

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：戴伯芬

回歸物本質，二手新價值——以 taptot® 拿
點 APP 為例

Focus on the Use Value of Goods and Find
the New Values of Secondhand Good : A Case
Study of taptot Application

學生：吳品萱撰

中華民國一一〇年十二月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：戴伯芬

回歸物本質，二手新價值——以 taptot® 拿
點 APP 為例

Focus on the Use Value of Goods and Find
the New Value of Secondhand : A Case Study of
taptot Application

學生：吳品萱撰

指導老師簽名：

中華民國一一〇年十二月

系所章戳：

謝辭

故事開始在大一那年的暑假，我在整理房間的時候，清理出幼時全新的琴譜，輾轉奔波的將它帶至二手書店販售，希望有下一個有緣人能夠帶走。半日的奔波卻換來二手書店老闆似笑非笑的告訴我：「你不要太珍惜啦！你很珍惜的東西，別人覺得沒什麼。」這段話開啟了我對二手物品的興趣，那些用不到又捨不得丟棄的二手物品能何去何從呢？希望透過對拿點平台的研究，讓更多人能夠重視自己所擁有的物品，而這些被珍視的物品，也能好好地交給下一個同樣愛惜它的人手中。

這篇論文的完成，首先要謝謝伯芬老師的指導，一路走來老師都是我人生的燈塔，在我迷途時總指引著我前行，給予我莫大的包容，就算苛責我的三心二意，就算歪路走盡，回頭還是會見老師在社會學的路上等我。再來謝謝义丁，陪我走過大學生涯多數的日子，你帶著我向過去說再見、也教會我放下對未來的焦慮，全心全意的生活在這個當下，願我們都能安好如斯。我們這輩子會遇見很多的人，每個相遇的人，都會在生命裡帶來許多的意義，你教會我的事情，是在這間學校裡學習到的，最重要的事情。謝謝拿點團隊還有創辦人 Michael，建立了這個極具意義的換物平台，有幸可以研究這個平台的運作模式，並藉此拿到大專生科技部計畫，希望拿點有朝一日可以起死回生！

最後謝謝我的家人忍受我寫論文的時候像抹遊魂，沒有生產力的在家中遊蕩思考好幾個時日。謝謝我的朋友和論文組員聽我哀號，督促我下筆寫作，特別是林子恆和睿球，給予我莫大的幫助。如果有些許榮耀與成果，皆歸於大家。

摘要

隨豐裕大眾消費社會的興起，剩餘的二手物已成為個人與家庭的經濟、空間與情感的過度負荷，二手物市場也隨之興起。2020年新冠疫情襲捲全球，社會價值觀加速轉變，疫情肆虐再加上社群網站蓬勃，二手物的交易逐漸從實體空間轉向網路空間，除了金錢交易之外，具環境意識的以物易物共享經濟也成為主流，形成一套去市場價格、回歸使用價值的交換體系。taptot® 拿點 APP 是其中一個移除交換價值、擁有即時物流、結合社群功能的二手物品流通平台，本研究透過該平台的個案研究，釐清這種新形態的以物易物平臺之交易機制、使用族群、換物性質，探討二手物品回歸使用價值的可能性。藉由本研究的執行，思考如何跳脫資本主義的交換價值，回歸物的使用價值之可能性，讓閒置資源得以有效率地被運用，進而拓展共享經濟。研究結果發現，taptot® 拿點雖然有著去價格化的規則制定，但用戶們仍以各種形式挑戰規則，對於價格的衡量無所不在。平台經濟的流動性高，用戶類型繁雜，整體氛圍以工具型需求的物品交換平台為重，而非表意型的互惠分享社群。有部分用戶將其視為一「免錢的購物平台」，同時具有鼓勵消費和減少浪費的雙重性存在。平台上交換物品種類繁多，本研究以有無使用價值、具象徵意義、具符號意義將其作四象限的分類，以釐清換物性質。

關鍵字：二手物品、交換、使用價值、共享經濟、taptot

Abstract

With the rise of the affluent mass consumption society, the remaining second-hand goods have become an excessive load on the economy, space and emotion of individuals and families, and the second-hand goods market has also emerged. In 2020, the new crown epidemic swept the world, and the transformation of social values accelerated. The epidemic raged and the social networking sites flourished. The transaction of second-hand goods gradually shifted from the physical space to the online space. In addition to monetary transactions, environmental-conscious barter The sharing economy has also become mainstream, forming a set of exchange systems that go to market prices and return to use values. taptot® APP is one of the second-hand goods circulation platforms that remove exchange value, have real-time logistics, and combine community functions. Through the case study of this platform, this research clarifies the transaction mechanism of this new form of barter platform, the use group, the nature of exchange, and explore the possibility of second-hand items returning to use value. Through the implementation of this research, think about how to escape the exchange value of capitalism and return to the possibility of the use value of things, so that idle resources can be efficiently used, and then expand the sharing economy. The results of the study found that although taptot® has the rules for de-price, users still challenge the rules in various forms, and the measurement of price is omnipresent. The platform economy has high liquidity and various types of users. The overall atmosphere focuses on the tool-based exchange platform for goods, rather than the ideographic reciprocal sharing community. Some users regard it as a "money-free shopping platform", which has the dual existence of encouraging consumption and reducing waste. There are many kinds of exchanged items on the platform. This research classifies them into four quadrants based on whether they have use value, symbolic meaning, and symbolic meaning to clarify the nature of exchange.

Keywords: second-hand goods, exchange, use value, sharing economy, taptot

目次

謝辭.....	i
摘要.....	ii
第壹章、緒論.....	1
第一節、動機緣起.....	1
第二節、問題意識.....	2
第貳章、文獻探討.....	3
第一節、二手物的交換.....	3
第二節、當代的以物易物.....	4
第三節、交換的模式.....	4
第參章、研究的方法與步驟.....	6
第一節、研究架構.....	6
第二節、研究方法及對象.....	6
(一) 研究方法.....	6
(二) 研究對象.....	7
第三節、研究步驟.....	7
第肆章、研究結果分析.....	8
第一節、變形的交換機制.....	8
(一) 一點一物交換的延伸.....	8
(二) 其他的私下交易形式.....	10
(三) 平台對於變形制度的回應.....	11
第二節、交換關係的再網絡化.....	13
(一) 維繫平台的意識.....	13
(二) 維繫物品的價值.....	14
第三節、消費社會下換物的意義及功能.....	15
(一) 換物的意義.....	15
(二) 換物的功能.....	16
第陸章、結論與檢討.....	18
第一節、結論.....	18
第二節、檢討.....	18
後記.....	20
附錄.....	21

附錄一、訪談知情同意書.....	21
附錄二、taptot® 拿點平台使用者訪談大綱	22
附錄三、taptot® 拿點平台營運團隊訪談大綱-A	23
附錄四、taptot® 拿點平台營運團隊訪談大綱-B	24
參考書目.....	25

第壹章、緒論

第一節、動機緣起

你可以想像一根紅色的迴紋針經過十四次的交易可以換回一棟房子嗎？¹(MacDonald 著，張又文譯，2008)。這個神奇的以物易物故事發現新網路時代已成功締造了新的商業模式，讓人們有機會重新思考物的存在價值。2020 年新冠疫情席捲全球，不管是個人還是企業皆受到嚴重影響。為了防止病毒擴散，各國陸續封閉城市、斷絕航班，遠距工作幾乎成為常態。在家的時間拉長，伴隨著收入減少，人們不免開始檢視過去的消費方式，反思如何改變過去工業化生產模式下的舊生活形態。隨著疫情持續肆虐，愈來愈多人崇尚「極簡生活」的生活型態，實施物品的「斷、捨、離」。網路上二手買賣及以物易物交易再度掀起熱潮，²根據香港信報財經新聞指出，2020 年首季二手拍賣 APP 旋轉拍賣用戶成長三成；³而遠見雜誌也報導，在疫情最嚴峻的四月，二手以物易物 APP swapub 全球用戶增長了 207%。隨著後疫情時代的來臨，這種回歸以物易物的方式是否能夠改變資本主義的思維，形成一種新的交換方式？

自從工業化以來，地球資源被人類大量的開發與使用，消費社會的來臨亦使得商品快速地推陳出新，例如眾多服裝品牌擁有快速、時尚、平價、款多量少等「快時尚(Fast Fashion)」特點，除了服飾之外，生活日常用品、食物也是供過於求，造成資源的浪費。大量消費社會的大量剩餘，促進循環經濟崛起，二手物品的買賣與交換日益活絡。三浦展也在《第 4 消費時代：共享經濟，讓人變幸福的大趨勢》中提及，社會已經從大量生產、大量消費即獲得滿足的第三消費時代邁向擁有共享意識的第四消費時代。然而，許多共享經濟其實是一種租賃經濟，為了創造出共享商品，反而造成更多的資源浪費，而非直接使用既存的閒置資源。

另一方面，拜科技發達所賜，人們從過往實體的二手市集，轉向網路空間進行交易，二手拍賣網站如雨後春筍般出現，伴隨智慧型手機的普及，手機 APP 軟體陸續開發，物流的管理也更有效率，這兩者皆大大提升二手買賣的方便性及能動性，突破了以往二手物品流通的地理空間限制。

馬克思在資本論提到物品具有使用價值與交換價值，兩者共同構成物品價值；使用價值係指物品原初的性質，可被使用的狀況，並不具有比較性。交換價值則讓物品得以被衡量，進而進行交換，通常以勞動力的多寡，轉成貨幣對其進行定價。商品銷售之初，物品價格由市場所制定，而隨著使用的時間推進，使用價值與交換價值漸漸鬆脫，對交換價值的衡量因人而異；唯有當雙方對物品的交換價值達成共識，並將交換價值轉為價格時，買賣才會成功。研究者曾實際參與二手物品買賣，發現物品除了市場的價格之外，亦包含著物品對賣方個人的意義，在二手物交易中，物的價值成為買賣雙方互動下的結果，不僅是賣方個人的意願，買方價值觀也會影響他對價值的判斷，使得物的價值不再單純是由市場的

¹ 一根紅色迴紋針 (One Red Paperclip)。張又文譯 (2008)。凱爾·麥唐納 (MacDonald) 原著 (2007)。取自 <https://www.books.com.tw/products/0010407781>。這個看似神奇的以物易物故事，其實使用了網路、媒體力量進行宣傳，博取眾人目光才得以成功的，實際上是一種行銷模式。

² 港人疫境網拍賺外快 藉 Carousell 賣二手貨 平均獲利 4400 元 [電子版] (2020.07.22)。信報財經新聞。取自 <http://startupbeat.hkej.com/?p=90078>

³ 彭杏珠 (2020)。Swapub 平台以物易物 20 支衣架換到名牌外套。遠見雜誌，第 409 期。取自 <https://www.gvm.com.tw/article/73413>

