

目的導向之認知結構化分類與流程法

創意曼陀羅

Creative Mandala Method

目的導向認知結構化分類與流程法

A Purpose-Oriented Cognitive Structuring Method for Creative Thinking, Design
Planning, AI Collaboration, and Vibe Coding

標準創意曼陀羅 × 深層創意曼陀羅

從前置思考、傳統創作、專業任務到 AI 協作與 Vibe Coding

目的	節點	條件
分類	中心目的	流程
生成	落地	檢查

張昶為 許益富 楊正翔 林榮泰

國立臺灣藝術大學 創意產業設計研究所

Copyright 2026 © Chang Wei (Anson) Chang | ansondata@gmail.com | v17.1

目 錄

序.....	1
使用說明.....	2
前導章一 從模糊需求到認知結構化	3
前導章二 九宮格的空間邏輯與八種認知維度.....	5
前導章三 節點上限、認知負荷與留白原則	6
前導章四 案例群一：個人、產品、品牌與活動	7
前導章五 案例群二：設計、人物、料理與視覺語言.....	11
前導章六 案例群三：流程、介面、檢查、自我與延伸應用.....	20
第一部 創意曼陀羅總論	32
第一章 為什麼需要創意曼陀羅？	33
第二章 標準創意曼陀羅與深層創意曼陀羅.....	35
第三章 創意曼陀羅的核心語言.....	38
第二部 標準創意曼陀羅	41
第四章 從曼陀羅九宮格到標準創意曼陀羅.....	42
第五章 為什麼需要標準創意曼陀羅？	44
第六章 方法定位：從九宮格工具到認知結構化方法	46
第七章 核心概念：目的、節點、條件、分類、流程與生成 / 落地	48
第八章 認知負荷與 1 至 8 節點上限	51
第九章 分類模式、流程模式與混合模式	54
第十章 專業條件：從個人感覺到專業標準.....	56
第十一章 與既有方法的比較	58
第十二章 如何建立一張標準創意曼陀羅	60
第三部 深層創意曼陀羅	63
第十三章 為什麼需要深層創意曼陀羅？	64
第十四章 深層創意曼陀羅的圈層結構.....	66
第十五章 扇區式雙域圖與延展同心圓圖	68

第十六章 九種標準節點類型	72
第十七章 世界方法的轉譯	74
第四部 非 AI 創作、設計、行銷與專業任務應用	76
第十八章 傳統藝術與工藝創作的前置結構	77
第十九章 傳統設計與視覺傳達的前置結構	79
第二十章 行銷企劃與專案管理的前置結構	81
第二十一章 文案、腳本與敘事結構	83
第二十二章 正式文件、論文與研究寫作	85
第二十三章 法律聲明類與風險文件的前置整理	87
第二十四章 非 AI 任務的標準型與深層型選擇	89
第五部 AI 協作、Co-work 與 Vibe Coding 應用	91
第二十五章 創意曼陀羅作為 Prompt Engineering 結構	92
第二十六章 Co-work 模式：人與 AI 共讀一張曼陀羅	94
第二十七章 Vibe Coding 前置結構	96
第二十八章 從簡單 Prompt 到 Skill	98
第六部 雙層案例：從標準到深層	100
第二十九章 雙層案例導讀	101
第三十章 案例一：傳統工藝創作	103
第三十一章 案例二：視覺設計與海報	106
第三十二章 案例三：行銷企劃	109
第三十三章 案例四：文案、新聞稿與聲明稿	112
第三十四章 案例五：腳本與影片分鏡	115
第三十五章 案例六：正式文件與論文寫作	118
第三十六章 案例七：AI 生成任務	121
第三十七章 案例八：Vibe Coding	124
第三十八章 案例九：課程設計	127
第三十九章 案例十：團隊專案共識	130
第七部 教學、評量、研究與課程設計	133
第四十章 教學使用方法	134

第四十一章	18 週大學課程設計	136
第四十二章	S-T-A-C-H-V 六方可讀檢查	139
第四十三章	學生作業與教師回饋	141
第四十四章	研究應用與評量設計	143
第八部	操作深化、補充單元與領域條件字典	145
第四十五章	方法操作深化：從空白格到可用結構	146
第四十六章	五個跨領域延伸示範	148
第四十七章	常見誤解與修正	150
第四十八章	它是否能取代傳統方法？	152
第四十九章	團隊回饋、版本修正與共識追蹤	154
第五十章	從曼陀羅到專案規格書、Brief 與 AI Prompt	156
第五十一章	從曼陀羅到 UI Flow、Wireframe 與開發指令	158
第五十二章	中心目的寫作工作坊	161
第五十三章	節點命名與分類規則	163
第五十四章	條件填寫細節與資料來源	165
第五十五章	流程安排與先後順序	167
第五十六章	案例的共同比較與轉換	169
第五十七章	AI Prompt 轉換完整示範	171
第五十八章	中心目的範例題庫	173
第五十九章	視覺設計條件字典	175
第六十章	影片規劃條件字典	177
第六十一章	文案生成條件字典	179
第六十二章	文件格式條件字典	181
第六十三章	聲音與多媒體條件字典	183
第六十四章	團隊協作條件字典	185
第六十五章	Vibe Coding 條件字典	187
第六十六章	學生自學路線與複習問題	189
第九部	數位工具、生成卡與創作實作	191
第六十七章	CreativeMandala 數位工具實作指南	192

第六十八章 創意生成卡：保存、交換與重複使用視覺條件	196
第六十九章 流行音樂歌曲創作：從意境、歌詞到歌曲製作	204
附錄	219
附錄 A 標準創意曼陀羅總模板	220
附錄 B 深層創意曼陀羅總模板	221
附錄 C 扇區式雙域圖繪製規格	222
附錄 D 非 AI 創作任務模板	223
附錄 E 行銷企劃曼陀羅模板	224
附錄 F 文案與腳本曼陀羅模板	225
附錄 G 論文與正式文件曼陀羅模板	226
附錄 H 法律聲明類文件前置整理表	227
附錄 I MD 版標準創意曼陀羅模板	228
附錄 J MD 版深層創意曼陀羅模板	229
附錄 K JSON 版標準創意曼陀羅 Schema	230
附錄 L JSON 版深層創意曼陀羅 Schema	231
附錄 M AI Co-work 輸入說明	232
附錄 N Prompt Engineering 轉換範本	233
附錄 O Vibe Coding 開發卡	234
附錄 P Skill.md Runtime 範本	235
附錄 Q UI Flow 與功能規格表	236
附錄 R AI Coding Prompt 範本	237
附錄 S 人類驗收與測試表	238
附錄 T 研究論文寫作方向	239
附錄 U 作者介紹與方法來源說明	240
附錄 V 完整案例實錄：十一組九宮格規劃與 AI 成果對照	241
附錄 W 快速索引：仲夏小旅行	263
附錄 X 快速索引：秋意小旅行	264
附錄 Y 快速索引：雅風年度舞展	265
附錄 Z 快速索引：AI 網紅大頭貼	266

附錄 AA	快速索引：拍立得照片組.....	267
附錄 AB	快速索引：芝婕形象視覺.....	268
附錄 AC	快速索引：芝婕旅行	269
附錄 AD	快速索引：冰封台北.....	270
附錄 AE	快速索引：鋼琴演奏會 show.....	271

圖目錄

圖 0-1	案例一：建立個人高效數位第二大腦	7
圖 0-2	案例二：策劃一款熱銷的智慧型手錶	8
圖 0-3	案例三：規劃一個永續經營的個人品牌	9
圖 0-4	案例四：規劃一場活動計畫	10
圖 0-5	案例五：規劃一份視覺設計	11
圖 0-6	案例六：想像一位完美女友	12
圖 0-7	案例七：處理冰箱的創意料理	13
圖 0-8	案例八：呈現不同的視覺風格	14
圖 0-9	案例九：呈現不同的攝影風格	15
圖 0-10	案例十：呈現不同的繪畫手法	16
圖 0-11	案例十一：呈現不同的構圖方法	17
圖 0-12	案例十二-A：呈現不同的情境描述	18
圖 0-13	案例十二-B：呈現不同的配色敘事	19
圖 0-14	案例十三：呈現流程的敘事腳本	20
圖 0-15	案例十四：呈現互動的使用介面	21
圖 0-16	案例十五：具體的檢查流程方法	22
圖 0-17	案例十六：自我認知的條件建立	23
圖 0-18	案例十七：動漫分鏡格的流程建立	24
圖 0-19	案例十八：視覺設計結構的流程建立	26
圖 0-20	案例十八：視覺風格與延伸應用示例	27
圖 0-21	案例十九：虛擬角色創建	28
圖 0-22	案例二十：遊戲或軟體的製作與創建	29
圖 0-23	視覺風格與樣式二十種總表	30
圖 0-24	視覺與版面結構二十種總表	31
圖 2-1	標準創意曼陀羅九宮格圖：中心目的控制外圍 1 至 8 個節點	35
圖 2-2	標準型向外展開為深層型：從九宮格到扇區式雙域放射結構	36

圖 3-1	核心語言的流動圖。	39
圖 14-1	圈層結構圖。	66
圖 15-1	深層創意曼陀羅的兩種圖式。	68
圖 42-1	S-T-A-C-H-V 驗證六面向	139
圖 45-1	方向與節點對應圖	146
圖 55-1	通用創作四階段流程	167
圖 66-1	自學階段圖	189
圖 67-1	CreativeMandala 數位工具介面與操作示意	192
圖 67-2	CreativeMandala 數位工具介面與操作示意	194
圖 68-1	新中式工筆畫創意生成卡範例。	199
圖 69-1	流行歌曲整合創作創意曼陀羅九宮格。	207
圖 69-2	流行音樂歌詞創作創意曼陀羅九宮格。	209
圖 69-3	流行音樂配樂與歌曲製作創意曼陀羅九宮格。	212
圖 V-1A	仲夏小旅行：九宮格規劃	241
圖 V-1B	仲夏小旅行：AI 輸出成果 / 預覽	242
圖 V-2A	秋意小旅行：九宮格規劃	243
圖 V-2B	秋意小旅行：AI 輸出成果 / 預覽	244
圖 V-3A	冰封台北：九宮格規劃	245
圖 V-3B	冰封台北：AI 輸出成果 / 預覽	246
圖 V-4A	鋼琴演奏會 show：九宮格規劃	247
圖 V-4B	鋼琴演奏會 show：AI 輸出成果 / 預覽	248
圖 V-5A	雅風年度舞展：九宮格規劃	249
圖 V-5B	雅風年度舞展：AI 輸出成果 / 預覽	250
圖 V-6A	AI 網紅大頭貼：九宮格規劃	251
圖 V-6B	AI 網紅大頭貼：AI 輸出成果 / 預覽	252
圖 V-7A	拍立得照片組：九宮格規劃	253
圖 V-7B	拍立得照片組：AI 輸出成果 / 預覽	254

圖 V-8A	芝婕形象視覺：九宮格規劃	255
圖 V-8B	芝婕形象視覺：AI 輸出成果 / 預覽	256
圖 V-9A	芝婕旅行：九宮格規劃	257
圖 V-9B	芝婕旅行：AI 輸出成果 / 預覽	258
圖 V-10A	旅行 Vlog 封面：九宮格規劃	259
圖 V-10B	旅行 Vlog 封面：AI 輸出成果 / 預覽	260
圖 V-11A	黑白人像九宮格：九宮格規劃	261
圖 V-11B	黑白人像九宮格：AI 輸出成果 / 預覽	262
圖 W-1	仲夏小旅行：九宮格規劃與成果預覽	263
圖 X-1	秋意小旅行：九宮格規劃與成果預覽	264
圖 Y-1	雅風年度舞展：九宮格規劃與成果預覽	265
圖 Z-1	AI 網紅大頭貼：九宮格規劃與成果預覽	266
圖 AA-1	拍立得照片組：九宮格規劃與成果預覽	267
圖 AB-1	芝婕形象視覺：九宮格規劃與成果預覽	268
圖 AC-1	芝婕旅行：九宮格規劃與成果預覽	269
圖 AD-1	冰封台北：九宮格規劃與影片預覽	270
圖 AE-1	鋼琴演奏會 show：九宮格規劃與影片預覽	271

表 目 錄

表 0-1	七種讀者路線與目標。.....	2
表 0-2	建議讀者路線與使用目的。.....	4
表 2-1	標準型與深層型比較表。.....	36
表 4-1	曼陀羅九宮格與創意曼陀羅的定位比較。.....	43
表 5-1	四種常見困難、背後問題與九宮格的處理方式。.....	45
表 7-1	六個核心詞的白話意思、常見錯誤與正確用法。.....	49
表 8-1	依任務複雜度選擇節點數量的對照表。.....	52
表 9-1	三種模式的判斷問題、適合案例與重點提醒。.....	54
表 10-1	把抽象感覺轉成專業條件與可執行任務的範例。.....	56
表 11-1	創意曼陀羅九宮格圖與四種常見方法的比較與互補。.....	58
表 12-1	建立一張創意曼陀羅九宮格圖的六個步驟。.....	60
表 14-1	深層創意曼陀羅的圈層定義。.....	66
表 15-1	延展同心圓圖的圈層結構與功能。.....	69
表 15-2	扇區式雙域圖與延展同心圓圖的選擇原則。.....	70
表 15-3	三種節點層級（兩種深層圖式皆適用）。.....	71
表 16-1	九種標準節點類型。.....	72
表 17-1	世界方法轉譯表。.....	74
表 18-1	純藝術與工藝的非 AI 任務應用表。.....	77
表 19-1	視覺設計的節點與具體寫法。.....	79
表 20-1	行銷企劃與專案管理的節點對照。.....	81
表 21-1	四種文體的核心節點。.....	84
表 22-1	正式文件的核心節點與檢核。.....	85
表 23-1	法律聲明類文件前置整理表。.....	88
表 24-1	標準型與深層型的選擇判準。.....	89
表 25-1	AI 輸入格式比較表。.....	93
表 26-1	Co-work 四階段的人機分工。.....	95

表 27-1	Vibe Coding 標準版與深層版對照。	97
表 28-1	從 Prompt 到 Skill 的五個層級。	98
表 29-1	標準版與深層版的升級判斷。	101
表 30-1	案例一：傳統工藝創作的標準版九宮格。	103
表 30-2	案例一：傳統工藝創作的深層版扇區展開。	104
表 30-3	案例一：傳統工藝創作標準版與深層版比較。	104
表 31-1	案例二：視覺設計與海報的標準版九宮格。	106
表 31-2	案例二：視覺設計與海報的深層版扇區展開。	107
表 31-3	案例二：視覺設計與海報標準版與深層版比較。	107
表 32-1	案例三：行銷企劃的標準版九宮格。	109
表 32-2	案例三：行銷企劃的深層版扇區展開。	110
表 32-3	案例三：行銷企劃標準版與深層版比較。	110
表 33-1	案例四：文案、新聞稿與聲明稿的標準版九宮格。	112
表 33-2	案例四：文案、新聞稿與聲明稿的深層版扇區展開。	113
表 33-3	案例四：文案、新聞稿與聲明稿標準版與深層版比較。	113
表 34-1	案例五：腳本與影片分鏡的標準版九宮格。	115
表 34-2	案例五：腳本與影片分鏡的深層版扇區展開。	116
表 34-3	案例五：腳本與影片分鏡標準版與深層版比較。	116
表 35-1	案例六：正式文件與論文寫作的標準版九宮格。	118
表 35-2	案例六：正式文件與論文寫作的深層版扇區展開。	119
表 35-3	案例六：正式文件與論文寫作標準版與深層版比較。	119
表 36-1	案例七：AI 生成任務的標準版九宮格。	121
表 36-2	案例七：AI 生成任務的深層版扇區展開。	122
表 36-3	案例七：AI 生成任務標準版與深層版比較。	122
表 37-1	案例八：Vibe Coding 的標準版九宮格。	124
表 37-2	案例八：Vibe Coding 的深層版扇區展開。	125
表 37-3	案例八：Vibe Coding 標準版與深層版比較。	125
表 38-1	案例九：課程設計的標準版九宮格。	127
表 38-2	案例九：課程設計的深層版扇區展開。	128

表 38-3	案例九：課程設計標準版與深層版比較。	128
表 39-1	案例十：團隊專案共識的標準版九宮格。	130
表 39-2	案例十：團隊專案共識的深層版扇區展開。	131
表 39-3	案例十：團隊專案共識標準版與深層版比較。	131
表 40-1	教師評量曼陀羅的面向。	135
表 41-1	18 週課程進度（每週 3 小時，共 54 小時）。	137
表 42-1	S-T-A-C-H-V 檢查表。	140
表 43-1	無效回饋與有效回饋對照。	141
表 44-1	四個研究方向與資料來源。	143
表 45-1	四個核心檢查點與修正方式（全書通用）。	147
表 46-1	五個跨領域延伸的中心目的與關鍵節點。	148
表 47-1	五個常見誤解與其修正方式。	150
表 48-1	九宮格能幫與不能取代的界線。	152
表 49-1	九宮格版本紀錄的五個欄位。	154
表 50-1	九宮格轉成三種輸出的對象、語氣與重點。	156
表 51-1	從九宮格到可交付程式的五個轉換階段。	158
表 52-1	從『題目』改寫成『中心目的』的對照。	161
表 53-1	節點命名的四個原則與示例。	163
表 54-1	條件的四個來源與範例。	165
表 55-1	三種流程記法與適用場合。	167
表 56-1	同一目的轉成五種輸出時的強調重點。	169
表 57-1	由九宮格整理出的生成卡。	171
表 58-1	六大類中心目的範例題庫。	173
表 59-1	視覺設計條件字典。	175
表 60-1	影片規劃條件字典。	177
表 61-1	文案生成條件字典。	179
表 62-1	文件格式條件字典。	181
表 63-1	聲音與多媒體條件字典。	183
表 64-1	團隊協作條件字典。	185

表 65-1	Vibe Coding 條件字典。	187
表 68-1	創意生成卡的四項核心價值。	196
表 68-2	創意生成卡九宮格標準結構。	197
表 68-3	創意生成卡雙圖輸入流程。	198
表 68-4	創意生成卡的四種重複使用模式。	200
表 68-5	生成卡在插畫與角色創作中的應用。	201
表 68-6	生成卡交換教學活動流程。	202
表 68-7	創意生成卡成果檢查表。	203
表 69-1	流行歌曲創作的常見斷層與結構化方式。	204
表 69-2	三層歌曲創作架構與輸出。	205
表 69-3	流行歌曲整合創作九宮格節點定義。	208
表 69-4	流行音樂歌詞創作九宮格節點定義。	210
表 69-5	流行音樂配樂與歌曲製作九宮格節點定義。	214
表 69-6	三張歌曲創作九宮格的使用流程。	215
表 69-7	「深夜返鄉」流行歌曲整合創作示例。	218
表 A-1	標準創意曼陀羅總模板。	220
表 B-1	深層創意曼陀羅總模板。	221
表 C-1	扇區式雙域圖繪製規格。	222
表 D-1	非 AI 創作任務模板。	223
表 E-1	行銷企劃曼陀羅模板。	224
表 F-1	文案與腳本曼陀羅模板。	225
表 G-1	論文與正式文件曼陀羅模板。	226
表 H-1	法律聲明類文件前置整理表。	227
表 M-1	AI Co-work 三種輸入方式。	232

表 O-1 Vibe Coding 開發卡。234

表 Q-1 UI Flow 與功能規格表。236

表 S-1 人類驗收與測試表。238

表 T-1 五個研究方向與資料來源。239

表 U-1 作者介紹。240

序

本書處理的是一個古老卻普遍的難題：從一個模糊的想法，到一件真正完成、可以交付的成果，中間那段最容易卡住的距離。

創作、設計、行銷、教學、研究與開發的現場，最常見的困難往往不是沒有想法，而是想法太多、目的不清、條件太散、流程太亂、輸出不明、驗收標準不足。創意曼陀羅就是為了處理這段「從想法到成果」的斷層而生。

創意曼陀羅是一套目的導向的認知結構化分類與流程法。它以中心目的為核心，把模糊想法、創作需求、專案條件、文件結構、AI 任務、開發規格與驗收標準，整理為可閱讀、可討論、可執行、可生成、可檢查與可修正的結構。它包含兩種型態：以九宮格節點型處理第一層的標準創意曼陀羅，以及可採扇區式雙域放射或延展同心圓結構、處理複雜任務與多層展開的深層創意曼陀羅。

特別要說明的是：創意曼陀羅不只服務生成式人工智慧，也不是單一設計工具。它首先是一套人類前置思考結構，可用於傳統藝術、工藝製作、設計企劃、行銷、文案、文件寫作、研究規劃、教學設計與團隊協作；在這個基礎上，它才進一步接上 AI 協作、Co-work 與 Vibe Coding。本書希望它能被教師拿來教、被學生拿來練、被工作者拿來用。

使用說明

不同讀者可依需求選擇路線，不必從頭讀到尾；但第一次學習建議先讀第一部與第二部。

本書採「部、章、節」結構，共九部、六十九章與附錄。附錄 V 為十一組完整案例實錄，附錄 W 至 AE 為快速索引。下表提供七種讀者路線，您可以依身分與目標挑選起點。

每章章末附有「案例教學」與「溝通優化」兩個小框。「案例教學」用一個生活化的小情境，示範本章方法實際怎麼用；「溝通優化」則對照同一件事「模糊的說法」與「結構化的說法」的差別，幫助你把意圖說成同事與 AI 都讀得懂的條件。建議先讀正文，再用兩個小框收尾。

表 0-1 七種讀者路線與目標。

讀者	建議路線	目標
初學者	第一部、第二部	建立中心目的、節點、條件、分類、流程與生成 / 落地的基本能力。
設計與創作者	第二部、第四部、第六部案例	把創作需求整理成可執行條件與雙層結構。
行銷與專案工作者	第二部、第四部、第六部案例	把企劃與專案整理成可交付規格。
教師與教學設計者	第一部、第二部、第七部	建立可教學、可評量的課程與作業。
AI 使用者	第二部、第三部、第五部	把曼陀羅轉成 Prompt、MD 與 JSON。
Vibe Coding 使用者	第三部、第五部、附錄	把需求轉成開發卡、UI Flow、Skill 與驗收表。
研究者	第一部、第三部、第七部、附錄研究工具	建立方法、評量與研究設計。

前導章一 從模糊需求到認知結構化

創意曼陀羅並不是把想法放進九個格子就結束，而是一套將模糊需求轉換為可執行結構的認知方法。當人們面對企劃、設計、教學、研究或生成式人工智慧任務時，常見問題並不是完全沒有想法，而是想法過於鬆散、條件彼此混雜、流程不明確，導致後續對話、製作與驗收都失去方向。

九宮格的價值，在於把「中心想做什麼」與「周邊需要什麼」同時攤開，讓使用者能夠看見：目標是什麼、條件有哪些、資訊從哪裡來、流程怎麼推進、成果要如何被檢查。當這些內容被擺放在一個可視化結構中，原本難以表達的意圖，就能被討論、被修正，也更容易被 AI、團隊夥伴或自己未來的工作流程接住。

因此，創意曼陀羅真正處理的，不是「幫你想點子」，而是「幫你把點子整理成可落地的結構」。它是一種前置認知整理工具，也是一種中介翻譯工具，能在人的想法、專業條件、圖像需求與生成輸出之間，建立一條更清楚的橋樑。

本書採「前導部 + 九部 + 附錄」結構：前導部先建立認知結構化基礎，原有八部、六十六章完整保留，另新增第九部三章與附錄 A-U 完整保留，並於附錄 V-AE 增補九宮格實錄案例。下表提供七種讀者路線，您可以依身分與目標挑選起點。

表 0-2 建議讀者路線與使用目的。

讀者類型	建議先讀章節	閱讀目的
初學者 / 學生	前導章一 ~ 三、第一部	先理解方法定位、節點邏輯與基本九宮格讀法。
視覺設計 / 創意工作者	前導章四 ~ 六、第二部、第五部	建立從需求、風格到輸出的前置結構。
企劃 / 行銷 / 專案工作者	前導章四、第三部、第四部	將活動、品牌與提案任務轉為可執行規劃。
研究者 / 教師	第一部、第四部、第七部	掌握方法論、教學應用與評估檢查方式。
生成式 AI 使用者	第二部、第五部、第六部	把九宮格轉成 prompt、co-work 與圖片輔助輸入。
Vibe Coding / 產品開發者	第六部、第八部	把前置結構接到規格、流程與功能驗收。
需要快速查詢者	目錄、附錄模板區	直接取用標準模板、深層模板與附錄案例。

前導章二 九宮格的空間邏輯與八種認知維度

九宮格以中心目的為核心，周邊八格則提供八種主要觀察方向，用以協助使用者展開思考、補足需求並降低遺漏。

一、結構：辨識組成要素、層級與彼此關係。

二、功能：釐清用途、作用與預期價值。

三、流程：整理事件或操作的先後步驟與轉折。

四、環境：檢視空間、時間、文化、科技與資源條件。

五、群眾認知：理解不同使用者與利害關係人的需求與看法。

六、心理：探索動機、情緒、態度與行為反應。

七、情境：整合人物、事件、時間、地點與使用狀況。

八、品質控管：確認內容是否正確、完整、可行且符合目標。

八種維度主要作為認知展開的導引，實際使用時可依任務需求調整、合併或替換。完整理論與操作規則，詳見第四章與第七章。

前導章三 節點上限、認知負荷與留白原則

摘要：周邊一至八個節點是第一層認知結構的上限，而不是必填配額。節點數量應依任務難度、資料組塊與讀者熟悉度調整；留白可作為聚焦、防噪與未來擴充。本節僅保留摘要，完整論述已正式整合至第八章。

九宮格周邊最多配置八個節點，代表第一層認知展開的結構上限，而非每次都必須填滿。實際節點數量應依任務複雜度、資訊組塊方式與使用者熟悉程度調整，避免因過度擴充造成理解負擔。

