

投稿類別:商業類

篇名：

用 Youtube 闖出自己的人生

作者：

張育瑄。私立曉明女子高級中學。高三甲班。

王語晨。私立曉明女子高級中學。高三乙班。

吳思萱。私立曉明女子高級中學。高三乙班。

指導老師：

陳英偉老師

壹、前言

一、研究動機

在看 Youtube 的影片時突然發現最近有很多 YouTuber 崛起，於是我們想更進一步了解如何成功的用 YouTube 展現自己。YouTube 的使用已在我們日常生活中扮演重要角色，也創造了一種新的職業--YouTuber。因此，我們想藉由本小論文探討如何透過 Youtube 中創造更多價值。

二、研究目的

探討近來竄起的新職業 youtuber 為何能夠如此快速打入市場，擄獲閱聽人的心。透過個案分析，歸納出他們如何運用行銷手法與重複出售時間，包裝自己，呈現給閱聽人。

三、研究方法

本論文採個案研究及文獻分析法。首先在 youtube 中找到幾位不同領域且訂閱率較高的 youtuber 進行個案研究，而後透過觀看相關影片，進行比對分析。再以文獻分析法蒐集相關網路、期刊等資料，再進行更進一步的歸納統整。

四、研究架構



圖一：研究架構
(圖一資料來源：研究者繪製)

貳、正文

一、Youtube 概論

(一)何謂 youtube

Youtube 是源自美國的影片分享網站，成立於 2005 年，創辦的原意是為了分享朋友之間的影片，後來漸漸成為使用者的回憶庫和作品發布場所。讓使用者上載、觀看及分享評論影片。網站的口號為「Broadcast Yourself」表現你自己，為每個人提供發聲和觀察世界的窗口。

(二)什麼是 youtuber

創作人運用相機或手機，將自己的想法或意念拍成影片放在 youtube 平台中自己的頻道上供他人觀看。影片的內容通常較貼近生活，因此觀眾會感覺到與創作人很接近很有親切感。

二、youtuber 的行銷手法

(一)製造點閱率

1、為影片增加適合的標題

標題可同時吸引觀眾的興趣和不洩漏太多內容的方式，可以在「標籤」欄中加入標題和內容中所用到的關鍵詞，使用的相關標籤越多，視頻就越有可能被人們搜索到。

2、聰明的分享自己的影片

在發布影片時，儘可能分享給最多人。讓作品成為 YouTube 的熱點。

(二)編輯影片

1、編輯影片消除空白和有干擾片段。如果影片的節奏越快，會越想繼續看完。

2、在影片裡加上個人資訊

在影片末加上自己的網站、臉書、instagram 帳戶等等，以推廣自己。

3、在影片最後加上一些額外的鏡頭

觀眾喜歡在結尾看到額外的鏡頭，還可以增加你的觀看時間。

(三)增加影片被觀看的可能性

1、善用影片 Search Engine Optimization(SEO,搜尋最佳化)

YouTube 是網路上第二大的搜尋工具，運用「演算法」在列出搜尋結果時，會利用影片標題名稱標籤、觀眾停留時間、影片描述中的關鍵字標記(Tag)影片長度觀看後訂閱的人數評論喜歡(Like)與不喜歡(Dislike)的人數計算，最後再將結果依每位閱聽人

的喜好放在首頁中「你可能會喜歡的影片」增加影片曝光度。Youtuber 會根據以下幾讓自己的影片更容易在搜尋結果中排在前面:

- (1)優化影片的關鍵字。
- (2)設法讓多一點的線上社群觀看影片。
- (3)鼓勵訂閱與連結。
- (4)建立一個充滿各種關鍵字的播放清單。播放清單中如果有豐富的關鍵字，就能讓 YouTube 更容易更「瞭解」頻道，並在搜尋排名中推薦。

