

電子商務華語學習需求分析：教學展望與建議¹

李欣欣
國立臺北商業大學
國際商務系

陳麗宇^{*}
國立臺灣師範大學
華語文教學系

杜昭玫
國立臺灣師範大學
華語文教學系

摘要

商務華語的教學發展與全球經濟現況緊密相連，近三年來，肆虐全球的新冠肺炎（COVID-19）對全球各行各業帶來極大的衝擊也重創了各地經濟發展，與此同時，全球教育系統也面臨巨大挑戰。在後疫情時代的大環境中，臺灣商務華語教學面臨國際生源不確定之挑戰，也須因應全球商業活動所產生的變化，宜進一步思考轉型和更多發展之可行性。有鑒於在疫情期間百業蕭條中僅有電子商務產業一支獨秀，本文的研究目標即為深入瞭解電商產業以及與之相關的華語教學的可行性。本研究面向華語學習者進行了「電子商務華語」的學習需求分析，問卷調查對象為就讀於臺灣華語教學中心的學生，有效樣本數為 189 份。研究主軸在於了解華語學生對於透過商務華語課程，學習電子商務相關活動的需求與興趣。在學習意願之外，本研究同時探討對於學習者而言，適合的電子商務華語教材教法，以便規畫設計相應的教程。文末在整合研究結果與受訪者觀點後，彙整提出建置「電商華語」課程的相關結論與建議。

關鍵字：商務華語、電子商務、課綱設計、學習需求

¹ 本研究得到國科會(原科技部)計畫的經費補助，計畫編號 MOST109-2410-H-003-117-。同時，本研究獲得北部國語中心的行政主管、教師及外籍學生協助進行問卷調查，特此向經費補助單位和所有協助單位人員深致謝意，也感謝本期刊兩位匿名審查人給予的寶貴意見。

^{*} 第二作者為本文通訊作者。

1. 研究背景

自 2020 年起，肆虐全球的新冠肺炎（COVID-19）對全球各行各業帶來莫大的衝擊。這場疫情不僅重創了各地經濟發展，也為全球教育系統帶來巨大挑戰，臺灣商務華語教學亦因此受到國際生源不確定之影響；在此趨勢與後疫情時代的大環境背景下，本研究主軸為面向華語學習者進行學習需求分析，針對疫情期間百業蕭條中一支獨秀的電子商務產業（沈勤譽 2020）以及與之相關的華語教學，進行學習需求研究調查。

在全球新冠疫情發生期間（2020-2022），世界各地的經濟無不深受影響（張弘遠 2020）。加上 2022 年開始的俄烏戰爭和日益惡化的全球通膨問題，全球股市震盪和各國財政困難都已是日常國際新聞標題。而疫情之下受到最大衝擊的包含了全球供應鏈、觀光旅遊業及全球就業市場，許多國家在疫情期間實施了出入境限制、旅遊限制、隔離措施、城市封控以及停工生產等機制，因此旅運業、服務業、觀光業、店面零售業，以及部分勞力密集製造業皆受到了重大影響。而最新的研究報告顯示，這些受到重創的產業所面臨的風險，在後疫情後時代仍然存在，不可小覷（Everstream Analytics 2022）。

然而，在眾多產業業務緊縮的時期，一個特殊的產業卻快速發展。因為各種封控使得各地消費者轉為線上購物，這為全球電商企業和各式線上平臺帶來全新的商機，也加速了企業數位轉型和物流創新（沈勤譽 2020）。根據統計，在百業凋零的 2020 年中，全球零售業線上銷售的成長率卻十分驚人，此趨勢預估在後疫情時代仍將持續增加。資料顯示，2024 年全球電子商務銷售額將佔整體零售額的五分之一（林克威 2021）。

在教育學術界方面，新冠疫情也造成了重大影響。為控制疫情擴散，全球各級教育機構被迫改為線上教學。然而，遠距教學、線上學習的成效仰賴教師和學生都具有妥善的網路資源、電子設備與技術支援，對於許多不同國別的師生而言，都存在著極大的挑戰。高等教育評鑑中心品保人員（郭玟杏、胡馨文 2020：25）也提出呼籲：「當前的遠距教學、線上學習已經使大學進入一個新的生態系，同時疫情也帶給學生就業上的新挑戰……學生如何在進入就業市場之前，具備新世代的能力和實作的技巧訓練」應該受到具體評估，這些都是後疫情時代教育人員宜更加關注的問題。此外，Sachs 等人（2020）的文章曾調查新冠肺炎對永續發展目標的影響，該研究發現在各項改革項目中，得到最高接受度的是數位科技的改革，這個發現的意涵是，多數受訪者民眾是期許數位科技能有永續發展的。因此，數位科技能力不僅是二十一世紀的目標和核心素養，亦是在後疫情時代中一項不可或缺的職涯能力。

有鑒於電子商務發展的趨勢以及教育界所面臨的轉變，研究者作為商務華語教學之研究與教學人員，審慎思考商務華語教學界現下所面臨的諸多挑戰：商務華語教學中所教授的商務知識如何快速跟上當前經濟趨勢？如何符合學生的期待與需求？基於上述的各項觀察，本文研究者開啟了一個新的教學研究構想，即電商華語教學，探討結合商務華語教學與時興的電子商務科技，更進一步地因應世界潮流並回應學習需求。

綜上所言，本文研究目的在於了解在臺華語學生對於學習電商華語的需求，以及他們對於教學內容和教學方式的興趣與偏好，以作為設計相應的教材教法之依據。本研究結果與建議，希冀能讓華語教育界可以更有效率地協助學生，獲得貼合現今數位時代所需的商務華語能力。

2. 文獻探討

2.1 商務華語教學中的需求分析

商務華語是專業華語（Chinese for Specific Chinese, CSP）學門底下重要的領域之一，涉及了第二外語的課綱設計與發展。Richards（1990）在其應用語言學的經典著作中，開宗明義地提及課綱設計有六大步驟：（1）需求分析、（2）目標設定、（3）課綱設計、（4）教學方法、（5）測驗檢定、（6）教學評量。而第一個步驟的需求分析（Needs Analysis），可說是所有專業語言教學設計的依歸（Hutchinson and Waters 1987, Long 2005, Cowling 2007, Flowerdew 2012）。

研究商務華語學習者的學習需求相關著作不少，和本研究相關的有早年張黎（2006）的調查，該研究指出在教學方法上，多數國際商務學生表示希望商務華語課程中著重聽、說兩種語言技能，而非聽說讀寫方面全方位並進，這點和學習通用華語的目標不同。李育娟（2011）的需求分析研究中則發現，在商務華語學習方面，學生對日常溝通的主題需求低，期待的是商業語言技能訓練，也希望增加商業展覽的課程單元，並重視求職準備的重要性。Lee and Chen（2014）則針對商務華語課程中的文化教學進行需求探究，其中一個發現是，商務人士在對於華語商務行為文化的重視，遠大於一般傳統文化的認識。另外，針對臺灣商學院外籍學生的學習需求調查，李欣欣（2016）的初級商務華語行動研究指出，部分外籍學生雖是零起點學習者，但對於學習和華人交際時所需知的基本商務語言和行為文化要點，有具體的實務性需求。駱靜美（2016）的研究結果則顯示，商學院外籍學生認為「對工作有幫助」是學習商務華語最重要的學習目的，對於「口說」能力的需求最高，偏好運用「網路多媒體」做為學習工具，亦希望教材內容兼具「趣味性」與「專業性」。

美國學者 Wang (2006) 亦指出設計商務華語課綱和發展教材方面，應以學生需求為依歸。Wang (2011) 後期的研究結果發現，學生所使用的商務華語教材內容，和學生實際所從事的工作有相當大的落差，值得關注。

總結上述文獻，設計商務華語課綱和教材方面應特別注意學生的需求，思考商務華語教材教法如何滿足學生具體的學習需求，對師生而言都是重要的課題，但長期以來這個問題是否已獲得解決，有待商榷。在商業語言技能方面，外籍商務華語學習者著重聽、說兩種技能，以及具備實用性、專業性和趣味性的訓練。在最近的研究中也可以發現，學生對於「網路多媒體」技術作為學習工具很有興趣。

上述文獻都提供了寶貴的資訊，但其研究多半針對「大商務」華語而言，亦即定義比較廣泛的一般商務華語，並非針對特定商務類型，或特定產業的相關語言學習進行需求分析。此外，在科技日新月異的年代裡，近年來的經濟環境和商業時空已和過去大不相同，上述幾位學者針對大商務所進行的需求分析研究都在新冠疫情前進行，在全球經歷過嚴峻的疫情後，商務華語學生是否有新的學習需求，十分值得關注，而這也是本論文希望能補強之處。

2.2 電子商務暨語言教學

本論文所關注的商務華語領域是「電子商務」，臺灣經濟部商業司 (2011) 將電子商務定義為：「運用先進資訊科技，同時藉由組織作業的流程改造，來達到降低組織營運的成本開支，提升作業效率，增加客戶滿意度之商業活動。」然而，自 2020 疫情爆發後，世界各地包含臺灣，企業活動和民間消費，大多轉為網際網路上的電子化交易。資料顯示，電子商務自疫情期間以來，已快速發展成為臺灣零售業的重要營收來源，與其相關的資源如金流、物流業亦在近年站上高點（未來流通研究所 2021）。所謂電子商務在現今的時代中，已不止於組織內外部的作業流程改造和營運模式優化，更是一般人生活食衣住行中的重要交易和消費模式。

關於上述電子商務的新定義，在近年來電商產業的蓬勃發展下有了更完整的知識體系。陳德來 (2018) 指出九大重點用以學習瞭解所謂的「電子商務」：（1）電子商務的特性、（2）電子商務的經營模式、（3）電子商務的架構和生態系統（如網頁設計架構、網店管理、金流、物流等所串聯的網路生態系統）、（4）電子商務所需的基礎建設及科技技術、（5）企業電子化實務、（6）供應鏈與顧客關係管理、（7）電子行動商務的技術應用、（8）電子商務的安全與法律機制、（9）電子行銷（含網路行銷及社群媒體行銷）。雖然每一項重點涵蓋面都相當廣泛，但也具體呈現出和電子商務相關的重要教學主題。

目前，華語教學界對於和電子商務華語相關的研究仍在起步，在臺灣，尚未見到和電子商務直接相關的商務華語教材。而在已發表的期刊論文中，最為相關的應是王思雨等人（2016）的研究，調查南京市留學生使用華語電商平臺的意願。該研究顯示，外籍留學生的華語能力和使用華語電商平臺的意願呈正相關；也就是華語水平越高的學生越願意使用華語電商平臺，反之則因無法完全了解平臺內容而選擇實體商店購物，本研究中亦將檢驗此結論。

3. 研究方法

承上所述，學習者需求研究在專業語言教學上的重要性不言而喻，每門語言課程都應被視為具有特定目標的課程，在不同的課程中，學習者需求在精確度上有所不同（Richards 1990；Long 2005）。為了解在臺外籍學生對於學習電商華語的需求，以及他們對於教學內容和教學方式的興趣與偏好，本研究採取問卷調查法進行學習需求分析，並透過變異數分析，尋求瞭解各變項中何種因素對學習需求有顯著性差異，進而探討學習者特徵與需求項目的相關性。

如同李育娟（2011）、駱靜美（2016）的商務華語需求分析研究採用的問卷調查法所示，在設置課程之前使用問卷調查法有許多優點，例如可瞭解學習者的背景和特徵，獲得學習者的基本資料、學習經驗、興趣取向等訊息，以便作為後續教學設計參考。其次，透過問卷調查，亦可理解學習者對於課程目標、課程內容和教學方式的看法和期待。另外，一些探討數位教學的語言學習相關研究，也使用了問卷調查法進行學習需求分析，對於了解學習動機、教學策略、學習滿意度和學習準備度方面很有幫助（Siamian al. 2015；Wu 2013；Lee and Chang 2013；Yeh and Chen 2018），這些使用問卷調查法的教學研究，對於瞭解學習者的學習需求和設計有效的數位教學策略具有重要意義。

