

鄰星海海成果報告書

王旻盈、王宣閔、呂昀熹、蕭嘉芸、嚴喬怡



壹、專題緣起

貳、時程安排

參、展覽介紹

概念展、預展、畢業展

肆、宣傳活動

伍、經費運用

陸、團隊分工及介紹

柒、附錄

壹、專題緣起

動機

喜歡海的人

每個人心中對海洋都有一種莫名的浪漫想像，或是深藏的情感記憶。這些記憶可能來自童年的旅行、某段難忘的戀情，又或是靜謐時刻中的自我對話。本專題希望從這些共同卻獨特的經驗出發，實地探討人們對海洋的情感連結與背後的文化根源。

專題目標

除了透過採訪挖掘人與海之間的深層連結，我們更希望實際地，把人帶回海邊。台灣雖四面環海、擁有豐富的海岸線與自然資源，卻有許多人在日常生活中，逐漸與海洋疏離。

因此，我們期望透過本專題的呈現，不僅喚起人們對海的想像與關注，也引導觀者跳脫都市生活的框架，走向海洋——重新感受海風觸碰、海聲的韻律及海水的冰涼，在海邊獲得一段平靜的時光。

專題內容



貳、時程安排

	內容搜集		社群規劃		實體活動	
	品牌活動	展覽	instagram	其他	主題活動	核心
2024 02	內容發想 與安排					
2024 03		概念展 規劃				
2024 04			確立 社群內容			拾 海 碎 片
2024 05	明信片 籌備		主題搜集	youtube	概念展	
2024 06	海邊市集 籌備		食物	猜主題 線上抽獎		
2024 07			稿紙			
2024 08			夕陽			
2024 09			漂流瓶		漂流瓶 活動	
2024 10	筆記本 籌備		音樂			
2024 11	春節商品 籌備		電影			
2024 12			水晶球		絹印 活動	
2025 01	u-start 報名	預展 規劃	母親			
2025 02			療癒			
2025 03	podcast 籌備	畢業展 規劃	鏡子	預展抽獎 活動	預展	
2025 04	貼紙 海報設計		旅行	podcast 上線	畢業 公路旅行	
2025 05			回家		畢業展	

參、展覽介紹

一、概念展

著重於帶觀眾去海邊這件事，利用投影機及展板搭建出小空間看海。結合採訪問題「對海的想像」，請觀眾在車票上留下回饋。



二、《眠茫》預展

與母題《眠茫》連結。呈現不同商品的成果，並搜集觀眾回饋以及增加社群追蹤數。



三、《眠茫》畢業展

粼星海海透過不同的媒介，引導觀眾一步一步走進海洋。

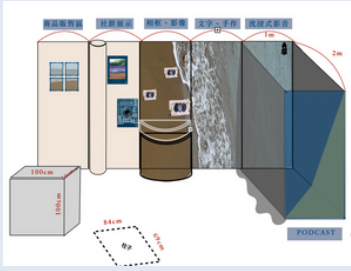
把海視為記憶的載體，藉由他人的故事，找尋新的視角，重新凝視自我。這不只是一趟感受海洋帶給內心平靜的過程，亦是關於生命與自我探索的旅程。

與母題《眠茫》連結

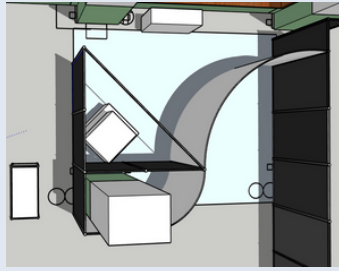
內容層面「茫」，粼星海海取自「人生海海」帶有對於人生的迷茫及不安，同於眠茫在現實生活中遇到挫折與其感受。另外，眠茫表述夢是生活中的能量；同樣也希望粼星海海，能找回內心的一絲平靜。

