

投稿類別:商業類

篇名:

蒸蒸日上的網路插畫家產業

作者：

王郁庭。國立臺南高級商業職業學校。商業經營科三年乙班
李芊儀。國立臺南高級商業職業學校。商業經營科三年乙班
姜雯晴。國立臺南高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

指導老師：

王雪薰老師

壹、前言

一、研究動機

近年來，網路及社群媒體成為人們生活中不可或缺的東西，插畫家的經營也從現實生活轉至社群網路，因此網路插畫家與日俱增，他們以簡單、貼近生活的作品，吸引年輕族群的關注，使他們在繁忙的生活步調中找到一絲小確幸，而這些插畫則成為新興的網路商機，透過此次研究來了解插畫家豐富多采的原因以及研究網路插畫家的商機和未來趨勢。

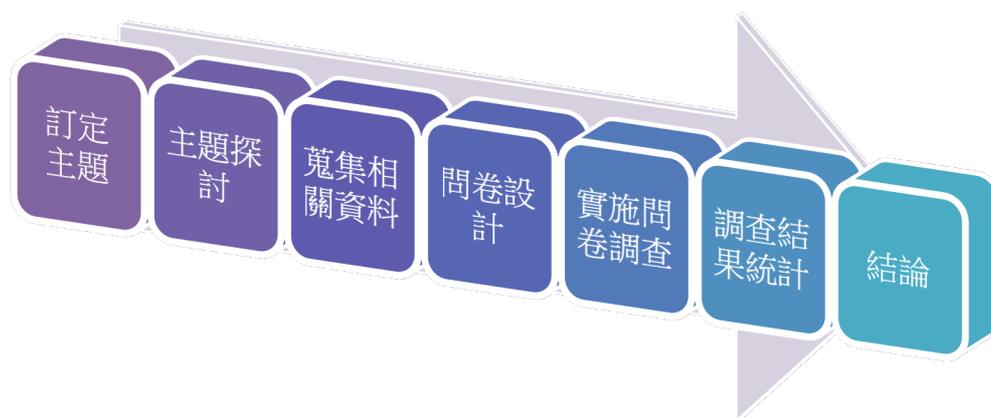
二、研究目的

- (一) 研究網路插畫家興盛的原因
- (二) 分析網路插畫家的 SWOT
- (三) 比較網路插畫家早期與新興之差異
- (四) 探討網路插畫家的商機
- (五) 研究網路插畫家的未來趨勢

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：參閱網際網路資訊及報章雜誌資料
- (二) 問卷調查法：問卷調查及分析

四、研究步驟



圖一 研究步驟圖

資料來源 本研究小組製作

貳、正文

一、網路插畫家興盛的原因

插畫家設計出最能代表自己的一個人物，再藉由創意的發想，畫出貼近現實生活的圖畫，這些插畫帶給我們生活的樂趣、並釋放我們的壓力，讓平凡的生活增添不少色彩，大眾的接受度也越來越高，插畫家們必須因應人們對於社群媒體使用的改變，也因為知名度，吸引更多人關注，並且透過這些關注，為自己增添許多商機。

二、網路插畫家的 SWOT 分析

一份職業，無論他的經營成功與否，都要了解它的核心價值及理念，才會有堅持下去的理由。商場如戰場，知己知彼才能百戰百勝，透過 SWOT 幫助自己清楚分析內在的利益，結合外在的資源，能夠站穩在市場上，也能主動出擊創造機會。

表一 SWOT 分析

Strengths 優勢	Weaknesses 劣勢
1.可根據時事、生活作畫 2.工作時間地點不受限 3.與粉絲互動關係親近	1.要一直盯著螢幕，容易有職業傷害 2.收入不穩定
Opportunities 機會	Threats 威脅
1.企業可藉由插畫家之力宣傳產品，達到互益功效 2.網路科技的發達使插畫家有更多管道呈現作品給民眾 3.作品能夠藉由社群平台迅速擴散	1.風格、定位若不明確或與其他插畫家趨於相似，容易被市場淘汰 2.在偌大的市場中，不易脫穎而出

