方格子 vocus

從新聞募資到沙龍經營，寫作平台如何承接內容與讀者之間的工作

方格子 vocus 是以台灣為基地的內容創作與會員經營平台，營運法人為新銳數位股份有限公司。作者可以在上面發表文章、安排付費內容、販售數位商品，並以「沙龍」聚集讀者；讀者則可以免費閱讀、加入社群、訂閱特定作者或購買作品。公司提供編輯器、網站、帳號、通知、收款及管理工具，讓不同規模的創作者共用一套原本需要自己架設和維護的設施。[1, 2]

有地方發表之後，還有兩道難題：作品如何找到願意閱讀的人，閱讀又如何支持下一次創作。方格子的十餘年變化，恰好發生在這幾件事之間。它曾以新聞募資接近公共議題，篩選付費合作作者，也曾把多位作者放進同一個收費池；如今更多工作圍繞著由創作者自行定位、定價和照顧的沙龍展開。

它要解決的機構問題是：哪些工作可以由平台共同承擔，哪些仍必須由寫作者、編輯和讀者持續完成？軟體可以降低發表與收款的門檻，選題、信任、內容更新及有人願意再次付款，卻需要另一組能力。理解方格子，要沿著這些能力如何被分配、收費與重新調整來看。

從替一項報導募資，到讓一個作者持續寫下去

2015 年出現的 SOSreader，是方格子的前身。翁子騏在 2018 年《廣告雜誌》訪談中回顧，平台起初希望替依賴廣告與點擊的新聞工作尋找其他支持方式，參考 Patreon、Beacon Reader，第一批募資包括《眉角雜誌》。很快，非新聞作者也希望加入；一次次限定期限的募資，則未必適合長期寫作。[3]

這個問題有其時間性。一項採訪計畫可以設定目標、預算與交付日，但一位持續追蹤社會或書寫生活的作者，不會因為第一輪募資結束便沒有下一篇需要寫。反覆重新包裝計畫、尋找支持者，會把大量工作放在內容以外。訂閱提供另一種安排：將一次動員拆成較小、較規律的付款，讓後續內容有機會先取得支持。

公司的沿革把 2016–2017 年列為集資訂閱階段；到了 2018 年，開放寫作成為新方向。[4]這不只是增加文章數量，而是改變誰可以進來、由誰判斷寫作是否值得收費。平台可以讓更多人先發表，再由作者與讀者逐步形成關係。

2018 年 10 月 30 日，官方宣布 SOSreader 更名為方格子 vocus，結束當年二月開始的測試，既有帳號與權益延續。方格稿紙與個人聲音的意象，將名稱從緊急求援帶向日常創作。更名延續了原有平台，也重新表達它想容納的寫作生活。[5]

開放之後，平台需要同時容納想收費的人和只想被讀到的人。前者關心轉換與續訂，後者也可能重視累積作品、同好回應或將舊稿重新整理。把所有人放進同一種「成功變現」故事，會漏掉平台真正服務的多種用途。

Premium 的出現與結束，改變了誰來經營讀者

2021 年初，方格子推出 vocus Premium，讓讀者每月支付新台幣 149 元，閱讀加入計畫的多位作者內容。公司提供給 INSIDE 的年度回顧坦言，個別訂閱需要作者持續更新，也常要求既有知名度；讀者同時支持多位作者，費用又會累積。Premium 試圖以集合訂閱降低兩端門檻。[6]

這是一種與單一作者訂閱不同的契約想像。讀者先信任平台所聚集的內容，作者再從共同收入取得回報。對尚未建立付費受眾的人，集合可能帶來第一次被付費閱讀的機會；對平台，則增加了選擇內容、維持共同方案吸引力與分配報酬的責任。

2023 年 11 月的官方公告，決定在 12 月 20 日停止 Premium。已發表內容轉入作者的沙龍房間，後續扣款取消，未使用期間另行退款。平台說明的新方向，是讓不同主題由創作者自己定位和經營。[7]

