

文化創新創意規劃師

Cultural Innovation and Creative Planning Specialist

認證題庫

1.是非題100題考試抽選15題，每題4分。

2.選擇題100題考試抽選10題，每題4分。

總分100分，及格分數60分

一、是非題

A. 文化基礎與創新概念

1. 文化在廣義上涵蓋人類一切生活方式與價值體系。

答案：是 | 解析：文化不僅限藝術，還包括制度、習俗、語言。

2. 狹義文化主要指涉藝術、人文與美學領域。

答案：是 | 解析：通常指文學、音樂、舞蹈等。

3. 創意與創新沒有差別，意思完全相同。

答案：非 | 解析：創意是想法，創新是落實與產生價值。

4. 文化創新僅依賴科技驅動，與社會環境無關。

答案：非 | 解析：文化創新同時受科技、社會與價值影響。

5. 全球化必然會消滅地方文化。

答案：非 | 解析：可能弱化，但也能透過再生與轉譯而保存。

B. 創意思維與方法

6. 擴散思考重在發散與多元構想，不求立即正確。

答案：是 | 解析：屬於創意初期。

7. 收斂思考強調評估與選擇可行方案。

答案: 是 | 解析: 屬於創意落地階段。

8. 逆向思考是顛倒問題角度, 尋找新解法。

答案: 是 | 解析: 有效突破慣性。

9. 心智圖(Mind Mapping)能展開聯想並整理思路。

答案: 是 | 解析: 有助於視覺化思維。

10. 六頂思考帽中的紅帽代表理性與邏輯。

答案: 非 | 解析: 紅帽代表情感與直覺。

C. 跨界與靈感激盪

11. 異業結合常能激發創新突破。

答案: 是 | 解析: 跨領域合作能互補資源。

12. 藝術與科技的融合能帶來新型文化體驗。

答案: 是 | 解析: 如沉浸式展覽。

13. 從失敗中往往無法獲得任何靈感。

答案: 非 | 解析: 失敗提供修正與新視角。

14. 社會議題可成為文化創意發想的契機。

答案: 是 | 解析: 文化與社會脈動息息相關。

15. 靈感多源自跨文化的交流與碰撞。

答案: 是 | 解析: 差異性激發新想法。

D. 設計思考與規劃

16. 設計思考強調以使用者為中心。

答案: 是 | 解析: 核心在共情與需求洞察。

17. 設計思考的流程僅包含「發想與測試」。

答案: 非 | 解析: 包含觀察、定義、發想、原型、測試。

18. 文化元素能直接複製到產品中而不需轉化。

答案: 非 | 解析: 需轉譯成當代生活語境。

19. 文化創意規劃師需要兼顧功能與美感。

答案: 是 | 解析: 文化產品需實用性＋美學價值。

20. 文化創新僅重視創意，不考慮市場需求。

答案: 非 | 解析: 需兼顧文化內涵與市場價值。

E. 文創產業與應用

21. 文創產業包含影視、音樂、設計、遊戲等領域。

答案: 是 | 解析: 產業多元。

22. 故宮文創商品是傳統文化現代轉譯的典型案
例。

答案: 是 | 解析: 將古典藝術融入日常用品。

23. 文創商品只要美觀即可，不必考慮文化意涵。

答案: 非 | 解析: 缺乏文化深度會失去獨特性。

24. 文化創意能帶動觀光與地方經濟。

答案: 是 | 解析: 如城市文創市集。

25. 日本和服改造為時尚洋裝，屬於文化創新的例子。

答案：是 | 解析：傳統＋現代的再造。

F. 企業與品牌文化

26. 品牌故事是一種文化建構方式。

答案：是 | 解析：能與消費者建立情感連結。

27. 全球化下的品牌應完全忽略在地文化差異。

答案：非 | 解析：需在地化策略。

28. 社會責任是現代品牌文化的重要一環。

答案：是 | 解析：CSR影響品牌形象。

29. Patagonia 以環保行動塑造品牌文化。

答案：是 | 解析：代表「責任」品牌。

30. 文化創新對企業無任何競爭優勢。

答案：非 | 解析：文化能形成差異化與認同感。

G. 公共政策與社會創新

31. 城市文化再生有助於工業遺址活化。

答案：是 | 解析：如松菸、華山。

32. 教育結合文化創意能培養創新公民。

答案：是 | 解析：學習與文化融合。

33. 公共參與是文化政策中可有可無的部分。

