

南華大學藝術與設計學院建築與景觀學系

碩士論文

Department of Architecture and Landscape Design

College of Arts and Design

Nanhua University

Master Thesis

建設計畫與傳播平台的互聯實驗

The Interrelation Experiment of Construction Project and Media  
Platform



林益年

Yi-Nien Lin

指導教授：朱世雲 博士

Advisor: Dr. rer. pol. Shih-Yun Chu

中華民國 110 年 7 月

July 2021

# 南華大學


建築與景觀學系

## 碩士學位論文

建設計畫與傳播平台的互聯實驗

The interrelation experiment of construction project  
and media platform

研究生：林益年

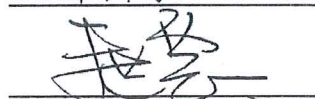


經考試合格特此證明

口試委員： 陳信安

施伯燁

卓卿泉



指導教授： 李世雲

系主任(所長)： 李 江

口試日期：中華民國110年06月30日

## 謝誌

在研究所這兩年時間的學習，除了改變人生境遇，也算是生命教育的一大躍進！論文能如期完成需要感謝的人很多！在此獻上最大的敬意。

回想起那一夜拍桌聲響起，在辦公室的爭吵，耳邊傳來先生刺耳的諷刺話語「不然妳是懂什麼？妳能幫忙什麼？誰才是建築師？」於是摧毀女性主義爆棚的尊嚴，帶著不甘心加上不甘願，附帶絕對的傲氣與任性，隔天就立馬找到學校資訊報名入學，就算是以終身學習的學分班方式先行入學，都覺得是刻不容緩之事，還在心裡暗自許諾，建築師有什麼了不起？我就不信我考不上！

而經過每個學期的學分累計，也從各類別的課程安排下漸漸明白，原來建築是件嚴肅且有層次的行業別，這乘載了一個人一輩子的夢想，或是一個城市的美學、甚至一個國家文明的體現。而要像大學生一樣，好好上設計課是多麼艱難的熬夜啊！原來要考上建築師，不是像廚師檢定一般容易，這也才明白建築師們都經歷了怎麼樣嚴謹的學習，才成就如此的優越感。泰戈爾在《園丁集》裡提到「知識令人謙虛，無知使人驕傲。」在忙亂的工作領域奔波十年後，再度重新進到校園，才能真正靜下心來體會學習的富足，並從學習中看見自己淺薄的認知，就像那井底之蛙一般，而且還是隻趾高氣昂的青蛙！

感謝那個衝動下口不擇言的建築師先生，大大的刺激我往前邁進，也感謝南華大學是一個跨領域、多元學習的一個學系，讓我能在這裡找到不一樣的自己；當然最要感謝的是願意承接我這個問題很多、榨不出文字的研究生—朱世雲教授，真心感謝陪伴我一路完成論文的每個人，因為有您成就了我。獻上真摯的感謝~

## 摘要

本研究將著重於研究者參與自地自建的建設計畫為基礎，運用數位相機全程記錄方式，從一開始如何購置土地、建築基本概念、建築設計與施工，直至領取使用執照過程，經訪談開業建築師，運用淺顯易懂的表達方式作為紀錄，並運用影片剪輯搭配字幕與背景音樂，完成影片上傳至互聯平台(YouTube)，將關於建築相關專業知識傳播出去，讓普羅大眾更親近建築，讓想投入建築或有自地自建需求者，透過網路搜尋資料時有所參考價值。本研究將提取第一集至第三十集為個別應用分析，透過公開影片的傳播方式，讓閱聽者觀看、分享及留言評論影片，並透過影音平台所提供後台數據分析，得到本研究建設計畫與傳播平台的互聯實驗得到實務性結論及分析報告。

關鍵詞：建築流程、自地自建、建築師蓋房子、建築人

## Abstract

This thesis will focus on the researcher's participation in self-built construction design drawings, using digital cameras to record the whole process, from the beginning of how to purchase land, basic building concepts, architectural design and construction, and the process of obtaining a license. Architects in business use simple and understandable expressions as records, and use video clips with subtitles and background music to upload the videos to the Internet platform (YouTube), disseminate professional knowledge about architecture, and bring the general public closer to architecture. For those who want to invest in construction or have self-built needs, they can have reference value when searching for information through the Internet. This study will extract the first to the thirtieth episodes for individual application analysis. Through the dissemination of public videos, let viewers watch, share and comment on the videos, and through the background data analysis provided by the audio-visual platform, the construction of this research is obtained. Practical conclusions and analysis reports were obtained from the interconnection experiment of the planning and dissemination platform.

**Keywords:** construction process, self-construction, architects build houses, architects

# 目錄

謝誌 .....	i
摘要 .....	ii
Abstract .....	iii
目錄 .....	iv
表目錄 .....	v
圖目錄 .....	vi
第壹章 緒論.....	1
第一節 創作研究動機.....	1
第二節 創作目的與方法 .....	2
第三節 文獻回顧與市場分析.....	2
第四節 創作主題名詞釋義 .....	5
第貳章 創作分題、分鏡說明.....	7
第一節 分題安排之基本構想（模式） .....	7
第二節 分鏡內容選擇原則 .....	7
第三節 相關主題作品剪輯預期 .....	9
第參章 創作作品表現說明.....	85
第一節 代表作品與相關創作經驗分析 .....	85
第二節 代表作品成果分析 .....	87
第肆章 預期研究成果.....	91
第一節 創作時間計劃與實際展演項目成果分析 .....	91
第二節 結語 .....	96
參考文獻 .....	102

## 表目錄

表 壹-1 台灣知識型網紅YouTuber頻道Top20 .....	4
表 貳-1 建築計畫大綱 .....	8



## 圖目錄

第一集 圖 貳-1 影片回饋留言 .....	10
第一集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽) .....	10
第一集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率) .....	11
第一集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度) .....	11
第一集 圖 貳-5 影片數據分析(觀眾) .....	11
第二集 圖 貳-1 影片回饋留言 .....	12
第二集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽) .....	13
第二集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率) .....	13
第二集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度) .....	13
第二集 圖 貳-5 影片數據分析(觀眾) .....	14
第三集 圖 貳-1 影片回饋留言 .....	15
第三集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽) .....	15
第三集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率) .....	15
第三集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度) .....	16
第三集 圖 貳-5 影片數據分析(觀眾) .....	16
第四集 圖 貳-1 影片回饋留言 .....	17
第四集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽) .....	17
第四集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率) .....	18
第四集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度) .....	18
第四集 圖 貳-5 影片數據分析(觀眾) .....	18
第五集 圖 貳-1 影片回饋留言 .....	19
第五集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽) .....	19
第五集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率) .....	20
第五集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度) .....	20



第五集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	20
第六集 圖 貳-1影片回饋留言.....	22
第六集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	22
第六集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	22
第六集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	23
第六集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	23
第七集 圖 貳-1影片回饋留言.....	24
第七集 圖 貳-2影片回饋留言.....	25
第七集 圖 貳-3影片回饋留言.....	25
第七集 圖 貳-4影片數據分析(總覽).....	26
第七集 圖 貳-5影片數據分析(觸及率).....	26
第七集 圖 貳-6影片數據分析(參與度).....	26
第七集 圖 貳-7影片數據分析(觀眾).....	27
第八集 圖 貳-1影片回饋留言.....	28
第八集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	28
第八集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	28
第八集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	29
第八集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	29
第九集 圖 貳-1影片回饋留言.....	30
第九集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	30
第九集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	31
第九集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	31
第九集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	31
第十集 圖 貳-1影片回饋留言.....	33

第十集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	33
第十集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率).....	34
第十集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	34
第十集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	34
第十一集 圖 貳-1影片回饋留言.....	35
第十一集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	36
第十一集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	36
第十一集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	36
第十一集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	37
第十二集 圖 貳-1影片回饋留言.....	38
第十二集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	38
第十二集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	38
第十二集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	39
第十二集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	39
第十三集 圖 貳-1影片回饋留言.....	40
第十三集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	40
第十三集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	41
第十三集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度).....	41
第十三集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	41
第十四集 圖 貳-1影片回饋留言.....	42
第十四集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽).....	43
第十四集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	43
第十四集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	43
第十四集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	44

第十五集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	45
第十五集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	45
第十五集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	46
第十五集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	46
第十五集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	46
第十六集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	48
第十六集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	48
第十六集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	49
第十六集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	49
第十六集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	49
第十七集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	50
第十七集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	51
第十七集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	51
第十七集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	51
第十七集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	52
第十八集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	53
第十八集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	53
第十八集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	54
第十八集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	54
第十八集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	54
第十九集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	55
第十九集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	56
第十九集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	56
第十九集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	56
第十九集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	57

第二十集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	58
第二十集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	58
第二十集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	59
第二十集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	59
第二十集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	59
第二十一集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	60
第二十一集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	61
第二十一集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	61
第二十一集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	61
第二十一集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	62
第二十二集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	63
第二十二集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	63
第二十二集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	64
第二十二集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	64
第二十二集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	64
第二十三集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	65
第二十三集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	66
第二十三集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率) .....	66
第二十三集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	66
第二十三集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾) .....	67
第二十四集 圖 貳-1影片回饋留言 .....	67
第二十四集 圖 貳-2影片數據分析(總覽) .....	68
第二十四集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率) .....	68
第二十四集 圖 貳-4影片數據分析(參與度) .....	68

第二十四集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	69
第二十五集 圖 貳-1影片回饋留言.....	70
第二十五集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	70
第二十五集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	70
第二十五集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	71
第二十五集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	71
第二十六集 圖 貳-1影片回饋留言.....	72
第二十六集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	73
第二十六集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	73
第二十六集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	73
第二十六集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	74
第二十七集 圖 貳-1影片回饋留言.....	75
第二十七集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	75
第二十七集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	76
第二十七集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	76
第二十七集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	76
第二十八集 圖 貳-1影片回饋留言.....	77
第二十八集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	78
第二十八集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	78
第二十八集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	78
第二十八集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	79
第二十九集 圖 貳-1影片回饋留言.....	80
第二十九集 圖 貳-2影片數據分析(總覽).....	80
第二十九集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率).....	81

第二十九集 圖 貳-4影片數據分析(參與度).....	81
第二十九集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾).....	81
第三十集 圖 貳-1影片回饋留言.....	82
第三十集 圖 貳-2影片回饋留言.....	83
第三十集 圖 貳-3影片數據分析(總覽).....	83
第三十集 圖 貳-4影片數據分析(觸及率).....	84
第三十集 圖 貳-5影片數據分析(參與度).....	84
第三十集 圖 貳-6影片數據分析(觀眾).....	84
代表作品 圖 參-1(熱門影片).....	85
代表作品 圖 參-2(影片數據分析-總覽).....	85
代表作品 圖 參-3(顯示觀看次數、時間、人數).....	87
代表作品 圖 參-4(流量來源).....	88
代表作品 圖 參-5(地理位置).....	88
代表作品 圖 參-6(觀眾年齡).....	89
代表作品 圖 參-7(觀眾性別).....	89
代表作品 圖 參-8(訂閱狀態).....	90
代表作品 圖 參-9(訂閱來源).....	90
30集90天成果分析 圖 肆-1(頻道數據分析-總覽).....	91
30集90天成果分析 圖 肆-2(觸及率).....	92
30集90天成果分析 圖 肆-3(參與度).....	92
30集90天成果分析 圖 肆-4(已訂閱、未訂閱狀態).....	93
30集90天成果分析 圖 肆-5(觀眾年齡).....	93
30集90天成果分析 圖 肆-6(依觀眾性別顯示觀看次數).....	94
30集90天成果分析 圖 肆-7(觀眾使用You Tube的時段).....	95
30集90天成果分析 圖 肆-8(你的觀眾還收看哪些頻道).....	95
30集90天成果分析 圖 肆-9(您的觀眾最近看過的其他影片).....	96

# 第壹章 緒論

## 第一節 創作研究動機

### 1、從個人出發：

因為另一半是建築師，於是有機會深入建築這產業，在每個現實介面的銜接上，衍生許多衝突且有趣話題，所以為了解開許多疑惑，進到這個商業住宅建築產業，從零開始學習，用凡人(一般業主)視角觀察這個領域。

### 2、從學術單位觀察：

進到校園從研究所開始學習建築，也下修大學部的設計課程，發現並非所有同學都是建築相關科系：研究所有來自社會各行各領域，大學部也有一般高中部升上來的學生，對於建築其實是相當陌生，並沒有基礎概念。而研究所或是大學階段，課堂老師有既定教案需要消化，不可能從一般建築基礎觀念抑或是針對通俗詞彙逐一解釋，於是學習過程中，必然有許多疑惑無法銜接，需要自行去搜尋答案，否則將是一個疑惑鍊結另外一個更大的疑惑，因而度過每個學習階段。

### 3、從建築師事務所觀察：

凡在業界執業的建築師，事務所內均需即戰力，應聘建築本科系或是室內設計相關人才，在應徵條件上會註明需一~二年的實務經驗，這會擊潰應屆畢業生的滿腔熱血，相對性也扼殺對建築有熱情、有興趣卻沒有相關經驗的人。而實質在事務所任職的新鮮人，也均有不同程度的專業認知，需要建築師花費較多心力教授，在每個細節均須仔細叮囑，爾也發現沒耐性的建築師會有激動的情緒反應，導致人員離職流動至它行業，這也造成學校努力培養專業人才的流失現象。

### 4、從一般業主自地自建的觀察：

每個人終其一生都想擁有一棟房子，空間規劃都按照自己想要的方式建造，那是再完美不過的事，但基於房地產年年創新高，土地價值昂貴，普遍一般上班族均買不起，而也因為大眾對於自地自建的建設流程認知不足，興建計

畫也過於繁瑣而望之退卻，因而普羅大眾均會選擇建設公司蓋好的建案。相對的，一般業主對於買地自建均存在許多想像的美好，就跟初出社會的建築人一樣，夢想自己蓋(設計)出來的房子，會如同雜誌上的壯闊幽靜，然而實質上經過溝通協調後，才發現會面對許多現實考驗，舉凡基地條件與法規設限、預算不夠支付…等，均限縮與期待值相差甚遠的窘境。

## 第二節 創作目的與方法

本論文將著重於全程參與自地自建(名詞釋義)的建設計畫為基礎，從一開始的找土地、建築設計、施工、領取使用執照過程，運用淺顯易懂的語言，透過自媒體(名詞釋義)方式與互聯平台結合，將其所觀察、房地產知識、專業人士訪談、建築相關專業知識…等傳播出去，並針對讓想自地自建的人，抑或是初入建築專業的相關人員，可以增加搜尋管道，使其更容易入門，也讓其普羅大眾更親近建築，其中透過影片創作第一集至第三十集內容為案例分析，作為本論文之專業實務之貢獻。

運用實際參與自地自建之記錄，透過「參與型紀錄片」(名詞釋義)方式明確的將其建築計畫為互聯實驗的核心價值呈現，並透過當今自媒體(名詞釋義)的傳播方式，運用拍攝紀錄片的製作流程:從題材發想至資料蒐集/前置研究，直至企畫構想，影像紀錄與剪輯後，公開上傳至網路平台YouTube(名詞釋義)呈現，並擷取三個月內之受眾者數據分析(名詞釋義)與留言回饋分別提出最終研究分析。

## 第三節 文獻回顧與市場分析

建築類:

1. 吳麗玲(2020年):自地自建設計規劃的探討與實作，國立高雄師範大學文化創意設計在職碩士。
2. 圖解自地自建x買地蓋屋完全通【暢銷更新版】:漂亮家居編輯部(2021)，麥浩斯，台灣。
3. 黃巢自地自建完整介紹，從費用、流程到案例分享(2021):黃巢設計工務



店，<https://hcdesign.com.tw/faq-items/%E8%87%AA%E5%9C%B0%E8%87%AA%E5%BB%BA/> (Jun. 25, 2020)。

根據上述文獻回顧中，黃巢設計工務店內容言簡意賅的點出關於自地自建流程；漂亮家居編輯部(2021)。圖解自地自建x買地蓋屋完全通【暢銷更新版】始起從討論業主起厝需求，延伸至建築美學，且針對自地自建優缺點做詳細分析，並從購地的注意事項上，有詳細的法規條文註記，是唯一在台灣針對買地自建有系統的一本聖經；吳麗玲,(2020年).自地自建設計規劃的探討與實作.在內文上有大篇幅，針對單一住宅範例，做精確各項設計，論文中更有平、立、剖面並含詳細3D等圖示，並從建築設計延伸至室內裝修及其它各項設計，如燈光設計、傢俱選材、圍牆設計.....等，最是令人注意的是設計與營建報價上均有詳細記載。

建築專業為術有專攻類別，一般自建業主可透過文章了解整個輪廓，聘請建築師或是室內設計師，也均可解決營造前端的所有設計計畫，但接續在營造端呢？業主從開工起便開始關心自己的建設計畫，到了工地應該要看些什麼？是否現場發落的工地主任會對業主每日匯報工程進度？能否透過一個完整的示範，讓自建業主多點營建知識的吸收，也能不輕易誤解現場施工順序(如：為何施工速度不加快?)若能透過一完整影片呈現，可讓人更深入其境，讓業主均能預先了解整個建設案的發展過程，是否可以減少更多的工程紛爭？

傳播類：

- 1、謝佳璇(2019):從知識型YouTuber看知識傳播型態的改變，國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士。
- 2、李惠仁(2009):紀錄片《睜開左眼》，國立政治大學傳播學院碩士在職專班。
- 3、當網紅經濟遇上知識經濟好學校(2019/08/27):好學校 Hahow YouTuber 來開課，<https://blog.hahow.in/hahow-cocktail-youtuber/> (Jun. 25, 2020)。

根據李惠仁，(2009年)紀錄片：《睜開左眼》摘要提到:長久以來，觀眾所看到的電視新聞都經過了不只一道壓縮與過濾，事件真實的樣貌當然是難以窺視。我們清楚看到了目前商業電視台無法避免的「業配新聞」究竟如何產製？而這些站在第一線見證歷史的攝影記者們又是怎麼面對？

謝佳璇，(2019年)從知識型YouTuber看知識傳播型態的改變，她提到因應世界潮流，近年台灣YouTuber產業興起，所謂的YouTuber是指以影音網站YouTube為主要活動據點的網路紅人、或在YouTube投稿原創影片之創作者為統稱。而以往被認定為屬於小眾知識型YouTuber的數量逐年攀升崛起，並在訂閱量排行中穩占優越地位，此一現象即代表當代社會對於知識接收的需求與對既定印象知識正在進行翻轉，知識型YouTuber為社會及閱聽人帶來之影響性不容小覷。根據影音創客2021年20大知識型YOUTUBER頻道Top20: (如下表)

表 壹-1台灣知識型網紅YouTuber頻道Top20

台灣知識型網紅YouTuber頻道Top20

頻道名稱	頻道類型	訂閱數	訂閱數
1	阿滴教室	英文教育、英文知識、日語、韓語	267萬
2	阿滴鞋	生活冷知識、時事評論	142萬
3	許生漢 / Single Han	科學生活、生活常識	131萬
4	理科太太	生活科學、情感	111萬
5	Taiwan Eye	台灣新聞文化知識	106.7萬
6	小胖貓CFC	DIY、台灣生活知識、手作	101.6萬
7	歷史無聲的歷史	電影評論、個人觀點	84.4萬
8	簡毓兒潔 JETTY	財金知識、投資理財	75.4萬
9	CFR&D	各類歷史知識	71.4萬
10	志偉學TaiwanCults	社群媒體知識、人際學	61.5萬
11	許怡弘阿芝-香蟹人	動物知識、藝術類	58.7萬
12	唐監造的科學天地	科學知識	52.2萬
13	阿滴子	遊戲、影评、個人觀點	48.5萬
14	阿滴	語言知識、歷史、KOL	47.6萬
15	Dr. Hahow	音樂知識、科技知識、藝術	46.3萬
16	Super的課程表	冷知識、社會議題、哲學	26.8萬
17	邱鳳麗西英英語	英語、動物知識	22.8萬
18	英文常翻翻	英文教學、考試知識、實用英文	21.1萬
19	讀白字的亞歷克士 Alex	日文教學、日本知識、日聲	15.6萬
20	阿福人	韓語冷知識、韓國文化	14.1萬

(本統計表係根據YouTube頻道訂閱數，截至2021年四月)

而Hahow 好學校，YouTuber 來開課！當網紅經濟遇上知識經濟這篇網文摘寫，阿滴在天下雜誌的專訪中提到：

**有些人習慣喊我「網紅」，但我自己比較喜歡被稱為「influencer」(影響者)，因為在新媒體時代，不管是平台的進入門檻、或內容的創作成本，都是史上最低，任何人都可能成為影響者。**

在知識經濟的潮流中，阿滴希望做解決問題的影響者，同為「知識型網紅」啾啾鞋也說道：

**既然上一個世代努力用自己的經驗，為我們指引一條物質不缺乏的道路，那**

我們這個世代最大的使命也許就是成為「轉捩點」，將前人的知識包裝與轉述，滋養下個世代的心靈與內涵，這也是身為「知識型網紅」的啾啾鞋經營 YouTube 頻道背後理想與使命。

快速而片段式的閱聽年代，無論網域傳播有多快速，無論腳步能邁進多遠的場域，均是從一個建築物到另一個建築物從新連結行動通訊技術。建築為全球產業的金字塔頂端，每個國家都在用建築物宣揚國威，而與我們貼切的住宅建築計畫過程，一般民眾又能認知有多少呢？嚴謹而又乏味的建築，猶如嚼蠟般無味，若能透過有趣卻不失系統的記錄方式保存下來，將會是台灣劃時代下具有參考價值的貢獻。

## 第四節 創作主題名詞釋義

### 「自地自建」

就是擁有自己的土地(買賣或繼承)從使用者角度出發，讓需求結合建築，其格局、建材、品牌都能按屋主喜好，蓋自己屬意的房子，產權獨立。所有的空間都能依照自己的喜好及使用習慣，透過專業協助做最適當的規劃，同時控管預算、避免過度花費，創造量身訂做的專屬住宅。

### 「參與型紀錄片」

依照美國學者比爾·尼克爾斯的觀點，紀錄片是指描寫、記錄或者研究現實世界題材的電影，與紀錄片相對的為劇情片。在大多數情況下，紀錄片中表現的人、地點、情況與現實、實際情況一致。紀錄片的題材範圍廣泛，既包括完全紀實的電影，亦包括了真人秀等節目。「參與型紀錄片」出現於20世紀60年代。這種類型的紀錄片不掩蓋導演的在場，相反，刻意強調導演與被拍攝對象的互動。(維基百科

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B4%80%E9%8C%84%E7%89%87>)

### 「自媒體」

(英語：self-media或we media)指普羅大眾藉由網路手段，向不特定的大多

數人或者特定的單個人傳遞規範性及非規範性資訊的新媒體，即由下而上的傳播方式[1]。或稱「草根媒體」、「個人媒體」、「公民媒體」。意指在網路技術，特別是Web2.0的環境下，由於部落格、共享協作平台與社群網路（如：臉書、Instagram、微博等）的興起，使每個人都具有媒體、傳媒的功能。（維基百科）

## 「YouTube」

源自美國影片分享網站，也是目前全球最大的影片搜尋和分享平臺，讓使用者上載、觀看、分享及評論影片。隨著2005年YouTube的開站後，提供簡單的方法讓普通電腦使用者上傳影片。而科技發達、寬頻和攝影器材的普及，使得短片資訊大行其道。憑藉其簡單的介面，使得YouTube可讓任何已上傳至網路的影片在幾分鐘之內使全世界觀眾觀看，這令網友由傳統的接收資訊者，變成資訊發布者，網友更可成立自己的私人影院、影片發布站、新聞站，而取代傳統的傳播媒體。每人都可創立自己的新聞頻道，或上載家庭生活短片。在此同時，愈來愈多人欣賞網上短片，令電視的收視逐漸轉移至電腦螢幕。（維基百科）

## 「YouTube Studio」（數據分析）

提供各項主要指標和報表，可讓其深入瞭解單一影片和頻道成效。

- 1、總覽:主要指標資訊卡會顯示觀看次數、觀看時間及訂閱人數。
- 2、觸及率:概略瞭解觀眾如何發現你的頻道。主要指標資訊卡會顯示曝光次數、曝光點閱率、觀看次數和不重複觀眾人數。
- 3、參與度:參與度分頁可概略瞭解觀眾花了多少時間觀看影片。主要指標資訊卡會顯示觀看時間和平均觀看時長。
- 4、觀眾:概略瞭解影片觀眾的類型。主要指標資訊卡會顯示回訪觀眾和新觀眾人數、不重複觀眾人數及訂閱人數。
- 5、收益:如果加入了 YouTube 合作夥伴計畫，收益分頁可讓你追蹤自己在 YouTube 上賺取的收益。（本頻道尚無開放收益）

## 第貳章 創作分題、分鏡說明

### 第一節 分題安排之基本構想（模式）

在修習滿學分後，恰好事務所建築師要自立發包蓋一棟房子在鄉下，因此便將論文主軸設定在自地自建上，並且延伸思考著論文發展？

- 1、論文意涵為何參考價值？僅是給要寫論文的族群參考引用嗎？
- 2、是否僅能於紙本上(包含電子檔下載)有所貢獻？
- 3、是否讓論文能更開放？更有參考價值？
- 4、是否能將嚴肅的建築透過簡單而親民的方式表達？
- 5、如何切入關於建築(住宅)，普羅大眾想要知道的面向？
- 6、直接由建築師事務所執行住宅設計案的建築計畫流程如實作記錄。

