

投稿類別：商業類

篇名：韓劇對高中生所帶來的商機

作者：

林欣諭。葳格高中。應用外語科三年乙班
許旆慈。葳格高中。應用外語科三年乙班

指導老師：
徐鳳慈老師

壹●前言

一、研究動機

近年來受到「韓流」的來襲，韓劇逐漸在台灣受到歡迎，因而改變許多人的價值觀、流行文化與飲食習慣，形成一股哈韓旋風。除了戲劇本身及演員相關產品熱賣外，劇中角色的食、衣、住、行皆引起戲迷們的爭相仿效，韓劇的拍攝地點也帶動民眾赴韓國旅遊的意願，創造不可小覷的消費商機。本組成員認為，雖然不是每位高中生都會因而到韓國旅遊，但大部分的學生為了趕上流行，或多或少都會購買一些韓劇的周邊商品，甚至熬夜排隊不惜花錢買票參加粉絲見面會。針對這部分，我們想了解韓劇對高中生能夠帶來什麼樣的商機？

二、研究目的

- (一) 討論韓劇的構成內容與發展方向
- (二) 分析韓劇的 SWOT 和 PEST
- (三) 討論近年來在台灣受到歡迎的韓劇與消費商機

三、研究方法

(一) 時事調查法

利用報章雜誌、各大新聞台的播放內容及各個電視台的網頁，討論及搜尋相關資料，並加以分工彙整成有利的資訊。

(二) 問卷調查法

利用發放問卷的方式，以台中市高中生為訪問的目標，了解高中生對韓劇收視及消費行為進行了調查，並製作成圖表，分析相關資訊。

四、研究流程



圖一 研究流程圖

貳●正文

一、韓劇簡介

由於資訊科技發展蓬勃，人們的日常生活與媒體幾乎是環環相扣，在現代的忙碌社會中，戲劇節目不但是反映人生的寫照，更是許多人不可缺少的心靈補給品。不管是對愛情充滿幻想的青少年，或是忙於工作忽略了戀愛的上班族，都會著迷於此，因而韓劇的內容引起了家庭主婦、學生及上班族的興趣。韓劇能夠躍上國際，主要是因為他們打造的劇情都是「純純的愛」，不論男女老少通通可以闔家觀賞，加上文創產業能夠結合企業，這就是最成功的模式。[1]

（一）何謂韓劇？

韓劇在韓國是 KBS、MBC、SBS 三足鼎力。其中作為國家頻道的 KBS 比較注重正劇和大劇的播出；MBC 則是韓國古裝劇的製作之王，知名的古裝劇《大長今》、《善德女王》、《朝鮮王朝 500 年》等都是 MBC 製作；SBS 是後起之秀，主打青春偶像劇，主要作品有《我的女友是九尾狐》、《電視影集之王》、《甜蜜謊言》、《繼承者們》、《來自星星的你》等。[2]

故事的題材都以親情、友情、愛情為主，但大部分都圍繞在愛情居多，近年來韓劇的題材都很特殊，活了四百年容貌卻一點都沒變的外星人、擁有讀取別人心理超能力的男主角等等，雖然這些題材都很不切實際，但仍然深受許多觀眾喜愛。「每年有一百部的韓劇，在台灣上映」，韓國駐台代表具良根驕傲地說。[3]

（二）韓劇的影響

一部優質的韓劇會帶來許多的連帶效應，例如拍攝地點的人潮大幅增加因而促進了觀光產業的發展；或是周邊商品帶來的商機，韓劇選角的方面，為了擷獲少女的心，大多以當紅明星或是花美男類型的男星來擔任男主角。

韓劇多以愛情為主線，內容幾乎都完美化、幻想、不切實際化，令很多人著迷，甚至成癮。所以韓劇也改變了時下青少年的價值觀，不論是在面對友情、親情或愛情方面。也因為韓劇近年來在亞洲廣為流傳，因此許多人引發了對韓語、韓國風格的服飾、韓國旅遊、韓國風格飲食等的哈韓熱潮。台灣人到韓國旅遊的比例越來越高，去年突破 64 萬人次，相較前年成長了將近 20%，同樣東北亞國家，韓國首爾的旅遊費用大約是日本東京的 2/3，價格誘因也帶動市場成長。[4]

