

當「韓」流遇上「台」風—探討國人對少女時代與 Dream Girls 的看法

投稿類別：資訊類

篇名：

當「韓」流遇上「台」風—探討國人對少女時代與Dream Girls的看法

作者：

姓名:蘇芳鈴。中壢高商。資處科三年二班

姓名:葉馨文。中壢高商。資處科三年二班

姓名:鄭琬婷。中壢高商。資處科三年二班

指導老師：

許紫雲老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

因為台灣近年掀起一股「宅男女神」的風潮，使眾家女藝人都紛紛打性感名號出道搶風頭。台灣的Dream Girls近年引起不少性感話題，而韓國的「少女時代」在台灣也有不少粉絲，當台灣的少女團體遇上韓國的少女時代，到底那一個團體比較有魅力？哪個團體的行銷較成功？本組透過文獻探討與問卷調查，探討民眾對這兩個女團的印象與喜好，並分析兩個團體的包裝與行銷手法。

### 二、研究目的

- (一) 了解台灣與韓國如何包裝自家的偶像明星
- (二) 探討台灣與韓國的行銷手法有何不同
- (三) 分析國人較喜愛的女團風格

### 三、研究方法

- (一) 文獻蒐集法：蒐集網路、報章雜誌、書刊等資料。
- (二) 問卷調查法：

本組設計「國人對少女時代與Dream Girls的看法」問卷，調查國人較喜愛Dream Girls或少女時代，再將調查結果整理成圖表進行分析，以了解國人喜歡哪種風格的團體。

### 四、研究範圍與限制

因為在人力、物力、時間等因素的限制下，本研究僅以中壢地區為例，故無法呈現所有地區問卷調查結果。

## 貳●正文

### 一、少女時代的介紹

- (一) 簡介

少女時代是韓國SM Entertainment公司於2007年推出的九人音樂團體，成員有太妍、潔西卡、珊妮、蒂芬妮、孝淵、俞利、秀英、潤娥及徐玄。（維基百科，2013）少女時代於三年內就在亞洲國家累積出廣大的知名度。

## （二）歷年音樂作品

- 2007年《GIRLS' GENERATION》
- 2008年《BABY BABY》
- 2010年《Oh!》、《Run Devil Run》
- 2011年《THE BOYS》、《MR.TAXI》
- 2013年《I got a Boy》

## （三）宣傳方式

以廣告、專輯、MV、電視節目、廣播節目為主，高畫質電視節目已成為韓國電視節目的主流。近年來立體電視的上市，更讓歌迷只要在立體電視上看MV即可有演唱會的現場感受，大大提高少女時代的MV行銷效果。現在少女時代的知名度已經不用靠媒體宣傳就能打開屬於自己的市場空間。而不斷推新的MV，著重華麗感，服裝和髮型也力求完美，讓觀眾每次看到她們都有煥然一新的新鮮感受。

## （四）訓練方式

韓國歌手一般從小學五、六年級就開始參加娛樂公司的各種選秀培訓活動，一經錄取就開始練習唱歌、跳舞，因為識才越早，包裝的成本越低，可塑性強，利於公司培訓。

## （五）SWOT

表一：少女時代之SWOT分析

	優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
內部環境	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 消費者多為年輕人，可帶動流行指標。</li><li>2. 有廣大的忠實粉絲。</li><li>3. 成員均接受過嚴格訓練，各個都有特殊技能或長才。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 因語言不通，韓國藝人短時間欲打入華語唱片市場的門檻高。</li><li>2. 市場上有類似組合。</li><li>3. 長時間的訓練導致出道時間晚。</li></ol>
外部	機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 消費者跟隨流行的方向改</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 新團崛起導致知名度漸漸下降。</li></ol>

環境	變。 2. 設立官方網站、出席活動率高、增加網路搜尋率。	2. 韓國於 2013/03/22 實施「禁止裸露條款」。 3. 網路 MP3 下載管道眾多，影響實體唱片市場的銷售業績。
----	---------------------------------	--

