

摘要

本研究主要在探討兩個議題，一個是性別多元化的發展，一個是保險詐領保險金，了解其真實事件的細部情形，以提供未來警界偵案之用，現在有許多人不僅將詐領保險金合理化，還視為是一種職業，即使保險業者有意設法防堵，但在保險爭議的民事官司，業者最後都會敗訴，更加讓詐領民眾有恃無恐，處理上相當棘手。

我們藉由拍微電影的方式來呈現一個人為了情財貪念的相關手法，花了多天在做拍攝的動作，每次一小節以達成精緻的製片效果，為了不讓內容乏味，我們也加入許多較為有趣的元素，也許有些許劇情跟現實有落差，但其手法與態度是原汁原味呈現的，希望以一個比較歡樂的狀態讓大家了解重要的事情。

在拍攝與製作的過程中我們遇到了許多問題，拍攝常常因為沒有達到預期的效果而常常NG，而場景的尋找也是費了很大的力氣，還有需要龐大的劇本構思與邏輯，後製也是因為剪接時間長短與配樂合適性常常要去做刪減，討論的機會就多很多了，從中學到如何分工合作、脾氣收放、共體時艱的精神，遇到困難就設法解決，而不是紛爭與放棄。

關鍵字：詐領保險金、微電影、保險人員

目錄

摘要.....	1
目錄.....	2
第1章 動機目的.....	3
第1節 研究動機.....	3
第2節 研究目的.....	4
第2章 微電影架構(含甘特圖).....	5
第3章 微電影相關文獻.....	7
第1節 微電影相關文獻.....	7
第2節 保險業務員相關文獻.....	8
第4章 微電影內容.....	9
第1節 與保險員的巧遇.....	9
第2節 女主角之身體狀況.....	10
第3節 情侶吵架起火點.....	11
第4節 男主角與小三認識.....	12
第5節 製造假車禍.....	13
第6節 與保險員的面談.....	14
第7節 決定投保與簽約.....	15
第8節 預謀下藥.....	16
第9節 醫院取藥&猝死.....	16
第10節 逮捕入獄&結語.....	17
第5章 結論.....	19
第1節 專題製作之感想.....	20
第2節 觀看者影片回饋.....	22

第一章 動機目的

本章主要說明本研究之動機與目的，一共分為兩節：第一節為研究動機，主要是探討保險因素的發展，第二節為研究目的，藉由拍微電影的方式來呈現保險工作以及心境轉折

第一節 研究動機

保險制度本身是讓人有多一層保護，可以分散風險，減少外來危險的損失的經濟制度。因此，如若要保人從事保險詐欺之行為時，受害者不單單只是保險公司所損失的保險金外，尚還包括受有「潛在性」損失之社會大眾，如果過多的保險詐欺，社會上的互助機能可以就會就此瓦解，也有可能因此造成保險公司的交易成本提升，交易成本提升想當然爾會由消費者所承擔對消費者而言，提高的潛在損失。正因保險詐欺涉及國家經濟制度，自有加以抑止之必要。

然而因為現在景氣的不景氣造成人生保險變成，少數不肖人士為了牟取不義之財而行使的不正當手段，其中更以人身傷害保險及旅行平安險的金手指等案件最為常見；被害人會事先提高自己的總保額，接著在國外自殘身體申請理賠，或是提高自己身旁親人的保額並製造出意外，以此方法詐領高額保險金。根據財團法人保發中心推估，台灣保險業每年因保險詐欺支付出的保險金約佔理賠金額的10%，更有根據指出這種額外支出的理賠金額，一年直逼 300 億之多；倘若不設法有效阻斷此種不肖手法的話，不僅對保險公司來說是一大負擔，更危害到多數被保險人的權益。如同上段所述；我們知道保險費取自全體保戶，並由保險公司所管理經營，當保險事故發生時，再由保險公司理賠給被保險人；正因為如此，我們更必須正視這個問題，找出如何解決這些問題的發生，才能有效保護社會的安定以及社會大眾的權益。

