

紙感

團隊名稱：紙感 pā·per

班級	姓名
文四甲	黃柏諭
文四甲	許伊萍
文四甲	林子薰
語四甲	王瀟寬
語四乙	何思慧

目 錄

- 一、 問題分析
 - (一) 問題背景
- 二、 產品與服務說明
 - (一) 產品與服務流程
 - (二) 現有產品
 - (三) 未來開發方向
 - (四) 商品構思與展示
- 三、 市場分析
 - (一) PEST 環境分析
 - (二) SWOT 交叉矩陣分析
 - (三) STP 分析
 - (四) 4P 行銷分析
- 四、 營運與銷售
 - (一) 商業模式九宮格圖
 - (二) 預期效益
 - (三) 團隊營運計畫
- 五、 財務規劃
- 六、 社會影響力
 - (一) 環境影響
 - (二) 文化影響
 - (三) 美學影響
 - (四) 社會影響
- 七、 團隊介紹
- 附件一、預展回顧
- 附件二、畢業展回顧

壹、問題分析

一、問題背景

在數位時代下，紙的存在逐漸被忽視。過去，紙不僅是資訊的載體，更是一種文化的媒介——承載書信的情感、記錄工藝的歷史、傳遞知識與藝術的深度。然而，隨著大量工業化生產與數位媒介的普及，紙張被簡化為「一次性消耗品」，其文化價值與感官意義被邊緣化。

同時，台灣的傳統紙藝產業也面臨嚴峻挑戰。以往遍布全台的手抄紙坊、竹紙工廠與油紙傘作坊，如今多已凋零。匠人們年事漸高，後繼者稀少，技術傳承岌岌可危；而市場需求下降及成本上升，使得維持手作工藝的經濟誘因越來越低。這些傳統技藝雖然蘊含豐富的文化價值與美學意涵，但在現代社會中卻難以找到新的生存空間。

另一方面，雖然環保與永續已成為當代社會的主流議題，但大多仍停留在功能性的回收再利用層面，缺乏文化與情感的延伸。以再生紙為例，市場上多數產品仍以生活性用品，如衛生紙、書寫紙為主，缺乏設計導向與故事深度。這使得「環保」被看作是一種責任，而非一種能觸動人心的生活美學。在這樣的現實情境中，紙逐漸失去被「感受」的可能。它成為工具、材料，卻少了溫度與意義。

團隊認為，當代社會亟需一種新的文化回應：如何讓紙的再生，不只是物質的再利用，而是價值的再創造？

我們觀察到，台灣雖然擁有深厚的造紙歷史與豐富的文化底蘊，卻缺乏一個能夠將文化傳承 × 永續美學 × 生活應用結合起來的再生紙實踐模式。現有的紙藝工坊大多專注於傳統手工技術保存，作品也大多以平面紙材為主，缺乏與當代設計、文創產業接軌的橋樑；而環保品牌則強調機能性與材料創新，對於文化與人文價值的延伸闡述卻鮮少著墨。

因此我們希望在兩者之間找到新的平衡點。注重再生紙的製程，使其成為進入生活的創作——讓再生紙不再只是回收後的材料，而是一種重新被設計、被感受、被使用的存在。從平面到立體的轉化，不只是技術創新，更是一種文化回應：讓「永續」從環保行動提升為一種生活態度與審美選擇。

總體而言，「紙」不只是媒材，更是一種能承載記憶與情感的存在。它來自土地，也記錄了土地。紙的纖維中藏著自然的痕跡，而紙張的每一

道皺摺、每一次壓印，都是時間與人手的共作。

「紙感—pā·per—」的誕生源自我們對「紙」的重新感受。我們相信，紙能再生的不僅是物質，更是價值與意識。透過再生紙的創作與立體設計，我們希望讓人重新「感受紙」，不只是視覺上的欣賞，而是透過觸感、氣味與使用經驗，體會紙的溫度與故事。