當任務較單純時，可僅保留必要節點；當資訊較多時，則應先整併相近內容，再進一步延伸至下一層，而非將所有資訊同時集中於第一層。

留白並不代表缺漏，而是用來維持重點、降低雜訊與保留調整空間。適當留白可使結構更清楚，也能作為後續補充、修正或擴展的預留位置。完整原則與操作方式詳見第八章。

前導章四 案例群一：個人、產品、品牌與活動

案例一 建立個人高效數位第二大腦

認知分類邏輯：此九宮格依據資訊的處理流程與生命週期進行結構化分類，幫助大腦直覺地歸納所有數位訊息。

說明：這八格直接定義了第二大腦的骨架。任何新資訊進來，只需判斷它是靈感、任務還是知識，就能立刻歸位，徹底改善桌面與思緒的混亂。



圖 0-1 案例一：建立個人高效數位第二大腦

案例二 策劃一款熱銷的智慧型手錶

認知分類邏輯：此九宮格由硬體開發團隊的認知邏輯出發，將市場痛點與硬體技術拆解為八項不可或缺的規格分類元件。

說明：當研發團隊坐在會議室時，這八個格子就是產品的規格總檢驗。只要任何一格沒做好，例如續航太差或不能支付，這款產品就不算完整。



圖 0-2 案例二：策劃一款熱銷的智慧型手錶

案例三 規劃一個永續經營的個人品牌

認知分類邏輯：此九宮格是創作者的商業營運藍圖，將抽象的影響力解構為定位、內容、通路與變現等具體行動支柱。

說明：想做個人品牌的人常犯的錯誤是只顧著發文，卻忘了思考輸入、通路或變現。透過結構化配置，品牌可以被當成一家公司來經營。



圖 0-3 案例三：規劃一個永續經營的個人品牌

案例四 規劃一場活動計畫

認知分類邏輯：依據活動策劃的黃金執行要素進行八大結構拆解，確保活動流暢、安全且能達成預期效益。

說明：活動計畫若缺少流程、分工、場地或宣傳等任一節點，最後都會回頭變成現場風險。九宮格能讓整體執行條件一開始就被看見。



圖 0-4 案例四：規劃一場活動計畫

前導章五 案例群二：設計、人物、料理與視覺語言

案例五 規劃一份視覺設計

認知分類邏輯：依據平面與數位設計的美學與溝通元件進行解構，確保視覺兼具美感與實用性。

說明：此案例將主題、色彩、字體、版面、內容、素材與輸出條件拆成可操作節點，讓設計不再只靠感覺。



圖 0-5 案例五：規劃一份視覺設計

案例六 想像一位完美女友

認知分類邏輯：這是偏主觀的個人認知邏輯，從內在、外在、相處與未來生活等象限，拆解理想伴侶條件。

說明：即便是感性或想像性主題，也能透過節點化避免空泛描述，使偏好更具體、更容易討論。



圖 0-6 案例六：想像一位完美女友

案例七 處理冰箱的創意料理

認知分類邏輯：依據廚房實作的剩料復活術邏輯進行分類，教你如何把零散食材組合成可執行的料理方案。

說明：當食材、調味與烹調方式被結構化後，冰箱裡看似雜亂的剩料，就能重新被組成完整料理。

1 清查：快過期主食材
吃剩的烤雞、剩半盒的豬肉片、快到期的豆腐。



2 清查：剩餘蔬菜與配料
剩 1/4 顆的高麗菜、枯萎的香菜、用一半的洋蔥。



3 決定料理基地(澱粉)
冷藏隔夜飯(炒飯)、油麵(炒麵)、或者是吐司。



8 擺盤與視覺復活
撒上百搭的蔥花、海苔絲或白芝麻，讓剩菜看起來高級。



★ 核心目標 ★
清冰箱創意料理盛宴



4 決定調味與風味主軸
沙茶風味、韓式辣醬風味、或是最安全不敗的咖哩塊。



7 神救援：百搭增稠劑
加上起司絲(焗烤)、或是打一顆蛋(滑蛋)，掩蓋瑕疵。



6 口感層次補強
加入堅果增加脆感、或者用太白粉勾芡讓肉質滑嫩。勾芡



增加脆感 滑嫩口感

5 去腥與爆香三寶
蒜頭、老薑、辣椒或蔥段，先把冰箱剩菜的沉悶味炒散。



圖 0-7 案例七：處理冰箱的創意料理

案例八 呈現不同的視覺風格

認知分類邏輯：依據當代美學、設計與藝術史中常見的風格元件，用來定義或組合設計案的最終視覺走向。

說明：風格不再只是模糊的形容詞，而是可被拆解成色彩、材質、構圖、情緒與參考語彙的系統。



圖 0-8 案例八：呈現不同的視覺風格

案例九 呈現不同的攝影風格

認知分類邏輯：依據影像目的、光線控制、鏡頭語言、色彩調性與後製方式，整理出具代表性的攝影風格元件。

說明：這些節點可用來決定影像的真實感、情緒、敘事性與商業表現，使攝影風格能被更清楚地定義。



圖 0-9 案例九：呈現不同的攝影風格

案例十 呈現不同的繪畫手法

認知分類邏輯：依據繪畫媒材、筆觸表現、造形方式、色彩運用與圖像完成度，
整理出主要的繪畫技法元件。

說明：透過節點比較，可更容易掌握作品的材質感、情緒強度、寫實程度與藝術風格。



圖 0-10 案例十：呈現不同的繪畫手法

案例十一 呈現不同的構圖方法

認知分類邏輯：依據視覺重心、畫面分割、物件配置、視線引導、空間層次與動態方向，整理出常用的構圖結構元件。

說明：構圖的核心，在於控制閱讀順序、視覺平衡、畫面張力與主題聚焦；九宮格可協助使用者更有意識地選擇構圖策略。



案例十二-A 呈現不同的情境描述

認知分類邏輯：依據時間、地點、人物、事件、氣氛、感官、文化背景與敘事狀態，整理出主要的情境描述元件。

說明：此方法可把抽象需求轉化為可視化、可生成且可溝通的畫面條件，使場景描述更完整。



圖 0-12 案例十二-A：呈現不同的情境描述

案例十二-B 呈現不同的配色敘事

認知分類邏輯：依據色彩心理、視覺傳達、品牌識別與情緒敘事中的主要配色關係，整理出具代表性的配色敘事元件。

說明：中心核心目標在於建立具有情緒、辨識度與敘事功能的配色系統，以控制畫面的情緒溫度、層級與氛圍。



圖 0-13 案例十二-B：呈現不同的配色敘事

前導章六 案例群三：流程、介面、檢查、自我 與延伸應用

案例十三 呈現流程的敘事腳本

認知分類邏輯：依據事件發展、使用者經驗、影像分鏡、活動規劃與服務流程的時間順序，整理出主要的流程敘事元件。

說明：中心核心目標在於建立從開始、發展、轉折到完成的完整流程敘事，使任務能被轉成有節奏的腳本。



圖 0-14 案例十三：呈現流程的敘事腳本

案例十四 呈現互動的使用介面

認知分類邏輯：依據人機互動、資訊架構、介面設計與使用者體驗流程，整理出主要的互動介面元件。

說明：中心核心目標在於建立符合使用者需求、操作直覺且回饋明確的互動介面。



圖 0-15 案例十四：呈現互動的使用介面

案例十五 具體的檢查流程方法

認知分類邏輯：依據品質管理、設計驗證、專案檢核與生成式人工智慧成果評估的需求，整理出主要的檢查流程元件。

說明：中心核心目標在於建立可重複、可追蹤且能降低錯誤的完整品質檢查流程。



圖 0-16 案例十五：具體的檢查流程方法

案例十六 自我認知的條件建立

認知分類邏輯：依據個人發展、職涯定位、學習規劃與後設認知理論，整理出主要的自我認知元件。

說明：中心核心目標在於建立對自身條件、方向與發展可能性的完整理解。



圖 0-17 案例十六：自我認知的條件建立

案例十七 動漫分鏡格的流程建立

認知分類邏輯：以動漫分鏡為目標，透過創意曼陀羅，將零散的故事想法、角色設定、場景資訊與畫面節奏，轉換為具有敘事邏輯的漫畫分鏡規劃流程。

說明：九宮格外圍八個節點負責角色與場景設定、風格結構，以及起、承、轉、聚、爆、合六種敘事功能；中心則作為整體漫畫頁面配置、版面比例與輸出條件

的整合控制區。彈性應用於四格或單頁漫畫、動畫或電影分鏡、短影音腳本與 AI 漫畫生成流程。



圖 0-18 案例十七：動漫分鏡格的流程建立

案例十八 視覺設計結構的流程建立

認知分類邏輯：本案例以視覺設計為核心應用情境，運用創意曼陀羅九宮格建立完整的視覺設計認知架構，將需求、素材、版面、視覺風格、商品資訊與輸出規格依流程進行整合。

說明：以背景、代言、商品、文字、內容、版權、配色、輸出與參考等九大構面作為分類基礎，中間則作為整體專案的統合控制區。可支援海報、廣告、社群貼

文、商品包裝、品牌識別與教材設計，快速切換極簡、拼貼、日系、中式、歐美、動漫、科技、水彩、品牌識別、3D 渲染與社群設計等不同視覺樣式。



圖 0-19 案例十八：視覺設計結構的流程建立

案例十八（延伸） 視覺風格與延伸應用示例

認知分類邏輯：視覺設計結構不只是一張九宮格，也是一套可延展的風格與輸出系統。

說明：透過延伸風格版，可以快速建立不同視覺語言下的同構任務架構，並支援後續生成、檢核與跨平台輸出。

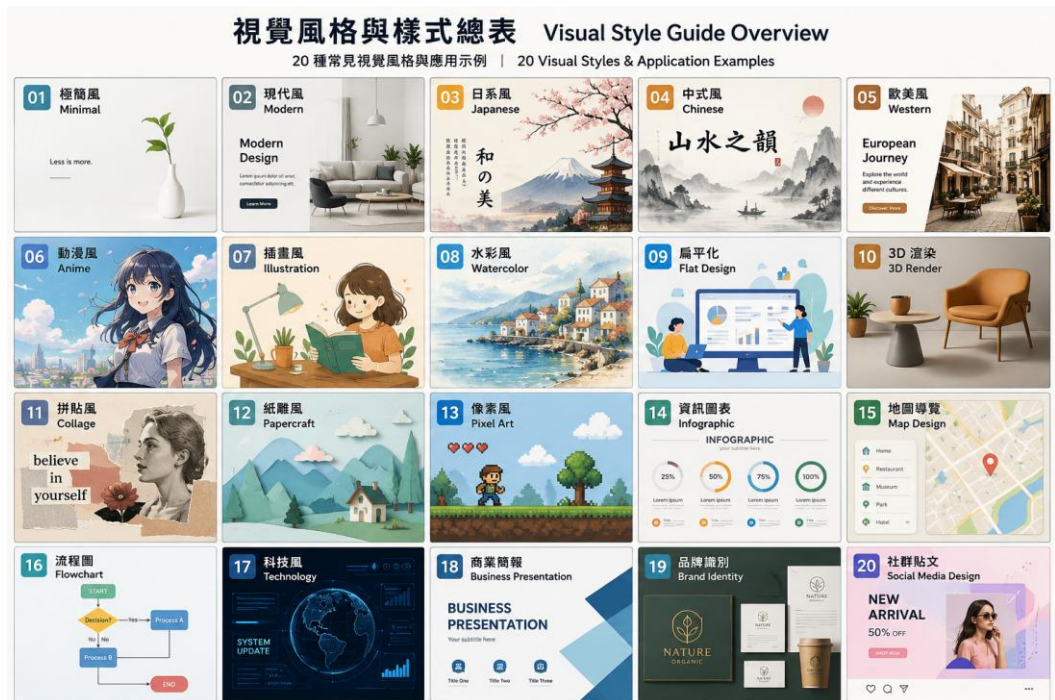


圖 0-20 案例十八：視覺風格與延伸應用示例

案例十九 虛擬角色創建

認知分類邏輯：本案例以建立具有一致身分、造型、表情、肢體動作與多角度資訊的虛擬角色為目的，將角色創建拆分為角色類型與媒材、身分與個性、頭部與

臉部、身體比例、服裝配件、表情情緒、肢體姿勢，以及視角與輸出規格八個構面。中心整合四十五度主視覺與正面、側面、背面三視圖，可依需求發展為真人寫實、3D 角色或 2D 動漫 / 插畫形式。

說明：四十五度視角負責展現角色個性、立體感與代表性姿態；三視圖則用於確認頭身比例、髮型輪廓、服裝結構、配件位置及跨角度一致性。此結構可支援虛擬主播、品牌角色、遊戲人物、動畫角色、教學代理人與 3D 建模前置設定。

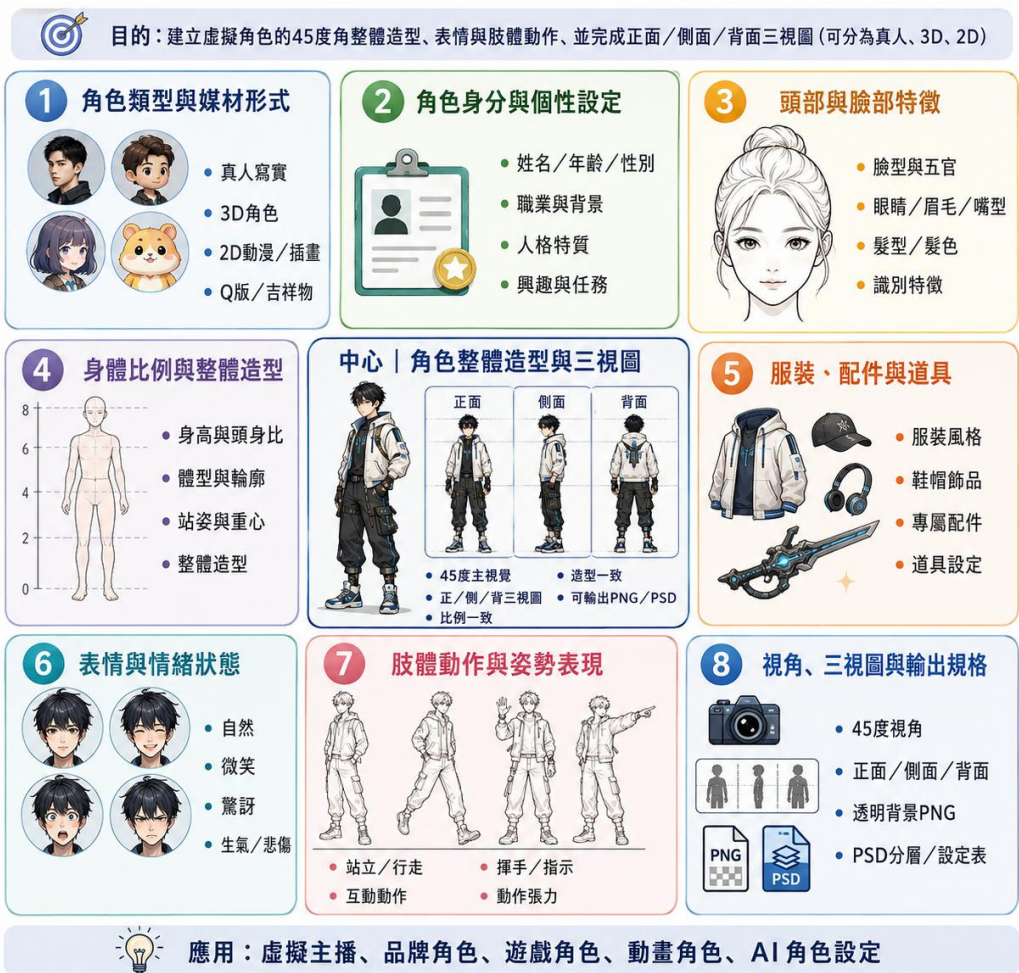


圖 0-21 案例十九：虛擬角色創建

案例二十 遊戲或軟體的製作與創建

認知分類邏輯：本案例將遊戲或軟體從模糊構想轉換為可落地的產品規格，外圍節點涵蓋產品定位、使用者與情境、核心功能、操作流程、介面視覺、內容素材、技術與資料，以及測試、輸出、上線與維護。中心負責統整平台、最小可行產品、功能範圍、資料架構與驗收方式。

說明：遊戲或軟體的製作不只程式生成，而是需求、互動、介面、內容、技術、資料與測試的跨域整合。九宮格可先建立共同規格，再銜接線框圖、原型、Vibe Coding、功能測試與部署，降低反覆修改、功能遺漏與驗收標準不清的問題。



圖 0-22 案例二十：遊戲或軟體的製作與創建

視覺風格與樣式二十種總表

本總表將二十種常見視覺風格以一致尺寸並列，作為風格辨識、提案比較、提示語撰寫與生成結果檢核的快速參考。風格包含極簡、現代、日系、中式、歐美、動漫、插畫、水彩、扁平化、3D 渲染、拼貼、紙雕、像素、資訊圖表、地圖導覽、流程圖、科技、商業簡報、品牌識別與社群貼文。



圖 0-23 視覺風格與樣式二十種總表

視覺與版面結構二十種總表

本總表整理二十種常見視覺版面與構圖結構，包含單焦點、對稱、左右分割、上下分割、三分法、斜角動態、三角構圖、中心放射、Z 字與 F 字動線、網格、留白、重疊層次、卡片模組、時間軸、拼貼、環繞式、瀑布流、多欄資訊與全幅大圖。可依媒介、閱讀動線、內容密度與情緒權重選擇。

視覺版面結構排版總表 Visual Layout & Composition Guide 20 種常見版面結構與應用

✓ 清晰傳達資訊 ✓ 引導視線動線 ✓ 建立視覺層次 ✓ 強化情緒表現 ✓ 提升設計效率

適用領域：● 海報 ● 簡報 ● 網頁 ● 社群 ● 印刷 ● 包裝

01 單焦點式 Single Focus - 明確主題 - 視覺集中 - 簡潔有力	02 對稱式 Symmetrical - 穩定平衡 - 規整莊重 - 易於閱讀	03 左右分割式 Left-Right Split - 資訊對照 - 重點分明 - 適合比較	04 上下分割式 Top-Bottom Split - 層次清楚 - 區域明確 - 適合流程	05 三分法黃金比例 Rule of Thirds - 視覺自然 - 動態平衡 - 攝影常用
06 斜角動態式 Diagonal Dynamic - 動感強烈 - 活力表現 - 吸引目光	07 三角構圖式 Triangle Composition - 穩定又有力 - 引導視線 - 經典構圖	08 中心放射式 Radial Layout - 焦點突出 - 向外擴散 - 節奏感強	09 Z 字動線式 Z Flow - 自然閱讀 - 引導動線 - 層次清楚	10 F 字動線式 F Flow - 符合習慣 - 資訊導向 - 網頁常用
11 網格系統式 Grid System - 結構嚴謹 - 彈性高 - 易於對齊	12 留白極簡式 White Space Minimal - 極簡純粹 - 呼吸感強 - 高級感	13 重疊層次式 Overlay Layered - 層次豐富 - 創意表現 - 視覺深度	14 卡片模組式 Card / Module - 模組化 - 易閱讀 - 適合多內容	15 輪播 / 時間軸式 Timeline / Sequential - 步驟流程 - 時間順序 - 故事敘述
16 拼貼創意式 Collage - 自由創意 - 個性強烈 - 適合主題	17 環繞式布局 Framed Layout - 圍繞焦點 - 強化主題 - 裝飾性高	18 瀑布流式 Masonry / Waterfall - 不規則排列 - 活潑豐富 - 數位媒體常用	19 多欄資訊式 Multi-Column - 資訊量大 - 條理清楚 - 適合說明	20 全幅大圖式 Full Bleed - 強烈衝擊 - 沉浸體驗 - 品牌形象

版面結構應用技巧 Tips

- 先決定主焦點，再安排次要元素
- 建立清晰動線，大小、位置、顏色、留白
- 控制節奏感，由左到右、由上到下、由繁到簡
- 善用對齊、留、重複對比、平衡調和

快速選擇指南

- 簡潔清晰有力 選：01、12、20
- 穩重和諧優雅 選：02、11、19
- 節奏感強活力 選：06、09、13
- 創意豐富動感 選：03、16、18
- 引導流暢清晰 選：04、15、19

設計流程建議

需求分析 → 選擇版式 → 內容配置 → 視覺風格 → 輸出檢驗

圖 0-24 視覺與版面結構二十種總表

第一部 創意曼陀羅總論

建立全書方法定位、核心語言、標準型與深層型關係

第一章 為什麼需要創意曼陀羅？

創意任務真正困難的，不是沒有想法，而是想法到成果之間那段沒有結構的距離。

1-1 創意任務真正困難的地方

創意任務的困難常常不是沒有想法，而是目的不清、條件太散、流程太亂、輸出不明、驗收標準不足。想法像散落的食材，成果像端出的一道菜；卡住的人多半不是沒有食材，而是不知道要做哪道菜、少了哪些料、也沒有食譜步驟。

1-2 從模糊意圖到可執行結構

創意曼陀羅處理的是「想法」到「成果」之間的斷層。它把模糊意圖攤開成中心目的與外圍節點，讓任務可以被看見、被討論、被修正、被執行。它的價值不在於把格子填滿，而在於讓人先看清自己真正要完成什麼。

1-3 創意曼陀羅不是單一 AI 工具

AI 是創意曼陀羅的重要應用，但不是本書唯一目的。創意曼陀羅先是一套人類前置思考結構，之後才可接 AI、Coding 或自動化工具。把它當成 AI 工具會低估它；把它當成一種思考習慣，才能用得長久、用得跨領域。

1-4 創意曼陀羅的正式定位

名詞 創意曼陀羅

一套目的導向的認知結構化分類與流程法。以中心目的控制外圍節點，把想法整理成可閱讀、可討論、可執行、可生成、可檢查與可修正的結構。

實作提示 讀本章時，先想一個你最近卡住的任務，把它放在心裡，後面每一章都用它來練習。

案例教學 一位咖啡店老闆想「做點特別的活動」，想了三週沒動。他先寫下中心目的「為熟客辦一場咖啡風味品飲會，提升回訪率」，再攤開對象、場地、流程、預算四格。想法沒有變多，但他第一次看得見「下一步是什麼」。

溝通優化 原本的說法：「我想做一個很棒的活動。」優化後：「為 20 位熟客辦 90 分鐘品飲會，目的是提升回訪。」前者聽的人只能猜，後者一句話就能接著討論場地與流程——把意圖說清楚，是所有結構化的起點。

第二章 標準創意曼陀羅與深層創意曼陀羅

一個總方法，兩種型態：標準型處理第一層，深層型處理多層展開；差別不在新舊，而在任務深度。

2-1 標準創意曼陀羅：九宮格節點型

標準創意曼陀羅以中心目的與外圍 1 至 8 個節點，整理任務的第一層條件、分類、流程與檢查。它適合單一任務、課堂作業、提案前置、AI Prompt、Brief 與開發卡。

標準創意曼陀羅 九宮格節點型



中心控制方向，外圍 1~8 節點放分類、條件、流程、生成與檢查

圖 2-1 標準創意曼陀羅九宮格圖：中心目的控制外圍 1 至 8 個節點

2-2 深層創意曼陀羅：扇區式雙域放射型

深層創意曼陀羅可採扇區式雙域放射型或延展同心圓型。前者呈現分類與執行，後者由中心向外分圈展開節點與條件；兩者均適合複雜任務與多層延伸。

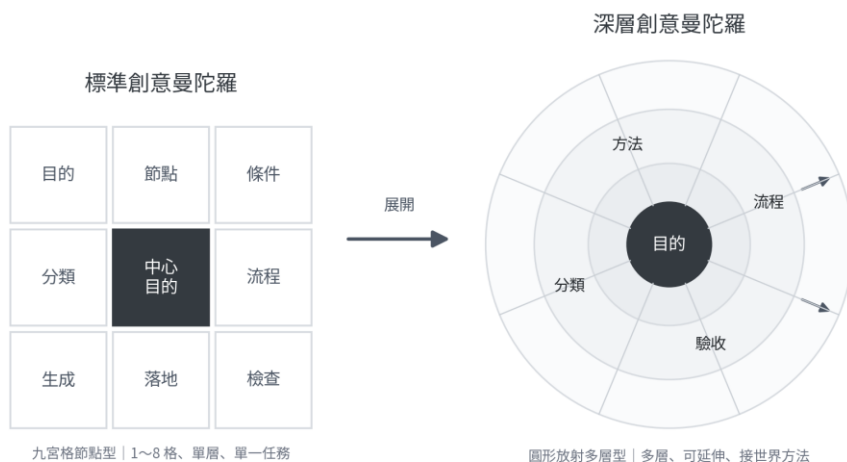


圖 2-2 標準型向外展開為深層型：從九宮格到扇區式雙域放射結構

2-3 標準型與深層型的關係

標準型處理第一層，深層型處理多層展開。兩者不是新舊關係，也不是簡單與困難的對立，而是任務深度不同。標準型是深層型的第一圈；深層型是標準型的遞迴展開。

比較項目	標準創意曼陀羅	深層創意曼陀羅
核心形式	九宮格節點型	扇區式雙域放射型 / 延展同心圓型
處理層次	第一層任務	多層展開
節點數	1 至 8 個	第一圈主節點 + 多圈展開

適合任務	單一作品、簡易 Brief、單次 Prompt	複雜專案、多角色、多流程、多輸出
驗收	基本檢查	檢核、回饋、驗證與迭代

表 2-1 標準型與深層型比較表。

2-4 何時使用標準型？何時使用深層型？

單一任務、節點在八個以內、可快速整理者使用標準型；任務複雜、多角色、多流程、多輸出、多驗收或需接外部方法者使用深層型。判準很簡單：八格放得下、想得清，就用標準型；放不下、需要分層，就進入深層型。

重點 標準型解決『想清楚一張』，深層型解決『展開一整套』。先學標準，再學深層。

案例教學 一位老師同時接到兩件事：下週的一堂示範課，與下學期的整門新課。她把示範課放進標準型，八格內收完；整門課涉及週次、作業、評量與多方驗收，直接用深層型展開。同一套方法，兩種深度。

溝通優化 原本的說法：「這個任務好複雜，先做再說。」優化後：「八格放得下嗎？放得下用標準型，放不下就分層用深層型。」先說出任務深度再選型態，合作的人立刻知道你打算怎麼展開。

第三章 創意曼陀羅的核心語言

七個詞構成全書共同語言：目的、節點、條件、分類、流程、生成 / 落地、檢查與回饋。

學會這七個詞，視覺、影片、文案、文件、聲音、課程、AI 與開發都能用同一套語言討論。

3-1 目的

目的回答「我要完成什麼、解決什麼、交付什麼」。它應包含對象、任務與期待成果，而不是只寫一個題目。

3-2 節點

節點是完成目的所需的主要面向。第一層控制在 1 至 8 個，需要幾個用幾個。

3-3 條件

條件是完成節點所需的具體資訊，必須可描述、可討論、可檢查，不能只停在感覺詞。

3-4 分類

分類回答「有哪些條件」，把同類資訊放在一起，讓每一格功能不重疊。

3-5 流程

流程回答「先做什麼、後做什麼」，以 S1、S2、S3 或箭頭標示先後順序。

3-6 生成 / 落地

生成 / 落地代表把結構轉成作品、文件、Prompt、Brief、素材表、UI Flow、開發卡或驗收表。它讓想法真正做得出來、交得出去。

3-7 檢查與回饋

所有創意曼陀羅都必須能被檢查、回饋與修正。檢查回答「怎樣算完成」，回饋回答「哪裡要改」。

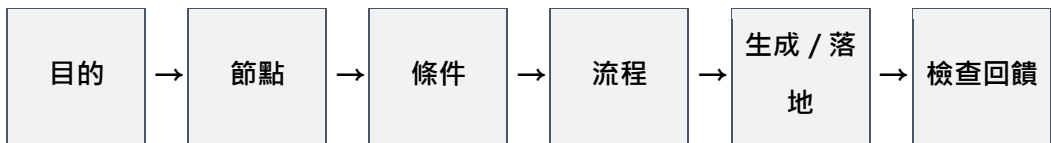


圖 3-1 核心語言的流動圖。

重點 目的先行，節點有限，條件清楚，流程可讀，成果可生成、可檢查、可回饋。

案例教學 社團幹部交接時，學妹看不懂前任留下的活動筆記。學姊用七個核心詞重新整理：目的一句、節點六格、每格寫條件、標出分類與流程、寫明要產出什麼、最後留檢查欄。下一屆不用再猜，照著讀就能辦。

溝通優化 原本的說法：「大概就是那樣弄，你看一下就懂。」優化後：「目的是 X，節點有六個，每格條件在表裡，流程照 S1 到 S3 走。」共同語言的價值，在於兩個人說同一個詞時，指的是同一件事。

第二部 標準創意曼陀羅

九宮格節點型認知結構法：建立第一層思考與任務整理能力

第四章 從曼陀羅九宮格到標準創意曼陀羅

4-0 九宮格的空間邏輯與八種觀察方向

中心格定義任務真正要完成的核心目的。周邊八格不是固定答案，而是用來建立關係與分工的認知位置：上方偏向結構、功能與時間流程；右側偏向生成方式與外部條件；下方偏向群眾、心理與應用情境；左側偏向品質、限制與控制。這種空間語義可協助使用者在分類時同時看見理性骨架與感性脈絡。

八種方向可作為起始檢查框架，但不應被視為不可更動的模板。實際任務可依專業需要重新命名、交換位置或保留空白；唯一不變的是所有節點都必須直接支援中心目的，且彼此功能清楚、不重疊、不遺漏。

曼陀羅幫你「想更多」，創意曼陀羅幫你「想清楚、說清楚、做得出來」。

曼陀羅九宮格常被用來做發想。它的優點是從中心概念向外擴散，讓使用者看到很多可能性。當任務需要大量想法時，曼陀羅九宮格很有價值。可是，在教學現場或 AI 任務中，如果學生一開始就面對太多格子，很容易變成填滿格子，而不是整理真正需要的條件。

創意曼陀羅（九宮格）並不是否定曼陀羅九宮格，而是把「發想」轉成「可執行條件」。因此，曼陀羅九宮格可以作為前期發散，創意曼陀羅九宮格圖則作為中期整理與後期生成 / 落地的橋梁。

一句話說明：曼陀羅九宮格幫你想更多；創意曼陀羅（九宮格）幫你想清楚、說清楚、做得出來。

觀念 發散與收斂是創作的兩個階段。先用曼陀羅大量發散，再用創意曼陀羅（九宮格）收斂成條件——兩者是接力，不是對立。

比較項目	曼陀羅九宮格	創意曼陀羅
主要目的	中心向外擴散，增加想法。	由目的控制節點，把想法整理成條件、流程與規格。
學習風險	可能為了填滿而失焦。	強調 1 至 8 節點上限，避免第一層資訊過載。
AI 時代價值	提供靈感來源。	提供 prompt、團隊 brief、UI flow、coding 指令與驗收依據。
教學位置	前期發想與附錄工具。	全書主方法。

表 4-1 曼陀羅九宮格與創意曼陀羅的定位比較。

課堂練習

- 1. 請用一個創意任務說明：哪些內容適合先發散？哪些內容需要整理成條件？
- 2. 請將一張曼陀羅發想表轉成一張創意曼陀羅九宮格圖。

練習解析 練習解析：先發散的通常是「點子、聯想、可能性」；需要整理成條件的通常是「受眾、輸出、風格、素材、流程、限制、驗收」。把曼陀羅轉成創意曼陀羅九宮格圖時，做三件事——刪掉重複、合併相似、把每格改寫成可檢查的條件。

案例教學 學生用傳統曼陀羅九宮格發想「環保」主題，寫滿一堆點子後反而更迷惘。老師請他挑出真正要完成的事，改寫成中心目的「為系上設計一款回收提醒海報」，把點子收斂成六個條件格。發散提供材料，收斂做出決定。

溝通優化 原本的說法：「我有很多想法，都很不錯。」優化後：「我從這些想法中選定一個目的，其餘當素材備用。」告訴別人你「選了什麼、為什麼選」，比展示你想了多少，更能推進討論。

第五章 為什麼需要標準創意曼陀羅？

創意的難處，常常不是沒有想法，而是想法太多、條件太散、流程太亂；

本方法處理的正是「從想法到執行」之間的斷層。

在創作、設計、行銷、課程規劃、工藝製作、AI 生成或 Vibe Coding 任務中，最困難的常常不是完全沒有想法，而是想法太多、條件太散、流程太亂。學生可能知道自己想做一張海報、一支影片、一篇文案或一個網頁工具，卻不知道該先補哪些資訊。教師看到作品時，也常發現作品看似有創意，但目的不清楚、素材不完整、語氣不一致或流程無法執行。創意曼陀羅九宮格圖就是用來處理「從想法到執行」之間的斷層。

這個「斷層」可以用一個比喻理解：想法像散落的食材，執行像端出一道菜。很多人卡住，不是因為沒有食材，而是不知道要做哪道菜（目的不清）、少了哪些料（條件不足）、也沒有食譜步驟（流程不明）。創意曼陀羅九宮格圖就像一張「料理前的備料單」，幫你先把目的、食材與步驟列清楚，再開火。

學習目標

- 理解創意曼陀羅九宮格圖處理的是創作前期混亂問題。
- 能說明中心目的與外圍條件的基本關係。
- 能用一個簡單任務測試本方法如何幫助自己開始。

下面這張表，把學生最常說的四句話、背後真正的問題，以及創意曼陀羅九宮格圖的處理方式並排呈現。閱讀時請對照自己的經驗：你最常卡在哪一行？

常見困難	背後問題	創意曼陀羅九宮格圖的處理方式
我想做作品，但不知道先做什麼。	目的不清楚。	先用中心格寫出要達成的結果。
我有很多參考圖，但畫面還是亂。	條件未分類。	把主角、場景、風格、色彩、文字分開。
我請 AI 幫我寫，但結果很空泛。	資料與語氣不足。	先整理人事時地物、語氣、篇幅與撰寫身分。
我想用 Vibe Coding 做網站，但一直改。	UI、功能、資料與驗收標準不清。	先建立 UI Flow、功能表、素材表與開發卡。

表 5-1 四種常見困難、背後問題與九宮格的處理方式。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：第一版不必完美，重點是「把目的寫成一句話」。改寫某一格時，試著把形容詞換成可檢查的資訊——例如把「好看」改成「主色兩色、留白多、字體用黑體」。

案例教學 接案設計師常被客戶改到失去方向。她開始在動工前先填一張標準型：目的、受眾、風格、尺寸、素材、交期六格，請客戶確認後才開工。修改次數從平均五次降到兩次——因為爭議在填格階段就先發生、先解決。

溝通優化 原本的說法：「大概先做一版給你看。」優化後：「先確認這六格條件，確認後我做第一版。」把「想到哪做到哪」換成「先對齊再動工」，省下的不只是力氣，更是來回誤解的時間。

第六章 方法定位：從九宮格工具到認知結構化方法

九宮格的價值不在「表格」這個外表，而在它把想法、感覺、條件、流程與輸出，整理成可閱讀、可討論、可修改、可生成、可落地的結構。

九宮格很容易被誤解成一張表格。表格只是外表，方法才是核心。創意曼陀羅九宮格圖的真正價值，是把人的想法、感覺、條件、流程與輸出整理成可閱讀、可討論、可修改、可生成與可落地的結構。學生學這套方法時，不需要先追求漂亮版面，而要先學會把目的放在中心，把必要條件放在周圍。

名詞 認知結構化 (Cognitive Structuring)

把腦中模糊、零散的想法，整理成有層次、有關係、可被別人讀懂的結構。創意曼陀羅九宮格圖就是一種把「想法」結構化為「可執行條件」的方法。

為什麼要強調「方法」而不是「表格」？因為同樣一張 3×3 的格子，有人拿來隨手塗鴉、有人拿來做出可交付的專案規格，差別不在格子，而在背後的思考方式。創意曼陀羅九宮格圖的正式名稱是「目的導向之認知結構化分類與流程法」，簡稱「創意曼陀羅九宮格圖」。它的關鍵動作只有一個：先把目的放中心，再把必要條件放周圍。

也因此，這套方法不是只服務 AI。它同樣能服務純手作的設計、工藝、純藝術、教學設計與專案管理。任何「需要先想清楚再動手」的任務，都用得上。把它看成 AI 工具，會低估它；把它看成一種思考習慣，才能用得長久。

學習目標

- 能分辨九宮格表格與九宮格方法的差異。
- 能說明本方法的正式名稱與簡稱。
- 能理解本方法不是只服務 AI，也能服務設計、工藝、純藝術、教學與開發。

常見錯誤 把九宮格當成「填字遊戲」是最常見的誤用。填滿不是目的，想清楚才是。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：判斷你做的是「表格」還是「方法」，有一個簡單檢查——把中心目的遮起來，外圍八格還能不能看出彼此的關係與分工？如果遮住中心就散掉了，代表你還停在表格；若每格都明顯服務同一個目的，才是方法。

案例教學 主管原以為九宮格只是會議用的表格，填完就存檔。後來團隊把同一張圖用在三個地方：開會對焦、寫 Brief、驗收對照，才發現它不是表格，而是一套從想到做的思考流程——同一張圖，貫穿任務的頭尾。

溝通優化 原本的說法：「把表格填一填交上來。」優化後：「用這張圖說明你的目的、條件與流程，我們用它討論與驗收。」把「填表」說成「說明思考」，成員交出來的內容會完全不同。

第七章 核心概念：目的、節點、條件、分類、 流程與生成 / 落地

7-0 八大萬用維度元件表

核心架構 / 骨架維度：支撐目標最基礎的實體組成、分類或系統骨架。

核心功能 / 主屬性維度：定義目標最主要的功能、用途與標準屬性。

時間流程 / 生命週期維度：整理任務的先後、因果、階段與發展狀態。

外部環境 / 硬性法規維度：整理預算、法律、平台、設備與外部限制。

群眾認知 / 社群標籤維度：呈現市場、大眾與社群對目標的直覺認知。

使用者體驗 / 心理維度：檢視情緒、動機、需求、負荷與使用感受。

應用情境 / 脈絡維度：依時間、空間、角色與場景區分實際應用。

品質控管 / 煞車評估維度：建立量化指標、MECE 檢查、風險與驗收機制。

使用原則：八大維度是跨領域的提問元件，不是固定內容清單。先以中心目的判斷必要構面，再依任務替換名稱與條件；節點不足時補充，節點過多時合併或進入深層創意曼陀羅。

六個核心詞就像一個工具箱：理解它們，視覺、影片、文案、文件、聲音、多媒體或 Vibe Coding 都看得懂。

學習創意曼陀羅九宮格圖最重要的是六個詞：目的、節點、條件、分類、流程、生成 / 落地。這六個詞就像工具箱。只要理解它們，視覺設計、影片、文案、文件、聲音、多媒體或 Vibe Coding 都可以看懂。

