

篇名：

寒流來襲－淺談韓劇熱潮興起因素與影響

作者：

潘妍如。高雄市立高級商業職業學校。三年七班

洪淑君。高雄市立高級商業職業學校。三年七班

指導老師：

黃千芷老師

壹●前言

韓劇可說是生活中不可或缺的娛樂，而現已變成大家閒餘飯後的話題，繼港劇和日劇之後，台灣觀眾迷韓劇已有好長一段的時間了。究竟韓劇的魅力何在？為什麼現今社會的人會如此風靡韓劇？韓劇如何擴張市場版圖？而韓劇又為台灣社會帶來什麼影響？現在就讓我們來好好探討這個問題。

我們利用各大搜尋引擎，以及圖書館的報章雜誌，尋找所需的文獻資料，再利用各種商業分析工具，加以整合研究，最後提出結論及建議。

貳●正文

一、韓劇源起

1999年前，國內電視台播放韓劇的情況，只有零星幾部，並未大量引進。最早在台灣播出的韓劇應該是由衛視中文台播出張東健、沈銀河等人主演的"青出於籃"(原名:最後的勝負)；而1995年中視曾引進韓國影帝崔民秀主演的「沙漏」，但由於是在半夜時段播出，並沒有受到觀眾注意。

『直到八大電視台在1999年底陸續引進「火花」、「藍色生死戀」等一系列叫好又賣座的韓劇之後，韓劇才慢慢受到影迷的喜愛和重視』(註一)，韓劇的影響力也才因此慢慢地顯現出來，由此可見韓流約在民國90年慢慢成形。

二、興起原因

1、製作結構嚴謹紮實

『電視專家指出，韓劇製作水平一般不如日劇精緻，但是各電視台每年總會有幾部大手筆的連續劇，除了劇本突出、演員陣容堅強之外，製作過程也相當嚴謹慎重』(註二)，在大量人力物力投注之下，自然迭有佳作。

2、劇情緊湊演員專業

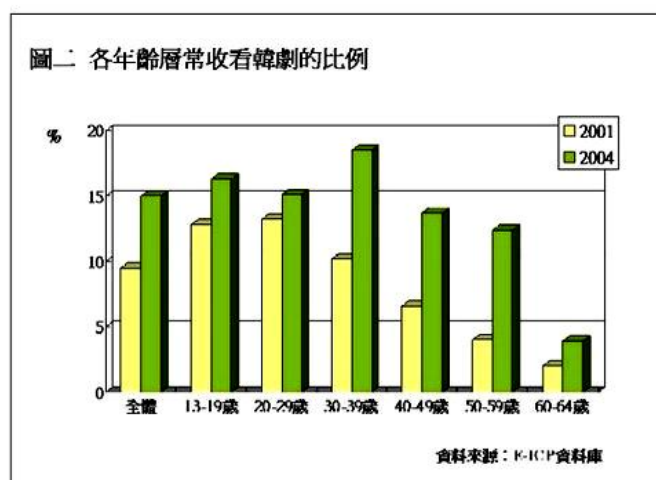
韓劇劇情生活化，且掌握現代的脈動，演員卡司強，劇情生活化且打動人心，不像台灣電視劇，可以拖個一年半載，相同的劇情一再重覆，「歹戲拖棚」，而且看前面就容易猜測到結局。

3、大量引進帶動風潮

以製播布袋戲聞名的霹靂衛星台，在成立初期，為使頻道節目多樣化，陸續播出數十部韓劇，奠定了韓劇流行的基礎。當年霹靂台共採購了《赤色烽火情》、《國際列車殺人事件》、《單身新貴族》等膾炙人口的韓劇，培養了台灣觀眾收視韓劇的習慣，漸漸吸引以婦女階層為主的收視對象。

4、類型多元，客群廣大

韓國電視劇流行之後，另一個值得觀察的指標是收視族群的擴散，『在韓劇最常收看的電視節目類型比例由2001年的9.5%一路爬升至2004年的15.0%的同時，觀眾群也由年輕族群向三十、四十、甚至五十歲消費群擴散』(圖一)。這與播出的劇集類型由偶像愛情劇，擴大到家庭倫理及古裝歷史劇，滿足了不同年齡層與類型觀眾的喜好有關。