## 二、Dream Girls 的介紹

### (一) 簡介

**Dream Girls**是多利安娛樂與金士頓科技聯手推出的新生代女團。(維基百科, 2013) 團員包括隊長——宋米秦(韓籍)、李毓芬與郭雪芙。Dream Girls於2010年簽約, 經過訓練後在2011年3月23日發表記者會正式出道。

### (二) 歷年音樂作品

2011年《美夢當前》

2012年《Girl's Talk》

### (三) 宣傳方式

大多以唱片、寫真、戲劇、電影、廣告代言為主, 以增加曝光量, 提高知名度, 也可達到全方位的藝人培養目標。

### (四) 訓練方式

在台灣, 只要能唱歌、能跳舞就能出道, 所以剛出道時並不受到大家的注意, 大部分都因不紅而默默退出演藝圈。以台灣演藝圈的常態來看, 唱片公司雖然幫歌手出片, 但卻沒有給予自家藝人完善的訓練制度, 使得新人因為沒實力而撐不了多久, 所待的時間也越來越短, 這樣的惡性循環不斷重複著, 到現在還是沒有明顯的改善。

### (五) SWOT

表二：Dream Girls 之 SWOT 分析

內部環境	優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
	1. 本身是華人, 要打進華語市場在語言上較無阻礙。 2. 對某些人而言較有親切感。	1. 團體主打的性感特色已缺乏新意 2. 缺乏訓練而不具備堅強的歌唱、舞蹈實力。

外部環境	機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
	1. 因國籍、政治因素，反韓主義者易被吸引。 2. 網路普及，宣傳較為容易。	1. 韓流來勢洶洶。 2. 網路 MP3 蓬勃發展，使實體唱片銷售量大幅減少。

### 三、綜合比較

表三：少女時代與 Dream Girls 綜合比較

	少女時代	Dream Girls
		
出道日期	2007 年 8 月 5 日	2011 年 3 月 23 日
歌手包裝	為國際化市場，以年輕人為主	專攻華語市場，以年輕人為主
音樂風格	流行、韓國舞曲、hip hop、抒情	流行、抒情
個人技能	太妍：主持、唱歌 徐玄：主持、鋼琴 潔西卡：戲劇、唱歌 珊妮：戲劇、電影配音 秀英：主持、戲劇、電影 蒂芬妮：主持 孝淵：跳舞 俞利：主持 潤娥：戲劇	宋米秦：唱歌、模特兒、韓文 李毓芬：戲劇、唱歌、跳舞 郭雪芙：戲劇、唱歌

### 四、五力分析：

麥可·波特(Michael E.Porter)教授提出五力分析(龍騰專題製作研究室，2008)，認為五力是指產業中存在著五種競爭力的威脅，透過五力分析，得知其競爭強度與獲利潛力。

