

探討購買ACG之周邊商品的消費者行為 -以ACG御宅族為例

專題研究學生：991050105林明璋 991050131徐開建 991050145溫士緯 991050147童馨慧

指導教授：葉雲嬰

ACG指的是動畫Animation、漫畫Comic、遊戲Game三種領域英文簡寫的合稱，在現今逐漸受到矚目，算是遍佈世界的次時代文化，每一年都會有舉辦許多的大小型活動。

相關周邊堆成出新，抱枕、口罩、文具獲得龐大商機，雖然ACG之周邊商品五花八門，有些的銷售量是不理想的，究竟這個充滿商機的市場，要如何設計產品，才可以吸引消費族群，值得探討。

本次研究所探討的重心在於將市面上常見的動漫周邊產品分為幾項大類，並讓消費者評估，由此期望得知以下幾點：

1. 探討現今ACG周邊實體類產品對消費者購買意願程度
2. 探討現今ACG周邊非實體類產品對消費者購買意願程度
3. 探討現今ACG周邊附加印刷產品對消費者購買意願程度
4. 徹底了解消費族群最佳購買意願的產品，並分析原因
5. 從現有產品特性，分析可能影響消費者購買因素

ACG周邊類別	類別產品	相對權重	排序
實體類產品 (0.468038)	PVC模型(0.15811)	0.074002	3
	絨毛填充物(0.14798)	0.069261	5
	食用商品(0.08051)	0.037683	13
	使用物品(0.14652)	0.068578	6
	實用文具(0.09401)	0.043999	11
	實體單行本(0.22047)	0.103189	2
	穿戴飾品(0.15239)	0.071326	4
非實體產品 (0.241559)	電子書(0.15098)	0.036471	14
	CD(0.17432)	0.042108	12
	DVD(0.21276)	0.051394	10
	遊戲(0.46194)	0.111586	1
印刷產品 (0.290404)	痛車(0.11123)	0.032301	17
	印刷潮T (0.17841)	0.051811	9
	紋身(0.06507)	0.018898	18
	印刷貼(0.12556)	0.036463	15
	明信片(0.11725)	0.03405	16
	鑑賞掛軸(0.22162)	0.064359	7
	客製化貼印(0.18086)	0.052521	8

從排序當中，不難發現，模型以及實體的穿戴物品，都有不錯購買偏好程度，客製化印刷的掛軸商品也有不錯的排名，經過討論，主因是ACG御宅族很注重，喜愛的ACG重現程度，也就是如何將喜歡的腳色或故事以實體物品完美呈現，是決定大多購買偏好的關鍵。

以產品來說PVC 有著極大的相對權重，但大多相對權重偏低的非實體類產品，其中的遊戲得到第一排序，因為遊戲跟PVC模型或其他實體類產品一樣，能滿足消費者的喜好呈現，至於如何讓消費族群喜歡的腳色或故事，這依靠的就是前測所統計出的兩大喜歡要素，畫風以及劇情。