小說作者 Moonrogu 當時的回應把這項轉變的兩面寫得很清楚。他是受影響的參與者，也認為直接訂閱有助讀者記住作者；但離開共同分潤後，作者必須更積極招募支持者，讀者也要重新選擇支持誰。原來可以專注供稿的生活，開始需要更多經營工作。[8]

Premium 結束，把一部分原來集中在平台的編排與銷售責任，移向各個沙龍。作者增加了決定權，也要承擔更多辨認受眾、說明方案和維持關係的工作。軟體改版在這裡同時是一場勞動分配的改變。

[External image / 外部圖片] vocus 桌面版介面示意圖，文章與會員內容並置。
vocus 公司頁刊載的桌面版介面示意圖，展示文章與會員內容如何並置；這是產品宣傳圖，並非本文所述各年份介面的完整紀錄。 圖像：vocus 方格子／Yourator · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

沙龍把文章、會員與商品接成一套日常工作

現行系統把帳號、沙龍、房間、文章和方案分成不同層次。沙龍是經營空間，房間用來整理主題，文章在發表時選擇放在哪裡；沒有設房間，也可以先在沙龍首頁創作。[9]這讓作者不用一開始就想好整套出版計畫，也能在作品累積後再分類。

真正要收費時，則需要更明確。會員方案至少包含一個房間，可以把數個房間合售，設定期間、價格、更新頻率與權益，並先存成草稿再開賣。[10]讀者買到的因而是一個內容範圍和時間承諾。作者可以把免費導讀、持續評論和完成的作品分開安排，但必須讓人知道各自能讀到什麼。

多人經營透過另一種分工成立。沙龍擁有者可以依房間邀請「主題專家」，給予閱讀、發表文章或貼文的權限。[11]房間權限可以分派，實際誰編稿、誰宣傳、誰分得收入，仍需要參與者自行協商。

發表後的通知也經過平台安排。2025 年 10 月 27 日的更新，讓已解鎖房間的付費會員收到即時 Email，免費加入者則收到前一天內容的每日彙整。[12]作者所說的「我的讀者」，在系統裡還有不同權限和送達時間。寫作和讀者關係之間，持續插入產品設定、收件習慣與通知選擇。

因此，沙龍看來像作者的個人空間，實際上是創作者的安排與平台共同規則的結合。它提供自主經營所需的工具，也讓工具如何運作，成為每位作者都必須理解的條件。

同一套工具，可以承接不同的寫作生活

鄭紹鈺的「哈佛學記」提供一個具體例子。他在同一沙龍整理金融、發展與歷史文章，也設置與讀者

交談的空間。2026 年二月，他因讀者來信詢問署名，重新整理外文系時期的海耶克導讀筆記；六月又刊出臺灣史工作坊的準備講稿，並在開頭說明現場有即興部分。[13, 14, 15]

這裡被平台承接的，是學術工作的周邊時間：尚未成為書的閱讀筆記、已有現場用途的講稿，以及可持續補充的中文說明。它們取得固定網址、分類和讀者入口之後，可以在原來課堂或會議之外流通。方格子提供了發表條件，文章的研究判斷仍由作者負責。

黑貓老師在 2024 年介紹《黑貓創作報》，則把多年自媒體經驗分成故事、電子報、經營心得與工具知識。[16]他的用途更靠近一個持續整理的專業工作室：日常分享帶人進來，較有系統的內容回應想學創作的人。

到 2026 年九月，他仍在方格子發文，同時談到經營 Substack、YouTube、部落格與社群，課程另在 Portaly 銷售。[17]同一個創作品牌可以在不同地方發展：文章方便保存，影片便於示範，課程則有另外的報名與交付。方格子的可用性，也包含它如何配合作者已經在其他地方進行的工作。

兩個案例共同顯示，方格子的用途不限於把一篇免費文章加上付費牆。它也能讓分散的內容有一個連續的地址，讓不同階段的讀者知道下一步去哪裡。平台的能力要與作者已經擁有的研究、教學、出版或社群經驗接在一起，才成為某一種具體實踐。