不只是品牌或作品，而是一場回到原點的提問：在追求快速與便利的世界裡，我們是否仍願意低下頭，去觸摸那張被忽略的紙？那張紙，也許正記錄著我們與土地、文化與記憶之間最柔軟的連結。

貳、產品與服務說明

一、產品與服務流程

（一）流程與步驟圖



（二）流程表與內容說明

項目	內容說明
再生紙材料收集	以校園為主要來源，蒐集最貼近日常生活的廢紙與被忽略的紙材，包括： • 行政處室碎紙機紙料 • 宿舍生活用紙（考卷、報告等） • 網購包裝材（紙箱、紙袋、蜂巢紙等） 將生活廢紙重新轉化為創作素材，實踐永續精神。
材料分類與打漿	根據紙質進行細緻分類，避免混入塑膠封膜、亮膜與不適合再製的材料，再以料理機與手工方式重新打碎紙張，使其成為細膩均勻的紙漿。
平面／立體	將完成的紙漿進行二次塑形：

造型成形	(1) 平面造型 以鋪展、壓製方式製作紙張、小誌封面、紙樣卡、紙紋理樣本。 (2) 立體造型 利用紙材的可塑性，將紙漿塑造成具空間感與量體的作品，如紙容器、雕塑與立體裝置。 製作過程保留傳統造紙技法，同時優化流程以降低紙漿浪費，使材料使用更有效率。
乾燥與定型	作品成形後需靜置 3–5 天自然風乾，不額外使用加熱設備，保留紙材自然乾燥的紋理變化，同時讓造紙過程更永續、環境負荷更低。
修整、組裝與品管	乾燥後進行作品檢查與細部修整，包括： • 去除毛邊與雜質 • 補強薄弱處 • 組裝立體構件 • 確認外觀完整度與耐用度 確保每件成品皆達到展示與販售標準。
商品包裝與展示	完成品依作品類型進行精緻包裝，並陳列於展覽、市集或線上平台。

二、 現有產品

(一) 紙感小誌

以再生紙作為印刷介質，內容包含紙藝田野調查、匠人訪談、材料紀錄與創作理念，結合語創系成員的敘事專長，使小誌兼具閱讀價值、文化內涵與收藏性。

(二) 月曆、平面視覺作品

以紙材紋理、地方文化符碼與創作影像為靈感，設計一系列平面作品，讓紙的纖維美感以視覺形式被看見。

(三) 紙藝立體裝飾物

以再生紙製作小型雕塑、桌飾與文化象徵物件，呈現紙在立體結構中的肌理美感與文化符碼。此類作品強調材料紋路變化與手工痕跡。

三、 未來開發方向

(一) 紙材光影作品／燈飾

利用再生紙半透光特性，製作紙燈罩、光影裝置等作品。透過光線呈現纖維的層次，使紙的美感延伸到生活空間。

（二）紙製功能性物件

透過浸漬、壓模與乾燥定型技術，使再生紙具備一定強度，可製作收納盒等功能性物件，展現紙作的生活應用潛力。

（三）可組裝立體紙模（DIY 模組）

設計小型立體紙物模組，讓使用者可自行組裝與創作，提升互動性，並透過使用過程認識紙材的觸感與結構特性。

四、商品構思與展示

		
再生紙平面紙張	紋理壓模再生紙	再生紙圓形板材
		
再生紙立體筆筒	再生紙板材組	主題&客製化產品

參、市場分析

一、PEST 環境分析

Political 政治面	Economic 經濟面
◇ 政府推動 SDGs、ESG、文化永續等政策 ◇ 青年創作、工藝傳承、地方文化相關補助增加 ◇ 永續材料與循環經濟成為政策鼓勵方向	◇ 永續產品具市場溢價空間 ◇ 消費者願意為文化設計與手作商品付費 ◇ 文創與素材美學市場持續擴大
Social 社會面	Technological 科技面
◇ 年輕世代追求「手感、素材、文化、地方性」 ◇ 環保意識高漲，再生材料受到重視 ◇ 美學生活風潮興起，文創消費成為重要支出	◇ 紙材製作技術提升（壓模、自然纖維混合、乾燥定型） ◇ 數位設計工具與網路行銷降低創作者進入門檻

