

資源運用

內涵	資源類別	資源名稱	內容簡述	運用方式	適用階段
金錢與價值	網站	中央銀行貨幣數位博物館	介紹我國貨幣的歷史發展，宣導貨幣防偽知識及愛護貨幣的觀念和作法，還有一些線上互動的小遊戲可使用。	1. 介紹臺灣流通的錢幣與鈔票，以及其面額。 2. 分辨錢幣與鈔票的真偽與其價值。	幼兒園
	繪本	小雞逛超市 (小魯文化, 2006)	小雞們跟媽媽一起逛超市，媽媽要買青菜、牛奶，小雞們要買餅乾、甜甜圈，到底最後會買哪些東西回家呢？	1. 分享與家人一起逛超市的經驗，並思考家裏常常購買的商品種類。 2. 引導學生思考哪些東西是需要/想要？	國小低年級
		最特別的生日禮物 (道聲文化, 2005)	蘿莎存了錢要買自己的生日禮物，她還有很多想要的東西，但她想挑選件特別的東西，不僅僅是自己喜歡也能帶給他人歡樂的禮物。	1. 討論禮物（商品）的價值。 2. 引導學生重點不是錢財的問題，而是對金錢的價值觀。	國小中年級
家庭收支與儲蓄	影片	中國信託全理力信託：全方位家庭理財 (中國信託, 2019)	影片指出家庭理財中有六項重要目的，分別是子女教育、醫療、目標、傳承、責任、退休六個目的。	1. 讓學生想想家庭的日常消費有那些項目？ 2. 說明影片中雖然說到了六個目的，但不夠詳盡說明家庭支出有那些類別，請學生試著歸納，並分享自己的生活經驗。	國小中年級
廣告與傳媒	影片	2015《4A創意獎》全聯福利中心	影片呈現一些「簡約」的消費的標語，讓消費者可以有質比三家不吃虧的消費觀念。	1. 讓學生觀看影片後寫下自己印象最深刻的一句話。 2. 讓學生討論相同商品在不同通路（便利商店、量販店、文具店、網路）的價錢差異。 3. 討論廣告對家庭消費的影響。	國小高年級

PART 3



PART 3

家庭資源的使用

- 個人資源管理
- 家庭消費決策與財務管理策略
- 消費決策與風險管理





財富與幸福！？

今天是大博管本會每月固定會議的日子，各代表吃過晚餐後，陸軍到會議室開話家常，張太太說著雙胞胎兒子未來是否繼續在私立高中升學，馬先生到一語的志願學堂，孩子們的補習費和生活上等等開支的沉重負擔，張太太說說先王好後家憂，是兒子！是兒育才的開銷，生活自在寬裕。魏太太卻說，兒子是負擔，但也是一種投資呀！我們像，先王生活沒有依靠，早就進行退休帳戶規劃，朋友也說，現在談退休還早，太太一直想去法國住一陣子，希望孩子接受法國教育，但眼前的海外生活費卻不知道怎麼辦？大家看著張太太有這的江太太，希望能得到解方。



主題摘要



本主題從生活中個人資源開路，認識金錢管理與時間管理的原則；了解在不同發展階段中家庭的消費與財務管理重點差異；進一步探究家庭理財的管道、消費決策與風險管理，在新的數位時代在享受資源的同時更要成為“Work hard, think smart, live happy”。

家庭資源的使用

個人資源管理

金錢管理的原則與運用

時間管理的原則與運用

家庭消費決策與財務管理策略

不同生命歷程的重要
家庭消費與財務管理

家庭消費決策與
資產配置

消費決策與 風險管理

家庭理財的相關工具

家庭理財、消費決策與
風險管理



江巷太太徵文裏提到江巷先生生前常說的話：「金錢能買來食物，卻買不到食慾；金錢能買來選擇，卻買不到健康；錢能帶來熟人，卻帶不走朋友；錢買來僕人，卻買不到忠誠；錢帶來享受，卻不能帶來幸福。」

【挪威劇作家亨里克·易卜生(Henrik Johan Ibsen)】



壹、個人資源管理——學習賺錢，也要學習運用資源的智慧

心靈的滿足與物質的需求兩者關係是很微妙的，富有是否等於幸福？可以了解金錢使用對於家庭經營的重要性，進一步說明合宜的金錢管理原則，向增進家庭幸福之路邁進。

陶助的夢幻球鞋

三樓住著臺南家庭，陶仁彥是個臺南人士，在對岸工作，每三個月可以返臺一週，他的妻子毛蓉蓉是個外商公司的行銷人員，善於與人交際應酬，消費有固定的模式，且對品牌有忠誠，他們有一對可愛的龍鳳胎子女，正就讀國中八年級，兒子陶助最近因為加入球隊，看見隊友的機能性球鞋，好像跟球技有直接的關係，但去年的聖誕節已經買了一雙全新的球鞋，他每個月有固定零用錢，有部份是必需的支出，陶助想把整個月的零用錢全拿去買那雙新球鞋……，你/妳有什麼看法呢？

一、金錢管理的原則與應用

（一）認識致富的錢意識

大部份的人們不是含着金湯匙出生，夢想著如何致富擁有更富有的生活。更多的財富也可以幫助更多有需要的人。首先，要改變對金錢的態度，想一想：金錢對於你是什麼意義？「擁有金錢是『為了花錢』」或是「擁有金錢是『為了增值』」？前者的想法較難成為富有的人，後者則是富人的想法，要持續擁有一定的金錢而且用心管理金錢，透過管理增加且增值。

（二）金錢支出的三不政策

1. 「不當月光族」，例如無論領到多少零用錢或是獎學金，當月把所有收入花光，到月底的時候皮夾只剩幾個銅板或甚至見底。

2. 「不貪吃卯糧」，例如聖誕節時看到喜歡的東西，預想1月底過新年時會領到紅包，就先跟別人借錢先把錢花掉，到了1月時把紅包錢再還给朋友或是家人，如果到了1月根本沒有那麼多紅包錢，變成要用生活費還给朋友或是家人。

3. 「不衝動消費」沒有購物清單，沒有自行規劃，看到想買就買，空手出門，滿手而回，後來想想其實也不需這些東西。

其實以上三類行為稱不上「金錢管理」，只是隨心所欲地把現在的錢，未來的錢花光甚至負債，如果你/妳有以上「三不政策」的任一項消費行為，務必下定決定改掉惡習，因為這是正在透支自己未來財務的愚蠢行為。

（三）定下短、中、長期的存錢目標

進行「計畫性」消費，存錢會比較有動力，願意為了自己的生活樂趣、生涯理想等定下具體存錢的目標，例如想要換一雙新的球鞋，算是一項短期目標，可以把每週非必要支出省下來（例如三杯手搖飲料），以零存整付的概念，存一筆小額金額，若正好過新年的時候，家人願意資助新球鞋費用，但可能與你心中「想要」的球鞋價格有一段小小的落差，這時因為手上已有新款球鞋節省下來的存款，就可以跟家人討論新球鞋款式的選購想法！中程計畫可能是一趟畢業旅行的預算，或是金額較大的3C產品等，因人而異；至於長程計畫就是回應第一點提到的「富人的錢意識—擁有金錢是『為了增值』」，即是為人生存第一桶金的意思，從小養成「長程計畫」的儲蓄信念，相信一生受用。

（四）務必改變存款方程式並下定決心

「先存錢後花費」，不論你的收入多少，領到錢的時候，第一件事，把要存的錢先存下來，沒有辦法存到錢的人，通常是先花費，想著等到月底時剩下多少錢就存多少，但是依很多人的經驗，到月底時就已經花光光，成了月光族。

只要將原來的「收入 - 支出 = 存款」改為「收入 - 存款 = 支出」，這樣小小的動作，就可能產生很大的改變，下定決心，付諸行動，積少成多，夢想成真。

一杯珍珠奶茶
開離滿旅行

以一週少喝一杯珍珠奶茶 X 中學六年的日子 X 一年 52 週

50 元 X 6 年 X 52 週 = 15,600 元

有可能夠支付高中同學們規劃的海外畢業旅行——韓國 5 天 4 夜行程團費

* 以上沒有計算通貨膨脹以及存錢或投資的利息等。

(五) 一本帳的威力，一切從記帳開始吧



媽媽問你幾個問題：
你每月零用是多少钱？
你的錢花在什麼地方？
未來一年預計花多少钱？

如果你/妳跟阿助差不多，答不出以上三個提問，可能需要思考，並做些改變。建議先從記帳開始，將所有收入以及所有支出作記錄，就是所謂的「現金流」。有人比喻財富像一個儲水桶，收入就是從上方注入水，而支出就像是下方有數個水龍頭每月支付衣食住行各類花費，如果流入的水多於下方水的流出，財富就會增加；如果流出的水大於上方水源的流入，儲水桶當然就會空空如也。透過一本帳記錄「現金流」，就可以透過記帳了解自己的消費狀況，進行檢討，對症下藥。

然而，達成目標需要持之以恆，但是偶爾沒有做到，不小心不理性消費，也不用過度自責，而放棄原有的信念與計畫，願意「持續記帳」及「先存後花」的持之以恆態度才重要。

二、時間管理的原則與應用

時間資源會伴隨著任何資源的使用而被耗損，感覺上每個人每天都有一樣的 24 小時，為什麼有人已經沒日沒夜地忙碌著，事情還是做不完；卻也有人總能將時間安排得宜，學業、工作跟生活都能一併兼顧到？首先要先了解時間本身有其特性，就可能更懂得珍惜「時間」而作出更有效的運用。



（一）時間的意義與特性

「時間」是相當抽象的，我們看不到「時間」也抓不住「時間」，時間也常常與金錢相提並論，有人說：「時間就是金錢，金錢卻不是時間」，俗話說：「寸金難買寸光陰」，因為時間無法像金錢或是糧食一般先存下來放著，而是不斷往前進行的，今天所發生的事會變成明天的回憶，無法倒轉，因此如何善用「時間」這項寶貴資源，是一件人生大事。

時間具有以下特性：沒有彈性、無法儲存、無法替代、不可回溯等特性，比起金錢、土地、設備等其他資源，時間資源是十分獨特的，它是一無形的資源，並且供給有限，管理學者曾說：「時間是最短缺、不足的資源，然而除非它被管理，否則也浪費了。」

時間的感覺：客觀上每個人一天皆有 24 小時，然而在時間的知覺上卻可能因人而異，一個人會因為情境與心情的不同而對時間有不一樣的感受，比方說：做自己喜歡的事情 2 小時，會覺得那只是 5 分鐘，一下子就過去了；如果上學快要遲到，公車還有 2 分鐘就會到站，但這 2 分鐘感覺特別久，可能會覺得那是半小時，這就是時間的相對論，當我們從事愉快的活動時，常常會有時間過得好快的感覺；相反地，如果是從事我們不喜歡的工作時，總是覺得時間過得特別慢。

（二）時間使用的分類

做每件事都在花時間，而根據人們從事不同活動時間的使用狀況，可將時間做不同的分類：

1. 必要時間：指人們從事生存相關活動所必須使用的時間，例如用餐進食、睡眠休息、如廁盥洗、清潔等必須完成的事務。
2. 約束時間：指人們因角色身分不同，而在生活中從事對應的角色任務所必須花費的時間，例如就上班族的工作、學生上學讀書、家務照顧者料理家務，亦包括通勤、通學等交通時間等。
3. 自由時間（休閒）：指人們除了前面兩種時間以外，個人可以自由支配運用的時間，也可以稱為休閒時間，例如旅行、娛樂、發呆等。

必須了解這種時間相互影響，如果花了很多時間在必要時間，例如還未睡眠的時間過長，到下午才起床，可能失去「自由時間」，延遲計劃去書店逛逛的出門時間，再繼續拖延到晚上回家時間，就可能抱怨，怎麼今天好像沒做什麼，一天就沒了！或者因為考試、趕報告、工作加班，增加的約束時間所壓縮到的可能是必要時間或是自由時間，導致那一陣子都睡眠不足會影響健康，甚至沒有時間與家人好好相處影響家人關係，



(三) 時間使用的原則

1. 時間使用的小撇步 (如圖 3-1)



圖 3-1 時間使用的小撇步

(1) 彈性規劃

訂下計畫目標，要完成的事件很多，如果該項目需要別人的配合，建議先執行，例如母親節與家人聚餐，因為有其他家人會一起出席，需要訂定餐廳場地，這些都是「與他人有關」的項目，就需要先完成，如果是完成一份個人的專題，無論是找資料或是撰寫，可以自己（加班）獨立完成，就比較有彈性，但是如果報告需要訪問一位專家，因為是「與他人有關」，就要先連絡安排行程，另外，凡事都有備案，非常重要，萬一活動當天天下雨或有人生病，要如何應變，若有事先思考配套措施，就能夠臨危不亂，

(2) 避免浪費時間

通常我們要將重要又緊急的事情，安排在一天中最先完成的第一順位，其次是重要不緊急的事情，當然也會有不重要但是又緊急的事情，可

以思考是否有別人可以幫忙代勞，以免耽誤重要又緊急的事情，另一個方法，就是在睡前依重要排序列出明天需要（想要）完成的五至七件事寫在便利貼或是記事簿上，隔天起床帶著便利貼出門，盡可能完成所列事項。

（3）零碎時間運用

何謂零碎時間？筆者曾經調查國高中生的看法，他們認為大概是5分鐘至30分鐘左右都算是零碎時間，例如等公車、等捷運、早到教室等上課、餐廳等位置，人們通常不會發覺這些「零碎時間」的存在，現代人會用來滑手機，如果沒有手機在身邊，通常拿來聊天、發呆，如果能窺覷「5分鐘」的零碎時間，事先準備可以在5分鐘進行的事情，例如對學生而言，寫單字、寫周詩或是聽聽廣播最適合不過，如此善用零碎時間，就可以剩下更多的自由時間，打造生活好時光囉！

零碎時間 的威力

一天掌握並善用兩個零碎時間，
一年下來可以多少時間呢？

5分鐘 X 2次 X 365天 = 3650分鐘

即 60.83 小時，超過兩天的時間，所以不要再抱怨讀書時間不夠囉！

（4）善用資訊科技

對現代人而言，每天不忘帶手機，如何讓手機成為你時間管理的助手，就是值得的學習的項目。記得所有重要事項，無論是家人生日、家人朋友約會、考試日期等重要日期，都可以運用手機預設的「日曆 APP」協助完成，而且可以針對不同活動設定顏色作區別，以及提醒的時間等，非常方便，前文提到，可以在前一晚把明天待完成的任務列出，手機中也有免費的 APP 如 Google Keep（具有的提醒功能），以上提到的軟體不論是什麼手機款式都可以使用，而且能與參加該活動、任務的家人和朋友共享，並透過 Email 通知對方，相信可以事半功倍的完成任務。