視覺層次「透明感」，在眠茫使用許多透明箱、氣球、鏡面紙等，對應到我們的單透布、透明片、鏡子等。

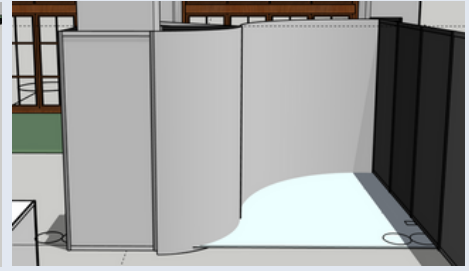
展場模型



初始模型



最終模型



最終模型

展場小卡

引導觀眾自行參觀展間，並在最後畫下心中的海，鋪在探索區的沙灘上，最終形塑成觀眾共同拼湊出的海，並呼應「縫補一片海」概念。



從都市走進海，讓都市與遙遠的海邊連結

透過主視覺的公路指引，引導觀眾進入海的路程。並以海報牆呈現都市感，結合社群經營內容。表述在實際到海邊前所接觸到海，營造城市裡海的意象。

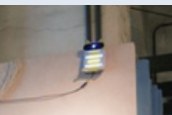


從這樣 ➡ 到這樣（真的有被買走！）

AR裝置—展場裡的海洋世界

範圍從粼星海海展間，延伸到主視覺底牆。

AR程式同時可以拍照錄影，讓觀眾可以和魚兒一同探索粼星海海，並留下在海邊的回憶。



坐落在沙灘上的一片花「海」

結合夏日的九十天問題：花海是海嗎？
並搭配親朋好友的祝福，讓陸地上也能
找尋到自己的一片海。



將手伸進海裡，探索

拾海碎片企劃概念：

我們實地走訪海邊，採訪並記錄他人的海邊故事與記憶。透過這些海邊故事，不論是快樂的回憶、悲傷的記憶，又或意味深長的人生問題，期望大家能以海為載體，從他人的碎片中，看見不同的自己，並思索自我。

同時，拾海碎片也推廣「去海邊」這件事。不需要目的、不需要陪伴，只是單純地與海待在一起，讓內心重新沉澱，把自己的故事帶到海邊。

展場發想、設計：

外觀採用雙透布呈現海的波浪感，而概念則扣合拾海碎片，慢慢從故事碎片中拼湊出新的自我觀點，從「浮面回憶」到「深層思索」。前段發想為掀開大海的一部分去細讀，並以不同材質的紙張拼接，將故事藏於紙張下。因是在海中挖掘，所以想將故事隱藏，不要直接地看到。於此收錄的是開心的回憶或對海的初印象。

逐步往內走，能將手伸入一個個口袋，觸碰到更深層的片段。以「海」作為空間與概念的雙重核心，不只是看見文字，而是把手伸進大海中「挖出」故事，強化了尋找與介入的體驗。



物件：



縫補一片海，重組記憶與思考

PODCAST企劃概念：

「拾海碎片」計畫是在海邊撿拾故事，而「縫補一片海」的創作概念是想將這些碎片重新整合排列，縫補出一片新的海洋。使用PODCAST作為傳遞的媒介，模擬一種「邊思考邊喃喃自語」的內在語態，營造如獨自望海思考時的沉靜氛圍。

內容設計上使用較為理性的思考方式，從海邊故事的小小細節去發想，探討與分析海邊人們的行為、情緒、亦或是想要獲得的東西等議題。

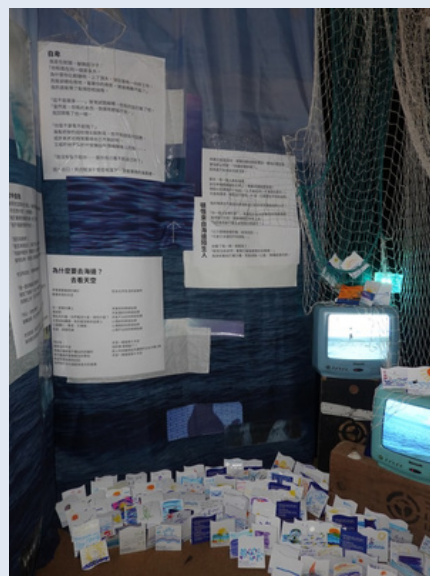
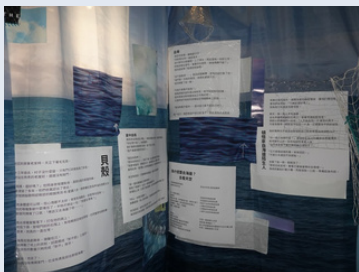
展場發想、設計：