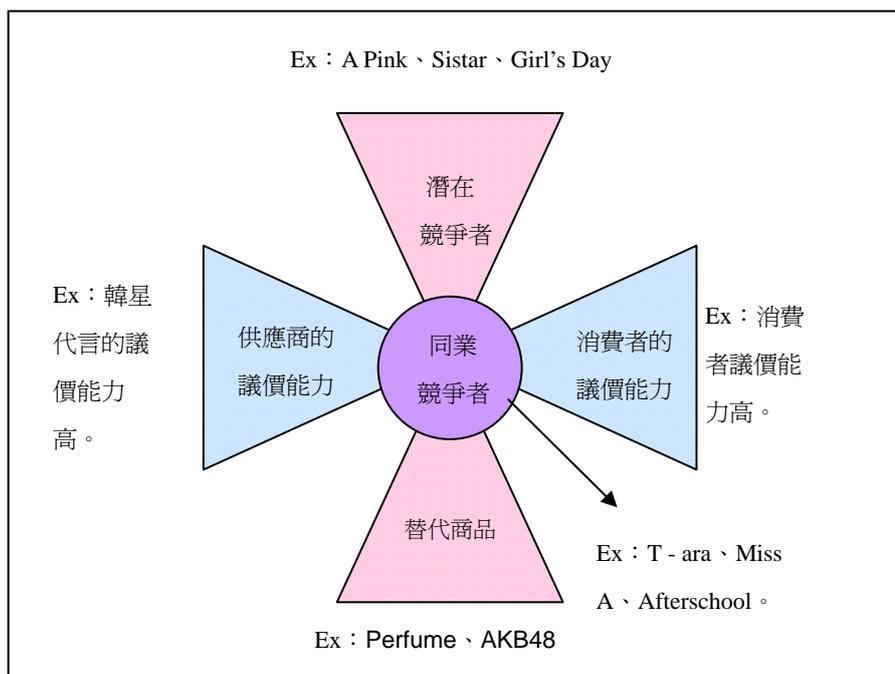


圖 1 「少女時代」之五力分析

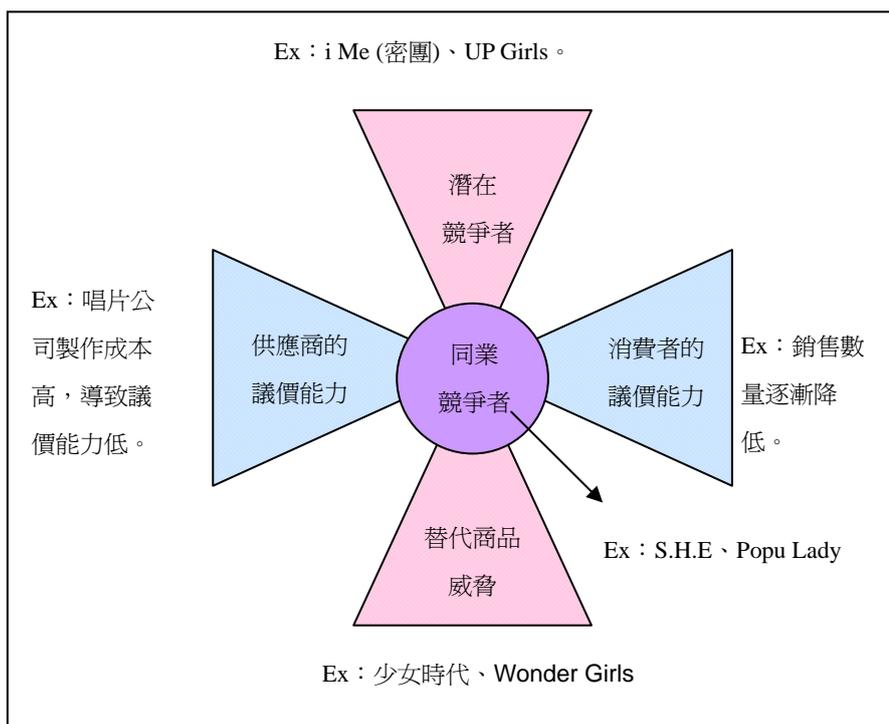


圖 2 「Dream Girls」之五力分析

### 五、問卷統計及說明：

本組在中壢地區，共發放 240 張問卷，回收 238 張有效問卷。

(一) 國人是否知道少女時代？

圖 3 顯示，中壢地區民眾有百分之九十以上的人都知道少女時代，可見少女時代在台灣已打出很大的知名度。

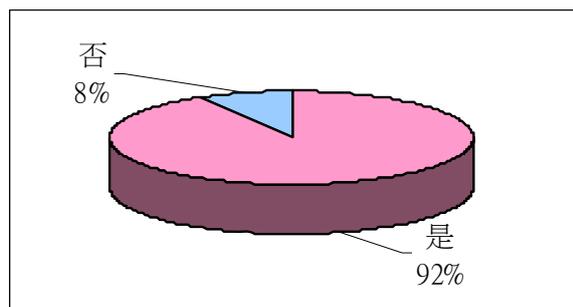


圖 3 國人是否知道少女時代

(二) 國人知道少女時代的來源？

圖 4 顯示，電視節目(37%)、網路(22%)、同儕團體(18%)、報章雜誌(14%)、實體唱片(8%)、其他(1%)，表示中壢地區民眾大多從電視節目及網路知道少女時代。

