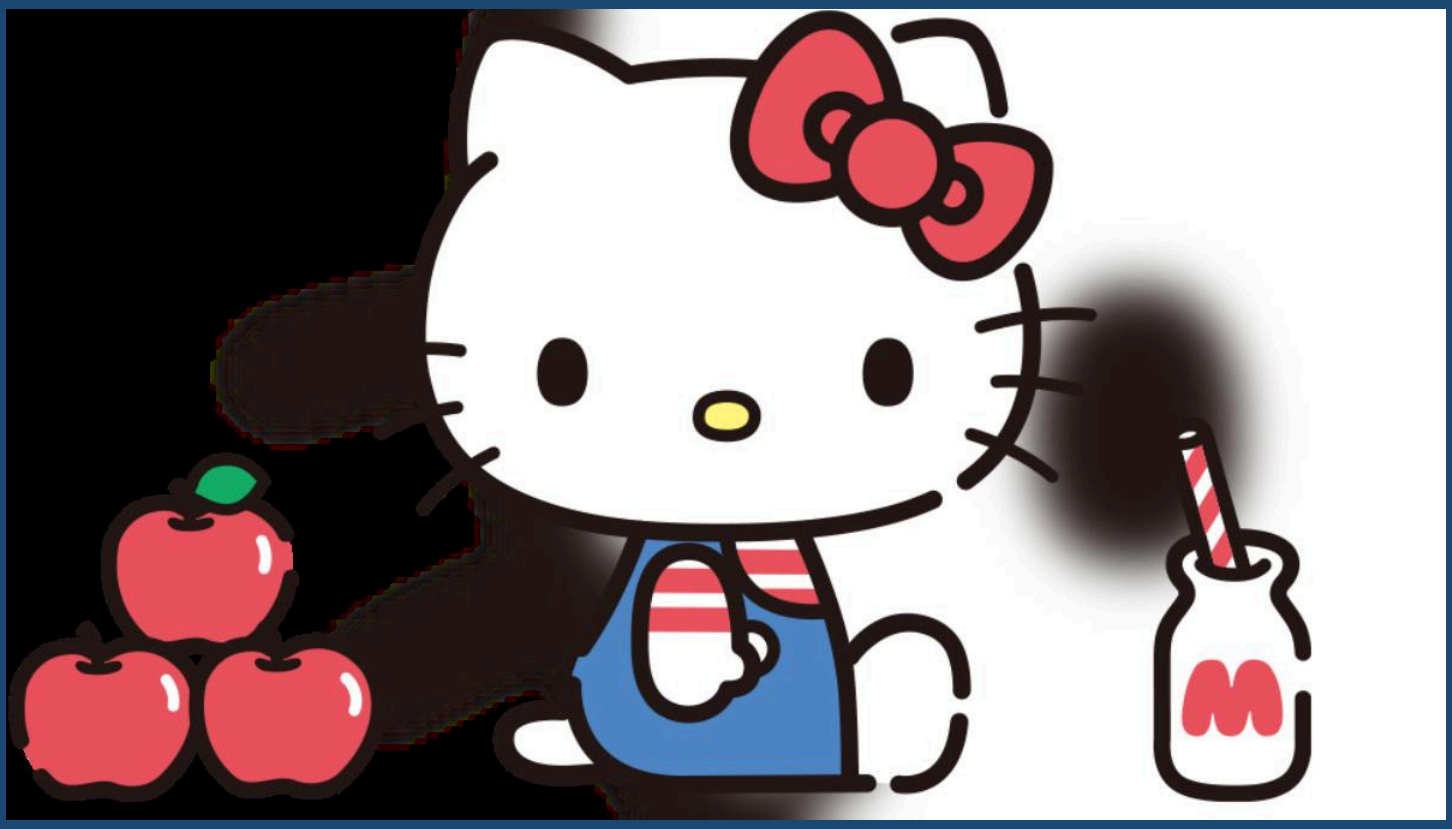
11月份圖書館經濟&地理主題書展特別企劃

# 跟著11月份卡通動漫壽星去旅行：讀履歷、學經濟、看世界　--HELLO KITTY篇--



(圖片摘自網路)

