

台灣文創如何借鏡： 韓流的時尚吸引力

101030012林映瑜

101034043張殷倪

100062341江孟竹

100080030林曉吟

第10組



e+
tions

PLAY ETUDE

PLAY ETUDE

▶ **이제야!** **ETUDE HOUSE** **스킨케어** **2000** **원** **부터** **세이빙** **이벤트**
이지원 주진모 지성욱 백진희 김서영 권혁희 이예원 김정은 이은주 이은석 김민호 문영찬 황은미 최우성 박우진 김민정 김정은 조재원 권이환 김이정 차도찬 이서은 **MBC 월화 특별기획 월·화요일 밤 10시 방송**
본 방송의 수익금 일부는 '한빛 어린이 후원회'에 기부됩니다. '한빛 어린이 후원회'는 '한빛 어린이'를 위한 다양한 복지사업을 추진하고 있습니다. 후원금 신청서와 후원금 계좌번호는 '한빛 어린이 후원회' 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다. 후원금 신청서와 후원금 계좌번호는 '한빛 어린이 후원회' 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다. 후원금 신청서와 후원금 계좌번호는 '한빛 어린이 후원회' 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.

| Vendor | 2013 | | 2012 | | Year over Year Change |
|--------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|--------------------------|
| | Shipment Volumes | 2013 Market Share | Shipment Volumes | 2012 Market Share | |
| Samsung | 313.9 | 31.3% | 219.7 | 30.3% | 42.9% |
| Apple | 153.4 | 15.3% | 135.9 | 18.7% | 12.9% |
| Huawei | 48.8 | 4.9% | 29.1 | 4.0% | 67.5% |
| LG | 47.7 | 4.8% | 26.3 | 3.6% | 81.1% |
| Lenovo | 45.5 | 4.5% | 23.7 | 3.3% | 91.7% |
| Others | 394.9 | 39.3% | 290.5 | 40.1% | 35.9% |
| Total | 1,004.2 | 100.0% | 725.3 | 100.0% | 38.4% |

