩情相悅的情侶，曾經擁有相戀時的美好，即使未來無法長相廝守，亦了無遺憾。(D)強調凡事須先自省／此強調知人。出自論語學而。語譯：不必擔心別人不知道自己的才能，只須擔心自己不知道別人的長處。

(B)

7. 警告標語：「香菸銷肺者請自重！」巧妙運用同音異義字而達成廣告效果。下列何者亦使用同樣的技巧？
諧音雙關

(A) 鑽石恆久遠，一顆永留傳
象徵

(B) 戰鬥，戰痘，只要青春不要痘
諧音雙關

(C) 世界上最重要的一部車是爸爸的肩膀
譬喻

(D) 肝要是好，人生是彩色的；肝要是不好，人生是黑白的
映襯

(D)

8. 下列流行廣告及其意涵的詮釋，何者有誤？

(A) 「幻滅是成長的開始」——不經一事，不長一智

(B) 「心動不如馬上行動」——臨淵羨魚，不如退而結網

(C) 「不在乎天長地久，只在乎曾經擁有」——剎那，即是永恆

(D) 「要刮別人的鬍子，先把自己的刮乾淨」——不患人之不己知，患不知人也

二、進階練習：

請根據廣告文案撰寫的原則與結構，為某一產品設計一則廣告。可圖文兼備，亦可僅見文案。

(參考答案)

- 一、主標題：悅讀閱有趣
- 二、副標題：第一屆翰林童書大賞
- 三、內文：張開文字的翅膀，飛入童「顏」童話的奇幻世界，開始一段充滿冒險、歡笑與感動的閱讀之旅
- 四、標語：閱讀，讓孩子的童年充滿喜悅

課文

◆存證信函的功能（配合P120）

（一）證據保存的功能

存證信函是採「書面」的方式呈現，有寄件人和收件人的姓名、住址，有發信的日期時間，因此不會造成口說無憑的情形。如果將來為了某件事實發生爭議時，曾經發出的存證信函就是最好的呈堂證供。

目前依據存證信函的保存證據功能，所能獲致法律上的效益，最顯著的有以下兩項：

1. 證明曾為意思表示（或通知）

民法上所謂的意思表示，指的是「意欲發生一定私法上效果的意思，而表示於外部的行為。」例如李小姐到百貨公司化妝品專櫃購買保養品時，她對店員說：「我要買○○牌的護膚乳液一瓶。」

這句話在法律上就是「要約」的意思表示；如果店員說：「好，這個牌子的護膚乳液一瓶二百元。」這句話在法律上就是「承諾」的意思表示，店員不但表示願意賣這個產品給李小姐，也提及了這個產品的售價，當要約與承諾的「意思表示合致」的時候，在法律上就推定雙方間的

「買賣」契約成立。只要李小姐付了二百元，店員將護膚乳液交給李小姐，銀貨兩訖，兩不相欠，交易就算完成了。

簡單的說，一般契約的成立，固然須以當事人雙方「意思表示合致」為必要，但在存證信函上最常運用到的，卻是「解除契約、終止契約、意思表示的撤銷、承認」等法律關係。所以在上面所舉的例子中，萬一李小姐回家後發現百貨專櫃所賣的護膚乳液已過了保存期限，想回到專櫃退換，但店員表示一個月後才有新貨進來，並拒絕退錢的話，李小姐不想枯等，就可以寄發存證信函來解除雙方的買賣契約，並請求退還價金。

2. 證明時效的遵守

民法上所謂的「時效」，指的是「對於一定的事實狀態繼續達到一定的期間，就會發生一定法律效果的制度」。

不論是基於當事人間的約定或法律的規定，有時候必須在一定期間內做出一定的意思表示時，由於存證信函足以證明寄件人何時發信、收件人何時收件，所以在時間上的證據力是確定而不可動搖的。

（二）防患未然的功能

許多民事、刑事案件在告上法庭前，如果懂得在恰當時機寄出存證信函給對方，經常會使一些稍具法律常識的人，知所收斂，不敢輕舉妄動；或使對方不再心存僥倖，而與自己達成協議或和解，甚至無異議履行應盡的義務。如此一來，就不需花錢、花時間打官司，自然能儘早達到保障權益的效果。

因此，即使法律沒有規定或當事人之間現階段尚無爭執，但為了避免日後可能衍生的糾紛，適時的寄上存證信函給對方，藉以表明自己的立場或善意的促請對方注意信中所提點的內容，就像事前打上一劑預防針的效果一樣，所以存證信函其本質上也具有防患於未然的功能。

◆存證信函的運用時機（配合P120）

1. 基於法律規定。
2. 因當事人之間的約定而一定要履行。
3. 基於法律事實的演變而不得不做。

其內容可能是通知對方、催告對方或警告對方，但也有用來聲明自己立場的，然而多數運用的時機是在發出最後通牒的場合。眾所周知人與人之間的互動關係，不是一開始就以存證信函做為發端的，一般情況，大多是以口頭的溝通或以書信的往返，近年來拜科技所賜，也有發送手機簡訊、傳送電子郵件或運用網路即時通訊等聯絡方式先通知對方，通

