

投稿類別：史地類

篇名：

全台二輪電影院分布及消費行為分析

作者：

尹 恬 國立陽明高中 二年十六班
洪曄煦 國立陽明高中 二年十六班
游雅淳 國立陽明高中 二年十六班

指導老師：黃月秋

壹●前言

在這個時代的年輕人，由於生活品質的提升，加上課業所帶來的重重壓力，於是休閒娛樂對於學生們是一種紓解壓力所不可或缺的一部份，我們選擇了「看電影」這件事來做探討。看電影的方式很多種，對於不喜歡熱鬧的人，可以選擇租片子；又或者連出門都不想出門的人，現在也有網路付費的影片下載；喜歡出門和朋友一起逛街的人，電影院是個不錯的選擇。在大螢幕以及優質音效設備的加持下，看電影時彷彿置身於影片當中。但是在事事變遷的時代下，現在也多出了另一種看電影的好所在～二輪片場。二輪片事等院線片下檔後播映，兩部片只要一百元，在如此物美價廉的吸引下，二輪片也逐漸熱起來。

一、目的與方法：

由於現在許多學生都會以看二輪片電影當作休閒娛樂，我們想藉這次報告來了解全台戲院的分布狀況、附近商圈及消費行為。因地緣關係，我們挑選了民和戲院及中原戲院，設計問卷到電影院做了實際的調查，方法如下。

二、研究方法

1. 蒐集全台二輪電影院的資料及製作分布圖
2. 製作問卷並實問卷調查(60份)

貳●正文

一、二輪片淺說

(一) 起源：

二輪電影是因為電影工業所帶動的產業之一，通常院線電影在上映之後，會隨著賣座多寡來決定下片時間（資料出自雅虎奇摩知識+ 請問二輪電影的起源），但一部電影製作所花費的時間金錢，可利用的價值除了將主角商品化做周邊產品外，就是在院線下檔後賣給二輪電影院播映（資料出自雅虎奇摩知識+ 二輪電影介紹）。另外還有製作成 DVD 販售給影片廠商，如：亞藝影音、百事達影音……來獲取更多利潤（資料引述自亞藝影音店員）。由此可知，二輪電影和電影工業這兩者是息息相關缺一不可的。

(二) 特色：

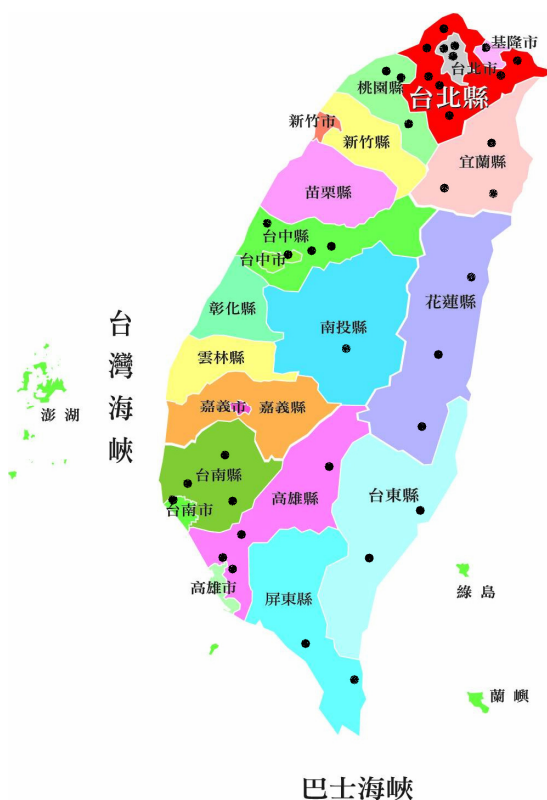
二輪片因為已經上映一段時間，大部分人都已經看過，相對也比較便宜，故

吸引沒看過的人去觀賞電影，另外首輪電影院大多挑選比較有票房實力的大製作電影播放，所以去二輪片戲院除了可以再次回味賣座電影還能看到一些大戲院所沒有放映的小品電影。(@Movies[開眼二輪電影])

(三) 放映方法：

視每個戲院而定，較大的二輪戲院會和廠商申請，而有些小品電影會自行交遞給二輪片場播映。一般電影上映時間大概是 2~3 個禮拜，通常在首輪電影下檔後的 2~3 個月才會在二輪片場播映。