名詞 節點 (Node)

九宮格中心以外的每一格，就是一個節點。第一層的節點數量控制在 1 至 8 個，每個節點代表一類「完成目的所需要的條件」。

名詞 生成 / 落地 (Generate / Deliver)

把整理好的條件，真正變成成果。可能是一件作品，也可能是一段 prompt、一份 brief、一張素材表或一份程式規格。重點是「做得出來、交得出去」。

這六個詞之間是有順序的：目的決定方向，節點決定要看哪幾個面向，條件把每個節點填成可執行的資訊，分類確保各節點不重疊，流程安排先後，生成 / 落地則把一切變成成果。下表用白話解釋每個詞，並列出學生最常犯的錯與正確用法。

核心詞	白話意思	學生常見錯誤	正確用法
目的	我要完成什麼結果。	只寫題目。	寫出對象、任務與期待結果。
節點	外圍 1 至 8 格。	硬填八格。	需要幾格就用幾格。
條件	完成目的所需資訊。	只寫形容詞。	寫成可描述、可檢查的資料。
分類	把同類條件放一起。	分類重疊。	每格功能要不同。

流程	安排先後順序。	沒有順序感。	用 S1、S2 或箭頭表示。
生成 / 落地	產出作品或任務。	只停在想法。	轉成作品、prompt、brief、 素材表或程式規格。

表 7-1 六個核心詞的白話意思、常見錯誤與正確用法。

特別要澄清一個觀念：生成 / 落地不等於 AI。在沒有 AI 的情境，「落地」可能是親手畫出海報、捏出陶器、排好一堂課的活動。AI 只是其中一種「把條件變成成果」的工具，不是唯一。

學習目標

- ・能用白話說明六個核心詞。
- ・能把一個任務拆成目的、節點與條件。
- ・能理解生成 / 落地不只等於 AI。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：拆解任務時，先問三個問題——這次要完成什麼結果（目的）？需要從哪幾個面向準備（節點）？每個面向具體要填什麼資料（條件）？能回答這三題，一張九宮格的骨架就立起來了。

案例教學 新進企劃分不清「節點」和「條件」，格子裡寫滿形容詞。前輩示範：節點是抽屜的名字（例如「受眾」），條件是抽屜裡的東西（例如「25 至 35 歲、通勤族」）。分清楚名字與內容，六個核心詞就全部串起來了。

溝通優化 原本的說法：「受眾那格我寫了『年輕有活力』。」優化後：「節點是受眾，條件是 25 至 35 歲通勤族、每天滑手機 2 小時。」名字歸名字、內容歸內容，讀的人才能逐格檢查。

第八章 認知負荷與 1 至 8 節點上限

8-0 認知負荷、組塊化與留白的正式原則

「 7 ± 2 」可作為工作記憶與資訊節制的經典啟發，但本方法不把它當成固定生理定律。使用者熟悉度、任務難度、資訊組塊方式、媒介尺寸與專業程度，都會改變可一次掌握的節點數量。

創意曼陀羅將第一層控制在一至八個節點，是為了維持全貌、比較與對話效率。當八格仍不足以描述任務時，不應壓縮字級或堆疊資訊，而應把某一節點展開為第二層，轉入扇區式雙域圖或延展同心圓圖。

留白具有兩種功能：第一是聚焦與防噪，表示此任務不需要填滿所有方向；第二是策略性保留，讓未確定、待驗證或未來擴充的條件有明確位置。有效結構的判斷不是填滿，而是足以支撐中心目的並可被執行與檢查。

八格是「最多」，不是「一定」。控制節點數量，是為了讓思考能被處理，而不是限制創意。

人能同時掌握的資訊有限。當分類太多，學生會背不起來、看不懂，也不知道哪個重要。因此，本方法把第一層節點控制在 1 至 8 個。這不是硬性規定每次都八格，而是最多八格，必要時拆層。

名詞 拆層 (Layering)

當條件超過八個、或某一格內容太多時，不要硬塞，而是把該節點獨立出來，往下再開一張九宮格處理它的細節。第一層看方向，第二層看細節。

這個上限的依據，來自認知心理學對「工作記憶容量」的研究——人一次能穩定處理的資訊單位大約就是個位數。超過之後，正確率與判斷力都會明顯下降。把第一層限制在八格，剛好落在大多數人能一眼掌握的範圍內。

怎麼決定要開幾格？看任務的複雜度。下表把節點數量、適合狀況、例子與注意事項整理在一起，當作你選擇格數的參考。

節點數	適合狀況	例子	注意事項
1	任務非常單純。	一句公告、一個標題。	不要硬拆成多格。
2	兩條件對照。	問題 / 解法。	兩格要有明確關係。
3	三段流程。	前 / 中 / 後。	適合簡單教學或短文。
4	四大分類或十字流程。	資料、語氣、篇幅、身分。	可形成清楚結構。
5 至 7	中等複雜。	小企劃、短影片、課堂活動。	注意不要重複。
8	完整上限。	視覺、影片、文案、開發規格。	如果還不夠，拆第二層。

表 8-1 依任務複雜度選擇節點數量的對照表。

實作提示 一個實用判準：如果你發現有兩格在講同一件事，先合併；如果有一格塞了五件事，把它拆成第二層。

學習目標

- ・能說明為什麼不鼓勵超過八格。
- ・能依任務選擇 1 至 8 個節點。
- ・能理解超過八格時要拆層，而不是塞滿。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：如果你的任務一口氣列出十幾個條件，先做兩件事——把同類的合併成一格、把最不重要的暫時拿掉。留下最關鍵的幾格，其餘細節等需要時再拆第二層。

案例教學 一位老師想規劃校慶闖關活動，一口氣列了 14 個要處理的事項，寫到一半就亂了。她先把「宣傳海報、報名表單、社群貼文」合併成「對外溝通」一格，再把場地與器材合併成「場地器材」，最後收成 6 個節點。事項沒有變少，但一眼就能看完整張圖，漏掉的「兩備方案」也因此浮現。

溝通優化 原本的說法：「活動要熱鬧一點，東西都要準備好。」優化後：「對外溝通（海報 A2 一款、IG 貼文三則）、場地器材（操場八攤、每攤一桌兩

椅)。」前者每個人讀到的畫面都不同；後者無論交給同事或 AI，讀到的都是同一件事——這就是把「模糊意圖」翻成「可執行條件」的差別。

第九章 分類模式、流程模式與混合模式

分類回答「有哪些條件」，流程回答「先後順序是什麼」，混合則兩者並用——真實的專業任務常常是混合的。

創意曼陀羅九宮格圖可以做分類，也可以做流程。分類是把條件分組；流程是把步驟排序；混合模式則同時處理條件與順序。真正的專業任務常常是混合的。

名詞 分類模式 (Category Mode)

把完成目的所需的條件，依功能分門別類放進不同節點，重點是「條件完整、彼此不重疊」。適合視覺設計、包裝、品牌等。

名詞 流程模式 (Process Mode)

把任務拆成有先後順序的步驟，重點是「順序清楚、必要資料先行」。適合文案、文件、操作步驟等。

怎麼判斷該用哪種模式？問自己一個問題：這個任務，卡住我的是「東西不齊」還是「順序不對」？如果是東西不齊，用分類；如果是順序不對，用流程；如果兩者都有，用混合。下表整理三種模式各自回答的問題、適合的案例與教師提醒。

模式	回答的問題	適合案例	教師提醒
----	-------	------	------

分類模式	有哪些條件？	視覺設計、包裝、角色、品牌。	重點在條件完整與分類不重疊。
流程模式	先後順序是什麼？	文案生成、文件撰寫、操作步驟。	重點在步驟清楚與必要資料先行。
混合模式	有哪些條件且如何排序？	影片生成、聲音設計、Vibe Coding。	重點在流程與素材對應。

表 9-1 三種模式的判斷問題、適合案例與重點提醒。

舉例來說：設計一張海報，偏分類（要把主體、色彩、字體、文案分齊）；寫一篇新聞稿，偏流程（先交代人事時地物，再寫背景與結語）；做一支影片或一個網頁，通常是混合（既要素材分類齊全，也要播放或操作的順序清楚）。

學習目標

- 能區分分類、流程與混合模式。
- 能判斷三個基本案例各自偏向哪一種模式。
- 能把自己的任務轉成合適模式。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：拿你的任務問一句「我現在最該先做哪一格？」——如果答案是『都可以、沒有先後』，那偏分類；如果答案是『一定要先做某一格』，那偏流程；如果是『有些有先後、有些沒有』，那就是混合。

案例教學 兩位同學做報告都卡住。A 的問題是資料東缺西漏——用分類模式把要蒐集的條件排齊；B 的問題是不知道先做哪一步——用流程模式排出 S1 到 S4。同一張九宮格，先診斷是「缺東西」還是「亂順序」，再選模式。

溝通優化 原本的說法：「我卡住了，不知道怎麼辦。」優化後：「我卡的是條件不齊，不是順序，請幫我看分類。」說出卡住的類型，別人才幫得到位。

第十章 專業條件：從個人感覺到專業標準

創作需要感覺，但作品不能只停在感覺。把「我要有質感」翻譯成可執行、可檢查的專業條件，是這一篇的核心功夫。

創作需要感覺，但作品不能只停在感覺。學生常說「我要有質感」「我要年輕」「我要高級」，這些都是起點，不是終點。本篇要學會把個人感覺轉成專業條件。

名詞 專業條件 (Professional Specification)

把抽象的感覺詞，翻譯成色彩、字體、版面、材質、節奏、語氣等可描述、可執行、可檢查的具體標準。它讓「好不好」從主觀變成可討論。

專業條件從哪裡來？來自四個方向：任務本身（要做什麼）、專業領域（這個領域的慣例與規格）、使用情境（在哪裡、給誰看）與實際限制（時間、預算、版權、平台）。把感覺詞放進這四個方向去問，就能逼出具體條件。

下表示範如何把四個常見的感覺詞，轉成可能的專業條件與可執行任務。請注意：同一個感覺詞，在不同領域可能轉成不同條件——這正是需要你判斷的地方。

抽象感覺	可能的專業條件	可執行任務
有質感	低彩度、留白、細字體、材質紋理。	建立色票、選字體、加入紙張紋理。

年輕活潑	亮色、笑容、動態構圖、短句。	設計短標題與人物動作。
正式可信	穩定版面、清楚資訊、少用口語。	建立資訊層級與公告格式。
科技感	深色背景、線條、網格、藍紫光效。	設計科技視覺與 UI 元素。

表 10-1 把抽象感覺轉成專業條件與可執行任務的範例。

實作提示 做完作品後，用你自己寫下的條件回頭檢查：每一條都做到了嗎？做不到的那條，就是下一版要修的地方。條件因此同時是「設計依據」與「驗收標準」。

學習目標

- ・能把抽象形容詞轉成可執行條件。
- ・能理解專業條件來自任務、領域、情境與限制。
- ・能用條件檢查作品。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：挑一個你最常用的感覺詞（例如「簡約」），把它放進「任務、領域、情境、限制」四個方向各問一次，看看能逼出哪些具體條件。你會發現「簡約」其實可以拆成：少於三種顏色、留白佔一半以上、只用一種字體、不放裝飾線。

案例教學 陶藝學員說想做「有溫度的杯子」。老師陪她翻譯：溫度 = 手感圓潤（口徑 8 公分、杯壁 0.5 公分）、色調暖（米白釉）、留手作痕跡（保留指壓痕）。燒出來後，她第一次能對照條件說出哪裡達成、哪裡要改。

溝通優化 原本的說法：「我要那種有質感的感覺。」優化後：「質感 = 霧面、留白多、字體不超過兩種。」感覺不必丟掉，但要翻成別人能執行、能檢查的條件，感覺才做得出來。

第十一章 與既有方法的比較

創意曼陀羅九宮格圖不是要取代既有方法，而是站在它們的肩膀上，補上「目的導向、節點上限、專業條件與生成 / 落地」這一塊前端結構。

本方法不是從零開始，也不是要否定既有方法。它受到曼陀羅九宮格、心智圖、概念圖、KJ 法、形態分析、流程圖、設計思考與 Prompt Engineering 等脈絡啟發，但把重點放在目的導向、節點上限、專業條件與生成 / 落地。

名詞

Prompt Engineering (提示工程)

研究如何把指令寫清楚，讓 AI 產出更接近需求的結果。它處理「怎麼說」；創意曼陀羅九宮格圖處理更前面的「要說什麼」——先把目的與條件想清楚，prompt 才有料可寫。

把創意曼陀羅九宮格圖放進這些方法之中，它的定位是「前端結構化」：在你動用心智圖去發散、用流程圖去排步驟、用 prompt 去指揮 AI 之前，先用九宮格把目的與條件收斂好。它不取代任何一種，而是讓它們發揮得更好。

方法	主要功能	容易遇到的問題	創意曼陀羅九宮格圖補上的地方
曼陀羅九宮格	中心向外擴散發想。	可能追求填滿或延伸太多。	保留中心結構，但限制第一層 1 至 8 節點。
心智圖	自由聯想與關聯。	可能越畫越散。	把發散整理成少量條件與流程。

流程圖	步驟與決策。	偏線性，較少處理感覺條件。	可把流程與專業條件放在同一張表。
Prompt Engineering	讓 AI 理解指令。	若前置資料不清仍會失敗。	先整理目的、資料、格式與限制。

表 11-1 創意曼陀羅九宮格圖與四種常見方法的比較與互補。

學習目標

- 能比較創意曼陀羅九宮格圖與常見方法。
- 能說明本方法不是全面取代，而是前端結構化。
- 能理解其在 AI 與非 AI 任務中的橋接價值。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：想一個你過去用過的方法（例如心智圖），回答兩個問題——它幫你做到什麼？它在哪裡卡住？再看看創意曼陀羅九宮格圖能不能在那個卡點上幫忙。多數人會發現，卡點通常出在「發散之後沒有收斂成條件」。

案例教學 簡報課學員問：有了心智圖，為什麼還要創意曼陀羅？講師讓他先用心智圖發想旅遊企劃，再用九宮格收斂成目的、預算、天數、路線等格。他發現心智圖幫他想得廣，九宮格逼他決定與收斂——兩者是接力，不是取代。

溝通優化 原本的說法：「這方法跟其他的差在哪？」優化後：「發想我用心智圖，收斂與交付我用創意曼陀羅。」講清楚每個方法負責的階段，工具箱裡的工具才不會互相打架。

第十二章 如何建立一張標準創意曼陀羅

六個步驟，從中心目的到可生成 / 落地。記得：先寫中心、需要幾格用幾格、把每格寫成可檢查的條件。

操作創意曼陀羅九宮格圖時，請先寫中心目的，再決定需要幾個節點，最後把每格內容改寫成可討論、可執行、可檢查的條件。不要一開始就想把八格填滿，也不要把所有想到的東西都塞進去。

下面是建立一張創意曼陀羅九宮格圖的六個標準步驟。剛開始可以照著做，熟練之後就會內化成習慣。

步驟	操作	提醒
1	寫中心目的。	中心不是題目，而是任務結果。
2	列出可能條件。	先發散，不急著分類。
3	合併相似條件。	避免主角、人物、角色三格重複。
4	選出 1 至 8 個主節點。	第一層看方向，細節可拆第二層。
5	改寫成可執行條件。	避免只寫好看、清楚、有質感。
6	檢查是否能生成或落地。	要能轉成作品、prompt、brief 或開發卡。

表 12-1 建立一張創意曼陀羅九宮格圖的六個步驟。

步驟 1 寫中心目的：用「為誰 + 做什麼 + 解決什麼 + 產生什麼結果」造一句話。

步驟 2 列出可能條件：把想到的全部寫下來，先求多、不求精。

步驟 3 合併相似條件：把講同一件事的合成一格，避免重複。

步驟 4 選出主節點：依任務複雜度挑 1 至 8 個方向。

步驟 5 改寫成可執行條件：把形容詞換成可描述、可檢查的資料。

步驟 6 檢查能否落地：確認每一格都能轉成作品、prompt、brief 或開發卡。

常見錯誤 最常見的失敗是跳過第 1 步：中心目的還沒寫清楚，就急著填外圍。結果八格填得很滿，卻彼此不相干。

學習目標

- 能建立一張完整創意曼陀羅九宮格圖。
- 能判斷每格是否和中心目的有關。
- 能把九宮格轉成作業、prompt、brief 或開發卡。

課堂練習

1. 請用自己的作業建立一張第一版九宮格。
2. 請找出其中一格，把它改寫得更清楚。

練習解析 練習解析：完成六步驟後，做一次「關聯檢查」——把中心目的逐一對照每個節點，問『這一格是為了達成目的而存在的嗎？』。凡是回答不出來的格子，不是刪掉，就是改寫。

案例教學 想開甜點課的烘焙師照六步驟操作：先寫中心目的「為初學者開一堂兩小時的餅乾課」，列出對象、教材、場地、流程、收費五格，逐格填條件，標流程順序，最後檢查每格是否可執行。四十分鐘後，招生文案的素材已經齊了。

溝通優化 原本的說法：「我想開課，可是不知道從哪開始。」優化後：「中心目的寫好了，五個節點裡我卡在『收費』這格。」照步驟走的另一個好處：你能精準說出自己卡在第幾步、哪一格。

第三部 深層創意曼陀羅

扇區式雙域與延展同心圓：多層分類、流程射線、圈層結構與方法轉譯

第十三章 為什麼需要深層創意曼陀羅？

標準型處理第一層；當任務涉及多角色、多流程、多輸出與多驗收，就需要能往外展開的深層結構。

13-1 標準型的邊界

標準型以八個節點處理第一層任務，清楚而快速。但當條件超過八個、或某個節點本身又是一個小專案時，硬塞進九宮格只會造成混亂。這就是標準型的邊界。

13-2 多層任務的出現

當任務涉及多角色、多流程、多輸出、多驗收時，需要深層結構。例如一檔展覽、一個研究、一支完整影片或一個系統，往往每個主節點底下都還有自己的條件、步驟與檢核。

13-3 從拆層到放射

標準型遇到複雜任務時的處理是「拆層」——把某個節點獨立成第二層。把多個拆層的節點同時攤開，就自然形成由中心向外的扇區式雙域放射圖。

13-4 深層型處理複雜任務

深層型用於專案、活動、研究、開發、課程、AI 工作流與多方法整合。它不是更難的九宮格，而是把同一套核心語言放進可多層展開的結構。

重點 拆層，是標準型通往深層型的入口。

案例教學 學生會辦迎新，起初一張九宮格就夠；後來加入三個社團合辦、兩天議程、直播與廠商贊助，格子塞不下了。他們把「宣傳」「議程」「贊助」各自拆成子曼陀羅往外展開——不是方法變了，是任務變深了。

溝通優化 原本的說法：「事情越來越多，加格子硬塞。」優化後：「這格已經裝不下，我把它拆成下一層展開。」說出「哪一格需要拆層」，團隊就知道複雜度長在哪裡。

第十四章 深層創意曼陀羅的圈層結構

由中心向外，一圈一圈：目的、主節點、展開、執行與驗收，最外層接世界方法。

深層創意曼陀羅以同心圈組織。每一圈有固定功能，讓不同人都能畫出、讀懂同一張圖。

圈層	名稱	功能
中心	目的核心	本次要完成的任務、問題或成果。
第一圈	主節點圈	主要分類、條件、流程或方法入口。
第二圈	展開圈	補充條件、資料來源、操作方法、參照依據。
第三圈	執行圈	步驟、輸出、檢核、驗收、回饋。
外環	延伸圈	可接外部方法、專案流程、AI / Coding 任務。

表 14-1 深層創意曼陀羅的圈層定義。



圖 14-1 圈層結構圖。

案例教學 系展總召用圈層結構整理任務：中心是目的，第一圈放策展、宣傳、行政三個主節點，第二圈往外展開每個主節點的細項，最外圈寫執行與驗收。任何組員拿到圖，都能從中心一路讀到自己負責的那一格。

溝通優化 原本的說法：「這件事很複雜，用講的講不完。」優化後：「從中心往外看：第一圈是三大主節點，你負責的在第二圈第幾格。」用圈層當座標，再複雜的專案也能一句話指到位置。

第十五章 扇區式雙域圖與延展同心圓圖

深層創意曼陀羅不限定單一圖形。依任務需要，可採用「扇區式雙域圖」或「延展同心圓圖」：前者強調分類與流程的分工，後者強調由中心目的向外擴散、逐層展開與彈性延伸。

15-1 為什麼需要兩種深層圖式？

同一組中心目的、主節點、條件與執行資料，可以用不同視覺結構呈現。當任務需要明確區分「有哪些」與「怎麼做」時，扇區式雙域圖較清楚；當任務需要保留探索性、呈現各節點不同深度，或持續向外增加子項時，延展同心圓圖較自然。兩者不是互相取代，而是同一方法的兩種閱讀介面。

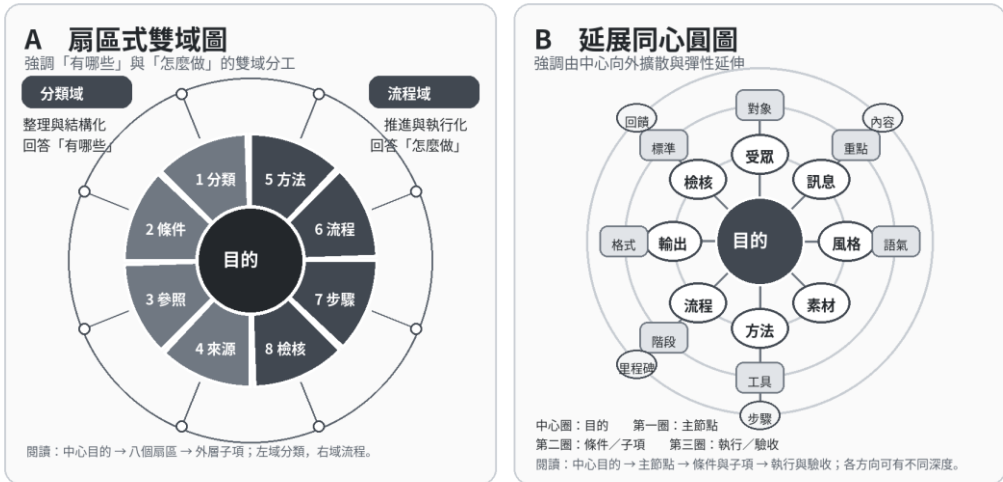


圖 15-1 深層創意曼陀羅的兩種圖式：左為扇區式雙域圖，右為延展同心圓圖。

核心原則 圖形可以改變，但資料層級不可混亂。中心仍是目的，第一層仍是主節點，外層才是條件、子項、執行與驗收。選圖的依據是任務閱讀需求，而不是裝飾偏好。

15-2 扇區式雙域圖

扇區式雙域圖把中心目的周圍切分為八個功能扇區，並以左右雙域建立閱讀秩序。它適合需要清楚分工、流程推進、專案會議與責任追蹤的任務。

左側分類域

分類、條件、參照、來源，主要回答「有哪些」，負責整理資料、建立脈絡與確認任務邊界。這些節點可以停留在分類狀態，不一定要轉成先後順序。

右側流程域

方法、流程、步驟、檢核，主要回答「怎麼做」，負責推進、執行與回饋。需要時可由扇區向外延伸為流程射線、里程碑或驗收節點。

15-3 延展同心圓圖

延展同心圓圖以中心目的為固定核心，讓主節點環繞中心，再依需要向第二圈、第三圈擴散。它不強迫所有方向具有相同深度：重要或複雜的節點可以多層展開，單純節點則可停留在第一圈。

圈層	內容	功能說明

中心圈	目的	用一句話說明真正要完成的結果。
第一圈	主節點	放置 1 至 8 個主要方向；深層工具可依任務增加節點。
第二圈	條件 / 子項	補充對象、內容、限制、素材、方法與參照。
第三圈	執行 / 驗收	寫入步驟、輸出、檢核、回饋與停止條件。

表 15-1 延展同心圓圖的圈層結構與功能。

網站工具中的深層創意曼陀羅採用延展同心圓的閱讀方式：中心目的固定，節點環繞排列，外層分別填入展開條件與執行驗收。節點位置可調整、數量可依複雜度增減，但中心目的、圈層順序與節點之間的隸屬關係必須保持清楚。

15-4 兩種圖式的選擇原則

圖式	適用情境	閱讀重點
扇區式雙域圖	任務同時包含大量條件與明確流程；需要分工、排程、責任追蹤。	快速區分「缺什麼」與「先做什麼」。
延展同心圓圖	任務仍在探索、發想或概念深化；各節點複雜度不一。	看見各方向的展開深度與隸屬關係。

表 15-2 扇區式雙域圖與延展同心圓圖的選擇原則。

混合使用 可先用延展同心圓圖探索與補足節點，再把需要執行的內容轉入扇區式雙域圖；也可在扇區圖中，對單一複雜扇區另開一張同心圓子圖。

15-5 閱讀方向、節點層級與停止條件

兩種圖式都由中心向外閱讀。先確認目的，再讀主節點，最後才展開條件、子項、步驟與檢核。延伸層數代表任務深度，不代表每一方向都必須填滿。

符號	節點層級	意義	使用時機
實心 ●	核心節點	必備	中心目的與各方向的主節點。
半實心 ◐	可停留節點	建議	重要但可依任務取舍的子項。
空心 ○	可延伸節點	彈性	需要時才往外展開的細節。

表 15-3 三種節點層級（兩種深層圖式皆適用）。

線條規則 實線 = 核心結構；虛線 = 延伸結構；點線 = 圈層或區域分隔；箭頭 = 有先後方向。達到檢核標準、輸出已可執行，或新增資訊不再改變決策時，即可停止延伸。

15-6 兩種圖式的轉換與溝通

產品經理可先用同心圓向外展開使用者、需求、資料與限制，再把設計、開發、測試、上線轉成右側流程域。溝通時可說：「先用同心圓看深度，再用雙域圖看分類與流程。」這樣既不壓縮探索，也不會讓執行失去順序。

第十六章 九種標準節點類型

節點不是固定文字，而是依功能而定的九種可替換類型。

畫深層曼陀羅時，每個扇區從下列九種節點類型中挑選。不必全部出現，但要知道它們可以替換。

節點類型	說明	可否停留 / 延伸
分類	任務有哪些面向。	可停留。
條件	每個面向要符合什麼標準。	可停留或展開。
參照	案例、理論、經驗、範本。	可停留。
來源	資料、專家、文獻從哪裡來。	可停留。
方法	可引用的外部方法，如設計思考。	可延伸為流程射線。
流程	需要先後順序的推進。	需延伸。
步驟	流程中的具體動作。	流程的下一層。
檢核	如何判斷是否完成。	停止條件。
輸出與回饋	作品、Prompt、Brief、開發卡、驗收表，以及修正回饋。	執行圈節點。

表 16-1 九種標準節點類型。

案例教學 家長想幫孩子規劃暑假，不知道格子該放什麼。她從九種標準節點類型挑出五種：對象（孩子）、資源（預算與時間）、內容（課程與旅行）、流程（月份安排）、檢查（開學前驗收）。節點類型像選單，依任務挑用即可。

溝通優化 原本的說法：「格子要寫什麼，每次都重新猜。」優化後：「先從九種節點類型挑出這個任務需要的幾種，再填內容。」有類型當底，第一格就不會從空白開始。

第十七章 世界方法的轉譯

深層創意曼陀羅是一個通用結構層，把世界既有方法翻譯成共同的節點、流程、輸出與驗收語言。

17-1 深層創意曼陀羅作為通用結構層

深層創意曼陀羅不取代世界既有方法，而是提供一個通用結構層，使不同方法可以被轉譯為共同的目的、節點、條件、流程、輸出、驗收與回饋語言。

以下六種常見方法，都可以放進創意曼陀羅：設計思考、Double Diamond、商業模式畫布、服務藍圖、Scrum / Kanban、Prompt Engineering / DSPy。

世界方法	在深層曼陀羅中的角色	轉譯方式
設計思考	流程射線	同理、定義、發想、原型、測試轉為帶箭頭的步驟。
Double Diamond	四段流程射線	發現、定義、發展、交付轉為兩開兩合的四段流程。
商業模式畫布 BMC	分類節點	九大區塊成為第一圈的分類節點。
服務藍圖	接觸點流程	顧客旅程與後台支援轉為流程射線。
Scrum / Kanban	執行與驗收節點	Sprint、待辦、看板、驗收轉為執行圈節點。
Prompt / DSPy	AI 生成與評估節點	輸入、任務、限制、評估轉為生成與檢核節點。

表 17-1 世界方法轉譯表。

重點 深層創意曼陀羅不是要取代世界方法，而是把不同方法放進同一個中心目的控制下，重新組織成可理解、可教學、可執行、可生成、可驗收的結構。

案例教學 讀過設計思考的工程師接到服務改善案，他把設計思考的五階段翻譯進深層曼陀羅：同理與定義放進左側分類域，發想、原型、測試排進右側流程射線。原方法沒有被取代，而是被翻譯成團隊都讀得懂的同一張圖。

溝通優化 原本的說法：「我們用 XX 方法，你自己去查。」優化後：「我把 XX 方法的階段翻譯成這張圖的節點與流程了。」讓方法遷就共同語言，而不是讓每個人各學一套術語。

第四部 非 AI 創作、設計、行銷與 專業任務應用

傳統藝術、工藝、設計、行銷、文案、腳本、正式文件與研究寫作

第十八章 傳統藝術與工藝創作的前置結構

沒有 AI，創意曼陀羅一樣好用。它幫純藝術與工藝創作者，把感受與材料整理成可動手、可檢核的結構。

18-1 純藝術創作的目的與條件

純藝術重表達與感受，但仍需要結構。中心目的可寫成「想表達什麼感受、給誰看、希望觀者產生什麼共鳴」；外圍節點則放主題、媒材、構圖、色彩、符號、尺度、展示方式與觀者感受。

18-2 工藝創作的材料與流程

工藝偏材料與製程，是典型的混合任務：既要分類好材料、技法、造型、紋理、色釉，也要排好取材、成形、燒製、修整、包裝的流程。

扇區	純藝術範例	工藝範例
分類 / 主題	都市孤獨、記憶、自然	地方記憶、日常器物
媒材 / 材料	油彩、複合媒材、裝置	陶土、木、金屬、纖維
方法 / 技法	構圖、符號、敘事	拉坯、雕刻、釉藥、編織
條件	尺度、色彩、質感	收縮率、強度、安全、成本
流程	發想→草圖→製作→佈展	取材→成形→燒製→修整→包裝
檢核	情感是否傳達、展示是否完整	結構是否牢固、使用是否安全

表 18-1 純藝術與工藝的非 AI 任務應用表。

18-3 美術創作的分類與檢核

即使是個人創作，先把「想表達的」與「能執行的」分開，再用檢核確認情感是否傳達，能讓作品從「我覺得不錯」走向「別人也讀得到」。

18-4 標準型與深層型在工藝 / 美術中的使用

單件作品用標準型（一張九宮格）即可；系列作品、展覽或結合空間敘事時，用深層型把每件作品、動線與展示條件分層展開。

實作提示 把「感覺」翻成「條件」：別只寫『有溫度』，要寫成『暖色釉、手作痕跡保留、握感圓潤』。

1. 課堂練習：為一件你想做的作品，寫出中心目的與六個節點。
2. 把其中『風格 / 感受』那一格，改寫成三條可檢查的條件。

案例教學 木雕創作者準備個展新作，先填前置結構：靈感（海浪）、材料（樟木）、尺寸（40 公分）、工序（粗胚→細修→上蠟）、檢核（曲線是否流暢）。動刀前十分鐘的整理，讓他少走了以往「做到一半改主意」的回頭路。

溝通優化 原本的說法：「跟著感覺走，做了就知道。」優化後：「感覺寫進『靈感』格，尺寸、材料、工序另外寫清楚。」感覺負責方向，條件負責路面——分開寫，兩者都保得住。

