

教育部113年度提昇師資素質獎助經費  
研究計畫－研究報告

探討學生對插圖式動畫訊息的接收效果

－以台南應用科技大學生活服務產業系之系簡介為例

計畫主持人： 陳玉婷

計畫主持人所屬單位名稱：生活服務產業系

計畫執行期限：113年1月1日-113年6月30日

計畫編號：113-tut-17

中華民國113年7月10日

# 探討學生對插圖式動畫訊息的接收效果-以台南應用科技大

## 學生活服務產業系之系簡介為例

Exploring the Effectiveness of Students' Reception of Illustrated Animation Messages: A Case Study of the Department of Life Service Industry at Tainan University of Technology

### 摘要

近年來，台灣人口增長趨緩，少子化趨勢對政治、社會、經濟和教育影響深遠，特別對高等教育招生提出挑戰。本研究探討紙本 DM、插圖式動畫影片及其結合對目標受眾的影響。插圖動畫因其易讀、易分享、有趣互動和親近觀眾的特點受到關注。以台南應用科技大學生活服務產業系簡介為主題，設計、製作並評估插圖動畫影片，並通過問卷調查、訪談和數據分析進行研究。結果將提供改進學校行銷和廣告策略的建議，豐富課程內容，提升人才培訓，改進服務設計和合作能力。

關鍵詞：少子化、招生、行銷策略、插圖式動畫影片

### Abstract

In recent years, Taiwan's slowing population growth and declining birth rates have posed challenges for higher education. This research examines the impact of paper brochures, illustrated animated videos, and a combination of both on target audiences. Focusing on the Department of Living Services Industry at Tainan University of Technology, the study includes design, production, and evaluation of illustrated videos, utilizing surveys, interviews, and qualitative analysis. Results aim to improve school marketing, enrich curriculum content, and enhance talent training in service design and collaboration.

Keywords: declining birth rates, enrollment, marketing strategies, illustrated animated videos

## (一) 研究背景及目的

2024年對台灣競爭力將構成決定性的時刻，因為人口數即將進入零增長時代，屆時嬰兒出生數和死亡人數均約為19萬人(彭杏珠, 2009)。台灣的少子化現象影響未來政治、社會、經濟和整體環境，特別是教育體系。由於生育率急劇下降，各大學近年來面臨嚴重的招生挑戰，使招生工作成為一項嚴峻的課題。因此，各大專校院已認識到有必要研究目標消費市場，以採用多元化的行銷策略來吸引學生。而如何在眾多競爭對手中脫穎而出，並成功吸引潛在學生，已成為當前學校行銷策略和廣告推廣中的首要挑戰。

近年來，廣告媒體的型態日益豐富，表現方式也相當多元，電腦動畫(如，插圖式的動畫)的發展逐漸開始迅速及普遍，有越來越多的商品透過動畫作為廣告的表現方式。根據 KOL Radar(2023)整理出插圖式的動畫有以下的優點：

1. 易讀：他們以圖像故事為主，更容易理解，尤其適合手機使用者。
2. 快速分享：圖片容易在網路上分享，也能融入日常生活，如社交媒體和聊天應用程式。
3. 有趣互動：生動的插畫和故事能吸引粉絲參與互動。

親近觀眾：他們的形象能讓觀眾更親近品牌或內容。

「插圖式的動畫」為一使用插畫和動畫元素來傳達訊息的一種方式。這種方式通常結合了視覺藝術(如手繪插畫)和動態效果(如動畫)來創造更具吸引力和互動性的內容。綠色和平(Greenpeace)於2022年使用插畫式動畫訊息來宣傳環保知識和行動、世界衛生組織(WHO)於2021年透過插畫式動畫訊息來宣傳疫苗接種的重要性。Coca-Cola也於2020年在社交媒體上使用插畫式動畫訊息來進行節日宣傳和品牌推廣。這些實例展示了插畫式動畫訊息在各種領域中的廣泛應用及其有效性，為相關領域的實踐者提供了豐富的參考資料。