(四) 全台戲院分布狀況：

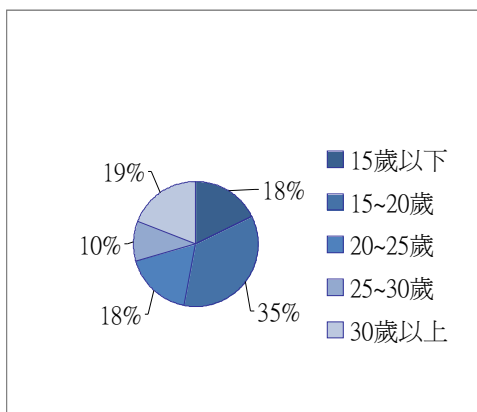


圖一 全台二輪戲院分佈圖

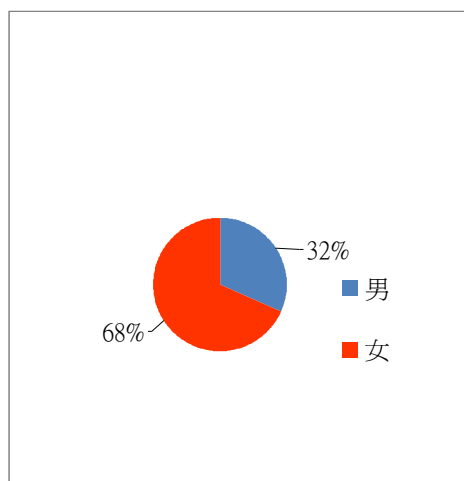
從圖一可知，二輪戲院的分布數量：以台北縣市最多高達九家，其次是高雄縣市、台中縣市、台南縣市皆為四家，桃園縣市-三家居第三。其數量多寡明顯的與該地區的人口數呈現高度的一致性，都市化程度較高的大都會區擁有較多的戲院，且為了避免與首輪院線片市場區域區隔，多半位在該縣市次級的都市：例如在桃園縣，首輪戲院集中在桃園市、中壢市；而二輪片的戲院則位在八德市、龍潭鄉及中壢市郊。

二、商圈與消費行為分析:

(一) 男女比例及年齡



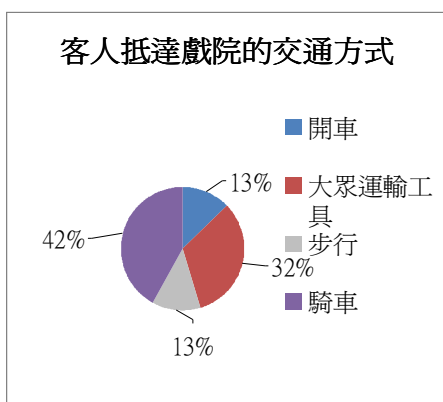
圖二 消費性別



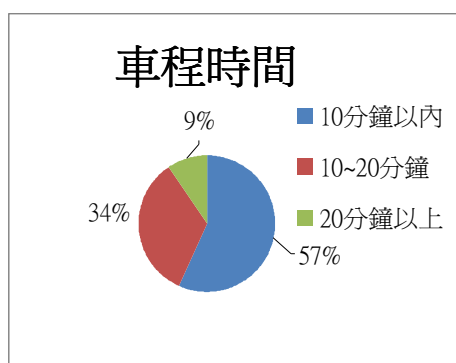
圖三 消費年齡

由資料可知,喜歡看電影的族群大致分布在 15~25 歲之間,且女性佔 70%,佔了相當高的比例。

(二) 交通工具與花費時間



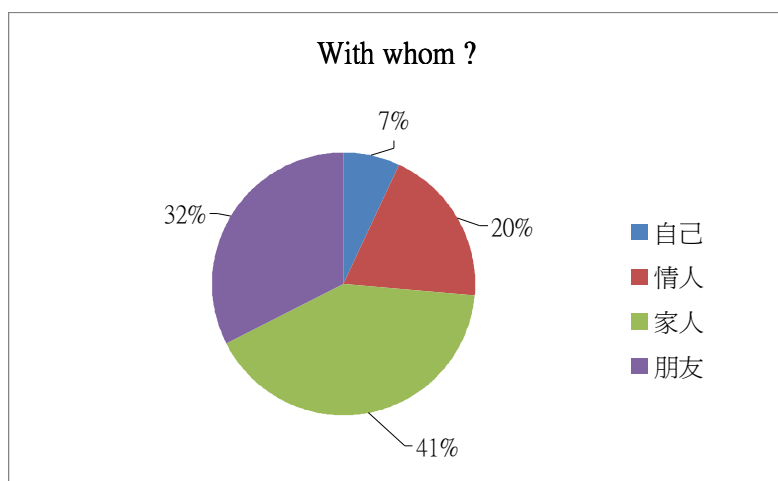
圖四 交通方式



圖五 花費時間

由圖四、圖五可知,騎車和搭乘大眾運輸工具的人佔了 74%,而車程又 20 分鐘以內的人佔了 81%,可見二輪戲院附近的交通是很發達的。

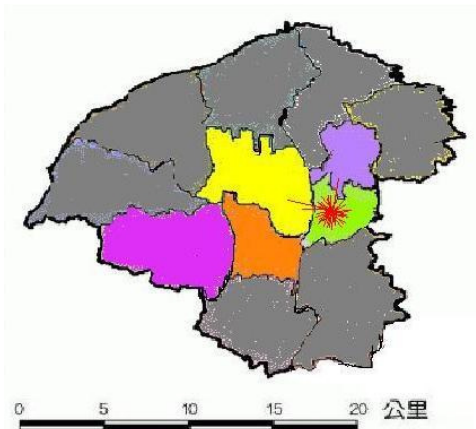
(三) 與誰同行?



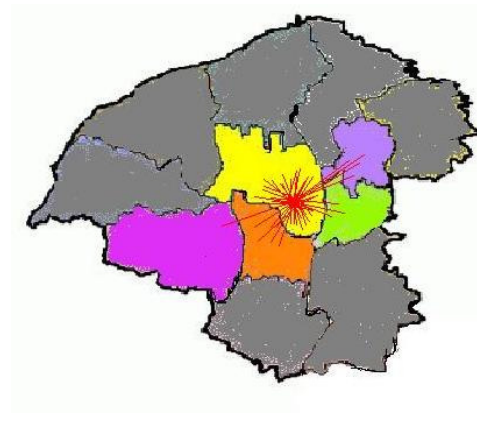
圖六 與誰同行

由圖六可知,41%的人會攜家帶眷的去看電影,32%的人會跟朋友結伴前往,跟男/女朋友一起去的佔 20%,而獨自前往的只佔了僅 7%而已。可見大部份的人都會想要與人結伴去看電影。

(四) 商圈:



圖七 民和戲院商圈

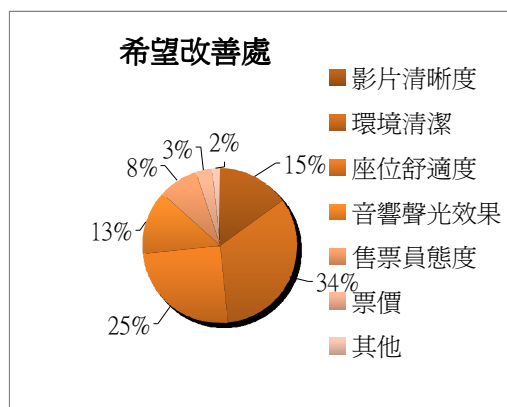


圖八 中原戲院)商圈

根據地理學中地理論，商圈定義有兩種：**廣義的商圈指商業區的顧客來源範圍；狹義的商圈指單一零售店的顧客來源範圍。**(龍騰版第二冊 P.104) 本文商圈採狹義的定義，利用問卷調查中顧客來源的起點（可能是住家、學校或工作地），點在地圖上，然後與該電影院連線，其展現的範圍即為商圈，結果如圖 2-4。中原戲院商圈主要以所在地的中壢市東半部及附近的平鎮、八德及桃園市，而民和戲院商圈則以所在地的八德市為主，中原的商圈稍大於民和戲院，但主要商圈多在

