

附件五之一

彰化縣 **113** 學年度國民中小學學生獨立研究作品徵選
作品說明書（封面）

作品編號：（由承辦單位編列）

☐ 國小組

☐ 數學類

☐ 自然、科技類

☒ 國中組

☒ 人文社會類

組別：國中組——人文社會類

作品名稱：「迷」人的「因」素-中學生迷音黏著度研究

◎封面切勿出現校名、作者、校長及指導者姓名，違者不予收件。

第一階段 研究訓練階段

一、近二年學校獨立研究課程之規劃

近二年，獨立研究已發展成本校資優生的必修課程，並由輔導室負責規劃課程，其具體內容如下：

(一) 上課時段

國一：每週一下午第五節彈性課程時間。

國二：每週三下午第五節彈性課程時間。

國三：每週三下午第五節彈性課程時間。

(二) 上課地點

國一：資優教室。

國二：生物實驗室、理化實驗室、電腦教室、圖書館、資源教室、語文藝術教室。

國三：資優教室。

(三) 核心能力

1. 國一

在老師的引導下：

(1) 能學會發現問題並積極蒐集相關資料。

(2) 能學會擬定架構與分析資料。

(3) 能統整研究資料與撰寫報告。

2. 國二

資優生自己選定數學、自然與生活科技、人文社會中，感興趣的主題，依據發現問題、資料蒐集、分析、統整、撰寫報告之能力，完成一份獨立研究報告。

3. 國三

(1) 發現問題、資料蒐集、分析、統整、撰寫報告之經驗傳承。

(2) 根據獨立研究主題，培養高中科學班人才。

(四) 上課方式

1. 針對資優生的類別及特殊需要，將其學習經驗加以系統化組織。
2. 採分組教學，以安排適當的學習課程及活動，俾利資優生學習，獨立研究強調學生經由引導後，能根據自己的興趣，選擇研究主題，擬定研究計畫，並以適切的研究方法，進行資料蒐集、分析與解釋，以培養其獨立研究的能力。
3. 每週安排一節，邀請校內各領域教師指導資優生。
4. 安排兩次校外專家學者蒞校指導。
5. 配合校慶舉辦成果發表。

(五) 檢核機制

每位資優生必須完成獨立研究作品，並在期末進行成果報告，期間，校方也積極鼓勵資優生將其作品參與獨立研究競賽。

二、學校如何提供該生獨立研究訓練

(一) 指導資優生訂定研究主題與資料蒐集

指導資優生從日常生活或各領域的學習內容中，覺察自己較感興趣的主題，接著訓練資優生自行訂定題目，與教師討論並確認題目後，著手進行資料蒐集與研讀討論資料內容。

(二) 指導資優生擬定研究架構與分析資料

首先引導資優生思考研究動機，進而訂出研究目的以及待答問題，並討論以何種研究法進行研究，最後歸納研究心得，並能將各項討論過程系統記錄。

(三) 指導資優生統整研究資料與撰寫報告

指導資優生能依獨立研究之摘要、主題、工作進度、研

究問題、尋找資源、研究發現、擬定正式計畫及研究問題、提出研究結果，以及對整個研究的評鑑與檢討，作一系統地撰寫，提出完整研究報告。

(四) 提供行政支援

1. 場地支援

校方於每日課後或假日，提供教室、討論室、實驗室，協助研究團隊進行獨立研究。

2. 設備支援

因應獨立研究主題，提供必要實驗設備、模型與電腦等研究器材，以方便研究團隊進行獨立研究。

3. 經費支援

專款支付校外專家學者蒞校演講獨立研究相關主題之演講費與差旅費。

第二階段 獨立研究階段

一、研究動機

某天，我一如既往的打開社群媒體，猛然見到演算法推薦了一支從沒看過的影片，封面是一隻黑色、長得像是壁虎一般的物體，似乎是某部卡通中的角色，至於背景則是一片空虛的綠幕。我在好奇心的驅使下點開了它，內容僅是方才見到的那隻不明生物在跳著洗腦的舞蹈。這時，我瞥見了影片的觀看次數，驚訝地發現了這樣令人不知所以然的影片竟然有破一千萬次點閱，且影片是在短短兩個多月前才上傳的。我打開搜尋引擎，輸入了影片的標題「Toothless Dance」這似乎是近來興起的迷因，廣受大眾的喜愛，我立刻聯想到公民課文中的次文化，於是我們決定以「迷因」為題，展開了這樣的獨立研究。

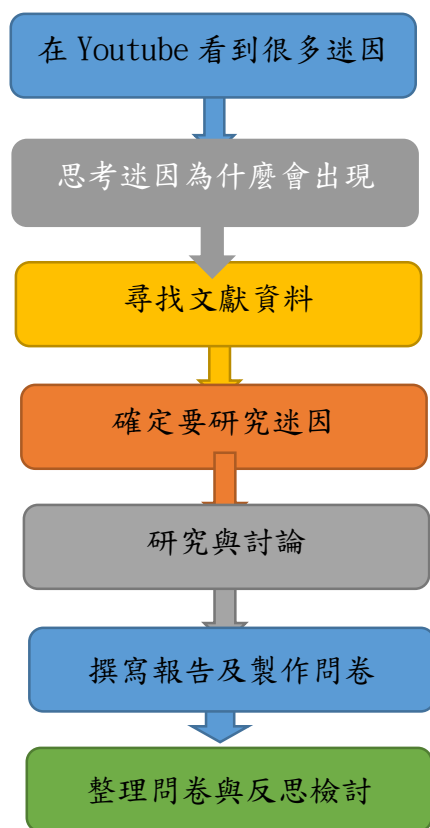
但，迷因無所不包，政治相關、圖片型、影片型、地獄梗……在這樣的茫茫大海中，要從何開始研究？於是我們選定了「網路迷因影片」作為重點研究的迷因類型，並展開對其的認識與探討。我們認為，這能幫助我們認識當代的流行文化，進而瞭解大眾喜好，增進人與人交際。我想，這也就是迷因能帶給我們的。