答案:非 | 解析:是社會共創的核心。

34. 社會創新強調多方協力與共創。

答案:是 | 解析:政府、企業、民間合作。

35. 文化創新在城市規劃中毫無角色。

答案:非 | 解析:文化驅動城市特色。

H. 數位科技與文化

36. AI 可協助生成藝術、音樂與文本。

答案:是 | 解析:成為創作者的工具。

37. 元宇宙能帶來沉浸式文化體驗。

答案:是 | 解析:如虛擬展覽、演唱會。

38. 大數據對文化發展沒有任何幫助。

答案:非 | 解析:能分析趨勢、了解受眾。

39. NFT 是一種數位文化資產的呈現方式。

答案:是 | 解析:區塊鏈認證唯一性。

40. 數位科技與文化創新毫無關聯。

答案:非 | 解析:兩者互為動能。

I. 全球化與在地化

41. 全球化只會帶來文化衝突, 沒有合作可能。

答案:非 | 解析:也可能促進合作與共生。

42. 在地文化保護是全球多元化的基礎。

答案:是 | 解析:維持文化多樣性。

43. 跨文化合作常催生新型創意產業。

答案:是 | 解析:如 K-Pop 與國際合作。

44. 文化外交是一種軟實力的展現。

答案:是 | 解析:文化能塑造國際形象。

45. 軟實力比硬實力更能影響長期國際認同。

答案:是 | 解析:文化影響持久且溫和。

J. 永續發展與人本關懷

46. 文化創新與 SDGs 無關。

答案:非 | 解析:教育、平權、環境都與文化創新相關。

47. 文創產業若忽視環境責任,可能造成資源浪費。

答案:是 | 解析:需兼顧綠色設計。

48. 社會責任能讓文創更有永續價值。

答案:是 | 解析:CSR+文化共鳴。

49. 創新最終應回歸人本關懷。

答案:是 | 解析:改善生活、提升幸福感。

50. 文化創新只要追求商業成功即可。

答案:非 | 解析:需兼顧社會與環境價值。

K. 專案規劃與執行

51. 文化創意專案應該同時考慮創意表現與財務可行性。

答案: 是 | 解析: 文化價值與商業價值需平衡。

52. 創意規劃師不需要做市場調查, 完全依靠靈感即可。

答案: 非 | 解析: 規劃需依據市場需求與受眾。

53. SWOT 分析可應用於文化創新專案規劃。

答案: 是 | 解析: 有助於了解優勢、弱點、機會與威脅。

54. 文化專案計畫書應包含目標、資源、時間與效益評估。

答案: 是 | 解析: 規劃工具基本結構。

55. 風險管理在文化創意規劃中屬於次要, 不必重視。

答案: 非 | 解析: 資金、政策、市場風險都需評估。

L. 地方文化與案例應用

56. 城市特色節慶可成為文化創意品牌的重要資產。

答案: 是 | 解析: 如台灣燈會、慕尼黑啤酒節。

57. 地方文化無法與旅遊結合。

答案: 非 | 解析: 文旅結合是文化產業常見模式。

58. 農村再生計畫若結合文創能吸引青年回流。

答案: 是 | 解析: 如台灣「社區總體營造」。

59. 地方工藝品若未進行設計轉化, 難以吸引新世代。

答案: 是 | 解析: 需結合當代需求。

60. 原住民文化不能應用於文創商品。

答案: 非 | 解析: 可行, 但須尊重與合作。

M. 產業應用與市場策略

61. 文創商品定價應僅依生產成本決定。

答案: 非 | 解析: 需考慮品牌、文化附加值。

62. 文化創新可提升企業差異化競爭力。

答案: 是 | 解析: 文化 = 獨特品牌識別。

63. 市場行銷中融入文化故事能加強顧客認同。

答案: 是 | 解析: 故事化行銷效果佳。

64. 文創產業發展需要政策支持與資金挹注。

答案: 是 | 解析: 多國以補助或基金扶植。

65. 僅依賴短期潮流, 文創產業難以永續。

答案: 是 | 解析: 需長期文化內涵。

N. 國際視野與比較

66. K-Pop 是跨文化創意產業成功案例。

答案:是 | 解析:融合音樂、舞蹈、時尚與行銷。

67. 日本動漫僅在本地市場受歡迎, 沒有國際影響力。

答案:非 | 解析:《寶可夢》《宮崎駿動畫》均全球流行。

68. 北歐設計強調簡約與自然, 已成國際品牌特色。

答案:是 | 解析:IKEA、Marimekko 即代表。