第十九章 傳統設計與視覺傳達的前置結構

視覺設計偏分類：把畫面條件分齊——主體、場景、風格、色彩、字體、文字與輸出，缺一格畫面就亂。

19-1 海報、包裝、品牌、識別設計的節點

視覺任務的常用節點：受眾、主體、場景、風格、色彩、字體、文字層級、輸出規格。品牌與識別則再加品牌個性、應用一致性。

19-2 設計 Brief 與創意曼陀羅

一張填好的標準創意曼陀羅，幾乎就是一份設計 Brief。把中心目的與節點轉成段落，就能交給設計者或自己執行。

節點	說明	具體寫法範例
受眾	給誰看、誰會決定	大一新生、18-19 歲、重交友
主體 / 場景	畫面主角與背景	三位學生在校園攤位互動
風格	視覺調性	明亮、青春、微動態，不走商業風
色彩	主色與輔色	藍綠 + 暖黃、白底，避免深色
字體與層級	字型與主次	黑體；主標 > 副標 > 內文
輸出	尺寸與規格	A3 印刷 CMYK + IG 1080×1350

表 19-1 視覺設計的節點與具體寫法。

19-3 視覺設計的分類模式

多數平面設計是分類模式：重點在條件完整、彼此不打架。先把六到八個節點填齊，再動手。

19-4 視覺設計的流程模式

當設計含製作流程（例如包裝打樣、印刷）時，加入流程射線：設計→打樣→校色→印刷→裁切→品檢。

實作提示 『風格』最忌只寫「有質感」。一定要拆成色彩、構圖、字體、材質等可辨識條件。

1. 課堂練習：為一張海報建立標準創意曼陀羅。
2. 指出哪三格最需要補資料。

案例教學 學生設計社團招生海報，直接開軟體卻越改越亂。回頭填九宮格：主體（吉祥物）、場景（校園）、風格（手繪）、色彩（橘藍兩色）、字體（圓體）、文字（日期地點）、輸出（A3）。條件排齊後，畫面第一版就穩了。

溝通優化 原本的說法：「幫我做一張活潑一點的海報。」優化後：「主體吉祥物、橘藍雙色、手繪風、A3 直式、文字只放日期與報名連結。」把「活潑」拆成七格條件，設計師不用猜，你也不用一直改。

第二十章 行銷企劃與專案管理的前置結構

行銷與專案是混合任務：既要分類條件，也要排流程、定分工與驗收。

20-1 行銷企劃的中心目的

行銷中心目的要寫清楚『為誰、達成什麼成效、在什麼期間』，例如：為新品在三週內提升試用報名 500 人。

20-2 行銷節點：TA、訊息、通路、預算、時程、成效

行銷的標準節點包括目標受眾（TA）、核心訊息、通路、內容、預算、時程與成效指標（KPI）。

20-3 專案管理節點：角色、資源、風險、流程、交付、驗收

專案管理把焦點放在執行：角色與分工、資源、風險、流程、交付物與驗收標準。這天然適合深層型，把每個角色與里程碑分層展開。

面向	行銷企劃	專案管理
中心目的	成效目標	交付目標
關鍵節點	TA、訊息、通路、內容	角色、資源、風險、里程碑
流程	預熱→上線→導流→回收	啟動→執行→驗收→結案
檢核	KPI、成效、ROI	品質、時程、預算、風險

表 20-1 行銷企劃與專案管理的節點對照。

20-4 活動企劃的深層曼陀羅

一場活動同時有行銷、現場、物流、人力、風險等多條射線，適合用深層型：中心是活動目的，第一圈是各組，第二圈是各組條件，第三圈是流程與驗收。

實作提示 行銷的『成效』與專案的『驗收』一定要在開始前就寫清楚，否則結案時無從判斷成敗。

1. 課堂練習：為一個校園活動建立標準版行銷曼陀羅。
2. 再判斷它是否需要進入深層版（看角色與流程數）。

案例教學 行銷專員接到新品上市案，用混合模式整理：分類側填 TA、訊息、通路、預算，流程側排前導、上市、擴散三波，再補上每波的成效指標與驗收入。提案會上主管只問了兩個問題——其他答案都已經在圖上。

溝通優化 原本的說法：「這檔活動目標是提升品牌聲量。」優化後：「目標是上市首月自然流量成長三成，由行銷部週報驗收。」把成效與驗收寫進格子，企劃才從「口號」變成「承諾」。

第二十一章 文案、腳本與敘事結構

文案偏流程：先補資料、再定語氣、再決定平台與身分；腳本與敘事則加入時間與情節射線。

21-1 文案的標準創意曼陀羅

文案節點：受眾、賣點、語氣、平台、篇幅、CTA、標題、檢查。先定受眾與語氣，文字才有溫度。

21-2 腳本的流程曼陀羅

腳本是時間任務：把開場、鋪陳、轉折、高潮、收尾排成流程射線，每段標時間、畫面與台詞。

21-3 新聞稿結構

新聞稿重事實與順序：先人事時地物，再背景、引述與結語，標題要一句說清楚。

21-4 聲明稿結構

聲明稿重立場與責任邊界：事實、立場、依據、限制、後續處理，語氣正式、用詞謹慎。

21-5 敘事與說服的深層放射

長篇敘事或整合溝通，用深層型把受眾、訊息、平台、節奏、情節各拉一條射線，再對齊時間軸。

文體	核心節點	重點
社群文案	受眾、賣點、語氣、CTA	親切、有畫面、明確行動
腳本	時間、畫面、台詞、節奏	依時間軸排序
新聞稿	事實、背景、引述、結語	正確、客觀、順序清楚
聲明稿	事實、立場、依據、責任	正式、謹慎、邊界清楚

表 21-1 四種文體的核心節點。

實作提示 跳過『受眾、語氣』就動筆，是文案寫成官方腔的主因。

1. 課堂練習：把『幫我寫招生文案』改成完整中心目的。
2. 為同一主題各寫一則社群版與一則新聞稿版，比較語氣差異。

案例教學 小編要寫課程宣傳文案，先排流程：S1 蒐集學員見證、S2 定語氣（親切像學長姊）、S3 選平台（IG 貼文）、S4 定身分（以畢業學員口吻）。照順序走完再動筆，文案一次過稿——因為該想的都想在寫之前。

溝通優化 原本的說法：「幫我寫一篇吸引人的文案。」優化後：「受眾是大三學生、平台是 IG、語氣像學長姊、以學員見證切入、結尾放報名連結。」文案的準頭不在文筆，在你把這五件事先講清楚。

第二十二章 正式文件、論文與研究寫作

正式文件偏格式：把創意整理成規範、格式、責任與證據；論文則加入研究設計的流程射線。

22-1 提案書結構

提案書節點：問題、目標、對象、內容、資源、預算、效益、風險。每格對應文件的標準段落。

22-2 論文寫作結構

論文節點：研究問題、文獻、方法、資料、分析、結果、討論、貢獻。這是一條清楚的流程射線。

22-3 研究設計曼陀羅

研究設計用深層型：中心是研究問題，第一圈放變項、對象、工具、流程，第二圈展開操作型定義與測量，第三圈放分析與驗證。

22-4 報告與簡報結構

報告與簡報重資訊層級：把結論先行，再以背景、方法、結果、建議分層，簡報每頁一個重點。

文件	核心節點	檢核
提案書	問題、目標、資源、預算、風險	正當性、可行性、可信度

論文	問題、文獻、方法、結果、貢獻	嚴謹、可重現、有貢獻
報告	結論、背景、方法、建議	清楚、有依據、可行動

表 22-1 正式文件的核心節點與檢核。

實作提示 正式文件最常被忽略『風險』與『資料來源』——少了這兩項，提案沒人敢過、報告沒人敢信。

1. 課堂練習：為一個研究題目寫出研究問題與五個節點。
2. 判斷它需要標準版還是深層版研究設計。

案例教學 研究生寫計畫書總是章節失衡。他先用九宮格排骨架：問題、文獻、方法、時程、預期貢獻、參考格式，每格寫兩三句條件，再依格擴寫成章節。指導教授第一次看初稿就說：「結構對了，剩下是填肉。」

溝通優化 原本的說法：「我的研究大概是想探討 XX 現象。」優化後：「研究問題一句話、方法一格、資料來源一格、預期貢獻一格。」正式文件的說服力，來自每個主張都能指到對應的格子與證據。

第二十三章 法律聲明類與風險文件的前置整理

法律文件不是創意寫作，但需要結構。創意曼陀羅可整理其結構，但不能取代法律專業。

23-1 法律文件不是創意寫作，但需要結構

聲明、契約、告知、免責等文件，重點在事實、依據、責任與邊界。創意曼陀羅在此的角色是「整理結構、避免遺漏」，最終仍須專業審核。

23-2 聲明類文件的節點

常用節點：事實、主張、依據、限制、責任、風險、審核、修正。每一格都要有可查證的依據。

23-3 風險與責任檢查

風險文件要逐項檢查：可能的爭議、責任歸屬、法規依據、揭露是否充分、用詞是否過度承諾。

23-4 人類與專家驗收

常見錯誤 此類文件可用創意曼陀羅整理結構，但不可取代法律專業。正式對外前，務必由具資格者審核並負責。

節點	填寫內容	檢核
----	------	----

事實	可查證的客觀資訊	來源、日期是否正確
依據	法規、契約、政策	引用是否正確
責任邊界	誰負責、免責範圍	是否清楚、不過度承諾
審核	誰審、何時審	是否經專業確認

表 23-1 法律聲明類文件前置整理表。

1. 課堂練習：為一則活動告知，列出事實、依據與責任邊界三格。
2. 標出哪一格一定要由專業人員確認。

案例教學 網購賣場要發布延遲出貨聲明。客服主管先用前置整理表列出：事實（延遲原因與影響範圍）、責任邊界（哪些可承諾、哪些不可）、補償方案、審閱流程（法務過目）。整理完才交給文案，聲明稿一版定案，且沒有留下風險句。

溝通優化 原本的說法：「先發個道歉文安撫大家。」優化後：「先列事實、責任邊界與可承諾範圍，法務審過再發。」聲明類文件的重點不是快，而是每一句都站得住；結構化就是先把站不住的句子擋下來。

第二十四章 非 AI 任務的標準型與深層型選擇

小型任務用標準型，複雜任務用深層型；判準是節點數、流程、角色、輸出與驗收的多寡。

24-1 小型任務用標準型

單件作品、單張設計、單則文案、一堂課，用一張標準創意曼陀羅就能整理清楚。

24-2 複雜任務用深層型

展覽、整合行銷、完整研究、活動專案，涉及多角色、多流程與多驗收，用深層型分層展開。

24-3 分類任務、流程任務、混合任務的選擇

卡在『東西不齊』用分類模式；卡在『順序不清』用流程模式；兩者都有用混合模式。

24-4 從非 AI 任務轉向 AI 輔助的條件

當你的曼陀羅已把目的、條件、格式與限制寫清楚，就具備了轉成 Prompt 或開發卡、交給 AI 協作的條件——這正是第五部的主題。

判準	標準型	深層型
節點數	8 個以內	超過 8 或需分層

流程	單一或無	多段、多射線
角色	個人或單一	多角色、跨部門
輸出與驗收	單一	多輸出、多驗收

表 24-1 標準型與深層型的選擇判準。

重點 先問：八格放得下嗎？放得下用標準型，放不下就進深層型。

1. 課堂練習：挑兩個自己的任務，各判斷該用標準型或深層型並說明理由。

案例教學 手作老師有兩個任務：週末市集擺攤——對象、品項、價格、動線四格收完，用標準型；年底品牌改造——識別、產品線、通路、客群、預算多層交錯，用深層型。她學會先量任務深度，再決定拿哪一張圖。

溝通優化 原本的說法：「都用同一張表，反正習慣了。」優化後：「這件事節點少、單流程，用標準型；那件事多角色多輸出，用深層型。」講出選擇理由，方法才是你在用它，不是它在框你。

第五部 AI 協作、Co-work 與 Vibe Coding 應用

把標準與深層曼陀羅轉成 Prompt、MD、JSON、開發卡、UI Flow、Skill

與驗收表

第二十五章 創意曼陀羅作為 Prompt

Engineering 結構

提示詞工程的問題不是句子，而是結構。先把曼陀羅填好，再轉成 Prompt。

25-1 提示詞工程的問題不是句子，而是結構

AI 生成失敗，多半不是 AI 不會，而是需求太模糊。只寫「幫我做一張有質感的海報」時 AI 只能猜。Prompt 不是越長越好，而是越清楚越好；清楚來自結構，而結構就是填好的曼陀羅。

25-2 標準創意曼陀羅如何轉成 Prompt

把九宮格八格組成一段話：任務目的、必要條件、風格、參考資料、輸出格式、檢查標準。每一句 prompt 都能在格子裡找到來源。

名詞 生成卡

把一次 AI 生成需要的欄位整理成一張卡：任務目的、必要條件、風格條件、參考資料、輸出格式、檢查標準。它是曼陀羅與 prompt 之間的橋梁。

25-3 深層創意曼陀羅如何轉成多段 Prompt

複雜任務一次 prompt 處理不完。用深層型把任務拆成多段：每條流程射線對應一段 prompt，前一段的輸出成為後一段的輸入，形成 AI 工作流。

25-4 圖像、MD、JSON 三種輸入方式

曼陀羅可用三種形式餵給 AI：圖片（直接上傳扇區圖）、Markdown（結構化文字，見附錄 I / J）、JSON（機器可解析，見附錄 K / L）。任務越自動化，越往 JSON 走。

輸入方式	適合情境	優點	限制
圖像	快速、人讀	直觀、好討論	機器較難精準解析
Markdown	半結構、通用	好寫好讀、可貼入多數工具	結構鬆散
JSON	自動化、Agent	可程式解析、可驗證	需遵守 Schema

表 25-1 AI 輸入格式比較表。

實作提示 先用圖像或 MD 與 AI 對齊需求，確認後再轉成 JSON 進入自動化。

- 1. 課堂練習：把一張標準曼陀羅轉成一段完整 prompt。
- 2. 刻意填好『檢查標準』那一欄，並拿去檢查 AI 產出。

案例教學 插畫接案者以前的提示詞是一長串形容詞，結果每次都像抽卡。她改成先填九宮格：目的、主體、風格、色彩、構圖、尺寸、限制，再逐格轉成一段結構化 Prompt。AI 第一次生成就命中七成，剩下的用格子逐項修。

溝通優化 原本的說法：「幫我畫一張夢幻可愛風的貓咪圖。」優化後：「主體橘貓、水彩風、粉藍背景、直式 3:4、畫面不要文字。」AI 讀的不是你的心情，是你的條件——格子填得清楚，句子自然就清楚。

第二十六章 Co-work 模式：人與 AI 共讀一張曼陀羅

Co-work 不是把工作全丟給 AI，而是人先整理目的與條件，與 AI 共讀同一張曼陀羅、分工協作。

26-1 什麼是 Co-work 曼陀羅

Co-work 指人與 AI、工具或平台的協作。人負責目的、判斷與驗收；AI 負責大量、快速的生成與初稿。共讀的那張曼陀羅，就是雙方的共同合約。

26-2 圖片檔作為 Co-work 輸入

把填好的扇區圖或九宮格截圖上傳，AI 可讀出結構並依節點生成。適合快速啟動與討論。

26-3 Markdown 作為 Co-work 輸入

用 MD 模板 (附錄 I / J) 描述中心、節點、條件、流程與驗收，貼入 AI。半結構化、好修改、可版本控制。

26-4 JSON 作為 Co-work 輸入

用 JSON Schema (附錄 K / L) 描述任務，適合 Agent、Skill 與自動化流程，可被程式解析與驗證。

26-5 人類驗收與回饋修正

無論哪種輸入，最後都要回到人類驗收：判斷結果是否符合目的、是否可交付，並把回饋寫回曼陀羅，再生成一次。

階段	人類負責	AI 負責
前置	定義目的、受眾、限制	暫不生成
生成	提供曼陀羅、素材	產出圖、文、程式或草案
修正	判斷不符之處	依條件再生成
交付	決定可用與否	輸出檔案

表 26-1 Co-work 四階段的人機分工。

1. 課堂練習：用 MD 模板寫一張 Co-work 曼陀羅。
2. 做一次『AI 生成前後對照』，標出不符並回填條件。

案例教學 設計師與 AI 協作簡報視覺，先把九宮格輸出成 MD 貼給 AI，請 AI 逐格複述理解，發現「風格」格被誤讀成扁平風，當場修正後才開始生成。先共讀、再生成，錯誤在第一步就被攔下，而不是在成品裡才發現。

溝通優化 原本的說法：「直接下指令，錯了再重新生成。」優化後：「先請 AI 複述整張曼陀羅的理解，確認無誤再生成。」Co-work 的第一步不是叫 AI 做事，是確認你們讀的是同一張圖。

第二十七章 Vibe Coding 前置結構

Vibe Coding 的真正困難不是寫句子，而是需求沒整理好就開工。先用曼陀羅把規格寫清楚。

27-1 Vibe Coding 的真正困難

用自然語言加 AI 工具快速做網頁或 App，門檻低，但需求沒整理好就會一直改、一直重做，浪費大量時間與資源。

27-2 標準創意曼陀羅作為簡易開發卡

單頁工具用標準型：中心目的、使用者、功能、UI、流程、素材、技術、驗收八格填好，就是一張簡易開發卡。

27-3 深層創意曼陀羅作為複雜開發規格

完整 App / 系統用深層型：把功能、資料、畫面、狀態、錯誤處理、技術、部署、測試各拉一條射線分層展開。

27-4 從曼陀羅到 UI Flow

把『UI』與『流程』兩格展開成逐頁的操作流程：首頁→輸入→生成→修改→輸出，這就是 UI Flow（見附錄 Q）。

27-5 從曼陀羅到功能規格

把『功能』節點展開成必要功能、進階功能、可延後功能，逐頁列出元件、輸入與輸出。

27-6 從曼陀羅到測試與驗收

把『驗收』節點展開成功能、內容、畫面、風格、風險、交付六項檢查（見附錄 S）。沒有驗收標準，就只能憑感覺說好壞。

扇區	標準版（單頁工具）	深層版（完整系統）
功能	輸入、生成、匯出	功能群 + 狀態 + 錯誤處理
UI	首頁、輸入、結果、下載	多頁面 + 元件規格
技術	單頁式、可離線	框架、資料庫、API、部署
驗收	可填、可生成、可下載	功能、內容、風險、效能測試

表 27-1 Vibe Coding 標準版與深層版對照。

常見錯誤 把『驗收』留白是 Vibe Coding 最常見的錯——沒有驗收標準，就會陷入無止境的微調。

1. 課堂練習：為一個小工具填一張標準開發卡。
2. 先把『操作流程』畫成箭頭圖，再判斷是否需要深層版。

案例教學 想做記帳小工具的上班族，開工前先填開發卡：使用者（自己）、功能（記錄與月報）、UI（單頁兩按鈕）、資料（本機儲存）、錯誤處理（空值提

示)、驗收(三筆測試資料)。AI 一次就生出能用的版本——因為規格早就想齊。

溝通優化 原本的說法：「幫我做一個記帳 App，要好用。」優化後：「單頁工具、兩個按鈕、本機儲存、空值要提示、用三筆資料驗收。」「好用」是感想，格子裡的才是規格；AI 按規格工作，不按感想工作。

第二十八章 從簡單 Prompt 到 Skill

同一張曼陀羅，可以沿五個層級往上長：單次 Prompt、結構化 Prompt、MD 模板、JSON Schema、Skill / Runtime。

把方法工具化，是讓它可重複、可分享、可自動化的關鍵。下面五個層級，從一次性指令一路長成可被系統載入的 Skill。

層級	名稱	內容	適用
Level 1	單次 Prompt	一段自然語言指令	臨時、單次任務
Level 2	結構化 Prompt	角色、任務、背景、限制、格式、輸出	品質較穩定的單次生成
Level 3	MD 模板	可重複填寫的 Markdown 結構	團隊共用、版本控制
Level 4	JSON Schema	機器可解析、可驗證的結構	自動化、資料交換
Level 5	Skill / Runtime	方法目的、輸入、解析、輸出、驗收、修正規則	Agent、可載入的能力

表 28-1 從 Prompt 到 Skill 的五個層級。

28-1 Skill 的基本構成

一個 Skill (見附錄 P) 通常包含：方法目的、輸入欄位、解析規則、輸出格式、驗收規則與錯誤修正規則。創意曼陀羅的中心、節點、條件、流程、檢核與回饋，剛好對應這六個部分——所以曼陀羅本身就是寫 Skill 的藍圖。

重點 Level 1 解決一次，Level 5 解決一類。曼陀羅讓你能沿著層級，把一張圖長成一個可重用的能力。

1. 課堂練習：把一張曼陀羅，分別寫成 Level 2 結構化 Prompt 與 Level 3 MD 模板。
2. 說明哪些任務值得做到 Level 5 Skill。

案例教學 家教老師常請 AI 出數學題，每次都重打需求。她把常用的九宮格升級：先存成 MD 模板，常改的格位變成欄位，最後包成 Skill。現在一句「出五題國二一元一次」就能觸發完整流程——一次整理，重複受益。

溝通優化 原本的說法：「每次需求都重新打一遍。」優化後：「這需求每週都用，我把它升級成模板：固定的存起來、會變的留欄位。」判斷很簡單：用一次的寫 Prompt，重複用的做模板，天天用的做 Skill。

第六部 雙層案例：從標準到深層

每個案例以同一題目示範標準版與深層版兩種處理深度

第二十九章 雙層案例導讀

同一題目，先用標準版想清楚一張，再用深層版展開一整套，最後比較兩者，學會何時該升級。

29-1 為什麼每個案例都要有標準版與深層版

每個案例都用同一題目示範兩種處理深度，讓你看見：方法沒變，只是任務深度不同。標準版建立信心，深層版處理複雜。

29-2 標準版處理第一層任務

標準版適合初學者、單一任務、快速 Brief、簡易 Prompt、基本規格——一張九宮格就能交付。

29-3 深層版處理多層任務

深層版適合進階者、複雜專案、多角色、多流程、多輸出與驗收——用扇區式雙域放射分層展開。

29-4 如何從標準版判斷是否進入深層版

判斷條件：節點超過八個、涉及流程、需要多角色、需要多輸出、需要接外部方法、需要驗收與回饋。符合越多，越該升級為深層版。

判斷條件	標準版	深層版
節點數	8 個以內	超過 8、需分層

角色	個人 / 單一	多角色、跨部門
流程	單一或無	多段流程射線
輸出與驗收	單一	多輸出、多驗收與回饋

表 29-1 標準版與深層版的升級判斷。

案例教學 讀者小組研讀案例章時，先讀每個案例的標準版並問「這樣夠嗎」，再看深層版與比較表印證判斷。三個案例之後，他們已能在看到新任務時直覺說出「這個標準版就夠」「這個要展開」——升級判斷力就是這樣練出來的。

溝通優化 原本的說法：「案例照著抄，改個主題就用。」優化後：「先看它為什麼停在標準版、為什麼升級，再借它的結構。」案例的價值不是給你答案，是給你判斷的過程。

第三十章 案例一：傳統工藝創作

從單件工藝作品（標準版）到系列作品與展覽規劃（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	設計一件能表達地方記憶的陶藝小物。
1 材料	陶土、釉藥。
2 技法	拉坯、手捏、刻紋。
3 造型	圓潤、可手握。
4 紋理色釉	土黃、窯變、保留手作痕。
5 使用情境	日常茶器。
6 流程	取土→成形→素燒→上釉→釉燒。
7 包裝	布包 + 故事卡。
8 檢核	結構牢固、釉面安全、故事可讀。

表 30-1 案例一：傳統工藝創作的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	以地方記憶為主題的陶藝系列與展覽。
第一圈 分類	茶器、花器、食器三類。
第一圈 方法	形態分析、地方田野。
第二圈 條件	各類尺寸、釉色、產量、成本。
第三圈 流程射線	設計→打樣→量產→品檢→佈展。
第三圈 展示	動線、燈光、解說、互動。
外環	結合服務藍圖規劃觀眾體驗。
檢核與回饋	作品一致性、展覽完整性、觀眾回饋。

表 30-2 案例一：傳統工藝創作的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	單件作品	系列 + 展覽
角色	創作者	創作、策展、行政
流程	製作單線	設計→量產→佈展多線

驗收	作品本身	系列一致性與展覽體驗
----	------	------------

表 30-3 案例一：傳統工藝創作標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單件作品、單一工序、自己驗收，標準版就夠；一旦出現系列一致性、展覽動線、策展與行政等新角色，就依本章路徑進入深層版。

案例教學 金工學員接單做一只婚戒，標準版九宮格六格就緒：對象、材質、尺寸、工序、預算、交期。後來新人追加一對對戒與客製包裝盒，角色多了外包廠商、流程多了打樣確認——她照本章的路徑，把訂單升級成深層版展開。

溝通優化 原本的說法：「客人說想要特別一點的戒指。」優化後：「特別＝手工鏈目紋、霧面、內圈刻字，交期三週。」工藝訂單的糾紛多半不是手藝問題，是「特別」兩個字從頭到尾沒被翻譯成條件。

第三十一章 案例二：視覺設計與海報

從單張海報（標準版）到活動視覺系統（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為社團招生設計吸引大一新生的海報。
1 受眾	大一新生。
2 主體場景	學生在攤位互動。
3 風格	明亮、青春、微動態。
4 色彩	藍綠 + 暖黃、白底。
5 文字	主標 12 字內 + 時間地點。
6 行動呼籲	掃 QR 報名。
7 輸出	A3 + IG 直式。
8 檢核	資訊完整、字可讀。

表 31-1 案例二：視覺設計與海報的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	活動整體視覺識別系統。
第一圈 分類	主視覺、海報、社群、周邊、場佈。
第一圈 方法	設計系統、品牌規範。
第二圈 條件	色票、字體系統、Logo 應用、網格。
第三圈 流程射線	概念→主視覺→延展→打樣→印製。
第三圈 輸出	印刷品、數位素材、場佈圖。
外環	品牌識別 CIS 規範。
檢核與回饋	跨媒材一致性、可讀性、製作可行性。

表 31-2 案例二：視覺設計與海報的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	單張海報	整套視覺系統
核心	畫面條件齊全	系統一致性
輸出	2 種尺寸	印刷 + 數位 + 場佈

驗收	單張可讀	全系列一致
----	------	-------

表 31-3 案例二：視覺設計與海報標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單張海報、單一尺寸、一次交付，標準版就夠；需要多種延伸物、跨平台尺寸與視覺一致性檢核時，進入深層版。

案例教學 咖啡節主辦先為主海報填標準版：主體、風格、色彩、字體、資訊、尺寸。確認後發現還要延伸出票券、布旗與社群圖——同一組視覺條件變成深層版的第一圈，往外展開成整套視覺系統，風格才不會走鐘。

溝通優化 原本的說法：「海報先做，其他配合物之後再說。」優化後：「先鎖定主視覺六格條件，所有延伸物從同一圈往外長。」視覺系統的一致性，是在結構裡先決定的，不是事後對出來的。

第三十二章 案例三：行銷企劃

從單一活動企劃（標準版）到整合行銷專案（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為新品辦一場試用活動提升報名。
1 受眾	目標客群。
2 賣點	新品特色。
3 通路	IG、FB、實體。
4 內容	貼文、短影音。
5 預算	廣告與物料。
6 時程	預熱→上線→回收。
7 CTA	報名連結。
8 成效	報名數、轉換率。

表 32-1 案例三：行銷企劃的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	跨季整合行銷專案。
第一圈 分類	品牌、產品、通路、客服、數據。
第一圈 方法	STP、漏斗、BMC。
第二圈 條件	各通路內容、預算分配、KPI。
第三圈 流程射線	策略→內容→投放→導流→回收→優化。
第三圈 角色	行銷、設計、文案、數據、客服。
外環	服務藍圖串接顧客旅程。
檢核與回饋	ROI、CPA、留存、回饋迭代。

表 32-2 案例三：行銷企劃的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	單一活動	整合專案
角色	少數	跨職能團隊
流程	單線	多通路多階段

驗收	單一 KPI	全漏斗指標
----	--------	-------

表 32-3 案例三：行銷企劃標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單一檔期、單一通路、成效好衡量，標準版就夠；跨檔期、多通路、多單位分工與多層驗收時，進入深層版。

案例教學 甜點店辦週年慶，店長先用標準版排出目的、TA、優惠、通路、預算、檔期。隔年品牌十週年要串聯三家分店、媒體投放與聯名商品，她把去年那張圖當第一圈，往外展開成整合行銷的深層版。

溝通優化 原本的說法：「這次行銷預算十萬，大家想想怎麼花。」優化後：「目的是新客成長兩成，十萬分三波投放，每波有成效指標。」預算跟著目的與指標走，討論才不會變成願望清單。

第三十三章 案例四：文案、新聞稿與聲明稿

從單則文案（標準版）到多平台溝通與危機回應（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為市集寫一則吸引年輕人的社群貼文。
1 受眾	18–30 歲。
2 賣點	手作、限定、散步。
3 語氣	親切、有畫面。
4 平台	IG / FB。
5 篇幅	約 180 字 + 3 hashtag。
6 圖像配合	主視覺 + 攤位照。
7 CTA	收藏、分享、到訪。
8 檢核	資訊正確、語氣自然。

表 33-1 案例四：文案、新聞稿與聲明稿的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	多平台整合溝通與危機回應。
第一圈 分類	社群、新聞稿、聲明稿、客服話術。
第一圈 方法	訊息屋、危機溝通 SCCT。
第二圈 條件	各平台語氣、篇幅、事實依據。
第三圈 流程射線	事件→定調→分平台撰寫→審核→發布→回應。
第三圈 責任	事實、依據、責任邊界、專業審核。
外環	法律與公關專業把關。
檢核與回饋	一致性、正確性、風險、輿情回饋。

表 33-2 案例四：文案、新聞稿與聲明稿的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	單則文案	多平台 + 危機
重點	語氣與賣點	一致性與責任
審核	自我檢查	法律 / 公關審核

驗收	單則自然	全平台一致可信
----	------	---------

表 33-3 案例四：文案、新聞稿與聲明稿標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單則文案、單一平台，標準版就夠；多平台同步、涉及危機回應與審閱流程時，進入深層版。

案例教學 出版社編輯為新書寫一則 IG 貼文，標準版六格就收工。書上市後遇到內容爭議，需要新聞稿、社群回應與作者聲明三種文本同步——她把「事實、立場、語氣、平台、審閱」展開成深層版，三份文本口徑一致。

溝通優化 原本的說法：「先各自寫，寫完再統一口徑。」優化後：「先在同一張圖上定好事實與立場，三份文本從同一格長出來。」口徑一致不是校對出來的，是同源長出來的。

第三十四章 案例五：腳本與影片分鏡

從短影音腳本（標準版）到完整影片企劃與分鏡流程（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為甜點店做 30 秒短片呈現手作溫度。
1 開場	店門招牌 2 秒。
2 食材	水果奶油特寫。
3 製作	攪拌、烘烤、裝飾。
4 成品	切面擺盤。
5 人物	店員微笑遞出。
6 聲音	溫暖配樂 + 烤箱聲。
7 字幕	手作、今日新鮮。
8 CTA	地址、營業、IG。

表 34-1 案例五：腳本與影片分鏡的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	完整品牌影片企劃。
第一圈 分類	主題、角色、場景、聲音、視覺。
第一圈 方法	三幕劇、分鏡表。
第二圈 條件	各場景鏡位、時長、調性、配樂。
第三圈 流程射線	腳本→分鏡→拍攝→剪輯→配樂→調色→輸出。
第三圈 輸出	長版、短版、直式版。
外環	行銷投放與檔期串接。
檢核與回饋	節奏、訊息、聲畫一致、成效。

表 34-2 案例五：腳本與影片分鏡的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	30 秒短片	完整影片企劃
結構	八格鏡頭	多場景分鏡
流程	規劃單線	拍攝後製多線

輸出	一支	多版本
----	----	-----

表 34-3 案例五：腳本與影片分鏡標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單支短片、鏡頭少、一人包辦，標準版就夠；多段落、多工種、需要分鏡與排程管理時，進入深層版。