價格決定，而是買賣雙方合意的交換行為。但是，新的平台交易模式在提升方便性的同時，也提升了買賣雙方的隱匿性，使得雙方互動降低。如此，研究者不禁好奇，物品是否能就此回歸使用價值？不以貨幣為交換媒介，也不是買賣雙方互動所產生的價值，是否能夠回歸物的使用價值。

第二節、問題意識

本研究欲探究於科技發展快速之當代，二手物品流通回歸使用價值的可能，故以有開發手機應用程式(Application, APP)的二手物品交易平台為主，以區別過往實體二手市場交易模式。研究對象鎖定使用物品分享社群平台 taptot® 拿點的用戶，因 taptot 有別於傳統金錢交易、以物易物的型式，將各項物品皆以一點均值化，移除價格衡量機制；且首創 TLC (Taptot Logistic Convenience) 系統，提高物品流動的方便性，提升交換的隱匿性；並可結合社群功能，建立共享社群。此三個特點正符合本研究欲瞭解的問題，並對此提出以下兩點問題：

問題一、這套交換體系如何運行與維繫？為使物品回歸使用價值，消除市場上的價格機制，專注在物品本身的使用價值，如何營造與維持新的二手物交易平臺？透過什麼機制來讓參與者願意持續投入平臺的交易活動？是否會滑回資本主義市場的價格衡量，還是會形成一個互惠的交易社群，是探究物品能否回歸使用價值交換的重要問題。

問題二、平台上進行何種類型的交換活動，透過什麼性質的物品來進行交換？透過被交換的物品性質，了解此種交換體系中含有哪些類型的交換，是純粹的環保意識、惜物愛物，還是期望透過交換獲得想要之物，或是為了滿足情感性的需求而進行交換活動。

本研究以 taptot 平台為例，經由非貨幣的交換機制，探討跳脫交換價值的二手物品流通、跳脫關係的互惠交換可能性，期盼促成資源再利用，同時為循環經濟、共享經濟帶來創新的思考與作法。

第貳章、文獻探討

第一節、二手物的交換

二手物品指的是：曾被購買或已經被使用過的商品，其涵蓋類別眾多，上至交通工具、電子器材，下至服飾、書籍、嬰幼兒用品……等；亦包括家庭或工廠未使用的庫存品或過季品（解安、付瑤，2000）。台灣實體的二手市集發跡已不可考，較著名的是福和橋二手市場，於民國七十年福和運動公園綠化工作完成後漸漸集結成市（許千慧，2011）；重新橋觀光市集則是在九零年代因外來人口買賣舊物結市。

隨著 2000 年千禧網路時代到來，線上拍賣網站陸續成立，台灣 yahoo 奇摩拍賣、台灣 e-bay 拍賣（後與 pchome 合併推出露天拍賣）皆是當年熱門的線上平台，提供民眾競價拍賣，也開啟線上二手物流通的先驅。緊接著，網際網路的使用拓展至智慧型手機上，網路拍賣平台也開始轉型成手機裝置應用程式（Application, APP），陳韻如（2010）的研究發現，增加平台使用的方便性，能增加人們讓二手物品流通的意願。

手機 APP 上的二手物品流通平台最早是以金錢交易為主，Carousell 旋轉拍賣、蝦皮購物、音樂串流平台 KKBOX 旗下的 KKTOWN 都是初期很熱門的二手拍賣 APP。近年來，蝦皮購物轉型為網路電商購物，KKTOWN 則因營運困難在 2017 年下架退場，剩下 Carousell 旋轉拍賣獨占鰲頭。2015 年 3 月，swapub-二手交換市集 APP 上架，讓二手物品除了金錢買賣以外，又多了以物易物的流通方式。taptot® 拿點 APP 則一直到 2017 年 12 月才上架，有別於過去金錢交易或以物易物，使用一種新的交易模式：點數換物，一點換一物。

表一、二手物品流通 APP 比較

	Carousell 旋轉拍賣	swapub-二手交換市集	taptot® 拿點
交易模式	金錢買賣	以物易物	點數換物，一點換一物
物品流動方向	$A \xrightarrow{\text{物}} B$ $A \xleftarrow{\text{金錢}} B$	$A \xleftrightarrow{\text{物}} B$	$A \xrightarrow{\text{物}} B$ $A \xleftarrow{\text{點數}} B$
上架日期	2012 年 12 月 (IOS 版本) 2013 年 1 月 (Android 版本)	2015 年 3 月	2017 年 12 月

表一為三款當前流行的二手物品流通 APP 比較。2012 年就推出的旋轉拍賣是現下最主流的二手拍賣 APP，不只在台灣上架，新加坡、香港、澳門、澳大利亞、紐西蘭、加拿大皆有營運，強調即拍即賣的便利性，鼓勵民眾將舊物轉換為現金，出清家中閒置物品之餘，對經濟亦不無小補。

swapub-二手交換市集則為目前較熱門的以物易物 APP，開發命名以一根紅色迴紋針的故事為發想。提供物品交換平台，強調不用花錢也能換到自己想要的物品，去貨幣的交換能獲得更純粹的情感交流體驗。然而，就研究者觀察，儘管 swapub 主打非金錢的交換，只換不賣，其運行交換的邏輯仍舊依循著資本主義市場等價交換之規則，物品的價值由市場價格所決定，換物者是否決定交換的依據不僅只是物品的功用，同時亦考慮價格是否對等。

本研究擇定之 taptot® 拿點平台則是新型態二手物品流通平台，上架至今已有 3 年時間，有一定的用戶量。該平台將物品價格均值化為一點，凸顯物品的使用價值。用戶於平台上傳可分享之物品，需要的人即可以一點免費索取，用戶亦

可用換來的點數，與其他用戶交換物品，免除過往一對一以物易物需大量溝通的時間成本，同時擺脫過去以價格做為交易的衡量基準。相較於 Carousell 旋轉拍賣以金錢作為交換媒介，swapub-二手交換市集使用以物品交換物品的方式，taptot 意圖跳脫價格與價值掛勾的資本市場邏輯，將物品價值回歸使用價值，並藉由科技輔助，以手機 APP 做為交易空間，透過快速的物流體系提升交換的便利性及隱密性，期望創造新的去價格換物模式與二手物品交換社群。

第二節、當代的以物易物

拜科技發展所賜，當今的以物易物脫離過往的限制，換物的對象不僅僅是親屬盟友，也轉向有意使用非貨幣交易的陌生人。換物場所更從實體交換市集、換物論壇網站，到即時性更高的 FB 社團、APP 皆有。Dean (2019) 在個人網誌上分享以物易物 APP swapub 的使用心得，發現該平台的淺規則：換物的價格一定高於二手買賣的價格。這說明人們選擇以物易物仍是一理性的、具有機會成本的考量。陳睨也在個人網誌 (2019) 分析他於換物社團的觀察，認為物品與物品之間以等值交換為主，如果物物之間不等值，為求沒有金錢交易，換物社團創造出日常消耗品如衛生紙、超商咖啡，或是禮卷此等可支配性高的貨幣來補償。上述兩項資料似乎都顯示，物品的交換仍然脫離不了資本主義社會下人們對價格的衡量。

不過，羅鈞璋的研究 (2015) 提出不同看法，他認為現代的以物易物交易是換物者的成長過程，隨著參與換物活動的時間愈長，人們愈不會計較交換的物品是否等值，愈有可能脫離用金錢衡量物品的思考。而換物者希望延續物品的使用期限，愛物惜物的心態，是從事以物易物活動的主因：「在他們的想法裡，只要東西還堪用就應該試著給需要的人，而不是回收，因為不確定東西回收後的去向，在心理上感覺即是丟棄。」促使他們注重物品的實用程度大於物品價格。此外，有別於原初社會維繫情感是為了物質交換所需，現在的換物活動則是透過換物社群的情感維繫得以繼續下去。陳睨 (2019) 亦引用換物社團名言：「我們要增加關係，而不是增加東西。」說明了情緒上表意性需要 (expressive needs) 在換物社群內的重要性，而物品交換的過程中，實質的工具性需求 (instrumental needs) 也被滿足。

第三節、交換的模式

在經濟交換體系當中，資本主義式的理性市場交易看似主導一切，人們也習慣著日常生活中的買賣行為。然而，Polanyi 指出社會交換其實有三種類型，分別是市場原則 (market principle)、再分配 (redistribution)、互惠關係 (reciprocity)。市場原則是資本主義體系交換的主要原則，物品的價格由供需的多寡決定；再分配將物品或勞務集中至地方中心，如首都、國家等，進行由上而下層級的分配；互惠關係則是社會對等單位間的交換，通常是鑲嵌在地緣、血緣關係之內。在任何一個社會當中，往往有其中一種交換模式佔據主導地位 (Conrad Phillip Kottak, 2005)。而 taptot® 拿點平台上的交換，是以自身已不具使用價值的物，去交換下一個交易的機會，既不是遵循供需的市場原則，也跳脫鑲嵌於地緣、血緣的互惠關係，形成一種新型態的交換模式。

有關物物交換的運作原理，Mauss 在其經典著作《禮物——古式社會中交換的形式與理由》一書中曾詳細描述，他認為交換是一種透過自願進行的義務性活動，物與物的交換不僅僅是為了獲得日常所需物品，更多的是聯繫部落間次群體的感情，好讓日常的物質交換得以進行。例如美拉尼西亞群島上的「庫拉圈」(Kula Ring)，透過流通象徵性的項鍊與手環，維繫島與島間的商貿關係。而交換之所

以可以進行的原由在於，人們相信禮物是有靈魂的，保留著送禮者的精神；若不收取他人的禮物，將會被視為是無榮譽的、沒有勇氣。而若沒有回禮，將禮物的精神流向他人，將會遭受厄運。因此，禮物的收授含有接受、贈予、回禮的義務在，一旦接受了禮物，就必須進入這個交換體系。

taptot® 拿點平台上的物品流通類似於一種當代的庫拉圈，一旦拿取物品，就進入這個交換體系，要繼續拿出物品，賺取點數，才得以獲得他人的物品。Mauss認為人們收取禮物的同時即擔保了回禮的義務，但從收禮到回禮有著時間差，延後回禮的時間差衍生出信用的概念，禮物交換亦隱含著雙方對彼此的信任。在近代的社會關係中，這種物品交換轉移到網路空間，透過電子化的物流系統來進行。taptot 的點數就如貨幣那般具有延遲性，同時承擔著回禮的義務。然而，除了具有貨幣性質的點數外，在無法面對面交易的換物平台上，還有什麼支持著人們交易？

Mauss認為物品的贈予同時包含展示與競爭的意圖，贈予豐饒的物品可維護部落的榮耀與威望。taptot® 拿點平台上的物品分享，是否也代表一種個人品味的展示。原初社會的物品交換牽動部落總體的政經體系，贈送與收取讓彼此有緊密的義務關係，鑲嵌在地緣、血緣之中，部落社會就透過交換將經濟、法律、道德串聯在一起。當代社會在科技輔助之下，換物擁有了一定的隱匿性，如此，平台上交易的人們是否還能形成一互惠社群？

