

投稿類別：藝術類

篇名：

K-POP 興起的成功方法

作者：

張珮慈。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班  
林庭宇。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班  
李敏慈。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

指導老師：

歐郁玟老師

## 壹●前言

### 一、研究動機：

這幾年在路上逛街時常聽到店家在播韓文歌，電視節目也有一些變成固定播韓國節目的，有時候開電視或電腦也會看到關於韓國藝人的新聞報導，在網路發達的時代韓國流行音樂逐漸崛起，韓國團體跟其他國家的藝人有什麼不同的特質讓他們在眾多國家中脫穎而出？經紀公司又以什麼樣的方式產生出一個團體以及出道後的宣傳計畫讓他們可以紅到全世界？

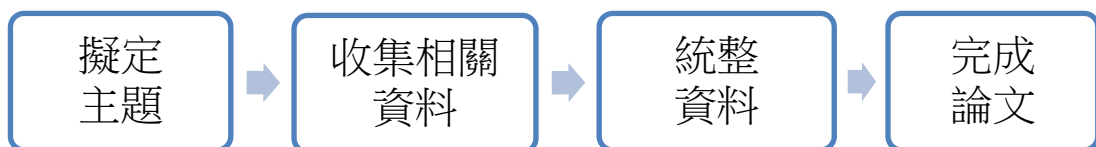
### 二、研究目的：

- (一) 探討韓流的起源
- (二) 研究 K-POP 魅力之處
- (三) 了解偶像從甄選至出道的過程
- (四) 研究偶像對韓國經濟有何影響

### 三、研究方法：

- (一) 文獻收集法：參考網路、書籍、學生論文等資料。
- (二) 問卷調查法：透過製作網路電子問卷來收集資料，並加以分析。

### 四、研究流程：



## 貳●正文

### 一、韓國流行音樂的歷史

#### (一) 起源

韓國演歌是朝鮮半島最早期的流行音樂。韓國人聲稱韓國演歌早在日治時期前已出現（維基百科，2016）。2009 年 Super Junior 的 Sorry Sorry 和 Wonder Girls 的 Nobody 在全亞洲爆紅後韓流逐漸崛起。

#### (二) 發展

自 2009 年開始韓國國家形象逐年提升，報告指出韓國文化和傳統是重要原因之一，2011 年文化產業出口達 42 億。（維基百科，2016）韓流興起帶動韓國觀光業以及各項產業。

表一 SM 公司旗下藝人吸金額	
團體	2011 年吸金額
少女時代	5 億 7018 萬
Super Junior	3 億 6280 萬
東方神起	3 億 751 萬
SHINee	1 億 4414 萬
f(x)	9382 萬 8000
合計(單位：台幣)	14 億 7850 萬

### 二、韓國練習生

#### (一) 練習生制度

練習生除了正常學校學習外，需到公司學習歌唱、舞蹈、演技及語言培訓（維基百科，2016）練習生練習時間不定，短的 3 個月長的到 15 年都有。

#### (二) 練習生選拔節目

韓國近期流行以生存節目拍攝練習生競爭過程，除了讓粉絲了解練習生的練習過程外，也讓練習生在出道前先累積人氣。

**Produce101** 召集韓國 46 家經紀公司 101 名女練習生培訓，觀眾票選出道的 11 名成員（韓星網，2015）。Produce101 是 CJ&M 跟 YMC 合作出的女練習

生選拔節目，利用觀眾投票來選出 11 位練習生跟公司合作一年的時間，因為是觀眾投票選出的所以這個節目在播出前討論度就非常高。

**SIXTEEN** 是 **JYPE** 推出的女團生存節目，16 名練習生進行任務，最終九名以 **Twice** 出道(維基百科，2015)。SISTEEN 則是從 16 個女練習生中比賽選出 9 個組成女團 **TWICE**，一部分也是觀眾投票所以在出道前也吸引了不少粉絲，成員中也有一名來自台灣的周子瑜，因此在台灣討論度也非常高。