-展場發想-

想要具象化的將「縫補」這個概念呈現在展場設計中，使用拼布的意象，將一塊一塊異材質進行拼接，並在其中使用毛線進行縫線製作，而心智圖的設計則使用電繡去呈現，以此貫穿「縫補」的呈現發想。

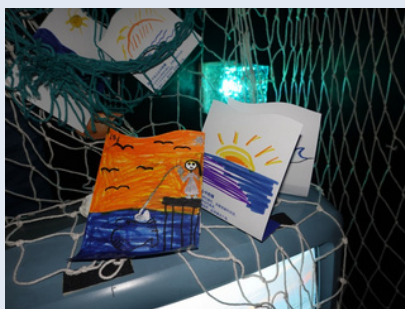
-內容呈現-

將PODCAST的內容重新拆解，用心智圖進行統整，讓觀者更能理解我們思考主題的脈絡，並在每個主題分支下搭配一則拾海碎片收集到的故事，讓觀者不僅可以理解我們的思考邏輯，更能從中連結自身經驗，反思：在這些故事中，是否也藏著「屬於我的那片海」？



探索內心的一片海

探索區融合動態影音與四面包覆的海浪造景，沉浸式體驗由故事與情感組成的視覺場域。透過波紋燈光的照射，模擬海面下的光影流動，讓人彷彿置身於海底。在此繪下心中的海，象徵個人對海洋的投射，隨著參與人數的增加，逐步形塑出一整片由觀眾共同縫補而成的「海」。



商品介紹

◆ 標語貼紙



◆ 圖鑑貼紙



◆ 海報

將社群貼文內容轉為海報，並對應社群貼文連結。



◆ 明信片組

採訪主題海的想像，並結合故事，發展成12月份明信片。



◆ 相框、鏡子

融合海洋元素與個人回憶，搭配主題明信片，擷取海洋中的獨特瞬間承載著我們對大海的詮釋。



◆ 夏日的90天

以「自我對話」為核心，題目取自採訪，透過提問與回答，發覺內心深處的感受與想法。



整體展場	總籌招牌： 招牌用氣球很容易飄到路中間。 世壯運客群： 比以往多外國人，但展覽內容為中文，所以不會多停留。 垃圾問題： 因為一朵葵有發放免費飲品，因此展場中有許多觀眾遺落的一次性塑膠杯。 開展時間： 有組別無法如期佈展，因此當天臨時延後開展，導致許多特地前來觀眾無法觀展。
海海 展間佈置	海浪布吊掛： 海浪布上的打孔與廠商給的掛勾尺寸不符，因此在吊掛時間比預期更長。其次，使用了束帶代替了掛勾，但束帶拉得太緊，以至於之後要移動位置不易。 組長為展務組： 因組長經常需要處理其他組臨時發生的麻煩，因此無法如期完成自組的展場佈置。 梯子安排： 因有組別梯子使用時間延誤，因此佈展時沒有梯子可使用。
海海 實際操作	海報牆： 為讓觀眾可以撕下海報帶走，使用黏土黏貼，但黏性不佳易掉落。且有些海報掃碼位置過高，觀眾不易操作。 入口指引不顯眼： 因為布直接蓋著，且入口提示牌位置不顯眼，因此需提醒觀眾後面還有內容。 小卡： 一開始設定拿取小卡自行參觀，但擺設位置不顯眼，需不斷提醒；探索區較暗，繪製小卡時會看不清楚，且容易畫到桌上；畫海時，直覺先拿藍色，因此藍色的筆很早就沒水了。 口袋展件： 隨身聽操作困難，觀眾容易誤按變成錄音。後幾天有使用標籤貼引導操作。

肆、行銷宣傳

一、線上

社群經營 Instagram @trytrysea___

◆ 內容安排

自2024年8月起，維持每週至少發布一則貼文的頻率，鞏固舊有粉絲，並吸引新粉絲。最終共計發布52則貼文，最終粉絲數達212位。

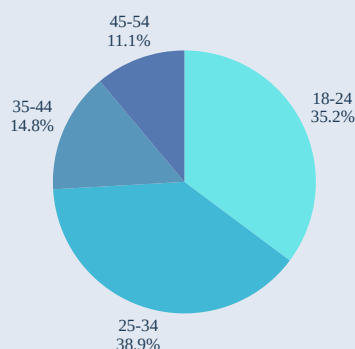
社群結合明信片每月主題，發布海與主題相關內容，定調介紹海邊相關內容、商品線上宣傳、PODCAST精華等。