被看見需要選擇，選擇又會改變寫作

方格子首頁同時提供精選、熱門、主題與已加入沙龍的更新；加入沙龍的內容可按發表時間排列，熱門內容則與瀏覽表現相關。[18]它並沒有因為強調創作者自主，就取消編輯與排序。不同入口各自決定了讀者最先遇到什麼。

後台又把閱讀變成可以追蹤的指標：瀏覽、推估完讀、付費牆按鈕點擊與付費會員。官方說明中，完讀由停留和捲動行為估算，同一人購買不同方案也可能重複計入付費會員。[19]這些數字適合追問某篇文章在哪裡失去讀者，卻不能直接代表理解程度或不重複的支持者人數。

作者因此不只學習寫作，也學習讀取平台提供的反應。數字可以協助調整標題、節奏和方案；若被當成作品價值的唯一尺度，就可能偏重能快速讀完、容易引起反應的內容。這是一種由介面和指標共同形成的誘因，仍會受到作者自己的目的修正。

尼可拉斯寒吉在 2023 年的一手使用紀錄中，描述自己如何修改舊文後跨平台發表；編輯嚴選帶來鼓勵，實際流量卻也從 Google 而來。他保留自己的網站，重視方格子容許設定原文的標準網址。[20]這使方格子成為外部搜尋與既有作品之間的一個入口，而不只是站內會員互相閱讀的封閉環境。

但不同文類並不會同樣受益。Moonrogu 在 2025 年七月指出，長篇小說被推薦的可能只是中段一章，新讀者缺乏前文，即使點進來也不容易留下；分類與房間可以整理作品，未必已經提供順暢的連載閱讀。[21]

這項批評揭示的，是推薦單位和作品單位不一定相合。對一篇完整解釋問題的文章，單篇曝光可能足夠；對一部逐章累積人物和情節的小說，讀者需要的是開始閱讀的路徑。改善創作環境，有時要改的並非再給作者更多流量，而是讓那份流量抵達作品時，知道從哪裡開始。

一筆訂閱款，如何成為作者真正收到的錢

截至研究日，2026 年 7 月 31 日版沙龍條款列明：會員訂閱與單次購買的平台服務費為 20%，數位商品為 15%；先扣金流費與條款所列的 5% 營業稅，再依比例分配。信用卡金流費是 2.8%，其他支付方式另有費率。一次支付多月的訂閱則按月認列收入。[22]

以讀者刷卡支付 2,000 元的訂閱為例，依官方列示的扣除方式，作者收入約為 1,475 元，尚未扣匯費及可能的扣繳項目。[23]因而「作者拿八成」應理解為扣除指定項目後的分配比例。平台提供收款與行政便利，也從交易中取得維持服務的收入。

贊助另有規則：扣金流與營業稅後，平台收 8%、作者取得 92%。[24]它與購買文章不同，支持者的動機可能是感謝或維持一段創作關係；不能將贊助、訂閱、商品銷售都算成同一種稿費單價。

目前的提款辦法允許低於新台幣 1,500 元出款，但加收 50 元，達該額免收這項費用；非富邦帳戶另有 30 元匯費。每月 20 日前申請，安排月底入帳。沙龍、贊助、合作與廣告收入分別結算，廣告採季度。[25]舊文章裡的 1,500 元「最低提款額」已不宜沿用。

這些細節特別影響收入較小或不規律的作者。付款成功、帳面出現收入、收入可以請領，以及銀行真正收到錢，是不同時刻。年訂閱能讓讀者一次完成支持，卻不表示作者立即收到整年款項；交易增加，也會增加核對訂單、保存憑證與處理異常的行政時間。

同時，付費內容需要繼續履約。會員條款把沒有按承諾更新、包括超過六十天未更新等情況，列入讀者申請退款的條件。[26]這使訂閱不只是一項收入選擇，也是一項跨時間的責任。對創作者而言，定價之前必須想清楚的，包括自己能持續提供什麼，以及生活或工作改變時如何收尾。