知無效後，始寄發存證信函。

4. 常見存證信函的使用時機：

- (1) 房屋租賃：①租約到期不再續約；②租約到期應重訂新約，否則不再續租；③房屋修繕通知（如P123例）；④房東催告房客給付租金等。
- (2) 借貸糾紛：①請求歸還借出物或借出款項；②債務人回應不明欠款情事等。
- (3) 買賣糾紛：①買到瑕疵品的換貨與退款；②催告給付貨款；③旅行社未能履行契約既定行程之旅遊糾紛等。
- (4) 事故糾紛：①車禍受害者要求肇事者出面處理或賠償等事項；②私人財產因他人過失受損而請求對方賠償等。

◆啟事的法律責任與法律效力（配合P124）

（一）啟事的法律責任

啟事具有公開性，做啟事人對啟事內容應負法律上的責任，絕對不得違犯如刑法與民法等法律規定。

刑法第三百零九條：「公然侮辱人者，處拘役或三百元以下罰金。以強暴犯前項之罪者，處一年以下有期徒刑、拘役或五百元以下罰金。」

刑法第三百十條：「意圖散布於眾，而指摘或傳述足以毀損他人名譽之事者，為誹謗罪，處一年以下有期徒刑、拘

役或五百元以下罰金。散布文字、圖畫犯前項之罪者，處二年以下有期徒刑、拘役或一千元以下罰金。對於所誹謗之事，能證明其為真實者，不罰。但涉於私德而與公共利益無關者，不在此限。」

刑法第三百十二條：「對於已死之人公然侮辱者，處拘役或三百元以下罰金。對於已死之人犯誹謗罪者，處一年以下有期徒刑、拘役或一千元以下罰金。」

刑法第三百十三條：「散布流言或以詐術損害他人之信用者，處二年以下有期徒刑、拘役或科或併科一千元以下罰金。」（註：以上刑法法條內容皆以民國一〇五年十一月三十日修正後內容為準）

因此，啟事的內容應針對事實記載，絕不可使用虛浮誇大的言詞，或情緒性的字眼，以免觸犯毀損他人名譽或損害他人信用的罪刑。雖然這些都是「告訴乃論罪」（非經告訴人「通常是犯罪被害人或具有告訴權之人」合法提出告訴，檢察官不得提起公訴，法官不能判罪），但仍以謹慎為宜。

根據民法第一百六十四條：「以廣告聲明對完成一定行為之人給與報酬者，為懸賞廣告。廣告人對於完成該行為之人，負給付報酬之義務。數人先後分別完成前項行為時，由最先完成該行為之人，取得報酬請求權；數人共同或同時分

別完成行為時，由行為人共同取得報酬請求權。前項情形，廣告人善意給付報酬於最先通知之人時，其給付報酬之義務，即為消滅。前三項規定，於不知有廣告而完成廣告所定行為之人，準用之。」

民法第一百六十五條：「預定報酬之廣告，如於行為完成前撤回時，除廣告人證明行為人不能完成其行為外，對於行為人因該廣告善意所受之損害，應負賠償之責。但以不超過預定報酬額為限。廣告定有完成行為之期間者，推定廣告人拋棄其撤回權。」（註：以上民法法條內容皆以民國一〇四年六月十日修正後內容為準）

民法所指的廣告，包括啟事在內。故在懸賞啟事中，啟事者自己做的承諾及提出的報酬等，均應審慎為之，因為若有人完成啟事所指定的行為，法律規定啟事者對完成行為人是負有給付報酬的義務。

（二）啟事的法律效力

民法第九十四條：「對話人為意思表示者，其意思表示，以相對人了解時，發生效力。」

民法第九十五條：「非對話而為意思表示者，其意思表示，以通知達到相對人時，發生效力。但撤回之通知，同時或先時到達者，不在此限。表意人於發出通知後死亡或喪失

行為能力或其行為能力受限制者，其意思表示，不因之失其效力。」

啟事為具有公開性的文書，是啟事者的意思表示，又是屬於「非對話」方式，不能保證「相對人」一定能夠看到，相對人即使看到，若表示不了解，啟事仍然不具法律效力。但若一件事情的關係人太多，沒有其他方法完成意思表示時，以啟事通知關係人，或徵詢其異議，雖然沒有法律上的效力，仍然具有實質上的意義。

再者，各種法律行為的成立，都有法律上的必須要件及一定的手續或程序，啟事不能取代這些要件或手續。例如民法第九百八十二條規定：「結婚應以書面為之，有二人以上證人之簽名，並應由雙方當事人向戶政機關為結婚之登記。」假如一對男女在報紙上刊登「結婚啟事」，而實際上並沒有依照民法的規定完成結婚登記程序，亦即不具備法律規定的「結婚之形式要件」，故在法律上不承認這一對男女已經結婚。又如民法第一千零五十條規定：「兩願離婚，應以書面為之，有二人以上證人之簽名並應向戶政機關為離婚之登記。」假如在未辦妥兩願離婚手續，或未經法院判決離婚的夫妻，一方在報刊上刊登一則「限你十日內歸家團聚，否則以後男婚女嫁，各聽自便」的啟事，十日後對方並未歸

