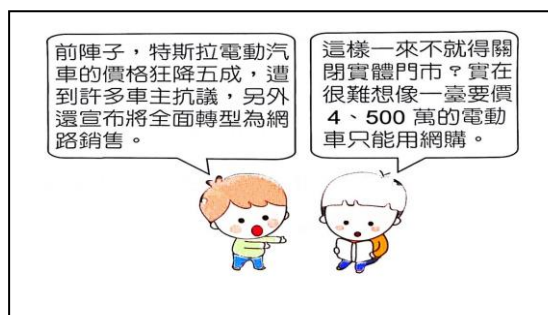


一、選擇題（1-19 題每題 4 分；20-27 題每題 3 分）

- ()01、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)小雄：無人商店－無形市場 (B) 小須：二手商品市場－有形市場 (C)小星：1111 人力銀行－勞動市場
(D)小慧：世貿中心旅遊展－商品市場
- ()02、李江下班回來，大廈管理員親切的說：「李先生，你的網購包裹送來了。這個月住戶買得特別多，你看管理室堆了滿滿的包裹！」李江尷尬的說：「雙十一購物很划算，而且一天內就會送到，所以就多買了。」根據以上的對話內容，其進行交易的市場型態，與下列何者相同？
(A)周日早晨，小哲到巷口早餐店購買一份漢堡回家享用
(B)小鈞在網路上看周年慶廣告，決定到百貨公司購買玩具
(C)阿介透過電視購物頻道，購買母親節要送給媽媽的鍋具
(D)阿勳傍晚補習結束後，到住家附近的便利商店購買洋芋片
- ()03、台灣某本土服裝品牌 10 月 9 日遭某政府機構開罰 5 萬元，原因在於該公司官網文宣指所製造「冰鋒被」史上最涼，但消費者使用後，發現不符事實。請問根據所述內容，下列何者敘述是對的？
(A) 此案例是違反消費者保護法，由消保官負責處理 (B) 所處罰的 5 萬元是屬於罰鍰，因為違反公平交易法
(C) 某政府機構為司法機關，負責審理判決 (D) 此案例是違反公平交易法，由消保官負責處理
- ()04、桃園市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)消費者服務中心 (B)公平交易委員會 (C)消費者文教基金會 (D)消費者保護處
- ()05、2023 年口罩解封後的連續假期，花蓮某家餐廳由於老闆採取薄利多銷策略，因此一到用餐時間，店內就被顧客坐滿，讓老闆忙到手都停不下來，業績至少成長 2 至 3 成，也為老闆帶來可觀收入。關於老闆經營主要採取的策略說明何者正確？
(A)降低產品價格來增加商品銷售量 (B)非價格策略 (C)提高產品價格來提升品質 (D)降低生產成本
- ()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，下列有關開放進口對台灣**最不可能的影響**？
(A)生產者的競爭程度較開放前低 (B)價格通常較本國同商品價格低 (C)將促進本國同商品轉型提升競爭力
(D)消費者有多樣化的選擇
- ()07、在下列四種市場上常見的商業競爭策略中，哪一項**並非**以直接增加銷貨收入為目標？
(A)同系列商品第二件五折
(B)將店鋪搬遷到離市中心較遠但租金較便宜的區域
(C)身分證字號中有 2 或 8 的人來店消費，有 1 個字就招待啤酒一杯，不限杯數
(D)便利商店的即期品半價優惠
- ()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，由政府決定 (B)產品供過於求，價格上升 (C)產品供不應求，價格下跌
(D)價格像一隻看不見的手，由買賣雙方決定。
- ()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)全球化的國際專業分工 (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、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；知名企業台積電則是製作品片全球霸主。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)市售的價格都由生產者管控與決定 (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。