從讀者付費到廣告與品牌委託

方格子後來也讓免費公開文章參與廣告分潤。現行幫助文件設定帳號時間及文章數或累積瀏覽門檻，符合資格者會自動加入，也可退出；作者可以調整廣告版位，但不能逐篇開關。付費閱讀不在一般廣告展示範圍內。[27]於是，同一平台一端替作者向讀者收費，另一端也讓部分免費閱讀連到廣告收入。

這和早期想降低新聞對廣告依賴的出發點之間，存在值得追蹤的張力。增加收入渠道，可以讓不適合訂閱的寫作得到回報；廣告也重新帶入流量規模與曝光的誘因。究竟哪一端在公司收入中占多大份量，公開資料尚未交代，不能只從功能存在便判定經營重心。

2024 年的「簡單溫度計」官方活動，進一步介紹替創作者和品牌媒合的服務，合作可以延伸到其他社群平台。[28]這時客戶不只是讀者，還有希望透過創作者接觸受眾的企業。

2026 年七月的創作者合作條款，把這類工作寫得相當具體：承案後交草稿、配合修改、取得客戶核准，發布後還要維持約定曝光、回應留言並提交成效資料。合作可能有稿酬，也可能以商品或服務交換。[29]這些要求屬於接受特定商案的人，不適用於所有自由發表的會員。

一個人因此可能在同一平台以幾種身分工作：自己決定題目的作者、照顧付費社群的經營者，或必須按委託規格交稿的承作者。前兩者的自主選題，不能直接用來形容第三種工作；品牌核准程序，也不等於平台替所有文章做了新聞編輯。

開放發表的自由，仍由規則與人的工作維持

開放發表並不會消除治理。2025 年一月官方公布，系統在發文時檢查疑似垃圾內容，可先限制站內露出，再由營運人員覆核、巡查和處理檢舉。大量快速註冊、留言或發文，也可能降低能見度。[30]平台分配的因此不只有刪除或保留，還包括一篇文章有多少機會被別人發現。

同年三月的 AI 方針，一方面接受有實質思考的工具輔助，提供標題、摘要等協助，另一方面反對低品質的大量生成，並鼓勵作者標示 AI 應用。自動篩選之外，文件仍安排人工複核與抽查。[31]平台不能只靠辨認是否用過某項工具決定品質；它還要判斷原創經驗、重複程度與內容用途。

對著作權爭議，現行政策設有權利人申訴、被申訴者回應、預防性限制和後續舉證的程序。沒有後續法律行動證據時，部分限制可能解除。[32]這是一套在爭議尚未被法院判定前維持平台運作的安排；預防性下架本身不等於侵權已經成立。

社群守則則區分不同意見與騷擾、冒名、隱私侵害等行為。[33]真正困難的地方，在於把抽象原則放進數量不斷增加的個案：什麼是惡意重複，什麼只是新人不熟悉操作；什麼該先隱藏，什麼需要等當事人說明。這些判斷會影響作者的名譽與收入，也讓客服、營運及人工覆核成為創作自由的日常條件。

目前可見的是公司公布的流程，還缺少處理時效、誤判率、申訴改判與人力配置的完整資料。評價平台的開放程度，應同時看它允許什麼，以及受影響者能否理解決定、提出異議並得到回應。

[External image / 外部圖片] 方格子 David Weng 的肖像。
方格子創辦人、執行長 David Weng，平台在 Yourator 公司介紹中使用的照片。 圖片：vocus 方格子／Yourator；原頁未列攝影者 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

公司裡的分工，與登記上的權力

方格子的技術和內容工作從早期就並行。2018 年訪談把團隊分為平台開發與作者服務：一端改善工具，另一端接近出版代理，結合編輯、行銷和讀者分析。[34]兩種工作需要互相翻譯。編輯知道作者需要什麼，不代表需求已經可以做成所有人共用的功能；工程把功能做好，也不表示作者已經會使用。