因而將論文導向專業實務報告上，透過思維方法進行描述性研究，然而透過創作與展演，即可連同書面報告呈現。藉此運用大學時期的視傳專業訓練與現今實務的建築計畫相互結合，利用參與式紀錄的影像拍攝，加上影片剪輯後上傳至網路平台呈現，期許本論文除了學術性研究外，同時可以影響更多人一同參與此案例的建築計畫，透過此計畫可數據化分析閱聽者類別，並即刻得到公開之反饋，以便於得到本論文之意義。



<https://www.youtube.com/watch?v=1ZrAi0wa9g4>



### 第二節 分鏡內容選擇原則

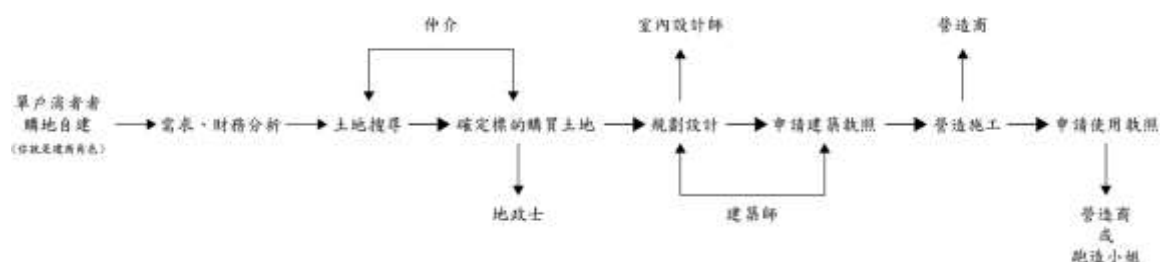
- 1、執行計畫說明：

從買地到一棟住宅的自地自建過程為案例示範。設定使用者為高齡住宅，經由建築師設計思考方向與申請建照直至親自發包營建過程，研究者利用參與型紀錄片方式，作為串聯整體故事腳本為撰寫主軸；紀錄者同為參與者

，並以一般業主視角切入問題核心，以通俗的疑惑作為詢問得到解答，並利用影像記錄、剪輯、上傳至網路平台呈現，且做為本建設計畫與傳播平台的互聯實驗作為研究分析。

## 2、建築計畫大綱(圖表):

表 貳-1建築計畫大綱



a、自地自建的基本認知篇 1~10集

b、認識建築(師)的基礎概念篇 11~20集

c、建築法規與建照申請專有名詞認知篇 21~30集

d、住宅需求與結構認識至住宅設計認識篇 31~40

e、申請建築執照過程篇 40~45集

f、認識營造、發包、編列預算過程篇 46~50集

g、營造過程：假設工程→土方工程→基礎工程→結構體工程→內外裝修工程→附屬工程→殘餘工程→外部環境與景觀 51~100集

## 3、思考與分析閱聽對象:

住宅是每個世代的人生活必須品，只因其個人能力選擇購買成屋或是自建屋，而選擇的過程都攸關建築相關知識；如何架構一個關於建築的大面向？怎麼樣的人是閱聽者？自地自建的閱聽者疑惑是什麼？想知道什麼訊息？想得到什麼答案？應該如何表達會讓人願意傾聽？而研究者有何資源與能力表顯？

有疑慮會從網路影片求解必然是自地自建新手，然而架構上需從基礎概念由淺入深衍生，運用生活化輕鬆娛樂的方式演繹，恰巧建築夫妻平日的對談過程既談諧又具一定程度的常識，因可設定故事背景，像鄰居在分享自己的自地自建過程一般，提高閱聽人對於建築專有名詞的認知與興趣，避免淪於講台上課方式表達，因而令人萌生打退堂鼓！

閱聽對象設定為：

- a、考慮自地自建的新手
- b、建築設計系或營建系學生
- c、初入建築業工作的人
- d、有興趣在建築業發展或投資的人

以上研究者均符合四款類別的人，因而從做中學，將所經歷與參與所學，如實記錄拍攝彙整公開分享！

#### 4、製作參與型紀錄片流程

- a、建築計畫內容企劃撰寫
- b、擬定拍攝計畫與拍攝資料準備:拍攝器具為一般手持手機
- c、後製剪接:運用威力導演軟體剪輯
- d、配樂、上字幕:運用小影剪輯
- e、於YouTube創建個人頻道「建築人妻」公開傳播

### 第三節 相關主題作品剪輯預期

(本文截取住宅計畫內容第一集~第三十集為期90天之作品為統計分析)

#### 1、自地自建第一集:

##### a、影片說明:

訪談建築師關於執業上的設計流程。

這是論文開始起手式~透過記錄者的提問:能不能簡單說一下,建築師都是如何處理業主委託自地自建的案子? 5分鐘說完自地自建~你聽懂了嗎?職人說得很流暢~凡人聽得很模糊~ 建築那麼複雜怎可能聽5分鐘就懂? 沒關係!我們請建築師直接下海親自示範+加碼親手蓋一棟給大家看(姐就是豪邁!哈~~~) 請用看一部連續劇的輕鬆心情來點讚+訂閱+分享+小鈴鐺 敬請期待!

##### b、影片發布日期:2021年2月24日

##### c、影片標題:建築師5分鐘說完自地自建=設計部分全流程-第1集

d、影片連結：<https://www.youtube.com/watch?v=0c3ZbNxa-J8>

e、二維QR碼：



f、影片回饋留言：



第一集 圖 貳-1影片回饋留言

g、影片數據分析：

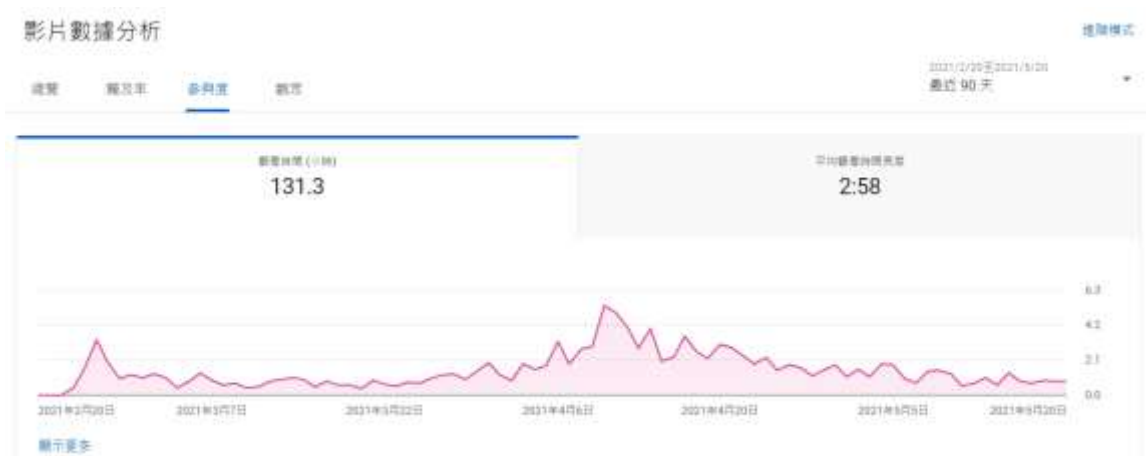


第一集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)

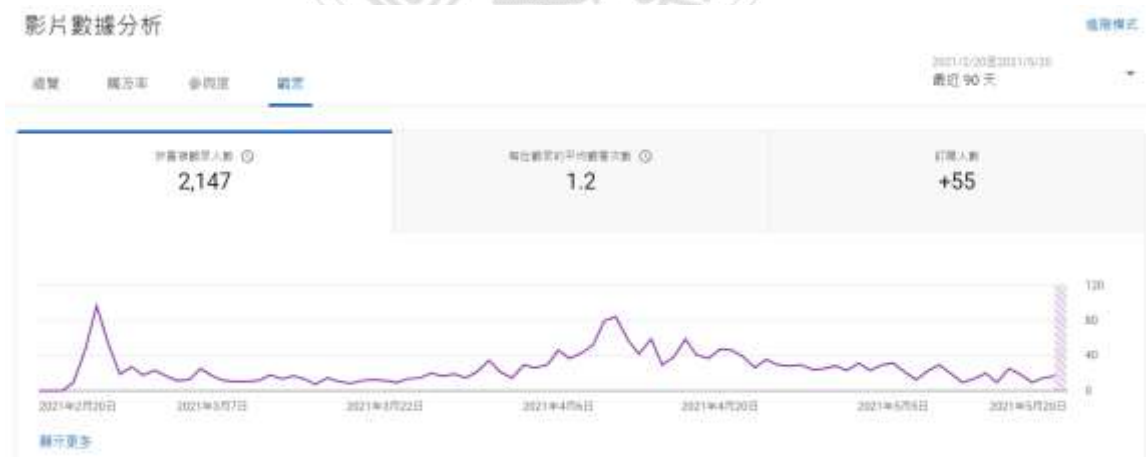




第一集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第一集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第一集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 2、自地自建第二集:

### a、影片說明

研究者為什麼要做這個題目?目的、影響什麼人?

進入主題之前要先自我介紹，如同論文需介紹研究動機與目的一般。

因為去唸南華大學建築景觀研究所，所以需要尋找一個論文的主題與呈現方式，而剛好因緣際會之下，事務所的建築師想要自己蓋一間房子在鄉下，所以我把論文的主軸設立在自地自建上面。但由於我不擅長寫出文縷縷、教條式的文章編排，於是我跟教授討論，是否可以用我大學時候的訓練跟擅長拍攝，加上剪輯影片的能力，而來呈現完成自地自建的論文……教授們都非常樂見這樣的創新思維～於是我就這樣決定嘍！浩大工程……往前邁進！

b、影片發布日期:2021年2月27日

c、影片標題: 關於自地自建-人妻為什麼入坑? 第2集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=1ZrAiOwa9g4>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:

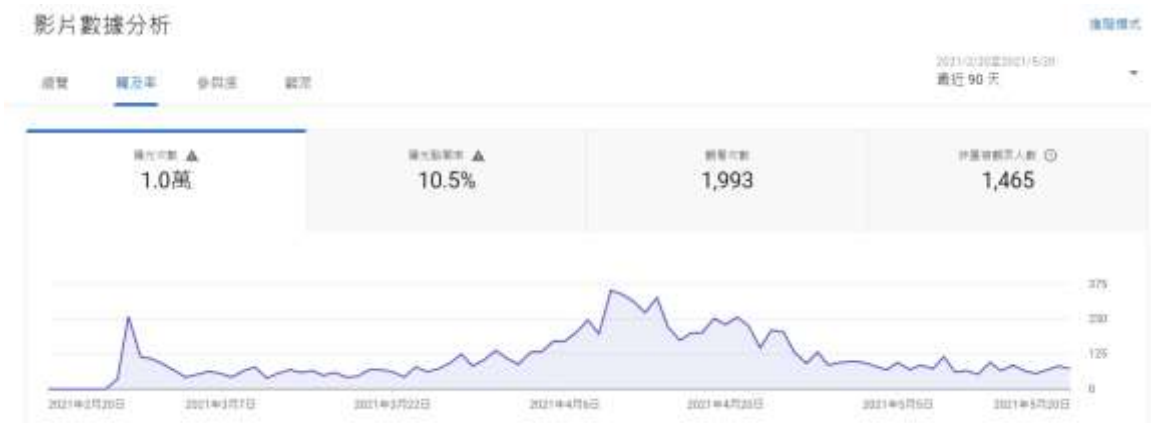


第二集 圖 貳-1影片回饋留言

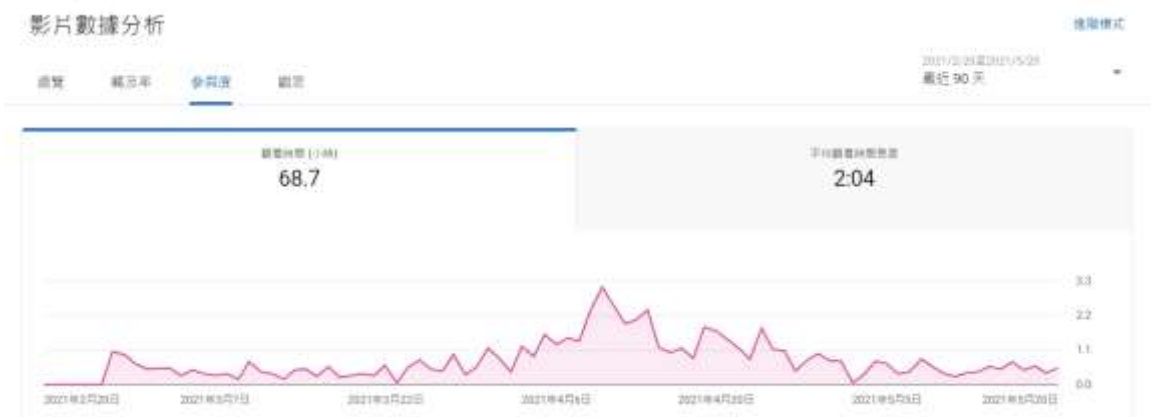
g、影片數據分析:



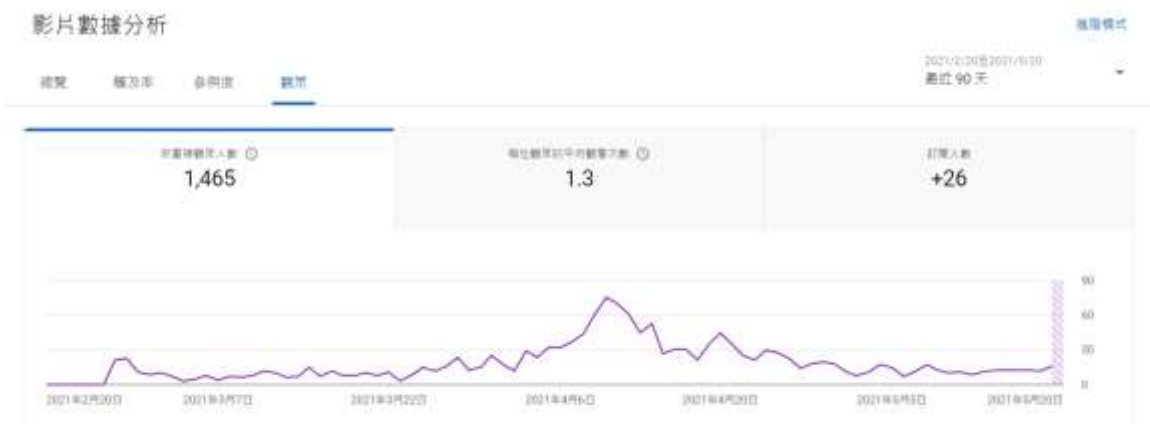
第二集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

### 3、自地自建第三集:

#### a、影片說明:

就跟所有的論文一開始一樣，要寫點研究動機與研究目的。連續劇的一開始發展，總是要前情提要一下，一切都是巧合，也都是最好的安排!老家已經超過40年了，老舊管線讓家人疲於奔命，修了這個壞了那個，連馬桶壞了都要請出建築師來幫忙修理(建築師不是水電工啦!)，我們也建議阿嬤室內重新裝修一番，住起來也比較舒適，兒孫們也比較願意回家，但是阿嬤固執地不願意妥協，覺得錢不應該再花到老房子身上，於是萌生了要把房子賣掉的念頭，幾度輾轉下~知道阿嬤其實很想只住一層樓自在過生活，就跟家人商量是不是可以一起出錢來幫阿嬤蓋房子，況且我都沒有看過會蓋房子的建築師ㄟ(老公)，哈哈~而剛好我也正在找論文的題目，就順理成章成為我撰寫論文的最強動機!這一切都要感謝阿嬤(我老媽)!

b、影片發布日期:2021年3月02日

c、影片標題: 阿嬤夢想有個家!自己買地自己蓋~自地自建-第3集

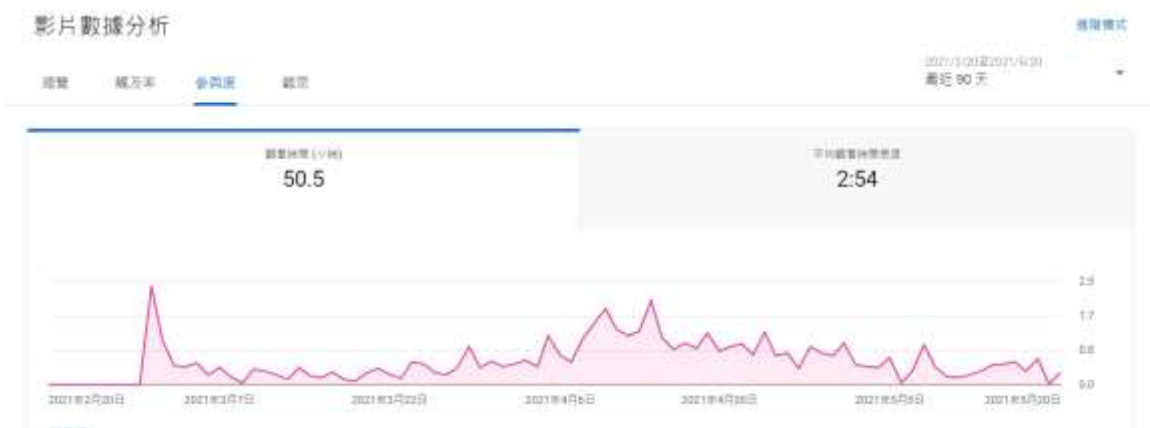
d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=KqMo-smMxPM&t=1s>

e、二維QR碼:

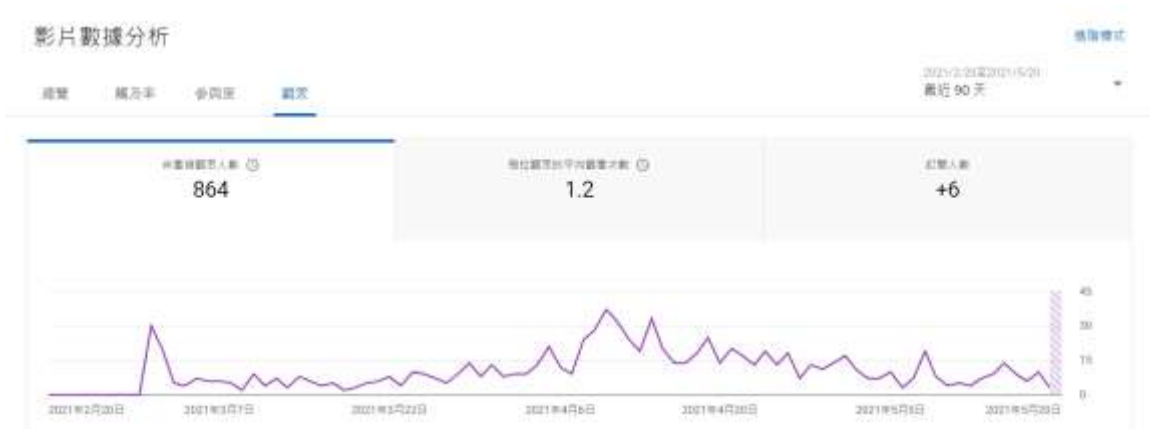


f、影片回饋留言:





第三集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第三集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

#### 4、自地自建第四集：

##### a、影片說明：

建築師到底是在做甚麼的?這執業的類別有哪些?其實就連建築師的家人們都非常的不清楚，直覺會說是在蓋房子的，這可真是天大的誤會!建築師是專門做設計的喔!建築師是在幫你的房子做設計!

台灣的建築師很多~每個專長類別不同，就像律師跟醫師一樣，會有自己專精的部分，當然也有通才的可能~比如住商辦公大樓、學校、工廠、教堂、住宅、靈骨塔、巨蛋.....什麼都會做，什麼都敢嘗試的建築師，那也可能是一間聯合建築師事務所!內有專精各類建築的人才!就建築人妻的觀察，不管任何設計業都一樣，設計好壞非常主觀，唯一就是找到一個能信任跟信仰，與能友善溝通的彼此才是最好的!

##### b、影片發布日期:2021年3月05日

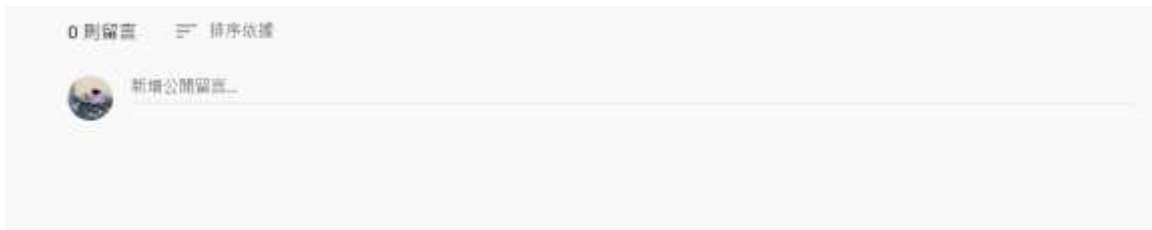
c、影片標題:(街訪)建築師是什麼?如何找適合你的建築師幫你規劃設計?自地自建-第4集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=8iTPrUGL9Ko>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



第四集 圖 貳-1影片回饋留言

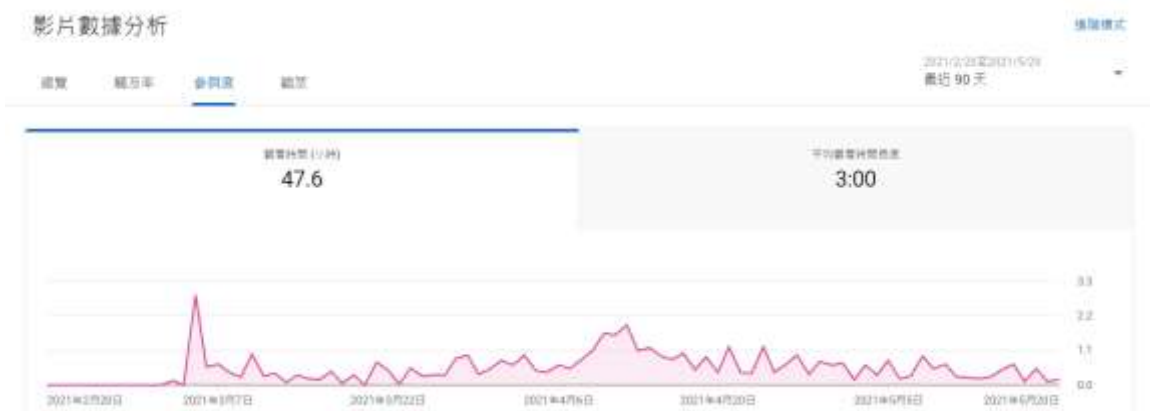
g、影片數據分析:



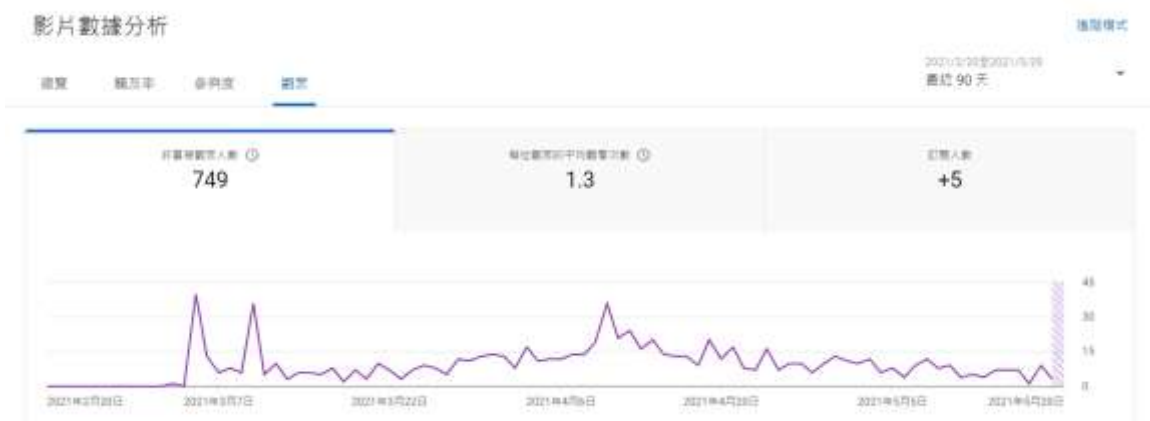
第四集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第四集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第四集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第四集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 5、自地自建第五集：

### a、影片說明：

建築真的是一門高深的學問!說太長大家直接轉台去買成屋，說得太短似乎會



讓你誤入自建叢林迷了路!關於自地自建，人妻用自己身邊凡人視角~凡人的疑問，用比較輕鬆聊天的方式呈現，讓你慢慢進入這個可愛又可怕的大圈圈裡逛一圈吧!我想~最輕鬆的方式就是吃飯了....只能在建築師吃飯的空檔逼他跟我聊天!這樣夠輕鬆嗎?