Source: IDC Worldwide Mobile Phone Tracker, January 27, 2014

3. 自2005年起，平均每年
影視文創產業GDP成長10.7%，
高於世界平均的2.8%。

4. 韓國文創的出口遍極全世界，
韓劇<朱蒙>在伊朗收視率高達80%，
法國的韓流粉絲以突破10萬...等。

5. 2013年韓國出口已達

世界排名第7位-5480億美元；

台灣則為世界排名第17位-3010億美元。

且為**台灣第四大進口國**，

台灣第二大產品威脅來源。

6. 2012年，韓國美妝產業出口
高達8.7億美元，40%銷往中國，
日本則為第二大進口韓國美妝國。



同樣身為亞洲四小龍

我們想藉著借鏡韓國

改善台灣文創產業



我們透過**問卷調查**與**QC七大手法**，
找出韓國文創之所以吸引人的原因

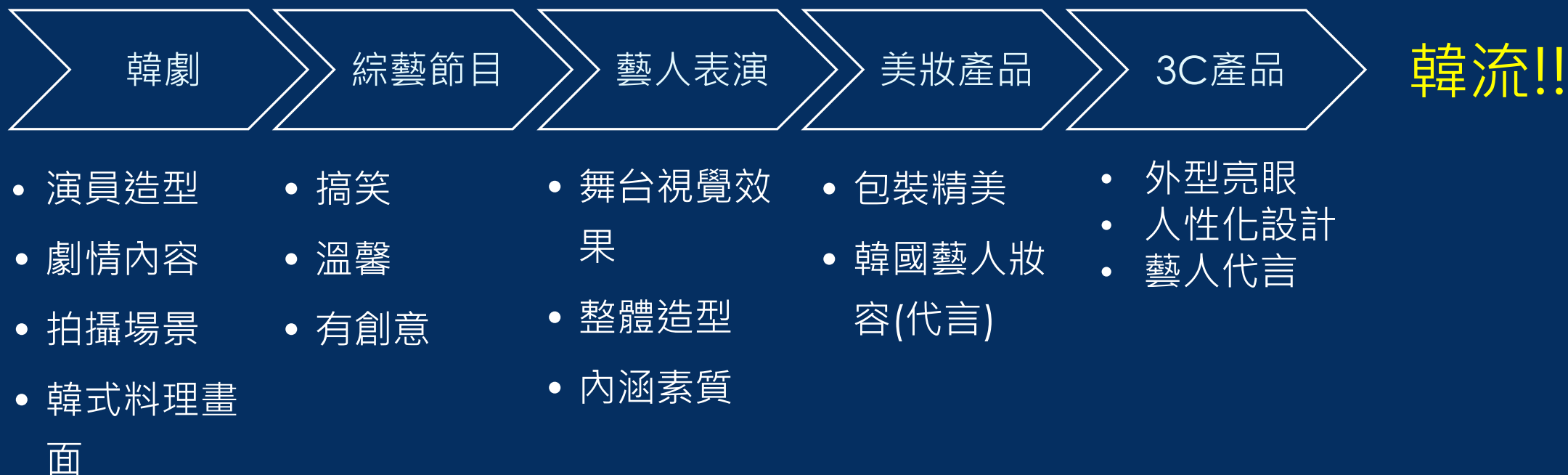