本研究依據上述文獻探討結果及研究目的，加上整理陳德來（2018）所提出的電子商務九大教學重點後，問卷中包含以下四大題項類別：

- （1）基本資料：含受訪者基本資料與背景，如國籍、性別、年紀、華語學習經驗時間，以及偏好的商務華語教學方法。
- （2）電子商務使用程度：如網路購物經驗、常用購物網站，以及華語程度和華語購物網站使用意願調查。

- (3) 電子商務教學主題內容：詢問受訪者對於以下電子商務相關教學主題的偏好程度，包含了電商發展歷史、購物網站、網店經營、平臺設置、網站管理、網店開設、網路下單、商品運送、電子支付、電商規範、電子行銷等。
- (4) 對於電商華語課程的選課或修課意願。本研究問卷調查對象為就讀於臺灣北部某華語教學中心的華語學生，因問卷題項內容較專業，為確保受試者充分理解題項之意義，本次問卷提供中文、英文、日文及韓文四種語言版本，由受試者選擇較熟悉的語言填答，英文版本之問卷大綱如附件一。問卷調查於 2020 年 12 月至 2021 年 2 月期間實施，因問卷內容部分涉及電商專業類別及內容，故在受試者填答時，亦有研究人員在旁隨時提供說明及解釋。本次問卷調查共 190 位受試者參與，回收問卷數共 190 份；其中一份問卷為無效問卷，加以排除，故有效樣本數為 189 份。問卷回收後，研究者使用 SPSS 統計應用軟體對有效樣本進行了敘述性分析，並進行因素交叉分析，以深入瞭解電商華語學習需求與學習者特徵。

4. 研究結果與討論

此次男性受試者共 65 人，女性則為 124 人，整體的男女比例大約是 17：33。受試者年齡方面，全體受試者多介於 20 到 30 歲之間，共 144 人，佔總數的 76%。其次為 31 到 40 歲，共 31 人，佔比約為 17%；再來是 41 到 50 歲的受試者，共 12 人，約佔 6%；最後則是 51 歲以上，僅有 2 名，約佔 1%。

參與本次試驗的受試者遍佈全球各大洲，其中以亞洲的人數最多，包含來自日本、韓國、西藏、尼泊爾、泰國、越南、柬埔寨、印尼、印度、菲律賓、臺灣（長期居住海外後回臺學習中文之學生）等地，共 142 人，佔全體之 75%；其次為美洲，包含美國、加拿大、聖克里斯多福及尼維斯聯邦、委內瑞拉、宏都拉斯、巴拉圭、巴拿馬等國，共 28 人，佔全體之 15%；再來是歐洲各國之受試者，分別搜集來自英國、瑞士、德國、西班牙、法國、波蘭、義大利與芬蘭等國，共 16 人，佔比 8.5%；最後則是來自大洋洲的受試者，僅有 3 人，佔比 2%，且皆來自澳洲。有效問卷填寫者之國籍分佈如下表 4.1 所示。

表 4.1 受試者國籍分佈

國家	越南	日本	泰國	韓國	印尼	美國	菲律賓	法國	印度
人數	40	26	22	21	17	17	7	4	4
百分比	21.2%	13.8%	11.6%	11.1%	9.0%	9.0%	3.7%	2.1%	2.1%
國家	澳洲	加拿大	英國	西班牙	義大利	瑞士	洪都拉斯	委內瑞拉	巴拉圭
人數	3	3	3	2	2	2	2	2	2
百分比	1.6%	1.6%	1.6%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%
國家	臺灣	巴拿馬	波蘭	尼泊爾	柬埔寨	西藏	芬蘭	德國	聖克里斯多福及尼維斯聯邦
人數	2	1	1	1	1	1	1	1	1
百分比	1.1%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%

本研究統計結果除了上述受訪者基本資料外，還包含了受訪者的以下資料：(1) 華語學習經驗時間、(2) 偏好的商務華語課程教學方法、(3) 電子商務熟悉程度，如網路購物習性和常用購物網站、(4) 認同電商華語課程教學內容主題實用性的程度、(5) 學習者對經營電商的興趣，以及(6) 學習興趣與修課意願分析。以下逐一說明各項資料的問卷調查統計結果並予以分析。

4.1 華語學習經驗時間

在 189 筆有效樣本資料中，關於「華語學習經驗時間」方面，所有受訪者皆有學習華語的相關經驗。其中 101 位受試者的華語學習時間為 1 至 2 年，占總樣本數的 53.4%；其次，76 位受試者已學習華語超過 3 年，占比為 40.2%；最後，少於 1 年的僅有 12 人，占比為 6.3%。關於曾經學過的華語課本，受試者表示使用過通用華語類課本的共計 166 位，占總樣本數的 87.8%；除此之外，有 45 位受試者也學過商務華語類課本，占比 23.8%。

4.2 偏好的商務華語課程教學方法

關於受試者喜歡的「商務華語課程教學方法」的選項為複選題，在 189 筆有效樣本資料中總共蒐集到 571 項回答，其中以勾選喜歡授課者「使用真實的材料」選項人數最多，共計 149 人；其次為「真正地練習語言技能」，共 116 人，而後為「課本與教室裡的角色扮演」，此處的角色扮演是指依照課本中設計好的活動進行，勾選者共 69 人；而有 55 位受試者選擇了「閱讀翻譯和重複練習仿讀與造句」，排名第 4；接著則是「教室裡對話練習或角色扮演活動」，此處的角色扮演是指教師另行設計的活動，偏好人數共計 52 人；最後三項少於 50 人選擇的是「小組討論」（48 人）和「實際執行任務或解決問題」（46 人）和「教室裡學生做口頭報告或演講」（36 人）。以上結果如表 4.2 所示。

整體而言，學習者偏好的商務華語課程教學方法以「使用真實的材料」及「真正地練習語言技能」這二項居多，充分反應商務華語課程作為專業華語中的顯學，材料的真實性及課程的實用性備受學習者關注，也是教學者在編輯商務華語教材及課室教學中應多加著墨之處。

表 4.2 商務華語課程教材教法偏好統計

教學方法	偏好人數	百分比
使用真實的材料	149	26.09%
真正地練習語言技能	116	20.32%
課本與教室裡的角色扮演	69	12.08%
閱讀翻譯和重複練習仿讀與造句	55	9.63%
教室裡對話練習或角色扮演活動	52	9.11%
小組討論	48	8.41%
實際執行任務或解決問題	46	8.06%
教室裡學生做口頭報告或演講	36	6.30%

4.3 網路購物習性和常用購物網站

在「每週上網購物頻率」之選項中，共 11 人表明「每週上網購物超過 5 次」，約佔總人數的 5.8%；共 19 人「每週上網 3 到 5 次」，約為 10%；「每週上網次數少於 3 次」的人數共 48 人，約為 25.4%；「很少用網路」的人數最多，共 95 人，約佔總數的 50%；而「完全不用網路購物」的人數僅有 16 人，佔比 8.5% 左右。受

試者中約半數「很少用網路」，此為較出人意表之結果，亦值得深入探討其原因，然此議題不在本研究探討的範圍中。

即使半數受試者「很少用網路」，但其偏好的購物平臺仍出現明顯的差異。受試者「偏好的網購平臺」，如表 4.3 所示，在可複選的情況下，受試者偏好的購物平臺最多選擇的是「蝦皮」，在 189 位受試者中，共 78 人次勾選，佔比約為 41%，且其在國籍是亞洲區的勾選率最高。其次則是「亞馬遜」，共 26 人次勾選，佔比 14%，且其在美洲及歐洲區的勾選率最高。第三則為「Momo 購物網」，共 13 人次填寫，佔總人數比的 7%，且勾選之受試者全部來自亞洲。第四名是「PC home」，共 7 人次填寫，填寫人皆為亞洲人，佔比 4%；最後則是「Uber」，僅 4 人次填寫，佔比約 2%。值得注意的是，在亞洲地區，大多數受試者偏好使用「蝦皮」，特別是越南和印尼受試者中，超過半數勾選了這個選項。此外，亞洲地區受試者所勾選的第二名則是「Momo 購物網」，特別是韓國和印尼受試者最為偏好這個購物平臺；第三名是「亞馬遜」電商平臺，日本受試者特別偏好此平臺。

表 4.3 外籍華語學習者偏好購物網站統計

電商 洲別	蝦皮 人數 比例		亞馬遜 人數 比例		Momo 購物 人數 比例		PC home 人數 比例		Uber 人數 比例	
亞洲	69	49%	12	8%	13	9%	7	5%	1	0.7%
美洲	6	21%	8	29%	0	0%	0	0%	3	11%
歐洲	2	13%	6	38%	0	0%	0	0%	0	0%
大洋洲	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
總數	78	41%	26	14%	13	7%	7	4%	4	2%

除了受試者「偏好的網購平臺」之外，本研究亦調查了受試者在臺灣曾經使用過的購物網站，其中共有 120 位受試者表示使用過臺灣的購物網站，而平時會使用臺灣蝦皮購物的共計 83 位，佔 69.2%；使用 Momo 購物網的有 29 位，佔比為 24.2%；另有 16 位使用 PChome 購物，佔比 13.3%；除此之外，博客來則有 9 位受試者使用。由此可知，儘管約半數的受試者表示很少上網，但還是會透過網路購物，甚至在臺灣學習華語期間，亦會使用臺灣的網路購物平臺，其中使用過臺灣蝦皮購物網站的比例約七成，此結果一方面顯示蝦皮購物平臺在亞洲地區的龐大市場及影響力，也

表示學習者雖然半數不常上網，但使用過臺灣的購物網站的受試者，超過七成曾使用過臺灣蝦皮。

此平臺在跨國業務上的表現，可能是因為平臺操作介面上與其國家之蝦皮購物平臺近似，故提高了其使用意願，而此也表示在臺灣的華語學習者大多仍是會使用臺灣的購物平臺，跨語言的障礙在這份問卷結果中並未呈現明顯的負面效果，也顯示了網路購物平臺的使用是一種跨文化共同趨勢，電子商務華語教學的必要性及未來潛力可見一斑。

4.4 電商華語課程教學內容主題實用性的程度

本研究針對電商華語相關課程內容主題的實用性認同度進行學習需求分析，這些主題乃以陳德來（2018）所提出的電子商務教學內容為基礎設計題項，並使用李克特量表（Likert Scale）衡量受試者的看法，由受訪者依據主觀考量勾選「很有用」，「有用」，「可能有用」，「可能沒用」或「沒用」，以表示其對於這十個電商華語課程教學內容主題實用性的認同程度和學習興趣。問卷中，在這十個題項之後，並附加開放性問題，詢問受試者「覺得會有幫助但以上題項沒有列出的內容」，讓受試者可自由填答。

統計結果顯示，以平均數來說，受試者對於教學主題內容實用性的認同度在 4.0 以上者（滿分為 5），依序為：

- （1）關於電子商務的商品運送（物流）的資訊和語言。
- （2）關於電子商務的電子支付方式。
- （3）臺灣主要的購物網站和 APP（應用軟體）。
- （4）電子網路銷售的談話/談判技巧。
- （5）如何開設網路商店以及網路下單購物。