二、SWOT 交叉矩陣分析

外部環境因素 內部環境因素		機會 Opportunity	威脅 Threat
		O1.永續設計與環保產品需求上升 O2.文創產業與選物店市場擴大 O3.消費者偏好手感、地方文化與素材美學 O4.文化補助、青年創作資源充足 O5.社群行銷有利於小眾品牌快速擴散	T1.永續產品競爭者增加 T2.大型品牌推出低價環保商品 T3.再生材料可能被快速模仿 T4.市場若偏向低價競爭，將壓縮手作價值
		增長型策略 (SO)	多元型策略 (ST)

優勢 Strength	S1.具獨特性研發思維：將再生紙藝轉化為立體文創商品 S2.文化深度：田野調查＋地方故事＋在地素材 S3.團隊跨域：文創×語創，結合設計與敘事能力 S4.產品新穎：立體紙作品具創作性與差異化 S5.品牌理念明確：永續、文化、材料美學	S2O2 透過具有文化內涵的商品，在文創市場中獨樹一幟 S4O5 透過社群與影音平台強化品牌曝光，提升年輕族群觸及率	S2T3 以文化深度建立不可取代性，降低被模仿風險 S4T4 以立體作品的獨創性避開低價競爭市場
劣勢 Weakness	W1.製作時間成本較高、產量有限 W2.通路合作尚未穩定 W3.品牌仍在建立階段，市場認知度不足	扭轉型策略（WO） W1O3 以手作特色強化產品價值，彌補高成本與低產量劣勢 W3O5 以社群內容快速累積品牌認知，縮短市場接受期	防禦型策略（WT） W1T4 採限量生產策略，避免成本壓力並維持品牌質感 W2T1 聚焦核心產品線，建立穩定通路以提升抗競爭能力

三、 STP 分析

市場區隔 Segmentation	
人口統計變項	
年齡	職業／身份
✧ 年輕族群：18-35 歲 ✧ 家庭族群：30-45 歲、有 3-12 歲孩童的親子家庭	✧ 文創與設計相關從業者 ✧ 學生、上班族（具有文化消費與選物習慣） ✧ 家長（特別關注生活美學、親子共學的父母）
心理變項	行為變項
✧ 重視永續與環保意識 ✧ 喜歡手作、生活美學、工藝品 ✧ 對地方文化與創作故事有高度興趣 ✧ 偏好獨特、限量、可收藏的物件 ✧ 重視與孩子共同參與文化、美學或創作活動 ✧ 對環境教育與生活美學具有正向興趣	✧ 經常參加文創市集、選物店活動 ✧ 具備為文化、美學、環保產品付費的意願 ✧ 具備買藝術小物、擺飾品或文具的習慣 ✧ 喜歡與孩子共同欣賞、觀察、操作創作物

	常帶孩子參與文化活動、市集、閱讀或美學體驗
選擇目標市場 Targeting	定位 Positioning
1. <u>主要目標客群</u> - 追求永續、美學與文化價值的 20-35 歲年輕族群 - 重視生活美學與親子共學體驗的家庭客群 2. <u>次要目標客群</u> - 文創品牌、選物店、文化場館（商品合作與寄售） - 設計系學生與創作者（對材料有高度興趣）	1. <u>產品差異化</u>：市面上大多以平面紙材為主要商品，立體設計獨特且更具實用性 2. <u>文化敘事</u>：每件作品來自田調、紙藝背景或創作概念，使商品不僅是物件，更具有文化溫度。 3. <u>永續價值</u>：以再生紙製作商品，將「再生」從環保行為延伸為美學與文化的再創造