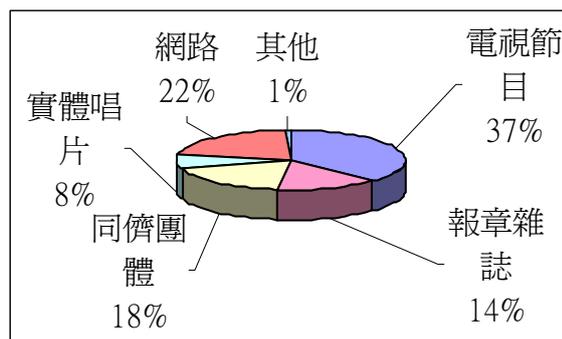


圖 4 國人知道少女時代的來源

(三) 國人對少女時代的喜愛程度？

圖 5 顯示，普通(71%)、很喜歡(10%)、不喜歡(9%)、非常不喜歡(7%)、非常喜歡(3%)。表示少女時代對中壢地區民眾沒有特別的吸引力，但不喜歡少女時代的民眾比喜歡少女時代的民眾多了一些些。

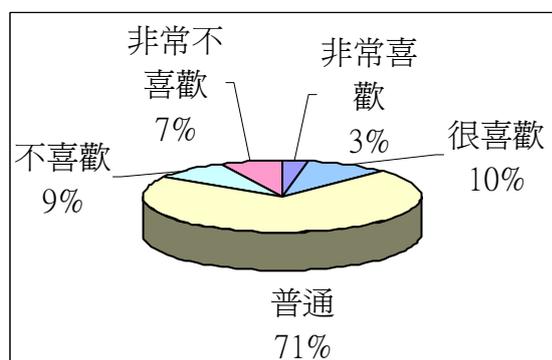


圖 5 國人對少女時代的喜愛程度

(四) 少女時代吸引國人的原因？

圖 6 顯示，無(21%)、身材(17%)、長相(14%)、潮流(14%)、歌聲(13%)、服裝造型(11%)、新鮮感(9%)、其他(1%)，可以看出少女時代對於中壢地區民眾並沒有特別的吸引力，但長相身材是比較容易吸引他們的。

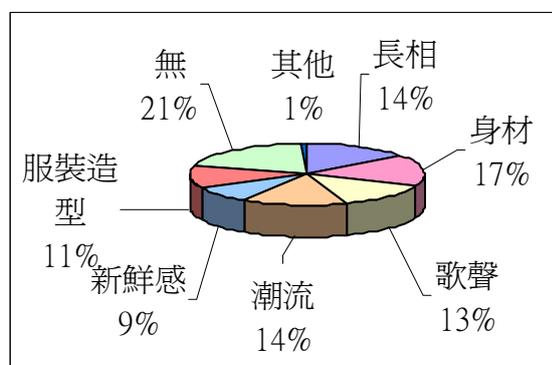


圖 6 少女時代吸引國人的原因

(五) 少女時代不吸引國人的原因？  
圖 7 顯示，無(44%)、國籍(23%)、長相(10%)、缺乏親切感(9%)、歌聲(8%)、身材(5%)、其他(5%)，可以看出少女時代對於中壢地區民眾較容易因為國籍而不吸引他們，也有些民眾不喜歡他們的長相。

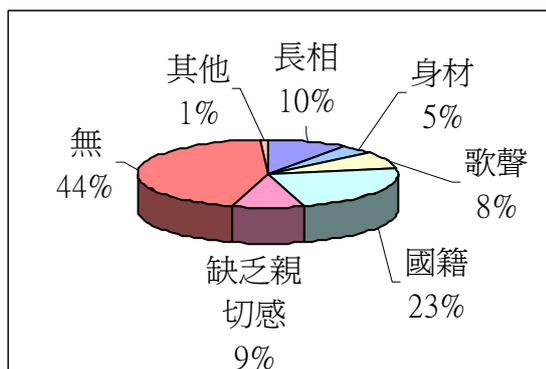


圖 7 少女時代不吸引國人的原因

(六) 國人是否知道 Dream Girls？  
圖 8 顯示，有 77%的人知道 Dream Girls，23%不知道，可以看出知名度 Dream Girls 還是遠遠小於少女時代。