案例教學 學生拍 60 秒短影音，標準版排定主題、受眾、鏡頭數、字幕、音樂、交期。畢業製作要拍 8 分鐘紀錄片時，他把「腳本、拍攝、剪輯、音效」各拆一層，加上分鏡射線與週次排程，升級成深層版才扛得住。

溝通優化 原本的說法：「影片大概拍個溫馨感人的調性。」優化後：「三顆鏡頭：特寫手部、中景對話、空景收尾，各約 20 秒，旁白用暖聲線。」影片是時間的藝術，條件要落到「第幾秒、哪顆鏡頭」才算數。

第三十五章 案例六：正式文件與論文寫作

從研究題目與提案摘要（標準版）到完整研究設計與章節架構（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為一項 AI 教學研究寫提案摘要。
1 問題	學生用 AI 但缺方法。
2 目標	建立創意流程與檢核能力。
3 對象	大一至大三。
4 方法	講座 + 工作坊 + 實作。
5 資源	講師、場地、工具。
6 預算	講師費、材料費。
7 效益	提升動機與素養。

8 風險	版權、隱私、工具。
------	-----------

表 35-1 案例六：正式文件與論文寫作的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	完整研究設計與論文章節。
第一圈 分類	研究問題、文獻、方法、資料、分析。
第一圈 方法	量化 / 質性、前後測設計。
第二圈 條件	變項、對象、工具、操作型定義。
第三圈 流程射線	問題→文獻→設計→蒐集→分析→討論→貢獻。
第三圈 輸出	章節架構、圖表、附錄。
外環	研究倫理與信效度。
檢核與回饋	嚴謹性、可重現、貢獻、口委回饋。

表 35-2 案例六：正式文件與論文寫作的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	提案摘要	完整研究
範圍	一段摘要	全論文章節

流程	構想單線	研究設計多線
驗收	題目清楚	信效度與貢獻

表 35-3 案例六：正式文件與論文寫作標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：摘要、短提案、單一驗收入，標準版就夠；完整研究設計、多章節、多階段審查時，進入深層版。

案例教學 碩士生投研討會摘要，用標準版整理問題、方法、資料、貢獻四格，一頁搞定。進入學位論文階段，每格都要長成一章、加上倫理審查與口試委員驗收，他照本章結構把摘要那張圖展開成深層版的研究設計。

溝通優化 原本的說法：「我的研究想看看使用者的想法。」優化後：「研究問題：XX 族群在 YY 情境下的決策因素；方法：半結構訪談 12 人。」研究寫作的第一關，是把「想看看」逼成一個可以被審查的句子。

第三十六章 案例七：AI 生成任務

從單張圖像 Prompt (標準版) 到多階段 AI 生成工作流 (深層版) 。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅 (第一層任務)

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為校園音樂節生成 IG 宣傳圖。
1 受眾	全校學生。
2 必要條件	日期、地點、卡司、QR。
3 風格	青春、明亮、有律動。
4 參考	Logo、歷年照、色票。
5 輸出	1080×1350 直式。
6 檢查	資訊完整、字可讀。
7 平台	IG。
8 備援	備用版面與配色。

表 36-1 案例七：AI 生成任務的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	多階段 AI 生成工作流。
第一圈 分類	文案、主視覺、延伸圖、影片、字幕。
第一圈 方法	生成卡、提示鏈、評估迭代。
第二圈 條件	各素材 prompt、尺寸、風格一致。
第三圈 流程射線	文案→主圖→延展→影片→字幕→彙整。
第三圈 輸出	整套社群素材包。
外環	品牌規範與人類驗收。
檢核與回饋	一致性、可用性、版權、回饋再生成。

表 36-2 案例七：AI 生成任務的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	單張圖	整套素材工作流
Prompt	單段	多段提示鏈
輸出	一張	素材包

驗收	單圖可用	全套一致
----	------	------

表 36-3 案例七：AI 生成任務標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單張圖、單次生成，標準版就夠；系列生成、需要風格一致性與多階段驗收時，進入深層版。

案例教學 自媒體創作者要一張封面圖，標準版九宮格轉 Prompt 一次到位。做品牌形象月曆時，十二張圖要風格一致、角色連貫，她把風格鎖進第一圈、每月主題放第二圈，升級成多階段生成工作流，逐月驗收。

溝通優化 原本的說法：「不滿意就重新生成，總會出現好的。」優化後：「先鎖住風格格與角色格，只調當月主題格，其他不動。」控制變因的生成才叫工作流；全部重來，那叫碰運氣。

第三十七章 案例八：Vibe Coding

從單頁網頁工具（標準版）到完整 App / 系統規格（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	為高中生做備審輔助單頁網頁。
1 使用者	學生、老師、家長。
2 功能	輸入、生成、匯出 PDF。
3 UI	首頁、輸入、結果、下載。
4 流程	輸入→生成→修改→匯出。
5 素材	範例、科系資料、Logo。
6 風格	清楚、親切、教育感。
7 技術	React+Vite、單頁、可離線。
8 驗收	可填、可生成、可下載。

表 37-1 案例八：Vibe Coding 的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	完整 App / 系統規格。
第一圈 分類	使用者、功能、資料、畫面、技術。
第一圈 方法	UI Flow、功能規格、JSON Schema。
第二圈 條件	各功能規格、資料欄位、狀態、錯誤處理。
第三圈 流程射線	需求→UI Flow→規格→開發→測試→部署。
第三圈 輸出	可執行系統 + 驗收表。
外環	Skill / API 與後端整合。
檢核與回饋	功能、效能、風險、使用者測試回饋。

表 37-2 案例八：Vibe Coding 的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	單頁工具	完整系統
規格	八格開發卡	多射線規格
技術	單頁、可離線	框架、資料庫、API

驗收	三項基本	功能與效能測試
----	------	---------

表 37-3 案例八：Vibe Coding 標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單頁工具、功能三個以內、自己驗收，標準版就夠；多角色、多資料流、需要分階段測試交付時，進入深層版。

案例教學 社區志工用標準版開發卡請 AI 做活動報名頁：功能、UI、資料、驗收四格，當天上線。後來要加後台管理、名額控制與通知信，角色與資料流變多，他照本章把開發卡展開成深層版規格，分三階段交付。

溝通優化 原本的說法：「再幫我加個後台，順便弄漂亮一點。」優化後：「新增後台：管理者一名、可修改名額、改動即時生效，驗收用三個測試帳號。」對 AI 提需求跟對工程師一樣：一句「順便」，後面都是重工。

第三十八章 案例九：課程設計

從一堂課（標準版）到 18 週課程（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	設計一堂讓大一生懂 AI 生成流程的課。
1 目標	理解九宮格轉 prompt。
2 學生	大一、無基礎。
3 材料	講義、案例、工具帳號。
4 步驟	導入→示範→實作→回饋。
5 練習	完成一張生成卡。
6 回饋	同儕互評。
7 評量	作品 + 反思。
8 延伸	課後自學路線。

表 38-1 案例九：課程設計的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	18 週完整課程。
第一圈 分類	概念、案例、協作、開發、專題。
第一圈 方法	ADDIE、後向設計。
第二圈 條件	各週目標、教材、作業、評量規準。
第三圈 流程射線	概念→案例→協作→開發→專題→發表。
第三圈 輸出	教學大綱、作業、評量表。
外環	系所課程地圖與能力指標。
檢核與回饋	學習成效、作品品質、課程回饋。

表 38-2 案例九：課程設計的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	一堂課	一學期
範圍	單次活動	18 週進度
評量	單一作業	多元評量

成果	課堂產出	期末專題發表
----	------	--------

表 38-3 案例九：課程設計標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：單堂課、單一目標，標準版就夠；整學期、多作業、多評量點與公開發表時，進入深層版。

案例教學 講師受邀開一場兩小時工作坊，標準版排定對象、目標、活動、教材、驗收。學校邀他開整學期課程時，他把那張圖當第一圈，往外展開週次、作業、評量與期末發表——一堂課與一門課，是同一張圖的兩種深度。

溝通優化 原本的說法：「這門課就是帶學生做中學。」優化後：「每週產出一件小作品，第 9 週互評、第 18 週公開發表，評量看目的清晰度與條件可執行度。」課程大綱的說服力在於：學生知道每週會帶走什麼。

第三十九章 案例十：團隊專案共識

從小組任務分工（標準版）到跨部門專案協作流程（深層版）。

本案例以同一題目示範兩種處理深度。A 標準版用一張九宮格把第一層的目的、條件與檢查想清楚，適合單一任務與快速交付；B 深層版以扇區式雙域放射把多角色、多流程、多輸出與驗收逐層展開；C 比較幫你判斷何時該從標準版升級到深層版。

A 標準創意曼陀羅（第一層任務）

標準版把任務收斂成中心目的與外圍節點。下表即為本案例的標準版九宮格，可直接作為 Brief、簡易 Prompt 或單一作品的依據。

格位	內容
中心目的	四人小組為商家做社群宣傳素材。
1 受眾	附近大學生與觀光客。
2 輸出物	貼文三張、限動三則、短片一支。
3 核心訊息	手作、溫暖、週末可到。
4 風格	奶茶色、木質感。
5 素材	店面照、甜點照、Logo。
6 限制	不誇大、標價格時間。
7 分工	文案、視覺、影片、整合。
8 交付	週五前交齊。

表 39-1 案例十：團隊專案共識的標準版九宮格。

B 深層創意曼陀羅（多層展開）

當任務變複雜，標準版的某些節點會各自長出條件、流程與檢核。下表以扇區與流程射線，把本案例展開成可分工、可排程、可驗收的深層結構。

扇區 / 射線	深層展開內容
中心	跨部門整合行銷專案。
第一圈 分類	策略、內容、設計、技術、數據。
第一圈 方法	RACI、Scrum、看板。
第二圈 條件	各組目標、交付物、依賴關係。
第三圈 流程射線	啟動→分工→製作→整合→驗收→上線。
第三圈 角色	PM、設計、文案、工程、數據。
外環	版本管理與共識追蹤。
檢核與回饋	里程碑、品質、風險、回顧會議。

表 39-2 案例十：團隊專案共識的深層版扇區展開。

C 標準版與深層版比較

面向	標準版	深層版
任務	小組分工	跨部門協作
角色	4 人	多部門
流程	分工交付	多階段里程碑

驗收	作品交齊	專案結案與回顧
----	------	---------

表 39-3 案例十：團隊專案共識標準版與深層版比較。

實作提示 升級判斷：小組任務、單線分工，標準版就夠；跨部門、多決策者、需要版本與共識追蹤時，進入深層版。

案例教學 三人小組分工，一張標準版寫清楚角色、任務、截止日就開工。到了跨部門年度專案，多了決策者、版本與共識紀錄的需求，組長把小組那張圖升級成深層版，每次會議後更新版本欄——誰決定、誰執行、改了什麼，都有跡可循。

溝通優化 原本的說法：「大家都同意了吧？那就這樣。」優化後：「今天決議修改 A 格，決策人是主管，v3 記下原因，下次會議驗收。」共識不是當下的點頭，是留下來、可回查的那一行字。

第七部 教學、評量、研究與課程 設計

18 週課程、學生作業、教師回饋、S-T-A-C-H-V 檢查與研究應用

第四十章 教學使用方法

教師評量的不是『有沒有填滿』，而是『目的是否清楚、節點是否必要、條件是否具體、能否落地』。

40-1 課堂導入方式

先用一個學生自己的卡關任務導入，讓他在課堂上完成第一張標準曼陀羅，建立『想清楚比填滿更有用』的體會。

40-2 標準型教學

標準型教學聚焦六個核心詞與八格上限：先寫中心目的，再依任務挑節點，把感覺詞翻成條件。

40-3 深層型教學

深層型教學從『拆層』切入：當學生的九宮格放不下時，引導他把某格獨立成扇區，再介紹雙域與圈層。

40-4 非 AI 應用教學

用工藝、設計、行銷、文案、文件等非 AI 任務練習，讓學生理解這是通用思考結構，不是 AI 專屬。

40-5 AI 與 Vibe Coding 教學

最後才接 AI：把曼陀羅轉成 prompt、開發卡，並強調人類驗收。先有結構，再有生成。

評量面向	教師該問	不該只看
目的	是否寫出對象、任務與結果	有沒有寫題目
節點	是否必要、不重疊	有沒有填滿八格
條件	是否具體可檢查	用詞漂不漂亮
落地	能否轉成作品、prompt、規格	版面整不整齊

表 40-1 教師評量曼陀羅的面向。

實作提示 評分配比偏向『目的清晰度』與『條件可執行性』，而非版面與字數。

1. 課堂練習：設計一份曼陀羅評分表。
2. 挑一份學生作業，依四面向給具體回饋。

案例教學 高中老師第一次把創意曼陀羅帶進課堂，先讓學生填「班遊規劃」九宮格。評分時她不看格子滿不滿，只問四件事：目的清楚嗎？節點必要嗎？條件具體嗎？做得出來嗎？兩週後，學生的企劃第一次不用她逐句改。

溝通優化 原本的說法：「這份作業寫得不錯，繼續加油。」優化後：「目的清楚、節點必要，但『預算』格的條件不具體，下一步把金額寫出來。」對準格子的回饋，學生才知道要改哪裡。

第四十一章 18 週大學課程設計

一學期、每週 3 小時、共 54 小時：從概念到案例、協作、開發，最後專題發表。

41-1 課程定位

本課程定位為設計 / 創意產業相關科系的方法課，亦適合通識與跨域選修。先標準、後深層，先非 AI、後 AI。

41-2 學習目標

- ・能用標準創意曼陀羅整理單一任務。
- ・能用深層創意曼陀羅展開複雜專案。
- ・能把曼陀羅轉成 Brief、Prompt、開發卡與驗收表。
- ・能以 S-T-A-C-H-V 檢查並修正作品。

41-3 週次安排

週次	主題	產出
1	課程導入與曼陀羅定位	困難診斷表
2	曼陀羅（九宮格）與標準型	發想轉標準各一張
3	目的、節點、條件	三個中心目的句
4	認知負荷與節點上限	複雜任務拆層
5	分類、流程與混合模式	三型各一例

6	專業條件與感覺轉譯	形容詞轉條件表
7	深層型與扇區式雙域圖	一張深層曼陀羅
8	世界方法轉譯	以一種方法畫射線
9	AI Prompt 前置結構	一張生成卡
10	Co-work 與 Vibe Coding	開發卡 v1
11	非 AI 案例：工藝 / 視覺	標準 + 深層各一
12	非 AI 案例：行銷 / 文案	標準 + 深層各一
13	AI 案例與多階段工作流	AI 生成工作流
14	UI Flow 與功能規格	UI Flow 與 wireframe
15	期末專案一	專案曼陀羅 v2
16	期末專案二	原型與測試紀錄
17	人類驗收與修正	S-T-A-C-H-V 驗收表
18	期末發表與反思	作品、簡報、反思

表 41-1 18 週課程進度 (每週 3 小時，共 54 小時) 。

41-4 作業設計

作業採累進式：個人標準曼陀羅 → 深層曼陀羅 → 雙層案例 → 期末專案。每次作業都要附 S-T-A-C-H-V 自檢。

41-5 評量方式

評量結合：平時作業 (標準與深層曼陀羅)、雙層案例、期末專案與發表、反思報告。重點在目的清晰與可執行。

41-6 期末成果與公開發表

期末以小組專案整合文、圖、影、聲、文件或程式，公開發表並接受同儕與教師回饋，完成一次完整的人類驗收。

實作提示 時間不足可壓成 9 週，但務必保留『深層型（第 7 週）』與『人類驗收（第 17 週）』。

案例教學 大學教師依 18 週架構開課：前 6 週打基礎，中段跑案例與協作，後段接 AI 與專題。期中他發現學生的深層型跟不上，使用架構裡的彈性把第 9 週改為工作坊補強——課程本身，也是一張可以修正的曼陀羅。

溝通優化 原本的說法：「課程進度就照大綱走。」優化後：「第 9 週是檢查點：深層型未達標就啟動補強週，後段順延壓縮。」把調整條件寫進課綱，改課就不是失控，而是設計的一部分。

第四十二章 S-T-A-C-H-V 六方可讀檢查

一張好的曼陀羅，要能同時被自我、團隊、AI、程式、人類驗收與驗證六種對象讀懂。



圖 42-1 S-T-A-C-H-V 驗證六面向

42-1 Self 自我

自己隔天再看，是否仍能理解任務？這是最基本的一關。

42-2 Team 團隊

不同成員看同一張圖，能否說出相同目標？共識來自寫下來的結構。

42-3 AI

是否能轉成 prompt，讓生成式 AI 產出接近需求的結果？

42-4 Coding

是否能轉成 UI、功能、資料、技術與測試規格，讓開發工具接得住？

42-5 Human Review

人是否能依品質、風險與交付標準確認結果？機器生成，人負責判斷。

42-6 Validation

結果是否可測試、可回饋、可修正與再迭代？創意曼陀羅強調的第六方，讓方法形成閉環。

代號	讀者	通過標準
S	自我	隔天再看仍能理解。
T	團隊	成員能說出相同目標。
A	AI	可生成接近需求的結果。
C	Coding	可轉成可開發規格。
H	人類驗收	有明確品質、風險與交付標準。
V	驗證	可測試、可回饋、可迭代。

表 42-1 S-T-A-C-H-V 檢查表。

1. 課堂練習：用 S-T-A-C-H-V 檢查自己的一張曼陀羅，找出最弱的一方並補強。

案例教學 專案經理交付前用六方檢查跑一遍：自己讀得懂、組員接得住、AI 能照做、格式轉得成、主管能驗收、成果可驗證。第四關卡住了——「風格」格只有形容詞，轉 JSON 時沒有值可填。他回頭補條件，一次過六關。

溝通優化 原本的說法：「我自己看沒問題，就交出去了。」優化後：「六種讀者輪流檢查：這張圖 AI 讀得懂嗎？驗收的人有標準可對嗎？」可讀性不是一種，是六種——寫的人只是第一關。

第四十三章 學生作業與教師回饋

好的回饋對準目的、節點、條件、落地，並給可執行的下一步；不好的回饋只說好看或不好看。

43-1 標準創意曼陀羅作業

要求學生完成中心目的與 1-8 節點，並把至少三個感覺詞轉成條件。

43-2 深層創意曼陀羅作業

要求把一個複雜任務畫成扇區式雙域圖，標出分類域與流程域、可停留與可延伸節點。

43-3 雙層案例作業

同一題目交標準版與深層版，並寫一段比較，說明何時該升級。

43-4 教師回饋方式

每句回饋以『請補上...』或『請把...改成...』開頭，逼出可執行建議。

43-5 學生修正紀錄

要求學生附 v1→v2 的修正紀錄，標明改了哪格、為什麼改——這本身就是學習證據。

格位	無效回饋	有效回饋
----	------	------

中心目的	太簡單。	補上對象與期待結果。
風格	再加強。	把『質感』拆成色彩、字體、留白。
輸出	格式不清。	指定尺寸與用途。

表 43-1 無效回饋與有效回饋對照。

1. 課堂練習：把一句無效回饋改寫成有效回饋。

案例教學 學生交來的九宮格被退回，老師的附語不是「重做」，而是三行：目的與節點對不上（節點「音樂」與海報目的無關）、「色彩」格缺具體值、下一步先刪一格再補色碼。學生十分鐘改完，第二版直接通過——因為回饋指到格子。

溝通優化 原本的說法：「整體感覺再加強一下。」優化後：「第三格的條件無法檢查，請改成數值或範例；其餘格通過。」逐格回饋讓修正有地址，學生改的是結構，不是心情。

第四十四章 研究應用與評量設計

創意曼陀羅可作為研究對象：方法建構、教學實證、AI 協作、團隊共識與 Vibe Coding 前置。

44-1 研究問題設計

例如：創意曼陀羅是否提升學生作品的目的清晰度？是否降低 AI prompt 反覆修改次數？

44-2 前後測設計

以使用前後的作品、prompt 版本數、團隊理解一致性作為前後測指標。

44-3 作品評分規準

以目的清晰、條件可執行、流程可讀、可驗收四面向建立評分規準 (rubric) 。

44-4 AI 生成品質比較

比較『有用曼陀羅』與『沒用曼陀羅』兩組的 AI 生成品質與修改次數。

44-5 團隊共識與任務清晰度評估

以小組成員對同一任務目標的描述一致性，評估共識程度。

研究方向	研究問題	資料來源
設計教育	是否提升目的清晰度？	作業、評分、訪談

AI 協作	是否降低 prompt 重改？	prompt 版本、生成結果
團隊共識	是否改善理解一致性？	會議紀錄、共識評量
Vibe Coding	是否降低開發重工？	開發卡、版本、測試

表 44-1 四個研究方向與資料來源。

1. 課堂練習：為一個研究方向，寫出研究問題、前後測指標與資料來源。

溝通優化 原本的說法：「我覺得這方法很有用，大家都說好。」優化後：「前後測 24 人，任務清晰度平均提升的分數與評分規準四項都在表裡。」研究語言，就是把「我覺得」換成「資料顯示」。

第八部 操作深化、補充單元與領域條件字典

把方法落實到操作細節、工作坊、題庫與各領域條件字典

第四十五章 方法操作深化：從空白格到可用結構

空白格不可怕，可怕的是不知道從哪裡開始。給自己七個方向當鷹架，再用四個檢查點收尾。

空白格不可怕，可怕的是不知道從哪裡開始。建議先寫中心目的，再用「受眾、輸出、素材、風格、流程、限制、驗收」七個方向嘗試找節點。若某一格寫不出來，代表資料不足，不代表方法失敗。

這七個方向，可以當成一組『萬用提問』。面對任何空白的九宮格，依序問自己：要給誰（受眾）？要交什麼（輸出）？手上有什麼料（素材）？要什麼調性（風格）？步驟怎麼走（流程）？有什麼不能做（限制）？怎樣算完成（驗收）？七個問題問完，八格大致就有了雛形。圖 45-1 為從空白到可用的七個起手方向。

受眾	輸出	素材	風格	流程	限制	驗收
給誰	交什麼	有什麼料	什麼調性	怎麼走	不能做什麼	怎樣算完成

圖 45-1 方向與節點對應圖

找出節點後，用下面四個檢查點收尾。這張『檢查點—問題—修正方式』表，是全書最常用的自我檢查工具，後面許多篇章都會回到它。

檢查點	問題	修正方式
目的	中心格是否只是題目？	補上對象、任務與期待結果。
節點	是否重複或硬填？	合併相似格，必要時少於八格。
條件	是否只有形容詞？	補上可描述、可執行、可檢查的資訊。
落地	是否能轉成作品、prompt、 brief 或測試？	補上輸出格式與驗收標準。

表 45-1 四個核心檢查點與修正方式（全書通用）。

重點 這張四點檢查表，請記熟。從第二十二篇起，許多章節都會以它作為『自我檢查』的共同基準。

課堂練習

1. 請選一張自己的九宮格，依本篇四個檢查點逐一檢查並修正。
2. 請找出最弱的一格，說明它卡在『目的、節點、條件、落地』哪一類問題。

練習解析 練習解析：大多數『寫不出來的格子』，問題不在創意，而在資料不足。與其硬湊，不如標記『待補：缺 XX 資料』，先把已知的格子寫好，回頭再補。這比強迫填滿更接近專業做法。

案例教學 社員面對空白九宮格發呆十分鐘。幹部給他鷹架：先從七個方向各問自己一句——為誰？產出什麼？有什麼限制？填完草稿，再用四點檢查收尾：目

的一句話、節點不重疊、條件可檢查、輸出可落地。空白格怕的，是有備而來的人。

溝通優化 原本的說法：「我不知道要寫什麼。」優化後：「我先用七個方向各寫一句草稿，再用四點檢查刪修。」把「想不出來」換成「先有草稿再修」，空白就只是流程的第一站。

第四十六章 五個跨領域延伸示範

同一套方法，可以延伸到品牌設計、產品包裝、展覽策劃、教案設計與地方創生。差異不在九宮格形式，而在每個領域需要的條件不同。

同一套方法可以延伸到品牌設計、產品包裝、展覽策劃、教案設計與地方創生。差異不在九宮格形式，而在每個領域需要的條件不同。換句話說，九宮格是同一個『容器』，但不同領域要裝進去的『內容物』各有專業。

延伸領域	中心目的示例	關鍵節點（依領域調整）
品牌設計	為一家新創咖啡品牌建立識別系統。	品牌個性、受眾、主色、字體、logo、應用、語氣、一致性。
產品包裝	為地方農產設計能上架的包裝。	材質、結構、印刷、法規標示、賣點、陳列、成本、永續。
展覽策劃	策一檔回應在地記憶的小型展覽。	主題、敘事動線、作品、空間、燈光、解說、互動、觀眾感受。
教案設計	設計一堂專題討論課。	學習目標、學生、活動、教材、時間、提問、評量、延伸。
地方創生	為老街設計一波體驗活動。	在地資源、利害關係人、體驗內容、動線、行銷、預算、永續、成效。

表 46-1 五個跨領域延伸的中心目的與關鍵節點。

觀察這五個領域，你會發現一個規律：越接近『商品與法規』的領域（如包裝），節點越偏向材質、成本、法規；越接近『體驗與感受』的領域（如展覽、

地方創生)，節點越偏向動線、敘事、觀眾感受。學會依領域調整節點，正是進階使用者的功力。

通用自我檢查 完成任一領域的九宮格後，請以第二十一篇的四點檢查表（目的、節點、條件、落地）做自我檢查。

課堂練習

1. 請選一個你熟悉的領域，套用本方法做一張延伸九宮格。
2. 請說明你的領域有哪三個『別的領域沒有』的特殊節點。

練習解析 練習解析：每個領域都有它的『專業節點』——包裝有法規標示、展覽有敘事動線、地方創生有利害關係人。找出這些專屬節點，代表你真正理解了該領域，而不只是套版面。

案例教學 讀完五個延伸示範後，一位地方創生工作者發現：品牌、包裝、展覽、教案的九宮格長得都像，差別只在各領域的專業節點——她的領域要加「在地資源」與「社區關係」兩格。方法不變，換上領域的條件就能開工。

溝通優化 原本的說法：「我的領域很特殊，這方法應該不適用。」優化後：「結構通用，我補上本領域的兩個專業節點就能用。」跨領域的關鍵不是換方法，是找出你那一行的專業格。

第四十七章 常見誤解與修正

四個最常見的誤解：以為一定要八格、以為格子越多越專業、以為 AI 能補足一切、以為聊天就能形成共識。

常見誤解包含：以為一定要八格、以為格子越多越專業、以為 AI 可以補足所有資料、以為團隊會議只要聊天就能形成共識。修正方式是回到目的、條件與驗收。

常見誤解	為什麼是錯的	修正方式
一定要填滿八格。	八格是上限不是作業量，硬填會製造重複。	需要幾格用幾格，必要時拆第二層。
格子越多越專業。	資訊過載反而看不出重點。	控制第一層數量，細節往下層展開。
AI 可以補足所有資料。	AI 只能依你給的條件生成，給得模糊就猜。	人先把目的、素材、限制整理清楚。
團隊聊一聊就有共識。	口頭點頭散會就忘，各記各的版本。	把共識寫成文字、分工與驗收標準。
九宮格 = AI 工具。	它在非 AI 的設計、工藝、教學一樣有用。	把它當思考習慣，而非單一軟體。

表 47-1 五個常見誤解與其修正方式。

通用自我檢查 修正任何誤解的萬用心法：回到第二十一篇的四點檢查——目的、節點、條件、落地。多數誤解，都是其中某一點沒做好。

課堂練習

1. 請回想自己曾犯過哪一個誤解，並說明後果。
2. 請用本篇的修正方式，重做一張過去『填得很滿卻不好用』的九宮格。

練習解析 練習解析：把舊的『填滿型』九宮格拿出來，先刪掉重複與不必要的格子，再把剩下的形容詞改成條件。多數人會發現，刪到剩五、六格反而更清楚、更好用。

案例教學 學員把八格全填滿才敢交，其中三格明顯硬湊。助教請他做一次「刪格練習」：每格問「刪掉會怎樣」，答不出影響的就刪。最後剩五格，反而每格都有用——格子的數量從來不是評分項目，必要性才是。

溝通優化 原本的說法：「格子填越滿越認真。」優化後：「每格都能回答『刪掉會怎樣』，答不出來就刪。」把「填滿」的成就感，換成「每格必要」的判斷力。

第四十八章 它是否能取代傳統方法？

不能取代。它的角色是『前端整理與共識橋梁』，幫傳統方法把需求收斂好，而不是取代它們的專業。

創意曼陀羅九宮格圖不能取代設計基本功、研究方法、完整分鏡表、專業法律審閱、程式測試或專案管理。它的角色是前端整理與共識橋梁。把它定位清楚，才不會誤用——它讓你『開始得更清楚』，但作品的專業深度，仍要靠各領域的真功夫。

傳統方法 / 專業	九宮格能幫的	九宮格不能取代的
設計基本功	快速收斂需求與條件。	構圖、色彩、字體的實作功力。
研究方法	釐清問題與資料需求。	嚴謹的文獻、方法與分析。
完整分鏡表	先排出鏡頭與順序的雛形。	專業運鏡、剪輯與後製。
法律審閱	提醒風險與責任邊界。	正式的法律判斷與責任。
程式測試	列出驗收項目。	真正的單元測試與除錯。

表 48-1 九宮格能幫與不能取代的界線。

重點 一句話定位：創意曼陀羅九宮格圖是『前菜』不是『主廚』——它讓專業上桌得更順，但端不出整桌菜。

通用自我檢查 用第二十一篇的四點檢查確認你的九宮格是否做好了『前端整理』這份本分：目的、節點、條件、落地。

課堂練習

1. 請舉一個你的領域中，九宮格『幫得上』與『幫不上』的具體例子。
2. 請說明你會在工作流程的哪一個階段使用九宮格。

練習解析 練習解析：多數人會把九宮格放在『接到任務之後、正式動手之前』這個階段——用它把模糊需求收斂成條件，再交給各自的專業工具。這正是它最適合的位置。

案例教學 設計公司導入創意曼陀羅後，有人擔心它要取代原本的設計流程。主管示範定位：接案先用九宮格收斂需求與共識，收斂完成後照常走原本的設計方法。三個月後大家發現：被取代的不是方法，是開工前那段互相猜測的時間。

溝通優化 原本的說法：「新方法來了，舊方法要丟掉嗎？」優化後：「九宮格負責前端收斂，收斂完交棒給原本的專業方法。」講清楚交棒點，新舊方法就是隊友，不是對手。

第四十九章 團隊回饋、版本修正與共識追蹤

團隊專案需要版本。每次開會後，九宮格都要標示日期、版本、修改原因、負責人與下一步，才能避免重複討論與責任不清。

團隊專案需要版本。每次開會後，九宮格都應標示日期、版本、修改原因、負責人與下一步。這樣才能避免重複討論與責任不清。沒有版本管理的團隊，常常會在同一個問題上來回討論三次，因為沒有人記得上次的結論。

名詞 版本管理 (Version Control)

為每一次修改留下紀錄：什麼時候、改了什麼、為什麼改、誰負責。讓團隊隨時知道『現在用的是哪一版、為何是這一版』。

版本欄位	記什麼	範例
日期 / 版本	這版的時間與編號。	2026-06-23 v2
修改原因	為什麼從上一版改過來。	業主希望風格更年輕。
主要變更	這版改了哪幾格。	風格、色彩、核心訊息。
負責人	誰提出、誰執行。	提出：業主；執行：B。
下一步	接下來要做什麼、何時追蹤。	B 於週四提交新版視覺。

表 49-1 九宮格版本紀錄的五個欄位。

實作提示 把版本紀錄附在九宮格旁邊，像 git commit 一樣。三個月後回頭看，你會慶幸自己有記。

通用自我檢查 每次更新版本後，用第二十一篇四點檢查表確認新版仍然『目的清楚、節點必要、條件具體、可以落地』。

課堂練習

1. 請為一張小組九宮格建立版本紀錄表，並填入兩個版本。
2. 請說明 v1 到 v2 之間，哪一格改變最大、為什麼。

練習解析 練習解析：版本之間變化最大的格子，通常反映了團隊或業主『真正在意的點』。把這些變化記下來，下一次提案就能更快命中需求。

案例教學 跨部門專案吵了三次同一件事，因為沒人記得上次改了什麼。PM 開始在九宮格旁加版本欄：日期、改了哪格、原因、決策人、下一步。第四次會議只花二十分鐘——歷史都在圖上，不用靠記憶吵架。