b、影片發布日期:2021年3月08日

c、影片標題: 不懂就不要蓋房子!自地自建一定要知道的事-建築師說的很仔細-第5集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=tY8ziEGEEqU&t=342s>

e、二維QR碼:

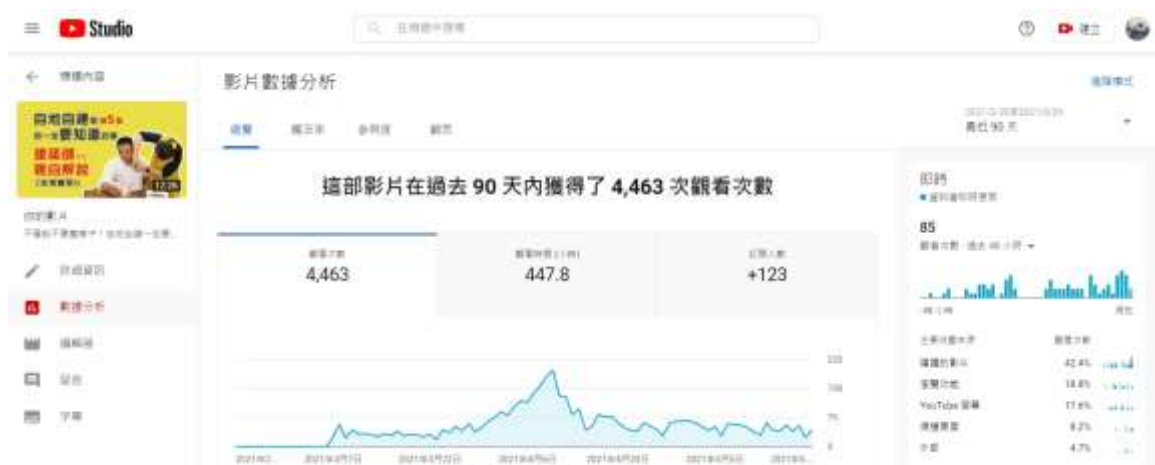


f、影片回饋留言:



第五集 圖 貳-1影片回饋留言

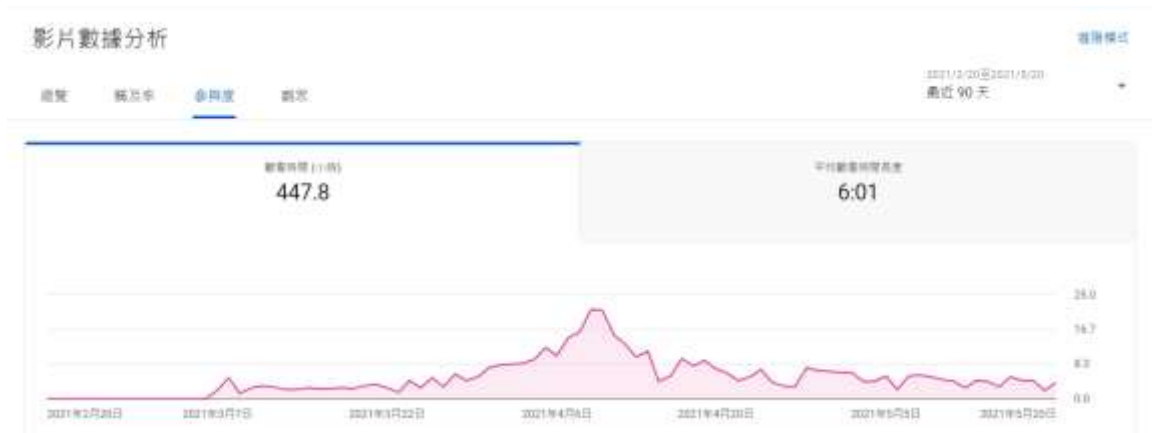
g、影片數據分析:



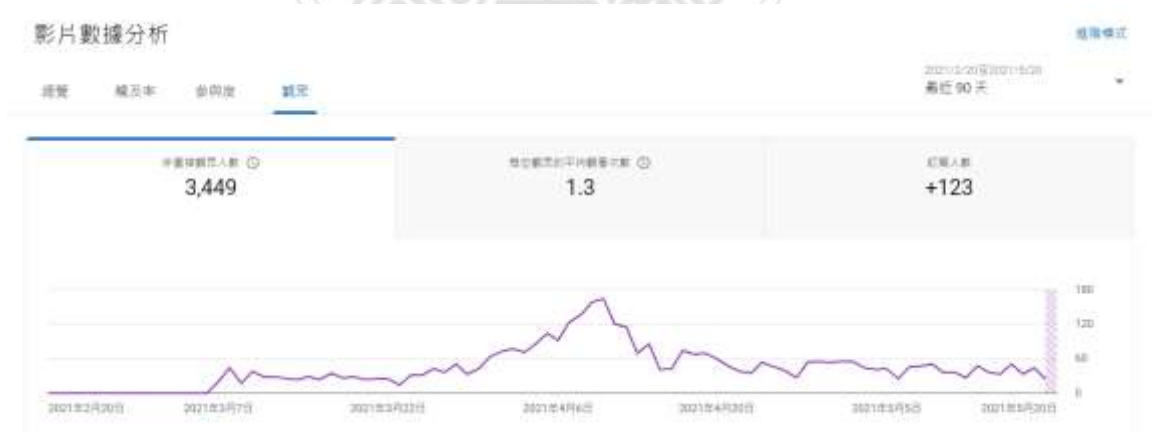
第五集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第五集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第五集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第五集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 6、自地自建第六集：

### a、影片說明：

自地自建必須有一塊地！我們買地的故事超展開~大家都強調賣地不外乎

Location! Location! Location!地點得確很重要，但這句話的意思，不只代表買在大馬路邊，就是一個會增值、有價值的土地，這涉及了能不能蓋，能蓋多少百分比?才是有沒有價值的問題，而絕大部分也要看口袋夠不夠深?買不買得起?買得起還要思考剩多少錢可以蓋房子?

所以在買土地前的人妻思考邏輯通常是以下這幾點:

- 1、我的需求是什麼?(自住宅?投資?住商辦?工廠辦?.....其他?)
- 2、我想要在哪個地點?縮小範圍!(人親土親，通常都會在自己熟悉的縣市或區位?)
- 3、惦惦自己的口袋有多深?多少錢做多少事?不要陷自己於不義!現實前還是要低頭!買完沒錢蓋等於0
- 4、基本的科學風水概念是要有的!(我有去上課，老師在教我都有在聽!)
- 5、附近成交價格查一查，那就八九不離十，請搜尋內政部實價登陸服務網多看看。(人家仲介是買賣雙方都得罪不起的，就是一種手碗+一個機緣的概念，一個願買一個願賣!)

最後提醒的事~買地看房是一件很累的事，亂槍打鳥的後果都是...買到龍眼(台語-指挑到不好的那一個)

b、影片發布日期:2021年3月11日

c、影片標題: 建地30坪只賣150萬?房仲沒來!安娜姐來了!聽聽人妻說買土地的超展開故事-自地自建-第6集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=4IY4SnPWd2E>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



第六集 圖 貳-1影片回饋留言

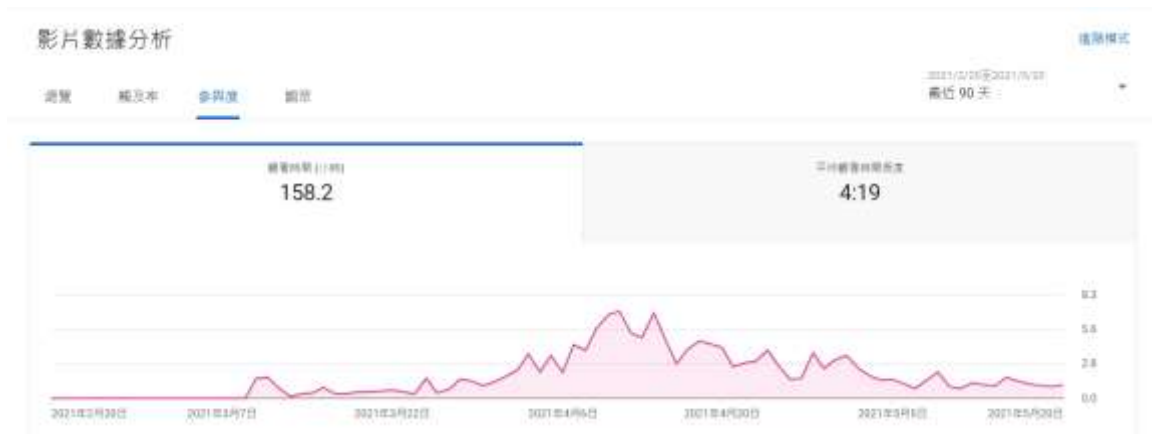
g、影片數據分析：



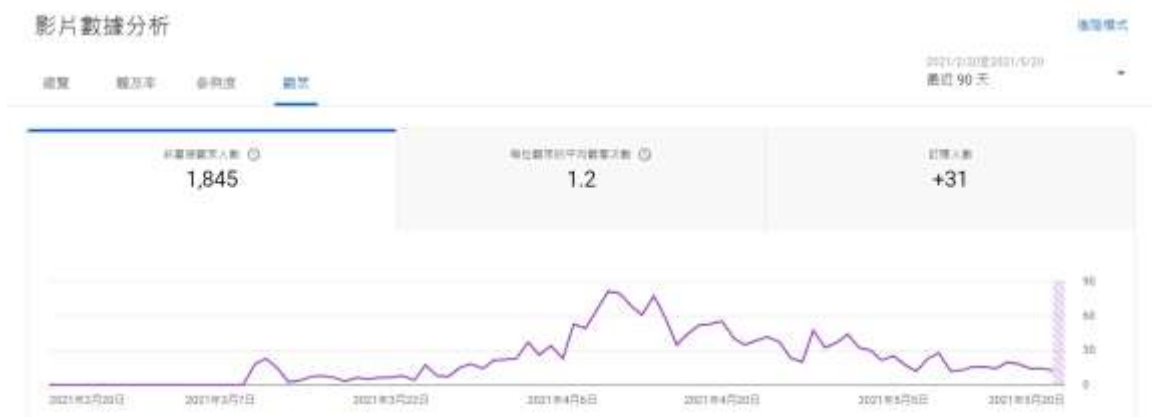
第六集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第六集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第六集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第六集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 7、自地自建第七集：

### a、影片說明：

蒐集12題買地自建的人最愛問的問題請建築師回答；

- 1、蓋房子一坪多少錢？
- 2、自己蓋有比較便宜嗎？
- 3、賣地自建好？還是買成屋就好？
- 4、這塊地能蓋嗎？
- 5、為什麼要申請合法執照？
- 6、台灣建築結構有分哪幾類？
- 7、用什麼結構蓋房子比較好？
- 8、如何選擇屋頂形式？
- 9、住宅營造過程誰來把關？

- 10、建築師會來幫我監工嗎?
- 11、連棟住宅可以局部重建嗎?
- 12、建築為什麼需要做基礎?

這也是我們事務所每個案子都會被問到的問題呢!先學起來~去找建築師的時候就不用再浪費時間問這些蠢問題!讓建築師把時間浪費在了解法規跟住宅設計規劃上吧!

b、影片發布日期:2021年3月12日

c、影片標題: 蓋房子一坪多少錢? 建築師說說自地自建常見問題-犀利人妻 Q&A發問-第7集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=oJHRnFuGICI&t=355s>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



第七集 圖 貳-1影片回饋留言

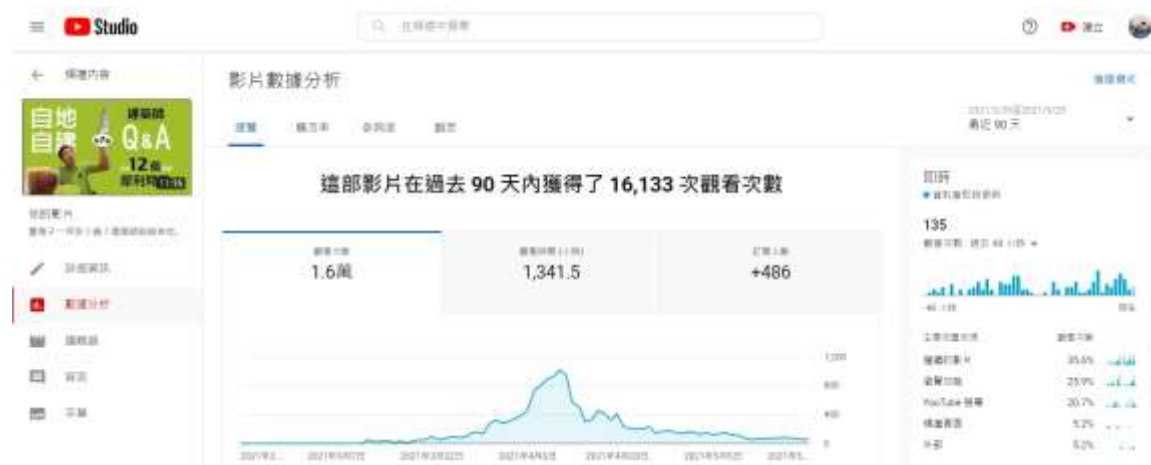


第七集 圖 貳-2影片回饋留言



第七集 圖 貳-3影片回饋留言

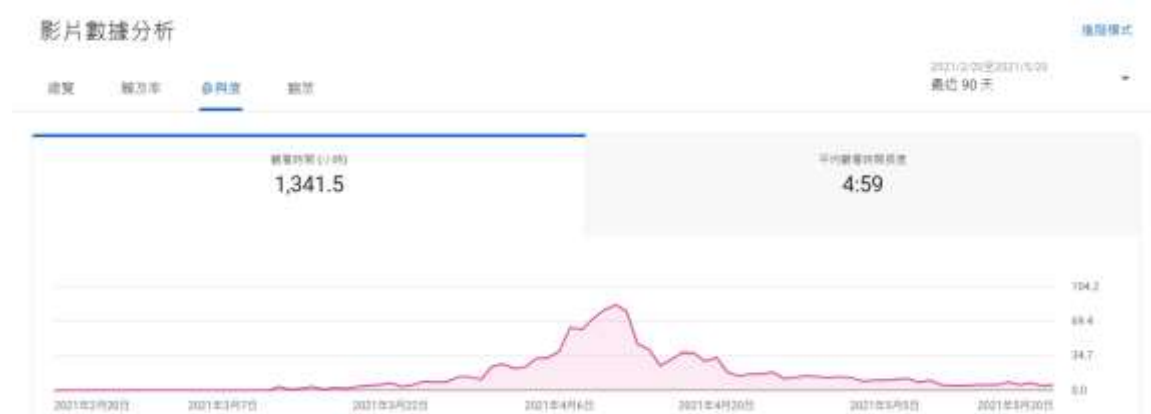
g、影片數據分析：



第七集 圖 貳-4影片數據分析(總覽)

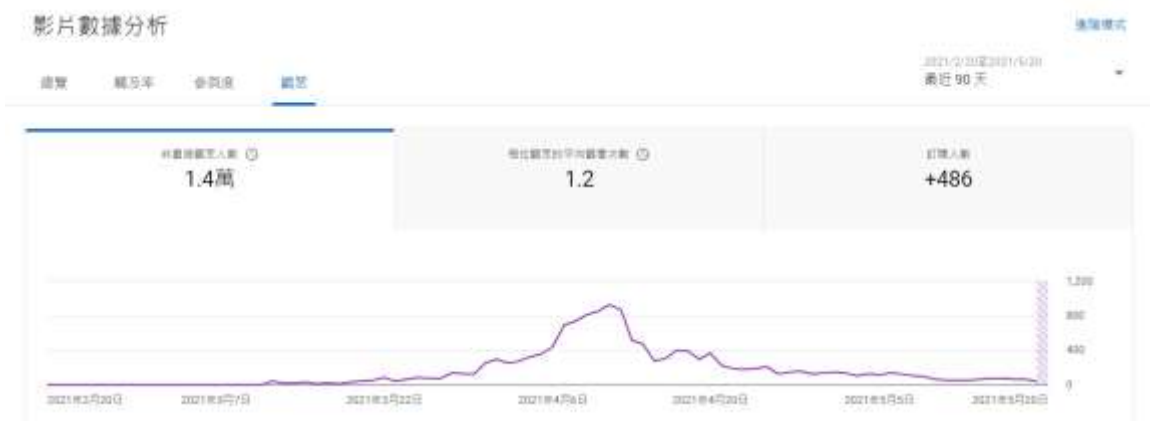


第七集 圖 貳-5影片數據分析(觸及率)



第七集 圖 貳-6影片數據分析(參與度)





第七集 圖 貳-7影片數據分析(觀眾)

## 8、自地自建第八集:

### a、影片說明:

代書是什麼?小時候理解的代書角色,有著鄉鎮裡面博學多聞的崇高地位,彷彿走進代書家的人非富即貴,直到長大第一次買賣中古屋、土地交易後才懂。代書現在稱之為地政士,主要的工作是代辦土地和不動產交易的法律文件申請及相關服務。建築人妻我依然喜歡問的是邏輯問題:

1、地政士存在買賣雙方的主要核心價值是?

2、最後我們會從代書(地政士)的手上得到什麼?

今日採訪言簡意賅地政士,快刀理解人妻的來意,廢話不多說~直切入2個重點~我喜歡!!

b、影片發布日期:2021年3月15日

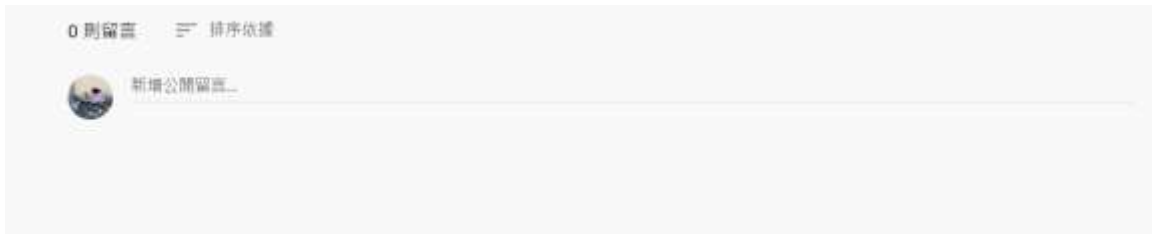
c、影片標題:偷拿權狀變賣可行嗎?代書在做什麼?房地產買賣一定要經過地政士-自地自建-第8集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=4IY4SnPWd2E>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



第八集 圖 貳-1 影片回饋留言

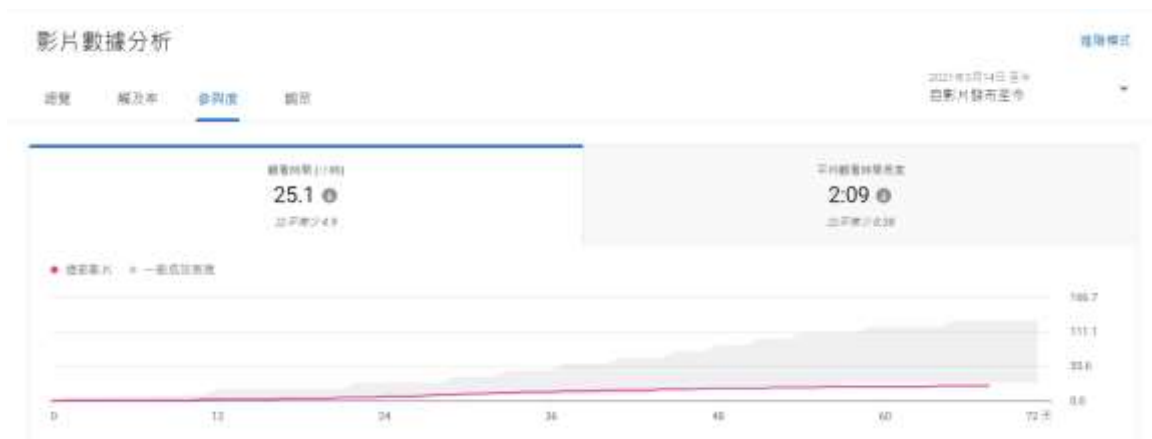
g、影片數據分析：



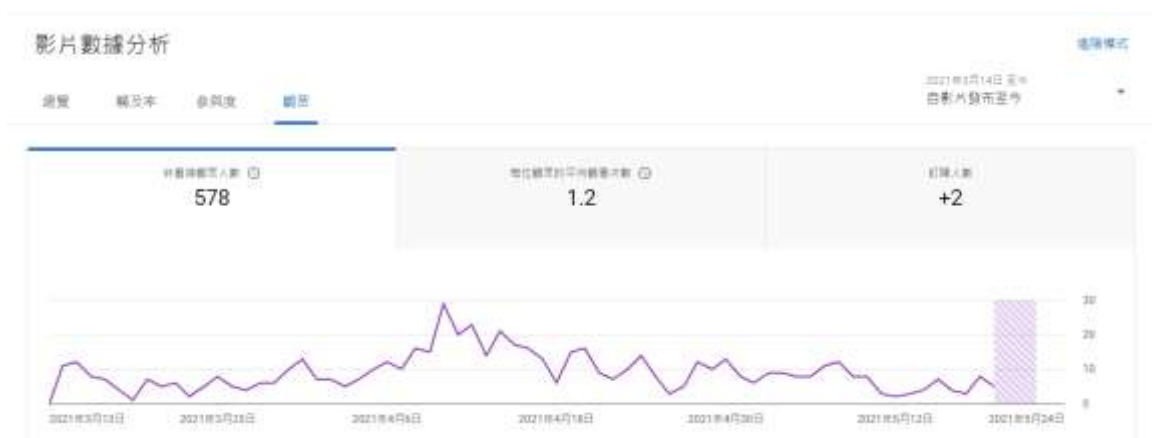
第八集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽)



第八集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率)



第八集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第八集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 9、自地自建第九集：

### a、影片說明：

寫論文是這樣的……寫著寫著就會樓歪，所以必須在一個段落回去檢視是不是切合要表達主題！想要什麼必須拉回主軸線上！關於自地自建的影片，除了想做起來親民+有趣一點以外～還是必須傳達一個有建構的邏輯上傳播正確的知識！

b、影片發布日期:2021年3月15日

c、影片標題: 自地自建流程-建築師一刀未剪吃播版-第9集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=OTw6NWrfR9o&t=215s>

e、二維QR碼：



f、影片回饋留言：



第九集 圖 貳-1影片回饋留言

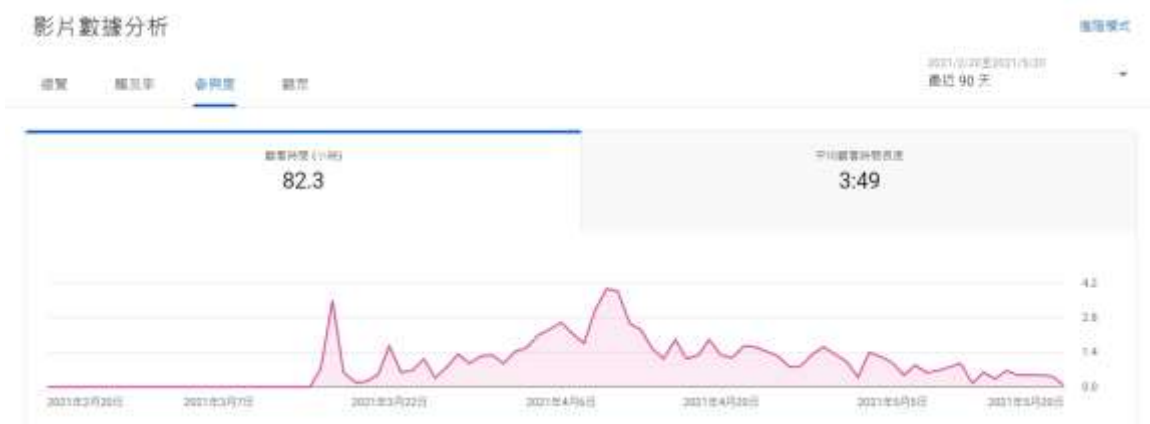
g、影片數據分析：



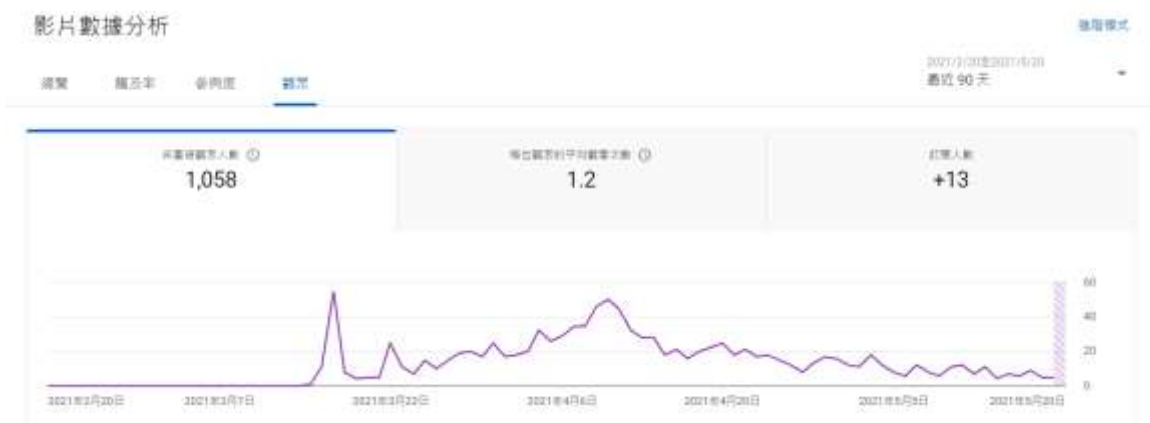
第九集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第九集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第九集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第九集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 10、 自地自建第十集：

### a、 影片說明：

常常很羨慕任何設計產業的大師們，因為夠堅持、夠任性，做出來的作品總

很驚艷+吸睛。在羨慕中嘆息著自己不夠堅持，太過隨波逐流，於是消逝在滾滾的主流設計裡面。

但在設計產業久了，後來的我們慢慢體會，設計是很主觀的，有人覺得美，有人覺得根本看不懂你想表什麼藝術?而關於設計，後來的我們思考著，這裡面乘載著一個人的成長背景與學習環境，還有後來接觸的經歷，不管是設計者或是業主都一樣，我們應該更試著理解，進入他的想像世界，然後針對使用者的視角實踐最後的成品!