**MIX&MATCH** 是 **YG** 推出的男團生存節目，70%觀眾投票和 30%評審分數九人選出七人以 **iKON** 出道(維基百科，2014)，是由 2013 年推出的 **WIN** 練習生生存節目中被淘汰的 6 名 B 隊成員再加上其他 3 位公司的練習生競爭 7 個出道位子，最終由 6 名 B 隊成員及一名童星演員練習生組成 **iKON**。7 名成員比起其他 2 名練習生早曝光也累積不少粉絲所以在觀眾投票方面較吃香。

### 三、韓國經紀公司

#### (一) SM 娛樂

**SM** 是 **Star Museum** 的縮寫是韓國規模最大的經紀公司，有許多粉絲說過如果要看偶像、外貌的話最適合去看 **SM** 的藝人，**SM** 的藝人很多，通常都是一團宣傳期過了另一團又發新歌，幾乎沒有整間公司藝人都沒活動的。**SM 娛樂有限公司**由歌手出身的李秀滿於 1989 年創辦，與 **YG**、**JYP** 並稱為韓國三大娛樂公司，為三大娛樂公司之首(維基百科，2016)。

#### (二) YG 娛樂

**YG 娛樂**成立於 1996 年，是韓國最大的 **Hip Hop** 娛樂公司，由楊鉉錫創立，是韓國專注於 **R&B** 和 **Hip hop** 音樂最具代表性的公司(維基百科，2016)。**YG** 跟 **SM**、**JYP** 不同的地方在於 **YG** 主打 **Hip-Hop** 風格與其他 2 家公司風格不同，有粉絲說看臉的話要看 **SM** 的藝人但如果比較注重音樂就要看 **YG** 的。**YG** 的藝人通常都是久久回歸一次，但一回歸音樂會立刻橫掃所有排行榜第一名，**YG** 比較注重藝人實力與音樂，這也是他們很久回歸一次粉絲卻不會少的原因之一。

#### (三) JYP 娛樂

**JYP** 的創辦人本身也是唱跳歌手由唱跳歌手的朴軫永於 1997 年在韓國創辦的藝人經紀公司，2011 年 2 月 23 日和 **J.Tune 娛樂** 合併後成為上市公司(維基百科，2016)，旗下藝人每次發新歌的舞蹈都非常難，據公司藝人說他們也要學習社長歌曲的舞蹈，而 **JYP** 最有名的就是社長與旗下藝人的相處模式就像朋友一

樣，輕鬆但該做的工作、禮貌還是有的，而 JYP 也是粉絲公認 3 大公司裡最保護藝人的公司。

這三家經紀公司是很多追求夢想的人想進的公司，雖然三間經紀公司的藝人在各方面都表現得很出色、很有實力，但 SM 以歌唱實力較為著名，YG 以 Rap 和作詞作曲較有名，JYP 社長本身就是非常會跳舞的藝人，旗下藝人的舞蹈也都有一定難度。

#### 四、偶像周邊與見面會

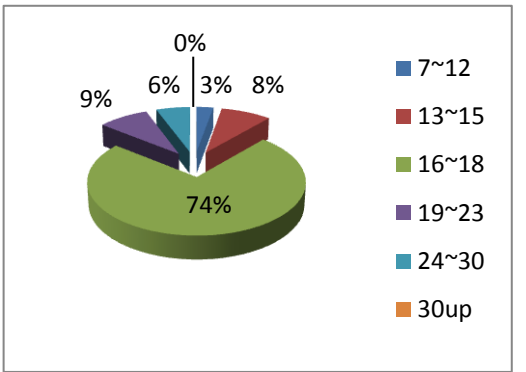
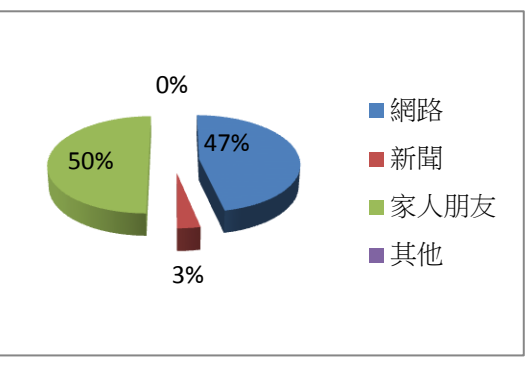
SM 與韓國大賣場 e-mart 合作於 3 月推出偶像包裝的巧克力、泡麵、爆米花、汽水、炸醬麵等(張毓琪、張志康，2016)。

