

班級： 座號： 姓名：

為了行銷某件事，許多機構單位經常會找「名人」來代言，這位名人可能是真實世界的人，也可能是虛擬人物，這次要閱讀的主題就與後者有關，他們代言的效果如何呢？

📖 任務一：維納斯

閱讀 6 月 3 日第 3 版〈女神維納斯變網紅 宣傳義大利觀光〉，完成以下問題：

1. 根據文章，為維納斯設計一張履歷表。

照片 (用畫的)	名字	
	國家	
	性別	
	年齡	註：約於 1482 年—1486 年完成
創作者		
代言工作簡述	義大利國家旅遊局將維納斯化身為（ ），有（ ）帳號，可看到維納斯吃（ ）的自拍照，以及和（ ）的合照。	

2. 你曾在哪些地方看過〈維納斯的誕生〉這幅名畫嗎？想想看。

📖任務二：熊本熊

閱讀同一版〈熊本熊出公差 任南韓觀光大使〉，同樣完成下面的問題。

1. 根據文章，為熊本熊設計一張履歷表。

照片 (用畫的)	名字	
	國家	
	性別	
	年齡	
創作者		
代言工作簡述	1. 宣傳（ ）的物產。 2. 在九州新幹線沿線城市展開（ ），接待外地遊客。 3. 經常出差，日前受（ ）邀請，成為促進日韓交流的（ ）。	

2. 熊本熊知名度大增，主要原因是什麼？

📖任務三：誰來代言

1. 回到任務一，義大利國家旅遊局請維納斯觀光代言，引發正反兩方不同的意見，請根據文章把不同觀點整理出來。

贊成者的身分/意見	反對者的身分/意見
負責計畫的旅遊局官員/ 〈維納斯的誕生〉擁有（ ） ，完全可以（ ） 。	（ ）學家/ 此舉是最粗俗的方式，貶低了義大利的 （ ），讓維納斯變成充滿 （ ）的女性美，也大大 削弱原作的（ ）。

2. 同樣是代言，請出維納斯卻引發爭議，日本的熊本熊則似乎沒有看到反對意見。以下是幾個同學的討論，你認為誰的看法有道理？



既然維納斯的知名度和藝術價值享譽全球，更應該藉由她為自己的國家振興觀光代言，讓每個人一看到維納斯就聯想到義大利。

維納斯幾乎是義大利國寶級的藝術品，用 P 圖方式重現，才會引發爭議。

熊本熊一開始就是為了代言觀光而設計的，它的任務明確，就是要行銷熊本縣的物產，和維納斯不同。

3. 請你也加入上面的討論，你的看法又是什麼呢？