## 沒有嘴巴的 Hello Kitty，為什麼能說服全世界？

## 一個大紅蝴蝶結，繫住是全球化時代的文化與經濟故事！

11月1日，是 Hello Kitty 的生日。1974年，一個繫著紅色蝴蝶結、表情簡單、沒有嘴巴的角色走進大眾視野。半個世紀後，她早已不只是文具盒上的可愛圖案，更成為跨越世代、國界與文化的品牌象徵。有趣的是，Hello Kitty 由日本三麗鷗公司創造，角色設定卻來自英國倫敦郊外，這隻小小的 Kitty，從日本出發，走進世界各地的商店、家庭與流行文化。

為什麼一個沒有複雜故事情節的角色，能持續吸引不同年齡的消費者？人類學家 Christine R. Yano 在《Pink Globalization》中，透過 Hello Kitty 探索日本「可愛文化」如何跨越太平洋，成為全球消費文化的一部分；從經濟學來看，Kitty 讓我們認識角色授權、聯名行銷與情感消費；從地理學來看，她讓我們看見文化如何移動，商品如何跨越國界；從文學與藝術設計來看，她也提醒我們：有時候，最簡單的形象，反而能承載最豐富的情感與想像。

本期圖書館《閱森活》，就請你跟著Hello Kitty、跟著新商圖書館，一起認識凱蒂貓的履歷、創作者、發展史、相關研究書籍、簡單經濟學概念等等，作夥從凱蒂貓閱讀經濟、文化與世界！ (另有12/16手作講座資訊、資安宣導、本週世界藝文等資訊，請往下參閱！)

# Hello Kitty履歷



一、資本資料

| 項目 | 內容 |
| --- | --- |
| 名字 | Hello Kitty、凱蒂貓、（日語：ハローキティ）<br><br>本名為Kitty White<br><br>補充： 三麗鷗創辦人辻信太郎希望品牌名稱能帶有親切的問候語，以符合公司「社交溝通」的理念，原本曾考慮過「Hi Kitty」，最後決定採用「Hello Kitty」。至於Kitty的名字靈感來自《愛麗絲夢遊奇遇記》故事開始時，主角愛麗絲抱著玩耍、名為「Kitty」的小黑貓。 |
| 生日 | 11月1日 |
| 星座 | 天蠍座 |
| 血型 | A型 |
| 誕生年份 | 1974年（角色創作年份） |
| 出生地 | 英國倫敦郊外（官方角色設定） |
| 國籍 | 官方設定為住在英國的小女孩，角色由日本創造 |
| 身高 | 5個蘋果高 |
| 體重 | 3個蘋果重 |
| 最愛食物 | 媽媽做的蘋果派 |
| 最愛運動 | 打網球 |
| 興趣 | 烤餅乾、彈鋼琴、交朋友 |
| 拿手科目 | 日文、音樂、美術 |
| 擅長項目 | 音樂、烘焙、傳遞友情 |
| 個性 | 開朗、善良、溫柔、樂於助人 |
| 外貌特徵 | 白色臉蛋、紅色蝴蝶結、沒有嘴巴 |
| 所屬品牌 | 日本三麗鷗 Sanrio |

| | |
|---|---|
| 最初設計師 | 清水侑子（Yuko Shimizu） |
| 無嘴巴形象 | 官方說法是讓大家看著她時，能投射自己的心情。<br>開心時她看起來在笑，難過時她像在陪你難過。 |

## 二、家人與朋友

| 關係 | 姓名 |
|---|---|
| 爸爸 | George White |
| 媽媽 | Mary White |
| 雙胞胎妹妹 | Mimmy White |
| 爺爺 | Anthony White |
| 奶奶 | Margaret White |
| 男朋友 | Dear Daniel（丹尼爾） |
| 寵物 | Charmmy Kitty（波斯貓） |
| 好朋友 | Tiny Chum 等角色 |

