

南華大學
國際事務與企業學系亞太研究碩士班
碩士論文

教科書業者對國小英語教材行銷策略之研究：
以康軒版為例

An Analysis of Marketing Strategies of Textbook
Publishers on English Teaching Materials at
Elementary Schools : A Case Study of Kang Shuan

研究生：趙美茹

指導教授：劉華宗博士

中華民國 104 年 9 月 21 日

南 華 大 學
國際事務與企業學系亞太研究碩士班
碩 士 學 位 論 文

教科書業者對國小英語教材行銷策略之研究：以康軒版為例
An Analysis of Marketing Strategies of Textbook Publishers on
English Teaching Materials at Elementary Schools : A case
Study of Kang Shuan

研究生：趙美茹

經考試合格特此證明

口試委員：劉華宗

劉華宗

張子揚

指導教授：劉華宗

系主任(所長)：張心怡

口試日期：中華民國 104 年 9 月 21 日

中文摘要

「九年一貫」教育改革對台灣教育史上有許多重大的改變，其中國小英語課程的實施，以及教科書全面開放民間編輯的市場，是教科書業者崛起之里程碑。本文依據研究者身為國小英語教師之背景與實際工作經驗，以資料蒐集輔以質性研究深度訪談法，藉以瞭解康軒文教集團（生產者）在國小英語教材之產品、價格、促銷及通路等四 P 行銷面向之市場現況，及其對國小師生（消費者）的影響。再由師生對康軒教材行銷策略實施現況之看法與感受，藉以瞭解對康軒教材之評價，本文經研究所產生之參考內容與結論如下：

(一)、內容

- 1、瞭解九年一貫教改歷程之概況。
- 2、理想教科書的要素、教科書以及教師選書的重要性。
- 3、康軒國小英語教材行銷策略對消費者的影響。
- 4、消費者對康軒國小英語教科書行銷策略之評價。

(二)、結論

- 1、先佔市場，掌握商機。
- 2、順應消費者需求，產品豐富多元且積極 e 化。
- 3、價格策略有競爭性，符合市場需求。
- 4、通路結合網路系統、門市書局及經銷商之資源以強固通路服務。
- 5、促銷活動豐富多元，提升消費者對業者的印象。
- 6、以顧客滿意度為導向的服務品質建立商譽與口碑。

關鍵字：產品、價格、促銷、通路、行銷

Abstract

The implementation of the Grade1-9 Curriculum Reform had a significant impact on educational history in Taiwan. It was the cause of the English teaching at elementary schools and also the landmark for civilians to publish elementary school textbooks. In addition to the experiences of the author as being a teacher at an elementary school and also as a customer of Kang Shuan, the in-depth-interview method was adopted to collect the current marketing strategies from the executive staffs of Kang Shuan and suggestions from school teachers and students for the analysis of the aspects on the product, price, place and promotion of Kang Shuan Publishing Group. The evaluations of Kang Shuan marketing strategies were formed through the reflections from the customers. The contents and conclusions of the study are listed as below:

A. Contents

- a. General statements of the Grade 1-9 Curriculum Reform.
- b. The basic elements of ideal text books and the importance of teachers' choices on text books.
- c. The current marketing strategies of Kang Shuan Publishing Group.
- d. Customers' evaluations of the current marketing strategies of Kang Shuan.

B. Conclusions

- a. The preoccupied marketing strategies of Kang Shuan gained more opportunities.
- b. Kang Shuan conforms to the need of the customers with varied productions and devoted in developing electronic text books.
- c. Combined franchised dealers and sales outlets for productions with network.
- d. Varied and active promotional planning for customers by Kang Shuan to enhance business impressions.
- e. By offering attentive services and attitudes based on the demand of customers to create reputations.

Key word: product, place, promotion, price, marketing strategy

目錄

合格證明書.....	I
中文摘要.....	II
Abstract.....	III
目 錄.....	IV
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 文獻回顧.....	5
第四節 研究範圍與方法.....	10
第五節 研究架構與章節安排.....	13
第二章 英語教科書及行銷策略組合相關理論探討.....	17
第一節 教改與國小教科書開放之背景.....	17
第二節 英語教科書相關理論.....	27
第三節 行銷組合策略相關理論.....	36
第三章 康軒國小英語教材行銷現況.....	43
第一節 產品行銷策略.....	46

第二節 價格行銷策略.....	63
第三節 促銷行銷策略.....	67
第四節 通路行銷策略.....	73
第四章 消費者對康軒行銷策略之評價.....	81
第一節 消費者對產品行銷策略之評價.....	82
第二節 消費者對價格行銷策略之評價.....	88
第三節 消費者對促銷行銷策略之評價.....	91
第四節 消費者對通路行銷策略之評價.....	93
第五章 結論.....	97
第一節 研究結論與建議.....	97
第二節 研究限制.....	101
參考文獻.....	103
附錄.....	109

表目錄

表 1-3-1	統編制與審訂制教材比較表.....	6
表 1-3-2	全球中小學教育素質前十名列表.....	10
表 2-1-1	九年一貫課程發展歷程表.....	21
表 2-1-2	新舊課程比較表.....	22
表 2-1-3	教科書發展重要記事歷程表.....	25
表 2-2-1	教科書開放審定之優缺點比較表.....	35
表 2-3-1	行銷策略理論表.....	37
表 2-3-2	促銷策略工具表.....	41
表 2-3-3	國小教科書促銷活動表.....	42
表 3-1	受訪者資料表.....	43
表 3-2	康軒語教部經理/副理訪談題目一覽表.....	44
表 3-3	康軒業務專員訪談題目一覽表.....	44
表 3-4	康軒教材研究員/編輯員訪談題目一覽表.....	45
表 3-1-1	康軒發行 2015 年國小英語教科書列表.....	47
表 3-1-2	康軒發行 2015 年國小英語補充教材列表.....	47
表 3-1-3	康軒發行教具列表.....	48
表 3-1-4	康軒教科書編輯內容一覽表.....	51
表 3-1-5	Yo Ho 版本簡介表.....	52

表 3-1-6	Go Go Starter 版本簡介表.....	53
表 3-1-7	Follow Me 版本簡介表.....	54
表 3-1-8	Hello Kids 版本簡介表.....	55
表 3-1-9	康軒 Hello Kids 及 Follow Me 版本補充教材一覽表.....	58
表 3-2-1	康軒 2105 年國小英語教科書價格與議價方式表.....	65
表 3-2-2	康軒 2015 年國小英語補充教材價格表.....	65
表 3-3-1	康軒教材定期服務規劃表.....	69
表 3-3-2	康軒教材不定期服務規劃表.....	70
表 3-4-1	康軒各縣市分公司服務處分配表.....	73
表 3-4-2	康軒國小英語相關服務網站.....	74
表 3-4-3	康軒各縣市門市書局數量統計表.....	77
表 3-4-4	康軒、何嘉仁、翰林補充教材比較表.....	79
表 4-1	學生訪談題目一覽表.....	81
表 4-2	教師訪談題目一覽表.....	82

圖目錄

圖 1-5-1	研究架構圖.....	14
圖 2-3-1	行銷策略組合圖.....	39
圖 2-3-2	促銷架構圖.....	41
圖 3-1-1	Yo Ho 課本、習作照片.....	52
圖 3-1-2	Go Go Starter 課本、習作照片.....	53
圖 3-1-3	Follow Me 課本、習作照片.....	54
圖 3-1-4	Hello Kids 課本、習作照片.....	56
圖 3-4-1	康軒教材物流流程圖.....	76
圖 3-4-2	康軒、翰林、何嘉仁門市數量比較圖.....	78
圖 3-4-3	康軒、翰林、何嘉仁版本市佔率比較圖.....	79

第一章 緒論

本章探討教科書業者對國小教材之行銷策略包含第一節：研究動機、第二節：研究目的、第三節：文獻回顧、第四節：研究範圍與方法、第五節：研究架構及章節安排。

第一節 研究動機

台灣在解嚴以前兒童英語教育並未受到重視，大約在 1970 年代前後，坊間所見到的兒童英語補習班並不普及，學習英語是屬於「才藝」的一種且收費昂貴，並非一般「平民百姓」可以學習。筆者自 1975 年進入國民中學，才有學習英語的正式課程，與現今如雨後春筍般的雙語托兒所、安親班、幼兒園或是收費昂貴的私立雙語學校大相逕庭。而且九年一貫教育改革實施後，首先是五、六年級，後來三、四年級英語教學也被列為正式課程。目前雖然一、二年級尚未被納入學習對象，但是台灣各縣市許多國小已自行將一、二年級納入英語課程。在九年一貫教改的推動、民主自由社會風氣的蓬勃發展與國人的期許之下，國小英語學習在教育改革的洪流中成為一種「全民運動」，受到社會大眾的關注。

工欲善其事，必先利其器，一個優良教育制度的推動，必須要有適宜的教科書搭配完善的配套資源，與後續服務支援才能達到教學的目標。自 1968 年政府實施九年國民義務教育起，國民中小學教科書之編輯與審核均由教育部國立編譯館主導，課本封面缺乏美感設計、圖（照）片與色彩偏少、紙質較粗糙，英語教材方面單字與句型內容雖然豐富，但句型呈現機械化、缺乏實用與生活化的情境練習、沒有國際觀及多元文化的內容、教學偏重文法概念與測驗、沒有補充教材，學生如需自學或較多練習時只能有購買參考書或自修一種方法。在教師沒有選擇教科書權利的情況下，對

於所有的教科書只有照單全收。在缺乏補充教材或輔助教具的教學環境，以及升學管道狹窄的聯考制度，與沉重升學主義的壓力下，考試是教學的目的，教師教學方式大多照本宣科，師生缺乏互動，上課型態單調且一成不變，教師大都以講述法作為上課模式，學生缺乏國際觀、前瞻性、創造力及多元文化的認知。相較於現今教科書無論硬體到軟體的設計均講求內容、品質、設計感、創新、質感、多元化與包裝，師生上課方式講求活潑、互動、多元、實用性與國際化等已不可同日而語。

教育部為因應九年一貫教改，語文領域之英語教學課程需要，需培育大量英語教師，1999年教育部首次辦理全國國小英語教師甄試，當時國小英語合格教師需通過全民英檢中高級測驗、修習兒童英語教學課程及教育學分、國小實習、取得教師合格證及通過教師甄試。2002年國小英語教學正式實行，英語教師立即面臨教科書評選的重責大任，選書不只是工作的一部份，同時也是個關係教學成果的關鍵性環節。教師選擇適合學生程度、重實用、生活化、多元化、內容豐富有趣、售後服務完善、教學配套資源豐富以及有後續支援的教材，教學工作才能得心應手、事半功倍，學童們才會樂在其中，對將來英語課程奠下穩固的基礎。反之內容太多、太少、太難、太簡單、內容枯燥無趣或缺乏配套資源的教材，對師生均是一種負擔，對接受基礎教育的學童而言也會產生對英語的學習負面影響，可謂雙輸的局面，因此審慎選擇教科書是教師責無旁貸的使命。

英語教育在國小實施以來，學校對於選書的規準尚未訂定，當時網路資訊較貧瘠，學校也缺乏有經驗的教師給予建議，對教材選擇十分迷惘。當時英語教材出版商甚多，如何嘉仁、康軒、吉得堡（Kid Castle）、彩虹、美樂蒂、獅書、朗文（Longman）、台灣培生（Pearson）、南一、翰林、佳音、光復等，可謂琳琅滿目，讓人無所適從。在學校尚未制定教科書評選標準的同時，加上教師缺乏選書經驗，只能憑教科書業務員對「產品」的

介紹，及教師對教材的「感覺」做出選擇。

國小英語教學已實施近十四年，教科書之行銷市場，從最初大約十家教科書商直至目前（2015 年）僅何嘉仁、康軒及翰林等三家形成了寡佔的局面。其中又以康軒文教機構的市佔率遙遙領先其他出版商，似乎將由寡佔到獨佔的態勢，筆者對此現象甚感好奇，因此欲探究近年教科書業者除了教材本身和周邊產品品質之差異性以外，更欲瞭解在教科書行銷方面是否有獨到之處？近年來已有許多對九年一貫教育改革、英語教材教法、課程設計、課程內容、教材編輯、教材審定、教材選擇與教學滿意度調查、教材使用滿意度或課程實施成效的研究，惟對於教科書業者在國小英語教材「行銷策略」研究較少，引發筆者研究動機，對於教科書業者的行銷策略再做進一步探究。

第二節 研究目的

邁入二十一世紀，隨著全球科技化的進步，網路資訊一日千里，地球村的時代來臨，各國爭相邁向國際化的舞台，國與國之間不論在政治、經濟、文化、軍事、宗教、旅遊、醫療、環保等各方面，英語的交流皆扮演重要的角色，英語的學習漸漸受到重視成為時代的潮流。兒童學習英語不再是一種「才藝」，而是急需實施的正式課程。

行政院於 1996 年通過「積極規劃國民小學學生必修適量英語課程案」，建議政府將二十六個英文大、小寫字母辨識與書寫、基本且生活化的單字與句型，列為國小的正式課程內容。另外教育部為培養國民應具備之基本能力，於 1998 年公佈「國民教育階段九年一貫課程總綱綱要」(附錄一)，後於 2001 年更名為「國民中小學九年一貫課程暫行綱要」，以「國民中小學」取代「國民教育階段」，使其意義更為明確。綱要中明定國民教育階

段之課程以個體發展、社會文化及自然環境等三個面向，提供語文、數學、健康與體育、社會、藝術與人文、自然與生活科技及綜合活動等七大學習領域，將語文領域增列英語科為國小正式課程。教育部 2006 年增修公佈之「國民中小學九年一貫課程綱要語文學習領域（英文）」（附錄二），明定英語教學內容包含之基本理念、課程目標與聽、說、讀、寫各階段能力指標。自 2002 年起由國小五、六年級實施；又於 2006 年修正調整授課年級向下延伸至國小三、四年級，並於同年起實施每周兩節。一、二年級屬於非正式課程，各縣市國小可以針對需求決定是否實施低年級英語教學。在時代潮流的驅使與國人的期待之下，九年一貫教育改革讓國小英語課程正式開跑，不僅奠定我國英語基礎教育的契機，亦是國小英語教科書商展開教科書市場競爭的開端。

國小英語教育實施以來，較為暢銷教科書版本為吉得堡、朗文、何嘉仁、彩虹、翰林及康軒等六家，各家教科書商行銷策略雖大同小異，但在教材內容、配套資源、行銷手法與服務品質方面仍有差異性。尤其教材出版品質是出版商首要積極研發及提升水準的部份，研究者以教科書商為研究主體，針對其行銷策略、市場規劃成效對消費者的影響，以及消費者對出版商行銷之評價與感受做出研究與分析。

自 1968 年政府推行九年國民義務教育以來，國中小學所有科目之編審均由國立編譯館主導，直至 2001 年始全面開放民間編輯，始賦予教科書嶄新的面貌。民間出版機構需按照《國民中小學九年一貫課程綱要》教育部所規劃七大學習領域（語文、數學、社會、健康與體育、自然與生活科技、藝術與人文及綜合活動）等課程編輯教材，並按照《國中及國小教科圖書審定辦法》（附錄三）規定，教育部審核通過之出版業者，在教科書編妥一年內需完成送審程序，審核通過後取得審定執照後教科書方能付梓。各校按「國民教育法增訂條文第八條第二款規定」制定「教科書選用辦法」，

做為教科評選委員之依據，各領域教師評選結果由各校教務處設備組上網公告後，業者即可於學期開學前將教科書配送各學校使用。研究者提供「台中市 YF 區 YF 國民小學教科書評選辦法」（附錄四），及「台中市 YF 區 YF 國民小學使用教科書評選表」（附錄五）為參考依據。

教科書業者編寫教材從無到有之構思、策畫、編輯、送審至出版過程相當緊湊而繁複，其中也面臨政府政策、同業競爭與教育改革的壓力。業者如何開發多元化英語教材？如何能提升與充實英語教材的內容？如何能持續維持教材的形象並受消費者青睞？如何因應市場競爭又需兼顧利潤而生存？如何開發更寬廣且多元化的行銷通路拓展商機？如何能提升服務品質、服務項目建立口碑？如何設定合理產品價格，讓消費者能繼續支持選用？如何求新求變完成教科書的出版？基於以上所述，研究者欲從傳統的行銷四 P 概念，包含產品（Product）、促銷（Promotion）、價格（Price）、通路（Place）等面項研究分析業者的行銷策略。

第三節 文獻回顧

儘管自教育改革至九年一貫課程實施以來，各領域教材教法、課程安排、教科書編輯水準與業者行銷手法，為因應時代的需求不斷求新求變推陳出新。然而因時代的背景、政治、經濟環境的不同與國人需求的改變，皆與國小教科書政策有很大的關連性，不論是統編制或審定制的教科書均有其優缺點，統編制與審訂制教科書之比較如下：

表 1-3-1 統編制與審訂制教材比較表

種類	統編制	審訂制
優點	<ol style="list-style-type: none"> 1.教材內容能融合國家觀念，統一國民思想。 2.教科書由政府出版發行，價格低廉，壟斷教科書市場。 3.全國統一版本，無教材銜接困難的問題，教師亦無選書之問題。 4.學生準備聯考範圍明確，無版本困擾。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.教材內容活潑多樣化，品質提升有國際觀。 2.業者競爭激烈，業者無法自訂售價，價格亦低廉。 3.教材內容不斷創新，書商業者提供豐富教學資源與服務。 4.版本眾多，教師選擇範圍較廣，且配套資源豐富。
缺點	<ol style="list-style-type: none"> 1.易箝制國人思想，僵化學生思考能力，教師照本宣科，無法發揮專業效能。 2.壟斷教科書市場，斬斷民間商機造成缺乏市場競爭力刺激，教科書內容品質不易提升。 3.補充教材不足，無法符合學生需求。 4.教材缺乏彈性，無法因應學生個別差異，適時提供補救教學。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.一綱多本，造成學生學習程度有差異性及教材銜接問題。 2.市場競爭激烈，易發生教師與業者利益輸送事件。 3.升學壓力下，因版本眾多命題不易，學生需學習較多版本以取得高分，而且購書需較多花費。 4.少子化的衝擊之下，營運不佳之教科書商漸漸退出市場，造成寡佔或獨佔的現象，影響教科書品質的提升。

資料來源：1.（陳清溪，2005：7-17） 2.作者整理

從 2001 年起九年一貫課程實施開始，國內有關九年一貫、英語教學及教科書方面的相關文獻蓬勃發展，並累積相當豐富的研究與探討，有關文獻之質與量相當豐富，也具有很高的水準，希冀國內教育工作能不斷求新求變，能提升教育品質，相關文獻資料蒐集分類如下：

壹、九年一貫課程

有關九年一貫課程，教師專業能力與成長方面之研究提供四筆：（蔡英姝，2001）的《九年一貫課程教師專業能力之相關研究》、（劉欽敏，2001）的《中部地區國中試辦九年一貫課程滿意度之研究》、（林鏡湖，2001）的

《國中教師對九年一貫實施之瞭解程度，專業成長需求及所獲支援程度調查研究》、(林奕瑩，2001)的《九年一貫課程政策決定之評析》等。

有關九年一貫課程綱要中規範七大學習領域(語文、數學、自然與生活科技、健康與體育、藝術與人文、綜合活動、社會)課程實施之研究方面提供六筆:(呂家豪，2001)的《高雄市國民中學語文領域(英語)配合九年一貫課程發展的實況與需求之研究》、(王國生，2001)的《九年一貫課程健康與體育學習領域合科教學之調查研究—以新竹市立國民小學教師為例》、(高湘韻，2001)的《鄉土教育融入九年一貫新課程之研究—以花蓮縣國民小學鄉土在地課程為例》、(莊仲寧，2001)的《模糊數學方法在九年一貫課程學習領域綜合評量上之應用》、(黃瓊徵，2005)的《國內九年一貫課程語文領域之實踐—以國小為例》、(王天助，2011)的《中部地區國民小學九年一貫課程自然與生活科技領域高年級學童學習現況調查研究》等。

貳、英語教材與教學

有關英語教學、教材與教法、實施成效方面研究不勝枚舉，其中有關教師專業成長與課程研究提供六筆:(劉月瞻，2001)的《國小英語教師知識對教學歷程影響之個案研究》、(林蕙蓉，2001)的《溝通式教學對學童英語及文化學習之效益》、(潘詩婷，2001)的《國小學童英語學習態度之研究—以大台北地區為例》、(謝一謙，2001)的《國民小學英語教學實施現況及其遭遇問題之研究—以台中市為例》、(張淑旻，2004)的《城鄉國小學童英語學習情況之研究—以桃竹地區六所學校為例》、(莊惠婷，2014)的《彰化縣國小英語教師專業成長與教學效能之研究》。

二十一世紀進入到電子化的時代，電子書及網路教學發展日新月異，是教學者的一大助力。有關英語多媒體教學及其實施成效相關研究共六筆:(廖文綺，2013)的《英語數位遊戲平台對英語學習動機與學習成就之研

究—以雲林某國小四年級學童為例》、(劉佩奇, 2005) 的《電子繪本融入英語教學之行動研究》、(劉惠玉, 2013) 的《互動多媒體教學對小英語單字教學成效之分析》、(沈姿蓉, 2006) 的《遊戲融入英語字母教學之探究》、(葉淑慧, 2014) 的《資訊與科技融入國小英語教學之研究》、(李寶翠, 2013) 的《You Tube 英語歌曲教學對提升國民小學一年級學生英語字彙學習與興趣之行動研究》、(鄭雅菱, 2013) 的《平板電腦進行國小英語課堂合作學習之行動研究》等。

有關英語教學實施成效相關文獻也相當豐富, 該教育文獻對教學的質與量的成果上具有相當貢獻, 最新的資料包括:(施妙玲, 2013) 的《國小高年級學生英語學習態度與學習困擾之相關研究》、(魏瑋婷, 2013) 的《臺中市國小五年級學生英語學習態度與學習困擾之研究》、(蔣貴蘭, 2012) 的《從國小級任老師的觀點探討國小一年級老師實施英語教學之研究》、(林穎, 2013) 的《情境管理個案模式下偏遠國小英語教學學習績效之研究: 以台南市後港國小融入讀者劇場為例》等。

叁、教師選書與教科書行銷

有關教師評選教科書以及對教科書滿意度之分析相關文獻收集共七筆:(陳宜敬, 2003) 的《嘉義縣市國小高年級英語教師使用教科書之調查研究》、(楊雅芬, 2004) 的《國民小學審定版英語教科書之內容分析研究》、(藍毓豪, 2005) 的《國小英語科能力指標轉化至教科書之研究》、(李芝蘭, 2008) 的《國小教師教科書選用行為之研究: 消費者行為理論之應用》、(伍秀娟, 2011) 的《英語教師教科書選用態度、選用考量因素及出版商服務行銷之研究》、(謝明憲, 2013) 的《國小教師對出版商國語科數位教材滿意度分析—以雲林縣為例》、(王惠珍, 2012) 的《探討提升教科書業務服務品質之關鍵因素》等。

教科書行銷探究的相關文獻收集共五筆:(劉隆興, 2010) 的《書商行

銷策略對教師選書的影響—以南部大專學校為例》、(都中秋, 2003)的《進入策略與市場導向配適對市場影響績效之研究—以國中、小學教科書市場為研究對象》、(黃志生, 2003)的《九年一貫教科書行銷策略研究》、(蔡明祥, 2010)《關係行銷、顧客滿意度及再購意願之相關性研究—以國小教科書產業為例》、(張乃文, 2011)的《新北市國小教師對教科書業者行銷服務態度之研究》等。

有關探討九年一貫教育改革實施以來之文獻內容, 在課程方面大多屬於教師專業能力與成長、教改成效之看法及因應行為、九年一貫課程實施滿意度調查、七大學習領域融入課程教學之教材教法及兒童在九年一貫課程學習現況調查之行動研究; 在國小英語教育及教科書方面, 大多屬於兒童學習英語的態度與困擾問題、英語教學實施現況、英語教材教法的討論, 以及多媒體教學融入英語課程方面之研究; 有關教科書行銷方面所探究之文獻大多以教師選書的模式、教科書選用的態度、教科書市場進入策略、教科書業者服務行銷態度之相關研究, 以及九年一貫教科書的行銷等。相較於前述有關教改、國小英語教育以及行銷方面之研究, 皆與本研究欲探討的主題不同, 本研究主要在探討關於國小英語教育實施以來, 教科書業者在「國小英語教科書」之行銷策略, 以行銷四 P 策略面相研究業者的經營方式與實施現況, 是屬於極少被探究的範疇。因此本研究探討教科書業者國小英語教材行銷策略對國小師生之影響, 以及國小師生對教科書業者之看法與評價具有相當的參考價值。

近年來隨著台灣經濟發展的進步與自由開放的民主政治之環境下, 台灣基礎教育的品質也跟著提升。經濟部合作暨發展組織 (OECD) 公佈迄今最大規模的全球基礎教育品質排名, 根據一批十五歲學生針對七十六國的數學和科學測驗評比, 台灣和日本並列第四, 芬蘭緊追在後, 前十名如下表 (田思怡、蕭白雪, 2015):

表 1-3-2 全球中小學教育素質前十名列表

1. 新加坡	6. 芬蘭
2. 香港	7. 愛沙尼亞
3. 南韓	8. 瑞士
4. 台灣	9. 荷蘭
4. 日本	10. 加拿大

資料來源：聯合報

英國廣公播司（BBC）報導，OECD 經濟智庫的評量報告指出，根據七十六國的學生測驗成績評比，顯示教育和經濟成長有關「教育水準是國家長期產出多少財富的強力指標」。雖然實施九年一貫教改之後，台灣中小學之基礎教育品質對台灣社會或經濟上影響之研究較少，此研究結果雖非針對國中小英語能力的研究，但是對國內教育做出努力的教師而言都是一種精神上的鼓勵。

第四節 研究範圍與方法

壹、研究範圍

自 1993 年國小教科書陸續開放民間審定至今，九年一貫課程的實施是一個全新的教育改革，不僅在課程綱要、各課程領域精神與內容均有顯著的改變。教科書從以往教育部主導編審制度下的一綱一本，至開放民間編輯的一綱多本，以及課程劃分為七大學習領域等，課程設計要求須多元化、內容實用且活潑有趣、具統整性、符合學生生活情境、培養帶著走的能力。教科書業者需從教材的內容與精神、版面設計、教材材質、周邊資源、配套教材、教具設計與售後服務等各方面不斷創新，才能與其他業者相抗衡，以搶食這塊教科書市場，爭取商機與利潤。

本研究是以 1993 年教科書陸續開放民間編審以來，自 2001 至 2014 年，經教育部審核通過之出版機構為研究對象，因為參與教科書出版商甚多，

如何嘉仁 (Hess)、康軒、吉得堡 (Kid Castle)、彩虹 (Rainbow)、美樂蒂 (Melody)、獅書、朗文 (Longman)、台灣培生 (Pearson)、南一、翰林、佳音、牛頓、光復、仁林等十多家出版商，而且課程內容共分七大學習領域，因為國小各年級、領域課程科目與出版業者眾多的情況下，無法逐一分析及介紹各個年級、科目與各家業者行銷特色，研究者僅針對諸多出版業者中，選擇「康軒文教事業出版機構」(以下簡稱康軒)為研究主體，藉以了解該業者自政治解嚴之後，教改聲浪開始至教科書編審制度漸漸鬆綁、外語教育、國小英語課程規劃、教材與教法在國內逐漸受到重視，至教科書逐漸全面開放民間編審以來，康軒在國小英語教材方面表現突出，其傳統行銷四 P 策略在 2014 及 2015 年之產品、價格、通路、促銷等相關策略為本文主要研究範圍，其他教科書出版業者所發行國小各學習領域課程教科書之行銷，均不在本研究討論範圍之內。

貳、研究方法

一、非結構式訪談

研究方法的種類很多，本研究擬採訪談法 (Interview)，是質性研究中經常用到的資料收集方法之一。該方式是利用訪談者與受訪者之間的交談，達到意見交換與資料收集，並藉由人與人之間的互動，進而分析出受訪者的信念、態度與看法等。其特性為研究者因應每位受訪者的特性來發展適合他們的面談方式，質化的研究相當強調研究者的獨創性、敏銳性與訪問過程中的參與程度。(范麗娟，1994：25-35) 訪談又分結構式與非結構式訪談，本文採行非結構式訪談，係指訪談內容沒有提出問題的標準程序，僅提供題目，由採訪者和受訪者依題目自由交談，提出問題的方式與順序都不統一，雙方可以自由的談到自己的意見、感受與想法，是一種很彈性的訪問方式。

二、焦點團體訪談

除了深度訪談法的運用之外，研究者訪談對象包含國小學童對使用康軒教科書的感想與看法，礙於國小學童對教科書認知程度與口語表達能力的限制，本研究另採行焦點團體訪談法（Focus Group Interview）進行資料收集。該方法係針對研究問題執行集體性訪談，於互動過程中刺激受訪者意見的形成。相較於訪談法，焦點團體之受訪者可以互相建構知識與刺激想法，達到集思廣益的目的，此方法所收集到的資料結構比問卷法更為完整（洪曉佩、明金蓮、陳玉枝，2010：2-9）。

叁、研究資料形成過程

本研究依據深度訪談、焦點團體訪談之論述，進行質性資料收集與分析形成過程如下：

一、資料收集

九年一貫教改自 2001 年實施至今（2015 年）已有 14 年，在此期間教科書業者在教材的編輯內容架構、模式、品質、促銷方式、人員服務態度及通路型態等特性一直在改變當中，可謂順應時代的潮流而求新求變。本研究乃針對康軒文教機構，針對國小英語教科書及其相關教材各種軟、硬體產品之開發與行銷為切入點，蒐集康軒內部相關統計資料、網路資訊、論文、期刊、報章雜誌、康軒出版品等資訊，藉以瞭解康軒目前教科書市場行銷策略的論證基礎。

二、非結構式訪談／焦點團體訪談

本研究方法擬採深度訪談與焦點團體訪談的方式，研究者先針對各受訪者的特性預先設計好訪談題目，進而進行訪談資料的蒐集與分析。在經過康軒在四 P 行銷策略的市場概況與規畫的資料收集之後，藉由深度訪談的方法，瞭解康軒教科書行銷策略之現況及其對國小師生的影響，進而分析國小師生對康軒行銷四 P 策略之評價。

三、訪談資料整理與分析

研究者訪談對象在業者方面，包含台中市康軒辦事處語教部（英語）經理、業務副理、業務專員、教材研究人員、與教材編輯人員等。研究者事先預訂妥訪談題目，從訪談過程瞭解康軒從業人員之實際工作經驗，對目前康軒教材在產品、價格、促銷與通路等四個方面執行情況，及對國小師生的影響進行資料蒐集。進而針對使用康軒國小英語教材台中市 YF 國小的師生，對於教科書之編輯內容、補充教材、輔助教具、行銷模式、業務員服務態度等滿意程度提供看法或建議。其中國小學生方面使用焦點團體訪談，研究者以教材的瞭解為基礎，進而向學生解說、提示與引導所預設題目的內容，使學生容易瞭解訪談內容的意義，進而達成意見交換與相互建構知識的方式，達到研究者資料收集的目的，藉以了解師生對康軒教材使用的評價與看法。

第五節 研究架構與章節安排

壹、研究架構

2000 年政府頒布《國民小學及國民中學教科圖書審定辦法》，國小全面開放各領域審定版教科書，2001 年國中全面開放，由合格出版商提供。在此教科書開放民間出版商編輯期間，許多國內外專家學者皆參與提升國內兒童英語教學水準，並在出版商的積極參與、配合及推波助瀾下，兒童英語教育在教材教法、教材編輯、課程內容、教具設計、多元文化等逐年進步。出版商為積極爭食出版業的大餅，英語教科書品質逐年提升，對於出版商的行銷方法與策略也漸漸受到重視，各家競爭的情況下在教科書品質、配套資源及服務各方面也更加完備。教科書開放民間編審的期程是循序漸進的，市場開放前完全由國編本獨佔，

自 1988 年政府解嚴，至 1996 年首先開放藝能科這段期間，康和出版公司最先加入教材籌備與研發的行列，此即為康軒文教集團之前身，其他出版商遲至 1996 年開放國小一般學科才陸續進入教科書市場。以市場觀點論之，康軒已先進市場拔得頭籌，率先投入研發工作並完成準備與佈局，贏得市場先機。教科書開放之期程與業者開發之產品、營收及消費者市場反應有密切的關係，本文針對康軒國小英語教材之行銷，研究其傳統四 P 行銷策略，並經由深度訪談使用教科書之國小師生、康軒業務經理、業務專員、教材研究員、編輯人員等，再利用訪談分析法藉以瞭解康軒教科書行銷策略對師生的影響，以及師生對康軒行銷策略之評價，本研究架構圖如下：

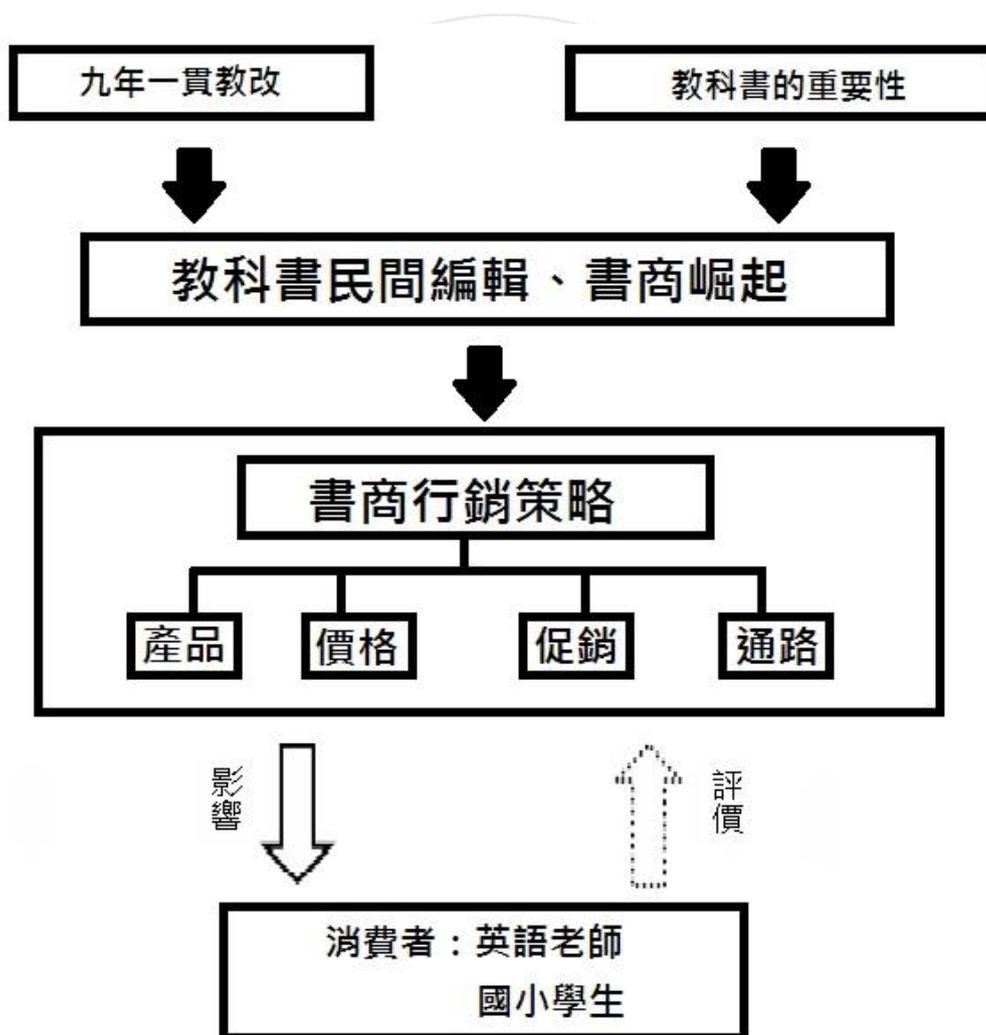


圖 1-5-1 研究架構圖

貳、章節安排

本研究探討教科書業者對國小教材之行銷策略共五章：

第一章：緒論，包含第一節：研究動機、第二節：研究目的、第三節：文獻回顧、第四節：研究範圍與方法、第五節：研究架構及章節安排。

第二章：英語教科書及行銷策略組合相關理論探討，包含第一節：教改與國小教科書開放、第二節：英語教科書相關理論、第三節：行銷組合策略相關理論。

第三章：康軒國小英語教材行銷策略，包含第一節：產品行銷策略、第二節：價格行銷策略、第三節：促銷行銷策略、第五節：通路行銷策略。

第四章：消費者對康軒行銷策略之評價，包含第一節：消費者對康軒產品行銷策略之評價、第二節：消費者對康軒價格行銷策略之評價、第三節：消費者對康軒促銷行銷策略之評價、第四節：消費者對康軒通路行銷策略之評價。

第五章：結論，包含第一節：研究結論與建議、第二節：研究限制。

第二章 英語教科書及行銷策略組合相關理論探討

本章針對研究目的所蒐集的資料經分析與整理，作為研究結果之依據。包含第一節：教改及國小教科書開放背景，以瞭解我國教科書開放之過程，以及對國內英語教育的影響、第二節：英語教科書相關理論，以瞭解英語教材方面相關理論、第三節：四 P 行銷組合策略相關理論，以瞭解業者商品行銷之概念與策略內容等。

第一節 教改與國小教科書開放之背景

壹、教改理念與內涵

一、基本理念

1968年政府公佈「九年國民教育實施條例」，界定國民教育分為前六年是國民小學，後三年是國民中學，是九年國民義務教育，亦是「九年一貫」的課程概念。隨著台灣政治解嚴與社會自由民主風氣的演進，集權政治逐漸瓦解，反映了時代的變革與國際競爭態勢的認知，「九年一貫」為台灣教育改革以來最重要的變革。其基本理念始於1994年的教改運動，除了受惠於整個政治環境之改變外，最主要的力量來自教育界、家長團體以及民間團體，如「人本教育文教基金會」、「主婦聯盟」、「振鐸學會」、「中華民國教育改革協會」等團體。從課程發展的角度來看，課程由分科轉為合科（學習領域）設計、課程發展由中央主導轉變為學校本位、由學科為本位轉變為以學生為中心、由知識為本位轉變為強調學生基本能力的培養等，堪稱是我教育史上最大的創舉（秦夢群、賴文堅，2006：23-44）。肯定教育主體為全體受教者，使每位學習者都能獲得適性發展的機會，這些理念即是受到人文主義、後現代主義及建構主義等影響。

（一）、人文主義論點：學習權是屬於基本人權，學習應以學生為主體，

因此在課程方面設計納入「彈性課程」，做為弱勢學生補救教學的機會，落實因材施教，以學習權取代教育權。

(二)、後現代主義論點：促使教育鬆綁、教師有自主權、由中央集權式的課程發展模式，改為以學校本位課程為主的課程發展模式，因而國立編譯館主導的統編本走向市場自由化的審訂本。

(三)、建構主義論點：主張知識是由個人與文化的建構，新課程在實務上強調學為主，教為輔，把學習視為一個過程，並承認經驗在學習中的重要性，鼓勵學生在學習過程中思考、對話以及體驗（秦夢群、賴文堅，2006：23-44）。

二、基本內涵

「國民教育階段九年一貫課程總綱綱要」，及各學習領域課程綱要之基本內涵（教育部，2003）：

(一)、人本情懷方面：包括了解自我、尊重與欣賞他人及不同文化等。

(二)、統整能力方面：包括理性與感性之調合、知與行之合一、人文與科技之整合等。

(三)、民主素養方面：包括自我表達、獨立思考、與人溝通、包容異己、團隊合作、社會服務、負責、守法等。

(四)、鄉土與國際意識方面：包括鄉土情、愛國心、世界觀等，涵蓋文化與生態。

(五)、終身學習方面：包括主動探究解決問題、資訊與語言之運用等。

貳、教改課程重點

根據「國民教育階段九年一貫課程總綱綱要」，國民教育之教育目的在透過人與自己、人與社會、人與自然等人性化、生活化、適性化、統整化與現代化之學習領域教育活動，傳授基本知識，養成終身學習能力，培養身心充分發展之活潑樂觀、合群互助、探究反思、創造進取與世界觀的

健全國民。為實現國民教育目的，須引導學生致力達成下列課程所明定之課程目標，國民需培養之十大基本能力（教育部，2003）：

一、課程目標

- (一)、增進自我了解，發展個人潛能。
- (二)、培養欣賞、表現、審美及創作能力。
- (三)、提升生涯規劃與終身學習能力。
- (四)、培養表達、溝通和分享的知能。
- (五)、發展尊重他人、關懷社會、增進團隊合作。
- (六)、促進文化學習與國際瞭解。
- (七)、增進規劃、組織與實踐的知能。
- (八)、運用科技與資訊的能力。
- (九)、激發主動探索和研究的的精神。
- (十)、培養獨立思考與解決問題的能力。

二、十大基本能力

- (一)、了解自我與發展潛能：充分了解自己的身體、能力、情緒、需求與個性，愛護自我，養成自省、自律的習慣、樂觀進取的態度及良好的品德；並能表現個人特質，積極開發潛能，形成正確的價值觀。
- (二)、欣賞、表現與創新：培養感受、想像、鑑賞、審美、表現與創造的能力，具有積極創新的精神，表現自我特質，提升日常生活品質。
- (三)、生涯規劃與終身學習：積極運用社會資源與個人潛能，使其適性發展，建立人生方向，並因應社會與環境變遷，培養終身學習的能力。
- (四)、表達、溝通與分享：有效利用各種符號（例如語言、文字、聲音、動作、圖像或藝術等）和工具，例如各種媒體、科技等，表達個人的思想或觀念、情感，善於傾聽與他人溝通，並能與他人分享不同的見解或資訊。