2. 時間管理的原則

（1）應用 80/20 原則（重要少數與瑣碎多數的原理）

80/20 原則可以解析生活中發生的事情，80% 的國家財富集中在 20% 的人口中，八二法則（Pareto Principle）的概念來自於義大利經濟學家帕累托發現義大利約有 80% 的土地由 20% 的人口所有，政府若要徵稅，只要掌握那些占 20% 人口的大戶，就可徵得 80% 的稅收，80/20 原則就是「重要少數與其他多數的原理」，應用在有效利用時間原則，許多事情中，屬於重要的只占 20%，而屬於瑣碎的多數則占 80%，在做事

時，如果能掌握那些只占 20% 的重要事務，則能獲得 80% 的效益；做事應有輕重之分，只要掌握重要的少數，即可完成大多數的事。

(2) 應用能力曲線原則（黃金時段原理）

每個人在一天當中都會有數小時，是工作、讀書效率最高的黃金時段，找出你一天當中的黃金工作時間帶，並把這段時間運用在最重要的工作上，可以在週末整天的時間，進行分析自己的行動紀錄，明確找出自己的生理節奏，了解做事、讀書最順利的時間區間，再配合腦部活動的時間區間來改變工作的習慣，藉此提高效率，當然將重要的事情安排在一天中的黃金時段，無論體力、能力、精力、精神、意志等身心狀態皆為最旺盛的時間，做事將會最有效率。



貳、家庭消費決策與財務管理策略——家家有本難唸的消費經

一、不同生命歷程的重要家庭消費與財務管理

(一) 不同人生歷程的財務狀況

以下從人生歷程重大事件與理財生命週期各階段的財務狀況分為八個時期，而各個生命週期階段會有不同的需求，因此，會有不同的消費規劃。生命歷程之重大事件，如完成學業、結婚成家、養兒育女等，對家庭狀態之穩定性皆有明顯影響，以購屋為例，在生命週期處於剛形成階段的家庭，或是老年即將解體之家庭類型，選擇遷移的機率較高（曾喜鵬，2004），以下就從大學畢業開始，介紹不同人生歷程可能的財務狀況，如表 3-1。

我們討論了
不同家庭有不同的人生階段了
不同家庭有不同理財規劃了



何聖修觀點

表 3-1 人生歷程與理財生命週期各階段的財務狀況

	人生歷程	年齡	生命週期描述	財務狀況描述
1	完成高等教育	22	傳統學制大學專科畢業，準備進入職場就業。	身負助學貸款，開始還款計畫資產淨值因助學貸款可能為負數。
2	展開生涯生活期	23~30	社會新鮮人開始累積人生、職場人脈及財務能力。	工作收入起薪較低，尚未成家，支出較少。
3	離巢獨立期	31~35	工作及財務能力大幅成長，開始獨立自主的生活。	工作收入大幅成長，開始買車或投資股票、基金等。
4	成家創業置產期	36~40	(1) 在職場升為主管，承擔責任與壓力。 (2) 結婚成立家庭，準備購屋。 (3) 準備自行創業。	(1) 工作收入雖多，但生活支出大幅成長。 (2) 結婚後，負起家庭養育的責任。 (3) 購屋後開始繳交房貸本息。 (4) 自行創業有資金的需求。
5	當家重責承擔期	41~50	(1) 擔起養育子女的責任。 (2) 職場的管理傳承責任。 (3) 創業的成敗期。 (4) 退休計畫的準備。 (5) 父母年長需要照顧的擔子逐漸沉重。	(1) 工作收入持續成長。 (2) 房貸需龐大支出。 (3) 子女上中學，上學需大筆學費。 (4) 創業資金需求殷切。 (5) 逕行準備退休基金。 (6) 父母孝養金的必要支出。
6	空巢初老期	51~60	(1) 子女離巢，他們有自己的生活或家庭。 (2) 父母長照的壓力越來越大。 (3) 自己身心的老化症狀慢慢出現。	(1) 工作收入成長需緩，若創業成功，收入將大大增加。 (2) 養育子女的支出減少。 (3) 父母長照的支出增加。 (4) 自己的醫療支出逐漸增加。
7	退休準備期	61~65	(1) 準備從職場退休。 (2) 父母照顧成規律。 (3) 子女工作後的孝養。 (4) 自我實現的追求。	(1) 工作收入較為平穩。 (2) 子女孝養金的收入。 (3) 父母長照的支出平穩。 (4) 旅遊支出的增加。
8	退休樂齡期	66	(1) 進入退休銀髮族的生活階段。 (2) 享受退休樂齡的生活型態。 (3) 積極投入志工與公益活動。	(1) 退休年金收入雖穩定，但金額較退休前減少。 (2) 較無家計負擔，支出較先前為少。 (3) 捐贈或公益支出增加。 (4) 開始財富的傳承計畫。

資料來源：陳伯源、林士貴、黃美華、陳國盛（2018），個人理財，新北市：全華。

（二）不同人生歷程的財務目標

1. 二十多歲的你／妳建立信用

- （1）建立個人信用：可能從大學時代就已經有信用卡，現在是時候開始確保你／妳正在積極建立自己的信用記錄，信用記錄將有助於確定信用評分，而信用評分又將決定申請租賃公寓、汽車貸款、抵押貸款等時的信用價值。



- (2) 每月存錢：現在建立應急基金可以幫助你／妳避免在緊急情況下積累大量信用卡債務。節省至少 10% 的薪水以建立應急基金。
- (3) 開始償還就學貸款：一旦有了穩定的收入，你／妳的首要任務就是償還學生貸款，製定還款計畫；然後堅持下去。
- (4) 學習經濟獨立：許多 20 的孩子仍然依靠父母的幫助來解決財務問題，盡快實現財務獨立，這將使父母的錢騰出來用於他們退休時需要和想要的其他東西，使你／妳對自己的生活感到自豪。

2. 三十多歲的你／妳為成家做準備

- (1) 為成家做準備：如果有結婚的計畫，需要調整金錢的運用。
- (2) 開設一個儲蓄帳戶：為買房、結婚、育兒做準備，財務分配上有足夠的資金。
- (3) 應急基金：儲蓄等同半年薪資金額的備用金，縱然自己或是配偶遇到無薪假、重大傷病時仍然可以支付賬量。
- (4) 退休儲蓄：將每份薪水的至少 10~15% 計入退休儲蓄中，讓你／妳退休後 20 年至 30 年內仍能過上舒適的生活。

3. 四十多歲的你／妳啟動退休理財計畫

- (1) 還清所有非抵押債務：40 歲生日時，你／妳應該已經擺脫了所有學生貸款債務、信用卡債務、汽車貸款等。
- (2) 人壽保險：應該開始思考，身為家裡重要的經濟來源，如果不幸無法再負擔這個家，家人該怎麼辦？適當的保險可以給家人多一分保障。
- (3) 著眼未來：持續退休投資組合以確保可讓自己在黃金歲月中過上舒適的生活。

4. 五十多歲的你／妳可以不要為錢煩惱

- (1) 重新平衡退休投資組合：接近退休時，確保你／妳的投資風險最小。
- (2) 還清房貸：可能不是那麼容易，把貸款繳清才能在退休時高枕無憂。

5. 六十多歲的你／妳達成退休準備，維持健康

- (1) 達到退休儲蓄目標：退休之前，你／妳需要確保自己有足夠的退休儲蓄資金來養活自己和家人。
- (2) 變賣資產：變賣不必要的資產，讓你／妳能盡快達到退休儲蓄目標。
- (3) 規劃財產：這時候你／妳應該已經立好一份遺囑，將資產留給信賴的人。

二、家庭消費決策與資產配置

(一) 不同決策類型對財管策略的影響

許多家庭財務管理策略，例如居住規劃、購車與旅遊規劃、子女教育規劃、節稅規劃、家庭保險規劃、投資規劃、退休規劃、遺產規劃等，其中投資規劃對家庭具有重大意義，而產品品質差異又頗大，具有較高的社會、心理和財務

風險。此類決策行為較屬於持久涉入（enduring involvement）（王居卿、吳玲輝，2003）。依財務管理消費者類型區分，財務管理產品消費者大致可以劃分為以下類型：

1. 欠缺經驗型

這類型消費者往往首次購買相關產品，對家庭財務相關產品可能是一無所知，由於缺乏經驗、信心不足，也不易作出決定。面對這類消費者時，需要細微耐心，態度誠懇向消費者解說，提供具有說服力的證據。

2. 懸殊不決型

這類型消費者往往對相關產品要求不高，但優柔寡斷，覺得這個也不錯，那個也可以。對待這類消費者，諮詢者需要態度堅定幫助消費者下定決心。

3. 謹慎小心型

這類型消費者的特點是仔細地研究說明書等文件，對諮詢者的介紹和提問，反應冷漠，出言謹慎，消費者不急於決定，產品需要獲得消費者的信任感。

4. 成熟穩健型

這類型消費者可能已有購買相關產品的豐富知識和投資經驗，對相關商品的本身以及市場訊息相當了解，深思熟慮，冷靜穩健，遇到疑點，一定會追根究底，不容易被說服，他們真正需要是實事求是的諮詢者。

（二）家庭資產配置法則

如何合理分配財產資源，管理控制風險，讓損失降到最低？可以參考「4321法則」（圖 3-2），是家庭理財非常適用的定律。在家庭資產配置中，按照此法則配置資產，可以滿足家庭日常生活開支，通過投資理財又可使家庭資產保值增值。還有足夠的保險保障，4321 法則比例作為家庭資產配置的目標，可以根據自己家庭的財務狀況和風險承受能力，安排好短期、中長期的投資規劃，合理安排家庭資金分配。



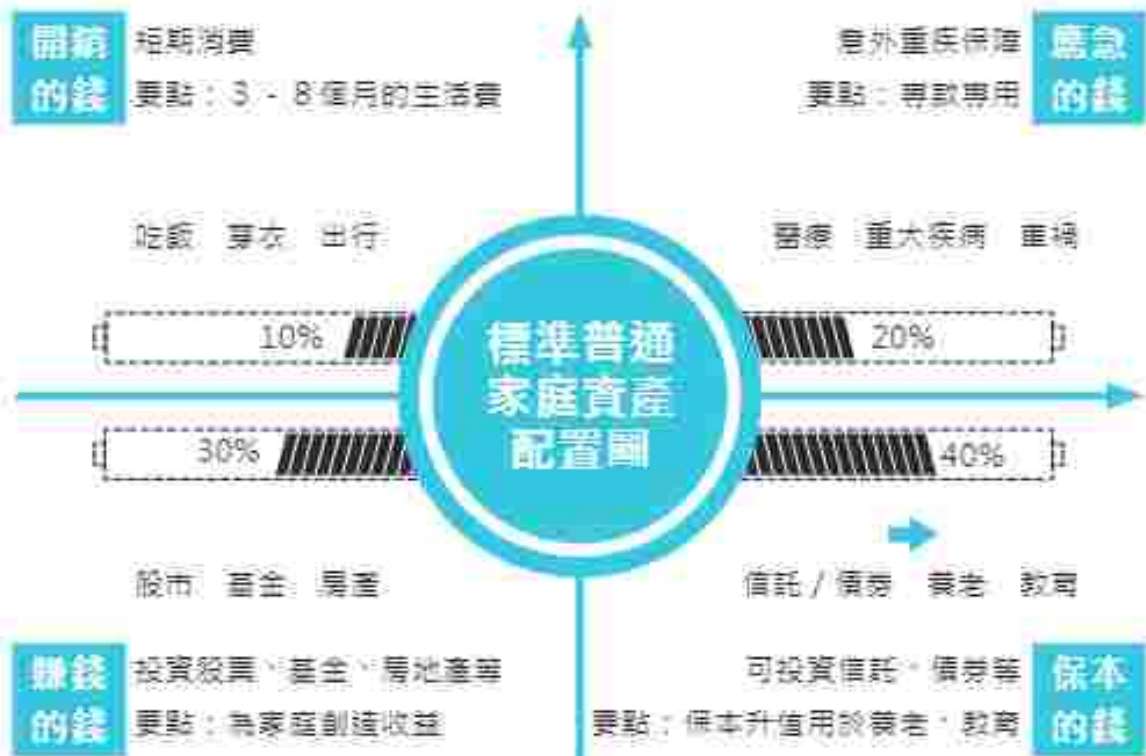


圖 3-2 4321 資產配置法則

1. 保本的錢

總資產中的 40% 可以用作保本升值金，即是風險較低的投資產品如信託、債券（後續再說明相關投資產品）等，雖然投資報酬率沒有一般股票那麼高，好處是比較穩定的回饋以及適合長期投資，目的是作為子女教育金、退休金等。

2. 賺錢的錢

總資產中 30% 的可以進行股票、基金、房產投資等等，這筆中期不會運用到的資金，在股票投資商品因投資報酬率波動較大，如果運用中長期投資、慎選投資標的，作為避險策略，還能享受錢生錢的樂趣。

3. 應急的錢

總資產中 20% 作為緊急應用備用金，天有不測風雲，人有旦夕禍福，無論是生病、意外都是必備的範圍，亦可以購買醫療險、意外險的作為保障的方式，才不至於需額外貸款或是使用高利息的信用卡應急。

4. 開銷的錢

總資產中 10% 為生活開銷的預備金，以保障在沒有收入的情況下，仍然能維持生活水準，最理想的狀態是有平時一個月生活支出的至少三倍的存款，亦可以把這筆資金作短期投資，例如定存，資金可以隨時運用，亦可以比一般活存多賺一點利息。

參、消費決策與風險管理—用對方法才能趨吉避凶

一、家庭理財的相關工具

除了存款，家庭可以運用多種理財方法累積家中財物，但要如何開始投資呢？理財工具有那麼多種，哪一個會比較好？理財工具並沒有所謂的好壞，而是因應不同理財需求作考量，以下分支付、借貸型與投資型兩類進行說明。



(一) 支付、借貸型

顧名思義就是以個人信用或是抵押品作為向銀行借款的理財方式。

1. 信用卡

一般人想到信用卡就是「先享受後付錢」，卻忘了其實這是「貸款」的消費行為，更重要的是「謹慎理財，信用無價」，信用卡的額度取決於個人信用評分、財力證明，申請信用卡或是家人願意給一張附卡讓自己使用的時候，可以享有因「個人信用」而來額外資金週轉，但同時要認知到負擔財務的責任，使用信用卡可以帶來許多便利，運用得當可以建立個人良好的信用紀錄，反之所有的信用額度、消費、還款等好與壞的記錄，都可以在財團法人金融聯合徵信中心（簡稱：聯徵中心）被完整查詢，以下就金融監督管理委員會銀行局（2019）對使用信用卡提出的具體的議，摘錄部份如下：

