**寄憶之海**

**品牌名 (Brand Name)：**

寄憶之海 | The Harbor of Memories

**網站標題 (SEO Title)：**

寄憶之海 - 投遞一封無人知曉的信，拾起一份不期而遇的感動。

**妳的網站描述 (SEO Description)**：搜尋結果標題下面的那段灰色小字。

「歡迎來到寄憶之海，這是一個匿名的線上瓶中信交換世界。在這裡寫下你的回憶、秘密或感謝，投入大海，並隨機拾取一樁來自陌生人的心事。投遞一封無人知曉的信，拾起一份不期而遇的感動。」

**網站簡介 (公開Slogan)** ：

**你是否有些話，不知能向誰訴說？**

**寫一封信，給過去的遺憾、給未來的自己，或給一個素未謀面的溫柔靈魂。**

**在這裡，每一封信都會被溫柔地保存在時光的長河裡，等待一位有緣人偶然拾起。**

**輸入框提示文字 (Placeholder Text):**

寫給過去、未來，或某個再也無法對話的溫柔靈魂…

**簡報及口說發表**

**「寄憶之海」8分鐘發表會完整規劃**

總時長： 8分鐘

風格： 簡潔、感性、專業，以大量留白的視覺和妳的口說為主導。

**Part 1：開場 & 痛點定義 (約 1.5 分鐘)**

**目標：** 引起共鳴，讓聽眾感覺「這件事，與我有關」。

**【Slide 1：封面頁】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 妳最滿意的那張「寄憶之海」主視覺圖，做成滿版背景。
  + 標題：寄憶之海 | The Harbor of Memories
  + 副標題：一個安放數位心事的溫柔港灣
  + 妳的名字 / 個人專題發表
* **口說稿：**

（自信、沉穩地開場）

「大家好，我是 Vanessa。在開始之前，我想先問大家一個問題。」

**【Slide 2：破題提問】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 乾淨的背景，中間只有一行大字。
  + 標題：你是否有些話，不知能向誰訴說？
* **口說稿：**

「在我們的生活中，總有些時刻，有些話，我們不想發在IG上，也不想打擾朋友，只想找個地方，安靜地放下來。現代的社群媒體，充滿了『表演』與『社交壓力』，我們精心維護著人設，卻也漸漸失去了那個可以放心說真話的樹洞。」

「就像童話故事裡，那個有著驢耳朵的國王一樣，我們都需要一個絕對安全的地方，去安放那些無法言說的秘密。」

「因此，我的專題使命，就是想打造一個，能溫柔承接這些無處安放的心事的數位空間。」

**Part 2：介紹解決方案 & 核心價值 (約 1 分鐘)**

**目標：** 正式介紹妳的作品，並闡述其獨特的靈魂。

**【Slide 3：亮出作品】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 網站首頁最美的截圖。
  + 標題：The Solution: 寄憶之海
  + Slogan：投遞一封無人知曉的信，拾起一份不期而遇的感動。
* **口說稿：**

「這就是我的個人專題—『寄憶之海』，一個匿名的、療癒系的瓶中信網站。」

「它和其他網站最大的不同，在於它的三個核心價值。」

**【Slide 4：核心價值】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 用三個icon搭配關鍵字，並列呈現。
  + [庇護所Icon] **絕對安全**
  + [沙漏Icon] **慢活儀式**
  + [漣漪Icon] **溫柔連結**
* **口說稿：**

「第一，它是個**絕對安全的庇護所**。透過完全匿名、不設回覆的機制，創造一個零社會壓力的空間。」

「第二，它是一場**刻意放慢的數位儀式**。透過時間限制和充滿儀式感的動畫，鼓勵使用者慢下來，進行有品質的自我對話。」

「第三，它提供一份**不期而遇的溫柔連結**。你得到的不是按讚或留言，而是一份來自陌生靈魂的真實心事，以及『原來有人跟我一樣』的深刻共鳴。」

**Part 3：設計邏輯與功能展示 (約 3.5 分鐘)**

**目標：** 展現妳作為企劃的思考深度，說明每個設計都是有意義的。

**【Slide 5：使用者旅程】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 一個極簡的流程圖。
  + [寫信Icon] 投遞心事 → [魔法動畫] 封存儀式 → [大海Icon] 靜待漂流
  + [瓶子Icon] 拾起瓶中信 → [信紙Icon] 閱讀故事 → [消失Icon] 一期一會
* **口說稿：**

「整個網站的流程非常單純，只有『丟信』和『撿信』兩個核心功能。但每一個環節的設計，背後都有我的思考。」

**【Slide 6：設計的為什麼 (1/2)】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 左邊標題，右邊關鍵字。
  + **標題：Design for Safety & Slowness**
  + 為什麼要匿名？ → 創造零壓力空間
  + 為什麼有時間限制？ → 對抗數位成癮
  + 為什麼信件一次性？ → 營造一期一會的珍貴感
* **口說稿：**