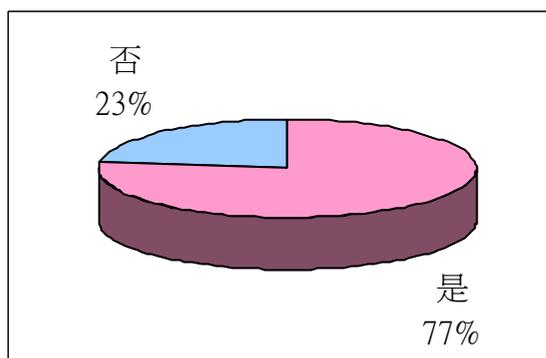


圖 8 國人是否知道 Dream Girls

(七) 國人知道 Dream Girls 的來源？  
圖 9 顯示，電視節目(46%)、網路(19%)、報章雜誌(16%)、同儕團體(10%)、實體唱片(8%)、其他(1%)，中壢地區民眾多從電視節目及網路知道 Dream Girls。

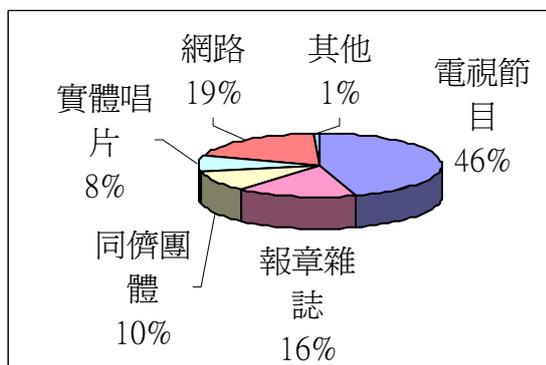


圖 9 國人知道 Dream Girls 的來源

(八) 國人對 Dream Girls 的喜愛程度？  
圖 10 顯示，普通(78%)、很喜歡(9%)、不喜歡(6%)、非常喜歡(4%)、非常不喜歡(3%)。表示中壢地區民眾對 Dream Girls 沒有特別的吸引，但喜歡的民眾比不喜歡的多。

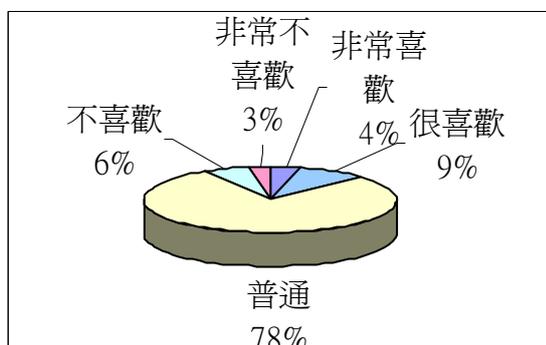


圖 10 國人對 Dream Girls 的喜愛

(九) Dream Girls 吸引國人的原因？

圖 11 顯示，長相(23%)、無(21%)、身材(15%)、親切感(13%)、歌聲(11%)、服裝造型(10%)、國籍(7%)、其他(0%)，可以看出 Dream Girls 的長相較吸引中壢地區民眾，其次則為身材。