2024 07	2024 08 陽光沙灘	2024 09 漂流瓶	2024 10 收音機
社群風格定調	- 品牌主視覺*3 - 品牌介紹 - 搭火車可以到的海邊	- 主題篇：拾海碎片招募 - 海邊reels-青春回憶 - 拾海碎片EP1 - 活動宣傳-時光漂流瓶	- 主題篇：拾海碎片招募 - 拾海碎片 EP2 - PODCAST內容徵集 - 海邊必聽歌單
2024 11 電影	2024 12 水晶球	2025 01 家	2025 02 療癒小物
- 主題篇：拼出本月題 - 海邊電影推薦 - 海邊企劃-一天	- 主題篇：許個願吧 - 拾海碎片EP3 - 商品宣傳-春聯紅包 - 商品製程大公開 - 疊石傳說介紹	- 主題篇：名言「家」句 - 與海有關圖畫書介紹 - 拾海碎片EP4 - 展覽推薦-陳澄波特展	- 主題篇：抽塔羅 看運勢 - 盤點台灣沙雕藝術節 - 沒想過的海邊玩法*3
2025 03 鏡子	2025 04 旅行	2025 05 回家的路	2025 06 END
- 預展宣傳 - 臥龍貳玖怎麼走 - 主題篇：預展回顧 - 商品宣傳-鏡子 - 海裡鏡子-水母介紹	- 跨組協作-藝點一點 - 主題篇：全台海邊秘境 - 縫補一片海*3 - 海邊咖啡廳推薦 - 商品宣傳*2	- 主題公布 / 環島快剪 - 縫補一片海*3 - 畢業展預告 - 海邊做事實際與現實 - 畢展回顧	最終成果影片

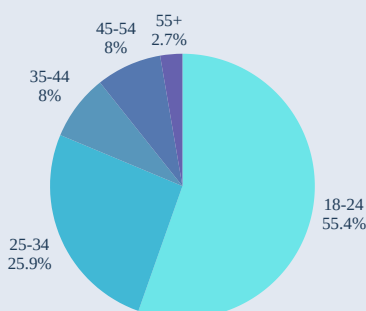
◆ 粉絲成長及分佈

2025三個月內粉絲數成長32.7%，高峰為實體活動宣傳及舉辦期間。

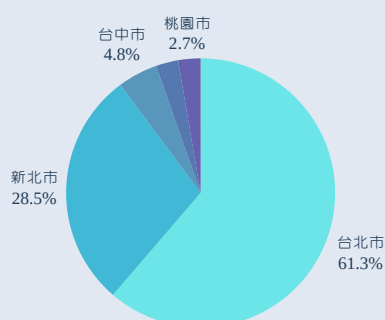
客群介於18-34歲之間的雙北人，男女比約為32.5:67.5。藉此客群分佈結果，進行日後商品開發及展間故事內容規劃。



男性年齡比



女性年齡比



各地域人數比

◆ 曝光成果分析



海邊相關資訊介紹，以相同興趣為出發點，透過投廣，增加曝光。

屬知名度小的品牌，商品介紹流量較低，因此難在社群上吸引商機。

標記多組共同協作進行導流，增加曝光度。當週粉絲數成長快速。

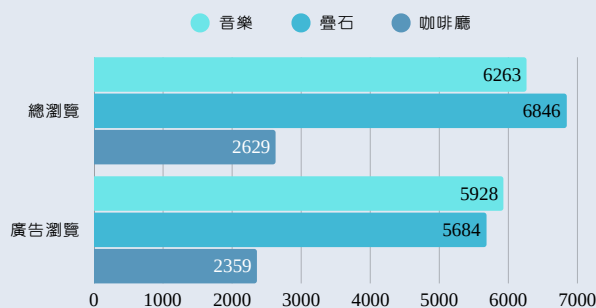
◆ 投廣效益：突破同溫層，觸及更多不同客群



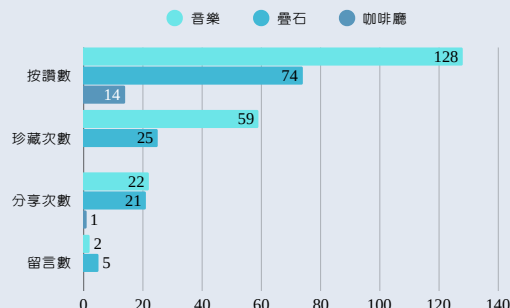
十月：六首海邊必聽歌單
(\$ 447 7天)

