

109 學年度學科能力測驗

英文考科解析

1.B

【詳解】在經過幾個小時的討論後，我們班最後終於決定畢業旅行時到花蓮玩。

(A)平衡 (B)結論 (C)定義 (D)和諧

2.B

【詳解】因為 Jane 上學期差點被當掉，所以 Jane 的老師在這次考試對他接近完美的答案感到驚訝。

(A)使...無聊 (B)使...驚豔 (C)使...陶醉 (D)告知

3.D

【詳解】這台真空吸塵器故障了，讓我們把他送回原廠檢查維修吧！

(A)演講 (B)出版社 (C)研究員 (D)製造商

4.D

【詳解】因為全球金融危機，這個國家上個月的出口量減少了 40%，創下了自 2000 年以來最低的出口量。

(A)取悅 (B)轉型 (C)減輕 (D)減緩

5.B

【詳解】由於這包薯片被打開後放在桌子上很長一段時間了，它們嚐起來不再新鮮且酥脆。

(A)硬質的 (B)酥脆的 (C)原始的 (D)順暢的

6.A

【詳解】鎮民們建造了一座紀念碑以緬懷在一場學校巴士火災中，為了救學生而犧牲的老師。

(A)紀念碑 (B)難民 (C)紀念品 (D)鞭炮

7.C

【詳解】在 Smith 教授所開的中國古典文學課中，學生們需要引用中國著名詩人的詩作。

- (A)建造 (B)暴露 (C) 引用 (D)安裝

8.D

【詳解】雖然唐先生宣稱房子歸他所有，但他並沒有提供任何有關所有權之證明。

- (A)大會 (B)關係 (C)保險 (D)所有權

9.C

【詳解】古雅典，因為在早期所發展的民主系統所聞名，時常被認為是民主發展的搖籃。

- (A)任務 (B)目標 (C)搖籃 (D) 里程碑

10.C

【詳解】這款糖果被禁止販售，因為它被發現含有超過許可範圍的人工添加物。

- (A)充足的 (B)巨大的 (C) 許可的 (D)描述的

11.A

【詳解】Jack 在上周的比賽中精采的表現已經抹去所有對他校隊打球能力的質疑。

- (A)消除 (B)取消 (C) 忽略 (D)替代

12.A

【詳解】取笑外國人的口音是霸凌。沒有人應該因為他們的發音而被取笑。

- (A)取笑 (B)鬼祟 (C)促使 (D)瞪視

13.D

【詳解】瑪莉在三個月內減了 10 公斤，所以她之前緊身的牛仔褲現在非常鬆垮。

- (A)幾乎不 (B)平均地 (C)現在地 (D)之前

14.A

【詳解】警察給我們看酒駕意外的照片以強調在路上保持清醒的重要性

- (A)清醒的 (B)莊嚴的 (C)有活力的 (D)顯眼的

15.B

【詳解】宣稱吃巧克力可以預防心臟疾病是有爭議的，因為沒有足夠的科學根據來支持。

(A)有創造力的 (B)有爭議的 (C)循環的 (D)高尚的

16-20

【詳解】

漢娜彩繪是一種暫時性的彩繪，由指甲花提煉出的純天然染料製成，這項藝術和傳統可以追溯至古代亞洲與中東地區。幾個世紀以來，漢娜彩繪被用在婚禮與節日慶典中，因為人們認為它們會帶來神明的祝福。在現代，這個古代的藝術形式透過當代藝術家之手有了新的用途。

一個來自加拿大的藝術團體—Henna Heals，使用漢娜彩繪來幫助罹癌婦女重建自信與美麗，他們在這些婦女光裸的頭頂上畫上優雅皇冠，幫助她們應對化療後的落髮。漢娜彩繪皇冠有花卉圖騰、宗教符號以及希望的訊息，是絕佳的替代品，否則病人只能用假髮和帽子來遮掩她們的頭部。許多婦女表示，漢娜皇冠是很好的療法，幫助她們在脆弱、沮喪的時後，建立更正向的自我形象。根據 Henna Heals 的創辦人法蘭西斯·達爾文表示，加拿大和美國參與這項計畫的藝術家已成長至 150 人以上。