家團聚，啟事人果真男婚女嫁，便犯了重婚罪，且不能以這則啟事做為抗辯的依據。（註：此民法法條內容皆以民國一〇四年六月十日修正後內容為準）

（節錄自康世統著中文應用文，復文出版社）

◆統測試題精選

1. 「紅杏枝頭春意鬧」一句，其修辭方式係運用人們的感覺可以互通、類比的特性，將「聽覺」上的「鬧」，移來形容「視覺」上的「枝頭開滿紅色杏花」。下列四則房屋廣告標題，何者也使用相同的修辭方式？ (A) 大都市新天地讓你住東區也像在國外 (B) 獨享4000坪花園媲美一座美式足球場 (C) 站前唯美公園尊邸天天都像在聆賞韋瓦第的四季 (D) 連Discovery攝影團隊都要讚嘆的世界級海景風光

〔97統測〕

解析 (C)。本題在測驗摹寫修辭中的「移覺」。(C)以「韋瓦第的四季」「聽覺」上的唯美用來形容建築空間的「視覺」設計，因此答案為(C)。

說明 本題測驗學生廣告用語應用的能力。

2. 閱讀下列詩句，推斷詩意與哪一則廣告標語最接近？

愛好由來下筆難，一詩千改始心安。阿婆猶是初笄女，頭未梳成不許看。

（袁枚遣興）

(注：初筓：剛開始學習簪髮妝扮。筓：髮簪。)

(A)慈母心，豆腐心 (B)專注完美，近乎苛求 (C)世事難料，對人要更好 (D)萬事皆可達，唯有情無價 [98統測]

解析

(B)。從「一詩千改始心安」、「頭未梳成不許看」，可以看出自我要求很高。「千改」是誇飾用語，顯現求好心切，「近乎苛求」的態度，是為了力臻「完美的境界」。

語譯

喜歡創作的人從來就是下筆時最艱難，一首詩總是要改過了千遍才覺得心安。就好像是老婆婆卻剛開始學習簪髮妝扮一樣，頭髮還沒梳好前不許人家先偷看。

說明

本題測驗學生廣告用語應用的能力。

3.下列五則廣告金句——「天生超人氣，不該遭人棄」、「不在辦公室，也能辦公事」、「管他什麼垢，一瓶就夠」、「一把抵兩把，何需瑪麗亞」、「好身體，沒人敢惹你」，它們共同的語言修飾特色為何？ (A)使用對偶 (B)正話反說 (C)刻意押韻 (D)層層遞進 [100統測]

解析

(C)。(A)對偶：指把字數相等，結構相同或相似，意義相關、相近或相反的兩個詞或短語，對稱的排列在一起。題幹中的廣告金句或有字數不相等，或有詞性結構不同，所以不可視為「對偶」。(B)正話反說近於「倒

反」修辭格（言辭表面的意義和作者內心真意相反的修辭法），以上所有廣告金句都沒有「倒反」修辭格的特點。(C)每組廣告金句都有押韻的特點：「天生超人氣（一），不該遭人棄（一）」、「不在辦公室（尸），也能辦公事（尸）」、「管他什麼垢（ㄨ），一瓶就夠（ㄨ）」、「一把抵兩把（ㄚ），何需瑪麗亞（ㄚ）」、「好身體（一），沒人敢惹你（一）」。

(D)押韻的好處在於使廣告詞易於琅琅上口，增強廣告效果。

(B)以上所有廣告金句都沒有「層層遞進」的特點。「層遞」指運用三個或三個以上結構相同或相似的語句，將事物按照大小、多少、長短、高低、輕重、遠近、難易、深淺、內外、強弱、親疏、詳略等順序依次排列，表達層層遞升或層層遞降的意思。

說明

本題測驗學生廣告用語應用的能力。

4.關於下列廣告詞修辭手法的敘述，何者錯誤？

以前人說：①船若駛出港，就不怕風浪大；人若肯打拚，就不怕日子不快活。現在這些話，再講也沒人聽。你也知道，這種時機，②想撒網，沒有魚；想打拚，無處去。③從早到晚拚生拚死，錢多賺不到兩分；誰知道食衣住行，一夜竟然漲了五分。常有人跟我們說：「艱苦是暫

時，未來有希望」——④也沒錯啦，不過已經「暫時」這麼多年，不知「希望」要等何年。⑤做事人，沒家產，一分五釐都要拿工具自己鏟。⑥唯一的本錢是身體，時機越不利，我們越要照顧好自己。趁年尾，稍休息，明年的力氣，我們現在先準備。

(A) ③使用映襯 (B) ④使用誇飾 (C) ①②使用排比 (D) ⑤⑥刻意押韻

〔103統測〕

解析 (B)。④未使用誇飾。(按用結構相似的句法，接二連三的表達出同範圍、同性質的意象，稱為「排比」。①②皆使用二句結構相似的句法，從廣義的排比定義而言依舊屬之。)

說明 本題測驗學生廣告用語應用的能力。