- (1) 挑選適合自己需求之發卡機構，即了解發卡機構與持卡人權利與義務的關係。
- (2) 拿到信用卡後立刻在卡片背面簽名，並妥善保管。
- (3) 使用信用卡消費時，務必核對簽單上卡號、日期、金額無誤後方可簽名。
- (4) 刷卡後收妥簽帳單存根，以利未來對帳使用。
- (5) 勿隨意把身份證影本提供給他人，以防止不肖之徒偽冒申請卡片，發現卡片遺失，儘速與發卡銀行聯繫辦理掛失停用。
- (6) 切勿過度消費，以免發生無力償還帳款，致信用貶落之情況，一旦持卡人因還款延滯遭強制停卡並登入聯徵中心紀錄後，影響個人信用紀錄，對於持卡人與金融機構之後來，將有重大影響。
- (7) 信用卡契約性質屬繼續性契約，持卡人若不想再用該發卡機構之卡片，應依約定方式終止契約（剪斷寄回、電話或書面告知等），以免發生發卡機構收取年費或新卡遭他人冒用之風險。
- (8) 發卡機構不得要求附卡持卡人清償正卡持卡人使用正卡所產生的帳款，但附卡持卡人仍須就自行使用卡片所產生之應付帳款負擔償之責。

- (9) 信用卡申請時，正卡申請人應年滿 20 歲，附卡申請人應年滿 15 歲。對於年滿 20 歲而申請書填載學生身分者，各發卡機構將其發卡情事通知持卡人之家長，縱然申請書填寫未表明學生身分者，各發卡機構對於 20 歲至 24 歲之申請人，除至聯徵中心查詢是否為學生外，亦會透過管道主動了解申請人確實身分。

財團法人金融聯合徵信中心

只要跟銀行貸款或是申辦信用卡時，審核都是利用「聯徵」方式查詢個人信用資料，銀行才會決定讓你/妳要貸款多少錢。我們怎麼知道個人信用狀？透過聯徵中心即可知道信用報告以及信用評分。現在個人使用「自然人憑」也能線上查詢個人的金融信用狀態與信用分數囉！

小知識：聯徵中心成立於民國 64 年，是國內唯一的跨金融機構間信用查機構，係兼具公營與民營特色的財團法人，同時蒐集個人與企業信用報，並發展個人與企業信用評分，建置全國信用資料庫，以提供經濟主體信用紀錄及營運財務資訊予會員機構查詢利用；進而確保信用交易安全，提升全國信用制度健全發展；並提供主管機關金融監理或政府金融政策擬訂所需資。

財團法人金融聯合徵信中心網站：
https://www.jcfc.org.tw/main_ch/Index.aspx

2. 互助會

俗稱「標會」、「做會」，在法律上則稱為「合會」，標會一直是民間早期極為流行的小額資金融通方式，具有賺取利息與籌措資金的功能，也有人將此作為理財工具，優點可見：獲利高、免課稅、不必提供擔保品；但風險也不小，這種民間互助會常見的倒會糾紛，除了會首假冒會員的名義「冒標」之外，第二種就屬「死會」的會員繳不出會款而逃匿無蹤，致會員無處追討標金，尹章華（1999）指出有鑑於「倒會」頻傳，民法債編增訂「標會」專節，自 89 年 5 月 5 日開始施行，明文規定會首（頭）與會員間的權利義務關係，雖然民間互助會在修法之後，已成為民法「有名契約」的一種，當事人間的權利義務關係也較以往明確，但還是慎選會首及其他會員，才能避免會首因財力不足，滋生糾紛。

3. 預借現金卡

現金卡就是無保人小額信用貸款的「迷你版」（信用貸款需要財力證明或是保證人，貸款上限較高），也是信用卡預借現金的「改良版」（經核准後，一旦要動用，只需在自動櫃員機【ATM】提款即可），相對於小額信貸，現金卡主要功能是信用臨時救急的現金（劉德宣，2002）。顯而易見，現金卡的方便性，以及不用跟銀行打交道，只要有 ATM 隨時就可以提款，借款利息與一般信用卡相當，平均貸款年利率約在 18% 左右，當然比一般信貸高出許多，甚至是一倍以上的貸款年利率。值得注意的是，

部份銀行採每次提領手續費 100 元，或是依每次借款金額乘上 2% 至 3% 的固定比率作為手續費，其實這都是變相成為利息的負擔，提醒消費者，不能只看在還款金額很少，或借錢管道較方便，而不願花時間去研究！財富是積沙成塔而來，花的每一分錢是有意義。

（二）投資型——投資產品

很多人對投資存在擔心害怕的心情，因為「投資」這兩字與「風險」並陳，通常賺取報酬都伴有風險，但是冒風險不一定就有報酬，簡單而言，一般保障型的保險為壽險、意外險，而儲蓄型保險可以保本，但流動性、報酬率很低，其它像是個股、房地產、期貨等投資產品，雖然可能帶來不錯的報酬，但風險較集中，需要花很多時間研究，較不建議作為投資標的，如果要做到足夠分散又不增加管理的難度，基金、ETF 股票會是大部分人開啟投資的好選擇。

投資是隨時可以開始的，很多人誤以為致富的條件是雄厚的資金加上高額的投資報酬率。其實小錢也可以致富，以下舉一個例子，十億元 V.S. 一元的倍數，看看結果如何？

結果從一元開始，每天加前一天的一倍，持續 30 天，最後加總等於十億七千三百多萬元（表 3-2），比一次給十億還要多喔！也許從經濟學角度說，世界上最大的道理就是：今天的 1 元，不等於明天的 1 元；給利息足夠的時間，它能夠給你一個天文數字！



表 3-2 小錢的威力

天數	每天獲得的金額	天數	每天獲得的金額
第一天	\$1	第十六天	\$32,768
第二天	\$2	第十七天	\$65,536
第三天	\$4	第十八天	\$131,072
第四天	\$8	第十九天	\$262,144
第五天	\$16	第二十天	\$524,288
第六天	\$32	第二十一天	\$1,048,576
第七天	\$64	第二十二天	\$2,097,152
第八天	\$128	第二十三天	\$4,194,304
第九天	\$256	第二十四天	\$8,388,608
第十天	\$512	第二十五天	\$16,777,216
第十一天	\$1,024	第二十六天	\$33,554,432
第十二天	\$2,048	第二十七天	\$67,108,864
第十三天	\$4,096	第二十八天	\$134,217,728
第十四天	\$8,192	第二十九天	\$268,435,456
第十五天	\$16,384	第三十天	\$536,870,912
		三十天加總	\$1,073,741,823

愛因斯坦曾說：複利（compound interest）是宇宙間最強大的力量。愛因斯坦說，世界上最強大的不是原子彈，真正驚人的力量是「複利 + 時間」，所以從小錢開始投資也是可以的，以及投資成本較低以提高報酬率，長期持有優質的投資產品是最重要的心法。沃倫·巴菲特（Warren Buffett）曾言：「若你不打算持有某支股票達 10 年，則 10 分鐘也不要持有。」下面就不同投資產品作介紹。

股神沃倫·巴菲特（Warren Buffett）於2008年全球富豪排名第一。11歲的巴菲特，開始在父親的證券經紀商工作，同年也是他頭一次買進股票。他以每股38美元，買進Cities Services的優先股，但在股價達到40美元即予以賣出，不料隨後股價一路上揚，幾年後賣站上200美元，這讓他明瞭投資績優企業，並長期持有股權的重要性。

巴菲特總結自己成功的秘訣：「人生就像滾雪球，重要的是發現很濕的雪和很長的坡。」滾雪球的比喻透過複利的長期作用實現巨大財富的積累，雪很濕，比喻年收益率很高，坡很長，比喻複利增值的時間要夠長。

1. 共同基金（Mutual fund）

由投資信託公司公開募集資金，再將這些資金投資於各類型標的投資模式就稱為基金，常見的分類有：股票型基金、債券型基金、平衡型基金、指數型基金與ETF。

（1）主動型共同基金

主動管理的基金會靠經理人選股、擇時，經理人會依據專業判斷調整基金的持股，幫投資人選股，追求比股票市場大盤報酬率更高的投資組合。主動型共同基金多以投資標的作為基金分類，例如科技型基金之投資標的為科技類公司、股票型基金之投資標的為股票、債券型基金之投資標的為債券等。主動型基金比指數型基金收取較高的投資人管理費或佣金等（在臺灣的主動型基金各項支出包括手續費、交易稅、經理費、保管費、保證費、其他項費用），如果想了解基金內扣費用，可以透過「投信投顧公會網站」查詢。值得注意的是，這些內扣費用會「吃掉了」投資人的預期報酬，縱然當年沒有賺錢，基金經理人仍然會收取相關費用。

（2）被動型共同基金

採行被動投資的基金，以被動投資法的基金經理人，會選取一個對應指數（根據某種規則計算的數值，可以用一個數字來代表當前某市場的整體狀況，例如臺灣加權指數、道瓊指數），然後買進全部的指數成分股，或是具有代表性的成分股，以獲取與指數相同的報酬；有些甚至不靠基金經理人選股，因此沒有單一個股的風險，獲得的只是承擔市場風險的報酬率，亦稱為指數型基金。

無論是主動型或是被動型基金，共同的優點就是小額投資的好朋友——可以定期定額投資。臺灣的股票買賣主要以一張股票（1000股）為單位，如果手上資金不多，沒有辦法購入整張股票；基金則可以自身能負擔的金額進行投資。定期定額投資是指投資人每隔一段時間，通常是每一個月，投資固定金額（例如每月3000元）於固定的基金上，不用在乎進場時間，也不用在意市場價格的起伏，時間到了就固定投資，這種類似「零存整付」。

的小額定期定額投資計畫，透過長期投資加上複利的魔術效應，若能早日開始，也是非常好的投資工具。

2. 股票

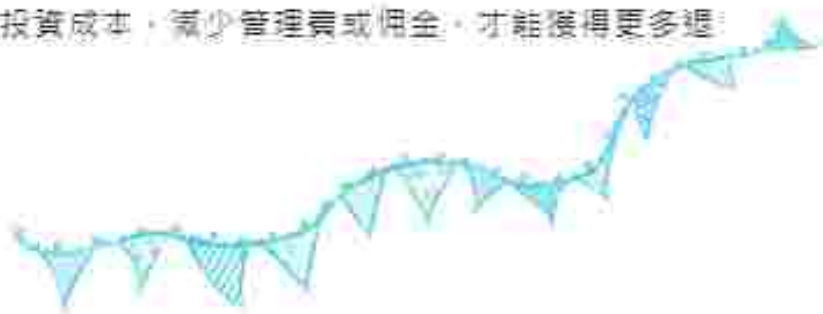
股票是一種有價證券，是股份有限公司為籌集資金發給投資者做為公司資本部分所有權的憑證，成為股東以此獲得股息，並分享公司成長或交易市場波動帶來的利潤，但也要共同承擔公司運作錯誤所帶來的風險（郭錫榮，2015）。若股票買進多於賣出，在需求大於供給的情況下，股價將向上漲，當然如果該公司營運出問題，投資者對公司失去信心，開始拋售股票，就可能造成股票跌價。另外，公司獲利配發股息與股利時是以股票方式發放，就稱做配股。

ETF (exchange traded fund) 稱為股票型指數基金，近年經常聽到 ETF 也可以稱為指數股票型基金。交易所買賣基金，翻譯上都是指能在股票交易所買賣的指數型基金，換句話說，ETF 是被動追蹤某一指數表現的共同基金，並且在集中市場掛牌，像一般股票交易讓投資人買賣。

3. 主動型股票 / 基金 VS. 指數型股票 / 基金

如果不知道如何選擇「個股」（單一公司），因為必須花時間認識、了解該公司的績效以及未來的發展性。而指數型股票由專業機構挑選幾百、甚至幾千家公司的股票編製而成，只要買入任何一隻 ETF 基金，就相當於分散持有了這些公司的股票，但每間公司的占比都很低，這樣有什麼好處呢？就是當一間公司股價暴跌時，對你幾乎沒有影響，不會因為買到一支暴跌的股票，就嚴重拖累投資報酬率（市場先生，2017）。

巴菲特 2014 年致股東信中提到：「投資『指數型基金』，不需要選擇特定企業，而是投資『所有企業』的綜合表現，長期來看，這會是一項很好的選擇，而且與一般共同基金相比，它的成本（內扣費用）非常低，共同基金的投資報酬率時常落後大差，與其投資高成本的主動型共同基金，低成本的指數型基金會是更好的選擇。」巴菲特 2017 年專訪如何存退休金時提到：「別選股了，買指數型基金吧，持續以『低成本』購入，成本極為重要，必須壓低投資成本，減少管理費或佣金，才能獲得更多退休金。」



有關境內基金費用的查詢，可透過投信投顧公會網站：
<https://www.sitca.org.tw/>，進入網頁之後，
 圖1為首頁，路徑為：統計資料／境內基金各項資料／明細資料



● 2019年12月10日

圖 2

The screenshot shows a web browser window with a search results page. The search term is 'W300000'. The results are displayed in a table with columns for 'Page', 'Rank', and 'URL'. The first result is 'W300000' with a rank of 1 and a URL of 'http://www.w300000.com/'. The second result is 'W300000' with a rank of 2 and a URL of 'http://www.w300000.com/'. The third result is 'W300000' with a rank of 3 and a URL of 'http://www.w300000.com/'. The fourth result is 'W300000' with a rank of 4 and a URL of 'http://www.w300000.com/'. The fifth result is 'W300000' with a rank of 5 and a URL of 'http://www.w300000.com/'.