以上前五名學習內容都是和電子商務操作及營運直接相關的主題。其他五個教學內容主題雖然在實用性的認同度上平均值稍低，但大致而言，除了「臺灣電子商務的歷史和特點」這個主題的平均值為 3.51 外，其他四個選項的平均值均在 3.8 以上，與前五項的差異並不大；此四個選項的教學內容主題依序為：關於電子商務的網頁設計和網站管理、關於電子商務的法律政策或關於網路安全的法律規定、商業案例研究及電子商務平臺基礎技術。比起後面五名的選項，前五名選項的內容屬於實務性和操作性較高的項目；而最後五項則明顯皆為商業背景知識、法規或和網路技術相關。詳細內容如下文表 4.4.1 所示。

表 4.4.1 十個電商華語課程教學內容主題實用性認同度統計

題號	教學內容主題	樣本數					平均值
		很有用	有用	可能 有用	可能 沒用	沒有用	
7	關於電子商務商品運送（物流）的資訊和語言。	91	57	23	7	11	4.11
8	關於電子商務的電子支付方式。	78	64	28	12	7	4.03
2	臺灣主要的購物網站和 APP。	78	61	33	8	9	4.01
10.	學習與練習電子商務銷售的談話/談判技巧。	80	62	27	9	11	4.01
6	練習如何開設網路商店以及網路下單購物。	83	54	32	9	11	4.00
5	電子商務的網頁設計和網站管理。	72	64	36	9	8	3.97
9	關於電子商務的法律政策，或是關於網路安全的法律規定。	77	62	27	13	10	3.97
3	各種商業的案例研究，例如 B2B、B2C、C2C 和 C2B。	69	64	33	12	11	3.89
4	關於電子商務平臺的基礎技術，比如硬體或軟體。	62	63	37	19	8	3.80
1	臺灣電子商務的歷史和特點。	37	59	66	17	10	3.51

註：B2B（Business to Business）、B2C（Business to Customer）、C2C（Customer to Customer）、C2B（Customer to Business）

此外，在開放性問題，「其他有幫助但以上沒有列出的學習內容」部分，以亞洲學習者提出的建議居多，在刪除實際上和原本題項重複的細節後，其建議如下列第 1 至第 9 項所示；而第 10 和第 11 項則是美洲受試者所提出的建議；最後，歐洲和大洋洲受試者並無提出其他建議。

- （1）國際貿易知識。
- （2）網路買賣和報稅相關知識。

- (3) 免運券相關內容。
- (4) 商業管理/商業研究知識。
- (5) 網路付費廣告相關內容。
- (6) 學習 UI (使用者介面) /UX (使用者體驗) 設計。
- (7) 退貨步驟。
- (8) 貨品進出口相關法律。
- (9) 學習國際商業趨勢以改善臺灣電商體系。
- (10) 了解在哪裡可以找到臺灣的供應商並將產品銷售到其他國家。
- (11) 一些線上平臺可能銷售服務 (例如：線上教學)。

以上建議的主題，除第 3、5 及 6 為電子商務所獨有，其他建議則為較總體、宏觀的商貿相關知識，但這些建議也說明學習者在商管相關背景知識上仍是有學習需求。

本研究亦進一步針對內容主題與學習者的背景資訊變項作交叉分析，期能發掘其他相關學習者特徵的相關性。本研究經過資料分析後，發現三個構面，分別為「實際運作方式」、「基礎知識與技術」及「歷史發展特性」，其中，前兩構面的 Cronbach's Alpha 值分別為 0.951、0.940，而第三構面僅含一個問項，因此不需要進行內部一致性的分析。從表 4.4.2 中可以看出，本研究各構面之信度係數皆超過 0.9，因此內部主要項目一致性極高。

表 4.4.2 電商華語教學內容主題學習需求構面分析

構面	衡量項數	Cronbach's Alpha
實際運作方式	6	0.951
基礎知識與技術	5	0.940
歷史發展特性	1	-

在效度分析方面，如表 4.4.4 所示，「實際運作方式」、「基礎知識與技術」及「歷史發展特性」等三個構面的組合信度 (CR) 分別為 0.875, 0.829, 0.906，均符合高信度標準。另外，如表 4.4.4 所示，平均變異抽取量 (Average Variance Extracted, 簡稱 AVE) 方面，各構面的 AVE 分別為 0.542, 0.498, 0.906，其中有兩個構面符合 0.5 的標準，而另一個構面則達到 0.498 接近 0.5，可見具有良好的信度和收斂效度。

表 4.4.3 電商華語教學內容主題學習需求構面信度分析

構面	衡量問項	因素負荷量
實際運作方式	8.關於電子商務的電子支付方式。	0.828
	6.練習如何開設網路商店以及網路下單購物。	0.780
	7.關於電子商務商品運送（物流）的資訊和語言。	0.761
	2.臺灣主要的購物網站和 APP。	0.749
	3.各種商業的案例研究，例如 B2B、B2C、C2C 和 C2B。	0.721
基礎知識與技術	9.關於電子商務的法律政策，或是關於網路安全的法律規定。	0.823
	5.電子商務的網頁設計和網站管理。	0.784
	4.關於電子商務平臺的基礎技術，比如硬體或軟體。	0.713
	10.練習電子網路銷售的談話/談判技巧。	0.652
歷史發展特性	1.臺灣電子商務的歷史和特點。	0.952

表 4.4.4 電商華語教學內容主題學習需求構面收斂效度分析

構面	標準化因素負荷量	CR	AVE
實際運作方式	0.545~0.828	0.875	0.542
基礎知識與技術	0.516~0.823	0.829	0.498
歷史發展特性	0.952	0.906	0.906

本研究更進一步透過變異數分析探討 189 位受試者的背景對不同構面的感知，以了解學習者背景對於電商華語課程內容的學習需求是否有差異性。這個部分的背景資料包含了受訪者的性別、年齡、國籍、華語學習經驗時間和每週網購頻率等五項因子。

首先透過獨立樣本 t 檢定，針對「性別」與「實際運作方式」、「基礎知識與技術」及「歷史發展特性」三個構面進行分析，結果顯示皆未達到顯著水準，因此性別對於各課程內容實用性和偏好的認同程度並未有顯著性影響，如表 4.4.5 所示。

表 4.4.5 性別對各構面獨立樣本 t 檢定

構面	組別	平均值	t 值	顯著性
實際運作方式	男性	-0.004	-0.039	0.485
	女性	0.002		
基礎知識與技術	男性	-0.005	-0.053	0.479
	女性	0.003		
歷史發展特性	男性	-0.014	-0.142	0.444
	女性	0.008		

註：*P<0.05；**P<0.01；***P<0.001

另外，以「學習華語的時間」和「每週網購頻率」對三大構面進行單因子變異數分析，結果顯示受試者學習華語時間的長短及每週網購的次數對於各課程內容實用性的認同度亦未有顯著差異。由此可知，學習華語的時間和每週網購頻率並不影響學習者對於此三大構面的認同度，電子商務華語作為一特殊目的的專業華語學習標的，應與學習者本身的華語程度及購物習慣並未有太大的相關性。

然而，針對不同「年齡」和「國籍」對於課程內容主題實用性認同度的影響，進行單因子變異數分析時，卻有不同的結果。在「年齡」對三大構面的影響方面，如表 4.4.6 所示，其中「實際運作方式」和「歷史發展特性」構面未達到顯著水準，但「基礎知識與技術」構面顯著性為 0.023，則符合顯著水準；比較後可以發現 20-30 歲的受試者對於「基礎知識與技術」之課程內容認同程度，明顯大於 31-40 歲、41-50 歲、50 歲以上的受試者。

表 4.4.6 年齡對各構面單因子變異數分析結果

構面	組別	平均值	F 值	顯著性
實際運作方式	20-30 歲	0.045	1.342	0.262
	31-40 歲	-0.261		
	41-50 歲	0.294		
	50 歲以上	-0.510		
基礎知識與技術	20-30 歲	0.110	3.242*	0.023
	31-40 歲	-0.210		
	41-50 歲	-0.628		
	50 歲以上	-0.962		

歷史發展特性	20-30 歲	0.011	0.074	0.974
	31-40 歲	-0.068		
	41-50 歲	0.035		
	50 歲以上	0.144		

註：*P<0.05；**P<0.01；***P<0.001

至於國籍對三構面的影響方面，如表 4.4.7 所示，東南亞國家的受試者對於「實際運作方式」和「基礎知識與技術」的課程內容皆較其他地區的受試者認同度更高。其中中南美洲、東南亞和其他國家的受試者對於「實際運作方式」構面之認同程度顯著高於東北亞、北美洲、歐洲及澳洲國家之受試者；而在「基礎知識與技術」構面方面，東南亞和澳洲國家的受試者對其認同程度較高。在「歷史發展特性」構面方面，國籍的不同未達到顯著水準。

表 4.4.7 國籍對各構面單因子變異數分析結果

構面	組別	平均值	F 值	顯著性
實際運作方式	東北亞	-0.300	4.527***	0.000
	東南亞	0.146		
	北美洲	-0.368		
	中南美洲	0.868		
	歐洲	-0.071		
	澳洲	-0.057		
	其他	3.037		
基礎知識與技術	東北亞	-0.061	5.317***	0.000
	東南亞	0.209		
	北美洲	-0.105		
	中南美洲	-0.087		
	歐洲	-0.582		
	澳洲	0.044		
	其他	-4.260		
歷史發展特性	東北亞	-0.143	0.758	0.604
	東南亞	0.075		

	北美洲	-0.130		
	中南美洲	0.431		
	歐洲	-0.153		
	澳洲	0.318		
	其他	0.757		

註：* $P<0.05$ ；** $P<0.01$ ；*** $P<0.001$

4.5 學習者對經營電商的興趣

本研究亦針對 189 位受試者經營電商的興趣比對電商課程學習內容三大構面的影響進行了分析。以受試者有無興趣在網路上「經營」電子商務（例如成為賣家）對「實際運作方式」、「基礎知識與技術」及「歷史發展特性」三構面做獨立樣本 t 檢定，結果如表 4.5 所示，發現三構面都達到顯著水準，顯著性分別為 0.001、0.000 和 0.025，顯示對課程主題實用性的認同程度會隨著受試者本身對於在網路上經營電子商務的興趣與否而有顯著差異，而有興趣經營電子商務者對於「實際運作方式」、「基礎知識與技術」及「歷史發展特性」等三大構面課程內容認同程度皆高。

表 4.5 有無興趣在網路上「經營」電子商務對各構面獨立樣本 t 檢定

構面	組別	平均值	t 值	顯著性
實際運作方式	有興趣	0.186	3.267**	0.001
	沒有興趣	-0.411		
基礎知識與技術	有興趣	0.234	4.550***	0.000
	沒有興趣	-0.516		
歷史發展特性	有興趣	0.096	1.970*	0.025
	沒有興趣	-0.211		

註：* $P<0.05$ ；** $P<0.01$ ；*** $P<0.001$

4.6 學習興趣與修課意願分析

接下來的問題是：「如果您的中文程度不錯，會有興趣在臺灣的電商網站上『購物』嗎？」調查結果顯示，國籍在各大洲的學生對於本題回應多為正向，總樣本數的 82.0% 表示有興趣。

本研究進一步針對 189 份有效樣本進行交叉分析，如表 4.6.1 顯示的結果，卡方值為 9.716，自由度為 3，顯著性為 $0.021 < \alpha = 0.05$ ，表示不同國籍跟是否有興趣在臺

灣的電商網站上購物是有關聯的；其中，國籍在東南亞國家者，有 90.2%的人有興趣；而歐洲及大洋洲有興趣者為 65.0%。簡言之，國籍為東南亞者的受試者，主觀認為如若自身華語程度佳，對於在臺灣電商平臺購物的興趣高於其他區域的受試者。

表 4.6.1 「如果中文程度好，是否有興趣在臺灣的電商網站上購物」國籍交叉分析與卡方檢定

		國籍				總和
		東北亞	東南亞	美洲	歐洲及大洋洲	
有興趣	樣本數	38	83	21	13	155
	%	77.6	90.2	75.0	65.0	82.0
沒有興趣	樣本數	11	9	7	7	34
	%	22.4	9.8	25.0	35.0	18.0