四、 4P 行銷分析

產品策略 (Product)	1. 平面產品：小誌、明信片、紙樣卡、書籤、再生紙文具 2. 立體產品：紙質雕塑、紙容器、紙燈罩、光影裝置、可組裝紙模 3. 服務：紙材資料庫
價格策略 (Price)	1. 平面產品：親民入手價，提升紙藝及品牌可近性 2. 立體產品：中高價位，呈現工藝價值
通路策略 (Place)	線上與線下並行： - 線下：文創市集、地方選物店、展覽現場販售 - 線上：Instagram、Facebook、未來官網、文化選物平台
推廣策略 (Promotion)	1. 故事行銷：田調紀錄、紙材製作、工藝故事 2. 影像推廣：短影片、平面攝影、創作花絮 3. 合作開發：與永續、文創品牌合作，提高曝光

肆、營運與銷售

一、 商業模式九宮格圖

KP 關鍵合作夥伴	KA 關鍵活動	VP 價值主張
- 在地紙藝職人、傳統造紙工坊 - 文創選物店、市集主辦單位 - 校內處 - 文化局／地方文化單位	- 田調與職人訪談 - 再生紙材料實驗 - 再生紙商品開發與包裝設計 - 品牌視覺、文案與故事敘事建構 - 社群經營與內容行銷（影音／小誌）	- 以再生紙為媒介，呈現文化永續×手作美學的獨特價值 - 將傳統紙藝轉譯成當代生活設計，讓大眾重新「感受紙」的溫度、質地與故事 - 以材料美學為亮點，提供兼具文化深度、素材特色與永續理念的作品體驗。 - 每件作品皆具有不可複製的肌理與故事，展現再生紙的獨一性
CR 顧客關係		CS 目標客層
- 透過社群平台建立品牌敘事與長期追蹤關係 - 以小誌、影片、創作故事維持品牌黏性 - 市集／展覽現場互動，提升顧客對創作理念的理解 - 商品售後諮詢、客製化再生紙與作品服務		- 對環保、永續與文化創作有興趣的年輕族群 - 對美感與親子共學有興趣的家庭族群 - 文創市集消費者、選物店客群
KR 關鍵資源		CH 通路
- 團隊跨域背景 - 再生紙製作技術與環保原料 - 製紙設備器材 - 田調資料與紙材研究紀錄		- 線上：Instagram、Facebook、品牌小誌、影音平台 - 線下：文創市集、校內展覽、地方文化館、選物店寄售
C\$ 成本結構		R\$ 收益流
- 紙料與再生紙製作材料成本 - 印刷、包裝與宣傳行銷支出 - 交通費、職人酬勞與行政支出 - 器材維護或租借成本		- 展覽商品與紙藝周邊銷售 - 再生紙材料包、紙樣卡商品化收益 - 市集與選物店販售收入 - 計畫補助與校內創作基金線上平台與品牌合作收益

二、預期效益

（一）社會：推廣永續生活理念

透過再生紙的製作與展示，讓觀眾理解「永續」不僅是回收，而是一種能融入日常的生活選擇，促進社會對環保設計的實踐。

指標內容	量化目標
展覽參觀人次	300–500 人
永續貼文觸及	5,000–10,000 次
觀眾永續理解提升	70%以上

(二) 文化：促進傳統紙藝再現

以現代設計語言轉譯傳統造紙工藝，使其在新的世代中被重新理解與欣賞，延續地方手作技術與文化記憶。

指標內容	量化目標
田調／訪談	5–8 次
文化內容產出	10–15 份
故事閱讀量	2,000+次

(三) 品牌：擴展再生紙應用價值

將再生紙從藝術展示延伸至實用設計商品（如立體裝飾、文具等），讓紙的生命進入日常生活。

指標內容	量化目標
商品款式開發	10–15 款
銷售量	150–250 件
社群成長	+300–500
合作通路	2–3 間

三、 團隊營運計畫

期程	工作內容
短期 (0–3M)	1. 材料研究與田調 - 蒐集再生紙原料，進行分類與纖維測試 - 進行紙漿打漿、比例試驗與質地研究 - 採訪紙藝職人，整理文化脈絡與技術背景 - 建立「紙材初步資料庫」 2. 初步產品雛形 - 平面產品草稿：小誌架構、紙樣卡草版