這段形成史也包括共同創辦人蔡宜蒨。政大商學院 2023 年專訪核對她在方格子之後轉往其他科技公司的經歷；她在同年訪談回顧，早期承接作者招募與簽約、內容、行銷及出版，也參與《釀電影》的形成。[35, 36]她的工作讓「作者加入平台」展開為一連串實際合作：找到人、談清楚條件，再使作品接近可能支持它的讀者。

2026 年雜誌公會的課程介紹仍確認翁子騏為創辦人與執行長。[37]公司當期在 Yourator 自填約四十人，與 2021 年中央社訪問記錄的十五至二十人是不同時點的描述。[38, 39]公開的員工實際工時、薪資及升遷資料仍不足，團隊擴大之後如何交接與累積知識，也還缺少員工端的完整敘述。

法律與資本則有另一種可查的輪廓。經濟部 2026 年四月公司變更清冊列新銳數位統編 24944134、代表人翁子騏、資本額新台幣 3,221.5 萬元。[40]2026 年 10 月可讀的官方公示索引列董事長翁子騏、董事林嘉勳與蔣顯斌、監察人吳婕華，林嘉勳代表千禾投資。[41]

公司曾引入外部資本。AVA 天使投資在 2021 年三月公告參與 Pre-A 輪；同年中央社訪談記錄，當時經營團隊持股逾七成。[42, 43]這能說明當年的籌資與控制安排，卻不足以重建 2026 年完整股權或最終控制。資本額、投資款、訂閱交易額與公司營收，也各自回答不同問題。

現行招募創作者頁宣稱約 122 萬會員、11 萬創作者與單月 900 萬不重複訪客。[44]這些是平台自述的規

模指標；頁面沒有讓我們據此辨認當月活躍作者、持續付費者或全體作者所得。使用者登記得越多，不表示每個人都經常回來，更不表示收入平均分布。

可確認的商業機制包括服務抽成、廣告及品牌合作；可確認的資源還包括投資。各項營收占比、續訂、作者收入分布、內容與技術人力成本，則仍無足夠可核資料。這些缺口限制了對可持續性的判斷，卻不妨礙先把正在運作的分工說清楚。

出版、媒體與平台之間的幾條路

《釀電影》是一個比平台宣言更具體的文化案例。張硯拓在金車文藝中心 2022 年訪談回顧，SOSreader 於 2017 年春天觀察到影評的長期閱讀，邀他策劃多人共筆的專題；他提出的前提，是作者從第一篇起就應該得到稿費。[45]

在這條路線裡，平台上的閱讀紀錄成為尋找編輯計畫的線索，再由具體的人邀稿、組題與維持品質。2018 年首本刊物的出版資料列新銳數位；目前《釀電影》官網則明列有內容有限公司為營運者。[46, 47]這能說明孵化與早期出版的關係，現行兩法人的股權與控制仍未完整核實。

編輯工作也沒有因為有平台就變得輕省。2026 年二月，主編黃曦在月報說明，預算讓編輯兼做寫作、攝影，團隊希望調整創作者報酬，因而將季刊改成年刊。[48]官網把作出轉型決定的時間記為 2025 年十二月，並說明原訂閱改成支持方案。[49]

這個編輯組織的經驗，讓共同平台與專門內容之間的分工變得清楚。收款工具可以讓支持發生，卻無法自行提供採訪、看稿、設計與印製的時間。某些文化內容要繼續存在，反而需要降低交付頻率、重新安排報酬，而不只是追求更多文章。

平台也曾試圖把作者的數位積累帶到書籍與其他媒介。2021 年中央社專訪中的「內容實驗室」，包括協助肉蟻小姐、鱸魚等作者發展出版計畫。[50]這種工作需要發現作品以外的能力：編輯重新安排內容，出版者取得權利、製作與銷售，作者則要決定哪些部分值得改成另一種作品。網路上已經有人閱讀，可以提供線索，並不能替實體出版的每一步預先保證市場。