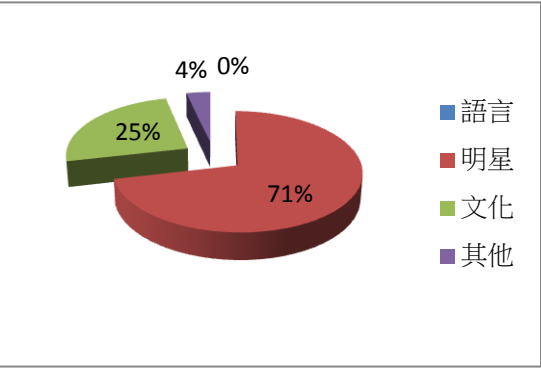
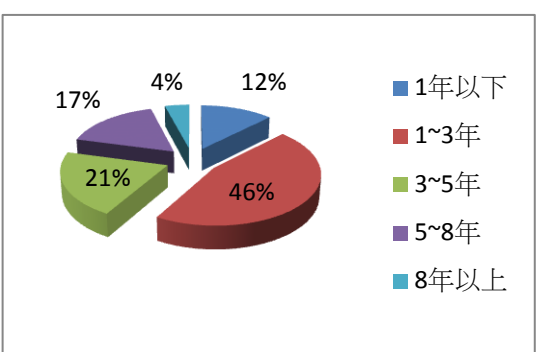
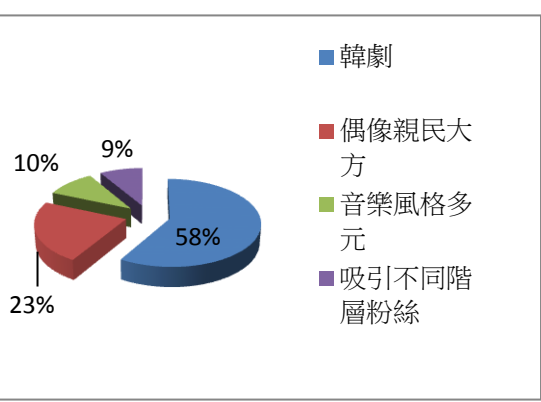
SJ 3 月 13.14 日來台辦見面會交代主辦要低調，不安排採訪、記者會，CNBLUE 用歌聲安慰粉絲還發文為台灣祈福(張毓琪、張志康，2016)。

Gfriend 在 10 月 1 日將登台舉辦 Showcase，2000 張門票才開賣 10 分鐘就搶購一空，全台有將近 1500 台機台同時搶票(蘋果日報，2016)，主辦單位在 8/31 日宣布要加開 2800 區的座位。

#### 五、問卷結果分析

於 9 月在學校及市區發放問卷，共發放 35 份，回收 35 份。

 <p>圖一 年齡</p>	<p>(1)圖一得到的結果可知，年齡 16~18 歲的人占全部的 74%，其次是 19~23 歲的 9%及 13~15 歲 8%，但上班族中也有部分人為哈韓族，由此可知，本問卷較適合年齡為 13~23 歲的學生族群。</p>
 <p>圖二 從哪裡接觸韓流資訊</p>	<p>(2)圖二內容可知，有一半的人接觸韓流是因為家人同儕喜歡而接觸到韓流，則有 47%的人是從網路消息中得知韓流消息而開始關注的，另外有 3% 是為新聞報導所影響。</p>