16.B

【詳解】由 over the centuries 可知，應用現在完成被動式。

17.B

【詳解】(A)競爭 (B)用途 (C)調查 (D)參與

18.C

【詳解】(A)拿走 (B)基於 (C)調適;應對 (D)離開

19.D 【詳解】(A)此外 (B)總共 (C)即;也就是說 (D)否則

20.A 【詳解】(A)積極的 (B)普遍的 (C)靈活的 (D)體貼的

21-25 【詳解】

當一個人打噴嚏時，飛沫會傳播疾病。現在研究顯示植物也有稍微類似的問題。

植物疾病也能透過從葉子滑落下來的小水珠傳播，這就是植物的噴嚏。

科學家先前就已經知道，風和飛濺的雨水可以把細菌和其他微生物從葉子上帶到另一片葉子。為了尋找其他可能的傳播途徑，維吉尼亞理工大學的研究人員觀察感染葉銹病的小麥植株葉子上的水珠。他們發現生病的植株會「打噴嚏」，噴射出充滿葉銹病細菌的小水珠，將疾病傳染給附近的植物。

研究人員注意到，小麥葉片上的小水珠會移動和其他水珠結合，形成更大的水珠。當它們在移動的時候，水珠中的動能會被釋放。這種能量讓水份進到空氣中，看起來就像打噴嚏一樣！

但是，並非所有植物都能打噴嚏。這種能力是那些具疏水性或排斥水的葉子特有的，這個特殊功能讓葉子碰到液體時強制將液體移除。

21.A 【詳解】(A)類似的/相似的 (B)悲慘的 (C)現實的 (D)暫時的

22.B 【詳解】(A)由於,因為 (B)尋找 (C)目的是,為了 (D)到...的程度

23.A 【詳解】(A)射出 (B)等一下;堅持 (C)遇見;給予印象 (D)放棄

24.B

【詳解】allow S +to V./ allow V-ing/ be allowed to V.

allow 用法,本題為第一種,allowed the water(S)所以要加 to jump(to V.)

25.C

【詳解】(A)好奇的 (B)相對的;相關的 (C)獨特的 (D)原始的

26-30

【詳解】

藍色星期一的概念可以追溯至 2005 由 Sky Travel 策劃的活動。這家旅遊公司想要鼓勵人們在一月的時候去旅遊，所以他們聯繫了一位心理學家。這個學者提出了一套方程式來找出一年中最令人沮喪的一天，而結果是一月的第三個星期一。自從那時，其他旅遊公司也跟上了潮流以推銷任何東西從氣泡飲料到新衣服來當作憂鬱的解藥。英國的一個團體甚至架設一個網站，致力於“擊倒藍色星期一”。然而，許多科學家表示沒有證據顯示，藍色星期一會比一年中其他特定日子造成更多憂鬱。但藍色星期一的概念仍存在著。根據心理學家 Dean Burnett，人們會因為一月的假期後憂鬱感到沮喪，而藍色星期一主張讓上述說法像是有科學根據。此外，這個概念將一個非常複雜、關於憂鬱的議題，簡化成一件簡單易懂的事情，而這往往能引起很多人的興趣

26.D

【詳解】(A)增加 (B)需要 (C)命令 (D)鼓勵

27.C

【詳解】(A)偽裝 (B)優點/美德 (C)解藥/療法 (D)儀式/典禮

28.B

【詳解】(A)若是如此 (B)但是 (C)在此之上 (D)有著...