二、韓劇吸引人的地方

（一）感興趣的劇情

台灣人會如此喜歡韓劇有一部份的原因是因為劇情的安排，雖然劇情內容不外乎都是浪漫唯美的愛情，但是劇情都很生活化，讓人看起來覺得很有親切感，與日劇比起來，韓劇的台詞和文化比較貼近台灣人。另外韓國明星各個都是從影音專門大學科系畢業的，此外，由於戲團眾多，也培養出很多專業戲劇人才[5]，所以演技都不差，這樣更容易使人們入戲，韓劇最讓人喜歡的就是唯美愛情，許多未談過戀愛的少女或單身的女生都會因此深深陷入韓劇裡，種種的原因都使收看韓劇的人有逐漸增加的現象，換句話說，現在韓劇已經離不開大多數女性的生活了。

（二）劇中的男女主角

有這麼多人會收看韓劇的原因，有一部份是因為劇中的主角是自己喜歡的偶像，例如韓星李敏鎬，因為演出了『繼承者們』而席捲了整個亞洲，深深打動了許多少女的心。至於其他韓劇的男主角大多都是溫柔帥氣又體貼的美男子，他們許多原本是歌唱團體的男生，因為參與了戲劇演出，進而吸引更多女生為了支持他們而去收看他們演出的韓劇。

此外，劇中氣質出眾清新脫俗的女主角，也是大家會收看韓劇的原因之一，例如朴信惠，在『原來是美男』中，一人分飾兩角，出色的演技在全亞洲造成了很大的轟動，並打響了知名度，在之後她所參與的每部韓劇都受到相當大的喜愛。韓劇所選取的男女主角不僅要有帥氣、美麗的外表，具備高超的演技，還必須有獨特鮮明的個性，在這幾個因素構成之後，台灣人就更喜愛韓劇了。

三、韓劇 SWOT 及 PEST 分析

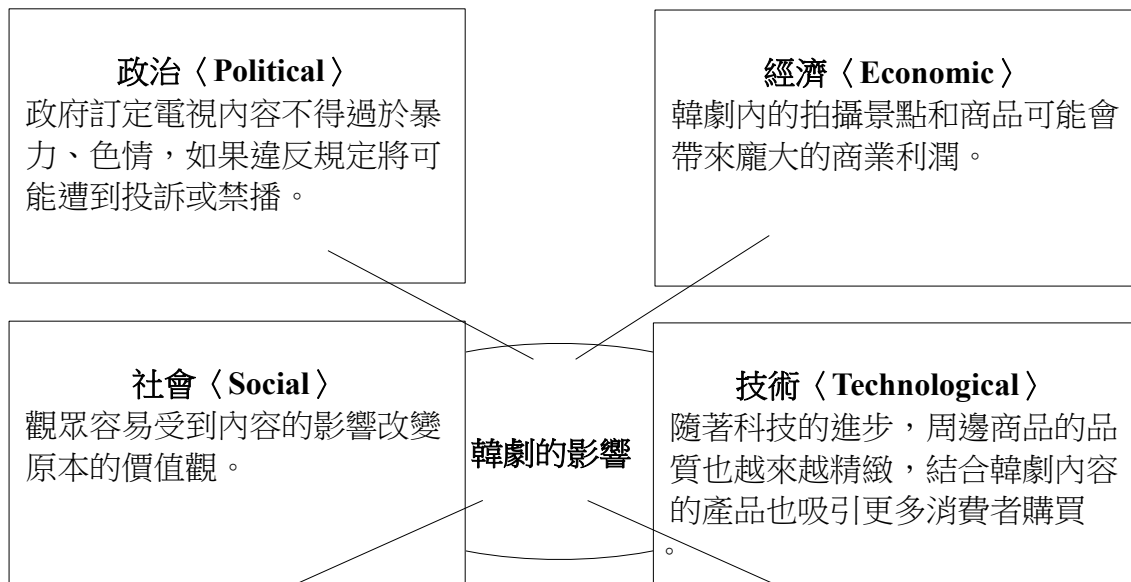
表一 SWOT 分析

內部優勢 (Strengths)	內部劣勢 (Weaknesses)
1. 韓劇的爆紅為電視台業者創造出了高收視率 2. 劇情的發展會讓觀眾迫不及待的想看下一集 3. 選角方面多以花美男及當紅明星為主，深受女性喜愛	1. 多以愛情為主線，內容幾乎都完美化、幻想、不切實際化 2. 故事情節容易被揣測，在網路平台彼此分享 3. 砸大錢拍攝，卻無法預知收視率的好壞

