



跨校送溫暖 傳情活動夯

2012-10-21 記者 王紹容 文

在各大專院校開學的一個月後，學生團體舉辦的「校園傳情」活動紛紛開跑，讓學生們可以藉由小禮物來連繫情感，以其中又以「巧克力」的傳情最為盛行，然而這樣的傳情活動，真的是給朋友製造驚喜或寒冬送暖的最佳選擇嗎？熱鬧活動的背後會隱藏什麼樣的問題？

學生之吻 巧克力傳情始祖

所謂的傳情活動，就是各大學間的學生會或社團跟廠商合作，在消費者選購禮物後，他們會幫忙送給收禮人，如果收禮人是別的學校的，就會由別的學校的負責人來代理。這樣的好處是，在甲地訂購的商品可以在乙地出貨，省去一些交通成本，也能送給遠在他校的好友或情人，而不敢親自送禮由別人幫忙代送禮物也是一個不錯的方法。送禮方式則不一，可能是打電話約收禮人來見面，或是直接到寢室拜訪，也有的是在中堂下課時間以喊話的方式高調送出禮物。

傳情活動的主題中，最多也最早傳遞的就是巧克力，其起源可追溯到1863年在德國海德堡開設的克諾色咖啡店，店裡經常聚集許多大學生，而當時到海德堡求學的有錢人家小姐，身邊多半有教母或僕人的陪伴，因此雖然和鄰座的男學生們頻頻眉來眼去，卻苦於沒有辦法進一步接觸。老闆克諾色注意到了這樣的情況，就製作了一種名為「吻」的巧克力餅，讓學生們能夠借由傳遞巧克力餅來傳達情意，後來「學生之吻」就成了店裡的招牌巧克力。

而隨著時代變遷，巧克力傳情的活動所用的行銷手法也改變，近幾年多半請當紅的藝人來代言，如宅男女神豆花妹、安心亞等人的外型甜美，和巧克力活動的形象就十分符合。



「學生之吻」巧克力是傳情活動的始祖。(圖片來源/Google)

溫馨驚喜 卻又貴又慢

校園間傳遞巧克力的活動連續舉辦多年，參與的學校超過一百間，許多大學生利用這個機會，講巧克力傳遞給高中、國中甚至國小的同學，交大機械所的梁維元表示，因為送達時間剛好在聖誕節前後，覺得同學收到了一定會很開心，因此願意掏腰包一次傳送巧克力給許多朋友。

但東華大學社會公行系的曹于頌則認為，傳情活動中販售的巧克力太貴，而且「傳情的時間非常的長會讓我我很焦躁，不知道我朋友什麼時候才會收到！」一般傳情活動的送達時間都需約兩個月，但也沒有告訴消費者確切時間，容易讓人感到不安。

交大傳科系的王蒂鷹也認為巧克力的價格偏貴，因此會選擇購買型錄中較低價的品項，但還是需加付三十至四十元的運費，很可能花費了一百多元卻只能送給朋友兩顆巧克力，很難吸引學生第二次消費。

另一個問題是，消費者在填資料時若填錯或漏填收禮人的資訊，不但會令負責送件的人十分困擾，也極有可能延誤送達時間，若禮物的本意是祝賀節慶或生日，搭配著寄件人細心寫好的小卡片，沒有準時送達的話就會令這些祝福大打折扣。交大傳科系的賴巧純就說，自己去年的生日禮物到現在還沒收到，可見傳情活動仍存在著寄丟禮物的風險。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余廣色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

長期舉辦 難脫商業化

而許多未曾參與過傳情活動的人則認為，巧克力傳情活動太過商業化，禮物就是當面送比較有誠意，政大會計系的彭意芳說：「禮物送到的時候我又不在他旁邊，就看不到對方的反應了！」而且如果真的是太久沒見面的朋友，她覺得約出來會面再送禮還可以順便聚一聚，才是連繫感情的好方法。曹于蘋則說，有朋友收到禮物後感到有些失望，因為泰迪熊的大小和廣告上實在差太多了，商人為了吸引消費者購買商品去傳情，而作出誇大的廣告，使原本溫馨的活動品質下降。

巧克力傳情活動在台灣大專院校流行了十多年後，「巧克力傳情」和「校園傳情」這兩個詞彙卻在最近驚傳已被某公司註冊商標，學校也發送公告要社團舉辦活動時，避開這兩個標題以免觸法。既然「巧克力傳情」不能用，各活動紛紛另起新名，例如「巧心巧語」、「花顏巧語」等。不過經濟部智慧財產局回應，學生若只是將「巧克力傳情」當作活動名稱，而不是當作商標，就不會有侵權的問題。梁維元也說，自己在北科大就學期間，曾擔任學生會負責傳情活動的工作人員，而學生會是不會從中獲利的，純粹是秉持希望帮助大家傳情的單純理念。

也有一些傳情活動是有和公益團體合作的，如台北醫學大學老護系舉辦的巧克力傳情圓夢計畫，就預備將收益的百分之五捐給喜願基金會之外，更結合知名藝人和公眾人物，幫助重症兒童完成心願。

特色傳情 各校各地都不同

除了最常見的巧克力傳情，還有很多其他的東西可以傳情，如牛奶捲、甜甜圈、麵包等，不同學校流行用不同的東西傳情。如中央大學就會在聖誕節舉辦「松果傳情」，因為校內種了許多松樹，到了冬天松果隨處可拾，學生們可自由在松果上漆上不同的色彩，再送給心儀的對象聊表心意；中原大學的麵包節則是藉由各種不同口味的麵包，來傳達內心的各種不同的心境；成大的蘋果傳情則是學生利用創意將一顆蘋果重新包裝，精緻的設計也獲得很好的業績。

地區性的社團如竹友會，也找到了代表新竹的物品來傳情。交大竹友會就續辦多年的「琉璃傳情」，相較於巧克力，琉璃是可以永久保存的，具有紀念價值。琉璃傳情的工作人員吳冠霖說，今年的業績很好，因為琉璃新竹的地方產業，可以藉由這樣的活動來推廣地方特色，也在多家巧克力傳情當中顯得較為特別。



琉璃傳情是竹友會辦的特色活動。(圖片來源/交大竹友會 提供)

傳情活動雖有一些難克服的缺點，但若傳送的是松果、麵包或琉璃，這些具有各大學特色和地方特色的傳情活動，就能成功地利用自己的特色吸引人潮，比漸趨商業化的巧克力傳情更具發展的可能性。

總編輯的話

本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們
© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0