第二節 研究目的

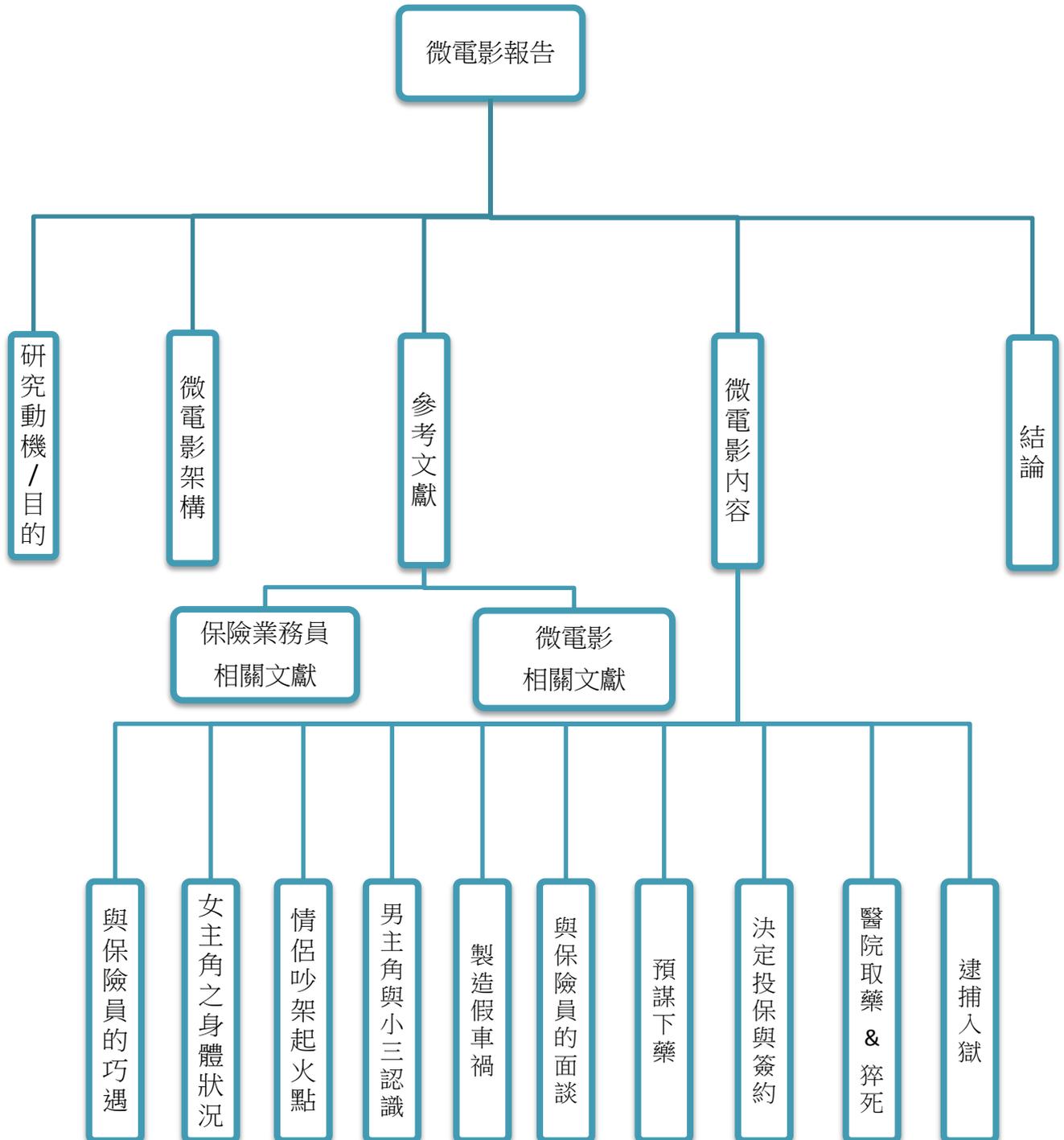
在網際網路迅速發展的時代下，大眾使用網路的頻率也逐漸增高，尤其是青少年。在傳統媒體之外，網際網路提供了另一種廣告宣傳平台。這也使得微電影在廣告行銷中崛起，相對於廣告，微電影以短片的模式將產品置入影片，利用影片中的演員、情節以及氛圍，更加深消費者對商品的印象。

「微電影」一詞有許多解釋，確定的是其名稱源自於中國市場，在其他國家並沒有微電影這樣的辭彙。起初，微電影比起電影院看到的電影來說成本相對較低，因此給予了電影創作者更多可以發展的空間；也有人認為微電影一詞純粹是華人媒體為了商業利益而想出來的噱頭與手法，為的是與網路上的短片及傳統電視廣告做區隔。無論微電影最初的定位為何，無可否認的是，現在已有愈來愈多的廠商選擇投資微電影，作為新的廣告型式。

