



空軍軍官 雙月刊

Air Force Officer Bimonthly

卷首語

本刊第223期刊載了軍事教育、軍事科技、軍事後勤及軍事戰略等5篇研究，邀集相關研究專長作者，針對各主題深入剖析，並提供具參考價值之研究成果，期待能對讀者有所助益，茲簡介如下：

◎不同性別軍校生對約會強暴行為調查初探

軍人被賦予高品格高道德的要求，而在國內鼓吹性別平權的氛圍下，若能經營良好的性別關係，不論將來擔任領導或指揮職時，均能更有效的發揮部隊戰力，故軍校學生在性別平權的相關認知就成為在學期間的教育重點，在19-30歲之間由大學拉開序幕的青年早期，正是與人建立友愛親密的關鍵時期，更是進入組成家庭的準備期，所以認識心儀的對象、與之互動、親密接觸都屬正常的人際互動展現。但在成為親密伴侶關係或是結為配偶之後，卻常因不同性別者所沈浸的文化氛圍，以及對身體界限認知歧異，或是對願意接受親密程度之意思表達的誤解等情況，可能引發關係絕裂甚或對簿公堂的景況。

◎金屬3D列印運用於國機國造之研析

3D列印又稱為積層製造，源起20世紀80年代中期，至今已成功發展，並應用於許多領域，隨著金屬3D列印的崛起，目前已有許多成功的案例，應用於飛機各系統組件之量產，如發動機組件、機翼骨架、起落架系統及其他細部零件，3D列印技術儼然成為了21世紀近代的工業革命。2010年代中期，美國洛克希德·馬丁公司已計畫將金屬3D列印運用於生產F-35戰鬥機，我國隨著國機國造的推動，工研院與漢翔亦於2017年6月15日簽署合作備忘錄。

◎探討影響消費者在網路購物中之因素-以職業干擾效果分析後續行為

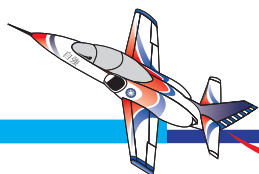
過去鮮少有文獻探討軍人對網路購物之意願，軍人在營區也有購物需求，如馬斯洛（A. H. Maslow）提出人類需求的架構：生理需求、安全需求、社會需求、尊榮感需求、以及自我實現的需求。這些需求由低而高循序漸進，且每一需求只有低層次的需求已獲合理滿足之後，才會變得活躍或刺激。基於上述理由，藉由人口統計變數將職業類別「學生、公、教、商、工、家管」稱為一般消費者（模型二），職業類別「士兵、士官及軍官」稱為軍人（模型三）。藉由職業分類，探討一般消費者及軍人在網路購物的使用動機，網路購物或團購因交流意見而隨之產生的互助關心，激發其凝聚力。

◎從共軍軍機繞臺暨侵擾我空域探討空軍應處作為

隨著中共軍事能力的崛起，針對東海、南海以及我國海空域的戰略勢力擴張尤其明顯，於2020年由美國國防部所發布的中國軍事力量報告中可以得知，共軍企圖於2049年完成世界一流軍隊的建設，朝向打贏信息化戰爭之軍隊核心任務目標邁進，以朝向中國國家主席習近平所提到的中國夢、強軍夢目標邁進，中共國務院在2019年的7月發表了新時代的中國國防白皮書，其中在維護國家領土主權和海洋權益這節有提到「著眼捍衛國家統一，加強以海上方向為重點的軍事鬥爭準備，組織艦機「繞島巡航」，對「臺獨」分裂勢力發出嚴正警告」。

◎中共戰略轟炸機對我防空作戰影響

中共航空兵發展主要往3個方向發展：擔負對地攻擊的殲擊機、殲轟機及轟炸機，主要目的是能對敵方和重要軍事目標實施戰略、戰術轟炸，使其空軍達到「攻防兼備」的戰略目標，本文主要探究戰略轟炸機在現代戰爭中擔負的任務，以及戰略轟炸如何選定攻擊目標，並對敵方做政、經、軍、心的打擊。透過分析中共戰略轟炸機和空對地飛彈發展趨勢，探究其可能攻臺行動以及武器對我空軍基地、機場所造成的威脅，探討其現有及未來部署的戰略轟炸機對我國防空作戰的影響。



空軍軍官學校

R.O.C. AIR FORCE ACADEMY