十二月：疊石的特別意義
(\$ 389 4天)

四月：海邊咖啡廳推薦
(\$ 390 4天)



三篇觸及率比較

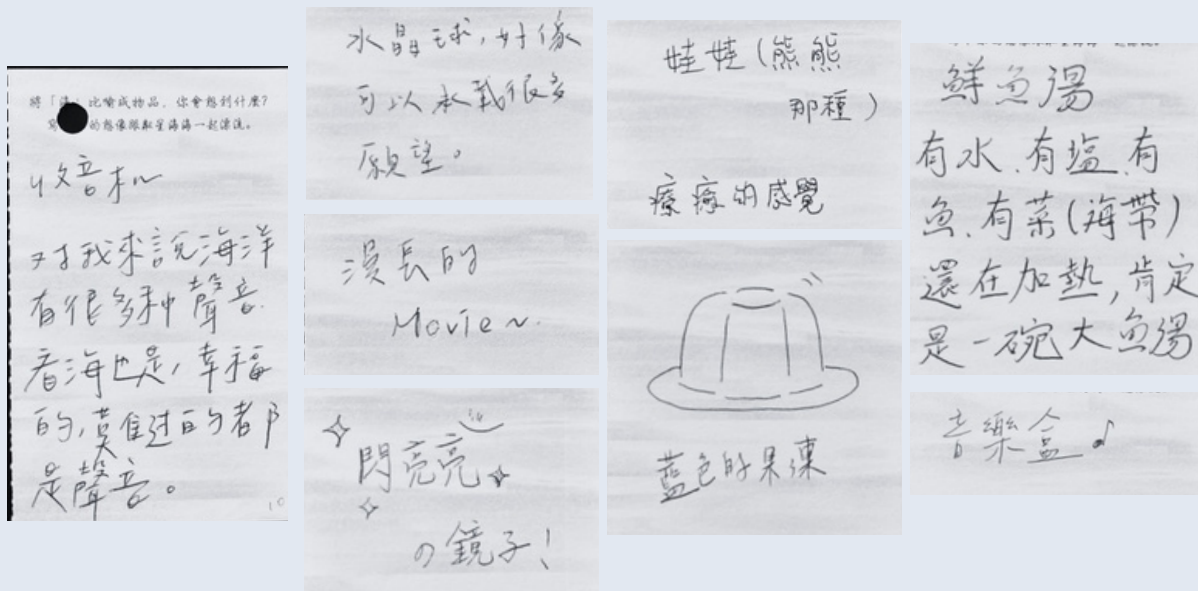


三篇互動率比較

二、線下

概念展

「對海的想像」



九月漂流瓶活動

呼應九月主題「漂流瓶」，邀請大家寫一封信給未來的自己，藉此讓觀眾感受時間的流淌以及自我的變化。寫完的明信片可以在畢業展領取，或是加購郵票、信封寄給自己。

量化效益：

活動收入：收入1010；社群：INSTAGRAM粉絲數從74人增至95人。

質化效益：

品牌知名度提升；實體互動活動讓參與者了解品牌核心；團隊運作及經驗累積；收集了現場參與者的聯絡資料，為日後畢業展活動奠定基礎

改進建議：

增加活動前期的宣傳力度；記錄更多反饋與活動照片，以利成果展示



十二月春節商品絹印活動

絹印，讓每一次的成品都充滿驚喜！藉著實體擺攤，讓觀眾體驗手工絹印自己的春聯。連結到鄰星海海每個環節，都與人連結並充滿故事的溫度。

量化效益：

活動收入：\$ 520；社群：INSTAGRAM粉絲數從148人增至150人。

質化效益：

在臉書、DCARD上曝光增加專題的活躍度，讓觀眾搜尋「鄰星海海」時能有更多內容。

改進建議：

校園內第十六週人流較少；地點轉移，受眾不是學生；大家不會這麼早買春節商品



三月眠茫預展

量化效益：

活動收入：\$ 360；社群：INSTAGRAM粉絲數增加6人

質化效益：

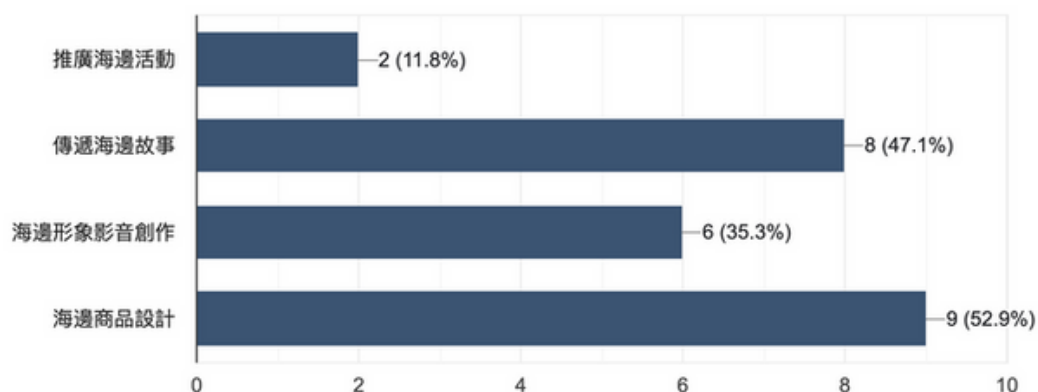
實際與觀眾互動，得到商品回饋

觀眾表單回饋：