外部機會 (Opportunity)	外部威脅 (Threats)
- 韓劇中常大量出現飲食、旅遊、時尚、服裝、科技的置入性行銷，從而帶動韓國經濟 - 許多人赴韓整容風波	- 兩部性質相同的韓劇或台劇如果在同一時間播出，容易影響彼此的收視率 - 劇情容易被其他國家模仿

(資料來源：本組研究彙整)

表二 PEST 分析



資料來源：本組研究彙整)

四、近年來在台灣受到歡迎的韓劇與消費商機

劇情種類	戲劇名稱	劇情內容	周邊產品	劇中拍攝地點
校園生活	繼承者們	一部描繪富家高中生的友情和愛情，青春浪漫校園輕喜劇，講述韓國上流社會 1%繼承者們，在貧窮的女主角身邊，所發生甜蜜動人的羅曼史。	許願骨 捕夢網 貓頭鷹抱枕	Mango Six 
浪漫愛情	對我而言可愛的她	以培養偶像歌手的演藝企劃公司 AnA 為背景，講述將歌壇視為人生舞台，懷著夢想和熱愛的男女，透過音樂撫慰彼此傷痛，最終獲得真愛和音樂成就的故事。	厚底帆布鞋 海報	To The Different 
宮廷鬥爭	奇皇后	講述奇承娘從身份低微的掌茶宮女成為元朝皇后的故事	電視原聲帶	MBC 龍仁電視劇攝影場 
都會生活	皮諾丘	劇情背景是一群記者群體的生活，主角是為了追求真相的年輕社會部記者們，敘述一個患有匹諾曹症候群因而無法說謊的女子，和一個用假名生活的男子之間的愛情故事。	鈕扣項鍊	烏龍麵店 

穿越時空	來自星星的你	以《朝鮮王朝實錄》中 1609 年的不明飛行物相關紀錄為基礎，發揮荒誕的想像，講述從外星人來到朝鮮時代的神秘男人，就此生活在 400 年之後的現代，遇見著名女演員並墜入愛河的浪漫喜劇。	炸雞和啤酒 蝴蝶結水鑽 雙層項鍊 男友襯衫	小法國村 
靈異恐怖	主君的太陽	融合了驚悚和浪漫喜劇元素，講述一個能夠看見鬼的女人，和守護在她身邊的男人之間的故事。	定情太陽項鍊	韓國奧林匹克運動場 

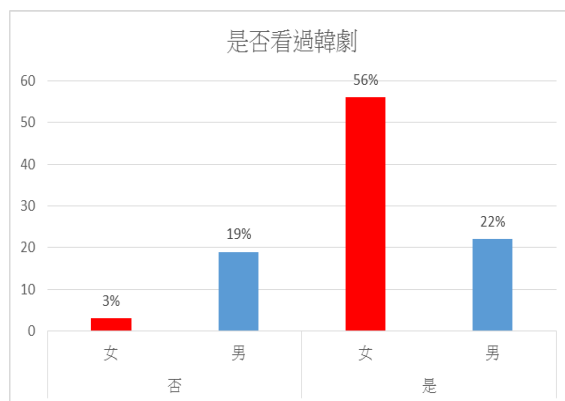
（資料來源：Kpopn 韓娛最前線）

（圖片來源：愛旅遊的貓奴-小梨、韓國旅遊網）

五、問卷調查結果分析

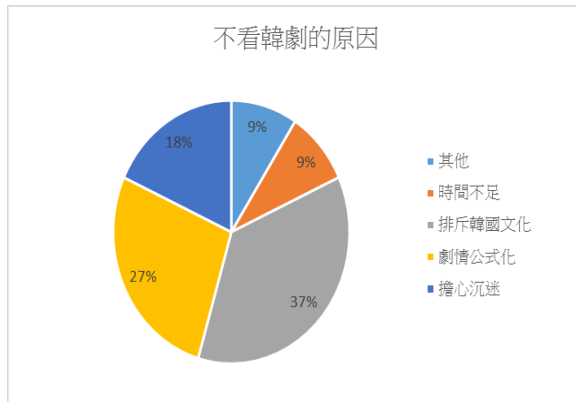
本次問卷發放 200 名，無效問卷 12 份，有效問卷 188 份，並以此進行相關統計分析。