問卷與分析



問卷設計

▶ 可能原因及影響程度：



▶ 選項：非常同意，有一點同意，沒意見，有一點不同意，非常不同意

問卷分析

QC七大手法

- ▶ 柏拉圖
- ▶ 特性要因圖



特性要因圖



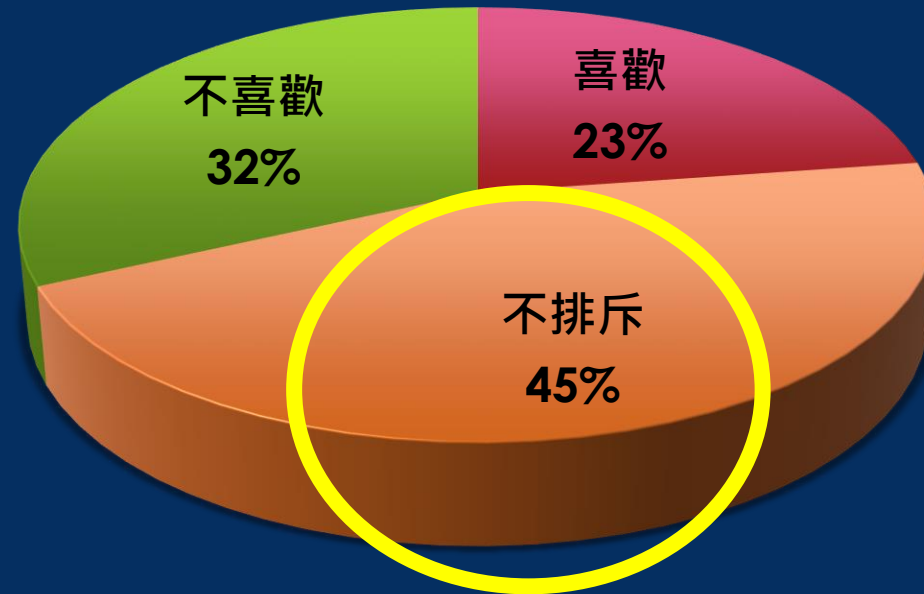
數據分布

- ▶ 樣本數：176
- ▶ 對韓國文化看法
 - 喜歡：40
 - 不排斥：80
 - 不喜歡：56

→多數人：中立態度

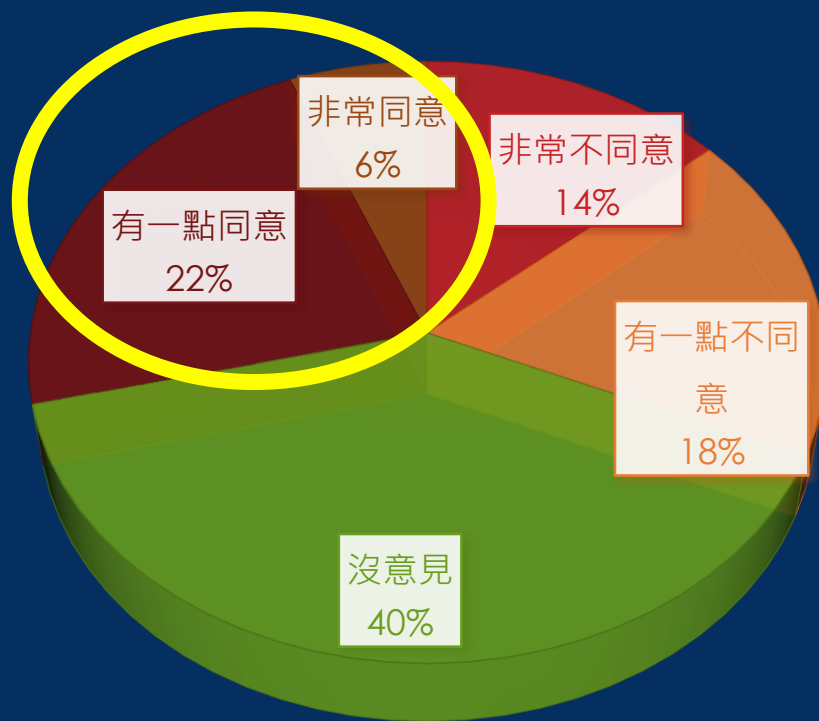
→不喜歡 > 喜歡

→影響後續數據分析

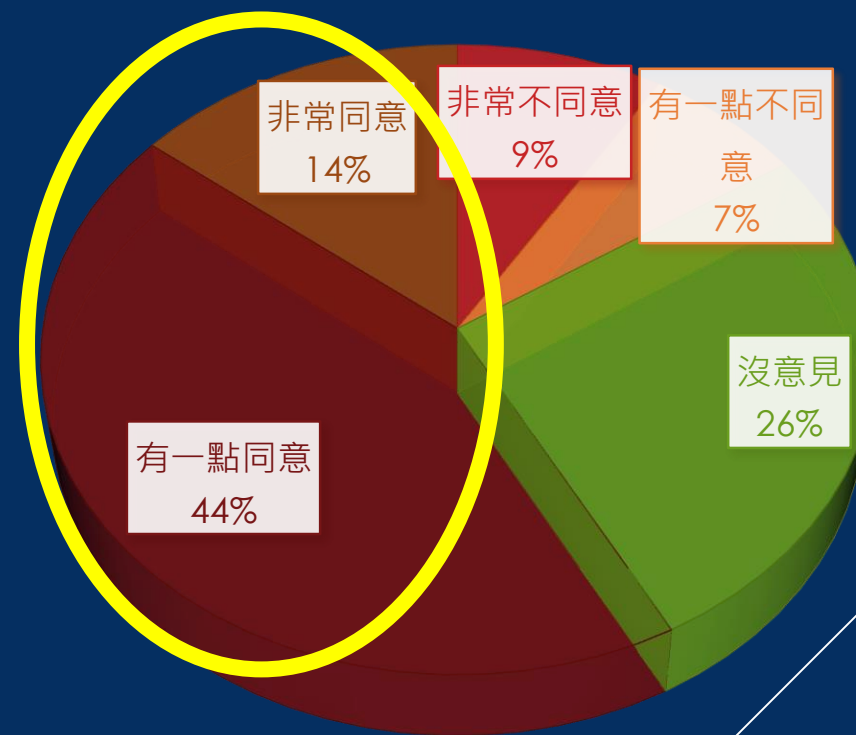


韓劇影響

韓劇拍攝場景吸引觀光

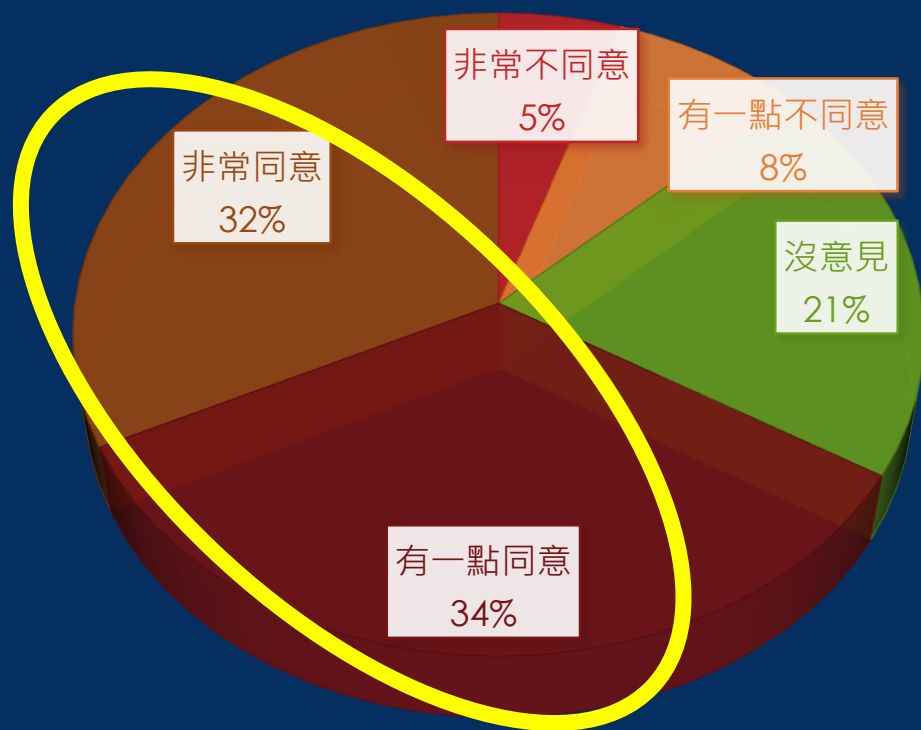


演員整體造型