## 三、角色品牌發展史

| 年份 | 重要經歷 |
| --- | --- |
| 1974 | 日本三麗鷗創造，清水侑子為最初設計師，角色正式誕生 |
| 1975 | 首款 Hello Kitty 零錢包上市<br> |
| 1980 | 山口裕子接任主要角色設計師 |
| 1990年代 | 角色商品逐漸拓展至青少年及成人市場 |
| 2000年代 | 跨界聯名、時尚與國際授權持續發展 |
| 2008 | 獲日本國土交通省任命為中國及香港觀光宣傳角色 |
| 2024 | 迎接誕生50週年 |
| 2026 | 持續活躍於全球角色授權及文化創意市場 |

## 四、特殊技能

情緒療癒力： 不說一句話，也能傳遞溫暖。

國際溝通力： 跨越語言與文化，擁有世界各地的粉絲。

百變造型力： 經典紅色蝴蝶結，搭配無數服裝與設計。

商業吸金力： 透過角色授權與聯名，創造品牌價值。




Hello Kitty 於1974年由日本三麗鷗（Sanrio）推出，但她並非由單一設計師完成半個世紀的形象發展-Hello Kitty 的原創設計者是清水侑子（Yuko Shimizu）、米窪節子（Setsuko Yonekubo）接手、山口裕子（Yuko Yamaguchi）延續與發展，今年2月，三麗鷗宣布山口裕子卸下擔任46年的主要設計師職務，將設計工作交棒給使用 Aya 筆名的新一代設計師，預計於2026年底前接任。

一、第一代設計師：清水侑子（Yuko Shimizu）

- 出生：1946年11月1日，日本京都
- 學歷：武藏野美術大學
- 身分：插畫家、角色設計師
- 代表成就：1974年創造 Hello Kitty 的原始形象
- 特別巧合：與 Hello Kitty 同一天生日
- 設計貢獻： 創造簡潔、容易辨識的角色形象，奠定 Hello Kitty 的品牌基礎。

二、第二代設計師：米窪節子（Setsuko Yonekubo）

- 接任時間：1976年
- 身分：三麗鷗角色設計師
- 設計貢獻： 豐富人物設定，讓角色更有故事性。米窪節子接手後，Hello Kitty 不再只是坐著的角色，開始出現站立姿態，並逐漸建立家庭背景，包括父母與雙胞胎妹妹 Mimmy，讓 Kitty 從單純的商品圖案，逐步成為具有生活故事與人際關係的角色。

三、第三代設計師：山口裕子（Yuko Yamaguchi）

- 出生：1955年10月24日，日本高知縣
- 學歷：女子美術大學
- 1978年：加入三麗鷗
- 1980年：成為第三代 Hello Kitty 設計師
- 設計貢獻：推動多元造型、國際聯名與品牌發展。她透過與消費者交流、觀察流行趨勢，讓 Kitty 穿上不同服裝、展現多種生活情境，並擴展到青少年與成人市場。她不只是繪製角色，也參與品牌創意與跨界合作，協助 Hello Kitty 成為全球性的文化符號，是 Hello Kitty 發展史上影響深遠的設計師。

四、第四代設計師：即將由筆名Aya 於2026年底前接任。

# 焦點書籍

## Hello Kitty的故事、品牌與文化研究




書名：《Pink Globalization: Hello Kitty's Trek across the Pacific》(暫譯《粉紅全球化：Hello Kitty 的跨太平洋之旅》)