- (五)、尊重、關懷與團隊合作：具有民主素養，包容不同意見，平等對待他人與各族群；尊重生命，積極主動關懷社會、環境與自然，並遵守法治與團體規範，發揮團隊合作的精神。
- (六)、文化學習與國際了解：認識並尊重不同族群文化，了解與欣賞本國及世界各地歷史文化，並體認世界為一整體的地球村，培養相互依賴、互信互助的世界觀。
- (七)、規劃、組織與實踐：具備規劃、組織的能力，且能在日常生活中實踐，增強手腦並用、群策群力的做事方法，與積極服務人群與國家。
- (八)、運用科技與資訊：正確、安全和有效地利用科技，蒐集、分析、研判、整合與運用資訊，提升學習效率與生活品質。
- (九)、主動探索與研究：激發好奇心及觀察力，主動探索和發現問題，並積極運用所學的知能於生活中。
- (十)、獨立思考與解決問題：養成獨立思考及反省的能力與習慣，有系統地研判問題，並能有效解決問題和衝突。

叁、教改之歷程

就九年一貫課程發展歷程進行分析，其影響動因主要基於國家發展的需求及社會期待的回應，期待提升國家競爭力，其變動幅度之大，是我教育史上之創舉。此番教改政策自形成到執行階段之過程，經過多次研議、討論及修訂之過程，研究者整理九年一貫課程發展歷程及新舊課程比較如下：

表 2-1-1 九年一貫課程發展歷程表

年/月	重要記事
1994	行政院成立「教育改革審議委員會」對九年一貫課程改革提出五項建議： 1.學校課程以學生為中心做整體規劃。 2.以課綱取代課程標準。 3.發展基本能力指標。 4.積極統整課程。 5.減少上課時數。
1997	1.教育改革總諮議報告書出版。 2.成立「國民中小學課程發展專案小組」。 3.規劃「國民中小學九年一貫新課程綱要」。 4.立法院教育委員會責令教育部於1999年9月以前完成綱要之研訂。
1998	立法院要求教育部於1998年9月前公佈九年一貫課程總綱。
1998/09	教育部公佈課程總綱，確定九年一貫課程之架構及發展方向，將學習內容整合為「七大學習領域」，以培養「十大基本能力」
1998/11	成立國民中小學各學習領域綱要研修小組。
1999/02	修訂「國民教育法」第八條，「改課程標準」為「課程綱要」，提供九年一貫課程法源依據。
1999/05	教育部提「國民中小學九年一貫課程配合工作計畫草案」。
1999/06	舉辦課程綱要公聽會。
1999/09	九年一貫課程試辦，共有334學校參與。
1999/12	1.成立國民中小學課程修訂審議委員會。 2.公佈課程綱要。
2000/03	公佈國民中小學九年一貫課程（第一學習階段）暫行綱要。
2000/05	經課程綱要試辦後，教育部提「國民小學九年一貫課程暫行綱要配合工作計畫」。
2000/06	公佈「國民中小學教科圖書審定辦法」。
2000/09	公佈「國民中小學九年一貫課程暫行綱要」。
2000/12	「國民中小學課程修訂審議委員會」決定全面推行九年一貫之課程時程與授課節數。
2001/08	國民小學一年級開始實施九年一貫課程。
2002/08	1.除國民小學一、二年級外，四年級至七年級加入實施。 2.國小五、六年級正式實施英語教學。
2003	1.實施推展至一、二、三、四、五、七、八年級。 2.發佈數學領域課程。 3.發佈語文領域、健康與體育領域、生活課程、社會領域、綜合活動領域、藝術與人文領域。

2004/08	九年一貫課程國中、小全面實施。
2006/03	修正國民中小學九年一貫課程綱要-語文學習領域-英語(小學五年級)。
2005	1.教育部修正號令修正社會學習領域七至九年級基本內容。 2.「兩性教育」議題修改為「性別平等教育」議題。 3.修正七至九年級社會領域課程基本內容。
2006	1.修正國民中小學九年一貫課程綱要語文領域(英語)(小學三年級)。 2.修正國民中小學九年一貫課程綱要語文領域(英語)(小學五年級)。
2008/05	修正總綱、閩南語以外之各學習領域、重大議題。
2009/07	修正國民中小學九年一貫課程綱要語文學習領域(閩南語)。
2011/04	修正國民中小學九年一貫課程綱要語文領域-國語文及重大議題。
2012/05	修正發布「國民中小學九年一貫課程綱要」(重大議題性別平等教育、環境教育、資訊教育、人權教育、生涯發展教育、海洋教育)。

資料來源：1. (秦夢群、賴文堅，2006：27-29) 2.作者整理

表 2-1-2 新舊課程比較表

內容	新課程	舊課程
修訂期程	1997-1999	1989-1993
法令依據	國民中小學九年一貫課程綱要	國民中小學課程標準
課程設計	國中小課程綱要一貫設計	國中小分開訂定課程標準
權責單位	國民中小學課程修訂審議委員會	國民中小學課程標準修訂委員會
課程精神	能力本位	知識學科本位
教科書	多元化教材： 1.審訂本教材 2.學校自編教材	國中：藝能科審定本 一般學科部編本。 國小：審定本
學校自主	1.組織「課程發展委員會」。 2.可發展學校本位課程。	無
學科分類	七大學習領域：語文、社會、數學、健康與體育、自然與生活科技、綜合活動、藝術與人文。	國中17科 國小11科
課程規範	訂定課綱，依照課程目標、學習領域及學生之基本能力為規範標準。	從大綱到細目，從目標、方法、評量均在規定中。
能力指標	十大能力指標	無
融入新興議題	六大議題：資訊、環境、兩性、家政、人權及生涯發展教育。	無

資料來源：(秦夢群、賴文堅，2006：27-29)

由上述教改歷程來看，教科書從編輯、印刷、審查等工作，完全由教育部國立編譯館執行，直至 1988 年政府解除戒嚴令，人民始有組黨、集會結社、遊行、言論與出版的自由，教育自由化的步伐漸漸邁開。2000 年所公佈之「國民中小學教科圖書審定辦法」，是民編教科書出版史之里程碑，我國教科書進入全面民營化。此改變讓教科書編印的內容和選用上，能有更活潑生動化的走向，並開啟國小教科書出版事業的發展與市場的競爭。

台灣在解嚴以前，教育長久以來受到升學主義及文憑主義所影響，在提倡民主的風氣下，社會各界紛紛提出教改訴求。1994 年 4 月 10 日台灣有一場「410 教改大遊行」，該遊行訴求落實小班小校、廣設高中大學、推動教育現代化、制定教育基本法等，對台灣教育政策走向有相當的影響(羅德水，2014)。除此之外，較重要的訴求還包括增加鄉土語言教學、英語教學向下延伸、頒布教育基準法、廢除聯考制度、開放私人興辦中小學、開放師資培育、高中與大學實施多元入學、開放教師組織工會、開放民間教科書編輯及擴大家長參與權等。在教師心理方面，(伍秀娟，2011) 研究指出，自教改實施以來在教科書之使用，教師獲得較大自主權，其範圍包含評選教科書內容、補充資源與教學支援各方面，教師擁有合理的主導權。

在英語課程方面，九年一貫的國小英語課程是以培養學生的學習興趣和基本溝通能力為主，課程強調營造輕鬆、自然的語言學習環境，以學生生活經驗為中心，上課宜採活潑、互動的教學模式；教材內容及活動設計需實用化、生活化、趣味化，其體裁宜多樣化(教育部，2008)。以課程綱要代替課程標準，提供民間教科書編輯及學校課程實施時較大自主性，以具體實踐課程鬆綁之教改主張，諸多政策給予教科書業者編輯教材時有較大的發揮空間。

美國教育先進(約翰 杜威 John Dewey, 1859-1952)所倡導經驗主義、行為主義之教育概念為教育無目的、教育即生長，課程的安排和設計都應

以學生為主體考量，九年一貫課程綱要中闡述之人本主義精神即符合杜威的教育思維。另外杜威亦提及傳統的教育模式是以老師為主導，而不是以學生為中心，教師是知識和技能的傳輸者，學生是溫順且被動的接受者，因此教師須培養學生「帶著走的能力，而不是背不動的書包」，亦是教育改革所傳達的新概念。

肆、教科書開放民間編審歷程

教育是百年大計，是國家進步與發展的重要工作，國中小教育是受教國民的基礎階段，深深影響日後個人成就、社會進步以至國家的興衰。教材是提供學生學習知識的主要來源之一，是學校課程的主要內容，幾乎是教師教學活動的主要「依靠」。(楊雅芬，2004) 研究發現，學生英語能學得好的原因是多項因素影響的結果，在覺得英語學得很好的原因當中，佔最大比例的原因是學生覺得教材很有趣。(高新建，1991) 研究指出，有百分之九十以上的國小教師按照教科書教學，足見在教學活動中教科書的重要性，擁有無法被取代的地位。教科書對啟蒙階段的國小學童而言，扮演了價值觀及知識傳遞的角色，建立學童們對知識、文化、信念以及道德觀的標準，教科書在學生受教過程當中扮演舉足輕重的角色。

教科書由統編制走向審定制之過程，教科書所展現的特質，是屬於「文化」的產品，更是「經濟」的產品，教科書對學習者的影響力極為深遠。(曾大千，2011：53-84) 認為，對於課務繁重之中小學教師而言，一本符合國家課程規範的教科書，不但是教學上最重要而便利的工具，實質上甚至足以取代國定課程。由於師生在教學過程當中普遍依賴教科書，致使教科書影響深遠，優良的教科書甚至等同國家經典文獻。國小教科書自 1991 年開放藝能科由民間編審，如國小之音樂、體育、美勞等科目，相較於一般學科較無利潤，當時投入編輯的業者有限。其中僅康和出版社（康軒文教機構之前身）參與編輯與送審，當時以編輯參考書與自修起家的翰林與

南一出版社，或許覺得藝能科目沒有升學科目來得重要，或無利潤可言，未能順此情勢及早投入教科書市場。當 1993 年政府將學科，如國語、數學、社會、自然全面開放編輯，及 2001 年的英語科納入九年一貫課程時，康軒文教早以其企業競爭優勢拿下競爭寶座，佔有教科書市場的多數。康軒能洞察先機，了解教科書市場的脈絡與未來，已經為企業的發展扎下穩固的基礎，茲將教科書開放演進歷程表述如下：

表 2-1-3 教科書發展重要記事歷程表

年 / 月	重 要 記 事
1987	政府宣布解除戒嚴。
1988	第六次全國教育會議，建議中小學教科書逐年開放為審定制。
1989	教育部開放國中藝能科及活動科目教科書為審定本。
1991	教育部開放國小藝能科及活動科目教科書為審定本。
1993	教育部修正公佈「國民小學課程標準」，規定一般學科教科書仍由國立編譯館編輯，藝能科及活動科目教科書由民間編輯。
1994/04	立法院通過決議：「教育部應於兩年內全面開放審定本教科書，並向本院提出報告，審定標準由教育部訂之」。
1994/10	教育部修正公佈「國民中學課程標準」，自 86 學年起逐年實施，一般學科教科書由國立編譯館編輯，藝能科及活動科目教科書由民間編輯。
1994/11	教育部成立「研議擴大開放國民小學教科書審定本事宜專案小組」。
1995	教育部宣布：「國民小學教科書配合新課程標準，自 85 學年起全面逐年開放為審定本，為確保品質無疑，供應無缺、價格平準，國立編譯館繼續編輯國語、社會、自然、道德與健康等五科教科書，與民間版本一併送審發行，同時，為達到編審分立，教育部將國小教科書之審查行政作業委託台灣省國民學校教師研習會辦理。」
1996/01	立法院教育、預算委員會審查 86 年度中央政府總預算，部份委員主張：「中小學教科書應全面開放審定，國立編譯館應退出教科書編輯。」
1996/12	行政院教育改革審定委員會正式提出「課程改革總諮議報告書」，建議教科書之編輯業務應由統編制改為審定制，並革新中小學課程、教材與教學。
1996/12	教育部宣布將成立中小學課程教材研究發展委員會，有系統推動中小學課規畫，國民中小學課程將採九年一貫之精神規畫。
1996/12	教育部原則決定，高中教科書配合新課程之實施，自 88 學年度起全面逐年開放文審定本，國中一般學科教科書，因聯考制度未改變，為免開放多元版本後，增加學生課業負擔，因此暫不開放，而且新課程正積極研議中，有關國中小教科書開放期程，宜配合新課程之實施進度辦理。

1997/04	教育部於立法院預算審查中宣示：「國中小課程綱要應於 1998 年 9 月公佈，1999 年 5 月開始接受國民編教科書送審，不得再延後開放國中教科書」。
1997/04	教育部成立「國民中小學課程發展專案小組」，召開第一次會議，並成立兩個工作小組：「國民中小學課程發展共同原則小組」和「國民中小學課程綱要小組」。
1997/06	教育部「國民中小學課程發展專案小組」通過預定工作表： (1)1998 年 9 月公佈「國民中小學九年一貫課程總綱綱要」。 (2)1999 年 9 月公佈各領域課程教材綱要，公佈教科書審定相關規定政府開始辦理新課程研習，民間開始編輯教科書。 (3)1999 年 9 月政府開始受理審查民間版本教科書。 (4)2001 年 9 月，九年一貫課程開始實施。
1998	教育部如期公佈「國民中小學九年一貫課程總綱綱要」。
2000/03	教育部公佈「國民中小學九年一貫課程(第一階段)暫行綱要」。
2000/04	教育部函示委託國立編譯館負責辦理國民中小學九年一貫教科書審定事宜。
2000/06	教育部頒布「國民小學及國民中學教科圖書審定辦法」。
2000/09	教育部公佈國民中小學九年一貫課程(第二階段以後)暫行綱要。
2000/10	國立編譯館受理國民中小學九年一貫課程一年級，英語五六年級教科書審查。
2000/12	1.教育部宣布 91 學年度國民中小學九年一貫課程從二、四、七年級同步實施。 2.訂定發布「教科書審定辦法」全文 15 條；並自八十九年九月一日起施行。
2001/09	九年一貫課程從國小一年級，英語課程從五、六年級正式實施。
2002/02	九年一貫課程從二、四、七年級同步實施。
2004/04	發布「教科書審定辦法」全文 19 條；辦法除另定施行日期外，自發布日施行。
2008/12	修正「教科書審定辦法」發布全文 26 條；並自發布日施行。
2009/02	修正「教科書審定辦法」發布第 16、26 條條文；且第 16 條第 1 項第 2、3 款規定自九十八年十月一日施行。
2012	修正「教科書審定辦法」發布全文 26 條；並自發布日施行。
2012/07	1.修正「職業學校教科用書審定辦法」。 2.附修正「職業學校教科用書審定辦法」。
2013/09	修正「《教科書研究》編輯委員會設置要點」，並修正名稱為「《教科書研究》編輯會設置要點」，自即日生效。
2013/10	預告「高級中等學校教科用書審定辦法」草案。

資料來源：1. (黃志生, 2003:19-20) 2. 網路資料：國民教育社群網

http://teach.eje.edu.tw/9CC2/9cc_97.php

翰林、南一等出版商，在台灣國高、中參考書與自修有較長時間與較大的市場，其公司資源、經營策略、人員能力運用與市場經驗均遠超過康軒，在國小教科書編審的準備、規劃與執行上，本來其業績遙遙領先的局面，最後均落後康軒之行銷策畫，失去先佔市場的契機。因此業者需瞭解政府現行與未來的政策導向、積極的研究市場脈絡、洞察先機與開發利潤，均是業界競爭的致勝關鍵。即如 Hill C.& Jones. G. (1998) 在《策略管理》中談到，經營策略基本目標是達成企業競爭優勢，欲達成此目的，需在資源與潛能上建立策略，使策略再建立額外資源與潛能，藉此提升企業長期競爭力。因此業者將本身之資產、能力、特質、資訊及知識做整合，策略執行時必能發揮其效能，其功能是互相支援而且關係密切的（黃營杉譯，1999）。

國小教科書市場開放民間編輯，自 1991 年開放藝能科迄今已有二十四年的時間。出版商從百家爭鳴至現今剩十幾家的態勢來看，文教事業產品與一般商品無異，其競爭極為激烈，許多業者在競爭中被淘汰出局，無法在業界生存。（楊必立、陳定國、黃俊英、劉水深、何雍慶，1999）的《行銷學》說明沒有創新就沒有新產品，沒有新產品來承接舊產品在市場上的地位，當舊產品走到衰退期，公司就跟著死亡，員工跟著失業。因此教科書業者須不斷推陳出新，在教材的內容編輯、紙質、字體、美工設計等均不斷的創新，其服務品質、相關教具配合、周邊教材設計等皆為競爭項目，有堅強的競爭實力方能提高市佔率，提升企業利潤。

第二節 英語教科書相關理論

壹、教科書的重要性

（曾火城，1996）認為教材可分狹義和廣義兩種，前者是專門為學校教

學出版的課本，大多依學科、學期和學年等類別作為編輯的基礎；後者包括課本形式以外的其他教學材料，如教師手冊、學生習作、參考書籍等。本研究所謂之英語教材，在學生方面包含學生課本、習作、學生用教學光碟、電子書及補充講義等；在教師方面包含教師手冊、教師用書、教學光碟、題庫光碟（內含教師及學生使用之學習單、圖庫、練習卷等）、電子書、句型條、發音卡、單字單字卡、掛圖、節慶包各式各樣的輔助教具等。

（康軒，2015）今年四月版所發行《康軒樂學報》敘述教材的編寫設計，除了考量教師教學的流程外，亦須考量學生能循著課本頁面，回想教師所教過的重點，須對學習歷程有「知覺」，才能發展出自我學習的策略和能力。（鄭石岩，2000）在《發揮創意教孩子》書中說明，在兒童教育方面，必須重視主動學習態度的養成，學習如何學習的能力，熟悉科學思考方法，讓孩子在未來的人生階段，都有能力不斷學習新知能和謀生的本領。

在 EFL（English as a Foreign Language）的環境當中，英語教科書內容集合了專家學者的想法，不但是知識及技巧的來源，同時也是引起學習動機的重要工具。（楊雅苓，2004）研究中表示，教師進行教學時，多以教科書為主要傳授內容，課本是學生接受知識的主要來源，所以課本的內容扮演國小學童接受訊息及觀念的重要角色。在國內有 90 % 以上老師的教學步驟及內容均以教科書為依據。因此教科書在教育領域是極重要的材料，扮演舉足輕重的地位。（林秀姿，2015）上海外國語大學外語戰略研究中心副主任沈騎前指出：「外語不是教育，而是國家戰略」，看到多數學者仍把英語教育看成學術來論述而難以置信，因為大陸早把外語能力當成國家的「基礎建設」了。該篇報導亦指出，台灣有三成大學生的英語程度仍停留在國中階段，當英語能力不足，又欠缺國家戰略語言的培育，台灣未來面對競爭便只剩恐懼了。國民英語教育，在經濟方面除關係國家競爭力，甚至影響國家的定位與安全，是一種新思維，國人不得不慎。

英語教材和英語教育的推動息息相關，國小英語教材的良窳，關係學童學習英語的興趣。(張乃文，2011)認為，教科書是教師與學生學習的主要有利素材，隨者科技蓬勃發展，未來教科書的樣貌與形式，或許會因為多媒體器材和電子科技等資訊融入教學而有所改變，但教科書價格低廉、取得容易及使用方便的特性，讓教科書在課程與教學的地位難以被取代。研究者亦認為，國小教科書數位化之發展仍處於萌芽階段，其功能也僅止於輔助教師教學之用，目前教科書商販售國小電子教科書亦屬於學童個人意願購買，因此全面實施教科書數位化可能性不大，紙本教科書仍是主流。

(都中秋，2003)認為教科書是教師「教」，與學生「學」需使用的重要工具，更是政府藉以達成教育目標的途徑，因此沒有教科書就沒有學校。

貳、理想的教科書要素

教師選用教科書的標準均按照「國民教育法」第八條之二「教科圖書之編審與選用」規定，國民中小學之教科圖書，由各校校務會議所訂定之「教科書評選辦法」所列項目，由各領域教師評選；教育部也在「九年一貫課程暫行綱要」中規定：「中小學教科用書依據課程的綱要規定編輯，並經由審查機關審定通過後由學校選用」，教師按各校訂定的「教科書評選用表」給予評分之後並排列順位，評選結果由學校教務處設備組彙整、上傳教育局網站公告後，始完成教科書評選工作。

對於教師評選教科書，在師資培育的過程中沒有教科書選用相關的課程或訓練，教師缺乏評選教科書的知識與養成教育。然而教師選用教科書之行為模式、態度與原則攸關教學與學童學習的成效(伍秀娟，2011)。此外教師選書的涉入程度，視為對選書的關心與重視程度，亦表示教師在選書過程中對教科書相關訊息所投入之時間與心力的多寡(李芝蘭，2008)。因此教師在評選書時，只要教科書的硬體包含排版、紙質、裝訂品質、字體大小、教具、編輯內容、配套資源等，以及軟體包含服務品質、態度以

及合作經驗等，往往是選書的關鍵因素。

理想的教科書產生是需要多方面的配合，尤其是教科書內容的編輯、教材編寫的選擇，都關係著教科書品質與教學成效。(陳宜敬，2003、黃政傑，1996)將教科書的評鑑規準分為四大屬性：物理屬性包含美感、成分、品質、媒體形式、耐用性、安全性等；內容屬性包含教學目標、內容取向、性別角色、多元文化、時效性等；教學屬性包含教材可理解性、個別化、可讀性、學習動機、教學成效、教學時間分配；出版特性包含發行費用、發行日期、編輯人員背景、出版業者背景等。由以上論述，將理想的教科書要素分述如下(陳宜敬，2003；楊雅芬，2004；張仕東，1995)：

一、內容屬性

- (一)、避免錯誤的觀念、知識與概念，選取內容應客觀、多元化。
- (二)、需反映最新知識的發展及多元的觀點，非單一獨斷的論見。
- (三)、需有趣味性，兼具本土、時代性與國際觀。
- (四)、教材難易適中，符合學生程度、認知、情意、技能比例均衡。
- (五)、選材公正客觀，沒有個人主觀偏好。
- (六)、主題多元廣泛、文化議題、探討真實，沒有刻板印象。
- (七)、符合學生需要，配合學生認知發展、音節、音樂和諧便於朗讀及唱和、結構緊密、前後連貫、符合邏輯。
- (八)、篇幅長度、難易適中，教學目標明確，選材生活化、具實用性。
- (九)、寫作方式應生動活潑，避免單調乏味、無種族性別偏見。
- (十)、符合學生程度、用字正確、深入淺出、敘述簡潔、文意暢通。
- (十一)、內容前後連貫，後面的單元會應用到先前習得的單字和句型，字彙、片語、句型之介紹有重複性，且循序漸進，由易漸難以螺旋向上之教學模式進行。
- (十二)、將歌謠、對話、韻文、書信、故事或短劇等融入教材。
- (十三)、單字量與句型難易度均符合課程綱要語文領域英語科範圍。

二、教學屬性

- (一)、教材編制以溝通教學法為「溝通式教學法」(Communicative Language Teaching)，強調溝通式活動，活動單元需活潑、多元化，培養學生基本溝通能力。
- (二)、符合學生心理發展順序，內容具連貫性，課程與活動設計以聽說為主，讀寫為輔，高年級則加深讀寫能力。
- (三)、整體內容架構由簡而繁，淺而深，符合邏輯，學生容易學習。
- (四)、課本與習作與課程標準、單元學習目標一致、條理分明、教學時數、週數、節數配置妥善，教師手冊說明充分，便於教師備課、節省備課時間。
- (五)、課程可與其他學習領域統整教學，增進學習的意義與學習效率。

三、物理屬性

- (一)、版面係指教科書的外觀、封面設計、插圖風格、紙質、尺寸等。
- (二)、用紙不易反光、不透明、方便書寫、不易破損、磅數不過重等。
- (三)、裝訂牢固、安全耐用、印刷清晰自然，不影響學童視力。
- (四)、圖片數量適中、大小適當、畫風統一、圖文編排與內容相關。
- (五)、課本習作外觀吸引學童，攜帶方便。

四、出版特性

- (一)、出版商的背景。
- (二)、能提供完善教學資源，包含有聲及平面教材，例如教師專用課本、教師手冊、補充教材、練習卷、測驗卷、電子書、教學光碟、單字單字卡、句型條、發音卡、掛圖、題庫、網路測驗或電話諮詢服務等。
- (三)、書價合理、通過審定、出版期效有限、售後服務良好。
- (四)、提供編輯群專業背景資料、教師研習服務。

(五)、教材行銷據點暢通，取得容易。

綜合以上論述，理想的教科書要素，無論在編輯內容、文字敘述、編排格式、版面配置、插畫、紙質、大小、重量、配套資源與服務等各方面都必須兼顧。這些要素主要在內容方面須生活化、編排實用化及趣味化、能引起學童學習興趣、瞭解學習的意義、提升學童聽、說、讀、寫之能力、能與國中課程銜接，皆是教師在選擇教科書時之規準。(伍秀娟，2011)針對英語教師，依據不同之背景如性別、年齡、學歷、教學年資與服務地點研究指出，選擇教科書考量最重要因素仍為「教科書內容」。(張春興，2000)所著《教育心理學》書中認為學習的材料須配合學生既有的認知結構，學習才會有意義，有意義的學習才是真正的學習。目前我國教科書的審定機關仍屬於國立編譯館為主要機構，「審定本教科書」乃指通過國立編譯館審定之教科書，其品質關係學童學習成效，教師及學校應審慎選擇教科書，因此建立完善的教科書評選制度、規準及流程，是各校責無旁貸之使命。

叁、教科書開放衍生的問題

(梅文慧，2011：176-93)根據教科書開放實施現況，加上自身在教育現場實務經驗認為，目前的困境包含升學制度受影響、教師欠缺教科書評選的專業能力、書價上揚、少子化的衝擊、未落實教科書評鑑制度、教科書行銷爭議與市場壟斷等問題，值得被檢討與重視。身為國小英語教師的一員，自2002年九年一貫英語科教學之實施、教科書全面開放編輯導致教科書商品化的過程至今，研究者經歷選書的過程至2015年已有十三個年頭，對於教科書開放帶來的民主、多元與國際化的編輯內容深感贊同，但教科書市場競爭激烈的同時，業者在企業行銷經營的過程當中衍生教科書的問題如下：

一、教科書商品化

教育部自1989年起改由民間編輯以來，教科書自由化成為一個新興市

場，依據行銷（Marketing）這個英文自最早是起源於美國農產品的分配通路（Marketing of Farm Products）。（陳定國，1999）從此行銷學的概念中，「行銷」一字由農產品擴展到工業用品、消費品、服務品、教育品、娛樂品、觀念政策品、宗教道德品、社會責任品、國家安全、世界和平品、地球保護品，甚至宇宙探險品等。（都中秋，2003）研究行銷之定義而言，基本上市場應包含三個主要條件：購買力、需要與購買意願等。市場是一群人的集合，他們對某一產品因需要而存在，並且有能力和意願去購買該產品。從市場成員來看，教科書市場是產品範圍內之項目，消費者、競爭廠商與通路業者，皆為教科書市場之成員。

（張乃文，2011）認為教科書在大量的生產過程中，教科書已發展成一種教育工業，屬於文化商品。因為教科書商品化之後，教育權力結構產生變化，雖然稱教科書為商品並不恰當，但它的確為自由市場消費行為的產品。然而教科書又與一般商品不同，因為實際上的消費者，亦即學童與家長們均無法決定購買的版本，而是由老師代為選擇，因此教科書業者與教師之間成了生產者與消費者的關係。教科書商除了編輯教科書之外，亦須兼顧教師的喜好、來往情誼與市場利潤，基於顧客至上加上同業競爭的商業現象，使得教科書業者對教師的服務可謂面面俱到，而降低了教學的品質，有學者憂心商品化的教科書會改變教師的教學型態。

二、教科書趨同

教科書的編輯須符合國家所頒布的《國民中小學九年一貫課程綱要》，在國民中小學英語科教材內容應涵蓋主題、溝通功能、體裁、語言成分、字母、單字、文法、發音、句型結構等項目（教育部，2008），因此教科書各版本在編輯內容上須遵守規定，始能確保內容符合課程綱要之規範，內容與編排形式方面會有相當程度的一致性。

（伍秀娟，2011）認為台灣的教科書市場規模很小，教科書業者競爭激

烈，版本推陳出新，業者會互相模仿或改良銷售量較好的版本，教科書內容趨同的趨勢愈來愈嚴重，有的教師認為選擇任何版本都一樣，因為教科書都大同小異。除了內容與形式趨同之外，由於市場激烈的競爭，業者的服務亦會互相比較與模仿，教科書業者的配套資源與服務型態日趨雷同，因此對許多教師視教科書的使用視為唯一權威，及依賴程度高的狀態下，增加了教師選用教科書的困難度（張乃文，2011）。

三、教科書選用問題

本章節討論理想教科書的要素包含內容、教學、物理及出版等屬性，選書的教師對理想教科書應有基本的認知。各校選書時所用之教科書評選表中，註明教師評選時應注意的項目內容，每年四、五月期間，教科書評選是學校每年重要工作之一，亦是書商摩拳擦掌，赴各學校介紹推廣教科書活動最頻繁的時間，業務員均兢兢業業，在學校穿梭拜訪，以最優質的服務態度向教師推銷教科書，影響教師選書的態度。（陳佩芬，2013：1-35）認為出版商所展現的情感因素、可信度與教師間的關係會影響教師選書的意願，此外教科書商品化及市場競爭的影響之下，教科書的特質也有所改變。研究者綜合整理教科書選用相關問題如下（陳宜敬，2003、張乃文，2011）：

- （一）、教科書趨同，影響教師選書的判斷能力。
- （二）、選書的現場經常是非理性的，大部份教師以教科書的物理屬性及服務品質作為選書的依據，是不專業的選用態度。
- （三）、書商提供完善的教學配套資源與服務，這些豐富的產品與服務，造成原本就依賴教科書的教師降低了本職學能、專業能力退化。
- （四）、隨著科技的日益進步，除了紙本教科書之外，書商積極開發多媒體教具與教材，不論是命題光碟、電子教科書、線上能力檢測等服務，使部份教師逐漸疏於設計教材與學習單。

(五)、多媒體教材電子教科書的產生，是書商吸引教師選書的原因之一，因具有操作簡便、多元化功能的特性，會造成教師過度依賴導致欠缺設計教學活動的能力。

自國小英語課程實施，教科書開放民間編輯以來，教科書品質在軟體和硬體方面均有明顯的進步，教師選書權力自由化，強化了老師的自主權，立意良善，然而許多實際上的問題一一浮現。(黃柏勳，2008：254－271) 研究認為教科書品質良莠不齊，書價高漲，不同版本導致銜接問題引發批評聲浪，甚至有要求恢復部編版的聲音出現，這些議題值得被檢視與討論，研究者就教科書開放編輯之優缺點表述如下：

表 2-2-1 教科書開放審定之優缺點比較表

屬性	優點	缺點
內容	1.政治思想較民主、自由化。 2.內容充實、多元、活潑、實用、符合初學者的需求。 3.符合課程綱要所規範單字與主要句型之範圍。	1.一元化的政治思想或意識型態 2.由少數編輯人員負責，易造成內容偏頗或編排型態雷同。 3.版本不一且一綱數本，造成版本銜接困難問題。
物理	紙質、尺寸、磅數、重量、裝訂等均符合審定標準。	為增加趣味性，教科書所設計補充附件如單字卡、字母卡、收納袋等使用率低易造成資源浪費。
教學	1.符合學生程度、易學，能培養學生基本聽、說、讀、寫能力，內容活潑有趣。 2.配套教學資源豐富，教師使用教材極為方便。	教師會過度依賴業者所提供之教學資源而忽略本身教學活動設計能力之培養。
出版	1.教科書與配套資源教材行銷通路多，取得容易。 2.服務行銷作為積極，給予教師充分的教學資源與協助。	1.坊間兒童英語補習班使用之教科書編輯模式內容與學校所用雷同，造成學習重覆性高。 2.教師依賴業務員的服務心理，降低教師效能，或造成教師專業技能不足。

資料來源：1. (楊雅芬，2004)

2.作者整理

第三節 行銷組合策略相關理論

壹、行銷學的源起

行銷學著名的四 P 理論即包含產品 (Product)、價格 (Price)、促銷 (Promotion)、通路 (Place) 等四個要素，最早由美國密西根大學傑羅姆麥卡錫 (E. Jerome McCarthy) 於 1960 年提出，它的偉大之處是將行銷理論精簡化、便於記憶的方式傳播給社會大眾。提到「行銷」，即想到行銷大師飛利浦 科特勒 (Philip Kotler)，是現代行銷理論集大成者。Kotler 於 1931 年出生於美國，見證了美國四十年的經濟興衰起伏的歷史，從而成就了完整的行銷理論，培養一代又一代美國大型的企業，堪稱為「現代行銷學之父」。Kotler 認為行銷是透過交換過程，滿足人類需要與慾望的活動，交換是指當事人雙方有形或無形標的物 (商品或勞務) 轉換的過程，亦即當事人之一方移轉有形或無形標的物給另一方時，對方也要移轉等值之標的物 (駱少康譯，2013)。1960 年 McCarthy 將行銷活動以四大元素—產品、價格、促銷、通路涵蓋之，即知名的行銷組合 (Marketing Mix) 使行銷機能理論更趨完整 (丁學勤、林素吟，2001：182-191)；1963 年 Schwartz 整合各家學者的探討方式，出版「行銷學理論的發展」The Development of Marketing Theory 一書，書中說明了諸多學者對行銷理論發展的貢獻。Kotler 的著作頗多，其《行銷管理》Marketing Management Application, Planning, Implementation and Control 一書不斷被再版發行，是世界行銷範圍使用最為廣泛之教科書，是現代行銷學的奠基之作。

貳、行銷學的理论

任何企業的經營沒有四 P 行銷策略都可能會失敗，簡單而言，行銷就是「推銷」或「做生意」，再好的產品若是沒有適當的行銷策略來拓展財源，業者必然是遭受倒閉或被淘汰的命運 (黃俊英，1999)。任何企業若不重視行銷管理，就是埋下將來失敗的原因，反之任何企業首重行銷管理，

就已經穩操勝券，因此行銷是影響經營成敗的重要因素。行銷理論是被廣泛運用的概念，有關行銷的思想、觀念、策略與技巧等實際問題的探討，以及理念的概念化，已經是世界各國大學研究討論的主要課程，行銷學相關著作可謂汗牛充棟、內容繁複並融入創意的概念，1970年後隨著時代的發展，電子化、科技化與創意化概念的導入，近年來學界又有 4C 及、7P、8P、12P、4I、4R 等諸多的行銷理論，經研究者蒐集整理如下：

表 2-3-1 行銷策略理論表

理 論	內 容
4P	<ol style="list-style-type: none"> 1.產品 (Product)：產品種類、品質、設計、功能、包裝、大小、保固、收益等。 2.通路 (Place)：產品傳到消費者的方式或是管道。 3.促銷 (Promotion)：廣告、促銷、公共報導、與人員銷售。 4.價格 (Price)：消費者交換產品時須放棄的總成本。
7P (4P+3P)	<ol style="list-style-type: none"> 1.員工 (People)：企業中提供服務給顧客的人員。 2.實體環境 (Physical Evidence)：公司組織實體的形象，實體呈現裝備物、有形事物證物、使用標誌等。 3.程序 (Process)：程序、自動化程度、員工判斷程度對消費者的引導與服務流程。
8P (4P+4P)	<ol style="list-style-type: none"> 1.人員銷售 (Personal Sales)：企業的服務人員扮演著溝通、傳遞與服務的角色，影響企業的形象與消費者滿意度。 2.公共事務/公關 (Public Relations)：代表企業的形象。 3.現場環境管理 (Physical Environment Management)：包含產品與服務本身的展示，以及周邊能呈現或想像的證據，能強化產品在消費者心目中的定位。 4.流程管理 (Process Management)：消費者獲得服務前、中、後所需經過的程序，企業應縝密設計服務流程以獲得消費者之滿意度。
12P (8P+4P)	<ol style="list-style-type: none"> 1.人員 (People)：服務行銷日益受到重視。 2.包裝 (Packing)：包裝消費行銷成為風尚之一。 3.公共關係 (Public Relations)：Kotler 於行銷略計劃中提出。 4.研究 (Probing)：行銷之基礎工具。
4I	<ol style="list-style-type: none"> 1.趣味性 (Interesting)：行銷資訊、廣告如能包含娛樂化與趣味性，能吸引消費者的注意。 2.利益 (Interests)：行銷中之實質獲利除營收之外，亦能提供消費者包含資訊、服務、心理滿足、榮譽、實際物資、金錢等利益。

	<p>3.互動 (Interaction)：充分利用網路與媒體與消費者交流，藉用網路的便捷與低成本的行銷，迅速擄獲消費者的心。</p> <p>4.個性 (Individuality)：個性化行銷會讓消費者產生焦點關注的滿足感，因為他能投消費者所好，容易引發互動與購買行動。</p>
4R	<p>1.關係 (Relationship)：建立與發展與消費者之間長期之關係是企業經營的核心理念。</p> <p>2.節省 (Retrenchment)：為追求回報，企業必然實施低成本戰略，充分的考慮消費者願意付出的成本，實現成本的最小化，並在此基礎上獲得更多市場份額。</p> <p>3.關聯 (Relevancy)：積極適應消費者需求、主動創造需求，將企業與消費者連繫在一起，形成競爭優勢。</p> <p>4.報酬 (Rewards)：企業為消費者提供價值與追求回報是相輔相成，互相促進，是一種雙贏的效果。</p> <p>該 4R 新主張，側重於用更有效的方式，在企業和消費者之間建立有別於傳統的新型關係。</p>
4C	<p>1.顧客 (Customer)：以消費者需求為導向進行行銷活動規劃與設計。</p> <p>2.成本 (Cost)：從價格到綜合權衡顧客購買所願意支付的成本。</p> <p>3.溝通 (Communication)：從促銷單向資訊傳遞到與消費者間雙向之交流與溝通。</p> <p>4.便利 (Convenience)：從通路的產品流動到現實顧客購買的便利性。</p>
SWOT 分析	<p>1.優勢 (Strength)：企業的實力與競爭者優勢的比較與分析。</p> <p>2.劣勢 (Weakness)：企業的實力與競爭者劣勢的比較與分析。</p> <p>3.機會 (Opportunity)：企業組織內部與外部機會分析。</p> <p>4.威脅 (Threat)：企業組織內部及外部威脅分析。</p>

資料來源：摘自網路行銷理論

2.作者整理

<http://info.0800000601.com/qygl/555.shtml>

<http://33973014.blogspot.tw/2008/12/swot.html>

http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A080.htm

成功的企業除了掌握財務、科技、全球化能力之外，更重要的是行銷力（宋東，2006）。（楊必立、陳定國、黃俊英、劉水深、何雍慶，1999）在《行銷學》一書中註明，所謂廣義的「行銷」乃是指用調查、分析、預測、產品發展、定價、推廣、交易、實體配銷、顧客服務之技術，來擴大、發掘社會各階層人士對商品或勞務需求的一系列活動。因此，行銷的功能必須包含特定的活動才能完成，亦即行銷策略組合，指產品策略（Product

Strategy)、價格策略 (Price Strategy)、促銷策略 (Promotion Strategy) 以及通路策略 (Place Strategy) 等，統稱為四 P 行銷組合策略，是現代行銷威力之所在。因國小教材屬文化商品，因產品品項有限，其價格之訂定亦須遵循政府既定政策，並有固定消費族群，所有商品之推銷無需藉由大量人員推銷、廣告或媒體報導，教材通路模式亦較單純，故本研究涵蓋教科書行銷理論僅針對最基本之四 P 行銷策略做討論，其行銷策略元素組合圖如下，並將各策略分項定義敘述如後：



圖 2-3-1 四 P 行銷組合策略圖

叁、行銷組合策略的定義

一、產品策略

「產品」一詞狹義的說，是指商品的物理性或服務的功能性，銷售人員必須考慮到顧客對產品的滿意度，讓消費者得到滿意的結果。廣義的說，產品的定義超越了物理性或功能性的範疇，是一種完全的產品觀念包含制定決策、產品定位、品牌名稱、標籤設計、包裝設計、商標、品質保證、產品生命週期、顧客服務、新產品研發及增加產品的附加價值與消費者服務的活動等。(張乃文，2011)認為，產品競爭是企業經營策略之一，在產品和價格與競爭者相差不遠之下，延伸產品一服務就成為業者可以採行的另一項競爭利器。該論述與目前教科書業者激烈競爭，在市場產品與價格趨同的情況下，業者的服務項目與態度成為教師選書之考量因素之一。

二、價格策略

價格是指產品或服務的交換價值，價格策略在業者行銷策略中扮演重要角色，由於價格會受到外在環境的影響而改變，例如國家政策、法律制度、競爭壓力、金融市場波動、自然環境改變等因素而做彈性的調整，定價對業者是有挑戰性的。(黃俊英，1999)在《行銷學》一書認為產品的價值是指提供給顧客的產品性能、社會地位、品質、服務、交貨時所產生的認知價值，以及進一步提供給顧客最終需求的滿足感。價格在行銷組合中有策略性與競爭性的角色，亦可當作吸引中間商的策略，價格可以改善財務績效，給顧客一種訊號，是產品價值的影子。此外定價策略考慮定價目標、成本、需求與競爭等因素。康軒在國小英語教科書行銷連續數年銷售量獨占鰲頭，有教師憂心會形成獨佔的局面，形成另一種統編本。從行銷學的角度來看，寡佔市場的產業裡，領導業者的行為是其他業者跟隨的準繩，若行銷環境發生變化，領導廠商漲價，其餘廠商也會跟著漲價。因此企業在訂定價格時，應精算產品的成本，比較競爭廠商類似產品項目的價格，考量消費者對不同產品項目的評價。