	數值	自由度	漸近顯著性（雙尾）
Pearson 卡方檢定	9.716	3	.021
概似比	9.618	3	.022
有效觀察值個數	189		

但是，當被問及「如果中文很好，是否會想在網路上成為『賣家』經營電子商務」時，有 68.8%的受試者表示對於自行經營電商平臺或網路店面有興趣，數字比前項略低。進一步進行交叉分析後，如表 4.6.2 所示，卡方值為 14.180，自由度為 3，顯著性為 $0.003 < \alpha = 0.05$ ，顯示受試者自行經營電商平臺或網路商店的意願，會因其國籍不同而有顯著差異。綜合下表的結果可發現，有興趣經營電商的受試者主要集中於東南亞國家，有超過八成的東南亞國籍受試者表示興趣成為電商賣家；而沒有興趣者以歐洲及大洋洲最多。

表 4.6.2 「如果中文程度好，是否有興趣在臺灣電商網站上擔任賣家」題項國籍交叉分析及卡方檢定

		國籍				總和
		東北亞	東南亞	美洲	歐洲及大洋洲	
有興趣	樣本數	28	75	17	10	130
	%	57.1	81.5	60.7	50.0	68.8
沒有興趣	樣本數	21	17	11	10	59
	%	42.9	18.5	39.3	50.0	31.2

	數值	自由度	漸近顯著性（雙尾）
Pearson 卡方檢定	14.180	3	.003
概似比	14.444	3	.002
有效觀察值個數	189		

最後，在選課意願部分，整體而言，189 位受試者對於電商華語課程中教授如何在中文網站「線上購物」有興趣的占多數，占總樣本數的 77.8%（表 4.6.3），剩下 22.2% 的受試者則沒有興趣；且無論受試者來自哪個區域，皆以有興趣者占多數。由表 4.6.3 顯示，分析結果之卡方值為 14.107，自由度為 3，顯著性 $0.003 < \alpha = 0.05$ ，表示受試者對於選修如何在中文網站上購物的實用電商華語課程之意願，會因為其國籍不同而有顯著差異；有興趣者集中在東南亞國家，有 89.1% 的人有興趣；而沒有興趣者以歐洲及大洋洲最多，此項有意願學習如何線上購物的統計結果和前項「如果中文程度好，則有興趣在臺灣的電商網站上購物」的趨勢一致。

表 4.6.3 「學習如何在中文網站上購物的實用電商華語修課意願」題項與國籍交叉分析及卡方檢定

		國籍				總和
		東北亞	東南亞	美洲	歐洲及大洋洲	
有興趣	樣本數	34	82	19	12	147
	%	69.4	89.1	67.9	60.0	77.8
沒有興趣	樣本數	15	10	9	8	42
	%	30.6	10.9	32.1	40.0	22.2

	數值	自由度	漸近顯著性(雙尾)
Pearson 卡方檢定	14.107	3	.003
概似比	14.524	3	.002
有效觀察值個數	189		

另一方面，針對「學習如何在中文網站上拍賣或是開店創業」的電商華語課程內容，如表4.6.4所示，189筆有效樣本資料中有76.7%的受試者有興趣，其餘23.3%則沒有興趣，大部分區域以有興趣的受試者占多數。在此項目中，分析結果顯示卡方值為21.392，自由度為3，顯著性 $0.000 < \alpha = 0.05$ ，表示若商務華語課程加入「如何在中文網站上拍賣或是開店創業」的課程內容，受試者選修的意願會因為其國籍不同而有顯著差異。經由表4.6.4可看出，有興趣經營電商的受試者集中於東南亞國家，有90.2%的人有興趣；而沒有興趣者以歐洲及大洋洲居多。

表 4.6.4 「學習如何在中文網站上拍賣或是開店創業的電商華語選課意願」題項
國籍交叉分析及卡方檢定

		國籍				總和
		東北亞	東南亞	美洲	歐洲及大洋洲	
有興趣	樣本數	32	83	20	10	145
	%	65.3	90.2	71.4	50.0	76.7
沒有興趣	樣本數	17	9	8	10	44
	%	34.7	9.8	28.6	50.0	23.3

	數值	自由度	漸近顯著性（雙尾）
Pearson 卡方檢定	21.392	3	.000
概似比	21.696	3	.000
有效觀察值個數	189		

本研究統計並分析學習者（1）華語學習經驗時間、（2）偏好的商務華語課程教學方法、（3）電子商務熟悉程度，包含網路購物習性和常用購物網站、（4）認同電商華語課程教學內容主題實用性的程度、（5）學習者對經營電商的興趣，以及（6）學習興趣與修課意願等學習特徵與學習需求之相關性。綜合以上統計分析結果可知，年齡和國籍均會影響學習者對電子商務華語教學內容的需求，對於學習者的學習興趣亦有所影響。因此在編寫此類教材時，雖然需要以知識與專業學習內容的宏觀整體性為考量基礎，但也必須考量特定學習者的學習需求。而對於課室活動的需求調查結果則顯示，學習者對於電子商務課程中所想要的是真實的學習材料和真實的語言技巧，所以教材編寫可多加考量編寫內容的真實性和實用性。

5. 結論與建議

本論文的研究目的，為了解在臺華語學生對於學習電商華語的需求，以及學生對於教學內容和教材教法的興趣與偏好，本研究依據文獻探討結果設計問卷內容，並進行問卷調查，回收有效問卷數共 189 份。研究結果顯示，首先，受試學生認為如果自身中文程度好，使用中文電子商務網站和參與電子商務活動的意願較高，此

部分結果和王思雨等人（2016）所進行的量化研究結果一致。不過，應注意的是，現今的 AI（人工智能）語言翻譯工具盛行，未來學生使用中文網站的意願是否仍會受到本身語言能力的影響恐難以定論，值得持續觀察驗證。

本研究進一步發現，在參與電子商務活動意願方面，受訪者對於想成為「買家」的意願普遍高於成為「賣家」的意願。然而，這之中有細微的國籍差異，來自於東南亞國家的學生，有高達 90% 的受訪者表示對於「學習如何在中文網站上拍賣或是開店創業」的電商華語課程內容有興趣；換言之，對於成為賣家或是參與經營管理電商和創業，比起東北亞和歐美學生而言，東南亞學生的興趣更高。整體而言，華語學生對於電商華語課程的需求度甚高，尤其來自於東南亞的學生喜愛度最高。

在具體的電商華語教學內容主題方面，大多數受訪者認為很有用或較想瞭解的前五名主題，多為和電子商務操作與營運直接相關的實務性內容，而排序在後的後五項則是和硬體技術或背景知識相關。一般來說，商務華語教材及課綱設計大多是從產業背景知識開始，再慢慢進入到具體的個案研究及討論等，然而，本研究結果顯示，學生實際上最有興趣的可能不是宏觀面的知識性或技術性內容，而是對他們職涯而言有助益的實務性內容，但如何界定及設計適合學生所需要的「實務性」內容，將是未來教材及課綱設計時宜注重的考量點。本研究所顯示的前五項的電商華語教學內容分別為：物流資訊、電子支付、購物平臺、銷售技巧以及參與電商創業和購物等重點。

在商務華語教學方法方面，學生最偏好的前三名教材教法是教師使用「具有真實性的教材」，以及能夠「真正演練語言技能」，再來是「課本與教室裡的角色扮演」。建議授課教師在課前和學生確認溝通，特別注意教學方式的具體操作形式及做法，以切合學生需求進而提高課程滿意度。

綜合以上結果，將商務華語教學與電子商務科技結合，根據學生需求設計具有真實性的教材，加上使用能夠真正演練語言技能的教學方法，並針對學生感興趣的電商華語課程內容進行教學，可推論應有助於提高臺灣招收外籍學生的效益和學習動機。整合以上所述，本研究歸納出以下教學建議：

（1）教學者可考量外籍學生之學習需求和國籍背景，設計適當的電子商務華語課程。例如東南亞學生對於電商經營、創業相關內容更有興趣，可加以引導或著重相關內容教學，或可以此為主題設計學程作為招生重點。

（2）教學者在進行電子商務華語教學時，應採用貼近當代商業發展並具備真實性的教材，且注重學生語言技能的實際演練，以提升學習動機和成效。

至於具體的教學大綱，研究者認為可參考上述調查結果之內容選項，其中學生

最了解的電子商務華語內容選項前五名包含：「關於電子商務的商品運送（物流）的資訊和語言」、「關於電子商務的電子支付方式」、「臺灣主要的購物網站和APP（應用軟體）」、「電子網路銷售的談話/談判技巧」、「如何開設網路商店以及網路下單購物」，建議可以此五項學習內容分類作為教材的主要內容或課綱主題。

另外，依據學生所重視的「實務性」原則進行課綱設計，例如可依據一般民生需求和常見的日常商業交易活動，分為上下冊或兩大篇章：（1）電商買家購物篇和（2）賣家創業篇，在此二大篇章之下，再依照一般交易流程依序介紹：a. 臺灣主要的購物網站和APP（應用軟體）、b. 購物（售物）的方式、c. 銷售交易過程中常見的談判話語、d. 電子支付常見用語、e. 商品運送物流應知資訊。如此一來不僅滿足了上述調查結果所顯示的學生需求和興趣，也應足以涵蓋電商華語教學內容。

本文在進行文獻探討和學生需求調查後，在此提出以上教學建議，希望能夠拋磚引玉，未來期望能看到更多的教學設計，例如教材課文編寫、語法教學及教學實施步驟。由於研究主題所限，目前這些和教學實施相關細節不在本文探討範圍之內，期待在未來看到更多相關的研究與教案，以發展這個甚有潛力的商務華語研究領域。

引用文獻

- Cowling, J. D. 2007. Needs analysis: Planning a syllabus for a series of intensive workplace courses at a leading Japanese company. *English for Specific Purposes*, 26, 426-442.
- Everstream Analytics. 2022. *2022 Supply Chain Annual Risk Report*. Retrieved from https://www.everstream.ai/wp-content/uploads/2022/06/2022-Supply-Chain-Annual-Risk-Report_FINAL.pdf
- Flowerdew, L. 2012. Needs Analysis and Curriculum Development in ESP. In B. Paltridge and S. Starfield (Eds.), *The Handbook of English for Specific Purposes* (pp. 325-346). New York: John Wiley and Sons.
- Hutchinson, T., and Waters, A. 1987. *English for Specific Purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lee, H. H., and Chen, L. Y. 2014. Building a culture learning model in the study of business Chinese: An analysis in business professionals' cultural learning needs. *Journal of Chinese Language Teaching* 11.4 : 41-71.
- Long, M. H. 2005. A rationale for needs analysis and needs analysis research. In M. H.