目前在網路上充斥著各式各樣的微電影，值得探討的是，微電影如何透過影片情節與整體氛圍來製造龐大的商機，其中，以微電影為主軸所設計的廣告與傳統的行銷手法的不同，而使得微電影能夠在廣告行銷中快速的崛起。微電影的廣告型式提供了商品行銷的另一種選擇，甚至影響了普遍的廣告手法，因此，我們希望能以藉由拍攝微電影的方式來簡單描述現今的社會議題。

第二章 微電影架構

(架構圖)



(甘特圖)

月份	201410	201411	201412	201501	201502	201503	201504	201505
項目內容								
擬定專題主題與架構								
微電影劇本內容討論								
角色分配及資料蒐集								
事前拍攝討論及道具場地租借								
拍攝影片								
影片後製								
製作專題書面報告								
影片上傳供瀏覽及評論								
專題上台報告								

第三章 微電影相關文獻

近年來隨著資訊發展與科技進步，進而產生多種平台用以接受資訊，透過電腦即能讓使用者在網路上得到想要了解的訊息。因為智慧型手機的發明，更造就現今人人皆能輕易使用這些工具獲取資訊，無論何時何地皆可接受外在之刺激。

我們可以看見許多大眾透過此類方式放鬆身心，不論是玩遊戲、找資料、聽音樂或觀賞影片，亦可發現在當今快速變化之下，人們常把握如此短暫時光從事某些行為活動，而企業主亦越來越看重此塊經濟效益，因此微電影即在如此環境之下盛行起來。

微電影即為短片，但並非電影短片下的分支。微電影與電影短片是不一樣的。微電影風潮從大陸一路席捲至台灣、香港、新加坡等華人地區。隨著3G 網路及手持行動裝置的成熟與普及性，使微電影愈來愈蔓延，現今微電影無論是在技術、經濟市場或是文化方面都具其標誌性的意義。

蔡宜真(2013)指出隨著網路媒介的快速發展、智慧型手機與平板電腦的普遍使用加上人們每日的娛樂休閒時間零碎化，微電影便在此一背景之下興起。網路世代的產物—微電影，不但受到網路閱聽人的喜愛也成了企業跨媒體宣傳的新興行銷工具。

范睿濱(2013)只隨著網路速度不斷提升，行動裝置與行動上網的普及，及網路使用方式的變遷，網路行銷方式也隨之變遷，而微電影與廣告的結合，也是亞洲目前最新興行銷的手法。

曾凡璇(2013)指出為了引起消費者的注意與記憶，廣告試圖透過許多創意的手法呈現，而創意十足讓消費者印象深刻的廣告，卻不一定是成功的廣告，如何能深植消費者內心，並且產生正面的態度與購買意願是廣告的真正目的。由於微電影的興起，使許多企業主將產品置入於微電影，以感動人心的劇情下，試圖影響消費者。

游小倩(2013)提到微電影以原創性內容與短小精緻的檔案特性，成為現今網路閱

聽者的一種新型娛樂方式，由於微電影的低製作成本、低進入障礙與快速傳播特性，更吸引廣告商與行銷人員的投入。

保險業務員相關文獻

現在有一個行業領域是最不缺乏的，那就是保險領域。之所以不缺乏，是因為它直接關乎著人們的人生安全和財產安全。當然之所以把保險行業作為財金類領域之下的一個分支，是因為現在的保險已經不在單一的成為了自身人生和財產的一種保障措施，更重要的成為了一個投資項目。

保險業務員是指為保險業、保險經紀公司、保險代理人公司所聘任從事保險招攬之人，但個人執業的經紀人或代理人不能再聘任業務員。登錄在保險公司或專屬保險代理的業務員，僅能銷售或代理其公司的保險商品。一般代理人或經紀人的保險業務員則可以同時代理或銷售多家保險商品。

保險業務員主要工作是行銷保險商品，將保險的觀念及適合的保單推銷給客戶，使客戶選擇並購買對自己生命、健康或財產最完美的保單，除了推銷保單之外，保險業務員也提供客戶在保險業務上的需求與申請理賠。基本上，工作內容須不斷地拜訪新客戶、推銷適合的保單、達成業績目標以及幫助遭受損失的客戶進行理賠。