二、擬定正式計畫、研究問題及工作進度表

（一）研究問題

1. 研究不同時代是否產生不同迷因
2. 調查迷因之流行時間
3. 了解國中生的網路迷因使用習慣和想法
4. 探討迷因對當代國中學學生人際關係影響

(二) 研究計畫



(三) 研究進度表

	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月
研究動機											
研究問題											
文獻資料											
問卷統計											

三、彙整相關文獻

(一) 迷因論

「迷因」一詞起源於 1976 年，當時的科普作家理查·道金斯在《自私的基因》中描述和定義迷因，試著解釋文化用資訊傳播的方式。潮流和感受能在網際網路上快速傳播，全是因為網際網路的一些即時通訊服務使人們能以「口口相傳」的形式傳遞資訊。迷因 (meme) 一詞，又稱覓母、媒因、模因、文化基因、迷因、米姆、謎米、瀾、瀾因、瀾母。迷因結合了希臘字根「mimeme」的意思(模仿)與「基因」的英文拼音(gene)，把這種會代代傳下去的文化元素稱之為「迷因」(meme)，最早出自於理查·道金斯(Richard Dawkins)教授的《[自私的基因](#)》一書。

有趣的是，教授研究的是演化理論，而不是人類學，並且此書主旨是以基因的角度分析演化，非在流行文化一方面作探討。不同於基因只能在基因體內複製或是由父母遺傳至子女，迷因透過語言和文字等媒介在人腦間傳播，包括閱讀和學習都是迷因的增殖方式。馬爾科姆·格拉德威爾寫道：「迷因的概念就是將人群中行為比作病毒，使其他人感染。」迷因也能在垂直方向或水平方向上進行複製，或許可能有長時間的休眠期。迷因通過對寄主生成的行為進行傳播，是為迷因繁殖的重要特徵之一。因此，麥克納馬拉認為迷因可以被分為內在迷因 (i-memes) 和外在迷因 (e-memes) 兩類。某些人將迷因的傳播比喻為疾病的傳染。許多社會中的傳染現象，如從眾效應、癮症蔓延、模仿犯罪、模仿自殺等傳染性模仿都被視作迷因傳遞的例證。

譬如有國文老師分享，只要在課堂中提到ㄉㄣˊ、的音，例如戴、帶、殆……就會有學生發出 Dine 的聲音，之後就有第二個、第三個，彷彿是一種傳染病，最後同學間就開始互相附和，這就是迷因互相影響、感染的案例。

迷因梗圖也可以使人更進入講者或作者所描述的情境，進而更深刻地瞭解其意思。

例如：

純粹說：「我明天要考數學，但我不想讀書。」效果會比下方梗圖來的差一些。



圖 A 以梗圖表示心情

（二）著名的網路迷因

網路迷因，又稱做網路梗(哏)或梗(哏)，他可看作是迷因的延伸，是一段內容被放到網路上之後，藉由網友的轉發等行為，擴散而成，且通常具有某些標誌性的特徵，能讓人一眼便釋出迷因梗的來源或原形，例如。網路迷因的特色包含低成本、速度快、趣味性以及包容力，也就是說，這類次文化通常門檻較低且能帶來歡笑，這邊舉幾個例子。

1. 澤威爾(Xavier)

澤威爾最早 2013 年 7 月開始在臉書上出現，據個人簡介是一名住在美國明尼蘇達州的印度人，直到 2018 年帳號消失前常在臉書發表黑色幽默或是雙關、諧音梗等笑話，廣受網友們歡迎且直到現在仍有不少梗圖以則威爾在臉書上的頭像做素材。然而他的迷因也被質疑是種族歧視的產物，因為在貼文中常出現文法與拼字的錯誤，更有人發現幕後藏鏡人疑似是一名白人，頭像盡是在網路上擷取印度坎普爾理工學院某員工的照片，本人也不知情。

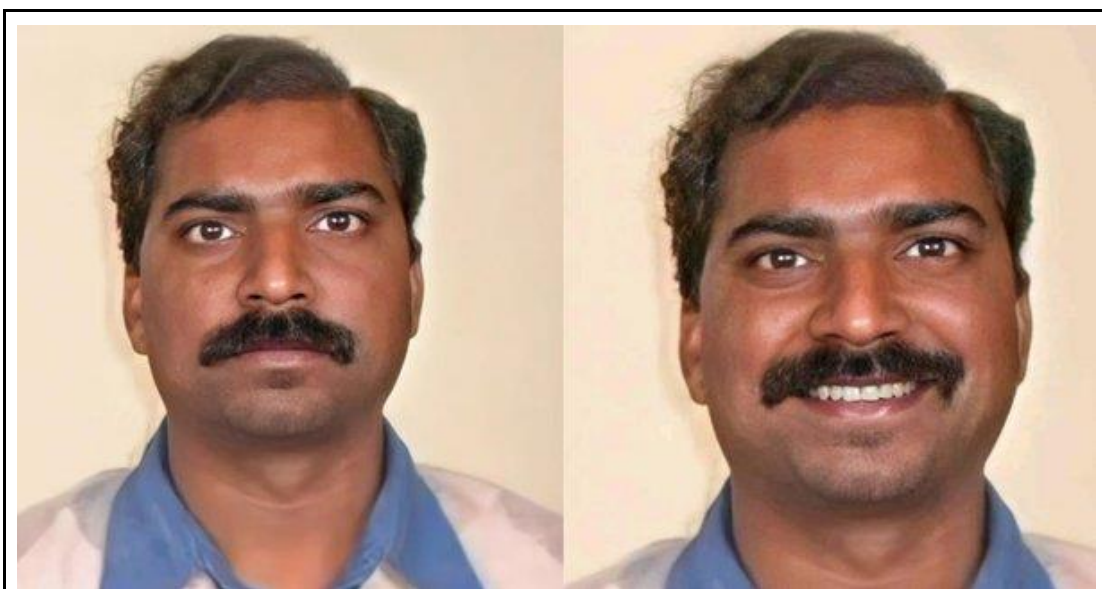


圖 B 澤威爾(Xavier)