設計真的很主觀，花錢的人當然說的算，但是一個建築物兀立在城市約莫50年，能不能更雋永的影響城市面貌，依然是設計師應該在業主想要的?跟美的準則下要努力的平衡點。

b、 影片發布:日期:2021年3月20日

c、 影片標題:人妻的感性時間-設計是一條從天堂掉到凡間的過程-自地自建-第10集

d、 影片連結:<https://www.youtube.com/watch?v=pNVmsOM5vZQ&t=2s>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:

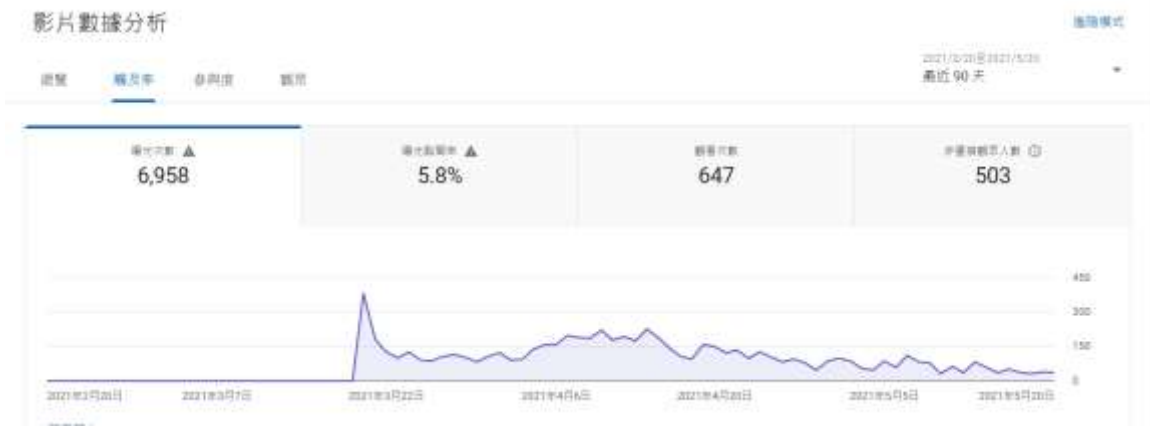


第十集 圖 貳-1影片回饋留言

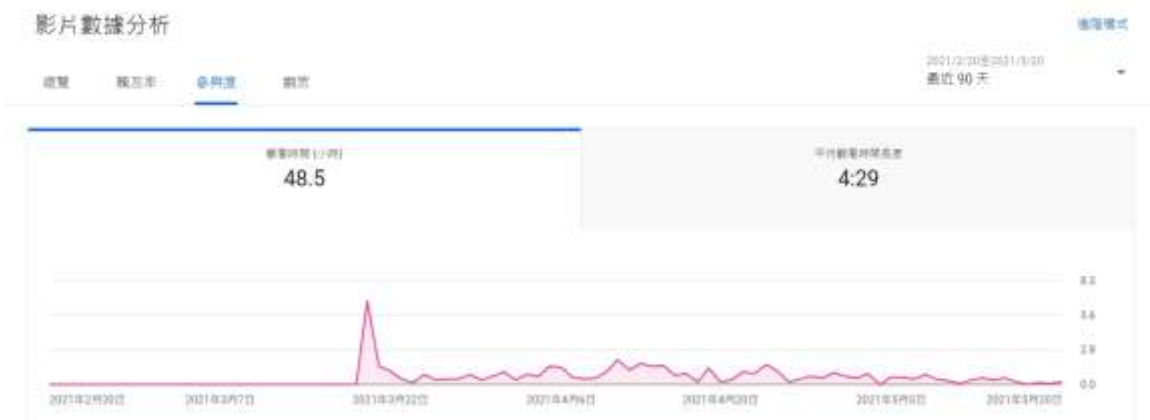
g、影片數據分析：



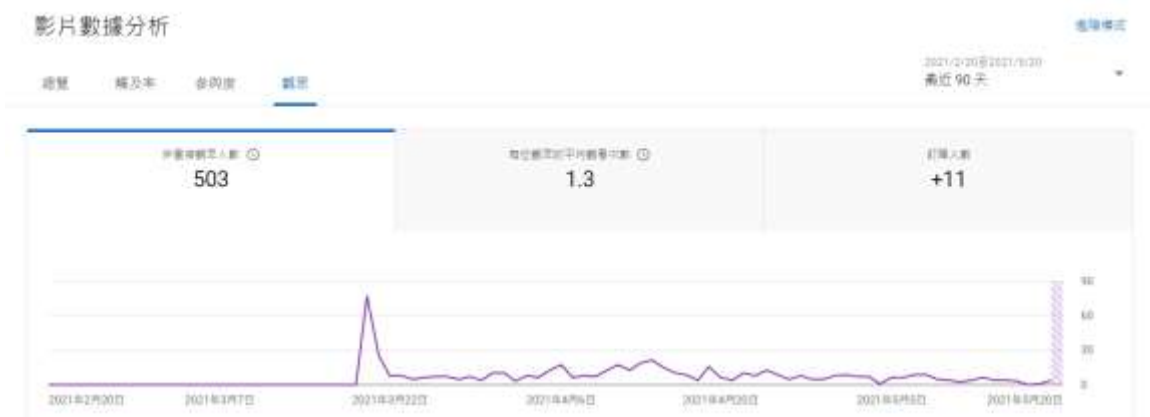
第十集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率)



第十集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度)



第十集 圖 貳-5 影片數據分析(觀眾)

11、 自地自建第十一集：

a、 影片說明：



設計產業就是提案—打槍—改圖—…… 提案—打槍—改圖…… again and again  
在我們的事務所裡～幸福吃吃喝喝的辦公室……背後都是辛苦的畫圖+ 改圖+印  
圖+折圖+蓋章簽名+送照+被打槍+再重來的一種輪迴……營造曬太陽辛苦嗎？改  
圖不辛苦嗎？要來交換嗎？

b、 影片發布日期:2021年3月23日

c、 影片標題: 建築師事務所在做什麼？每天都在幸福與痛苦中掙扎的行業  
！改圖！改圖！改圖！ 自地自建-第11集

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=Vbp-AHdUv68>

e、 二維QR碼:

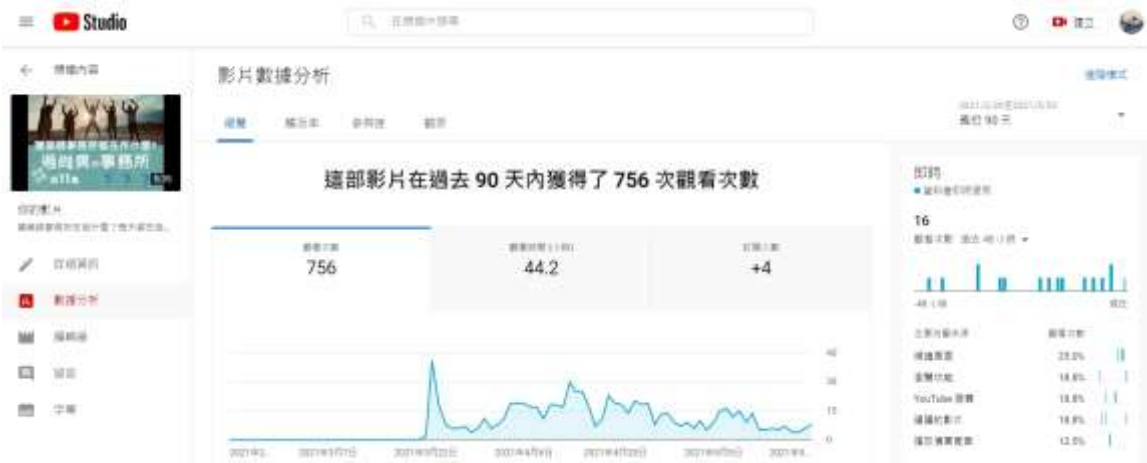


f、 影片回饋留言:



第十一集 圖 貳-1影片回饋留言

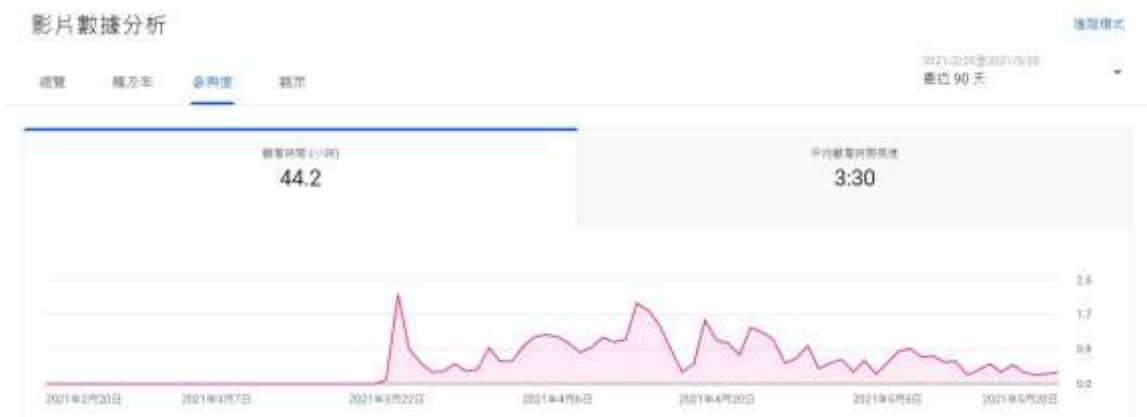
g、 影片數據分析:



第十一集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十一集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十一集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十一集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

12、 自地自建第十二集:

a、 影片說明:

論文已經如火如荼地寫到第二階段的建築設計~

在進到建築設計的一開始，研究者必須再次提醒自己研究的方法與閱聽者的設定!避免主題跑掉~所以除了不斷地確認自己的架構以外~還要回頭去看看自己有沒有正確的主軸上!然後構思未來的方向.....剪影片真的好累喔!(講話不累，累的是影片後製)

b、 影片發布日期:2021年3月27日

c、 影片標題: 再次強調這是說給自地自建的新手們聽系列-論文必須有研究方法與對象(教授!我是真的有考究的啦!)-第12集

d、 影片連結: [https://www.youtube.com/watch?v=WHf\\_q7Z2gwk](https://www.youtube.com/watch?v=WHf_q7Z2gwk)

e、 二維QR碼:

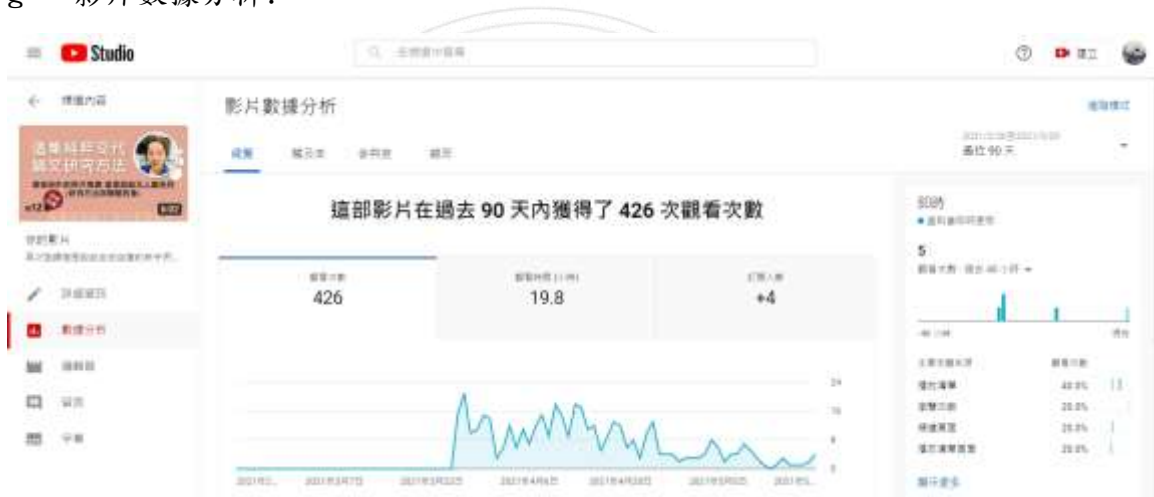


f、 影片回饋留言:



第十二集 圖 貳-1影片回饋留言

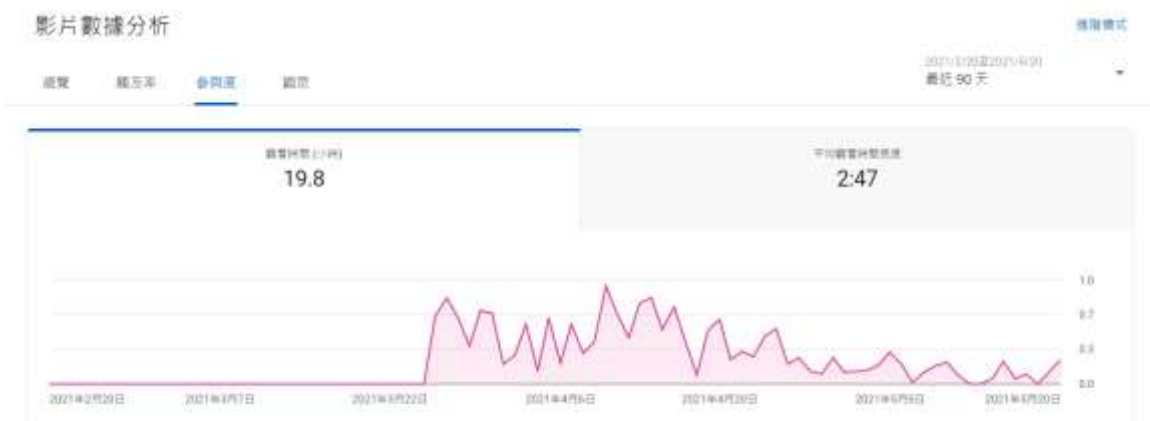
g、影片數據分析：



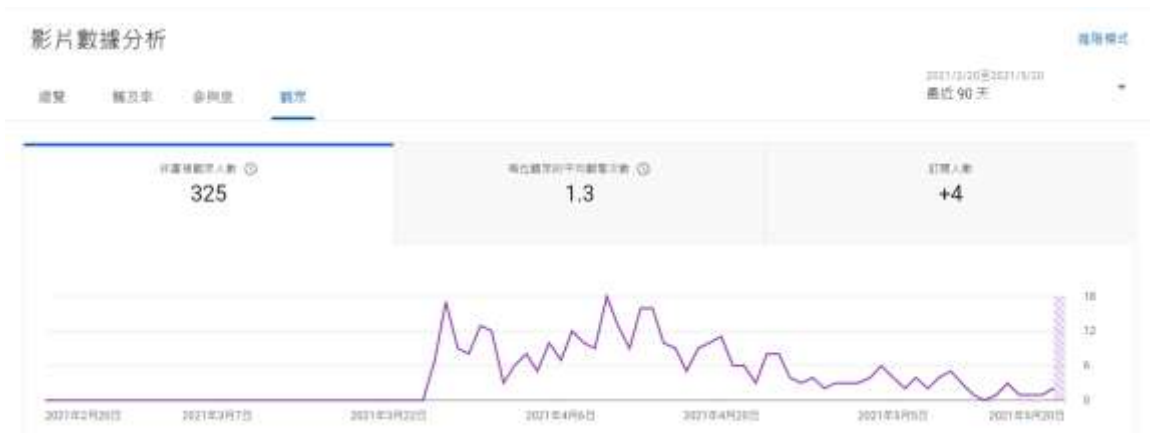
第十二集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十二集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十二集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十二集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

13、 自地自建第十三集:

a、 影片說明:

聽說廚師、美髮師或是美甲師們~執業一段時間後都會固定去協會上課增加新知識~執業久了的建築師~每天都在忙碌裡面庸庸碌碌，他們哪有時間去上課？他們還有時間思考自己執業的建築設計理念嗎？他們還會跟著流行趨勢嗎？今天就來個不set稿提問~我們就從中國新睿建築師-馬岩松建築師的作品開始進入主題吧!論文

b、 影片發布日期:2021年3月28日

c、 影片標題:台灣建築師設計時有理念嗎？要為五斗米折腰嗎？自地自建-第13集

d、影片連結：<https://www.youtube.com/watch?v=fQsFZohff-o>



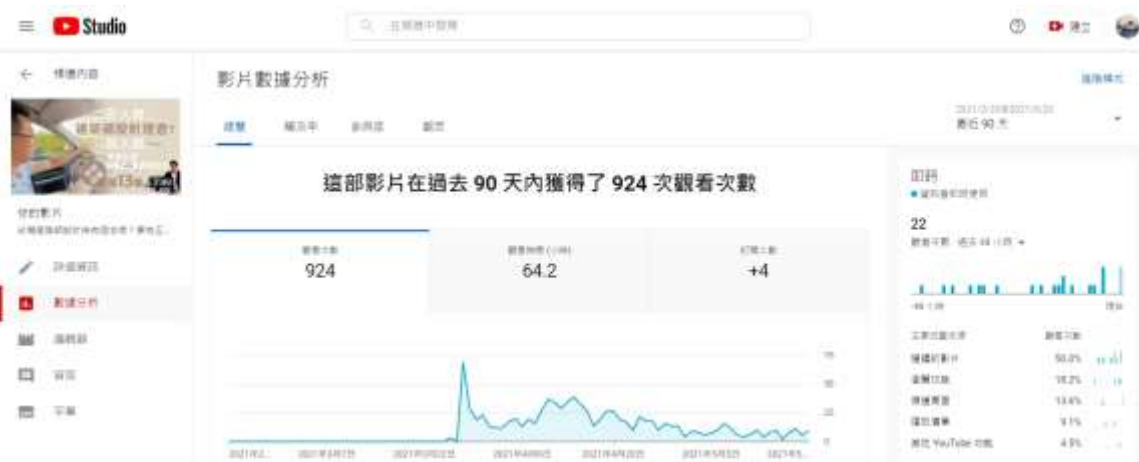
e、二維QR碼：

f、影片回饋留言：



第十三集 圖 貳-1影片回饋留言

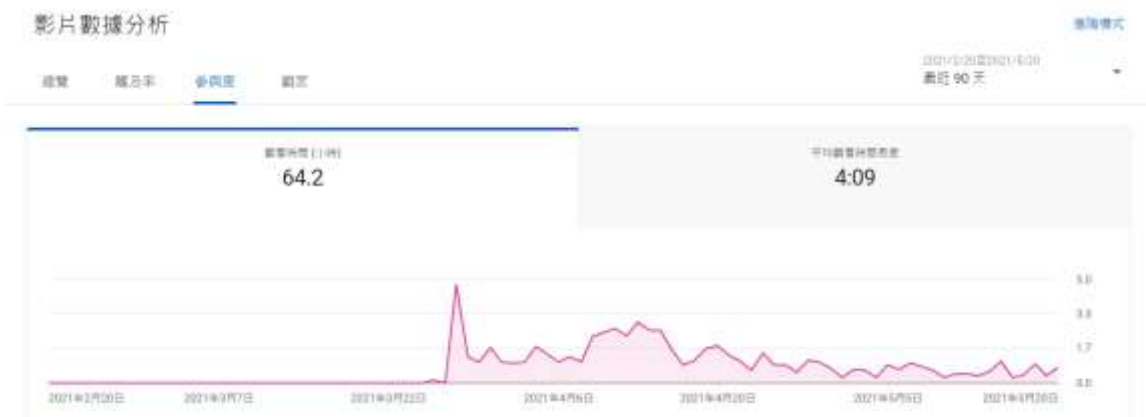
g、影片數據分析：



第十三集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十三集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十三集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度)



第十三集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

14、 自地自建第十四集：

a、影片說明：

建築師是真的很忙~(真的每個建築師都這樣嗎?)他們除了吃飯睡覺的時間以外就只剩下零碎的空檔可以讓我訪談~就算是身為人妻的也一樣，不能吵不能鬧~要懂事~要上的了廳堂+下的了廚房+還有看建築師上床....直接秒睡....  
哈哈~建築夫妻平常就都很愛.....練消化，尤其是在移動的車上或是餐桌上~我們可以聊東聊西~聊南聊北~什麼主題都能聊~~~所以不要訝異人妻都會語不驚人死不休的問出很犀利的問題，因為我們的日常都很犀利~~~放心!放心!

b、影片發布日期:2021年3月28日

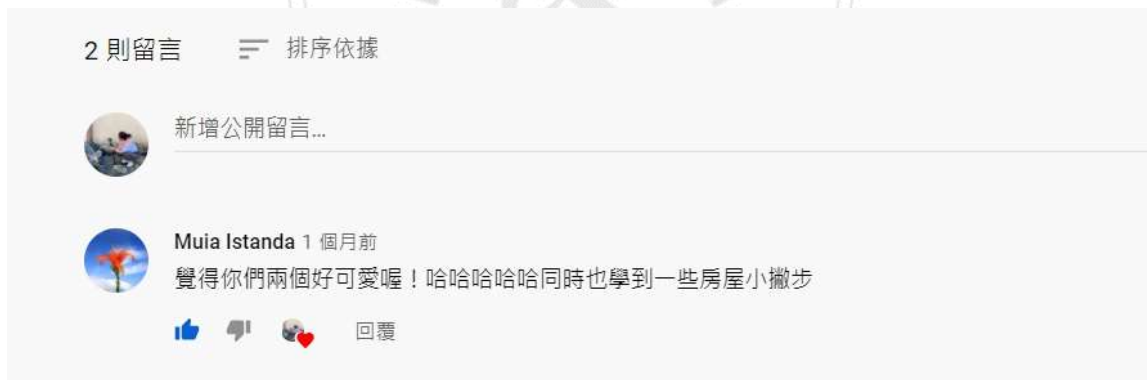
c、影片標題: 建築師做設計時都在想什麼?建築外觀先想?還是平面圖先定案?自地自建-第14集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=B5KZ6oMcV4I&t=9s>

e、二維QR碼:



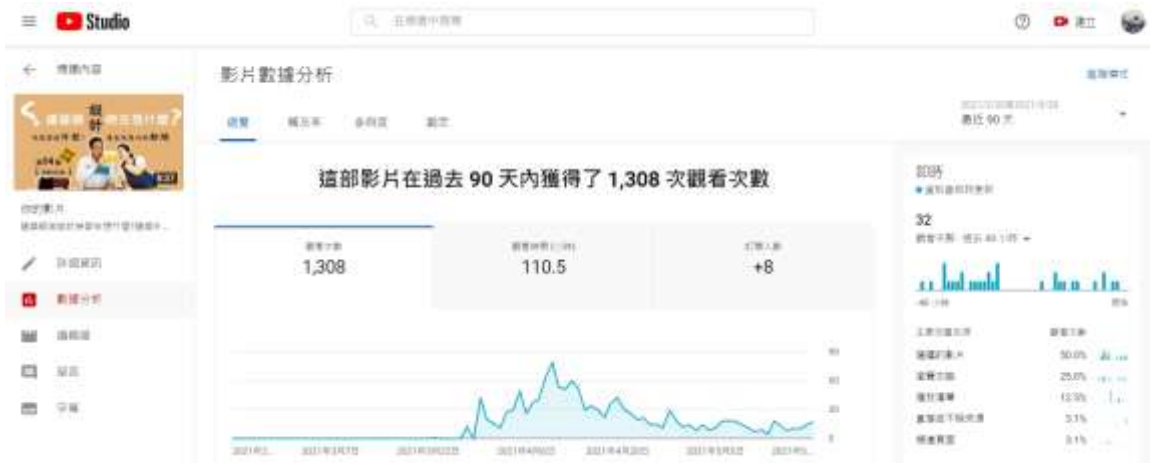
f、影片回饋留言:



第十四集 圖 貳-1影片回饋留言

g、影片數據分析:

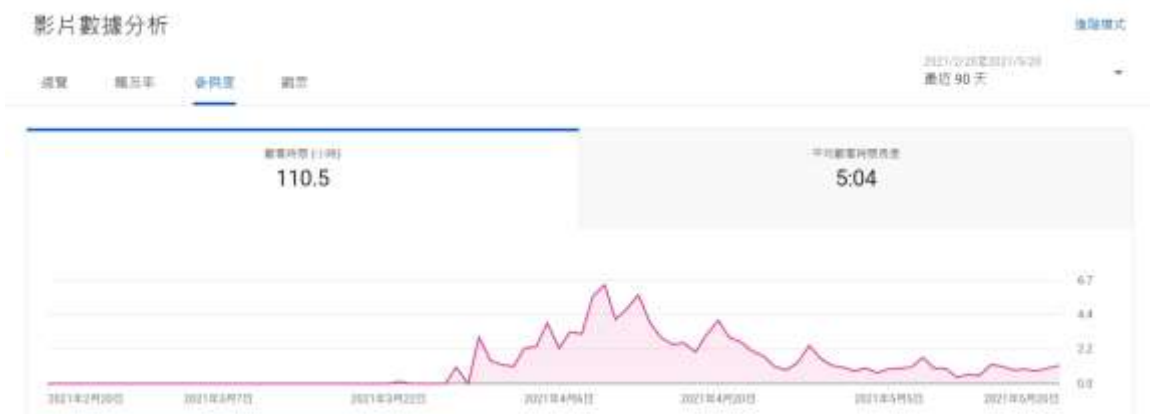




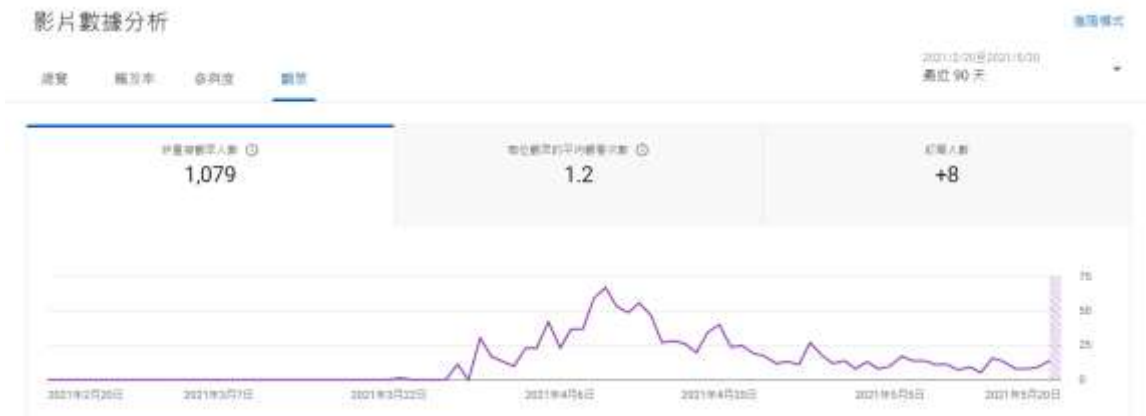
第十四集 圖 貳-2 影片數據分析(總覽)



第十四集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率)



第十四集 圖 貳-4 影片數據分析(參與度)



第十四集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

15、 自地自建第十五集:

a、 影片說明:

自地自建的人對未來的家必然有許多憧憬跟幻想！但是幻想跟現實總是有一大截落差！蓋完跟當初想的絕對不一樣！有時候是法規限制，有時候是口袋不夠深，有時候甚至與夫妻要的不一樣！就會常常在事務所吵起架來！害建築師不知所措！如果真的是生手上路！請第一次先找建築師詢問土地問題是否可以順利建造，土地最大能蓋多少容積與建蔽率？再墊墊自己荷包在這棟房子上要花多少錢？（通常建築師基於禮貌不會詢問你有多少要花？所以設計就會很自由！）為了讓未來討論設計更明確，確認自己要什麼？不要什麼？盡量少花第二次「變更設計」費用，這真的很重要！

b、 影片發布日期:2021年4月02日

c、 影片標題:房子要建築設計之前，在家先想好的事？自地自建-第15集

d、 影片連結:<https://www.youtube.com/watch?v=ugMH2xeTMfk>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:



第十五集 圖 貳-1影片回饋留言

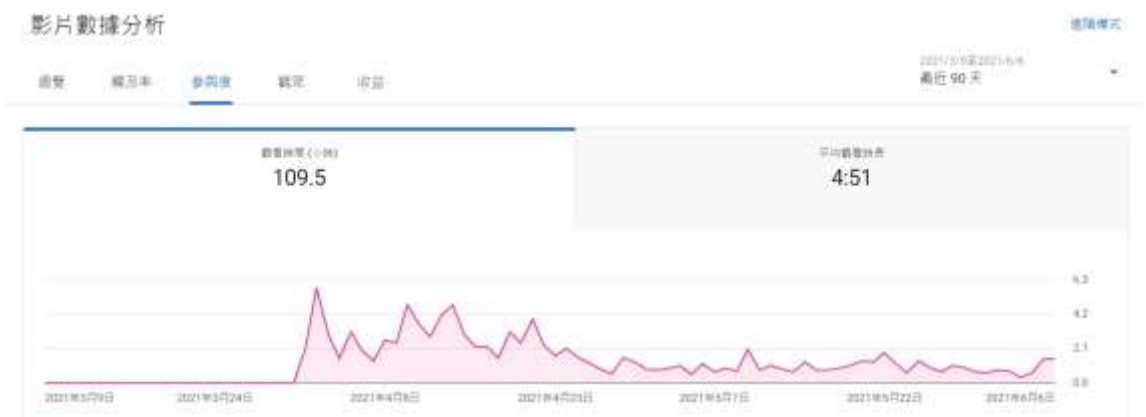
g、影片數據分析：



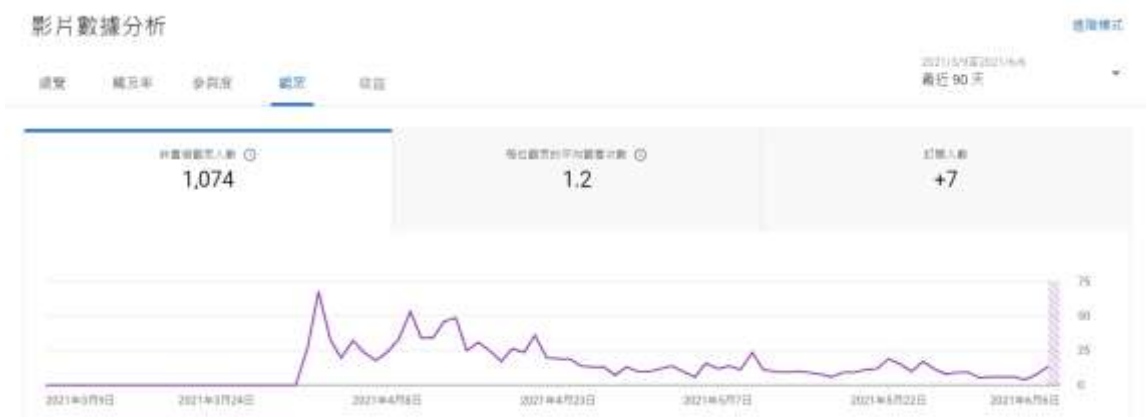
第十五集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十五集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十五集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十五集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

16、 自地自建第十六集：

a、 影片說明：

對於蓋個房子要花多少錢真是眾說紛紜?在這個透明化的世代真的應該說清楚

講明白!蓋房子一坪要價10萬塊?是指建造房屋到結構體而已嗎?還是有含外壁材?裡面有裝潢嗎?模稜兩可的論述在這個世代真的很容易被猜忌~而自地自建最煩人的事情就是數字了~不是尺寸~就是多少錢?口袋如果麥可麥可，深不可見底~那就狂撒錢+任性把最好的都給我上~只求最美好的質感!但是我覺得最厲害的是預設口袋有多少錢做多少事，還可以用少少錢達到美好質感的目標!自地自建真的很煩人~但沒辦法~夢想如果那麼容易達到~那還叫夢想嗎?

b、影片發布日期:2021年4月14日

c、影片標題: 蓋房子要花多少錢?起厝按半料怎麼按?建築師設計要考慮業主有多少錢嗎?自地自建第16集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=9K0uKQVGC64>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:





第十六集 圖 貳-1影片回饋留言

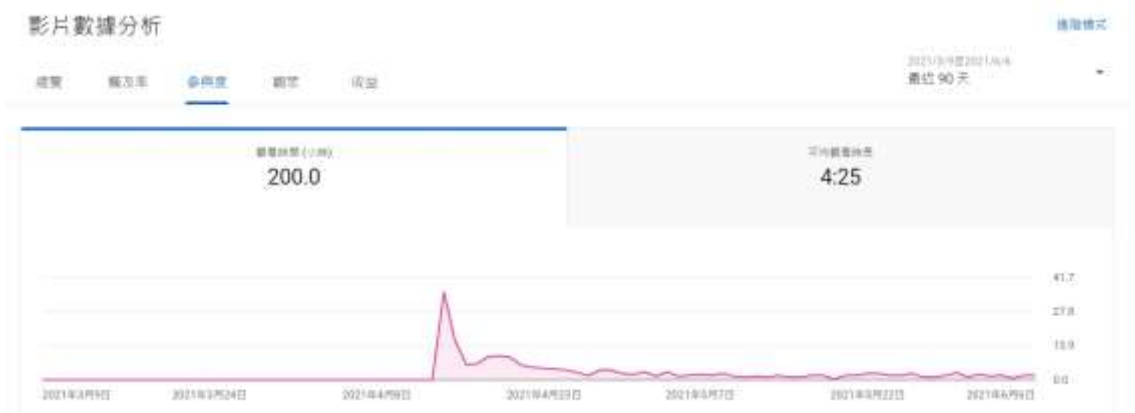
g、影片數據分析：



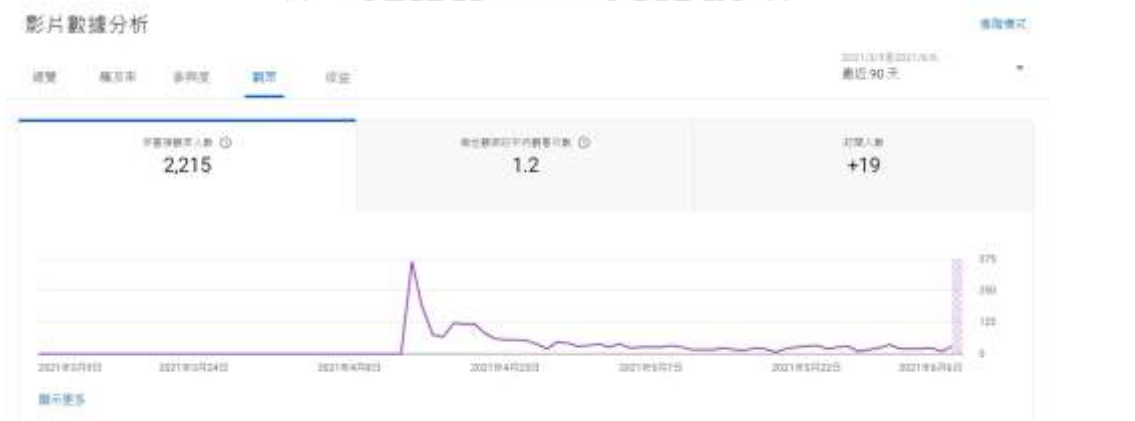
第十六集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十六集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十六集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十六集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

17、 自地自建第十七集:

a、 影片說明:

蓋房子誰來估價比較準?怕被包商開天價?怕被營造廠賺太多?我家的建築師最

討厭遇到報價單寫(一式)而施作什麼寫得不清不楚~而他更討厭不畫圖就施工沒憑沒據的?你是不是也會遇到傳統的營造廠或是小包商直接眼睛瞄一眼或是(用準仔)就輕率地跟你說出營造價錢?這樣是很危險的!他腦子裝的絕對跟你幻想的差10萬8000里(元),你現在貪小便宜~後面追加的才是可怕的無底洞!當然如果你願意含淚吞下去~便宜就好~那當然是另當別論!蓋個房子不是像去菜市場買菜100or200,高興還可以殺個價!還是要懂一些比較不會被當凱子噯!!

b、影片發布日期:2021年4月16日

c、影片標題:蓋房子請誰估價比較準?建築師會估價嗎?千萬毋湯(用準仔)-自地自建第17集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=FJYoLFLy2Nc&t=6s>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



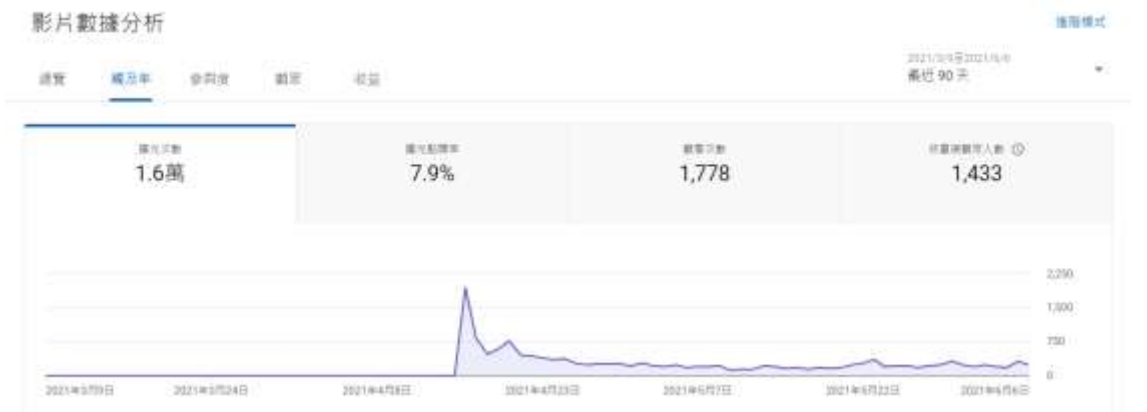
第十七集 圖 貳-1影片回饋留言

g、影片數據分析:

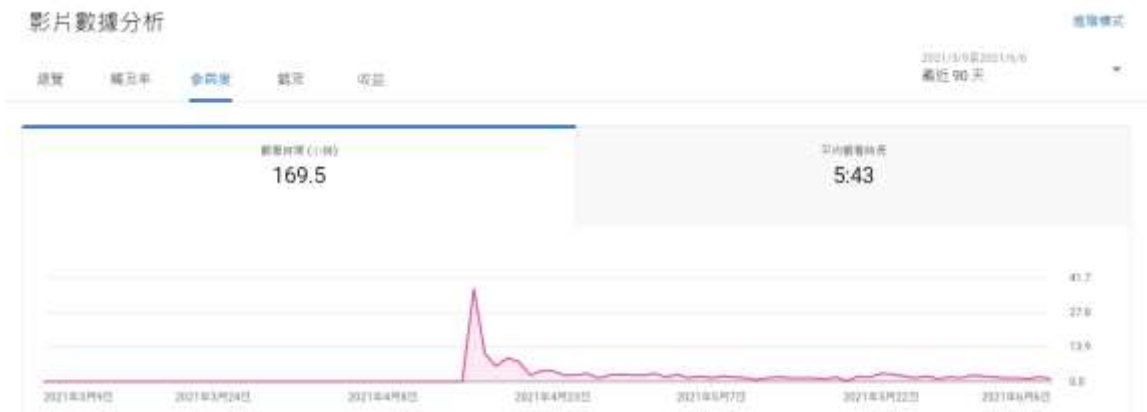




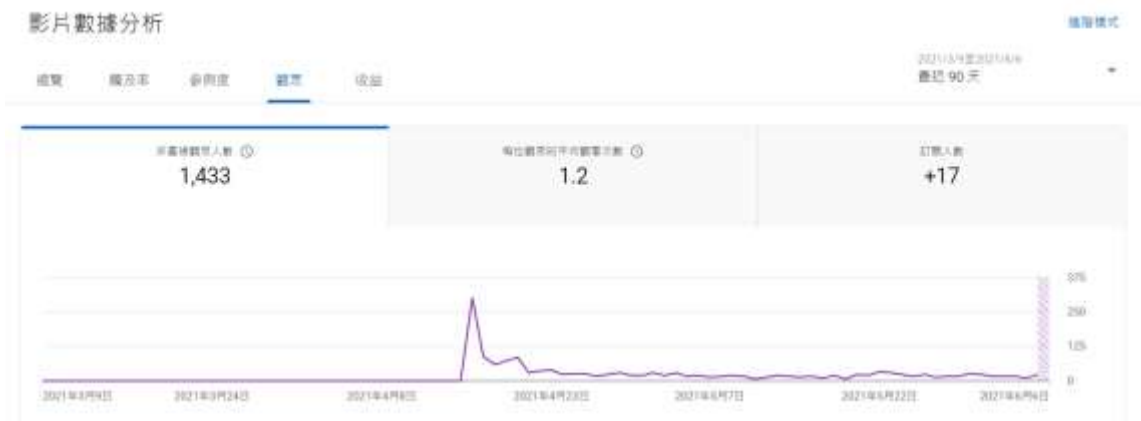
第十七集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十七集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十七集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十七集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

18、 自地自建第十八集：

a、 影片說明：

有錢就能堆疊一間好宅+豪宅~但這怎能符合普羅大眾的需求?那口袋淺的人不就都不能考慮買地自建了嗎?我們想用簡單的方式跟充滿實驗性的計畫(低負荷的金錢設定)把阿嬤的房子蓋起來~(當然也是因為一家人都想省錢啦!哈哈)希望這系列的影片，會讓城市的人萌生想回鄉下發展的契機~用建築實踐地方創生一下!

b、 影片發布日期:2021年4月19日

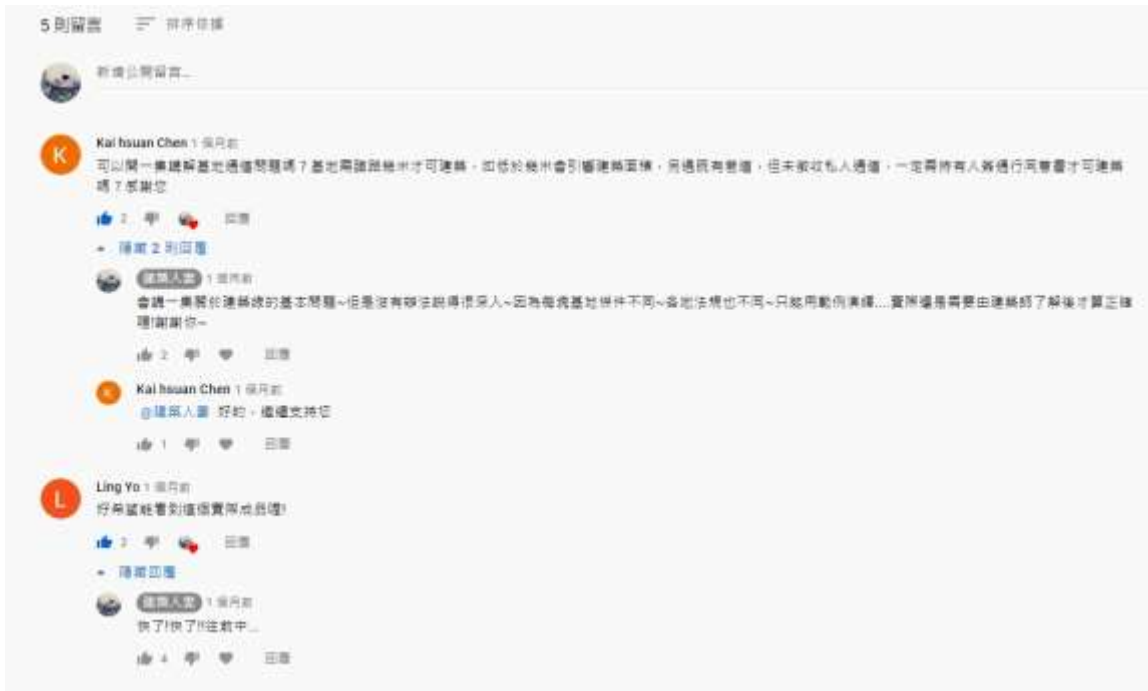
c、 影片標題: 自地自建-第18集~建築師挑戰20坪花200萬蓋好陽春屋!目標領使用執照~

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=IgrRHNqDdkA>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:



第十八集 圖 貳-1影片回饋留言

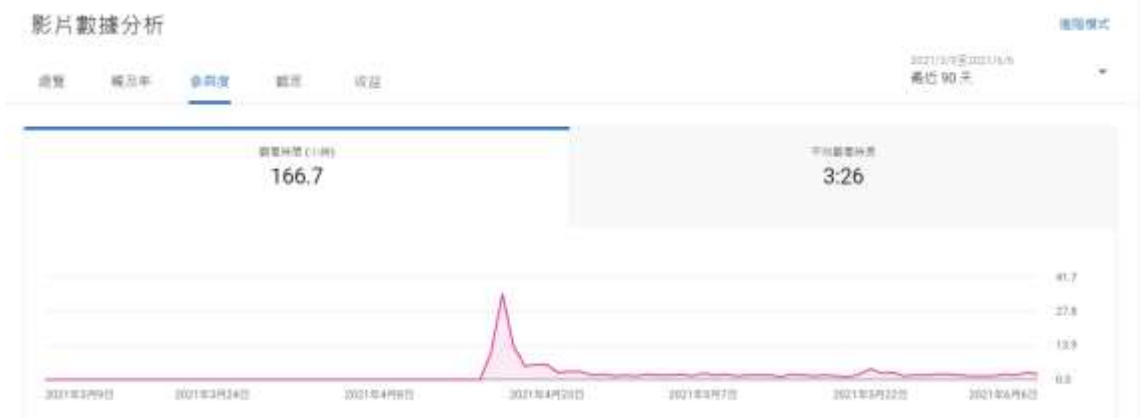
g、影片數據分析:



第十八集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十八集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十八集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十八集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

19、 自地自建第十九集:

a、 影片說明:

在設計這個行業，根本很難定義收費標準，只能說是「收費行情」每個設計

人對自己的價值認知不同，就像建築師剛出來開業時被精明內涵的業主大砍了一下設計費，於是也是這麼過了一段過渡期。每個設計人都有自己的收費標準！也因需要解決土地問題的難易程度（另有委外部分），還有對設計要求不同程度的業主……都會影響收費！設計真的很重要！每個細節發想都是設計人耗費大量的心血在努力的過程，而且建築師就像水電工程一樣最早進場……最後退場！更厲害的是還要為妳的建築物保固50年以上！這樣的建築師～您還捨得殺價嗎？

b、影片發布日期:2021年4月23日

c、影片標題: 建築師的設計收費標準? 自地自建19集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=-yqJmXSd2BM&t=285s>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:

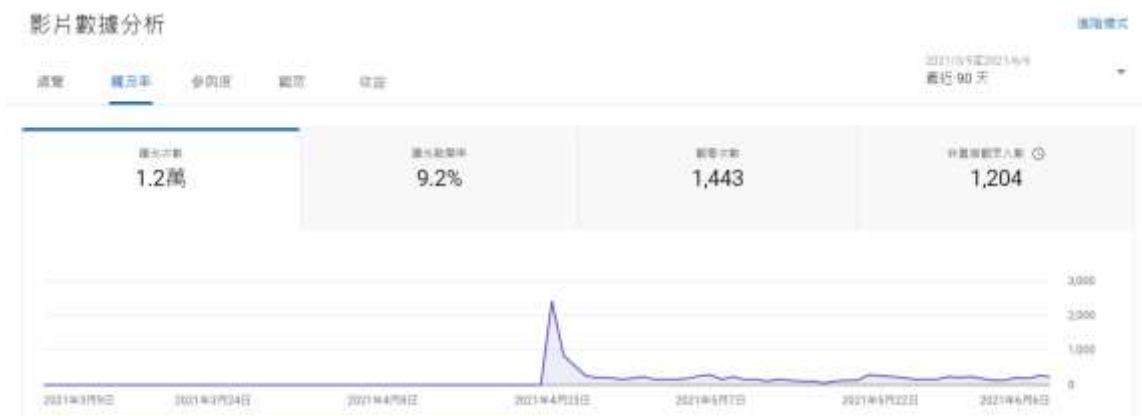


第十九集 圖 貳-1影片回饋留言

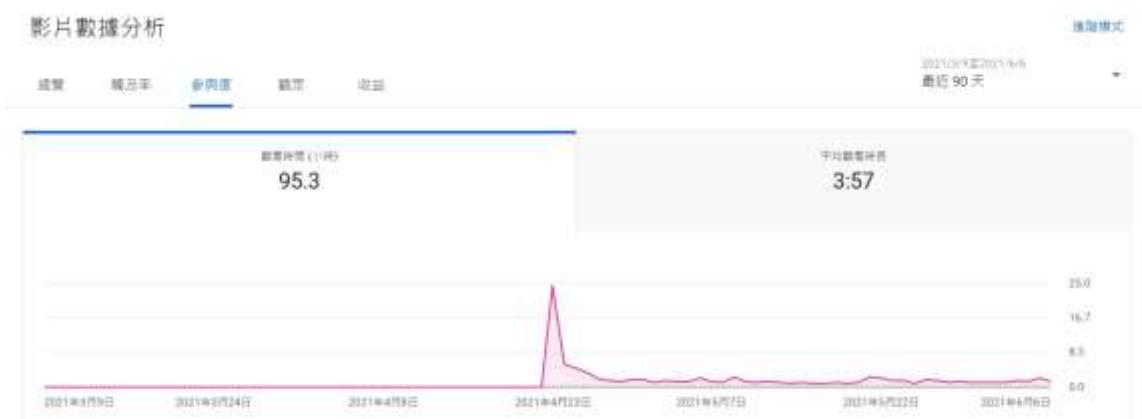
g、影片數據分析:



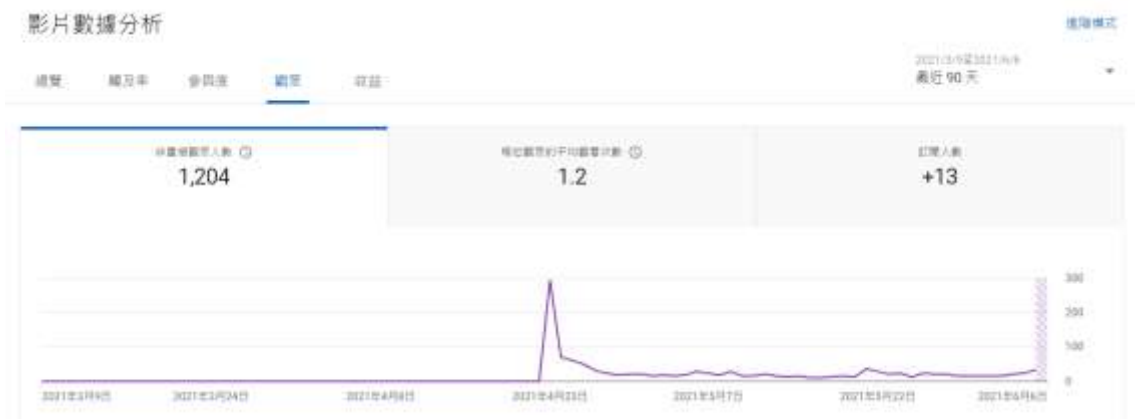
第十九集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第十九集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第十九集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第十九集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

20、 自地自建第二十集:

a、 影片說明:

無論是在哪個行業?美都很抽象~關於建築的美~這裡面乘載著你從小到大的生活背景,你每天回家路上的風景,你認為的美或許別人不懂,但是你自己看著看著高興就是最美的建築嗎!?建築師認為美的標準就是最美嗎?不一定~但是這世界會有既定對美的流行趨勢,就像流行服飾,一個時期有一個時期不同的樣板;建築也是~多去看看現在路邊你認為美的建築都具備什麼樣的風貌?說不定你自己也會定義起一套美的標準喔!

b、 影片發布日期:2021年4月27日

c、 影片標題:有錢就會美?建築的美醜都是建築師要搨的黑鍋!自地自建-第二十集

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=nm0ue5sIIUc>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:



第二十集 圖 貳-1影片回饋留言

g、影片數據分析：

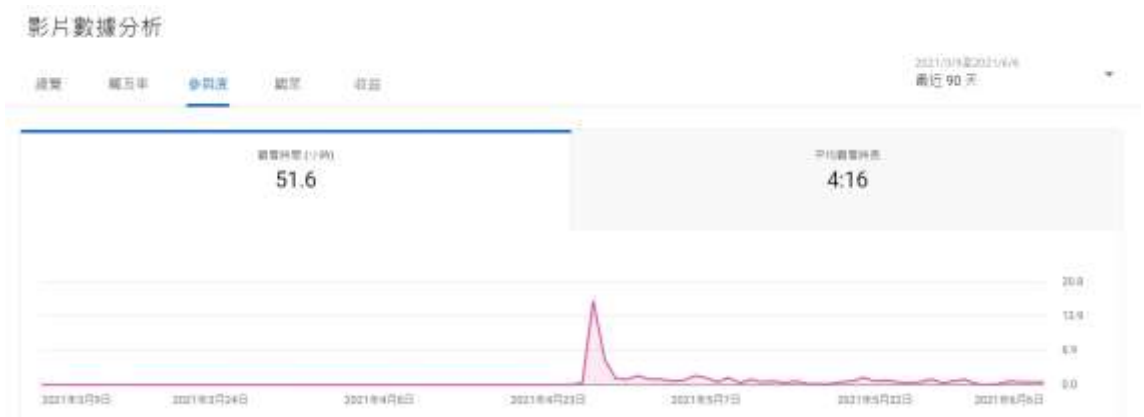


第二十集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)

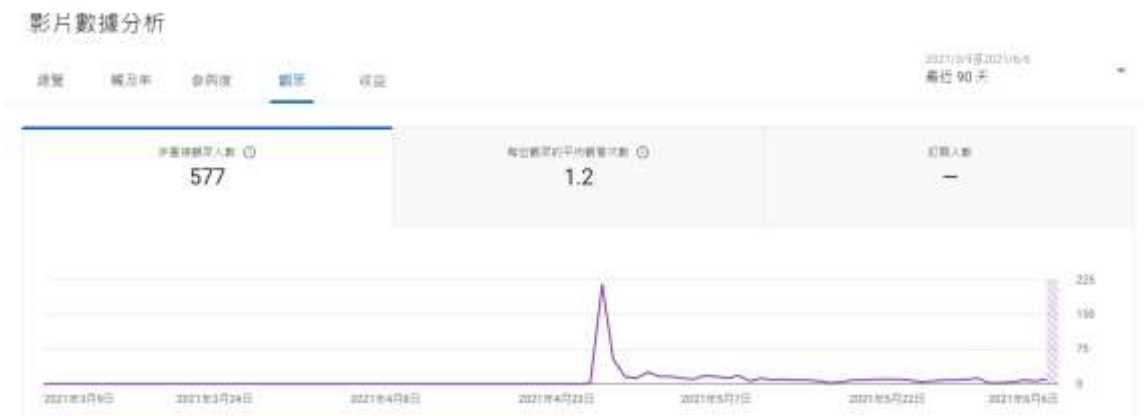




第二十集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

21、 自地自建第二十一集：

a、 影片說明：

台灣建築的樣貌太醜~風水師真的要負很大的責任!業主+他爸、他媽、他小孩、他老婆、他親戚、他祖先18代....來改圖, 建築師也就認了!凌遲建築師的

還會有一個狠腳色就是-----風水師~他一句話就像聖旨一般，打翻建築師徹夜思考的流暢動線設計~~而這個無形壓力是誰都擔不起的後果~也不是說~我們都不要相信風水啦!，畢竟有信仰會讓內心是安定的，只是真心希望有一種可以顧慮風水又可以讓台灣建築整個美起來的方式呢???有嗎?話說~我最愛的金句就是:(不要問~就聽不到謊言)~~~呼!

b、 影片發布日期:2021年5月01日

c、 影片標題:蓋房子要聽建築師?還是風水師?自地自建-第21集

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=pzDw0xz9igA&t=52s>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:



2 則留言 排序依據

新增公開留言...

六光年 2 週前  
我爸之前蓋農舍也是聽風水師的，斜抓一個角度沒有正對馬路  
農地的外門還開在虎邊  
看起來超不順眼的，吐血吐死

2 回覆

隱藏回覆

建築人妻 2 週前  
重點是~~~風水師有沒有保你家平安發大財呢?

回覆

第二十一集 圖 貳-1影片回饋留言

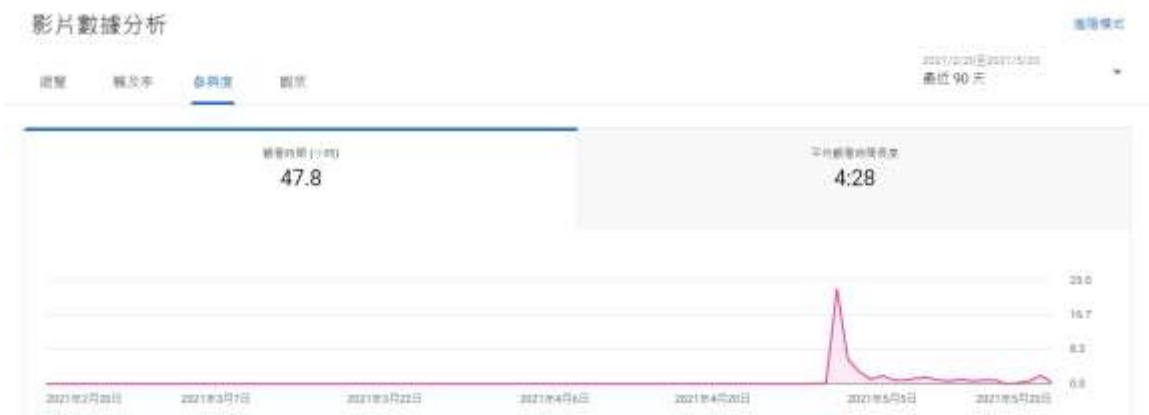
g、 影片數據分析:



第二十一集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十一集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十一集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十一集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 22、 自地自建第二十二集：

### a、 影片說明：

注意!注意!整片紅色是指地段聚落~不是指3391這塊地號土地的位置喔!(沒有那麼大啦)!基於保護的原則下沒有過度明確指示~有興趣的人可以再深入了解!仲介推薦土地一塊又一塊~如果每塊都要直接去看現場~那不累屎才怪!依照我個人的經驗,一定會先評估總價是不是口袋能承受的重~接下來詢問土地的地號,再從電腦上去看一下資訊跟實價登錄了解行情~因為學過基礎風水,也會順便看一下地理水局!一切都符合自己興趣時再約仲介看現場!(因為有些氣味是現場才會聞的到的-比如都計外常有豬屎味……或是噪音之類)這樣不會浪費中介跟自己的時間!拜科技所賜……世界變得好方便呀!

b、 影片發布日期:2021年5月07日

c、 影片標題: 如何看土地?不想出門?!在家就能初步評估一塊土地能不能買?自地自建-22集(有注意事項請開字幕)

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=24aPU956BE0&t=1s>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:

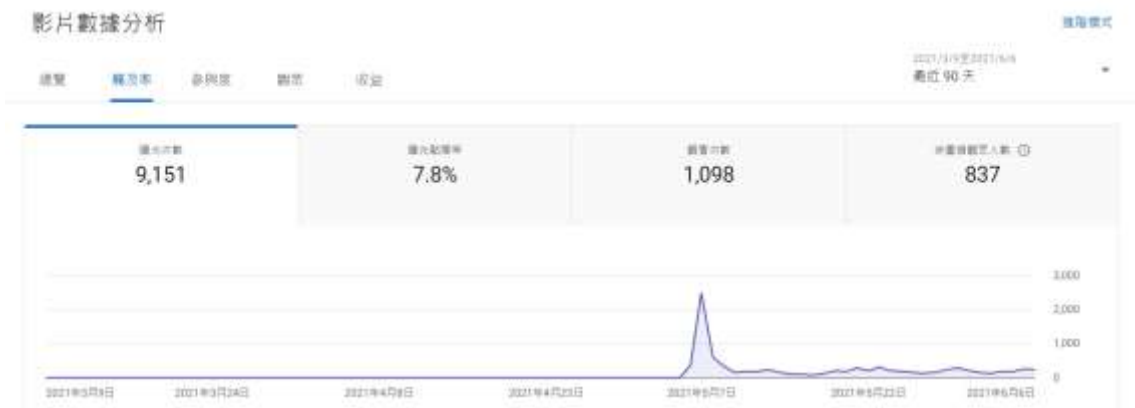


第二十二集 圖 貳-1影片回饋留言

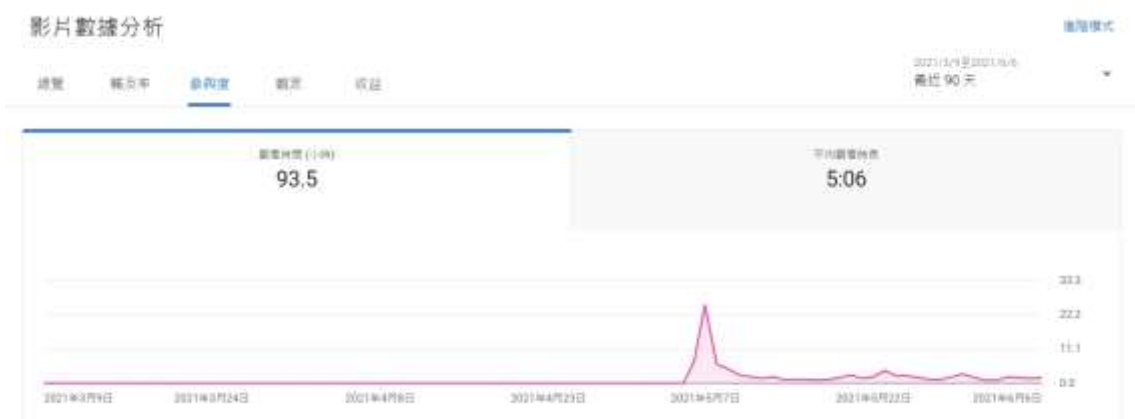
g、影片數據分析：



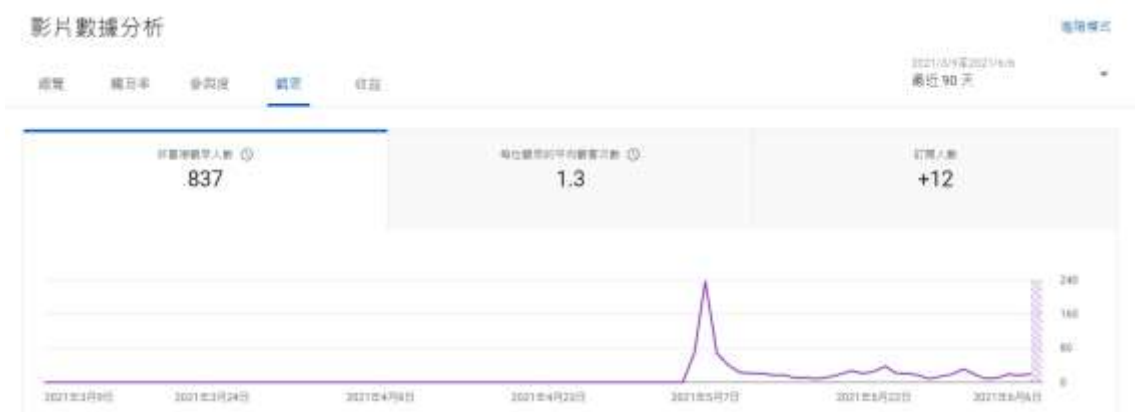
第二十二集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十二集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十二集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十二集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

23、 自地自建第二十三集：

a、 影片說明：

從前人妻都不知道什麼地號是什麼？地籍圖跟謄本也都傻傻分不清楚~今天就一次說清楚吧！懂了這些小常識後~感覺自己都社會化起來了！人生都茅舍頓開

了!畫重點:地號+謄本+地籍圖都是地政管的喔~下方聯結有教你如何申請謄本  
<https://www.land.nat.gov.tw/Audiovisu...>

b、影片發布日期:2021年5月09日

c、影片標題:什麼是地號?土地謄本是什麼?為什麼需要地籍圖?任何建築設計均必備小常識!自地自建-23集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=bTXwqNbf5ho>

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



第二十三集 圖 貳-1影片回饋留言

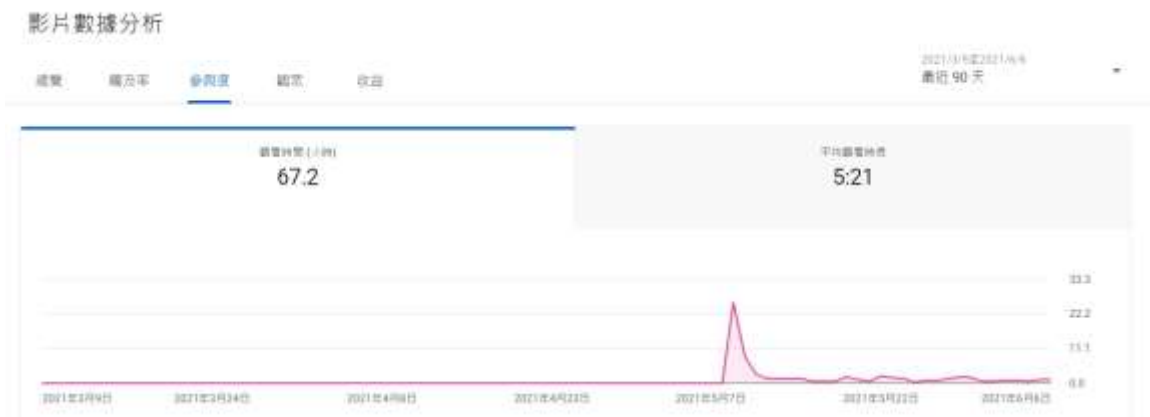
g、影片數據分析:



第二十三集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)

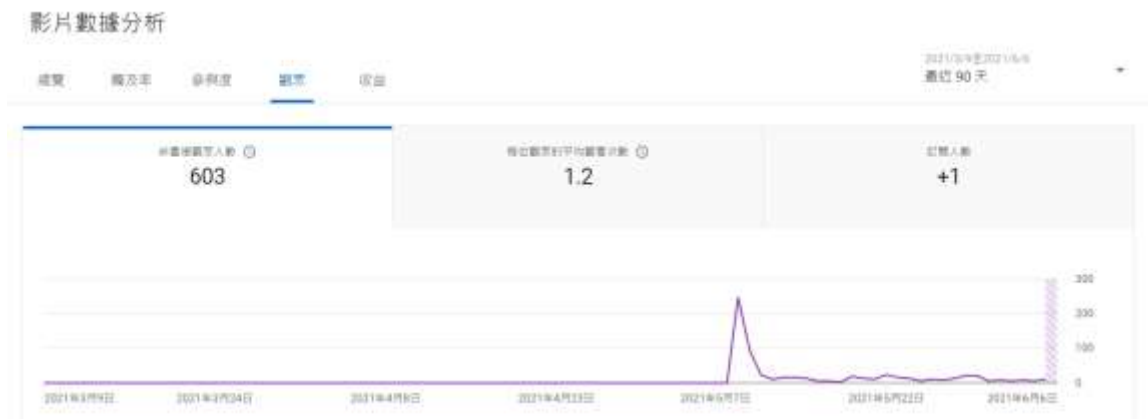


第二十三集 圖 貳-3 影片數據分析(觸及率)



第二十三集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)





第二十三集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

## 24、 自地自建第二十四集：

### a、 影片說明：

有完善的公共設施就是偏屬都市計畫內~相對土地成本取得也會比較高，為什麼公共設施那麼重要呢?因為在未來要在這塊土地上營造時，土地鄰近公共設施(水+電+電信.....)會降低營造成本~因為管線拉進來比較近阿!(這真是邏輯的思考阿!)當然這只是初淺的比喻~這還攸關國土規劃與國家發展等相關規劃~~~以上就先約略帶過關於都市計畫內外與自地自建間的關係下說明!

### b、 影片發布日期:2021年5月11日

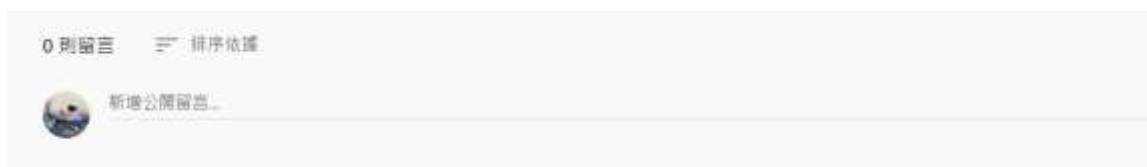
### c、 影片標題： 什麼是都市計畫內?都市計畫外?投資建設考慮首選都市計畫內?自地自建第24集

### d、 影片連結：[https://www.youtube.com/watch?v=eW6znP0TX\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=eW6znP0TX_8)

### e、 二維QR碼：



### f、 影片回饋留言：



第二十四集 圖 貳-1影片回饋留言

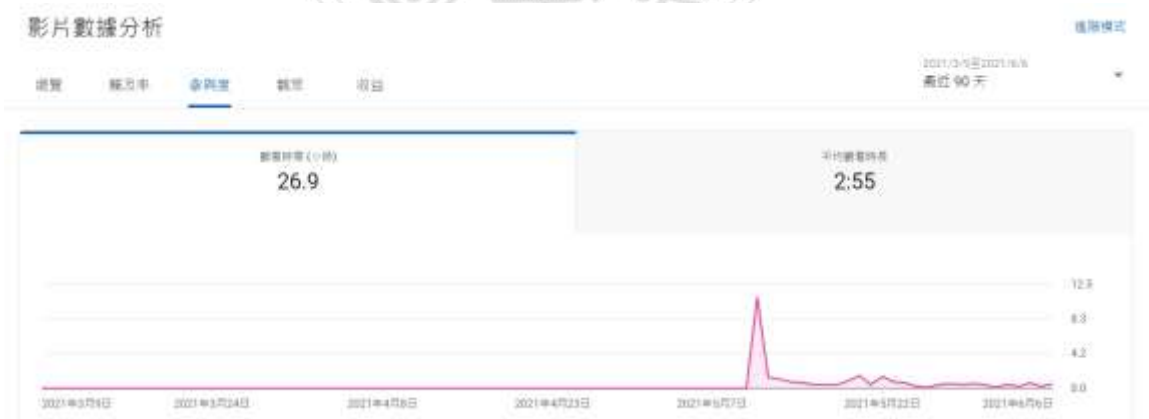
### g、 影片數據分析：



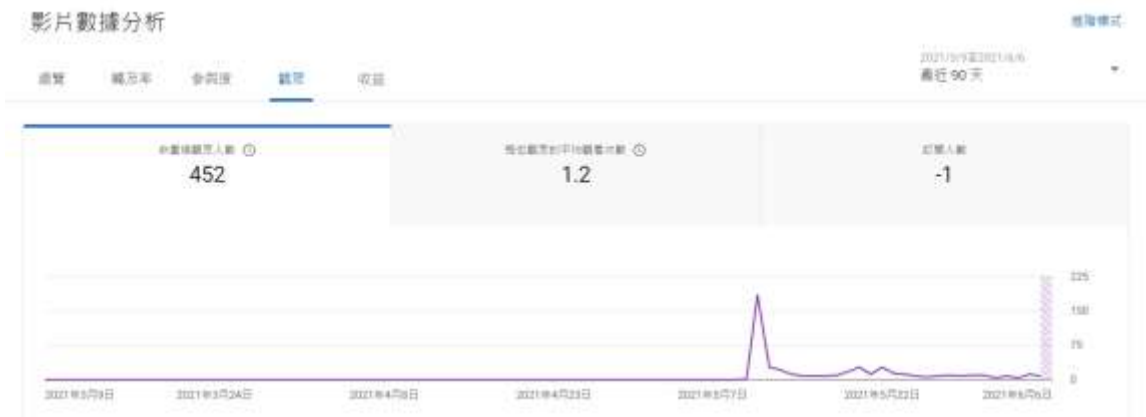
第二十四集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十四集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十四集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十四集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