三、促銷策略

促銷的定義是指業者為了促進消費者購買商品，以顧客為導向、以商品為中心而進行的宣傳活動。商品經過業者一系列從設計、研發、生產、製造、定價、銷售之過程，到最後一項重要工作即是透過促銷推廣活動，讓消費者知道產品的存在，進一步了解其優點、特性，激起消費者購買的行為。(楊必立，1999)認為企業只重視生產而不重視推銷，產品品質雖佳，但無人知曉，乏人問津，等於美麗的蘭花獨自開於深山幽谷中無人欣賞，變成「空谷幽蘭」無人問的景象。企業為促銷推廣之銷售策略大致可分為以下五大類：廣告、公共關係、直接促銷、人員推銷、銷售促進等，這五大類的促銷方式被當今企業視市場狀況靈活分配運用，才能符合實際需求，是促銷的成敗關鍵，促銷架構圖及促銷工具表經作者整理如下：

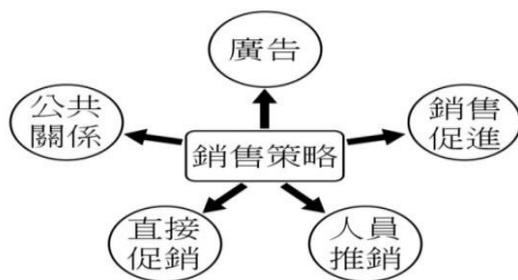


圖 2-3-2 促銷架構圖 資料來源：作者整理

表 2-3-2 促銷策略工具表

廣告	銷售促進	公共關係	人員推銷	直接促銷
印刷、平面廣告	競賽	報社發稿	銷售發表會	型錄
產品外部包裝	遊戲	電視報導	銷售會議	郵寄信函
產品內部包裝	獎金	演講	激勵方案	電話行銷
郵寄信函	彩券	研討會	實例說明	網購
型錄	贈品	年報	商展	網路廣告
電視	商展	樂捐	展示會	電視購物
廣播媒體	展示會	公共報導	提供試用品	電子郵件
家庭雜誌	操作示範	社區關係	部落格	發放問卷
宣傳小冊子	打折	餐會	臉書	網路推銷
海報、宣傳單	低利貸款	遊說	電子郵件	
工商名錄	招待活動	公司雜誌		
展示招牌	抵換折讓	園遊會		
廣告看板	兌換點券			
店頭廣告	搭配銷售			
視聽題材	福袋			
企業商標	抽獎			

資料來源：1. (黃志生，2003：19-21)

2. 作者整理

教科書的性質雖然有別於一般有形商品，但業者所用行銷模式也是大同小異，尤其注重在人員推銷(服務)的項目，作者依據擔任國小英語教師之實務經驗，將業者行銷教科書方式略述如下：

表 2-3-3 國小教科書促銷活動表

廣告	銷售促進	人員推銷
1.印刷品與平面廣告。 2.宣傳手冊。 3.樣書。 4.業務員名片。 5.附商標之文具用品 6.網路廣告。 7.與電視台合作拍製 影片播出。 8.公益活動。	1.贈送聽力題庫、作業 簿、教具、樣書、評量 卷、習寫簿、補充教 材，學習單。 2.舉辦教師研習、參訪或 旅遊活動。 3.贈送小禮品，如桌曆、 年曆、讀物、文具。 4.推銷教科書或電子書。 5.協助撰寫教案、課程計 畫表與課程進度表。	1.不定期拜訪教師，隨時 瞭解需求、解決問題。 2.協助編寫每學期課程 計畫表、每周課程進 度表、教案、設計評 量試卷或學習單。 3.提供學藝競賽或表演 所需之支援或資源， 如提供讀者劇場劇本 或請外師錄音製作朗 讀比賽光碟。 4.鞏固現有客源與開發 新客源。

作者整理

四、通路策略

通路是指由生產工廠與消費者中間的經銷體系，是生產者與消費者之間的媒介。無論企業的商品有多好，如果沒有順暢的行銷管道銷售給消費者，產品無法流通，無法達成行銷的目的，這樣一來，企業會面臨倒閉或被淘汰的命運。通路策略有兩項重要決策，第一是配銷通路是企業重要外部資源，企業之間的競爭，不僅是企業彼此的競爭，更是企業與其配銷通路所形成系統之間的競爭。第二通路策略有長期性，更動困難，若需更動通路成員更為複雜，因此在研擬策略時需有周全的評估。(黃俊英，1999)在《行銷學》一書中認為通路策略主要評估因素包含顧客、產品、公司、環境、競爭及中間商等特性；通路策須涵蓋五個項目包含長度、密度、流程、整合與實體配銷等。

第三章 康軒國小英語教材行銷現況

本章以康軒從業人員為主要研究對象，以資料收集輔以深度訪談方法，藉以瞭解康軒在產品、價格、促銷與通路等行銷現況及其對師生的影響做探討。受訪者包含康軒台中分公司分之經理、副理、業務員、教材研究員與編輯員等共計六人，訪談時間於 2015 年 7 月間完成，並於訪談結束後將訪談資料逐字稿整理記錄（附錄七）俾利統整分析，訪談對象、各受訪人數、代號編排與訪問日期如下：

表 3-1 受訪者資料表

訪談對象	代號編排	人數	訪問時間
國小六年級學生	S1~S8	8	2015.06.11
國小英語教師	T1~T4	4	2015.07.10
康軒語教部經理	K1	1	2015.07.13
康軒語教部副理	K2	1	2015.07.13
康軒業務專員	K3	1	2015.07.13
康軒業務專員	K4	1	2015.07.13
康軒教材研究員	K5	1	2015.07.17
康軒教材編輯員	K6	1	2015.07.16

作者整理

本研究訪談題目設計按受訪人員職務層級加以分類，以行銷之產品、價格、促銷及通路等四方面做配對為主要架構，設計訪談題目如下：

表 3-2 康軒語教部經理／副理訪談題目一覽表

題號	題目	配對
1	康軒目前的產品策略為何？	產品
2	您覺得康軒與其他教科書相比，其優點為何？特色為何？	產品
3	您覺得康軒較重視教科書的編排還是周邊教材的編排？	產品
4	您會積極去瞭解師生使用康軒課本與習作的狀況，並接受教師或學生的建議而將教材改版或變編輯的題目嗎？	產品
5	國小英語電子書是康軒最近極力推廣的產品嗎？	產品
6	目前康軒學生用教科書與習作議價策略為何？	價格
7	國小英語補充教材定價策略為何？	價格
8	您會建議康軒在教材價格方面做降價（尤其是電子書與教學光碟），以符合大多數學生家長的消費能力嗎？	價格
9	補充教材的利潤比課本與習作高，您會向教師推銷國小教材的參考書或自修嗎？	價格
10	課本、習作與補充教材價格方面有何定價機制以補充差額增加利潤？	價格
11	康軒的產品促銷策略為何？	促銷
12	您會增加國小師生的服務，在國小辦理更多元化的促銷活動？	促銷
13	您會藉由研習、旅遊或參訪和教師建立互動關係嗎？	促銷
14	您覺得辦活動可以增加教師對康軒產品的印象與銷量？	促銷
15	康軒目前的產品通路策略為何？	通路
16	您覺得康軒目前通路管道能符合國小師生的需求嗎？	通路
17	目前國小教科書與周邊教材通路情況您還滿意嗎？有需要改進的地方嗎？	通路
18	各經銷商與你們搭配的情況如何？	通路
19	目前國小學生至康軒門市或書局購書的銷售量滿意嗎？	通路

作者整理

表 3-3 康軒業務專員訪談題目一覽表

題號	題目	配對
1	您覺得康軒與其他教科書相比，其優點為何？特色為何？	產品
2	您會向國小推廣使用補充教材以增加公司收益嗎？	產品
3	您比較重視教科書的編排還是周邊教材的編排？	產品
4	您會積極去瞭解師生使用康軒課本與習作的狀況，並轉達教師的意見給公司嗎？	產品

5	國小英語電子書是康軒最近極力推廣的產品嗎？	產品
6	一、二年級非審定版教科書利潤較高，是康軒的重要商品嗎？	價格
7	您會建議康軒在教材價格方面做降價（尤其是電子書與教學光碟），以符合大多數學生家長的消費能力嗎？	價格
8	您會積極地推銷電子書和教學光碟嗎？	價格
9	補充教材的利潤比課本與習作高，您會向老師推銷國小教材的參考書或自修嗎？	價格
10	課本、習作與補充教材價格有何訂價機制，以補充差額？	價格
11	康軒的促銷活動大概有哪些？	促銷
12	您會增加國小師生的服務，建議康軒在國小辦理更多元化的促銷活動嗎？	促銷
13	您會參加康軒辦理的研習、旅遊或參訪，進而瞭解與蒐集教師對教材的看法嗎？	促銷
14	您覺得辦活動可以增加教師對康軒產品的印象與銷量？	促銷
15	康軒教科書的通路流程規劃為何？	通路
16	康軒周邊教材的通路流程規劃為何？	通路
17	目前國小教科書與周邊教材通路情況您還滿意嗎？有需要改進的地方嗎？	

作者整理

表 3-4 康軒教材研究員／編輯員訪談題目一覽表

題號	題目	配對
1	康軒目前國小英語課本的編排方式，包含單字、句型、文法、發音、聽力練習等還有進步的空間嗎？許多學童有校外補習的經驗，康軒如何因應不同程度學生編輯教材？	產品
2	康軒目前各版本的編排形式您的滿意度為何？您會積極去瞭解師生使用康軒課本與習作的狀況，接受教師或學生的建議針對編排內容做修改嗎？	產品
3	康軒有新穎的教具提供教師使用，這些設計的靈感來自何處？	產品
4	您覺得康軒與其他教科書相比，其優點為何？特色為何？	產品
5	您會為了提升教科書的價格，而增加教科書的頁數份量嗎？	價格
6	您會關心學生所購買康軒課本、習作、電子書、教學光碟或其他補充教材的價格嗎？	價格
7	國小英語補充教材的利潤比課本與習作高，會考慮出版國	價格

	小教材的參考書或自修嗎？	
8	您會針對國小師生的權益，建議康軒在國小辦理更多元化的促銷活動嗎？	促銷
9	您會參加康軒辦理的研習、旅遊或參訪，進而瞭解與蒐集教師對教材的看法嗎？	促銷
10	您願意到國小辦理活動藉以瞭解師生對教科書的看法、感想或需求嗎？	促銷
11	您覺得國小師生利用康軒網路購買英語教材，例如英語童書、測驗卷、參考書、學習單或其他刊物，對銷售量還滿意嗎？	通路
12	除了門市、書局與網購之外，您覺得國小師生還有其他獲得康軒教材的管道嗎？	通路

作者整理

第一節 產品行銷策略

壹、教材種類

康軒自 1988 年成立以來，以「提升教材品質」與「落實教材發展」的理念投入教科書市場，自 1998 年國中藝能科開放民間編輯以來，一路由國中、國小藝能科、國小學科至國中學科擴大範圍，致力於教科書、教材、教具，以及教學多媒體教材之研究發展與規劃設計。經過多年的發展，康軒除了設立幼兒園、國小、國中與高中之外，至 2001 年順利銜接九年一貫課程七個學習領域，所發行產品展開多角化的經營，項目涵蓋國中、小學教科書（課本、習作）、教師手冊、教師用書；輔助教材例如光碟、學生與教師版電子書、隨堂評量卷、練習講義；輔助教具如發音卡、句型條、單字卡、節慶包、環境布置用句型條等。此外還有兒童雜誌、幼教教材、授權教材的出版，如引進外語童書可謂包羅萬象。本研究僅針對國小英語教材為主，至 2015 年為止，康軒所發行國小英語教科書，其中 **Go Go Starter** 和 **Yo Ho** 版本適用於一、二年級、**Follow Me** 和 **Hello Kids** 等版本適用於三至六年級，康軒教科書、補充教材與教具開發列表參考如下：

(一)、課本與習作

表 3-1-1 康軒發行 2015 年國小英語教科書列表

年級 版本	一	二	三	四	五	六
Hello Kids	X	X	1~2 冊	3~4 冊	5~6 冊	7~8 冊
Follow Me	X	X	1~2 冊	3~4 冊	送審中	送審中
Go Go Starter	1~2 冊	3~4 冊	X	X	X	X
Yo Ho	1~2 冊	3~4 冊	X	X	X	X

資料來源：1.康軒內部資料 2.作者整理 (X 表示未出版)

(二)、補充教材

表 3-1-2 康軒發行 2015 年國小英語補充教材列表

項目 版本	教師用				學生用				
	教師手冊	教學光碟	電子書	命題光碟	延伸補充講義	基礎扎根講義	發音練習講義	英語習寫簿	字母練習簿
Hello Kids	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Follow Me	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Yo Ho	○	○	○	○	X	X	X	X	○
Go Go Starter	○	○	○	○	X	X	X	X	○

資料來源：1.康軒內部資料 2.作者整理 (X 表示未出版)

(三)、教具

表 3-1-3 康軒發行教具開發表

項次	定期提供項目	不定期提供項目
1	新年教材包	世界地圖
2	復活節教材包	勵志格言句型條
3	母親節教材包	發音主題掛圖
4	端午節教材包	單字主題掛圖
5	萬聖節教材包	分組競賽掛圖
6	中秋節教材包	抽獎箱
7	聖誕節教材包	習字簿
8	年曆	貼紙
9	記事本	玩具槌子
10	年度朗讀比賽外師錄音檔	便條紙
11	教師用年度筆記本	磁鐵

作者整理

貳、產品特色

就本文第二章第二節所述理想教科書之屬性而言，將康軒教材特色依四種屬性分述如下：

一、內容屬性

(一)、編排方式：康軒出版教科書均按照 2008 年教育部公佈之「國民中小學九年一貫課程綱要語文領域（英語）」編輯而成。各年級分上、下學期共兩冊，一、二年級每冊含四個單元；三至六年級每冊含四個單元，每冊均包含兩個複習與一個文化節慶單元，節慶單元教師可視學生程度或授課節數彈性調整教學。

(二)、編輯內容：康軒出版教科書一、二年級上、下學期共四冊，每冊均以吸引學童之趣味故事與情境為主軸，注重於 26 個字母及其字音之學習，輔以日常生活用句之練習，內容包含字母、單字、韻文、歌謠、生活用語、遊戲及習作等。三至六年級上、下學期共八冊，每冊內容以耳熟能詳的中外童話故事為主軸編寫，內容包含字母、發音、字彙、句型、文法、

歌曲教唱、韻文、歌謠、日常生活用語、遊戲、延伸練習、遊戲與習作等。單字與句型按螺旋式設計，例如在第一冊出現的單字與句型會在以後的編排內容中重複出現，提供學生反覆練習的機會。

(三)、多媒體教學：有別於九年一貫課程實施以來，隨著科技的進步與時代潮流的推進，學習方式將是實體與數位混搭的型態。國小英語教科書發音輔助教材從錄音帶、錄影帶演進為教學光碟，現今所發行之電子教科書已漸漸成為教學之風尚。研究都指出人類喜歡和機器互動，可以引發學童學習興趣與動機，尤其是教學遊戲化最容易吸引學童的注意力。但礙於學校經費受限，無法每班級安裝投影機或電子白板設備種種問題限制之下，以平板電腦、電子白板教學方式雖然目前無法成為主流，或取代紙本教科書的地位，但學習已離不開數位是不爭的事實。數位教學雖然無法取代傳統教學，但電子書帶來的多元化、趣味性、操控性及便利的特色是康軒致力研發的產品項目之一。

二、教學屬性

(一)、一、二年級教科書教師須應用溝通式教學法，融入 TPR 教學 (Total Physical Response)，課程主要以聽、說為主，讀、寫為輔，以生活化、實用化、活潑有趣味及多元化的方式進行，教科書有寓教於樂的附件供學童使用，可增進學習樂趣。五、六年級以溝通式教學法為主，為與國中課程銜接，課程設計需兼顧聽、說、讀、寫基本能力之培養，並促進對中外文化習俗之差異性及特色之瞭解。

(二)、康軒教材強調使用「自然發音法」(Phonics) 教學，學生須學會長母音與子音的不同拼寫模式，透過字母的拼讀訓練，培養其認識字彙與基本拼讀的能力。

(三)、教師須善於利用教師手冊、光碟和電子書等輔助教具，光碟主要用於播音，其音軌與課本均同步標註軌數，方便教師進行播音教學。康軒

所設計之教師手冊乃教師教學時的利器，其內容主要依各冊每個單元為主軸，提供每小節更詳細的內容包含教學說明、教學計劃表、教學重點圖示、教學步驟、教案、必備教具、時間安排、遊戲、網路資訊、習作解答等。

三、物理屬性

康軒所發行教科書之物理性質包含教科書的封面、內文、字體、字級磅數、開數、裝訂、尺寸、紙質、重量等均按照「教育部國民小學及國民中學教科圖書印製標準規格」(附錄六)，才能符合教師評選教科書之規範與標準。

四、出版特性

本研究所稱教科書在教師及學生方面係指學生課本及習作，書商所編寫之教科書包含字母認知、字母拼讀、單字範圍、句型內容、生活用語、文化習俗等範圍，各年級需達成分段能力指標，均需符合「國民中小學九年一貫課程綱要—語文學習領域(英語)」之規範。另外教科書需審定之範圍、名稱、編輯冊數及習作種類等，均須符合教育部頒訂「國中、小教科圖書審定辦法」所規範。康軒自 1988 年成立以來，即致力於教科書之編輯、送審與出版工作，其出版特性除按照政府規範之範圍，教材與教具均是全方位的投入與規劃，其出版特性為：

- (一)、編輯陣容完整：康軒所出版各版本教材，包含課本、習作、教師手冊、銜接講義、練習講義、隨堂測驗卷等輔助教材，在送審之前，皆須經過編輯主任委員、編寫委員、編務指導、研發專員、執行編輯、美術編輯、封面、繪圖、教材諮詢等成員分工合作、分層負責，經過縝密的規劃、研究、討論與修正而產生。
- (二)、教學資源豐富：康軒積極研發有聲及平面教材，例如教師專用的課本、教師手冊、補充教材、練習卷、測驗卷、電子書、教學光碟、單字卡、句型條、發音卡、掛圖、題庫、網路測驗或電話諮詢服務等，

提供師生教學之便利性。

(三)、審定合格：康軒所有發行教科書均按照「國、中小教科書審定辦法」規定送審，並將各版本審定字號公佈於康軒文教集團網站，供民眾查詢，經研究者統整上述康軒出版教材編輯內容一覽表如下：

表 3-1-4 康軒教科書編輯內容一覽表

項目	特 色
編排	1.均依據各縣市教育局公佈之字彙範圍編寫。 2.循序漸進，會話、句型、字彙與字母拼讀教學密切銜接。
會話	各課複習學生先前所學與主題及溝通所需相關的會話短句。
句型	句型教學兼具主題與溝通能力，符合學生需求。
單字	常見率高，課本分應用字彙(國中、小 1200 單字)與認識字彙。
發音	字母拼讀教學與各課內容字彙相關，讓學生瞭解字母在單字中的發音後進入字母拼讀階段。
活動	由機械式到有意義的練習，再到情境式及整合式的練習，提供學生自然語言環境。
歌謠	與知名世界民謠或兒歌旋律相結合，節奏與旋律、歌詞結合字彙與句型之功效，提供學生反覆練習的機會。
美術設計	聘請插畫專家依課本內容需要精心設計，注重圖片與文字之配置，符合學習情境之要求。
習作	中高年級兼顧聽力與書寫，低年級增加字母與單字臨摹練習。
附件	彙整課本教授之句型與韻文，加強學生學習機會。
教師手冊	詳細說明各單元各小節教學目標明確、時間、教具、教案…等內容、編排易讀、內容多樣而豐富，提供教師參考運用。
教師用書	課本與習作裝訂成一冊，每單元各小節均附溫馨小提醒、文法說明提示、延伸活動說明、補充單字與練習解答等，方便教師使用。
電子書	搭配課本與習作內容，提供各單元各小節之單字、句型、課文、歌曲、韻文、聽說練習、發音、文法提醒、習作題目等播音功能，並結合課文動畫、遊戲動畫、節慶習俗介紹、習作解答、網路資訊連結等相關功能完善，方便教師參考運用。

資料來源：1.康軒國小教科書 2.作者整理

叁、教材簡介

康軒國小英語教材目前共分四種版本（如表 3-1-1），適用於一～六年級共計 20 冊，目前所發行一、二年級屬非審定本；五、六年級屬審定本共計四種版本教科書內容及照片如下：

一、教科書（學生課本與習作）：

（一）、二年級 Yo Ho 與 Go Go Starter 版本

表 3-1-5 Yo Ho 版本簡介

適用年級	一、二年級	出版日期	2013 年 9 月
主要教材	課本與習作各四個單元、複習各兩個單元		
輔助教材	電子書、命題光碟、教學光碟、教師手冊、教師用書、單字卡等、句型條		
冊 數	一年級上、下學期：1、2 冊 二年級上、下學期：3、4 冊		
編輯重點	字母大、小寫、字彙、生活用語、品格教育、歌謠、韻文、國際文化、節慶單元等。		
編輯方式	以可愛的小青蛙與小動物們為主角，開心的在森林裡展開冒險為故事主軸。		

資料來源：1.康軒國小英語教科書

2.作者整理



圖 3-1-1 Yo Ho 課本與習作照片

表 3-1-6 Go Go Starter 版本簡介表

適用年級	一、二年級	出版日期	2014 年 9 月
主要教材	課本與習作各四個單元、複習各兩個單元		
輔助教材	電子書、命題光碟、教學光碟、教師手冊、教師用書、單字卡、句型條等		
冊 數	一年級上、下學期：1、2 冊 二年級上、下學期：3、4 冊		
編輯重點	字母大、小寫、字彙、生活用語、品格教育、歌謠、韻文、國際文化、節慶單元等。		
編輯方式	透過小超人和橡皮糖兩位主角，在世界各國助人與冒險故事為主題，培養學生國際觀與建立品格學習。		

資料來源：1.康軒國小英語教科書

2.作者整理



圖 3-1-2 Go Go Starter 課本與習作照片

(二)、三~六年級 Follow Me 與 Hello Kids 版本

表 3-1-7 Follow Me 版本簡介表

適用年級	三、四年級	出版日期	2014 年 9 月
主要教材	課本與習作各四個單元、複習各兩個單元		
輔助教材	電子書、命題光碟、教學光碟、教師手冊、教師用書、句型條、單字卡等		
冊 數	三年級上、下學期：1、2 冊；四年級上、下學期：3、4 冊；5~8 冊目前尚編輯與送審中。		
編輯重點	字彙、字母拼讀、生活用語、歌謠、韻文、國際文化、多元活動、單字聽、讀練習、句型聽、讀練習、節慶單元。		
編輯方式	以活潑可愛的外星人 Toby 和 Fifi 誤闖地球，與小朋友們變成好朋友，進而發生許多有趣的生活情境為主軸。		

資料來源：1.康軒國小英語教科書 2.作者整理



圖 3-1-3 Follow Me 課本與習作照片

表 3-1-8 Hello Kids 版本簡介表

適用年級	三~六	出版日期	2013 年 9 月
主要教材	課本與習作各四個單元、複習各兩個單元		
輔助教材	電子書、命題光碟、教學光碟、教師手冊、教師用書、單字卡、句型條等。		
冊 數	三年級上、下學期：1、2 冊 四年級上、下學習：3、4 冊 五年級上、下學習：5、6 冊 六年級上、下學習：7、8 冊		
編輯重點	字母大、小寫字彙、字母拼讀、生活用語、歌謠、韻文、國際文化、多元活動、單字聽、讀練習、句型聽、讀練習、節慶單元。		
編輯方式	每冊均包含兩個耳熟能詳之童話故事做改編為編寫主軸，共十二則包含小紅帽、愛麗絲夢遊仙境、花木蘭、西遊記、湯姆歷險記、小木偶、糖果屋、格列佛遊記、女孩與三隻熊、阿拉丁、城市老鼠與鄉下老鼠、醜小鴨等。		

資料來源：1.康軒國小英語教科書

2.作者整理





圖 3-1-4 Hello Kids 課本與習作照片

經訪談康軒語教部經理、副理、教材研究員、編輯員與業務專員，針對現行康軒出版國小英語教科書之編輯理念、使用現況、改進方向與因應市場需求之作為提出看法：

以目前各家出版業來看，目前康軒市佔率還不錯，因為我們現在有五個版本，可是真正使用率較高的只有四種，所以我們正在檢討是否要出這麼多版本，因為賣得少的全國才幾千本，會影響我們的成本。平時業務會帶回來各地教師的意見，我會反映給教研部，我們會考慮城鄉差距、M型化與少子化的問題，請他們做市場調查、訪談或設計問卷作統計，取比較折衷的解決方式來處理這些問題，所以才會設計補充教材，有的學校腳步較快，就可以使用。(受訪者 K1)

我已服務十年，對市佔率還算滿意，會依老師的需求反映給公司做改版或修正，希望老師用的很滿意不然會被老師淘汰。如果是數位的部份會反映給數位部門，教材方面反映給編輯部門。(受訪者 K2)

我在康軒四年，服務範圍北到苗栗南到南投、潭子和神岡有 201 所校，還要跑附屬縣市，服務要取決於利潤，只要學校有低年級的訂書和團訂光碟或是很大間，就是我們要加强服務的對象。老師反映的問題我們會彙整資料給教研部，會針對大部份教師提出的問題來檢討，如果只是零星個案就不會影響到大多數的老師。(受訪者 K3)

康軒較早進入教材市場，經驗較豐富有優勢，我們會結合大學教授、編輯人員和第一現場的老師一起來共同研究，才會符合老師的需求，在編輯方面很嚴謹。我認為老師給我們的意見都是我們要改進的地方，我們會把意見反映給經理，再反映給編輯部，我們和編輯間的管道交流很暢通，不會各管各的。比較一致性或比較大的意見我們就會做教材的修改，因為修改是大工程，所以要以大多數老師的意見為主。(受訪者 K4)

康軒是非常重視市場需求的公司，經常做市調，快速的設計教材與教具，常常為因應教師的需求作改版，會設計多元的教科書和補充教材給老師選擇。(受訪者 K5)

我們常常要針對老師所提出的問題開會，主要討論要不要做改版或調整，通常老師提的問題架構的部份我們會做微調，審定本要改的部份超過一半就是改版，要重新送審。如果是非審訂本的部份較簡單，因為不需國教院的審核執照，可以隨時修正。沒有任何教材是十全十美的，我希望我們的教材內容設計上可以更貼近現在的環境，符合老師的需求，讓你們教得更順手，拿到課本就知道怎麼教。(受訪者 K6)

對於教科書之編輯，康軒以教育部頒九年一貫課程綱要為規範，以嚴謹的編輯態度，結合完整的教材研發與編輯從業人員進行規劃與設計，能呈現題材豐富及多元化的教材供教師選擇。對於教師針對教材反映之意見與建議能重視並適時進行微調或改版，期能符合國小師生之需求。康軒在產品之經營能積極反映市場需求的態度，讓消費者對教材產品有信任感。

(二)、補充教材

康軒出版補充教材一、二年級著重在字母之習寫練習，發行字母習寫本；中高年級 Hellow Kids 與 Follow Me 版本用補充教材，僅適用於三至六年級學生，包含扎根講義、Phonics 練習講義及延伸補充講義等（補充教材照片請參閱附錄八）。

3-1-9 康軒 Hello Kids 及 Follow Me 版本補充教材一覽表

版本	產品名稱	冊數	內容	說明
Hello Kids	基礎扎根講義	1~8	複習 Hello Kids 課本裡的單字及句型。	補救教學適用。
	練習講義	1~8	複習 Hello Kids 課本裡的發音提供聽力與發音練習。	補救教學、發音基礎適用。
	延伸補充講義	5~8	以 Hello Kids 單元為基礎，適合延伸較多單字與句型之練習。	節數較多或程度較佳學生適用。
Follow Me	基礎扎根講義	1~4	複習 Follow Me 課本裡的單字及句型。	補救教學適用。
	練習講義	1~4	複習 Follow Me 課本裡的發音提供聽力與發音練習。	補救教學、發音基礎適用。

資料來源：1.康軒國小英語補充教材 2.作者整理

經訪談語教部經理、副理、教材研究員、編輯員與業務專員，針對現行康軒出版國小英語教科書之補充教材之編輯理念、使用現況提出看法，其內容與說明如下：

課本與補充教材兩者我們是均衡發展，市場上還是以課本和習作和電子書為重，投注的成本最高，次者才會有周邊的東西。我們不會用補充教材打平教科書的價差，因為一本才 25 元，每年全國才賣幾千本，不敷成本根本沒有利潤可言，完全是服務性質比較多。所以補充教材是看學校的特性來做補充，其實當初不是設計要來賣的。如果要賺價差那是國中的自修參考書才有可能，因為教科書是一定要買的，可是自修或參考書是開放市場，要看家長的選擇。教科書其實都是虧損的狀態，我們是靠辦雜誌、辦學校或大陸方面非教科書以外的事業來打平，康軒要維持公司的品牌和形象及辦學的理念還是要做下去。
(受訪者 K1)

我們推廣補充教材要看老師的需求，例如學校有補救教學，對學習比較慢的學生，老師就可以選用我們的扎根講義從基礎慢慢練習。延伸補充教材是比較進階版的，例如台北市教學節數較多的學校就會用，發音講義也是看老師要不要加強這部份，要看老師需求做推薦，也要考慮小朋友的經濟負擔。(受訪者 K4)

我們周邊資源的設計就是補充教材和教具和多媒體方面的東西，主要

研究還是課本和習作，我們收集老師的意見，例如台北說不夠，台中說太多，台南說剛好，然後篩選看是外在環境的問題還是教材本身的問題，如果有改版計畫我們就會做修改，如果不改版，我們就會設計補充教材來給老師運用，所以才會有那些補充教材的產生。

(受訪者 K5)

補充教材是依據教科書編的，如果沒用教科書你不會去買這些補充教材，比如你用翰林就不會去買，這是加強或補救教學可以用，利潤不高，是站在學生立場來設計是不錯的教材。我會送老師使用，不會介意他們影印來用，要買來用也可以，所以銷量不好，是服務的性質給老師參考運用，要買與否還是由老師決定。(受訪者 K2)

補充教材有的老師想給小朋友練習就會買，可是大多數老師嫌要改怕麻煩所以不會買，現在我就用送的來服務老師。公司是有訂目標，我們不能強迫老師買，也不想給老師推銷的壓力，所以就用送的方式。應該是要先把教科書和習作銷售量穩定之後再來看補充教材，目前大力推的是 Follow Me，市佔率是算全國，對我們很重要，沒有市佔率對公司就很難交代，次要才是薄本。(受訪者 K3)

中高年級部份，因為北部和台北市區每周三節課，中南部兩節課，甚至還有一節課的，所以在設計時，後面的練習部份比較多的話，教師針對節數較多的學校可以運用，節數較少的學校老師就可以自己參考來用。(受訪者 K5)

我們的補充教材有發音、延伸和扎根，有特定的編輯團隊做編寫，因為補充教材是補充用的，老師是選擇性使用，課本習作是學校一定要用的，所以我們還是花較多心力在課本與習作上，當初也是老師跟我們建議，我們才討論研究出來補充教材。(受訪者 K6)

補充教材之產生是康軒為因應各縣市英語授課時數不一、城鄉差距、學童學習程度 M 型化等客觀因素設計而產生，教師可視教學情況適時選擇性補充運用，是康軒編輯研發團隊，根據教師反映問題尋求解決，順應市場需求之作為，是康軒出版品特色之一，使得教科書有更完善的配套、補充與輔助資源，康軒補充教材內容之完整性，是與其他業者出版物相較之最大不同點。

(三)、教具

在激烈的教科書市場競爭下，康軒為了爭取更強的競爭優勢與空間，輔助教具之設計與開發，同樣受到重視並採多元目標進行。教具大致包含

教室佈置用具、節慶教學包、勵志句型條、教具袋等實用有趣之教學用品。經訪談語教部經理、副理、教材研究員、編輯員，針對現行康軒教具之設計與開發提出看法（教具照片請參閱附錄八）：

我們教材編輯非常嚴謹，都按照教育部課綱呈現完整的架構，而且我們還有完整的編輯團隊設計配套教材和教具給老師使用。我們有專門的教材和教具研發部門，像我們編輯團隊有比賽創意的活動，和第一線的業務只要收集到老師反映有不錯的教具，我們就會請研發部門設計新的或改善教具，還有我們的業務和書局門市都會提供老師最完整的售後服務。（受訪者 K1）

我們平常會做教具的研究，我們會參考國內外的教具、蒐集老師的概念作參考，我們會親訪老師的意見作互動，要思考什麼是比較新穎的東西，是別人還沒想過的，我們會去設計，我是教材研究員要先收集概念再請編輯完成。因為會常常接觸市場，也會參考同業的設計，看有沒有可以再增加對教學有幫助而別人沒有做過的教具，提升彼此的水準，有不錯的我們也會用。（受訪者 K5）

平常我在外面會注意市面上的教學用品，有不錯的東西我會蒐集它的概念，或是很多東西的 DM 做參考再加以研究。（受訪者 K6）

教具之設計是現行國小英語教學支援教材之一環，康軒針對國小學童活潑好動的特性，參考國內外教學用品之特色，設計研發多元且饒富趣味的教具，可以吸引學童學習興趣與注意力，教具之研發亦是康軒編輯團隊產品設計之重要項目。

二、多媒體教材

隨著科技的快速發展與時代的進步，電子產品完全融入著現代人的生活，教學多媒體的運用漸漸增多，對活潑好動的小學生而言，傳統的教學模式已不易滿足現代教學的需求。（廖文綺，2013）研究指出，接受英語數位平台教學課程中，低成就學生在學習動機量表之前、後測驗中有明顯的提高。在追求活潑、實用、資訊融入及多元化教學的訴求之下，電子書的產生是國小教師教學的一大助益。康軒電子書近年來是受到重視的產品項目之一。目前電子書分為教師及學生使用兩種，只要學校有投影機及電

子白板或布幕的設備，電子書是教師授課的新寵兒，也是讓學童樂於學習的最佳輔助教材，康軒出版電子書含學生及教師用兩種版本：

(一)、教師用電子書

康軒教師用電子書是教學配備的補充教材，每學期隨著教具配發給英語教師使用，結合了科技、知識、娛樂與教學的多重功能，將單字、句型、發音、課文、韻文、歌曲、日常生活用語及聽力練習解答等結合聲音、動畫、連結相關教育或教學網站及中外師文法講解，其便利存取與解答的功能，可取代傳統的教學光碟，提供教師使用之便利性，節省教師重複帶領學生念讀的傳統教學方法，聲光效果十足的遊戲部份亦是吸引學生學習的一大誘因，尤其是納入多元化桌遊的設計，更是康軒致力研發的重點。

(二)、學生用電子書

隨著電子產品使用的日益普及，業者掌握現代人喜愛與電腦互動的特性，康軒出版學生用電子書是學生自由採購之補充教材，它提供各個單元的單字、句型、發音、課文、韻文、歌曲、日常生活用語之發音功能，搭配有趣的集點數遊戲，操作簡便，是學生在家自學的最佳工具。經訪談語教部經理、副理、教材研究員、編輯員，針對現行康軒電子書編輯理念之看法（電子書照片請參閱附錄八）：

學用電子書我們不是把教用的抄過來用，而是完全按課本內容從頭設計的，跟教用的重複性不高，希望小朋友透過遊戲闖關的方式進階學習。（受訪者 K1）

電子書我們已推行四、五年了，大家反應很不錯，有語音辨識系統，小朋友可以自己錄音評估自己的實力，用點選就可以聽聲音、保存音檔很實用，有各課的練習和總複習的練習，已做到 All in one. 的功能，有用過的都會持續買，今年 Hello Kids 和 Follow Me、Yo Ho 和 Go Go Starter 都有新的遊戲。我們還有單字、句型條都會有電子檔的設計給老師使用。（受訪者 K2）

我們對學生版電子書投入很多成本，不是簡化教師版的來用，都是為學生設計。電子書是推廣的重點，不過有的學校投影機效果不好，使用上還是會受限制，老師就會一節電子書一節板書做調整上課。現在

電子書和課本是併重的，學生光碟是被動的聽，而電子書可以和電腦互動，可以增強學習意願提升學習力。(受訪者 K4)

康軒出版電子書挹注大量人力與成本設計完成，針對教科書內容而設計，近年來更增加許多遊戲項目，結合知識與娛樂的功能，期能增加教師教學之多元性以及學童使用興趣，康軒產品配合科技的潮流且積極 e 化符合市場需求。

(三)、線上測驗

近年來多媒體教學已與傳統教學並行，教師已無法侷限於紙本教科書的使用，尤其是國小英語教育首重單字與發音的練習，電子書雖有便利的特性，但學習內容也侷限於教科書的範圍。各書商因應網路的便利，讓學生習得更多單字、發音與句型，紛紛架設的線上測驗系統。康軒提供國小學童免帳號即可使用的線上教學服務，平台包含課本各單元練習題目、聽力練習、閱讀測驗、動畫教學等學習內容，是操作簡單及免費的單字與發音練習平台。經訪談語教部經理、副理、教材研究員、編輯員，針對現行康軒所提供國小英語教學線上測驗之看法：

有些學校使用率很高，要看老師的推廣和要求，如果老師有要求則使用率會比較高，市區以外的學校使用率也比較高，可能補習的人數少或物資較缺乏，比較會用到這個系統。(受訪者 K5)

這個部份是要看學校有沒有重視，可以免費提供是很好的服務，但使用率好像不是很普及，希望學校可以推廣來用。(受訪者 K6)

國小英語免費線上測驗是各家書商設計學習項目之一，康軒數位團隊研發操作簡易且內容豐富之線上測驗系統之平台，免費提供師生參考運用，教師可視學生學習情況介紹學生使用。

肆、產品對師生的影響

- 一、編輯內容均符合學習規範，教科書版本多樣化，提供師生較多選擇。
- 二、補充教材編輯完善，提供教師針對授課時數，補救教學課程或不同學習程度之學童使用。

- 三、提供多元化與設計精美之教具，增加教學上之便利與提高學童學習之趣味性。
- 四、多媒體教材功能完善，便利師生使用，符合時代潮流。
- 五、網路服務項目多元，提升學童學習效能。

第二節 價格行銷策略

壹、教科書議價政策

教科書選用係依據「國民教育法」第 8-2 條第 2 項之規定，國民中小學之教科圖書，由學校校務會議訂定辦法公開選用之；有關採購部份依據「國民教育法」第 8-3 條第 1 項之規定，國民中小學選用之教科圖書，得由教育部指定之直轄縣市政府辦理採購，其採購方式由教育部訂之（教育部，2014）。國小教科書有別於一般流動商品，業者每年於四、五月間將編審通過之教科書提供給學校，再由教師按照學校所訂之規範選書，學生無權參與選書的過程，其價格訂定教師亦無權參與。國民教育屬於義務教育，九年一貫國小教科書是由政府和業者議價產生，在教育經費上教科書有國家或地方政府的補助，對於教科書的價格也有政策上的規範，其過程是由政府與業者公開而統一的直接進行議價，教育部對教科書之編輯內容有規範、審查、監督之責，在價格方面亦替消費者把關，爭取減價空間。

國小三至六年級英語為正式課程，其教科書為審定本範圍，必須接受教育部所頒「國中小教科圖書審定辦法」規範送審，審定核准之後方能進行定價。教育部自 2002 年實施「統一議價」辦法，亦即一地議價，全台適用之模式，可節省業者各縣市往返時間和送審經費。經訪談康軒與教部經理，對於教科書議價策略及康軒因應市場作為之看法：

審定本教科書議價是由各縣市輪流主辦，成員大多有學校校長或主任代表、家長代表、書商代表、教育局代表等來制定底價。非審訂本也是這樣，參加的校長是用抽籤方式參加，他們會統計每年全國學校所訂教科書的數量分級距，例如全國四萬本的會有一種底價，兩萬本的會給一種底價，訂購冊數愈高的底價會較低，冊數較少的底價則會較高，再用給我們單頁價再乘以每本的頁數就是它的價格。教科書的使用執照是六年，期間如果有勘誤或不適合之處我們會做修改，如果超過百分之五十的修改稱為「改版」要重新送審。我們也可以六年都不要改版，可以減輕庫存壓力，成本會比較低，教科書最大的成本壓力是編輯和送審的過程。其實每年六月底學校選書資料統計完成之前，我們為了保障學校教科書夠用，我們會在議價之前就開始印書了，等於是先把書先交給大家才開始議價，也要承擔有虧損的風險，是我們經營市場很心酸的地方。(受訪者 K1)

教科書其實都是虧損的狀態，我們是靠辦雜誌、辦學校或大陸方面非教科書以外的事業來攤平，國小市場國語和數學主科還有可能持平，藝能科的部份幾乎是賠錢在賣，因為這是康軒的本業，要維持公司的品牌和形象，我們還是要維持康軒辦學的理念要做下去。(受訪者 K1)

審定本教科書議價方式是全國擇一地進行議價，議價結果全國統用原則；一、二年級非審訂本教科書係各校進行之非正式課程所用，議價方式由教育部委託各縣市政府輪流辦理進行聯合議價作業，若聯合議價未成功則由各校與業者自行議價。九年一貫國小教科書受到市場競爭壓力以及政府制約與每年補助教科書金額的多寡不同，物價波動及少子化等無可預期的因素，造成書價低廉，需靠其他營收補足教科書之虧損。

貳、康軒教科書與補充教材價格

目前國小三至六年級英語課程教材為審定本，一、二年級教材屬於非審訂本。除了課本與習作之外，其餘補充教材包含學生用電子書、教學光碟、基礎扎根講義、發音複習講義、延伸講義和國中小銜接講義等周邊產品，皆是康軒利潤之來源。康軒主攻教科書市場，對後續周邊產品的促銷與營收有密切的關連性，亦即業者投入研發教材愈多愈能符合市場需求，進而爭取較多利潤。康軒 2015 年國小英語教科書審定本與非審訂之價格與議價方式如下：