保險業務員依販售的保險不同，可分為「人身保險業務員」與「財產保險業務員」。人身保險業務員所銷售的保險商品包含人壽保險、健康保險、傷害保險以及年金保險等。通常專精於銷售與投保人人參有關生、老、病、死、傷、殘等的保單，以彌補投保人經濟上的損失。壽險的保險業務員銷售健康險保單，來支付因疾病以及受傷所引起的的醫療支出成本。財產保險業務員所銷售的保險商品包含車險、火災保險、海上保險、責任保險、保證保險、失竊險等，是以保障個人和企業會導致財務上損失為目的之保險。基本上，具人身保險及財產保險的證照，即可向客戶推銷各類保險商品。

第四章微電影內容

我們拍攝的微電影與保險事件的情節有關，此章節說明拍攝腳本，內容及手法，共分為十節，分別為與保險業務員的巧遇、翔兒之身體狀況、情侶吵架起火點、主角與小三認識認識、製造假車禍、與保險員的面談、決定投保與簽約、預謀下藥、醫院取藥&猝死、逮補入獄&結語。



第一節 與保險員的巧遇

一、內容大綱：

在一天的假日閒暇之餘，在捷運站口遇到了保險業務員的問卷調查，我們設計了經典的問題來呈現一般業務員會問的，還有遇到業務員的心情寫照，反映在態度及表情，並知道能透過這個方法讓陌生人瞭解到自己對保險是否有需求，再過更深一步的瞭解！！

二、場景台詞：

(捷運站站口)

行銷專員:先生先生可以幫我填個問卷嗎?耽誤你幾分鐘就好~

男主角:好吧!

行銷專員:那請問你們的職業是做什麼的?

男主角:職業~我是醫生他是上班族~

行銷專員:那你們有保保險嗎~?

男主角&女主角:沒有欸!

行銷專員:那有做理財規劃嗎?

男主角:也沒有欸~

行銷專員:來!那這是我的名片,然後有需要的話可以打電話給我~謝謝~

男主角:謝謝~

第二節 女主角之身體狀況

一、內容大綱:

一天一如往常的女主角在自己的辦公室工作著,一旁的同事還正在閒雜的聊著自己的八卦趣事,而女主角卻漸漸的頭越來越重、越來越暈,已漸漸沒了自己的意識,發現到自己的不適並盡快到醫院就醫.....在醫院中女主角得到了充分的休息,也輪番受到小三與男主角的照料,卻不知其所然後續的發展,身體虛弱的女主角就這麼在醫院休息了好一陣子~~~

二、場景台詞:

(女主角辦公室)

女主角:(在工作時狀態漸漸不太好,頭痛無法集中精神,因此發現了自己的身體狀況已經有異。。。。)

(醫院)

小三:鄭先生,休息一下有比較好一點嗎?

小三:時間到摟~要吃藥摟~

小三:阿今天都還可以嗎?還好吧?

小三:先出去摟!!

(醫院)

男主角：翔兒～你還好嗎？

女主角：你來啦～！

男主角：你最近不是都有定期的回診還有做檢查吃藥嗎？

男主角：為什麼會突然變得這麼嚴重！??

女主角：因為最近身體比較勞累～

女主角：好像是因為在加班一直在熬夜～

男主角：um...那我看這樣子好了！

男主角：你要不要先跟你公司主管請假一陣子在家好好的休息～～

第三節 情侶吵架起火點

一、內容大綱：

男主角與女主角在家中討論今晚所要看的電影，以及晚上要吃什麼，但是由於男主角在玩線上遊戲，希望女主角可以先做別的事情等他結束。但經過了一小時，男主角還是繼續玩遊戲，一點都沒有要出去的感覺，女主角等到不耐煩，於是跟男主角吵了起來，很生氣的甩門走人。

二、場景台詞：

(男主角家中)

女主角:威智，上禮拜我們不是約好今天要看電影嗎？

男主角:摠，對阿！

女主角:那我們今天要看什麼？

男主角:今天看大喜臨門你覺得怎麼樣？

女主角:好啊！感覺還不錯

男主角:摠，對阿！而且又是豬哥亮主演的感覺就超好看的

女主角:摠，一定很好笑

男主角:對阿！

女主角:那我們看電影之前要不要先去吃個飯?

男主角:好啊!

女主角:現在嗎?

男主角:待會好不好?等我這場打完,你先做一下你自己的事情,我待會好了叫你

女主角:喔~好

(一個小時過後)

女主角:你到底好了沒?

男主角:就還沒阿!你幹嘛口氣這麼兇?

女主角:你不是要跟我去看電影嗎?

男主角:我就還沒死掉阿?

女主角:你一個小時前才跟我這樣講!!