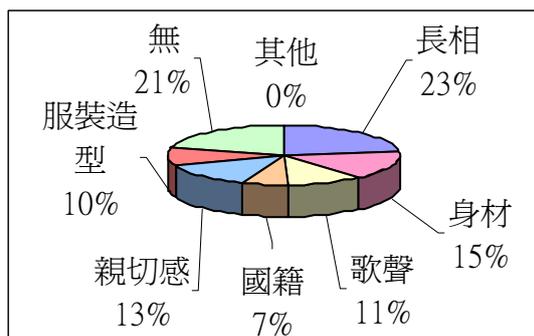


圖 11 Dream Girls 吸引國人的原因

(十) Dream Girls 不吸引國人的原因？

圖 12 顯示，無(53%)、歌聲(18%)、缺乏親切感(16%)、長相(6%)、國籍(3%)、身材(2%)、其他(2%)，可以看出 Dream Girls 對於中壢地區民眾而言，歌聲及缺乏新鮮感是較不吸引他們的原因，有少部份則是不喜歡她的的身材。

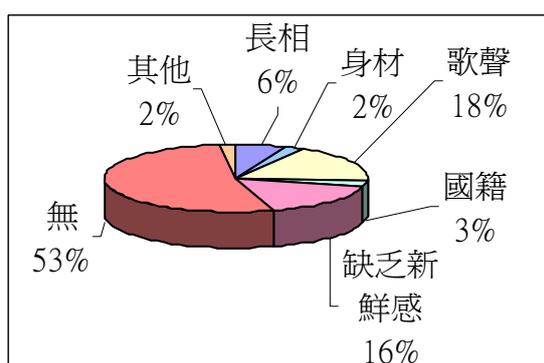


圖 12 Dream Girls 不吸引國人的原因

(十一) 國人常在哪些管道看到少女時代？

圖 13 顯示，電視節目(40%)、網路(27%)、演唱會(11%)、電視劇(9%)、其他(5%)、寫真集(4%)、電影(4%)。由圖可知，中壢地區民眾常在電視節目及網路看到少女時代。

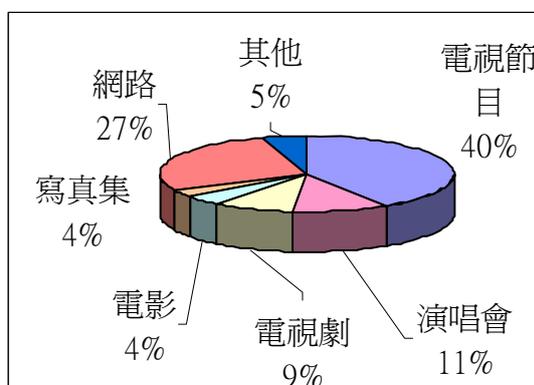


圖 13 國人常在哪些管道看到少女時代

(十二) 國人對少女時代的服裝造型評論？

圖 14 顯示，時尚(33%)、普通(23%)、性感(22%)、甜美(16%)、其他(6%)。就圖來說，中壢地區民眾對少女時代的服裝造型評論以時尚為居多，以普通為其次。

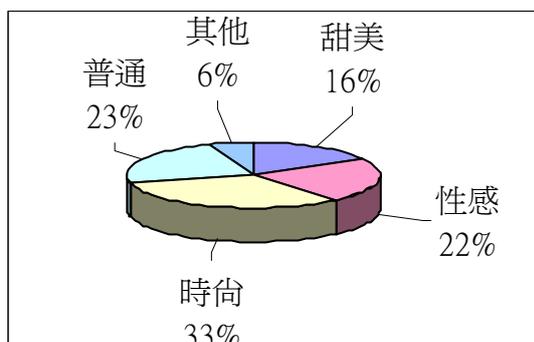


圖 14 國人對少女時代的服裝造型

(十三) 國人常在哪些管道看到 Dream Girls ?

圖 15 顯示，電視節目(39%)、網路(22%)、電視劇(20%)、其他(9%)、演唱會(4%)、寫真集(3%)、電影(3%)。由圖可知，中壢地區民眾常在電視節目、網路及電視劇看到他們。

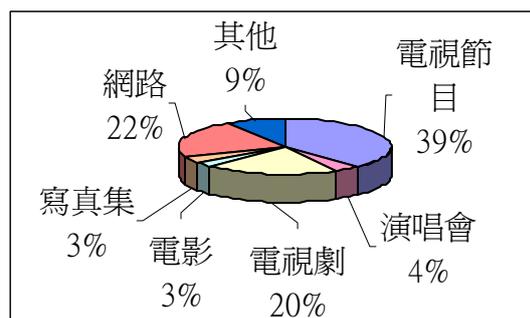


圖 15 國人常在何管道看到 Dream Girls

(十四) 國人對 Dream Girls 的服裝造型評論?