表 3-2-1 康軒 2105 年國小英語教科書價格與議價方式表

版本名稱	使用年級	課本 NT\$	習作 NT\$	審定本	非審定本	議價方式	
						全國統一議價	各縣市 政府聯合議價
Hello Kids	3~6	43	15	V		V	
Follow Me	3~6	50	21	V		V	
Super Wow	3~6	54	18	V		V	
<i>Go Go Starter</i>	1、2	120	60		V		V
<i>Yo Ho</i>	1、2	120	60		V		V

資料來源：1.康軒內部資料 2.作者整理 幣值：新台幣元

康軒 2015 年國小英語補充教材與電子書價格如下：

表 3-2-2 康軒 2015 年國小英語補充教材價格表

版本名稱	使用年級	發音 複習 講義 NT\$	基礎 扎根 講義 NT\$	延伸 補充 講義 NT\$	字母 練習 簿 NT\$	教學 光碟 2 片 NT\$	電子書+ 教學光 碟 2 片 NT\$
Hello Kids	3~6	25	25	25	10	120	170
Follow Me	3~6	25	25	25	10	120	170
Super Wow	3~6	X	X	X	10	120	170
Go Go Starter	1、2	X	X	X	10	120	170
Yo Ho	1、2	X	X	X	10	120	170

資料來源：1.康軒內部資料 2.作者整理 幣值：新台幣元
X 表示未出版

叁、康軒價格政策

教科書市場中課本與習作之價格，是由教育部指定直轄縣市政府組成議價小組，其成員包含家長代表、教師代表、學校代表等，雙方以公開討論方式進行議價，議價達成共識的結果即為教科書公告之價格。教科書成

本之預估對於報價與議價之結果有密切的關連性，國小教科書與一般商品最大的不同點，在於教師為教材的選用者，學生是教材的使用者，家長為教科書之付費者，加上教科書之價格乃以政府議價政策為主導，其消費型態之價格方面與一般商品不同，對消費者影響層面亦有不同。針對市場反映電子書定價偏高及是否用補充教材價格彌補教科書之價差，經訪談康軒與教部經理、編輯與業務員，對現行之價格政策之看法：

市場上其實還是以課本、習作和電子書為重，投注的成本最高，次者才會有周邊的東西，我們不會用補充教材打平教科書的價差。電子書團訂價 160，個人訂價 170，包含光碟兩片是我們的促銷手法，以一個學期時間來看其實很便宜，吃一餐飯也差不多這個價錢，以一般人的消費能力看其實很實惠了。教用電子書，一冊的電子書產出就要上百萬的成本。低年級教科書定價不用受到政府議價政策的種種限制，我們可以跟要買的縣市政府來談，所以可以有較高的價格出來，目前 Yo Ho 和 Go Go Starter 價格可以賣到一百多，比審定版好很多，當然比較有利潤。一、二年級教科書其實是每家同業爭取的項目。
(受訪者 K1)

一、二年級非審定版教科書價格比較高，是每年每家書商一定主打的項目。(受訪者 K2)

電子書是重點推廣的產品，是各家的重點，六月訂書七月檢討八月要分書，補充教材和作業簿利潤不高不可能降價。教科書是虧本在賣，因為編輯群和送審的成本和教具的研發都很貴，課本又賣得很便宜，利潤來源在電子書和光碟收益最大，買電子書送光碟已經很吃力了，而且少子化的問題，一直在虧本，所以不可能降價會更沒有利潤。
(受訪者 K3)

電子書成本很貴，這價格是可以接受的，還送兩片光碟，我自己也是家長，我覺得很便宜了，我們業務主要是跑教材和課本為主，電子書和光碟大部份交給經銷商也就是書局老闆來處理。(受訪者 K4)

我們是教材研究部門，價格應是業務要去了解較重要，我們比較不會注意。(受訪者 K5)

價格部份你把我考倒了，我們不會想要知道這個部份，我們不會因為要提高價格而增加頁數，我們會思考課本和教科書的效益，和對老師有沒有幫助，去設計內容，公司不會給我們任何壓力。(受訪者 K6)

電子書是各出版商極力推廣之產品，製作成本高昂，為因應低廉的教科書價格及市場利潤無降價空間；補充教材屬於教科書附屬產品，針對教師需求而設計，係以服務性質供應市場需求，無法彌補教科書之價差；一、二年級教科書屬非審定本，其價格乃各縣市與康軒自行議價之平均值，按規定可由各縣市政府與業者自行議價，其最終決議價格較審定本明顯偏高，是康軒極力搶攻教科書市場的項目。此外教材研究與編輯人員工作內容不會受到教材價格因素之影響，對教材之價格無瞭解意願。

肆、價格政策對師生的影響

- 一、受政府議價政策與補助，教科書價格因素非由業者主導價格低廉，符合市場需求。
- 二、補充教材屬教師視學生學習狀況補充使用，採師生自由選購價格亦低廉無預期利潤，目前以服務性質銷售，無法彌補教科書之價差。
- 三、電子書與光碟製作成本高無降價空間，是市場獲利之主要商品。
- 四、一、二年級教科書屬非審訂本，價格由業者與各縣市政府自行議價，單價較高利潤較豐厚，是康軒極力推銷的產品。
- 五、教材研究與編輯部門不會參與業者價格制定政策。

第三節 促銷行銷策略

業者欲達成行銷的目的，必須執行教科書商品相關的促銷活動，特別是和擔任教學工作的教師，如果能與學校師生互相搭配與合作，讓師生能對產品有較深的印象與好感，並能感受到業者的服務品質與熱忱，才能達到教科書的促銷的目的。由於教科書是屬於應用書籍，除在教育功能之外，在使用上也隨著教師教學活動設計的不同而改變，為因應不同教師的需求，康軒的促銷手法與服務項目是靈活與多元的。面對競爭白熱化的教科

書市場，以多元之促銷活動規劃，搭配完善的服務品質建立口碑與公司形象、創造商機，其促銷方式如下：

壹、促銷方式

一、廣告宣傳

教科書業者在商品方面有別於一般的商品，平時不做電視、廣播、看板、夾報、報章雜誌的廣告宣傳，就國小教科書階段而言，學生所用的課本與習作本身就是最直接的廣告了。因為康軒教科書的周邊產品輔助教材如評量卷、講義、教學光碟、電子書、補充練習卷等，雖未強迫學生購買，由於學校教科書的選定，連帶可以提高補充教材的選用機率與購買力。目前《康軒樂學報》的發行，巧妙運用廣告型態的宣傳方式將產品免費介紹給師生，是一種廣告行銷的操作方式，內容包含了豐富的遊戲極受低年級學童的喜愛。每學期除因應教師選書所用發行的 DM、樣書及電子書試用版之外，所有廣告行銷的效果均須仰賴業務專員進行服務促銷。

二、業務員服務

若沒有教科書業者積極的設計與研發教材，教育改革的施行與成效的追求將是窒礙難行。康軒在致力於開發教材同時，若沒有完善的服務品質，在面臨競爭激烈的教科書市場，如何提升產品的形象及建立與消費者之間良好的互動關係，則在於業務專員服務品質的提升。業務專員站在促銷服務的最前線與師生接觸頻繁，對整體書商的形象與消費者對產品的印象有重要的影響力。康軒為能適時提供教師產品服務或協助教師解決問題，會以定期服務或策畫研習，藉機發送定期相關教學的補充資訊。

（一）、定期服務

由於教科書與周邊產品使用是屬於學期制，康軒業務員均事先規劃好所服務學校，自行安排服務時間、服務項目以及規畫行程，以免有遺漏的服務事項。每年定期服務首要在教科書部份，包含開學前的學生用課本與

習作、教師用教師手冊、句型條與單字卡、教學光碟、電子書等，重要節慶例如農曆新年、復活節、母親節、端午節、中秋節、感恩節與聖誕節等教學包；每年四、五月間選書所用之樣書拉頁、宣傳手冊、教學光碟試聽帶與電子書試用版等。此外 2015 年所發行《康軒樂學報》提供教師相關最新教學資訊、教材新產品介紹、新書推薦，也提供師生互動的遊戲內容，使教材服務行銷更有創意與多元化，康軒定期服務規劃簡表說明如下：

表 3-3-1 康軒教材定期服務規劃表

時間	服務項目	內容
每學期開學後	1.教科書配發，解決教科書數量或品質問題。 2.學生採購電子書或教學光碟服務。	1.學生用課本、習作、教學光碟、電子書。 2.教師用書、指引、教具。
每年 4、5 月	1.教科書說明會。 2.發送教材宣傳廣告、樣書 DM、電子書版、教學光碟試用版。	向教師介紹與推銷各版本特色及優點。
每學期 2 次	發送《康軒樂學報》。	提供教師教學新知、教材新資訊以及師生互動專欄。
重要節慶前	發送教學包或遊戲包。	強化多元、趣味性與國際文化特色教學。

作者整理

(二)、不定期研習服務

除了定期服務，康軒業務專員積極反映教師對教材問題能適時得到回應與支援，並與學校師生保持正面、積極與良性的互動，有別於一般流動商品銀貨兩訖，買賣形式的刻板印象。每年康軒會不定期辦理教師研習或參訪活動，促進教師的專業成長能力。

2014 年 7 月間研究者曾應康軒台中辦事處之邀，參加新教材 Follow Me 第五至八冊課本與習作之教材編輯評估會議，會中針對課本之整體架構及每個單元之細節部份，依據教師使用教科書之實務經驗分享，逐項討論內容與意見交換。康軒編輯研究員們對教材設計均有獨到的想法與規劃，同

時亦尊重與配合應邀之英語教師給予之建議並適時修改內容，足見康軒對教材編輯之重視，以及提升教學成效之用心與對教師專業想法之尊重，康軒辦理研習促銷服務如下：

表 3-3-2 康軒教材不定期服務規劃表

方式	內容	目的
教師研習	介紹最新教學資訊、教材教法或與教學相關之活動。	增進教師教學專業知能。
旅遊或參訪	利用閒暇時間辦理戶外活動或參觀與英語教學相關之行程。	增進與培養教師與業者之熟悉度。
校內活動	辦理與教材相關之知識性教學活動，或因應節慶辦理。	增加師生對教材的熟悉度與服務。
教材評估會議	新教材在草稿階段，送審教育部之前，邀請國小英語教師集思廣益，依據各校教師教學經驗共同討論及修改教材內容。	使教科書編排方式及內容符合教師上課習慣。

作者整理

我們把研習、旅遊和參訪視為一種對老師的服務項目，和提升滿意度的方式，現在比較多元化，像請星巴克講師來教大家泡咖啡，希望在教科書以外老師可以學到更多東西，對增加我們產品的印象很有幫助。(受訪者 K1)

我們會辦研習增加老師本職學能和教學上的運用，參訪和戶外旅遊可以增加老師的知識或連繫彼此的感情。(受訪者 K2)

老師可以向我們提出申請辦活動，如果學校很支持我們就會去辦，研習、旅遊和參訪我們都一直在做，會想一些新的資訊提供給老師，或老師需要的東西，對於業績的提升，如果有置入性行銷才會比較有幫助，像研習大家會來我們公司，我們會有教材的展示，這種行銷會有用，可以提升我們公司產品的印象。但是旅遊參訪對老師增進教材的印象比較沒有幫助，因為有的老師來參加，可是他不一定會選我們的書，所以辦活動不一定會得到預期的收益，辦研習是置入性行銷比較好介紹我們的東西。(受訪者 K3)

辦研習可以提升公司產品在老師心理的形象，可是旅遊參訪的效果就比較差一點，像參訪康橋可以多了解公司的印象，服務層面比較多。對學校辦活動的需求是要先請學校提出來，我們可以盡量去安排或幫

忙，以服務的層面來辦理，用樂在其中或交流的態度來看待就會很開心，比較不像在工作，像去參訪康橋那次，他們軟硬體設備都很棒，我也可以增加知識。(受訪者 K4)

認識老師對我們教材的評估和討論都很重要，我們會盡量參加。
(受訪者 K5)

我會參加小學辦的研習，每學期都會辦，是業務團隊服務的機會，可以拉近跟老師的距離，每區辦的地點不一樣，業務夥伴們有時會找輔導團合作辦研習或活動。全省都會辦，我們會定主題，例如 Phonics 教學，只要時間允許，我們都會去參加學校的活動，如果忙就沒辦法。
(受訪者 K6)

無論是定期或研習服務，就所有的促銷活動而言，康軒持續藉由各種活動與熱忱的服務態度，讓教師對康軒產品有更進一步的認識，甚至能加深教師對版本教材的參與及歸屬感，此為業者各項服務的訴求與目標。

(三)、業務專員之培訓

過去的企業經營著重有形產品的行銷，但目前愈來愈重視無形的服務行銷（丘昌泰，2011：1-7）。自教科書開放民間編寫以來，各教科書業者在整體出版品的水準都日益提升，在教科書與周邊教材品質無分軒輊情況下，人員服務的水準將成為行銷之重點，是一種沒有評量標準的競爭。書商整體教材之行銷工作中，業務專員的行銷是極重要的關鍵因素。業務專員的活動就是一種廣告型態，更是公司公共關係形象的代表，是與教師溝通的橋樑。如果業務專員到校服務時帶著酒氣、煙味或服裝儀容不整，教師會因為業務專員外在的形象對書商大打折扣，不論是對內的公司業績或對外的行銷服務，業務專員是不可或缺的主力，康軒對於業務員培訓之看法：

對新進和原有的業務我們有培訓計畫，像認識教材、瞭解各家版本優缺點的比較基礎教育訓練，暑期他們也要研習作業報告和教育訓練。
(受訪者 K1)

公司會對業務作完整的訓練，主要是教材內容和架構要很熟悉，才不會老師提問題都不懂，教研會不定期來做教育訓練，是我們很重視的

部份，尤其要了解市場對手的優缺點，跟老師互動時我們才能進入狀況，做這行一定有興趣，進對得宜和服務的熱忱才會做的長久。
(受訪者 K2)

我們業務不輕鬆，夥伴都還相處不錯，我喜歡這樣的工作，對新人我們有教育訓練，只要有新教材也會有教育訓練，要知道回應老師的問題，要熟悉教材內容，總公司會規畫研習活動或進修算很頻繁了，大概一個月開一次月會，要瞭解公司的政策或宣導，是一定要投入的成本，台北和高雄的同事會來台中上課，服務的問題要及時解決才會讓老師放心。(受訪者 K4)

我們公司業務員都很認真，全省有一千多所學校，每個人負責學校很多，而且幅員遼闊，越往南部愈辛苦。(受訪者 K6)

除致力研發與提升教材品質之外，顧客的滿意程度一直是各業者的目標，康軒業務員服務從產品為切入點，是影響教師選書的重要角色，其服務品質與人員素質的提升是共同的認知，因此在人力培養和養成教育訓練上有完整的教育訓練。除服務之外，需隨時保持與教師良好互動關係，適時反映教師所遭遇教材相關問題、負責教材、教具之支援與補充，並儘量滿足教師五花八門之需求。例如有的老師會要求業務專員代寫教案、提供英語故事比賽之劇本或是讀者劇場之腳本等，業務專員亦需做出讓教師滿意的服務。

參、促銷策略對消費者之影響

- 一、教師踴躍參與研習、旅遊或參訪活動，增進本職學能、調劑身心與增進康軒產品的熟悉度。
- 二、人員培訓計畫周全，適時支援教師需求並傳遞教師所反映教材問題。
- 三、以顧客滿意度為導向的服務態度，提升整體企業形象。

第四節 通路行銷策略

壹、通路方式

舉凡任何物品的配發與運送路線皆可稱為通路，教科書的通路學生方面包含課本、習作、學生用光碟與電子書；教師方面包含教師手冊、教師用書、教具、教學光碟與電子書等，因消費者是固定族群，加上團體訂購的特性，使得教材之通路較為單純。康軒之教科書市場即學校，由學校設備組統計數量後由學校向書商下單，由書商的倉庫直接出貨至各校，如有時效性的考量則由業務人員親送。在補充教材方面如講義、練習卷、評量卷、作業簿等可至門市書局或是各地分公司等據點。因此就通路之性質而言，師生所用教科書、補充教材與教具產品通路是不同的。康軒全台架構完整的產品通路體系，對產品的掌控與通路的配合，就整體業務績效而言是顯著的，康軒目前通路方式為：

一、營業據點

康軒服務範圍涵蓋業務、編務、總務、研發、行政與資訊等項目，服務據點包含台北、桃園、台中、台南及高雄等分公司，其營業時間、公司地址、電話、傳真、地圖等在康軒文教網站之營業據點均有詳細說明，各分公司所服務各縣市分配表如下：

表 3-4-1 康軒各縣市分公司服務處分配表

駐地	服務地區	成立時間
台北	台北市、新北市、基隆市、宜蘭縣、花蓮縣	1997
桃園	桃園市、新竹市、新竹縣	2002
台中	苗栗縣、台中市、彰化縣、雲林縣、南投縣	1991
台南	嘉義縣、嘉義市、台南市	1998
高雄	高雄市、屏東線、連江縣馬祖、金門縣、澎湖縣、台東縣	1991

資料來源：1.康軒教育網站 <https://www.knsh.com.tw> 2.作者整理

二、網路服務

康軒自 1995 年即展開電腦化作業、架設網站、擴充網路系統，1998 年建置了康軒教育網，近年來各網站發展更多元，累積了大量教育資源，提供學生、家長、教師更完善的資源。康軒仿效歐、美、日等地區教育服務業者所經營的教育網站，經由線上問卷訪查使用者的習慣後，經過縝密的規劃與評估，就各個網站進行改版整合，提供社會大眾更豐富的教育資源與服務。網路的運用是現代企業經營促銷策略的趨勢，服務範圍包含產品品項介紹、定價、訂購方式、劃撥帳號、產品配送時間、購書服務專線、物流方式及服務信箱等，具備購書的完整諮詢給消費者參考運用。在教學服務方面提供教學釋疑、教學問答、購書、線上學習平台、教育網站連結、教科書情報、公益活動、營業據點、課程計畫、各項產品簡介等豐富、完善及多元化資訊，康軒網站服務規模擴及大陸及日本，研究者僅整理英語教材相關網站供參考：

表 3-4-2 康軒國小英語相關服務網站

名稱	服務內容與網址
康軒教育網	集團簡介、營業據點、購書服務、康橋雙語學校、教科書情報、運動康軒、產品資訊、公益活動、新聞專區、得獎紀錄、歷史沿革等。 https://www.knsh.com.tw
康軒教師網	好康下載、文教廣場、康軒知識、康軒互動評量、英語線上測驗專區、影片推薦、活動情報、945 影音頻道、教學專題、教材 Q/A、課程計畫、課程進度表、能力指標、教學補給站、試題評量等。 https://www.945enet.com.tw
小康軒幼教網	教師服務、招生服務、學習雜誌、購書服務、出版品簡介。 http://06kids.knsh.com.tw
K9 Books 康軒書屋	國教與幼教領域分類，學齡前至國中的線上書城。 http://www.k9books.com.tw

康軒學習雜誌	包含七大領域課程範圍一到九年級教科書、參考書、好書情報、得獎好書、康軒圖書以及幼教商品介紹。 https://www.top945.com.tw/Index.asp
中學生元氣誌	專屬於中學生的雜誌、專題報導、知識藏寶圖、生活 Fun 輕鬆、名人說故事等。 http://www.hijunior.com.tw
康軒國小學報	定期由康軒資源網發刊，提供最新網站情報。 http://www.945enet.com.tw/epaper
快樂教師電子報	康軒教師網發刊，含焦點話題、特別企劃、教學錦囊。 http://www.945enet.com.tw/epaper/contents
iTest 滿分評量網	國小三年級到國三每學期段考前複習的評量網站，加強複習的最佳夥伴。 http://www.itest.com.tw
康軒番薯網	客語與台語的園地，包含教材服務、競賽資訊與資源、番薯報、發表園地。 http://han-tsi5.knsh.com.tw

資料來源：1.康軒教育網站 <https://www.knsh.com.tw>

2.作者整理

三、桃園物流中心

康軒自動化倉儲物流系統 2002 年正式啟用於桃園，2004 年獲得 ISO 9001 國際認證，是在台唯一的教材集散地，提供學校與經銷商客戶時的需求，是康軒耗費巨資興建自動化倉儲物流的起源。基地面積 3235 坪，唯一鋼構八樓建築，總樓面 7380 坪。每年發行量約七千萬冊的國中小教科書、參考書與教具組裝工作，運用多項高度資訊化物流管理技術，以滿足短時間大量進出之作業特性之規畫說明如下（康軒文教集團網站，2014）：

- （一）、訂單處理系統：運用倉儲管理系統，以資訊化即時處理國內外五千家客戶的訂單。
- （二）、電子標籤輔助檢貨系統：運用電子檢貨輔助系統提升理貨效率，降低錯誤率，快速處理客戶訂單。
- （三）、出貨分類機：經由掃描或條碼，可將每一件貨按不同客戶配送地點快速分區，交由不同貨運網配送到全國各地客戶。
- （四）、逆物流分類機：當產品下架退回時，經由掃描產品條碼立即產生

拆點清單與客戶核對，同時將產品入庫，快速調節市場產品需求。

(五)、為使各項進出貨更能符合顧客需求，同時兼具效率化，桃園物流中心藉由導入 ISO9001：2000 中顧客導向與管理循環不斷精益求精之精神，著手進行各項作業流程標準化及改善措施，並於 2004 年通過 ISO9001：2000 之認證，康軒經理及業務員對物流中心的看法：

平常學校五月選書會公告選書名稱，向我們下訂單，業務員會先確認過再給經理確認，我們六月就會彙整選書資料給客服部打單，客服部會統計把各學校訂書量給台北總公司的行政企劃部門確認數量，然後桃園物流那邊會有一連串的電子化裝箱作業，八月份會把書用貨運方式給學校，最後業務員會跟學校確認看有沒有問題。(受訪者 K1)

桃園物流是我們的特色，是別家沒有的，它是一個超大型的倉庫和檢貨中心，是全自動化工具，書籍印好後就進入物流編條碼和分類，把書籍傳輸到該去的地方，如果我要申請課本，先填申請單，要請副經理、經理、行企核准、客服打單再通知桃園出貨，例如下午四點下單，隔天早上就可以到校有效率。(受訪者 K3)

康軒教科書通路方式是由學校下訂單後，各地分公司彙整資料給台北總公司，再由桃園物流中心整理裝箱，透過貨運公司發貨送到各校，最後由各地區業務專員確認到貨情況。每個學期開學時，教科書到貨對國小學童是重要的，教師之課程進度之進行，必須靠有效率的業者配合才能達成。康軒對於物流的品質和時間的控制，持續在做規劃與設計，以期將運補加快提升服務效率，並能適時解決學校意見，提升服務品質，獲得市場競爭之口碑與優勢，作者整理康軒教材物流流程為：

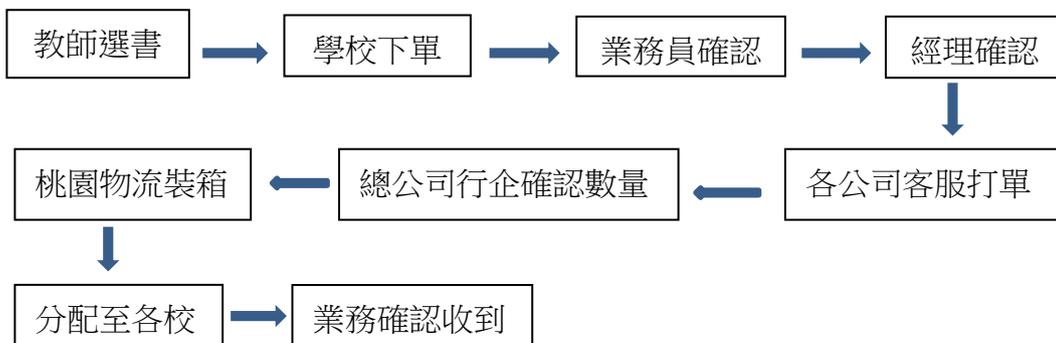


圖 3-4-1 康軒教材物流流程圖

四、經銷商、書局與門市

國小教科書在銷路是以學校為主，產品包含課本、習作、教師用書、補充教材及輔助教具等，皆需要通路進行銷售的，尤其在周邊產品如自修、評量及講義的部份，是業者在通路策略上的重要項目。業者與經銷商長期的配合進行銷售規劃，可節省通路時間及誤差、降低通路成本、強化效率提高服務品質，在注重效率、品質與服務要求的今天，經銷模式是業者勢必運用的趨勢。學生與教師所需之教科書可至門市或書局採購，以備不時之需，另外經銷商也販賣各項周邊產品，期能增加盈收。康軒全台各縣市門市、書局經 2015 年 7 月統計共一百家，各縣市分布數量統計如下：

表 3-4-3 康軒各縣市門市書局數量統計表

地區	數量	地區	數量	地區	數量	地區	數量
基隆市	4	苗栗縣	3	嘉義縣	1	台東縣	1
新北市	21	台中市	11	台南市	7	澎湖縣	1
台北市	15	彰化縣	4	高雄市	8	金門縣	1
桃園市	2	南投縣	6	屏東縣	1		
新竹市	2	雲林縣	4	花蓮縣	2		
新竹縣	2	嘉義市	1	宜蘭縣	3	總數	100

資料來源：1.康軒網站 <https://www.knsh.com.tw>

2.作者整理

就市場競爭而言，銷貨通路愈多、愈密愈好，就產品本質的要求上，最基本必須具備完整的各產品品項，以因應消費者的需求，因此要有完整的教材產品補充與服務支援體系。倘若物流通路不能擴大路線與範圍，不能掌握出貨時效與控制成本，如未能達成順利出貨目標，業者將功虧一簣，面臨極大的市場競爭壓力，會面臨遭消費者淘汰的命運。康軒語教部經理與業務員之看法：

我們開放的通路大多在各地的書局門市，有的通路是在經銷商，沒有對外開放的門市，要買的客户我們的客服都會告訴他們，家長如果打

電話來，我們會用劃撥或請他們到各地分公司去採購。英語的經銷商我們會經過篩選，代表我們的品質和專業，有的是由業務來擔任很不錯，有的是門市書局擔任，我們要求一定的服務品質來進行銷售，我們的業務和書局門市都會提供老師最完整的售後服務。(受訪者 K1)

我們有門市和經銷商和業務到校做服務，我們要負責英語和閩南語，我學校太多，跑不到的地方可以請經銷商來跑，我們不會公布經銷商的資料，同業才知道。(受訪者 K3)

如果家長要買我們的教科書客服會告訴他們附近的門市部，所以不會有問題。(受訪者 K4)

經銷商在康軒產品的通路上是一大助力，康軒在文教市場經營時間較其他同業都久，有較多實力與經驗豐富的經銷商搭配合作，經銷商有地緣與人脈之優勢，除開發門市部與書局銷售點外，亦可即時提供產品相關的服務與支援，例如送書、協助舉辦說明會、研習活動等，藉以開拓豐富的銷售通路，因此通路延伸與順暢須靠經銷商來協助執行。

五、康軒與何嘉仁、翰林之比較：

(一)、門市書局數量

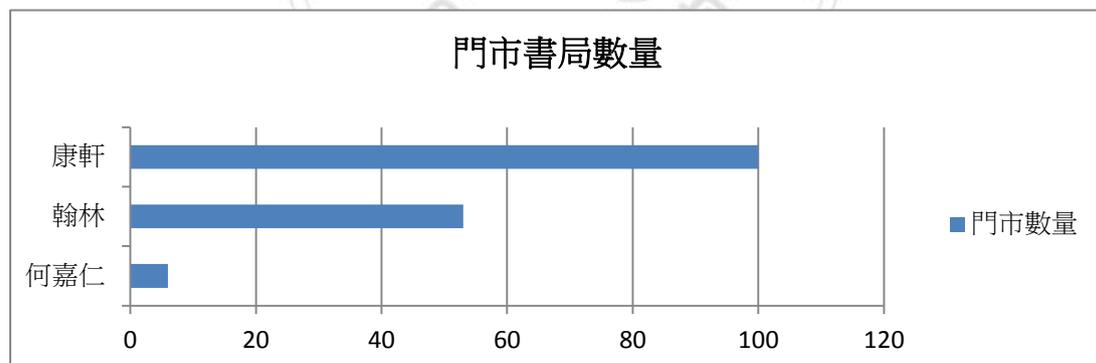


圖 3-4-2 康軒、翰林、何嘉仁門市數量比較圖

資料來源：各家網站資料

康軒全台各縣市均有完善的經銷與門市網絡，以爭取利潤並維持市場競爭力。康軒因較早投入教科書市場，與經銷商積極的聯盟或合作時間較長，是同業競爭之一大優勢亦是經營策略之趨勢，其銷售業績不容小覷。經調查康軒 2015 年門市數量計 100 家，何嘉仁 9 家，翰林 53 家，康軒門

市數量明顯超過其他兩家業者。

(二)、市場佔有率

康軒、翰林、何嘉仁 2013~2014 年全台市佔率比較如下圖：

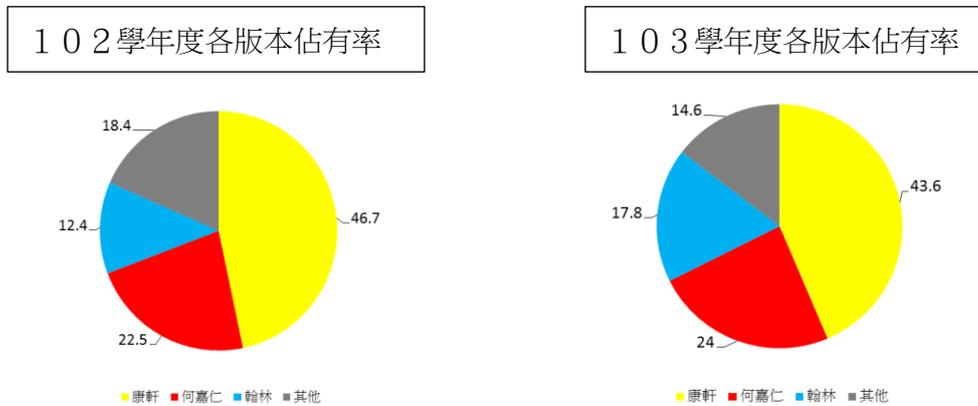


圖 3-4-3 康軒、翰林、何嘉仁版本市佔率比較圖

資料來源：康軒內部資料

上圖比較康軒、何嘉仁、翰林與其他書商在 102 與 103 學年度市佔率，康軒教材市佔率明顯超出何嘉仁、翰林以及其他書商業者。

(三)、補充教材

表 3-4-4 康軒、何嘉仁、翰林補充教材比較表

項目 書商	發音複 習講義	基礎扎 根講義	延伸補 充講義	字母 練習簿	電子書	教學 光碟	出版 刊物
康軒	○	○	○	○	○	○	○
何嘉仁	○	X	X	X	○	○	○
翰林	○	X	X	X	○	○	○

資料來源：1.康軒、何嘉仁、翰林網站資料

2.作者整理

X 表示未發行

就目前康軒、何嘉仁與翰林三家對於門市書局數量、教科書市佔率及補充教材之完整性三方面相較，康軒市場表現明顯均超過其他業者，康軒語教部經理、編輯團隊及業務員之看法：

我們教材編輯非常嚴謹，是我們康軒的特色。(受訪者 K1)

電子書成本很高，只要修改就要花很多錢，像翰林的學生電子書比較陽春，他們把教師用電子書的內容複製到學生用電子書，功能就比我們差很多。(受訪者 K2)

我們和翰林差距較小，翰林會學何嘉仁和吉得堡或有朗文的影子，何嘉仁高年級的發音比例很重，有老師這樣反映，康軒比較穩定，Hello Kids 是全台用最多的，Follow Me 今年也選的很棒，幾乎三年級都用 Follow Me，翰林和我們也很像。我們有時也會參考同業的東西，走在前面的人較有風險，後面的人會做改良，其實有不錯的我們都會互相學習，沒什麼不好，所以 Follow Me 有何嘉仁和翰林的影子。(受訪者 K3)

為了因應同業的壓力和競爭，我們會把兩家的優點合併設計較多的附件，例如翰林和何嘉仁都有的東西，我們會蒐集兩家的優點，這種競爭壓力下設計出來的結果對小朋友來講應該是好的。(受訪者 K5)

康軒最早進入國小教材市場，所以教材架構編輯上最完整，多年來老師有給我們很多的意見，讓我們可以做修正，還有提供很多的配套資源是別家所沒有的，低年級的部份 Yo Ho 和 Go Go Starter 我們有參考過翰林何嘉仁的附件，所以附件比較多，今年我們有做改版，保留了老師比較常用的附件，只增加一張小白板。(受訪者 K6)

有研究指出消費者一旦採用先佔者之產品，通常會趨向於繼續採用的態度，也就是先賣先贏。教科書開放民間編輯時，大多數業者仍著重於聯考制度主要學科之自修及參考書之編輯，不看好國小教科書市場，讓康軒拔得頭籌贏得先進市場契機。然而教科書開放民編期間，同業之間對教材編輯、教具設計甚至服務項目，產生相互模仿改良成為自家的優點，是市場激烈競爭下的結果，教科書趨同現象是國小教科書發展之自然演變。

叁、通路策略對消費者之影響

- 一、學校訂書運補順暢有效率，可適時支援與補充師生用書。
- 二、書局門市據點遍佈各縣市，擁有長期合作經銷商，協助業務專員服務教師不及之處。
- 三、網路服務發達，適時提供師生教育資訊或諮詢。
- 四、教科書趨同現象，增加教師選書之困難度或選書態度。

第四章 消費者對康軒行銷策略之評價

第三章研究者先行進行資料收集，以訪談法蒐集訪談內容進而分析康軒國小英語教材行銷市場現況。本章收集師生訪談資料後，從消費者之角度分析其對生產者行銷方式之評價。研究者於 2015 年 6 至 7 月間使用深度訪談法，對象為使用康軒教材之國小教師四人；另外使用團體訪談法，訪問國小使用康軒教材六年級學生共計八人。本研究題目以行銷之產品、價格、促銷及通路為研究架構，預設好訪談題目，再針對訪談內容進行分析，藉以瞭解消費者對康軒四 P 行銷策略之評價，訪談題目如下：

表 4-1 學生訪談題目一覽表

題號	題目	配對
1	你覺得康軒版英語課本的編排方式，包含單字、故事、句型、文法、發音、延伸活動、聽力練習、韻文、歌曲教唱等各單元的意見為何？	產品
2	如果你可以選擇課本，你會繼續選用康軒版嗎？	產品
3	你喜歡老師用電子書上課嗎？	產品
4	你希望老師幫你訂購練習卷或測驗卷增加練習的機會嗎？	產品
5	你知道康軒電子書和教學光碟的價格嗎？你覺得這個價格便宜/很便宜/很貴/有點貴？	價格
6	你會請家長幫你購買電子書或課本光碟嗎？	價格
7	你會關心課本的價格嗎？	價格
8	你希望康軒辦理學生校際英語方面的比賽嗎？	促銷
9	你希望康軒的業務人員在學校辦英語相關的團體活動嗎？	促銷
10	康軒出版商所提供的英語教具，例如單字卡片、句型條、世界地圖、佈置海報等有何建議或看法？	促銷
11	如果你要買康軒的練習卷或測驗卷，你知道去哪裡買嗎？	通路
12	你希望老師介紹你去書局購買康軒英語科練習卷或測驗卷嗎？	通路
13	你會上康軒文教機構的網站，想瞭解或買康軒其他的產品嗎，例如童書、測驗卷、參考書、學習單、訂購報紙或其他刊物？	通路

作者整理

表 4-2 教師訪談題目一覽表

題號	題目	配對
1	您覺得康軒版英語課本的編排方式，包含單字、故事、句型、文法、發音、延伸活動、聽力練習、韻文、歌曲教唱等各單元有什麼建議事項？	產品
2	您喜歡用電子書上課嗎？您希望電子書可以增加其他的功能嗎？	產品
3	您覺得有必要替學生訂購補充教材嗎？	產品
4	您會推薦學校或他校老師選用康軒的教材嗎？康軒教材和其他書商相比有什麼優點呢？	產品
5	您會建議家長幫學生購買教學光碟、電子書或補充教材增加練習機會嗎？	價格
6	你會關心課本、習作、學生電子書或其他補充教材的價格嗎？	價格
7	在教材的價格方面，您有什麼具體的建議？	價格
8	您希望康軒辦理學生校內英語方面的比賽或團體活動嗎？	促銷
9	您參加過康軒辦理的研習或旅遊參訪活動嗎？您覺得參加這些活動會增加您對康軒教材的好感嗎？	促銷
10	您喜歡康軒的服務嗎？服務品質是您評選教科書的考量因素嗎？	促銷
11	您會鼓勵學生使用康軒線上測驗系統或瀏覽康軒的教學平台嗎？	促銷
12	您覺得康軒業務員和其他書商業務員在服務方面有不同之處嗎？	促銷
13	您知道康軒教材的門市部有哪些嗎？	通路
14	您會介紹學生去書局購買康軒英語童書、刊物、練習卷或測驗卷嗎？	通路
15	您會上康軒文教機構的網站，瞭解康軒其他的產品嗎，例如童書、測驗卷、參考書、學習單、訂購報紙其他刊物？	通路

作者整理

第一節 消費者對產品行銷策略之評價

康軒教材消費主要族群為學校師生，教材編輯除需按照九年一貫課程綱要規範之外，對師生所反映之問題與建議亦須適時回應，從訪談內容蒐

集師生對康軒教材內容建議及選用評價為：

(一)、教科書：

我想我最喜歡是 Tom Sawyer，因為我從來沒有讀過這本書，覺得很特別。我覺得康軒很普通，要選用也可以。(受訪者 S1)

我沒有補習所以不知道別的版本好不好，可是康軒我還蠻喜歡的，康軒不會太難可以繼續用，它的故事內容編排還不錯。(受訪者 S2)

我覺得用故事來上課很有趣，我喜歡看小說，我覺得份量剛好，對大部份同學的程度來講差不多，歌謠程度很適合大家，而且歌詞底下有單字說明很方便，句型才兩句有點少，發音單元補充的單字太少要多一些。康軒我覺得不喜歡也不會討厭，沒意見，不過補習班可以學較多東西。(受訪者 S3)

我覺得份量剛好，適合大部份人的程度。我覺得我會選康軒，因為課本不難，只要不要太愛玩，要用功都很簡單(受訪者 S4)

我喜歡湯姆歷險記，因為很有趣，較適合六年級，我不太喜歡花木蘭，因為內容太簡單，應該放在五年級才對。我覺得課本很簡單，可能是我補習很久了，對沒補習的同學應該要簡單和難的交叉都要有，可以適合沒補習和有補習的人。(受訪者 S5)

我覺得康軒有點簡單，可是有人學不會就擺爛這樣永遠都不會，對沒補習的同學應該夠了，一個單元兩個句型對沒補習的人很足夠了。(受訪者 S6)

我喜歡湯姆歷險記，還蠻好玩的，可是故事好像沒有完整性。我覺得康軒太簡單了，應該要再難一點，要選的話我會選擇補習班的，因為我喜歡有困難度的教材，可以學習比較多。(受訪者 S7)

我可以說全部都喜歡，好像沒有不喜歡的單元，可是故事內容好像很少。我覺得有的地方剛好，有的地方又太簡單了，要選書的話要跟其它的課本比一比才知道，我應該會選學校的(康軒)，比較好學，不用背很多單字。(受訪者 S8)

我目前六年級用 Hello Kids，三年級用 Follow Me，Hello Kids 我已經用蠻多年了，覺得在單字量方面高年級希望每課可以增加十個，句型只有兩句很少，所以應該增加一點難度這樣，不然好像真的有點簡單，小朋友不會進步。歌謠還蠻好聽的，歌詞簡單朗朗上口，小朋友雖然說歌詞幼稚，其實他們蠻喜歡唱的，我用康軒教材覺得很習慣很好用。如果有老師問我的意見我會推薦康軒，其他學校老師就不會管了，不然好像在幫康軒拉生意。康軒在教材方面其實和何嘉仁差不

多，服務也差不多，可是以前我不喜歡何嘉仁課本發音的部分太多，歌曲很難學而且有反映過，現在好像有改進一點，可是我已經換康軒了，再換回來會不習慣。(受訪者 T1)

我現在用的是 Hello Kids 三、四年級的版本，我覺得整個內容編排都還好，沒有比較喜歡或不好的地方，我記得以前有用過一種好像叫 Wow English 真的很難用，它是橫的設計而且很難翻，學生也很不喜歡，用到後面書皮都不見了，所以選書很重要，選到不好用的書真的很痛苦。教材編輯這個部份很難拿捏，是應該以沒補習的人為主，但是可以再難一點點，有的小朋友很用功如果正常學習應該都跟得上。我沒有覺得康軒與其他版本有特別不一樣的地方，因為現在每家版本都很像，好像他們會互相模仿別人的優點。現在教材其實愈來愈像，雷同的地方很多，感覺康軒沒有很特別的地方，不過我們學校很久以來都是翰林、何嘉仁和康軒在使用，以後應該也一樣。(受訪者 T2)

目前我用 Hello Kids 版本，它每冊的份量都不一樣，單字量覺得差不多還算剛好，跟其他版本比起來教得蠻順手的。我會推薦學校老師選康軒，因為很好用，可能也是比較習慣了，何嘉仁也不錯，其實各有優點，我比較喜歡康軒的電子書，真的很好用。(受訪者 T3)

我現在用 Hello Kids 版本，中低年級用 Follow Me，覺得單字量還可以，但是康軒在整個架構難易度安排不是很平均，所以難易度我有建議康軒要改。如果老師要我提供意見的話，我會建議老師選康軒，我會告訴他們康軒的優點，不會主動要求老師要用康軒的書，康軒和其他教材差不多，可能用比較久了覺得比較習慣它的編排方式。(受訪者 T4)