	• 立體作品第一階段原型（形體測試款） • 形成 2-3 種主要紙材質地方向
中期 (3-6M)	1. 產品開發與成品製作 • 完成平面產品（小誌、紙樣卡、海報等） • 完成立體作品（紙物件、燈飾、容器等） • 進行作品拍攝與規格整理 • 進入包裝設計與定價制定 2. 展覽與市集籌備 • 擬定展覽主題、展示設計、動線規劃 • 製作展場物件（展板、說明卡、標示） • 完成展覽文案與敘事內容 • 接洽市集或選物店合作 • 完成預展佈置與場域測試 3. 行銷與內容推廣 • 社群開始規律更新（製作過程、素材故事） • 發布短影片與影像紀錄增加品牌能見度 • 小誌內容完成並開始預熱宣傳 • 舉辦抽獎、互動活動提升追蹤數
長期 (6-12M)	1. 成果展覽與銷售 • 正式舉辦成果展（主展覽／校內展） • 展覽現場販售平面與立體作品 • 進行展覽現場影像紀錄與後製剪輯 • 收集觀眾回饋改善產品方向 2. 通路與合作拓展 • 與選物店建立寄售合作 • 參與更多文創市集 • 推出再生紙「客製化服務」 • 與文化館、紙藝品牌洽談聯名可能性 3. 品牌延伸與永續營運 • 整理田調、小誌、紙材資料庫，形成系列化內容 • 推出第二波產品（延伸款／季節款） • 根據受眾回饋調整品牌敘事與視覺方向 • 逐步建立「紙感—pā·per—」作為具材料特色的獨立品牌

伍、財務規劃

類別	項目	收入	支出
營業收入	商品銷售收入	14,213	
	合作課程收入（古亭國小）	8,000	
小計 — 營業收入合計		22,213	
營業外收入	計畫補助	100,000	
	成果競賽獎金	20,000	
	學習社群獎金	14,000	
	自籌資金	15,000	
小計 — 營業外收入合計		149,000	
營業成本	再生紙材料與耗材成本		-5,000
	平面／立體商品製作成本		-5,000
	預展&畢業展覽輸出與製作（含印刷）		-40,000
小計 — 營業成本合計			-50,000
營業費用	田調與採訪交通費		-30,000
	展覽布置與場地相關費用		-20,000
	設備添購費		-10,000
	交通運輸費		-5,000
	行政與雜項支出		-5,000
小計 — 營業費用合計			-70,000
總計		171,213	-120,000
		51,213	

陸、社會影響力

《紙感—pā·per—》以再生紙為核心創作，從材料到敘事皆強調「再生」與「延續」的概念，帶來多層面的社會影響力。

一、 環境影響：推動材料永續

透過再生紙的研究與應用，提升大眾對紙材循環與減廢議題的關注，使永續不再只是口號，而能被看見、被使用、被實踐。

二、 文化影響：延續紙藝的故事

以田調、訪談與文化轉譯讓傳統紙藝在當代語境中被重新理解，讓逐漸式微的工藝以新的形式被看見、被記錄、被延續。

三、 美學影響：提升素材與手感的價值

作品強調紙的質地、可塑性與素材本身的美，使大眾重新認識紙的觸感與紋理，推動「素材美學」在生活與創作中的再興。

四、 社會影響：以創作建立共鳴

透過展覽與內容產出傳遞紙的故事，讓觀者以更平易近人的方式理解材料、文化與環境之間的連結，提升社會對在地文化與永續行動的認同感。

柒、團隊介紹

「紙感—pā·per—」團隊致力於探索台灣「紙」的技藝、文化與再生設計的可能性，從傳統造紙工藝到當代紙材創作，關注紙在不同地域中的文化符碼、材料特色與美學轉變。我們透過實地田野調查、紙藝職人訪談與文獻整理，深入理解紙藝的歷史脈絡與文化精神，並將所得的在地觀察轉化為具備現代設計語言的文創作品，讓「紙」重新被看見、被觸摸、被感受。