29.B

【詳解】(A)關於/至於 (B)因為/由於 (C)儘管 (D)關於

30.A 【詳解】(A)簡化/分解 (B)混合 (C)撕裂 (D)導致

31.F 【詳解】

酒窩是在人臉頰上的小摺痕或凹陷。一般而言，他們出現在兩頰；出現在單邊臉頰上的酒窩是相對罕見的現象。由於這個特點被宣稱為具有吸引力的標誌，

32.D 有些文化被發現對臉頰上的酒窩有所偏好。

33.A 雖然經常被與美麗相連結，大部分酒窩其實是縮短的臉部肌肉所造成的一種

34.H 基因缺陷。當一個人微笑時，比一般人短的肌肉拉起臉部皮膚進而在皮膚產生一

35.B 個小凹陷，也就是酒窩。這樣的酒窩常出現在家族中，且被認為是一個遺傳的特

36.J 徵。事實上，一些研究人員認為由雙親遺傳給孩子的酒窩只關乎一個基因。如果

37.C 雙親都沒有酒窩基因，他們的小孩並不會表現這個特徵。

38.E 然而並不是所有的酒窩都是因基因缺陷所形成。有些酒窩的出現可能是因為

39.I 40.G 【詳解】

臉上存在過多的脂肪。這種酒窩就不是一個永久的特徵，因為他們會隨著這些過多的脂肪一同消失。舉例來說，許多嬰兒圓潤的臉頰上都有著酒窩。隨著他們長大脫離嬰兒肥，酒窩可能也會隨時間消失。

至於那些天生沒有酒窩的人們，也可以運用許多方法成功製造出他們。這些方法涵蓋從如化妝般簡單的步驟到手術般極端的方式。這完全取決於你是否認為值得耗費如此心力。

41-44

- (A) 缺陷 (B)展現;表現 (C)圓潤的;胖嘟嘟的 (D)吸引力 (E) 消逝;消褪
(F)罕見的;稀有的 (G)以...為範圍 (H) 轉移/遺傳 (I) 自然的;天然的 (J) 存在

【詳解】

夾腳拖是這世界上最簡便的鞋款。依照腳的外型，以橡膠、塑膠、皮革、或是編織材質做成鞋底，並以一條綁帶將鞋身固定於腳上。夾腳拖的英文名稱來自於走路時鞋底拍打腳所發出的聲音。

紀錄上最早穿夾腳拖的人來自埃及，但很多古老文明都有其各自的樣式。希臘的版本，它的帶子是在拇趾跟第二趾之間，而羅馬涼鞋則是在第二趾跟第三趾之間。美索不達米亞人，則是將帶子穿在第三趾跟第四趾之間。而在印度的「趾柱」涼鞋，在拇趾與第二趾之間，會有一個突出物。

現代夾腳拖的前身是日式木屐。木屐通常是由稻稈製成，並搭配可以分開大拇趾的襪子。在二戰期間，日本掌控東南亞地區大量橡膠資源。在 1945 年，因為戰爭的摧殘，他們開始建立輕工業以重建其經濟。日本人運用從戰爭保存的橡膠大量生產最簡易的日式鞋款。橡膠自此取代稻稈成為夾腳拖最主要的材質。

1950 年代，隨著美國士兵從日本佔領區撤回，夾腳拖在美國開始流行。之後夾腳拖經過重新設計，時常以符合加州海灘文化的鮮豔色彩出現。由於夾腳拖的方便性，它們一直很受歡迎。夾腳拖通常會搭配泳衣還有夏裝，在比較正式的場合也有人會穿比較時髦的款式。

儘管夾腳拖很受歡迎，它們依然引發許多問題。過於簡易的設計是許多人腳受傷的原因之一。另一個問題是將腳暴露在街頭和海邊以外的地方似乎不太適當。但更嚴重的問題是對環境的影響：數以萬計的塑膠垃圾最終被丟棄在垃圾場或流入海洋，同時還釋放出需要好幾個世紀才能分解的化學物質

41.D

【詳解】圖片中的拖鞋最有可能來自於哪個文明？

- (A)印度 (B)希臘 (C)美索不達米亞 (D)羅馬

42.A

【詳解】圖片中的拖鞋最有可能來自於哪個文明？

- (A)印度 (B)希臘 (C)美索不達米亞 (D)羅馬

43.D

【詳解】有關夾腳拖的現代發展，以下敘述何者正確？

- (A)現代夾腳拖源自於印度式拖鞋
(B)美國人因為其鮮豔的色彩而喜愛日式夾腳拖
(C)橡膠在第二次世界大戰前成為了夾腳拖的主要材質
(D)美國士兵從日本帶回家的拖鞋在日後成為了現代夾腳拖