訪談中師生對課本內容之故事、單字、句型、文法、發音、歌謠及延伸活動等提出建議頗多，部份學童感覺教材偏易或偏難；部份學童感覺難易度適中，研究者認為學童在先天智能與後天學習程度不一，各人個性之不同導致對教材之喜好自然有差異性，對教材使用效能與學習狀況亦因人而異。教師在教材使用上負有教學之義務與責任，對教材使用感受最深，除對於康軒教材之評價大多在於單字量、文法句型及歌謠難易度提出建議之外，大多數教師對所用教材仍表示肯定與支持態度。

(二)、與坊間教材之比較：國小學童在校外補習英語風氣盛行，產生學生程度落差 M 型化問題，針對學童對於坊間補習班與康軒教材版本之比較

有不同之看法：

我不知道補習班教什麼版本，好像叫 Fantistic 和 Seesaw，每個單元都有 15 個以上的單字，康軒才 8 個，補習班的跟康軒比真的難很多，康軒太簡單了我覺得單字太少，句型也太簡單，比我們在補習班學的少很多，需要多一點變化，有點無聊，其實補習班課本的編排和康軒都一樣，只是難度不一樣。(受訪者 S1)

我沒有補習，我覺得單字份量剛剛好，康軒我覺得不錯，不會太難可以繼續用，它的故事內容編排還不錯。(受訪者 S2)

我覺得不喜歡也不會討厭，不過補習班可以學較多東西。(受訪者 S3)

我們補習班課本內容很死板，學校課本比較生動有趣，但是補習班補充的東西比較多。(受訪者 S4)

我很小就開始補習，課本對話和學校差很多，我很驚訝，因為學校課本太簡單了，還在教 ABC 真的有點誇張。(受訪者 S5)

補習班版本名稱好像是 Fantistic，是用故事和主題人物為主。
(受訪者 S6)

我覺得康軒太簡單了，應該要再難一點，要選的話我會選擇補習班的，因為我喜歡有困難度的教材，可以學習比較多，我不知道補習班用什麼版本，可是補習班的單元和單字很多，句型比較難，補習班有五六個單元，每個單元有大約二十個單字，所以康軒課本單字和句型應該要多一點。(受訪者 S7)

我覺得康軒單字量剛好，有的地方又太簡單了，但是課本應該要配合大部份人的程度，不是每個人程度都一樣。我們補習班用佳音，課文比較多比較難，有很多字，還要背過去式的單字。要選書的話我應該會選學校的(康軒)，比較好學不用背很多單字。(受訪者 S8)

坊間補習班國小英語教材編輯之主題內容、單字、文法、發音份量明顯偏多而且程度偏難，康軒受到教育部課綱與英語領域學習能力指標之規範，份量較少內容偏易，適合一般學生程度學習，是與坊間補習班之最大不同。

(二)、多媒體教材：電子書是現代科技化的產物，漸漸成為教學的風尚，屬於補充教材之一環，師生對康軒電子書之使用之看法：

我喜歡電子書，因為字可以放大，看比較清楚、看動畫很有趣。
(受訪者 S1)

我喜歡(電子書)，因為可以看到比較多的東西，補充的東西比較多，像遊戲、故事的講解、動畫的部份、滑來滑去可以跳頁。(受訪者 S2)

喜歡(電子書)，我希望電子書要和課本搭配，不可以一直用電子書，課本也很重要，電子白板不用擦，我覺得很方便。(受訪者 S3)

我喜歡電子書的動畫，用普通的黑板上課也沒差。(受訪者 S4)

喜歡(電子書)，可以體驗到上課的感覺還有遊戲。(受訪者 S5~S7)

喜歡(電子書)，有遊戲和動畫很有趣，可以觸控還可以在台上寫字很好玩。(受訪者 S8)

用電子書真的會上癮，因為功能太多，尤其是用手指點一下滑鼠就可以發音，減少很多喉嚨的負擔。這學期學校安裝電子白板更便利了，螢幕比較清晰而且可以在上面寫字，叫小朋友上台寫字他們都會很開心。如果沒有電子書我會覺得很累，小朋友不容易專心，叫他們翻到第幾頁，有很多人都沒在聽，電子書可以清楚地讓大家看到你要教的那頁，操作很方便。如果小朋友程度太低，我會寫聯絡簿請家長幫小朋友買(電子書)，開學時我也會建議和鼓勵小朋友買電子書和光碟回家多聽、多唸。(受訪者 T1)

電子書很好用，可是英語教室只有一間不夠用，有時候還是要跑班，沒辦法用電子書。對程度比較弱又沒補習的小朋友會建議他們買，可是你要先問他們家裡有沒有電腦，還有父母准不准他們用，每個人家裡情況不一樣，有些人家裡是沒有電腦的。程度好的孩子當然就不用問了，買了也是浪費。(受訪者 T2)

電子書我喜歡用，因為有多種的補充資料，像文化節慶單元、發音、歌曲等補充的東西很好用，有聲音有動畫讓學生有興趣上課，方便又生動，以前用過何嘉仁和翰林的電子書，我比較喜歡康軒的，感覺比較順手。(受訪者 T3)

電子書很不錯，我很喜歡用感覺比較順手，角色扮演是我最喜歡的部份，可以請小朋友做對話練習，很像 RT(讀者劇場)很不錯。我們學校都會讓小朋友統一要買，價錢跟課本一起收，如果有家長有意見或是哥哥姊姊已經有了就可以退費，可以回家複習。(受訪者 T4)

電子書具有操控便利、網路連結、動畫、聲音、遊戲等多重功能，巧

妙結合知識、學習與娛樂的效用，掌握了學童喜歡與電腦互動的心理，廣泛受到學童之喜愛。電子書運用在教學上讓教師覺得得心應手，節省課間重複帶領學童發音的負擔，搭配投影設備的使用，可清楚呈現教師所要進行的教學內容，並可吸引學童專注力，是教學一大利器。

(三) 補充教材：康軒補充教材包含基礎扎根講義、發音講義與延伸補充講義等，對於是否需選用師生對其評價大致相同：

這要看個人的決定，我補習覺得課本太簡單，我不需要買補充教材。(受訪者 S1)

我覺得要像 CD 一樣有需要才買 (補充教材)，我自己只要看課本就好了。(受訪者 S2)

我覺得不用買 (補充教材)，因為會增加大家的負擔。(受訪者 S3)

我也覺得不用買 (補充教材)，因為複習課本就可以了。(受訪者 S4)

不需要買補充教材，只要多看課本寫習作就可以了，不會的也是隨便亂寫。(受訪者 S5)

每周英語才上 80 分鐘，如果要寫練習卷會壓縮上課時間，應該不需要。(受訪者 S6)

補充教材應該要讓我們決定要不要買，不過老師要看我們需要的時候買一些測驗卷給我們複習，因為課本的東西太少。(受訪者 S7)

應該讓我們決定要不要買，看個人需求。(受訪者 S8)

從來沒買過補充教材，因為買了還要幫他們檢討，課會上不完，康軒業務都會免費提供補充講義可以影印給小朋友用。在開學後可以請老師幫忙調查學生自己要不要買，採自願式的不要強迫，有的小朋友很用功應該會買。補充教材因為業務不會向我們推銷不知道價錢，所以不會請小朋友買。(受訪者 T1)

我沒有用過康軒的補充教材，應該業務以前有給過我，被我放到一邊去了，更不會介紹給學生用。(受訪者 T2)

補充教材我沒有用過，他 (業務員) 好像沒有送給我，只有給我的同事轉交給我，後來我有看到可是沒有用，光碟題庫設計很好，只要影印要用到的單元就好，所以用不到補充教材，也不會請學生買。開學

時我都會叫小朋友買(電子書)，可以回家複習，補充教材就都沒有，因為要看有空的時候再找資料給他們用就好了。(受訪者 T3)

我沒用過(補充教材)，以前業務也送但是沒用過，所以也不會介紹給小朋友，因為會買的人應該也不多，意願不高，要在家裡複習可能不會認真去寫，會的人也不用買，因為已經會了。(受訪者 T4)

第三章有關補充教材設計之理念係針對城鄉差距、各校授課時數不一，及學童學習程度有落差時，教師可視情況斟酌使用，非康軒極力推廣的教材項目。教師怕擠壓授課時數較少使用補充教材，一致認為補充練習題目可從教用光碟、康軒網站及業務免費提供樣書影印使用，以及康軒業務員以服務性質促銷補充教材等因素，教師對康軒所設計之補充教材使用意願不高，連帶導致學童對補充教材無使用意願。

第二節 消費者對價格行銷策略之評價

(一)、教科書與補充教材

課本與習作項目屬義務教育範圍，版本由教師選擇，價錢由學生家長支付，是必須購買的項目；補充教材屬教師視教學情況自由採購項目，因教師使用意願不高，導致教師與學童對價格之瞭解明顯不足，或無瞭解意願，師生對教科書與補充教材價格之評價：

我不知道課本多少錢，也不太想去瞭解，補充教材要看個人的決定，我有補習覺得課本太簡單，我不需要買。(受訪者 S1)

我不知道課本價格，只知道不會貴，補充講義我覺得要像 CD 一樣有需要才買，我自己只要看課本就好了。(受訪者 S2)

我不知道多少錢，因為我不用出錢，付錢的人才需要關心，補充教材我覺得不用買，因為會增加大家的負擔。(受訪者 S3)

我也不知道價錢，又不是我出，好像跟我沒關係。補充教材我也覺得不用買，因為複習課本就可以了。(受訪者 S4)

不需要買（補充教材），只要多看課本寫習作就可以了，不會的人也是隨便亂寫。（受訪者 S5）

每周英語才上 80 分鐘，如果要寫補充練習卷會壓縮上課時間，應該不需要買。（受訪者 S6）

我不知道價錢，也不會買，以前有買過，因為太簡單，有點浪費，可是我覺得要便宜一點，比較弱勢的人才會買得起。應該要讓我們決定要不要買，不過老師要看我們需要的時候買一些測驗卷給我們複習，因為課本的東西太少。（受訪者 S7）

補充練習卷應該讓我們決定要不要買，看個人需求。（受訪者 S8）

我知道課本和習作很便宜，就算貴一點家長也一定要付。課本和習作是業者花了很多人力和物力和資金，可是賣得這麼便宜好像有點不敷成本，也許是薄利多銷吧，還是可以有利潤，補充教材價錢我也不知道，要問一下業務，因為會送而且也不會推銷，感覺好像不是很重要，可是沒人用好像有點可惜。（受訪者 T1）

價格其實我完全不知道，沒在注意沒什麼建議，補充教材也沒用過。電子書好像 170，課本和習作加起來好像 70 多，補充教材真的沒印象，如果像你講才 20 多真的很便宜可是平常用不到，你也不會想要知道，這是人之常情。如果 A 君（康軒業務員）會送就不用買了，用影印的多方便，要買還要收錢很麻煩。（受訪者 T2）

補充教材的價格我完全不知道，因為沒用過我從來沒有考慮價格，補充教材的價格我完全不知道，因為沒用過，如果像你講得這麼便宜很不錯，可是沒在用，是不是有點可惜。（受訪者 T3）

課本和習作應該要便宜一點，反正薄利多銷應該不會虧錢，可是補充教材真的很少用，所以不會請學生買，要補充就從光碟下載或自己出一些題目給小朋友練習也可以。（受訪者 T4）

康軒課本、習作價格由政府把關與業者議價，師生無權參與議價之過程，售價低廉由家長支出；補充教材教售價亦低廉然而教師使用意願低，連帶學童無使用意願。第三章研究康軒補充教材價格雖低廉但市場需求量不甚理想，研究者認為康軒教科書及補充教材價格策略對師生無影響。

（二）、多媒體教材

電子書與教學光碟屬於補充教材項目之一，單價較高但較受學童青睞

，價格方面師生亦有不同之看法：

電子書的價錢我也不知道，也不太想瞭解多少錢，有看同學在買，好像一百多，我上課看老師用就好了。(受訪者 S1)

我有買過電子書 180 元，覺得有點貴，老師的電子書比較好，功能比較多。(受訪者 S2)

電子書 180，因為是我付的我知道，還有兩片光碟，我覺得便宜一點會比較好。(受訪者 S3)

我也不知道價錢，又不是我出，好像跟我沒關係，電子書更不會買，如果一百多其實還算不貴，如果我們能認真使用，其實不貴，可是一定要利用。(受訪者 S4)

不知道電子書賣多少。(受訪者 S5、S6)

我不知道價錢，也不會買，以前有買過，因為太簡單，有點浪費，可是我覺得要便宜一點，比較弱勢的人才會買得起。(受訪者 S7)

一片 180 太貴了，因為才用幾個月就丟了。(受訪者 S8)

電子書才一百多可以用一個學期，只要好好利用應該不貴，可是對很多家長來講，可能家裡沒電腦或是不喜歡小朋友看太多電腦，還是怕他們玩遊戲沒在學習，很多原因就不太想買，對程度較低的小朋友其實和電腦互動學習可以進步較多。(受訪者 T1)

我從來沒有考慮價格，我知道電子書好像 170 還是 180，價格來說應該愈便宜愈好，可是買一片可以用一學期，我覺得還 OK。(受訪者 T2)

電子書和光碟要一百多好像有點貴，如果便宜一點可能買的人會比較多吧。(受訪者 T3)

我知道電子書好像 170 還是 180，價格來說應該愈便宜愈好，可是買一片可以用一學期，我覺得還 OK 電子書如果便宜一點應該買的人會比較多，我會叫學生買光碟回家複習，一班大概有四分之一的人買，感覺算不錯了。(受訪者 T3)

如果能便宜當然會更好，不過才一點錢家長都付得起。電子書和光碟共三片 170 還是 180 其實在經濟效益來講很實惠了，只要小朋友肯好好利用，花這一點錢算什麼，也要看家長配不配合，有沒有用心。(受訪者 T4)

站在消費者立場，大多數學生及部份教師覺得電子書價格宜再降低，較能符合一般家長之消費能力，教師認為學童如能善加利用電子書，必能在學習上獲得應有之效益。第三章康軒價格行銷策略有關電子書價格，因製作成本高亦是市場利潤來源之一無法降價，研究者認為就學童學習階段，家長如能重視學童英語學習成效而購買電子書，並鼓勵學童善加利用提升英語程度，研究者認為其價格因素應不影響家長消費能力。

第三節 消費者對促銷行銷策略之評價

(一)、研習活動：康軒在學校辦理活動，學童方面需教師提出申請，才會進行活動之設計與規劃，屬於較被動服務性質；教師方面則會針對增進教師學習知能，或增進教師與業者之情誼，主動辦理研習或旅遊參訪，師生對康軒辦理活動之看法：

希望可以多辦一點活動，應該會比上課有趣。(受訪者 S1)

辦活動很好玩，只要不上課都可以，以前有外國老師來上課也有遊戲，我覺得很好玩。(受訪者 S2)

我覺得沒差，有沒有都沒關係。(受訪者 S3)

希望可以多辦一點活動，像闖關遊戲。(受訪者 S4)

辦活動應該會蠻有趣的，要設計好玩一點的。(受訪者 S5)

可以試看看，應該不錯，以前曾經有聖誕節活動，有唱歌、抽獎和外國聖誕老人有獎猜謎，很不錯。(受訪者 S7)

我比較喜歡校內活動，不要校際的，壓力太大，像學期末的時候如果康軒可以來幫忙帶遊戲或比賽之類的，小朋友應該很高興。有空我都會參加康軒的研習，參加好幾次了，因為康軒研習規劃都很用心，有學術性教材教法研習，還有娛樂性的桌遊介紹，還有戶外旅遊參訪都蠻有趣，還可以認識其他學校的老師。只要對公司服務有好感，當然會對他們的教科書多一點喜愛，因為業務都很貼心客氣，服務都很周

到。(受訪者 T1)

辦活動不錯，可是到學校辦活動好像業務要自己規劃，這樣他們會很辛苦。以前我參加過桌遊的研習感覺還不錯，有便當和咖啡，還有展示康軒的教材，服務很好。(受訪者 T2)

可以建議康軒在兒童周或節慶的時候來學校辦活動，小朋友應該會很喜歡，老師應該也很樂意。我喜歡康軒的研習，我都有參加，一定會增加對教材的好感，像以前辦的桌遊很不錯，印象比較深刻是前一陣子參訪隸屬康軒的康橋系列的高中、國中和國小，感覺很用心的在辦學，好像財力很雄厚，我希望可以再多辦一些研習。(受訪者 T3)

如果是平常要來辦活動應該沒辦法，因為會影響到我們上課的時間，如果可以利用其他比較有空的時間來辦就還不錯。我有參加過還不錯，去年有去嘉義的交趾陶還有桌遊，比較喜歡是桌遊學到很多東西，研習可以得到很多教材的訊息，會增加教材的印象，旅遊和參訪可以增加對業務的感情，可以認識其他學校的老師，但是對教材認識會比較沒影響。(受訪者 T4)

對業者來學校辦理活動師生表示肯定與支持的態度，學童平日在校按表操課，書商業者如能配合節慶或學期末辦理活動，以不影響教師課程進度為原則，往往會贏得師生對書商之印象與好感。對於康軒辦理研習或旅遊、參訪服務，在研習會場康軒會針對教師需求，陳設完整的出版產品並提供相關資訊，是一種置入性行銷，可以增加教師對康軒教材之印象。而旅遊或參訪活動服務規劃貼心周到，可以增進教師與業者之間感情的交流，增加彼此的好感，教師亦樂於參與業者所辦之研習服務。

(二)、業務員服務：書商服務態度是教師選書時，僅次於教材編輯內容所重視的項目，關係書商整體形象，教師對康軒服務態度之看法：

服務項目和態度都大同小異，都很客氣很積極，我喜歡他們(業務員)都很客氣有禮貌，每次要求他們做一些事幾乎都會達成，如果服務太差，真的會影響選書的印象。以前有位業務平常都不來學校，只有要選書前才會出現，感覺很現實，而且身上有煙味，覺得不喜歡，後來就換版本了。(受訪者 T1)

康軒和何嘉仁是跑得最勤快的兩家，服務很周到，翰林以前比較差，

現在比較好一點了，比起來康軒的 A 君跑得應該是最勤快的，何嘉仁可能有點年紀哦，年輕還是有差，而且長得帥帥的比較受人喜歡，嘴甜一點、活潑一點，還是會比較吃香，比較會討人喜歡。服務很棒，我們一直都有選康軒的書，就我個人來說，不會以服務來決定選書的標準，那太離譜了，你也不會因為哪位業務來決定要不要選他的書，還是要以課本內容為主，服務應該是第二考量。(受訪者 T2)

和其他家業務比較，像康軒比較可以提供較多的資訊，他們會常常來學校，何嘉仁也不錯，其實一般來講服務品質都差不多，何嘉仁和康軒比較 ok，現在翰林換一個女生在跑有比較好一點。我喜歡他們的服務，我會向同事推薦康軒教材，我們英語老師都會一起討論要選什麼版本，互相討論達成共識，然後要填選書的表格，那表格每個學校都要有要填，因為自己覺得好用，大家也覺得不錯，我們理想的版本還蠻一致的，我們學校三到六年級都用康軒。可是不會用服務來決定要不要用，選書還是要看課本的內容來決定，還有小朋友會不會吸收，服務應該是第二。(受訪者 T3)

我喜康軒的服務，康軒跑得很勤快，服務是選書的考量之一，可是不是最重要的，選書還是要看課本習作和周邊教材配套的支援決定，服務很重要可以加一兩分，可是不是選書的依據。大家感覺都很努力，比較認真跑的應該是康軒和何嘉仁，目前翰林也很想跟進，有比較勤快。(受訪者 T4)

教師對康軒服務品質與態度均表示讚許，然而對教科書評選而言，書商服務態度是選書考量因素之一，教科書編輯內容之良窳才是教師選書之主要依據，在教科書趨同現象的競爭市場，各家業者服務內容不僅相互較勁，服務態度日趨完善，對教師而言無異是一種福利。

第四節 消費者對通路行銷策略之評價

教材適時支援與補充是每學期師生的基本需求，教材之通路順暢與效率是各家業者必須掌握的服務，除教材之運補，對於普及的經銷商、門市書局所串連的通路體系及多元化的通路服務，可讓消費者對康軒產品產生信心與依賴感，師生對康軒門市書局使用之看法：

我不知道康軒的書局在哪裡。(受訪者 S1~S3、S6~S8)

去書局大部份是買文具，不會去買課本，要課本找老師就好了。(受訪者 S4)

老師從來沒有叫我們去書局買什麼書，所以不知道去哪裡買。(受訪者 S5)

不知道因為用不到(門市書局)，如果要用書直接請業務幫忙就可以了。練習卷康軒會送可以影印來用，如果介紹小朋友去書局買書好像有圖利廠商的感覺。(受訪者 T1)

從來沒想過不知道在哪裡(門市書局)，我想知道應該要去上網查才知道，平常不會記這些，也從來沒想過，好像用不到。(受訪者 T2)

我知道，是在大雅，因為上次去研習就在大雅，那裏應該就是，可以在那裏買到書，可是其他的門市部我不知道，因為沒用過，應該很多人都不知道吧。(受訪者 T3)

我知道台中大雅，台北在新店有一家，可是書局我不知道，其實用他們送的光碟資料就夠了，所以不會叫小朋友去書局。(受訪者 T4)

師生對於康軒網路服務使用之看法：

我沒有上過康軒網站，平常很少上網，我們家有限制用電腦的時間。(受訪者 S1)

沒想過要上康軒網站，老師有介紹過線上測驗，可是我沒用過。(受訪者 S2)

沒有上過，我媽平常不讓我用電腦，怕我做其他的事情。(受訪者 S3)

老師沒叫我們用康軒網站，好像跟課本沒什麼關係，應該很少人用吧。(受訪者 S4)

我沒有上過康軒網站，老師從來沒有叫我們要查什麼資料，所以不知道。(受訪者 S5)

沒有，因為不知道要查什麼，沒什麼用，平常都在玩電動較多。(受訪者 S6)

我沒有上過康軒網站，因為不知道要查什麼，線上測驗單字我沒什麼興趣，我都靠自己背，補習班老師也會叫我們背單字，所以不會去上康軒網站。(受訪者 S7)

有上過康軒網站，但是很少，無聊的時候隨便看看，平常不會請小朋友上網站，可是我有介紹阿蓮國小方老師設計的澎湖灣線上測驗系統給小朋友知道，感覺他們沒什麼興趣，可能家長不喜歡他們用電腦，怕他們都在玩遊戲。(受訪者 T1)

沒有上過(康軒網站)沒有講過，反正跟他們(學童)講也沒用，不會有人真正用來背單字，怕是晚上用來玩線上遊戲吧。(受訪者 T2)

很少，平常沒有空，我知道這個網站(康軒線上測驗系統)，我有試過覺得還不錯，應該下學期會介紹給小朋友用，以前 A 君(業務員)有來發 DM 有介紹這個網站，好像還可以參加抽獎，何嘉仁也有類似的網站都差不多。(受訪者 T3)

偶爾會去看一下，看有沒有學習單可以用，可是學習單好像跟光碟的內容都差不多，其實光碟較很好用了。(受訪者 T3)

平常教師用的光碟裡面就有很多東西可以用了，所以不會再去訂購什麼。有時候會去看一下有沒有學習單可以用，有的學習單下載以後我會把它重新編輯一下還不錯，還有有時候會看一些影片還不錯。
(受訪者 T4)

網路服務是現代書商必備的行銷工具，設計內容完善且無遠弗屆，可提供消費者即時的資訊。上述訪談內容可見師生使用康軒網站購書或線上測驗之使用率不高，研究者認為和教師是否向學童推廣使用、學童家裡客觀環境，及家長態度等因素相關。

第五章 結論

第一節 研究結論與建議

前述第三、四章研究者深度訪談使用康軒國小英語教材之師生，以及現職康軒之從業人員，從訪談題目設定，至訪談過程之資料蒐集及資料分析之形成屬學術研究範疇，受訪者在訪談敘述內容中難免會對其他教科書商之產品、服務、促銷或通路策略做出比較。研究者忠實呈現受訪者所表達意見內容並做出分析，無預設立場、偏袒、攻擊或宣傳任何教科書商之目的。其中有關康軒教科書、教具、補充教材等相關產品著作內容與設計均屬康軒文教事業之版權，未經康軒授權許可，不可任意轉載使用。

本文第三、四章的訪談研究分析，針對康軒國小英語教材在產品、價格、促銷及通路等行銷策略及其對國小師生之影響，先行以資料蒐集再輔以訪談方法分析整理做出結論如下：

壹、最早進入教科書編輯市場，掌握政府政策與市場脈動贏得先進市場契機，產品多元迎合消費者需求。

康軒原與出版高中職教科書之龍騰出版社為家族企業，自教科書開放民編起即投入教科書市場，自 1989 年創辦至今致力於教科書編輯已有 26 年，以先進市場之優勢及豐富的出版經驗贏得商機。在國小英語教材方面持續不斷努力研發教科書、補充教材、教具及電子書等教材供師生選用，連續蟬聯銷售量冠軍是教師選用康軒教材滿意度的最佳證明。國小學生是國小英語教材之使用者，教師是實施教學之主導者，學習成效需有業者編寫優質之教材三方面配合方能達成。九年一貫教改開啟了國小英語教育與民間編輯教科書之大門，在我國教育史上是一創舉，政府、教科書業者與教師均為提升國小英語教育做出努力。教科書業者縱然以企業利潤為追求目標，但在提升國小英語教材品質依舊不遺餘力。

貳、英語教材結合專業的教材研究與編輯人員協力完成，提供師生優質且多元的教材，奠定教科書市場的基礎。

教科書（課本與習作）是師生教學過程的主要工具，其編輯內容與編排架構與國小師生息息相關，是產品行銷當中最受矚目的一項。康軒教科書編輯以九年一貫課綱及英語學習領域能力指標為規範，以態度嚴謹的教材研究員與編輯人員，結合兒童英語教學領域專家學者及第一線國小教師之建議與研討編輯完成，版本內容豐富而多元，提供教師較多選擇；補充教材係針對現行 Hello Kids 及 Follow Me 兩版本發行，提供教師視教學情況斟酌補充運用；設計新穎的教具製作與支援服務，是業者自行吸收製作成本，期能增加教學的趣味性，吸引學童的學習興趣，是教材研發的一環；電子書的發行提供師生教學的便利與實用性，教科書積極的電子化研發亦是康軒持續研發的走向。

參、以提升教育品質之理念為前提，教科書定價策略符合政府政策與市場需求，以其他相關教育產業爭取企業利潤。

審定本國小教科書為因應市場需求，受到政府議價制度之保護其單價極為低廉無市場利潤，康軒以堅持提升教育品質之經營理念，從國中小教科書出發，積極興辦幼教雜誌、國中各科輔助教材、創辦雙語學校如康橋幼兒園至康橋國中、高中，以及海外相關教育文化事業之利潤，得以彌補國中小學教科書之價差。

肆、教材透過科技化物流中心存儲及運補，輔以完善而縝密的網路資源，全台多處經銷商與門市書局據點，提昇消費者之通路服務。

在通路方面，精準且富效率的教材運補是現代消費者對書商的基本要求。康軒國小教材以桃園物流中心為集散地，引進高科技倉儲系統及分流

技術，正確且具時效性的將消費者所需產品即時運補，在分秒必爭的競爭市場獲得消費者的肯定。全國各縣市合計一百家門市書局，可提供消費者教材獲取之便利性；有經驗豐富的經銷商相互支援，協助策劃與辦理相關研習或促銷推廣活動，並支援業務人員到校服務人力之不足；規劃完善與內容豐富的網路服務系統，提供教師教學所需課程設計、教學進度規劃、教案編寫、題庫設計、教育新知等多元化資訊，讓教學工作更得心應手。

伍、豐富且多元化的促銷活動，提升消費者對產品的認知。

近年來康軒持續辦理教師研習活動，針對教師的需求，設計多元且豐富的教學觀摩，介紹最新的教材教法，研習會場完整陳列康軒所出產教材與代理童書，能增進教師對產品的認知；寓教於樂的參訪或旅遊行程，可有效培養教師與康軒行政人員之情誼，建立友善的互動與溝通基礎；康軒在學校辦理活動，可強化與學校及師生間的互動關係，在競爭白熱化的教科書市場，辦理豐富且多元的研習或學校活動對業者與師生而言是一種互惠的表現。

陸、以顧客滿意度為導向的服務態度，滿足消費者對產品的需求，建立以客為尊之口碑。

服務是業者間一種無形的戰爭，業務員以服務師生為目標卻是行銷的重要推手。康軒規劃業務專員之教育訓練，除加強對自家產品本職學能之瞭解，亦需瞭解競爭對手各項產品之差異性，方能對教師所反映問題給予及時的回應或解決。業務專員平時服務教師數量甚多，除定期服務項目與不定期辦理研習活動，仍需兢兢業業解決教師所提的各種要求，期能穩固現有客源，建立良好的口碑期能開發潛在客源。在教科書趨同的競爭市場，教師在無分軒輕的教科書品質中，服務態度與效率往往會成為選書的第二考量。

本研究建議為：

壹、國小英語教科書為奠定基礎英語教育之根本，康軒應致力深耕教育園地，持續加強教科書編輯為長期工作重點。

研究者分析國小師生對教科書編輯內容，其中有許多對課文單字、發音、文法、歌謠及習作等提出意見頗多，因學童天生資質與後天培養客觀環境之不同，以及教師對教科書之要求與想法均有差異性，沒有十全十美的教材。因此建議業者秉持發揮創意、誠意與滿意的經營理念，持續不斷研發優質的英語教材，參考各家教材之優點，廣納教師所反映之建議，加強教科書編輯內容是康軒經營教育事業之長期目標。

貳、期能強化教科書及補充教材之價格服務，符合更多消費者能力。

訪談發現大部份教師覺得教學光碟已附學習單與題庫，不會替學生選購補充教材，少部份教師覺得學生欲增加練習的機會，可自由選購補充教材。研究者認為康軒投入大量心力設計教材卻無法普及使用，是一種資源的浪費，建議業者壓低價格以薄利多銷方式推廣給師生使用，藉以彌補課本與習作低單價之價差也可以降低庫存量，可謂雙贏的做法。另電子書市場反應價格偏高，如能以薄利多銷概念加以促銷，也許能刺激學生與家長購買慾望增加營收。

參、宜更主動設計規畫教師研習與學校活動，可藉以回饋社會，並增進與師生間情感及對產品之印象。

康軒近年持續辦理教師多元化的研習、旅遊與參訪活動，藉以爭取與教師間情感之交流與良好互動關係，獲得參與教師一致的好評。在學校活動方面需由學校主動提出，再由康軒策畫配合辦理。研究者分析國小學童對正式課程以外之活動均表示期待與支持，教師也希望在不影響授課進度為原則下，期待康軒能利用節慶、社會議題或學期末不影響課務時間，積

極且主動規劃辦理學校活動，並邀請家長參與，藉以加深師生與家長對康軒產品之瞭解，亦可回饋社會大眾，是比文宣廣告更有效率，與極具創意與教育意義之行銷。

肆、可充份利用各地經銷商地緣與人脈關係，加強教材運補與支援通路，提升業務員對師生服務效率與品質。

使用康軒教材師生遍佈全台、離島、城市鄉村及偏遠地區，除定期服務與辦理研習活動，亦需滿足教師平日各種需求，業務專員在有限的人力，或無法及時支援的情況下，難以做出盡如人意的服務，必須仰賴各地經銷商的支援與配合。經銷商擁有地緣與當地人脈之優勢，與業者如能以互惠的利益考量，為服務消費者共同做出努力，必能提升康軒業務人員服務效能，彌補人力不足或鞭長莫及的窘境。

第二節 研究限制

一、受訪對象之限制

本研究先蒐集康軒產品、價格、促銷、通路等資料，輔以質性研究之訪談法與內容分析，藉以瞭解康軒國小英語教科書行銷策略對師生之影響，以及師生對康軒教材之評價。因研究者人力、時間、地域及經費之限制，訪談對象無法擴及全台康軒各辦事處所有員工，以及曾使用過康軒教材之所有師生，資料蒐集難免因訪談對象個人層級高低、文化背景、實務經驗、人格特性及職務層級思考模式之不同，研究資料蒐集、結論與建議形成之效度亦受限制。

二、研究者本身之限制

研究者本身具有國小英語教師之背景，因工作關係與康軒及其他英語

書商業者有配合的經驗，在康軒行銷策略之蒐集及其對國小師生的影響，以及國小師生對康軒行銷策略評價分析資料之形成，難免會受個人主觀意見、看法或工作背景因素影響，以及研究未及之處。

三、研究形成之限制

行銷策略運用於商場之中，從最傳統之四 P 行銷策略，至目前研究出更多組合方案如 7P、8P、12P 等，本研究礙於時間與篇幅限制，在資料蒐集與分析整理結論時，推論無法囊括所有教科書業者及不同的行銷組合策略，難免有未盡之處。

四、自九年一貫課程實施推動國小英語教育以來，政府對基礎英語教育的推動與成效十分重視，各書商業者除兼顧企業利潤之外，為提升教科書品質亦不遺餘力。希冀有更多相關國小英語教材行銷，及其對消費者影響之量化研究，期能進一步提升國小英語教材之水準。

參考文獻

- 丁學勤、林素吟，2001，「行銷理論與行銷思想學派之發展」，《遠東學報》，第 19 期，頁 182-189。
- 王天助，2011，《中部地區國民小學九年一貫課程自然與生活科技領域高年級學童學習現況調查研究》，國立台中教育大學科學運用與推廣學系科學教育系碩士論文。
- 王國生，2001，《九年一貫課程健康與體育學習領域合科教學之調查研究——以新竹市立國民小學教師為例》，國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 王惠珍，2012，《探討提升教科書業務服務品質之關鍵因素》，中華大學科技管理學系碩士論文。
- 丘昌泰，2011，「政府施政與民眾感受之間的連接器：政策行銷」，《研習論壇》月刊，第 129 期，頁 1-7。
- 田思怡、蕭白雪，2015，「中小學基礎教育我全球第四」、「經合組織 76 國大調查，前五全在亞洲，星第一港二南韓三我與日本並列四」，《聯合報》，104.05.14.，A5 版話題刊載。
- 伍秀娟，2011，《英語教師教科書選用態度、選用考量因素及出版商服務行銷之研究》，中華大學企業管理學系碩士論文。
- 李芝蘭，2008，《國小教師教科書選用行為之研究：消費者行為理論之應用》，逢甲大學公共政策所碩士論文。
- 李寶翠，2013，《You Tube 英語歌曲教學對提升國民小學一年級學生英語字彙學習與興趣之行動研究》，銘傳大學教育研究所碩士論文。
- 呂家豪，2001，《高雄市國民中學語文領域（英文）配合九年一貫課程發展的實況與需求之研究》，國立師範大學教育學系碩士論文。
- 宋 東，2006，「行銷力—企業成功關鍵」，《天下雜誌》，第 355 期，網路資料取自 <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5009903>。

- 沈姿蓉，2006，《遊戲融入英語字母教學之探究》，國立台北教育大學兒童英語教育學系碩士論文。
- 林秀姿，「是戰略非教育，陸拚第二外語」，《聯合報》，2015.04.27 A5 版，民意論壇。
- 林奕瑩，2001，《九年一貫課程政策決定之評析》，國立台中師範學院教育研究所碩士論文。
- 林穎，2013，《情境管理個案模式下偏遠國小英語教學學習績效之研究：以台南市後港國小融入讀者劇場為例》，康寧大學企業管理研究所碩士論文。
- 林蕙蓉，2001，《溝通式教學對學童英語及文化學習之效益》，國立高雄師範大學教育學系博士論文。
- 林鏡湖，2001，《國中教師對九年一貫實施之瞭解程度，專業成長需求及所獲支援程度調查研究》，國立彰化師範大學教育研究所碩士論文。
- 施妙玲，2013，《國小高年級學生英語學習態度與學習困擾之相關研究》，康寧大學應用外語研究所碩士論文。
- 洪曉佩、明金蓮、陳玉枝，2010，「焦點團體訪談法在癌症族群的運用」，《領導護理》，第 11 卷第 3 期，頁 2-9。
- 范麗娟，1994，「深度訪談簡介」，《戶外休憩研究》，第 7 期第 2 卷，頁 25-35
- 秦夢群、賴文堅，2006，「九年一貫課程實施政策與問題之分析」，《教育政策論壇》，第 9 卷第 2 期，頁 23-44。
- 高新建，1991，《國小教師課程決定之研究》，國立台灣師範大學教育研究所碩士論文。
- 高湘韻，2001，《鄉土教育融入九年一貫課程之研究—以花蓮縣國民小學鄉土在地課程為例》，國立花蓮師範學院鄉土文化研究所碩士論文。
- 梅文慧，2011，「國中小教科書開放政策困境與因應之探討」，《學校行政》，

- 第 71 期，頁 176-193。
- 張乃文，2011，《台北市國小教師對教科書業者行銷服務態度之研究》，台北市教育大學學習與媒材設計學系課程教學碩士論文。
- 張仕東，1995，《國民中小學教科用書物理屬性之評析》，國立臺灣師範大學工業教育研究所碩士論文。
- 張春興，2000，《教育心理學》，台北市，東華書局。
- 張淑旻，2004，《城鄉國小學童英語學習情況之研究—以桃竹地區六所六所國小為例》，國立新竹教育大學教育研究所碩士論文。
- 都中秋，2003，《進入策略與市場導向配適對市場影響績效之研究--以國中、小學教科書市場為研究對象》，中原大學企業管理學系碩士論文。
- 康軒，2015，「教學 i + 1 學習 Follow Me，學習重點四—問答句」，《康軒樂學報》第 6 期，104 年 4 月版。
- 康軒文教集團網站，2015，摘自 https://www.knsh.com.tw/_Group/History.asp。
- 國民教育社群網，2014，「97年國民中小學九年一貫課程綱要」，網路資料取自 http://teach.eje.edu.tw/9CC2/9cc_test.php。
- 教育部，2003，「國民教育階段九年一貫課程總綱綱要」，網路資料，取自 <https://www.google.com.tw/webhp?sourceid=chrome-ins>。
- 教育部，2008，「國民中小學九年一貫課程語文領域（英語）」，網路資料取自 http://www.k12ea.gov.tw/97_sid17/%E8%8B%E8%AA。
- 教育部，2014，「國民中小學教科圖書法令與政策」，網路資料取自 http://www.k12ea.gov.tw/ap/affair_view.aspx?sn=cbb62e98-6a。
- 莊仲寧，2001，《模糊數學方法在九年一貫課程學習領域綜合評量上之應用》，國立台中師範教育學院教育測驗研究所碩士論文。
- 莊惠婷，2014，《彰化縣國小英語教師專業成長與教學效能之研究》，康寧大學應用外語研究所碩士論文。

- 陳佩芬，2013，「影響國小教師對教科書的再購意願之因素—社會交換理論及交易成本理論的觀點」，《教育與多元文化研究》，第9期，頁1-35。
- 陳定國，1999，《行銷學》，台北市，華泰文化事業股份有限公司。
- 陳宜敬，2003，《嘉義縣市國小高年級英語教師使用教科書之調查研究》，國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文。
- 陳清溪，2005，「升學考試科目不宜實施一綱多本教科書」，《研習資訊》，第22卷第3期，頁7-17。
- 葉淑慧，2014，《資訊與科技融入國小英語教學之研究》，國立新竹教育大學課程與教學碩士學位班在職進修專班碩士論文。
- 曾大千，2011，「我國教科書審定制度重編決議之法理分析」，《台北市立教育大學學報》，第42卷第1期，頁53-84。
- 曾火城，1996，「學校如何做好教科書選用工作」，《國立編譯館通訊》，第8期第4卷，頁27-30。
- 黃志生，2003，《九年一貫國小教科書行銷策略研究》，南華大學事業管理研究所碩士論文。
- 黃俊英，1999，《行銷學》，台北市，華泰文化事業股份有限公司。
- 黃柏勳，2008，「一綱多本教育政策的未來展望」，《學校行政》第53期，頁254-271。
- 黃營杉譯，1999，《策略管理》，初版，台北，華泰文化事業公司。
- 黃瓊徵，2005，《國內九年一貫課程語文領域之實踐—以國小為例》，國立台南大學教育經營與管理研究所碩士論文。
- 楊必立、陳定國、黃俊英、劉水深、何雍慶，1999，《行銷學》，台北市，華泰文化事業股份有限公司。
- 楊雅芬，2004，《國民小學審定版英語教科書之內容分析研究》，國立台東大學教育研究所碩士論文。

- 廖文綺，2013，《英語數位遊戲平台對英語學習動機與學習成就之研究—以雲林某國小四年級學童為例》，南華大學資訊管理學系碩士論文。
- 廖 信，2010，「國小教科書數位化出版之探討—以康軒出版社為例」，《中華年報》，頁 439-449。
- 蔡明祥，2010，《關係行銷、顧客滿意度及再購意願之相關性研究—以國小教科書為例》，義守大學管理學院碩士論文。
- 蔡英姝，2001，《九年一貫課程教師專業能力之相關研究》，國立成功大學教育研究所碩士論文。
- 潘詩婷，2001，《國小學童英語學習態度之研究—以大台北地區為例》，國立臺灣師範大學三民主義研究所碩士論文。
- 劉月瞻，2001，《國小英語教師知識對教學歷程影響之個案研究》，國立新竹師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 劉佩奇，2001，《電子繪本融入英語教學之行動研究》，淡江大學教育科技學系碩士在職專班碩士論文。
- 劉惠玉，2013，《互動多媒體教學對小英語單字教學成效之分析》，佛光大學文化資產與創意學系碩士論文。
- 劉欽敏，2001，《中部地區國中試辦九年一貫課程滿意度之研究》，國立暨南大學教育政策與行政研究所碩士論文。
- 劉隆興，2010，《書商行銷策略對教師選擇教科書的影響--以南部大學大專院校英文教師為例》，義守大學管理學院碩士論文。
- 蔣貴蘭，2012，《從國小級任老師的觀點探討國小一年級老師實施英語教學之研究》，南華大學國際暨大陸事務學系亞太研究所碩士論文。
- 謝一謙，2001，《國民小學英語教學實施現況及其遭遇問題之研究—以台中市為例》，國立台中師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 謝明憲，2003，《國小教師對出版商國語科數位教材滿意度分析--以雲林縣