男主角:等一下,現在殭屍很多。你在幹嘛啦

(女主角站起來關掉男主角螢幕)

女主角:你到底想不想要跟我看電影?

男主角:阿就等一下,等我死掉阿!

女主角:算了,不想看了

男主角:兇什麼兇阿?莫名其妙

第四節 男主角與小三認識過程

一、內容大綱:

男主角與小三常用通訊軟體聯絡,某一天,他們相約在外面的餐廳吃飯,在這當中的認識與談話過程,更進一步的認識彼此。男主角與小三常常相約出去吃飯,感情也因此越來越好。

二、場景台詞：

（某間餐廳）

男主角:不好意思，不好意思，我遲到了

小三:沒關係啊！也剛來而已

男主角:你已經先吃喔？

小三:因為我肚子餓先點了，你要不要先去點餐？

男主角:喔，好啊！

（男主角走到櫃檯點餐）

男主角:先生，不好意思我要點餐

店員:那請問你需要什麼？

男主角:我要…20號包心綜合仙草

店員:一個包心綜合仙草

（點完餐點後，拿回座位）

小三:噢對！你昨天怎麼會一個人去圖書館啊？你沒有..女朋友嗎？

男主角:痲..有啊！其實剛我說的有事情就是我一剛跟我女朋友吵架

小三:你怎麼又吵架了呢！

男主角:這個..等以後再告訴你，現在這麼開心出來吃飯，就不要聊這個了

第五節 製造假車禍

一、內容大綱：

男主角喜歡上用通訊軟體去交友以後，和女主角翔兒的問題就層之不窮，常常因為一點小事吵架，後來就和小三私底下多次約出去吃飯，之後男主角和女主角某天走在路上看到街上一個人被車撞到，車主肇事逃逸，沒想到，這其實是男主角和小三所製造的一場假車禍，目的就是要讓女主角認為保保險是件對於現在來說不可或缺的事情，而且，這只是男主角和小三要詐領保險金計畫的第一步…

二、場景台詞：

(街頭)

女主角:先生!! 你有沒有怎麼樣??

男主角:快! 快打電話(街頭)

第六節 與保險員的面談

一、內容大綱：

後來成功的讓女主角認為保險對於現在的她和男主角來說是個保障也是不可或缺的，於是他們想起了前陣子在街上幫忙做問卷遇到的保險業務員，並且跟她約了時間去討論並且規劃如何有效保保險來保障自身權益的事情，過程中，男主角成功的誘使到了女主角把保額提高並且把受益人寫他，就這樣，女主角一步一步的陷進了男主角與小三所設計的圈套裡…

二、場景台詞：

(保險辦公室)

業務經理:來王先生這邊請坐

男主角:謝謝

女主角:謝謝

男主角:摠..就我最近想做一些保險的規劃，不知道你可不可以給我一點建議?

行銷專員:我們保險有分六大部分，第一部分我要講的是壽險，他就是身故才有理賠的、再來就是儲蓄險，簡單來說就是存錢，然後呢，還有一個就是防癌險，如果你哪天不小心得得了癌症的話，你還有一筆錢可以拿來治療

業務經理:摠，那再來我要講的是醫療險，醫療險有分兩個部份，一個是日額給付，一個是實支實付，那日額給付的話，就是假如說你今天住院一天那他可能賠你兩千到三千，那兩天三天以上就是以此類推，那如果是實支實付型的話，主要是看你收據上面的金額，假如說你今天保的保額是10萬，他就可以負擔你10萬以

下的住院的雜費，那什麼是意外險?意外險就是非疾病外來突發的事故導致你可能殘廢或是死亡，那他可能就會給你一筆保險金讓你去做治療，那請問你們還有沒有什麼問題?

男主角:摠..好..那我大概知道了，那我想要保保額大約一千萬左右的壽險，那假如我們覺得OK的話，我們就馬上簽約

業務經理:好，那你們受益人的部份要填誰?

男主角:掛我名字!

業務經理:那你覺得呢?

女主角:摠...好吧

業務經理:好，那這邊有一張要被保險人基本資料可以幫我填一下嗎?

男主角:喔，那就在麻煩你了

業務經理:好，不會

第七節 決定投保與簽約

一、內容大綱：

與保險業務員經過一番討論之後，男主角與女主角決定投保金額較高的壽險，保險業務員也依他們所要求的幫他們把保險契約書給規劃好了，因此他們馬上就簽約。

二、場景台詞：

業務經理:王先生你的保險契約我幫你規劃好摟，你看一下有沒有什麼樣的問題?