103

二、家庭理財、消費決策與風險管理

(一) 家庭理財與消費決策

家庭還是一個生產、消費及決策的單位。不同家庭中，不同家庭成員的理財態度和參與決策的程度是各有差異，但不論由個人，或是團體共同決策，控管和參與家庭收支，是家庭成員每一個人的責任與義務，如果財務管理不當，很可能造成整個家庭陷入經濟困境，從小學習財務管理，達成家人的理財共識，也是家庭持續幸福關鍵之一。



1. 確實記帳，建立現金流

前面有關金錢使用原則已經提過一本帳的威力。如果覺得手寫記帳很麻煩，建議可以嘗試運用手機下載記帳 APP，手機總是在身邊，透過 APP 就可以隨時記錄現金流的狀況，會大大提升記帳的成效，開始記帳之後，必須對支出項目加以分類並分析，以便於調整各項消費時，有所根據，在這一點上，建議將支出以需要／想要／儲蓄三類來區分，

每月財務分配可參考的「50/20/30 法則」，這對剛出社會的年輕人或不知道該怎麼分配收支的人是相當受用的，因為它非常簡單，而且有效率。50% 是支付日常生活花費，生活中的必要開支，例如日用品、伙食費、水電瓦斯、電話費、治裝費、交通費、醫療費，20% 是在生活中不是需要而是想要的，為了當下欲望的無意義支出，30% 是投資理財或儲蓄，與自己或家人未來的成長性有關的有效支出，例如投資、學習、報紙書籍，投資信託、儲蓄、保險，

建議仍有彈性調整空間，例如雜誌若是因為課業必要，也可以從「消費」調整到「投資」，在分類與比例上，不必僵化固步自封；另外在交際部份，若每週兩次改成一次，也是一種進步，不必非得逼迫自己的娛樂活動全面停擺，「放棄」比「放棄」來得更好。

2. 理性的消費，並注意新型態消費

理性消費是指消費者在根據自己的學習和知覺，在個人消費能力允許的條件下做出合理的購買決策。換個角度，容易不理性消費，可能因手上有額外可運用的金錢／信用卡額度，讓花錢變得很容易，如果要戒掉「過度消費」的習慣，就把信用卡剪掉吧！

尤其在新世代網路普級，網路購物已經非常容易，使用手機或電腦的同時，很容易會獲得大量的產品廣告、團購、特價的促銷訊息，點下「確認鍵」前，更需要理性探討該購物網站或是購物連結是否為優良評價的平臺，或者是有風險的單頁廣告，使用信用卡、電子支付進行消費時，務必以「多重認證」為較安全支付服務，免得花了不該花的錢或是購入不理想的產品又投訴無門，那就後悔莫及。落實前文提到先儲蓄後消費，記帳建立現金流大原則，通用網路消費，須謹慎考慮，



3. 家庭形態，規劃與執行預算

參考「不同生命歷程的重要家庭消費與財務管理」從不同人生歷程的財務狀況及以年齡來劃分的財務目標，為家庭訂定短中長期財務規劃目標。從一開始有收入，以 50/20/30 原則，存到第一桶金；再以「4321 資產分配」為參考，建立自身的財務管理策略。總括而言，投資標的以安全為重，緊急預備金需準備，醫療險也很需要，退休金提早規劃也很重要。

4. 開源節流，財務管理，從小學習

年紀輕的人學習財管及投資的主要目標不在於管理那些冷硬無趣的資產，而在於財務教育，年輕人建立對於理財的責任感這件事比是否賺錢來的重要。年輕人愈早熟悉報酬與風險之間的因果關係及分散性的好處，能愈早在安全而溫和的環境中體驗財務損失愈好（黃遠華、陳儀譚，2016）。



（二）資產風險管理

先談風險，再想報酬，人們一定要先學習有處理風險的能力，才能在理財投資這個活動帶來穩健的報酬。投資人一定要先建立好面對風險的態度與了解處理風險的方法，當投資人認清投資的風險之後才開始投資，而不是受報酬引誘而投資，也才能踏出正確的第一步。常有人言，「高風險高報酬」鮮少被人提及的同義句就是「高風險高虧損」。因為假如高風險可以讓投資確定有高報酬，那其實就沒有風險了。何謂風險？投資過程中，價格的上下起伏會不斷考驗投資人的耐力與情緒控制力之外，最後投資成果的不確定性，才真是投資過程中最大的風險。對於資產風險管理，中外多位財經專家建議歸納如下（安德魯·哈藍、威震、伯恩斯坦、約翰·柏格、沃倫·巴菲特、總角）。

1. 越早起步，風險越低

沒有任何時刻比當下更好，因為永遠不可能比現在更年輕，所以先從每天的現金流記錄開始，那些沒有浪費在高科技產品、「永遠少一件的衣服」甚至是卡債上的錢，都可能在轉成投資後創造出驚人的複利效果。以股票市場為例，雖然股價在歷史上有好幾次、好幾年的低潮，根據過去 90 年的資料，美國股市可以有超過 9% 的年報酬率（丁惠民譯，2012），找到合適的標的物並長期持有，是最佳的投資心法。

2. 透過分別投資到不同的資產類別分散風險

而投資人應針對未來的不確定性，宜事先布局以避險，投資應是針對未來各種不同的經濟狀況做好準備。不同的資產類別，有不同的作用：景氣大好之際，股票讓你參與經濟成長；通貨緊縮之際，現金有保值的效果，可考慮短期的定存；通貨膨脹時，抗通脹債券可以維持你的購買力；金融市場動盪之際，高評等的公債將可發揮保護的效果。

3. 從單一地區到全球分散資產配置

分散到不同地區，處理未來的不確定性，因為不知道未來哪種資產，哪個市場會有最好的表現，所以才在各資產與各市場間進行配置，就像是生物界的「適者生存」原則——「資產配置」讓投資人最有可能適應各種不同狀況而生存下來，而我們就是靠著資產配置成為投資世界中存活的「適者」，平均分配法會是最方便管理的方式，美國、歐洲、亞太與新興市場就各配 25%，除了可以完成全球性分散投資，也可以達到比投資單一地區市場更好的避險與報酬收益。

4. 基金投資忽略了投資成本的風險

在臺灣，買賣基金要付出成交金額某個百分比的手續費，各類費用的投資成本加總有時高達 3% 以上（前文已提到可以透過「投信投顧公會網站」查詢），絳角（2016）指出，理專先拿走交易佣金、基金管理費、銷售佣金、稅款，投資人只獲得剩下的投資報酬，提醒投資就是要計較，投資者請明白「自己是拿剩下的報酬」這個事實，甚至沒有報酬時，這些「先拿的人」，還可以把手伸到你的口袋中，從你的本金中撈錢。

基金與 ETF 的投資門檻低，雖然可提供分散的效果，也替投資人節省時間與精力，但基金與 ETF 本身的成本也必須低廉，那才有機會替投資人帶來最大的效益。

5. 投資者主觀投資習慣造成風險

投資風險一個來自市場，一個來自投資人自己，市場大跌中，原本是短期的損失，因為焦慮而全數賣出，轉為永久的損失，另外，股價持續成長，又定下漲停點，急著賣出，自以為自己可以掌握下跌、掌握上漲，試圖擇時進出，短線操作，投資不是只有下跌的時候是風險，錯過報酬一樣是風險。

另外，聽信名牌，試想假如有人聲稱他參與股市，有穩賺不賠的建議，這些名牌提供者違反了兩個基本原則：一是人性，會賺錢的方法，人一定會留下來自己用；二是基本市場邏輯，沒有人可以持續提供穩賺的標的物，那是不可能的，別聽信傳言而投入大比例資金，甚至融資投資單一公司，臺灣過去 10 年中，股市掛牌的公司有三分之一是被清算或是被合併。

6. 長期投資與降低成本的重要性

指數基金之父約翰·柏格（John C. Bogle）在《一本書學懂投資》一書中提到：「要想獲得『市場最大的可能報酬』，就必須降低買入和持有基金的成本，而散戶要做的，就是購買『持有成本低』，沒有『買進費用』或費用很低的基金，然後盡可能長時間持有。」



7. 選擇可以分散的投資組合與分散投資時間點

就像選擇投資標的時，我們避免持有單一股票，以避開單一股票表現不佳的風險。在投資時間的選擇上，我們避免在單一時間點進出市場，以防範該段時間市場表現極端不佳的風險。投資在錯誤時間的風險，當資金在單一時間點全部進入市場，且單一時間點全部離開市場時，很可能錯過持續的報酬，或是買在歷史上的高點，造成持續的虧損。

8. 隨著年齡增長，股債投資比例宜調整

年紀越大，能承受的投資風險越低，要以低度風險的資產配置為主，可透過增加債券的投資以達到降低風險。低風險資產要配置多少才夠？「低風險資產」指的是投資結果較為確定的資產類別，一般有兩種，一是現金，譬如存在銀行內的存款便屬此類；二是高評等中短期債券，高評等意指債信風險低，中短期則代表利率風險低。個人年齡為中位數，依個人對風險承受程度，可以增加 10% 的債券或是減少 10% 的債券。

透過 ETF 分散 投資個股的分險

譬如美國最大的資產管理公司維航集團 (Vanguard) 發行的「維航全球股市指數 ETF」(Vanguard Total WorldStock ETF, 美股代號: VT)，便持有高達 7445 支股票，比重最高的蘋果電腦也只不過占 ETF 總資產的 1.4%，也就是說，只要你投資這類型的基金與 ETF，即便是跨國大公司破產倒閉，對你投資的影響可說是不痛不癢 (緯角，2016)。

結語：把握當下一現在與未來的平衡

富有是否等於幸福？生活中為了賺更多的錢，花掉大部份的時間並勤奮的工作，非常省吃儉用，把錢一分一毫存下來，努力為未來打算，希望退休生活安樂過日子；殊不知，犧牲了與家人、朋友共聚的美好時光，也不願意花錢讓生活多點樂趣，甚至把身體累壞了，所以達成了所謂存款上「成功」的數字，不一定是有意義的人生。但是一味看重自己的欲望及時行樂的消費價值，覺得非得要高消費來讓自己、家人或朋友快樂才是有誠意，預支了未來的收入甚至生活品質，亦沒有存下備用金作為應急之用，這樣的生活風險太高。

為了未來的好日子，在今天節省一點資源，留給未來使用，這是應該做的事，但不需為了未來而過分犧牲當下。當下，才是每個人最需要把握的時刻，學習在想要與需要中、消費與儲蓄中、現在與未來中找到平衡，適當的消費換取生活上的快樂，而不是只看重一個僅存在於存款簿上的數字，學習用錢的智慧，才能真正駕馭金錢的力量。

資源運用

內涵	資源類別	資源名稱	內容簡述	運用方式	適用階段
個人資源管理	繪本	最棒的鞋(文仕部/兒童文化館, 2013)	主角想要一雙新款球鞋，匆匆到二手店，找到那款鞋，尺碼嫌小，還是勉強買下，結果腳上貼滿繃帶，後來注意到好朋友的鞋子貼繃帶，而且還比他小，主角捫心自問，最後——	運用繪本共讀，讓孩子了解每個人都會有欲望，但理性的抉擇過程很重要，學習自己擁有雖然有限，仍然能看見別人的需要，且願意分享，培養人性高尚的美德。	國小高年級
		我的爺爺(蘭林, 2015)	小男孩跟著爺爺和鄰居早到晚的生活，鄰居是場場時間跑，爺爺是與時間散步，品味每一刻，全書最後一句，小男孩說：「和爺爺在一起的時間總是過得特別快。」	繪本共讀，如何在有限時間中，完成各種工作很重要，更重要的是欣賞生活中的人事物，享受與家人的共處時光，成為時間的主人。	
家庭消費決策與財務管理策略	影片	理財第11課：金錢規劃-記帳(臺北市教育局，均一教育平臺)	講述一位有記帳習慣的同學幫助他的月光族同學開始記帳，按喜好用手寫帳本或是用手機APP，以及分析個人現金流向的狀況，理財就是從記帳開始的重要性。	討論理財的開端，以自己喜歡的方式，開始每天的現金流向紀錄，並持之以恆，經過一個月後，帶領學生進行個人帳目的分析，為下一個月立下改善的目標。	國中
消費決策與風險管理	影片	財富自由(財富自由工作坊, 2016)	臺灣團隊改良20年前美國的「現金流」桌遊，讓參與者從選擇職業開始，透過領薪水、投資、房地產、生意機會等事件，建立正確的理財觀念、實踐想法與規劃。	適合體驗財務管理歷程。 1. 模擬人生職場狀況和投資環境。 2. 體驗股票、房地產、創業的臺灣情況。 3. 破關同時，也學到正確的財務觀念。	高中

PART 4



PART 4

家庭消費與社會環境

- 全球消費教育發展趨勢
- 家庭消費教育



故事內容

難得放假，魏主任和謝淑惠夫妻倆正一起去市場買菜時，看見菜攤老闆正跟客人說明自備竹筴裝裝蔬菜的好處，而且還可以享受優惠的事情。

聽著菜攤老闆說減少塑膠袋的使用會破壞地球環境，夫妻兩人看著才去提過大大小小的塑膠袋，不禁感到有些難為情……



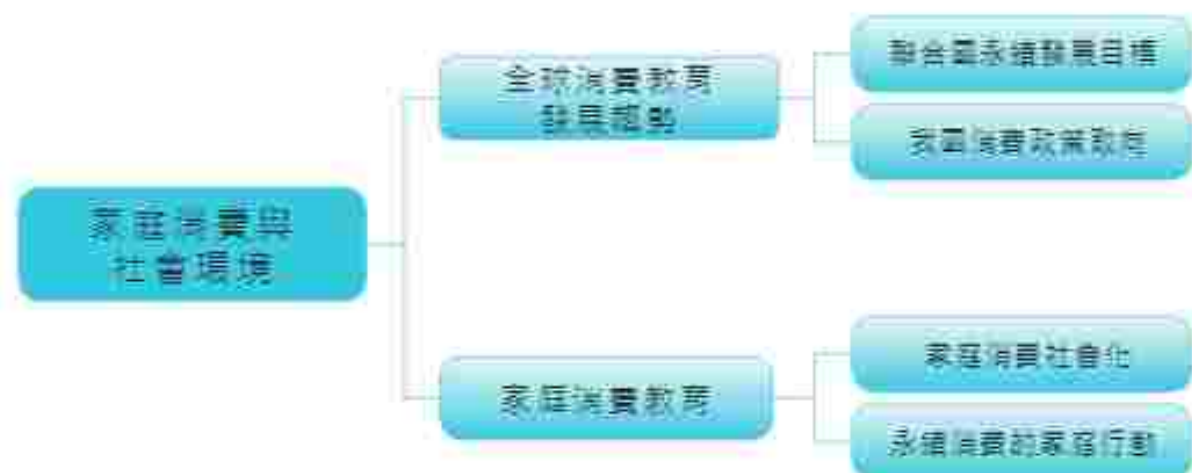
為什麼這天去
感到難為情呢？



主題摘要



這個主題主要說明如何在家庭消費生活中，尋獲永續發展精神，進行愛惜自己與地球環境的消費行為。首先介紹永續消費的內涵，接著說明我國消費政策現況，最後從家庭的角度討論配合政策甚至主動實踐符合其他情神的永續性消費行動。



壹、全球消費教育發展趨勢—共創更公平的未來

一、聯合國永續發展目標

現在是地球村的時代，科技發展促使我們與世界各國的互動更為密切，而各種行動也對全球發展造成影響。聯合國於 2000 年千禧年發展目標之訂定，就開始著眼於全球的永續發展與夥伴關係，儘管有所成效，但是仍有許多尚未解決的問題，聯合國於 2015 年的高峰會將千禧年目標未達成的部分，進一步擬定永續發展目標報告 (United Nations, 2016)，規劃出 17 項目標的永續發展目標 (Sustainable Development Goals，簡稱 SDGs)，作為 2030 年之前，成員國跨國合作的指標，強調我們應該在不損害後代子孫生存所需之發展需求而還能滿足現今人類的生存模式 (United Nations, 2016)。