透過問卷回饋，了解第三者對於鄰星海海的直觀想法，並針對觀眾對商品的反饋，評估5月份最終畢業展呈現及商品數量。

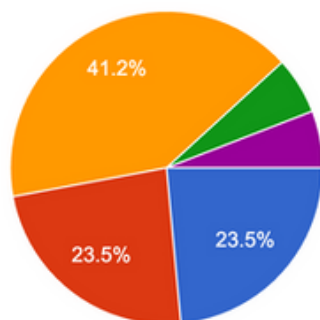
6.看完鄰星海海的展區後，您覺得鄰星海海更符合哪一點？

17 則回應



7.在鄰星海海展區，您印象最深的展品是？

17 則回應



- 拾海碎片明信片 (販售中)
- 手工貝殼相框 (預購中)
- 《夏日的100天 日記簿》 (預購中)
- 虛實交錯 (牆面掛件)
- 品牌主人翁 眉毛勒

伍、經費運用

113-1

收入		
組內公積金	500/人 * 6月	15,000
專案基金	500 * 6月	3,000
商品販售		3,579
學習社群		4,029
得獎	校內創業競賽	2,000
	學習社群第三名	6,000
	學習社群人氣獎	1,000
活動收入	寄賣	1,030
	時光漂流瓶	1,010
	春節擺攤	520
	拾海碎片	580
利息		80
合計		37,828

支出		
拾海碎片計劃	活動費	384
	取材費	2,214
	交通費	1,416
	住宿費	1,390
預展經費		567
明信片印刷		468
筆記本試印		184
漂流瓶活動	材料費	436
	宣傳費	151
春節活動		992
廣告費		448
雜支		205
松菸場地費	一、二月	10,000
合計		18,855

113-2

收入		
組內公積金	餘	18,973
組內公積金	6,000/人	30,000
	12,000/人	60,000
商品販售		1,210
畢展販售		17,150
合計		127,333