- 為例》，南華大學資訊管理學系碩士論文。
- 魏瑋婷，2013，《台中市國小五年級學生學習英語態度與學習困擾之研究》，國立台南大學教育學系課程與教學碩士班論文。
- 藍毓豪，2005，《國小英語科能力指標轉化至教科書之研究》，國立屏東教育大學教育研究所碩士論文。
- 鄭石岩，2000，《發揮創意教孩子》，台北市，遠流出版公司。
- 鄭雅菱，2013，《平板電腦進行國小英語課堂合作學習之行動研究》，臺北市立大學學習與媒材設計學系課程與教學碩士班論文。
- 駱少康譯，2013，《行銷學管理》，台北市，東華書局。
- 羅德水，2014，「關於新 410 行動的幾點看法」，《天下雜誌》，網路資料取自 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/266/article/1235>。



附錄

附錄一

國民教育階段九年一貫課程總綱綱要

壹、修訂背景

迎接二十一世紀的來臨與世界各國之教改脈動，政府必須致力教育改革，期以整體提昇國民之素質及國家競爭力。教育部依據行政院核定之「教育改革行動方案」，進行國民教育階段之課程與教學革新，鑑於學校教育之核心為課程與教材，此亦為教師專業活動之根據，乃以九年一貫課程之規劃與實施為首務。

茲將本次課程改革之主要背景說明如下：

一、國家發展的需求：

盱衡世界發展情勢，國際社會已然成形，因而必須積極進行教育改革，以激發個人潛能、促進社會進步、提高國家競爭力。由於課程為學校教育的主要內容，故須不斷檢討改進，方能創造更優質的學校文化與教育成果，促進國家發展。

二、對社會期待的回應

近年來社會各界對學校教育改革的期許頗為殷切，行政院教育改革審議委員會在教育改革總諮議報告書中，有關促進中小學教育鬆綁、帶好每位學生、改革課程與教學、提早學習英語、協助學生具有基本學力等建議，適為民意的反映，故在國民教育的改革行動中，必須進行新觀念的課程改革，以滿足社會期待。

現行國民中小學課程標準分別於八十二年及八十三年修正頒布，由於新世紀需要新的教育思維與實踐，在現行課程逐年實施之際，本部認為可同時進行下一次課程改革之規劃，以凝聚國人對教育改革的共識與努力，進而創造學校教育的新境界。本次課程修訂分為三個階段進行，各階段的時程及主要任務如下：

一、第一階段：成立「國民中小學課程發展專案小組」

（八十六年四月至八十七年九月）

1. 研訂國民中小學課程發展及修訂的共同原則。
2. 探討國民中小學課程共同性的基本架構。
3. 研訂國民中小學課程應有的學習領域、授課時數比例等課程結構。
4. 完成「國民教育九年一貫課程」總綱

二、第二階段：成立「國民中小學各學習領域綱要研修小組」

（八十七年十月至八十八年十一月）

八十七年九月總綱公佈後，本部隨即著手進行第二階段的任務，並於八十七年十月成立「國民教育各學習領域綱要研修小組」，其主要任務為：

1. 研訂「國民教育各學習領域課程綱要」。
2. 確定各學習領域的教學目標、應培養之能力指標。
3. 研訂各學習領域課程的實施原則。

三、第三階段：成立「國民中小學課程修訂審議委員會」

（八十八年十二月至九十一年八月）

本部於各領域綱要草案完成後，隨即於八十八年十二月成立「國民中小學課程修訂審議委員會」，其主要任務為：

1. 審議並確認各學習領域課程綱要內容之適當性。

2. 審議並確認國民中小學課程綱要之公佈格式及實施要點。
3. 研議並確認推動新課程之各項配合方案。

貳、基本理念

教育之目的以培養人民健全人格、民主素養、法治觀念、人文涵養、強健體魄及思考、判斷與創造能力，使其成為具有國家意識與國際視野之現代國民。本質上，教育是開展學生潛能、培養學生適應與改善生活環境的學習歷程。因此，跨世紀的九年一貫新課程應該培養具備人本情懷、統整能力、民主素養、鄉土與國際意識，以及能進行終身學習之健全國民。故爾，其基本內涵至少包括：

- 一、人本情懷方面：包括了解自我、尊重與欣賞他人及不同文化等。
- 二、統整能力方面：包括理性與感性之調合、知與行之合一、人文與科技之整合等。
- 三、民主素養方面：包括自我表達、獨立思考、與人溝通、包容異己、團隊合作、社會服務、負責守法等。
- 四、鄉土與國際意識方面：包括鄉土情、愛國心、世界觀等(涵蓋文化與生態)。
- 五、終身學習方面：包括主動探究、解決問題、資訊與語言之運用等。

參、課程目標

國民中小學之課程理念應以生活為中心，配合學生身心能力發展歷程；尊重個性發展，激發個人潛能；涵養民主素養，尊重多元文化價值；培養科學知能，適應現代生活需要。國民教育之教育目的在透過人與自己、人與社會、人與自然等人性化、生活化、適性化、統整化與現代化之學習領域教育活動，傳授基本知識，養成終身學習能力，培養身心充分發展之活潑樂觀、合群互助、探究反思、恢弘前瞻、創造進取、與世界觀的健全國民。為實現國民教育目的，須引導學生致力達成下列課程目標。

1. 增進自我了解，發展個人潛能。
2. 培養欣賞、表現、審美及創作能力。
3. 提升生涯規劃與終身學習能力。
4. 培養表達、溝通和分享的知能。
5. 發展尊重他人、關懷社會、增進團隊合作。
6. 促進文化學習與國際了解。
7. 增進規劃、組織與實踐的知能。
8. 運用科技與資訊的能力。
9. 激發主動探索和研究的的精神。
10. 培養獨立思考與解決問題的能力。

肆、基本能力

為達成上述課程目標，國民教育階段的課程設計應以學生為主體，以生活經驗為重心，培養現代國民所需的基本能力。

一、了解自我與發展潛能：

充分了解自己的身體、能力、情緒、需求與個性，愛護自我，養成自省、自律的習

慣、樂觀進取的態度及良好的品德；並能表現個人特質，積極開發自己的潛能，形成正確的價值觀。

二、欣賞、表現與創新：

培養感受、想像、鑑賞、審美、表現與創造的能力，具有積極創新的精神，表現自我特質，提升日常生活的品質。

三、生涯規劃與終身學習：

積極運用社會資源與個人潛能，使其適性發展，建立人生方向，並因應社會與環境變遷，培養終身學習的能力。

四、表達、溝通與分享：

有效利用各種符號（例如語言、文字、聲音、動作、圖像或藝術等）和工具（例如各種媒體、科技等），表達個人的思想或觀念、情感，善於傾聽與他人溝通，並能與他人分享不同的見解或資訊。

五、尊重、關懷與團隊合作：

具有民主素養，包容不同意見，平等對待他人與各族群；尊重生命，積極主動關懷社會、環境與自然，並遵守法治與團體規範，發揮團隊合作的精神。

六、文化學習與國際了解：

認識並尊重不同族群文化，了解與欣賞本國及世界各地歷史文化，並體認世界為一整體的地球村，培養相互依賴、互信互助的世界觀。

七、規劃、組織與實踐：

具備規劃、組織的能力，且能在日常生活中實踐，增強手腦並用、群策群力的做事方法，與積極服務人群與國家。

八、運用科技與資訊：

正確、安全和有效地利用科技，蒐集、分析、研判、整合與運用資訊，提升學習效率與生活品質。

九、主動探索與研究：

激發好奇心及觀察力，主動探索和發現問題，並積極運用所學的知能於生活中。

十、獨立思考與解決問題：

養成獨立思考及反省的能力與習慣，有系統地研判問題，並能有效解決問題和衝突。

伍、學習領域

為培養國民應具備之基本能力，國民教育階段之課程應以個體發展、社會文化及自然環境等三個面向，提供語文、健康與體育、社會、藝術與人文、數學、自然與生活科技及綜合活動等七大學習領域。

一、學習領域為學生學習之主要內容，而非學科名稱，除必修課程外，各學習領域，得依學生性向、社區需求及學校發展特色，彈性提供選修課程。

二、學習領域之實施，應掌握統整之精神，並視學習內容之性質，實施協同教學。其學習領域結構如下表：

年級 學習 領域	一	二	三	四	五	六	七	八	九
語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文	本國 語文
					英語	英語	英語	英語	英語
健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育	健康與 體育
社會	生活		社會	社會	社會	社會	社會	社會	社會
藝術與 人文			藝術與 人文	藝術與 人文	藝術與 人文	藝術與 人文	藝術與 人文	藝術與 人文	藝術與 人文
自然與 生活科 技			自然與 生活科技	自然與 生活科技	自然與 生活科技	自然與 生活科 技	自然與 生活科 技	自然與 生活科 技	自然與 生活科 技
數學	數學	數學	數學	數學	數學	數學	數學	數學	數學
綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動	綜合 活動

三、各學習領域主要內涵：

1. 語文：包含本國語文、英語等，注重對語文的聽說讀寫、基本溝通能力、文化與習俗等方面的學習。
2. 健康與體育：包含身心發展與保健、運動技能、健康環境、運動與健康的生活習慣等方面的學習。
3. 社會：包含歷史文化、地理環境、社會制度、道德規範、政治發展、經濟活動、人際互動、公民責任、鄉土教育、生活應用、愛護環境與實踐等方面的學習。
4. 藝術與人文：包含音樂、視覺藝術、表演藝術等方面的學習，陶冶學生藝文之興趣與嗜好，俾能積極參與藝文活動，以提昇其感受力、想像力、創造力等藝術能力與素養。
5. 自然與生活科技：包含物質與能、生命世界、地球環境、生態保育、資訊科技等的學習、注重科學及科學研究知能，培養尊重生命、愛護環境的情操及善用科技與運用資訊等能力，並能實踐於日常生活中。
6. 數學：包含數、形、量基本概念之認知、具運算能力、組織能力，並能應用於日常生活中，了解推理、解題思考過程，以及與他人溝通數學內涵的能力，並能做與其他學習領域適當題材相關之連結。
7. 綜合活動：指凡能夠引導學習者進行實踐、體驗與省思，並能驗證與應用所知的活動。包含原童軍活動、輔導活動、家政活動、團體活動、及運用校內外資源獨立設計之學習活動。

四、各學習領域學習階段係參照該學習領域之知識結構及學習心理之連續發展原則而劃分，每一階段均有其能力指標。茲將各學習領域階段劃分情形說明如下表：

年級 學習領域	一	二	三	四	五	六	七	八	九
語文	本國語文			本國語文			本國語文		
				英語			英語		
健康與體育	健康與體育			健康與體育			健康與體育		
數學	數學			數學		數學		數學	
社會	生活			社會		社會		社會	
藝術與人文				藝術與人文		藝術與人文		藝術與人文	
自然與生活科技				自然與生活科技		自然與生活科技		自然與生活科技	
綜合活動	綜合活動		綜合活動		綜合活動		綜合活動		

(一) 語文學習領域：

1. 本國語文：分為三階段，第一階段為一至三年級、第二階段為四至六年級、第三階段為七至九年級。
 2. 英語：分為兩階段，第一階段為五至六年級、第二階段七至九年級。
- (二) 健康與體育學習領域：分為三階段，第一階段為一至三年級、第二階段為四至六年級、第三階段為七至九年級。
- (三) 數學學習領域：分為四階段，第一階段為一至三年級、第二階段為四至五年級、第三階段為六至七年級、第四階段為八至九年級。
- (四) 社會學習領域：分為四階段，第一階段為一至二年級、第二階段為三至四年級、第三階段為五至六年級、第四階段為七至九年級。
- (五) 藝術與人文學習領域：分為四階段，第一階段為一至二年級、第二階段為三至四年級、第三階段為五至六年級、第四階段為七至九年級。
- (六) 自然與生活科技學習領域：分為四階段，第一階段為一至二年級、第二階段為三至四年級、第三階段為五至六年級、第四階段為七至九年級。
- (七) 綜合活動學習領域：分為四階段，第一階段為一至二年級、第二階段為三至四年級、第三階段為五至六年級、第四階段為七至九年級。
- (八) 生活課程：一至二年級社會、藝術與人文、自然與生活科技學習領域統合為生活課程。

陸、實施要點

一、實施期程

國民中小學九年一貫課程，自九十學年度起由國民小學一年級開始實施。另國小五、六年級於九十學年度同步實施英語教學。

二、學習節數

- (一) 全年授課日數以二〇〇天（不含國定假日及例假日）、每學期上課二十週、每週授課五天為原則。惟每週上課天數應配合行政院人事行政局政府行政機關辦公日數之相關規定辦理。
- (二) 學習總節數分為「領域學習節數」與「彈性學習節數」。
各年級每週分配情形如下表：

年級 \ 節數	學習總節數	領域學習節數	彈性學習節數
一	22-24	20	2-4
二	22-24	20	2-4
三	28-31	25	3-6
四	28-31	25	3-6
五	30-33	27	3-6
六	30-33	27	3-6
七	32-34	28	4-6
八	32-34	28	4-6
九	33-35	30	3-5

- (三) 學校課程發展委員會應於每學年開學前，依下列規定之百分比範圍內，合理適當分配各學習領域學習節數：
1. 語文學習領域佔領域學習節數的 20%-30%。唯國民小學一、二年級語文領域學習節數得併同生活課程學習節數彈性實施之。
 2. 健康與體育、社會、藝術與人文、自然與生活科技、數學、綜合活動等六個學習領域，各佔領域學習節數之 10%-15%。
 3. 學校應依前揭比例，計算各學習領域之全學年或全學期節數，並配合實際教學需要，安排各週之學習節數。
 4. 學校應配合各領域課程綱要之內容及進度，安排適當節數進行資訊及家政實習。
- (四) 每節上課以四十一至四十五分鐘為原則。(國小四十分鐘、國中四十五分鐘)，唯各校得視課程實施及學生學習進度之需求，彈性調節學期週數、每節分鐘數、與年級班級的組合。
- (五) 「彈性學習節數」由學校自行規劃辦理全校性和全年級活動、執行依學校特色所設計的課程或活動、安排學習領域選修節數、實施補救教學、進行班級輔導或學生自我學習等活動。
- (六) 學習活動如涵蓋兩個以上的學習領域時，其學習節數得分開計入相關學習領域。
- (七) 在授滿領域學習節數的原則下，學校課程發展委員會可決定並安排每週各學習領域學習節數。
- (八) 導師時間及午休、清掃等時段不列在學習總節數內。有關學生在校作息及各項非學習節數之活動，由學校依地方政府訂定「國民中小學學生在校時間」規定自行安排。

三、課程實施

(一) 組織

1. 各校應成立「課程發展委員會」，下設「各學習領域課程小組」，於學期上課前完成學校課程計畫之規劃、決定各年級各學習領域學習節數、審查自編教科用書、及設計教學主題與教學活動，並負責課程與教學評鑑。學校課程發展委員會之組成方式由學校校務會議決定之。
2. 學校課程發展委員會的成員應包括學校行政人員代表、年級及領域教師代表、家長及社區代表等，必要時得聘請學者專家列席諮詢。
3. 學校得考量地區特性、學校規模、及國中小之連貫性、聯合成立校際之課程發展委員會。小型學校亦得配合實際需要，合併數個領域小組成為一個跨領域課程小組。

(二) 課程計畫

1. 學校課程發展委員會應充分考量學校條件、社區特性、家長期望、學生需要等相關因素，結合全體教師和社區資源，發展學校本位課程，並審慎規劃全校課程計畫。
2. 學校課程計畫應含各領域課程計畫和彈性學習節數課程計畫，內容包涵：「學年/學期學習目標、能力指標、對應能力指標之單元名稱、節數、評量方式、備註」等相關項目。
3. 有關兩性、環境、資訊、家政、人權、生涯發展等六大議題如何融入各領域課程教學、應於課程計畫中妥善規劃。
4. 各校應於開學前，將學校課程計畫送所轄教育行政主管機關備查。並於開學兩週內將班級教學活動之內容與規劃告知家長。

(三) 選修課程

1. 各國民中小學應針對學生個別差異，設計選修課程，供不同情況之學生學習不同之課程。
 2. 學生選修各類課程，應考量本身學力程度及領域間之均衡性，惟選修節數仍受各領域比例上限之規範。
 3. 國小一至六年級學生，必須就閩南語、客家語、原住民語等三種鄉土語言任選一種修習，國中則依學生意願自由選習。學校亦得依地區特性及學校資源開設閩南語、客家語、原住民語以外之鄉土語言供學生選習。
 4. 學校可視校外資源，開設英語以外第二外國語言課程，供學生選習。其教學內容及教材得由學校自行安排。
- (四) 在符合領域學習節數的原則下，學校得打破學習領域界限，彈性調整學科及教學節數，實施大單元或統整主題式的教學。

四、教材編輯、審查及選用

- (一) 國民中小學教科用書應依據課程綱要的規定編輯，並經由審查機關（單位）審定通過後，由學校選用。審查辦法及標準由教育部另定之。
- (二) 除上述審定之教科圖書外，學校得因應地區特性、學生特質與需求，選擇或自行編輯合適的教材，惟全年級或全校且全學期使用之自編自選教材應送交「課程發展委員會」審查。

五、課程評鑑

- (一) 評鑑範圍包括：課程教材、教學計畫、實施成果等。
- (二) 課程評鑑應由中央、地方政府分工合作，各依權責實施：
 1. 中央：
 - (1) 建立並實施課程評鑑機制，以評估課程改革及相關推動措施成效，並作為未來課程改進之參考。
 - (2) 建立各學習領域學力指標，並評鑑地方及學校課程實施成效。
 2. 地方政府：
 - (1) 定期了解學校推動與實施課程之問題，並提出改進對策。
 - (2) 規劃及進行教學評鑑，以改進並確保教學成效與品質。
 - (3) 輔導學校舉辦學生各學習領域學習成效評量。
 3. 學校：

負責課程與教學的評鑑，並進行學習評鑑。

- (三) 評鑑方法應採多元化方式實施，兼重形成性和總結性評鑑。
- (四) 評鑑結果應做有效利用，包括改進課程、編選教學計畫、提升學習成效，以及進行評鑑後的檢討。

六、教學評量

- (一) 有關學生之學習評量，應參照學生成績評量準則之相關規定辦理，其辦法由教育部另定之。
- (二) 教育部為配合高中職多元入學制度之推動，應參酌本課程綱要內容舉辦「國民中學基本學力測驗」，據以檢視學生學習成效，其分數得作為入學之參據。
- (三) 有關國民中學基本學力測驗之編製、標準化及施測事宜，應參照國民中小學課程綱要之能力指標及相關法令之規定辦理。

七、師資培訓

- (一) 師資培育機構應依師資培育法之相關規定，培育九年一貫課程所需之師資。
- (二) 縣市政府及各校應優先聘用通過教育部「國小英語教學師資檢核」、且取得國小教師資格之教師擔任國小五、六年級英語教學。
- (三) 國民中小學九年一貫課程教師之領域專長檢定，配合納入「高級中等以下學校及幼稚園教師資格檢定及教育實習辦法」規範。

八、行政權責

(一) 地方政府

- 1. 各級政府應編列預算，進行以下工作：
 - (1) 辦理教育行政人員、學校校長、主任、教師等新課程專業知能研習。
 - (2) 製作及配發相關之教具與媒體，購置教學設備及參考圖書。
 - (3) 補助學校進行課程、教學法之行動研究工作。
 - (4) 成立各學習領域教學輔導團，定期到校協助教師進行教學工作。
- 2. 地方政府得依地區特性及相關資源，發展鄉土教材，或可授權學校自編合適的鄉土教材。
- 3. 地方政府除應備查學校課程計畫外並應督導學校依計畫進行教學工作。
- 4. 配合地區與家長作息特性，訂定「國民中小學學生在校時間」之實施規定。

(二) 中央政府

- 1. 教育部應研擬並積極推動新課程實施之配套措施，以協助新課程之實施。
- 2. 將學習領域課程綱要上網，提供各界參考。
- 3. 協調師資培育機構培育新課程之師資，並進行新課程種子教師培訓工作。
- 4. 配合新課程之推動，檢討修訂現行法令要點，並增訂相關法規。

九、附則

- (一) 特殊教育班之課程實施，仍依特殊教育法之相關規定辦理。
- (二) 各領域教學之實施細節，請參照各學習領域綱要明列之實施要點辦理。

附錄二

國民中小學九年一貫課程綱要-語文學習領域(英語)

一、基本理念

隨著地球村時代的來臨，國際間政治、經濟、文化往來頻繁，英語的重要性日益突顯。從資訊、科技、工商業、乃至高等教育，英語已成為國際交流的重要溝通工具。此外，透過英語文學習，學習者能適切回應英語國家的社會文化活動和增進多元文化的了解與尊重，並進而使用英語能力為二十一世紀的生活作準備，更被引述為世界公民的必要素質。

為配合政府國際化的政策，提高我國國際競爭力，政府正大力推動各個階段的英語教育，加上社會各界的殷切期盼，英語教學遂規劃九十四學年度起提前至國小三年級開始實施。

國民中小學英語課程旨在奠定國人英語溝通能力的基礎、提昇英語學習的動機與興趣、涵養國際觀、獲致新知，以期未來能增進國人對國際事務的處理能力，增強國家競爭力。本課程強調營造自然、愉快的語言學習環境，以培養學生的學習興趣和基本溝通能力。上課宜採輕鬆活潑、互動的教學模式；教材內容及活動設計宜生活化、實用化及趣味化；體裁宜多樣化。除強調個別語言成分之外，更應強調聽、說、讀、寫四種技能的培養，透過多元教材與活動練習，循序漸進，讓學生藉由同儕及師生的互動，多方面接觸英語，並實際運用，而非由老師單向灌輸文法知識。為了維持學生的學習動機且不增加學習負擔，教材的份量及難易度宜適中，學生的學習興趣與吸收能力應勝於教學進度的考量。

二、課程目標

國民中小學英語課程的目標為：

1. 培養學生基本的英語溝通能力，俾能運用於實際情境中。
2. 培養學生學習英語的興趣與方法，俾能自發有效地學習。
3. 增進學生對本國與外國文化習俗的認識，俾能加以比較，尊重文化差異。

三、分段能力指標

英語科課程分為國小及國中兩階段：

國小階段：國小三、四、五、六年級。

國中階段：國中一、二、三年級。

以上兩階段的教學同時注重聽、說、讀、寫，不過本課程希望能運用兒童在發音學習方面的優勢，於國小三、四年級的啟蒙階段強調聽、說的學習，讓兒童藉由豐富的英語聽、說的學習，奠定良好的英語口語溝通基

礎。然而即使是在啟蒙階段，讀、寫活動並未偏廢，而是適時融入課程，讓學生藉由接觸簡易的閱讀材料，以及適當的臨摹及填寫字詞等練習，自然體驗語言的不同形式，以收聽、說、讀、寫四者相輔相成的效果。國中階段除了持續地培養基本聽說讀寫的能力外，更強調英語的實際運用，發揮其工具性功能，藉以吸收新知、幫助個人身心發展。

本課程的分段能力指標分國小、國中兩階段加以規劃，並依語言能力、學習英語的興趣與方法、及文化與習俗三方面加以敘述。其中語言能力的陳述涵括聽、說、讀、寫以及語言綜合應用能力五項。

- 〈說明〉
1. 能力指標編號：第一個數字代表能力類別，第二個數字代表學習階段，第三個數字代表流水號。
 2. 國小階段部份能力指標以斜體字標示者，代表該能力指標較為基本，應該優先在國小三、四年級達成。
 3. 九年一貫英語科教學應涵蓋以下所有的能力指標，惟表中標有 * 號者，表示各校在針對學生的能力特質或各校的不同時數規劃課程時，可就該項能力指標選取或自行研發深淺、份量不同的教材，進行適性教學。

(一)、語言能力

1. 聽

國小階段	1-1-1 能聽辨 26 個字母。 1-1-2 能聽辨英語的語音。 1-1-3 能聽辨課堂中所習得的詞彙。 1-1-4 能聽辨問句和直述句的語調。 1-1-5 能聽辨基本的單字、片語、及句子的重音。 1-1-6 能聽辨句子的節奏。 1-1-7 能聽懂常用的教室用語及日常生活用語。 1-1-8 能聽懂簡單的句子。 1-1-9 能聽懂簡易的日常生活對話。 *1-1-10 聽懂簡易歌謠和韻文的主要內容。 *1-1-11 能藉圖畫、布偶及肢體動作等視覺輔助，聽懂簡易兒童故事及兒童短劇的大致內容。
國中階段	延續國小階段的基礎，繼續發展以下各項能力： 1-2-1 能辨識簡易詩歌的節奏與音韻。 1-2-2 能辨識不同句子語調所表達的情緒和態度。 1-2-3 能聽懂日常生活對話和簡易故事。 *1-2-4 能辨識對話或訊息的主旨或目的。 *1-2-5 能透過視覺上的輔助，聽懂簡易影片和短劇的大致內容。

2. 說

國小階段	2-1-1 能說出 26 個字母。 2-1-2 能唸出英語的語音。 2-1-3 能說出課堂中所習得的詞彙。 2-1-4 能以正確的語調說出問句和直述句。 2-1-5 能以正確的重音及適當的語調說出簡單的句子。 2-1-6 能使用簡單的教室用語。 2-1-7 能以簡易英語介紹自己。 2-1-8 能以簡易英語介紹家人和朋友。 2-1-9 能使用基本的社交禮儀用語。 2-1-10 能作簡單的提問、回答和敘述。 2-1-11 能吟唱和朗讀歌謠韻文。 2-1-12 能以簡易英語看圖說話。 *2-1-13 能根據圖片或提示以角色扮演作簡單的對話。 *2-1-14 能參與簡易的兒童短劇表演。
國中階段	延續國小階段的基礎，繼續發展以下各項能力： 2-2-1 能使用主要的教室用語。 2-2-2 能以簡易英語參與課堂上老師引導的討論。 2-2-3 以簡易的英語表達個人的需求、意願和感受。 2-2-4 能以簡單的英語描述日常生活中相關的人、事、物。 2-2-5 能依人、事、時、地、物作提問和回答。 *2-2-6 能依情境及場合，適切地表達自我並與他人溝通。 *2-2-7 能參與簡易的短劇表演。 *2-2-8 能以簡單的英語介紹國內外風土民情。

3. 讀

國小階段	3-1-1 能辨識印刷體大小寫字母。 3-1-2 能辨識課堂中習得的詞彙。 3-1-3 能使用字母拼讀法(phonics)中基本常用的規則讀出單字。 3-1-4 能看懂簡易的英文標示。 3-1-5 能辨識故事、韻文、歌謠中的常用字詞。 3-1-6 能看懂簡單的句子。 3-1-7 能了解英文書寫格式，如字間空格、句首大寫、由左到右上而下及句尾適當標點符號。 3-1-8 能跟著老師或錄音帶正確地朗讀課本中的對話和故事。 *3-1-9 能藉圖畫、圖示等視覺輔助，閱讀並了解簡易故事及兒童短劇中的大致內容。 *3-1-10 能藉圖畫、書名或上下文做簡易的預測或推論。 *3-1-11 能活用字母拼讀法(phonics)的規則讀出單字。
國中階段	延續國小階段的基礎，繼續發展以下各項能力： 3-2-1 能辨識英文字母的連續書寫體 (cursive writing)。 3-2-2 能用字典查閱字詞的讀音及意義。 3-2-3 能看懂常用的英文標示和圖表。 3-2-4 能用適切的語調、節奏朗讀短文、故事等。

	<p>3-2-5 能了解課文的主旨大意。</p> <p>3-2-6 能了解對話、短文、書信、故事及短劇等的重要內容與情節。</p> <p>*3-2-7 能辨識故事的要素，如背景、人物、事件和結局。</p> <p>*3-2-8 能從上下文或圖示，猜字意或推論文意。</p> <p>*3-2-9 能閱讀不同體裁、不同主題的簡易文章。</p> <p>*3-2-10 能了解並欣賞簡易的詩歌及短劇。</p>
--	---

4. 寫

國小階段	<p>4-1-1 能書寫印刷體大小寫字母。</p> <p>4-1-2 能書寫自己的姓名。</p> <p>4-1-3 能臨摹抄寫課堂中習得的詞彙。</p> <p>4-1-4 能臨摹抄寫課堂中習得的句子。</p> <p>4-1-5 能拼寫一些基本常用字詞（至少一百八十個）。</p> <p>4-1-6 能依圖示填寫重要字詞。</p> <p>4-1-7 能掌握英文書寫格式寫出簡單的句子。</p>
國中階段	<p>延續國小階段的基礎，繼續發展以下各項能力：</p> <p>4-2-1 能填寫簡單的表格及資料等。</p> <p>4-2-2 能依提示合併、改寫及造句。</p> <p>4-2-3 能寫簡單的賀卡、書信（含電子郵件）等。</p> <p>*4-2-4 能依提示書寫簡短的段落。</p>

5. 聽說讀寫綜合應用能力

國小階段	<p>5-1-1 能正確地辨識、唸出與寫出 26 個英文字母。</p> <p>5-1-2 能聽懂及辨識課堂中所習得的英語詞彙。</p> <p>5-1-3 在聽讀時，能辨識書本中相對應的書寫文字。</p> <p>5-1-4 口語部份至少會應用三百個字詞，書寫部份至少會拼寫其中一百八十個字詞，以應用於簡易的日常溝通中。</p> <p>5-1-5 能聽懂日常生活應對中常用語句（如問候、致謝、道歉、道別等），並能作適當的回應。</p> <p>*5-1-6 能依文字或口語提示寫出重要字詞。</p> <p>5-1-7 能活用字母拼讀法(phonics)了解英語拼字與發音間規則的對應關係，並能嘗試看字發音，聽音拼字。</p>
-------------	---

國中階段	<p>延續國小階段的基礎，繼續發展以下各項能力：</p> <p>5-2-1 畢業時，學生應至少學會一千二百個字詞，並能應用於聽、說、讀、寫的溝通中。</p> <p>5-2-2 能轉述別人簡短的談話。</p> <p>5-2-3 能聽懂日常生活對話、簡易故事或廣播，並能以簡單的字詞、句子記下要點。</p> <p>5-2-4 能看懂故事及簡易短文，並能以幾個簡短的句子述說或寫出內容大意。</p> <p>*5-2-5 能看懂日常溝通中簡易的書信、留言或賀卡、邀請卡等，並能以口語或書面作簡短的回應。</p> <p>*5-2-6 能看懂並能填寫簡單的表格、資料。</p> <p>*5-2-7 能翻譯簡易的中英文句子。</p>
------	---

(二)、學習英語的興趣與方法

國小階段	<p>6-1-1 樂於參與各種課堂練習活動。</p> <p>6-1-2 樂於回答老師或同學所提的問題。</p> <p>6-1-3 對於老師的說明與演示，能集中注意。</p> <p>6-1-4 主動溫習、預習功課。</p> <p>6-1-5 運用情境中非語言訊息，如圖示、肢體動作、語調、表情等幫助學習。</p> <p>6-1-6 樂於接觸課外英語教材。</p> <p>6-1-7 不畏犯錯，樂於溝通、表達意見。</p> <p>6-1-8 主動向老師或同學提出問題。</p> <p>6-1-9 在生活中有使用英語機會時，樂於嘗試。</p> <p>6-1-10 在生活中接觸英語時，樂於探究其涵意並嘗試模仿。</p> <p>6-1-11 運用已學過字詞之聯想以學習新的字詞。</p> <p>6-1-12 樂於參與有助提昇英語能力的活動 (如英語營、詩歌朗誦、短劇表演或比賽等)。</p> <p>*6-1-13 具有好奇心，並對老師或同學討論的內容能舉出示例或反例。</p> <p>6-1-14 主動做完老師交待的作業。</p> <p>*6-1-15 主動查閱圖畫字典。</p> <p>*6-1-16 會在生活中或媒體上注意到學過的英語。</p>
國中階段	<p>以國小階段的學習興趣與方法為基礎，進一步加以提升增強：</p> <p>6-2-1 樂於接觸英語電影、歌曲、廣播、書籍等。</p> <p>6-2-2 對於世界各地民情文化有興趣，並樂於找機會接觸。</p> <p>*6-2-3 樂於嘗試閱讀故事、雜誌及其他課外讀物。</p> <p>6-2-4 了解基本英文閱讀技巧，進而提升閱讀的興趣與能力。</p> <p>6-2-5 對於教學內容能主動複習並加以整理歸納。</p> <p>*6-2-6 利用簡單工具書(如字典)，主動了解所接觸英語的內容。</p> <p>*6-2-7 主動從網路或其他課外材料搜尋相關的教學資源，與老師及同學分享。</p>

(三)、文化與習俗

國小階段	7-1-1 能認識課堂中所介紹的國內外主要節慶習俗。 7-1-2 能了解我國主要節慶的簡易英語表達方式。 7-1-3 能了解一些國際社會的基本禮儀。 7-1-4 能認識外國風土民情。
國中階段	以國小階段對文化習俗的了解為基礎，進一步發展以下知能： *7-2-1 能以簡易英語介紹中外風土民情。 *7-2-2 能了解國際社會的基本說話禮儀。 *7-2-3 能從多元文化觀點，了解並尊重不同的文化及習俗。

四、分段能力指標與十大基本能力的關係

九年一貫課程強調國民教育階段應培養學生十項基本能力（見下表）。各學習領域的分段能力指標，須儘量符合新課程的十項基本能力的內涵。英語在我國為外語，國小、國中階段實為英語教育的起步階段，此時期英語課程的主要目標在於奠定基本的英語溝通能力、培養英語學習的興趣與方法、以及增進中外文化的了解。國小、國中的英語課程教學時數有限，內容十分淺顯，難以直接闡揚、培育十項基本能力的內涵。但透過教學內容中的主題、溝通功能、及課堂中的人際互動，英語課程所培養的能力仍有助於達成此十項基本能力的精神或內涵。

九年一貫英語課程所發展的能力或態度與十項基本能力的對應，列舉數例如下：

基本能力	英語課程透過主題、溝通功能、教學活動可培養之能力或態度
(一) 了解自我與發展潛能	了解身體部位之說法。
	了解如何以簡易英語表達個人之興趣與嗜好。
	了解如何以簡易英語描述個人之外表與個性。
	了解如何以簡易英語描述日常生活作息。
	了解如何以簡易英語描述個人專長。
	認識不同的職業類別。
(二) 欣賞、表現與創新	欣賞英語之音韻節奏。
	吟唱和朗讀簡易歌謠及韻文。
	欣賞簡易兒童故事。
	欣賞簡易文學作品。
	欣賞簡易卡通影片。
	欣賞簡易廣播、電視、電影等節目。
基本能力	英語課程透過主題、溝通功能、教學活動可培養之能力或態度
(三) 生涯規劃與終身學習	培養英語之基本能力，奠定終身學習的基礎。
(四) 表達、溝通與分享	使用簡易教室用語。
	參與課堂口語練習。

	使用簡易英語參與課堂討論活動。
	使用簡易英語從事日常生活對話。
	使用簡易英語介紹自己、家人和朋友。
	使用簡易英語表達個人需求與感受。
	使用簡易英語表達個人意見。
	使用簡易英語分享個人經驗。
	使用簡易英語描述生活中相關之人、事、物。
	使用簡易英語進行提問、回答和敘述。
	使用簡易英語回應或解釋別人所說的話。
	使用基本的社交禮儀用語。
	了解英美人士之溝通方式。
	依情境場合，使用簡易英語適切表達自我，與他人溝通（如問候、同意、道歉、告別等）。
(五) 尊重、關懷與團隊合作	透過英語學習，培養對人權、兩性、及弱勢族群之尊重。
	透過英語學習，培養對家人、朋友及社區之關懷。
	透過英語學習，培養環保觀念。
(六) 文化學習與國際了解	認識中外節慶習俗。
	了解中外風土民情。
	欣賞簡易兒童文學作品，藉以了解他國文化。
	了解國際社會禮儀。
	欣賞、接納不同之文化習俗。
	培養國際觀。
(七) 規劃、組織與實踐	利用有效之外語學習方法安排規劃英語之學習。
(八) 運用科技與資訊	認識一些生活常見的科技、資訊用語。
	利用科技提昇英語學習興趣。
	利用網路查詢資料。
(九) 主動探索與研究	使用字典及其他工具書查詢資料。
(十) 獨立思考與解決問題	培養利用英語解決問題之能力。

五、實施要點

(一)、教材綱要

國民中小學英語科教材的內容取材應涵蓋以下幾個部份：

1. 主題與體裁

英語科課程應符合趣味化、實用化及生活化的原則，並適度納入本土教材。教材所涵蓋的主題層面宜多元，以學生日常生活相關的主題，如家庭、學校、食物、動植物、節慶習俗、職業、旅遊、運動、休閒等為主要內容，並

儘量呼應十項基本能力的精神，以順應時代潮流，涵詠現代公民的素養。教材編寫及活動設計亦應多樣化，並融入各種不同的體裁，如歌謠、韻文、賀卡、便條、書信、簡易故事、幽默短文、短劇、謎語、笑話、卡通、漫畫等。

2．溝通功能

國小國中所應培養的溝通能力屬於基本常用者，包括日常交談、社交應對等一般人際溝通的語言能力。依其功能可分為問候、感謝、道歉、同意、請求、問路、打電話等類別。

3．語言成份

(1) 字母：教材中英文字母教學包括印刷體大小寫及連續體大小寫。

國小階段只須學會印刷體，國中階段須會辨識連續體書寫的文字，但平日的書寫仍以印刷體為主。教師書寫黑板或批改習作，亦盡量採用印刷體。

(2) 發音：國小初學階段除了單音的聽說模仿外，發音教學應注重拼字的組成、音節、重音的練習，並將英語的基本語音適時融入單字中介紹。教師應善用字母拼讀法讓學生熟悉字母與發音的對應關係，並能主動看字讀音。音標本身僅是一種學習工具，可用來幫助學生在面臨不熟悉的詞彙而又無法靠字母拼讀法的對應規則協助發音時，藉由查閱字典中的音標讀出字音。音標教學宜在國中階段開始實施，此時學生對英語語音已具基本聽與說的能力，而字母符號的建構亦較穩固，開始學習音標符號，較不致於與字母混淆。

(3) 字彙：為了顧及教材的銜接及避免使用艱深詞彙，國中小教材編寫所用的字彙宜稍加界定，以免各版本的教材所使用的字彙差異過大。因此本課程綱要提供了一份常用一千二百及二千字參考字彙表。本字彙表的制定係參考多種字彙來源，包括民國八十三年教育部發布的「國民中學課程標準」參考字彙表、韓國小學課程綱要參考字彙、上海九年制課程綱要詞彙表、日本初中英語教材常用字彙、數種國內外兒童英語教材常用字彙、LTTC「全民英檢初級檢定二千字彙參考表」，以及民國八十四、九十、九十一年大學入學考試中心公佈的高中英文參考詞彙表中的最常用字詞，和 Collins COBUILD 最新字典(1995, 2001)所制定的最常用英文字彙表（該字典是根據 The Bank of English 語料庫編制的），綜合彙整，輸進電腦，建立一詞庫及字頻表後，並參考美國、英國、南非、及日本等國最常用英文字彙，最後再依我國中小學階段學生的認知能力、生活經驗，英語學習目標，及外語學習環境等因素，由編輯、諮詢委員多次討論、研商後，加以篩選調整完成。國小國中階段的教材，宜優先從常用一千二百字詞（即參考字彙表中有畫底線的字詞）中選取編纂。若需要加深或加廣時，可從參考字彙表的其餘字詞中選用。為了使教材編寫具有彈性空間，教材編纂時亦可視其必要性斟酌選用本表以外的字彙。

學生完成國小階段的英語教育，口語部份應至少會應用三百個字詞，書寫部份則至少會拼寫其中一百八十個字詞。國中畢業時，學生應至少學會一千二百個字詞，並能應用於聽、說、讀、寫溝通中。

為減輕學生學習的負擔，各教學單元的新字詞，可依其在該單元的重要性，區分為「應用字彙」(words for production)和「認識字彙」(words for recognition)。兩者的界定如下：凡是出現在每課主教材及相關的主要練習活動中的字詞，皆應列為「應用字彙」或「認識字彙」，兩者的區隔主要是以該字詞在理解課文及練習活動的重要性而定。若該字詞與該課主題關係密切、攸關教材內容的了解且為常用字詞者，則歸為「應用字彙」；反之，則歸為「認識字彙」。

教授這兩類字彙時，對學生所要求的掌握、精熟程度略有不同。「應用字彙」部份，學生必須了解其字義、聽懂讀音，同時需能在書面或口頭溝通中正確拼讀書寫，並在適切的語境中使用該字詞。而「認識字彙」部份，學生只要了解字義、聽懂讀音，以幫助了解文句語意，不必拼讀、書寫或於口語溝通中運用的字詞（至多僅作為口語練習之用）。

（2）句型結構：國小國中教材可採用的句型，應以基本常用為主，避免冷僻、抽象的文法知識的灌輸。句型結構的呈現應循序漸進、由簡而繁，讓學生透過有意義的情境了解語意，經由語意的了解，進而建構語言規則並熟悉句型。句型結構呈現的順序應考量教材內容的完整性與趣味性，作適度調整。國中與國小兩階段所介紹的句型應有良好的銜接。並適時重複，讓學生有充分的機會練習所學的句型，進而能靈活應用。

（二）教材編纂原則

國小國中的英語教材包含平面教材及視聽教材。各種教材的編製以學生的興趣及需要為依歸，內容應實用、淺顯、生動活潑且有趣。編製教材宜參考分段能力指標及所列的主題、體裁及溝通功能，以落實英語課程目標。國小階段的教材內容及活動設計重視聽、說能力，培養簡易的讀、寫能力。國中階段應力求聽、說、讀、寫四種能力均衡發展。