過往以物易物的研究多著重在惜物愛物、社群情感聯繫等價值情感層面，較少談論到如何維持交換體系的公平性，亦未說明未建立情感聯繫的換物者該如何繼續以物易物的活動。而以物易物所講求的等值交換，在進入 taptot® 拿點平台被去價格、物品均值化後，用戶們分享物品的動機是否依舊為惜物愛物的價值觀？同時，高度隱匿性之下，人們可能建立起互惠社群嗎？透過回答這些問題，本研究期望找到二手物品回歸使用價值的可能。

第參章、研究的方法與步驟

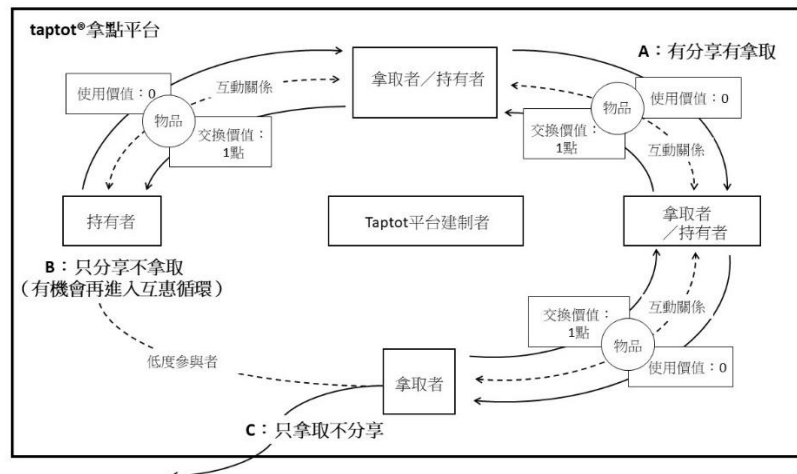
第一節、研究架構

taptot® 拿點平台形似一種現代的庫拉圈，平台上有物品持有者、物品拿取者兩種角色，持有者將使用價值為零的物品流往拿取者，拿取者則將點數一點（交換價值）流往持有者，兩者之間可能會因物品而產生互動關係，也可能不會產生互動關係。本研究將用戶的類型分為三種：有分享有拿取、只分享不拿取、只拿取不分享（如圖一）。

（一）A 有分享有拿取：此類型為平台預設之用戶類型，用戶同時是物品持有者，也是拿取者，雙方因為物品可能有互動關係。

（二）B 只分享不拿取：此類型將平台作為出清物品用途，只分享物品，不拿取物品，與拿取者亦有機會有互動，未來也還能再進入互惠的物品流通循環。

（三）C 只拿取不分享：只使用註冊時平台提供的一點點數拿取物品，沒有點數讓他們無法繼續進行物品流通循環，除非之後有分享物品，才能回到這個二手物品流動圈內。拿取時有可能因為物品與持有者產生互動。



圖一、研究架構圖

第二節、研究方法及對象

（一）研究方法

1. 參與式觀察法：

研究者實際參與 taptot® 拿點平台上之換物活動，觀察平台上進行換物的模式、用戶類型、分享物品種類、被拿取物品種類、社團活躍度等，同時尋找受訪者。

2. 深入訪談法

使用半結構式訪談，訪談用戶及平台內部人員，用戶訪談問題類型如人口統計資料、平台使用動機及頻率、分享及拿取物品狀況、點數持有狀況、平台社交狀況、有無使用其他二手物品交易平台，以其調查使用該平台的用戶類型、二手物品流通種類與狀況。平台內部人員將訪談詢問平台創建原因、運行模式、用戶使用狀況、有無出現破壞平台公平規則之交易模式……等，以期瞭解這套交換模式如何運行與維持。平台用戶以研究者參與換物活動所觸及，採用滾雪球式抽樣及立意抽樣，深入探討用戶的換物經驗及物品性質，訪談大綱請見附件二、三。

(二) 研究對象

為求真實探訪平台使用狀況，受訪用戶使用平台時間須超過一年，交換次數在五十次以上。本研究總計訪談 6 位用戶，下表為受訪者之性別、年齡區間、使用平台時間、評價次數及受訪當下擁有的點數。有些交易並未獲得對方評價或是進行了非官方形式的交易，評價次數在此僅能被判斷為最低總交換次數，與現有點數相較之下，可大略知道用戶是否經常拿取物品。受訪者 F 在平台宣布關閉後，大量贈予他人點數，故對其進行補訪談。

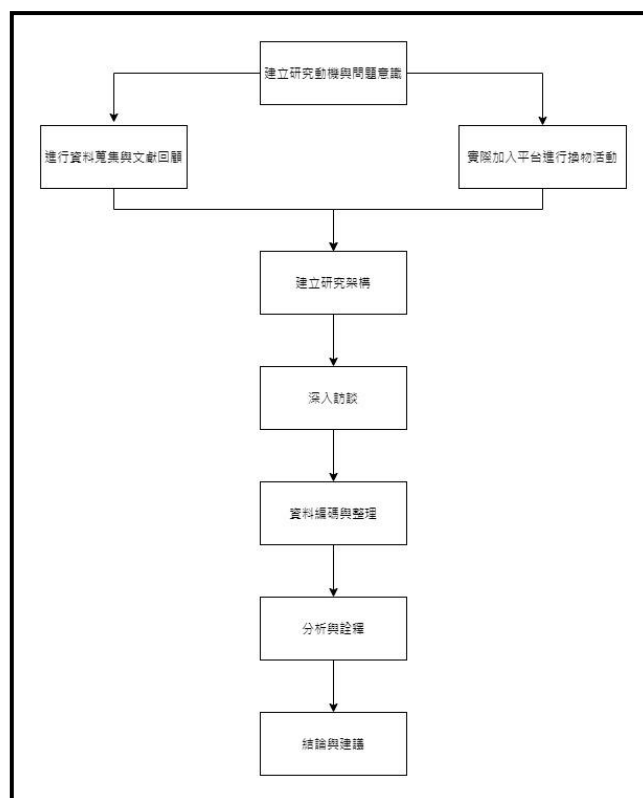
表二、受訪用戶清單

受訪者編號	性別	年齡區間	使用平台時間	評價次數 (最低總交換次數)	現有點數
A	女	20-24 歲	兩年	98 次	6 點
B	女	25-29 歲	三年	123 次	85 點
C	女	35-39 歲	一年	53 次	12 點
D	非二元	30-34 歲	一年半	696 次	14 點
E	男	45-49 歲	兩年	189 次	79 點
F	女	30-34 歲	五年	未知	未知

平台內部人員總計訪談 2 位，分別為平台共同創辦人及客服人員，以求了解平台理念及平台面對的各式交易狀況，受訪編號為 G、H。

第三節、研究步驟

本研究使用參與式觀察及質性研究，研究流程如圖二。研究者確立研究動機與問題後，實際加入平台進行換物活動，同時收集資料與文獻，以便建立研究架構。質性研究使用深入訪談法，採滾雪球式抽樣尋找受訪者，於 2021 年 5 月至 10 月進行訪談，2022 年 2 月進行補訪談，受訪者共 8 名。



圖二、研究流程圖

第肆章、研究結果分析

本章將研究結果分為三節呈現，對應所提出的兩個問題意識，說明在 taptot 拿點上交換機制如何運行與維繫及平台上換物的類型。

第一節、變形的交換機制

營運團隊說明，平台起初訂下一點拿一物的規則，是為了和拍賣平台做出區別，減少雙方議價、講價的時間，同時結合物流與 APP 系統，讓分享變得快速、簡單。平台設計的機制建立在「先捨才可以得」的概念上，用戶如果要持續使用，就需要分享物品，物品被他人取走後才能獲得點數，希望能構成一善意分享的平台。而以平台核心價值來說，點數其實是權利的概念，有多少點數即代表有權利拿取多少樣物品，物品不分價格高低。

然而，研究者在實際參與交易活動的過程中，發現一點一物的規則三不五時會受到用戶挑戰，以下解釋各種非一點一物的違約樣態，以及用戶們如何回應這些非一點一物的換物型式。

(一) 一點一物交換的延伸

1. 併點

首先是併點，併點是指原本一點拿取一樣物品，在拿取物品者（平台上稱為拿客）與分享物品者（稱為給客）的互相協調之下，變成一點拿取多物的狀況。給客會只留一樣物品做點數交易，刪除其他物品的貼文，不需要點數即贈予拿客。

由於併點的具體作法是將其他則貼文的物品刪除下架，合併在其他物品裡給出，因此在雙方討論的過程中，這項物品可能已經被別人拿走或私下訂下，此情境難免造成雙方的誤會及摩擦。受訪者 A 分享自己姐姐的經驗：「像我姊姊之前遇到很兇的拿客，就是可能我姊姊這個東西同時有兩個人要，就可能兩個都是要併點，只是看我姐姐要給誰併點嘛，因為併點本來就是要、可能是下另外一筆單，然後因為他是要併那個防曬乳，先跟我姊姊談的他想要用防曬乳併點，當然防曬乳就不會是拿取的狀態。然後在此同時，也有另外一個人是想要拿防曬乳，後來他就先拿了，因為不知道我姊姊在跟那個人談，然後我姊姊跟他說不好意思，已經先有人拿、已經先有人要了。他就生氣，說現在是怎樣？你有人拿你也不下架，反正我就是拿了，你不給我拿我就去投訴，他還真的去跟客服講。」在給客與拿客討價還價的過程中，雙方的不信任感增加，受訪者 D 很生氣的提到：「App 就叫拿點了，我每天狂送就去 Taiwan give 就好啦！那我都沒拿到，還要回應一堆人要求併一堆，還常常重複，搞得我很亂。」許多拿客認為「有問有機會」，給客卻認為這是在「凹」、說話態度不佳，造成給客使用平台的不耐感增加：「我很少給人併。因為之前聽了很多，也有遇過被氣到。」

而為了能夠成功併點，有些拿客會使用多個帳戶，輪流去詢問給客是否能夠併點，或是將點數集中在特定帳號，使用點數較少的帳戶去詢問，增加併點成功的機會。

還有人開了五六個帳號都是同個人拿我東西……一開始覺得怪怪的，而且講話或是要的東西很差不多，但以前還有點搞不清狀況，也是有前輩們分享苦衷，我後來也有發現寄送的地方一樣或是隔壁啦，等等。——受訪者 D，平台用戶

因為我姐有說他有發現一個現象是，他發現有些帳號，同一個帳號，就是有一個人他的那個帳戶是一個點都沒有，另一個帳號是超級多點，我不知道他為什麼要把點數聚集在那邊，後來我跟我姊想到，極有可能是，因為像現在假設我今天看到，今天你拿點很多，我可能想要跟對方併點，對方會覺得你那麼多點數，你為什麼要這麼摳？所以他拿東西就會用另外一個帳號，就是說自己沒有點數。後來我想說應該是這個原因，所以才那麼多人兩個帳號。——受訪者 A，平台用戶