25、 自地自建第二十五集：

a、影片說明：

為什麼我的土地不能全蓋滿?這是多數自建業主義憤填膺的歷程~如果土地很小塊還要顧慮建蔽容積，依照各地法規不同還要退縮~檢討完法規根本能蓋的部分就剩很少了~~~終於知道為什麼我們那麼需要建築師了~解套Y~~~建蔽容積能延伸說得太多~重點在自地自建上~該有的基礎與淺薄貓膩有帶過就好!哈哈~

b、影片發布日期:2021年5月13日

c、影片標題:土地不能全蓋滿?容積與建蔽是關我什麼事?投影面積很難說，陽台與停車空間怎麼偷容積?(有貓膩-看懂的都笑了)自地自建-第25集

d、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=m6510aed9Lk>

e、二維QR碼



:

f、影片回饋留言：

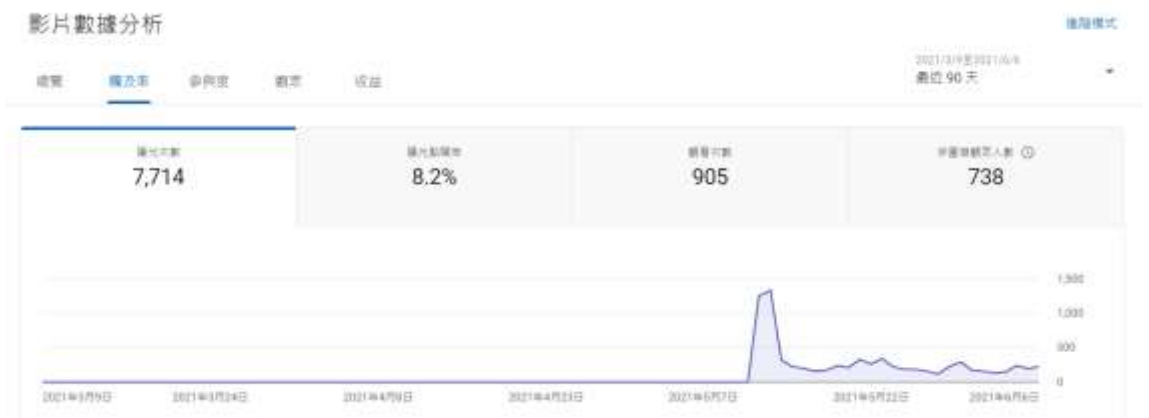


第二十五集 圖 貳-1影片回饋留言

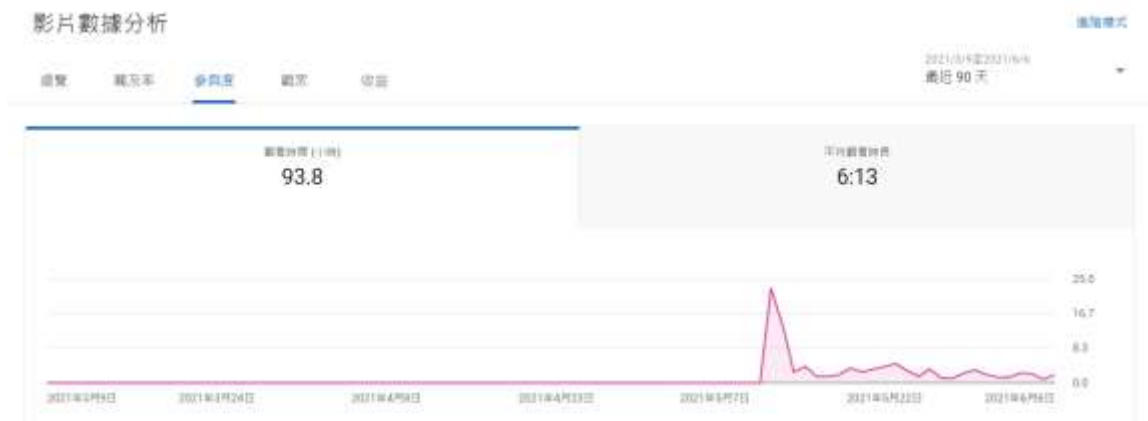
g、影片數據分析：



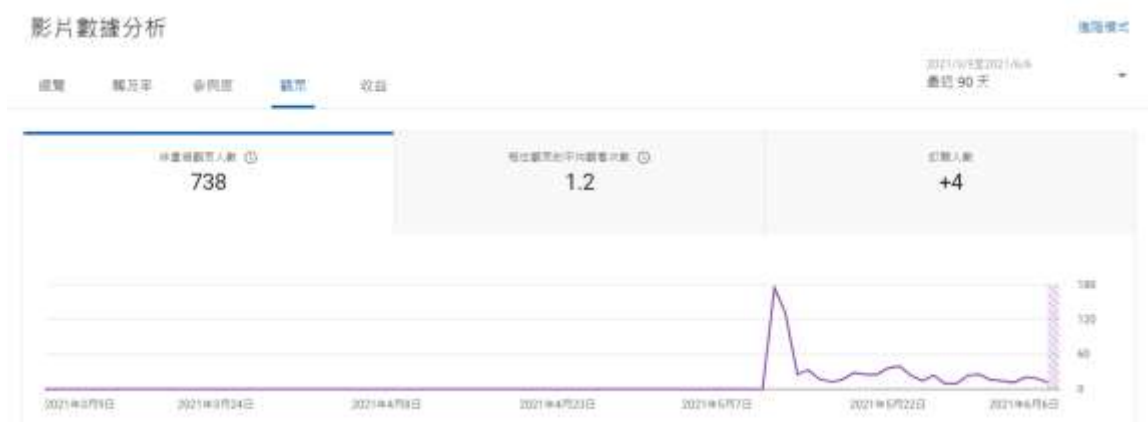
第二十五集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十五集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十五集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十五集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

26、 自地自建第二十六集:

a、 影片說明:

建築線到底是哪一條線啦？買土地最重要的事，就是要能初步判別能不能指出建築線？不是每個仲介都有專業素養，也不是每個地主都願意先花錢測量或是指出建築線！所以不管是買賣土地，或是自地自建的業主到規劃設計的建築師，都應該有基本的建築線概念！能不能指出建築線的概念跟道路有很大的關係，我們是個先進國家，縣市單位的建管認定，道路能通行才能合法建設住宅，有道路就會有公共排水系統（水溝蓋），也才能為你家未來申請使照時，連接送水送電或是地下電信設備的連通～而人妻我從其中也發現有水溝的地方也會有電線桿，所以～有水溝+有電線桿都是能不能指出建築線的重要指標喔！

b、 影片發布日期:2021年5月19日

c、影片標題： 建築線在哪裡？建築線指不出來就不用蓋房子啦！買地最重要的是建築線！自地自建-第26集

d、影片連結：<https://www.youtube.com/watch?v=uc9SHmwGffM&t=213s>

e、二維QR碼：



f、影片回饋留言：



第二十六集 圖 貳-1影片回饋留言

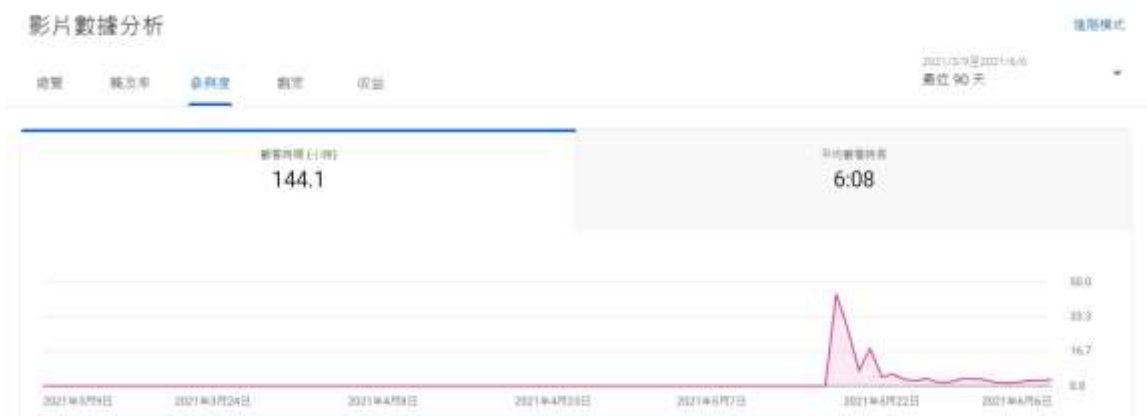
g、影片數據分析：



第二十六集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十六集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十六集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十六集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

27、 自地自建第二十七集:

a、 影片說明:

政府為了都市的美觀也為了都市防災.....等(都是以人民為福祉下的規定)訂立許多法規來讓我們這個社會更美好!不是只針對你要遵守法規,以後的每個人也都要共同遵守。我們去先進國家看到的都市市容之所以乾淨俐落,都是建立在謹守法規商生活。而台灣在進步,許多法治概念,大眾也都越來越能理解!相信你身邊免不了有人佔用騎樓,違法加蓋圍牆等....但是慢慢的上有政策,下有對策,我相信在拉扯之間,終究住宅會慢慢形成一種規則感,讓我們一起為明天的台灣住宅做更好的努力吧!

b、 影片發布日期:2021年5月19日

c、 影片標題: 建築線補充說明:為什麼要指建築線?驚?看到建築線就要倒退三步?!自地自建-第27集

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=m156fj2TakU&t=157s>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:





第二十七集 圖 貳-1影片回饋留言

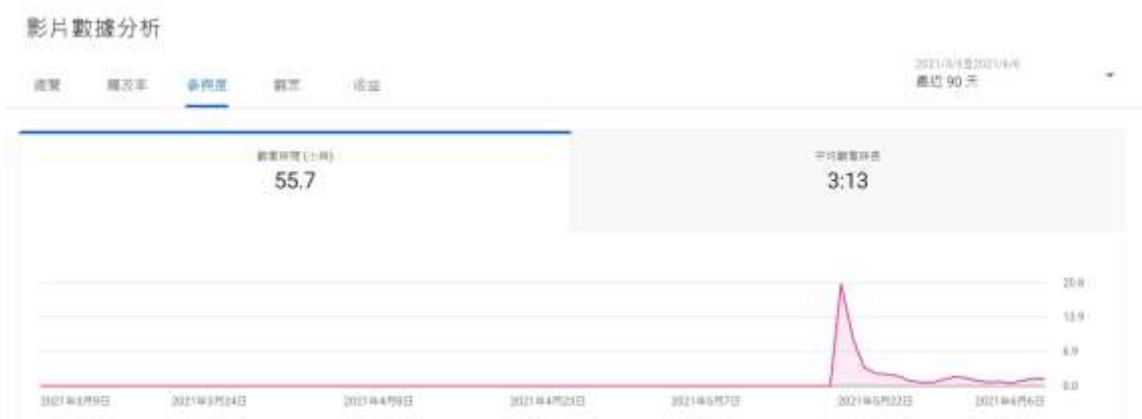
g、影片數據分析：



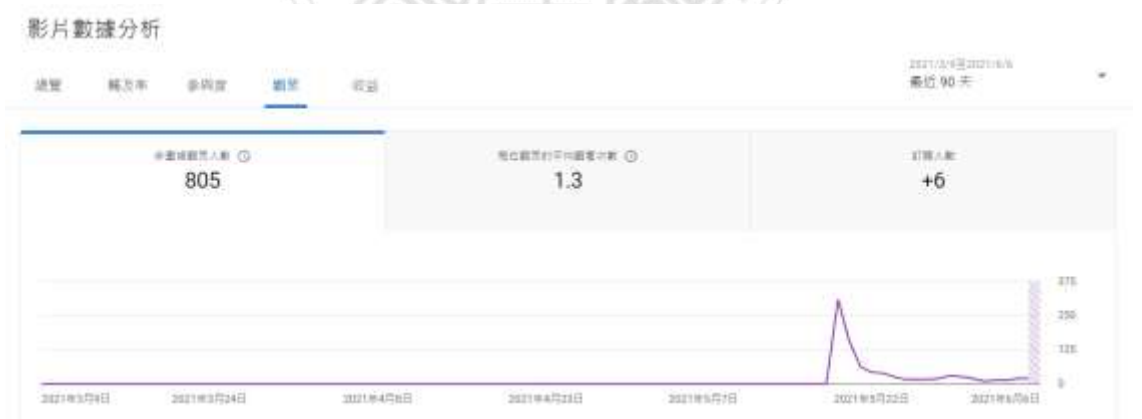
第二十七集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十七集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十七集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十七集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

28、 自地自建第二十八集：

a、 影片說明：

我們買的這兩塊土地已經在這個鄉鎮荒廢超過40年了(應該就是從來沒有人用

過的意思)~由於在設計上經過初步規劃要退縮才可以開窗的法規需求上~郭建說要把兩塊土地(兩個地號)合併為一個，這樣鑑界費就是一筆的意思~於是我們就去所屬的地政事務所辦理!地政會派員到現場測繪，測量才發現鄰房40年前建造房屋的時候都分別有吃到鄰地，其實我想說的是當年測量一定不準確的，(現在也不一定準確!哈哈~)也可能由於當年建商興建(或營造商)或是各戶都會蓋到極大化~完全沒有退縮的概念，有時候營造過程也會因為板模(爆模)的關係就會吃到鄰房土地~~但是現在大家都蓋好了!難道要叫鄰房拆掉嗎?基於我們都覺得沒有需要計較那麼多~大家比鄰而居~就過生活而已~~~所以大家相安無事就好!!

b、 影片發布日期:2021年5月24日

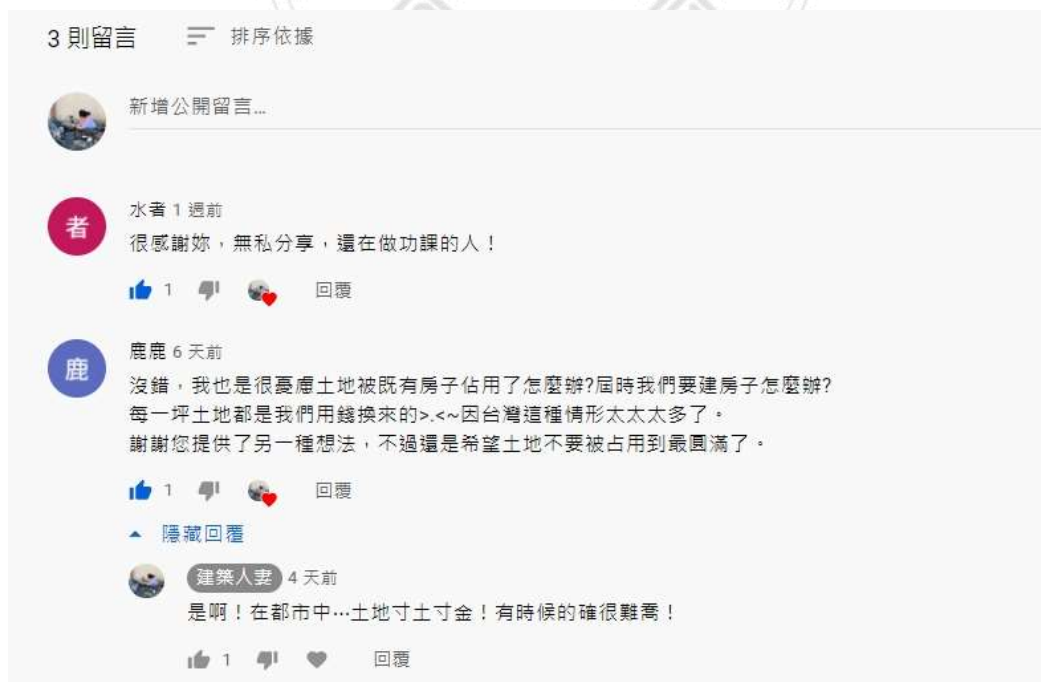
c、 影片標題:土地被吃掉了?!花4000元申請土地鑑界才有複丈成果圖 自地自建-第28集

d、 影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=2rMcbQdw5Cw&t=53s>

e、 二維QR碼:



f、 影片回饋留言:



3 則留言 排序依據

新增公開留言...

水香 1 週前  
很感謝妳，無私分享，還在做功課的人！  
1 回覆

鹿鹿 6 天前  
沒錯，我也是很憂慮土地被既有房子佔用了怎麼辦?屆時我們要建房子怎麼辦?  
每一坪土地都是我們用錢換來的>.<~因台灣這種情形太太太多了。  
謝謝您提供了另一種想法，不過還是希望土地不要被占用到最圓滿了。  
1 回覆

隱藏回覆

建築人妻 4 天前  
是啊!在都市中...土地寸土寸金!有時候的確很難喬!  
1 回覆

第二十八集 圖 貳-1影片回饋留言

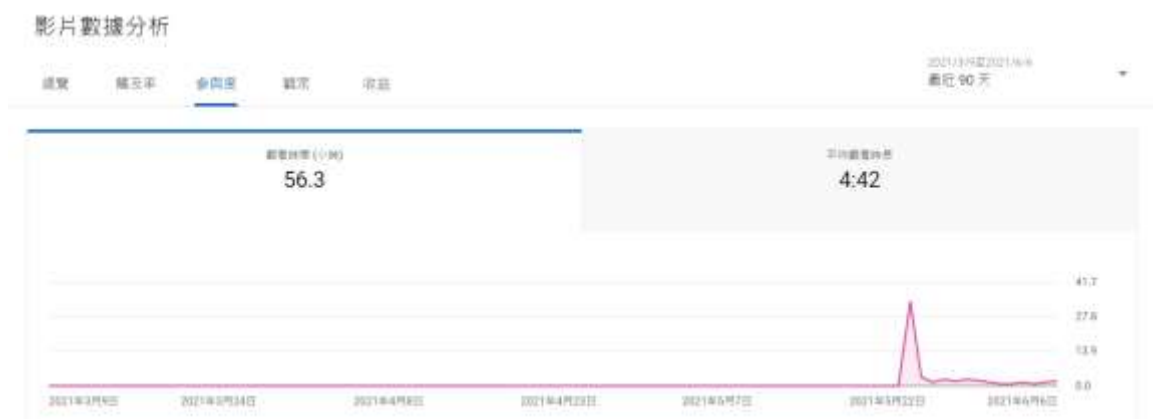
g、 影片數據分析:



第二十八集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十八集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十八集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十八集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

29、 自地自建第二十九集：

a、 影片說明：

對於自地自建角度上，測量老闆所畫的重點應該是……地主不一定知道自已的需求，會花更多錢找測量公司全方位測繪，其實需求應該由設計單位或建築師按照法規規範判別，且依建管單位的需求檢附既可…哈！很多業主會怕被設計單位賺太多的概念，凡事都要自己來～殊不知的是，花更多時間跟金錢在做無知的浪費！嗯……大概是這個意思！

b、 影片發布日期:2021年5月29日

c、 影片標題: 土地測量什麼？一日測量人員跟拍訪談紀錄 自地自建-第29集

d、 影片連結:<https://www.youtube.com/watch?v=GPT5M61jBiM&t=323s>

e、 二維QR碼：



f、 影片回饋留言：



第二十九集 圖 貳-1影片回饋留言

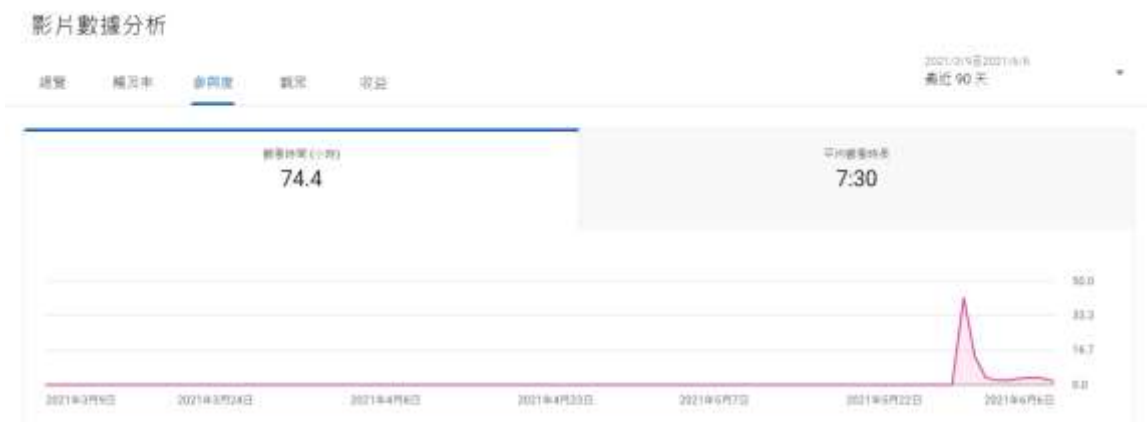
g、影片數據分析:



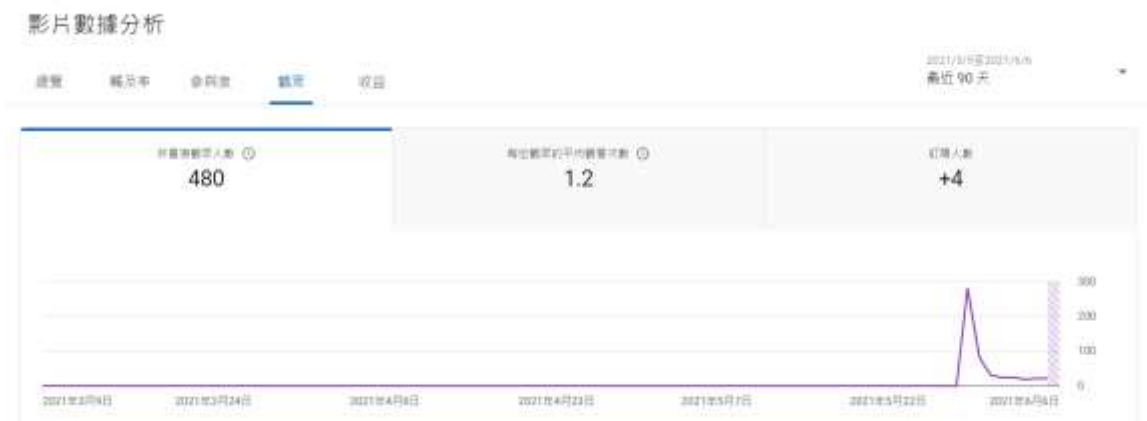
第二十九集 圖 貳-2影片數據分析(總覽)



第二十九集 圖 貳-3影片數據分析(觸及率)



第二十九集 圖 貳-4影片數據分析(參與度)



第二十九集 圖 貳-5影片數據分析(觀眾)

30、 自地自建第三十集：

a、 影片說明：

想當初建築師要開業之前～也掙扎過這個問題，懷疑過台灣現階段這個社會

現象，真的有那麼多人需要建築設計嗎？會不會開業後沒有人要找我們設計啊！？但開業後的每一年累積……每天都被設計案追著跑！並不是我們能力特別強，而是身邊每個建築師都無敵忙碌！於是我們開始聊天裡面會思考這個論點～明明人口大量銳減，但建築師們卻不缺案子？到底是為什麼？

b、影片發布日期:2021年5月29日

c、影片標題: 台灣蓋那麼多房子是要給誰住？老年化+少子化為什麼還是不斷地需要新房子？建築人+妻的個人觀點。自地自建-第30集

d、影片連結: [https://www.youtube.com/watch?v=udXZ\\_flraz4](https://www.youtube.com/watch?v=udXZ_flraz4)

e、二維QR碼:



f、影片回饋留言:



第三十集 圖 貳-1影片回饋留言





第三十集 圖 貳-2影片回饋留言

g、影片數據分析：



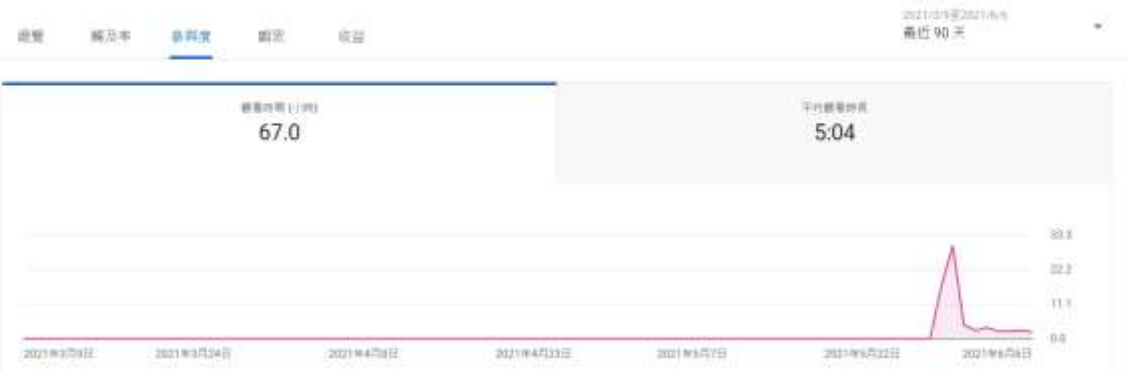
第三十集 圖 貳-3影片數據分析(總覽)

### 影片數據分析



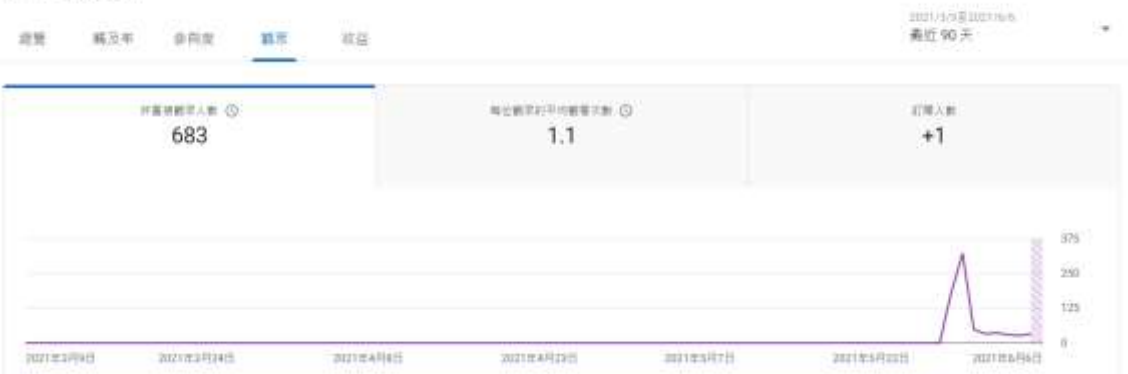
第三十集 圖 貳-4影片數據分析(觸及率)

### 影片數據分析



第三十集 圖 貳-5影片數據分析(參與度)

### 影片數據分析



第三十集 圖 貳-6影片數據分析(觀眾)

## 第參章 創作作品表現說明

### 第一節 代表作品與相關創作經驗分析

根據YouTube後台Studio數據分析顯示，頻道於過去90天累積觀看次數前5名如下：

您在這段期間中的熱門影片

影片	平均觀看時長	觀看次數
 <p>1 蓋房子一坪多少錢? 建築師說自地自建常見問題-置利人妻Q&amp;A發問-第7集 2021年3月12日</p>	4:54 (43.6%)	25,890
 <p>2 不僅不要蓋房子! 自地自建一定要知道的事-建築師說的很仔細-第5集 2021年3月8日</p>	5:47 (46.6%)	8,076
 <p>3 自地自建-第18集~建築師挑戰20坪花200萬蓋好陽春屋!自備種使用狀態~ 2021年4月19日</p>	3:08 (46.7%)	6,040
 <p>4 蓋房子要花多少錢?起厝按半料怎麼按?建築師設計要考慮業主有多少錢嗎?自地-- 2021年4月14日</p>	4:23 (56.8%)	4,054
 <p>5 這地30坪只賣150萬? 馬仲說來! 安插旭來! 聽聽人妻說買土地的超機關望-- 2021年3月11日</p>	4:15 (55.4%)	3,884