作者：Christine R. Yano（矢野）

出版：Duke University Press

本書作者 Christine R. Yano（矢野）為人類學家，任教於夏威夷大學馬諾阿分校人類學系，長期研究日本流行文化與日裔美國人社群，本書章節如下：

第一章 Kitty at Home　日本可愛文化與角色商品產業的形成

第二章 Marketing Global Kitty　三麗鷗如何運用友誼、幸福進行全球行銷

第三章 Global Kitty　Kitty 如何跨越國界，進入不同文化市場

第四章 Kitty Backlash　可愛文化引發的批評、性別與社會爭論

第五章 Kitty Subversions　消費者如何重新詮釋、顛覆 Kitty 的意義

第六章 Playing with Kitty　Hello Kitty 如何成為藝術創作與文化表達的媒介

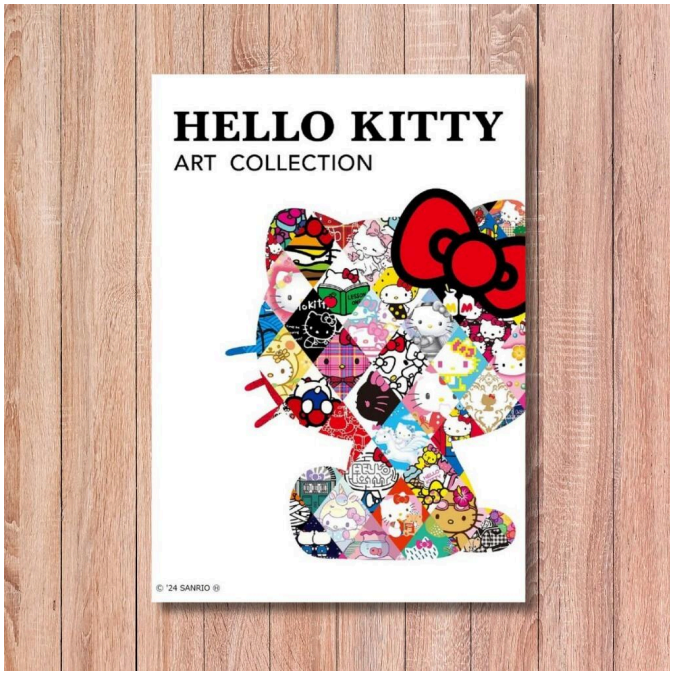
第七章 Japan's Cute-Cool as Global Wink　日本可愛與酷文化如何形成跨國影響力

**本書以「粉紅全球化」為核心概念，**描述日本「可愛」（kawaii）商品與形象在全球擴散的現象。Hello Kitty 是三麗鷗（Sanrio）在 1974 從日本的小女孩文具用品起家，後來成為跨國的消費符號，作者認為這股粉紅色的浪潮不只關乎商業，也牽涉國家形象（日本的軟實力、「Cool Japan」）、性別、族群與全球資本主義之間的互動。

研究方法採田野調查為基礎，作者訪談了日本與美國兩地的三麗鷗主管和設計師，也訪談了各類粉絲，包括兒童消費者、成年女性收藏家，以及夏威夷和加州的亞裔美國人社群。另一方面，她也訪談了批評者，例如認為 Kitty 象徵順從、幼稚化女性的女性主義者，還有以戲仿、惡搞 Kitty 為樂的「反 Kitty」群體。透過這些不同的聲音，討論了幾個主題：

- **「沒有嘴巴」的空白性**：Kitty 沒有表情，讓消費者能投射自己的情感。這是她能跨越文化、被不同族群接受的原因之一，也引來「沉默女性」的批評。
- **日本性的若隱若現**：三麗鷗在海外時而淡化時而強調 Kitty 的日本出身，作者藉此討論文化商品如何在「去國籍化」和「異國風情」之間擺盪。
- **成人的可愛消費**：許多成年粉絲對 Kitty 的喜愛，常帶著自覺與反諷（作者形容為一種「眨眼」式的態度）。這既是懷舊，也是一種身分表演。
- **反彈與抵抗**：書中也記錄了對 Kitty 的厭惡、批判與改造，說明全球化商品在流通過程中，意義會不斷被重新協商。

這本書常被用於文化人類學、日本研究、消費文化、性別研究及全球化研究的課程。它的特色在於把一個看似輕鬆的流行符號，當成理解跨國文化流動的嚴肅案例，而且文筆相對平易。對流行文化、品牌研究或日本軟實力有興趣的讀者，都很適合閱讀。