SDGs 的訂定具有三大發展面向，分別是「經濟成長」、「社會進步」與「環境保護」，兼顧了人類、自然、環境生態的均衡發展面向，強調人們要能公平正義地對待世界各國人民，共同發展繁榮社會並保護地球。在聯合國官網對於 17 個目標及內容都有說明，臺灣也陸續有學者與關注環境永續發展的組織提醒應跟上全球永續發展的趨勢，SDGs 的 17 項目標及其意象圖如圖 4-1 所示：

聯合國永續發展目標 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



圖 4-1 聯合國永續發展目標——2030 年

資料來源：公益交流站（2016a），SDGs 專欄 / 世界正在翻轉！認識聯合國永續發展目標，2019 年 7 月 10 日取自 <https://npost.tw/archives/24078>

Lanzini（2018）指出「永續」並不是全新的概念，其源自 1980 年代對環境污染的關注，引發政府開始制定與環境保護及人類健康的政策，然而從媒體地報導及學者的研究，都發現環境問題變得更嚴重，永續議題之急迫性躍升（Lanzini, 2018），成為聯合國推動國家發展的主軸，「負責任的消費及生產（responsible consumption and production）」被列為 SDGs 的第 12 項目標，旨在推動「自然資源的永續管理及有效利用」，倡導人們應管理消費行為的合理性，應思考減少碳足跡，避免對環境造成毒害等的破壞行徑，說明發展永續消費的生活智慧實為全球人類生存之所需。

根據目標目標內容，
該如何落實才適切？

SDG12：負責任的生產消費 目標項目

全球零售端與消費端的糧食廢棄物減少 50%，期望以糧食廢棄物為起點，利用源頭減量、回收與再利用來減少廢棄物；以符合環保的方式妥善管理化學藥品與廢棄物；鼓勵企業採取可永續發展工商業的作法，並將永續相關資訊納入報告中；政府採取可永續發展的公共採購流程，並依據國情改革對化石燃料的補助，調整課稅，反映對環境的負面影響。

資料來源：公益交流站（2016b），SDGs 專欄 / 聯合國永續發展目標，2019 年 7 月 10 日取自 <https://npost.tw/archives/26431>

為什麼特別要標明「負責任」呢？我們平時的消費行為有哪些問題？負責任的消費應該具備什麼精神呢？人類早已進入以消費為主要生活模式，卻可能不知道我們透過不適當的消費生活，已經對整個地球環境造成極大的破壞，殊不知繁榮生活的表象卻隱含發展失衡的隱憂。聯合國早於 1992 年《里約宣言》已將「永續發展」與「消費」做連結，提出：「為實現永續發展的理念，並提高所有人的生活質量，各國應減少並消除不能永續的生產與消費模式（United Nations, 1992）」，英國動畫家史蒂夫·卡茨（Steve Cutts）更透過動畫片「人類（MAN）」諷刺人類在地球上恣意破壞環境與生態系統，最終成為地球廢墟的霸王，這些都在說明大眾對於消費行為影響力的無知，透過種種消費行為扮演破壞環保的隱形殺手（Ryan & Durning, 楊永鈺譯，2002）。



二、我國消費教育政策

全球關注於消費行為的發展始於 1962 年美國甘迺迪總統於國會提出消費者基本權利，跨國性的消費者國際組織（International Organization of Consumers Unions, 簡稱 IOCU）成立於 1960 年，在 1983 年將消費者教育列為八大權利之一（陳秋正、廖世机，2014）。我國則於 1994 年於行政院下成立消費者保護委員會（簡稱消保會）（行政院消保會，2017a），扮演監督與協調消費者保護事務之推動，以保障消費者權益，促進國民消費生活安全，並提升國民消費生活品質（行政院消保會，2017b）。

從發展的歷程來說，我國在消費者教育的發展晚於歐美與日本許多，從行政院消保會網頁上的資訊可以知道，在如何增進消費教育的策略上並沒有太多的著墨，但基本上多參酌歐美等國際組織的發展訊息，像是呼應聯合國的永續發展趨向，消保會於 2000 年即提出「永續消費」概念，制定「消費者保護——推動永續消費」的政策綱領，對於消費者的合理行為提出規範。

推動永續消費政策綱領

消費者為滿足生活上身心靈需求所購買的商品或服務，各部門除了應確保其安全衛生外，應在整個產品的生命週期中致力於減少物質、能源及自然資源的使用，降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用性質，以避免造成環境負面影響而直接或間接危及現在和未來世代消費者的生命、身體、健康和財產。

在此綱領之下，所擬出的政策目標有六項（圖 4-2），都在強調保障消費者的安全與福利，在「改變消費行為模式」項目中所提出的行動策略完全符合聯合國提出的永續消費精神。

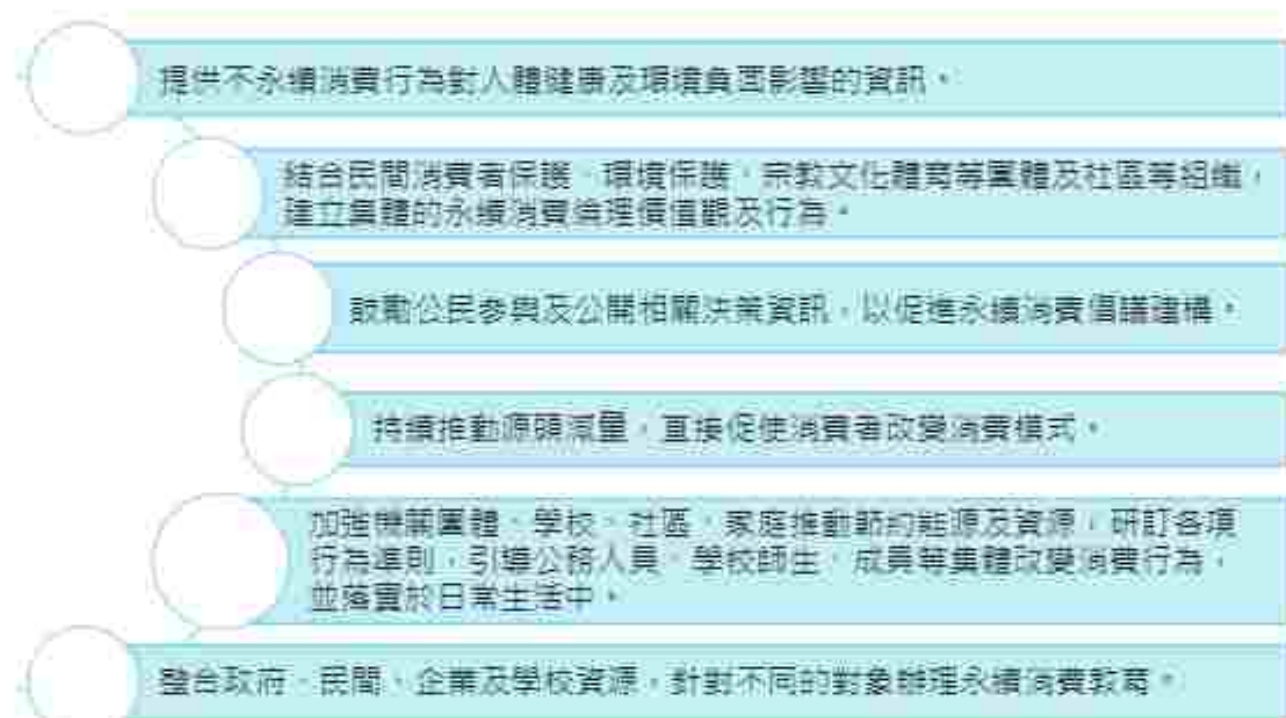


圖 4-2 行政院推動永續消費政策「改變消費行為模式」行動策略之內涵

資料來源：行政院消費者保護會消費者保護處（2016），「消費者保護--推動永續消費」政策綱領，取自 <https://cpc.ey.gov.tw/Page/98DE1EE6868082EB>

消保會對於國際消保資訊的傳遞著力較多，例如分享 2015 年「聯合國消費者保護指導綱領（United Nations Guidelines for Consumer Protection）」中所修訂的內容，凸顯國際上對於「保護易受傷害及弱勢消費者；促進永續消費模式；保護電子商務消費者；保護消費者隱私和資訊全球流通」等議題的關切（行政院消保會消費者保護處，2016）。又透過世界消費日主題報導，特別指出 2020 年世界消費日的主題就是「永續消費」。

近年來政府較積極關注聯合國大力推動的 SDGs 目標，並開始反映在高等教育的課程與研究發想上，2016 年起，教育部成立大學社會責任推動中心，辦理「大學社會責任（University Social Responsibility, USR）」計畫，倡議大學教育課程發展的必須要關注在社會的發展並應用所學服務於其生活中，確認 SDGs 的方向就是大學 USR 的方向（教育部，2018）。後續又徵求「故事力」計畫，直接說明需連結 SDGs 的內涵促進大學生的多元表達的敘事能力，2020 年制定「永續循環校園探索及示範計畫」，呼籲大學必須加速與 SDGs 的目標連結，培育對人類世代及各物種永續發展具有使命的世界公民（教育部全球資訊網，2020）。

對於企業界的行動引領上，則是民間單位扮演主力，臺灣永續能源研究基金會因國際永續發展的思潮，自 1992 年起舉辦「臺灣企業永續獎」，大力推動「企業社會責任 (Corporate Social Responsibility，簡稱 CSR)」，表揚為臺灣永續發展努力的企業單位 (臺灣永續能源基金會，2019)。

有關於增進民眾朝向永續發展的生活策略上，大致屬於行政院環境保護署的責任範疇，為大眾熟悉多在垃圾處理的層面，早期的垃圾分類教育、後來的垃圾不落地，乃至於現在宣導的資源回收等，多屬於消費後廢棄物的處理，但在宣導民眾正確消費的內涵上較少推行，2019 年有感於全球塑膠垃圾危害問題之嚴重，透過行政命令直接對民眾的消費生活限制塑膠袋的使用，算是規範民眾的消費行為，但整體說來，臺灣的消費教育政策偏向消極的消費後之廢物處理，並不強調事前正確的消費知能的推動，希望近年來教育部從高等教育著手，民間單位從企業面向著力，透過產、官、學的不同面向合作，可以為臺灣的消費教育迎向永續發展的未來 (圖 4-3)。



圖 4-3 產、官、學合作推動永續發展



貳、家庭消費教育——天天都在「消費社會化」！

林國慶：全世界都面臨性的消費社會問題，
我們不能不關注了！



阿曼德林點

透過前面的介紹，知道我國政府與民間單位因應世界發展趨勢而有所作為，身為天天在消費的我們如何面對這樣的趨勢做出適切的消費行動？家庭可能扮演何種角色？我們都知道家庭對個人成長與行為的影響力向來扮演關鍵角色，聯合國從 1994 年頒訂國際家庭年時，以「家庭：變化世界中的動力與責任」之主題開啟了關注家庭的國際化關聯性，自此之後在每年的國際家庭日（5 月 15 日），都會因應國際情勢制定凸顯家庭為社會基本角色之主題，強調透過家庭更有助於驅動個體行為改變的效能，對應於謀求永續發展的全球趨勢，2016 年起，國際家庭日主題都直接與聯合國 SDGs 的精神相呼應，即在倡議發揮家庭角色以促進個人及家庭行為的永續性發展。

一、家庭消費社會化

我們都知道家庭是個體成長最初的場所，也了解對個人行為的影響力，尤其是分析消費者行為的重要單位（曾光華，2016），扮演教育個人如何消費的重要管道。然而，我們有注意自己與家人的消費習慣嗎？外出購物前我們會做哪些準備呢？故事中魏生梓他們夫妻的消費行為與他們自己的原生家庭的生活習慣會有什麼關係呢？

聯合國國際 家庭日主題

- 2020 年：發展中的家庭
- 2019 年：家庭及氣候行動：聚焦 SDG 目標 13
- 2018 年：家庭與社會包容
- 2017 年：家庭、教育、與福祉
- 2016 年：家庭、健康生活與永續未來

資料來源：United Nations (2020). *International Day of Families*. Retrieved from <https://www.un.org/en/events/familyday/>

事實上，我們透過不同的消費歷程，學習消費所需知能，反映成長階段不同的消費需求與特色，與家庭的生活息息相關，這種從小到大學習如何購買與消費來融入社會的歷程，即稱為消費社會化（consumer socialization）（曾光華，2016）。我們從下面兒童消費社會化的歷程（圖 4-4），可以了解孩子很小在跟著家長生活中觀察大人的消費行為，當他們長大過程中，隨著成熟度而逐漸增加自主消費的程度。家長可以根據孩子的發展狀況，陪伴並引導他們正確的消費價值，由此可知，要培養個體具有永續精神的消費習慣，家庭扮演著關鍵角色，



圖 4-4 兒童消費社會化歷程

資料來源：曾光華（2016），消費者行為：洞察生活，掌握行銷（454頁），臺北市：前程文化，

當了解了家庭對個體消費行為的影響力，就可以檢視我們在日常生活中的消費行為可能傳遞給孩子哪些消費價值？並進一步思考這些價值可能如何影響孩子們的消費行動？透過圖 4-5 的思考架構為起點，幫助我們從日常消費行為中建立具有永續消費精神的家庭生活，讓孩子們在自然生活情境中即涵養出永續消費的生活態度，



盡可能購買最新流行的服飾，若是不喜歡再捐出去	新發行的玩具，要立刻買給孩子，增進孩子與同儕的關係
這些行為與永續消費的關聯性？	
聚餐吃到飽，取用食物愈多愈好，剩下的食物餐廳會處理	包子饅頭獨立包裝，再用大袋子裝好才確保衛生

圖 4-5 具永續消費素養的家庭消費行為思考

二、永續消費的家庭行動

假設我們是張王精這對夫妻，在對應上述雙端消費模式的行動策略時，可能想到的改善做法有哪些呢？



當我們了解了永續消費的重要性，也知道家庭對個人發展消費習慣的扮演關鍵角色。檢視了家庭日常消費生活可能隱含的消費價值之後，更進一步可以想想，我們能夠如何發揮家庭的正面影響力，更積極地配合 3R3E 綠色消費原則（圖 4-6），甚至是為促進社會更美好的發展而主動倡議永續消費行動呢？透過實例報導看看能提供我們哪些發想的靈感！