男主角:好，摠...翔兒你覺得勒?

女主角:我覺得還不錯啊

業務經理:那如果OK的話，這邊幫我簽個名就可以了，這張給我就好，那這個保單的部份你們自己保留就行了

男主角:好，謝謝

業務經理:不會，那有問題再連絡我

男主角:摠，好謝謝

業務經理:辦辦 男主角:辦辦

第八節 預謀下藥

一、內容大綱：

後來成功誘使到女主角保了保險以後，男主角和小三就開始籌畫著，要怎麼讓女主角像是因為意外死掉，不讓人懷疑，進而成功領到鉅額的保險金。

二、場景台詞：

男主角:你覺得有什麼方法可以拿到翔兒那筆鉅額的保險金？我這幾天反覆的翻阿翻阿！翻阿翻阿！

看了這本殺手-末日花開的美夢，看了好久，還是沒有想到一個所以然

小三:他好像是我的病患，你覺得如果在他的藥裡面加一點什麼特別的東西，會不會讓他這樣子安安穩穩的死去

男主角:對！那你有什麼想法？

小三:這幾天我進了一批新藥，裡面有一個藥物，小小的圓圓的，剛吃的時候會讓你很興奮，吃久了，你可能就會猝死

男主角:呃!那這個藥是什麼？太強了吧！

小三:讓我為你鄭重地介紹這支致命毒藥 FM2

男主角:蛤！！

第九節 醫院取藥&猝死

一、內容大綱：

女主角前往醫院索取藥卻不知道正一步一步地走向死亡，女主角某天在圖書館看書的時候，突然覺得胸口很悶，突然間，就像被扭住心臟之後就這樣陳屍在圖書館中。

二、場景台詞：

小三 :鄭先生，藥好摟

女主角:我就是

小三 :這是三餐飯後睡前吃那裏面裡面有兩顆白色的話是如果你還有
更不舒服的話再吃就可以了

女主角:好

小三 :這樣就可以摟謝謝

女主角:謝謝

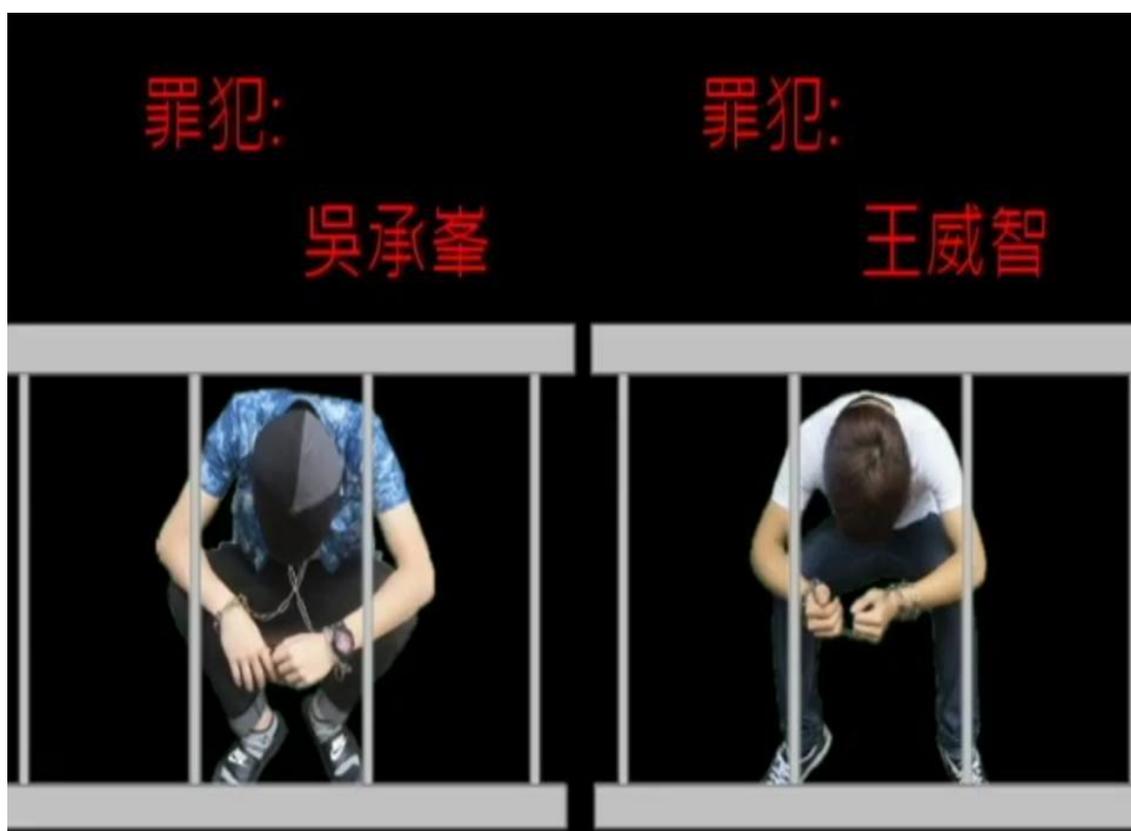
第十節 逮捕入獄&結語

一、 內容大綱：

男主角與小三在毒害女主角後，準備領取保險金，但卻因為保險時間又近、保額又高，讓保險公司發現這一件預謀詐領保險金事件，之後男主角與小三就因謀殺與詐欺的罪名被移送法辦。

二、 結語：

男主角和小三在一步一步的計畫下，女主角最後因為服用了『致命毒藥—FM2』而猝死於圖書館中，男主角和小三計劃成功後前往保險公司領取當初鉅額保費可以獲得賠償金，但由於男主角跟女主角當初選擇保險的日期跟女主角猝死的日期太過相近，而且保額也不合常理的高，令保險公司非常懷疑是否中間有什麼不為人知的秘密，決定請警方調查，經過了警方一連串的調查後發現了這一件，欺騙了女友對自己的信任而選擇謀財害命的殺人案，男主角跟小三也因為被警方發現了用藥毒死女主角的過程，最終就因謀殺與詐欺的罪名被移送法辦。