而「Q&A」問與答型式的內容呈現，是一種高效且靈活的交流方式，可以促進理解、增強互動並建立信任。無論是在教育、商業還是社交互動中，都能夠有效地促進交流和信息傳遞。其主要的好處包含：

1. 解答疑問：Q&A 形式可以直接針對觀眾或讀者的疑問進行回答，提供明確和具體的解答，有助於消除誤解和疑慮。

2. 增進互動：Q&A 形式促進雙向交流，讓觀眾有機會參與並提出他們關心的問題，從而增強互動性和參與感。
3. 增加透明度：通過公開回答問題，機構或個人可以展示他們的透明度和誠信，增強信任度。
4. 針對性強：Q&A 可以針對特定問題進行詳細解釋，提供有針對性的答案，比一般的信息傳遞更具精確性。
5. 提升參與度：觀眾或讀者更可能參與和關注 Q&A 環節，因為他們的問題和關注點能夠得到直接回應。
6. 方便學習和理解：Q&A 形式可以將複雜的概念分解為簡單的問答，讓學習者更容易理解和消化信息。

牛津大學(2021)在其YouTube頻道上發布Q&A視頻，回答國際學生關於入學要求和學術生活的問題。斯坦福大學(2021)在其招生網站上使用Q&A視頻，回答潛在學生和家長有關申請過程、課程設置和校園生活的問題。Google(2020) 在其官方博客和YouTube頻道上使用Q&A形式來解答用戶有關其各種服務（如Google Photos和Google Drive）的問題。這些範例呈現了Q&A形式在不同領域中廣泛地被有效應用。

本研究以台南應用科技大學生活服務產業系的系簡介為主題，設計與建置一插圖式影音動畫影片，並以目前生活服務產業系大一學生及潛在的學生（如，高中職學生）為對象，藉由該動畫影片觀賞、問卷調查與質性訪談來了解插圖式動畫影音對其廣告效果的理解與影響。期望在規劃學校行銷與廣告策略上能有效地傳達訊息與溝通效果。

## （二）研究方法、進行步驟及執行進度

1. 本計畫採用之研究方法與原因。

本研究以台南應用科技大學生活服務產業系的系簡介來建置一插圖式動畫影片作為研究的議題，係著眼於目前因應少子化的教育政策並無法立即補救各校招生困難的危機。研究廣告策略對目標消費分眾接收的影響，是目前重要的課題之一。

2. 本研究進行的步驟為：

- (1) 針對招生廣告類型進行蒐集與分類，以了解現階段各學校之廣告內容與訊息溝通類別。

(2) 訪談台南應用科技大學生活服務產業系的師生並搭配現有的紙本DM，以了解系上情形與所需強調的重點。

(3) 以台南應用科技大學生活服務產業系的系簡介為主題，進行插圖式動畫影片之腳本規劃與撰寫。

(4) 利用CANVA軟體製作，並測試。

(5) 正式測試：以台南應用科技大學生活服務產業系大一學生與潛在的新生(如，高中職生)為對象，透過三種策略運用：紙本DM、插圖式動畫影片、插圖式動畫影片搭配紙本DM，來探討學生們對台南應用科技大學生活服務產業系系簡介之宣傳效果。