溝通優化 原本的說法：「上次好像不是這樣說的吧？」優化後：「v2 到 v3 改了預算格，原因與決策人都記在版本欄。」把記憶放進版本，會議就從考古變成推進。

第五十章 從曼陀羅到專案規格書、Brief 與 AI Prompt

同一張九宮格，可以同時長出三種文件：對人的 Brief、對 AI 的 Prompt、對團隊與業主的規格書。內容相通，語氣與格式不同。

九宮格是前端結構，Brief 是對人說明的規格，Prompt 是對 AI 說明的指令。三者內容可以互相轉換，但語氣與格式不同。理解這一點，你就能用一張九宮格，應付對人、對 AI、對文件三種不同的溝通場合。

輸出	對象	語氣與格式	重點
Brief	設計師、團隊成員	清楚、口語、可討論。	講背景與目的，留專業判斷空間。
AI Prompt	生成式 AI	結構化、條件明確、可執行。	把條件、格式、限制寫到位，減少猜測。
專案規格書	業主、決策者、跨部門	正式、完整、有附件。	完整列出範圍、規格、責任與驗收。

表 50-1 九宮格轉成三種輸出的對象、語氣與重點。

舉例：同樣是『風格』這一格，寫給設計師的 Brief 可能是『走年輕明亮路線，細節你發揮』；寫給 AI 的 Prompt 則要具體成『明亮配色、藍綠主色、白底、微動態』；寫進規格書則要加上『輸出 A3 與 IG 兩種尺寸』的明確規範。內容同源，但表達各異。

通用自我檢查 三種文件寫完後，都回到第二十一篇四點檢查表確認：目的、節點、條件、落地是否齊備。

課堂練習

1. 請把同一張九宮格，寫成 Brief、Prompt 與規格書三種版本。
2. 請比較三者『風格』這一格的寫法差異。

練習解析 練習解析：同一格寫給人、寫給 AI、寫進規格書，差別在『留多少判斷空間』。給人可以留白讓他發揮；給 AI 與規格書則要寫到不需要猜。掌握這個分寸，就掌握了專業溝通。

案例教學 工作室接到品牌案，同一張九宮格長出三份文件：給業主的規格書（正式、含驗收）、給設計師的 Brief（重點、含參考）、給 AI 的 Prompt（條件、含格式）。三份文件內容同源，改一格就同步三處，沒有版本打架。

溝通優化 原本的說法：「規格書、Brief 跟 Prompt 各寫各的。」優化後：「三份文件都從同一張圖長出來，格子是唯一的事實來源。」對人換語氣、對 AI 換格式，但內容永遠同一份。

第五十一章 從曼陀羅到 UI Flow、Wireframe 與開發指令

Vibe Coding 不能只靠靈感。九宮格要先轉成 UI Flow，再轉成 wireframe 描述，最後才轉成 coding prompt——每一階段都要人來檢查。

Vibe Coding 不能只靠靈感。九宮格要先轉成 UI Flow，再轉成 wireframe 描述，最後才轉成 coding prompt。人類需要在每個階段檢查。這是一條『逐步具體化』的路：從想法、到流程、到畫面、到程式，每跨一步就更接近可執行。

轉換階段	內容	檢查問題
九宮格	目的、使用者、功能、UI、素材、技術、驗收。	資訊是否完整？
UI Flow	使用者從進入到完成的步驟。	流程是否走得通？
Wireframe 描述	每個頁面的區塊、按鈕、表單、輸出。	畫面是否缺頁？
Coding Prompt	請 coding 工具依規格建立專案。	工具是否知道要做什么？
Human Review	功能測試、內容測試、風險測試。	人類是否確認可交付？

表 51-1 從九宮格到可交付程式的五個轉換階段。

Wireframe 描述示範 (以輸入頁為例)

· 頁首：標題『填寫你的資料』+ 進度指示 (第 2 步，共 4 步) 。

- 主區：表單欄位——姓名、就讀學校、目標科系（下拉選單）、自我描述（多行文字框）。
- 操作：『上一步』與『生成草稿』兩顆按鈕，主要按鈕為『生成草稿』。
- 輸出：按下後進入生成頁，顯示載入狀態。

把九宮格的『UI』與『流程』兩格，展開成上面這種逐頁、逐區塊的文字描述，就是 wireframe 描述。它不需要會畫圖，用文字把每頁有哪些區塊、按鈕、輸入與輸出寫清楚即可——這份描述，正是 coding prompt 最需要的素材。

常見錯誤 最常見的錯，是跳過 UI Flow 與 wireframe，直接叫 AI 『做一個網頁』。少了中間兩步，AI 只能亂猜畫面，於是你得花更多時間來回修正。

通用自我檢查 五個階段每跨一步，都用第二十一篇四點檢查表確認資訊完整、可以落地。

課堂練習

1. 請把一個你想做的小工具，從九宮格依序轉成 UI Flow 與一頁 wireframe 描述。
2. 請指出在哪一個階段，你最需要『人類檢查』。

練習解析 練習解析：最需要人類檢查的，通常是『UI Flow』這一步——流程一旦走不通，後面畫面與程式都會跟著錯。把流程確認到走得通，再往下做，能省下最多重工。

案例教學 想做預約系統的美髮師，先把九宮格轉成 UI Flow：首頁→選服務→選時段→確認，四頁各自對應功能格；再把每頁寫成 wireframe 描述，最後轉成開發指令交給 AI。生出來的頁面，第一次就對得上她腦中的動線。

溝通優化 原本的說法：「做一個預約網站，流程順一點。」優化後：「四頁流程：首頁、選服務、選時段、確認頁，每頁的元件與狀態列在表裡。」「順」是走完流程的結果，不是需求本身——需求是那四頁。

第五十二章 中心目的寫作工作坊

中心目的公式：為誰 + 做什麼 + 解決什麼問題 + 期待產生什麼結果。把這四塊湊齊，一句話就站得住。

中心目的公式：為誰 + 做什麼 + 解決什麼問題 + 期待產生什麼結果。很多人寫中心目的時，只寫了『做什麼』（例如『做一張海報』），漏掉了對象、問題與結果，難怪後面的節點都填不準。

只寫題目（不佳）	補成中心目的（良好）
做一張社團海報。	為大一新生設計一張社團招生海報，解決他們不知道有哪些社團的問題，期待提升報名人數。
寫一篇貼文。	為 18-30 歲族群寫一篇市集貼文，解決『週末不知去哪』的問題，期待吸引他們週末到訪。
做一個網頁。	為高中職學生做一個備審輔助網頁，解決他們不會整理資料的問題，期待產出可用的自傳草稿。

表 52-1 從『題目』改寫成『中心目的』的對照。

實作提示 檢查中心目的的訣竅：把它念出來，問自己『有沒有對象？有沒有要解決的問題？有沒有期待的結果？』三者缺一，就再補。

課堂練習

1. 請用公式寫出三句中心目的（不同任務）。
2. 請挑一句，標出『為誰、做什麼、解決什麼、期待什麼』四個成分。

案例教學 工作坊裡，學員的中心目的從「推廣環保」開始，講師連問四題：為誰？做什麼？解決什麼？期待什麼結果？五分鐘後變成「為社區家庭辦二手玩具交換日，減少玩具浪費，目標交換 200 件」。一句話站得住，八格就有主心骨。

溝通優化 原本的說法：「我們的目的是推廣環保。」優化後：「為社區家庭辦玩具交換日，目標交換 200 件。」檢驗方法：念出來後問自己「做到什麼算完成」——答得出來，才是目的。

第五十三章 節點命名與分類規則

節點名稱要短、清楚、功能不重疊。最常見的毛病，是把『主角、人物、角色』拆成三格——其實是同一件事。

節點名稱要短、清楚、不同功能。避免把主角、人物、角色拆成三格。好的命名能讓你和團隊、AI 一眼看懂每格負責什麼。

命名原則	不佳示例	良好示例
短而清楚	關於這個作品的整體視覺風格走向	風格
功能不重疊	主角 / 人物 / 角色（三格重複）	主角（一格涵蓋）
可被檢查	感覺要對	語氣：親切、不官方
用領域慣用詞	字的東西	文字 / 標題

表 53-1 節點命名的四個原則與示例。

常見錯誤 如果兩格的內容你寫著寫著開始重複，那就是分類重疊的訊號——合併它們，或重新界定各自的功能。

課堂練習

1. 請檢查一張自己的九宮格，找出是否有功能重疊的節點並合併。
2. 請把一個冗長的節點名稱，改成三個字以內的清楚名稱。

案例教學 學員的九宮格裡有「主角」「人物」「角色」三格，內容幾乎一樣。

助教帶他做命名檢查：名稱要短、指的東西不重疊、功能不同才分格。合併成一格「角色」後，多出的兩格讓給了原本沒地方放的「場景」與「限制」。

溝通優化 原本的說法：「這幾格好像有點像，先都留著。」優化後：「兩格內容重疊超過一半就合併，名稱用最短的那個。」節點是分工，不是同義詞練習。

第五十四章 條件填寫細節與資料來源

條件從四個地方來：任務本身、專業領域、使用情境與實際限制。順著這四個來源問，就能把形容詞逼成具體條件。

條件來源包含任務本身、專業領域、使用情境與實際限制。當你某一格寫不出具體條件時，就依序從這四個來源去找答案。

條件來源	它回答什麼	範例（以『海報』為例）
任務本身	這個任務天生需要什麼。	要有主標、日期、地點、報名方式。
專業領域	這個領域的慣例與規格。	印刷出血、CMYK、字級層級。
使用情境	在哪裡、給誰、怎麼看到。	張貼於佈告欄，三公尺外要看得主標。
實際限制	有什麼不能做或必須做。	預算有限、只能單面印、需含學校 Logo。

表 54-1 條件的四個來源與範例。

實作提示 『使用情境』最常被忽略，卻最影響成敗。同一張海報，貼在佈告欄和放在 IG，需要的字級與構圖完全不同。

課堂練習

1. 請挑一張九宮格中最弱的一格，用四個來源各補一條具體條件。
2. 請說明『使用情境』如何改變了你的條件。

案例教學 填「風格」格卡住的學員，順著四個來源問自己：任務本身（招生海報）、專業領域（要定主色與字體）、使用情境（貼在佈告欄要遠看清楚）、實際限制（只能用免費字體）。四問之後，那格從空白變成四行具體條件。

溝通優化 原本的說法：「條件想到什麼寫什麼。」優化後：「照四個來源各問一輪：任務、專業、情境、限制。」條件不是靈感，是問出來的——來源問齊了，格子自然就滿。

第五十五章 流程安排與先後順序

流程可以用三種記法：S1 / S2 / S3、輸入 / 處理 / 輸出，或直接用箭頭。

重點是讓先後一目了然。

流程可用 S1、S2、S3，或輸入、處理、輸出，也可用箭頭表示。挑一種你和團隊都看得懂的記法，固定使用即可。

記法	適合場合	範例
S1 / S2 / S3	步驟明確、需編號追蹤。	S1 收集資料 → S2 撰寫初稿 → S3 校稿。
輸入 / 處理 / 輸出	系統或資料流。	輸入表單 → AI 生成 → 輸出 PDF。
箭頭流程	快速溝通、白板討論。	發想 → 收斂 → 製作 → 驗收。

表 55-1 三種流程記法與適用場合。

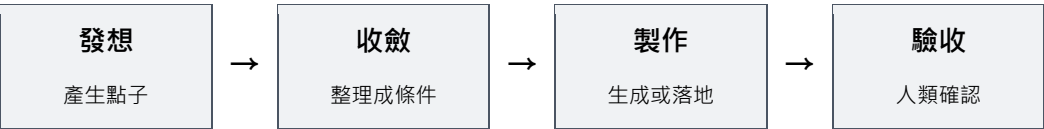


圖 55-1 通用創作四階段流程

課堂練習

- 1. 請用任一種記法，把一個任務寫成清楚的流程。
- 2. 請找出流程中哪一步若順序錯了，會造成最大問題。

案例教學 辦講座的行政人員把待辦寫成一團，改用 S1 / S2 / S3 記法重排：S1 場地與講師確認、S2 宣傳與報名、S3 當天執行、S4 回饋整理。貼到群組後，同事第一次不用問「所以現在做到哪」——順序本身就是溝通。

溝通優化 原本的說法：「這些事都要做，大家看著辦。」優化後：「S1 先鎖場地，S2 才開報名——因為報名頁要放地點。」流程要講的不只是先後，還有「為什麼是這個先後」。

第五十六章 案例的共同比較與轉換

同一個中心目的，可以依輸出物轉成圖像、文案、影片、文件或互動工具。學會轉換，一個點子就能變五種成果。

同一中心目的可以依輸出物轉成圖像、文案、影片、文件或互動工具。差別在於：換了輸出，最該強調的節點也跟著換。

輸出物	最該強調的節點	成果樣態
圖像 / 海報	主體、色彩、文字、構圖。	一張主視覺。
文案 / 貼文	受眾、語氣、賣點、CTA。	一段社群文字。
影片	鏡頭、時間、配樂、字幕。	一支短片。
正式文件	格式、事實、責任、附件。	一份提案或報告。
互動工具	功能、UI、流程、驗收。	一個網頁或 App。

表 56-1 同一目的轉成五種輸出時的強調重點。

實作提示 做一次『一目的、五輸出』的練習，是體會本方法威力的最好方式——你會看到結構不變，只是強調的節點在換。

課堂練習

1. 請選一個中心目的，分別轉成圖像、文案與影片三種輸出。
2. 請說明三者最大的差異在哪幾格。

案例教學 文創品牌拿同一個中心目的「讓年輕人認識藍染」做轉換練習：轉成圖像（體驗照）、文案（IG 系列貼文）、影片（60 秒工序縮時）、文件（體驗課企劃書）、互動（線上配色小遊戲）。一張圖，五種輸出，條件各自換裝。

溝通優化 原本的說法：「這個點子好，可是只做了一張海報。」優化後：「同一個目的，我列出五種輸出物，先做成本最低的兩種。」點子的價值不在多，在同一個目的能長出幾種成果。

第五十七章 AI Prompt 轉換完整示範

把九宮格轉成 prompt，要保留六個核心：中心目的、必要條件、風格、素材、限制與輸出格式。本篇做一次完整示範。

九宮格轉 prompt 時，要保留中心目的、必要條件、風格、素材、限制與輸出格式。下面以『校園活動 IG 宣傳圖』為例，示範從九宮格到生成卡、再到 prompt 的完整三步。

第一步：九宮格（摘要）

- ・中心目的：為校園音樂節生成一張 IG 宣傳圖。
- ・受眾：全校學生；風格：青春、明亮、有律動。
- ・必要條件：日期、地點、卡司、報名 QR Code。
- ・輸出：IG 直式 1080×1350，繁體中文。

第二步：生成卡（六欄）

欄位	內容
任務目的	為校園音樂節生成 IG 宣傳圖。
必要條件	日期 6/15、地點大禮堂、卡司三組、報名 QR Code。
風格條件	青春、明亮、有律動感，避免過度商業。
參考資料	學校 Logo、歷年活動照、主視覺色票。
輸出格式	1080×1350 直式、繁體中文、含主標。
檢查標準	資訊完整、字可讀、風格符合學生族群。

表 57-1 由九宮格整理出的生成卡。

第三步：組成 Prompt

最終 Prompt 請生成一張校園音樂節的 IG 宣傳圖，直式 1080×1350，繁體中文。風格青春、明亮、有律動感，避免過度商業。畫面需保留主標與資訊區，包含：日期 6/15、地點大禮堂、三組卡司名稱、報名 QR Code 位置。配色明亮、資訊層級清楚、字體可讀，適合學生族群在手機上瀏覽。

這個示範說明：prompt 不是憑空生出來的，而是『九宮格 → 生成卡 → prompt』一步步長出來的。每一句 prompt，都能在九宮格裡找到對應的格子。

課堂練習

1. 請挑一張自己的九宮格，依三步驟轉成一則完整 prompt。
2. 請把『檢查標準』那一欄，實際拿去檢查 AI 的產出。

案例教學 學員照示範把九宮格轉 Prompt：先抄中心目的當第一句，再依序帶入必要條件、風格、素材、限制，最後指定輸出格式。貼給 AI 前，他逐項對照六個核心都在——生成結果第一次不用「重新來過」。

溝通優化 原本的說法：「Prompt 越長越詳細越好。」優化後：「六個核心各一段：目的、條件、風格、素材、限制、輸出格式，沒用的字刪掉。」Prompt 的品質看結構完不完整，不看字數。

第五十八章 中心目的範例題庫

一組可直接取用的中心目的範例，涵蓋視覺、影片、文案、文件、聲音與 Vibe Coding 六大類，當作練習或教學的起手題。

以下提供視覺、影片、文案、文件、聲音、Vibe Coding 的中心目的示例。每一句都依『為誰 + 做什麼 + 解決什麼 + 期待什麼』的公式寫成，可直接拿來練習或改寫。

類型	中心目的範例
視覺設計	為社區長者設計一張防詐騙海報，解決資訊看不懂的問題，期待提高警覺。
影片規劃	為手作工作室拍一支 30 秒短片，解決顧客不了解製程的問題，期待提升信任與到店。
文案生成	為獨立書店寫一篇選書貼文，解決讀者不知道讀什麼的問題，期待帶動到店翻書。
正式文件	為系學會寫一份社團經費申請，解決經費來源不明的問題，期待獲得核准。
聲音多媒體	為展覽設計一段語音導覽，解決觀眾看不懂作品的問題，期待加深理解與停留。
Vibe Coding	為小農做一個訂單登記網頁，解決手寫易出錯的問題，期待減少漏單。

表 58-1 六大類中心目的範例題庫。

課堂練習

- 1. 請從題庫挑一題，展開成完整的八節點九宮格。
- 2. 請仿照公式，自己新增兩題到題庫中。

案例教學 備課的講師沒時間自己想題目，直接從題庫各類抽一題當課堂練習：視覺類給設計組、文案類給行銷組、Vibe Coding 類給資訊組。同一堂課三組同時開工——題庫已經幫他把「起手式」的門檻降到零。

溝通優化 原本的說法：「大家自己想一個題目來練習。」優化後：「從題庫六大類挑一題，或改寫題庫的句型換上你的主題。」好的題庫不是給答案，是給一個站得住的起點句型。

第五十九章 視覺設計條件字典

把『視覺好看』拆成八個可填、可檢查的條目：主體、構圖、色彩、字體、層級、材質、比例、輸出尺寸。

本字典收錄視覺設計最常用的八個條件條目：主體、構圖、色彩、字體、層級、材質、比例、輸出尺寸。填九宮格的視覺類節點時，可直接對照取用。

條目	定義	常見選項 / 範例
主體	畫面最主要的對象。	人物、產品、文字標語、場景。
構圖	元素在畫面中的安排。	置中、三分法、對角線、滿版、留白。
色彩	主色與輔色的搭配。	主色一至二種 + 輔色；冷 / 暖；高 / 低彩度。
字體	字型與字重的選擇。	黑體 / 明體；粗體標題 + 細體內文。
層級	資訊的主次與閱讀順序。	主標 > 副標 > 內文 > 註解。
材質	表面質感的呈現。	紙紋、霧面、金屬、漸層、噪點。
比例	畫面長寬比。	1:1、4:5、16:9、A 系列紙張。
輸出尺寸	實際輸出的規格。	A3 印刷 CMYK；IG 1080×1350。

表 59-1 視覺設計條件字典。

實作提示 填色彩與字體時，數量越克制越專業：主色不超過三種、字體不超過兩種，畫面就乾淨。

案例教學 「想要日系乾淨風」的網店老闆，照字典八條目逐項填：主體（商品置中）、構圖（大量留白）、色彩（白底加淺木色）、字體（細黑體一種）、層級（價格最小）、材質（棉麻質感）、比例（1:1）、輸出（IG 與官網兩種尺寸）。「日系」第一次有了規格。

溝通優化 原本的說法：「就是那種日系、乾淨、有質感的。」優化後：「白底、淺木色、細黑體一種、留白過半、1:1 輸出。」風格詞是入口，字典條目才是出口——八格填完，任何人做出來都是同一種日系。

第六十章 影片規劃條件字典

影片的語言：鏡號、景別、時間、動作、字幕、旁白、音效、轉場、素材。看懂這九個詞，就能寫分鏡。

本字典收錄影片規劃的九個條件條目：鏡號、景別、時間、動作、字幕、旁白、音效、轉場、素材。它們也是分鏡表的標準欄位。

條目	定義	常見選項 / 範例
鏡號	鏡頭的編號。	S1、S2、S3.....
景別	攝影機與主體的距離。	遠景、全景、中景、近景、特寫。
時間	這顆鏡頭的長度。	2 秒、5 秒、8 秒。
動作	畫面中發生什麼。	攪拌、走入、轉身、遞出。
字幕	畫面上的文字。	主標、說明、口白字幕。
旁白	畫外的敘述聲音。	穩定、親切、清楚。
音效	環境或強調聲。	腳步聲、烤箱聲、提示音。
轉場	鏡頭之間的銜接。	硬切、淡入淡出、疊化、滑動。
素材	需要準備的內容。	實拍、圖庫、配樂、Logo。

表 60-1 影片規劃條件字典。

實作提示 新手最容易漏『時間』與『音效』。每顆鏡頭都標秒數、每段都想聲音，剪輯時節奏才不會散。

案例教學 第一次寫分鏡的學生照字典九詞造句：鏡 1、特寫、3 秒、手沖咖啡注水、字幕「清晨五點」、環境音；鏡 2、中景、5 秒、店主微笑抬頭。寫完六顆鏡頭，攝影同學看完直接開拍，中間沒有一次「你是說哪種感覺？」

溝通優化 原本的說法：「開頭想要有點氛圍感。」優化後：「鏡 1 特寫注水 3 秒、收環境音、字幕標時間。」氛圍是觀眾看完的感受；分鏡表上只能有鏡號、景別、秒數與聲音。

第六十一章 文案生成條件字典

文案的八個旋鈕：受眾、平台、語氣、賣點、篇幅、CTA、標題、關鍵字。轉對旋鈕，文字就準。

本字典收錄文案生成的八個條件條目：受眾、平台、語氣、賣點、篇幅、CTA、標題、關鍵字。它們決定了一段文字寫給誰、放哪裡、怎麼說。

條目	定義	常見選項 / 範例
受眾	這段文字寫給誰看。	年齡、興趣、生活情境。
平台	文字發布的場域。	IG、FB、官網、電子報、新聞稿。
語氣	文字的口吻。	親切、專業、幽默、正式。
賣點	最想讓人記住的點。	限定、手作、優惠、獨家。
篇幅	文字的長度。	短（50字）、中（180字）、長（500字）。
CTA	希望讀者採取的行動。	收藏、分享、報名、私訊、到店。
標題	抓住注意力的第一句。	提問式、數字式、情境式。
關鍵字	利於搜尋或標記的詞。	主題標籤、產品名、地點。

表 61-1 文案生成條件字典。

實作提示 先定『受眾』與『平台』，其餘六個旋鈕才有依據。同一賣點，對學生與對家長要用完全不同的語氣。

案例教學 賣手工皂的小編寫貼文老是自嗨。她照八個旋鈕逐一設定：受眾（敏感肌新手媽媽）、平台（FB 社團）、語氣（過來人分享）、賣點（無香精）、篇幅（150 字）、CTA（留言索取試用）、標題（提問式）、關鍵字（敏感肌）。當週互動翻了一倍。

溝通優化 原本的說法：「幫我寫一篇會爆的文案。」優化後：「受眾是敏感肌媽媽、FB 社團、過來人語氣、150 字、結尾留言索取試用。」「會爆」交給結果，旋鈕才是你能控制的部分。

第六十二章 文件格式條件字典

正式文件的骨架：主旨、說明、辦法、附件、事實、責任邊界、審閱流程。骨架對了，內容才站得住。

本字典收錄正式文件的七個條件條目：主旨、說明、辦法、附件、事實、責任邊界、審閱流程。它們是公文、提案與報告的共同骨架。

條目	定義	填寫提醒
主旨	一句話講清楚文件目的。	越短越好，讓人秒懂要做什麼。
說明	背景、緣由與現況。	交代清楚『為什麼要做』。
辦法	具體做法與步驟。	可條列、可附時程。
附件	支持文件的證據。	明細表、報價、參考資料。
事實	可查證的客觀資訊。	數據、日期、來源要正確。
責任邊界	誰負責、誰核定。	避免責任不清或越權。
審閱流程	誰看過、誰核准。	標明承辦、審核、核定層級。

表 62-1 文件格式條件字典。

常見錯誤 正式文件最忌『事實有誤』與『責任不清』。送出前，務必核對數據與來源，並確認核定層級無誤。

案例教學 行政新人第一次擬正式通知，照字典排骨架：主旨一句、說明三點、辦法兩條、附件一份，再補上事實依據與責任邊界，送出前先跑一次審閱流程。主管只改了兩個字——骨架對了，內容就不會被整段退回。

溝通優化 原本的說法：「就是通知大家那件事，隨便寫寫。」優化後：「主旨一句講清楚誰要在何時做什麼，說明與辦法分開列。」正式文件的禮貌，是讓讀的人三十秒抓到重點。

第六十三章 聲音與多媒體條件字典

聲音的八個條目：情緒、聲線、語速、樂器、音效、長度、段落、混音比例。它們決定一段聲音的感受與層次。

本字典收錄聲音與多媒體的八個條件條目：情緒、聲線、語速、樂器、音效、長度、段落、混音比例。配音樂、做旁白、設計音效時可直接對照。

條目	定義	常見選項 / 範例
情緒	整體想傳達的感受。	溫暖、希望、緊張、歡樂。
聲線	旁白或配音的音色。	沉穩、親切、活潑、磁性。
語速	說話或節拍的快慢。	慢、中、快；每分鐘字數。
樂器	音樂的主要樂器。	鋼琴、弦樂、吉他、電子。
音效	強調或環境聲。	翻書聲、腳步聲、提示音。
長度	聲音段落的時長。	15 秒、30 秒、60 秒。
段落	情緒的起承轉合。	安靜開場、明亮中段、收束結尾。
混音比例	各聲部的相對音量。	旁白為主，音樂與音效為襯。

表 63-1 聲音與多媒體條件字典。

實作提示 黃金守則：配樂與音效永遠不能蓋過旁白。混音比例這一格，請務必明確標出『誰是主、誰是襯』。

案例教學 做 Podcast 片頭的學生原本只說得出「要有記憶點」。照字典八條目填完：情緒（清爽期待）、聲線（中性偏亮）、語速（中快）、樂器（木吉他加拍手）、音效（開場水滴聲）、長度（8 秒）、段落（進—主—收）、混音（人聲永遠在前）。混音師一次交付。

溝通優化 原本的說法：「音樂幫我配個有感覺的。」優化後：「木吉他底、8 秒、人聲在前、結尾水滴聲收。」聲音看不見，所以更需要條件——耳朵的感受，要用條目翻譯給做的人。

第六十四章 團隊協作條件字典

讓團隊不卡的七個條目：角色、責任、版本、決策者、截止日、交付物、共識紀錄。寫清楚，就少吵架。

本字典收錄團隊協作的七個條件條目：角色、責任、版本、決策者、截止日、交付物、共識紀錄。它們把『一起做』變成『誰做什麼、何時交什麼』。

條目	定義	填寫提醒
角色	每個人在團隊的位置。	主持、記錄、設計、文案、技術、審核。
責任	每個角色負責的事。	具體到『誰交什麼』。
版本	目前用的是第幾版。	每次修改都更新版本號。
決策者	最後拍板的人。	避免無人定案或人人都改。
截止日	各項任務的期限。	標到日期，不只寫『盡快』。
交付物	要交出的具體成果。	檔案格式、數量、命名規則。
共識紀錄	會議達成的決議。	寫下來，避免散會就忘。

表 64-1 團隊協作條件字典。

常見錯誤 『決策者』沒定，是團隊空轉的頭號原因。一定要明確指定誰能拍板，否則每個版本都會被無限修改。

案例教學 系學會被「誰該做」拖垮過一次後，改用七條目開工：每項任務寫上角色、責任、版本、決策者、截止日、交付物，會後共識記錄在圖旁。期末檢討時他們發現：這學期沒有一件事是「以為別人會做」。

溝通優化 原本的說法：「這件事大家一起弄。」優化後：「主辦 A、協辦 B、決策交會長、週五交初版。」「一起」是氣氛，七條目才是分工；氣氛不會交付，條目會。

第六十五章 Vibe Coding 條件字典

開發前要想齊的九個條目：使用者、功能、UI、資料、狀態、錯誤處理、技術、部署、測試。漏一個，後面就要重做。

本字典收錄 Vibe Coding 的九個條件條目：使用者、功能、UI、資料、狀態、錯誤處理、技術、部署、測試。它們是把需求交給 AI 開發工具前，最該想齊的面向。

條目	定義	填寫提醒
使用者	誰會用這個系統。	主要使用者、管理者、審核者。
功能	系統要能做什麼。	分必要、進階、可延後。
UI	需要哪些畫面。	逐頁列出名稱與用途。
資料	要處理哪些資料。	輸入、儲存、輸出的欄位。
狀態	畫面的不同情況。	載入中、成功、空資料、未登入。
錯誤處理	出錯時怎麼辦。	錯誤提示、重試、防呆。
技術	用什麼做。	框架、資料庫、API、限制。
部署	做好後放哪裡。	本機展示、雲端、靜態網站。
測試	怎樣算可交付。	功能、內容、版面、風險逐項檢查。

表 65-1 Vibe Coding 條件字典。

實作提示 新手最常漏『狀態』與『錯誤處理』。把『資料還沒填、網路斷線、生成失敗』這些情況先想到，做出來的工具才耐用。

案例教學 第一次 Vibe Coding 的社工想做個案紀錄小工具，照字典九條目逐項填，填到「錯誤處理」與「狀態」才發現自己沒想過「沒網路怎麼辦」「儲存中要顯示什麼」。開工前補齊這兩格，成品沒有再回頭重做。

溝通優化 原本的說法：「功能就記錄跟查詢，其他都還好。」優化後：「離線要能暫存、儲存中顯示進度、失敗要提示重試。」「其他都還好」的意思通常是「其他都還沒想」——九條目就是幫你想的清單。

第六十六章 學生自學路線與複習問題

自學三步：先學方法、再做案例、最後做整合。時間有限時，有一條濃縮路線可走。

自學者可以依照「先學方法、再做案例、最後做整合」的順序。若時間有限，可以先完成導論、第一至第七篇、第十篇、第十二篇與附錄 A、B、G、J。若要完整學習，建議搭配 18 週課程進行。

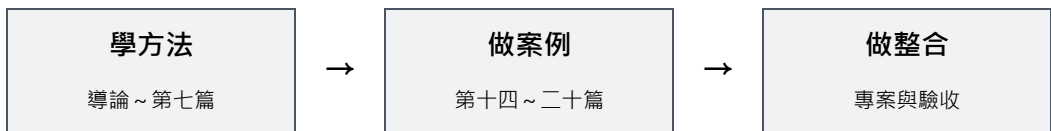


圖 66-1 自學階段圖

複習問題

學完一個段落後，用以下七個問題自我檢測。能順暢回答，代表你真的學會了；卡住的地方，就是要回去複習的章節。

1. 我是否能用一句話寫出中心目的？
2. 我是否知道外圍每一格為什麼存在？
3. 我是否能把感覺轉成條件？
4. 我的團隊是否看得懂同一張九宮格？
5. AI 是否能依照我的條件生成？
6. coding 工具是否能依照我的開發卡執行？

7. 最後是否有人類驗收與責任確認？

對應觀念 這七題其實就是 S-T-A-C-H 模型的展開：前三題檢查『自我』，第四題檢查『團隊』，第五題檢查『AI』，第六題檢查『Coding』，第七題檢查『人類驗收』。