44.B

【詳解】對於夾腳拖的疑慮，以下敘述何者並未在文中被提起？

- (A)個人健康 (B)低劣品質 (C)社會觀感 (D)海洋汙染

45-48

【詳解】

船艦已在好幾個世紀中，擔任貿易上的命脈。幾乎所有東西，從食物到各類機械，都是由巨型船艦，由海路運輸過來。但這些船艦的船長，他們的職責是把船艦

行駛至港口外，等待進入港口。把船艦引進港口內停靠，是另一位船長的職責。這位船長被稱為領航員。

領航員是一位，具備特定港口專業知識的小船駕駛員。這位駕駛員需要引導大型船隻進入港口，而港口中較深水位的航道通常被較淺的海床圍繞著。沒有這些領航員的領導，停靠這些船艦會變得很危險。這些船艦便會很容易擱淺，導致船艦與貨物損壞，而這些遺留物若排至水域中，可能會對水域生態系統造成危害。

除了較淺的海床之外，潮汐和風向也會讓船艦靠港變成更進一步的挑戰。不同的潮汐中可能會有不同方向的海流。海潮入港的停靠方法可能沒辦法用在海潮出港的時候。而且，風向會大幅度的改變船的方向以及船隻對海流變化的應對措施，增加船隻停泊的難度。

領航員需要豐富的經驗以及快速且精準的思維。這項工作最重要的是風險管理。領航員在關鍵的時刻，根據他對港口的了解以及當下情況，來控制船艦。駕駛員不只要注意船艦的安全，還要保護港口及海洋生態。

45A

【詳解】這篇文章主旨是什麼？

- (A)一個特別的職業 (B)運輸及貿易
(C)安全停靠船隻的守則 (D)保護海洋生態

46.C

【詳解】下列哪個是領航員需具備的知識？

- (A)船的價值 (B)貨物內容 (C)天氣狀況 (D)各式各樣的水手生活

47.D

【詳解】最後一段的“a crucial time”指的是什麼？

- (A)當船擱淺時 (B)當水道不夠深時
(C)當兩艘船相撞時 (D)當船隻等待進港時

48.C

【詳解】作者如何在最後一段總結這篇文章？

- (A)增加新的細節 (B)預測未來發展
(C)重申主要觀點 (D)給大眾建議

49-52

【詳解】

橄欖油是經由用石頭壓碎橄欖或用剛刃來釋放油，把橄欖油拿來烹飪是其主要用途。橄欖油的最高等級是特級初榨油，是透過第一次擠壓橄欖製成，含有極低的酸度（低於 1%）。為了符合「特級初榨」的資格，這些油必須同時通過一個實驗室的官方測試，還有一個由受過訓練的品味小組進行的感官評估。它必須要完全沒有雜質，而且還要展現出一些果香、產生宜人的苦味並在嘴巴中伴隨著一種辛辣的感受。橄欖油的第二個等級是初榨油，它也是透過第一次擠壓橄欖製成，但含有稍高一點的酸度（低於 2%）。最後，最廉價的橄欖油是純橄欖油，它利用精煉來移除雜質並混合來提升風味，純橄欖油被推薦使用於所有的烹飪用途。

包裝和儲存也會對橄欖油的品質造成影響，當橄欖油暴露在直接的日照時會快速蒸發，所以它必須被儲存在 16~18 度的陰暗處。濕度還有氧氣會加速促成氧化，因此限制了保質期。塑膠容器通常無法提供足夠的保護來避免陽光、熱還有濕

氣，另外，塑膠中的小分子也會滲入油中，更進一步的降低油的品質。

橄欖油試味員長期採用形容單詞如純度、亮度來評估橄欖油的品質。然而近期國際橄欖理事會正試圖尋找技術來源來提升測試過程的透明度並增進結果的準確度。重新定義「橄欖油」這個名詞被提議用來作為初榨橄欖油和純橄欖油之間明確清楚的區別。國際橄欖理事會的工業協定合作夥伴希望透過這些改變的創始來提升橄欖油的貿易。

