



從另一角度來看，我們身邊的物品是不是真的這
 樣，說它防汗、透氣、輕薄，甚至任何洗滌條件
 一扭一轉，他們產品原本的功能，譬如一件外套，廣告
 曝其短？廣告也是一樣：告家廠商無不誇大，甚至
 的歌手們，大家皆各展其長，誰會在眾目睽睽之下目
 抽絲剝繭地瞭解廣告真正的涵義？就如同星光大道上
 愈好，消費者灑的錢愈多，他們口袋就愈深。
 包。廣告商和業者們，巴不得讓心動與行動的距離愈近
 視覺效果的廣告，目的正是打動我們的心，掏出腰
 我們日常生活中，而這些經華麗辭藻修飾、動人駭目
 是打開電視，廣告就像海綿浸泡在水裡一般，滲透在
 每當我們坐上捷運、到百貨公司購物、上網抑或

尚未完成作答者，請翻背面繼續作答。

【內容】在現代廣告氾濫刺激的世界中，探討心動的思考層面與消費行動間的因果與糾結，並提出面對炫目的廣告迷惑該有的因應之道，找出行動方針，列出清單理智面對生活所需。正向而積極的主控「心動」與「行動」的距離。文意脈絡層層轉進，體悟與立論，新穎別具巧思，從多元的面向轉進凸顯生活的觀察與醒悟，足見一己之得。

【組織】首段以海綿為喻總起全文，客觀敘說各式廣告的視覺效果與打動人心的積極消費行為。二三段從消費者的角度分析，廣告的誇大誘惑與消費影響，個人生活的真實需求與動念想要之間的省思辯析。心動感性與行動理性，主動感受與被動吸引，或前後輪動或相互牽絆，一一呈現真實的生活課題。四段提出解決之道，在心動前先做好客觀的規畫清單，以抵擋廣告誘惑，至此開展出新的局面，一新耳目。末段，以人生簡單需求的真實面向，再度將理性消費推展到更高層次人生境界，以反問總結全文，具掩卷沉思餘韻繚繞之效。

【語言】巧用排比，在一系列文句的陳述中，強化理路的延伸與思辯。對於關鍵字詞的活用與深化，精審而適切。妙用例證，善用名言佳句，能有效而充分說理析論。語詞和句式運用變化豐富，能依文脈場景而靈活呈現。

↓
廢缺乏？還是物品其實非常足敷生活所需？一慾望
可使一心動一與一行動一大縮短其距離。但，那番
愉悅往往只曇花一現罷了，過了一兩天發現同樣的筆
一大堆，各種甜的香的充斥冰箱，卻往往吃不完食物
就先腐敗。假使我們能在一行動一前想像這些結果，
是不是能避免一過度一且一不必要一的花費？
要避免廣告造成不必要的「行動」，平時就應做
好準備。我覺得一列清單一或一記帳一是很不錯的選
擇。每當受廣告誘惑準備行動前，先看看自己的帳本
及清單內：是不是近期購買商品？這些商品還能使用
嗎？常常受誘惑的消費者們，看到自己許多覆購物的
商品後，一定能明瞭地減少他們的消費。

一廣廈千間，夜眠八尺一，我們身邊所使用的，
能穿的，也就僅僅一件上衣、一件褲子、一副眼鏡、
一雙球鞋_{三三}，不會因為他人比較有錢、名聲比較好
就能同時戴兩副眼鏡、兩雙球鞋_{三三}。能單刀直入且
理性分析的我們，是否就能有效掌握，甚至主控一心
動一與一行動一的距離？

【作答結束】