支出		
場地費	三月	10,000
筆記本		38,519
展場軟裝		41,456
展板支出		18,810
合計		108,785

陸、團隊分工及介紹



組長：王旻盈

各式影像記錄、編輯；專案內容策劃；社群發想撰寫；企劃書協作；podcast錄製、編輯
展場：建模、展場規劃設計、文字撰寫
商品開發：明信片、夏日90天



總務：王宣閔

經費計算與核銷、競賽報名與撰寫企劃書
Podcast企劃內容撰寫與錄製
「縫補一片海」展場發想



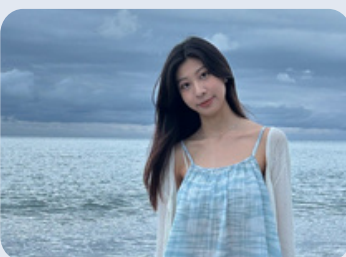
視覺設計：呂昀熹

社群經營、企劃、貼文設計
實體活動文宣設計
商品開發：明信片、標語貼紙、海報、春聯



美術創作：嚴喬怡

企劃書協作
12月份明信片&社群素材繪製
展場文宣設計
商品開發：明信片、相框、鏡子、圖鑑貼紙、紅包袋



文案發想：蕭嘉芸

採訪計畫之內容紀錄與轉譯
展場物件規劃與設計
商品開發：夏日90天、明信片文字

心得回饋

旻盈

專題的開始的過程充滿著挫折與迷惘，什麼是對？什麼是錯？是好？是壞？但一切的解答就在專題結束後。這是一個神秘的體驗，採訪過程中並不知道當下在做的是什麼，也不知道進行到哪一步。但結束後的回頭是一年半的積累，填補出的一片海便是心中的解答。

記得在展場中有人問：我在展間中沒有看到一個結論，那你自己做專題有沒有關於海的結論？我答道：有耶，一開始是想探討對於海的想像，但越做越覺得「海就是海」在海洋中得到的平靜就是我的結論。走訪無數次海灘，前往的過程、駐足的時光、回家的轉身，那片海，凝聚了一年半來的思索與情感，那便是我心中的解答。

在展場介紹小卡背面互動設計的時候，我常對觀眾說：「海是千變萬化的，我們自己也是，請不要侷限於任何顏色與形狀。」這句話其實也是我對這次畢展過程的體悟。一開始，我們透過訪談、搜集他人的故事，努力在別人的經驗裡尋找某種屬於自己的答案。但隨著展覽逐步成形，我逐漸明白，有些疑問的解答，並不會來自他人，而是要在一次次的實踐中，在親手參與、建構的過程中慢慢浮現。當觀眾在小卡上描繪出屬於他們的海，色彩斑斕、形狀各異，那些獨一無二的筆跡聚集成一片真正的「鄰星海海」，彷彿也映照著我們每個人內心的樣貌。我想，我們無需為自己定義一個標準答案，而是學著接納那些流動中的、不斷變化的自我。

除此之外，我也想特別感謝我們組內的每一位夥伴。每個人都擁有不同的專長與特質，而正是這樣的多元，讓鄰星海海能夠成為豐富又完整的作品。尤其感謝我們的組長旻盈，她總是鼓勵大家勇敢提出想法，並在背後給予實質支援，不論是方向的引導還是情緒上的陪伴。即便同時肩負著展物組組長的繁重任務，仍能妥善協調進度，有效地引領團隊推動每一個階段的事案。其他組員也在各自擅長的領域展現出色能力，無論是財務掌控、文字撰寫還是視覺設計，大家都發揮所長，讓這場展覽得以順利落地，相信每個人都能在自己的道路上閃閃發光。

鄰星海海始終希望傳達的是一段自我探索的過程，我們希望從那些迷茫不安中找出一個解答。對我來說，其實這就像是整個做畢製的過程。焦慮、迷茫、挫折再重整，是這一年半做畢製的常態。

最終的展覽呈現，讓一切的抽象化作現實，是讓我最不可思議的地方。在每一次與觀眾的互動中，我總提起其中一集的PODCAST內容，「為什麼我們總說去海邊是流浪」，大概是因為海的綿延不絕，讓故事像是未完待續，可以重新出發。這也是整個展覽結束後給我的感悟，畢製對我而言，好像不是結束，而是找尋自己心中的答案後重新開始。觀察著不同人畫下的海，有深有淺、有明亮的太陽、也有暗沉的海岸。有人說，我現在的心情是熱烈的，有人說，我看完這些故事想起了過去的自己，所以畫下了深深的海。這呼應了我們一開始找尋答案的過程，其實海沒有正確的答案，在我們心裡都是不同的樣子，取決於我們如何定義它，它就是怎樣的，它永遠在變動，但都有各自的意義。

「做自己喜歡的事」是鄰星海海一開始成立的初衷。這一年半，做社群、做設計、想產品，是一個不斷和自己碰撞的過程。即使是自己喜歡的事，但過程仍有著太多的挫折與自我否定。不過，四天的過程，在聽過無數個觀眾反饋後，讓我相信始終會有人懂你的設計，我享受與人分享這些設計的意義，那面牆是我的成長歷程，即使生在一个不靠海的南投，但海仍是我生命的一部分，這個畢製過程，讓曾經單純的「喜歡海」賦予意義，從思索與感受的過程，讓海有深度有溫度。最後，謝謝組員的共同努力，做我們各自擅長的事，最後促成了鄰星海海。