- ()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，是為了滿足勞務需求
- (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、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)國際貿易是一種國際分工的現象 (B)分工是一種專業化分工，通常選擇從事機會成本較高
- (C)「一日之所需，百工斯為備」強調分工合作的重要性 (D) 國際分工提升生產效率，增加產品數量
- ()13、發財公司舉辦 50 週年園遊會，園遊會當中有人 (甲) 排隊領取公司所發放的紀念品，有人 (乙) 在美食區搶購最新出爐的特價奶油麵包。另一端的服務臺前，大家 (丙) 搶著和前來助勢的歌星們合照，另一頭 (丁) 促銷發財公司最新產品的攤位更是大排長龍。以上哪些資源的取得，會受到「看不見的手」所牽引？
- (A)甲乙 (B)乙丙 (C)甲丙 (D)乙丁
- ()14、臺北市衛生局公布西元 2022 年違規廣告的查緝成果，針對食品、藥品／醫療器材及化妝品違規廣告，共開罰 528 件、裁罰 3,868 萬元，其中以食品類的金額最高，藥品／醫療器材居次，化妝品位居第三。下列相關敘述何者正確？
- (A)文中的裁罰應為罰金 (B)臺北市衛生局隸屬於行政院 (C)違規廣告可能造成不公平競爭 (D)查緝目的在於保護廠商的權益。
- ()15、我國原本允許進口新鮮山竹，但 2003 年時，因新鮮山竹有引進害蟲的疑慮，所以政府禁止進口，於是市面上只能買到進口的冷凍山竹。2019 年 4 月，政府公告將開放經殺蟲處理的新鮮山竹進口；同年 9 月，新鮮山竹上架銷售，雖然價格高於冷凍山竹，仍在短時間銷售一空，後來各店家也持續補貨販售。根據上述內容判斷，政府的開放政策帶來下列何項影響？ 山竹：一種水果。
- (A)貿易出超金額因而擴大 (B)農業出口總額因而上升 (C)購物意願因價格變化而提高 (D)產品選擇變得更加多元
- ()16、我國在 2022 年成為 WTO(世界貿易組織)的會員，並遵守入會協議，開放部分稻米進口。然而日本的越光米，泰國米等外國米紛紛進入台灣。面對這樣狀況的農民下面哪一因應方式較不適宜？
- (A)轉種其他作物 (B)轉作休閒農場 (C)創新改變稻米品質 (D)降價抵抗外國米競爭。
- ()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)電動汽車市場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、以下摘錄某公司員工間的對話：



有關文中提及的集市效應，應與哪一項敘述有關？ (A)產品販售會聚集在少數幾家廠商手上 (B)消費者選擇將會被集中在少數機會上 (C)同類型的店家匯集導致市場競爭激烈 (D)購物人潮會被集中只能任由廠商宰制。

- ()19、由於臺灣基本工資逐漸調漲，成衣製造商富貴公司將生產製造部門外移到東南亞國家，只有設計與行銷部門仍設立在臺灣。富貴公司的上述作法，較有可能是基於何種考量？ (A)在臺灣製造成衣的成本較低 (B)在臺灣製造成衣的品質較差 (C)採取機會成本較高的生產方式 (D)以機會成本較低的方式進行生產。

- ()20、愛心西點店僱用春嬌與志明擔任麵包師傅，
右表是他們製作蛋糕或麵包的數量表，
老闆依分工合作原則，由春嬌負責製作麵包。根據內容判斷，
表中的「甲」最可能為下列何者？(A)1 (B)2 (C)3 (D)4。

項目	春嬌	志明
蛋糕	6	10
麵包	甲	5

- ()21、某店推出各項活動抵用券，並評估其成效如附表，
下列何者最適合作為店長在成效報告中的結論？
(A)採取價格競爭多過於非價格競爭
(B)價格競爭方式最受消費客群青睞
(C)使用率最低者屬非價格競爭方式
(D)價格競爭方式應最先淘汰。

活動內容	已使用
VIP 顧客優先預約新品體驗	105 人
刷指定信用卡，享現金回饋	170 人
每日推出限定產品組 50 份	120 人
購物金額 1%，捐出做公益	195 人

- ()22、下表為文文與濱濱 12 個月從事製造鞋子和衣服的成果。請依序回答下列問題：

項目	文文		濱濱		總計
鞋子	5 個月	100(雙)	4 個月	120(雙)	220(雙)
衣服	7 個月	420(件)	8 個月	240(件)	660(件)

