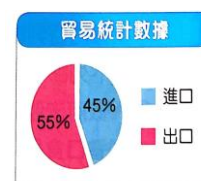


一、選擇題 (1-20 題，每題 3 分；21-30 題，每題 4 分)

- ()01、寒假若有出國計畫，中華電信網路門市與 APP 同步推出國際漫遊快閃優惠，11/1-11/8 日本 8 天 5GB 限時優惠價 388 元(原價 488 元)、11/9-11/15 東南亞 30 天 20GB 也只要 588 元(原價 688 元)，可提前預約 90 天開通啟用。請問中華電信網路門市是屬於何種市場及運用何種競爭策略？
(A)有形市場、非價格策略 (B)無形市場、價格策略 (C)有形市場、非價格策略 (D)無形市場、非價格策略
- ()02、民主國家市場自由經濟下，廠商店家為了提高賣量，增加銷售收入，採取許多方式來吸引消費者。某超商成立「幸福保衛站」，與政府合作，提供有需要的兒少緊急援助-免費讓兒少領取便當及飲料，善盡社會責任。請問下列何種應用方式與上述方式相同？
(A)999 超商慶祝味全龍得冠軍，Pizza9 吋及可樂 1 罐 299 元。
(B)慶祝開幕，美人湯涮涮鍋可憑開幕廣告 DM 取得優惠。
(C)長紅百貨公司大回饋，凡消費滿五千則送禮卷五百元，當天不可抵用，可於下次消費抵用。
(D)真心 3C 大賣場提出回饋方案—若顧客消費滿千元以上，則捐出總金額 5%給慈善公益團體。
- ()03、某次課堂中，公民老師請同學站在跨國企業的角度，思考自身與國際貿易的關係。請問：下列哪一位同學對跨國企業的認知是錯誤？
(A)阿志：我們總公司設在美國，工廠在東南亞，並於全世界其他國家銷售。
(B)美花：跨國企業透過國際分工，可降低生產成本以獲得最高利潤。
(C)阿吉：我們在東南亞設廠，目的是增加當地居民的就業機會。
(D)阿祥：半導體產業台積電屬於跨國企業。
- ()04、政府為了培養民眾正確與理性的消費行為，發起相關宣導運動，如「標示不全商品不買」、「問題食品藥品不吃」、「1950 專線要記牢」。上述 這些文宣活動應該是下列哪個單位負責推動？
(A)消費者保護處 (B)公平交易委員會 (C)消費者文教基金會 (D)行政院勞工委員會
- ()05、我國自 2021 年起開放含「萊克多巴胺（瘦肉精）的美國豬肉進口，但國人對於食用含萊克多巴胺的美豬，是否對人體造成影響，仍有些餘慮。考量安全性因此會偏向採買國內豬肉，也造成豬肉價格產生上升波動。就文中所述，請問對國內豬肉市場會造成甚麼影響？
(A)生產者供給量不定，價格隨豬農抬價 (B)民眾會一直大量採買台灣豬肉 (C)小吃店的台灣豬肉相關商品價格不受影響 (D)生產者會增加台灣豬肉的產量。
- ()06、國際貿易是我國經濟的重要命脈，商品的進口與出口對民眾影響重大。我國加入世界貿易組織(WTO)，必須開放農產品，有關開放進口對台灣消費者及生產者的好處不包括下列何者？
(A)價格通常較本國同商品价格低 (B)消費者有多樣化的選擇 (C)將促進本國同商品轉型提升競爭力
(D)生產者的競爭程度較開放前低。
- ()07、右圖為吉利國今年汽車的貿易統計圓餅，若貿易總額共為 4000 萬美元，出口占 45%、進口佔 55%，根據圖中數據判斷，下列哪一個推論最合理？
(A)該國的貿易收入為 2200 萬美元
(B)流入吉利國的資金較流出金額少
(C)該國的出口總額應小於進口總額
(D)該國汽車相較他國不具競爭優勢。
- ()08、在自由經濟競爭下，市場交易中價格是重要考慮因素。請問有關價格的敘述何者正確？
(A)價格像一隻看不見的手，由供需雙方決定 (B)產品供過於求，價格上升 (D)產品供不應求，價格下跌
(D)若從本國從國外進口相同的商品，通常國外同類商品价格較本國高。。
- ()09、蘋果手機的軟體由美國設計，手機晶片由台灣或韓國生產使用，最後的組裝由中國或東南亞國家。這樣的情況，與下列何者最相關？
(A)基於人道關懷的國際援助 (B)全球化的國際分工 (C)降低各國貿易的障礙 (D)大型的跨國企業主導全球文化發展。