案例教學 自學者只有兩週準備提案，走濃縮路線：第一天讀方法（第一、二部），三天做一個自己的案例並跑四點檢查，最後把成果轉成 Brief 與 Prompt 各一份。提案當天，他帶的不是筆記，是一張已經能用的九宮格。

溝通優化 原本的說法：「先全部讀完再開始練。」優化後：「先學一章、立刻用自己的任務練一格，邊做邊讀。」自學的訣竅不是讀得完整，是每一章都留下一格你自己的東西。

第九部 數位工具、生成卡與創作 實作

工具、範例與教材三合一：CreativeMandala 數位工具的操作與課堂用法

第六十七章 CreativeMandala 數位工具實作指南

一個檔案就是一套工具：編輯、範例與教材三合一。本章說明

CreativeMandala 數位工具的操作方式、輸出格式與課堂用法。

67-1 工具定位與整體架構

CreativeMandala 是一個單一 HTML 檔案的數位工具，開啟即用、可離線操作，整合三大分頁：「工具」提供標準與深層創意曼陀羅的即時編輯與預覽；「範例」收錄十一組從九宮格規劃到 AI 輸出成果的實錄圖組；「閱讀」內建完整教學版電子書，適合搜尋、閱讀、列印與課堂使用。工具的資料結構與本書第七章的核心語言一一對應：中心目的、節點、條件、分類、流程、生成 / 落地、檢查與回饋。

Applied Canvas

標準 深層

標準創意曼陀羅實作工具

選擇任務類型，填入中心目的與八個節點。右方曼陀羅可即時預覽，點選圖面即可放大瀏覽，並可輸出 Markdown、JSON 與 PNG 圖檔。

任務類型

專案名稱

載入範例

清空

行銷企劃

例如：地方品牌宣傳海報

中心目的

用一句話說明這次創作真正要完成的結果

節點 1

市場問題

條件、資料、限制或操作重點

節點 2

目標受眾

條件、資料、限制或操作重點

市場問題

尚未填寫

目標受眾

尚未填寫

洞察

尚未填寫

價值主張

尚未填寫

中心目的

尚未填寫中心目的

訊息策略

尚未填寫

圖 67-1 CreativeMandala 數位工具介面與操作示意

67-2 標準模式操作流程

於工具分頁選擇「標準」模式後，依序完成：第一，填寫中心目的，建議依第五十二章「中心目的寫作工作坊」的句式，一句話寫清楚「為誰、做什麼、達到什麼標準」；第二，填寫至多八個節點，每個節點含名稱與內容條件；第三，右側九宮格即時預覽會同步更新，尚未填寫的格子顯示提示文字，對應第八章的留白原則——不必硬性填滿。可使用「載入範例」快速帶入示範資料觀察結構，或以「清空」重新開始。

67-3 深層模式操作流程

切換至「深層」模式後，節點上限由八個放寬至十二個，且每個節點除名稱與內容外，增加「擴展」與「執行」兩個欄位，對應第十四章深層創意曼陀羅的圈層結構：內容是第一層節點本體，擴展是第二層子項展開，執行是最外層的落地與驗收事項。以「+ 增加節點」逐一新增，工具會自動維持放射狀排版。

67-4 兩種深層圖式切換

深層模式提供「延展同心圓」與「扇區式雙域」兩種圖式切換，完整對應第十五章的兩種深層圖式：延展同心圓適合閱讀「由內而外」的層級展開；扇區式雙域適合同時呈現左側分類域與右側流程域。切換圖式不會改變資料，只改變閱讀視角——這正是第十五章「圖形可以改變，但資料層級不可混亂」原則的工具實作。

67-5 六種輸出方式

工具提供多種輸出管道，對應本書不同章節的落地需求：「複製」將結構化文字送入剪貼簿，便於貼進任何對話或文件；「下載 Markdown」輸出附錄 I / J 格式的 MD 檔，是第二十六章 Co-work 模式的標準輸入；「下載 JSON」輸出附錄 K / L 格式的 Schema 檔，適合程式化處理與 Vibe Coding（第二十七章）；「下載曼陀羅圖檔」輸出九宮格圖片，是 Co-work 的圖片輸入格式；「列印 / 輸出 PDF」可將目前畫面轉為紙本或 PDF；「曼陀羅放大瀏覽」提供課堂投影用的放大檢視。



圖 67-2 CreativeMandala 數位工具介面與操作示意

67-6 範例分頁：十一組實錄

範例分頁「創意曼陀羅九宮格圖範例實錄」收錄十一組實際案例，每組以「九宮格規劃」與「AI 輸出成果」（或影片預覽格）並列呈現，點圖可放大。完整圖組與逐案解說收錄於附錄 V；各案例的一頁式快速索引見附錄 W 至 AE。

67-7 閱讀分頁：完整教材隨行

閱讀分頁內建本書完整內容的電子書版本，含目錄側欄、章節錨點與表格排版，可直接於瀏覽器內搜尋全文，亦可由「列印 / 輸出 PDF」產出紙本。對教學現場而言，這代表工具、範例與教材三者在同一個檔案內，學生無需在各個檔案之間切換。

67-8 課堂使用建議

建議的課堂節奏：先以閱讀分頁講解方法（第一部與第二部），再以工具分頁的「載入範例」示範一次完整結構，接著讓學生以標準模式完成自己的九宮格，並以「下載 Markdown」繳交作業——教師可依第四十三章的回饋格式批改；進階課程再開放深層模式與兩種圖式，銜接第三部與第六部的雙層案例。

課堂練習

1. 請以 CreativeMandala V16.8 完成一張標準創意曼陀羅，中心目的取自第五十八章題庫；完成後分別輸出 Markdown 與 JSON，觀察兩種格式如何承載同一份結構。

2. 將 Markdown 版貼給生成式 AI，比較「有結構輸入」與「一句話輸入」的產出品質差異。

第六十八章 創意生成卡：保存、交換與重複使用視覺條件

創意生成卡，是把一張完成的創意曼陀羅九宮格轉化為可被保存、交換、重複上傳與持續套用的視覺條件卡。使用者只需同時上傳「生成卡」與「想要轉換的目標圖片」，便可讓生成式人工智慧依照卡片中的風格、色彩、材質、人物處理、構圖、背景與輸出規範完成創作。

生成卡不是單純的參考圖片，也不是一次性的提示詞。它是將保留條件、轉換條件、限制條件與驗收標準整合在同一張九宮格中的可視化規格，可成為個人、團隊與課程持續累積的創作資產。

核心價值	說明
可保存	把抽象風格與製作條件保存為可閱讀、可再次上傳的九宮格。
可交換	不同創作者可以交換生成卡，而不必交換完整作品。
可重複	同一卡片可以套用於不同人物、角色、產品與場景。
可檢查	依九個格位逐項驗收主體保留、風格轉換與輸出結果。

表 68-1 創意生成卡的四項核心價值。

68-1 生成卡的定義與九宮格結構

中心格定義本次轉換的核心目標，外圍八格分別控制主體、構圖、背景、人物或細節、風格語彙、色彩、質感氛圍與輸出規範。這九個位置將「哪些內容不能變」與「哪些內容需要被轉化」分開，使 AI 不必自行猜測。

格位	節點	主要功能
----	----	------

1	主體保留	保留人物、物件與核心視覺焦點。
2	構圖延續	延續比例、姿勢、視角、景別與前後層次。
3	背景保留	保留建築、自然景物、室內陳設與環境配置。
4	人物 / 細節轉化	控制五官、髮絲、服裝、材質與細節的轉繪程度。
5	核心目標	定義整體轉換後的主要風格與成果方向。
6	風格語彙	規定藝術語彙、媒材、筆觸與審美特徵。
7	色彩設定	控制主色、明度、飽和度與色彩關係。
8	質感氛圍	控制紙張肌理、暈染、光線、空靈感與情緒。
9	輸出規範	規定解析度、比例、文字、浮水印與畸形限制。

表 68-2 創意生成卡九宮格標準結構。

68-2 生成卡雙圖輸入法

第一張圖片指定為「生成卡」，第二張圖片指定為「目標圖」。生成卡負責控制轉換規則；目標圖負責提供人物、物件、姿勢、構圖、背景與畫面比例。兩者分工越清楚，越能降低 AI 任意換人、改姿勢、刪除背景或過度美化的風險。

步驟	操作	檢查重點
1	建立生成卡	中心目的明確，八格條件不互相衝突。
2	上傳生成卡	明確指定第一張圖是規格，而不是要被重畫的主體。
3	上傳目標圖	確認人物、物件、構圖與背景的保留優先級。
4	說明保留 / 轉換關係	列出不可更換與可以風格化的項目。
5	生成成果	先檢查主體與構圖，再檢查風格與細節。
6	版本修正	只修正偏離的格位，避免整張圖重新漂移。

表 68-3 創意生成卡雙圖輸入流程。

標準輸入指令：將第一張上傳的創意曼陀羅九宮格作為生成卡與風格規格，將第二張上傳圖片作為人物、物件、姿勢、構圖與背景參考。在保留第二張圖片主要

內容與畫面比例的基礎上，依照生成卡所定義的風格、人物處理、色彩、材質、氛圍與輸出規範完成轉換；不得任意更換主體、姿勢與主要景物配置。

68-3 範例：新中式工筆畫生成卡

下圖以「將上傳照片整張轉化為新中式工筆畫風格」為中心目標。外圍八格依序控制主體保留、構圖延續、背景保留、人物轉化、風格語彙、色彩設定、質感氛圍與輸出規範。保存這張卡後，便可搭配不同人物或場景照片，重複調用相同的視覺條件。

1. 主體保留 保留上傳照片中的主要人物、物件與核心視覺焦點，不任意更換主體。	2. 構圖延續 延續原照片的畫面比例、人物姿勢、視角、景別與前後層次。	3. 背景保留 保留原照片中的建築、自然景物、室內陳設與環境配置。
4. 人物轉化 五官保留辨識度，但膚色以淡彩平塗與柔和暈染呈現；頭髮改為概括線描與墨色層次，避免照片級寫實。	5. 核心目標 將上傳照片整張轉化為新中式工筆畫風格	6. 風格語彙 融合細膩工筆線描、東方古典美學、寫意淡彩與水墨韻味。
7. 色彩設定 採米杏、灰墨、淡褐、柔粉與低飽和色彩，人物膚色與髮色柔和、概括、不過度立體。	8. 質感氛圍 加入宣紙肌理、淡彩渲染、水墨暈染與雅致空靈的古典氛圍。	9. 輸出規範 高解析度、比例自然、層次清晰；無文字、無浮水印、無畸形、無塑膠感與過度寫實質感。

圖 68-1 新中式工筆畫創意生成卡範例。

68-4 交換風格與重複使用

生成卡把「主體」與「風格條件」分離。只要卡片仍然存在，就能重新組合人物、角色、物件、場景與風格，並建立可比較、可修正、可延續的系列創作。

模式	作法	適合成果
----	----	------

同卡換圖	生成卡不變，更換人物、產品或場景圖片。	同一品牌或系列中的多個主體。
同圖換卡	目標圖不變，更換不同生成卡。	同一角色的多風格提案與比較。
卡片混合	角色卡控制人物，場景卡或色彩卡控制環境。	跨世界觀、節慶版與情境版角色。
互換生成卡	創作者或學生彼此交換風格卡。	課堂共創、團隊風格實驗與跨組合作。

表 68-4 創意生成卡的四種重複使用模式。

交換的是可以執行的創作規則，而不是對方已完成的作品。這能讓學生或團隊直接比較：哪些格位真正控制了辨識度、哪些條件過於抽象，以及同一套規格在不同主體上是否仍能維持一致。

68-5 插畫與角色創作的應用方向

在插畫與角色設計中，生成卡可用於維持角色辨識、建立系列風格、交換創作條件與管理不同版本。角色不再只有單張圖，而能形成一套可調用、可更新與可追蹤的視覺資產。

應用	生成卡控制重點	可能成果
同一角色多風格	五官與體態固定，改變媒材、筆觸與色彩。	工筆、水彩、漫畫、版畫、復古海報等版本。
多角色同風格	共用色彩、線條、材質、背景與輸出條件。	角色家族、團隊人物、品牌 IP 系列。
角色卡 + 場景卡	角色卡控制人物；場景卡控制時間、地點、光線與世界觀。	同一角色進入不同城市、季節與故事場景。
角色版本庫	保留角色核心特徵，建立日常、節慶、教學與宣傳卡。	可管理的角色版本與長期內容資產。

表 68-5 生成卡在插畫與角色創作中的應用。

角色卡宜固定臉型與五官比例、髮型輪廓、身形與年齡感、代表服裝、核心配件、主要表情與不可改變的辨識特徵；風格卡則控制線條、上色、材質、明暗、背景處理與完成度。

68-6 教學活動：生成卡交換與風格再創作

課堂中可讓每位學生先完成自己的生成卡，再交換給其他同學使用。透過「同圖換卡」與「同卡換圖」兩輪實作，學生可以比較條件結構對成果的影響，並練習說明主要差異來自哪一個格位。

階段	學生任務	教師觀察
A 建卡	選定風格，完成中心目的與八格條件。	條件是否具體、可執行且沒有矛盾。
B 交換	不改卡片內容，交換給另一位學生。	卡片是否能被他人正確理解。
C 生成	使用相同目標圖套用不同卡片。	主體保留與風格轉換是否平衡。
D 比較	排列成果，標示差異來自哪個格位。	能否以條件而非只用好不好看評論。
E 修卡	根據偏差修改一至兩格，再次生成。	是否能精準修正而非全面重寫。

表 68-6 生成卡交換教學活動流程。

反思問題：哪一格最能決定作品的辨識度？哪些條件太抽象，導致 AI 自由發揮？相同生成卡在不同主體上是否仍能維持一致？哪些內容屬於角色本身，哪些內容其實只是風格？

68-7 品質檢查、版本管理與使用界線

生成卡仍需人工判斷。它不能保證不同平台、模型或版本產生完全相同的結果，也不能取代專業創作者對解剖、構圖、文化語彙、媒材、著作權與使用情境的判斷。它的功能是讓條件可見、可討論、可重複與可修正。

檢查面向	檢查問題
主體保留	人物、物件與核心焦點是否仍可辨識？
構圖延續	姿勢、視角、比例、景別與前後層次是否偏移？
背景完整	原有場景與環境配置是否被任意刪除或替換？
風格一致	線條、色彩、材質與氛圍是否共同指向中心目標？
細節自然	五官、手指、服裝、道具與邊緣是否出現畸形？
輸出合規	解析度、比例、文字、浮水印與多餘元素是否符合規範？
版本可追蹤	生成卡名稱、日期、修改格位與成果版本是否被記錄？

表 68-7 創意生成卡成果檢查表。

建議命名方式：主題 _ 風格 _ 生成卡版本 _ 日期，例如「角色 Wii _ 新中式工筆 _ Card-v1.2 _ 20260713」。每次修正只記錄變動的格位與原因，便能逐步建立個人、團隊或課程的生成卡資料庫。

本章使創意曼陀羅由「前置思考與溝通工具」延伸為「可重複執行的創作規格系統」。只要生成卡存在，風格條件便能被保存、交換與再次調用；最終成果仍須由人類依目的、專業標準與情境需求進行選擇與驗收。

第六十九章 流行音樂歌曲創作：從意境、歌詞到歌曲製作

流行歌曲並不是把歌詞、旋律與樂器任意拼接，而是由中心意境統整文字、聲音、表演與動態發展的完整創作。當創作者只有「想做一首悲傷的歌」這類模糊需求時，作詞、作曲、編曲、歌手與生成式人工智慧往往會各自解讀，造成情緒、敘事、旋律與製作方向彼此分離。

本章延伸第六十三章「聲音與多媒體條件字典」，以三張標準創意曼陀羅九宮格建立歌曲創作的三層前置結構：先以整合創作九宮格確定歌曲總體定位，再分別進入歌詞創作九宮格與配樂 / 歌曲製作九宮格深化，最後轉換為作詞、作曲、編曲、演唱與 AI 音樂生成可共同使用的創作規格。

69-1 歌曲創作中的常見斷層

常見情況	產生的問題	創意曼陀羅的處理方式
只有一句情緒或題目	缺少人物、場景、觀點 與可發展的故事	把意境拆為歌詞內容、 意象、曲風與動態條件
歌詞與曲風各自發展	文字語氣、速度與旋律 情緒不一致	以中心意境作為八個節 點的共同判準
只列參考歌名	容易變成模仿，無法指 出真正需求	標示每首作品只參考哪 一個面向

直接交給 AI 生成	結果完整但缺少個人意圖與可修正依據	先完成九宮格，再轉為分層生成指令
團隊使用不同語言	作詞、作曲、編曲與演唱溝通成本高	以同一張總綱建立共用 Brief 與確認閘門

表 69-1 流行歌曲創作的常見斷層與結構化方式。

69-2 三層歌曲創作架構

三張九宮格不是三份互不相關的表格，而是由總體到局部、再回到完整作品的分層結構。整合創作九宮格回答「要創作一首什麼樣的歌曲」；歌詞九宮格回答「這首歌要唱什麼」；配樂與歌曲製作九宮格回答「這首歌要如何被聽見」。

層次	中心任務	主要用途	主要輸出
第一層：整合創作	中心意境主題	確定歌曲定位與總體規格	歌曲 Brief、創作方向與確認閘門
第二層 A：歌詞深化	歌詞創作	深化故事、情緒、意象與語言	歌名、段落大綱、副歌金句與完整歌詞
第二層 B：聲音深化	配樂與歌曲製作	深化旋律、和聲、節奏、音色與人聲	作曲 / 編曲規格、演唱設定與製作指令

第三層：生成與 驗收	完成歌曲	試聽、比較、修 正與定稿	可發布、可演唱 或可再製的歌曲 成果
---------------	------	-----------------	--------------------------

表 69-2 三層歌曲創作架構與輸出。

69-3 流行歌曲整合創作九宮格

整合創作九宮格是歌曲創作的總體規格表。中心格以一句話整合核心情緒、主要畫面、故事事件與最終觀點；外圍八格分別控制歌詞、作曲、速度、樂器、人聲、風格、曲式動態與參考坐標。完成這一張圖後，創作者應能清楚回答：這是一首為誰而作、在什麼情境中發生、以什麼聲音呈現、如何推進並留下什麼感受的歌曲。



圖 69-1 流行歌曲整合創作創意曼陀羅九宮格。

69-4 整合創作九宮格的節點定義

節點	精煉內容	檢查問題
中心意境主題	以一句話整合情緒、畫面、事件與歌曲觀點。	其他八格是否都能回應這一句話？
歌詞內容	故事、人物、場景、意象、觀點、歌名與副歌金句。	聽眾能否理解歌曲在唱什麼？
作曲與調性	旋律、和聲、調性、調號、音域、和弦與轉調。	音樂骨架是否支持歌詞情緒？
速度與節奏	BPM、拍號、律動、節奏型態與段落變化。	節奏是否符合敘事與身體感？
樂器與音色	節奏、低頻、和聲、旋律與氣氛聲部。	每種聲音是否有明確功能？
人聲與演唱設定	歌手類型、聲線、音域、唱腔、情緒與和聲。	由誰唱、以什麼角色與距離唱？
音樂風格	主 / 次風格、年代感、文化氣質與製作方向。	風格是否具體到可執行？

曲式與動態結構	段落排列、能量、高潮、轉折、留白與收束。	歌曲如何逐步發展而非從頭到尾同一密度？
參考樂曲	一至三首作品及其具體參考面向。	是否只取坐標，而非複製旋律與表達？

表 69-3 流行歌曲整合創作九宮格節點定義。

精煉簡述：此九宮格處理「要創作一首什麼樣的完整歌曲」。它先建立所有參與者共同理解的總體 Brief，再決定哪些面向需要進入歌詞或聲音製作的深層展開。

69-5 流行音樂歌詞創作九宮格

歌詞創作九宮格處理歌曲的文字與敘事層。中心任務不是單純「寫出押韻句子」，而是把抽象情緒轉換為可被看見、理解、記住與演唱的故事語言。外圍八格由情緒、事件與人物開始，經過場景、意象、段落、金句與語言口吻，形成完整的歌詞架構。



圖 69-2 流行音樂歌詞創作創意曼陀羅九宮格。

69-6 歌詞創作九宮格的節點定義

節點	精煉內容	檢查問題
中心任務：歌詞創作	把情緒、故事與觀點轉為有畫面、節奏與記憶點的可演唱文字。	歌詞是否能被自然唱出，而非只適合閱讀？
核心情緒	設定主要情緒與轉折，如心動、遺憾、療癒或釋懷。	情緒是否有推進，而非只重複同一感受？
故事主題	確定事件、衝突與最終觀點。	歌曲究竟發生了什麼事？
人物關係	設定敘事者、對象、身分、距離與情感狀態。	誰在對誰說話？
時間與場景	建立時間、地點與具體畫面。	聽眾能否在腦中看見場景？
意象與關鍵字	選擇象徵物、主要意象與關鍵詞。	抽象情緒是否轉為具體細節？
歌詞段落結構	安排主歌、前副歌、副歌、橋段與尾聲功能。	各段是否各自推進故事或觀點？

副歌金句與歌名	建立易記、易唱且可代表主題的核心句。	一句話能否代表整首歌？
語言風格與演唱口吻	決定口語、詩意、直白、含蓄、青春或成熟語氣。	用字是否符合敘事者與目標聽眾？

表 69-4 流行音樂歌詞創作九宮格節點定義。

精煉簡述：此九宮格處理「歌曲要唱什麼」。它將模糊情緒轉成具體人物、故事、場景、意象與副歌金句，形成可進一步填寫與演唱的歌詞骨架。

69-7 流行音樂配樂與歌曲製作九宮格

配樂與歌曲製作九宮格處理歌曲的聲音與製作層。它不把「好聽」當作無法拆解的感覺，而是分別確認曲風、氣氛、速度、和聲、旋律鉤子、樂器音色、動態結構以及人聲後製，使文字構想能轉換為具體可作曲、可編曲、可錄製或可交給 AI 音樂平台執行的條件。



圖 69-3 流行音樂配樂與歌曲製作創意曼陀羅九宮格。

69-8 配樂與歌曲製作九宮格的節點定義

節點	精煉內容	檢查問題
中心任務：配樂與歌曲製作	整合旋律、和聲、節奏、樂器、人聲與結構為完整作品。	每一項聲音選擇是否服務中心意境？
曲風定位	確定抒情流行、R&B、民謠、搖滾、電子或混合方向。	曲風是否具體且與目標聽眾一致？
情緒氣氛	設定溫暖、夢幻、孤獨、浪漫、療癒或熱血。	第一時間希望聽眾感受到什麼？
速度與節奏	設定 BPM、拍號、節奏型態與律動。	速度是否支持歌詞咬字與情緒？
和聲與調性	規劃大小調、和弦進行、音域、張力與轉調。	和聲是否提供需要的穩定、懸念或釋放？
主旋律與音樂鉤子	建立主旋律、副歌旋律、音型或特色聲音。	是否有一段可辨識、可記憶、可跟唱的聲音？

樂器與音色配置	安排鼓、貝斯、鋼琴、 吉他、弦樂、合成器與 環境聲。	樂器是否分工清楚而非 全部堆疊？
歌曲結構與動態	規劃段落、能量、密 度、高潮、留白與收 束。	第二段與最後副歌是否 有實質升級？
人聲、編曲與後製	設定聲線、唱腔、和 聲、疊唱、混音空間與 母帶方向。	人聲是否清楚、具有角 色並與編曲平衡？

表 69-5 流行音樂配樂與歌曲製作九宮格節點定義。

精煉簡述：此九宮格處理「歌曲要如何被聽見」。它將文字構想轉換為旋律、和聲、節奏、音色、人聲與動態結構，是作曲、編曲、錄音及 AI 音樂生成前的製作規格。

69-9 三張九宮格的使用流程

步驟	使用九宮格	主要動作	確認結果
1 定位	整合創作	寫出中心意境， 完成八項總體條件。	團隊對歌曲方向 形成共識。
2 分流	整合創作	判斷哪些條件需 進入歌詞或聲音 深化。	避免三張圖重複 填寫。
3 深化文字	歌詞創作	完成故事線、段 落功能、金句與 語氣。	形成歌詞大綱或 初稿。
4 深化聲音	配樂與歌曲製作	完成旋律、和 聲、速度、音 色、動態與人聲 規格。	形成作曲、編曲 或生成指令。
5 試作	三張合併	製作 Demo 或使 用 AI 生成初版。	取得可試聽、可 比較的版本。

6 驗收	回看中心意境	檢查歌詞、聲音、表演是否仍指向中心。	修正偏離與不一致。
7 定稿	版本紀錄	保存三張九宮格、生成指令與修改原因。	形成可重複使用的歌曲創作資產。

表 69-6 三張歌曲創作九宮格的使用流程。

使用原則：總綱先於細節。若中心意境與整體定位尚未確認，不宜直接進入完整歌詞或編曲；若任務只需要短配樂、片頭音樂或無人聲背景音，也可保留整合九宮格與製作九宮格，跳過不必要的歌詞深化。

69-10 轉換為 AI 音樂生成卡

完成三張九宮格後，可將內容整理為生成卡。生成卡不應只列曲風形容詞，而需依序提供中心意境、歌詞摘要、曲風與年代感、調性與速度、樂器配置、人聲設定、曲式動態、參考坐標、限制條件及驗收標準。不同平台能控制的欄位不同，無法直接指定的條件應保留為人類試聽與後製判準。

建議生成指令結構：請創作一首以「中心意境」為核心的流行歌曲；歌詞描述「人物、事件與觀點」，使用「主要意象與副歌金句」；音樂採「主風格＋次風格」，調性與速度為「調性／BPM／拍號」，主要使用「樂器與音色」；由「聲線、音域與唱腔」的人聲演唱；曲式依「段落排列」發展，動態由「開場能量」

推進至「高潮與結尾」；參考作品僅用於「指定面向」，不得複製既有旋律、歌詞或可辨識表達。69-11 完整示例：深夜返鄉

項目	示例內容
中心意境主題	離鄉多年的青年在深夜返鄉列車上理解：成長不是遺忘，而是終於有勇氣回家。
歌詞內容	以車窗、月台、舊車票與母親訊息串起離家、逃避與回返；副歌金句為「回家的路沒有變，變的是不敢回頭的我」。
作曲與調性	G 大調為主，橋段短暫轉向 E 小調；主歌旋律較低，副歌逐步上行。
速度與節奏	76 BPM、4/4 拍；主歌留白，副歌加入穩定八分音符推進。
樂器與音色	鋼琴、木吉他、電貝斯、輕鼓組、弦樂及低量火車環境聲。
人聲與演唱	30 至 40 歲男性中低音；主歌自然敘事，副歌增加沙啞張力，最後加入低聲部和聲。

音樂風格	華語抒情流行融合城市民謠與電影配樂式推進，溫暖而克制。
曲式與動態	環境聲與鋼琴開場；主歌簡約；副歌完整展開；橋段抽空；最後副歌全編制；尾奏回到火車聲。
參考樂曲	一首參考低密度敘事、一首參考副歌張力、一首參考弦樂與空間層次；不複製旋律。

表 69-7 「深夜返鄉」流行歌曲整合創作示例。

案例教學 學生以「想家」為題時，最初只寫出「一個人在城市裡很孤單」。完成整合九宮格後，他補上返鄉列車、未讀訊息、離家原因與最終觀點；歌詞九宮格讓副歌不再只重複「我想回家」，製作九宮格則決定主歌留白、橋段抽空與最後副歌全編制。模糊情緒因此轉為可演唱、可製作、可檢查的歌曲方案。

溝通優化 原本的說法：「做一首像某某歌手、很感人的返鄉歌。」優化後：「以夜班列車返鄉為中心意境，76 BPM、華語抒情融合城市民謠；主歌由鋼琴與木吉他低密度敘事，副歌加入鼓與弦樂；男性中低音自然演唱，最後副歌全編制，但不得複製參考歌曲旋律。」

本章把創意曼陀羅由一般聲音條件字典延伸為完整歌曲創作架構。三張九宮格分別負責總體定位、文字深化與聲音深化，既可服務人類作詞、作曲、編曲與教學，也能作為 AI 音樂生成前的結構化輸入。九宮格不能取代音樂理論、演奏、錄

音、混音、著作權判斷與創作者的審美決策；它的價值在於先讓目的與條件可見，再讓專業創作與生成工具有共同、可修正的起點。

附錄

可直接用於課堂、工作坊、AI 輸入、Vibe Coding 與研究的工具

附錄 A 標準創意曼陀羅總模板

一張可直接套用的空白模板：中心目的 + 八節點，每格附檢查問題。

格位	填寫內容	檢查問題
中心目的	為誰、做什麼、解決什麼、產生什麼結果。	是否不只是題目？
1	受眾 / 使用者。	對象是否清楚？
2	輸出物 / 成果。	要交什麼？
3	核心訊息 / 功能。	最重要的是什麼？
4	風格 / 語氣 / 體驗。	是否具體？
5	素材 / 資料。	素材是否足夠？
6	流程 / 步驟。	是否有先後？
7	限制 / 風險。	版權、格式、技術、法務？
8	驗收 / 交付。	怎樣算完成？

表 A-1 標準創意曼陀羅總模板。

附錄 B 深層創意曼陀羅總模板

由中心向外逐圈填寫，並標出流程射線、檢核與回饋。

圈層	填寫內容	操作規則
中心	目的核心。	一句話說明任務、問題或成果。
第一圈	主節點。	放分類、條件、方法、流程、輸出、檢核或回饋。
第二圈	節點展開。	補資料、條件、來源、方法、限制、角色、工具。
第三圈	流程與驗收。	展開步驟、輸出、生成、測試、回饋與修正。
外環	方法或專案群。	接設計思考、BMC、服務藍圖、Scrum、AI Coding。

表 B-1 深層創意曼陀羅總模板。

附錄 C 扇區式雙域圖繪製規格

統一的繪製規格：圈層、節點、線條、箭頭、左右域與閱讀規則。

元素	規格
中心圓	目的核心，最醒目（深色填滿）。
內圈扇區	八個主節點，左 1–4 分類域、右 5–8 流程域。
外圈	各扇區子項（○）。
實線	核心結構（必備）。
虛線	延伸結構（選擇性）。
點線	區域分隔（輔助）。
箭頭	由中心向外，流程射線方向。
外側弧線	同一域的範圍。
節點層級	● 核心、◐ 可停留、○ 可延伸。
閱讀規則	由中心向外；有箭頭依流程、無箭頭為分類。

表 C-1 扇區式雙域圖繪製規格。

附錄 D 非 AI 創作任務模板

適用藝術、工藝、設計、行銷、文件與課程的通用非 AI 任務模板。

節點	填寫內容
中心目的	想完成什麼、給誰、期待什麼。
對象 / 受眾	誰會看、用、決定。
主題 / 主體	核心對象或訊息。
材料 / 素材	需要準備什麼。
風格 / 感受	以可檢查條件描述。
方法 / 技法	用什麼方式完成。
流程 / 步驟	先後順序。
限制	時間、成本、法規、安全。
檢核	怎樣算完成、誰確認。

表 D-1 非 AI 創作任務模板。

附錄 E 行銷企劃曼陀羅模板

一張可直接填寫的行銷企劃模板，從中心目的到成效驗收，把企劃一次想齊。

節點	填寫內容
中心目的	成效目標與期間。
TA	目標受眾。
產品 / 賣點	核心價值。
訊息	核心溝通訊息。
通路	投放與露出平台。
內容	各通路內容形式。
預算	分配與上限。
時程	預熱、上線、回收。
成效 / 驗收	KPI 與檢核。

表 E-1 行銷企劃曼陀羅模板。

附錄 F 文案與腳本曼陀羅模板

適用社群文案、新聞稿、聲明稿與影片腳本的通用模板，先定受眾與語氣，再定結構與行動。

節點	填寫內容
目的	這篇要達成什麼。
受眾	寫給誰看。
語氣	口吻與文體。
賣點 / 重點	最想讓人記住的。
情境	在什麼場景閱讀。
結構	開場、鋪陳、轉折、收尾。
行動 (CTA)	希望讀者做什麼。
檢查	事實、篇幅、語氣是否一致。