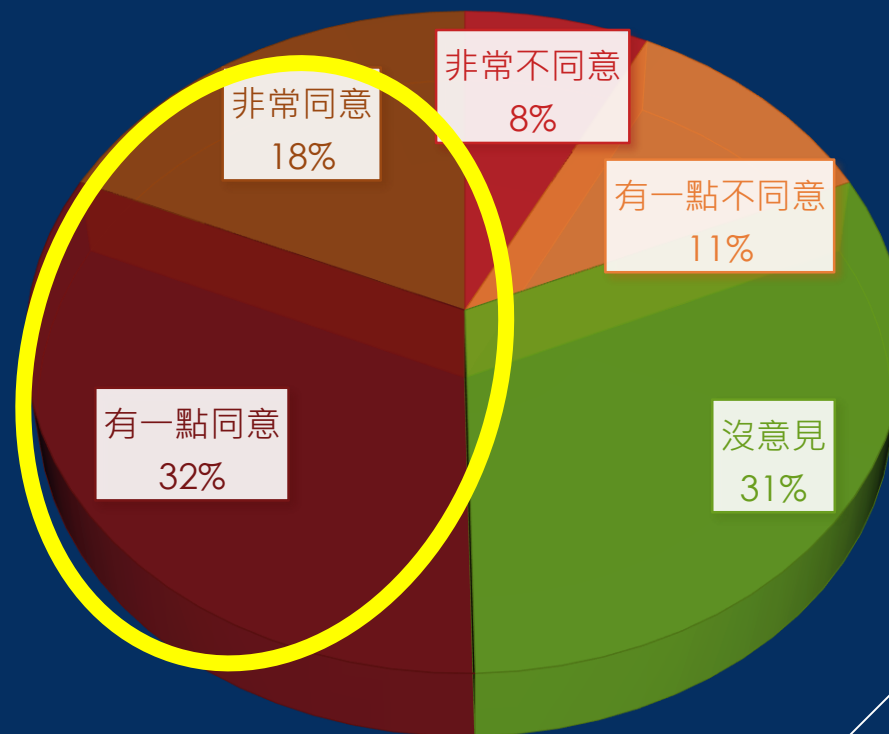


韓劇影響

韓劇的劇情內容



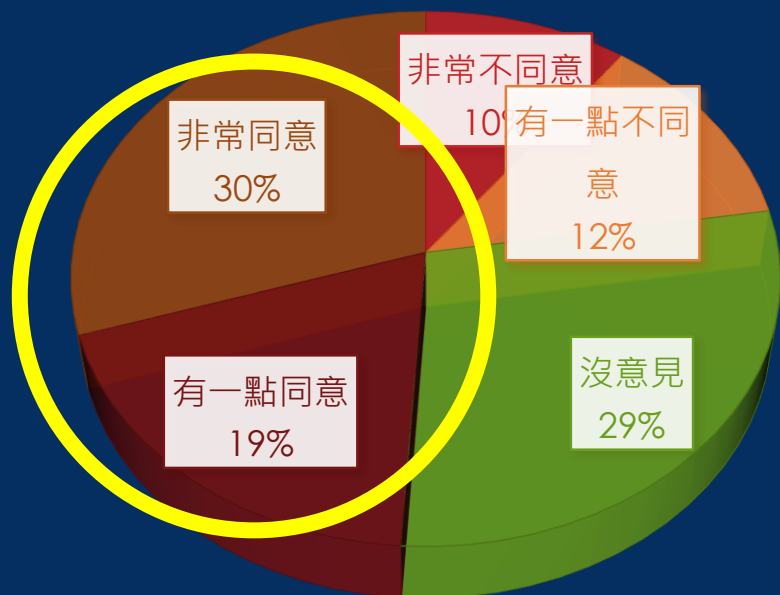
韓式料理的畫面



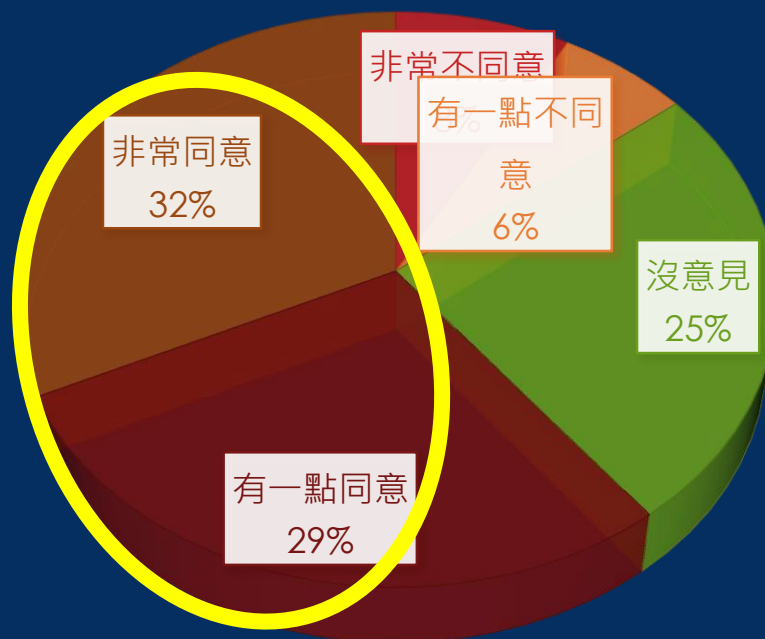
→ 韓劇吸引人的原因主要來自於劇情內容及演員整體造型，同時也帶起韓式料理風潮

綜藝節目影響

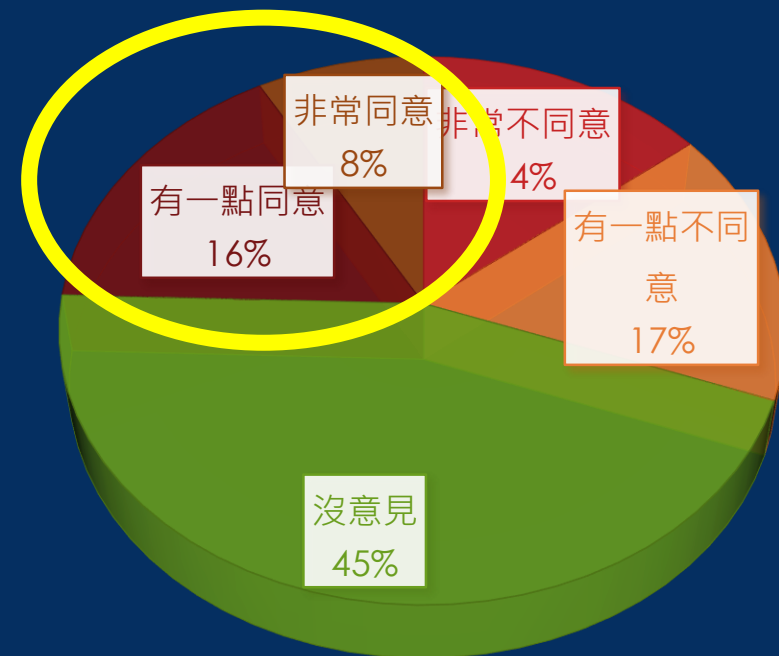
韓國綜藝節目較搞笑



韓國綜藝節目較有創意



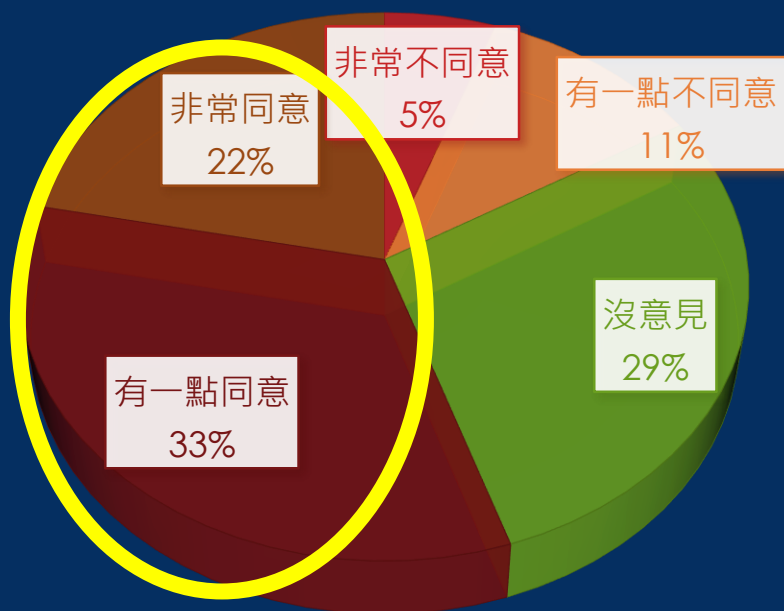
韓國綜藝節目較溫馨



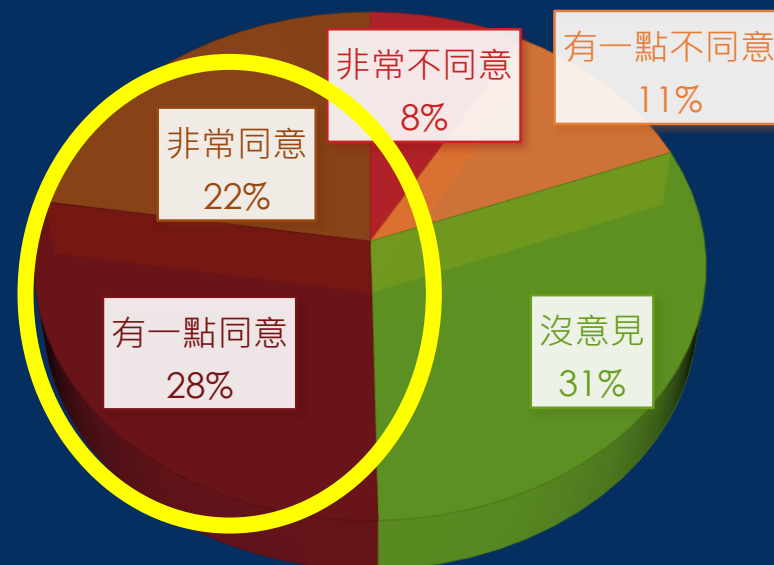
→ 綜藝節目吸引人的原因主要是因為較有創意

藝人表演影響

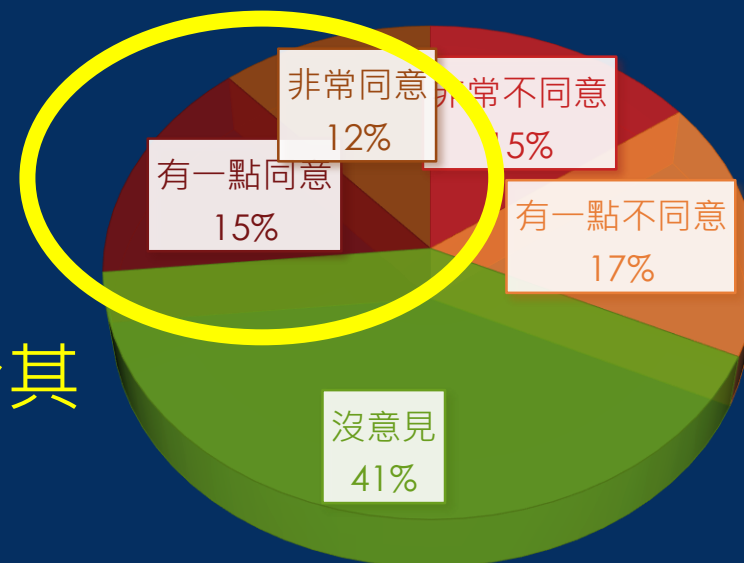