 <p>圖三 關注韓流音樂的原因</p> <p>此餅圖顯示了粉絲關注韓流音樂的主要原因。數據如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>明星</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>文化</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>語言</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	原因	百分比	明星	71%	文化	25%	語言	4%	其他	0%	<p>(3)從圖三結果得知，71%的粉絲開始關注韓流是因為偶像明星，其次 25% 是韓國的文化，由此可了解，大多數人一開始接觸韓流的原因可能是明星的外表或是歌唱實力、舞蹈實力、甚至是演技、偶像個性，再來才是對韓國文化有興趣。</p>		
原因	百分比												
明星	71%												
文化	25%												
語言	4%												
其他	0%												
 <p>圖四 喜歡韓流多久</p> <p>此餅圖顯示了粉絲開始關注韓流的時間段。數據如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>時間段</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1年以下</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>1~3年</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>3~5年</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>5~8年</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>8年以上</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	時間段	百分比	1年以下	12%	1~3年	46%	3~5年	21%	5~8年	17%	8年以上	4%	<p>(4)圖四了解到有 46%的人都是 3 年內韓流在台灣興起的巔峰時期開始關注的，而有 17%的人是近 5 年內開始關注的，但也有關注韓流 5 年甚至 8 年以上的人，由此可知，絕大多數的人都是在韓流興起的時候開始關注。</p>
時間段	百分比												
1年以下	12%												
1~3年	46%												
3~5年	21%												
5~8年	17%												
8年以上	4%												
 <p>圖五 讓韓國在台灣大紅起來的原因</p> <p>此餅圖顯示了韓國在台灣大紅起來的主要原因。數據如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>韓劇</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>偶像親民大方</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>音樂風格多元</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>吸引不同階層粉絲</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	原因	百分比	韓劇	58%	偶像親民大方	23%	音樂風格多元	10%	吸引不同階層粉絲	9%	<p>(5)圖五的統計資料中發現有 50%以上的人認為韓劇是讓韓流在台灣紅起來的主要原因，其次是因為偶像在下舞台後的表現親民大方沒有形象的演出綜藝節目，展現出與平常在舞台上不一樣的風格。</p>		
原因	百分比												
韓劇	58%												
偶像親民大方	23%												
音樂風格多元	10%												
吸引不同階層粉絲	9%												

## 參●結論

韓國流行音樂能在全世界爆紅且不退潮是透過戲劇、音樂、舞蹈、綜藝節目、政府等大力支持以及經紀公司的宣傳，經由許多管道讓大家認識到他們，也讓大家看到他們更多不同於舞台上的面貌，韓流音樂經過這麼多年依舊不退潮、有許多粉絲支持是因為比起過去，現在的音樂又加入了更多的音樂元素及舞蹈跟以往也有些不同，新團也一波一波出道，讓粉絲在喜歡的偶像沒有新作品時也可以看到新團的作品，韓國政府利用這波韓流請藝人代言向全世界宣傳韓國文化讓喜歡那些藝人的粉絲們更了解韓國的文化。

近年來韓國經紀公司也陸續推出練習生出道的選拔賽節目，除了讓粉絲知道偶像出道前的一些練習生生活外，還可透過節目討論度讓他們在出道前就吸引大批粉絲，韓國藝人的優勢在於大部分都是唱跳歌手有些還會自己編舞寫歌，近年也有不少偶像挑戰戲劇，也因為一部戲成為了演技派歌手。在綜藝節目上的活耀表現也讓某些偶像知名度大開，韓國藝人發表新歌都會上音樂節目做宣傳，這些音樂節目的版權也都會賣給國外電視台，再配上他們朗朗上口的歌詞及旋律，讓他們的音樂能吸引不同地區的粉絲。

#### 肆●引註資料

韓國流行音樂。維基百科，取自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E5%9C%8B%E6%B5%81%E8%A1%8C%E9%9F%B3%E6%A8%82>

韓流。維基百科，取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E6%B5%81>

PRODUCE 101。維基百科，取自 [https://zh.wikipedia.org/wiki/PRODUCE\\_101](https://zh.wikipedia.org/wiki/PRODUCE_101)

SIXTEEN。維基百科，取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/SIXTEEN>

MIX & MATCH。維基百科，取自 [https://zh.wikipedia.org/wiki/MIX\\_%26\\_MATCH](https://zh.wikipedia.org/wiki/MIX_%26_MATCH)

SM 娛樂。取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/SM%E5%A8%9B%E6%A8%82>

YG 娛樂。取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/YG%E5%A8%9B%E6%A8%82>