為此，給客們也衍伸出自己的一套對應方式，像是講價議價、故意不給出物品讓系統三天後自動取消交易、故意只給出一樣物品，甚至是直接將對方封鎖，也有用戶會在暱稱和狀態欄上寫明不併點，杜絕被要求併點的可能。

他要求的東西，我覺得對我來講，他本體的心理價值對我比較高的，我就會跟他說，我就會選個價這樣子，就是說，比如說他兩樣想要併一點，那我就會說，那不然再拿一樣，三樣兩點這樣子。——受訪者E，平台用戶

因為我姐不給併她要的所有物件，她就先取消訂單了，但之後又～～拿取了，但我姐不想給她，所以在默默等單被系統取消，哈哈哈。——受訪者A，平台用戶

你同時拿了好幾個東西，但你想要以一個點數做交換的時候，有時候給客會很賊，他也會故意不出，就是不把第二個東西給你，所以有時候也會造成另外一個問題出現。——受訪者H，平台營運團隊

那個常常等（我分享物品）的已經被轟走啦，換假帳號太多，被我封鎖。——受訪者D，平台用戶

如果給客在和拿客互動之後，一次給出比心中預想更多的物品，給客也會對自己進行自我說服，認為併點給出多樣物品是積陰德，同時也能清理空間，以後比較有機會遇到同樣大方的給客。這樣的想法有禮物流的精神，也有資本主義下的理性計算考量存在。

最後我就說給你拿啦，算了算了，反正我也是用不到。……要是他還想要我的東西，就當幫我清東西也好，我就當積德，沒差啦！……我前幾天讓一個人一點拿五樣～我每次都告訴自己我下次拿取的時候一定會遇到跟我一樣大方的人，哈哈哈。——受訪者A，平台用戶

另一方面，也有用戶持不同看法，認為併點是情有所原，畢竟物品多是二手狀態，在價值上已經不同於新品，而只要雙方談妥、態度良好，就沒有什麼問題。

多數的人想要併點我覺得蠻合理的啊！因為有一些東西都是二手的，或是三手、四手，已經堪用的狀況，但是大家可能時候就想說要環保，但又會想說不可以再多給我一些東西，不然我覺得好像就是我拿了……呃、那我還不如去買全新的，我一個點數只能買一樣，而且這樣還不是全新的，還是用過的，那為什麼不能讓我併點？——受訪者B，平台用戶

綜合來說，這些被放上平台的物品對給客來說已經是使用價值為零，交換價值是否能從官訂的一點降價，影響因素有三：一是給客不介意交換價值，認為將物品給需要的人更為重要。

其實我覺得這些東西我如果再放下去，好像也是……不知道要放到什麼時候，才會有有緣人收。……我覺得那個不太重要，點數就不太重要，反正就是有需要嘛，我就給他這樣子，然後就可以馬上幫我清空間。——受訪者B，平台用戶

併點我完全就是出於，比如說有些東西我們會希望就是送出去，我們並不一定要拿點或什麼東西的想法這樣子。——受訪者E，平台用戶

二則取決於拿客的態度、和給客的互動狀況：「我覺得看量跟對方人品。像有些人可能他真的，嗯……經濟情況不是那麼好，就可能看他東西……我不知道欸，其實是一種感覺，聽他說話的感覺，那如果他是個善良的人，他併多一點我也沒差，對呀。」——受訪者A，平台用戶。三則是給客對物品本身的喜好程度：「給客其實他覺得他的東西也是很珍貴，他不要兩個物品變成一個點數、一個拿點。」——受訪者H，平台營運團隊

2. 併寄

併寄指的是將多樣物品用同一筆運費寄出，但仍扣除同樣的點數。在早期的系統中，平台為營造社群氛圍，有分享點數（稱為轉點）的功能，這個功能被廣泛使用來併寄：例如拿取三樣物品，但只願支付一筆運費，雙方協議之後，給客會將其他兩樣物品貼文刪除，留下一樣物品在平台上做郵寄交易，拿客再私下轉

兩點給給客。由於轉點功能被太多人濫用來併寄、培養分身帳號，在系統改版中已被移除。目前用戶併寄採用面交功能交易，同樣是拿取三樣物品，其中一樣使用郵寄交易，另外兩樣則使用面交功能，透過截圖的方式給給客掃描面交 QRcode，如此便扣除三點，但只需支付一筆運費。

本研究中接觸到的受訪者皆表示為方便拿客，會給拿客併寄，自己在拿取時也有併寄的行為。受訪者 E 即提到：「併寄我只會覺得是平臺設計的不夠人性。比如說我一次想要拿五樣東西，我也可以給 5 點，可是我不想要付五個運費，這很合理吧？」受訪者並不覺得是在刻意挑戰平台規則，純粹是以方便性為主所衍伸的行為。

3. 多點一物

多點一物是指給客要求拿客付出一點以上才得以拿取物品，早期同樣以轉點功能來進行交易。在轉點功能已被移除的現階段，多點一物也被改由面交功能來進行。例如給客要求一物五點，其中一點拿客選擇郵寄交易，系統就直接轉點給給客，剩下四點給客會另外發四篇新貼文或更改物品數量為五，並開啟面交交易，拿客即可透過面交功能掃描 QRcode 進行轉點，給出額外的點數。

多點一物的貼文被平台大力糾察，加上轉點功能移除，研究者在使用平台的期間甚少看到。只是上有政策，下有對策，要求多點一物的給客改用隱晦的方式要求。研究者就曾經遇過，在按下拿取按鈕後不久，給客便馬上私訊說明物品需要五點，重看他的貼文，敘述並無寫明需要多點，但拿取的數量設置為 5：在一般情況下，這表示同個物品有五樣，可以提供五次拿取，而現在這成為一個暗示，暗示拿客需要付出五點，不夠的點數以面交功能轉給給客。細看平台上提供多次拿取的物品，有一次郵寄拿取、其他次數為面交拿取，極有可能是私下進行了多點一物的交易。種種跡象指出，多點一物在平台上還是有相當的用戶支持，受訪者 C 也提及：「之前是有看到一個名牌包，然後我看他好像就是說要、我忘記幾點，好像就是五點以上、十點一下，就可能七八點之類的。然後也有人拿，但是因為他是名牌包，所以我覺得這個還蠻值得的。……而且那時候好像也很快就沒有了，那個包包好像一出來，很快就被人家拿走了。」——受訪者 C，平台用戶

(二) 其他的私下交易形式

1. 金錢交易

金錢交易是指在平台上販售物品，將平台作為曝光商品的功能，或是要求拿客除了給出一拿點外，也要支付金錢來補足商品的價值。

本研究的受訪者並未在平台上直接遇過金錢交易，但偶有看到販售物品的貼文，有些用戶會將拿點作為廣告曝光的平台，連結到其他賣場進行金錢買賣。

2. 免點

免點是指給客不收取點數，直接將物品送出。由於系統設定按下拿取即會扣除一點，免點的交易會將原先的貼文刪除，再經由非官方物流管道或面交私下進行。

一些用戶會在貼文上標註免點，希望能盡快將物品送出去，除了直接約面交送出或是走非官方的運送管道，也有人使用行銷手段將其做為贈品併寄出去：只要有用一點拿取一物，就贈送免點一物。以研究者的田野觀察來說，免點物品在平台上並不特別受歡迎，一是因為私下進行難以被察覺，二則是免點交易保障較低。受訪者 B 在初期使用平台時曾因為沒有點數，進行過免點交易：「我就兩點扣完之後我就發現，欸！我好像很需要某一樣東西！結果我就有跟對方詢問，欸因為我現在沒有點數，對方也蠻好心的，就也是這樣寄給我了。」而在現在回想，他認為免點算是違反規則的交易行為，還是會以平台運送方式為主，避免糾紛：「如果要依現在的標準來看可能是（違規）吧！但可能那時候平台剛創立，所以還有很多規則還沒建立。……我現在就會，因為現在官方其實還蠻常 PO 出一些使用規範的。」——受訪者 B，平台用戶。目前平台上大

概有 200~300 則貼文標註免點，這些物品不必然價值較低或即期，有些是純粹想把物品贈出或分享，但在沒有平台規則保障下，此部分的交易較少被使用者提及。

3. 使用其他物流管道

現階段 Taptot 拿點的官方物流有全家便利商店、郵局 i 郵箱、順豐速運，全家便利商店的運費是 80 元，i 郵箱則是 70 元，順豐速運依照包裹大小及重量從 90 元到 420 元不等。這三者皆比一般超商運費 60 元高，有些拿客不願負擔較高的運費，會私下提供給客其他網購賣場的「寄件編號」，透過其他物流管道運送。

在訪談之中，全部的受訪者都有遇過要求寄件編號的拿客，一些受訪者不想走非官方管道，怕發生糾紛無法處理，或是覺得麻煩，會拒絕非官方管道寄送。一些受訪者則認為不麻煩的話願意配合對方，此種交易方式並不會常態出現，受訪者 E 就表示：「我覺得對於這個平台來講就是一個傷害啦，但是你把它想像成這是一個面交的案件也是可以嘛，對不對？所以他既然有開這樣面交的機制，我覺得他應該就能夠接受這樣的損失。那我會覺得如果可以免運或是免費拿東西的話，每個人都會很樂意嘛，所以這是人性，沒有辦法。就是這種套路沒辦法走太久啦，我是說，那一些、曾經出現過一些、他要用比較低成本的物流方式去拿取他的商品的，其實那都是一下下而已，很短暫……我就是配合他，我覺得那也沒什麼大不了。」不論受訪者是接受或拒絕其他物流管道，使用非官方物流寄送都被用戶們視為違規行為，沒有任何模糊的地帶。

4. 換物

有些用戶會在貼文及暱稱上提到可以換物，即以物品交換物品，不需要用點數交換的意思，換物經由非官方物流管道或是面交來進行私下交易。

用戶在貼文及暱稱上提到「換物」或「以物易物」的數量約有 200 則左右，此舉有兩種含意，一是將拿點當作一個二手物出清的平台，不論使用何種交換方式，皆希望將物品贈出，方便點數不足的給客。二是認為自己的物品價值較高，希望透過交換的方式換到等價物品，而非一點一物被取走。受訪者 C 即說：「他可能覺得他那個東西只給他一點，對他來說不值得吧？他覺得他的東西可以拿到更好的利益這樣子。」換物的貼文偶有看到，實際在平台上並不常發生，受訪者中只有一人曾經被詢問過，為求遵守平台規則沒有進行以物易物，所以並不知道實際上會如何進行。