表 F-1 文案與腳本曼陀羅模板。

附錄 G 論文與正式文件曼陀羅模板

把研究與正式文件的骨架一次列齊：從研究問題到貢獻，每一格對應論文的標準段落。

節點	填寫內容
研究問題	要回答什麼。
文獻	既有研究與缺口。
方法	量化 / 質性、設計。
資料	對象、工具、蒐集。
分析	分析方法。
結果	主要發現。
討論	意義與限制。
貢獻	理論或實務貢獻。

表 G-1 論文與正式文件曼陀羅模板。

附錄 H 法律聲明類文件前置整理表

此表用於整理結構，不取代法律專業；正式對外前務必由具資格者審核。

項目	填寫內容
事實	可查證的客觀資訊。
主張	要表達的立場。
依據	法規、契約、政策。
限制	適用範圍與例外。
責任	責任歸屬與免責。
風險	可能爭議與揭露。
審核	誰審、何時審。
修正	回饋與修正紀錄。

表 H-1 法律聲明類文件前置整理表。

附錄 I MD 版標準創意曼陀羅模板

可直接貼入 AI 或文件系統使用的 Markdown 模板。

```
# 標準創意曼陀羅

中心目的：（ 為誰 / 做什麼 / 解決什麼 / 期待什麼 ）

## 節點

1. 受眾 / 使用者：
2. 輸出物 / 成果：
3. 核心訊息 / 功能：
4. 風格 / 語氣 / 體驗：
5. 素材 / 資料：
6. 流程 / 步驟：
7. 限制 / 風險：
8. 驗收 / 交付：

## 檢查

- 目的是否清楚？ 條件是否可執行？ 是否能落地與驗收？
```

附錄 I MD 版標準模板（可複製）。

附錄 J MD 版深層創意曼陀羅模板

可記錄扇區、圈層、節點、流程與驗收的 Markdown 模板。

```
# 深層創意曼陀羅  
中心目的：  
## 分類域（左）  
- 分類：  
- 條件：  
- 參照：  
- 來源：  
## 流程域（右）  
- 方法：  
- 流程（S1→S2→S3...）：  
- 步驟：  
- 檢核：  
## 圈層  
- 第二圈展開：  
- 第三圈執行與驗收：  
- 外環方法群：  
## 驗收（S-T-A-C-H-V）  
- Self / Team / AI / Coding / Human / Validation：
```

附錄 J MD 版深層模板（可複製）。

附錄 K JSON 版標準創意曼陀羅 Schema

適用簡易 AI 任務、Prompt 生成與資料交換的機器可解析結構。

```
{
  "type": "standard_mandala",
  "purpose": "為誰 / 做什麼 / 解決什麼 / 期待什麼",
  "nodes": [
    {"id": 1, "name": "受眾", "value": ""},
    {"id": 2, "name": "輸出物", "value": ""},
    {"id": 3, "name": "核心訊息", "value": ""},
    {"id": 4, "name": "風格", "value": ""},
    {"id": 5, "name": "素材", "value": ""},
    {"id": 6, "name": "流程", "value": ""},
    {"id": 7, "name": "限制", "value": ""},
    {"id": 8, "name": "驗收", "value": ""}
  ],
  "check": ["目的清楚", "條件可執行", "可落地驗收"]
}
```

附錄 K JSON 版標準 Schema。

附錄 L JSON 版深層創意曼陀羅 Schema

適用複雜專案、Agent、Skill 與 Vibe Coding 的多層結構。

```
{
  "type": "deep_mandala",
  "purpose": "",
  "domains": {
    "classification": [
      {"sector": "分類", "items": []},
      {"sector": "條件", "items": []},
      {"sector": "參照", "items": []},
      {"sector": "來源", "items": []}
    ],
    "process": [
      {"sector": "方法", "items": []},
      {"sector": "流程", "rays": [{"step": "S1"}, {"step": "S2"}]},
      {"sector": "步驟", "items": []},
      {"sector": "檢核", "items": []}
    ]
  },
  "rings": {"ring2_expand": [], "ring3_execute": [], "outer_methods": []},
  "validation": ["S", "T", "A", "C", "H", "V"]
}
```

附錄 L JSON 版深層 Schema。

附錄 M AI Co-work 輸入說明

三種把曼陀羅餵給 AI 的方式：圖片、Markdown、JSON。

輸入方式	內容	適用	備註
圖片	上傳扇區圖或九宮格截圖	快速啟動、討論	人讀直觀，機器解析較弱
Markdown	附錄 I / J 模板	團隊共用、版本控制	半結構、好修改
JSON	附錄 K / L Schema	自動化、Agent、Skill	可程式解析與驗證

表 M-1 AI Co-work 三種輸入方式。

實作提示 先用圖片或 MD 與 AI 對齊需求，確認後再轉 JSON 進入自動化。

附錄 N Prompt Engineering 轉換範本

把曼陀羅轉成角色、任務、背景、限制、格式、輸出與驗收的結構化

Prompt 。

角色：你是一位（專業角色）。

任務：（中心目的）。

背景：（受眾、情境、必要資訊）。

限制：（風格、篇幅、禁用、法規）。

參考：（素材、範例、連結）。

輸出格式：（尺寸 / 字數 / 檔案 / 結構）。

驗收標準：（怎樣算完成、檢查項目）。

請先確認需求，再產出，並標出不確定處。

附錄 N Prompt 轉換範本。

附錄 O Vibe Coding 開發卡

欄位	填寫說明
專案名稱	系統或網頁名稱。
中心目的	為誰、做什麼、輸出什麼。
使用者	主要使用者、管理者、審核者。
功能清單	必要 / 進階 / 可延後。
UI 畫面	每頁名稱與用途。
操作流程	從開始到完成的步驟。
素材資料	圖片、文字、Logo、範例、來源。
技術條件	框架、部署、資料庫、API、限制。
輸出要求	HTML、React、PDF、網頁。
驗收標準	怎樣算完成、怎樣算失敗。
人類檢測	誰檢查、檢查什麼、何時確認。

表 O-1 Vibe Coding 開發卡。

附錄 P Skill.md Runtime 範本

把方法工具化為可載入的 Skill：目的、輸入、解析、輸出、驗收與錯誤修正。

```
---
name: creative-mandala
description: 把任務整理成目的導向的曼陀羅結構並轉成輸出
---

# 方法目的
將模糊需求整理為中心目的、節點、條件、流程與驗收。

# 輸入欄位
- purpose ( 中心目的，必填 )
- nodes ( 1-8 節點 )
- mode ( standard | deep )

# 解析規則
- 缺中心目的 → 先要求補齊
- nodes > 8 → 建議切換 deep 並分層

# 輸出格式
- standard：九宮格表 / Prompt / Brief
- deep：扇區式雙域圖 / 多段 Prompt / 開發卡

# 驗收規則
- 通過 S-T-A-C-H-V 六方檢查

# 錯誤修正規則
- 條件僅形容詞 → 要求轉為可檢查條件
```

附錄 P Skill.md Runtime 範本。

附錄 Q UI Flow 與功能規格表

畫面	目的	主要元件	輸入	輸出
首頁	說明用途	標題、簡介、開始	無	進入表單
表單頁	收集資料	欄位、選單、下一步	使用者資料	送出
結果頁	顯示生成	預覽、修改、複製	生成結果	可編輯內容
下載頁	匯出	PDF 按鈕、命名	最終內容	PDF / HTML

表 Q-1 UI Flow 與功能規格表。

附錄 R AI Coding Prompt 範本

請依規格建立一個（單頁式網頁 / App）。

需求：（中心目的）。

使用者：（主要使用者）。

畫面：首頁、（...）、（...）。

資料：（輸入 / 儲存 / 輸出欄位）。

互動：（操作流程 $S1 \rightarrow S2 \rightarrow S3$ ）。

技術：（框架、部署、限制）。

測試：（功能、內容、版面、風險）。

輸出：（HTML / React / 檔案）。

請先建立資料結構與元件架構，再產出可執行程式。

附錄 R AI Coding Prompt 範本。

附錄 S 人類驗收與測試表

測試項目	檢查內容	結果
內容正確	文字、資料、日期、連結。	☐ 通過 ☐ 修改
功能可用	按鈕、表單、下載、連結。	☐ 通過 ☐ 修改
畫面清楚	手機與桌機可讀。	☐ 通過 ☐ 修改
風格一致	色彩、字體、語氣符合條件。	☐ 通過 ☐ 修改
風險檢查	版權、隱私、法律、錯誤資訊。	☐ 通過 ☐ 修改
交付確認	檔名、格式、版本、負責人。	☐ 通過 ☐ 修改

表 S-1 人類驗收與測試表。

附錄 T 研究論文寫作方向

研究方向	可能問題	資料來源
方法建構	曼陀羅作為認知結構化方法的有效性？	作品、訪談、專家評估。
教學實證	是否提升學生作品目的清晰度？	作業、評分、前後測。
AI 協作	是否降低 prompt 反覆修改？	prompt 版本、生成結果。
團隊共識	是否改善理解一致性？	會議紀錄、共識評量。
Vibe Coding	是否降低開發重工？	開發卡、版本、測試紀錄。

表 T-1 五個研究方向與資料來源。

附錄 U 作者介紹與方法來源說明

理解方法來源，比記住履歷更重要——它正好站在設計、行銷、教學、文創與生成式 AI 的交會處。

創意曼陀羅不是從單一軟體、單一 AI 工具或單一案例出發，而是從創作者與學生最常遇到的問題出發：想法很多，卻不知道如何變成清楚的目的、條件、流程與作品。它整合了曼陀羅九宮格的發想形式、認知負荷的節制、設計與企劃 Brief 的條件化、分類法與流程圖的結構，以及生成式 AI 與 Vibe Coding 的可執行需求。

項目	內容
作者	張昶為 Anson Chang
現職	臺北城市科技大學 行銷與流通管理系 助理教授
學歷	國立臺灣藝術大學 創意產業設計研究所 博士
研究	生成式人工智慧輔助視覺設計之模式研究
聯絡	ansondata@gmail.com

表 U-1 作者介紹。

方法來源橫跨視覺設計、文化創意、行銷與設計教育，這正是創意曼陀羅能同時服務傳統創作、專業任務與 AI 協作的的原因。

重點 目的先行，節點有限，條件清楚，流程可讀，成果可生成、可檢查、可驗收。

附錄 V 完整案例實錄：十一組九宮格規劃與 AI 成果對照

本附錄每組案例以規劃與成果成對呈現，負責說明中心目的、節點與視覺條件如何轉換為可交付成果。附錄 W 至 AE 則保留為「快速索引區」，提供一頁式任務摘要與快速查找，兩者功能不同，因此保留而不視為重複內容。



圖 V-1A 仲夏小旅行：九宮格規劃



仲夏小旅行

基隆北海岸自駕一日遊

海景・海鮮・漁港・咖啡・秘境・一日步驟式行程

1

08:00 | 三峽出發

整裝出發，
走國道前往北海岸。





2

09:15 | 白沙灣／麟山鼻

看海散步、吹風拍照，
輕輕開啟旅程。





3

10:30 | 老梅綠石槽＋富貴角

欣賞海岸地景、燈塔與
季節限定綠石槽。





4

12:00 | 中角灣咖啡

海景第一排休息，
喝咖啡看海放空。





5

13:30 | 龜吼漁港／漁夫市集

大啖海鮮午餐，
感受港海熱鬧氣氛。





6

15:00 | 野柳地質公園

探索奇岩地景，
留下經典旅遊照片。





7

16:30 | 望幽谷／八斗子

走訪秘境步道，
享受山海交會景色。





8

17:30 | 正濱海港 →
18:30 基隆廟口

拍彩色港景，吃在地小吃，
完美收尾。





★ 建議自駕，全日輕旅行，適合朋友／情侶／親子同行 ★



圖 V-1B 仲夏小旅行：AI 輸出成果／預覽



圖 V-2A 秋意小旅行：九宮格規劃



秋日小旅行

南投清境奧萬大自駕二日遊

高山、牧場、紅葉、秘境、二日深度行程

1

08:00 | 台中出發

整裝出發，(南投方向)
向著山林前進。





2

10:00 | 清境農場

羊群Shearing Show與草原互動





3

11:30 | 清境天空步道

高空漫步，
欣賞壯麗山景。





4

13:00 | 滇緬風味午餐

18:00 霧社紀念碑 +
民宿 Check-in





6

09:30 | 奧萬大楓林區

09:30 奧萬大楓林區
與生態探索





7

13:30 | 奧萬大吊橋

13:30 + 與自然中心
15:30 與自然中心





8

18:00 | 部落特色餐

與返程返家







Tour concludes
End of journey





★ 建議自駕，全日輕旅行，適合朋友／情侶／親子同行 ★

圖 V-2B 秋意小旅行：AI 輸出成果 / 預覽

- 262 -

冰封台北 | 影片拆解九宮格

依實際上傳影片重新整理 | 參考曼陀羅結構 × 檔案架構模式

 Opening 冰封台北標題 冰封台北城市空拍，冰晶字體主標出現。建立災變世界觀、城市被凍結的第一印象。 關鍵：城市空拍／冰晶字／末日冷調…	 SH01 房間驚醒 Lina在結霜房間醒來，表情由困惑轉為不安。敘事功能：角色覺醒與危機啟動。 關鍵：室內冰霜／醒來／不安…	 SH02 霜窗與城市 手觸摸結冰窗簾，窗外可見台北101與冰封街景。把個人恐懼推向城市災變。 關鍵：窗面冰花／台北101／發現…
 SH03 穿上外套 Lina換上紫色冬衣與圍巾，準備離開室內。從被動觀看轉為主動行動。 關鍵：準備出門／角色狀態轉換…	中心目的 將《冰封台北》整理成可再製作的8段影片結構：Opening、SH01-SH06、Ending。 主軸從「城市冰封」→「Lina覺醒」→「發現台北異變」→「準備行動」→「街道探索」→「AI機器人線索」→「2026未來轉折」→「製作資訊收集」。 影片規格：1920×1080 24fps 約84秒	 SH04 冰封街道探索 Lina站在霓虹街道與雪景中，呼嘯、神祕與環境形成奇幻災變感。 關鍵：街道霓虹／雪景／探索…
 SH05 雪地機器人 雪地中出現小型AI機器人，Lina拾起或啟動裝置。增加夥伴、科技與任務線索。 關鍵：AI夥伴／裝置／線索…	 SH06 城市遠眺與2026 Lina與機器人遠望冰封台北，畫面出現2026。災難不只發生，而是成為時代轉折。 關鍵：背影／城市全景／未來感…	 Ending 製作人與字幕 真人主持／製作人畫面與片尾文字，交代AI生成影片資訊、角色設計、聯絡與版權。 關鍵：口播收集／製作資訊／片尾…

輸出：Frozen_Taipei_Reference_Mandala_v2.png | Frozen_Taipei_Reference_Mandala_v2.mid
 註：此版以實際影片畫面為準，與原始文字規劃中的直達災難版分鏡有所差異。

圖 V-3A 冰封台北：九宮格規劃



圖 V-3B 冰封台北：AI 輸出成果 / 預覽

20260627_show

標準創意曼陀羅 | 影片規劃

Cut 1

白色背景，淡入深灰色主標「Wii's First Taipei Community Piano Recital at Grassland Taipei, 2026」。

Cut 2

接著淡入中灰色副標「台北夏季音樂節 - 0.5秒，一起走過故事留下音符」，全部顯示後停留0.5秒，整體文字淡入淡出。

Cut 3

淡入顯示白衣男子獨奏青花瓷片段，2秒鐘後淡出。男子彈奏的鋼琴需要搭配青花瓷的音樂。

Cut 4

白衣男子從左側走入，0.5~1秒，慢慢地轉正面向鏡頭，0.5秒，左手放在右側黑色 KAWAI 鋼琴上，停留0.5秒，鏡頭慢慢向男子推。

中心目的

使用上傳照片作為人物與鋼琴參考，以手寫字型，生成Cut 1~Cut 8，並將其剪輯為一段以極簡白色背景音樂節形象影片輸出，以「

Cut 5

回到同一鏡位，與cut3同一張畫面，只是沒有人物，剩鋼琴同一個位置，左側顯示主標文字「You are invited to the "Grassland"」

Cut 6

接著下方顯示小字「No. 52, Section 3, Yanping North Road, Datong District, Taipei City (MRT Zhonghe-Xinlu Line, Daqiaotou Station)」

Cut 7

文字全部顯示後停留0.5~1秒，慢慢淡出為白色，整體風格乾淨、柔和、安靜、高級、現代音樂節形象，不要加入多餘人物或雜亂。

Cut 8

淡入主標文字心「We sincerely invite you to participate!」於中心，文字全部顯示後停留1秒後淡出。

由創意曼陀羅工具輸出，可作為企劃、教學、Prompt 前置整理與任務討論用圖。

圖 V-4A 鋼琴演奏會 show：九宮格規劃



圖 V-4B 鋼琴演奏會 show : AI 輸出成果 / 預覽

雅風年度舞展

標準創意曼陀羅 | 視覺設計



畫面風格

呈現明亮街頭攝影風格，
背景為台北街頭人行道，
搭配溫暖奶油黃色磁磚牆面
與精緻商店櫥窗。



核心訊息

畫面中央焦點清晰，
以小舞者為主角，
轉身回眸，眼神有精神，
直接看向鏡頭。
姿態充滿舞蹈張力。



服裝細節

保留上傳照片中的
舞蹈服裝與配件，
寬鬆舞衣隨動作自然飄動，
呈現活潑與優雅。



前景

以前衛大尺度字體
覆蓋畫面，
主字為「舞技絕倫」，
形成強烈版面張力
與海報識別。



中心目的

使用上傳人物，生成一幅
現代日式舞台海報感、
超大字體、電影感的
年度舞展正式海報設計。



文字訊息

右上角排列精緻活動資訊：
「雅風舞集年度舞展」、
「時間 | 2026/7/12 (日)
14:00-17:00」，
以紅白配色呈現。



整體氛圍

整體以高亮度、高調
(high-key) 光感呈現，
融合電影感與平面設計感，
明亮、清新、
具有舞台魅力。



條件補充

整體以電影感與先鋒
平面設計相結合，
畫面需兼具可讀性、
視覺張力與正式
宣傳效果。



輸出規格

以 A4 直式海報規格製作，
適合印刷與社群發布，
並檢查文字
輸出清晰正確。

由創意曼陀羅工具輸出，可作為企劃、教學、Prompt 前置整理與任務討論用圖。

圖 V-5A 雅風年度舞展：九宮格規劃



雅風年度舞展
YAFENG DANCE RECITAL

雅風舞集年度舞展
時間 | 2026/7/12 (日)
14:00-17:00

舞技 絕倫

每一次起舞
都是超越自我的綻放
——雅風舞集 與您共賞

				
核心訊息 以小舞者為主角， 傳遞自信、專注與感動。	服裝細節 俐落俐落美感， 展現舞衣的靈動與細緻。	整體氛圍 高明亮、高質感， 融合光影與城市美學。	條件補充 平面與影像設計， 兼具視覺張力與資訊性。	輸出規格 A4 直式海報規格製作， 適合印刷與社群發布。

★ 用舞蹈點亮夢想 用熱情感動世界 ★

圖 V-5B 雅風年度舞展：AI 輸出成果 / 預覽



圖 V-6A AI 網紅大頭貼：九宮格規劃



圖 V-6B AI 網紅大頭貼：AI 輸出成果 / 預覽



圖 V-7A 拍立得照片組：九宮格規劃



圖 V-7B 拍立得照片組：AI 輸出成果 / 預覽



圖 V-8A 芝婕形象視覺：九宮格規劃



圖 V-8B 芝婕形象視覺：AI 輸出成果 / 預覽



圖 V-9A 芝婕旅行：九宮格規劃

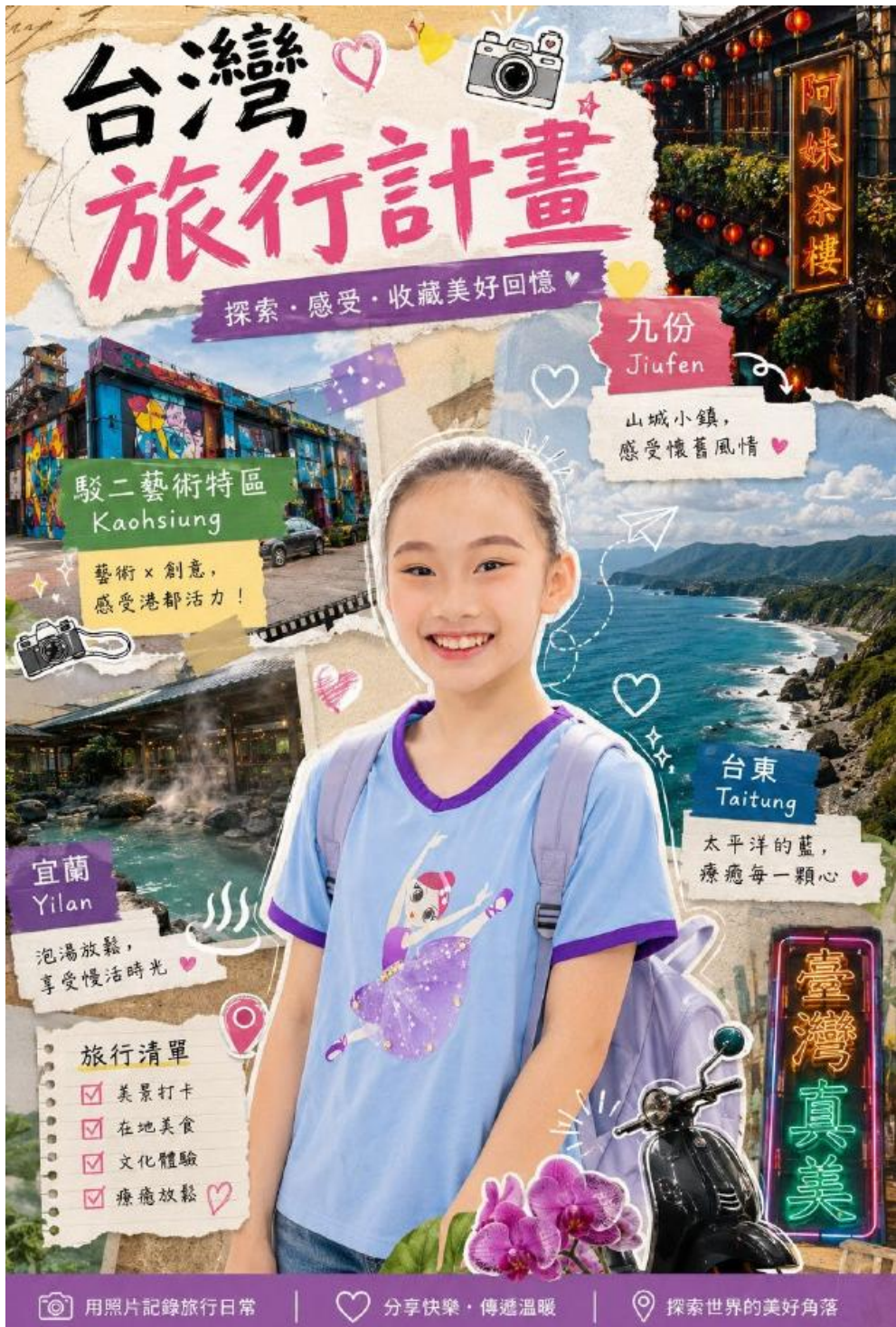


圖 V-9B 芝婕旅行：AI 輸出成果 / 預覽



圖 V-10A 旅行 Vlog 封面：九宮格規劃



圖 V-10B 旅行 Vlog 封面：AI 輸出成果 / 預覽



圖 V-11A 黑白人像九宮格：九宮格規劃



圖 V-11B 黑白人像九宮格：AI 輸出成果 / 預覽

快速索引區：以下附錄以一頁式摘要呈現案例類型、核心條件與成果縮圖，供快速查找；完整規劃與成果請參見附錄 V。

附錄 W 快速索引：仲夏小旅行

任務分類：旅行規劃



圖 W-1 仲夏小旅行：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：以基隆北海岸自駕旅程為主題，先整理旅行對象、路線、時間節奏、景點與視覺語言，再生成直式行程海報。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 X 快速索引：秋意小旅行

任務分類：旅行規劃



圖 X-1 秋意小旅行：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：以秋季旅遊為主題，先整理季節感、景點、交通、住宿與視覺語言，再形成完整的旅行規劃與成果圖。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 Y 快速索引：雅風年度舞展

任務分類：視覺設計

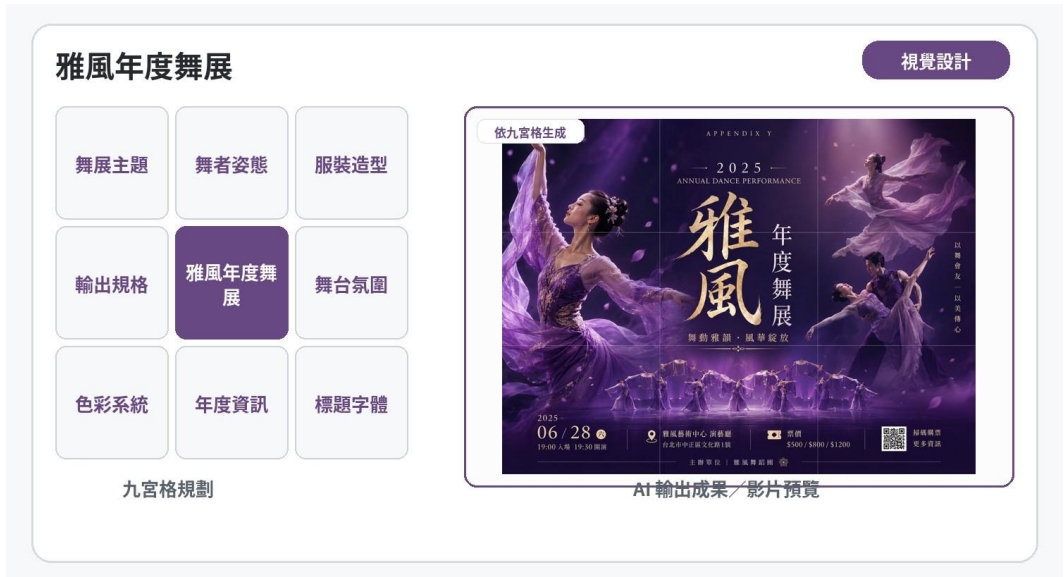


圖 Y-1 雅風年度舞展：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：九宮格條件（畫面風格、服裝細節、文字訊息、輸出規格）一次到位，生成年度舞展正式海報。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 Z 快速索引：AI 網紅大頭貼

任務分類：視覺設計

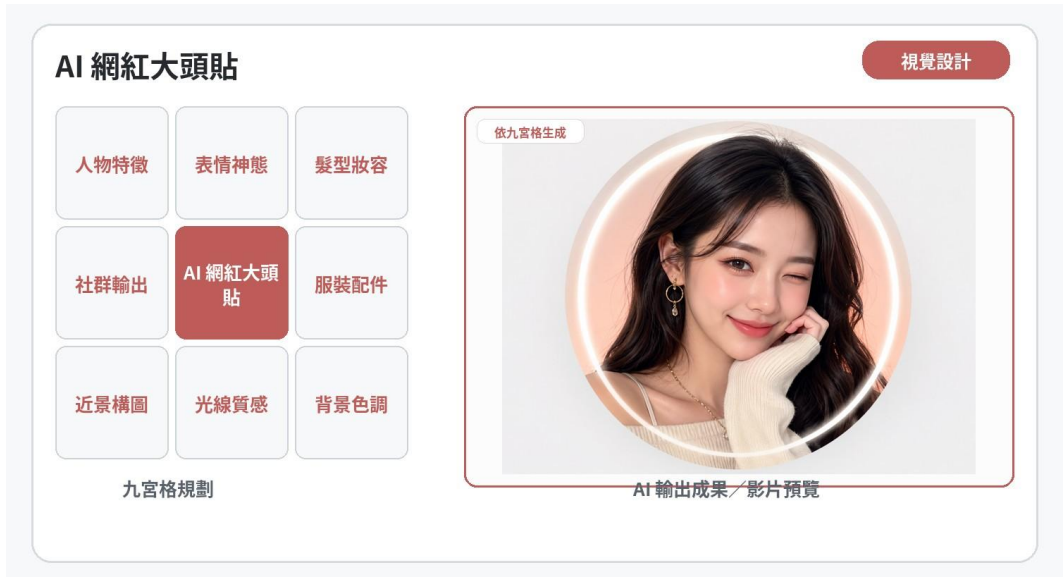


圖 Z-1 AI 網紅大頭貼：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：以人物照片與風格條件生成大頭貼視覺。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 AA 快速索引：拍立得照片組

任務分類：視覺設計



圖 AA-1 拍立得照片組：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：主角形象、拍立得構成與場景氛圍拆成節點後生成組圖。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 AB 快速索引：芝婕形象視覺

任務分類：視覺設計



圖 AB-1 芝婕形象視覺：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：人物形象視覺：九宮格先定風格與構圖，再一次生成。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 AC 快速索引：芝婕旅行

任務分類：視覺設計



圖 AC-1 芝婕旅行：九宮格規劃與成果預覽

案例說明：旅行主題：旅行靈感、必訪景點、旅程心情等節點轉為畫面。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 AD 快速索引：冰封台北

任務分類：影片規劃



圖 AD-1 冰封台北：九宮格規劃與影片預覽

案例說明：輸出為 AI 生成影片《Frozen Taipei》，此為影片預覽格。並附可延伸的腳本與輸出規格。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

附錄 AE 快速索引：鋼琴演奏會 show

任務分類：影片規劃

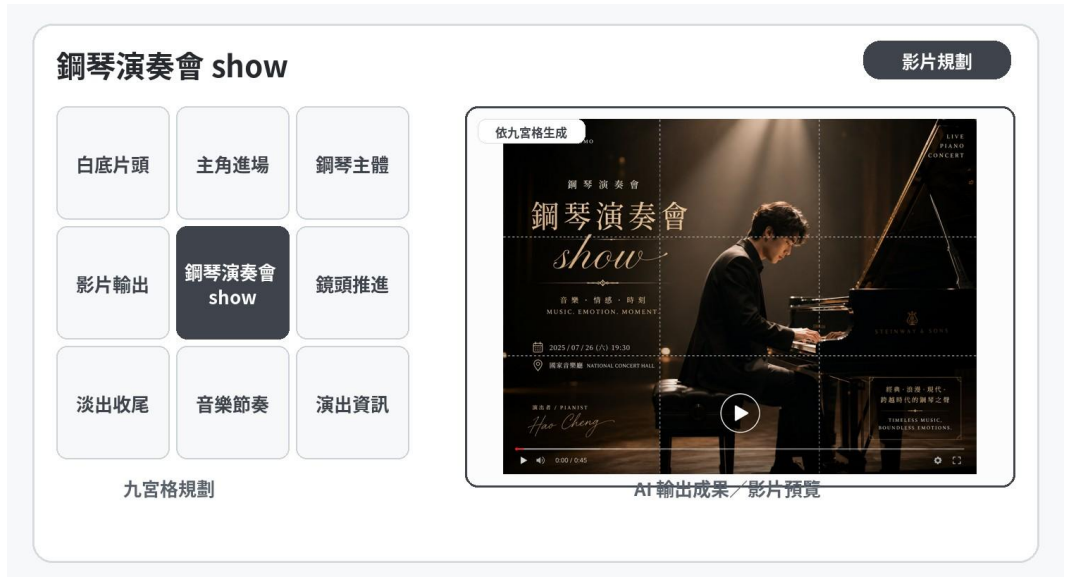


圖 AE-1 鋼琴演奏會 show：九宮格規劃與影片預覽

案例說明：由工具輸出的曼陀羅直接生成演奏會宣傳影片，此為影片預覽格。

檢核重點：左側節點是否互補而不重疊；右側成果是否保留中心目的、主要風格、必要訊息與輸出條件；若成果偏離，應回到對應節點修正，而不是只在成品表面反覆微調。

創 意 曼 陀 羅

Creative Mandala Method

目的導向認知結構化分類與流程法

A Purpose-Oriented Cognitive Structuring Method for Creative Thinking, Design Planning, AI
Collaboration, and Vibe Coding