2. 佩佩蛙

佩佩蛙是一隻綠色的青蛙出自美國漫畫家 Matt Furie 之手，他形容佩佩蛙「喜歡喝酒和鬼混，還常把褲子下來尿尿」總而言之，是一個幽默搞笑的角色。然而當他出名進入網路世界之後他成為了白人至上主義的象徵。「佩佩蛙黑化了」Matt Furie 表示。在幾年的時光，Matt Furie 為了阻止惡意的言論而東奔西走，卻無濟於事。在 2019 年香港爆發社會運動時，佩佩蛙又再度成為民主的標誌，在混亂中帶出一絲希望。



圖 C 佩佩蛙



圖 D 佩佩蛙與種族歧視



圖 E 香港社會運動中的佩佩蛙

3. 已購買，小孩很愛吃

「已購買，小孩很愛吃」是最近新興起的迷因，來自於中國某告物平台上，賣家為了增加自己產品銷量，刻意在商品評論區留下「已購買，小孩很愛吃。」然而因為不少產品並非兒童食品，消費者很快便看出問題，這樣的流行語卻很快在網路上散播開來，被視為是「已讀亂回」的象徵，在各大社群網站上皆可以看到。



圖 F 「已購買孩子很愛吃」梗圖

4. 川普遇刺

2024 年 7 月 13 日，美國總統候選人唐納·川普(Donald John

Trump)在進行競選演說時，遭到槍手埋伏射擊。當時，一名記者拍下了一張照片。川普高舉握拳手臂，兩名特警人員將其支撐下台。這張照片在網路上廣為流傳。



圖 G 川普遇刺

5. APT.

APT. 是二零二四年十月，由 BLACKPINK 成員 Rosé 與美國歌手布魯斯火星人合唱的歌曲，因為其節奏簡單洗腦又不停重複，很快在各大平台、網站上流行起來。歌曲名稱是來自韓國的一種酒雜遊戲 아파트(國際音標：[a pʰ a tʰ u])，藉由與聽眾的共鳴，在網路上爆紅。

6. 季節性迷因

有一些迷因並非在任何時候都會出現在網路上出現，而是僅在特定時節成為話題，最知名的例子就是由美國歌手 Mariah Carey 演唱的聖誕歌曲 All I Want For Christmas Is You。這首歌曲在 1994 年發行，直到現在仍是聖誕節前後，公司行號經常播放來應景的歌曲，但由於歌曲太過於頻繁出現及洗腦，被許多網友戲稱「12 月才解凍的迷因」。此外，劉德華演唱的〈新年快樂〉也屬於這種類型的迷因，因為在年節時廣為店家播放，成為華人社群每到春節才出現的迷因。



圖 H YouTube 上 All I Want For Christmas Is You 的封面



圖 I YouTube 上〈恭喜發財〉影片中一段

(三) 網路迷因類型

1. 網路迷因行銷

迷因行銷是一種常見的行銷手法，利用迷因的高傳染性，將行銷內容將內容夾帶進顧客的腦中，達到所謂「洗腦」效果。同時，因為迷因通常取材自銳進熱門的話題，例如影劇、遊戲等，容易使目標對象產生共鳴，更可能吸引之達到商家目的、引起消費慾望，或著為了追流行購買特定商品。

然而，迷因行銷也可能為商品帶來反效果，例如二零二四年夏季上市的喜劇動畫《鹿乃子乃子乃子虎視眈眈》在開播前一個月，就利用片頭曲洗腦的節奏及動畫中一段情節引起全球網友注意，在東亞地區及歐美文化圈引發一波熱潮。然而，動畫開播後因為不少笑點有爭議，造成動畫收視率在數星期後大幅跌落。



圖 J 《鹿乃子乃子乃子虎視眈眈》的宣傳影片

其他類似的例子還有：

貓咪大戰爭



圖 K 貓咪大戰爭廣告

普拿疼



圖 L 普拿疼廣告

coin master

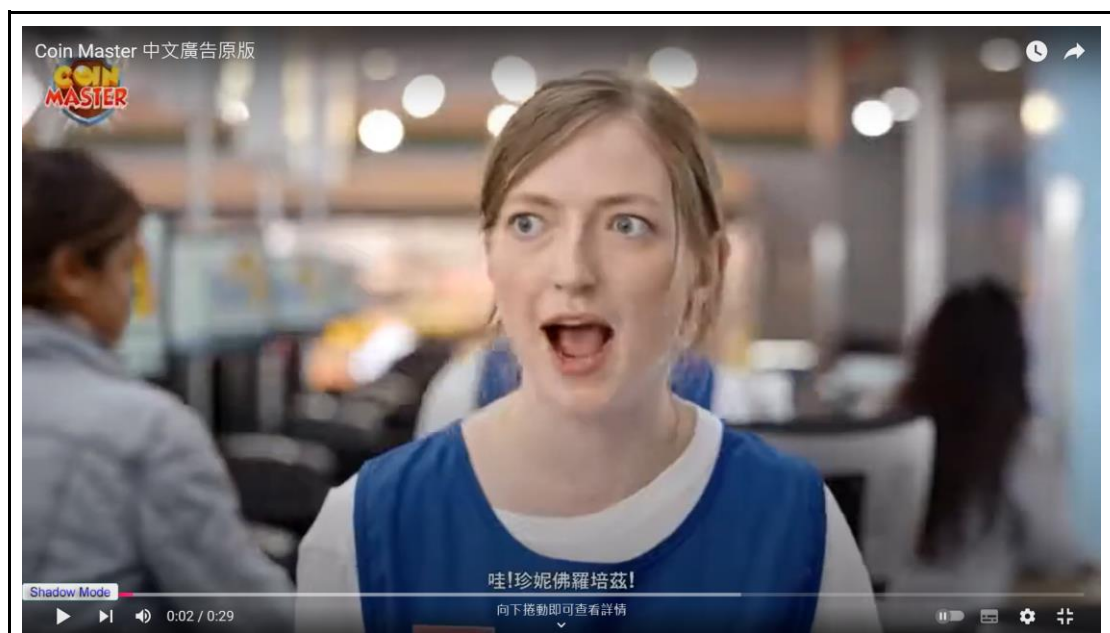


圖 M coin master 廣告

速度與激情 9(玩命關頭 9)



圖 N 約翰·希南(John Cena)為電影宣傳

亞馬遜電商



圖 0 亞馬遜店商廣告

肌肉魔法使(動漫)