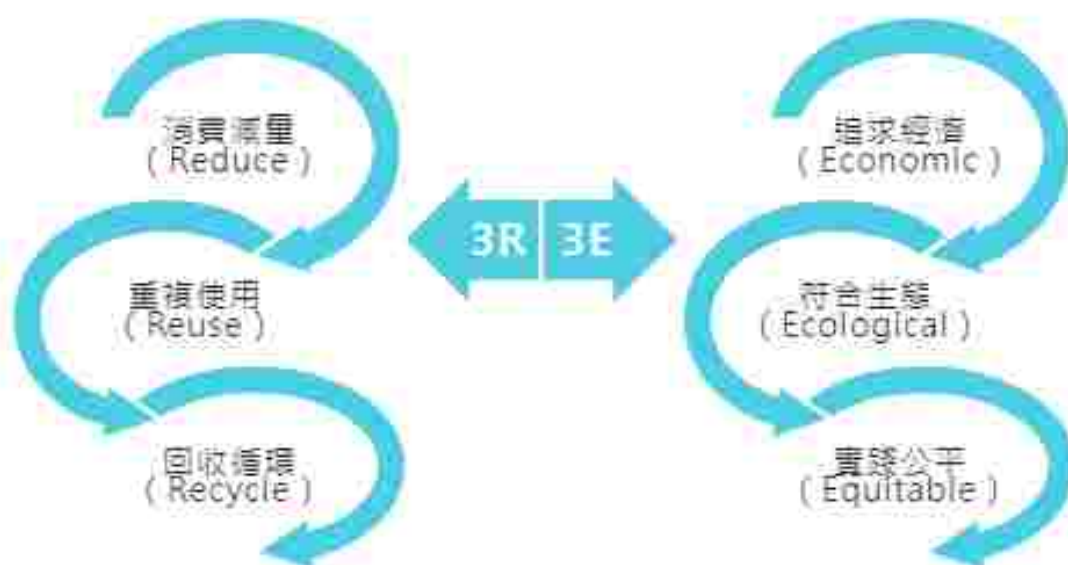


圖 4-6 綠色消費 3R3E 原則

資料來源：環境資訊中心（2018）。六個綠色消費觀 日常生活發起全球革命。2020 年 3 月 20 日
 取自 <https://e-info.org.tw/node/211901>

◎ 11 歲的 Felix Finkbeiner 因為看了環保紀錄片「不願面對的真相」而發起推動種樹救地球的行動，他站在聯合國堂上疾呼：「挽起袖子穿上膠鞋，種樹吧，幫地球呼吸吧！」

資料來源：王冠雄（譯）（2013），11 歲男孩的祈禱：一起種樹救地球（原作者：F. Finkbeiner），臺北市：大田出版。

◎ 近兩、三年，不賣包裝、只賣內容物的「裸裝商店」愈來愈流行，本文帶你逛 6 個環境友善場域，看看他們如何從生活中減塑，把廢棄物降到最低。

資料來源：環境資訊中心（2019），「裸裝」正流行！臺灣六個追求零廢棄的店鋪故事，2020 年 3 月 12 日取自 <https://e-info.org.tw/node/219641>。



從前面報導故事中，11 歲的法國男孩，或是在臺灣推行不賣包裝的商店老闆，會發起上述行動的原因是什麼呢？如果大家都配合的話，又將對人類與地球環境帶來哪些幫助呢？

有關我國民眾在生活中實踐永續消費的狀況如何？政府並沒有特別的整理資料，學術上的探討資訊也不多。根據廖世机（2018）於所著書中以 2008 年的調查民眾的消費態度與行為，發現多數民眾不會因為包裝過多而影響消費意願，但在消費意願上則是傾向支持永續消費的，可以看見「知道」與「行動」之間的落差，那麼現今的民眾在我們已經推動消費教育數十年以來，是否有更多的進步？一份調查臺灣大學生的全球公民素養的研究，陳淑敏（2016）發現大學生自評在「改變生活或消費習慣以維護資源的永續性」的態度上有達中上程度，但行動面向則低於平均值，表示行動力不及態度面積極，似乎在生活中落實有益於永續發展的生活或消費行為還是不容易，對應筆者這幾年透過課程的調查資料，發現學生對於支持永續消費的態度確實是很正面的，但從他們在實踐行動的回應中，也發現他們認為落實是有困難的，那麼要如何才可以找到好的推動方法？如果個人行動是不容易的，能否透過團隊或是從影響個人成長最深的家庭做起呢？基於消費是家庭的主要生活行為，若能結合資源管理的原則搭配圖 4-7 進行家庭消費的思考，養成從小就能關注友善環境、珍惜資源的消費行為，合宜運用物資，家庭無疑就是扮演了促進永續發展的最佳推手。





圖 4-7 通用資源管理原則構思永續消費行為



資源運用

內涵	資源類別	資源名稱	內容簡述	運用方式	適用階段
全球消費教育發展趨勢	影片	MAN(Steve Cutts, 2012)	人類為滿足自己的各種目的，恣意破壞地球環境與生態系統，包括殺死各種動物、剷除樹木、毒害環境。最後，人類成爲了一片廢墟中的國王。	透過課堂觀賞，引導學生思考：這個影片帶給我們的感覺？觀察我們日常生活的行為與影片中的人有相近的行為嗎？有可能如何調整？	高中
		不願面對的真相(派拉蒙影業-2006)	以紀錄片的形式，收錄報導人類為滿足各種需求而對環境生態與人類健康造成的危害問題。	引導學生思考自己是否出現與影片中類似的行為或是發現？可如何改善？並引導學生與家人一起觀看影片及討論分享。	
家庭消費教育	影片	美味的代價(Food, INC.) (Robert Kenner, 2008)	美國食品工業的紀錄片，探討許多食物來源與食品加工的問題。	引導學生思考如何了解自己的食品來源與消費的問題？並可引導學生與家人一起觀看影片及討論分享。	高中
		環保反思考時尚，提倡永續時尚思維(中國電視公司- 2018)	以服裝消費的過度消費問題，一併提到對環境污染的議題。	透過課堂觀賞引導學生思考自己平常的穿衣習慣有那些不符合永續消費的精神？可能如何改善？	



參考文獻

- 丁惠民（譯）（2012）。用死薪水輕鬆理財購千萬：16 歲就能懂、26 歲就置產的投資祕訣（原作者：A. Hallam）。臺北市：大是文化。（原著出版年：2011）
- 中央銀行券幣數位博物館（2020）。取自 <https://museum.cbc.gov.tw/web/sitemap.aspx?menu=1>
- 公益交流站（2016a）。SDGs 專欄 / 世界正在轉！認識聯合國永續發展目標。2019 年 7 月 10 日取自 <https://npost.tw/archives/24078>
- 公益交流站（2016b）。SDGs 專欄 / 聯合國永續發展目標。2019 年 7 月 10 日取自 <https://npost.tw/archives/26431>
- 尹皇華（1999）。會首跑了，照常標會。臺灣法律網。2020 年 3 月 14 日取自 http://www.lawtw.com/article.php?template=article_content&area=free_browse&parent_path=.1,403,&job_id=6773&article_category_id=404&article_id=6661
- 比特幣-臺灣（2020）。認識比特幣。2020 年 6 月 27 日取自 <http://www.bitcoin-tw.com/>
- 王雪蘭、吳裕輝（2003）。手段—目的鏈模式之應用研究—以高層入住宅產品為例。淡江人文社會學刊。16。17-48。
- 王琇瑩（譯）（2013）。11 歲男孩的祈禱：一起種樹救地球（原作者：F. Finkbeiner）。臺北市：大田出版。
- 市場先生（2017 年 11 月）。ETF 是什麼？如何投資 ETF 才能有 6% 報酬率？2020 年 4 月 3 日取自 <https://rich01.com/etf0050/>
- 行政院主計總處（2019）。家庭收支調查報告。取自 <https://win.dgbas.gov.tw/files/all.asp?year=107>
- 行政院消費者保護會（2017a）。行政院消費者保護會設置要點。取自 <https://cpc.ey.gov.tw/Page/B8F7D147D19CE987>
- 行政院消費者保護會（2017b）。「消費者保護—推動永續消費」政策綱領。取自 <https://cpc.ey.gov.tw/Page/98DE1EE68680B2EB>
- 行政院消費者保護會消費者保護處（2016）。新版《聯合國消費者保護指導綱領》簡介。取自 <https://cpc.ey.gov.tw/Page/559E08C391592C8C>
- 吳登汶（2010）。臺北市河濱自行車道參與者傳播媒介使用對風險知覺影響之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。

- 李佳蓉、林佳慧、范郁如、蔡月美、劉美嬌、廖彩秀、盧奕利 (2020)。國中綜合活動領域三上教師手冊。臺北市：廣軒文教。
- 周卓明 (2016)。創意思考訓練 (第六版)。新北市：全華。
- 周麗端、錢秀珍 (主編) (2019)。普通高級中學家政。臺北市：幼獅文化。
- 林如萍 (2005)。家庭資源管理的發展。載於林如萍等 (編著)。家庭資源與管理 (4-40 頁)。臺北縣：空大。
- 林如萍、周麗端、徐達光、柯樹馨、詹先梅 (2005)。家庭資源與管理。臺北縣：空大。
- 林修禾 (2016 年 3 月)。兒童的理財課程：想要與需要。未來家庭。2020 年 3 月 14 日取自 <https://futureparenting.cwgv.com.tw/family/content/index/3083>
- 林勝義 (2018)。社會政策與社會立法：兼論其社工實務。臺北市：五南。
- 金融監督管理委員會銀行局 (2019 年 8 月 27 日)。如何正確使用信用卡。取自 https://www.banking.gov.tw/ch/home.jsp?id=261&parentpath=0,5,68&mcustomize=onemessages_view.jsp&dataserno=5134&aplistdn=ou=data,ou=credit,ou=one,ou=chinese,ou=ap_root,o=fsc,c=tw&dtable=Credit
- 柯樹馨 (2005)。社會資源網絡。載於林如萍等 (編著)。家庭資源與管理 (302-337 頁)。臺北縣：空大。
- 約翰·柏格 (2015)。一本書學識投資。香港：天壹。
- 胡新譯 (2019)。跟著大衛·哈維讀《資本論》(原作者：D. Harvey)。臺北市：漫遊者文化。
- 童雪琴 (1991)。教孩子用錢。臺北市：時報文化。
- 詹先梅 (2005)。家庭資源管理的概念與原則。載於林如萍等 (編著)。家庭資源與管理 (44-77 頁)。臺北縣：空大。
- 黃頌志 (2001)。高雄與臺北兩市民眾報紙閱讀動機與行為之比較 (未出版之碩士論文)。中山大學，高雄市。
- 商業周刊 (2017)。一張圖表秒思考：換工作、要開店、想存錢、不瞎忙。視覺化思考快速解決工作 & 生活大小事。臺北市：城邦商業周刊。
- 國家教育研究院 (2019 年 12 月)。十二年國民基本教育課程綱要 國民中小學暨普通型高級中等學校議題融入說明手冊。取自 <http://www.naer.edu.tw>
- 張傳聰 (2001)。人間有溫情 生命有資源——談生命教育的社會資源網絡。教育資料集刊，26，275-287。
- 郭錫榮 (2015 年 8 月)。認識股票的基本概念。證券服務，639。2020 年 4 月 3 日取自 <https://www.twse.com.tw/ch/products/publication/download/0001001988.pdf>

- 陳亦苓（譯）（2019）。工作哲學圖鑑：以 360 度的全面性觀點來思考（原作者：村山昇）。臺北市：悅知。
- 陳伯源、林士貴、黃美華、陳國堅（2018）。個人理財。新北市：全華。
- 陳好寧（2016 年 3 月 24 日）。NPOs 的臺灣群眾募資平臺總整理。公益交流站。2020 年 4 月 20 日取自 <https://npost.tw/archives/23899>
- 陳秋正、廖世机（2014）。我國消費者教育推動策略之研究。消費者保護研究，18，49-92。
- 陳雅玲、孫秀惠（2006 年 5 月 4 日）。3 大財富能力才是最有價值的資產。商業周刊，963。
- 曾光華（2016）。消費者行為：洞察生活、掌握行銷。臺北市：前程文化。
- 曾嘉維（2004）。居住遷移與住宅選擇模式建立之研究－以住宅消費失衡與調整為觀點的解釋（未出版之博士論文）。國立臺北大學。臺北市。
- 黃迺軒、林如萍、詹先梅、陳芳茹（2001）。家庭概論。臺北縣：空大。
- 黃逸華、陳儀（譯）（2016）。投資金律：建立獲利投資組合的四大關鍵和十四個關卡（原作者：W. Bernstein）（361 頁）。臺北市：城邦。（原著出版年：2010）
- 楊永鈺（譯）（2002）。不可思議的消費鏈（原作者：J. C. Ryan, & A. T. Durning）。臺北市：新自然主義。
- 廖世机（2018）。永續消費與消費公民權。臺北市：鈞蓀圖書。
- 廖森貴、鄧筱婷（2003 年 11 月）。廣告代言人、顧客價值對購買意願之關係研究。2003 知識與價值管理學術研討會發表之論文。國立臺北科技大學。
- 綠角（2016）。綠角的基金 8 堂課。新北市：經濟日報。
- 臺灣銀行（2020 年 3 月 26 日）。最新牌告匯率資訊。取自 <https://rate.bot.com.tw/xrt>
- 劉德宣（2002 年 7 月 4 日）。現金卡該怎麼用。今週刊。2020 年 3 月 14 日取自 <https://www.business today.com.tw/>
- 墨刻編輯部（2016）。出發！日本自助旅行：一看就懂 旅遊圖解 Step by Step 2016-2017。臺北市：墨刻。
- 蔡瑞華（2000）。臺北市國中生的金錢態度之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學。臺北市。
- 蔡燕婷（2000）。廣告代言人、廣告訴求對廣告效果的影響（未出版之碩士論文）。淡江大學。新北市。
- 蕭富峰、張佩娟、卓峰志（2010）。廣告學。臺北市：亞太。
- 蕭湘文、蔡蓉蓉（2008 年 10 月）。學齡前幼童對廣告的認知解讀。第十六屆中華民國廣告暨公共關係國際學術與實務研討會——數位環境下的整合傳播發表之論文。國立政治大學。

- 環境資訊中心 (2018)。*六個綠色消費觀 日常生活發起全球革命*。2020 年 3 月 20 日取自 <https://e-info.org.tw/node/211901>
- 環境資訊中心 (2019)。*「裸裝」正流行！臺灣六個追求零廢棄的店鋪故事*。2020 年 3 月 12 日取自 <https://e-info.org.tw/node/219641>
- 魏秀珍 (2012)。*家庭資源管理*。載於周麗端等 (編撰)。*高級中等以下學校家庭教育教師手冊* (154-192 頁)。臺北市：教育部。
- Daneshvary, R. & Schwer, R.K. (2000). The association endorsement and consumers' intention to purchase. *Journal of Consumer Marketing*, 17(3), 203-213.
- Freidan, J. B. (1984). Advertising spokesperson effects: An examination of endorser type and gender on two audience. *Journal of Advertising Research*, 24(5), 33-41.
- Lanzini, P. (2018). *Responsible citizens and sustainable consumer behavior*. New York: Routledge Focus.
- United Nations (1992). *Rio declaration on environment and development*. Retrieved from <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm>
- United Nations (2016). *The sustainable development goals report*.
- United Nations (2020). *International day of families*. Retrieved from <https://www.un.org/en/events/familyday/>
- United Nations Environment Programme (2009). *ABC of SCP clarifying concepts on sustainable consumption and production*. Retrieved from https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/10yfp-abc_of_scpen.pdf