49.D

【詳解】請問本文大意为何？

(A)橄欖油的風味 (B)橄欖油的貿易

(C)橄欖油的促銷 (D)橄欖油的品質

50.D

【詳解】下列對於特級初榨橄欖油的敘述何者正確？

(A)它並無參雜任何苦味 (B)它透過精煉移除雜質

(C)它需要混合多於一種的油 (D)它有著比初榨油更低的酸度

51.C

【詳解】根據本文，何者為儲存橄欖油的最佳方式？

(A) 潮濕的地窖中的塑膠容器

(B) 靠近廚房爐子的透明玻璃罐

(C) 廚房櫥櫃裡的密封玻璃罐

(D) 日照充足的窗戶一旁的密封瓶子裡

52.B

【詳解】請問國際橄欖協會(IOC)正致力於何事？

- (A) 訓練更多合格的橄欖油試味員
- (B) 改善橄欖油的分級方法
- (C) 尋求新的技術以提高產量
- (D) 建立產業成員間更良好的連結

53-56

【詳解】

為了避免在軌道上與動物發生撞擊，日本的研究者在火車上裝設一個會發出狗吠聲以及鹿鳴聲的揚聲器。

鹿與火車發生撞擊的事件，一直以來都困擾著日本的鐵道。根據日本國土交通省，在 2016-17 年間，有 613 起火車停駛或延誤至少 30 分鐘的事件都肇因於撞上鹿或其他野生動物。

鹿被軌道線路所吸引是因為牠們的飲食中需要鐵。牠們會舔舐軌道以獲取因為車輪作用在軌道上而產生的鐵質塊件。鹿這樣的營養需求產生了一場將鹿群與無情且呼嘯而過的火車分開的拉鋸戰。在過去，閃紅燈甚至是獅子的臉都曾被成功測試以使鹿遠離軌道。

這個新裝置是由該國 RTRI(鐵道技術研究組織)的一個團隊所發明。RTRI 的官員表示，鹿在感受到危險時，有重複發出短且尖銳的鳴聲以警告其他鹿群的習慣。根據 RTRI，獵犬的吠聲會引起鹿的恐慌，可以強化警告聲的效果。當鹿聽到 3

秒的鹿鳴聲配上 20 秒的狗吠聲，牠們就會產生恐慌並快速逃離。

RTRI 的研究人員表示，在深夜測試中，也就是鹿群最常被發現在軌道邊的時間，結果發現減少了百分之四十五的鹿群目擊。未來的計劃包括在鹿群經常被看見的地點設置靜態的“吠叫”據點，但如此刺耳的聲音不會出現在有人居住的軌道旁。

53.B

【詳解】為什麼鹿會被軌道吸引？

- (A) 牠們晚上會在軌道旁交配
- (B) 牠們需要從軌道攝取營養
- (C) 牠們喜歡對著通過的火車鳴叫
- (D) 牠們透過磨擦鐵軌以削尖自己的角

54.C

【詳解】下列哪一種裝置沒有被用來解決日本的鐵道問題？

- (A) 閃燈
- (B) 會吠叫的揚聲器
- (C) 吵雜的鐵軌
- (D) 有著獅子臉的繪畫

55.A

【詳解】文中下列哪一個有關鹿的敘述是正確的？

- (A) RTRI 的新發明會促使鹿逃跑
- (B) 住在鐵道旁的居民會抱怨聽到鹿鳴聲
- (C) 日本百分之四十五的火車誤點是與鹿相撞所導致
- (D) 結合聲音以及視覺的裝置會吸引更多的鹿靠近軌道

56.D

【詳解】作者於文章第三段中寫道“the unforgiving nature of tons of onrushing rolling stock”應為何意？

- (A)鐵質材料的重量
- (B)正在吠叫的獵犬的殘忍
- (C)鹿與其他動物間的鬥爭
- (D)正在快速移動的列車的危險

VICTOR⁺

得勝者文教

第貳部分：非選擇題

一、中譯英

1. Sometimes/ Once in a while/Every now and then/ Every so often, we (would) do something/things against our will simply (in order) to please our friends.
2. In fact/As a matter of fact /In effect/ In reality, we should learn to stick to our principles while faced with/facing peer pressure.