這一年半，我一直反覆問自己：「我和海的關係是什麼？」
粼星海海草創初期，便是抱著這個問題出發的，那時我認為比起組員，自己與海的連結並非如此深刻，卻在第一次海邊採訪後，開始改變，一次次的提問與傾聽，慢慢拼湊出我與海的輪廓，而這段探索至今仍在持續……。

作為負責文案與展場物件設計的我，常思考：「如果今天是一個素未謀面的觀眾，他是否能在展場中的某個角落，感受到『這好像是我的海』？」這些從海邊蒐集的大量紀錄故事要如何轉譯並融入於展覽，不打算只純粹的訴說一些故事，進行單向灌輸，而是希望能從中獲得或產出，讓觀眾找到些「關於自己的什麼」，所以在故事挑選和文字陳述上做了多次的嘗試、修改與碰壁，時常陷入不滿意中，也曾懷疑自己寫的文字是否足夠動人、物件設計會不會太微小、不夠直覺，觀眾能否察覺藏在細節裡的訊息，多虧組員的鼓勵與支持才能順利完成。

後續在展場中，我們將物件放進海浪布中，像是讓記憶在波浪中翻湧，等待觀眾的挖掘，我發現真的有不少人會駐足，在某段文字前細細咀嚼好久，甚至轉頭詢問某段故事的背景或創作理念，並分享自己的看法和回憶，這些內容是有成功帶來共鳴的！當我看見有人靜靜地畫下心中的海，或寫下一句話、留下眼神或微笑，我發現這場展覽是「雙向流動」的意識構成，並創造了想法交流。我們的努力被真誠接住，讓我既感動又感謝，真正體會到：我們不是把觀眾帶進海裡，而是幫助他們找到自己內心的那片海。

這次畢製讓我明白，創作不是追求完美，而是學會在混亂與限制中，找到能自由呼吸的一小塊空間，它有時不只是表達，更是對自己的回應。記得展場裡的透明盒、鏡子與單透布，像我們面對自己的方式：有遮掩、有投射，也有反射，粼星海海沒有給任何人一個結論，但每個人心中那片不同的海，會繼續流動。

誠實的說，我在專案的初期，一點都沒有期待，可能因為人生規劃的緣故，我對畢業展毫無熱情，我很明白這非我所要，我只想快點結束，然後去做我真正想做的事。

一個有想法並了解我的人，邀請我加入她的團隊，並許諾我在組內做自己擅長的事，內容的產出會由她主導，一個組別就這樣誕生。因為需要撰寫企劃書的緣故，即便是沒什麼參與內容討論的我，也對專案的內容了解不少，在撰寫的過程也產生了讓我矛盾的念頭，我很難撰寫我不認同的文字，於是「粼星海海」漸漸有了我的影子，也是在一次次的上台報告中不斷反思，才真正孕育出PODCAST這個節目雛形。

關於這個節目，有太多可以抱怨，颶風下雨、海邊風沙，每次錄音都有些災難，但我仍是愛它，也真心的感謝把它做出來的自己。這就是我的腦袋，我用很具象的方式在呈現他，如同我在展間的唯一堅持，我堅持「縫補一片海」需要縫補，非常感謝組員對此的包容。

柒、附錄

INSTAGRAM連結：

[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/TRYTRYSEA___/](https://www.instagram.com/trytrysea___/)

PODCAST連結：

[HTTPS://PODCASTS.APPLE.COM/TW/PODCAST/%E7%B8%AB%E8%A3%9C%E4%B8%80%E7%89%87%E6%B5%B7/ID1808166751](https://podcasts.apple.com/tw/podcast/%E7%B8%AB%E8%A3%9C%E4%B8%80%E7%89%87%E6%B5%B7/id1808166751)

YouTube連結：

www.youtube.com/@trytrysea__

線上展覽連結：

<https://trytrysea.webnode.page/>

得獎紀錄：

學習社群人氣獎影片連結：[HTTPS://FB.WATCH/ZUP5ALZ7CS/](https://fb.watch/zup5alZ7CS/)

獎狀：