附錄一

周麗端、唐先梅(2018)。高級中等以下學校及幼兒園家庭教育參考大綱。教育部委辦「高級中等以下學校家庭教育參考大綱研修計畫」結案報告。

壹、基本理念

家庭是每個人出生、成長、茁壯、老年安適的生活場所，因此人人都希望擁有幸福與健康的家庭，家庭教育提供所有人學習主動分享與關心家庭成員，提升與家人的互動關係、創造家人共好的生活環境，高級中等以下學校家庭教育的內涵與目標，呼應十二年國民基本教育的「激發生命潛能」、「培養生活知能」、「促進生涯發展」、「涵育公民責任」總體課程目標，更是實踐十二年國民基本教育課程「自發」、「互動」、「共好」的重要教育活動，亦是家庭教育法開宗明義的第一條所示「為增進國民家庭生活知能，家人關係，健全家庭功能」。

貳、學習目標

- 一、具備探究家庭發展、家庭與社會互動關係及家庭資源管理知能。
- 二、提升積極參與家庭活動的責任感與態度。
- 三、激發創造家人互動共好的意識與責任，提升家庭生活品質。

參、學習重點（含學習表現與學習內容）與補充說明

一、編碼說明

學習重點	第1碼：主題軸	第2碼：教育階段	第3碼：流水號
學習表現	主題軸 1,2,3,4,5	0(幼兒園)、I(國小低年級)、II(國小中年級)、III(國小高年級)、IV(國中)、V(高中)	流水號
學習內容	主題軸 A,B,C,D,E	0(幼兒園)、I(國小低年級)、II(國小中年級)、III(國小高年級)、IV(國中)、V(高中)	流水號

二、學習表現、學習內容與補充說明

依據家庭教育法第十三條「高級中等以下學校每學年應在正式課程外實施四小時以上家庭教育課程及活動；另應會同家長會對學生及其家長、監護人或實際照顧學生之人辦理親職教育」，高級中等以下學校每學年需在正式課程外，提供每一位學生至少 4 小時（即 240 分鐘）的家庭教育課程及活動；又依據十二年國民基本教育課綱，家庭教育為 19 項議題之一，其內容可融入各學習領域或各科目（含生活課程），因此，本參考大綱提供教師將家庭教育設計為「外加」的家庭教育課程及活動，或設計為「融入」學習領域或科目的參考。據此，家庭教育參考大綱中各項學習表現、學習內容，若可對應的十二年國民基本教育課綱各學習領域或科目，則以括弧標示出可融入該領域之處。

*本參考大綱，以「十二年國民基本教育課綱—家庭教育議題」為藍本（如下表），並延伸至幼兒園，各教育階段皆包含五項主題軸，分別為「家庭的組成、發展與變化」、「家人關係與互動」、「人際互動與親密關係發展」、「家庭資源管理與消費決策」、「家庭活動與社區參與」；據此研發完整的家庭教育學習表現與學習內容，並加列補充說明。

議題實質內涵—家庭資源管理與消費決策					
國民小學		國民中學		高級中等學校	
家 E8	了解家庭資源的意義。	家 J7	運用家庭資源，規劃個人生活目標。	家 U10	運用家庭資源，規劃家庭生活目標。
家 E9	參與家庭消費行動，澄清金錢與物品的價值。	家 J8	探討家庭消費與財務管理策略。	家 U11	探究個人與家庭投資理財的策略。
家 E10	了解影響家庭消費的傳播媒體等各種因素。	家 J9	分析法規、公共政策對家庭資源與消費的影響。	家 U12	分析全球化的消費議題，提升消費決策能力，達成環境永續的目標。

以下依家庭教育議題主題軸四「家庭資源管理與消費決策」列出家庭教育學習表現、學習內容與補充說明。

三、主題軸四「家庭資源管理與消費決策」學習表現、學習內容與補充說明

教育階段	學習重點		補充說明
	學習表現	學習內容	
幼兒園	4-0-1 養成愛惜家庭生活用品的習慣。 (社-中/大-3-6-2)	D-0-1 家庭生活用品的認識與應用。 D-0-2 節約家庭生活用品的方法。	1. 家庭食、衣、住、行、學習、休閒等生活用品及其用途，愛惜並節約家庭中食、衣、住、行、學習、休閒等生活用品的方法，例如不隨意買玩具、不常要求買新衣、隨手關燈、節省用水、出門多走路、家用物品的再利用等。
	4-0-2 認識金錢與廣告推銷，並了解家中可替代廣告商品的物品。	D-0-3 金錢的認識。 D-0-4 生活中的廣告與商品。 D-0-5 家中可動手做，以替代廣告商品的物品。	1. 各種壹幣貳幣的認識、較常接觸的外幣幣值認識。 2. 商品廣告形式與內容的認識。 3. 家中可動手做的玩具，如體易拼圖、對對碰遊戲等，取代廣告商品。
國民小學一、二年級	4-I-1 認識成長所需的家庭資源，並珍惜資源。	D-I-1 家庭提供個人成長所需的資源。 D-I-2 家庭資源的有限及珍惜。	1. 個人成長所需要的資源包含生理、心理、知識成長資源。生理成長資源，如食物、房子、衣服、促進身體動作發展的玩具等；心理成長資源，如愛與關心、安全感等；知識成長資源，如圖書、電子產品、網路、益智性玩具等。 2. 引導學生認識資源是有限的，進而抱持珍惜與感念所擁有資源的態度。
	4-I-2 辨識需要與想要。	D-I-3 需要與想要的區別。 D-I-4 生活中需要與想要的心理和物品的辨認。	1. 需要是維持生活的基本要件，例如基本的生活用品、基本的社交能力、被愛的需求等；而想要常常只是滿足自

教育階段	學習重點		補充說明
	學習表現	學習內容	
國民小學三、四年級			己的物質優越心態。 2. 辨認心理需求、各種物品的想要與需要，例如被愛是「需要」，但如果期待父母專寵自己，就是「想要」；吃飽穿暖是「需要」，但如果經常想要吃速食、山珍海味就是「想要」。
	4-I-3 參與個人物品的購買，並合宜使用物品。	D-I-5 與家人討論個人物品的購買。 D-I-6 個人物品的合宜使用。	透過參與自己生活物品的購買，例如購買文具用品、學用品等，可以了解金錢使用的概念及其意義，並從消費行為中建立節流、環保與珍惜的觀念。
	4-II-1 了解家庭資源的意義，並能察覺家庭資源對個人與家庭的重要性。 (家庭教育議題 E8)	D-II-1 家庭資源的定義與內涵。 D-II-2 家庭內外部資源對個人與家庭的重要性。	1. 家庭資源是指家庭內外可以協助我們達成目標、維持標準、解決問題的有形及無形資源。 2. 家庭內外部資源對個人和家庭的重要性；家庭資源是滿足個人和家人生活需求及創造生活福祉的來源，包含家庭內外部資源： (1) 家庭內部資源： 有形：房屋、設備、金錢， 無形：家庭成員的智慧、家庭價值觀、情感、相互支持、時間等。 (2) 家庭外部資源： 有形：公共設施、政府制度或法規、民間組織。 無形：朋友網絡的支持、社會的核心價值。

教育階段	學習重點		補充說明
	學習表現	學習內容	
	4-II-2 參與家庭消費活動，了解家庭的日常消費。 (家庭教育議題 E9) (數學 n-II-4)	D-II-3 一般家庭的日常消費項目與金額。 D-II-4 家庭消費對家庭、社會和環境的影響。	1. 家中日常消費包括「食品、飲料及菸草」、「衣著、鞋襪」、「住宅服務、水電瓦斯及燃料」、「家具設備及家務服務」、「醫療保健」、「運輸交通及通訊」、「休閒、文化及教育消費」、「餐廳及旅館」、「什項消費」等項目及其金額。 2. 家庭消費對家庭、社會及環境都會帶來影響，因此必須建立合宜的消費價值觀，並力行計畫消費。
	4-II-3 了解金錢與物品的價值。 (家庭教育議題 E9)	D-II-5 生活中的金錢使用。 D-II-6 金錢與物品的價值。	1. 金錢的使用需量入為出，養成儲蓄的習慣。金錢的使用除使用現金，還可使用手機行動支付、網路刷卡或現場刷卡等方式。 2. 金錢與物品都有實質價值與隱藏價值，例如物品金錢價值可能不高，但常是代表著情感、付出、回憶等無價的意涵。
國民小學五、六年級	4-III-1 了解個人時間與金錢資源的管理原則，並靈活應用。 (數學 d-III-1)	D-III-1 個人時間的管理原則與應用。 D-III-2 個人金錢的管理原則與應用。	1. 時間管理原則包含設定目標、擬定時間運用計畫、運用工具記錄時間運用等，並實際應用於生活中。 2. 金錢管理原則包含設定目標、擬定金錢運用計畫、運用工具記錄金錢運用等，並實際應用於生活中。
	4-III-2 熟悉個人與家庭資源的運用。 (綜合 2c-III-1)	D-III-3 個人與家庭資源的使用方式。 D-III-4 個人與家庭資源的適切運用。	1. 家庭資源使用的方式，例如交換（以工作時間來換取金錢、以金錢換取食物）、儲蓄（將錢

教育階段	學習重點		補充說明
	學習表現	學習內容	
國民中學		(綜合 8c-III-3)	存入郵局或銀行)，繳稅等；並檢視家庭資源是否有「無目的的消耗」的情形，例如百貨公司大減價，先買再說，而買了不需要的物品。 2. 家庭資源的適切運用，必須經過妥善規劃、執行、檢討等，以求有效的運用各種資源滿足家人需求，達成個人、家庭目標。
	4-III-3 分析傳播媒體對個人與家庭消費的影響。 (家庭教育議題 E10) (綜合 2c-III-1)	D-III-5 傳播媒體的鑑讀。 D-III-6 傳播媒體對個人與家庭消費的影響。 (綜合 8c-III-2)	1. 了解傳播媒體的種類(例如雜誌、網路、電視、廣播等)、特性及解讀媒體的能力。 2. 傳播媒體對個人與家庭消費的影響，例如名人廣告代言、置入行銷。
	4-IV-1 運用家庭資源訂定個人的合理生活目標。 (家庭教育議題 J7)	D-IV-1 個人生活目標的訂定。 D-IV-2 個人生活目標與家庭資源的運用。	1. 訂定個人的學習、社交互動、休閒等目標。 2. 運用家庭中之人力、情感、時間、精力、金錢及產品設備等資源，訂定合理的個人生活目標；當個人的目標與家庭的目標、資源運用衝突時，需進行溝通與協商。
	4-IV-2 探討家庭消費與財物管理策略。 (家庭教育議題 J8)	D-IV-3 家庭消費與財務管理的內涵。 D-IV-4 家庭財務管理策略。	1. 不同家庭發展階段的重要家庭消費與財務管理。 2. 家庭財務管理策略，包含家庭收入規劃、支出管理、居住規劃、購車與旅遊規劃、子女教育規劃、節稅規劃、家庭保險規劃、投資規劃、退休規劃、遺產規劃等內涵。

教育階段	學習重點		補充說明
	學習表現	學習內容	
	4-IV-3 了解家庭資源與通用的相關法規與政策，及其對家庭生活的影響。 (家庭教育議題 J9)	D-IV-5 家庭資源與通用的相關法規與政策。 D-IV-6 個人和家庭資源的相關法規與公共政策對家庭生活的影響。	1. 家庭資源與通用的相關法規與政策，例如家庭教育法提供家庭學習資源；性別工作平等法提供育嬰假；幼兒教育及照顧法保障幼兒接受適當教育及照顧之權利；老人福利法提供長者福利及長期照顧服務；工作生活平衡補助計畫提供工作與生活上的調和。 2. 個人與家庭資源的相關法規與公共政策對家庭生活的影響，例如學習、家人互動、經濟、照顧等。
高級中學	4-V-1 運用家庭資源訂定家庭生活目標。 (家庭教育議題 U10)	D-V-1 家庭生活的目標與願景。 D-V-2 家庭生活目標與家庭資源的運用。 D-V-3 家庭生活與工作的平衡。	1. 家庭的短、中、長程目標及願景。 2. 運用家庭中之人力、時間(含時間銀行)、精力、金錢及科技產品設備等資源，分析家人需求，為家庭訂定家庭生活目標。 3. 家庭與工作的平衡，包含了解家庭與工作衝突、互益，並降低衝突、提升互益，達成平衡。
	4-V-2 了解家庭理財，並善用科技於家庭財務管理，提升家庭財務管理知能。 (家庭教育議題 U11) (家政 3a-V-2)	D-V-4 家庭理財的相關商品。 D-V-5 家庭理財、消費決策與風險管理。 (家政 Ca-V-2)	1. 家庭理財商品包含支付型，例如信用卡；投資型，例如外匯、股票、基金、期貨；借貸型，例如貸款。 2. 家庭理財、消費決策與風險管理，包含理性的消費、良好消費信用、開源節流、確實記帳、規劃與執行預算、風險管理等。

教育階段	學習重點		補充說明
	學習表現	學習內容	
		D-V-6 新型態的財務管理與消費。	3. 科技的進步，新型態的財務管理與消費，帶來生活上許多方便性，例如手機行動支付、APP 使用、網路購物等；然應認識網路詐騙，避免落入陷阱。
	4-V-3 分析全球化的消費議題，提升家庭消費決策能力，達成環境永續的目標。 (家庭教育議題 U12) (國際教育議題 U3) (環境教育 U5) (家政 1a-V-2)	D-V-7 全球化的消費議題。 D-V-8 家庭在環境永續中的角色、責任與實踐。 (家政 Aa-V-3)	1. 新版「聯合國消費者保護指導綱領」中新增「保護易受害及弱勢消費者、促進永續消費模式、保護電子商務消費者、保護消費者隱私和資訊全球流通」等四項。 2. 家庭消費扮演著落實促進地球永續消費模式的重要角色，可從減量消費 (Reduce)、重複使用 (Reuse)、回收再生 (Recycle)、講求經濟 (Economic)、符合生態 (Ecological)、實踐平等 (Equitable) 等，落實家庭在環境永續中的角色。