第四章 結論

近幾年微電影漸漸成為一個主流，在台灣不管政府或是學術機構都很重視，例如像選舉、行銷廣告都是愛用者，而我們會想要用微電影就是因為他可以透過一個簡短的小故事小動畫呈現事件的樣貌，我們也放到網路上得到大家的回應，以及自己的心得檢討與成長歷程。

以往電視廣告經常以傳統方式來宣傳自己的產品，最典型是不斷數出這個產品有什麼功效、有什麼優點，讓消費者覺得有用及購買，但公司為了推銷產品，一定會都只宣傳產品好的一面，那個真確性就難以判斷了

微電影是經過專業策劃和後製製作，具完整故事情節的短片電影，對於微電影的時間長短，不同國家似乎都有不同的標準。近年不少品牌以及廠商企業均以微電影的方式製作廣告及有關宣傳方法，現在的電影廣告手法，好處是只要看大約一兩次就已經足以讓觀眾留下深刻印象，而且劇情容易打動他們，他們如果喜歡或許還會將影片在社交網絡(如FB. YOUTUBE)上分享，達到人傳人的宣傳效果。不過，這種廣告模式應該還需要更多創意才能營造氣氛，我們這次都是微電影初手，要學習的還是很多。

欺利人淒網址 <https://www.youtube.com/watch?v=rITl2xwjuC0>

第一節 專題製作之感想



楊絮威：這次專題我們決定拍了微電影，並演出詐領保險金這個主題，我在裡頭飾演保險業務主管，瞭解到帶新人瞭解保險事業的過程，還有如何去做陌生開發，能夠藉由拍微電影去體驗很多自己沒嘗試過的事，真的都是很新鮮的體驗，也從中學到不少拍攝手法、保險商品的專業術語、以及威力導演的後製技術，這些都是我拍微電影的附加價值，更難能可貴的是能夠在大學最後一年多的時間，還可以一起努力完成一件事，雖然花了不少時間，但我覺得都是值得的，希望大家能夠喜歡我們的作品《欺利人淒》。

沈宥妘：專題是考驗大家團結合作的默契，並不是單一人就可以完成的，藉由分工合作使成就達到最強，從無生有，讓人有成就感，但也消耗了大家耐心。這幾個月裡，大家都是懵懂無知的，必須自行探討電影的拍攝方式、剪輯軟體的使用方法，在課業之餘還要找時間研究這些，讓人神經緊繃，壓力也很大。但沒有努力，就看不見成果。雖然我們的成果比起別人的略微遜色，但最美的終究是過程。