資料來源 本研究小組整理

三、比較網路插畫家早期與新興之差異

在社群平台尚不普及的時代，早期的網路插畫家多於部落格平台發展，隨著科技的演變，重心逐漸轉移至 Facebook、Instagram 等社交平台，不僅拉近插畫家與粉絲之間的距離，所展現出來的作品也有所不同，以下為早期插畫家及新興插畫家之比較

表二 早期插畫家與新興之差異

比較內容	早期網路插畫家	新興網路插畫家
作品結構	故事結構較完整	簡明扼要的內容
色彩	構圖、顏色豐富	以簡單線條、色彩勾勒，但不失豐富性
風格	溫暖、溫馨的風格	跟隨時事、辛辣諷刺風格
曝光率	低，僅有定期追蹤的粉絲會隨時關注，屬於被動接觸	高，能夠藉由網友分享或按讚，迅速傳播至不同的顧客族群，為主動

		接觸
推出產品	僅在網路分享圖文或生產漫畫書，較少推出其他產品	傾向與廠商共同推出聯名產品，如馬克杯、帆布袋等
宣傳方式	較少宣傳	辦理展覽或市集

資料來源 本研究小組整理

四、網路插畫家的商機

隨著創意產業崛起，許多人也紛紛加入此產業，插畫家為了生存，亦推出自創商品來因應競爭的環境，也藉此增加知名度，以下是網路插畫家的商機。

(一) 貼圖

現代人對通訊軟體的依賴度高，也因為人類的繁忙及惰性，人們從文字對話轉至貼圖對話，而貼圖就成為人與人溝通的另一種方式，因此簡單的貼圖無法再滿足大眾的需求，插畫家為了因應此轉變，需不斷的力求創新，以贏得用戶的共鳴。

Line 建立“設計市集平台”，讓更多插畫家能夠在除了 Facebook、Instagram 分享作品以外，也能透過貼圖市場創立自己的品牌形象，而這些插畫家首先要學習如何透過貼圖使用戶產生共鳴，當民眾看到某個角色便可得知是哪位作者，進而深入民眾的生活。

實例：插畫家彎彎筆下的「光頭人」表現出許多上班族的心聲，像是坐在電腦螢幕面前熬夜加班的模樣、各種情緒...都與人民生活非常貼切，成為了另類表達心情的媒介。

(二) 發展異業結盟

將插畫家的技術與企業的資源做結合達到互補的作用，使更多消費者因為對插畫家的喜愛或是產品的實用性，而去購買此項產品，例如推出頸枕、與超商合作推出集點活動等等。

實例：今年政府的限塑政策，店家不再提供塑膠袋。為了因應此威脅，連鎖飲品業者「珍煮丹」看準商機與台灣插畫家馬來貘合作聯名杯套，兼具環保及額外商機。

(三) 舉辦市集展覽

近年來常有許多文創市集及展覽，吸引了許多民眾去一探究竟，而插畫家在網路上的知名度增加，也可以參加市集展覽，在現實生活中與粉絲互動，進而增加粉絲的愛好度。

實例：位於台北黃金地段的四四南村簡單生活市集，分為生活市集和二手市集，也常常舉辦不同主題的市集。每到假日總有許多人到這裡挖寶，市集裡應有盡有、五花八門，各式各樣的二手、手作及文創商品甚至現做美食都能在這找到。

(四) 體驗課程

透過體驗課程，讓對插畫有興趣的粉絲在短短一天之中能夠學習到一些相關的知識，也能夠給予他們一些方向，並讓他們思考如何透過插畫去創造商業利益。

實例：每年 10 月是 The Big Draw，堪稱為全世界最大的繪畫藝術節，在全球的蘋果直營門市推出免費體驗課程，蘋果邀請到幾位插畫家來授課，讓報名參加的民眾可利用 iPad Pro、Apple Pencil 等繪圖軟體體驗操作。