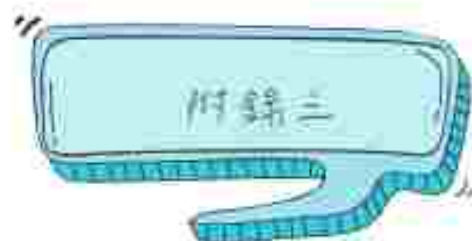
附錄二

本手冊內容與學習重點的對應

大綱	對應學習重點	
	學習表現	學習內容
PART1 家庭資源管理概論 壹、認識家庭資源 一、家庭資源的定義與特性 二、家庭資源的使用 三、家庭資源的類型 貳、家庭資源管理方式 一、目標與價值 二、做決策、擬定與執行計畫 三、評估結果與回饋 參、社會資源應用 一、社會資源概論 二、社會資源與家庭的關聯 三、家庭教育中心簡介	4-I-1 認識成長所需的家庭資源，並珍惜資源。	D-I-1 家庭提供個人成長所需的資源。 D-I-2 家庭資源的有限及珍惜。
	4-II-1 了解家庭資源的意涵，並能察覺家庭資源對個人與家庭的重要性。	D-II-1 家庭資源的定義與內涵。 D-II-2 家庭內外部資源對個人與家庭的重要性。
	4-III-2 熟悉個人與家庭資源的運用。	D-III-3 個人與家庭資源的使用方式。 D-III-4 個人與家庭資源的適切運用。
	4-IV-1 運用家庭資源訂定個人的合理生活目標。	D-IV-1 個人生活目標的訂定。 D-IV-2 個人生活目標與家庭資源的運用。
	4-IV-3 了解家庭資源與運用的相關法規與政策，及其對家庭生活的影響。	D-IV-5 家庭資源與運用的相關法規與政策。 D-IV-6 個人和家庭資源的相關法規與公共政策對家庭生活的影響。
	4-V-1 運用家庭資源訂定家庭生活目標。	D-V-1 家庭生活的目標與願景。 D-V-2 家庭生活目標與家庭資源的運用。 D-V-3 家庭生活與工作的平衡。

大綱	對應學習重點	
	學習表現	學習內容
PART2 家庭消費活動 壹、金錢與價值 一、認識金錢 二、商品的價值 三、需要與想要 貳、家庭收支與儲蓄 一、收入與支出 二、家庭的儲蓄 參、廣告與傳媒 一、廣告與消費 二、網路廣告與新消費時代	4-0-1 養成愛惜家庭生活用品的習慣。	D-0-1 家庭生活用品的認識與應用。 D-0-2 節約家庭生活用品的方式。
	4-0-2 認識金錢與廣告推銷，並了解家中可替代廣告商品的物品。	D-0-3 金錢的認識。 D-0-4 生活中的廣告與商品。 D-0-5 家中可動手做，以替代廣告商品的物品。
	4-I-2 辨識需要與想要。	D-I-3 需要與想要的區別。 D-I-4 生活中需要與想要的心理和物品的辨認。
	4-I-3 參與個人物品的購買，並合宜使用物品。	D-I-5 與家人討論個人物品的購買。 D-I-6 個人物品的合宜使用。
	4-II-2 參與家庭消費活動，了解家庭的日常消費。	D-II-3 一般家庭的日常消費項目與金額。 D-II-4 家庭消費對家庭、社會和環境的影響。
	4-II-3 了解金錢與物品的價值。	D-II-5 生活中的金錢使用。 D-II-6 金錢與物品的價值。
	4-III-3 分析傳播媒體對個人與家庭消費的影響。	D-III-5 傳播媒體的識讀。 D-III-6 傳播媒體對個人與家庭消費的影響。
PART3 家庭資源的使用 壹、個人資源管理 一、金錢管理的原則與應用 二、時間管理的原則與應用 貳、家庭消費決策與財務管理策略 一、不同生命歷程的重要家庭消費與財務管理 二、家庭消費決策與資產配置	4-III-1 了解個人間與金錢資源的管理原則，並靈活應用。	D-III-1 個人時間的管理原則與應用。 D-III-2 個人金錢的管理原則與應用。
	4-IV-2 探討家庭消費與財務管理策略。	D-IV-3 家庭消費與財務管理的內涵。

大綱	對應學習重點	
	學習表現	學習內容
參、消費決策與風險管理 一、家庭理財的相關商品 二、家庭理財、消費決策與風險管理	4-V-2 了解家庭理財，並善用科技於家庭財務管理，提升家庭財務管理知能。	D-IV-4 家庭財務管理策略， D-V-4 家庭理財的相關商品， D-V-5 家庭理財、消費決策與風險管理， D-V-6 新型態的財務管理與消費。
PART4 家庭消費與社會環境 壹、全球消費教育發展趨勢 一、聯合國永續發展目標 二、我國消費教育政策 貳、家庭消費教育 一、家庭消費社會化 二、永續消費的家庭行動	4-V-3 分析全球化的消費議題，提升家庭消費決策能力，達成環境永續的目標。	D-V-7 全球化的消費議題， D-V-8 家庭在環境永續中的角色、責任與實踐。



家庭教育法

6. 中華民國一百零八年五月八日修正公布全文 21 條
5. 中華民國一百零三年六月十八日修正公布第 14 條條文
4. 中華民國一百零二年十二月十一日修正公布第 2 條條文
3. 中華民國一百零一年十二月二十八日修正公布第 2、14、15 條條文
2. 中華民國九十九年五月十九日修正公布第 2 條條文
1. 中華民國九十二年二月六日制定公布全文 20 條；並自公布日施行

- 第一條** 為增進國民家庭生活知能、家人關係，健全家庭功能，特制定本法；本法未規定者，適用其他有關法律之規定。
- 第二條** 本法所稱家庭教育，係指具有增進家人關係與家庭功能之各種教育活動及服務；其範圍由中央主管機關定之。
- 第三條** 本法所稱主管機關：在中央為教育部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。
- 第四條** 本法涉及各目的事業主管機關職掌時，各該機關應配合辦理。
- 第四條** 中央主管機關掌理下列事項：
- 一、家庭教育法規及政策之研訂事項，
 - 二、推展家庭教育工作之研究及發展事項，
 - 三、推展全國性家庭教育工作之策劃、委辦及督導事項，
 - 四、推展全國性家庭教育工作之獎助及評鑑事項，
 - 五、家庭教育專業人員之職前與在職訓練事項及人才庫建置，
 - 六、家庭教育之宣導及推展事項，
 - 七、推展國際家庭教育業務之交流及合作事項，
 - 八、其他全國性家庭教育之推展事項。
- 第五條** 直轄市、縣（市）主管機關掌理下列事項：
- 一、推展地方性家庭教育之策劃、辦理、宣導及督導事項，
 - 二、所屬機關、機構、學校等辦理家庭教育工作之獎助及評鑑事項，
 - 三、推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體之人員及志願工作人員之在職訓練事項，
 - 四、推展地方與國際家庭教育業務之交流及合作事項，
 - 五、其他地方性家庭教育之推展事項。
- 第六條** 各級主管機關應遴聘（派）學者專家、機關、團體代表組成家庭教育諮詢委員會，其任務如下：
- 一、提供有關家庭教育政策及法規興革之意見，
 - 二、協調、督導及考核有關機關、團體推展家庭教育之事項，
 - 三、研訂實施家庭教育及服務措施之發展方向，
 - 四、提供家庭教育推展策略、方案、計畫等事項之意見，
 - 五、提供家庭教育課程、教材、活動之規劃、研發等事項之意見，
 - 六、提供推展家庭教育機構提高服務效能事項之意見，

七、其他有關推展家庭教育之諮詢事項。

前項家庭教育諮詢委員會之委員遴選、組織、運作方式及其他相關事項之辦法，由各級主管機關定之；諮詢委員會之主任委員在中央為教育部部長，在直轄市、縣（市）為直轄市、縣（市）首長。

第一項學者專家、團體代表不得少於三分之一；任一性別委員人數不得少於委員總數三分之一。

第一項會議召開時，得邀請兒童、少年或其他相關人員列席。

第七條 直轄市、縣（市）主管機關建設家庭教育中心，並結合教、文、衛、政、社、政、戶、政、民、政、農、政、消、防、警、政、勞、工、新、聞、環、保、原、住、民、族、事、務、等、相、關、機、關、或、單、位、學、校、及、大、眾、傳、播、媒、體、共、同、推、動、轄、區、內、家、庭、教、育、事、宜、包、括、：

- 一、規劃及推展各項家庭教育，
- 二、結合社區資源，推展家庭教育，
- 三、提供家庭教育諮詢及服務，
- 四、招募、培訓及考核志願工作人員，
- 五、推展其他有關家庭教育事項。

家庭教育中心應置主任一人，專任或由直轄市、縣（市）主管機關教育局（處）長兼任之；並應進用家庭教育專業及社會工作相關專業人員，其人數，自本法中華民國一百零八年四月二十三日修正之條文施行之日起三年內，應達進用人員總數二分之一以上。

第一項家庭教育中心之組織規程，由直轄市、縣（市）主管機關定之。

第二項專業人員之資格、進用、培訓及其他相關事項之辦法，由中央主管機關會同中央社政主管機關定之。

第八條 直轄市、縣（市）主管機關得遴選學者專家、教育人員及家庭教育實務工作者，組成家庭教育輔導團，協助家庭教育中心至學校、社區執行課程、教材之設計及活動之推展。

第九條 推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體如下：

- 一、家庭教育中心，
- 二、終身學習機構，
- 三、各級學校，
- 四、各類型大眾傳播機構，
- 五、其他與家庭教育有關之公私立機構或團體。

前項第一款之家庭教育中心主任及工作人員，每年應接受十八小時以上家庭教育專業研習時數。

第一項第二款與第三款之機構及學校之推展家庭教育工作人員，每年應接受四小時以上家庭教育專業研習時數。

第一項第四款及第五款之機構、團體應積極鼓勵所屬之推展家庭教育工作人員，每年定期接受家庭教育專業研習。

第十條 推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體得徵訓志願工作人員，協助家庭教育之推展。

第十一條 各級主管機關應對推展家庭教育之機關、機構、學校、法人、團體之人員及志願工作人員，提供各種進修課程或訓練。

前項課程或訓練計畫，於每年度由各級主管機關定之；直轄市、縣（市）主管機關擬訂之計畫，應報中央主管機關核定。

- 第十二條 家庭教育之推展，以多元、彈性、符合終身學習為原則，依其對象及實際需要，得採演講、座談、遠距教學、個案輔導、自學、服務推廣、參加成長團體及其他適當方式，並結合大眾傳播媒體、網路、行動通訊載具及其他資訊科技執行推廣工作。
- 各級主管機關應將家庭教育之相關資料提供予醫療機構、國民小學及戶政機關，並由其依權責提供予新生兒之家長、監護人或實際照顧之人、辦理小學新生註冊、結婚登記、離婚登記及出生登記之人。
- 第十三條 高級中等以下學校每學年應在正式課程外實施四小時以上家庭教育課程及活動；另應會同家長會對學生及其家長、監護人或實際照顧學生之人辦理親職教育。
- 各級主管機關應積極鼓勵師資培育之大學、空中大學及其他大專校院，將家庭教育相關課程列為必修科目或通識教育課程。
- 第十四條 中央主管機關得視需要研訂優先接受家庭教育服務之對象及措施並推動之；必要時，得委託直轄市、縣（市）主管機關或推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體辦理。
- 前項優先對象及推動措施之方式，由中央主管機關定之。
- 第十五條 高級中等以下學校於學生有重大違規事件，應即通知其家長、監護人或實際照顧學生之人；並提供相關家庭教育諮詢或輔導等服務；其內容、時數、家長參與、家庭訪問及其他相關事項之辦法，由該管主管機關定之。
- 家長、監護人或實際照顧學生之人被通知參與相關家庭教育諮詢或輔導等服務，經書面通知三次以上未出席者，該管主管機關得委託推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體進行訪視。
- 該管主管機關所屬或受其委託之機關、機構、學校、法人及團體進行訪視時，學生之家長、監護人或實際照顧學生之人、師長或其他有關之人應予配合或提供相關資料；必要時，該管主管機關並得請求其他相關機關、機構、學校、法人及團體協助，被請求之機關、機構、學校、法人及團體應予配合。
- 前項受委託之機關、機構、學校、法人及團體或進行訪視之人員，因業務上而知悉個案之秘密或隱私及所製作或持有之相關文書，應予保密，非有正當理由，不得洩漏或公開。
- 第十六條 社政主管機關於執行職務時，經評估有家庭教育需求者，得轉介推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體，提供相關家庭教育課程、諮詢或輔導等服務。
- 第十七條 中央主管機關得委託相關機構、學校，進行各類家庭教育課程、教材及服務方案之研發。
- 第十八條 各級主管機關應寬籌家庭教育經費，並於教育經費預算內編列專款，積極推展家庭教育。
- 第十九條 各級主管機關應訂定獎助事項，鼓勵推展家庭教育之機關、機構、學校、法人及團體辦理家庭教育；其獎助辦法，由各級主管機關定之。
- 第二十條 本法施行細則，由中央主管機關定之。
- 第二十一條 本法自公布日施行。

高級中等以下學校及幼兒園家庭教育議題教師手冊 IV 主題軸四：家庭資源管理與消費決策 / 國立臺灣師範大學人類發展與家庭學系編撰。-- 臺北市：教育部，109.08

面，公分

ISBN 978-986-5460-14-3(平裝)

528.2

109012393

高級中等以下學校及幼兒園家庭教育議題教師手冊 IV
主題軸四：家庭資源管理與消費決策

主 編 周麗端、唐先梅
執行編輯 林紫秋
編撰人員 何慈興、吳孟真、葉明芬、韓秀珍（依編撰內容順序排列）

出版機關 教育部
地 址 臺北市中正區中山南路 5 號
網 址 <http://www.edu.tw>
電 話 (02)77366666（代表號）

編撰單位 國立臺灣師範大學人類發展與家庭學系
地 址 臺北市大安區和平東路一段 162 號
電 話 (02)77491447

封面設計 羅安莉、陳怡君
美術編輯 陳怡君、羅安莉
插畫設計 羅安莉

出版年月：109 年 8 月初版
其他類型版本說明：本書同時登載於教育部網站
定 價：新臺幣 100 元
展 售 處：五南文化廣場

地址：400002 臺中市西區中山路 6 號・電話：(04)22260330

網址：<http://www.wunanbooks.com.tw/>

國家書店松江市場

地址：104472 臺北市中山區松江路 209 號・電話：(02)25180207

網址：<http://www.govbooks.com.tw/>

國家教育研究院

地址：105011 臺北市大安區和平東路一段 181 號・電話：(02)77407689

網址：<http://www.naer.edu.tw/>

三民書局

地址：104080 臺北市中山區復興北路 386 號・電話：(02)25006600

網址：<http://www.sanmin.com.tw/>

教育部員工消費合作社

地址：100217 臺北市中正區中山南路 5 號・電話：(02)77366054

GPN：1010901201 ISBN：978-986-5460-14-3

著作財產權人：教育部



本著作係採用創用 CC「姓名標示-非商業性-禁止改作」3.0 版
臺灣授權條款釋出，此授權條款的詳細內容請見：

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/tw/>