圖一、各年齡層常收看韓劇的比例(註三)

三、韓劇競爭優勢分析

1、韓劇與日劇、台劇與港劇之比較

表一、台港日韓劇比較表

類別 項目	韓劇	日劇	台劇		港劇
			偶像劇	八點檔	
內容特色	<ul style="list-style-type: none"> 賺人熱淚 多悲劇收場 感情戲、內 	<ul style="list-style-type: none"> 社會問題 愛情戲、職場戲為主 	<ul style="list-style-type: none"> 青春校園 生活化 	<ul style="list-style-type: none"> 偏重人心間的勾心鬥角 本土化 	<ul style="list-style-type: none"> 戲路寬廣 武俠、警匪、大家族間恩怨情仇

	心戲為主				
拍攝特色	• 20 集左右	• 10-20 集 • 不拖戲 • 精緻路線	• 20-40 集	• 收視佳可 拍攝百集以 上 • 很會拖戲 • 邊拍邊播	• 節奏緊湊
代表作品	藍色生死 戀、妻子的誘 惑	長假、大和 金女	流星花園、 惡魔在身 邊	台灣阿誠、台 灣霹靂火	楚留香、妙 手仁心
觀眾族群	年齡層廣泛	大學生、上 班族及家庭 主婦為主	學生族群	上班族及家 庭主婦為主	年齡層廣泛

(資料來源：本組研究彙整)

2、韓劇 SWOT 分析

表二、韓劇 SWOT 分析表

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
S1. 國家培植重點產業 S2. 製作過程嚴謹 S3. 演員素質專業	W1. 電視配音失真 W2. 剪片過多 W3. 過度的置入性行銷
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
O1. 現代人生活壓力大，喜好收看戲劇 舒壓。 O2. 韓國明星體格高挑，外型討好，迎 合觀眾喜歡欣賞俊男美女的口味 O3. 韓元貶值，有利戲劇版權出口。 O4. 港劇及日劇在台光環逐漸褪色	T1. 盜版文化猖獗 T2. 現代觀眾容易喜新厭舊

(資料來源：本組研究彙整)

在國家培植重點產業方面，由於韓國把文化產業列為國家經濟發展的戰略重點產業，積極栽培扶持，因此，韓國政府循序漸進地推出一系列重大促進文化產業措施。其中，影視產業被列為重點推動部分，在新政策支持下，政府投資大量資金企業化經營，使韓劇製作水平大幅進步，並憑藉著高品質的產品成功向海外市場跨了一大步。

在韓劇製作過程方面，由於韓國劇組製作認真嚴謹，拍攝前劇本已大致底定，即使是半小時的早晨家庭電視劇，往往也出動超過三、四十人的龐大劇組，如此大

費周章地拍攝，當然能滿足觀眾需求。特別是邊拍邊播的方式，隨著觀眾口味適時調整劇本。

在二十一世紀的電子化世代，隨著盜版文化的猖獗，許多韓劇 DVD、週邊商品和原聲帶皆被非法複製，甚至販賣賺取利益，使得正版市場備受威脅。

四、韓劇所帶動之影響

1、電影與流行音樂全面入侵

韓國娛樂產業引進台灣的不只是電視劇，電影與流行音樂一樣在台發光發熱。國人最熟悉的韓國電影，莫過於 2002 年的『我的野蠻女友』，不按牌理出牌的劇情，完全顛覆韓國電視劇常見的浪漫悲情色彩。雖然韓國電影在此地賣座的並不多，頗令代理片商洩氣，但以無厘頭喜劇為主的韓系電影，卻在電視找到另一片空間，在幾個國語電影頻道中，MEGA(龍祥)電影台就以播放韓國電影與其他電視台形成區隔。『依據 E-ICP 資料庫的調查，常看韓國電影的收視群近年來有增加趨勢，約有 5.9% 的台灣觀眾常看韓國電影，這個比例在 2004 年為 3.1%。另一個現象是，收看韓劇的觀眾男女比例差異極大，男性佔比不到五分之一。電影雖然也以女性為主，然而男性佔比達三分之一，性別比例明顯拉近不少』(註四)，顯見韓國電影吸收不少男性客層。