教材編撰時，每單元宜提供生活化的情境，並融合主題、句型結構及溝通功能加以編寫。活動的設計宜多元，並強調溝通式活動，以增進學習語言的興趣並培養基本的溝通能力。每單元的活動宜環繞主題或溝通功能加以設計，字彙、片語、句型的介紹應採循序漸進，由易漸難螺旋向上的模式，並適時安排複習單元，提供學生反覆練習的機會。介紹過的主題、溝通功能或文法句型，之後仍可以較高層次的應用方式再次出現。教材的主題應與學生的生活密切配合，體裁宜隨著學生年齡及英語能力的增長呈現多元的風貌。內容以淺白易懂與趣味化為原則，儘量將歌謠、對話、韻文、書信、故事、短劇等融入教材之中。生活化的主題搭配不同的體裁，提供學生多樣化的語言情境，豐富學習內容、提昇學習的興趣，以增進學習的效果。

（三）教學方法

英語科教學要成功，首重在學校及班級如何營造出一個豐富的英語學習環境，讓學生置身其中，以自然的方式學習英語。教學的實施應配合目標進行，並透過多元化的平面及視聽教材，包括錄音帶、錄影帶、電腦多媒體、書本、圖片等，引導學生接觸童謠、歌曲、節奏韻文（jazz chants）、簡易故事、卡通等，來訓練學生聽與說的能力。教學時應儘量以英語進行，以增加學生聽說的機會，並突破由教師作單向知識灌輸的模式，儘量透過情境化的活動、同儕與師生雙向互動的練習，讓學生從活動中學習。

教學應儘量由意義的建構出發，先處理整體的理解與表達，交代情境、目的、對象後，再進行較局部的語言成分的練習，語言的整體和局部應並重。此種由上而下的過程可使零碎的語言練習活動，如文法練習或拼讀練習等，較具意義。國小階段的聽力教學宜注重語意理解，口說教學也以語意表達為主，並利用圖示、肢體動作等視覺輔助，增進學生對語意的掌握。閱讀方面，對於常出現在每課主教材中的字詞，學生應儘量使用字母拼讀法的規則嘗試拼讀或認字。此外，儘量經由簡易有趣的故事及短文，讓學生在有意義的語意環境下學習識字，建構句子概念和了解英文書寫形式。書寫方面的教學，應提供學生臨

摹、抄寫活動，再透過重要字詞填寫和造句培養基本的寫作能力。國中階段應延伸聽、說、讀、寫及整合能力的訓練，利用菜單、時間表、行程表、地圖、指標、報章雜誌等各種實際生活資料進行口語及聽力活動。閱讀方面，應增加不同主題和題裁的教材，以提高閱讀興趣、增強閱讀能力，並幫助學生發展處理訊息的閱讀策略和能力。寫作能力的培養，應循序漸進從合併、改寫、完成句子、造句到書寫簡單的段落。國中小階段教學皆應強調適時複習，實際應用，不要求死背強記，以提高學習的興趣和效果。

九年一貫課程實施後，學習的年限加長，將衍生學生程度參差的現象，老師應該在時間、資源允許的範圍內，儘量針對學生的程度實施適性教學。除了以學校行政措施（如能力分組、社團活動等）因應外，老師在課堂中更應以靈活的教學技巧（如增刪教材、變化活動或問題難度等）儘量照顧學生不同的需求。對於程度兩極的學生，或進行補救教學協助其迎頭趕上；或提供適當的課外補充教材，個別指導以求加深加廣、持續精進。

九年一貫課程教科書編寫開放後，必然產生不同版本教材間的銜接問題，國小、國中兩階段之間，尤其如此。國中老師必須在學生入學之初，安排一段國小國中教材銜接期，規劃課程，協助學生順利轉進至國中新教材。然而，同一階段（國小或國中）之內，同一屆學生應該儘量使用同一系列教科書，確保前後教材銜接順利，避免滋生無謂困擾。若同一階段內必須中途更換教科書時，學校也應規劃課程，進行新舊教材的銜接教學。

（四）教學評量

教學評量建議採用多元化的評量模式。評量要根據教學目標並能反映學習成果，學習成果一般可分為：知識、思考、技能、和情意等類別，評量方式除測驗外，更應涵蓋學生作品的呈現。國小階段可多採取形成式評量，了解學生的學習起點，評量其個別的進步情形，將學生的各項學習活動表現詳加記錄，儘量將相關作品整理成個人檔案，且將學生的學習態度、認真程度等同時都列入評量範圍，作為評量的參考。學習成果不一定全採用分數，亦可以質的敘述方式呈現。聽與說的評量儘量以上課的口語練習、角色扮演、配對、小組互動表現為依據，少作紙筆測驗。國中階段的評量，應配合教學目標，兼顧發音、字彙、文法等各種語言成份及聽、說、讀、寫、和綜合溝通能力的評量。除了筆試方式的評量外，可兼採聽力與口說測驗等方式，此外平時上課的表現、作業書寫與繳交狀況、學習態度等皆可列入評量考核範圍內。

（五）教學資源

英語教學應儘量結合平面教材、各種視聽媒體以及教具，讓學生在聽、說、讀、寫方面，皆能達到預期的目標。除教科書外，應有配套的教學指引、學生習作及錄音帶/CD。此外，亦可研發教具及輔助教材，如生字卡、圖卡、情境圖、圖畫故事、簡易課外閱讀教材、錄影帶、及電腦輔助教學軟體等，並在教學過程中善用菜單、時間表、行程表、地圖、指標、報章雜誌等各種實際生活資料，俾使教學生動活潑，提高教學成效。

附錄三

國民中學及國民小學教科圖書審定辦法

- 第 1 條 教育部（以下簡稱本部）為依國民教育法第八條之二第一項規定審定國民小學及國民中學教科圖書，特訂定本辦法。
- 第 2 條 本辦法所稱教科圖書，指依國民中小學九年一貫課程綱要（以下簡稱課程綱要）所編輯之學生課本及其習作。
教科圖書之審定範圍、名稱、編輯冊數及習作種類，由本部公告之。
- 第 3 條 本辦法所稱審定機關，指本部。本部辦理審定事項，必要時，得委任國家教育研究院為之。本辦法所稱申請審定者，指依法登記經營圖書出版之公司。
- 第 4 條 申請審定者就同一學習領域教科圖書，得依冊序分別或同時申請審定。申請審定者就同一學習領域編有二種以上版本者，其內容應有二分之一以上之不同。教科圖書依第一項規定申請審定或配合課程綱要修正應重新審定者，依本部公告之審定期間及實施方式辦理。
- 第 5 條 申請審定者於申請審定時，應填具教科圖書審定申請表，並檢附下列文件：
一、教科圖書編輯計畫書一式十份至十八份。
二、教科圖書及教師手冊書稿各一式十份至十八份；英語應另檢附附隨於教科書之有聲媒體教材腳本或試聽帶一式十份至十八份。
- 第 6 條 申請審定者依前條第二款檢附之教科圖書書稿，應符合下列規定：
一、以學習領域申請審定，不得分科申請審定。
二、以冊為單位，並以打字、美工完稿裝訂；插圖不得以草圖替代；彩圖不得以黑白圖片替代。
三、教科圖書之印製，依本部所訂國民小學及國民中學教科圖書印製標準規格辦理。
四、封面使用素面紙張，除標明書名、冊次外，不得標記其他文字、符號；內文不得出現申請審定者、編者之姓名及其任職處所。
五、使用之人名、地名、學術名詞、專有名詞等翻譯名詞，如經本部、改制前國立編譯館或國家教育研究院公告者，以公告內容為準。
六、國字注音應以本部公告之國語一字多音審訂表為依據。
七、使用之度量衡單位，採經濟部指定之法定度量衡單位。
- 第 7 條 審定機關應組成審定委員會，依課程綱要審定教科圖書。
- 第 8 條 審定機關應自受理申請之日起九十日內，將審查決議通知申請審定者。但審定機關視申請審定書稿數量及內容，得延長審查期限三十日，以一次為限，並通知申請審定者。前項審查決議分為通過、修正或重

編三種。同一學習領域各冊之審查期限，應自前一冊審查決議通知之日起算。

- 第 9 條** 申請審定之教科圖書，經審查決議修正者，申請審定者應依審查意見修正，於收受審查決議通知書之日起一定期限內，檢附修正稿申請續審，審定機關並應於收受修正稿之日起一定期限內通知續審結果。續審結果為通過者，審定機關應為通過之決議。
前項申請續審，以三次為限；所定申請續審及作成績審結果並通知之一定期限，第一次為四十五日，第二次、第三次均為三十日；第三次續審結果仍未通過時，審定機關應為重編之決議。
第一項申請續審所檢附之修正稿，除依審查意見修正，或作資料更新、內容勘誤外，不得再變更內容。逾此範圍者，審定機關得不予受理。
- 第 10 條** 前條第二項所定各次申請續審之期限，申請審定者於期限屆滿三日前，得以書面向審定機關申請延期三十日，並各以一次為限。逾期者，應重新申請審定，不受第四條第三項所定本部公告期間之限制。
- 第 11 條** 申請審定之教科圖書，經審查決議重編者，申請審定者得於收受審查決議通知書之日起三十日內以書面向審定機關提出申復，審定機關應審酌申復意見，於收受申復之日起三十日內為駁回之決定或變更原審查決議為修正，並通知其依第九條所定程序辦理。申復經駁回者，申請審定者得依原審查決議重編，並重新申請審定。
經決議重編而重新申請審定之教科圖書，其申請審定期間，不受第四條第三項所定本部公告期間之限制。經審定機關依第九條第二項規定為重編之決議者，亦同。
- 第 12 條** 審定機關於審查過程認為有必要時，得於決議前通知申請審定者陳述意見。申請審定者於審查過程認為有必要時，得向審定機關申請列席審定委員會議陳述意見。每冊以一次為限。
- 第 13 條** 申請審定之教科圖書書稿，應依下列程序審定：
一、審查決議通過之書稿，由審定機關發還申請審定者排印樣書。
二、申請審定者應依審查決議通過之書稿印製樣書，並於前款教科圖書書稿發還之日起一百八十日內檢送三套至審定機關。
三、申請審定者於印製前款樣書時，如發現有資料更新及內容勘誤之必要，應即通知審定機關。經審定機關通知其修正已變更原審查決議內容時，申請審定者應即停止印製，並依前款規定辦理。
四、樣書經審定機關核對與審查決議內容相符。
教科圖書經審定者，由審定機關發給審定執照；同一學習領域之教科圖書應俟前一冊發給審定執照後，始得核發後冊審定執照。
- 第 14 條** 教科圖書審定執照之有效期限自發照之日起算六年，並得延長至期限

屆滿之該學期結束，或本部所定延長期限屆滿為止。

- 第 15 條 申請審定者應自審定之教科圖書出版之日起六十日內，檢送與樣書相同之該冊成書八套至審定機關備查。經審定之教科圖書，其封面應印有本部或受委任之國家教育研究院審定字號。申請審定者不得以未經審定之書稿，提供學校作為選用教科圖書之用。
- 第 16 條 教科圖書之修訂，除屬資料更新或內容勘誤者，得於審定執照有效期間內隨時申請辦理外，依下列規定辦理：
一、自第三年用書起，得於教科圖書總頁數二分之一以內之範圍進行修訂。
二、修訂後之次年及第六年用書，不得申請修訂。
三、以一學年一次為限，並應於每年九月至十一月提出申請。
- 第 17 條 教科圖書之修訂，申請審定者應填具申請表，並檢附下列文件：
一、教科圖書修訂計畫書一式十份至十八份。
二、教科圖書修訂稿及教師手冊一式十份至十八份。
- 第 18 條 審定機關應自受理教科圖書修訂申請之日起四十五日內，將審查決議通知申請審定者。但審定機關視申請修訂書稿數量及內容，得延長審查期限十五日，以一次為限，並通知申請審定者。
前項審查決議種類，依第八條第二項規定辦理。
- 第 19 條 申請修訂之教科圖書，經審查決議修正者，依第九條、第十條前段規定辦理，逾期者，應重新申請修訂，不受第十六條所定期間之限制。
- 第 20 條 申請修訂之教科圖書，經審查決議重編者，依第十一條第一項規定辦理，並得重新申請修訂。
前項重新申請修訂期間，不受第十六條所定期間之限制。經審定機關依第九條第二項規定為重編之決議者，亦同。
- 第 21 條 申請修訂之教科圖書，經審查決議通過者，其審定執照延續原有審定執照之有效期限，審定機關不另行核發。
- 第 22 條 申請修訂之教科圖書，經審定機關准予修訂並重新印製者，申請審定者應依審查決議通過之書稿印製，並於前述書稿出版之日起六十日內，檢送成書五套至審定機關備查，版權頁應註明修訂版次及出版年月。
- 第 23 條 申請審定者擅自變更審定之教科圖書內容，審定機關應限期令其提出說明。屆期未提出說明，或經認定情節重大者，審定機關應廢止其審定執照。
- 第 24 條 申請審定之教科圖書，如有利用他人著作，申請審定者應依著作權法有關規定辦理。

第 25 條 本部依國民教育法第八條之二第一項規定自行編定教科圖書者，得委由機關、機構、團體或學校編輯；其審定程序，準用本辦法規定。

第 26 條 本辦法自發布日施行。



附錄四

臺中市 YF 區 YF 國民小學教科書評選辦法

壹、依據

臺中市政府教育局輔導本市國民中小學教科圖書選用及採購作業要點實施。

貳、目標

- 一、課程內容生活化且能反映社會價值取向。
- 二、配合地區人文的共通要求與個別適應。
- 三、符合教師與學生需求並達成教育目標。
- 四、取材新穎活潑精編精印促使學生樂學自學。

參、評選原則

- 一、合法原則：教科書選購以經教育部審定合格、領有未逾期使用期限執照之教科書為必要條件。
- 二、民主原則：教科書之評選應召開教科書評審會議，秉持民主、公平、公開方式選書，並做成會議記錄。
- 三、專業原則：教科書之選用以學年度為單位，每學年辦理乙次，由任課教師評選。
- 四、客觀實用原則：依據評鑑規準秉持力求真象精神，選出實用的教科書。
- 五、適切原則：同年級同一科目採統一版本之教科書。
- 六、各科教科書應評選出三種版本，列出選用順序，當議價不成或其他不可抗拒之因素而無法選用第一順位版本時，依順位序選用下一順位版本。

肆、評選方式

- 一、**成立教科書評選委員會**：由行政人員、各領域小組代表、家長代表組成之，並由教務主任擔任召集人，負責釐訂學校選用教科書政策及協助教師選用教科書相關工作。

YF 國小 104 學年度教科書評選委員會組織

職 稱	行 政 職 務	姓 名	工 作 職 掌
召 集 人	教 務 主 任	o o o	綜理教科書評選計畫之決策
執 行 秘 書	設 備 組 長	ooo	執行教科書評選所有工作之監督管理
	教科書小組：甄選		陳列樣書，辦理甄選，統計各年級及科目當選版本
	教科書小組：訂書		統計數量，與廠商聯繫訂書，並做議定價之合約

			書
	教科書小組：分發		清點並分發教科書至各班。
	教科書小組：作帳		辦理教科書議價及結帳事項。
	教科書小組：補助		辦理教科書減免及補助。
	教科書小組：教師用		辦理教師用書之統計、分發、回收等事項
行政代表	學 務 主 任	o o o	協助教科書評選業務
行政代表	總 務 主 任	o o o	協助教科書評選業務
行政代表	輔 導 主 任	o o o	協助教科書評選業務
行政代表	教 學 組 長	o o o	協助教科書評選業務
領域代表	語文領域小組組長	o o o	統籌選拔語文領域之教科書工作
領域代表	數學領域小組組長	o o o	統籌選拔數學領域之教科書工作
領域代表	社會領域小組組長	o o o	統籌選拔社會領域之教科書工作
領域代表	自然領域小組組長	o o o	統籌選拔自然與生活科技領域之教科書工作
領域代表	藝術領域小組組長	o o o	統籌選拔藝術與人文領域之教科書工作
領域代表	健體領域小組組長	o o o	統籌選拔健康與體育領域之教科書工作
領域代表	綜合領域小組組長	o o o	統籌選拔綜合活動領域之教科書工作
家長代表	家長會	o o o	協助教師選拔教科書
家長代表	志工隊	o o o	協助教師選拔教科書

二、成立領域教科書評選小組：各領域教科書由各領域小組老師負責評選，並由組長擔任召集人；生活課程由一、二年級老師負責評選，並由一年級學年主任擔任召集人，資訊課程由資訊組長及三至六年級學年主任負責評選，並由資訊組長擔任召集人。

YF 國小 104 學年度各領域教科書評選小組

領 域 別	召 集 人	組 員	備 註
語 文 領 域	楊 o o	王 oo、謝 oo、蔡 oo、許 oo、朱 oo、趙 oo、許 oo、吳 oo、王 oo、施 oo	評選 104 學年度教科書
數 學 領 域	吳 o o	徐 oo、許 oo、蘇 oo、楊 oo、顏 oo	評選 104 學年度教科書
社 會 領 域	蔡 o o	吳 oo、莊 oo、楊 oo、林 oo	評選 104 學年度教科書
自然與科技	高 o o	徐 oo、張 oo、謝 oo、張 oo、蘇 oo	評選 104 學年度教科書
藝術與人文	林 o o	顏 oo、蔡 oo、鄭 oo、熊 oo	評選 104 學年度教科書
健康與體育	江 o o	林 oo、陳 oo、蘇育瑾、田 oo、張 oo	評選 104 學年度教科書
綜 合 活 動	蔡 o o	陳 oo、曾 oo、蔡 oo、蔡 oo、黃 oo	評選 104 學年度教科書
生 活 課 程	謝 o o	蔡 oo、曾 oo、王 oo、陳 oo、蔡 oo、徐 oo、蘇 oo	評選 104 學年度教科書
資 訊 課 程	蔡 o o	蔡 oo、吳 oo、顏 oo、蘇 oo、鄭 oo	評選 104 學年度教科書

三、各領域教科書評選小組得視需要邀請家長參與協助教科書評選工作。

四、**蒐集資料與提供資訊**：由設備組及評審委員會蒐集數種版本教科書或相關資料提供全體教師參考。

伍、評選流程

編序	活動項目	活動內容	完成時間	主辦人
一	組織教科書評選委員會	1.成立並召開教科書評選委員會 2.決議本學年選拔注意事項	四月份	教務主任、設備組長
二	選用事宜公告	1.公告教科書選用相關事宜	四月底	教務主任
三	教科書樣書陳列由教師公開評審	1.採用審定合格、領有未過期限執照並經教育部核價之教科書。	五月中旬	設備組長
四	各領域評選小組決議並提出選購單	2.評審小組依據選用評鑑表項目公開評審。 3.以各版教科書的內容、取材、編排順序、字體版面、紙張印刷及價格合理性為評選項目。	五月中下旬	設備組長
五	教科書評選委員會審核	教科書應以教育部核定公告的教學科目為限，各學習領域階段採用相同版本為原則，同一學習階段如需更換版本，應於課程發展委員會中提出通過後重新評選。	五月下旬	設備組長
六	校長核示	校長依據評選委員會審核之版本資料審核裁定。	六月上旬	校長
七	教科書評審選購委員會辦理採購事宜	教科書款由市府補助時由總務處辦理。	七月初	由設備組長負責與廠商聯繫訂書，並做議定價之合約書。
八	公佈書價並印製書單	教務處依教育部核定之價格辦理並予以公佈並交由總務處彙整列印於收費單之上以示公開。	七月中旬	總務主任
九	書局（出版社）送書	總務處會同採購小組驗收後，存放於學校指定位置。	七月底	設備組長
十	整理、清點教科書	設備組長、工友、警衛協助搬運清點教科書並依年級科目班級	八月初	設備組長

		數量彙整放置。		
十一	分發書籍、註冊、繳款	由各班指派學生至指定地點搬書，分發教科書供學生使用。	八月底	設備組長
十二	分發教師用書指引及相關教具	將老師用書依選定版本分發給相關任課教師，學期末收回	八月底	設備組長
十三	退書、書款統計、請款與付款	將多餘用書填妥單據後交由設備組長辦理郵寄退書，並將書商寄發之對帳單填妥寄回，待書商將書款發票及折讓單寄回學校，應立即填寫動支經費請示單及黏貼憑證付款及造冊發放教科書評審、整理、搬運之獎勵金。	九月中旬	設備組長
十四	任課教師提供教科書改進意見	各科任課教師於教學時，發現所採用的教科書中如有需要改進的地方，應先行於各領域教學會議或學年會議中提出，再由學校發函陳請市府教育局轉請教育部知會出版單位參考改進之。	九月初 至 元月底	教務主任

陸、參與各版本教科用書編審或試用人員，皆不得擔任教科用書選用小組成員。
柒、選用之教科書應以教育部核定公告之教學科目為限，同一年級同一科目於同一學年內以採用同一版本之教科用書為原則。

捌、本辦法經校務會議通過後公佈實施，修正時亦同。

承辦人：

單位主管：

校長：

附錄五

臺中市 YF 區 YF 國民小學 104 學年度使用教科書評選表

一、評鑑教科書領域(科目)：_____學習領域 _____ 課程

二、年級：_____年級

三、填寫說明：請依據教學經驗與審選標準來實施評鑑。

四、審選標準

審選標準 審查標準分成五個等級：優、良、中、可、差。請以等級分數表示： 「5」表「優」、「4」表「良」、「3」表「中」、 「2」表「可」、「1」表「差」	各版本出版商						
	評鑑等級分數						
1.版面設計之布局均衡、對稱、調和美觀							
2.內容插圖活潑化、生活化，符合教學目標。							
3.字體插圖的印刷是否清晰，大小是否適合。							
4.使用的紙張品質是否良好。							
5.書本的裝訂牢固與耐用程度。							
6.教學目標明確，符合課程綱要之要求。							
7.內容呼應本校願景及學校本位。							
8.內容符合時代潮流、具多元文化與客觀性。							
9.內容取材生活化，以學生生活經驗為中心。							
10.內容份量適中，適合學習進度。							
11.教材內容難易度之分配適當與否。							
12.教學設計之教學模式能靈活運用教學方法							
13.教學活動能激發學生主動參與、積極學習。							
14.教學活動能顧及學生個別差異。							
15.教學評量方式多元化，且易於實施。							
16.各學科之間的配合、聯繫適切。							
17.習作內容的規劃是否與教材內容相符。							
18.課程中須學生準備之學習用具、材料須容易取得							
19.出版商以往處理問題的效率與信譽。							
20.其他							
總分							
排序順位							
註：評選人員請依符合指標之程度，每一指標以 5~1 給分，各欄位請務必填寫清楚，評分之欄位不得空白。							
決議順位	第一順位：	第二順位：	第三順位：				
綜合評述							

評選教師簽名：_____年__月__日

附錄六

教育部國民小學及國民中學教科圖書印製標準規格

中華民國 93 年 4 月 16 日臺國字第
0930050670 號函訂定
中華民國 93 年 12 月 01 日臺國字第
0930156931 號令修正

一、教育部(以下簡稱本部)為執行國民小學及國民中學教科圖書審定辦法第六條第三款規定,使國民小學及國民中學教科圖書之印製符合一定標準,特訂定本印製標準規格。

二、紙張:

- (一)封面:課本習作採基重每平方公尺一百九十公克以上銅版紙或銅西卡紙。
- (二)內文:教科書及習作用紙,其原紙經檢驗後,須符合經濟部標準檢驗局發布之各項 **CNS** 標準:
 - 1.基重:依 **CNS1352**[紙及紙板基重試驗法]之規定,應達每平方公尺八十公克以上。
 - 2.白度:依 **CNS12885**[紙漿、紙與紙板擴散藍光反射率(ISO 白度)測定法]之規定,其正面、反面均須介於百分之七十五~百分之八十五之間。
 - 3.不透明度:依**CNS2387**[紙之不透明度試驗法(百分之八十九反射率背襯)]之規定,須達百分之八十五以上。
 - 4.光澤度:依 **CNS7299**[紙及紙板七十五度角鏡面光澤度試驗法]規定,其毯面、網面平均值,均應於百分之十五以下。

三、字體及字級:

(一)字體:

國民中小學教科書、習作正文部份,採楷體字或宋體字。但國民小學國語文,應採用本部頒定之標準楷體字。

(二)字級:

- 1.國民小學一年級、二年級:正文部份採用二十二 **pt**(三十二級)以上。正文以外之部份,得視需要採用十七 **pt**(二十四級)以上。
- 2.國民小學三年級、四年級:正文部份採用十七 **pt**(二十四級)以上。正文以外之部份,得視需要採用十四 **pt**(二十級)以上。
- 3.國民小學五年級、六年級:正文部份採用十五 **pt**(二十二級)以上。

附錄七：訪談逐字稿

(一)、受訪者：台中市清水區某國小六年級學生

代號：S1~S8

2015.06.11~2015.06.13

Q：你所學過康軒的課本單元你最喜歡的單元和不喜歡的單元？為什麼？

A：我想我最喜歡是 Tom Sawyer，因為我從來沒有讀過這本書，覺得很特別。我最不喜歡歌謠教唱的單元，因為歌詞太簡陋，和補習班的教材比較太簡單了。S1

A：我感覺都差不多，沒有比較喜歡或不喜歡的單元。但我也喜歡歌謠的單元，因為內容太簡單，我沒有補習都看得懂，感覺太簡單。S2

A：我喜歡花木蘭，我喜歡歷史故事，我不喜歡三隻小熊，很幼稚。S3

A：我都可以，沒有比較喜歡和不喜歡的。S4

A：我喜歡湯姆歷險記，因為很有趣，較適合六年級，我不喜歡花木蘭，因為內容太簡單，應該放在五年級才對。S5

A：我好像沒有喜歡或不喜歡，好像都差不多。S6

A：我喜歡湯姆歷險記，還蠻好玩的，可是好像沒有完整性。S7

A：我可以說全部都喜歡，好像沒有不喜歡的單元，可是故事內容好像很少，句子也很少。S8

Q：課本的含單字、句型、發音、課文和習作這些項目你覺得份量如何？發音、歌謠和韻文和延伸活動的份量你的感覺如何？

A：我覺得單字太少，句型也太簡單，比我們在補習班學的少很多，需要多一點變化，好像太單調了，發音的部份我覺得剛剛好，習作也太簡單了，但是份量剛好，習作一下就寫完了，可以再難一點，歌謠應該增加難度，課文對話內容太少，也要再增加。S1

A：我沒有補習，我覺得單字份量剛剛好，句型有點少，需要再增加，習作難易度與份量剛好，可是課本最後面習寫的部份太多寫不完，歌謠難度要再增加，才不會無聊，課文的對話才十幾句也太少，要再多一點。S2

A：我覺得剛好，對大部份同學的程度來講差不多，歌謠程度很適合大家，而且歌詞底下有單字說明很方便，句型才兩句有點少，發音單元補充的單字太少要多一些。S3

A：我覺得份量剛好，適合大部份人的程度。S4

A：我覺得課本很簡單，可能是我補習很久了，可是對沒補習的同學應該要簡單和難的交叉都要有，可以適合沒補習和有補習的人，習作的聽寫偏簡單，希望可以再難一點。S5

A：我覺得有點簡單，可是有人學不會就擺爛這樣永遠都不會，對沒補習的同學應該夠了，一個單元兩個句型對沒補習的人很足夠了。S6

A：發音單元的單字應該要多注重，因為它對我們拼單字很有幫助，而且自然發音很有用，讓人不會死背單字，以前用死背單字覺得沒用。S5

A：習作後面的習寫部份太多，應該不需要，單字和句型要多念不要一直寫，其他份量都剛好。S6

A：我不喜歡文法的單元，因為練習題目太少，句子太少，好像每句都差不多，要換一下，歌詞內容要成熟一點，可以放一些流行或快一點的歌，會比較有趣，我覺得單字要多一點，補習班有五六個單元，每個單元有大約二十的單字，所以課本單字應該要多一點，我也覺得句型要多一點，另外有聽力練習要填單字，我覺得不要在底下有提示的單字，應該要我們自己填，我喜歡慢一點的歌，可是歌詞要比較有趣不

要太幼稚。S7

A：我覺得單字量剛好，我有補習還是覺得剛好，因為要配合大部份人的程度，不是每個人程度都一樣，句型才兩句太少，要多一點，習作的部份老師應該要讓我們翻課本找答案。S8

Q：你在補習班補習，你用過什麼版本？和康軒版比較，你的感覺呢？

A：我不知道什麼版本，好像叫 Fantistic 和 Seesaw，每個單元都有 15 個以上的單字，康軒才八個，補習班的跟康軒比真的難很多，康軒太簡單了，有點無聊，其實補習班課本的編排和康軒都一樣，只是難度不一樣。S1

A：我沒有補習所以不知道，可是康軒還蠻喜歡的。S2

A：我覺得用故事來上課很有趣，補習班是講外國的小說，用第三人稱說故事方式而不是用對話方式，跟課本很不一樣，我喜歡看小說。S3

A：我們補習班課本內容很死板，學校課本比較生動有趣，但是補習班補充的東西比較多。S4

A：我很小就開始補習，課本對話和學校差很多，我很驚訝，因為學校課本太簡單了，還在教 ABC 真的有點誇張。S5

A：補習班版本名稱不熟，好像是 Fantistic，是用故事和主題人物為主。S6

A：我不知道補習班用什麼版本，可是我們的單字很多，句型比較難。S7

A：教材也要適合大家的程度，我們用佳音，課文比較多比較難，有很多字，還要背過去式的單字。S8

Q：你希望老師替你們訂購練習卷或測驗卷，來增加練習的機會？

A：這要看個人的決定，我補習覺得課本太簡單，我不需要買。S1

A：我覺得要像 CD 一樣有需要才買，我自己只要看課本就好了。S2

A：我覺得不用買，因為會增加大家的負擔。S3

A：也不用買，因為複習課本就可以了。S4

A：不需要，只要多看課本寫習作就可以了，不會的也是隨便亂寫。S5

A：每周才上 80 分鐘，如果要寫練習卷會壓縮上課時間，應該不需要。S6

A：應該要讓我們決定要不要買，不過老師要看我們需要的時候買一些測驗卷給我們複習，因為課本的東西太少。S7

A：應該讓我們決定要不要買，看個人需求。S8

Q：你喜歡康軒版的英語教材嗎？你希望老師繼續選用它嗎？

A：我覺得很普通，要選用也可以。S1

A：我覺得不錯，不會太難可以繼續用，它的故事內容編排還不錯。S2

A：我覺得不喜歡也不會討厭，沒意見，不過補習班可以學較多東西。S3

A：我覺得會選，因為課本不難，只要不要太愛玩，要用功都很簡單。S4

A：我覺得太簡單了，應該要再難一點，要選的話我會選擇補習班的，因為我喜歡有困難度的教材，可以學習比較多。S7

A：我覺得有的地方剛好，有的地方又太簡單了，要選書的話要跟其它的課本比一比才知道，我應該會選學校的，比較好學，不用背很多單字。S8

Q：你喜歡老師用電子書上課嗎？為什麼？

A：我喜歡，因為字可以放大，看比較清楚、看動畫很有趣。S1

A：喜歡，因為可以看到比較多的東西，補充的東西比較多，像遊戲、故事的講解、動畫的部份、滑來滑去可以跳頁。S2

A：喜歡，我希望電子書要和課本搭配，不可以一直用電子書，課本也很重要，電子白

- 板不用擦，我覺得很方便。S3
- A：我喜歡電子書的動畫，用普通的黑板上課也沒差。S4
- A：喜歡，可以體驗到上課的感覺還有遊戲。S5~S7
- A：喜歡，有遊戲和動畫很有趣，可以觸控，還可以在上台寫字很好玩。S8
- Q：你覺得電子書可以取代課本嗎？
- A：我覺得可以，我爸媽可以讓我在家用電腦複習。S1
- A：不行，因為家裡對電腦使用有限制，每次看書要開電腦很麻煩。S2
- A：不行，常看電腦會變笨。S3
- A：我覺得不行，因為影響視力。S4
- A：我覺得有可能，因為現在電腦很發達，很多人喜歡用電腦看東西。S7
- A：我覺得不好，因為常看電腦對眼睛不好，看書就要開電腦很麻煩。S8
- Q：你知道課本、習作和電子書的價錢嗎？你想要買電子書嗎？
- A：我不知道，也不太想去了解多少錢。電子書的價錢我也不知道，有看同學在買，好像一百多，我上課看老師用就好了。S1
- A：我也不知道，只知道不會貴。S2
- A：我不知道多少錢，因為我不用出錢，付錢的人才需要關心。S3
- A：我也不知道價錢，又不是我出，好像跟我沒關係，電子書更不會買，如果一百多其實還算不貴，如果我們能認真使用，其實不貴可是一定要利用。S4
- A：不知道。S5、S6
- A：我不知道價錢，也不會買，以前有買過，因為太簡單，有點浪費，可是我覺得要便宜一點，比較弱勢的人才會買得起。S7
- A：一片 180 太貴了，因為才用幾個月就丟了。S8
- A：我有買過電子書 180 元，覺得有點貴，遊戲還不錯，可是老師的電子書比較好。S2
- A：電子書 180 因為是我付的我知道，還有兩片光碟，我覺得便宜一點會比較好。S3
- Q：到國中以後你會請家長幫你買康軒參考書嗎？
- A：我會，因為要多練習。S1
- A：還不知道，如果有需要才去買。S2
- A：還不知道，應該會。S3
- A：應該不會，要看自己的程度再說。S4
- A：我會，因為內容會比較難需要多練習。S7
- A：我不會，因為功課會太多，會寫不完。S8
- Q：你希望康軒在學校辦英文相關的活動嗎？
- A：希望可以多辦一點活動，應該會比上課有趣。S1
- A：可以啊，辦活動很好玩，只要不上課都可以，以前有外國老師來上課也有遊戲，我覺得很好玩。S2
- A：我覺得沒差，有沒有都沒關係。S3
- A：不錯啊，希望可以多辦一點活動，像闖關遊戲。S4
- A：好啊，應該會蠻有趣的，要設計好玩一點的。S5
- A：可以試看看，應該不錯，以前曾經有聖誕節活動，有唱歌、抽獎和外國聖誕老人有獎猜謎很不錯。S7
- Q：你曾經上過康軒的網站查資料、買書或做線上測驗嗎？
- A：我沒有上過康軒網站，平常很少上網，我們家有限制用電腦的時間。S1
- A：沒有，沒想過要上康軒網站，老師有介紹過線上測驗，可是我沒用過。S2

- A：沒有上過，我媽平常不讓我用電腦，怕我做其它的事情。S3
- A：老師沒叫我們用康軒網站，好像跟課本沒什麼關係，應該很少人用吧。S4
- A：沒有上過康軒，老師從來沒有叫我們要查什麼資料，所以不知道。S5
- A：沒有，因為不知道要查什麼，沒什麼用，平常都在玩電動較多。S6
- A：沒有，因為不知道要查什麼，線上測驗單字我沒什麼興趣，我都靠自己背，補習班老師也會叫我們背單字，所以不會去上康軒網站。S7
- A：沒有，好像沒什麼好上的。S8
- Q：知道康軒教材的門市部有哪些嗎？
- A：不知道康軒的書局在哪裡。S1
- A：不知道，沒想過，因為用不到。S2
- A：不知道。S3
- A：去書局大部份是買文具，不會去買課本，要課本找老師就好了。S4
- A：老師從來沒有叫我們去書局買什麼書，所以不知道去哪裡買。S5
- A：不知道。S6~S8

(二)、受訪者：台中市某國小教師 代號：T1~T4 2015.07.10~2015.07.14

- Q：目前您所用的康軒教材版本為何？對於康軒出版教材在單字、句型、文法、發音、歌謠、韻文、延伸活動與習作等各方面，您的滿意度為何？
- A：目前六年級用 Hello Kids，三年級用 Follow Me，Hello Kids 我已經用蠻多年了，覺得在單字量方面高年級希望每課可以增加十個，句型只有兩句很少，所以應該增加一點難度。不用太難，就像回答的部份 No, I don't. 可以變成 No, I don't like apples. Yes, I do. 可以改成 Yes, I like fish. 這樣，不然好像真的有點簡單，小朋友不會進步。發音每單元才兩個，覺得可以增加多一點同音單字的練習，增加小朋友的印象，歌謠還蠻好聽的，歌詞簡單朗朗上口，小朋友雖然說歌詞幼稚，其實他們蠻喜歡唱的，我用康軒教材覺得很習慣很好用。T1
- A：我現在用的是 Hello Kids 三四年級的版本，我覺得整個內容編排都還好，沒有比較喜歡或不好的地方，四下有個單元單字有六個，好像對沒有補習的學生來講有點吃力，像 wash the dishes, brush your teeth, watch TV 這些 phrase，其他的單字就還好，高年級方面之前有用過 Hello Darbie 感覺還好，沒有什麼要改進的地方，我記得以前有用過一種好像叫 Hi English 真的很難用，它是橫的設計而且很難翻，學生也很不喜歡，用到後面書皮都不見了，所以選書很重要，選到不好用的真的很痛苦。中年級發音和文法兩句覺得份量剛好，習作覺得份量差不多但是偏簡單一點，很多是用圈一圈很多，應該可以增加一些寫的東西，而且每班幾乎四分之三以上的孩子都有補習，我覺得習作有的部份可以再難一點，所以編教材這個部份很難拿捏，是應該以沒補習的人為主，但是可以再難一點點，有的小朋友很用功如果正常學習應該都跟得上，有的孩子補習很久了，簡單的東西還是不會，所以三年級要簡單一點，到四年級就可以難一點。還有我覺得文法簡單而且重複性太高了，應該要多一些變化，歌謠他們還蠻喜歡唱，三年級比較愛唱，到高年級就覺得幼稚不愛唱。我沒有覺得康軒與其他版本有特別不一樣的地方，因為現在每家版本都很像，好像他們會互相模仿別人的優點。T2
- A：目前我用 Hello Kids 版本，他每冊的份量都不一樣，我覺得中低年級四年級的份量太少有點空洞，五年級習作有點少而且太簡單很快就教完了，六年級的頁數有點多，像後面的閱讀樂園漫畫、填單字 puzzle 還有照抄襲寫的部份太多了，都寫不完而且很難改，希望可以少一點。單字量覺得差不多還算剛好，跟其他版本比起來教得蠻

順手的。歌謠的部份高年級不喜歡唱歌，他們比較喜歡唱流行歌，以前的 See you again. 友情，他們都很喜歡，課本比較不愛唱，中低年級比較愛唱。T3

A：我現在用 Hello Kids 高年級的版本，中低年級用 Follow Me，覺得單字量還可以，但是康軒在整個架構難易度安排不是很平均，五上有一課三隻小熊太難，有介紹可數和不可數名詞的複數，像 noodles, beef 變複數的用法就不一樣，擺在一起就有點難，又加上助動詞 do 和 does 變複數的用法，真的很難，其它單元有的又很簡單，所以難易度我有建議康軒要改，可是康軒現在好像要主打 Follow Me，所以應該是不會做 Hello Kids 的微調了。還有有時候故事內容在句子的連接上有些牽強不是很符合邏輯，要再多做解釋一下才會通，應該要注意一下。歌謠的部份基本上我都沒在用，為歌詞改得很繞口，旋律是會唱可是歌詞不好用，我通常請小朋友自己回家唱，我會自己找歌教小朋友唱。習作份量還可以，可是單字出現率有重複性高，有的單字反而很少出現的問題。課本裡有一個 Challenge Time 的延伸活動我覺得蠻有趣，還有發音有多一點練習，有多加一些測驗的部份還不錯。T4

Q：您對電子書的感覺如何？希望電子書增加什麼功能？

A：用電子書真的會上癮，因為功能太多，尤其是用手指點一下滑鼠就可以發音，減少很多喉嚨的負擔，因為課又多，光是這一點就讓我愛不釋手。這學期學校安裝電子白板更便利了，螢幕比較清晰而且可以在上面寫字，叫小朋友上台寫字他們都很開心，真的是教學之寶，如果沒有電子書我會覺得很累，小朋友也不容易專心，因為叫他們翻到第幾頁，有很多人都沒在聽，電子書可以清楚地讓大家看到你教的那頁，操作很方便。希望電子書可以再增加像百萬小學堂這種競爭性的益智遊戲，給小朋友分組搶答，大家都很 High。還有遊戲是小朋友的最愛，希望可以再增加一些變化，而且題目也要變一下，例如摘蘋果和忍者水上漂和鯊魚咬人這些題目其實都一樣，一直在循環，如果能換題目就更棒了。T1

A：電子書有在用，我知道它很好用，可是英語教室只有一間不夠用，有時候還是要跑班，電子書現在不知道要不要裝在各班的電腦，等開學再說，怕老師要用電腦，沒辦法因為要用電子書請他離開，因為學校很擠，老師沒有地方改作業，有時候還是沒辦法用電子書。T2

A：電子書我喜歡用，因為有多種的補充資料，像文化節慶單元、發音、歌曲等補充的東西很好用，有聲音有動畫讓學生有興趣上課，方便又生動，以前用過何嘉仁和翰林的電子書，我比較喜歡康軒的，感覺比較順手。T3

A：電子書很不錯，我很喜歡用，那個感覺比較順手，角色扮演是我最喜歡的部份，可以請小朋友做對話練習，很像 RT，很不錯，我希望電子書裡面可以記錄個人做題目的功能，老師可以之 到他在家有沒有做功課，不過這比較難，我有建議過，康軒說這很難，應該沒辦法達成。T4

Q：您會幫學生訂購補充教材嗎？

A：不會，從來沒買過，因為買了還要幫他們檢討，課會上不完，康軒業務都會免費提供補充講義可以影印給小朋友用。可是我有想過，有些小朋友想多一些練習就沒有機會，因為只有課本和習作有點少，所以希望康軒在開學後在賣電子書的時候可以請老師幫忙調查學生自己要不要買，採自願式的不要強迫，有的小朋友很用功應該會買。T1