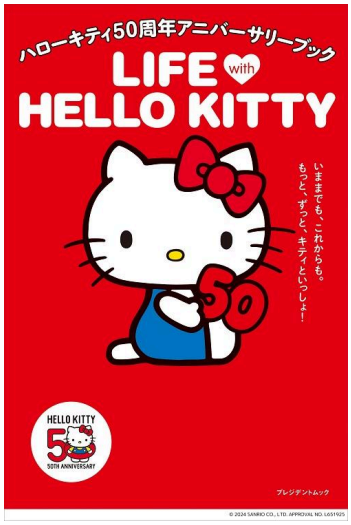



書名：HELLO KITTY ART COLLECTION

原文出版社： KADOKAWA

出版日期：2024/2/21

本書研究「Kitty 如何被設計」，包含七個主題：SUKI（喜愛）、JIDAI（時代）、HENSHIN（變身）、NAKAMA（夥伴）、COLLABO（聯名）、SEKAI（世界）、KAWAII（可愛）。此外還有珍貴的手繪原稿、Logo設計、海外限定藝術圖像、歷年設計變化，以及第三代設計師山口裕子的專訪。特別適合想要了解為什麼 Hello Kitty 的造型50年來仍能保持辨識度？設計師如何讓同一個角色適應不同世代？聯名設計如何增加角色的商業價值？的讀者。




書名：LIFE with HELLO KITTY

原文出版社： PRESIDENT社

出版日期：2024/6/19

本書帶人認識「Kitty 如何陪伴人們生活」，以凱蒂貓誕生50週年為主軸，收錄角色的50個關鍵詞、歷代商品與設計、三麗鷗彩虹樂園的照片與 Kitty 名言，以及特別紀念訊息。適合想要了解 為什麼 Hello Kitty 能成為不同世代的共同回憶？可愛商品如何融入日常生活？為什麼一個虛構角色能帶給人們情感上的陪伴？的讀者。

## 延伸閱讀：

中文的 Hello Kitty 或可愛文化學術專書很少。但台灣有不少碩士論文以此做研究，大家可以至本校圖書館網頁右側，華藝線上圖書館查詢期刊論文系統，搜尋「Hello Kitty」、「三麗鷗」、「可愛文化」、「卡哇伊」等關鍵字即可看到相關文章。




您是否曾想過：

**為什麼同樣一個杯子，印上Hello Kitty就可能身價翻倍？為什麼限量商品總能引發搶購？為什麼明明不缺玩偶，卻總想再帶一隻回家？**

這些看似平凡的消費行為，背後其實隱藏著品牌溢價、稀缺性、消費者心理等經濟學概念，以下就以Hello Kitty為例，介紹簡單的經濟學視角思考：

| 經濟概念 | Hello Kitty 例子 | 經濟學視角 |
| --- | --- | --- |
| IP授權經濟 | Hello Kitty角色圖像授權給不同企業使用 | **IP授權經濟指將具有商業價值與辨識度的智慧財產權（IP），透過授權合約的方式交由第三方（被授權商）使用**。它的知識產權的邊際成本 (Marginal Cost) 幾乎為零~授權給一家廠商和授權給一百家廠商，三麗鷗付出的設計成本不會等比例增加，這創造了極高的利潤率，也是現代「無形資產」創造財富的最佳範例。 |
| 聯名經濟 | 長榮航空的Hello Kitty 彩繪飛機、漢來大飯店的Hello Kitty 房 | 同樣的商品(例如班機、旅店)，透過與重量級 IP 聯名，企業創造了強大的**品牌差異化**，許多旅客為了搭乘主題航班、拿到專屬登機證、居住主題房等，願意支付更高的票價房價或專程調整行程。 |
| 情感溢價 | 一台普通烤麵包機賣 500 元，但印上 Hello Kitty 授權圖案的烤麵包機或許可賣到 1,500 元。 | 此又稱**情緒溢價(Emotional Premium)**是指消費者因為產品或品牌帶來的情感體驗、心理認同與滿足感，而願意比同類功能產品「多付出的那部分價格」。它並不是傳統正統經濟學的專有名詞，而是**行為經濟學**與**現代商業行銷學**交會下的核心概念。 |
| 稀缺性 | Hello Kitty 經常推出「地區限定」，例如京都限定的穿和服 Kitty | **稀缺性 (Scarcity)** 是經濟學的基礎。透過人為控制有限性的供給量與購買條件，品牌成功喚起了消費者的收藏慾望。這不僅推升了商品的市場價值，也帶動了周邊的代購經濟與實體觀光效益。 |