本團隊成員來自國立臺北教育大學的文化創意產業經營學系與語文與創作學系，具備跨領域的文化研究、敘事創作、視覺設計、策展與品牌企劃能力。文創系成員擅長制定品牌定位與文創商品開發；語創系成員則具備故事敘事、文案設計與語言表達的專業，使作品兼具材料與形式的創新和完整的概念、敘事與文化深度。

「紙感—pā·per—」的核心理念，是讓紙的價值在現代社會中重新被理

解。紙不僅是資訊的載體，更是承載著時間、手感、土地與文化記憶的媒材。因此，我們以「再生紙」為創作起點，結合手工紙藝技術與現代設計思考，將紙的再生視為一種美學再造與文化延續，創造出兼具永續意識、文化底蘊與生活實用性的作品。

在紙的技藝逐漸式微、文化意象被弱化的時代背景下，「紙感——pā·per——」希望透過創作、策展與文創商品開發，讓大眾重新感受紙的生命力。透過跨域合作與文化轉譯，我們期待以現代視角延續傳統紙藝之美，使紙的故事在新的世代中持續被閱讀與傳承。

團隊成員介紹			
林子薰		欣賞及喜歡了解各式傳統技藝及工藝的文創系學生，常利用閒餘時間參訪博物館等藝術場域，對於實際接觸台灣技藝非常有興趣。	1.對外關係維護 2.設備管理
黃柏諭		對於在地文化、地方創生、文化轉譯有極大的熱忱，想藉由訪談各地匠人、實地走訪與紀錄，了解工藝背後的故事，並以清楚易懂的方式分享，讓更多人看見傳統技藝與地方文化的價值。	1.財務記錄 2.商品開發
許伊萍		對於「紙藝」有濃厚興趣，平日喜好為蒐集明信片，對於紙張來源、工法感到好奇，更試圖探索不同紙質在明信片等商品的創作表現。因此想藉由此此次計畫了解台灣紙工藝，並認識在地匠人，瞭解更深入的故事。	1.企劃撰寫 2.商品開發
王瀨寬		擅長設計、編輯採訪、文字紀錄寫作的語創系學生。期待將此次企劃的日常點滴用圖文、影音產出紀錄，呈現專案進程與成果，並以生動易懂的方式分享給更多人，讓在地文化故事被看見與傳	1.主要攝影 2.美宣設計

		承。	
何思慧		主要負責文獻蒐集、紙藝背景調查、田調資料整理與展覽文案撰寫。利用細膩的文字與文化敏感度強化專案敘事深度，協助團隊建立扎實的資料基礎。	1.研究調查 2.文字書寫

團隊經歷&獲獎	
【計畫入選】	青年壯遊臺灣：尋找感動地圖實踐計畫地圖
【計畫入選】	114-1 國北教大學習社群-紙藝商品設計與開發
【競賽獲獎】	感動地圖成果徵選影片 佳作
【競賽獲獎】	感動地圖成果徵選 閃耀短片獎
【競賽獲獎】	2026 第八屆 ASSET 永續典範獎-社會企業創業提案競賽 佳作
【競賽獲獎】	114-1 學習社群成果競賽第二名、人氣獎
【競賽獲獎】	114-2 學習社群成果競賽第三

附件一、預展回顧

展覽回顧&說明



利用學校公文回收廢紙進行拼貼，結構出「紙感」團隊名稱的字樣。透過回收紙材作為主要視覺元素，不僅回應團隊長期關注的紙張議題，也讓觀眾在進入展間的第一時間，即能理解團隊以再生、轉化與紙材感知為核心的創作定位。