1、是否看過韓劇



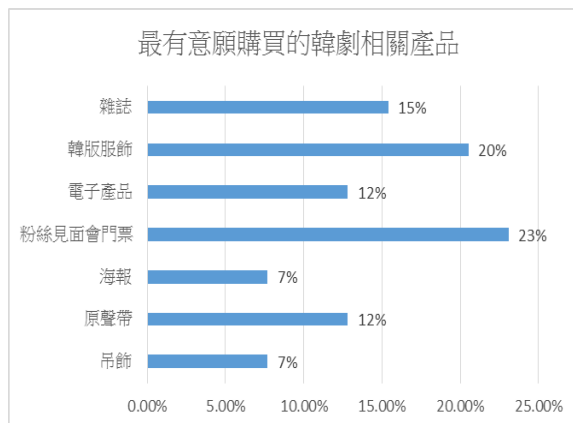
經研究結果發現，看過韓劇的女生佔 56%，看過韓劇的男生佔 22%，沒看過韓劇的女生佔 3%，沒看過韓劇的男生佔 19%，所以過半數的女生都看過韓劇。可見韓劇比較深受女生的喜愛。

2、不看韓劇的原因



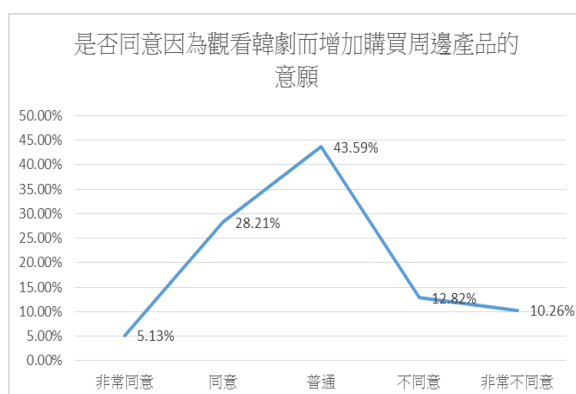
經研究結果發現，不看韓劇的原因，排斥韓國文化佔 37%，劇情公式化佔 27%，擔心沉迷佔 18%，時間不足佔 9%，其他佔 9%。藉此可以了解在那些不看韓劇的人當中，排斥韓國文化佔了大部分的因素。

3、最有意願購買的韓劇相關產品



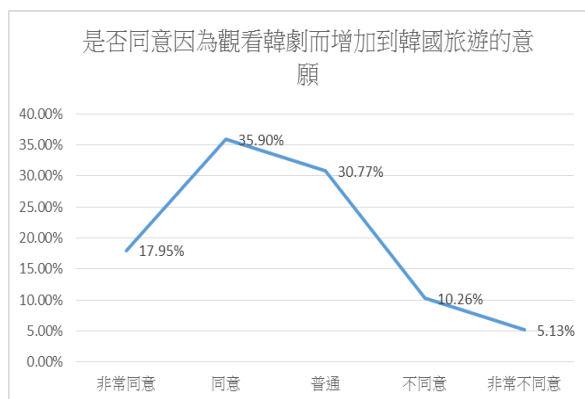
經研究結果發現，最有意願購買的韓劇相關產品，粉絲見面會佔 23%，韓版服飾佔 20%，雜誌佔 15%，電子產品佔 12%，原聲帶佔 12%，海報佔 7%，吊飾佔 7%。可見大部分的人最有意願購買的是粉絲見面會門票。

4、是否同意因為觀看韓劇而增加購買周邊產品的意願



經研究結果發現，是否會因為觀看韓劇而增加購買周邊產品的意願，非常同意佔 5.13%，同意佔 28.21%，普通佔 43.59%，不同意佔 12.82%，非常不同意佔 10.26%。可見觀看韓劇並不會讓人有非常大的意願來購買周邊產品。

5、是否同意因為觀看韓劇而增加到韓國旅遊的意願



經研究結果發現，是否因為觀看韓劇而增加到韓國旅遊，非常同意佔 17.95%，同意佔 35.9%，普通佔 30.77%，不同意佔 10.26%，非常不同意佔 5.13%。可見還是有很多人會因為觀看韓劇而增加到韓國旅遊。

參●結論

（一）結論

現今電視劇興起將產品置入娛樂內容來強迫推銷的熱潮下，本組成員在進行研究之前，認為現今的高中生在收看韓劇之後，對於購買韓劇的周邊商品應該會有很大的興趣與消費商機，但是在經過實際問卷調查後發現其實不然。