## 從Hello Kitty延伸的經濟學好書推薦：

1.《誰說人是理性的！：消費高手與行銷達人都要懂的行為經濟學》

作者：丹・艾瑞利（Dan Ariely）

本書最適合學生認識消費決策中的非理性現象。

Kitty連結： 為什麼本來沒有購物計畫，看到可愛的聯名商品就忍不住下單？

2.《影響力：讓人乖乖聽話的說服術》

作者：羅伯特・席爾迪尼（Robert B. Cialdini）

本書適合了解稀缺性、社會認同與說服心理。

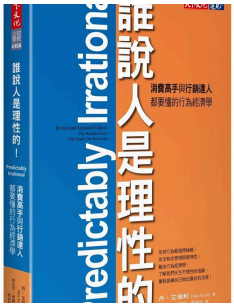
Kitty連結： 「限量100個」、「大家都在買」，為何可能使購買意願升高？

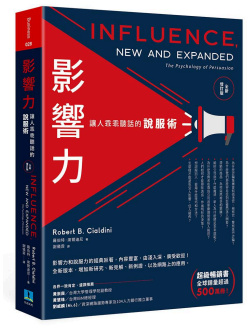
3.《金錢心理學：打破你對金錢的迷思，學會聰明花費》

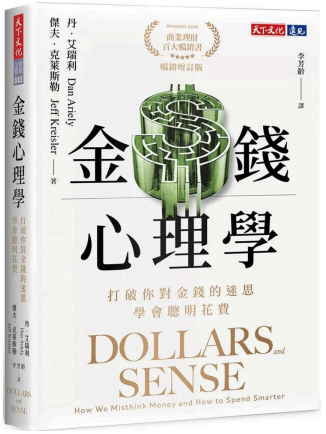
作者：丹・艾瑞利、傑夫・克萊斯勒（Jeff Kreisler）

本書讓我們反思金錢價值、購買決策與消費陷阱。

Kitty連結： 如果每月都買一件500元的收藏品，一年究竟花了多少錢？值得嗎？



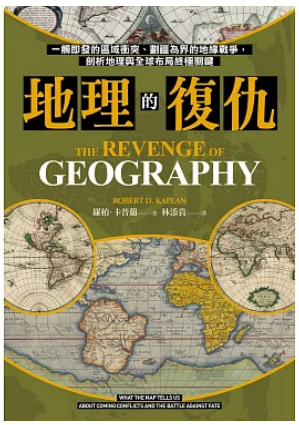
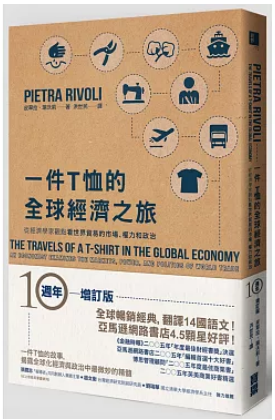



## Hello Kitty與世界

Hello Kitty 是日本公司創造的角色，但官方設定的出生地卻是英國倫敦郊外！

| 地理主題 | Kitty 的連結 | 可延伸探討處 |
| --- | --- | --- |
| 英國倫敦 | 角色設定的出生地 | 文化符號與異國想像 |
| 日本 | 三麗鷗品牌及角色誕生地 | 日本動漫文化、文化輸出 |
| 臺灣 | 角色聯名與授權商品市場 | 在地化行銷 |
| 美國 | 日本可愛文化的海外市場 | 文化全球化與跨國消費 |
| 世界各地 | 商品流通與粉絲社群 | 全球供應鏈、文化擴散 |

## 地理學延伸推薦書

| 書籍 | 作者 | 推薦角度 | 圖片 |
| --- | --- | --- | --- |
| 地理的復仇 | Robert D. Kaplan | 地理位置如何影響國際關係 |  |
| 一件T恤的全球經濟之旅 | Pietra Rivoli | 追蹤一件商品如何跨越國界 |  |

# 館務宣導

# 一、資安宣導

## 什麼！連小畫家也有資安風險？

平常用來畫圖、修圖片的 Windows「小畫家」，竟然也可能成為駭客攻擊的目標！

近期發現小畫家存在高風險安全漏洞，攻擊者可能利用特製的圖形檔案，誘騙使用者下載並開啟，一旦利用漏洞成功，就可能讓電腦執行惡意程式，造成個人資料外洩或電腦遭到入侵。