2、稍後觀看區

youtuber 可以設定將與自己相同性質的影片放在網站右側稍後觀看區。如（圖二）Serene 的影片中他將相關影片放在即將播放區，以增加影片被觀看的可能性。



圖二、稍後觀看區

(圖二資料來源: 穿搭 X 唇膏 (2017)。2017 年 10 月 23 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=HAT29yWt8Jcm>。)

3、創建播放列表

影片播放列表可以連續播放視頻。不僅可以更完整地表現你的品牌形象、你對產業的看法，也可以讓觀眾更容易訂閱頻道。如(圖三)黃小米創建播放清單將影片歸類，讓觀眾可以一目了然，增加頻道被訂閱的可能。



圖三、創建播放列表

(圖三資料來源:黃小米 Mii (2017)。2017 年 10 月 24 日，取自 <https://www.youtube.com/channel/UCjZCm3uuhkCvTYE9txucVcw/playlists>)

三、youtuber 收入來源

對於全職的 youtuber 來說，最主要的收入來源即是廣告收入。只要有龐大的瀏覽量和觀眾源，這就可以為他們帶來大量的廣告收入。但對於一些剛加入 youtuber 行列的人來說前期就會較為吃虧，花費大量時間拍好的影片卻得不到預期的成果。總括而言，youtuber 打的是場持久戰，只要可以撐的下去隨時會有爆紅的機會。

然而，影片營利有其必要條件。根據 YouTube 規範，創作者的頻道必須獲准加入 YouTube 合作夥伴計畫，且需符合下列基本規定才能啟用營利功能：「一、內容須適合播放廣告。二、須為原創者或有權將內容用於商業用途。三、能提供相關文件，證明自己具備所有影音內容的商業使用權。四、內容須符合 YouTube 的合作夥伴計畫政策、服務條款和社群規範。」

在啟動影片營利功能後，影片廣告大致分成三大類型，而每種廣告的計價都不一樣，除了影片瀏覽量，youtuber 的知名度也會納入計費標準：

- 1、可略過的影片廣告：可讓觀眾在 5 秒後選擇略過的影片廣告，會顯示在主要影片開始播放前後或播放期間。如果想要從廣告商那方取得廣告播出費用，則須按照觀眾的瀏覽量計算。每一個瀏覽人次需要看超過 30 秒，或超過廣告長度的一半才算一次瀏覽。



圖四：可略過的影片廣告

(圖四資料來源：中國新聞。YouTube 的可跳過廣告，優酷、愛奇藝們為啥學不來？。2017 年 10 月 24 日，取自 <https://www.xcnnews.com/kj/1897399.html>)

- 2、多媒體廣告：顯示位置為精選影片右側和推薦影片清單上方(如圖五)。使用較大的播放器時，這類廣告可能會顯示在播放器下方。只有當觀眾點擊廣告並開始觀看影片時，廣告商才會撥出費用。這種格式可觸及正在探索內容的使用者，也就是正在搜尋或瀏覽影片的觀眾。



圖五：多媒體廣告

(圖五資料來源：Youtube (2017)。2017 年 10 月 24 日，取自 <https://www.youtube.com/?gl=TW&hl=zh-tw>)

- 3、不可略過的影片廣告：不可略過的影片廣告分為兩種，一種廣告長度最高可達三十秒，而另一種緩衝廣告的廣告長度最長僅有六秒。這類廣告可以顯示在主要影片開始播放前或播放期間，以每 1000 次的瀏覽人數計價。



圖六：不可略過的影片廣告

(圖六資料來源：許秉柔 (2017)。真的嗎？Youtube 明年將停播 30 秒強制廣告。2017 年 10 月 24 日，取自 <http://hottopic.chinatimes.com/20170219002865-260805>)

除了申請 YouTube 合作夥伴計畫，youtuber 也可以申請 Google AdSense，通過 Google 的廣告分潤來賺錢。Youtuber 可以自行選擇適合自己的網站廣告並指定廣告顯示位置，接下來廣告商將會參加即時競價，對此廣告空間出價，由出價最高的廣告贏得曝光資格。