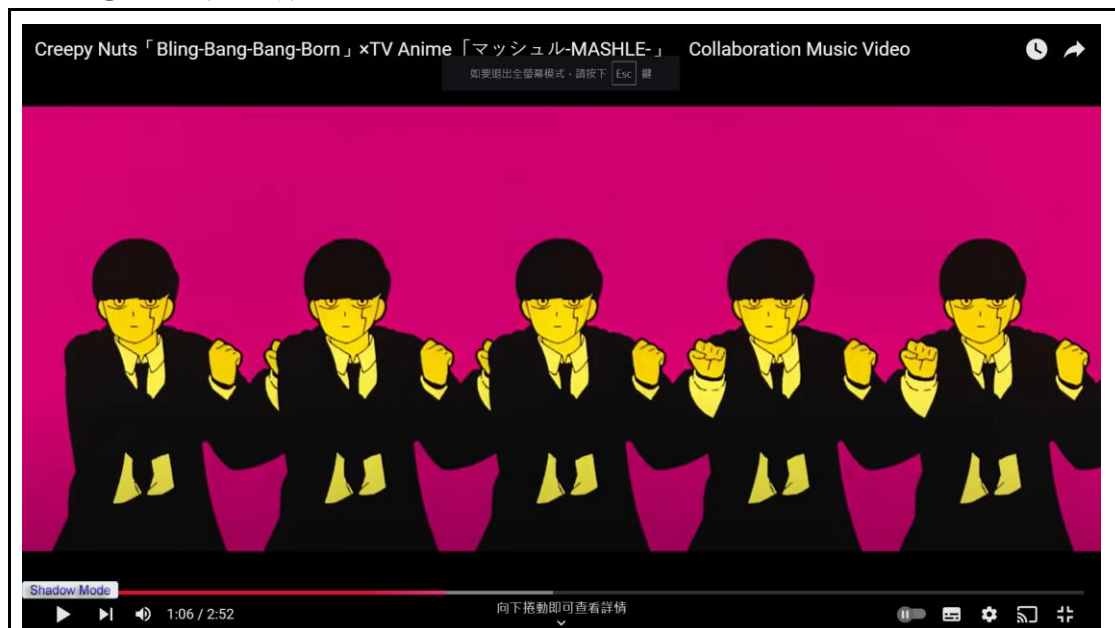


圖 P 《肌肉魔法使》主題曲一段

Luce(禧年吉祥物)

「禧年」是基督宗教中帶有特殊意義的年份，每二十五年舉行

一次，內容包含朝聖、祈禱、大赦等。為了迎接即將在 2025 年到來的禧年，教廷特地推出吉祥物「Luce」。「Luce」在義大利文中代表光，吉祥物採用日本動漫風格，希望藉此打入年輕人市場。



圖 Q Luce

上述範例皆利用在大眾媒體中的可見度打響名聲，進入我們的眼中。

2. 網路迷因政令宣導

在台灣，公家機關經常利用網路梗圖、迷因等結合時事來做政令宣導。譬如海巡署、財政部等皆常以相關手法在臉書上提醒民眾納稅或是從境外攜帶食品的規定。能夠達到效果，除了貼文緊扣時事及大眾文化之外，也被認為是由於「反差感」。⁹相對於政府機關的文謁譎，若能出乎意料地帶來幽默，也能產生一種驚喜感，進

而吸引點擊，造成更多流量，便能夠更快速地散播，在人與人之間宣傳開來。

以下為近年相當有名的迷因政令宣導：



圖 R 二零二四年端午節前，海巡署推出之政令宣導



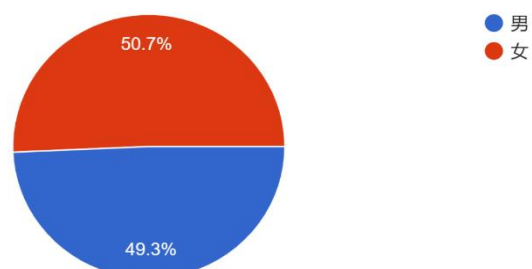
圖 S 因應非洲豬瘟，海巡署推出之政令宣導



四、資料分析

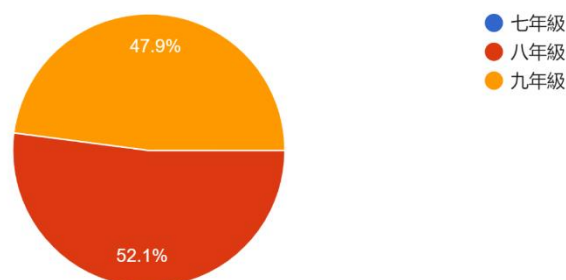
1. 您的性別(單選)

146 則回應



2. 您的年級(單選)

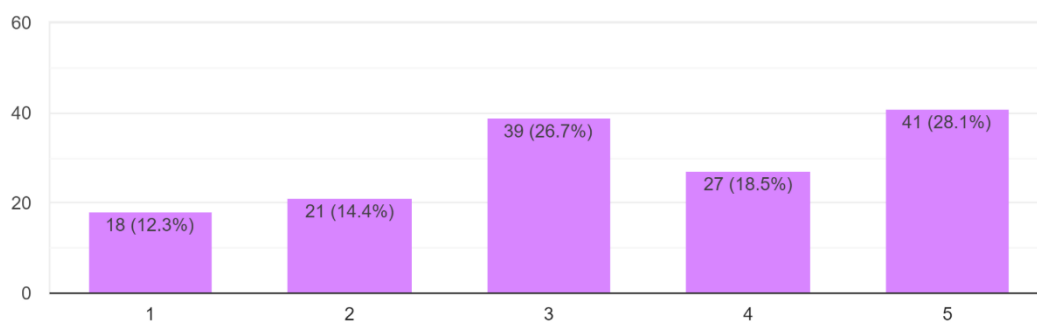
146 則回應



1. 在這次問卷中，我們針對八年級與九年級各三個班施測問卷，其中兩個年級各佔大約 50%，男女生亦然。

3. 你對於迷因的瞭解程度? (單選)