代表作品 圖 參-1(熱門影片)



代表作品 圖 參-2(影片數據分析-總覽)

## 代表作品經驗分析：(擷取頻道觀看次數最高之創作為經驗分析)

### 1、創作發想：

- a、觀察網路影片搜尋，唯有室內設計師針對自地自建提出「關於「自地自建」的大小事！流程時間？先找建築師？先找設計師？|設計有問有答 #5 |張馨室內設計」拍攝影片，並由其室內設計師角度闡述論點，尚無建築師視角切入較客觀方向。
- b、透過與身邊想要自地自建的人聊天知道其需求，也在建築師事務所觀察欲投入自地自建的業主通常會詢問的問題之中，彙整其最感興趣的12題問題
- c、紀錄者一同投入拍攝，並運用一般居家式背景之情境拍攝，其主要表達建築計畫除了是想像的美好，更多要面對的是務實的生活空間。
- d、用一般業主視角發問，訪談式與建築師輕鬆互動問答，如同閱聽者與建築師就是朋友一般聊天，降低建築師於社會觀感總為太過嚴謹之形象，拉近彼此距離，輕鬆的氛圍讓語言更容易消化。

### 2、企劃題目：

- a、蓋房子一坪多少錢？
- b、自己蓋有比較便宜嗎？
- c、賣地自建好？還是買成屋就好？
- d、這塊地能蓋嗎？
- e、為什麼要申請合法執照？
- f、台灣建築結構有分哪幾類？
- g、用什麼結構蓋房子比較好？
- h、如何選擇屋頂形式？
- i、住宅營造過程誰來把關？
- j、建築師會來幫我監工嗎？
- k、連棟住宅可以局部重建嗎？
- l、建築為什麼需要做基礎？

- ### 3、剪輯軟體：訊連科技威力導演15負責剪輯片段 搭配 小影-影片剪輯QuVideo Inc 字卡、字幕、合法背景音樂。

4、上傳影片:將影片提交至 YouTube 即代表瞭解並同意 YouTube 的《服務條款》和《社群規範》。請勿侵犯其他使用者的版權或隱私權。

5、首播日期:2021年3月12日

6、影片連結: <https://www.youtube.com/watch?v=oJHRnFuGICI>

7、影片時間:11分15秒

8、影片名稱:蓋房子一坪多少錢?建築師說說自地自建常見問題-犀利人妻Q&A發問-第7集

9、分析作品時間:2021/3/9~2021/6/6 為期90天



影片二維QR碼

## 第二節 代表作品成果分析

1、本影片數據來源統計如下圖示:



代表作品 圖 參-3(顯示觀看次數、時間、人數)

按上表可分析:

a、依影片顯示觀看次數:25891次

b、依影片顯示觀看時間(小時):2118.8小時

c、依影片顯示訂閱頻道人數:708人次

## 2、本影片流量來源統計表：

流量來源	觀看次數	觀看次數(%)	觀看時數(小時)	平均觀看時長	總片數	總片數佔比	
瀏覽器功能	13,402	53.3%	1,111.8	52.0%	449	134,750	7.2%
建議影片	7,268	28.1%	638.4	30.1%	536	136,715	4.3%
YouTube 搜尋	2,556	9.9%	200.3	9.5%	442	36,326	6.4%
影片	979	3.8%	69.2	3.3%	434	-	-
探聽頁面	520	2.0%	40.1	1.9%	437	5,041	7.0%
其他 YouTube 功能	307	1.2%	29.0	1.4%	540	-	-
直接從手機來連	223	0.9%	14.1	0.7%	347	-	-
播放清單	147	0.6%	10.9	0.5%	425	1,223	6.1%
播放清單頁面	44	0.2%	2.7	0.1%	338	940	4.4%
結束畫面	44	0.2%	2.5	0.1%	324	-	-

代表作品 圖 參-4(流量來源)

按上表可分析閱聽人有53.3%多為透過關鍵字(如:自地自建)至各大瀏覽器(如: Google Chrome、Android 的 Chrome、iOS 的 Safari.....等)搜尋到本影片觀看；另有一般關注建築相關議題，系統會以「建議的影片」推播，其次為直接於YouTube搜尋相關影片之關鍵字；另有外部連結如Facebook等為流量來源。

## 3、本影片觀看地理位置統計表：



代表作品 圖 參-5(地理位置)

按上表分析閱聽者多為台灣在地，觀看次數佔88.1%，因可分析影片議題僅切合於本島需求。

#### 4、本影片觀眾年齡統計表：



代表作品 圖參-6(觀眾年齡)

按上表分析對於搜尋本影片，闡述自地自建相關問題的閱聽觀眾群，主要年齡介於35~44歲之間佔比為31.2%，另為45~54歲佔比32.1%，因可分析青壯年至中年之間，即會對於購屋或是自地自建有其較大需求。

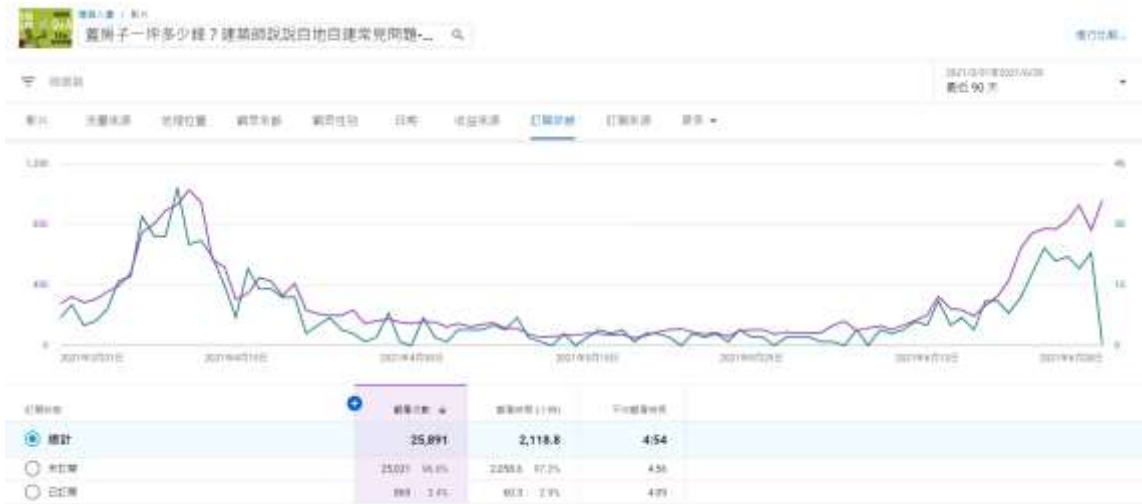
#### 5、本影片觀眾性別統計表：



代表作品 圖參-7(觀眾性別)

按上表分析搜尋本影片為男性佔比84.1%，較多於女性15.9%為高出許多，因而分析男性對於自地自建此議題關心程度佔比例最大上。

6、本影片訂閱狀態與訂閱來源統計表：



代表作品 圖 參-8(訂閱狀態)



代表作品 圖 參-9(訂閱來源)

按上表分析因觀看此影片而訂閱頻道的人數為869人，其觀看次數有25021人看過此影片但未訂閱，因可分析台灣對於自地自建的建築計畫議題絕大部分是存在相當感興趣，但無絕對需求。



## 第肆章 預期研究成果

### 第一節 創作時間計劃與實際展演項目成果分析

(本論文截取住宅計畫內容第一集~第三十集為期90天之作品為統計分析)

頻道建立名稱:建築人妻

統計時間:2021年3月31日~2021年6月28日止

1、關於本建設計畫與傳播平台的互聯實驗數據總覽分析如下圖示:



30集90天成果分析 圖肆-1(頻道數據分析-總覽)

本自地自建系列共統計30部影片，平均影片長度為8分18秒，於90日內累積觀看次數為98832次，平均每日1098觀看次數；觀看時間7296.2小時，平均每日觀看時數81.07小時；累積訂閱人數為1895人，平均每日訂閱人數21.05人。

2、關於本建設計畫與傳播平台的互聯實驗數據觸及率分析如下圖示:



30集90天成果分析圖 肆-2(觸及率)

- a、在個人頻道觸及率上，曝光次數104.8萬和過去90天相比>999%，這項資料只計入縮圖在 YouTube 上的曝光次數，不包括在外部網站上或應用程式中的曝光次數。
- b、曝光點閱率6.4%和過去90天相比降低22%這項指標可衡量觀眾看到曝光內容後，進而點開影片收看的頻率。
- c、觀看次數9.9萬和過去90天相比>999%，這項資訊包括公開影片、私人影片、不公開影片和已刪除的影片。
- d、非重複觀眾人數為3萬次，這指標是為了概略瞭解在指定的日期範圍內，曾收看影片內容的預估觀眾人數。

3、關於本建設計畫與傳播平台的互聯實驗數據參與度分析如下圖示：



30集90天成果分析圖 肆-3(參與度)

觀看時間(小時) 7296.2和過去90天相比>999%；平均觀看時長4:25，和過去90天相比上升30%。

4、關於本建設計畫與傳播平台的互聯實驗數據觀眾分析如下圖示：



30集90天成果分析 圖 肆-4(已訂閱、未訂閱狀態)



30集90天成果分析 圖 肆-5(觀眾年齡)

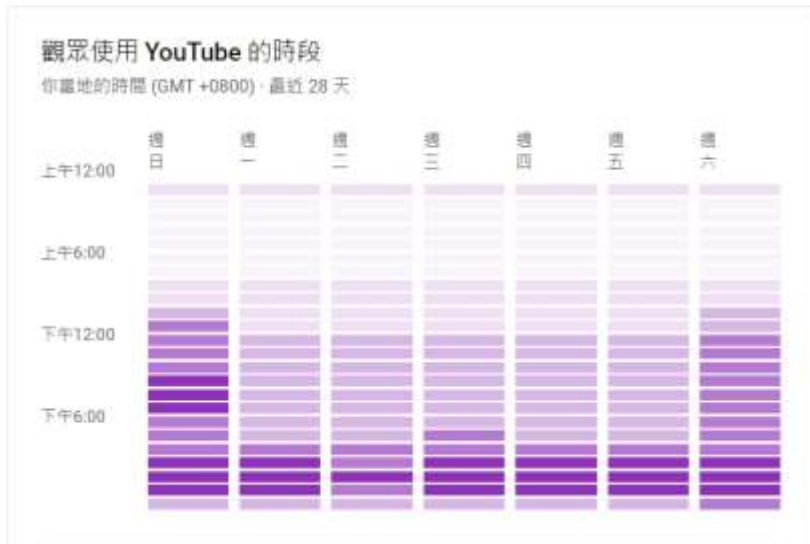


30集90天成果分析 圖 肆-6(依觀眾性別顯示觀看次數)

按其觀看次數為98832次分析：

- a、 女性佔比為24.4%，相對男性佔比為75.6%，顯示男性較為關注自地自建相關訊息。
- b、 受眾年齡分布最高為35~44歲佔比32.4%，其次為45~54歲佔比30%，最低為18~24歲佔比1.8%，按此顯示青壯年至中年均有程度上的經濟力可執行買地自建的可能性。
- c、 其中僅觀看但尚未訂閱頻道佔比為78.2%，相較已訂閱頻道21.8%之觀看率尚有很大可進步空間。

5、關於本建設計畫與傳播平台的互聯實驗數據其他分析如下圖示：



30集90天成果分析 圖 肆-7(觀眾使用You Tube的時段)



30集90天成果分析 圖 肆-8(你的觀眾還收看哪些頻道)

## 您的觀眾最近看過的其他影片

最近 7 天



【賞屋說說】不要忽視氣密窗的重要性 | 如何挑選氣密窗 | 窗戶乾溼式施...  
35線上賞屋 · 觀看次數：5.2萬 · 1 週前



辦公室改造特集 大理石換成木地板 砍掉重練「Men's Game玩物誌」  
Men's Game 玩物誌 · 觀看次數：8.2萬 · 3 天前



全套太陽能設備沒你想像的貴！1萬出頭達人搞定迷你發電廠  
風傳媒 The Storm Media · 觀看次數：16.2萬 · 1 週前



【35番外篇】居家防疫聊天QA | 不拍透天的原因? | 住紅樹林的心得? | TE...  
35線上賞屋 · 觀看次數：5.2萬 · 2 天前



陽台防雨插座!!! 除了加裝防水蓋插座 還有別的選擇? | How to choose and ...  
宅水電 · 觀看次數：8.6萬 · 4 天前

< 1/2 >

30集90天成果分析 圖 肆-9(您的觀眾最近看過的其他影片)

由上列表可分析，觀眾使用YouTube的時段，均為每日下午20:00~21:00；受眾者除了解建築設計美學相關訊息，也同時瀏覽許多相關於自地自建頻道，例如室內設計、水電等其它實務性的建設計劃內容。

## 第二節 結語

### 媒體面：

美國新聞學會的媒體中心於2003年7月出版的《We Media(自媒體)》研究報告，裏面對「We Media(自媒體)」下了一個十分嚴謹的定義：「We Media是普通大眾經由數字科技強化、與全球知識體系相連之後，一種開始理解普通大眾如何提供與分享他們本身的事實、他們本身的新聞的途徑。」所以當你在互聯網上發表自己原創的作品（包括文章、視頻、音頻、圖片）時，並且不斷的創作，那麼你就是一個自媒體人了。然而在這個網路開放的時代，搜尋關鍵字已成每日必須，時代演進快速，電信也進入了5G世代，文字與圖片有諸多曖昧不切實際的敘述，片段式理解無法滿足一個專案的認知需求，綜

觀地球各地直至台灣本島，許多專業人員，如律師、醫師、會計師…等，均也開始面對錄像螢幕，經營自媒體，普發知識性類別影片於搜尋平台上供其參考。

YouTube為Google之後的第二大搜尋引擎，從搜尋裡觀察到與人最密切的一般住宅建築，鮮少人在影片上提出實務資訊，因而衍生研究者從求知若渴遍尋不著建築計畫的閱聽者，直接躍昇為實質參與拍攝的觀察紀錄者，其目的是為透過自媒體模式開始傳播完整建築計畫，整個過程均須思考如何按照自身可執行的樣貌呈現，期間一步一腳印克服萬難也著實慢慢漸入佳境，因而在其中竟也自然呈現獨具風格的自媒體樣貌；回想從如何切入主題開始就是千絲萬縷的思考：

如何起頭？

先自我介紹？如何介紹？

從介紹世界建築歷史起源開始？

介紹台灣建築的類別或生態？

建築師職業介紹？

技術方面？

要不要露臉？如何克服不露臉的拍攝手法？

拍攝風格應該如何表現？

需要添購拍攝或是收音、打光設備？

拍了影片，如何會有剪輯(剪接)影片的能力？

心理障礙？

受眾者接受哪種建築計畫的呈現方式？

如何接受鏡頭下自己容顏與聲音在公播？受眾如何看待？

如何面對網路的批判聲浪？

自我的媒體素養知識是否足夠？

理想目標？

建築師職業在社會上有其公信力，應是此建築計畫上最好的背書者，但如何說服建築師拋開包袱，面對鏡頭便是一大挑戰！因為需要思考的不只是建築師能不能或是敢不敢上鏡頭這麼簡單的問題，這涉及執業上的專業知識是否被認同？或可能面對執業上專業能力被批判的問題……等

綜觀上述的問題在腦內盤旋，錯綜複雜的讓論文研究裹足不前；但自宅建設案依然如期進行著，因而身為住宅的起造人，從陌生的專業詞彙開始讓自己歸零了解，在與建築師討論設計的過程下，陸續認識建築的專業知識，也堆疊著自信心，因此從建照核可申辦開工的建設過程約12個月，期間就像真人實境秀一般地如實記錄著每個環節，就在完工的那一刻起才豁然開朗，原來，這個住宅的建設計畫早就默默開始堆疊著，就像是建築物，任何建築都是由打好基礎的開始，也許曾經懷疑自己或是備受質疑，深怕關於自地自建議題不會有人想看，不會有人感興趣，但不試看看怎麼會知道？萬一就成功了呢？唯有堅信內容的素質才是立基的根本，首要是要有好的內容，其他技術層面可以透過記錄慢慢學習，或找專業的人訪談。而經過一番刻苦的紀錄過程，期間開啟與建築師的無間合作加上友善溝通，相互理解建築產業不為人知的掙扎與辛苦面，因而讓這份論文的建築計畫不能再被定義為流水帳的紀錄片，而是一份責任，充分凸顯台灣建築的實際面向；影片的呈現，不須要什麼都懂，只須要找懂的人，你有的，別人沒有，就是你的心和腦裡面的東西，總之，要知道那些是重要，那些是次要，專注做好重要的事，相信會有更多人關注此建設計畫影片。

### 建築面：

台灣目前一般民眾對於建築，無論是公共建築或是一般住宅的建設計畫知識相當不普及，不了解土地興建過程是必須請建築師申請合法建照的人身邊比比皆是，畢竟人一出生就在一棟建築物內，無論合法或是違建，大多數終其一生不需要接觸到建築師，頂多是因為需求，走過幾個建案詢問，雙方價錢談妥進而成交，就是一個人一輩子的住所了；台灣媒體市場上，多數為室內設計師經過商業包裝後普發影片，令人誤解建築其實就是在看室內設計的概念，認知上買一個空的住宅，重要的是把室內裝潢的美輪美奐，而不確定自我的需求為何？仿間少數建築師與建設公司相互結合下，闡述的多數為概念設計之美，畫面帶入的均是室內擺設，令人沉浸在廣角鏡頭下的想像空間，反觀一般民眾真正實踐購屋或是自宅建築計畫案時，僅顧著設計的美好，面對建築師設計討論及繁瑣營造問題時，均無法有正確觀念與態度。



自地自建的過程中涉及的人、事、物太過廣泛了，每個人終其一生有多少次機會可以練習？每個階段都是用錢買來的經驗值，如果錯誤了呢？要打掉從練嗎？那是需要多少金錢的堆疊才會完美呈現自己想要的結果？恐怕多是直接認栽了吧！在上傳影片約三個月期間的回饋留言中，有一個網友楊勝雄不斷發表留言：「全國22縣市（含六都）有3000戶總價350萬-600萬的別墅和住宅，即將推出。『這才叫打房，政府懂個屁！』上面的自媒體就可以一窺究竟。請大家拭目以待！線上線下的老師和專家都要重新學習房地產。把建商打到趴；把投資把建商打到趴；把投資客的標的打到法拍；把仲介人員打離市場。」在他不斷的留言下以為是來搗亂的，後來與建築師討論後，才理解這位網友義憤填膺下充分想要表達的意寓深遠，他觀察到台灣營建業沒有人把實際狀態說出實話。建築業算是金字塔頂端的行業，風險高相對營利也頗豐厚，每個建設公司董事長都在說自己是如何腳踏實地的蓋房子，自家銷售的房子用料多麼實在，但事實上呢？又應當從何理解腳踏實地的過程？畢竟建物銷售動輒上億豪宅、千萬至數百萬元不等，為何沒有建設公司願意單一成立營建計畫紀錄部門，企畫一系列且如實紀錄建案設計與營造過程？也沒有一家建設機構願意透過影片教授現今台灣住宅營建過程的知識與邏輯？所謂的「建築工程履歷查詢系統」難道僅是用來查詢，什麼時間建造？起造人？誰設計、監造？誰又是最後的承造人？

因為網絡快速覆蓋地球，資訊已經可以即刻抵達每個人的搜尋系統，且快速可被理解成自己所需要的答案，任何產業幾乎已經沒有秘密了，就算是任何美食的密製料理，透過食品分析也可以知道配方，實際上食物好不好吃見仁見智，秘方的完整透露，也不會讓既有的餐飲因為競爭而倒店，因為不是每個人都能忍受在高溫、高壓的工作環境下堅持，這應用在建築業上，著實有異曲同工之妙，就算是科技業開發的商業機密，最終也永遠存在可被破解的時刻，只是時間的快慢爾爾，反觀這社會，建築知識的傳播就相對保守。在建築與室內設計業，多少人總會用台語輕蔑地說一句：「有錢當然就會水（美），沒錢就會看到鬼！」（意旨：有錢能使鬼推磨），存在這樣的思維，多少是因為不夠理解建設計畫的實際執行面，而剛好在建設阿嬤的「熟齡住宅」

時，因應有限的營造資金，便可藉此自宅建設計畫案為基礎參考，如實紀錄並且開放傳達，如何正確思考並運用有限資金投入自地自建，相信因為知識的累積，許多可預防避免的錯誤會降低發生率，也可因為這類的知識影片傳播，會讓業主與建築師、營建單位有更好的溝通渠道；因而拍攝剪輯影片時，會特別思考直接性與合理性，儘量採用一般凡人的視角與外行人的口吻提出質疑、詢問解答以及個人最後的選擇與執行方式，將這樣的珍貴經驗統整後分享，可以讓台灣未來需求自地自建業主有跡可循，經由網路短片的呈現方式，淺顯易懂的內容帶領觀眾自然地進入興建計畫思考過程，掌握自地自建應考慮關鍵要素，亦能加速與設計師及營造商溝通的效率。

拍攝住宅營建過程中，曾經思考將自地自建的輪廓，依照時間軸實地完整呈現，在每日紀錄後剪輯，立馬上傳至YouTube，讓閱聽者同步參與其中，一同分享營建過程，但在實際動工參與拍攝過程之間，發現有許多疑惑是一環扣住一環的，若沒有了解前因後果，就如同流水帳般記錄，也會因急促讓影片顯得品質低落，無法正確傳遞完整的建築相關知識，一不小心即淪為Vlog(記錄自己的日常視頻日誌)，因此當機立斷決定先拍攝營建過程影片後，逐步清晰的理解整個計畫案的軌跡，並從訪談中理解建築師的設計思考方向，透過建築師實地操作營造過程，建立起建築的基礎概念。因此經過12個月的影像紀錄，慢慢從其中體悟到自地自建最大的精神，理應當是建立在個人的需求上，需要怎麼樣的方式過生活，才會影響空間動線，了解後再與建築師一同討論設計，接續由營造廠實踐營建計畫，否則何必大費周章費盡思量的買地自建?直接購買建商蓋好的房子，從中適應每位建築師賦予的設計，並在既有的空間環境下習慣過生活既可，因此拍攝影片時，也充分在傳遞訊息中置入這樣的概念。

根據本論文針對自地自建主題之「建設計畫與傳播平台的互聯實驗」，截取內容第一集~第三十集為期90天之作品統計，由觀看次數之數據延伸各類分析上可以清楚知道，關於建築哪一類的議題是屬於一般人感興趣的、聽懂的，也從開放式留言中即刻獲得反饋與互動，因而了解在台灣，儘管地狹人廣，普羅大眾對於購地自建仍充滿嚮往，相對的也充滿驚恐與許多疑惑，因

而不少閱聽人直接問起自己當前面對的建築法規等疑難雜症，另有多數人更透過留言、E-mail至信箱，希望影片中的建築師幫忙規劃設計自宅。現今因為網路快速發展，觀念正在急速扭轉思考的節奏，所以慢慢演進成需要說清楚、講明白的文明社會，但身邊的人會質疑，做這樣的影片閱聽者實在太小眾了，但研究者堅定相信，透過一系列的建築計畫傳播，這絕非是一種流行趨勢過了即散，而是一種永續存在的知識傳播，因為任何建築總有一天會老去，總有人正在思考著要建設自己的住宅，無論是要買成屋或是自地自建，若能從影片中完整理解這樣的小宅計畫，運用至往後任何建設與裝修案，均能更有完整的思考方向。

由上述研究過程顯示，可知的市場需求、探討議題與拍攝工作，遠遠大於三十集視頻篇章的規模。然，囿於學術論文的收稿時限門檻，本研究暫時以三十集為研究分析侷限。透過研究發現，後續仍有更多的探討的價值，未來將不斷與建築師、與指導教授，在這個領域繼續合作，在公共視訊平台，建立一個具有延續性的專業資料庫，與相對的學術研究地位。

## 參考文獻

1. 李惠仁(2009):紀錄片《睜開左眼》，國立政治大學傳播學院碩士在職專班。
2. 吳麗玲(2020年):自地自建設計規劃的探討與實作，國立高雄師範大學文化創意設計在職碩士。
3. 黃巢自地自建完整介紹，從費用、流程到案例分享(2021):黃巢設計工務店，<https://hcdesign.com.tw/faq-items/%E8%87%AA%E5%9C%B0%E8%87%AA%E5%BB%BA/> (Jun. 25, 2020)。
4. 當網紅經濟遇上知識經濟好學校(2019/08/27):好學校 Hahow YouTuber 來開課，<https://blog.hahow.in/hahow-cocktail-youtuber/> (Jun. 25, 2020)。
5. 圖解自地自建x買地蓋屋完全通【暢銷更新版】:漂亮家居編輯部(2021)，麥浩斯，台灣。
6. 謝佳璇(2019):從知識型YouTuber看知識傳播型態的改變，國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士。