隨著電視劇與電影的播放，流行音樂也隨之而來，熱門影集的電視原聲帶跟著大賣。神話、HOT、SE7EN、Rain 等歌手也陸續被介紹給國內樂迷，韓籍歌手成為國內大型音樂活動貴客，『日語歌曲排行榜』變成了『日韓排行榜』。韓國歌曲更成為另一翻唱歌曲的主要來源，韓國流行音樂儼然已成為英語和日語外第三個主流外來音樂。

2、飲食方面

隨著韓劇的發揚光大，裡面的飲食更是令影迷垂涎三尺，像是有名的韓國泡菜、辣炒年糕、石鍋拌飯等。許多韓國美食相繼引進台灣，甚至韓迷更是利用網購購買韓國食品，為韓國帶來一筆額外收入。(圖二)



圖二、韓國美食(註五)

3、服飾方面

韓劇裡的演員俊男美女所穿的衣服總是很有自己的風格，常常有很多韓劇中的妝扮因此而帶動流行風潮，讓許多影迷相繼模仿。像現在在奇摩搜尋就會發現許多網友都會詢問有關各齣韓劇中主角所穿著的服飾(圖三)，而坊間店舖及網路商店也引發韓服販售熱潮，可見韓劇在服飾方面的影響力也不容小覷。



圖三、韓國服飾網站討論區(註六)

4、衍生商品熱賣

韓劇的周邊商品也是蔚為流行，像是「宮野蠻王妃」劇中，申采靜為李信所製作的豆腐娃娃、流星花園裡金絲草與具俊表的定情之物、原聲帶、dvd、偶像身上穿戴的配件、使用的物品…等(圖四)，都是粉絲急於收集的項目，而廠商也看準市場，陸續推出相關衍生商品販售，獲利不少。

韓劇的熱播，著實培養了一批忠實的韓劇粉絲，喜歡南韓的明星、喜歡南韓的泡菜、喜歡南韓生活起居的各種方面，當然，還有不能錯過的南韓手機。在韓劇中，手機不僅是主角的聯繫工具，也是催化劇情高潮的重要道具。

衍生商品/圖片	衍生商品/圖片
奇摩拍賣 (流星花園中男女主角之定情物)	DVD (浪漫滿屋)



豆腐娃娃
(宮野蠻王妃劇中申采靜為李信所製作的)

電視原聲帶
(原來是美男)

圖四、韓劇衍生商品 (資料來源：本組研究彙整)(圖片來源：註七)

5、觀光方面

韓劇同時也是韓國觀光產業的前鋒。韓劇拍攝地點的選擇非常考究，除了美化劇情的藝術需求，當然也夾雜著結合影視與觀光旅遊業的商業考量。

『根據韓國觀光公社台灣分社的資料，台灣近五年到韓國旅遊的遊客人數已回復並超越斷航前的廿九萬人，而除了韓劇，雙方包機及正式航班陸續開通，票價相對便宜也是因素之一』(註八)。由於韓劇的推廣，為韓國締造十億韓元以上的觀光收益，連冬季戀歌粉絲日本首相小泉純一郎都毫不諱言希望到江原道一遊，可見其韓劇興起為其國內觀光帶來許多商機。

韓劇中引起許多人們共鳴的愛和人生，常令人憧憬嚮往，而經由韓劇而開啓的韓流道路，更是讓許多韓劇迷不再是在銀幕上對偶像憧憬而已，還可親自來感受並體驗韓劇的場景和氛圍。而以下就是一些韓劇拍攝時所使用的經典場景(圖五)。

拍攝場景 (韓劇片名)	照片
浪漫滿屋	
咖啡王子一號店	
冬季戀歌 － 南怡島	

圖五、韓據經典場景 (資料來源：本組研究彙整)(圖片來源：註九)