(6) 問卷(如，表一)填寫與訪談受測學生。

(7) 資料收集、整理、歸類、分析。

(8) 結果判讀、檢討、修改動畫影片與撰寫報告。

表一 影片認知問卷

| 題目                                     | 非常不同意 | 不同意 | 普通 | 同意 | 非常同意 |
|----------------------------------------|-------|-----|----|----|------|
| 1. 對於招生影片的整體印象，您給予的評分是多少？(數字愈大，分數愈高)   |       |     |    |    |      |
| 2. 招生影片中的資訊內容是否清晰易懂？                   |       |     |    |    |      |
| 3. 您是否覺得影片中的文字展示速度適中，使您能夠完整閱讀並理解內容？    |       |     |    |    |      |
| 4. 招生影片中的畫面和音效是否吸引人？                   |       |     |    |    |      |
| 5. 招生影片中的訊息是否使您對生活服務產業系更感興趣？           |       |     |    |    |      |
| 6. 您認為招生影片中的主題和內容是否符合生活服務產業系的核心價值觀和形象？ |       |     |    |    |      |
| 7. 您是否願意向親友推薦這個招生影片？                   |       |     |    |    |      |
| 8. 有沒有任何建議或意見，可以讓招生影片更好地吸引目標觀眾？        |       |     |    |    |      |

3. 執行進度如表二所示。

表二 計畫工作執行進度

| 計畫項目 \ 月份                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1. 針對招生廣告類型進行蒐集與分類                  | ■ |   |   |   |   |   |
| 2. 訪談生活服務產業系師生並搭配招生DM，了解其對於系上的認知情形。 | ■ | ■ |   |   |   |   |
| 3. 影片腳本規劃與撰寫                        |   | ■ |   |   |   |   |
| 4. 插圖式影音動畫製作與測試                     |   |   | ■ | ■ |   |   |
| 5. 使用者問卷調查與質性訪談                     |   |   |   | ■ | ■ |   |
| 6. 分析與整理資料                          |   |   |   |   | ■ | ■ |
| 7. 檢討、撰寫結果報告與修改動畫影片                 |   |   |   |   |   | ■ |

### (三) 研究成果

本研究運用插圖式動畫影片作為研究的議題，以Q&A的動態影片呈現方式並透過歷年來考生與學生家長等常見的問題來介紹台南應用科技大學生活服務產業系，建立了3分23秒的影片，放置於學校的生服系網頁與Youtube媒體平台。藉由42位高中職三年級學生與南應大多系學生的觀看與反饋意見茲整理如下：