（三）平台對於變形制度的回應

一點一物制度在大量用戶的加入後部分崩壞，官方不得不對制度做出修改並重構新的平台規則。在現階段，平台對於併點和併寄目前是採取中立的態度，不會勸導也不會下架，但不鼓勵這樣的行為。至於多點一物、金錢交易等違規模式因違背平台想與拍賣平台差異化的初衷，會馬上被隱藏、勸導、下架。免點、換物、使用其他物流管道因為沒有官方物流的保障，平台方並不支持這樣的行為，也會盡量避免處理這類型的糾紛。

在明面的制度重構上，官方移除了「轉點功能」，轉點功能原先是為了打造平台願景——社群分享平台，方便好友間互相分享點數而設置。然而，透過轉點破壞制度的狀況實在太頻繁，例如利用手機門號或臉書帳號辦多個帳號以獲得平台贈予新帳號的點數、併寄、多點一物，團隊不得已將它拿除。以下細說營運團隊成員對於各項違規行為的態度及對應方法。

1. 併點

併點行為是不符合平台的願景的，因為這樣的行為容易破壞善意分享的氛圍。

我們是反對併點的，就我們認為你用一點想拿很多樣，其實是有一種……有時候給客是會覺得拿客貪心：「欸你一次跟我要那麼多個，那你只願意付我一點。」那有些拿客還會說：「阿你不是說你不要了嗎？」這樣子的分享不是我們想創造的，這個氛圍，

這個已經歪掉了，我們希望是好物分享。——受訪者G，平台共同創辦人

然而，併點常態性的發生，平台也由一開始的強制反對，給予一些彈性空間，物品給不給併還是交由雙方決定，平台不會強制將貼文下架，也不插手處理拿客、給客間的糾紛，採取比較中立的態度面對，並提供封鎖功能供用戶運用。

我們其實沒有反對這個併點的行為出現。……他們一開始是強制反對這個部分的，但我後來就是、因為真的層出不窮的這個問題，所以我覺得如果真的要強制一直規範，我們這樣子根本管不完。我們通常都會建議，那就是你可以加把對方加成黑名單，就不要再有任何交易往來。——受訪者H，平台營運團隊

我們有開放讓用戶跟用戶之間可以互相封鎖。比如說我跟你交易一次我不愉快，以後你就別想再拿到我東西了，你看的到但你吃不到，就是我看到我又PO了好東西，但是你要拿拿不了。——受訪者G，平台共同創辦人

2. 併寄

運費是平台主要營運經費來源，併寄會傷害平台繼續營運的可能，但在併寄行為層出不窮的發生後，平台也改為較中立的態度：「後來也是站在一個比較中立的立場，我們不鼓勵，可是我們也不去再去做任何的、比方說我警告你之類——受訪者H，營運團隊」，且轉而尋找修補現有交易機制的方法，在使用上以方便用戶為主：「我們其實完全不反對併寄。……我們現在沒有功能支撐他，但是我們是認同的，就是我們不反對。……我們取消這個轉點，讓你不能作弊，然後我們開發一個功能出來。」——受訪者G，平台共同創辦人。平台現階段期望未來能開發相關功能，使點數機制更完善，也讓用戶可以合法併寄。

3. 多點一物

多點一物要求拿客付出一點以上才得以拿取物品，讓物品有價格高低之分，違反平台設立初衷，是嚴重違規行為，只要被平台方看到要求多點一物，貼文即刻會被下架勸導。

這個交易行為在早期多以轉點功能來進行，每當雙方因此發生交易糾紛時，平台收過不少投訴，面對違規在先，被跳票卻告狀的用戶，平台也只能加以勸導，無法協助處理：「我們真的有遇過，你原本一個交易只要一個拿點，那剩下四十九個拿點，它就是用轉移、用分享的給，加對方好友給對方，那這個真的就是會變成是有洗點跟會讓使用者有點鑽漏洞的感覺。……最主要的還是因為很多人拿了之後，後來他的分享沒有給對方。假設他要五十個拿點，可是他原本、因為一個交易只能一拿點，那他剩下四十九個點數需要給對方轉給他，但他後來對方沒有轉給他，他就會來找我們投訴，對，我們很常遇到這種狀況。」——受訪者H，營運團隊成員。目前，平台大力糾察，加上轉點功能移除，甚少看到直接要求多點一物的貼文。

4. 金錢交易

金錢交易在平台上也是嚴重違規的行為，售物會讓物品被標價，淪為拍賣平台。營運團隊認為金錢交易的出現是因為用戶對平台生態不熟悉，每當有新的一批用戶進來，就有比較高的機率出現違規行為。此時平台方會對違規的用戶進行教育，即刻下架有關金錢交易的貼文並進行勸導。

5. 免點

平台方並不支持免點的行為，非官方物流發生問題會無法追查。倘若使用官方物流，給客就需要使用其他方式將點數還回拿客，提高雙方發生糾紛的機率，也破壞平台交易規則：「有時候，我們都覺得說就是要一點，為什麼你們要提供免點？因為它的機制你要拿取，它就扣那個人一點，那你要免點，你是不是要想辦法把那個點要轉回去？就是會變成，你就要私底下去做交易。那你私底下做交易，其實任何物流的東西，有些人就跑來，有物流的狀況跑來跟我們說要幫忙，或是有人被人家騙了。」——受訪者G，平台共同創辦人。平台方並不會特意取締免點行為，只是為避免用戶和平台之間的糾紛，看見免點

貼文還是會提醒用戶：「如果是沒有點數，他願意就是直接這樣交易，我們也是沒有問題，對啊！……只是有時候也還是會看，因為就還是會提醒他，跟他說，只要是拿了就會獲得一拿點，那我們有提醒過的其實都在對話紀錄裡面都會有紀錄，那如果你要再要求來補或是來退這拿點，我們是一律不會協助幫忙的。」——受訪者H，營運團隊成員

第二節、交換關係的再網絡化

taptot 拿點主打三大特點，一是一點一物、物品均值化，二是隨拿即寄的方便物流，三是結合社群功能，最初進入平台的用戶多是被這三點所號召。而隨著使用時間漸增、用戶多元化，平台主打的特色多少被動搖，用戶和平台分別作出行動來維護彼此的交換關係，也有部分用戶選擇離開平台，平台上的交換關係由高流動的使用族群族群再網絡化。以下將分別從平台面向和物品面向來闡述交換關係是如何被維護及破滅的。

（一）維繫平台的意識

目前平台意識的維繫主要透過營運團隊及用戶共同構成，平台方只要看到違規行為就會進行勸導，勸導多次不聽之違規用戶將被停權，有些用戶會寫信要求重新開啟權限，此時營運團隊會討論是否再給該用戶一次機會。營運團隊做為平台規則的制定者，同時也是平台的執法者，平台上所有的違規行為皆會經由營運團隊處理，為避免漏網之魚，也設置舉報機制，攜手用戶維繫平台意識，受訪者B自述：「我會看到阿，像是有點像是在賣東西那種感覺。……我會檢舉，他有檢舉功能，因為有時候平台那些……這個公司的人，應該也不會一直盯著吧。」

用戶對平台的凝聚力是從一次次的交易中累積而來，在開始使用時對平台是低度信任的，受訪者B分享他初次使用的狀況：「那時候我就有點半信半疑，所以我那時候還有隨便亂按，就是那東西我也普通、並沒有特別想要，但是我只是想要測試看看而已。」而隨著使用的時間愈來愈長，用戶在平台上遇到的狀況是否被妥善處理，影響了用戶對平台的信任度。受訪者D提及：「就平台的態度跟處理都給人感覺很差啊，超多人不玩了都說是因為這樣。」許多用戶在平台上發生糾紛，投訴客服後卻沒有得到積極的回應：「欸我忘記客服是怎麼講了，客服說他們只是負責平台，很可愛齁！不負責處理糾紛，我忘記還是怎樣。」因過去互動經驗所產生的信任(process-based)和制度所產生的信任(institutional-based)本應構成用戶對平台的信任，可是規則之下還有需多模糊地帶的淺規則全靠拿客及給客雙方協調而成，客服採以中立的立場應對，鮮少介入處理糾紛，讓一點一物的官訂制度被挑戰。違規用戶在發生問題後不願回應客服、或辯稱是誤會，讓投訴往往沒有下文，使得用戶們產生「叫天不靈叫地不應」的感覺，對平台方產生懷疑，久而久之就轉戰其他平台或改用消極的自認倒楣、封鎖方式處理。

拿點平台中的好友、社團介面被營運團隊命名為「分享圈」，在最原始的構想中是希望拿點能成為分享物品的社群平台，藉由物品串起社群功能。目前拿點社團的使用率不高，用戶多半在社團外發文，希望物品能獲得更大的曝光度。好友分享物品時因為不會特別跳出通知，大部分人加了好友就沒有互動，也不會特意去察看對方的物品，受訪者C說：「加的大多就是之前要、就是可能多拿東西要給他點數的(併寄)，這種就會加好友，所以好友都是這樣來的。……因為我是直接整個平臺這樣看，不會特別去看之前我拿過人的帳號、地方(物品主頁)。」受訪者B、E也沒有在平台上認識新朋友，平台吸引人的方便、快速拿取功能，讓分享物品變得容易的同時，也減少了人們的交往，用戶的表意性需求(expressive needs)在當前平台上較少被滿足。受訪者A在其中是個例外，他透過面交物品認識朋友，彼此間也會有贈物往來、相約吃飯，並持續有聯繫。受訪者D則是認識了一些分享物品的朋友，會互相贈送名產、農作物、水果……等，也會互相討論在拿點上遇見的違規拿客，

彼此提醒要注意，可惜這些朋友現在都很少使用拿點了。

(二) 維繫物品的價值

維持物品的價值有助於提升物品的流通，讓分享能持續進行。用戶願意持續投入交易的動力，就在於渴望拿取平台上的物品，受訪者B提到：「後來我就想說，嗯那我應該也要開始分享一些東西了，不然再這樣下去好像都沒有點數。」可見拿取物品是分享的動力之一。在此，我們將物品價值分為交換價值及使用價值來討論。

當給客將物品放上平台分享時，該物品就去除了金錢標價帶來的價格高低之分，交換價值轉為一拿點：「我會放上去的東西的話，我就都覺得這個值得一點給我就夠了。」——受訪者C，平台用戶。然而，拿取物品時若不採用面交功能，就得支付運費，運費反而取代一拿點的價值，成為物品交換價值的衡量準則，受訪者G提到：「他是一個最基本的一把尺，每個人都有，因為我今天我要付運費的時候，我要值得我付運費的這個價值的東西。」這把無形的尺，成為用戶在分享、拿取物品時的參考標準：

有些人就會覺得你商品價值不值得我花一筆運費去取得，所以你的商品價值一定要，你的商品對他來講的價值應該要大於這個運費。——受訪者E，平台用戶

通常那個人放的東西低於運費我就已經覺得很離奇了啦！因為也不會有人要拿。——

受訪者D，平台用戶

其實還是會評估耶，因為有時候你會覺得好像是用70塊運費去買那些東西的感覺。——受訪者B，平台用戶

一部分的受訪者認為，若在分享物品時，意識到「運費是一把尺」的淺規則，分享價格高於運費的物品，提高物品品質，就能有效減少併點的問題。但另一部分的受訪者認為，價值終究是個人心理衡量，同樣的物品值不值得運費價格，每個拿客給出的答案都不一樣，是否併點還是要看個人的想法。