五、網路插畫家的未來趨勢

現代人生活步調緊湊，適時的察覺演變趨勢，讓粉絲感受到創作者的誠意，引起粉絲的共鳴，是網路插畫家最需學習的功課。

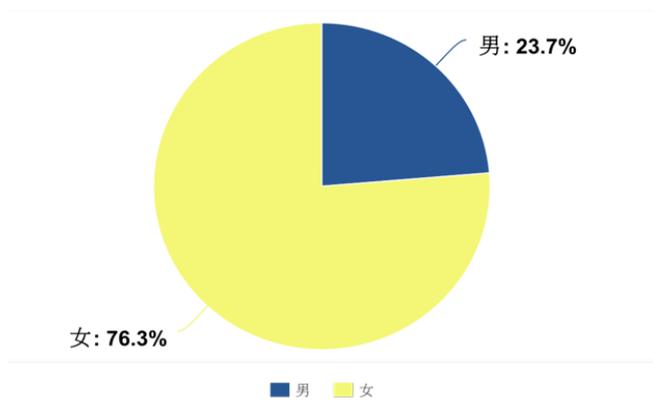
- (一) 跟進時代的腳步，結合 AI 技術、嶄新的數位科技等創造出前所未有的創意產品。
- (二) 網路插畫家與政府合作推廣文創性產品，政府可同時藉此宣導一些政策、塑造地方形象，也能讓插畫家獲得更多與粉絲互動的機會及提高曝光率，創造一個新的舞台。
- (三) 未來網路插畫家能夠持續擴大，不只單純在網路上分享圖文，亦能朝向動畫、建築，甚至發展成編劇，都有極大的利益相關性。