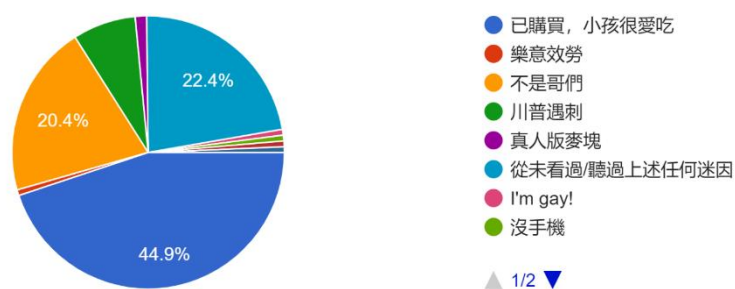
146 則回應



2. 在「對迷因的認識」這題，雖然各選項選填人數差異較小，最多學生選擇「非常瞭解」，其中以九年級為大宗，並且男、女生人數接近，可見九年級普遍比八年級更流行迷因。

4. 你認為最近一個月以來最流行的迷因是? (單選)

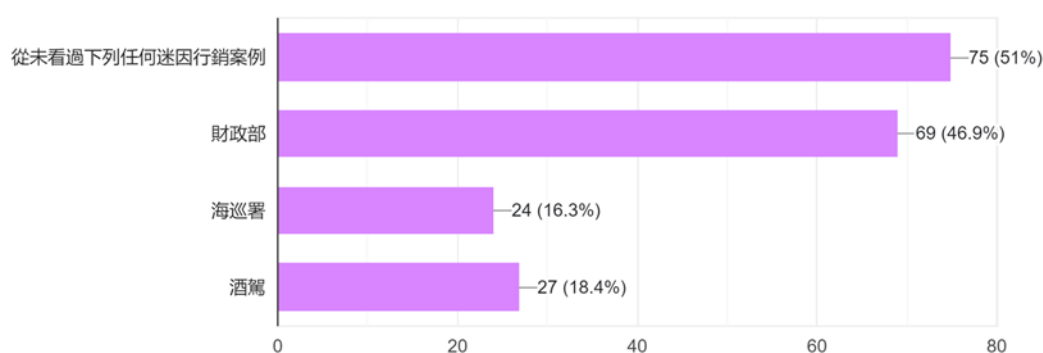
147 則回應



3. 在學生心中最流行的迷因前三名分別是「已購買，小孩很愛吃」、「不是哥們」、「川普遇刺」，三者加總超過七成，顯示迷因在多數學生心中佔有一定地位。

5. 你曾經看過下列這些以迷因作素材的廣告嗎？(複選)

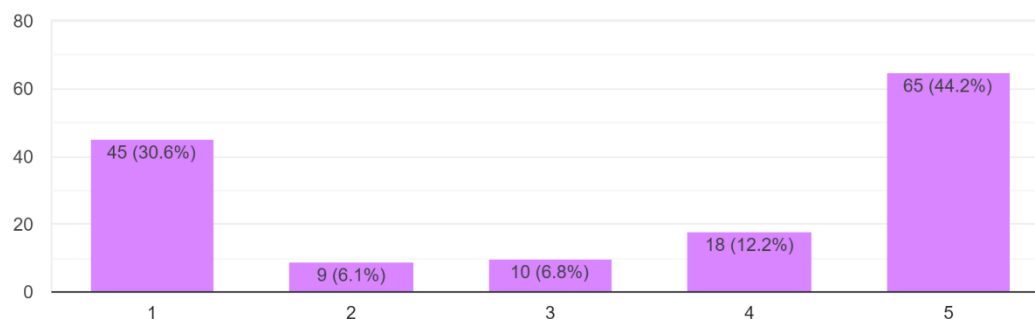
147 則回應



4. 在所有施測學生中，從未接觸迷因行銷或迷因政令宣導者略多於曾經接觸者，但比例大致為一比一。然而，未接觸者之比例明顯高於其他題目中「對迷因不瞭解」者，可見迷因行銷在社群網路上可見度上有加強空間。值得注意的是，看過財政部迷因行銷廣告者數量多於看過海巡署與酒駕廣告者，我們猜測或許與迷因題材有關聯。財政部報稅廣告引用今年春季流行的「晚安大小姐」迷因，相對於另外兩著較為新穎，這與我們的第六到十題有連結。

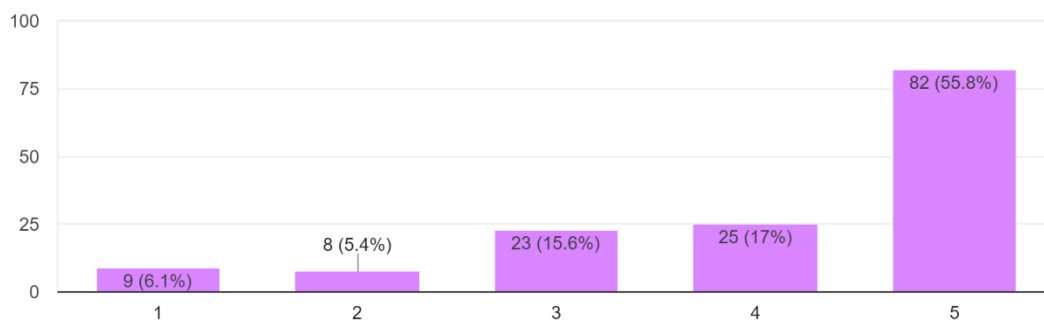
6. 請問您對於瑞克搖 (Rickroll) 的認識為：(單選)

147 則回應



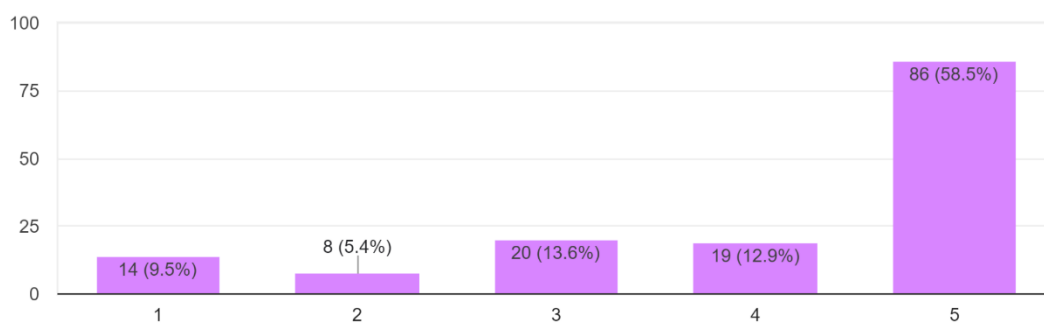
7.請問您對於晚安大小姐的認識為：(單選)