最後，廣告商也可能根據自己商品的客群尋找適合的 youtuber 然後直接與他們談合作，就不需要透過影片的廣告去吸引觀眾點進去看再來購買他們的產品，觀眾將在觀看有興趣的 youtuber 影片時透過這些 youtuber 的介紹直接獲得廣告商的商品資訊，達到廣告商目的。這類的影片也就是所謂的業配影片。

除了廣告收入之外，有一些 youtuber 也會創辦自己的牌子，像是英國著名的 Youtuber—Zoella，從 youtuber 起行，在累積知名度之後便創了自己的美妝品牌，雖然不是電視裡常出現的時尚界矚目對象，但她的專業也在時尚界佔有一席之地。Youtuber 的收入來源還有出書、出唱片等，不過最主要的仍是廣告的收入。

四、如何將閱聽人轉換成消費者

一般人在使用 youtube 的時候都偏向只有「觀看」，而非「關注」youtuber 的影片，也就是只處於「閱聽人」的階段；所以對於一個 youtuber 來說，如何讓頻道被訂閱，讓更多人關注每個發布的影片是非常重要的。通常會利用以下方式增加頻道的知名度：

(一)選擇清晰的縮圖

除了上文所提及的影片標題之外，縮圖也是重要的一環。如果能有一個清晰且能抓住影片內容重點的縮圖，使頻道內容能讓觀眾看得懂，推廣起來就會較為容易。

(二)優化頻道

讓 YouTube 頻道的元素呼應品牌形象，有助於觀眾一眼就從影片的行銷活動中認出品牌、讓人更容易訂閱頻道

(三)在社群中保持活躍

Youtuber 通常會在自己的相關領域中，搜尋那些與自己性質類似又活躍的 youtuber，

與其互動。遇到真的不錯的影片，會留下評論、按讚，或是轉貼到自己的社群裡。從幫他人推銷影片的同時，讓自己的曝光率增加。

(四)競賽活動

透過舉辦競賽活動，提供獎品，可以有效鼓勵用戶分享、傳播影片，並鼓勵使用者在上面加上自己創作的東西然後發佈出去。舉辦贈獎活動是讓訂閱戶推薦你 YouTube 頻道的有效方法，也可以吸引大批非訂閱戶關注。

(五)異業合作

與 YouTube 上其它頻道合作，討論出影片內容並在雙方的頻道上分享，可以由對方平台推廣自己，讓他的觀眾也認識你，以拓展自己的社群，可謂一舉數得。

(六)與觀眾互動

通常 youtuber 們會盡可能回覆每位用戶提出的問題，若問題過於多元，他們也會透過拍 Q&A 的影片為觀眾詳細解答，也讓他們更了解自己，更可以增加社群用戶的參與感。

(七)在不同的平台上推銷你的 YouTube 頻道

在其他的網路社群及 Email 簽名檔上放入 YouTube 頻道的連結，在網站上加入 YouTube 的程序連結「應用程式介面(Application Programming Interface, API)」(Joanne,2006)或在其他網站上相關議題中貼上影片。

五、youtuber 案例分析

(一)成功案例

網路紅人這群人，由成員木星、茵聲、展榮、石頭、董仔、展瑞、尼克組成。被評選為「10 大超人氣 YouTuber」第 1 名，截至 2017 年 10 月 16 日，這群人的頻道共有 2,143,000 位訂閱者。他們從一群不被大家肯定甚至唱衰的人，堅持自己的夢想，才享有今天的名號。在影片中靠著專業表演與妙語如珠的對白，呈現出許多現代人內心深處的聲音，因此吸引了大量觀眾。他們能將生活上一件再普通不過的小事拍成影片，或許也因為都是真實經歷，能深得關銑的新。此外，許多人愛聽西洋流行歌，會哼會唱，但卻不太了解歌詞的意思，這群人把這些知名歌曲的英文歌詞，直白地翻譯成中文改唱，讓人一聽就懂。