此外，有些用戶認為分享物品的品質好壞，其實是受到整體平台物品品質的影響：

初期並沒有考慮到價值這件事情，但拿了好的東西後，就覺得要給好一點的東西才不丟臉，就會等那些給爛東西的用戶走了以後，才開始分享好的東西。——受訪者F，平台用戶

我之前也常常送不錯的東西，很多人覺得賺到，但現在基本上好像玩的人比較多放垃圾。……他們（平台）愈來愈不吸引人。——受訪者D，平台用戶

而在物品本身的使用價值上，平台方面有持續在督導，希望用戶拿出來的物品都是可以再被利用的，真正落實好物分享的精神。

現在因為我們都還是會去篩選過物品，就是物品如果他真的狀況很差，我們還是會要求對方做一個下架的動作，或是我們其實後台也有功能可以直接把這個這一則刊登就是下架或隱藏。——受訪者H，平台營運團隊

網路平台上，判斷物品的真實狀況較為困難，因此，營運團隊在審核物品貼文時有一套標準：「第一個一定是照片你要清晰、清楚，第二個是如果他是有有效期的商品，它必須要有有效期限或是製造日期，然後跟保存時間這樣子，第三點就是描述要清楚，就是你不能東西拍得很糟糕，然後你又不寫清楚他的狀況，或是你照片只有拍一個照片，可是你沒有拍到它的四周圍，或是它的內部的部分，那可能就會讓拿客不小心拿了之後發現物品是無法做使用的。」——受訪者H，平台營運團隊，透明的物品資訊降低拿客和給客的摩擦，也減少用戶和平台間的法律糾紛。然而，還是有不肖給客為了要將物品送出、獲得點數，故意欺瞞。受訪者D就曾拿取過一保養品，照片上是沒有過期的，實際收到物品後卻發現是過期品。由於平台在有效期限上規範嚴格，過期會直接被下架，有些給客改為規避物品效期，不多加說明。研究者也曾有意拿取一保養品，照片和文字敘述中都沒有提到保存期限，主動詢問效期後對方才回覆物品已經過期。其他受訪者也多有遇過物品資訊不符的情況：受訪者A曾收到版型奇怪的洋裝、受訪者C拿過與照片狀況不一致的安全帽、受訪者E則是拿過一個髮蠟，本來預期是正常

大小，實際收到後卻是 50 元硬幣大小的髮蠟試用品。由於照片沒有提供比例尺，受訪者 E 也沒有多加詢問，只能摸摸鼻子收下。

面對不符期待的物品，平台設有評分機制，可供事後補償及事前參考。用戶可以給對方差評，警惕後人也為自己出一口氣。交易前也能參考前人留下的評價，再決定要不要和對方交易。評分機制有特意設計，待評完分後，對方才能看到自己的評分，避免用戶間惡意報復，可見平台在制度設計上的巧思。

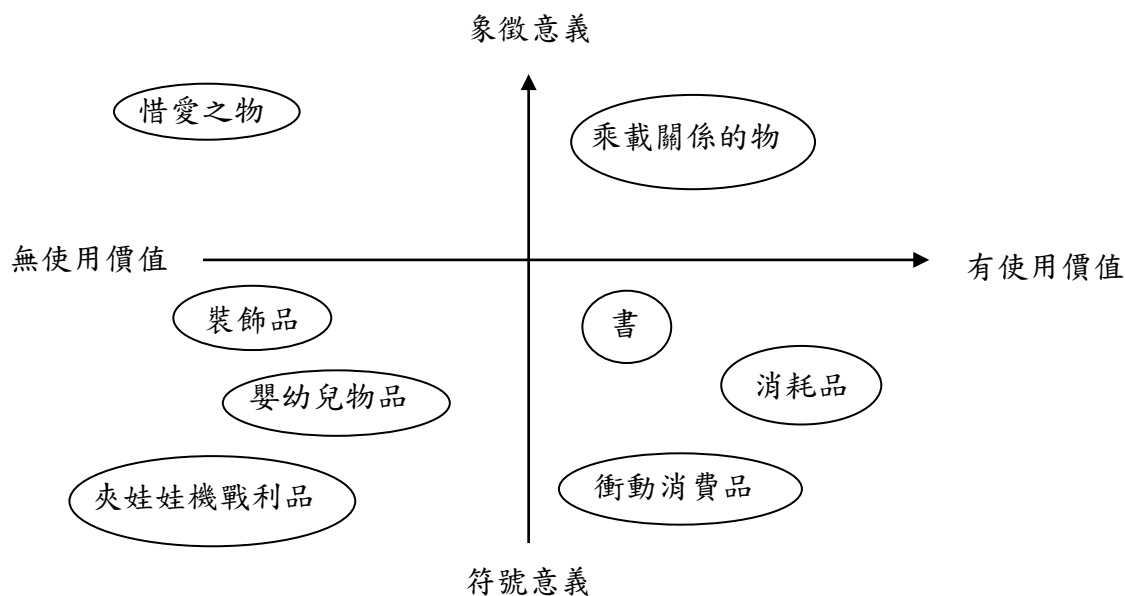
taptot 的評分，他之前、一開始的時候沒有像現在這樣，他現在的評分就是你評完分之後才可以看到對方給你的評分嘛，如果你沒有評分，對方也看不到。但一開始他是你評完分之後對方可以很快就看到，他可以看你給他好評或壞評來回應。對啊，現在沒有，因為他後來就發現好像有人會很故意，你給我不好，我也給你不好這樣子。——受訪者 B，平台用戶

第三節、消費社會下換物的意義及功能

拿點平台自 2017 年上架以來，總計約有 13 萬則刊登，其中被拿取的物品約有 10 萬件，顯見多數物品都有順利流通，進到下一位拿客的手中，延續物品的生命週期。這些被放上來分享並被拿取的物品各自有其特性與故事，拿客與給客對於物品也有不同的態度和偏好。

(一) 換物的意義

研究者在此將給客放上平台的物品區分為有無使用價值、象徵意義、符號意義，使用價值是指此物對於給客來說還能不能使用，象徵意義及符號意義則是對於給客來說此物是否具有特殊象徵意涵，或只是社會文化認知的符號之物，以、y 軸分出四個象限，藉此說明換物於文化上的意義，如圖三所示。



圖三、換物的意義

第一象限為有使用價值且有象徵意義的物，例如關係破裂後前任留下的物品、前任贈送的物品，多半的貼文都會寫到快點拿走、不知道怎麼處理、不想看到他，這種乘載關係意義的物品，在關係破滅後所有者捨不得丟棄，卻也不好留存，有著睹物思人的情緒，希望能以無痛的方式將物品贈出。

第二象限則是對給客來說無使用價值但有象徵意義的物品，這些給客對於擁有過的物品有著豐沛的情感，就算已不敷使用仍捨不得將這些陪伴自己已久的物品丟棄，希望能將當初使用這個物品的喜悅延續給下一位使用者，或是期盼有人能讓舊物重生，再次展現物品的使用價值。

尤其是我們使用過的一些東西，我會覺得這東西好像還可以用，尤其像小孩的東西，會覺得小孩長大了，就會懷念起他小時候的過往。或者是我自己分享出去的衣服，我就會懷念起當初擁有這件衣服的喜悅的感覺，但是我現在穿起來就是不太、好像已經、感覺就不太對了，可是我又捨不得把他丟到舊衣回收箱。……我希望有人可以延續下去。延續這些、使用的這種，想當初穿起來很漂亮、然後覺得這個設計也很新潮、很好看。——受訪者B，平台用戶

第三象限則是無使用價值僅有符號意義的物品，例如裝飾品、擺飾、紙膠帶、夾娃娃戰利品等。

然後有一些是我，就是因為我喜歡玩夾娃娃機，然後我會把我夾娃娃夾到的東西放在上面。對，因為我只是喜歡玩，但是東西不見得我會有需要。——受訪者C，平台用戶

而嬰幼兒物品，如小孩衣物、玩具、繪本，也因為小孩長大速度快，常需要替換，被媽媽們拿出來交換。

有一些自己買的，那有一些也是二手的，有一些也不知道幾手了，反正小孩的用品就是通常都是這樣，就是很多是恩典牌再恩典牌再傳下去，但是我會挑看起來比較新的。——受訪者B，平台用戶

第四象限則為還有使用價值但對給客來說僅有符號意義的物品，例如看過的書。

書的價值變成紙的時候就一點都沒有價值，但是它是書的時候，它就很有價值，我覺得它應該要維持它原本的價值。——受訪者E，平台用戶

或是一些超量購買的消耗品，如洗髮精、保養品、面膜、牙膏等，有寄杯功能的超商咖啡也是平台上很常出現的物品。

我媽可能會常常突然又買大概10-20條牙膏、洗碗精，衣服鞋子需要兩三個房間除濕。——受訪者D，平台用戶

你如果有去那種MOMO購物的習慣就會發現，他就是一次給你十二罐或什麼的，你可能就是用也用不完，對呀。——受訪者E，平台用戶

至於一些買後發現不適用的衝動消費物，也是最典型的有使用價值但無保存意願的物品。

像有個口紅，我在我的上面放了很多嘛，因為那時候屈臣氏賣很便宜，我那時候就每個都想買，但是後來發現這系列色號口紅全部都差不多，所以後來就只留了幾支而已。……或是有時候我在外面買衣服，有的地方不能試穿嘛，但我看的喜歡，回來發現穿到我身上不適合，我就會放上去。——受訪者C，平台用戶

(二) 換物的功能

平台主打環保與分享的價值觀，確實是大部分用戶使用平台的原因：

最主要是環保。例如說有時候我會收到、有人會送一些東西嘛，像前陣子我就收到那種火鍋的，那種很方便，有點像泡麵那種產品，很方便。可是其實我本來就不太喜歡吃火鍋類的東西，所以這東西我收到我會有點困擾，所以我就把他放在平台上面去贈送，就看有沒有人需要，所以我覺得這樣很好，因為這樣這個東西就不會浪費，如果沒有這個平台我可能就會放到過期，這樣就很浪費。——受訪者B，平台用戶

我覺得那個東西又不是壞掉，他只是因為我會添購新的商品，我會覺得送出去我反而比較心情比較好，丟掉我會覺得捨不得。——受訪者，平台用戶

而分享所帶來的滿足感，也是眾多用戶持續使用平台的原因：

我不跟他拿，他就丟了，我還要去買個回來。買賣只是一個交易，沒有延續性，分享有情感上的，有人珍惜他的滿足感。——受訪者F，平台用戶

然而，二手物平台的性質形似電商網購平台，拿點的設計又是以點數換物，不需金錢交易，有些用戶因此享受到撿便宜的小確幸，也在不知不覺間會將他當作一網購平台，追求驚喜挖寶的購物感。

