

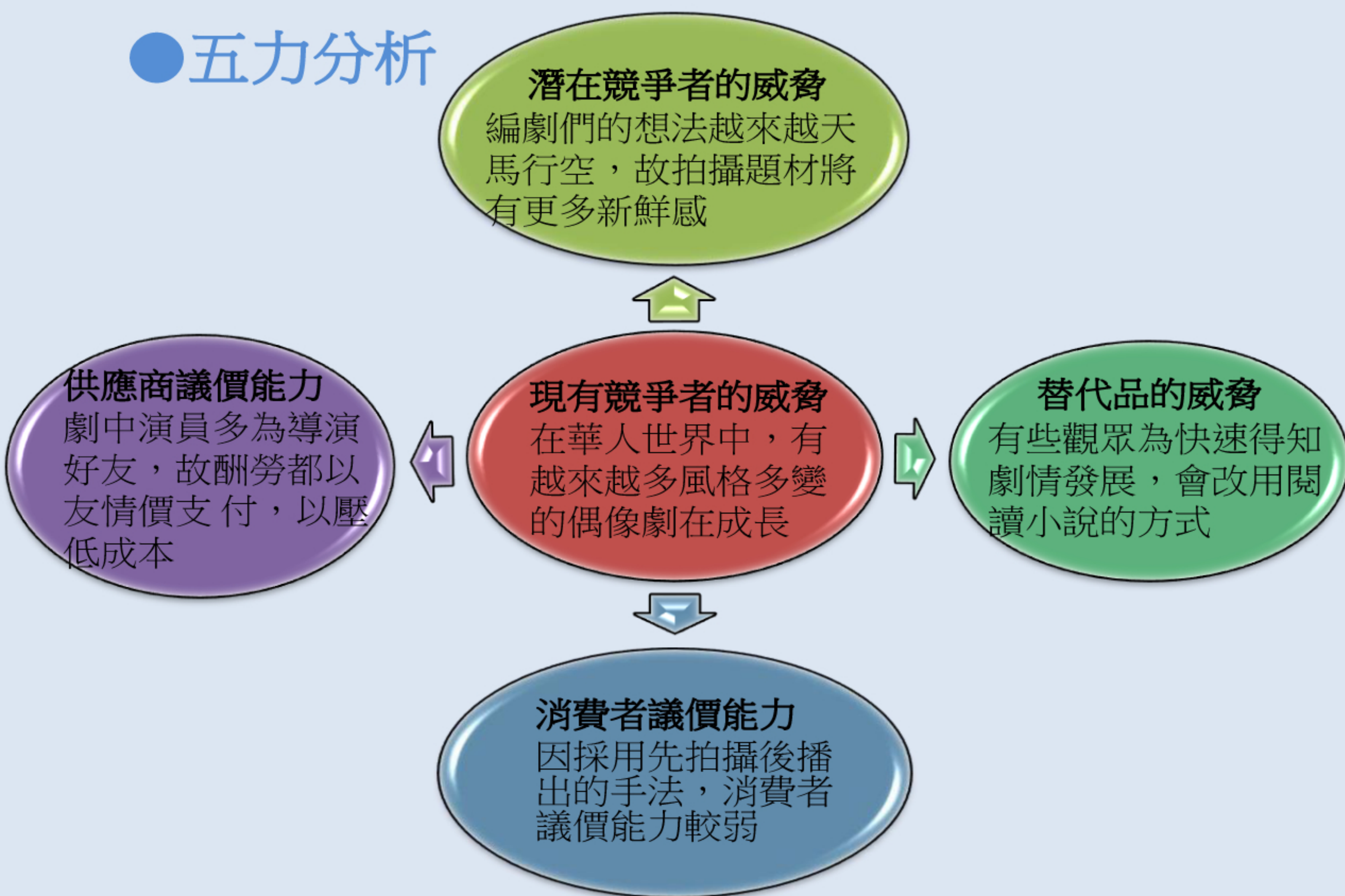
# 延禧出手 商機在手—延禧攻略引起的商機

指導老師：徐桂鈴老師  
 參賽學生：陳榆婕、鍾楚瑄

## ● 摘要

《延禧攻略》人氣高漲，高收視率引來許多商家合作，如播放平台、置入行銷等。遂本組研究目的為探討《延禧攻略》是否對商家們帶來更多益處。

## ● 五力分析



## ● 商機

《延禧攻略》於2018年7月首播，依據愛奇藝9月份第三季財務報表顯示，會員服務收入為29億人民幣，成長了78%，訂閱數也明顯增加。為愛奇藝進帳不少收入。

《延禧攻略》的熱播，也吸引了商家的置入行銷，《延禧攻略》上線兩天後，廣告名額銷售一空，其中美柚APP結合了小劇場，吸引觀眾眼球。

## ● SWOT交叉分析

		S 優勢(Strengths)	W 劣勢(Weaknesses)
		內部環境	1. 與其他宮廷劇相比，劇中的莫蘭迪色顯得更為淡雅。 2. 莫蘭迪色更易融合於美妝用品及服飾設計。
外部環境	O 機會(Opportunities) 1. 其他知名品牌較會採用莫蘭迪色作為下季的新品上市。 2. 人們對莫蘭迪色調的認知性更高。	S/O 增長型策略 淡雅高貴的色調，結合知名品牌的生產，拓展市場規模，使更多人得知。	W/O 扭轉型策略 因成本巨大，可找知名彩妝品牌協助投資以降低花費。
	T 威脅(Threats) 1. 新播出的宮廷劇會以更引人注目的色調來吸引觀眾的眼光。 2. 未來會有更多變的戲劇出現，此劇的風格或許將被取代。	S/T 多元化策略 利用色調易融合於設計的優勢，積極生產多種彩妝及服飾。	W/T 防禦型策略 需減少劇組的成本支出，及考量其他可利用的資源。

## ● 結論

本組因調查需要進而發放問卷，問卷結果顯示，民眾在廣告方面較喜愛小視窗的呈現方式，戲劇播放方式則是愛奇藝的喜愛度高，而對劇中莫蘭迪色彩結合商品的購買意願也偏高。

## ● 建議

根據本組資料蒐集及討論後，本組建議愛奇藝播放平台可推出學生優惠方案，吸引學生族群購買。而廣告播放手法，可在戲劇結束後再加以銜接，較能吸引觀眾注意，也較不會掃了觀眾的興致。