六、問卷資料分析

本次問卷調查總共發放問卷 100 份，實際收回 100 份，其中有效問卷為 99 份，無效問卷為 1 份，有效問卷回收率為 99%。

(一) 基本資料

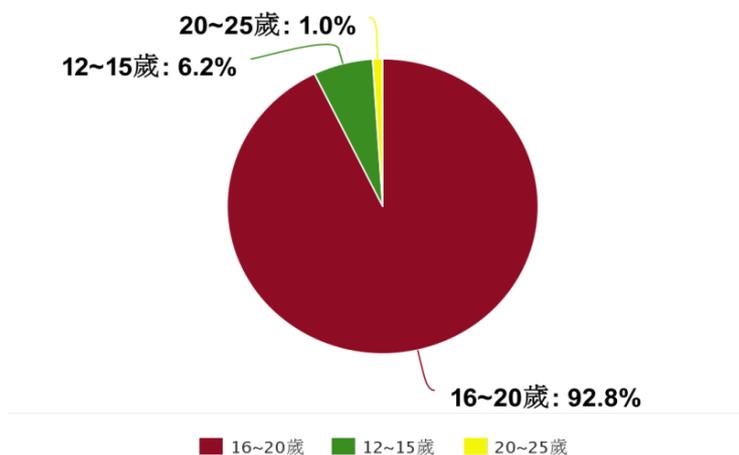
1. 性別



圖二 性別

參與本次問卷調查性別比為男 23.7%，女 78.3%。

2. 年齡



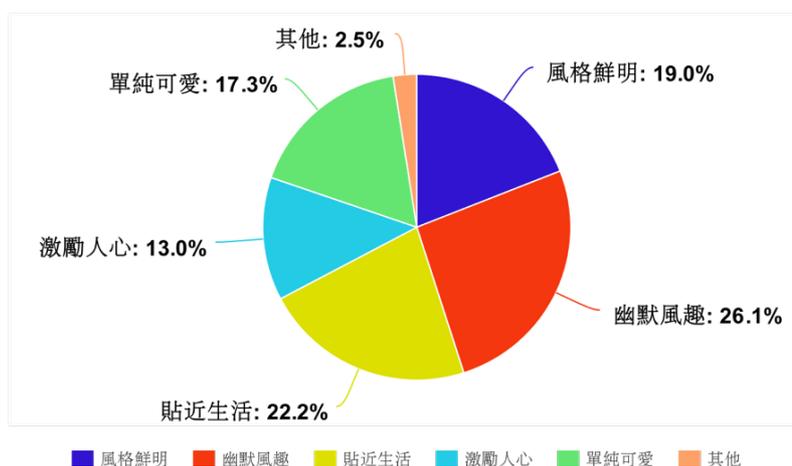
圖三 年齡

本次調查對象多為 16~20 歲之年輕族群，佔了 92.8%，12~15 歲則佔 6.2%，20~25 歲只佔 1%。

(二) 插畫家調查分析

1. 大眾喜歡某位插畫家的原因

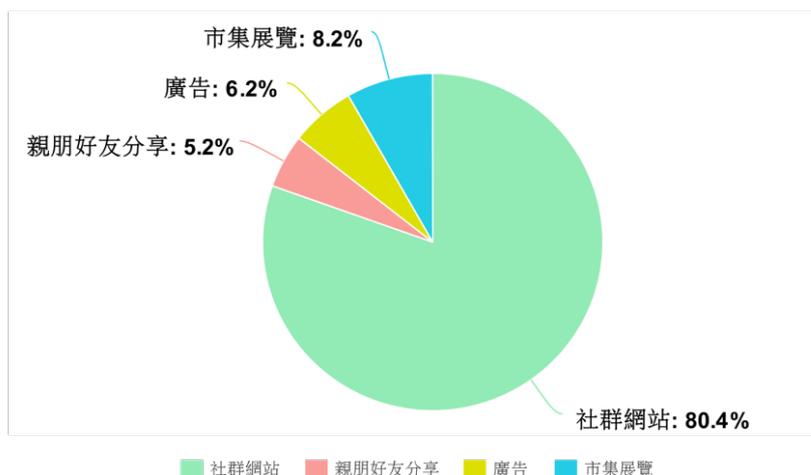
蒸蒸日上的網路插畫家



圖四 大眾喜歡某位插畫家的原因

透過問卷調查發現，大多數人喜歡某位插畫家的原因多為幽默風趣及貼近生活，兩者分別佔 26.1%、22.2%，而其他原因：風格鮮明 19%、單純可愛 17.3%、激勵人心 13%、其他則佔 2.5%。大部分人因為插畫家的幽默風趣及畫風貼近生活而喜歡插畫家，顯示這些插畫可幫助我們釋放壓力，並減輕生活的急迫感。

2. 從何種管道認識插畫家

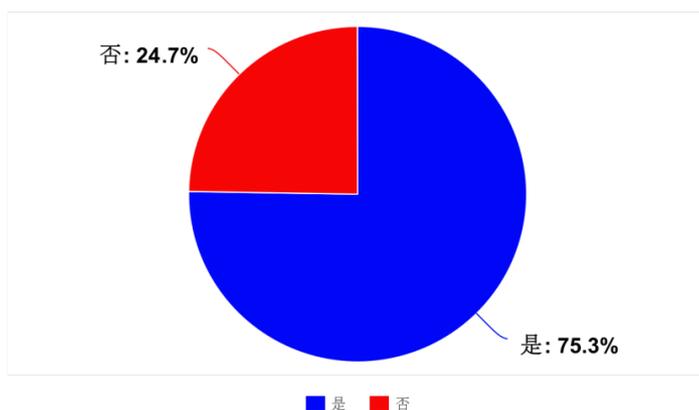


圖五 從何種管道認識插畫家

根據圖五可得知，大眾多從社群網站來得到插畫家的資訊，佔了 80.4%。因近來社群網站崛起，人們拿起手機最常打開社群媒體來取得各種資訊，插畫家在社群網站發布自己的作品，就能吸引人們追蹤關注。