這期間雖然有些小爭執，發生了許多不愉快，但這是大家盡心盡力的表現，有了意見才能改變，這可是專題的必經之路呢！

鄭宇翔：這次專題我們做的是微電影，這對我們來說是一個很大的挑戰，以前從來沒嘗試過的東西，我們必須都要自己來，首先要從想電影名稱、劇情，再來拍攝影片，最後剪輯影片以及後製。在微電影當中我飾演一位被男朋友為了鉅額保險金而害死的女主角，在演戲當中遇到許多瓶頸，突然覺得當演員不簡單，不僅要有隨機應變的能力，還要能及時應對，雖然當中自己一直NG，瘋狂的句點其他人，但是這些過程能讓我有個寶貴的經驗。在這當中雖然大家時間有點難配合，但我們還是努力完成了！希望大家會喜歡我們的作品。

王威智：其實打從一開始打從心底沒有想過自己的主題會是微電影，因為那並不是我們這組的第一志願，後來其實換個角度想，其實多接觸一些不同的東西也不錯，現在科技多元化，許多公司為了吸引消費者目光，無所不用其極的創新和用許多方法，就是要帶給消費者許多不同層面的衝擊，拍攝過程中，可能是因為之前有玩過系學會的關係，所以對於有鏡頭在拍攝自己時不會有很尷尬的感覺，雖然說還是有碰到一些挫折，可是真的很新鮮還蠻愉快的，也知道不少拍攝手法，像是分鏡還有剪接後製的重要，最後大家一起完成一個微電影，一個五人小劇組的感覺，真的會是個很深刻的回憶。

吳承峯：這次專題用的是微電影的方式，對我來說非常的特別，從來沒有接觸過的東西，自己想劇本自己做道具想好服裝想裡面要有什麼樣的內容，連拍攝剪接都要自己來，講真的很不容易，小組討論的時候常常會有意見分歧的事件發生，也真的需要很多的磨合才完成了這次的專題微電影，在裡面飾演一個剛出社會的藥劑師，還要設計毒害女主角，有些需要用表情來詮釋的一些地方，很難但影片出來真的很有成就感，自己動手完成的一部作品，雖然不專業但卻很用心。

第二節 觀看者影片回饋

在現今數位化的時代裡，一個成功的網路行銷企劃、線上活動，甚至是微電影成品都須充分利用社群媒體，透過大批的觀賞者來檢視自己的成果成效，同時有效評估市場反應度是否良好，並充分理解和接受這個結果，並做事後的檢討，以利達到一個精緻的微電影。

一、點閱率與按讚率

網路點閱率反映人氣，通常點閱率高的票房或者收視率也都會被看好，就像FB的案讚數越高代表這個人的人脈越多人氣越高，所以一個好的微電影若能得到不錯的觀看數及案讚代表很多人喜歡這部影片因而被吸引，也是給拍片者一個最大的回饋。



檢討：這次的影片宣傳，得到了**50**個讚以及**368**個觀看數，開心的是有許多的正評，代表有許多人喜歡我們共同努力做完的作品，算是這些日子以來揮血汗也值得了，但也有人私下跟我們說小缺點，很感謝眼睛雪亮的人告訴我們謬點，我們也看見了自己要改進的地方。

二、觀看者評論與檢討

練習造就完美、評論造就卓越，一份好的作品需要經過許多的粹練及修改，而觀眾有著最直接的感受，可以給我們最有效率的意見，在網路這麼流通的時代，人人都有電腦都有網路，看影片也成了每個人的小娛樂，我們得到了意見不管是好是壞，都能帶我們做出更棒的東西，因此我們樂於接受指教。

<圖>、觀看者評論



The image shows a screenshot of a social media comment section. At the top, it says "留言 · 10" (Comments · 10). Below this is a text input field with the placeholder "分享您的想法" (Share your thoughts). Underneath the input field is a section titled "熱門留言" (Popular Comments). There are three comments listed:

- 邱榆晴**
1 週前 · 公開分享
詐領保險金真的很要不得!
- 潘怡君**
1 週前 · 公開分享
好，非常好
翻譯
- 吳家紋**
1 週前 · 公開分享
用心製作的影片👍
翻譯

參考文獻

蔡宜真，微電影閱聽人沉浸經驗之探討。國立中正大學企業管理研究所碩士論文，2013。

范睿濱，微電影行銷模式之探討。中原大學國際經營與貿易研究所碩士論文，2013。

游小倩，微電影閱聽者行為意向與影響因素研究。朝陽科技大學企業管理系碩士班碩士論文，2013。