JYP 娛樂。取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/JYP%E5%A8%9B%E6%A8%82>

林奕雯。少女時代年撈 5.7 億 壓師兄 SJ 登一姐。蘋果娛樂頻道。2012 年 03 月 18 日，取自 <http://www.7headlines.com/article/show/103677345>

張毓琪、張志康。時報週刊。2016.3.11-17，P.50.51。

張毓琪、張志康。CNBLUE 揪感新歌聲為地震災民祈福。時報周刊。2016.02.26~03.03。P.50.51。

GFRIEND10 月炸台 2 千張門票被掃光。蘋果日報。2016.08.28

## (附錄)年輕人對 K-POP 韓國流行音樂喜好調查問卷

親愛的朋友：

您好！

這是一份專題製作用的問卷，想了解您對寒流音樂的一些看法，您提供的寶貴意見，將作為本專題研究的重要資料參考。您的意見非常珍貴，請給予最真實的回答，問卷中所填寫的資料，會完全保密，請放心作答。謝謝您！

敬祝

平安 快樂

花蓮高商

指導老師 歐郁玟

學生 張珮慈 林庭宇 李敏慈

中華民國 105 年 06 月 07 日

### 壹、基本資料

請您依照個人之情況，在符合的選項☐內打勾「V」：

1、您的性別：☐男生 ☐女生

2、您的年齡：☐7~12 歲 ☐13~15 歲 ☐16~18 歲 ☐19~23 歲

☐24~30 歲 ☐30 歲以上

### 貳、問卷內容

請您依照自己對問題的看法，在符合的選項☐內打勾「V」：

一、

1、是否喜歡韓國流行音樂：☐是(請填第二大題) ☐否(請填第三大題)

#### 二、若第一大題選“是”，請填此大題

1、從哪裡接觸韓流資訊：☐網路 ☐新聞 ☐家人、朋友、同學 其他：\_\_\_\_\_

2、關注韓國流行音樂的原因(複選)：☐喜歡韓國的語言☐喜歡韓國的明星

☐喜歡韓國的文化 其他：\_\_\_\_\_

3、喜歡韓流多久了：☐1 年以下 ☐1~3 年 ☐3~5 年 ☐5~8 年 ☐8 年以上

4、最喜歡的團體或歌手：☐EXO ☐Big Bang ☐BTS ☐twice ☐少女時代

其他：\_\_\_\_\_

5、承第 4 題喜歡的原因(複選)：☐歌聲 ☐長相 ☐舞蹈 ☐個性 ☐曲風 ☐MV



☐朗朗上口的旋律

(背面還有題目)

6、是否曾購買韓國流行音樂歌手周邊商品：☐是(請填第 7 題) ☐否(請跳第 8 題)

7、半年平均花多少錢購買韓國流行音樂歌手周邊商品：

☐1000 元以下 ☐1000~3000 元 ☐3000~5000 元 ☐5000 元以上

8、為何不曾購買韓國流行音樂歌手周邊商品：

☐價格太高 ☐不想收藏 ☐家人不允許 其他：\_\_\_\_\_

9、關注韓國流行音樂對生活帶來的改變(複選)：

☐學會一些以前不會的東西(例：製圖.做影片)

☐學會看.聽.讀韓文 ☐生活飲食習慣改變

☐認識更多喜歡他們的人 ☐穿著打扮

10、你覺得是什麼原因讓韓國在台灣大紅起來：

☐韓劇 ☐偶像親民大方 ☐音樂風格多元

☐團體人數多易吸引不同階層粉絲

三、若第一大題選”否”，請填此大題。若填”是”則跳過。

1、為何不喜歡韓國流行音樂：☐語言不合適 ☐單純不喜歡 ☐沒興趣

☐不喜歡韓國的東西 ☐朋友圈無人喜歡

2、偏好哪種流行音樂：☐西洋 ☐台語 ☐華語 ☐日語

3、未來是否願意接觸韓國流行音樂：☐是，原因：\_\_\_\_\_

☐否，原因：\_\_\_\_\_

再次謝謝您的協助，用心填答！謝謝您。