147 則回應



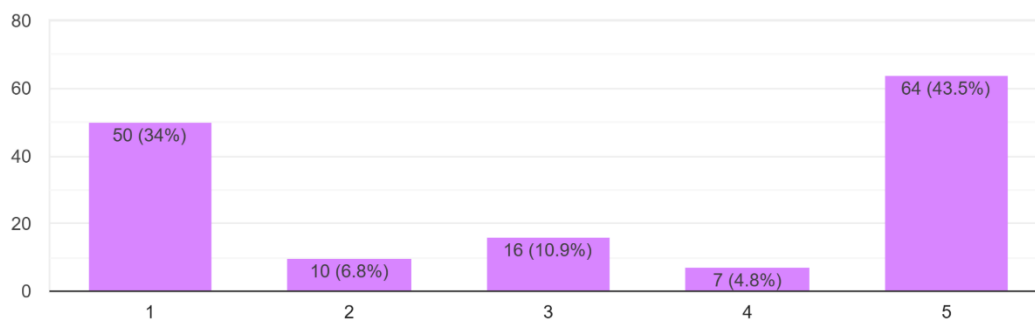
8.請問您對於杰哥不要 (如果早知道男生也會被性侵) 的認識為：(單選)

147 則回應



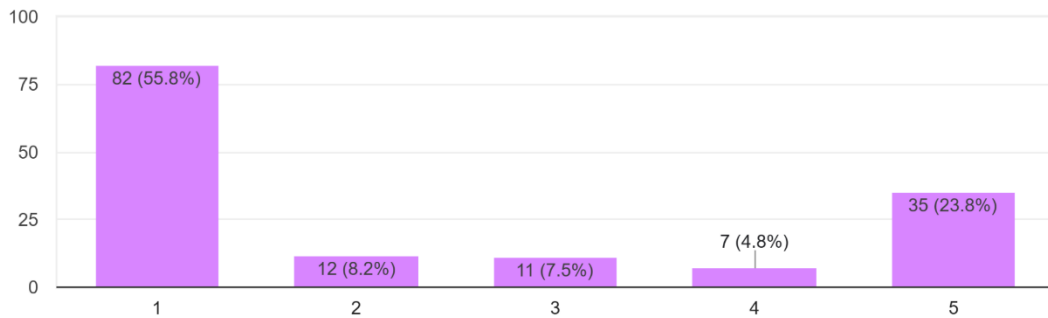
9.請問您對於柯南跳舞的認識為：(單選)

147 則回應



10.請問您對於女人吼貓的認識為：(單選)

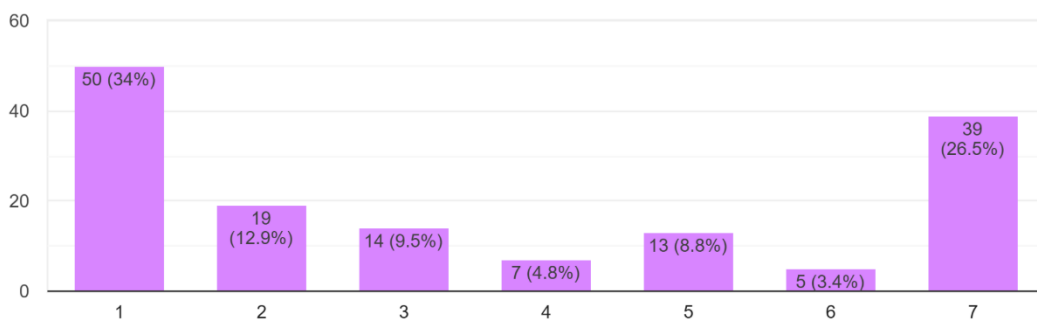
147 則回應



5. 在下列五題中，我們選了五個不同年代問世的迷因，我們以十年為一個區隔，分別是晚安大小姐與柯南跳舞(2021 到 2024 年)、杰哥不要(如果早知道男生也會被性侵)(2011 到 2020 年)、女人吼貓(2001 到 2010 年)及瑞克搖(2000 年以前)，發現並沒有明顯的遞增或遞減趨勢，因此我們推論對於迷因的熟悉程度與迷因出現年分關係較為不明顯。我們認為，年代固然影響人們對於事務的熟悉程度，但其特色或是記憶點影響更甚。

11.最近一周之內，你有多少天接觸迷因？(單選)

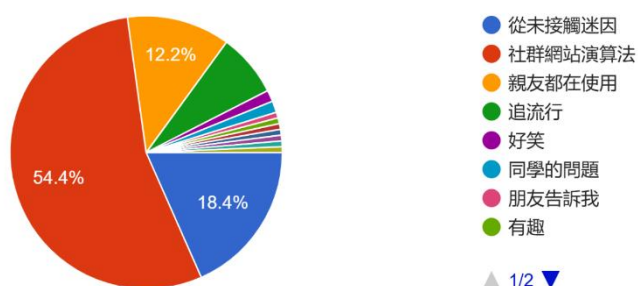
147 則回應



6. 在施測問卷的約一百五十名學生中，我們發現迷因的情形呈現 M 字形(雙峰狀)排列大約百分之六十的學生每天或幾乎不接觸迷因，其中每天接觸者略少於幾乎不接觸者。我們發現其中八年級學生比九年級學生更少接觸迷因，這也呼應了前面的統計結果。

12.為什麼接觸迷因？(單選)

