

看「鯊」愛「鯊」,瘋「鯊」買「鯊」— 探討 Gawr Gura 消費者行為及忠誠度

壹、前言

「VTuber 靠著閒聊賺1億日圓，佔據世界斗內金額前3名」（日本經濟新聞，2020），「VTuber 更是稱霸YouTube課金榜首」（賴浩然，2020）。而在 VTuber 市場潮流中，Gawr Gura(鯊鯊)僅因一句「A~」形成網路迷因爆紅,出道 40 天突破百萬訂閱數,更創下全球訂閱量最高的 VTuber 的記錄，而本組組員都是鯊鯊的粉絲，因此想透過專題來探討消費者對 Gawr Gura 的消費者行為及忠誠度。

貳、文獻探討

- (一) 認識 VTuber 定義內涵、專業用語及商機。
- (二) 認識 Gawr Gura、發展沿革及 SWOT 分析。
- (三) 透過問卷調查探討受訪者對 Gawr Gura 的消費者行為及忠誠度。

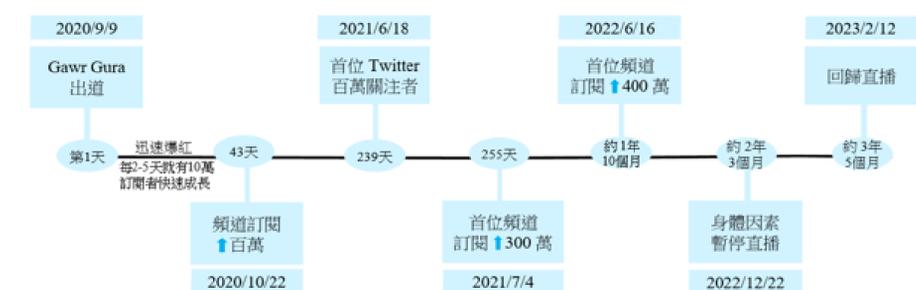
參、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用網路資料、碩博士論文等，蒐集相關資料加以統整分析。
- (二) 問卷調查法：本組於2022年12月14日至12月22日，於「古拉氏鯊鯊國際保育部門」社群問卷，透過問卷深入了 Gawr Gura（鯊鯊）的消費者行為及忠誠度。



肆、研究分析與結果

(一) Gawr Gura發展沿革



(二) Gawr Gura基本資料

虛擬主播	圖五：Gawr Gura (鯊鯊) 圖六：吉祥物 Bloop
角色設定	1、穿著日本買的鯊魚頭套衣服，有著貓耳及側馬尾造型，外號為「サメちゃん」(鯊鯊)。 2、有著蘿莉嗓音，像小女孩一樣很高的音域。 3、總喊著「海底真是無聊透頂」，而來到陸地上當 VTuber 的亞特蘭蒂斯後裔。 4、小鯊魚 Bloop 是鯊鯊的老朋友，戴著一頂「非常食」的罐頭帽。
活動類型	遊戲直播、歌唱、音樂遊戲、雜談、聯動、3D Live、ASMR 等。
週邊商品	海報、毛絨玩具、T 卹、面罩、滑鼠墊、貼紙...等商品。
爆紅原因	1、因首次直播延遲，開口第一句話是「A」，隨後因設備問題中斷直播，並形成網路迷因而爆紅。 2、用詞相當可愛而且是易懂的英語，精通多首英文歌。 3、獨特聲線和可愛外表。 4、調皮可愛的性格，在玩遊戲時智商時常降低。 5、和其他 VTuber 的直播互動，相當受粉絲喜愛。

(三) SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
1、角色外表可愛萌 2、樂天活潑的性格 3、活動類型具特色 4、推出多樣週邊商品 5、擁有大量的粉絲群 6、使用易懂的英語用詞 7、可愛聲線與蘿莉嗓音	1、為英語 VTuber，其他語系市場弱 2、與三家遊戲公司合作推出遊戲造型，僅與其一 GROOVE COASTER 合作產出商品 3、2022 年底因身體因素而暫停直播，於 2023 年 2 月回復直播
機會 (O)	威脅 (T)
1、粉絲二次創作，傳播率高 2、與品牌或企業合作商機無限 3、科技技術進步，協助大量宣傳產出 4、網路、社群媒體宣傳，增加能見度 5、疫情後，大眾接觸網路增不受時空限制	1、容易受政治因素影響 2、VTuber 競爭者多，容易被替代 3、無法與真人代言一樣進行肢體互動 4、不同國情或民情對 2.5 次元接受度的差異

伍、研究結論、建議

(一) 研究結論

- 1、深受大家喜愛的呆萌小鯊魚，有小女孩的蘿莉嗓音、性格及角色外型，因首次直播產生迷因爆紅，訂閱迅速上漲突破400萬訂閱。
- 2、得知管道是以影片推薦、社群媒體的方式為主，因受她的性格、聲音和外表所吸引，觀看直播1-3小時，周邊商品有六成以上受訪者會購買。

(二) 建議

- 1、觀摩ASMR與學習技巧，提高粉絲體驗感受與關注
- 2、不同品牌合作，開發多元潛在客群