「首先，『為什麼要匿名？』是為了創造一個絕對安全的零壓力空間。『為什麼有時間限制？』是為了刻意拉慢節奏，對抗數位成癮。『為什麼信件是一次性的？』則是為了營造『一期一會』的珍貴感，讓你更珍惜每一次的相遇。」

**【Slide 7：設計的為什麼 (2/2) - 魔法時刻】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + **直接播放妳精心製作的10-15秒送出動畫影片！**
* **口說稿：**

「而在所有設計中，我最想跟大家分享的，是這個『投遞』的儀式感。當使用者送出信件時，他們不會只看到一個『傳送成功』的提示，而是會看到這段動畫...」

**（開始播放動畫，妳可以稍微停頓，讓大家專心看）**

「我之所以堅持打造這個『魔法時刻』，是希望讓使用者感覺到，他們的每一句心事，都被這個世界鄭重其事地、溫柔地對待。」

**Part 4：現場互動體驗 (1 分鐘)**

**目標：** 讓報告「活」起來，讓聽眾變成使用者。

**【Slide 8：Live Demo】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 背景播放妳網站的背景音樂（海浪聲）。
  + 中間是一個**巨大、清晰的QR Code**。
  + 標題：換你試試看
  + 文字：現在，我想邀請現場的各位，花一分鐘的時間，掃描QR Code，親自來「寄憶之海」，投遞一封屬於你的瓶中信。
* **口說稿：**

「說了這麼多，不如親身體驗一次。」

「現在，我想邀請現場的各位老師和同學，花一分鐘的時間，掃描畫面上的QR Code，親自來『寄憶之海』，投遞一封屬於你的瓶中信。你可以寫下任何事，不用擔心，它是完全匿名的。」

**（播放背景音樂，妳可以微笑著、靜靜地在台上等待約45秒，讓大家體驗）**

**Part 5：未來展望與結語 (1 分鐘)**

**目標：** 展現妳的長遠思考，並留下一個深刻的結尾。

**【Slide 9：未來展望】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 標題：The Future Harbor
  + 三個關鍵字：會員系統 信件收藏 命運信鴿 (回覆機制)
* **口說稿：**

「這次的MVP版本，專注在最純粹的匿名體驗。在未來，『寄憶之海』還可以繼續成長，例如增加選擇性的會員系統，讓使用者可以收藏觸動自己的信件；甚至是開啟『命運信鴿』的回覆機制，讓溫柔的連結有機會延續。」

**【Slide 10：結語】(約1頁)**

* **畫面上：**
  + 再次放上妳最愛的主視覺圖。
  + 標題：謝謝聆聽
  + 文字：希望「寄憶之海」，也能成為一個安放你們心事的溫柔港灣。
* **口說稿：**

「我的報告到此結束，謝謝大家。」

「希望『寄憶之海』，也能成為一個，安放你們心事的溫柔港灣。」

**（自信地微笑，結束）**

**發表&面試可用：**

**關於「漂流郵局的故事」：誠實 vs. 策略**

* 面試時的故事該怎麼說？

我的建議是：**誠實，並把它變成一個更棒、更專業的故事。**

我們可以這樣包裝妳的思考過程，這會讓妳聽起來更像一個真正的產品企劃：

**妳可以這樣對面試官說：**

**第一階段：初始構想 (妳的真實起點)** 「這個專案最初的構想，其實很單純。我只是想做一個匿名的瓶中信網站，因為我觀察到現代人有很多情緒和壓力，需要一個安全的樹洞去抒發，而瓶中信的『未知』和『偶然』本身就充滿了魅力。」

**第二階段：市場研究與靈感深化 (展現妳的專業性)** 「在確定了這個初步方向後，我開始進行市場研究和資料搜集。就在這個過程中，我偶然發現了日本香川縣真實存在的『漂- 漂流郵便局』。我被它『專門收藏無法投遞的信件』這個概念深深打動了。它讓我意識到，我的專案不應該只是一個讓使用者『丟棄』心情的垃圾桶。」

**第三階段：專案核心價值昇華 (妳的獨到見解)** 「『漂流郵局』的發現，是這個專案的轉捩點。它啟發我將專案的核心價值，從單純的『抒發』，**昇華為『安放』與『療癒』**。我希望創造的不是一個丟完就走的網站，而是一個能讓所有無處可寄的思念和回憶，都能被溫柔承接的數位空間。這也是為什麼我最終沒有直接使用『漂流郵局』，而是將它命名為『**寄憶之海 | The Harbor of Memories**』—— 一個專屬於回憶的、安全的港灣。」

**這個說法的好處：**

* **完全誠實**：妳沒有說謊，漂流郵局確實是妳後來發現並受其啟發的。
* **展現專業流程**：這個故事線完美地展示了一個產品企劃的標準工作流程：**初步構想 → 市場研究 → 靈感深化 → 確立核心價值 → 品牌命名**。
* **突顯妳的思考深度**：這證明了妳不是只會天馬行空，妳懂得透過研究去打磨、深化妳的產品，並賦予它更深刻的意義。