3. 是否會因為喜歡某位插畫家而購買他的商品

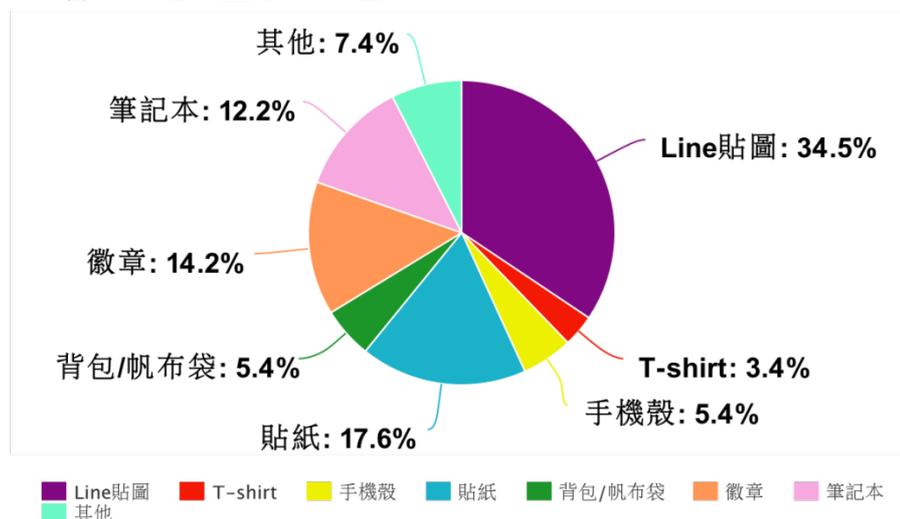
蒸蒸日上的網路插畫家



圖六 是否會因為喜歡某位插畫家而購買他的商品

從上圖六可得知，大部分民眾會因喜歡某位插畫家而購買他的周邊商品，占比 75.3%，因此插畫家若有良好的形象口碑，便能帶動產品的發展。

4. 曾經買過插畫家的何種商品

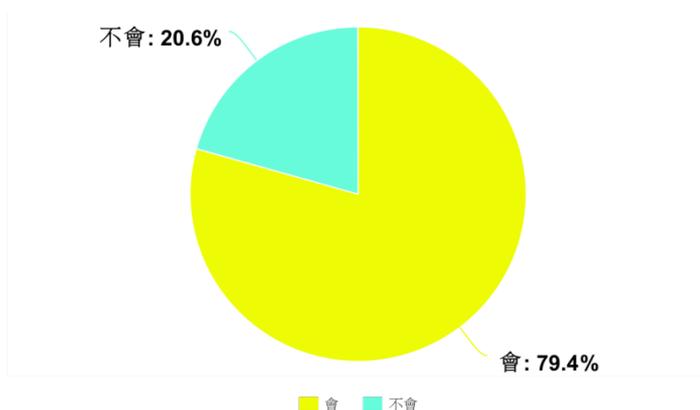


圖七 曾經購買插畫家的何種商品

由上圖七可知，購買數最多的為 Line 貼圖占比 34.5%，因此 Line 貼圖可能是插畫家產業最大的商機，而其他商品，像是貼紙、徽章等等應用可發展在異業結盟上。

5. 若喜歡的插畫家辦市集展覽是否會參加

蒸蒸日上的網路插畫家



圖八 若喜歡的插畫家辦事及展覽是否會參加

從上圖中可發現如果喜歡的插畫家有參與市集展覽，絕大多數的人會去參加，顯示舉辦市集展覽將會對插畫家的經營商機有所幫助。

參、結論

一、結論

- (一) 由上述問卷分析可得知，LINE 貼圖不僅能夠讓插畫家多創新發表的平台，也能夠帶給他們更大的利益，不在是僅侷限於社群平台。而市集、展覽也是他們能夠去穩固發展的一個目標。
- (二) 插畫家也可以從虛擬的網路走到現實生活的台前，利用體驗課程、與粉絲互動等不同的接觸，便能提升作者在粉絲心中的好感度，進而去購買更多相關產品。

二、建議

- (一) 最近幾年來，網路插畫家與日俱增，競爭也相當激烈，若能善加利用網路及企業的資源，達到網路行銷的目的，透過品牌資訊的傳達，直接吸引消費者，便可以得到更多商機。
- (二) 若能搭乘現代科技的趨勢，發展有別於傳統的設計，並與各地方政府、大企業合作，推出新創產品，抓緊每一個機會，隨時注意市場的變化及發掘商機，便能創造最大的利益。

肆、引註資料

林淑芬 (2018)。專題製作最佳秘笈。新北市：台科大圖書。

FLiPER (2018)。2018 年 03 月 07 日。取自 <https://flipermag.com/2018/03/07/2018digital-arts/>

Digital Arts (2018)。2018年02月01日。取自 <https://reurl.cc/qDrXDn>

邱琨皓 (2019)。2019年02月28日。取自
<https://castnet.nctu.edu.tw/meichu2019/article/10196?issueID=718>

Shandy Tsai (2018)。2018年04月17日。取自 <https://reurl.cc/24z3gr>

焦家卉 (2018)。2018年08月23日。取自 <https://www.storm.mg/lifestyle/1625410>

凱絡媒體 (2014)。2014年08月20日。取自 <https://reurl.cc/ILQZjq>

Dustin (2019)。2019年10月19日。取自 <https://zeekmagazine.com/archives/107598>