本區以再生紙張塑造成台灣的地理形狀，作為視覺核心，呈現團隊過往於「感動地圖計畫」中累積的行動成果與地方故事。作品旁同步放置計畫小誌，開放觀眾翻閱，讓抽象的行動理念透過紙本閱讀轉化為可被觸摸與理解的經驗。



以大字報形式提出核心提問：「你知道一天使用的紙，多少能再生嗎？」背景拼貼日曆、雜誌、包裝與回收紙材、紙杯等，象徵紙在時間與生活中被大量累積與流逝，邀請觀眾停下來思考自身與紙的關係。



此區為互動參與區，邀請觀眾回顧並思考自己在「今天」實際使用過的紙材種類。觀眾可將團隊製作的再生紙片，依使用情境貼至四個對應區域中，透過實際操作，將無意識的使用行為轉化為具體可視的紀錄，深化對日常消耗的感受。

展覽回顧&說明



本區展現團隊以再生紙為核心所開發的第一項平面產品—月曆，作品結合團隊自製再生紙材質，並由組員逐月繪製插畫內容，將紙張的觸感、視覺設計與時間記錄整合為完整作品，呈現團隊從材料實驗走向實際產品開發的過程與成果。

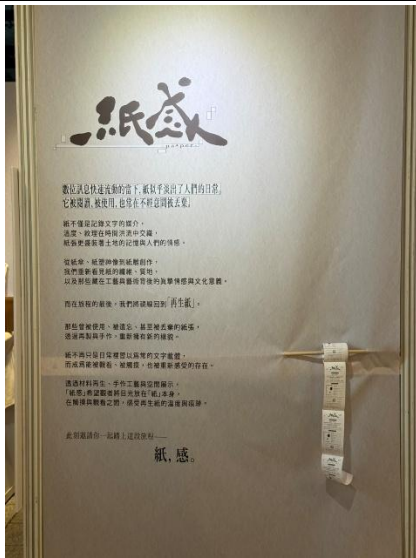
透過提供團隊製作的再生紙片與專屬印章，開放觀眾實際觸摸與使用，讓再生紙不只被觀看，而能透過手感與操作被真實感知。觀眾可親手蓋印、書寫，進一步理解再生紙在日常使用中的可能性。



同時因應聖誕節情境，團隊特別設計聖誕風格的再生紙片吊飾，邀請觀眾寫下祝福語作為回饋，並可選擇吊掛於聖誕樹上，成為展覽的一部分，或帶回家延續紙張的使用與情感連結。

附件二、畢業展回顧

展覽回顧&說明



展場入口的團隊介紹以「收據紙」作為設計巧思。收據是現代生活中最常被取用，卻也最容易被忽略的紙張之一。我們將團隊介紹與展場說明印製於收據形式上，不僅呼應日常用紙的概念，也象徵觀眾領取一張入場券，正式開啟一段「紙感之旅」。

在互動裝置【紙身其中】中，我們以四種顏色的紙張，分別代表紅包、報紙、牛皮紙與白紙等不同生活用紙。觀眾可以選擇自己生活中最常使用的紙張，並將其放入透明框中。透過累積的紙張數量，大家能直觀看見不同觀眾的用紙習慣，也能從視覺化的結果中思考紙與生活之間的關係。同時，裝置也結合碎紙機的互動體驗，讓觀眾在參與過程中感受紙張被處理、轉化的過程。