二、英文作文

(範文一) The sunlight struggled through the murky clouds and cast on a shopping mall, where a huge crowd of people waited in front of its gate. Some people were drawn by the anniversary sale, and some were there to make a pilgrimage, hoping to get a great deal from the flagship stores selling a diversity of merchandise. They fixated on the gate with glints in their eyes, counting down the minutes before the opening. At the moment when the staff opened the gate, throngs of people started to flock in. They fell over one another, dashing forward like predators launching for their preys. Soon, the people indulged themselves in a shopping spree, scrambling for the products while inquiring about the discounts the stores were willing to offer. With more and more people swarming into the mall, every floor was blanketed by waves of customers that never seemed to end.

Chatters and voices of bargains started to rise from everywhere, echoing in the entire mall. The staff were busy swiping the barcodes of the

items and ringing up for the customers. After hours of binge shopping, the crowds of people started to disperse with smiles hung on their faces, leaving the exhausted staff behind. Frazzled as they were, they felt a sense of achievement, knowing that they had done their utmost to cater to the needs of their customers. The anniversary sale, in the end, led to the skyrocketing sales of the electronic appliances, cosmetics, household wares, and other peripheral products. It was actually a win-win situation that it not only pleased the consumers but also set an unprecedented sales record for the department stores.

(範文二) The scene of people lining up for exotic or popular commodities is not rare in Taiwan; however, none could rival the one taking place at Macy's anniversary sale last Saturday. Seconds after the event commenced, a multitude of folks poured into it for a brutal pillage after hours of siege. Without being aware of the background, one might have guessed the apocalypse was coming, for the manner and civility seen ordinarily were all out of the window. Moments later, predictably, the mobs occupied every counter which could be found, inquiring the details of their favored products. As for the clerks, they were having their own version of do or die: Getting bombarded by innumerable questions and requests from customers, who very much resembled ravenous carnivores preparing to devour. Fortunately, the

ordeal ended, or, did it?

Just weeks after the farce, the shoppers' temporal happiness gained through the adrenaline rush obtained during the blind pursuit faded away with reality gradually reoccupying their senses. Saving a buck or two or being among the firsts to get their hands on crazily sought-after items turned out to be no medicine for the contemporary disease called Doing something for the sake of doing it. It soon dawned on the shoppers that most of their purchases turned out to be something merely for bragging rights rather than necessities. Be that as it may, the next big sale in line will likely witness most of the same shoppers, if not all of them, as the caricature brought forth by the exploitation of human weakness will live on as long as humans keep mistaking the nonessential for the essential. There is hope, though, should people no longer deem this heresy a creed. Shopping is not a sin. That said, let us shop smart. goods are made for humans, not the other way around.

(範文三) Days before the anniversary sale, the long-awaiting and covetous customers had been crowding in front of a local department store with their fists clenching and sweat dripping, waiting to press through the gate so that they could lay their hands on the limited-edition products. On the invigorating sound "welcome" that echoed in the air, hundreds of customers charged into the department store, brandishing the credit card in their hands wild with a

burning desire to get the first glance of the clerks and squander all the money they had in hand. Those who had successfully purchased the products suddenly became a one-day pop icon, receiving the interview of the correspondents, flaunting the merchandise they had just acquired, and unknowingly making themselves a sandwich man and a conspicuous character in the advertisement. However, it was the best of times; it was the worst of times. It was the time consumers earned most; it was the time they lost most. While the customers were gloating over those who failed to purchase the limited-edition products in time, the merchants were gloating over the puppeteered customers. Though it seemed that both the customers and the merchants got what they wanted, the power was lopsided. What with media framing and what with hunger marketing, the consortiums created an ambience that the annual sale was, for the tight-fisted customers, an amnesty that unleashed them from the shackles of tight budgets. However, what they did was purchasing products they might not need, selling out their identity to the consortiums at an inconsequential cost, and making themselves a significant role in the whole marketing scheme for the future potential customers. While the customers thought they had got a bargained product, they made themselves another bargained product, which the consortiums bought at a low price and made customers a great advertisement. As a result, the seemingly win-win situation was not so much

a reciprocity as a commercial scheme. However, unless consumers perceived the scheme behind the promotion, the insane drama would be brought onto the stage and propagandized every year.

VICTOR⁺

得勝者文教