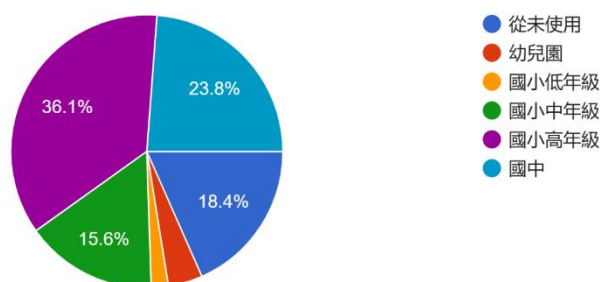
147 則回應



7. 學生接觸迷因超過半數是來自社群媒體推薦，其次是親友使用以及相似的追流行。我們觀察到這和前面提過的從眾效應有很大關聯。當身邊多數人都在做某件事，很容易引起他人隨之起舞，這也顯示了現代資訊戰、心理戰的恐怖，敵軍利用思想及流行、媒體等的滲透，攻入大眾的內心。我們很驚訝好笑、有趣竟然不是主流原因，也更體會到了資訊傳播的恐怖。

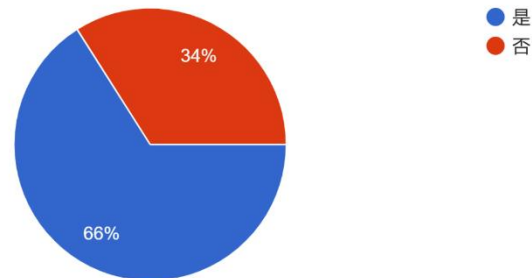
13.第一次使用迷因是什麼時候？(單選)

147 則回應



14.你認為迷因對交友是或人際互動否有實際幫助？(單選)

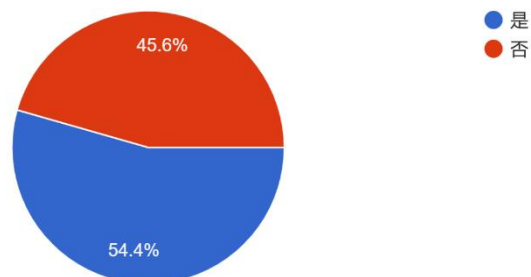
147 則回應



8. 大約六成學生在國小高年級之後才使用迷因，我們認為這和青春期的到來有關聯。大約在十歲之前，而通彼此之間較沒有隔閡或是敵對、仇視感，隨著青春期的到來，開始出現小團體甚至是排擠的現象。我們認為迷因的出現加劇了這個現象，因為它使得一群人間有共同的話題，形成從眾效應，因此大約三分之二的學生認為迷因對於交友有實際幫助，這表示他們的經驗中，應該也有因為迷因而促進人際互動。然而這樣的互動真是全然的友誼嗎？我們猜測也許這還包含排擠不了解話題者，藉此做出區隔。我們認為這不是好的現象，因為迷因應該是散播快樂、拉近距離的，我們希望能夠以此為借鑒，發揮迷因真正的精神。

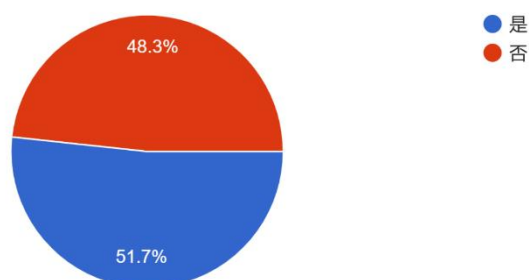
15.你常在生活中使用迷因來開啟或延續話題嗎？(單選)

147 則回應



16.你常用迷因形容或描述一件事情嗎？(單選)

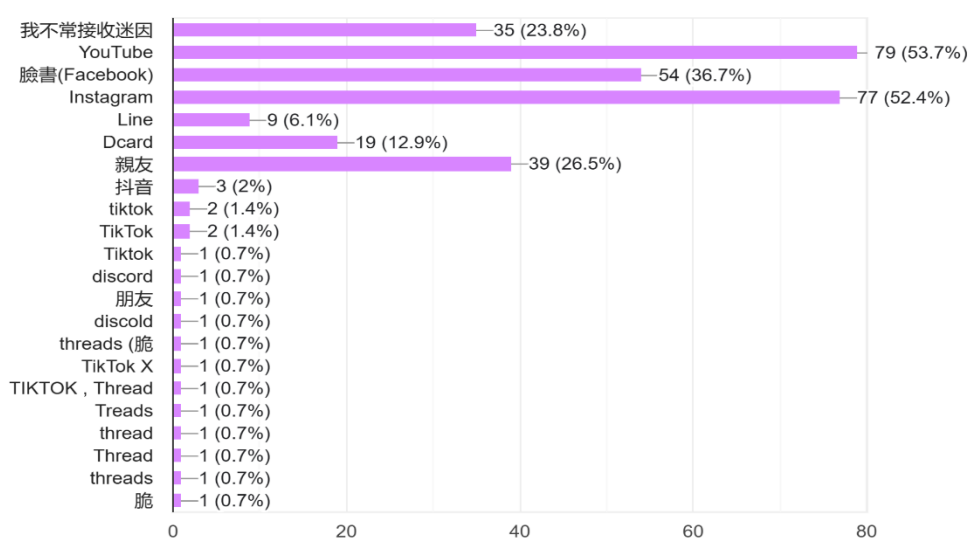
147 則回應



9. 在施測對象中，經常將迷因參雜在對話中的學生大約占百分之五十(稍微過半)，這個比例遠比前面接觸迷因的比例來的少。這顯示有一部份學生(約占百分之二十至三十)生活中有接觸迷因的經驗，卻不常將其實際應用在生活中，以此做為交際時的技巧。我們認為這和一個群體中的流行有很大關聯。有些群體流行遊戲，有些流行連續劇……這表示人們普遍會依據團體中的主流決定自己的行動，行程從眾效應。

17.你透過那些管道接收迷因？(複選)