微軟已釋出安全更新，使用 Windows 11 的同學，記得確認家中電腦的小畫家是否已更新至 11.2609.401.0 版本或以上。

📌 在家使用電腦，請記得以下幾件事：

1. 小畫家也要更新！ 不要以為電腦內建的軟體就一定安全，記得定期檢查更新。
2. 陌生圖片不要亂開！ 不明來源的圖片或附件，不要隨便下載、開啟。
3. 不要隨便相信網路檔案！ 即使朋友傳來的檔案，也要先確認來源是否可信。

# 二、手作坊講座報名資訊

講座時間： 12/16 (三) 13:00-15:30 地點：圖書館一樓

報名連結：115圖書館藝文工作坊講座+永生花手作 報名表單









## 11/4～11/11 全球藝文新聞大事記

### 國內藝文新聞

- 11/3 臺灣女性漫畫發展史特展開幕

國家漫畫博物館推出「她的視線與畫筆：女性漫畫家主題特展」，以六大展區梳理1960年代至今逾一甲子的臺灣女性漫畫史，展期至2027年4月25日。

- 11/3 台中國際女性影展登場

影展於中山73影視藝文空間舉行，整月免費放映42部作品，並規劃非洲女性電影先驅莎拉・馬爾多羅專題、臺灣競賽精選及映後座談。

- 11/6 2026金馬影展開幕

金馬影展以楊毅恆執導、改編自黎紫書小說的《告別的年代》揭幕；宋芸樺、邱士縉、劉子銓等主演出席，影展期間預計有超過300位電影工作者與觀眾交流。2026金馬影展盛大開幕《告別的年代》導演楊毅恆率主演宋芸樺、邱士縉、劉子銓登台。

- 11/6 TCCF創意內容大會聚焦跨國合製與AI

2026 TCCF在臺北登場，集結28國、逾107家展商。文策院並與《魔戒》《阿凡達》幕後視效公司Wētā FX簽署合作，推動臺灣成為亞洲內容產業AI研發與應用據點。

- 11/7 第十屆亞洲藝術雙年展開幕

國立臺灣美術館以「Mrahul Tminun・共織・Co-Weaving」為題，從太魯閣族共同織作文化出發，邀請30組藝術家與藝術團體探討社群合作、殖民歷史、性別及原住民族觀點。

- 11/3 法國龔固爾文學獎揭曉

法國作家菲利普・傑納達（Philippe Jaenada）以小說《L'inconnue du quai de Javel》獲得第124屆龔固爾文學獎，首輪投票即取得六票勝出。

- 11/4 東京國際影展閉幕

跨國合製片《Sister Brother Manhole Cover》獲東京大獎；本屆影展共放映204部電影，戲院觀影人次逾6.9萬，另有近8.9萬人參與周邊活動。

- 11/5 瑞典歸還殖民時期文化資產

瑞典國立世界文化博物館將39件源自貝寧王國、與1897年英軍掠奪事件有關的文物所有權移交奈及利亞；同一波返還亦包括77件將送返玻利維亞的卡拉瓦亞文化物件與先人遺骸。

- 11/5–11/8 第59屆科隆藝術博覽會舉行

全球歷史最悠久的現當代藝術博覽會之一匯集22國、164家畫廊與藝術經紀商，其中47家首次參展或重返展會，呈現歐洲藝術市場的最新動向。

- 11/9 81歲英國作家創下布克獎紀錄

M. John Harrison以反烏托邦小說《The End of Everything》獲得2026年布克獎；81歲的他成為獎項史上最高齡得主，並獲得5萬英鎊獎金。




**本月閱森活週報主題為**跟著11月份卡通x動漫壽星去旅行

想邀請您分享您最喜歡的卡通人物或動漫，何以喜歡、它與您的情感，文長不拘，但至少250字。凡投稿成功即獲圖書館禮物一份，最優作品者，可獲長腿凱蒂貓或航海王系列商品一份。投稿請寄至pprose@gm.hccvs.hc.edu.tw

# 讓閱讀成為最美的風景

## 新竹高商圖書館　歡迎您

(本電子報編纂參考資源來自各大網站、親子天下，如有疏漏處，敬請不吝指正)