- Long (Ed.), *Second language needs analysis* (pp. 1-16). Cambridge: Cambridge University Press.
- Richards, C. J. 1990. *The Language Teaching Matrix*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G., and Woelm, F. 2020. *Sustainable Development Report 2020: The Sustainable Development Goals and COVID-19*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Siamian, H., Alipour, A., and Barikani, A. 2015. Evaluation of e-learning readiness of nursing students in Iran: A survey study. *Acta Informatica Medica*, 23 (5), 278-282.
- Wang, H. 2006. Improving the Business Chinese Curriculum through Needs Analysis: A Preliminary Research. Retrieved from http://www.umich.edu/~cibe/pdfs/Haidan_Wang.ppt
- Wang, H. 2011. Chinese for business professionals: The workplace needs and business Chinese textbooks. *Global Business Languages*, 16, 27-41.
- Wu, H. K., Lee, S. W. Y., and Chang, H. Y. 2013. Current status, opportunities and challenges of augmented reality in education. *Computers and Education*, 62, 41-49.
- Yeh, Y. C., and Chen, I. S. 2018. Investigating the impact of e-learning on pre-service teachers' pedagogical content knowledge. *Journal of Educational Technology and Society*, 21 (3), 143-154.
- 王思雨等。 2016。〈來華留學生使用漢語電商平臺意願的影響因素調查研究—基於南京市留學生問卷調查的實證分析〉，《中國市場》，887，239-242。[Wang, Si-yu. et al. 2016. Investigation and analysis of the factors affecting the use of Chinese e-commerce platforms by international students studying in China: An empirical analysis based on a survey of foreign students in Nanjing. *China Market* 887 : 239-242.]
- 未來流通研究所。 2021。《電商產業》。2021年9月10日，取自 <https://www.mirai.com.tw/category/info/info-e-commerce/>。[Future Commerce Research Institute. 2021. *E-commerce industry*. Retrieved September 10, 2021, from <https://www.mirai.com.tw/category/info/info-e-commerce/>.]
- 李育娟。2011。〈商務華語學習者需求分析〉，《華語文教學研究》，第8卷第3期，23-46。[Li, Yu-juan. 2011. Commercial Chinese learners' needs analysis. *Journal of Chinese Language Teaching* 8.3 : 23-46.]

- 李欣欣。2016。〈體驗式教學法於初級商務華語教學中的應用〉，《臺灣華語教學研究》，第12期，pp. 43-66. [Lee, Xin-xin. 2016. Application of experiential model in fundamental business Chinese teaching. *Taiwan Journal of Chinese as a Second Language* 12 : 43-66.]
- 沈勤譽。2020。〈店面、電商業績兩樣情，新冠疫情將成全通路分水嶺〉，《未來商務新聞網》，2021年10月28日，取自<https://fc.bnext.com.tw/covid-19-omo-development/>。[Shen, Qin-yu. 2020. Different performance between brick-and-mortar and e-commerce stores, COVID-19 is becoming a watershed for all channels. *Future Commerce News*, accessed October 28, 2021, from <https://fc.bnext.com.tw/covid-19-omo-development/>.]
- 林克威。2021。〈2022年電商趨勢走向哪裡？後疫情時代需抓住的5大趨勢〉，《行銷人》，2021年12月29日，取自<https://style.yahoo.com.tw/2022-電商趨勢走向哪裡-後疫情時代需抓住的-5-大趨勢-054759221.html>。[Lin, Ke-wei. 2021, December 29. 2022 e-commerce trend, where to go? 5 major trends to capture in the post-epidemic era. *Marketing People*, accessed April 5, 2023, from <https://style.yahoo.com.tw/2022-054759221.html>.]
- 張弘遠。2020。〈新冠肺炎衝擊全球經濟〉，《產業雜誌》，2020年4月號，臺北：中華民國全國工業總會。2023年4月4日，取自<http://www.cnfi.org.tw/front/bin/ptdetail.phtml?Part=magazine10904-601-2> [Zhang, Hong-yuan. 2020. Covid-19 impacted the global economy. *Industry Magazine*, 2020 (April), accessed April 4, 2023, from <http://www.cnfi.org.tw/front/bin/ptdetail.phtml?Part=magazine10904-601-2>.]
- 張黎。2006。〈商務漢語教學需求分析〉，《語言教學與研究》第3期，55-60。[Zhang, Li. 2006. Business Chinese needs analysis. *Language Teaching and Research* 3 : 55-60.]
- 郭玟杏、胡馨文。2020。〈疫情對臺灣高等教育的影響：國際化、教育品質與線上學習〉，《評鑑雙月刊》，第88期，22-25。[Guo, Wen-xing, and Xing-wen Hu. 2020. The impact of the epidemic on higher education in Taiwan: Internationalization, educational quality, and online learning. *Evaluation Bimonthly* 88 : 22-25.]
- 陳德來。2018。《電子商務與網路行銷》。臺北：深石數位。[Chen, De-lai. 2018. *E-commerce and internet marketing*. Taipei: Deep Stones Digital.]
- 經濟部商業司。2011。《2011中華民國電子商務年鑑》。臺北：經濟部。[Department

- of Commerce, Ministry of Economic Affairs. 2011. *2011 e-commerce yearbook of the Republic of China*. Taipei: Ministry of Economic Affairs.]
- 駱靜美。2016。《商務華語學習需求分析之研究 - 以商管學院外籍學生為範圍》，碩士論文，中國文化大學。[Luo, Jing-mei. 2016. *A study of business Chinese learning needs analysis: A view of business and management major foreign students*. (Master's thesis) . Chinese Culture University.]

【審查：2023.10.2 修改：2023.11.21 接受：2023.11.28】

李欣欣

Hsin-Hsin Cindy LEE

100 臺北市中正區濟南路一段 321 號 國立臺北商業大學國際商務系

No.321, Sec.1, Ji-Nan Road, Taipei 100, Taiwan

International Business Department, National Taipei University of Business

hsinlee88@gmail.com

陳麗宇

Li-Yu CHEN

106 臺北市大安區和平東路 1 段 162 號 國立臺灣師範大學華語文教學系

162, Heping E. Rd., Sec. 1, Taipei 106, Taiwan

Department of Chinese as a Second Language, National Taiwan Normal University

liyu@ntnu.edu.tw

杜昭玫

Chao-Mei TU

106 臺北市大安區和平東路 1 段 162 號 國立臺灣師範大學華語文教學系

162, Heping E. Rd., Sec. 1, Taipei 106, Taiwan

Department of Chinese as a Second Language, National Taiwan Normal University

tuc@ntnu.edu.tw

附件一：英文版問卷內容大綱

I. Background Information

1. Please identify your sex.
2. Please identify your age.
3. Please identify your nationality: _____
4. How long have you studied Chinese?
5. What Chinese textbooks have you ever studied?
6. How often do you use online or mobile shopping in 2020-2021?
7. Which website or APP do you like to use?
8. Have you ever used any Taiwanese websites or apps for shopping?

II. About E-commerce

1. If your Chinese is good, are you interested in shopping on Taiwanese e-commerce websites or apps?
2. If your Chinese is good, are you interested in running an online business (e.g., opening an online shop or selling goods from your home country to Taiwanese consumers online) ?

III. Rating Learning Contents

- What kind of course content can help you conduct e-commerce in the Chinese-speaking region? What kind of course content can help you buy and sell goods online in Taiwan?
 - Please judge the degree of usefulness and importance according to your personal experience and learning interests. Please rate them from 1 to 5, from the lowest to the highest.
1. Study the history and characteristics of E-commerce in Taiwan.
 2. Learn about top Taiwanese websites/apps for buying and selling goods.
 3. Learn through case studies of business models, such as B2B (Business to Business) , B2C (Business to Customer) , C2C (Customer to Customer) , and C2B (Customer to Business) .
 4. Learn about technical infrastructure, hardware, or software for building an E-commerce platform.
 5. Learn about web page design and web management for running e-commerce.

6. Learn and practice opening an online store and placing orders.
7. Learn the language for arranging product delivery and logistics.
8. Learn the content about electronic/mobile payment.
9. Study Internet laws and order, electronic security, or other legal concerns.
10. Learn and practice E-marketing and sales-talk skills.
11. Others (Other content you think applicable but not listed above)
12. When you learn Chinese for business purposes, what kind of teaching method or presentation do you prefer in the textbook or classroom? (You can choose several more options.)
 - (1) Using authentic material (e.g., actual business cases, updated information, current events, etc.)
 - (2) Imagined characters and role-playing fictional dialogues (e.g., Mr. A and Ms. B are conversing in a meeting.)
 - (3) Having the opportunity to practice the language skill authentically (e.g., using the language in the actual workplace or meeting business people in the class)
 - (4) Learning the language with reading, translation, and repetitive
 - (5) Having student presentations
 - (6) Student role plays and dialogue exercises
 - (7) Group discussion
 - (8) Doing group tasks and solving problems

IV. Intention Questions

1. Would you like to take an E-commerce Chinese course that teaches you how to shop on Chinese websites/apps?
2. Would you be interested in taking this course if a Business Chinese course teaches you how to sell goods on Chinese websites or open an online shop?

Analysis of E-commerce Chinese Learning Needs: Teaching Prospects and Recommendations

Hsin-Hsin Cindy LEE
Department of
International Business,
National Taipei
University of Business

Li-Yu CHEN
Department of Chinese
as a Second Language,
National Taiwan
Normal University

Chao-Mei TU
Department of Chinese
as a Second Language,
National Taiwan
Normal University

Abstract

The development of business Chinese teaching is closely linked to the current situation of the global economy. Over the past three years, the new coronavirus (COVID-19) raging worldwide has enormously impacted various sectors. It has severely affected not only the economic development but also the global education system. As international business activities undergo changes, the demand for business Chinese teaching will also be significantly affected. In the post-epidemic era, Taiwan's business Chinese teaching confronts the challenge of uncertain international student sources. Therefore, it is appropriate to further contemplate the feasibility of transformation and more development. This article explores the potential of teaching Chinese related to the thriving e-commerce industry during the pandemic, a period when many other sectors experienced a decline. This study analyzes the e-commerce learning needs of foreign Chinese learners through a questionnaire survey targeting students at a Chinese Teaching Center in Taiwan with 189 valid samples. The main focus of the research is to understand the needs and interests of Chinese learners studying e-commerce-related activities. This study also seeks to understand the students' preferred learning content and teaching methods. Lastly, after integrating the research results and the opinions of the interviewees, this study further provides conclusions and suggestions for establishing "E-commerce Chinese" courses.

Keywords: Business Chinese, e-commerce, learning needs, curriculum

華語文教學研究

中文目錄索引 (2019.1-2023.12)

篇名	作者	卷期	頁數
ADDIE 模式架構下的成人華語戲劇閱讀教學設計： 以《暗戀桃花源》為例	林佳蓉	19.4	45-82
CEFR 與 ACTFL 大綱口語指標對應研究：以「華語 文口語測驗」為媒介	廖才儀 藍珮君 梁綺容 陳柏熹	19.2	1-32
SOV 母語對普通話的習得影響－從拉祜語關聯詞結 構看拉祜族學生學習普通話的現況	許又尹 劉 央	17.4	41-70
YouTube 華語教學背後的奧妙：解析開放式網路教 學之教師實務理論化與身份認同建構	招靜琪 方 瑾	17.4	117-137
三～五歲幼兒無字圖畫書敘述之縱貫性研究：基本 語言指標	洪宜芳 張鑑如	16.4	99-128
「小偷」不小，「大盜」何以稱大－兼談詞彙理據及 教學啟示	王衍軍 高立國 齊小俊	20.1	1-24
中文第二語言學習者受事話題句中填充詞－語缺依 賴關係的建立	劉 捷	17.1	33-60
中文寫作教學策略對創造力成效之統合分析	郭隆興 張紹勳 蔡佩樺 郭純岑	16.2	103-137
中日同形詞自學式教材對初級日籍學習者詞彙學習 成效之影響	魏吟玲 張璫勻 朱曼妮	17.2	1-40
日本初級中國語教材補語的選用與排序研究	梁竣瓘	17.4	95-116
以眼動實驗探索歐美、日本與臺灣大學生閱讀漢字 詞時，利用字形、字音線索的差異	官英華	17.2	91-130
以語料庫為本建置中文語法數位平台及其輔助華語 教學	洪嘉琲	18.1	59-86
以語料庫為本探討華語名量詞「個」之「Num+個 +N」結構	芮晶瑩	17.3	53-82