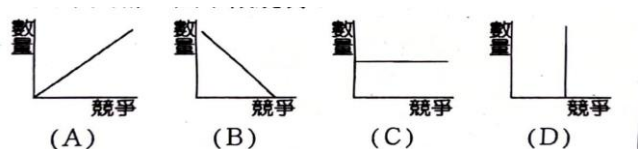


- ()10、公民課老師講解市場的分類，若依場所來分，可分為有形市場及無形市場；若依交易對象及內容可分為商品市場及勞動市場。老師請同學分別就日常生活所看到的市場來舉例說明，下列哪位同學舉例錯誤？
(A)小美：保險市場—有形市場 (B)小雄：電視購物—無形市場 (C)小星：校園徵才博覽會—勞動市場
(D)小慧：早餐店—商品市場
- ()11、蝦皮購物看準網路物流商機，於 2021 年 8 月推出「蝦皮店到店」服務，目前全臺已超過 500 個據點，然而除了提供取件、寄件之外，顧客也可於店內購買各式飲品與零食，甚至是現煮咖啡，此外部分門市也設有提款機供民眾使用，相較於試營運初期推出的免運活動，現今運費已調整為 39 元，但仍低於其他的超商。請問：關於蝦皮購物的做法，下列敘述何者「正確」？
(A)提供多元服務是消費者需求法則的呈現 (B)蝦皮店到店的開設只是為了滿足勞務的需求
(C)業者做法同時顧及有形與無形市場通路 (D)蝦皮店到店運費的規劃是屬於非價格競爭
- ()12、小美在暑假與家人至嘉義東石鄉旅遊，體驗採蚵樂趣，活動結束後準備吃晚餐，發現當地養蚵業興盛，蚵仔煎店家眾多不分軒輊，小美猶豫要吃哪一家比較好？忽然發現左手轉角真好吃海產店價格便宜公道生意最好。請問根據當上述內容判斷，下列何者敘述正確？
(A)消費者的選擇較少 (B)缺乏同類型店家競爭 (C)蚵仔煎價格由某店家控制 (D)屬於高度競爭的市場型態。
- ()13、某電信通訊公司前年在網站上刊出「跨年網速實測三連霸 No.1」、「遠勝同業 10 倍」等廣告，被某機構認定廣告不實，依違反「某法」開罰 60 萬元，事後提起訴訟抗罰，但法院認定該廣告的測試方法與宣稱內容確涉及不實，判電信通訊公司敗訴，可上訴。請問下列敘述何者正確？
(A)此案例涉及廣告不實，違反消費者保護法 (B)此案例開罰 60 萬為罰金
(C)文中的某機關為公平交易委員會 (D)提起訴訟抗罰，是指民事訴訟
- ()14、麥當勞主要提供速食餐點；星巴克主攻咖啡與蛋糕；麻古販賣手搖飲料；台積電則是製作晶片的全球霸主。上述例子說明了生產者會大量製作特定產品，而非廣泛生產所有生活所需。下列與此現象相關的敘述何者正確？
(A)經濟活動的發展逐漸走向自給自足 (B)每個生產者只有從事少數生產活動的能力 (C)市售的價格都有生產者管控與決定 (D)專業化的製作可以降低產品的平均成本，獲得更高的利潤
- ()15、飢餓行銷是一種常見的行銷方法，指的是業者在短時間內利用各種管道宣傳：大批民眾排隊購買的熱炒營造，該商品都會很快地被搶購一空的情形，透過媒體將商品炒作成為時下流行的話題，進而引起民眾的消費慾望。關於上述行銷手法，對消費市場的影響下列敘述何者最正確？
(A)廠商之間的競爭使消費者的選擇增加 (B)業者的行銷手法將提高市場競爭程度 (C)消費者因價格誘的影響而增加消費慾望 (D)民眾的購物意願受非金錢誘因影響而提高
- ()16、我根據媒體報導：「過去不管是中油和台塑化聯合漲油價，還是四大超商調整現煮咖啡價格，主管機關都因為舉證不足，開罰皆遭到取消，因此立法院通過法律修正案，幫主管機關裝虎牙抓聯合漲價業者的不法行為。」請問根據上文所述其所指的法律因為下列何者？
(A)民法 (B)食品安全衛生管理法 (C)消費者保護法 (D)公平交易法
- ()17、右圖為小新和大雄討論特斯拉新聞的對話，根據兩人的對話內容下列敘述何者正確？
(A) 特斯拉銷售策略為增加銷售量。
(B) 特斯拉轉型後市場型態仍為有形市場
(C) 電動汽車的價格可由特斯拉自行決定
(D) 特斯拉採非價格競爭的方式來提高利潤
-
- ()18、在現在的社會，生活所需來自各行各業生產，透過交易交換有無，是分工合作的社會。進而由於科技及資訊的進步，加速全球化互動頻繁，促進國際貿易。根據上述現象，有關於分工的敘述何者錯誤？
(A)「一日之所需，百工斯為備」強調分工合作的重要性 (B)國際貿易是一種國際分工的現象
(C)分工是一種專業化分工，通常選擇從事機會成本較高的工作 (D)國際分工提升生產效率，增加產品數量

