



當愛受「商」

戴淨妍 黃珮瑄 吳佩芸 黃昱晉 甘愷璇 關子茵 簡梵軒 報導

2018/05/27

從古至今，產業多是由興而衰，但愛情產業似乎在逐年成長。到底現代人的戀愛需求是如何被商品化？而愛情透過大量商品化的生產後又是如何遭到扭曲？透過「當愛受『商』」專題，戳破戀愛資本市場的粉紅泡泡。



當愛成為商品 真心猶存嗎？

當愛情變得商品化，愛情是否還是原本美好的模樣？（黃珮瑄 / 文化現象）



情人節商機：花店解密



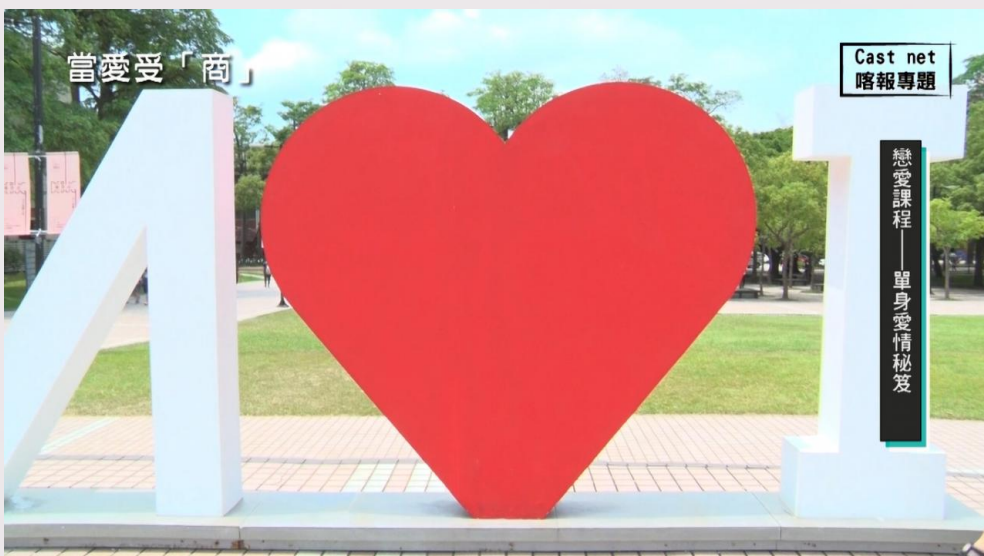
情人節商機：花店解密

透過資訊圖表帶領讀者了解情人節送花的眉眉角角，及花店店員觀察到的最新趨勢。（吳佩芸、戴淨妍 / 動態圖表）



戀愛遊戲 虛擬中的愛情

探討戀愛遊戲吸引人的要素，以及如何讓玩家沉浸當中。（黃昱晉 / 文化現象）



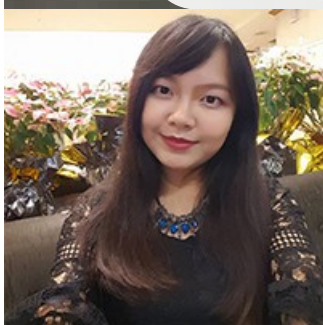
戀愛課程 單身的愛情秘笈

坊間出現越來越多戀愛相關課程的補習班，究竟愛情該怎麼學習？戀愛葵花寶典真的存在嗎？本篇報導將帶您一窺愛情學分的酸甜苦辣。（甘愷璇、關子茵 / 影音新聞）

APP圖示							
APP名稱	Beetalk	iPair	WooTalk	Paktor	JustDating	SweetRing	Goodnight
特色	在台灣號稱交友軟體始祖，使用人數眾多，擁有行動論壇、搜尋鄰近朋友、揪團等功能。	除有興趣配對、聊天等一般常見配備之外，亦有直播功能。	僅有匿名聊天功能，且離開聊天室後便再也不會碰上同一人。	主打配對功能，且採雙向匿名制，在彼此皆想認識對方後才能開始交談。	主打約會功能，較偏向追求速食愛情的族群使用。	瞄準想婚族，進行以結婚為前提的交友配對。	僅限晚上十點至凌晨四點使用，並只以語音通話與對方交流。

交友軟體中 你是使用者還是商品？

因應科技與時代而生的交友軟體，於今日網路交友佔有不可取代的地位，本文將就商業與商品化的角度頗析交友軟體的運作方式。（簡梵軒 / 文化現象）



記者 戴淨妍



編輯 林明慧