

# 應用文——存證信函、啟事、廣告

## 壹、存證信函

### ■ 存證信函的意義

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二十四條：「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。

### ■ 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。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。

許多民事、刑事案件在法庭前，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、警示對方，只要足以證明寄件人何時寄發信

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。

### 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。
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。
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。
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，

將會採取其他解決途徑，如訴諸法律訴訟或報警處理等。

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。

#### ④ 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。

**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。

**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○○ <span style="float: right;">印</span> 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	。特	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	遵	自	一	百	零	七	年	六	月	份	租	金	扣	除	，	特	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 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">郵戳</span> 經辦員 <span style="float: right;">印</span> 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 <span style="float: right;">印</span> 增刪 <small>(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。)</small> 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

### ㊦ 啟事的意義

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」。

### ㊦ 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、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。

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。

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：對某人或其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。

(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。

### ◎ 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」。

(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」。

(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。

#### ④ 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。

#### ⑤ 啟事的範例

##### (一) 公布類：

1. 喜慶啟事：

**結婚啟事**

我倆已於中華民國一百零七年五月五日  
在日本北海道水教堂結婚 特此敬告

諸親友

敬啟  
光愛 車  
黛柳 潘

2. 喪祭啟事：

**故**○○○○○○(○○) **先**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

○○○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。

○○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：

### ○○公司徵英文秘書啟事

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：





# 參、廣告

## ㊦ 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。

## ㊦ 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。

## ㊦ 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。

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。

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、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。

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。
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。

### (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。



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：

- ( ) 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
- ( ) 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
- ( ) 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
- ( ) 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？

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，若仍逾期不回覆，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。

- (A) 對方拒絕車禍賠償、和解的條件
- (B) 曉明與對方溝通不良或缺乏賠償的誠意
- (C) 若曉明未在對方提出的期限內回應，對方只能自認倒楣
- (D) 曉明若不想被告，必須在五月三十日以前與對方完成和解
- ( )
5. 下列有關「啟事」的敘述，何者正確？
- (A) 具名：為避免不明人士騷擾，可不具名
- (B) 內容：具有法律約束力，故書寫時不可不慎
- (C) 方式：為求慎重，只能以書面陳述的方式呈現
- (D) 對象：個人或團體，對社會大眾、一部分人或某一個人均可
- ( )
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
- (B) 「想像力是你的超能力」——電信公司廣告
- (C) 「我不認識你，但是我謝謝你」——公益廣告
- (D) 「什麼都有，什麼都賣，什麼都不奇怪」——拍賣網站廣告

( ) 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？

(A) 鑽石恆久遠，一顆永留傳

(B) 戰鬥，戰痘，只要青春不要痘

(C) 世界上最重要的一部車是爸爸的肩膀

(D) 肝要是好，人生是彩色的；肝要是不好，人生是黑白的

( ) 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。