文文若選擇做一雙鞋子，每個月的機會成本是多少？ (A)1/2件衣服 (B)1/3件衣服 (C)2件衣服 (D)3件衣服

- ()23、承上題，如何專業化分工才能視資源做最有效率使用，增加產量，提升品質？
(A)文文負責做鞋子；濱濱負責做衣服 (B)文文負責做衣服；濱濱負責做鞋子 (C)依照表列各做各的方式最好
(D)鞋子濱濱生產數量比較多，

題組一

(資料一)

我國超商數量多，加上提供多樣功能，帶給消費者許多便利。和我國超商競爭情況類似，日本三大超商的咖啡戰爭從2011年開始，當年LAWSON首先推出自己的咖啡；隔年全家跟進；7-Eleven則是到2013年才推出，但一出手就是市場最低價的100日圓咖啡。2014年全家和LAWSON陸續調降，7-Eleven馬上又推出咖啡豆升級，而且價格還是100日圓，築了一道競爭對手們很難馬上跟隨的條件。

(資料二)

2020年受疫情影響，各種商品價格連帶受挫，而栽種檸檬的果農也受到影響。國內有對夫妻對生態環境相當重視，返鄉務農後申請產銷履歷驗證，以無農藥殘留方式種植，成功栽培出符合市場需求的「ND」（未檢出農藥）的檸檬。「ND」檸檬果皮外觀翠綠，只要手一搓就有一股檸檬香飄出來，因此該對夫妻成功和廠商訂定好的價格，以及建立穩定的銷售通路，不怕受疫情影響。

（資料來源：改寫自1.商社男，便利商店首位爭奪戰，Medium，2020/07/21。2.陳弘逸，夫妻退休種「ND」檸檬，成功在疫情與價格戰中突圍，聯合報，2020/07/20。）

- ()24、(1) 根據上文內容，下列敘述何者正確？
(A) LAWSON以價格競爭方式打贏競爭對手
(B)「ND」檸檬是以市場最低價賣出的檸檬
(C)在2013年7-Eleven採取的是價格競爭方式
(D)受疫情影響，檸檬市場的需求量隨之降低

- ()25、「ND」檸檬是採何種競爭方式？
(A)重視外觀的價格競爭
(B)重視香氣的價格競爭
(C)重視生態的非價格競爭
(D)重視售價的非價格競爭

題組二

2020年中，總統蔡英文宣布自2021年起開放含「萊克多巴胺」的美國豬肉。政府表示：在國際互動上，強調國家間的互惠，我國若欲與美國建立更良好的關係，禁止美豬、美牛進口的貿易障礙，是不可迴避的問題，並列舉日本與南韓均已依照國際標準予以開放，臺灣若堅守禁令，恐將面臨全球孤立的處境。

此政策引發民眾反彈，本土豬農擔憂豬肉市場受到便宜的進口豬肉衝擊，影響銷售，而多數民眾則擔心食品安全問題。對此，農委會表示：進口豬肉因口感與新鮮度不佳，火腿、香腸、肉鬆等加工肉類業者可能採用，但一般消費者的購買意願應該不高。豬肉業者也表示願意清楚標示產地，減少消費者在購買上的疑慮。

（資料來源：改寫自萊劑美豬開放吵翻天 爭議點、始末一次看，聯合新聞網，2021/03/12。）

- () 26、根據上文，下列何者正確？
- (A)開放美豬進口後，多數民眾因為美豬價格高，購買意願不高
 - (B)國際關係也是國際貿易政策所需考量的因素之一
 - (C)開放美豬進口，是為了滿足國內消費者飲食需求
 - (D)我國進口美國豬肉，將增加我國的國際貿易收入
- () 27、開放美豬進口對我國造成不小衝擊，從文中敘述來看，下列何者作法最有可能減緩民眾對進口美豬的焦慮？
- (A)清楚標示國產豬與進口豬的產地來源
 - (B)強調國家間的互惠關係與全球的處境
 - (C)說明國產豬與進口豬的口感及價格差異
 - (D)舉出日本與南韓已開放美豬進口的消息