原來觀看韓劇並不會讓高中生產生強烈的購買意願，可見高中生在進行購買韓劇周邊商品的行為上，仍趨於保守理性。即使如此，高中生在看完韓劇之後，對於未來赴韓國旅遊則存在相當高的意願，表示透過韓劇的強行行銷，高中生對於韓國仍有一定的憧憬與嚮往，為韓國的觀光發展帶來了良好的商機。

（二）建議

本組認為，韓劇透過置入性行銷的手法五花八門，但最終仍需要提供優質的產品，才能把握住消費者的心。尤其高中生在經濟能力無法自主的情況下，動輒數千元的粉絲見面會門票，或是價格昂貴的周邊產品，恐怕是降低高中生購買周邊商品意願的最主要因素。

除此之外，這一波的韓流熱潮，也可以提供台灣的戲劇產業一個成功的經驗模式做為參考，如何透過台灣偶像劇的行銷，將台灣寶島之美介紹給外國觀眾，藉以提升台灣觀光旅遊的商機，是我們未來努力學習的方向。

肆●引註資料

- [1] 邱蘭婷（2014）。「韓流」劇情老梗 靠「成功行銷」躍國際
<https://tw.celebrity.yahoo.com/news/%E9%9F%93%E6%B5%81-%E5%8A%87%E6%83%85%E8%80%81%E6%A2%97-%E9%9D%A0-%E6%88%90%E5%8A%9F%E8%A1%8C%E9%8A%B7-%E8%BA%8D%E5%9C%8B%E9%9A%9B-143700302.html>
- [2] 趙暉（2014）。評論：韓劇再度崛起因其卓越創新能力
<http://www.chinanews.com/cul/2014/03-26/5994861.shtml>
- [3] 侯如珊、吳琬瑜（2013）。與戰爭共眠的韓國人。天下雜誌
- [4] 黃河婷（2015）僅日本 2/3 價！台人赴韓觀光年成長近 2 成。TVBS 新聞
- [5] 許家豪（2006）。文化全球化下的韓國影視文化產業發展之研究。銘傳大學國際事務研究所碩士論文。
- [6] 愛旅遊的貓奴—小梨，2015 年 03 月 12 日取自
<http://judyer101010.pixnet.net/blog>
- [7] 韓國旅遊網，2015 年 03 月 13 日取自
<http://korea.ggogo.com/tour/index.html>
- [8] Kpopn 韓娛最前線，2015 年 03 月 13 日取自
<http://kpopn.com/>

問卷調查

您好，我們是應用外語科三年級的學生，因為近幾年台灣受到韓劇的影響非常大，藉此，我們想進一步了解韓劇影響了我們什麼，並從中分析是否會因為韓劇而增加購買周邊產品的意願會或增加到韓國旅遊的意願，請耐心看完題目並且認真填寫，感謝您的配合，您的資料我們將會保密，謝謝!!

1. 性別: ☐男 ☐女
2. 請問您是否看過韓劇？ ☐是 ☐否〈跳至第 10 題〉
3. 請問您是否同意因為觀看韓劇而增加購買周邊產品的意願？
☐非常同意 ☐同意 ☐普通 ☐不同意 ☐非常不同意
4. 請問您是否同意因為觀看韓劇而增加到韓國旅遊的意願？
☐非常同意 ☐同意 ☐普通 ☐不同意 ☐非常不同意
5. 一個禮拜花多少時間看韓劇？
☐1~2 個小時 ☐3~4 個小時 ☐5 個小時以上
6. 請問您喜愛的韓劇是甚麼類型？
☐校園生活 ☐浪漫愛情 ☐宮廷鬥爭 ☐都會生活 ☐穿越時空 ☐靈異恐怖
7. 請問您最有意願購買的韓劇相關產品是什麼？
☐原聲帶 ☐雜誌 ☐電子產品 ☐海報 ☐韓版服飾 ☐吊飾 ☐粉絲見面會門票
8. 請問您願意每月花多少錢在韓劇相關產品上？
☐500 元以下 ☐500~1000 元 ☐1000~2000 元 ☐2000~3000 元 ☐3000 元以上
9. 請問您是否有參加粉絲見面會的意願？
☐是 ☐否
10. 請問您不願意看韓劇的原因是什麼？
☐排斥韓國文化 ☐擔心沉迷 ☐時間不足 ☐劇情公式化 ☐其他