另一條分發路線則停止了。方格子在 2025 年七月宣布，「方格子直送」媒體轉載服務自 7 月 8 日結束，說明與外部媒體協商授權費或廣告分潤的進展有限，未來更集中於站內沙龍與其他變現方式。[51]

直送的結束表明，內容能被更多網站刊登，與原作者能取得合理收入，中間還需要有願意付款的合作方和可履行的協議。平台可以創造接觸機會，卻不能單方面決定整個媒體市場如何分配收益。當外部流通難以支持報酬，回到直接面向讀者的經營，也就成為一種資源配置的選擇。

方格子的文化作用，最清楚地出現在這些可指認的機制裡：舊稿重新流通、專業者持續向非同行解釋、編輯把個人寫作組成刊物，以及讀者為特定內容付費。它所提供的一部分公共討論條件，正是讓這些不同規模、不同節奏的工作有地方發生，並讓其中一部分能累積下去。

作者能帶走什麼，平台又必須留下什麼

現行會員條款保留創作者著作權，採非獨占發表，也要求作者自行備份。[52]權利上可以另行發表，和技術上可以順利搬走，仍是兩件需要分別解決的事。

官方目前明確說明的匯出，包括訂單資料的 CSV；訂單查詢以過去 365 天為範圍。[53]它讓作者能核對生意，卻不能由此推成整批文章、完整互動歷史和所有讀者資料都能直接轉往另一套系統。

Mike Chen 在 2024 年寫到，累積超過一百篇文章後，才發現自己找不到一鍵備份的方式，於是向其他作者求助。[54]他的求助把平台依賴變成一個具體問題：作品越多，保存與遷移越不能等到最後才想。

方格子本身也提供從其他部落格服務搬入、先存草稿的工具；現行說明提醒，來源網站關閉後，某些原圖可能已無法取回。[55]搬家因此不只牽涉檔案格式，還牽涉舊網址、圖片、付費權限與讀者如何找到新的入口。平台愈強調長期累積，就愈需要把保存、轉移與服務改變後的責任一起說清楚。

Substack 在 2026 年九月更新的說明中，仍採作者自行設定訂閱價格、平台收取 10% 再加金流費用的方式。Medium 當期合作計畫則把會員閱讀或收聽時間、互動及其他指標放入分潤計算。[56, 57]兩者有不同的收入安排：一種主要讓讀者選擇特定作者的方案，另一種在平台會員收入裡評估不同文章的貢獻。方格子歷史上都曾接近過，如今又把數位商品、廣告與品牌合作放在一起。

費率本身還不能決定哪一個平台最便宜或最適合。付款國別、幣別、金流與稅、讀者既有習慣，以及作者願意承擔多少管理工作，都會影響實際結果。更基本的問題是：創作者購買的便利，會不會讓下一次改變方向變得困難；平台提供的共同環境，又能否讓尚未認識作者的人真正遇見作品。

一個寫作平台能承諾的持續性

方格子的形成，是一次次重新安排內容、錢與人的關係。新聞募資把讀者帶進報導尚未完成的時刻；訂閱讓支持延長；開放發表容納更多用途；Premium 集合內容；沙龍又讓作者自己組織主題與會員。這些做法並不會自動累積成一條成功直線。每次改變，都有人多了可用工具，也有人需要重學介面、重訂方案或重新向讀者說明。

它最值得辨認的機構能力，是把許多創作者都會遇到、卻不適合每人各做一次的工作，共同做成可以反覆使用的服務。編輯器、付款、通知、檢舉與出款規則，使寫作不必每次從搭網站開始；作者、讀者與專門編輯則提供平台無法由程式自行生成的內容與信任。

同時，創作者更自主，不等於所有經營負擔都已減輕。當作者開始定價、回覆、促銷、處理續訂和維持社群，他也接近一個小型出版者。方格子能否使這種工作真正持續，最終需要在具體事情上證明：有沒有清楚可預期的規則，對不同文類有沒有合適入口，收入能否準時結算，改版之後既有承諾能否被好好接住。