#### 1. 影片畫面(部分參考)







## 2. 學生意見反饋

| <p>1. 對於招生影片的整體印象，您給予的評分是多少？(數字愈大，分數愈高)</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>1</td><td>2.4%</td></tr><tr><td>3</td><td>16</td><td>38.1%</td></tr><tr><td>4</td><td>16</td><td>38.1%</td></tr><tr><td>5</td><td>9</td><td>21.4%</td></tr></tbody></table> | Rating     | Count      | Percentage | 1     | 0 | 0%    | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1        | 2.4%       | 3 | 16    | 38.1% | 4     | 16 | 38.1% | 5 | 9 | 21.4% | <p>2. 招生影片中的資訊內容是否清晰易懂？</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>是</td><td>100%</td></tr><tr><td>否</td><td>0%</td></tr></tbody></table> | Response | Percentage | 是 | 100% | 否 | 0% |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|-------|---|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|---|-------|-------|-------|----|-------|---|---|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|---|------|---|----|
| Rating                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Count      | Percentage |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 0          | 0%         |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1          | 2.4%       |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 16         | 38.1%      |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 16         | 38.1%      |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 9          | 21.4%      |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| Response                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Percentage |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 是                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 100%       |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 否                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 0%         |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| <p>3. 您是否覺得影片中的文字展示速度適中，使您能夠完整閱讀並理解內容？</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>是</td><td>92.9%</td></tr><tr><td>否</td><td>7.1%</td></tr></tbody></table>                                                                                                                                                                  | Response   | Percentage | 是          | 92.9% | 否 | 7.1%  | <p>4. 招生影片中的畫面和音效是否吸引人？</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>是</td><td>76.2%</td></tr><tr><td>否</td><td>23.8%</td></tr></tbody></table>                                                                                                                                                                                                     | Response | Percentage | 是 | 76.2% | 否     | 23.8% |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| Response                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Percentage |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 是                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 92.9%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 否                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 7.1%       |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| Response                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Percentage |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 是                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 76.2%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 否                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 23.8%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| <p>5. 招生影片中的訊息是否使您對生活服務產業系更感興趣？</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>是</td><td>88.1%</td></tr><tr><td>否</td><td>11.9%</td></tr></tbody></table>                                                                                                                                                                        | Response   | Percentage | 是          | 88.1% | 否 | 11.9% | <p>6. 您認為招生影片中的主題和內容是否符合 生活服務產業系的核心價值觀和形象？</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>是</td><td>92.9%</td></tr><tr><td>否</td><td>7.1%</td></tr></tbody></table>                                                                                                                                                                                   | Response | Percentage | 是 | 92.9% | 否     | 7.1%  |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| Response                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Percentage |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 是                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 88.1%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 否                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 11.9%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| Response                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Percentage |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 是                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 92.9%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 否                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 7.1%       |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| <p>7. 您是否願意向親友推薦這個招生影片？</p> <p>42 則回應</p> <table><thead><tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>是</td><td>83.3%</td></tr><tr><td>否</td><td>16.7%</td></tr></tbody></table>                                                                                                                                                                                | Response   | Percentage | 是          | 83.3% | 否 | 16.7% | <p>8. → 有沒有任何建議或意見，可以讓招生影片更好地吸引目標觀眾？↵</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● → 影片播放的速度過快，字幕太多時會來不及看完，圖像及元素都太相似↵</li><li>● 可以再多放一點關於系上的課程的實作照片可能會更吸引學生哦！，因為現在的學生其實都很懶得看整個都是文字的東西，除非是他們自己非常有興趣的課程，但如果是想要吸引學生的話，我覺得可以多放一些圖片啦～↵</li><li>● Ok↵</li><li>● 想用更酷的物件圖案更吸引人比如很可愛的GIF或更流行的迷因圖↵</li><li>● 如果說是有有人在解說的話會更好不然沒有人會會一直專注著看↵</li><li>● 我覺得可以拍一些關於系上的上課內容、研習活動之類的，讓新生們知道我們系上都在做什麼，這樣才比較有吸引力。↵</li></ul> |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| Response                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Percentage |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 是                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 83.3%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |
| 否                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 16.7%      |            |            |       |   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |            |   |       |       |       |    |       |   |   |       |                                                                                                                                                                                                    |          |            |   |      |   |    |

### 3. 小結

整體而言，學生對於透過此「插圖式動畫訊息」影片來介紹台南應用科技大學生活服務產業系感到滿意，並提供了許多具建設性的意見和建議，這表明他們對影片所呈現的內容與效果的重視程度很高。對於招生影片的反饋尤其詳細，顯示出學生對此影片質量和吸引力有強烈的興趣。對於影片的建議也提出了如下之整理：

(1)播放速度與字幕：

學生普遍反映影片播放速度過快，字幕太多時來不及看完。

(2)內容建議：

多數學生建議增加課程實作照片，認為這樣能更吸引學生。

(3)視覺效果：

學生希望使用更酷的物件圖案，例如可愛的GIF或流行的迷因圖。

(4)影片解說：

學生指出，如果影片中有人解說，會更容易吸引觀眾的注意力。

(5)內容展示：

建議拍攝關於上課內容和研習活動的片段，以便新生了解系上的活動。

### 4. 對於學術研究及其他應用方面之貢獻。

(1)透過本研究可以了解行銷工具與廣告策略之選擇，對於目標分眾之效果影響。

(2)此研究成果可豐富教授相關課程的內容設計。

(3)有助於學校招生行銷策略的參考。

### 5. 對於參與之工作人員，可獲之訓練。

(1)可以學習如何發掘使用者需求、設計服務流程與實踐能力，培訓日後產品設計所需人才。

(2)可以習得跨領域的合作、整合與支援。