大學的時候不是都有二手拍賣，可能其實100塊就已經算很便宜了，那如果是拿點的話，他不一定有訂價，所以你可以一個點數拿超過那個金額價值很高很高很多很多的東西。我就覺得，哇，賺到。——受訪者A，平台用戶

像有的時候我們逛街不是真的要買什麼，就是想逛而已。……對對對，有時候我都會拿娃娃什麼有的沒的，就我覺得超多驚喜，每天我都會沒事就刷、沒事就刷。——受訪者A，平台用戶

你可以把它當作一個、呃、免錢的購物平臺，很合理吧？對呀，就是你上去看這些東西都不用錢，這樣這樣子。——受訪者E，平台用戶

同時，用戶亦深陷於消費社會下的大量物質享樂，三不五時購入大量用不完的物品，有時是為了優惠折扣、有時是因為紓壓解悶而消費、也有一些是消費的贈品或他人贈送，這些多餘的物品占據生活空間，讓他們必須定期清理贈出。

有時覺得真是亂買亂送，好浪費。有時覺得算了，幸好有人愛惜。——受訪者D，平台用戶

有平臺你就會比較反思啦，而且其實會他會變成一個一個退路。其實東西還是很多啦，然後有時候只是一個念頭而已，就突然覺得我不想要了，對呀。——受訪者E，平台用戶

綜合來說，拿點平台提供物品一個出口，給予消費者反思的空間，讓過度消費的物品可以轉手贈出，避免浪費。但另一方面，又成為消費者的一個退路，在消費的時候可以更加肆無忌憚，用戶甚至會因一時的購物衝動，拿回自己不需要的物品，受訪者E就為此下了個註解：「那個習慣是不會改變的，所以我才會覺得說，其實我們把垃圾送出去之後，我們就拿了一批垃圾回來這樣子。」這種消費與浪費中反覆擺盪，也得以說明平台同時具有鼓勵環保和推動消費的雙重性。亦讓平台偏離原始的初衷，受訪者F說到：「這應該是一個分享平台，而不是一個丟垃圾平台。」

第陸章、結論與檢討

第一節、結論

本研究以拿點平台的個案研究，期望能了解二手物品交換是否能撇除交換價值，專注於使用價值，結合科技力量，塑造一現代的庫拉圈，透過點數機制及社群力量創造禮物流。而在實際進入田野場域、進行訪談之後，發現交換行為還是難以與價值脫節，用戶對價值的衡量無所不在。拿點平台在社群功能上的不足、進入交換圈的低門檻，使其成為一工具型交換平台，是一理性考量的出清物品、獲得好物之平台，並未能成為互惠之分享社群。

用戶作為拿客時，對物品的衡量大多以交換價值為主，較為計較物品殘值的價格，並透過各種違規行為在使用價值的交換中獲取更高的交換價值。作為給客時，基於將物品給需要的人、清空間、下次會有回報等心態，在雙方互動之後，會視情況將物品給出，讓自身使用價值為 0 的物品轉到其他使用價值較高的人身上，堅持一點一物的給客雖然遵循著平台原有的制度，但其實是使用資本主義邏輯在評估能獲得多少點數。角色立場不同，在意的物品價值也不同，用戶雖以使用價值為優先考量，還是會評估交換價值是否划算。沒有點數的用戶是無法進入拿點這個交換體系的，所以儘管拿客、給客雙方立場不同，偶有衝突，對點數和物品的需求還是讓交易機制持續運行，因此維繫物品的品質、吸引用戶持續拿取物品就成了用戶和平台的重要功課。

由於平台方制定的規則常被鑽漏洞，平台也漸漸放寬標準，甚至認可了一點約等於 70、80 元的交換價值，轉向透過交換價值來衡量物品的使用價值，並試圖新增其他功能去修補制度漏洞。整個平台的規則隨著用戶的性質進行動態變化，尚未有一個穩定的型式。這個動態的變化中，一些早期用戶遵守著一點一物，討論併點讓他們煩不勝煩，加上官方的不作為，轉向其他物品交易平台，目前留下來的用戶大多是可以接受這種混雜著理性交易與善意分享的交換形式。

而在社群功能的部分，快速寄件取件的 TLC 系統降低用戶間交流的必要性，用戶討論的內容反而只聚焦在物品的新舊狀況以及理性的講價還價，難以形成社團的聯帶關係。同時，平台的進出門檻低，用戶無須特意維持自己帳號的形象，亦不曾把分享物品作為個人品味的展示。研究者預期的以社群社群關係來維繫物品交易的當代庫拉圈並不存在，換物的動力依舊是對物的需求，且以價格為主要考量。以上種種顯示，儘管有著去價格的運行規則降低買賣雙方對交換價值討論的互動，且在物質相對充裕的社會下，純粹以物品本身使用價值為主的交換模式目前尚未可行。

另一方面，在消費社會大量消費的背景框架下，拿點平台也成為一消費之退路，過度消費的物品、收授的贈禮在平台上被出清，換物的類型是多樣且複雜的。而無須金錢的交換性質更讓他成為一「免錢的購物平台」，提供人們購物的滿足感，為個人的利益服務，並在消費反省與消費行動中扮演過渡的角色。儘管拿點平台未能完成成為原始架構中那以分享為主的善意平台，但不同類型的用戶交互作用之下，似也反映了當今社會由物質的消費社會走向非物質的精神社會時，人們擺盪的過渡階段。

第二節、檢討

平台用戶在不同時期組成不同，本研究訪談時間橫跨數月，雖有特意挑遠使用平台時間一年以上之用戶，但仍無法避免外在環境因素的影響。例如五月中開始新冠疫情又掀一波高峰，人們待在家中的時間變長，著手整理家中閒置物，因而有大量用戶進入平台。而七月底另個以物易物平台 swapub 關台，部分用戶轉

戰至拿點，又帶來新一批不同性質之用戶。不同類型的用戶進入，尤其是這種大量同質性的用戶，會造成平台生態結構改變，是一研究限制。

此外，本研究採取質性研究，受訪用戶只有 6 名，樣本未達飽和度，難以繪出平台全貌，若能搭配品質良好之量化調查，較能貼近平台交易的真實樣貌。唯平台有多種不同類型之違規交易方式，難以單純透過量化問卷蒐集而知。建議日後有意做此類研究者，可進行長期研究，於不同的時間點切入了解平台運行狀況，並將用戶換物動機做更細膩的區分。

後記

2022年1月中旬，拿點平台宣布由於營收不足以支持開銷，將於同年2月26日終止服務，在最後的這一個多月裡，用戶的動向反映出平台的多樣性。

消息一發布，市場機制馬上崩壞，用戶開始不遵循一點一物，給客大方打出「全部可併點」、「平台要關了，一點全帶走」等詞語，希望能趁平台結束前，將自己的閒置物品盡快處理。研究者也有收到用戶的抱怨，認為平台倒閉讓他的閒置物無處可去，以後不知道該如何處理自己多餘的物品。

而另一方面，拿客則抓緊時間將點數消耗完畢，畢竟平台一倒閉，點數的價值就歸零。研究者在面交時就遇到拿客自述：「這幾天都一直在面交，想說趁平台還在，能拿什麼趕快拿一拿，不然拿點關閉，點數就沒用了。」而沒有需要的物品的拿客，則改為徵求 line point 或商品禮券等，力求將點數兌現。在平台關閉的時間期限之下，拿客和給客都抓緊時間想要取得對自己最有利的結果。

於此同時，一些用戶站出來無償分享自己的點數，希望能在最後為拿點創造一些盈利，也呼應拿點最初創辦的精神：珍惜資源、分享資源。這些用戶多半會嚴格篩選贈點的對象，要求拿客說明自己對物品有需求，而不是貪圖物品的價格，才進行點數的贈予。同時，他們亦希望拿客能使用平台提供的物流管道，貼補平台的營收。由於這些多點用戶的身先士卒，後續在許願牆上也有眾多「索取拿點」的願望出現，可惜就研究者的觀察，多半沒有實現。

而在多年平台使用經驗，讓許多用戶心生感觸，研究者初估在平台終止前，約有 20~30 篇，由用戶主動發出、長短不一的感謝拿點文。有的人分享自己在拿點上拿到的衣服穿搭經驗、有的人感謝拿點陪伴自己度過人生低潮、也有的人說拿點改變了他的消費習慣，讓他成功進行斷捨離。更有用戶主動提出希望能集資接續拿點的經營，也有用戶主動成立賴群組，期盼延續拿點的精神。

綜觀拿點平台營運的這五年來，平台用戶於不同的時期、抱著不一樣的動機進入，讓他們的體驗有所不同。在平台關台時，初期的元老級用戶約有 20-30 人，且並不全然都有持續使用。初期用戶是較接近分享好物概念的一群，也建立了比較多的社群關係，會互相分享交換心得。然而，隨著平台用戶人數增多，物品品質不穩定，轉為較以理性計算的有價物獲取、出清閒置物平台。此外，平台經濟的流動性高，新的用戶進來，舊的用戶出去，持續使用的客群並不多。用戶的性質導致平台交換的氛圍不同，營運團隊亦承認對於社群功能開發的不足，讓平台最終走向較為工具型的換物平台。雖然拿點平台目前暫時關閉，但對於這種去價格化的交換模式，是被證實可以營運的：「我放著一年沒有做任何的改變，他都還可以營運，那表示這個需求是有人要的嘛，或是這個模式，我們當初想的這個模式，就是萬物一點這個模式到底可不可以做？那我們最後的結論是，其實很早就知道說，萬物皆一點，這個模式是可以做的事，只是我們後面的東西沒有跟上。就是大家如果說不接受萬物一點的話，早就沒人用了。所以其實這個這個萬物一點，或是說以需求為主的這個模式跟這個理念，大家不但接受，大家也願意用。那只是說後面的模式沒跟上，而導致很多人玩一玩不玩啦，或者是有些人這個玩到最後會有點把它當做只是一個工具，不會把它當作 socail media。」——受訪者 G，平台共同創辦人，盼望再重新更動商業模式後，拿點可以捲土重來。

附錄

附錄一、訪談知情同意書

知情同意書

親愛的受訪者 您好：

研究者為輔大社會學系三年級學生，為完成大專生科技部計畫（計畫編號：110-2813-C-030-068-H）及學士論文書寫，現正進行「回歸物本質，二手新價值——以 taptot® 拿點 APP 為例」此一主題之研究，由衷感謝您的參與，您的寶貴意見與經驗分享將有助於探究消費社會下物品再利用的新形式。