- () 19、河濱公園除了洪大大雞排店、任小小雞排店，又增加了八家雞排店。請問：甄美麗假日來河濱公園想要購買雞排，他最不可能遇到下列哪種情形？

(A) 店家推出優惠組合 (B) 消費者選擇多 (C) 店家推出打卡送點心活動 (D) 商品售價一家比一家高

- () 20、承上題，河濱公園的雞排店數量與競爭程度，適用於下列哪一個圖示做說明？



【題組一】

為達成非核家園願景，能源轉型是政府重點政策之一。為此，行政院推動離岸風電設置和發電。過去，風電生產聚落都在歐洲，為了讓歐洲廠商願意來臺灣設廠，行政院副院長參訪德國時，專程造訪波蘭，促成全球機電系統供應商KK Wind Solutions在臺灣設立工廠。

該廠設置在鄰近臺中港的彰濱地區，生產組裝具高附加價值的功率轉換模組（將風能轉換成電力的關鍵電力電子系統），而相關產業也將在此生產。

目前離岸風電已分別於臺北港、臺中港、興達港形成產業聚落，也吸引國際風力機系統商在臺灣設廠，除了大幅降低業者的運輸風險及時間成本，更帶動周邊各項零組件製造商機。經濟部表示，政策推動迄今已創造產值超過新臺幣600億元、近兩年新增1,300個就業機會。

（資料來源：改寫自丹麥風電功率轉換模組廠 落腳台灣，自由財經，2022/08/29。）

- () 21、歐洲廠商——全球機電系統供應商KK Wind Solutions在臺灣設立工廠，生產一部分的零件，此現象屬於下列何者？

(A) 自給自足 (B) 國際分工 (C) 價格競爭 (D) 國際交流

- () 22、歐洲風電廠商願意來臺灣設廠，最主要的理由為何？

(A) 在臺生產機會成本較低 (B) 我國是主要消費市場 (C) 因我國能源較為豐富 (D) 在我國生產不具優勢

- () 23、根據文末關於產業聚落的形成，可知在這些商品的生產上，具有何種現象？

(A) 資源不足，難以生產 (B) 產業分工形成產業鏈 (C) 政府可藉此增加關稅 (D) 由單一廠商完成產品

【題組二】

2019年，日本軟銀集團宣布將與南韓Naver合作，將日本雅虎和LINE等部門，併入雙方新成立的合資公司，併購案於2020年完成。儘管是國外的案子，但我國公平交易委員會（下列簡稱為公平會）仍會審議這件日韓二大外商集團結合案，宣布該案件不會有害國內的市場競爭。

另外，量販龍頭家樂福在2020年宣布，將收購頂好超市及JASONS MarketPlace，目標是成為我國超市市占率第二。公平會表示此併購案的審議重點，是評估市占率的大小，如市占率過高，將不利於其他廠商加入競爭；但此併購若能激起廠商間的正向競爭，將使市場更具競爭力，消費者能夠享受更好的服務，則會讓此併購案通過。

目前全臺市占率最高的超市業者是全聯福利中心，有學者表示併購後雖然會對全聯產生一定的影響，但兩家的定位不太一樣，全聯以社區為核心，走大眾化、平民化，強調低價優勢；家樂福則是國際品牌，以行銷和商品的多樣性見長，兩家業者擁有不同的客群和支持度。

（資料來源：改寫自1. 程士華，日本雅虎聯姻LINE過關，經濟日報，2020/07/30。2. 潘姿羽，家樂福併購頂好超市案，公平會准駁面臨兩大難題，中央社，2020/06/03。）