篇名	作者	卷期	頁數
以課外電子活動促進學生文言文學習的成效及使用 者接受程度	劉潔玲 姜曉敏	18.3	37-72
「台灣腔」態度初探：資料探勘在語言態度上的應 用	彭駿逸	17.3	83-102
幼兒聲韻覺識能力探討與相關因素分析	范吟伊 楊麗芬 李俊仁	16.1	89-112
母語背景對華語學習者華語短文閱讀理解與詞類訊 息處理的影響	官英華	20.3	1-32
立象記字—從《西國記法》論利瑪竇的漢字學習策 略	王松木	16.1	51-88
印尼、泰國、寮國三國華裔新生代華語溝通意願調 查研究	李培毓 王博文 林柏翰	20.2	71-112
各年齡層日本學習者華語文學習動機比較之研究	蔡喬育	19.1	1-58
在臺國際學生華語溝通意願初探：探究溝通環境、 學生的國籍背景與口語能力對口語溝通意願之影響	林柏翰 朱我忒 李培毓	16.4	65-99
在職華語教師語料庫素養培訓初探	張莉萍	19.4	83-124
如何教中文齟齬擦音[c]：以中文[c]和英文[ʃ]構音 比較來佐證	張詠翔	18.4	1-28
使用動畫學習中文字動詞之成效探討—以幼兒階段 為例	林建亨	16.3	1-28
初級華語課室教師糾正回饋的實踐研究	陳春美	17.4	1-40
味覺詞「甜」的通感轉移與情緒誘發	吳雙羽 賴惠玲	18.3	73-106
糾正回饋與華語學習者語法結構習得之效應研究	陳春美	18.3	1-36
建置構式成語語料庫輔助華語教學—兼論同型構式 和近義構式	劉德馨 施孟賢	19.1	95-121
疫情時代雙語能力、雙文化認同與資訊素養 — 加 州二代美籍華裔教師之個案研究	胡依嘉	20.2	113-159
疫情期間 AES-Han 電腦自動化批改系統對外籍生華	陳燕秋	18.2	37-68

篇名	作者	卷期	頁數
語寫作課堂型態所產生的改變與革新			
美國大學中文分班方式	魏妙純	17.1	61-91
英、日、韓為母語的華語學習者對於介詞「對」和「向」之偏誤與母語遷移研究	王莢芳 謝佳玲 林雪芳 楊晏彰	20.4	1-44
英日韓二語學習者使用華語近義詞「又」和「再」之偏誤探究	王莢芳 林雪芳 盧淑美	19.1	59-94
要，不要「呢」？疑問句構與篇章功能的互動	徐宏欣	17.4	71-94
香港華語小學生與少數族裔小學生口語互動中話語標記語「同埋」的使用情況	延 晶 關靖琳	20.2	45-70
泰籍華語學習者之語詞發音與語句清晰度	梁月美 劉惠美	18.4	111-154
唱音高訓練對辨別和念讀漢語四聲調的作用研究	周丹卿	18.4	67-110
商務華語文化教學法研究	李欣欣 陳麗宇	16.4	33-64
基於華語學習者語料庫之疑問詞「怎麼（樣）」偏誤分析	周一銘 蔡維天 丁希彤	20.1	25-68
基於聽說相關性之華語語音學習策略研究	熊玉雯	18.4	189-213
從計量到分類：揭開越南華語二語者華語量詞學習的挑戰	黎氏芳草 陳純音	20.3	89-137
從基於用法的理論探討中高級華語教學語法點	張莉萍	19.2	33-64
從構式語法理論探究漢語讓步條件句之篇章特徵	王莢芳 陳俊光 林正昕	17.2	131-166
從聽音與發音探討中級越南與印尼學習者華語無聲擦音習得	施雅婷	18.4	155-188
探究語言相關因素於閱讀理解的影響：以華語二語學習者為例	蕭惠貞 張庭瑄	19.3	1-42
「教」在疫情蔓延時——所大型華語中心的線上教	林雅惠	18.2	69-98

篇名	作者	卷期	頁數
學及其啟示	杜昭玫		
通過「閱讀促進寫作」教學法提升華語文學習者的閱讀與寫作能力	邱佳琪	18.1	33-58
通過在線協作討論促進國際漢語實習教師對任務型教學法的理解	延 晶	18.1	1-32
發展主題語料庫以輔助華語教學－以 2019 新型冠狀病毒語料庫為例	白明弘 陳浩然 林 鶯	17.3	1-52
華語 Half-T3 First 三聲教學之實證研究	黃韻芷 黃郁欣	20.3	57-88
華語二語學習者之詞彙知識與構詞覺知於閱讀理解的影響	湯立群 蕭惠貞	16.3	95-145
華語二語學習者於文本閱讀理解表現之探究－以說明文為例	蕭惠貞 周妘珊	17.2	41-90
華語文寫作測驗信度與評分規準適切性研究－以流利精通級摘要寫作題型為例	陳柏熹 彭淑惠 藍珮君	16.2	75-102
華語多義詞「怕」的語義探討及其教學啟示－以「怕」、「害怕」、「可怕」、「恐怕」為例	吳品嬋 陳純音	16.4	1-32
華語為繼承語和第二語言習得：以三聲變調感知為例	陳仲妤 石基琳	18.4	29-66
華語能願動詞「可以」的偏誤分析與語法點檢視	黃郁欣	20.2	1-44
華語疑問句的分類與教學語法：以是非及正反問句為焦點	黃郁欣 江丕賢 何萬順	19.3	77-117
華語顏色詞彙表現與相關因素之研究	張鈺玟 賴怡秀	16.2	1-30
越南語平聲變體與越南學生華語聲調偏誤之相關性探討	黃雅菁 劉德馨	20.1	69-100
越南學習者華語塞擦音習得研究	施雅婷	19.4	1-44
新冠病毒疫情下實體轉線上華語課程實施之行政面向探究	方淑華	18.3	107-139

篇名	作者	卷期	頁數
跨文化接觸、華語學習態度、自我概念以及華語學習動機：以臺灣國際學生為例	黃虹慈	19.2	65-105
電子商務華語學習需求分析：教學展望與建議	李宛真		
	李欣欣	20.4	77-104
	陳麗宇		
	杜昭玫		
漢字鏈接圖法對以英語為母語者的漢字學習成效之影響	張璫勻	16.2	31-74
	陳敬瑜		
	Charles.A. PERFETTI		
漢語形容詞分類	王 倩	17.1	1-32
綜合型華語教材寫作練習內容結構評估：以《當代中文課程》第一冊為例	林佳蓉	20.4	45-75
網路語言交換在中高級漢語課的實踐與反思	陳秋宏	20.1	100-137
	彭珂		
臺灣社區詞「辦桌」於新聞文本的分布與對 CSL 文化教學的建議	鄂貞君	19.3	43-76
	王聰穎		
	張育慈		
	蕭竹岑		
臺灣華語文語料庫在華語文教育的應用	吳鑑城	16.3	29-56
	白明弘		
	林慶隆		
臺灣華語課程在印度之滿意度調查－兼論疫情後線上學習及印中對峙之影響	陳立穎	18.2	1-36
語料庫為本的中文離合詞研究－以動賓式離合詞離析態下的語法結構與語義功能為主	白明弘	16.3	57-94
語料驅動學習融入華語課堂之教學設計	黃淑齡		
	王炳勻	17.3	103-137
	許展嘉		
	龍水水		
	丁曉穎		
「遠磨協同共學」與「華語教學實習」學習成效	劉莉美	20.3	33-56
	劉玉儀		
影響華語二語學習者的中文安慰言語行為之三大變因：權力、事件嚴重度、情境類型	葉惠真	16.1	1-50
	陳純音		

篇名	作者	卷期	頁數
線上鍵接圖漢字教學對以華語為外語學習者的漢字學習興趣及成效研究	林振興 熊襄瑜 林筠婕	18.2	99-121
翻轉教學應用於國小兒童華語口語溝通課程成效評估	林彥廷 陳思羽 籃玉如	16.1	113-155

※依篇名筆劃排列

※索引卷 1 至卷 14 請上本會網站查詢：www.wcla.org.tw

Journal of Chinese Language Teaching English Index (2019.1-2023.12)

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
A Comparative Study on Motivations of Japanese CFL Learners of Different Ages	Qiao-Yu CAI	19.1	1-58
A Corpus-based Study of Development of the Digital Platform of Chinese Grammar Bank and its Assistant in CSL	Jia-Fei HONG	18.1	59-86
A Corpus-based Study of the Num + Ge + N Structure of the Chinese Nominal Classifier Ge	Jing-Ying RUI	17.3	53-82
A Longitudinal Study of Non-Word Picture Book Narrations in Three- to Five-Year-Olds: Basic Language Measures	Yi-Fang HUNG Chien-Ju CHANG	16.4	99-128
A Meta-analysis of the Impacts of Chinese Writing Teaching Strategies on Writing Creativity Outcomes	Lung-Hsing KUO Shao-Shiun CHANG Pei-Hua TSAI Bianca CHANG	16.2	103-137
A Preliminary Study of Linguistic-Related Factors in Reading Comprehension: A Case Study of CSL Learners	Huichen S. HSIAO Ting-Hsuan CHANG	19.3	1-42
A Semantic Analysis of Pa in Chinese and Its Pedagogical Implications: Pa, Haipa, Kepa, and Kongpa	Pin-Hua Joyce WU Chun-Yin Doris CHEN	16.4	1-32
A Study of Chinese Concessive Conditionals in Written Discourse: A Construction Grammar Theoretical Account	Yu-Fang WANG Jyun-Gwang CHEN Chen-Shin LIN	17.2	131-166
A Study of Pedagogical Grammar Points for Advanced L2 Chinese Learners: A	Li-Ping CHANG	19.2	33-64

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Usage-based Approach			
A Study on CSL Learners' Reading Comprehension: A Case Study of Explanatory Text	Hui-Chen S. HSIAO Yun-Shan CHOU	17.2	41-90
A Study on Mandarin Color-Term Performance and Relevant Factors	Yu-Wen CHANG Yi-Hsiu LAI	16.2	1-30
A Study on the Errors of Mandarin Near-synonyms You and Zai Made by English-speaking, Japanese-speaking and Korean-speaking Learners of Chinese	Yu-Fang WANG Shueh-Fang LIN Shu-Mei LU	19.1	59-94
A Study on Errors in the Use of Mandarin Prepositions <i>Dui</i> and <i>Xiang</i> Made by English, Japanese and Korean-speaking Learners of Chinese and their L1 Transfer	Yu-Fang WANG Chia-Ling HSIEH Shueh-Fang LIN Yan-Zhang YANG	20.4	1-44
A Study on the Pronunciation of Words and Sentence Intelligibility of Thai Mandarin Learners	Kamolwan NOPPADOLSATH AN Huei-Mei LIU	18.4	111-154
A Study on the Selection and Arrangement of Complements in Elementary Chinese Textbooks in Japan	Chun-Kuan LIANG	17.4	95-116
A Study on Willingness to Communicate in the Chinese Language of the New Generation of Chinese in Indonesia, Thailand, and Laos	Pei-Yu LI Bo-Wen WANGPo-Han LIN	20.2	71-112
A Survey on Indian Students' Satisfaction with Taiwan Supported Mandarin Program – With a Discussion on the Satisfaction with Online Learning after the COVID-19 Pandemic and the Impact of Indo-China Confrontation	Peters Li-Ying CHEN	18.2	1-36