資料範圍與來源

資料截止 2026 年 10 月 7 日。現行功能與條款依當期官方文件；形成史對照同期訪談、政府登記與投資者公告。創作者自述用來辨認具體經驗，不代表全體作者。未登入私人後台、聯絡公司或取得完整股東名冊、財報、薪資及個別合作契約。

---

1. 方格子，會員服務條款，2025-12-15 更新，第 I、IV、VI–VIII 節。本文描述平台公布規則，不作法律效力判定。↩
2. 方格子幫助中心，如何建立沙龍與房間，查閱 2026-10-07。↩

3. 鄭翊均，SOSreader：發生在寫作與閱讀之間的交流平台，《廣告雜誌》316 期，2018-03；網頁發布 2018-04-18、遷移更新 2024-04-18。↩
4. 方格子，Yourator 公司頁，查閱 2026-10-07。沿革及人數為雇主填寫，非獨立調查。↩
5. 方格子，SOSreader 更名公告，2018-10-30，2023-03-16 更新。↩
6. 方格子供稿，方格子 2020 報告，INSIDE，2021-01-14。頁面明示供稿來源；不作 INSIDE 獨立採訪。↩
7. 方格子，vocus Premium 服務停止通知，2023-11-14，2024-11-14 更新；停止日 2023-12-20。↩
8. Moonrogu，沒有 Premium 之後，新生方格子沙龍將會是怎樣，2023-11-15，2024-11-15 更新。參與者自述；不採其對平台財務的推測。↩
9. 方格子幫助中心，如何建立沙龍與房間，查閱 2026-10-07。↩
10. 方格子幫助中心，如何建立、修改、關閉方案，查閱 2026-10-07。↩
11. 方格子幫助中心，如何設定主題專家管理權限，查閱 2026-10-07。↩
12. 方格子，文章與貼文 Email 通知更新，2025-10-27。↩
13. 鄭紹鈺，哈佛學記，沙龍公開頁，查閱 2026-10-07。確認作者使用平台，非僱傭、委託或學術背書證據。↩
14. 鄭紹鈺，導讀海耶克《到奴役之路》，2026-02-16。本文使用文首重刊說明。↩
15. 鄭紹鈺，出口臺灣史，2026-06-06。作者標明為演講準備稿。↩
16. 黑貓老師，創作學院與黑貓創作報開設說明，2024-06-13，2026-04-06 更新。↩
17. 黑貓老師，黑貓創作報第 23 期，2026-09-23。本文僅使用平台配置與工作安排。↩
18. 方格子幫助中心，vocus 首頁如何使用，查閱 2026-10-07。↩
19. 方格子幫助中心，創作數據與成效分析，查閱 2026-10-07。指標定義依當期文件。↩
20. 尼可拉斯寒吉，經營方格子十天的心得與記錄，2023-01-30，2023-05-11 更新。↩
21. Moonrogu，在方格子經營小說有多辛苦，2025-07-12。個人小說經營經驗，不作全站讀者分布或轉換率證據。↩
22. 方格子，沙龍服務條款，2026-07-31 更新，第 III 節。本文描述平台公布辦法，不作稅法或條款效力判定。↩
23. 方格子，創作者收入分潤與提領說明，2024-05-23，2025-12-03 更新。只使用與現行條款相符的扣除示例：按平台辦法，以 2,000 元分別計 2.8% 金流費及 5% 稅扣額，再將餘額乘 80%，得 1,475.2 元，正文取約數。此為平台列示扣法，非獨立稅務判斷；舊提領門檻不沿用。↩
24. 方格子，贊助條款，2026-07-31 更新。↩
25. 方格子幫助中心，收入提領與入帳，查閱 2026-10-07。↩
26. 方格子，會員服務條款，2025-12-15 更新，第 I、IV、VI–VIII 節。本文描述平台公布規則，不作法律效力判定。↩