- () 24、有關併購的敘述，下列何者正確？

(A) 併購案不需要遵守公平交易法的規定 (B) 公平會傾向通過能良性競爭的併購案

(C) 市占率愈高則有利新進業者參與競爭 (D) 頂好超市和全聯福利中心是合作關係

- () 25、根據上文中學者的說法，下列敘述何者正確？

(A) 家樂福較重視低價競爭 (B) 併購後對消費者很不利

(C) 併購後全聯仍有其客群 (D) 全聯與家樂福定位相同

【題組三】

小琪今年某大學工業工程研究所畢業，透過 104 人力銀行順利應徵上外商 A 公司的品質管理工程師一職，每個月薪水約有六萬多。小琪能獲的第一份工作非常開心，於是她開始規劃自己的生活，希望每天能過悠閒自在。首先透過網路 599 租房中心找到一間適合自己的套房，一個月租金一萬元。為了日後存錢買車子，每天會到鄰近超市購買生鮮食品回家做晚餐及早餐。

小琪最喜歡喝咖啡，對於咖啡愛不釋手。小琪居住的地方附近有 ABCD 等四家便利商店，雙 11 商店紛紛推出奇招，吸引顧客：

A 超商推出 Let' s Café 特大經典美式咖啡 3 杯只要 111 元。

B 超商，只要一次購買中杯拿鐵 5 杯，就送卡通人物公仔，限量送完為止。

C 超商推出新款咖啡豆「花香耶加雪菲」，精品咖啡買 2 杯可享 79 折，買 4 杯則 75 折。D 超商只要身分證上有 11 數字，當天即可享有大杯焦糖拿鐵咖啡 30 元的折扣，冷熱皆可。

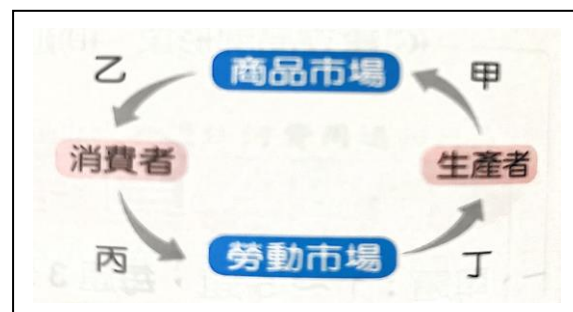
幾經思考，最後她選擇其中一家超商買咖啡，原因是這家採取競爭策略其他超商不一樣。

小琪也像一般女孩愛漂亮，希望有著漂亮迷人的臉蛋及苗條誘人身材。有天他網路上看到某家瘦身公司，張貼出誘人的瘦身食品，一罐只要 899 元，服用後有完美身材。完成交易後，隔天貨到。小琪開心吃了，三天後上吐下瀉，吃足了苦頭，還上了醫院，真是損失慘重。於是她到某機構申訴，爭取消費者該有權益。

()26、由文中可知臺灣便利商店的市場型態呈現何種情形？

(A)利潤高，市場競爭程度高(B)對手多，市場競爭程度低(C)成本低，市場競爭程度低(D)廠商多，市場競爭程度高

()27、文中提到小琪今年某大學工業工程研究所畢業，順利應徵上外商 A 公司的品質管理工程師一職，月薪 6 萬多；接著她透過網路 599 租房中心找到一間適合自己的套房，租金一萬元。上述小琪的行為，可分別對應佑列經濟活動示意圖中的那一代號？(A)甲、乙 (B)丁、丙 (C)丙、乙 (D)丁、甲



()28、根據上文內容，小琪幾經思考，最後她選擇其中一家超商買咖啡，原因是這家超商採取競爭策略其他超商不一樣。請問你認為小琪的選擇是哪一家超商？

(A)A 超商 (B) B 超商 (C) C 超商 (D) D 超商

()29、根據上文內容判斷，下列何者敘述正確？

(A) 網路瘦身機構是屬於無形市場 (B)便利商店是屬於無形市場 (C) 網路 599 租房中心是屬於勞動市場 (D) 104 人力銀行屬於商品市場

()30、小琪開心吃了瘦身食品，三天後上吐下瀉，吃足了苦頭，還上了醫院，真是損失慘重。於是她到當地市政府某機構申訴，爭取消費者該有權益。請問某機構是指哪一個機構？

(A)消費者保護處 (B)消費者服務中心 (C)公平交易委員會 (D)消費者文教基金會