69. 好萊塢電影輸出是一種文化外交。

答案:是 | 解析:影響全球文化想像。

70. 國際文化合作能幫助在地文化找到新生命。

答案:是 | 解析:互補與擴大影響。

O. 倫理與責任

71. 文化挪用(Cultural Appropriation)指未經尊重或授權使用他人文化元素。

答案:是 | 解析:需區分借鑒與侵害。

72. 文創規劃師應忽視倫理, 只專注於商業利益。

答案:非 | 解析:文化產品需兼顧尊重與責任。

73. 使用 AI 創作完全沒有任何倫理爭議。

答案:非 | 解析:涉及版權、勞動取代等問題。

74. 文化創新應該避免刻板印象與歧視。

答案:是 | 解析:文化需促進多元包容。

75. 尊重原創與知識產權是文創產業的基本要求。

答案:是 | 解析:避免抄襲與侵權。

P. 數位文化與新媒體

76. 社群媒體是文化創意推廣的重要平台。

答案:是 | 解析:能快速擴散文化內容。

77. 大數據可協助文化規劃師了解受眾偏好。

答案:是 | 解析:支撐決策與設計。

78. NFT 與元宇宙應用僅限遊戲領域。

答案:非 | 解析:已延伸至藝術、展覽與教育。

79. AI 輔助設計有助於加速文化產品開發。

答案:是 | 解析:能提升效率與多樣性。

80. 數位文化只會取代傳統文化, 沒有保存作用。

答案:非 | 解析:數位化能保存與再現文化。

Q. 政策、社會與文化永續

81. 政府文化政策能為文創產業建立基礎環境。

答案:是 | 解析:如補助、法規、產業園區。

82. 文化創新與社會創新沒有任何關聯。

答案:非 | 解析:兩者可透過共創解決社會問題。

83. 城市文化品牌有助於提升國際競爭力。

答案:是 | 解析:如「設計之都」、「文化首都」。

84. 公共參與是文化創新的推動力之一。

答案:是 | 解析:多方參與才能共創價值。

85. 永續文化發展僅關注經濟效益。

答案:非 | 解析:需兼顧環境、社會、人本。

R. SDGs 與文化連結

86. 文化創新能推動教育平權(SDG 4)。

答案:是 | 解析:文化資源融入教育。

87. 文創與性別平等無關。

答案:非 | 解析:文化產品可推廣平權。

88. 城市文化再生呼應永續城市目標(SDG 11)。

答案:是 | 解析:文化驅動城市活化。

89. 綠色設計與循環經濟是文創永續的重要方向。

答案:是 | 解析:降低環境負荷。

90. SDGs 與文化創意是彼此割裂的議題。

答案:非 | 解析:文化是永續發展的支撐力量。

S. 人本關懷與未來願景

91. 文化創新的最終目的是提升人類幸福感。

答案:是 | 解析:創新應回歸人本。

92. 若文化創意只追求新奇,易失去持久價值。

答案:是 | 解析:缺乏深度難以永續。

93. 創新必須考慮倫理與公平性。

答案:是 | 解析:避免加劇社會不平等。

94. 科技創新完全可以取代文化創新。

答案:非 | 解析:科技是工具, 文化是根源。

95. 多元文化交流有助於社會包容與理解。

答案:是 | 解析:跨文化促進互信。

96. 文化創新應該只由專業人士推動, 公眾不宜參與。

答案:非 | 解析:公共參與能擴大影響力。

97. 傳統文化在當代社會不再有任何價值。

答案:非 | 解析:傳統是創新的靈感來源。

98. 文化產品的價值在於同時具備功能性與情感連結。

答案:是 | 解析:文化讓商品超越實用。

99. 國際文化交流是和平與合作的重要橋樑。

答案:是 | 解析:文化外交屬於軟實力。

100. 文化創新的核心精神是「承先啟後、推陳出新」。

答案:是 | 解析:保留文化根基, 同時創造新價值。

二、選擇題

A. 文化基礎與創新概念

1. 文化的廣義內涵是什麼？

- A. 僅指文學與藝術
- B. 人類整體生活方式與價值體系
- C. 僅指語言與宗教
- D. 只是傳統習俗

答案：B | 解析：廣義文化涵蓋制度、價值觀、日常行為。

2. 狹義文化通常指涉哪一領域？

- A. 經濟活動
- B. 技術研發
- C. 藝術與人文表現
- D. 政治制度