圖 16 顯示，普通(38%)、甜美(22%)、時尚(20%)、性感(13%)、其他(7%)。就圖可知，中壢地區民眾對 Dream Girls 的服裝造型評論以普通為居多，其次是甜美，再者是時尚。

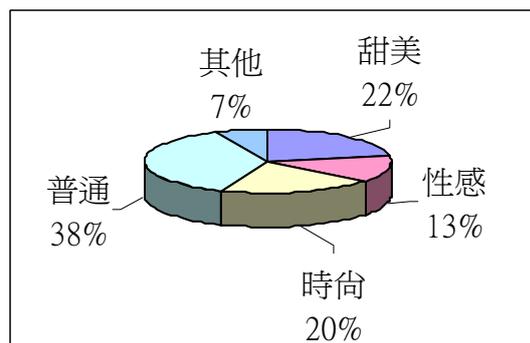


圖 16 國人對 Dream Girls 的服裝造型評論

## 參●結論

### 一、結論

(一) 從知名度角度看：

韓國的少女時代的風潮雖已漸漸降溫，但在台灣的知名度卻還是比近年才成軍的台灣 Dream Girls 高。

(二) 不吸引受訪者的因素分析：

受訪者對於國籍、新鮮感與歌聲頗為敏感，有 23%的受訪者因為反韓情結而不喜歡少女時代(圖 7)，但也有 18%的受訪者不喜歡台灣 Dream Girls 的歌聲，16%受訪者認為 Dream Dirls 缺乏新鮮感(圖 12)。

(三) 吸引受訪者的因素分析：

對於國人而言，通常會因為長相及身材而喜歡少女時代或 Dream Girls，但歌聲卻不是真正吸引國人的重要因素。(如圖 6、圖 11)

(四) 行銷管道分析：

受訪者最常看到兩個團體的管道都是電視節目(少時 40% 和 Dream Girls39%)和網路管道(少時 27% , Dream Girls22%)(圖 13, 圖 15)

有 20%的受訪者常在電視劇看到 Dream Girls(圖 15), 但只有 9%的受訪者在電視劇看到少女時代(圖 13)。有 11%受訪者常從演唱會看到少女時代, 但只有 4%受訪者在演唱會看到 Dream Girls, 可看出電視劇及演唱會這兩種行銷管道是兩團差距較大的。

## 二、建議

### (一) 少女時代

1. 多上不同類型節目, 讓觀眾更加認識他們, 增加更多的粉絲。
2. 唱片價格應考慮消費者的經濟能力, 應有更多的促銷方案或想辦法降低成本調降售價, 以吸引更多年輕學生。

### (二) Dream Girls

1. 可多參與些不同型態的節目, 增加曝光率, 讓觀眾更了解他們。
2. 應增加歌唱實力, 可以多嘗試不同曲風, 營造新鮮感。
3. 服裝造型應加入更多時尚元素, 以吸引更多粉絲。

## 肆●引註資料

龍騰專題製作研究室(2008)。**專題製作**。台北：龍騰。

林淑芬(2010)。**專題製作**。台北：台科大。

黃俊英(2003年)。**行銷學的世界**。台北市：天下。

丁琴美、WonDerSun(2009)。**專題製作-問卷調查篇**。台北：台科大。

文淵閣工作室(2008)。**快快樂樂學 Excel 2003 使用技巧**。台北市：文魁資訊。

維基百科。少女時代。2013年3月22日, 取自  
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B0%91%E5%A5%B3%E6%99%82%E4%BB%A3>

維基百科。Dream Girls。2013年3月22日, 取自  
[http://zh.wikipedia.org/wiki/Dream\\_Girls](http://zh.wikipedia.org/wiki/Dream_Girls)