戲院附近。

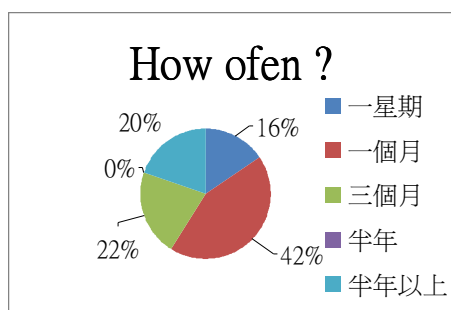
(五) 戲院選擇



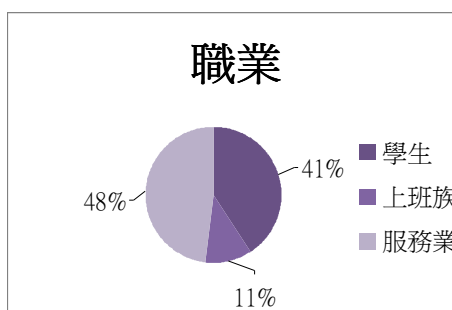
圖九

由圖九可知,二輪電影院還有許多地方需要改善,尤其是周邊環境的衛生,佔了34%。

(六) 消費頻率與職業：



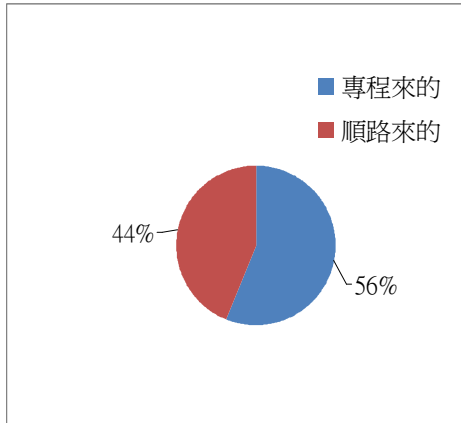
圖十 消費頻率



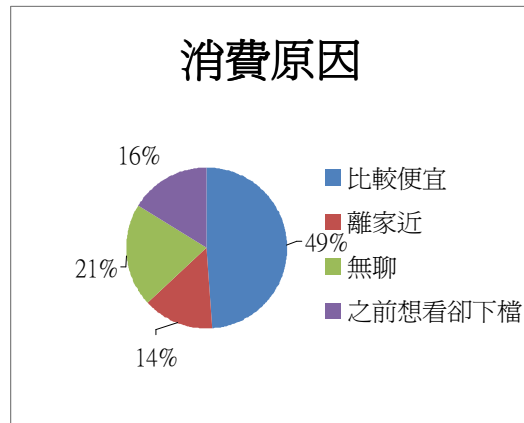
圖十一 消費者職業別

由上兩張圖可知職業與消費的頻率密切相關。職業中,學生和上班族佔了90%,因為課業和工作的關係,一個月去一次佔的人數最多,42%。

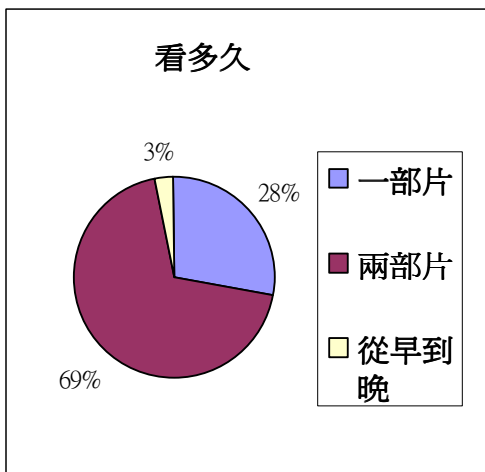
(八) 消費動機



圖十二



圖十三



圖十四

由圖十二~十四可知,電影院總會將超熱門電影與超冷門電影放在一起,讓人誤以為一次看兩片賺到了,但其實在看完之後會有浪費時間的感覺。所以一次放兩部電影只能說是種行銷手法,另外因為它的條件比較符合現代人的需求,所以有人就會對二輪電影情有獨鍾。

參●結論

本文針對全台灣的二輪片的分佈進行研究,並利用問卷訪問桃園縣境內的二輪片戲院---中原、民和戲院,進一步瞭解二輪片的消費行為。研究結果如下

1. 二輪片的分佈:

全台灣的二輪片戲院主要分佈於台灣西部的台北、台中、台南、高雄四大都會區,其戲院數量的多寡明顯與當地的消費人口數呈現高度的關係。

2. 二輪片的消費行為:

前來消費的「女性」遠高於男性、職業以「學生」族群比例最高、消費頻率以「一個月一次」最多、前來的交通工具以「騎機車」和「大眾運輸工具」為主、花費

的交通時間以「20 分鐘」以內佔多數，因此二輪片戲院的商圈其實並不大，以所在位置的「鄉、鎮、市」為主要的商圈。而吸引消費者前來消費的動機最重要的是「價格便宜」。

肆●資料來源:

1.亞藝影音店員解說。

2.雅虎奇摩知識+ 請問二輪電影的起源：

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1609080200818>

3.雅虎奇摩知識+ 二輪電影介紹：

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1305092401587>

4.@Movies[開眼二輪電影]

<http://bbs.atmovies.com.tw/bbs/bbs.cfm?action=view&c=104&s=48946>

5.陳國川（2009）地理第二冊 龍騰出版社