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Aligning the CEFR Oral Descriptors with the ACTFL Speaking Proficiency Guidelines Based on the TOCFL Speaking Test	Tsai-Yi LIAO Pei-Jiun LAN Chi-Jung LIANG Po-Hsi CHEN	19.2	1-32
An Administrative Perspective on the Transition of In-Person Class to Online Learning for Chinese as a Second Language during Coronavirus Epidemic	Shu-Hua FANG	18.3	107-139
An Empirical Study on Teaching Half-T3 First in L2 Mandarin	Yun-Chih HUANG Yu-Hsin HUANG	20.3	57-88
An Evaluation of Writing Exercises in Comprehensive Mandarin Chinese Teaching Materials: A Case Study of “ <i>A Course in Contemporary Chinese Volume I</i> ”	Chia-Jung LIN	20.4	45-75
Analysis of E-commerce Chinese Learning Needs: Teaching Prospects and Recommendations	Hsin-Hsin Cindy LEE Li-Yu CHEN Chao-Mei TU	20.4	77-104
Applying ADDIE Model in Chinese Drama Reading Teaching Design of Secret Love in Peach Blossom Land for Adult Chinese Learners	Chia-Jung LIN	19.4	45-82
Applying the Corpus of Contemporary Taiwanese Mandarin in Teaching Chinese as a Second Language	Jian-Cheng WU Ming-Hong BAI Ching-Lung LIN	16.3	29-56
Behind the Closed Door of Chinese Teaching on YouTube: A Study on Theorizing OER Practice and Constructing Teacher Identities	Chin-Chi CHAO Jin FANG	17.4	117-137
Bilingual-Maintenance, Bicultural-Identity, and Information-	Yee-Chia HU	20.2	113-159

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Literacy Development in the Pandemic Era--- Case Study of Second-Generation Chinese-American Teachers in California			
Chinese Placement Procedures at U.S. Postsecondary Institutions	Miao-Chun WEI	17.1	61-91
Classification of Adjectives in Mandarin Chinese	Qian WANG	17.1	1-32
Classification of Questions in Mandarin Chinese and Pedagogical Grammar: A Focus on Polar and A-not-A Questions	Yu-Hsin HUANGStano KONGOne-Soon HER	19.3	77-117
Collaborative Learning and Teaching Practicum in Distance Learning and MOOCs: A Study of Learning Outcomes in Teaching Chinese as a Second Language	Li-Mei LIU Yu-Yi LIU	20.3	33-56
Corpus-based Analysis of Chinese Language Learners' Errors in Using the "zenme(yang)" Wh-word	Yi-Ming CHOU Wei-Tien Dylan TSAI Hsi-Tong TING	20.1	25-68
Corpus-Based Study of Mandarin Separable Words—Based on the Grammatical Structure and Semantic Function of the Separated Type in V-O Construction	Ming-Hong BAI Shu-Ling HUANG	16.3	57-94
Corrective Feedback and the Acquisition of Grammatical Structures of L2 Chinese Learners	Chun-Mei CHEN	18.3	1-36
Correlation Between Variations of Vietnamese Tone Ngang and Mandarin Tone Errors by Viet-nameese Learners	Ya-ching HUANG Te-hsin LIU	20.1	69-100
Designing Data-Driven Learning	Ben Pin-Yun WANG	17.3	103-137

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Activities for the Chinese as a Second Language Classroom	Chan-Chia HSU Shuishui LONG Xiaoying LILES		
Developing a Corpus on Idiomatic Constructions for Chinese Language Teaching and Analyzing Isomorphic and Synonymic Constructions	Te-Hsin LIU Meng-Hsien SHIH	19.1	95-121
Developing a Topic-Specific Web Corpus, COVID-19, for Chinese Language Teaching and Learning	Ming-Hong BAI Howard Hao-Jan CHEN Ying LIN	17.3	1-52
Developing Chinese Student Teachers' Understanding of Task-based Language Teaching by Online Collaborative Discussion	Jing YAN	18.1	1-32
Distribution of the Taiwanese Community Expression Bànzhuō in News Texts and Suggestions for CSL Culture Teaching	Chen-chun E Tsung-Ying WANG Yu-Ci ZHANG Chu-Tsen HSIAO	19.3	43-76
Effectiveness and User Acceptance of Using Out-of-class E-learning Activities to Support Classical Chinese Learning	Kit-Ling LAU Hiu-Man KEUNG	18.3	37-72
Enhancing Chinese-as-foreign-language Learners' L2 Reading and Writing Outcomes through "Reading to Learn, Learning to Write" Pedagogy	Cha Kie HIEW	18.1	33-58
Explore the Level of Willingness to Communicate and Its Associative Factors among CSL (Chinese as a Second Language) Students in Taiwan	Po-Han LIN Wo-Hsin CHU Pei-Yu LI	16.4	65-99
Exploring the Effectiveness of Using Animation to Learn Chinese Verbs: A	Chien-Heng LIN	16.3	1-28

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Case of Young Preschool Children			
Flipping the Classroom to Enhance Elementary Students' Chinese Oral Communication Skills	Yen-Ting R. LIN Sz-Yu CHEN Yu-Ju LAN	16.1	113-155
From Counting to Classifying: Unpacking the Challenges of Chinese Classifiers for Vietnamese L2 Learners	Caroline LE Chun-Yin Doris CHEN	20.3	89-137
Heritage and CFL Learners' Needs and Experiences in Virtual Exchange at Intermediate-to-Advanced Levels	Chiu-Hung CHEN Ke PENG	20.1	101-137
How to Teach Mandarin Alveolo-palatal [ɕ]: Pedagogical Suggestions Based on Articulatory Comparisons of Mandarin [ɕ] and English [ʃ]	Yung-Hsiang Shawn CHANG	18.4	1-28
Image Mnemotechnics: On the Chinese Character Learning Strategies from Matteo Ricci's Xiguo Jifa	Song-Mu WANG	16.1	51-88
Impacts of SOV Grammar on the Acquisition of Mandarin: A Survey of Yunnan Lahu Students' Use of Mandarin Conjunctions	Yu-Yin HSU Yang LIU	17.4	41-70
Intercultural Contact, Language Learning Attitudes, Ideal Self, and Chinese Language Learning Motivation: A Case Study of International Students in Taiwan	Hung-Tzu HUANG Wan-Jhen LI	19.2	65-105
Issues in Studying Phonological Awareness Development in Chinese Preschool Children	Yin-Yi FAN Li-Fen YANG Jun-Ren LEE	16.1	89-112
Learning Strategies for L2 Chinese Pronunciation Based on the Correlation between Perception and Production	Yu-Wen HSIUNG	18.4	189-213

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Mediatized Taiwanese Mandarin: A Text-mining Approach to Language Attitudes	Chun-Yi PENG	17.3	83-102
Ne, Need It or Not: Interface of Interrogation and Discourse Function	Hung-Hsin HSU	17.4	71-94
Second Language Resolution of Filler-gap Dependencies in Chinese Object Topicalized Sentences	Jie LIU	17.1	33-60
Synaesthetic Transfer and Emotional Trigger of the Gustatory Term /tian2/	Shuang-Yu WU Huei-Ling LAI	18.3	73-106
Teachers' Practices of Corrective Feedback in Beginner L2 Chinese Classrooms	Chun-Mei CHEN	17.4	1-40
Teaching Chinese at the Time of Pandemic: The Implementation of Online Courses in a Mandarin Training Center and Some Revelations	Ya-Hui LIN Chao-Mei TU	18.2	69-98
Teaching Culture in Business Chinese Curricula	Hsin-Hsin Cindy LEE Li-Yu CHEN	16.4	33-64
The Acquisition of Chinese Affricates by Vietnamese Learners of Chinese	Ya-Ting SHIH	19.4	1-44
The Acquisition of Mandarin by Heritage Speakers and Second Language Learners: The Case of Tone Sandhi Perception	Chung-yu CHEN Chilin SHIH	18.4	29-66
The Acquisition of Mandarin Voiceless Fricatives by Intermediate Vietnamese and Indonesian Learners: From the Perspectives of Speech Perception and Production	Ya-Ting SHIH	18.4	155-188

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
The Effect of Key-image Mnemonics to Support Character Learning of Chinese-as-Foreign-Language Learners	Li-Yun Wendy CHANG Jing-Yu CHEN Charles A. PERFETTI Hsueh-Chih CHEN	16.2	31-74
The Effect of Self-Instructional Learning Materials Utilizing Chinese-Japanese Homographs on Vocabulary Learning of Japanese Beginner Learners of Chinese	Yin-Ling WEI Li-Yun Wendy CHANG	17.2	1-40
The Effects of Pitch Singing Training on Recognizing and Enunciating Chinese Tones	Danqing ZHOU	18.4	67-110
The Error Analysis of Modal Verb “Keyi” with Pedagogical Application	Yu-Hsin HUANG	20.2	1-44
The Impact and Contribution of AES-Han Composition Automated Scoring System towards Chinese Essay Class for Foreign Students Amid Covid-19 Pandemic	Yen-Qiu CHEN	18.2	37-68
The Influence of Chinese L2 Learners’ First Language on Their Comprehension of Chinese Short Passages and Processing of Word-Class Information	Ying-Hua GUAN	20.3	1-32
The Influence of Vocabulary Knowledge and Morphological Awareness on Reading Comprehension: A Case Study of CSL Learners	Li-Chun TANG Hui-Chen S.HSIAO	16.3	95-145
The Preliminary Study of Corpus Literacy Training for In-service Chinese Language Teachers	Li-Ping CHANG	19.4	83-124
The Reliability and Rubric Relevance of the TOCFL Writing Test—Analyzing	Po-Hsi CHEN Shu-Hui PENG	16.2	75-102

Title	Author(s)	Issue No.	Pages
Band C Summary Writing as an Example	Pei-Jiun LAN		
The Research of Online Key-Image Strategy on Chinese Characters Learning	Zhen-Xin LIN	18.2	99-121
Effects and Preferences to CFL Learners	Hsiang-Yu HSIUNG		
The Use of “Tungmaai (同埋)” as a Discourse Marker in the Oral Interactions of Local Chinese and Ethnic Minority Primary Students in Hong Kong	Yun-Chieh LIN		
	Jing YAN	20.2	45-70
	Jing-Lin GUAN		
Three Factors Affecting CSL Learners’ Strategy Use of Chinese Comforting: Power, Severity, and Situation Type	Stephanie Hui-Chen YEHcc	16.1	1-50
	Chun-Yin Doris CHEN		
Using Eye-Tracking Experiment to Explore European, Japanese and Taiwanese Students’ Processing of Phonological and Orthographic Cues in Chinese Disyllabic Morphemes	Ying-Hua GUAN	17.2	91-130
Why Is Xiaotou Small and Dadao Big ——Concurrent Discussion on the Pedagogical Value of Lexical Motiva- tion	Yan-Jun WANG	20.1	1-24
	Li-Guo GAO		
	Xiao-Jun Qi		

※in alphabetical order

※For Vols. 1 to 14, please refer to www.wcla.org.tw.