韓國藝人的整體造型



舞台視覺效果



韓國藝人的內涵素質

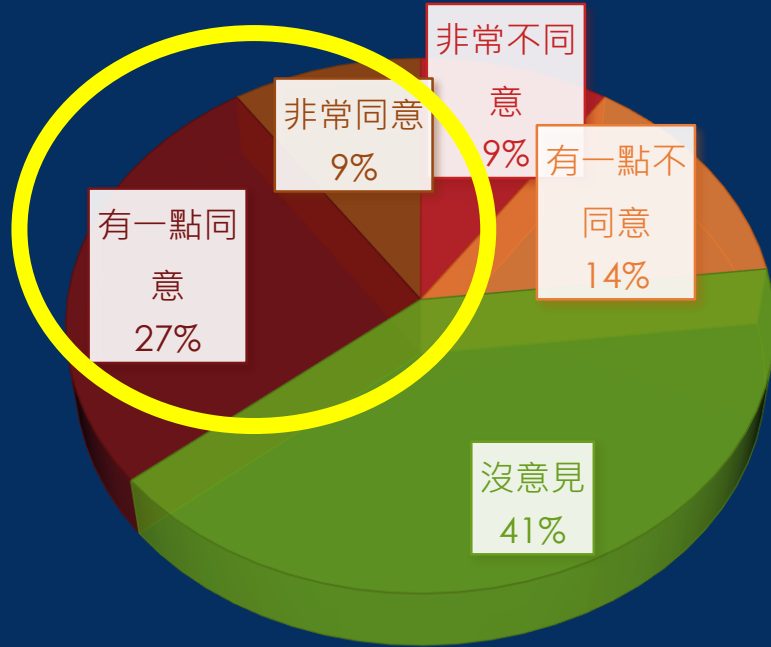


→ 韓國藝人吸引人的原因主要來自於其
整體造型

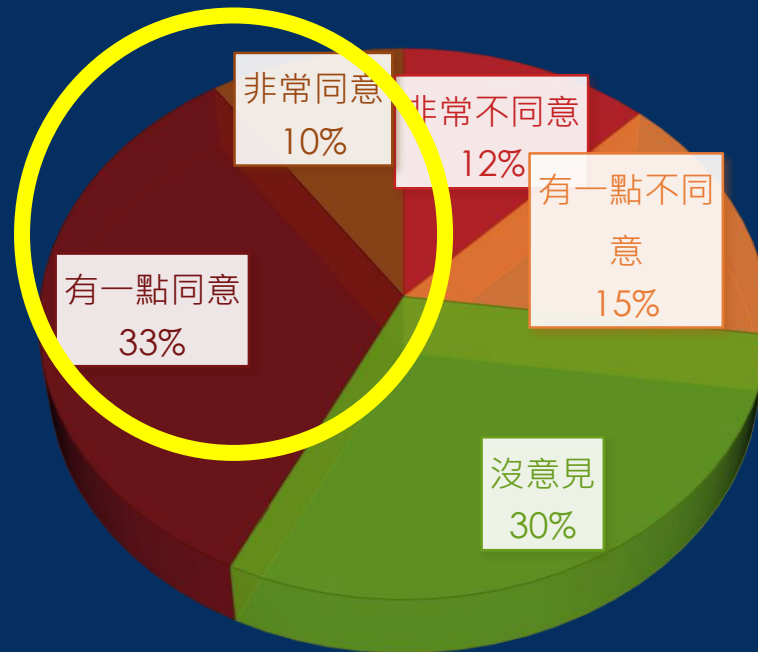
美妝及3C產品影響

韓國藝人的妝容吸引購買韓國

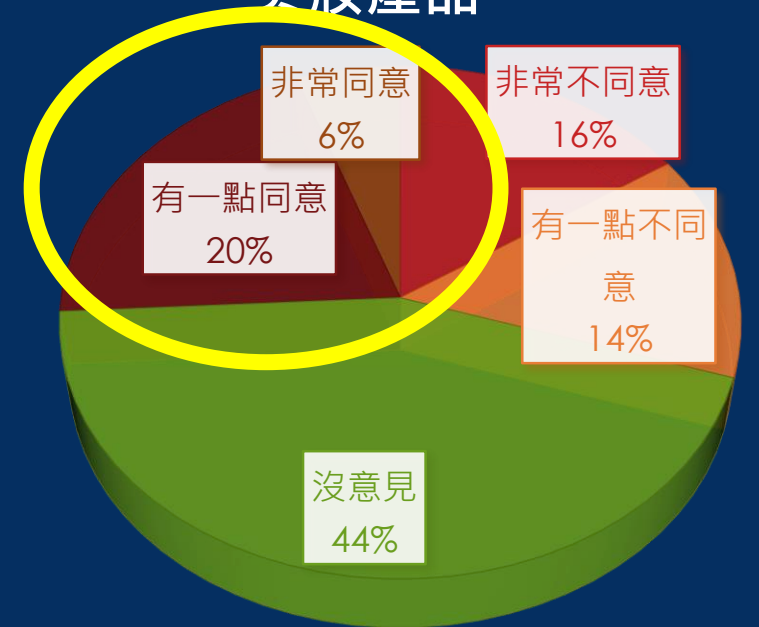
產品包裝與美宣設計



3C產品的外型與人性化設計



美妝產品



→ 韓國產品吸引購買的原因主要來自於其設計(功能、外觀)

整體比較

加權平均計算方式

- ▶ 同意：5分
- ▶ 有非常一點同意：4分
- ▶ 沒意見：3分
- ▶ 有一點同意：2分
- ▶ 非常不同意：1分

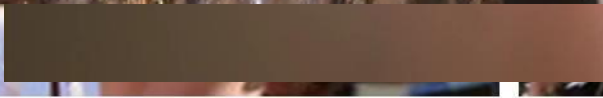


→ 目前影響最大：韓劇