五、市場橫越歐亞版圖

不只台灣，鄰近的日本、香港、大陸也全都拜倒於韓流的威力之下。裴勇俊在日本同樣創造「勇樣」風潮，「勇樣」一詞還被選為 2004 年日本最紅的一句話，而大陸與台灣製作拍攝的連續劇也開始出現熟悉的韓星面孔。這些地方或者可以廣義的解釋為文化、風俗、語言的接近與共通性，但令人訝異的是連與東亞文化圈完全不同的回教國家伊朗與埃及，電視上都可看到「大長今」。

最近，韓國總統盧武炫造訪墨西哥，旅館外有當地拉丁裔民眾請願，原因竟然是「愛上女主播」在當地播出造成轟動，請願民眾希望南韓總統幫忙安排心目中的大明星—張東健前往訪問。同時，擔任韓國文化向外輸出火車頭的電視連續劇，也開始擴大格局，「巴黎戀人」、「愛在哈佛」遠赴海外拍攝，韓國明星紛紛說起法文、英語。這些都展現出韓國跨出亞洲的強烈企圖心，累積成功模式與經驗的韓國娛樂產業，已經橫越歐亞版圖，正在搶攻全世界的娛樂產業市場。

參●結論

一、結論

韓劇能夠如此盛行，和韓國政府大力支持有關，韓劇除刻意培植及雕琢跨國明星，對劇中人穿著打扮、隨身用品、家居擺設，無不精心設計，帶動一波波次文化流行風潮，為韓國商品締造許多商機。例如，手機、服飾、化妝品、電玩、動畫、音樂、電影、汽車，甚至整形手術，都是藉著韓劇做為宣傳媒介。

劇本的多元化、演員更新的程度、還有劇情到緊要關頭的配樂與主題曲，都是很重要的一環。正因為如此用心的製作，韓劇才能有今日如此的佳績，造就了這股韓劇熱潮與經濟發展，使韓國經濟近五年來快速起飛

雖然韓劇可能沒有日劇來的精緻，但是演員幾乎都是所謂科班出身，不是各大學戲劇系出身，就是考上電視台的專業演員，韓劇演員都有專業底子，學歷又高，加上韓國電視電影的獎項之多在競爭激烈的環境之下，總是激出進步的火花。基於上述種種原因，奠定了韓劇廣受歡迎的基礎。

二、建議

- 1、韓劇戲路較少動作場面，若能加上一些動作戲份，比較不會顯得一成不變，也能夠開拓更多層面的客群。
- 2、建議台灣政府也能重視本土戲劇並加以有計畫地培植，比照韓劇模式辦理，預期將能行銷更多台灣產業，包括戲劇、服飾、觀光、音樂…等，為台灣帶來龐大商機。
- 3、韓劇盜版猖獗，若能提升原版畫質技術、加強戲劇結構性，並搭配戲劇週遭衍生商品配套販售，或許將可吸引更多民眾購買原版。

肆●引註資料

註一、黃亦筠(2008)。兩股新韓流 獨領風騷。天下雜誌。398 期，32-34。

註二、陳博志(2006)。不長進的心態，是我國輸給韓國的重要原因。天下雜誌。359 期，32-34。

註一、韓劇電視網，2010 年 2 月 6 日取自 <http://korea.niotv.com/>

註三、全球華文行銷知識庫，2010 年 2 月 8 日取自
http://marketing.chinatimes.com/ItemDetailPage/MainContent/05MediaContent.asp?MMMediaType=hot_news&MMContentNoID=25804

註四、黃亦筠(2008)。兩股新韓流 獨領風騷。天下雜誌。398 期，32-34。

註五、韓國旅遊官網，2010 年 2 月 6 日取自
http://big5chinese.visitkorea.or.kr/cht/CU/CU_CH_3_1_1.jsp

註六、韓國服飾網路討論區，2010 年 2 月 10 日取自
<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1406090100523>

註七、韓劇原聲帶，2010 年 2 月 6 日取自
http://shopping.pchome.com.tw/?mod=store&func=style_show&SR_NO=CBAI34
pchome-

註八、韓國旅遊官網，2010 年 2 月 6 日取自
http://big5chinese.visitkorea.or.kr/cht/CU/CU_CH_3_1_1.jsp

註九、MBC 官網，2010 年 2 月 12 日取自 <http://www.imbc.com/>