華語文教學研究

Journal of Chinese Language Teaching

投稿須知

1. 《華語文教學研究》為研究華語文教學之專業學術期刊，刊登與華語文有關的語言結構分析、語言習得、教學理論、教學方法等領域之論文；議題可涵蓋語言本體、語言內容（文化）、學習者、教學者、學習環境、教材與教學法、機構經營與行政管理、國家政策、標準、及其它適當之議題，可以是理論的探討、文獻的系統性綜覽與評析、量化或質性的實證研究、跨領域理論與方法的介紹等。論文是否接受刊登的重要判準是對華語文教學是否有啟發性的貢獻。
2. 本刊為季刊，每年 3、6、9、12 月發刊，中英文稿件均接受，但已出版或已投稿其他刊物之文章不得再投本刊。
3. 每一投稿文章需檢附論文資料表，內容包含以下各項：(1)中、英文標題 (2)作者全名 (3)作者之任職單位名稱、位址、連絡方式等。該資料表可透過本刊網頁 (<http://www.wcla.org.tw/>) 下載。
4. 來稿需附全文及五百字以內之中文和三百字以內之英文摘要各一份，並分別列出五至六個關鍵詞。
5. 來稿文章請以中文（10,000—20,000 字，25 頁以內）或英文（25 頁以內）電腦繕打（Word 6.0 以上，中文請用 Unicode）。
6. 本刊經由匿名方式審稿，除資料表可以出現作者姓名外，其餘不得出現任何可辨認作者的文字。
7. 請將文稿電子檔（WORD 及 PDF 檔）以 E-mail 方式寄至 wclacec03@gmail.com。
8. 若引用須自別處取得同意函才能登載之文稿，投稿人需負責取得該同意函件，並寄送本刊存查。
9. 寄至本刊之文稿一概不退還，請作者自留備份。
10. 來稿經審查完畢後，審查意見將寄送作者參考。
11. 已接受出版之文稿，作者需依審查意見修改後，於期限內將修訂稿寄回。
12. 本刊編輯對刊登文稿有權作編輯上之修正。
13. 來稿經本刊刊登，作者需同意非專屬授權予本刊做下列利用：
 - a. 以紙本或是數位元方式出版。
 - b. 進行紙本或數位化典藏、重製，透過網路公開傳輸，授權用戶下載、列印、瀏覽等資料庫銷售或提供服務之行為。
 - c. 再授權國家圖書館或其他資料庫業者將本論文納入資料庫中提供服務。
 - d. 為符合各資料庫之系統需求，並得進行格式之變更。
14. 文稿一經刊登，將致贈當期期刊二本。不另致酬。

15. 撰稿格式

- (1) 中文以新細明體、英文以 Times New Roman 繕打，A4 紙版面（參考範例可透過本刊網頁 <http://www.wcla.org.tw/>取得）。
- (2) 節次從 1 開始，分層形式如下：
 - 1.
 - 1.1
 - 1.1.1
- (3) 舉例編號形式如下：
 - (1)
 - (2) a.
 - a'.
- (4) 腳註在當頁下，通篇排序。謝啟置於所有腳註之前；並於篇題之後另標星號參照。
- (5) 中文字體只用新細明體，如需強調則用標楷體。除非極為必要，不鼓勵另用其他字體。
- (6) 正文之後需附加引用文獻。英文文獻在前，依作者姓氏字母順序排列。中文文獻在後，依作者姓氏筆畫數由少至多排列，並請附上英譯。
- (7) **實證性論文**之內容組織請參考 APA 格式（第六版）。
- (8) 引用專書或論文，請用下列格式，其他則參考中央研究院語言學研究所出版《語言暨語言學》期刊之規範：

Anderson, James N. D. (ed.) 1950. *The World's Religions*. London: Inter-Varsity Press.

Babyonyshev, Maria, and Edward Gibson. 1995. Processing overload in Japanese. *Papers on Language and Acquisition*, ed. by Carson T. Schutze, Jennifer B. Ganger, and Kevin Broihier, 1-35. Cambridge: MIT Press.

Chomsky, Noam. 1995. *The Minimalist Program*. Cambridge: MIT Press.

Calvin, John. 1996. *The Bondage and Liberation of the Will: A Defence of the Orthodox Doctrine of Human Choice against Pighius*, ed. by Anthony N. S. Lane, translated by Graham I. Davies. Grand Rapids: Baker.

Chang, Henry Y. 2009. Adverbial verb constructions in Tsou. Paper presented at the Workshop on Formosan Languages, March 27, 2009. Kaohsiung: National Kaohsiung Normal University.

Clark, Eve. V. 1973. What's in a word? on the child's acquisition of semantics in his first language. *Cognitive Development and the Acquisition of Language*, ed. by T. E. Moore, 65-110. New York: Academic Press.

- Lin, Jimmy. 2004. *Even Structure and the Encoding of Arguments: The Syntax of the Mandarin and English Verb Phrase*. Cambridge: MIT Ph. D. dissertation.
- Mittwoch, Anita. 1971. Idioms and unspecified NP deletion. *Linguistic Inquiry* 2: 255-259.
- Ungerer, Friedrich, and Hans-Jörg Schmid. 2006. *An Introduction to Cognitive Linguistics* (2nd edition). London: Longman.
- Zhang, Niina. 2009. Syntactic properties of numeral classifiers in Mandarin Chinese. Talk given on April 10, at the Graduate Institute of Linguistics, National Chung Cheng University. Accessed online, December 1, 2009. <http://www.ccunix.ccu.edu.tw/~lngnz/index.files/May%202009.pdf>
- 王力。1954。《中國現代語法》。北京：中華書局。[Wang, Li. 1954. *Modern Chinese Grammar*. Beijing: Zhonghua Press.]
- 牟正蘊。2003。〈電腦寫作與初級漢語〉，《第三屆全球華文網路教育研討會論文集》。臺北：行政院僑務委員會。[Mou, Sherry J. 2003. Integrating writing into elementary Chinese. *The Third International Conference on Internet Chinese Education*. Taipei: The Overseas Chinese Affairs Commission Press.]
- 張麗麗。2003。〈動詞複合與象似性〉，《語言暨語言學》，第4卷第1期，1-27。[Chang, Li-li. 2003. Verb compounding and iconicity. *Language and Linguistics* 4.1:1-27.]
- 望月圭子。2004。《動詞的使動與啟動交替：漢、日語的對照研究》。國立清華大學博士論文，新竹。[Mochizuki, Keiko. 2004. *Causative and Inchoative Alternation: Comparative Studies on Verbs in Chinese and Japanese*. Hsinchu: National Tsing Hua University Ph. D. dissertation.]
- 吳堅立、白鷺。2011。〈海外中學漢語語法教學〉，發表於「第十屆世界華語文教學研討會」，2011年12月。臺北。[Wu, James, and Lu Bai. 2011. Chinese grammar teaching in western schools. Paper presented at the 10th International Conference on Chinese Language Teaching, December 2011. Taipei.]
- 張黎（主編）。2007。《經貿漢語課程研究》。北京：商務印書館。[Zhang, L. (ed.) 2007. *Research in Chinese of Economic and Trading Chinese*. Beijing: The Commercial Press.]

Journal of Chinese Language Teaching

INFORMATION FOR CONTRIBUTORS

1. *Journal of Chinese Language Teaching* is a refereed, international journal focusing on language structure analysis, language acquisition, teaching theories, teaching methods related to Teaching Chinese as a Second Language. Research issues concerning a wide range of topics are welcome, including language as a form, language as contents/culture, learners, teachers, learning environments, teaching materials and teaching methods, institutional operations and management, language policies, standards, and other appropriate aspects of language learning. The submissions may be a theoretical analysis and critique, introduction of an interesting theory or paradigm (particularly across disciplines) that is relevant to CSL, a systematic review of the literature on a specific topic, or an empirical work reporting either qualitative or quantitative data. An important criterion for acceptance for publication is the significant implications of the reported work for teaching and learning of Chinese as a second language.
2. *Journal of Chinese Language Teaching* includes four issues per year (March, June, September and December.) Manuscripts written in either Chinese or English will be accepted for review. Manuscripts must be neither previously officially published nor simultaneously submitted elsewhere.
3. Each submission must include a cover sheet which contains the following elements: (a) title of the manuscript; (b) complete name(s) of the author(s); (c) title, affiliation, and contact information for each author. A cover sheet is also available at <http://www.wcla.org.tw/>
4. As applicable, all submissions should be accompanied by abstracts of within five hundred words in Chinese, and three hundred words in English. The abstracts should be supplied with five or six key words.
5. Submissions must be typed, using Microsoft Word 6.0 (or later version). Chinese-language manuscripts (typed using the “Unicode” input mode) should be kept to 10,000~20,000 characters. English-language manuscripts should be kept to within 25 single-spaced pages.
6. To facilitate the blind review process, the author’s name should appear only on the cover sheet, not on the title page; all identifying information should be removed from the body of the paper.
7. Please e-mail your articles in both Word document and PDF files to wclacec03@gmail.com
8. Copies of any letters granting permission to use or reproduce copyrighted

materials are the author's responsibility and should be submitted with the manuscript.

9. The author should retain a copy because manuscripts submitted to *JCLT* will not be returned.
10. The author will be informed of the status of their article once the peer reviews have been received and processed. Reviewer comments will be sent to the author.
11. Once an article has been accepted for publication, the author will receive further instructions regarding revision and submission of the final copy before the deadline.
12. The editors have the right to make editorial changes in any manuscript accepted for publication.
13. The author whose articles are published in this journal agree to the following uses of their works:
 - a. The articles can be published either on paper or in digital format.
 - b. The articles can be printed, digitized, reproduced, transmitted on the Internet, downloaded on permits, browsed, sold, or provided for information.
 - c. The articles can be accessed in the database of National Library and other information providers.
 - d. The necessary format alteration of the articles is allowed to meet requirements of the systems.
14. After a manuscript has been published, its author will receive two copies of the journal volume in which the article appears. (Honoraria are not available.)
15. Style sheet
 - (1) All manuscripts must be typewritten throughout on one side only of A4 paper, and single-spaced. Times New Roman must be used as the font (An example is available at <http://www.wcla.org.tw/>).
 - (2) Begin article sections with "1". Order the sections as follows:
 - 1.
 - 1.1
 - 1.1.1
 - (3) Order examples like this:
 - (1)
 - (2) a.
 - a'.Assign examples consecutive numbers continuing throughout the document; do not renumber from "(1)" for each section of the article.
 - (4) Use footnotes (not endnotes). An asterisk (*) at the end of the article title will refer to a footnote for acknowledgments; thereafter, all footnotes will be in an uninterrupted, numeric sequence, beginning with "1".
 - (5) *Times New Roman* is the working font for journal articles, with italic and bold styles reserved for special marking. A proliferation of fonts in a document is

frowned upon.

- (6) The reference list follows the guidelines below. English entries should be listed first, followed by the Chinese entries in alphabetical order of the author's surname. Chinese references should be translated into English.
- (7) Refer to the APA style (6th edition) for the content organization of **empirical papers**.
- (8) Use the following format in a reference list, or refer to the format of *Language and Linguistics* published by Institute of Linguistics, Academia Sinica (Taiwan):

Anderson, James N. D. (ed.) 1950. *The World's Religions*. London: Inter-Varsity Press.

Babyonyshev, Maria, and Edward Gibson. 1995. Processing overload in Japanese. *Papers on Language and Acquisition*, ed. by Carson T. Schutze, Jennifer B. Ganger, and Kevin Broihier, 1-35. Cambridge: MIT Press.

Chomsky, Noam. 1995. *The Minimalist Program*. Cambridge: MIT Press.

Calvin, John. 1996. *The Bondage and Liberation of the Will: A Defence of the Orthodox Doctrine of Human Choice against Pighius*, ed. by Anthony N. S. Lane, translated by Graham I. Davies. Grand Rapids: Baker.

Chang, Henry Y. 2009. Adverbial verb constructions in Tsou. Paper presented at the Workshop on Formosan Languages, March 27, 2009. Kaohsiung: National Kaohsiung Normal University.

Clark, Eve. V. 1973. What's in a word? on the child's acquisition of semantics in his first language. *Cognitive Development and the Acquisition of Language*, ed. by Timothy E. Moore, 65-110. New York: Academic Press.

Lin, Jimmy. 2004. *Even Structure and the Encoding of Arguments: The Syntax of the Mandarin and English Verb Phrase*. Cambridge: MIT Ph. D. dissertation.

Mittwoch, Anita. 1971. Idioms and unspecified NP deletion. *Linguistic Inquiry* 2: 255-259.

Ungerer, Friedrich, and Hans-Jörg Schmid. 2006. *An Introduction to Cognitive Linguistics* (2nd edition). London: Longman.

Zhang, Niina. 2009. Syntactic properties of numeral classifiers in Mandarin Chinese. Talk given on April 10, at the Graduate Institute of Linguistics, National Chung Cheng University. Accessed online, December 1, 2009. <http://www.ccunix.ccu.edu.tw/~lngnz/index.files/May%202009.pdf>