答案：C | 解析：狹義文化多指文學、藝術、音樂等。

3. 創新與創意的主要差異在於：

- A. 創新是概念，創意是實踐
- B. 創意是點子，創新是落地應用
- C. 兩者完全相同
- D. 創新比創意更不重要

答案：B | 解析：創意是想法，創新是轉化為具體價值。

4. 下列何者屬於破壞式創新？

- A. 智慧型手機取代傳統手機
- B. 電影院加強座椅舒適度
- C. 書籍推出新版封面
- D. 超商延長營業時間

答案:A | 解析:破壞式創新顛覆市場規則。

5. 下列哪一項屬於漸進式創新？

- A. Netflix 取代 DVD 租片店
- B. 手機每年提升相機畫素
- C. YouTube 改變影音產業模式
- D. Uber 改寫交通規則

答案:B | 解析:漸進式＝持續改良，非徹底顛覆。

B. 創意思維與工具

6. 擴散思考的特徵是：

- A. 聚焦在唯一解答
- B. 重在開放與多元構想
- C. 僅限數據分析
- D. 全部否定既有想法

答案:B | 解析:擴散思考＝自由、無限延展。

7. 收斂思考的目的為：

- A. 激發大量點子
- B. 選擇與評估可行方案
- C. 保持創意不落地
- D. 排除團隊討論

答案:B | 解析:收斂思考＝篩選與聚焦。

8. 在六頂思考帽中, 紅帽代表:

- A. 數據與事實
- B. 情感與直覺
- C. 批判與風險
- D. 樂觀與價值

答案:B | 解析:紅帽＝情感面思維。

9. 心智圖(Mind Mapping)的主要功能是:

- A. 排除無效點子
- B. 視覺化展開與聯想
- C. 僅作為裝飾圖像
- D. 替代決策流程

答案:B | 解析:心智圖有助於擴散整理。

10. 下列哪一項是逆向思考的範例?

- A. 問「如何吸引顧客」
- B. 問「如何趕走顧客」
- C. 問「如何降低創意」
- D. 問「如何忽略需求」

答案:B | 解析:逆向思維能找出盲點再反轉。

C. 跨界學習與靈感激盪

11. 異業結合的最大價值在於:

- A. 重複資源使用
- B. 創造互補與突破

- C. 減少合作風險
- D. 完全依賴單一產業

答案:B | 解析:異業結合能融合長處,產生新價值。

12. 藝術與科技的融合可帶來:

- A. 更單一的表現方式
- B. 沉浸式體驗與新型文化表達
- C. 減少創意可能性
- D. 完全替代人文價值

答案:B | 解析:如 VR 藝術展、AI 音樂。

13. 失敗在創新過程中的價值是:

- A. 代表終點
- B. 提供修正與靈感
- C. 證明創意無效
- D. 阻止團隊再嘗試

答案:B | 解析:失敗是創新的養分。

14. 跨文化交流能為創意帶來:

- A. 限制
- B. 單一觀點
- C. 靈感火花
- D. 保守思維

答案:C | 解析:差異性孕育新構想。

15. 社會議題成為文化創意的養分,是因為:

- A. 與文化無關

- B. 能引發情感共鳴與思考
- C. 只能用於廣告
- D. 永遠負面

答案: B | 解析: 文化創意常回應社會脈動。

D. 設計思考與文化創新

16. 設計思考的核心精神是:

- A. 成本最小化
- B. 技術導向
- C. 使用者為中心
- D. 僅重視管理效率

答案: C | 解析: 重視共情與需求洞察。

17. 設計思考流程包含:

- A. 觀察—定義—發想—原型—測試
- B. 設計—生產—銷售
- C. 靈感—討論—結束
- D. 需求—開會—結案

答案: A | 解析: 完整五步驟。

18. 文化元素轉化為產品的關鍵在於:

- A. 直接複製符號
- B. 再設計與當代轉譯
- C. 刪去傳統內涵
- D. 避免實際應用

答案: B | 解析: 需符合理解與生活語境。

19. 下列何者屬於文化產品的情境再現？

- A. 青花瓷圖案印在電腦桌布
- B. 茶道精神融入現代咖啡館
- C. 廟宇圖像無改造直接輸出
- D. 將傳統舞蹈封存博物館

答案: B | 解析: 文化精神進入當代生活。

20. 北歐「Hygge」概念被 IKEA 轉化, 代表:

- A. 技術創新
- B. 溫馨愜意的生活方式
- C. 金融管理
- D. 城市基礎建設

答案: B | 解析: 文化價值化為產品與氛圍。

E. 文創產業應用

21. 下列何者屬於文化創意產業範疇？

- A. 醫療服務
- B. 農業生產
- C. 影視、音樂、設計、遊戲
- D. 交通運輸

答案: C | 解析: 文創核心領域。

22. 故宮文創的特色在於:

- A. 簡單複製文物
- B. 把傳統藝術轉譯成日常用品
- C. 排斥大眾市場

D. 僅限館內銷售

答案:B | 解析:現代轉譯案例。

23. 下列哪一項不屬於文創成功要素？

- A. 美學價值
- B. 文化深度
- C. 市場需求
- D. 完全忽視文化意涵

答案:D | 解析:缺乏文化內涵難持久。

24. 文創產業能帶動：

- A. 觀光與地方經濟
- B. 金融投機
- C. 軍事發展
- D. 自然資源開採

答案:A | 解析:文化驅動觀光發展。

25. 日本和服改造成時尚洋裝屬於：

- A. 文化創新的現代轉譯
- B. 完全消失的文化
- C. 技術創新
- D. 無關文化的設計

答案:A | 解析:傳統元素結合當代。

F. 品牌與企業文化

26. 品牌故事的功能是：

- A. 降低成本

- B. 建立文化連結與情感共鳴
- C. 取代產品設計
- D. 短期促銷

答案: B | 解析: 品牌故事強化認同。

27. 全球化品牌應完全忽略在地差異？

- A. 是
- B. 否
- C. 不一定
- D. 無影響

答案: B | 解析: 需在地化與全球化並重。

28. 社會責任(CSR)對品牌文化意義為：

- A. 無關緊要
- B. 建立信任與價值共鳴
- C. 僅限內部管理
- D. 阻礙行銷

答案: B | 解析: CSR 提升品牌形象。

29. 下列何者為環境責任品牌案例？

- A. Nike
- B. Apple
- C. Patagonia
- D. Disney

答案: C | 解析: Patagonia 鼓勵修補衣物，倡導環保。

30. 文化創新對企業的競爭優勢為：

- A. 無作用
- B. 創造差異化與長期價值
- C. 減少文化資源
- D. 完全替代科技

答案:B | 解析:文化是差異化核心。

G. 政策與社會創新

31. 城市文化再生的典型案例是:

- A. 建造高速公路
- B. 工業遺址轉型文創園區
- C. 開發礦產
- D. 拆除舊城區

答案:B | 解析:如華山、松菸。

32. 教育與文化結合的意義是:

- A. 降低學生學習興趣
- B. 培養創新公民與文化素養
- C. 無關緊要
- D. 取代基礎科目

答案:B | 解析:教育結合文化創意。

33. 公共參與在文化創新中的角色為:

- A. 可有可無
- B. 擴大共創與影響力
- C. 阻礙決策
- D. 僅屬象徵

答案:B | 解析:公共參與=文化共創基石。

34. 社會創新強調:

- A. 獨立行動
- B. 多方協力合作
- C. 減少社群參與
- D. 完全由政府主導

答案:B | 解析:社會創新需跨界合作。

35. 城市文化品牌能:

- A. 增加國際競爭力
- B. 減少地方特色
- C. 完全依賴外資
- D. 無法推動旅遊

答案:A | 解析:如「設計之都」、「文化首都」。

H. 數位文化與全球化

36. AI 在文化創意中的角色是:

- A. 干擾創作
- B. 創作者的共創工具
- C. 無法應用
- D. 僅限數據分析

答案:B | 解析:AI 能生成音樂、藝術。

37. 元宇宙能提供:

- A. 虛擬沉浸式文化體驗
- B. 單向傳統展覽

- C. 簡單文字紀錄
- D. 封閉式文化消費

答案:A | 解析:VR/AR 融入展演。

38. 大數據對文化創意的貢獻為:

- A. 無作用
- B. 預測趨勢與理解受眾
- C. 替代創作者
- D. 減少文化多樣性

答案:B | 解析:支援決策與內容規劃。

39. NFT 在文化創意中的應用是:

- A. 一般紙本出版
- B. 獨特數位藝術資產
- C. 無關收藏
- D. 傳統農業工具

答案:B | 解析:區塊鏈保證唯一性。

40. 全球化帶來的影響是:

- A. 只有衝突
- B. 促進文化交流與挑戰
- C. 無影響
- D. 取代在地文化

答案:B | 解析:全球化兼具交流與風險。

I. 永續與人本關懷

41. 文化創新與 SDGs 的關係是:

- A. 完全無關
- B. 能推動教育、平權與永續城市
- C. 只關乎經濟
- D. 僅在娛樂領域

答案: B | 解析: 文化創新呼應 SDG 目標。

42. 綠色設計強調:

- A. 低成本
- B. 永續與環境友善
- C. 文化排除
- D. 資源浪費

答案: B | 解析: 兼顧設計與永續。

43. 文化挪用的問題在於:

- A. 尊重文化差異
- B. 未經授權或不尊重的使用
- C. 完全避免交流
- D. 排除多元文化

答案: B | 解析: 需避免剝削與不當使用。

44. 文創產業永續發展的關鍵是:

- A. 短期潮流
- B. 社會責任與文化深度
- C. 完全依賴補助
- D. 忽視市場需求

答案: B | 解析: 永續需深度與責任。

45. 文化創新的最終目的應是:

- A. 商業成功
- B. 改善人類生活與幸福
- C. 技術累積
- D. 政策合規

答案: B | 解析: 創新應回歸人本關懷。

J. 總結與願景

46. 多元文化交流有助於:

- A. 激化衝突
- B. 社會包容與創意火花
- C. 限制創意
- D. 消滅地方文化

答案: B | 解析: 交流 = 促進理解與靈感。

47. 科技創新是否能完全取代文化創新?

- A. 能
- B. 不能
- C. 有時能
- D. 不一定

答案: B | 解析: 科技是工具, 文化是根基。

48. 公民參與對文化創新政策的價值是:

- A. 無意義
- B. 擴大影響力與共創
- C. 減少效率
- D. 阻止決策

答案:B | 解析:公共參與讓文化更貼近需求。

49. 傳統文化的價值在於:

- A. 完全過時
- B. 靈感來源與身份認同
- C. 無市場性
- D. 僅供研究

答案:B | 解析:傳統是創新的基礎。

50. 文化創新的核心精神可概括為:

- A. 固守傳統
- B. 模仿他人
- C. 承先啟後、推陳出新
- D. 單純娛樂

答案:C | 解析:文化創新強調延續與創造。

K. 專案規劃與執行

51. 文化創意專案計畫中, 最能說明「可行性」的是:

- A. 靈感多寡
- B. 財務預算與資源配置
- C. 設計美感
- D. 參與人數

答案:B | 解析:可行性著重成本、資金、資源。

52. SWOT 分析中,「O」代表:

- A. 機會(Opportunities)

- B. 障礙(Obstacles)
- C. 組織(Organization)
- D. 選項(Options)

答案:A | 解析:SWOT=Strength、Weakness、Opportunities、Threats。

53. 在文化創新規劃中,「風險管理」主要目的為:

- A. 追求絕對安全
- B. 提前辨識與降低潛在問題
- C. 提高成本
- D. 延長專案時間

答案:B | 解析:風險管理在於預防與控制。

54. 一份完整的文化專案計畫書應包含:

- A. 只需靈感構想
- B. 目標、資源、時間表、效益
- C. 僅需美學設計
- D. 無需評估

答案:B | 解析:專案規劃需明確結構。

55. 創意規劃師忽略市場調查會導致:

- A. 減少創新
- B. 產品脫離需求
- C. 提高文化價值
- D. 保證成功

答案:B | 解析:市場調查是需求導向關鍵。

L. 地方文化與案例應用

56. 下列哪一案例屬於「地方文化再生」？

- A. 廢棄酒廠改建文創園區
- B. 新建高速道路
- C. 開發工業園
- D. 傳統工藝停產

答案:A | 解析:文化再生=舊空間轉化新價值。

57. 地方節慶文化的發展重點是：

- A. 短期熱潮
- B. 社區參與與文化認同
- C. 全靠補助
- D. 僅限遊客觀賞

答案:B | 解析:在地參與是永續基礎。

58. 台灣「社區總體營造」案例重點在於：

- A. 單純基礎建設
- B. 結合文化、社區與創意
- C. 對外投資
- D. 資源耗竭

答案:B | 解析:強調文化活化與社區自主。

59. 若地方工藝無設計轉化，容易：

- A. 突顯獨特性
- B. 吸引年輕市場
- C. 被市場忽視
- D. 自然成長

答案:C | 解析:缺乏創新難吸引新世代。

60. 原住民文化進入文創商品時的關鍵原則是:

- A. 可隨意使用
- B. 尊重與合作
- C. 完全禁止
- D. 商業化最大化

答案:B | 解析:避免文化挪用,需尊重族群。

M. 產業應用與市場策略

61. 文創商品定價的主要考量應是:

- A. 生產成本+文化附加價值
- B. 越便宜越好
- C. 完全隨機
- D. 無需考慮消費者

答案:A | 解析:文創定價需兼顧文化與市場。

62. 文化創新能為企業帶來的最大效益是:

- A. 降低人力成本
- B. 品牌差異化與認同感
- C. 減少市場需求
- D. 削弱競爭力

答案:B | 解析:文化賦能品牌。

63. 下列何者屬於「故事行銷」?

- A. 廣告只列出功能
- B. 透過品牌歷史與文化敘事吸引顧客

- C. 全靠折扣
- D. 忽視顧客體驗

答案:B | 解析:故事行銷強調文化敘事。

64. 文創產業發展的關鍵支持是:

- A. 政策扶持與資金挹注
- B. 減少人才培育
- C. 完全依賴外國市場
- D. 停止技術投資

答案:A | 解析:政策支持是產業基礎。

65. 文創若只依賴短期潮流, 結果可能是:

- A. 無限增長
- B. 缺乏持續力
- C. 永續成功
- D. 自然壟斷

答案:B | 解析:需兼顧文化深度才能長久。

N. 國際視野與比較

66. K-Pop 成功的關鍵之一是:

- A. 完全拒絕國際合作
- B. 結合音樂、舞蹈與行銷策略
- C. 固守傳統不變
- D. 不與粉絲互動

答案:B | 解析:K-Pop=跨文化產業模式。

67. 日本動漫的全球影響力主要因為:

- A. 僅本土市場
- B. 敘事力與文化特色
- C. 完全複製歐美
- D. 排斥科技

答案: B | 解析: 內容與美學吸引全球。

68. 北歐設計的特徵是:

- A. 複雜華麗
- B. 簡約自然
- C. 技術至上
- D. 高度商業化

答案: B | 解析: 代表 IKEA 風格。

69. 下列何者可視為「文化外交」?

- A. 軍事演習
- B. 國際電影節交流
- C. 商品降價
- D. 關稅談判

答案: B | 解析: 文化交流即軟實力展現。

70. 國際文化合作的價值是:

- A. 消滅地方文化
- B. 擴大文化影響與新生命
- C. 減少產業可能性
- D. 無長期意義

答案: B | 解析: 合作帶來雙贏。

O. 倫理與責任

71. 文化挪用問題的核心在於：

- A. 文化尊重不足
- B. 完全禁止交流
- C. 避免市場化
- D. 減少文化交流

答案:A | 解析:需經尊重或授權使用。

72. 規劃師若僅追求利益, 忽略倫理, 可能導致：

- A. 消費者反感與爭議
- B. 永續成功
- C. 提升文化價值
- D. 強化社會信任

答案:A | 解析:不尊重會引發抵制。

73. AI 創作的爭議點之一是：

- A. 成本高昂
- B. 版權與勞動取代問題
- C. 技術缺乏
- D. 無法生成內容

答案:B | 解析:AI 牽涉法律與倫理。

74. 文化創新應避免：

- A. 刻板印象與歧視
- B. 包容多元
- C. 鼓勵參與
- D. 跨域合作

答案:A | 解析:刻板印象會削弱文化價值。

75. 知識產權保護的重要性在於:

- A. 鼓勵原創, 避免抄襲
- B. 完全阻止文化交流
- C. 無關產業發展
- D. 減少創新

答案:A | 解析:知識產權是文創基礎。

P. 數位文化與新媒體

76. 社群媒體對文化創意的意義是:

- A. 無影響
- B. 加速擴散與推廣
- C. 減少受眾
- D. 限制表達

答案:B | 解析:平台助文化傳播。

77. 大數據能幫助規劃師:

- A. 忽視消費者
- B. 分析受眾偏好與行為
- C. 減少創意
- D. 排斥市場

答案:B | 解析:數據驅動決策。

78. NFT 的文化價值在於:

- A. 可複製多份
- B. 獨特數位資產認證

- C. 無法保存
- D. 僅限遊戲

答案:B | 解析:區塊鏈保證唯一性。

79. AI 輔助設計的優點是:

- A. 降低效率
- B. 加速開發並增加多樣性
- C. 消除創意
- D. 無法應用

答案:B | 解析:AI 是共創工具。

80. 數位文化的保存功能是:

- A. 讓傳統消失
- B. 重現與延續文化
- C. 限制多元
- D. 減少創造力

答案:B | 解析:數位化有助保存。

Q. 政策、社會與永續

81. 政府文化政策的主要作用是:

- A. 建立基礎環境與扶植產業
- B. 完全取代市場
- C. 忽視民眾需求
- D. 減少參與

答案:A | 解析:政策支撐文化產業。

82. 文化創新與社會創新的關聯是:

- A. 無關
- B. 可透過共創解決問題
- C. 相互矛盾
- D. 減少合作

答案: B | 解析: 文化驅動社會創新。

83. 城市文化品牌的功能是:

- A. 提升國際形象與競爭力
- B. 降低地方特色
- C. 阻止觀光發展
- D. 無價值

答案: A | 解析: 如「文化之都」。

84. 公共參與的價值在於:

- A. 無意義
- B. 擴大共創與民主性
- C. 減少透明度
- D. 阻止創新

答案: B | 解析: 公民參與提升政策認同。

85. 永續文化發展必須兼顧:

- A. 經濟、社會、環境
- B. 單一經濟
- C. 技術
- D. 政策口號

答案: A | 解析: 永續需三面向平衡。

R. SDGs 與未來願景

86. 文化創新對 SDG 4(優質教育)的貢獻是：

- A. 減少教育平等
- B. 提供多元文化資源
- C. 忽視教育
- D. 降低公平

答案: B | 解析: 文化提升教育機會。

87. 文化創意能推動性別平權, 呼應 SDG 5。

- A. 正確
- B. 錯誤
- C. 不確定
- D. 無關

答案: A | 解析: 文化產品能挑戰性別刻板印象。

88. 城市文化再生對應 SDG 11(永續城市)的方式是：

- A. 工業遺址活化
- B. 增加交通壅塞
- C. 消滅社區文化
- D. 限制居民參與

答案: A | 解析: 文化再生 = 永續城市策略。

89. 綠色設計與循環經濟的重要性在於：

- A. 減少環境衝擊
- B. 增加浪費
- C. 無影響

D. 單純商業化

答案:A | 解析:文創+環境責任。

90. SDGs 與文化創新是:

A. 互相割裂

B. 相互呼應

C. 無法並行

D. 僅限理論

答案:B | 解析:文化是永續發展支柱。

S. 人本關懷與文化願景

91. 文化創新的最終目的是:

A. 商業利益

B. 提升人類幸福與關懷

C. 技術優先

D. 市場壟斷

答案:B | 解析:人本是核心。

92. 文化創意若僅追求新奇, 結果是:

A. 長久成功

B. 缺乏持久價值

C. 提升深度

D. 增加認同

答案:B | 解析:無文化內涵難永續。

93. 創新需考慮的倫理因素是:

A. 公平、隱私、包容

- B. 只考慮市場
- C. 忽視人權
- D. 無關社會

答案:A | 解析:倫理是創新保障。

94. 科技創新與文化創新的關係是:

- A. 科技完全取代文化
- B. 科技是工具, 文化是根本
- C. 無關
- D. 相互排斥

答案:B | 解析:兩者互補。

95. 多元文化交流的最大價值是:

- A. 激化矛盾
- B. 促進包容與理解
- C. 消滅地方文化
- D. 減少創意

答案:B | 解析:交流帶來互信。

96. 公民參與文化政策的意義在於:

- A. 擴大影響與共創
- B. 減少民主
- C. 無效
- D. 阻止創新

答案:A | 解析:公民參與能共建文化政策。

97. 傳統文化在當代的角色是:

- A. 無用

- B. 靈感來源與身份認同
- C. 僅限博物館收藏
- D. 被淘汰

答案:B | 解析:傳統是創新的養分。

98. 文化產品價值的關鍵是:

- A. 只有功能
- B. 功能+情感連結
- C. 無文化深度
- D. 僅靠低價

答案:B | 解析:文化增加情感共鳴。

99. 國際文化交流的功能是:

- A. 軍事對抗
- B. 促進和平與合作
- C. 排斥多元
- D. 減少理解

答案:B | 解析:文化外交=軟實力。

100. 文化創新的核心精神是:

- A. 固守傳統
- B. 模仿他人
- C. 承先啟後、推陳出新
- D. 單純商業化

答案:C | 解析:文化創新強調延續與再造。