A：我沒有用過康軒的補充教材，應該業務有給過我，被我放到一邊去了，更不會介紹給學生用。T2

A：補充教材我沒有用過，他好像沒有送給我，只有給我的同事轉交給我，後來我有看

到，可是沒有用，只要用課本或光碟的資料就可以，因為不會寫到每個單元，光碟題庫設計很好，只要影印要用到的單元就好，用所以用不到補充教材，也不會請學生買。T3

A：我沒用過，以前業務也送，但是沒用過，所以也不會介紹給小朋友，因為會買的人應該也不多，意願不高，要在家裡複習可能不會認真去寫，會的人也不用買，因為已經會了。T4

Q：您會推薦學校或他校老師選用康軒的教材嗎？康軒教材和其它書商相比有什麼優點呢？

A：我會，如果有老師問我的意見我會推薦康軒，其他學校老師就不會管了，不然好像在幫康軒拉生意。康軒在教材方面其實和何嘉仁差不多，服務也差不多，可是以前我不喜歡何嘉仁課本發音的部份太多，歌曲很難學而且有反映過，現在好像有改進一點可是我已經換康軒了，再換回來會不習慣。T1

A：現在教材其實愈來愈像，雷同的地方很多，感覺康軒沒有很特別的地方，不過我們學校很久以來都是分翰林、何嘉仁和康軒在使用，以後應該也一樣。T2

A：我會推薦學校老師選康軒，因為很好用，可能也是比較習慣了，何嘉仁也不錯，其實各有優點，我比較喜歡康軒的電子書，真的很好用。T3

A：如果老師要我提供意見的話，我會建議老師選康軒，我會告訴他們康軒的優點，不會主動要求老師要用康軒的書，康軒和其它教材差不多，可能用比較久了覺得比較習慣他的編排方式。T4

Q：你會建議家長幫學生購買教學光碟、電子書或補充教材嗎？

A：如果小朋友程度太低，我會寫聯絡簿請家長幫小朋友買，開學時我也會建議和鼓勵小朋友買電子書和光碟回家多聽、多唸。可是補充教材因為不知道價錢，業務也不會向我們推銷，所以不會請小朋友買。T1

A：對程度比較弱又沒補習的小朋友會建議他們買，可是你要先問他們家裡有沒有電腦，還有父母准不准他們用，每個人家裡情況不一樣，有些人家裡是沒有電腦的。程度好的孩子當然就不用問了，買了也是浪費。T2

A：開學時我都會教小朋友買，可以回家複習，補充教材就都沒有，因為要看有空的時候在找資料給他們用較好了。T3

A：我們學校都會讓小朋友統一要買，價錢跟課本一起收，如果有家長有意見或是哥哥姊姊已經有了就可以退費，可以回家複習。T4

Q：你會關心課本、習作、學生電子書或其它補充教材的價格嗎？

A：我知道課本和習作很便宜，所以不會擔心，就算貴一點家長也一定要付，但是電子書和光碟要一百多好像有點貴，如果便宜一點可能買的人會比較多吧。補充教材價錢我也不知道，要問一下業務，因為會送而且也不會推銷，感覺好像不是很重要，可是沒人用好像有點可惜。T1

A：你也不知道這些東西的價格，我也完全不知道，沒在注意。T2

A：我從來沒有考慮價格，我知道電子書好像 170 還是 180，價格來說應該愈便宜愈好，可是買一片可以用一學期，我覺得還 ok，補充教材的價格我完全不知道，因為沒用過，如果你講得這麼便宜很不錯，可是沒在用，是不是有點可惜。T3

A：課本有定價 200 元，寫在書的後面，可是學校不用這麼貴啦，小朋友常常會弄丟課本，通常我會留一些可以給他們用，但是還是不夠，業務有時候會請小朋友自己去買，可能太多人弄丟了，會念書的也會弄丟，業務們也會覺得很煩。課本和習作應該要便宜一點，反正薄利多銷應該不會虧錢，可是補充教材真的很少用，所以不會

請學生買，要補充就從光碟下載或自己出一些題目給小朋友練習也可以。T4

Q：在教材的價格方面，您有什麼具體的建議？

A：課本和習作是業者花了很多人力和物力和資金，可是賣得這麼便宜好像有點不敷成本，也許是薄利多銷吧，還是可以有利潤，不過補充教材康軒編得很完善，沒有做推廣好像很可惜，希望可以像課本一樣把價格壓低，老師可以幫忙介紹給家長知道，也許可以增加銷售量，要買的小朋友也可以多一點練習。電子書才一百多可以用一個學期，只要好好利用應該不貴，可是對很多家長來講，可能家裡沒電腦或是不喜歡小朋友看太多電腦，還是怕他們玩遊戲沒在學習，很多原因就不太想買，對程度較低的小朋友其實和電腦互動學習可以進步較多。T1

A：價格其實我一直都不太清楚，沒什麼建議，補充教材也沒用過。電子書好像 170，課本和習作加起來好像 70 多，補充教材真的沒印象，如果像你講才 20 多真的很便宜。可是平常用不到，你也不會想要知道，這是人之常情。如果 A 君(業務員)會送就不用買了，用影印的多方便，要買還要收錢很麻煩。T2

A：電子書如果便宜一點應該買的人會比較多，我會叫學生買光碟回家複習，一班大概有四分之一的人買，感覺算不錯了。T3

A：如果能便宜當然會更好，不過才一點錢家長都付得起。電子書和光碟共三片 170 還是 180 其實在經濟效益來講很實惠了，只要小朋友肯好好利用，花這一點錢算什麼，也要看家長配不配合，有沒有用心。T4

Q：希望康軒辦理學生校際或校內英語方面的比賽或團體活動嗎？

A：我比較喜歡校內活動，不要校際的，壓力太大，像學期末的時候如果康軒可以來幫忙帶遊戲或比賽之類的，小朋友應該很高興，只要不要上課他們都會很高興。T1

A：可以啊，應該不錯，可是到學校辦活動好像業務要自己規劃，公司不知道會不會配合，這樣他們會很辛苦。T2

A：我覺得可以建議康軒在兒童周或節慶的時候來學校辦活動，小朋友應該會很喜歡，老師應該也很樂意。T3

A：如果是平常要來辦活動應該沒辦法，因為會影響到我們上課的時間，如果可以利用其它比較有空的時間來辦就還不錯。T4

Q：您參加過康軒辦理的研習或旅遊參訪活動嗎？您覺得參加這些活動會增加您對康軒教材的好感嗎？

A：有空我都會參加，參加好幾次了，因為康軒研習規劃都很用心，有學術性教材教法研習，還有娛樂性的桌遊介紹，還有戶外旅遊餐訪都蠻有趣，還可以認識其它學校的老師和認識多一點康軒的職員。只要對公司服務有好感當然會對他們的教科書多一點喜愛，因為業務都很貼心客氣，服務很周到。T1

A：因為我不喜歡坐遊覽車，我會暈車不喜歡旅遊，不喜歡一堆人一起活動，我比較孤僻一點，不過以前我參加過桌遊的研習感覺還不錯，有便當和咖啡，還有展示康軒的教材，服務很好。T2

A：喜歡，我都有參加，一定會增加好感的，像以前辦的桌遊很不錯，印象比較深刻是前一陣子參訪隸屬康軒的康橋系列的高中、國中和國小，感覺很用心在辦學，好像財力很雄厚。我希望可以再多辦一些研習，而且要考慮到比較偏遠地區的老師，每次都辦在市區都沒辦法參加，因為太遠不方便。T3

A：有參加過還不錯，去年有去嘉義的交趾陶還有桌遊，比較喜歡是桌遊學到很多東西，研習可以得到很多教材的訊息，會增加教材的印象，旅遊和參訪可以增加對業務的感情，可以認識其他學校的老師，對教材認識會比較沒影響。T4

- Q：您喜歡康軒的服務嗎？ 服務品質是您評選教科書的考量因素嗎？
- A：喜歡，他們都很客氣有禮貌，每次要求他們做一些事幾乎都會達成，如果服務太差真的會影響選書的印象。以前有位業務平常都不來學校，只有要選書前才會出現，感覺很現實，而且身上有煙味，覺得不喜歡，後來就換版本了。T1
- A：服務很棒，我們一直都有選康軒的書，就我個人來說，不會以服務來決定選書的標準，那太離譜了，你也不會因為哪位業務來決定要不要選他的書，還是要以課本內容為主，服務應該是第二考量。T2
- A：我喜歡他們的服務，我會向同事推薦康軒教材，我們英語老師都會一起討論要選什麼版本，互相討論達成共識，然後要填選書的表格，那表格每個學校都要有要填，因為自己覺得好用，大家也覺得不錯，我們理想的版本還蠻一致的，我們學校三到六年級都用康軒。可是不會用服務來決定要不要用，選書還是要看課本的內容來決定，還有小朋友會不會吸收，服務應該是第二。T3
- A：我喜歡康軒的服務，康軒跑得很勤快，服務是選書的考量之一，可是不是最重要的，選書還是要看課本習作和周邊教材配套的支援決定，服務很重要可以加一兩分，可是不是選書的依據。T4
- Q：您會鼓勵學生使用康軒線上測驗系統或瀏覽康軒的教學平台嗎？
- A：沒有，平常不會請小朋友上網站，可是我有介紹阿蓮國小方老師設計的澎湖灣線上測驗系統給小朋友知道，感覺他們沒什麼興趣，可能家長不喜歡他們用電腦，怕他們都在玩遊戲。T1
- A：沒有講過，反正跟他們講也沒用，不會有人真正用來背單字，怕是晚上用來玩線上遊戲吧。T2
- A：我知道這個網站，我有先試過，覺得還不錯，應該下學期會介紹給小朋友用，以前 A 君(業務員)有來發 DM 有介紹這個網站，好像還可以參加抽獎，何嘉仁也有類似的網站都差不多。T3
- A：我有告訴他們這個網站，好像沒有人用過。T4
- Q：您覺得康軒業務員和其它書商業務員在服務方面有不同之處嗎？
- A：服務項目和態度都大小異，都很客氣很積極。T1
- A：康軒和何嘉仁是跑得最勤快的兩家，服務很周到，翰林以前比較差，現在比較好一點了，比起來康軒的 A 君跑得應該是最勤快的，何嘉仁可能有點年紀哦，年輕還是有差，而且長得帥帥的比較受人喜歡，嘴甜一點、活潑一點，還是會比較吃香，比較討人喜歡。T2
- A：和其它家業務比較像康軒比較可以提供較多的資訊，他們會常常來學校，何嘉仁也不錯，其實一般來講服務品質都差不多，何嘉仁和康軒比較 ok，現在翰林換一個女生在跑有比較好一點。T3
- A：大家感覺都很努力，比較認真跑的應該是康軒和何嘉仁，目前翰林也很想跟進，有比較勤快。T4
- Q：知道康軒教材的門市部有哪些嗎？
- A：不知道，因為用不到，如果要用書直接請業務幫忙就可以了。T1
- A：從來沒想過不知道在哪裡，我想知道應該要去上網查才知道，平常不會記這些。T2
- A：我知道，是在大雅，因為上次去研習就在大雅，那裏應該就是，可以在那裏買到書，可是其它的門市部我不知道，因為沒用過，應該很多人都不知道吧。T3
- A：我知道台中大雅，台北在新店有一家，可是書局我不知道。T4
- Q：您會介紹學生去書局購買康軒英語童書、刊物、練習卷或測驗卷嗎？

- A：不會，練習卷康軒會送可以影印來用，如果介紹小朋友去書局買書好像有圖利廠商的感覺。T1
- A：不會，從來沒想過。T2
- A：不會，應該會看課本就不錯了。T3
- A：沒有，其實用他們送的光碟資料就夠了，所以不會教小朋友去書局。T4
- Q：您會上康軒文教機構的網站，瞭解康軒其他的產品嗎，例如童書、測驗卷、參考書、學習單、訂購報紙其他刊物？
- A：不會，學習單可以從光碟下載使用還蠻方便的。T1
- A：也從來沒想過，好像用不到。T2
- A：很少，平常沒有空。T3
- A：不會，平常教師用的光碟裡面就有很多東西可以用了，所以不會再訂購什麼。T4
- Q：您會瀏覽康軒的相關網站嗎？什麼原因才會上康軒網站？
- A：有上過康軒網站，但是很少，無聊的時候隨便看看。T1
- A：沒有上過。T2
- A：偶爾會去看一下，看有沒有學習單可以用，可是學習單好像跟光碟的都差不多，其實光碟較很好用了。T3
- A：有時候會去看一下有沒有學習單可以用，有的學習單下載以後我會把它重新編輯一下還不錯，還有有時候會看一些影片還不錯。T4

(三)、受訪者：康軒語教部經理代號：K1、副理代號：K2 日期：2015.07.13

- Q：目前康軒產品的市佔率偏高，產品經營策略為何？還有改進之處嗎？
- A：以目前各家出版業來看，目前康軒市佔率還不錯，因為我們現在有五個版本，可是真正使用率較高的只有其中幾種，所以我們正在檢討是否要出這麼多版本，因為賣得少的全國才幾千本，會影響我們的成本。平時業務會帶回來各地教師的意見，我會反映給教研(教材研究)部，我們會考慮城鄉差距、M型化與少子化的問題，請他們會市場調查、訪談或設計問卷作統計，取較折衷的解決方式來決問題，所以才會設計補充教材，有的學校腳步較快，就可以使用。K1
- A：我已服務十年，對市佔率還算滿意，會依市場和老師的需求和回饋反映給公司，做改版或修正，希望老師用的很滿意不然會被老師淘汰。如果是數位的部份會反映給數位部門，教材方面反映給編輯部門。K2
- Q：康軒教材跟其他廠商比較，其優點或特色為何？
- A：我們教材編輯非常嚴謹，都按照教育部課綱呈現完整的架構，而且我們還有完整的編輯團隊設計配套教材和教具給老師使用。我們有專門的教材和教具研發部門，像我們編輯團隊有比賽創意的活動，和第一線的業務只要收集到老師反映有不錯的教具，我們就會請研發部門設計新的或改善教具。還有我們的業務和書局門市都會提供老師最完整的售後服務，我們教材編輯非常嚴謹，是我們康軒的特色。K1
- Q：一般學校用的課本與習作和康軒設計的補充教材，是一樣受到重視的嗎？會不會用補充教材比較高的單價來打平教科書低價的價差？
- A：兩者我們是均衡發展，市場上其實還是以課本和習作和電子書為重，投注的成本最高，次者才有周邊的東西，我們不會用補充教材打平教科書的價差，因為一本才25元，每年全國才賣幾千本，不敷成本根本沒有利潤可言，完全是服務性質比較多，所以補充教材是看學校的特性來做補充，其實當初不是設計要來賣的。如果要賺價差那是國中的自修參考書才有可能，因為教科書是一定要買的，可是自修或參考書

是開放市場，要看家長的選擇，沒辦法預測，升學風氣比較高的科目才比較有可能。教科書其實都是虧損的狀態，我們是靠辦雜誌、辦學校或大陸方面非教科書以外的事業來打平，國小市場國語和數學主科還有可能打平，藝能科的部份幾乎是賠錢在賣，因為這是康軒的本業，要維持公司的品牌和形象，我們還是要維持康軒辦學的理念要做下去。K1

A：補充教材是依據教科書編的，如果沒用教科書你不會去買這些補充教材，比如你用翰林就不會去買，這是加強或補救教學可以用，利潤不高，是站在學生立場來設計，我會向老師介紹，扎根講義很簡單，小朋友可以自己在家練習，是不錯的教材。我會送老師使用，不會介意他們影印來用，要買來用也可以，所以銷量不好，是服務的性質，給老師參考運用，要買與否還是由老師決定。一、二年級非審定版教科書價格比較高，是每年每家書商一定主打的項目 K2

Q：請談談教科書的議價方式及過程？

A：審定本教科書議價是由各縣市輪流主辦，成員大多有學校校長或主任代表、家長代表、書商代表、教育局代表等來制定底價。非審訂本也是這樣，參加的校長是用抽籤方式參加，他們會統計每年全國學校所訂教科書的數量分級距，例如四萬本的會有一種底價，全國兩萬本的會給一種底價，訂得冊數愈高的底價會較低，冊數較少的底價會較高，再用給我們單頁價再乘以每本的頁數就是它的價格。其實每年六月底學校選書資料統計完之前，我們為了保障學校教科書夠用，我們會在議價之前就開始印書了，等於是先把書先交給大家才開始議價，也要承擔有虧損的風險，是我們經營市場很心酸的地方。K1

Q：請談談教科書的訂價策略。

A：教科書的使用執照是六年，其間如果有勘誤或不適合的話我們會做修改，如果超過百分之五十的話叫做修訂，如果重新送審叫改版，我們也可以六年都不要改版，可以減輕庫存壓力，成本會比較低。教科書最大的成本壓力是編輯和送審的過程，再來是教用電子書，一冊的電子書產出就要上百萬的成本，是最大壓力，庫存成本壓力較低，補充教材全省是訂價 25 元，有一致性，才不會被胡亂的銷售。低年級教科書定價不用受到政府議價政策的種種限制，我們可以跟要買的縣市政府來談，所以可以有較高的價格出來，目前 Yo Ho 和 Go Go Starter 價格可以賣到一百多，比審定版好很多，當然比較有利潤。一、二年級教科書其實是每家同業爭取的項目，不是只有我們。K1

Q：請談談業務員的培訓計畫。

A：對新進和原有的業務我們有培訓計畫，像認識教材、了解各家版本優缺點的比較、基礎教育訓練、暑期他們也要研習作報告和教育訓練。K1

A：公司會對業務作完整的訓練，主要是教材內容和架構要很熟悉，才不會老師提問題都不懂，教研(教材研究員)會不定期來做教育訓練，是我們很重視的部份，尤其要了解市場對手的優缺點，跟老師互動時我們才能進入狀況，做這行一定有興趣，進對得宜和服務的熱誠才會做的長久。K2

Q：電子書是康軒大力研發和推廣的項目嗎？您覺得他會取代教科書嗎？

A：以現在教科書價格來看不可能，我們康橋有實行過電子書教學的方式，學生在書寫的過程很不方便，所以很不好推，小學教科書便宜，使用方便保存也比較久，在使用上還是比較好用。學用電子書我們不是把教用的抄過來用，而是完全按課本內容從頭設計的，跟教用的重複性不高，希望他們透過遊戲闖關的方式進階，達到學習的目的。K1

A：電子書我們已推行四、五年了，大家反應很不錯，有語音辨識系統，小朋友可以自己錄音評估自己的實力，用點選就可以聽聲音、保存音檔很實用，有各課的練習和總複習的練習，已做到 **all in one** 的功能，有用過的都會持續買，今年開學已設計新的遊戲進去，**Hello** 和 **Follow** 都有新的遊戲 **Yo Ho** 和 **Go Go** 也有，我們還有單字、句型條都會有電子檔的設計。K2

Q：電子書可能降價符合弱勢團體的需求嗎？

A：電子書團訂價 160，個人訂價 170，包含光碟兩片，是我們的促銷手法，以一個學期時間來看其實很便宜，吃一餐飯也差不多這個價錢，以一般人的消費能力看其實很實惠了。K1

A：電子書成本很高，只要修改就要花很多錢，像翰林的學生電子書比較陽春，他們用教用電子書的內容複製到學用電子書，功能就比我們差很多。而且我們也會考量教師電腦功能是否適用我們新版的電子書。K2

Q：康軒促銷的策略為何？

A：我們把研習、旅遊和參訪視為一種對老師的服務項目，和提升滿意度的方式，現在比較多元化，像請星巴克講師來教大家泡咖啡，希望在教科書以外老師可以學到更多東西，對增加我們產品的印象很有幫助。在國小方面的活動如果學校會提出活動計畫，我們會配合辦理，不會主動去辦活動，要辦大部份在自己公司比較多。K1

A：我們會辦研習增加老師本職學能，和教學上的運用，參訪和戶外旅遊可以增加老師的知識或連繫感情。K2

Q：請談談通路的模式？

A：我們開放的通路大多在各地的書局門市，有的通路是在經銷商，沒有對外開放的門市，要買的客戶我們的客服都會告訴他們，家長如果打電話來，我們會用劃撥或請他們到各地分公司去採購。英語的經銷商我們會經過篩選，代表我們的品質和專業，有的是由業務擔任很不錯，有的是門市書局擔任，我們要求一定的服務品質來進行銷售。K1

A：門市部可以買到學用品，買不到教用品。我們會用異業結盟的方式來促銷，像東森 Yo Yo 台在 You Tube 可以看到律動，可以吸引小朋友，效果不錯。K2

(四)、受訪者：康軒業務專員代號：K3、K4

日期：2015.07.13

Q：您在康軒服務項目為何？康軒市佔率高，您的滿意度為何？還有要改進之處嗎？

A：我在康軒四年，服務範圍北到苗栗南到南投，潭子和神岡有 201 所學校，要跑附屬縣市，要取決於利潤，只要學校有低年級的訂書和團訂 CD 或是很大間，就是我們要加强服務的對象。老師反映的問題我們會彙整資料給教研部，會針對大部份教師提出的問題來檢討，如果只是零星個案就不會影響到大多數的人。教育部有規定三年可以改版，但是不一定要改版，如果是有修訂百分之五十以上之修訂，課本加習作修訂一半以上就算改版要重新送審，沒有規定一定要改版，如果沒有錯誤可以不用改版。K3

A：我還覺得不錯，我認為老師平常給我們的意見都是我們要改進的地方，我們會統一把意見反映給經理，再反映給編輯部，我們和編輯的管道交流很暢通，不會各管各的。比較一致性或比較大的的意見我們才會做教材的修改，因為修改是大工程，所以要以大多數老師的意見為主。K4

Q：康軒教材的優點和特色為何？

A：我們和翰林差距較小，翰林會學何嘉仁和吉的堡或有朗文的影子，何嘉仁高年級的

發音比例很重，有老師這樣反應，康軒比較穩定，Hello 是全台用最多的，Follow 今年也選的很棒，幾乎三年級都用 Follow，翰林和我們也很像。我們有時也會參考同業的東西，走在前面的人較有風險，後面的人會做改良，其實有不錯的我們會互相學習，沒什麼不好，所以 Follow 有何嘉仁和翰林的影子。桃園物流是我們的特色，是別家沒有的，他是一個超大型的倉庫和檢貨中心，是全自動化工具，書籍印好後就進入物流邊條碼和分類，把書籍傳輸到他該去的地方，如果我要申請課本，先填申請單，要請副經理、經理、行企核准、客服打單再通知桃園出貨，如果下午四點下單，隔天早上教可以到校，很有效率。K3

A：因為康軒較早進入教材市場，經驗較豐富有優勢，我們會結合大學教授、編輯人員、和第一現場的老師來共同研究，才會符合老師的需求，在編輯方面很嚴謹。我已服務 12 年，服務主要是台中市為主，通常以學生數的量來分負責的學校。K4

Q：有關補充教材的推廣的情形？

A：其實有在推廣，可是不是針對學校在推，因為有的老師想給小朋友練習就會買，可是大多數老師嫌要改怕麻煩所以不會買，現在我就用送的來服務老師。公司是有訂定目標，我們不能強迫老師買，也不想給老師推銷的壓力，所以就用送的方式。應該是要先把教科書和習作銷售量穩定之後再來看補充教材，教科書市場穩定後才會有補充教材市場，目前大力推的是 Follow Me，市佔率是算全國，對我們很重要，沒有市佔率對公司就很難交代，次要才是簿本。電子書是重點推廣的產品，是各家的重點，六月訂書，七月檢討，八月要分書，講義和作業簿利潤不高不可能降價。K3

A：我們會推廣補充教材要看老師的需求，例如學校有扎根計畫，老師就可以選用我們的扎根講義，對比較慢的學生從基礎慢慢練習，延伸補充是比較進階版的，例如台北市教學節數較多的學校就會用，發音講義也是看老師要不要加強這部份，要看老師需求做推薦要，也看老師教學時間和小朋友的經濟負擔。K4

Q：電子書學校反應有點貴，請問有降價的想法嗎？

A：應該不會，因為教科書是虧本在賣，因為編輯群和送審的成本和教具的研發都很貴，課本又賣得很便宜，利潤來源在電子書和光碟收益最大，買電子書送光碟已經很吃力了，而且少子化的問題，一直在虧本，所以不可能降價會更沒有利潤。K3

A：電子書成本很貴，這價格是可以接受的，還送兩片光碟，我自己也是家長，我覺得很便宜了，我們業務主要是跑教材和課本為主，電子書和光碟大部份交給經銷商也就是書局老闆來處理。K4

Q：對電子書的想法？

A：電子書當然是推廣的重點，不過有的學校投影機效果不好，使用上還是會受限制，可能一節電子書一節板書會做調整，現在電子書和課本是併重的，學生光碟是被動地聽，電子書可以和電腦互動，可以增強學習意願，可以提升學習力。我們學生用電子書學生對子書投入很多成本，不是簡化教師版的來用，都是為學生設計。K4

Q：促銷活動的看法？可以增加老師對產品的印象嗎？

A：研習旅遊和參訪我們都一直在做，都會想一些新的資訊提供給老師，或老師需要的東西，對於業績的提升，如果有置入性行銷才比較有幫助，像研習大家會來我們公司，我們會有教材的展示，這種行銷會有用，如果旅遊參訪可以增進對老師的互動，但是對教材的推廣就比較沒有幫助，因為有的老師來參加，可是他不一定會選我們的書，所以辦活動不一定會得到預期的收益，辦研習是置入性行銷比較好介紹我們的東西。K3

A：研習都會辦，可以提升我們公司產品的印象。K4

Q：談談業務的訓練計畫。

A：我們業務不輕鬆，夥伴都還相處不錯，我喜歡這樣的工作，對新人我們有教育訓練，只要有新教材也會有教育訓練，要知道回應老師的問題，要熟悉教材內容，總公司會規畫研習活動或進修，算很頻繁了大概一個月開一次月會，要了解公司政策或宣導，是一定要投入的成本，台北和高雄的同事會來台中上課。服務的問題要及時解決才會讓老師放心。K4

Q：有在學校辦活動的計畫嗎？可以增加教師對康軒的好感嗎？

A：如果老師可以向我們提出申請，如果學校很支持我們就會去辦，目前有待外師去帶活動，要花三四千，可是要置入性行銷才有用。K3

A：辦研習可以提升公司產品在老師心理的形象，可是旅遊參訪的效果就比較差一點，像參訪康橋可以多了解公司的印象，服務層面比較多。對學校辦活動的需求是要請學校提出來，我們可以盡量安排或幫忙，以服務的層面來辦理，用樂在其中或交流的態度來看待就會很開心，比較不像在工作，像去參訪康橋那次，他們軟硬體設備都很棒，我也可以增加知識。K4

Q：教材的通路是什麼模式？

A：平常學校五月選書會公告選書名稱，向我們下訂單，業務員會確認過，再給經理確認，我們六月就會彙整選書資料給客服部打單，客服部會統計把各學校訂書量給台北總公司的行政企劃部門確認數量，然後桃園物流那邊會有一連串的電子化裝箱作業，八月份會把書用貨運方式給學校，最後業務員會跟學校確認看有沒有問題。K1

A：每個縣市都有不同的經銷商負責的轄區和我們配合。K4

Q：周邊教材的通路為何？

A：我們有門市和經銷商和業務，到校做服務，我們負責英語和閩南語，我學校太多，跑不到的地方可以請經銷商來跑，我們不會公布經銷商的資料，同業才知道。K3

A：教科書如果家長要買我們的客服會告訴他們附近的門市部，所以不會有問題。K4

(五)、受訪者：康軒教材研究員代號：K5、編輯員代號：K6 日期：2015.07.17

Q：對業務攜回教師的問題您如何處理？

A：我們周邊資源的設計就是補充教材和教具和多媒體方面的東西，主要研究還是課本和習作，我們收集老師的意見，我會先分地區，例如台北說不夠，台中說太多，台南說剛好，然後篩選看是外在環境的問題還是教材本身的問題，如果有改版計畫我們就會做修改，如果不改版，我們就會設計補充教材來給老師運用，所以才會有那些補充教材的產生，那也是我設計的。K5

A：我們常常要針對老師所提出的問題開會，主要討論內容要不要做改版或調整，審定本的部份，如果要改的部份不能超過一半，超過百分之五十就是改版，通常老師提的問題架構的部份我們會做微調。如果是非審訂本的部份較簡單，我們可以不用經過國教院的審核執照，可以隨時修正。沒有任何教材是十全十美的，我希望我們的教材內容設計上可以更貼近現的環境，符合老師的需求，讓你們教得更順手，拿到課本就知道怎麼教。K6

公司常會叫我們去學校親訪教師，要跑全省去瞭解老師他們所遇到的問題，不是有人反映我們才去，是一種例行的工作，像是市場調查一樣，小學校我們也會去，只是頻率較低，平均來說大約半個月就要去親訪一次。K6

Q：您覺得康軒的特色？

A：康軒是非常重視市場需求的公司，經常做市調，有快速的設計教材與教具，常常為

因應教師的需求作改版，而且會設計多元的教科書和補充教材給老師選擇，而且公司業務都很認真努力，是公司很大的資產。K5

A：康軒進入國小教材市場最早，所以教材架構編輯上最完整，多年來老師有給我們很多的意見，讓我們可以做修正，還有提供很多的配套資源是別家所沒有的。K6

Q：康軒以許多別出心裁的教具，請問他們的靈感來源？

A：我們平常會做教具的研究，我們會參考國內外的教具、蒐集老師的概念作參考，我們會親訪老師的意見作互動，要思考什麼是比較新穎的東西，是別人還沒想過的，我們會去設計，看有老師需要可視市場沒有的，我是教研(教材研究員)要先收集概念再請編輯完成。電子書我們也要設計，因為會常常接觸市場，也會參考同業的設計，看有沒有可以再增加要對教學有幫助而別人沒有做過的，提升彼此的水準，有不錯的我們也會用。K5

A：平常我在外面會注意市面上的學用品，有不錯的東西我會收集它的概念，或是很多東西的 DM 做參考。K6

Q：低年級教材最後面有補充附件的部份，是否有價格因素的考量，惠要求要設計較多的附件，以增加書價？

A：低年級非用頁數來議價而是用整本的，Yo Ho 我們會設計較多的附件，是為了因應同業的壓力和競爭，例如翰林和何嘉仁都有的東西，我們會收集兩家的優點，所以我把兩家的優點合併設計較多的附件，這種競爭壓力的設計出來的結果對小朋友來講應該是好的。K5

A：低年級的部份 Yo Ho 和 Go Go Starter 我們有參考過翰林和嘉仁的附件，所以附件比較多，今年我們有做改版，保留了老師比較常用的附件，只增加一張小白板。K6

Q：公司會請您編輯較多內容來增加課本頁數，可以提高售價嗎？

A：中高年級部份，因為台北市區和北部每周三節課，中南部兩節課，甚至還有一節課的，所以在設計時，後面的練習部份比較多的話，是教師針對節數較多的學校可以運用，節數較少的學校老師就可以自己參考來用，不一定要寫完。K5

A：我們不會因為要提高價格而增加頁數，我們會思考課本和教科書的效益，和對老師有沒有幫助，去設計內容，公司不會給我們任何壓力。K6

Q：對於教材和電子書的價格，您有什麼意見嗎？

A：我們是教研部門，價格應是業務要去了解較重要，我們比較不會注意。K5

A：價格部份你把我考倒了，我們不會想要知道這個部份。K6

Q：您會參加教師研習，增加您對教師的交流，來作為對教材的改進嗎？

A：研習我會參加，因為要吸取教學新知，可是參訪或旅遊我很忙沒有時間參加，認識老師或講師對我們教材的評估和討論都很重要，我們會盡量參加。K5

A：我會參加小學辦的研習，每學期都會辦，是業務團隊服務的機會，可以拉近跟老師的距離，每區辦的地點不一樣，業務夥伴們有時會找輔導團合作辦研習或活動。全省都會辦，我們會定主題，例如 Phonics 教學，我們會參加。K6

Q：您會建議公司在學校辦活動，以增加對老師的認識？

A：目前各區都會辦理，像聖誕節或萬聖節的活動，有時我們會去參加演講比賽擔任裁判或講評，只要有時間我們會和教師做交流，了解他們對教科書的看法。K5

A：只要時間允許，我們都會去參加學校的活動，如果忙就沒辦法。K6

Q：目前補充教材銷量並不好，您有什麼建議嗎？

A：這些補充教材是補充用的，像扎根講義是針對補教學或額外練習用的，不會賣的很好，而且國小老師要購書收費也很麻煩，所以不會鼓勵老師購買，不是我們要銷售

的重點項目，主要還是編課本和電子書為主，周邊教材是看學校需求參考運用，不會要求業務要做到多少目標。K5

A：我們的補充教材有發音、延伸和扎根，有特定的編輯團隊做編寫，因為補充教材是補充用的，老師是選擇性使用，課本習作是學校一定要用的，所以我們還是花較多心力在課本與習作上，當初也是老師跟我們建議，我們才討論研究出來這個東西。

K6

Q：您對業務員的評價？

A：公司業務都很認真努力，是公司很大的資產。K5

A：我們公司業務員都很認真，全省有一千多所學校，每個人負責學校很多，而且幅員遼闊，越往南部愈辛苦。K6

Q：對於康軒提供免費的線上測驗，使用率為還滿意嗎？

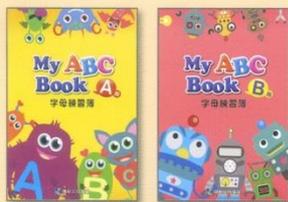
A：有些學校使用率很高，要看老師的推廣和要求，如果老師有要求使用率較會比較高，市區以外的學校使用率也比較高，可能補習的人數少物資較缺乏，比較會用到這個系統。K5

A：這個部份是要看學校有沒有重視，可以免費提供是很好的服務，但使用率好像不是很普及，希望學校可以推廣來用。K6



種類齊全的教學輔材與簿本

產品名稱	說明	適用對象		
		低年級	中年級	高年級
<p>Hello! Kids 基礎扎根講義 1-8</p> 	<p>複習 Hello! Kids 系列的單字、句型，並配合教育部國小英語基本學習內容。</p>		★	★
<p>Hello! Kids Phonics 練習講義 1-8</p> 	<p>配合 Hello! Kids 系列發音架構，提供更多發音與聽力練習。</p>		★	★
<p>Hello! Kids 延伸補充講義 5-8</p> 	<p>以 Hello! Kids 的單元主題為基礎，提供延伸的單字和句型，適合延伸教學使用。</p>			★
<p>Follow Me 基礎扎根講義 1-4</p> 	<p>複習 Follow Me 系列的單字、句型，並配合教育部國小英語基本學習內容。</p>		★	
<p>Follow Me Phonics 練習講義 1-4</p> 	<p>配合 Follow Me 系列發音架構，提供更多發音與聽力練習。</p>		★	

產品名稱	說明	適用對象		
		低年級	中年級	高年級
<p>RT 繪本系列</p> 	<p>共四冊，附音檔，適合班級團訂。</p>		★	★
<p>My ABC Book</p> 	<p>基礎字母練習本，分 A、B 兩版。</p>	★	★	
<p>My English Writing Book</p> 	<p>空白四格線練習本，附可撕式測驗紙。</p>	★	★	★
<p>中年級 Writing Book</p> 	<p>中年級英語空白四格線練習本，分 A、B 版，每冊皆包含單字、句型整理及兩回檢測試題。</p>		★	
<p>高年級 Writing Book</p> 	<p>高年級英語空白四格線練習本，分 A、B 版，每冊皆包含單字、句型整理及兩回檢測試題。</p>			★



Yo Ho 教學光碟與電子書



Go Go Starter 教學光碟與電子書



Follow Me 教學光碟與電子書



Hello Kids 教學光碟與電子書



母親節教材包



農曆新年教材包



聖誕節節慶包



教室佈置掛圖



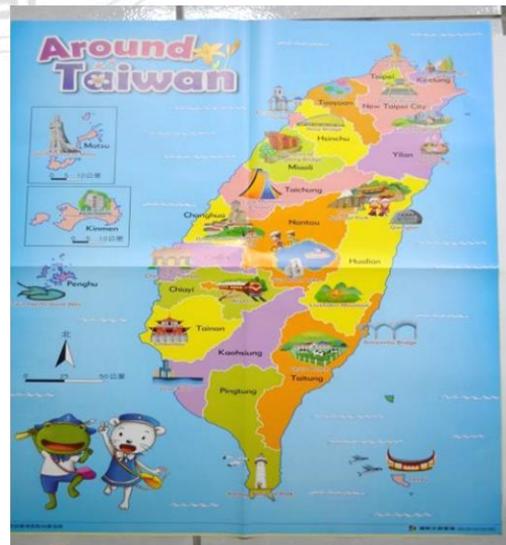
教學情境掛圖



教學情境掛圖



實用教具

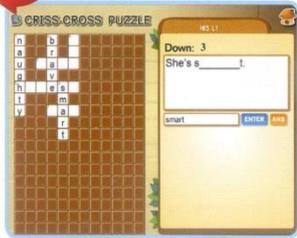


教室佈置掛圖



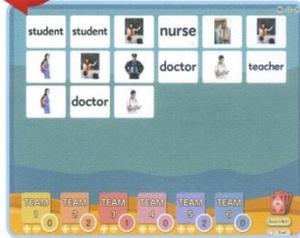
6 大教學新功能，讓您更加得心應手！

功能1 單字填字遊戲



往下看往右看，猜猜答案是什麼？

功能2 單字桌遊 Three of a Kind



有聲有圖練單字，業界首創！

功能3 單字桌遊 I Spy



比速度和專注力，看誰是大贏家？



功能4 延伸單字閃卡



根據各縣市國小英語課綱，精選常用 320 字，配合各課提供相關主題的單字閃卡。平時補充字彙，能力檢測沒煩惱！

功能5 單字 Chant



One two, one two three!
大家一起 chant!

功能6 課程結構圖



每課一則總整理，快速複習好幫手！



預習 Preview

步驟 1

略讀課文

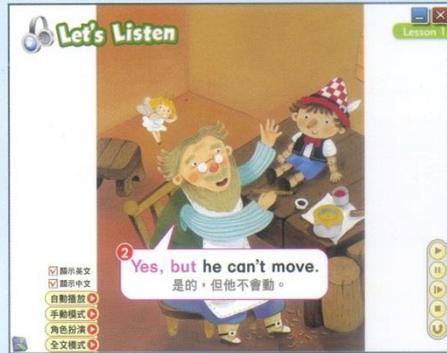
④ 瀏覽課本頁面

圖文對照，先預覽故事內容。



④ 觀賞課文動畫

自動或手動播放，還可以選擇顯示中英文。



預習 Preview

步驟 2

認識單字句型

④ 英語小博士

提供單字和文法的學習小訣竅。



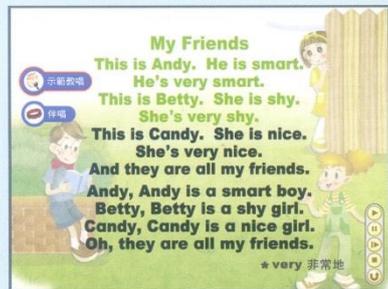
④ 單字練功坊

課前預習單字，聽聽看念念看。



④ 歌謠練唱

整合句型和單字的歌曲，會唱就會說。



④ 闖關遊戲

有趣的單字和句型遊戲，學習沒壓力。



電子書功能



康軒英語多媒體

全新改版，就是要您愛不釋手！



Follow Me 活動示範影片

真人示範活動教學，快速掌握活動重點與步驟。



Follow Me 桌遊影片

真人示範英語專屬桌遊，好學易上手！



課程結構圖

利用結構圖複習，給學生一個 whole picture 的概念！



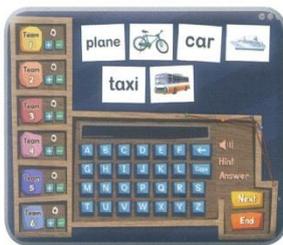
延伸單字教學

精選 1200 字中的單字，延伸教學的好幫手！



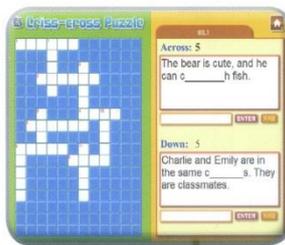
e化桌遊二部曲

全新 e 化桌遊，考驗你的記憶力與觀察力，分組競賽刺激有趣。



Criss-cross Puzzle 填字遊戲

動動腦想一想，透過提示找出答案，考驗你對單字的熟悉度！



Mr. Corn 玉米先生

跟著玉米先生一起戳泡泡！一起練習字母發音！



 康軒文教事業

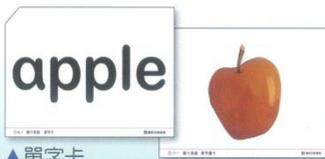
電子書遊戲

Super 教學資源在這裡!

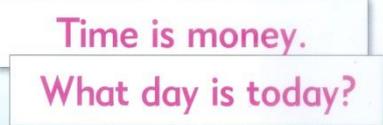
康軒最用心 您用最 Fun 心



教學類



▲單字卡 ▲單字圖卡



▲句型條

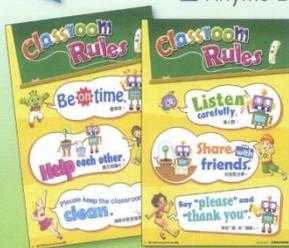
NEW 布置類



▲ Rhyme Banner



▲ Time Banner



▲ Classroom Rules 海報



▲書寫規則海報



▲超級犀牛計分海報

資源類



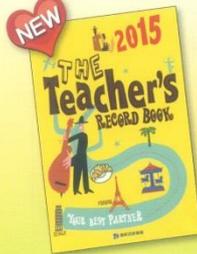
▲超順手評改章



▲超吸睛指字棒



▲超實用抽籤組



▲超貼心萬用紀錄本



▲超趣味轉轉樂



▲超百搭萬用背袋

康軒文教事業

No.201042008841

有趣又實用的教具