27. 方格子幫助中心，廣告分潤計畫加入及退出，查閱 2026-10-07。未核實現行精確分潤比例。↩
28. 方格子，方格子與簡單溫度計創作者招募會，2024-04-12，2024-04-22 更新。↩
29. 方格子，創作者合作服務條款，2026-07-07 更新。限具體承案，不推定全部平台作者的勞動身分。↩
30. 方格子，內容治理與能見度說明，2025-01-12。↩
31. 方格子，AI 應用內容管理方針，2025-03-13，2025-03-14 更新。↩
32. 方格子，著作與智慧財產權政策，2025-09-04 更新。↩
33. 方格子，社群守則，2024-10-01，2025-09-04 更新。↩
34. 鄭翊均，SOSreader：發生在寫作與閱讀之間的交流平台，《廣告雜誌》316 期，2018-03；網頁發布 2018-04-18、遷移更新 2024-04-18。↩
35. 政大商學院創新創業辦公室，蔡宜蒨 Janice 專訪，2023-05-28。↩
36. Dennis Li，Cake，蔡宜蒨職涯訪談，2023-05-23。使用公開搜尋可讀的完整形成史段落；原頁重取失敗。↩
37. 台北市雜誌商業同業公會，2026 深度會員經營課程，課程 2026-08-28，講師簡介。↩
38. 方格子，Yourator 公司頁，查閱 2026-10-07。沿革及人數為雇主填寫，非獨立調查。↩
39. 吳家豪，創業家翁子騏意外跨界 打造華文內容實驗室，中央社，2021-06-05。同期訪談；股權與人數不作現況推定。↩
40. 經濟部，2026 年四月公司變更清冊，2026-05-05 製表，PDF 第 179 頁、第 866 列；核准變更 2026-04-24。↩
41. 經濟部，新銳數位公司公示，2026-10-07 取得官方搜尋索引；完整頁面回傳 403，未作完整股權證明。↩
42. AVA 天使投資，方格子 Pre-A 輪融資公告，2021-03-25。投資方確認參與，未公布金額或持股。↩
43. 吳家豪，創業家翁子騏意外跨界 打造華文內容實驗室，中央社，2021-06-05。同期訪談；股權與人數不作現況推定。↩
44. 方格子，創作者服務介紹，查閱 2026-10-07。數字為公司自述，頁面未提供統一觀察期間與完整計算定義。↩
45. 金車文藝中心，張硯拓影評與媒體經營訪談，2022-09-17 活動資料。↩
46. 國家圖書館，《釀電影》2018 年 11 月送存資料，2018-12-05。原頁已不可讀，歷史出版者另對照金石堂書目。↩
47. 《釀電影》，服務條款，第 I 節，查閱 2026-10-07。現行營運法人名稱。↩
48. 黃曦，《釀電影》編輯室月報 2026.02，2026-02-15。署名主編的直接工作敘述。↩
49. 《釀電影》，關於釀電影，查閱 2026-10-07。↩
50. 吳家豪，創業家翁子騏意外跨界 打造華文內容實驗室，中央社，2021-06-05。同期訪談；股權

與人數不作現況推定。↩

51. 方格子，方格子直送服務停止通知，2025-07-07；停止日 2025-07-08。↩
52. 方格子，會員服務條款，2025-12-15 更新，第 I、IV、VI–VIII 節。本文描述平台公布規則，不作法律效力判定。↩
53. 方格子幫助中心，沙龍會員與訂單管理，查閱 2026-10-07。↩
54. Mike Chen，百篇創作後的文章備份疑問，2024-07-23，2024-07-24 更新。歷史使用經驗；不證明 2026 年缺乏匯出功能。↩
55. 方格子，部落格搬家功能說明，2019-01-31，2026-04-14 更新。↩
56. Substack，How much does Substack cost?，2026-09-29 更新，英文。↩
57. Medium，Partner Program earnings calculation，查閱 2026-10-07，英文。↩