(二)引起紛爭案例

在這些 youtuber 中，也有一些因為版權問題、說話方式過於激進主觀、發布過多無意義的影片，而引起大眾的撻伐。其中又以影片中連結、背景音樂，或題材的版權問題最讓 youtuber 們頭痛。例如近來知名 YouTuber「谷阿莫」因「X 分鐘看完 X 電影」系列影片疑違反《著作權法》被廠商提告。由於剪接一支《11 分鐘看完 960 分鐘的韓劇 W 兩個世界》的影片，遭獨家買下《W 兩個世界》影片版權的 KKTV 提告，另外電影公司又水整合也表示谷阿莫擅自使用他們所發行的《哆啦 A 夢》、《腦漿炸裂少女》、《近距離戀愛》等多部影片，並且將電影批評的十分難看，嚴重影響票房因此憤而提告。由上述議題我們

能發現 youtuber 在發表自己言論的同時，還必須注意是否侵害他人權利，以避免衝突。

(三)是否人人都可以勝任 YouTuber?

這是一個資訊發達人人都可以當 YouTuber 的時代，但在這之前我們也必須考慮到以下幾點：

- 1、網友負面的攻擊，因為不管你做得再好還是有人不喜歡。
- 2、每天都要一直為影片想新題材。
- 3、一個簡短影片的背後需要花好幾個小時剪接。
- 4、收入不穩定。
- 5、要有獨樹一幟的經營策略和幽默的腳本和個人魅力才能累積忠實觀眾。

因此這個答案因人而異。

參、結論

不同於我們平常看到傳統生產線分工合作的過程，youtuber 從生產到產出都是由一個人或是一個小團隊完成，他們所生產的商品也非亙古不變，而是需要隨著社會的潮流與變遷和閱聽人的喜愛而所變化。這項工作的汰換率相較於其他的產業更高出許多，有時候並非產出的影片不佳或不符大眾的喜好，而是在眾多 youtuber 中，有人更加出色或吸引人。再者，他們可能必須面對的是不被他人肯定所以抗壓力也極為重要。因此，這個行業雖然容易進入，但隨之而來必須面對付出的努力可能無法和得到的成果成正比的事實。

這也讓我們想到 Youtuber 與「重複出售時間」的關聯。重複出售時間就是在有限內創造更多收入來源，例如觀眾花時間觀看 youtuber 影片的同時，youtuber 也正利用點閱率賺錢。這在近期也成為一種趨勢，作家、表演工作者和網紅直播都是運用很多人關注的傳播工具來幫助他們發揮影響力和重複出售時間。只要能在單位時間內出售越多次重複時間，就能獲取更多額外的多元化收入進而累積財富。因此歸納出他們如何運用行銷手法與重複出售時間，包裝自己，呈現給閱聽人，所以我們對 youtuber 的前景相當看好。

肆、引註資料

韓國 YouTube 研究會（2015）。**教你用 YouTube 賺大錢：下一個網路紅人，就是你**。臺北市：四塊玉文創。

溫玲玉、呂佩樺（2014）。**商業概論 I**。新北市：龍騰文化事業股份有限公司。

樂羽嘉（2016）。**靠 YouTube 賺 1.5 億 他們怎麼做到的？**。2017 年 8 月 18 日，取自 <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5079758>

克里斯·安德森（2009）。**免費！：揭開零定價的獲利祕密**。臺北市：天下文化。

Youtube。2017年8月17日，取自 <https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=zh-Hant>

YouTube 說明。2017年8月17日，取自 https://support.google.com/youtube/answer/97527?hl=zh-Hant&ref_topic=1115890

INSIDE（2016）。11個增加 YouTube 頻道曝光的小秘技。取自 <https://www.inside.com.tw/2016/05/23/11-ways-to-promote-youtube-channel>