【你紙是沒想到】則透過視覺化布景呈現日常生活中常見的紙張，例如收

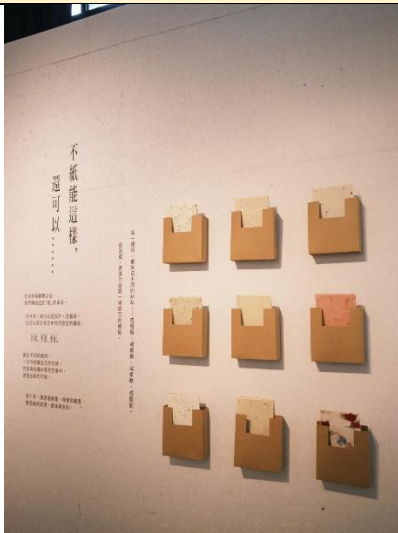


【紙記得這座島嶼】將視角從日常生活延伸至台灣在地文化，透過地圖呈

展覽回顧&說明

據、考卷等，並搭配相關數據作為佐證，讓觀眾意識到紙張其實大量存在於我們的日常之中。這些看似微小、平凡的紙張，往往承載著消費紀錄、學習經驗與生活痕跡，也使觀眾對「用紙」這件事產生更具體的感受。

現，我們希望讓觀眾看見台灣各地以紙為媒材發展出的傳統技藝與文化記憶。展區中也放置了訪談紀錄、小誌與短影音，讓觀眾能進一步認識紙藝背後的人、地方與故事。紙不只是生活用品，也是一種記錄島嶼文化與工藝傳承的重要媒介。



【不紙能這樣】則呈現團隊在田野調查中蒐集到的創新紙張製作方式，讓觀眾看見紙除了傳統用途之外，也能透過不同材料、技術與設計思維產生新的可能。透過此區，觀眾能進一步理解紙張不只是被使用與消耗的物件，也可以成為創新實驗、永續設計與材料轉化的重要媒介。



【紙會再見面】帶出本次團隊的核心主軸——手作再生紙。透過前面展區對日常用紙、紙藝文化與創新材料的認識，觀眾在此區能進一步了解台灣各地以不同方式與技藝進行造紙的過程。我們也嘗試簡化傳統造紙流程，並以學校中的廢棄用紙作為再生紙漿來源，將原本可能被丟棄的紙張重新製成一張新的紙。展區中設置抄紙用具，邀請觀眾親自參與體驗，從動手製作的過程中感受紙張被回收、再造與重新賦予意義的可能。

展覽回顧&說明



【紙想和你說】則希望讓觀眾認知到，紙不只是生活中實用的工具，也常常出現在文學、影視、歌曲與各種創作作品裡。此區以揉擰成紙團的意象作為呈現，象徵團隊在創作過程中的「靈感草稿紙」。每一張紙團中都藏著一個與紙有關的小故事，內容可能是科普知識，也可能是文學、影視或歌曲作品的分享，讓觀眾從不同角度感受紙張所承載的想像與情感。



【商品區】則呈現團隊以紙漿為媒材延伸出的作品成果。作品形式包含平面與立體，也涵蓋實用性與裝飾性的不同方向，讓觀眾看見紙漿不只是材料，更能透過設計轉化為具美感、功能與創意的商品。此區也呼應團隊對再生紙與紙漿創作的探索，展現紙在生活應用上的更多可能。



【收銀台】延續展場對永續與紙材再利用的關注，以子母車作為收銀台的基底設計，象徵回收、循環與環保實踐。此區不只是商品交易的空間，也呼應團隊希望將永續概念落實於展場細節之中的想法。收銀台一旁懸掛日曆紙，作為商品包裝材料使用，讓原



【紙有回憶】作為展場結尾互動區，以「紙」與「感」二字作為基底，設計成填字遊戲的形式，邀請觀眾寫下參觀後的感受、關鍵字或對展覽的回應。透過觀眾親手留下文字，展場不只是單向展示，也成為共同記錄回憶的空間。同時，這樣的互動也加深觀

展覽回顧&說明

本可能被汰換的紙張重新進入日常使用情境。透過從展示、商品到包裝的安排，觀眾能更具體看見紙類回收再利用的實踐過程，也讓展場的永續理念不只停留在概念，而是落實在每一個細節之中。

眾對團隊品牌「紙感」的印象，讓展覽在結束前留下更具參與感與記憶點的收束。