以「來自星星的你」為例



造型穿搭&彩妝



<http://chionchion.pixnet.net>

劇情

外星人&超能力



周邊&飲食



其他回覆

- ▶ 網路、電視
- ▶ 同儕話題
- ▶ 人正，長的都很像
- ▶ 明星外型亮眼、跟隨大眾潮流；正妹
- ▶ 強大配樂；歌手歌聲好聽
- ▶ 好勝的民族性、強大的國植企業體
- ▶ 新進藝人素質比台灣高(會跳會唱又帥又美)
- ▶ 台灣在文化產業的整體投資不如韓國，失望之餘亦成為喜歡韓流的加成因素之一



小結

- ▶ 韓劇帶起韓流在台風潮。
 - ▶ 從韓劇認識演員，進而關注其個人表現(or團體)、代言商品、參加的其他節目等
 - ▶ 同時行銷韓國文化，讓韓式料理蔚為風潮
 - ▶ 劇中精心設計的配樂，也成功行銷韓國音樂創作
- ▶ 除了受網路影響，同儕間的話題也是影響我們接觸韓國娛樂的重要原因。
- ▶ 韓國藝人在出道前須經過長時間訓練
 - ▶ 素質普遍較高
 - ▶ 造型亮眼，更容易吸引大眾

背後原因探究

▶ 韓劇-劇情

- ▶ 編劇重視大眾心理，與社會現狀連結，容易與觀眾產生共鳴。

▶ 綜藝節目-有創意

- ▶ 電視製作公司經費較多、人才待遇佳；台灣人才多外流。

▶ 藝人表演-整體造型

- ▶ 經紀公司擁有專屬造型師團隊，負責旗下藝人所有演藝活動造型。

▶ 美妝與3C產品-設計


- ▶ 企業重視「設計部門」，產品功能、行銷除了企業本身，也常與專業的設計公司合作。
- ▶ 政府重視設計產業，為此打造類科學園區的設計產業園區。

結論-台灣文創如何借鏡

- ▶ 台灣文創產業其實人才眾多，但發展空間鮮少，行銷不足，建議可以在台劇中多加入這些創意元素，且讓法規允許置入性行銷，首先讓台灣人認識自己的文化，進一步讓世界看見台灣的特色。
- ▶ 文創展現台灣特色，創意增添生活色彩，政府、企業應投入更多資源在文創產業並協助其發展。



台灣從來不乏人才，
我們需要的不只是技術面的提升，
透過重視文創人才，
政府、企業給予足夠支持，
台灣必能開創出新天地。



參考資料

- ▶ 品質管制現代化導論 (第6 版) ，黃川誌 譯
- ▶ <http://en.wikipedia.org/wiki/Smartphone>
- ▶ http://www.tisf.org.tw/newsletter/2012/SK_film__TV.pdf
- ▶ <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E6%B5%81>
- ▶ <http://wto.cnfi.org.tw/admin/upload/12/2013-2.pdf>
- ▶ <http://projectm-online.com/new-perspectives/markets/catching-a-korean-wave>

THE END



Any Question?