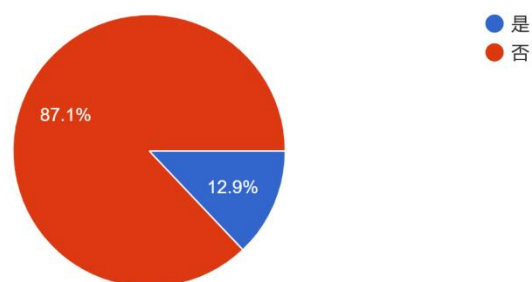
147 則回應



10. 本次調查中，發現大約有四分之三學生經常接收迷因，而其中接收管道前三名分別是 YouTube、Instagram(IG)及臉書(Facebook)，其他還有親友告知、Dcard、TikTok(抖音)、Threads(脆)等，我們認為這與青少年常使用的社群媒體有關聯，多數同學使用 YouTube 及 Instagram(IG)，我們覺得這是由於 YouTube 及 Instagram(IG)與臉書(Facebook)最大的不同，也是較多學生使用的原因是 YouTube 及 Instagram(IG)多數是影音或圖片，而臉書(Facebook)則以文字居多，比起閱讀文字，青少年更傾向別人唸出來或是簡單的圖畫。這是以種隱憂，顯示學生對於文字的興趣與敏銳度逐漸降低。

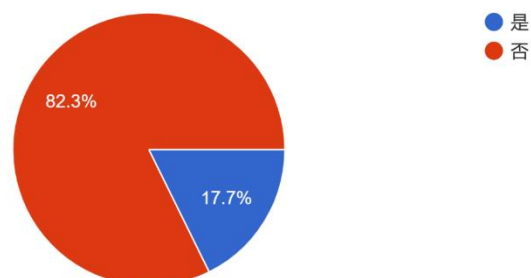
18. 是否有自行創作迷因的經驗? (單選)

147 則回應



19. 是否有自行修改迷因的經驗?

147 則回應



11. 超過八成同學沒有自行創作或修改迷因的經驗。我們認為這未必是好事，因為這表示僅有不到五分之一的同學在觀賞他人作品時，產生自己的想法，換言之，多數學生是被動接收訊息，並且沒有自己的創意或構想，或沒有公開與他人分享。這很可能造成盲從或喪失構思能力，因此，我們希望能夠藉由這份調查，提醒同學思辨與創意的重要性。

五、研究結果與討論

我們這次的研究號召約一百五十名學生參加，橫跨八、九年級，前半部為對迷因認識，後半部則希望能瞭解學生對於迷因的接觸或創作狀況，我們發現多數學生並沒有自行發揮創意的經驗或是時間、空間，甚至多數時候只是純粹跟流行，未必真正重視每項資訊背後的意義，或是創作者所要表達的事物。我們認為這是當前的一大隱憂，我們也希望透過這個研究，喚起對此議題的重視。

六、評鑑與檢討

經過這次研究，我們發現迷因已經深深融入我們的日常生活，並成為當今大眾文化中的重要一環，無論是在學校裡的笑話、超市的促銷廣告，還是政府的防疫宣導，迷因無處不在，甚至像「地獄梗圖社」這樣的聊天室，成為了迷因文化的創作基地。迷因的流行，正是因為它能迅速反映當下的社會情緒，並以幽默和創意吸引大量關注，這讓它成為一種永不過時的文化現象。

正如《易經》所說：「生生不息」，迷因的魅力在於它能夠不斷創新和更新，從舊梗到新梗，總能帶來新的驚喜。迷因不僅僅是一種娛樂，它也反映了人們對社會、事件的看法和情感，正因如此，迷因才會在網絡世界中持續發展並與時俱進，成為當代文化不可忽視的力量。

我們能夠延續這樣的精神嗎？我們是否被這股力量牽走了？我們認為，迷因代表的是一群人的思想，人們利用其抒發自己的情感，利用其說服別人，它就好像是一篇篇新型態的文章，更融入現代國中生的思想，也簡潔有力，能給人留下深刻印象。比起純粹的娛樂功能，它更能被應用在各個領域，並且已成為當今「媒體」的一份子。因此我們更應該慎重、小心地看待，發揮識讀、查證的精神，因為迷因，已經成為我們日常生活中不可或缺的角色。

七、參考資料

1. [中學生論文](#)

(1110315, 臺中, 私立衛道中學, 健康與護理類、1121015, 桃園, 中壢高商, 商業類)

2. [迷因專題- 第 1 頁 | DQ 地球圖輯隊](#)

3. [網路爆紅列表- 維基百科](#)

4. [網路迷因- 維基百科，自由的百科全書](#)

5. [迷因- 維基百科，自由的百科全書](#)

6. [路的迷因現象之案例收集與分析](#)

7. [台灣網路社群的迷因文化特色是？元宇宙概念中那些迷因最紅？- 觀點同不同](#)

[《佩佩蛙:感覺不錯蛙》\(Feels Good Man\) | #迷因 | 紀錄片預告 | 【公視主題之夜 SHOW】](#)

8. [EP13. 你相信迷因有魔法嗎？呱吉，下一個失控迷因？X《佩佩](#)

9. [蛙，感覺不錯蛙》| 凱莉\(百靈果 News\) X 呱吉 X Arthur Jones](#)

10. [X Giorgio Angelini - 公視主題之夜 SHOW | Podcast on Spotify](#)

11. [一則貼文創造破萬分享，社群行銷常用的「迷因」究竟是什麼？](#)

12. [三大特色一次了解](#)

13. [已故的迷因梗圖大復活：Pepe the Frog 佩佩蛙，聲援香港反送中 Feels good man](#)

14. [Who is Xavier? - Quora](#)

15. [迷因政令宣導案例](#)

16. [屈原帶這東西挨罰！海巡署玩 KUSO 網讚翻「超有梗」](#)

17. [最狂公部門社群超解析！獨家社群成功心法、數據首次公開](#)

18. [報稅了嗎？財政部大玩「呀咧呀咧」笑翻網友「房屋稅」繳納期](#)

限剩最後一周

19. 唐納·川普舉拳照(維基百科)
20. 何謂禧年
21. Luce(吉祥物)
22. The Vatican Unveils Its Anime Mascot: Luce(Tokyo Weekender)
23. 數學考試梗圖
24. 你是我最想要的聖誕禮物- 維基百科
25. YouTube 上的 All I Want for Christmas Is You
26. 劉德華 Andy Lau-恭喜發財(Gong Xi Fa Cai)