本次的訪談預計耗時 1 小時，將以線上軟體進行一對一訪談，全程進行錄音，希望您能同意，以利製作訪談紀錄。本研究保證恪遵個人資料保護法的規範，對於您的個人資料將予以絕對的保密，您的姓名與您所陳述的人物、場所、名稱等，於紀錄之中將盡皆以化名取代。因此，希望在您可接受的範圍之內，儘量暢所欲言，並提供最真實的意見與想法，以期讓本研究更為完善，不致偏頗。

本研究僅供學術目的之用，針對本研究所蒐集的相關錄音資料、訪談紀錄等，皆會予以妥善保管，絕不挪做他用或任意外流。此外，為了感謝您參與本研究計畫，研究者將以匯款的方式支付您 300 元的訪談費用。若您在參與本研究的過程之中，有任何為難之處，敬請隨時反映。您的參與意願將受到最高的尊重，您亦有權可隨時退出本研究，退出並不會影響您應有的權利。如有關於本研究計畫的相關問題，請隨時連絡研究者吳品萱（信箱：sky.390.moon@gmail.com 手機：0905-925-798）。如您對本研究成果有興趣，請留下您的電子信箱，將在 2022 年 2 月底計畫結束之後，寄送報告成果至您的信箱。

最後，謝謝您的配合，並敬祝
心想事成 萬事如意

研究者：吳品萱 敬上

全程錄音：同意 不同意

本計畫研究成果：請寄至我的信箱：_____ 不需要

如蒙接受上述之說明，煩請於下方簽名以示同意，同意書一式兩份，雙方將各自保存。

受訪者簽名：_____

中華民國 110 年____月____日

研究者簽名：_____

中華民國 110 年____月____日

taptot®拿點平台使用者訪談大綱

編號_____

【個人背景】

1. 年齡區間
2. 收入區間
3. 教育程度
4. 有無伴侶
5. 有無婚姻狀況
6. 家中有無孩童（自己的小孩還是同住家人）

【平台交易機制】

1. 請問您是透過什麼管道認識這個平台的？
2. 請問您為何使用這個平台？
3. 請問您使用這個平台的時間多久？使用的頻率如何？
4. 請問您總共擁有多少點數？最高曾擁有多少點數？
5. 有分享過點數給他人嗎？都是什麼人？
6. 請問您有過點數為零的時期嗎？您是如何應對這段時期？
7. 請問您都使用什麼方式交換物品？（拿取／分享，面交、郵寄）
8. 請問您有沒有和平台上的人變成朋友？您們交流的程度到如何？
9. 請問您有沒有遇過違反平台規則的交換行為？您認為這種行為為何發生？（併點／無點贈禮）
10. 請問您有無使用其他換物或是二手交易平台？
11. 請問您覺得對您來說，taptot 和其他平台有何不同？
12. 請問您對於平台設計的交易機制有什麼改善建議？

【換物性質】

1. 請問日常生活中，撇除放上平台分享，您對（暫時）使用不到的物品都怎麼處理？
2. 請問您分享過什麼類型的物品？這些物品是什麼來源？對您來說該物品有什麼意義？分享物品價格多落在哪個區間？價格最高、最低的物品各是什麼？
3. 請問您會經營平台上的個人頁面嗎？（如統一的物品攝影場景、光源，或是對已交換的物品頁面做整理）
4. 請問您曾拿取過什麼類型的物品？什麼類型的物品您會選擇拿取而非購買？會選擇怎麼樣的方式拿取？您拿過最有意義的物品是什麼？拿過價格最高、最低的物品各是什麼？
5. 請問您曾在平台上拿過不適用或不實用的物品嗎？您都如何處理？
6. 請問您曾在平台上拿過和給客描述資訊不符的物品嗎？您都如何處理？
7. 請問您了解物品資訊到什麼程度會選擇拿取物品？
8. 請問您有無使用過許願牆的功能？有實現嗎？

taptot®拿點平台營運團隊訪談大綱-A

1. 可以先請您介紹一下自己，並談一下過去的工作經歷？
 2. 可以請您說說為何創立這樣的平台嗎？一點一物的交易機制是如何定下的呢？
 3. 請問貴公司的願景及核心價值為何？
 4. 創業過程，包含資金、人力。
- 【交易機制設計】**
1. 請問平台如何維繫當前一點換一物的交易機制？為此有做過哪些努力？
 2. 請問平台方為何取消分享點數的機制？
 3. 請問您認為以平台的核心價值來說，最嚴重的違規行為是什麼？
 4. 請問您如何看待併點行為？
 5. 請問您如何看待併寄行為？
 6. 請問平台有控管平台上點數和商品的量嗎？如何控管？
 7. 請問平台如何提升使用者對平台的信任？為此有做過哪些努力？
 8. 對於社團制度（拿點菁英）以及其他社交機制，平台的期望與當前的運作狀況有什麼出入？
 9. 請問有無遇過拿客不取貨的狀況？平台會如何處理這些物品？
- 【審核機制】**
1. 請問每年度的 VIP 是如何遴選出來的？
 2. 請問在審核貼文時，有哪些重要原則？重要的程度依序為何？
- 【平台營運狀況】**
1. 請問平台目前運作的主要經費來源為何？
 2. 以 taptot 的立場來說，如何看待眾多二手拍賣、換物、贈物平台及社團的變化？而在此之中，taptot 如何定位自己？（結構性位置）請問在初始創
 3. 請問您覺得 taptot 屬於社會企業嗎？對您而言，taptot 要如何在公共利益與企業利益之間維持平衡？
 4. 請問對於使用者的高流動性，平台如何看待及應對？（平台經濟的浮動性，每個時期物品的品質不一，是否有週期性）
 5. 辦平台時，理想的平台運作狀況、預期的受眾為何？對照目前的運作狀況及客群，您覺得有哪些問題是需要被修正的？

taptot®拿點平台營運團隊訪談大綱-B

1. 請您簡介一下自己的職位與工作內容。
 2. 可以先請您談一下過去的工作經歷和為何選擇這份工作嗎？
 3. 請問您認為貴公司的願景及核心價值為何？
- 【交易機制設計】**
1. 請問平台如何維繫當前一點換一物的交易機制？為此有做過哪些努力？
 2. 請問平台方為何取消分享點數的機制？
 3. 請問您認為以平台的核心價值來說，最嚴重的違規行為是什麼？
 4. 請問您如何看待併點行為？
 5. 請問您如何看待併寄行為？
 6. 請問平台有控管平台上點數和商品的量嗎？如何控管？
 7. 請問平台如何提升使用者對平台的信任？為此有做過哪些努力？
 8. 對於社團制度（拿點菁英）以及其他社交機制，平台的期望與當前的運作狀況有什麼出入？
 9. 請問有無遇過拿客不取貨的狀況？平台會如何處理這些物品？
- 【審核機制】**
1. 請問在審核貼文時，有哪些重要原則？重要的程度依序為何？
 2. 請您說說您覺得平台上最正面、最有故事性的貼文。
 3. 請您說說您覺得印象最深刻的違規貼文。
 4. 請問每年度的VIP是如何遴選出來的呢？
- 【平台營運狀況】**
1. 請問平台目前運作的主要經費來源為何？
 2. 以taptot的立場來說，如何看待眾多二手拍賣、換物、贈物平台及社團的變化？而在此之中，taptot如何定位自己？（結構性位置）
 3. 請問您覺得taptot屬於社會企業嗎？對您而言，taptot要如何在公共利益與企業利益之間維持平衡？
 4. 請問對於使用者的高流動性，平台如何看待及應對？（平台經濟的浮動性，每個時期物品的品質不一，是否有週期性）
 5. 團隊理想的平台運作狀況、預期的受眾為何？對照目前的運作狀況及客群，您覺得有哪些問題是需要被修正的？

參考書目

- 張又文譯 (2008)。凱爾·麥唐納 (MacDonald) 原著 (2007)。一根紅色迴紋針 (*One Red Paperclip*)。新北：聯經出版
- 羅鈞璋 (2015)。在物的流轉間，看見永續設計。國立雲林科技大學工業設計系碩士論文 (未出版)
- 許千慧 (2011)。二手市場消費價值及消費者生活型態研究—以「福和橋二手市場」為例。國立台北教育大學文化創意產業經營學系碩士論文。(未出版)
- Dean (2019)。Swapub 怎麼交換？交換平台潛規則你一定要知。取自 <https://easytorich.com/how-to-exchange-in-swapub/#Swapub%E4%B8%8A%E6%9C%89%E5%93%AA%E4%BA%9B%E4%BA%BA>
- 彭杏珠 (2020)。Swapub 平台以物易物 20 支衣架換到名牌外套。遠見雜誌，第 409 期。取自 <https://www.gvm.com.tw/article/73413>
- 港人疫境網拍賺外快 藉 Carousell 賣二手貨 平均獲利 4400 元 [電子版] (2020.07.22)。信報財經新聞。取自 <http://startupbeat.hkej.com/?p=90078>
- 陳睨 (2019)。《生活圖譜》我在換物社團的那兩週體驗。取自 <https://medium.com/%E7%9D%A8%E5%90%8D%E6%8F%90%E5%95%8F/%E7%94%9F%E6%B4%BB%E5%9C%96%E8%AD%9C-%E6%88%91%E5%9C%A8%E6%8F%9B%E7%89%A9%E7%A4%BE%E5%9C%98%E7%9A%84%E9%82%A3%E5%85%A9%E9%80%B1%E9%AB%94%E9%A9%97-9e1bae1d52e1>
- 史塔夫編輯部 (2019)。以物換點、以點換物 「Taptot 拿點」讓閒置資源重獲價值。取自 <https://www.stufftaiwan.com/2019/05/07/%E4%BB%A5%E7%89%A9%E6%8F%9B%E9%BB%9E%E3%80%81%E4%BB%A5%E9%BB%9E%E6%8F%9B%E7%89%A9%E3%80%80%E3%80%8Ctaptot%E6%8B%BF%E9%BB%9E%E3%80%8D%E8%AE%93%E9%96%92%E7%BD%AE%E8%B3%87%E6%BA%90%E9%87%8D%E7%8D%B2/>
- 林志隆 (Amos Lin) (2017)。17 年的拍賣平台競爭消長史：蝦皮、露天、Y 拍。取自 <https://tesa.today/article/1548>
- 徐雨村譯 (2007)。科塔克 (Conrad Phillip Kottak) (2005) 原著。文化人類學——文化多樣性的探索 (*Cultural Anthropology*)。新北：桂冠圖書。
- 汲喆譯 (2002)。馬塞爾·莫斯 (Marcel Mauss) (1925) 原著。禮物——古式社會中交換的形式與理由。上海：人民出版社。
- 簡好儒與黃亞晴 (2016)。人人有機會的公平世界：賽鴿公平性的社會建構與效果。臺灣社會學 32:57-108。
- 馬奈譯 (2015)。三浦展 (Miura Atsushi) (2014) 原著。第 4 消費時代：共享經濟，讓人變幸福的大趨勢。台北：時報出版。