

# 銘傳大學廣播電視學系 畢業專題論文格式規範

113 年 12 月修訂

113 年 1 月修訂

114 年 1 月修訂

## 一、 專題編印項目及次序

- ✿ 封面
- ✿ 專題評審委員審定書
- ✿ 誌謝
- ✿ 中文/英文摘要
- ✿ 目錄
- ✿ 圖目錄
- ✿ 表目錄
- ✿ 專題本文
- ✿ 參考文獻
- ✿ 附錄



✿ 以中文最新版 APA 格式為標準

專題封面



# 銘傳大學

MING CHUAN UNIVERSITY

廣播電視學系  
畢業專題論文



學生：李 00 邱 00 王 00 黃 00

指導教授：000 博士

民國一—三年十二月

# 銘傳大學廣播電視學系

## 畢業專題論文評審委員審定書

作品名稱： XXXXXXXXXX(可打字)

李○○ 邱○○ ○○○ ○○○

畢業專題/創意報告符合於學士資格水準，業經本委員會評審認可。

審查委員：



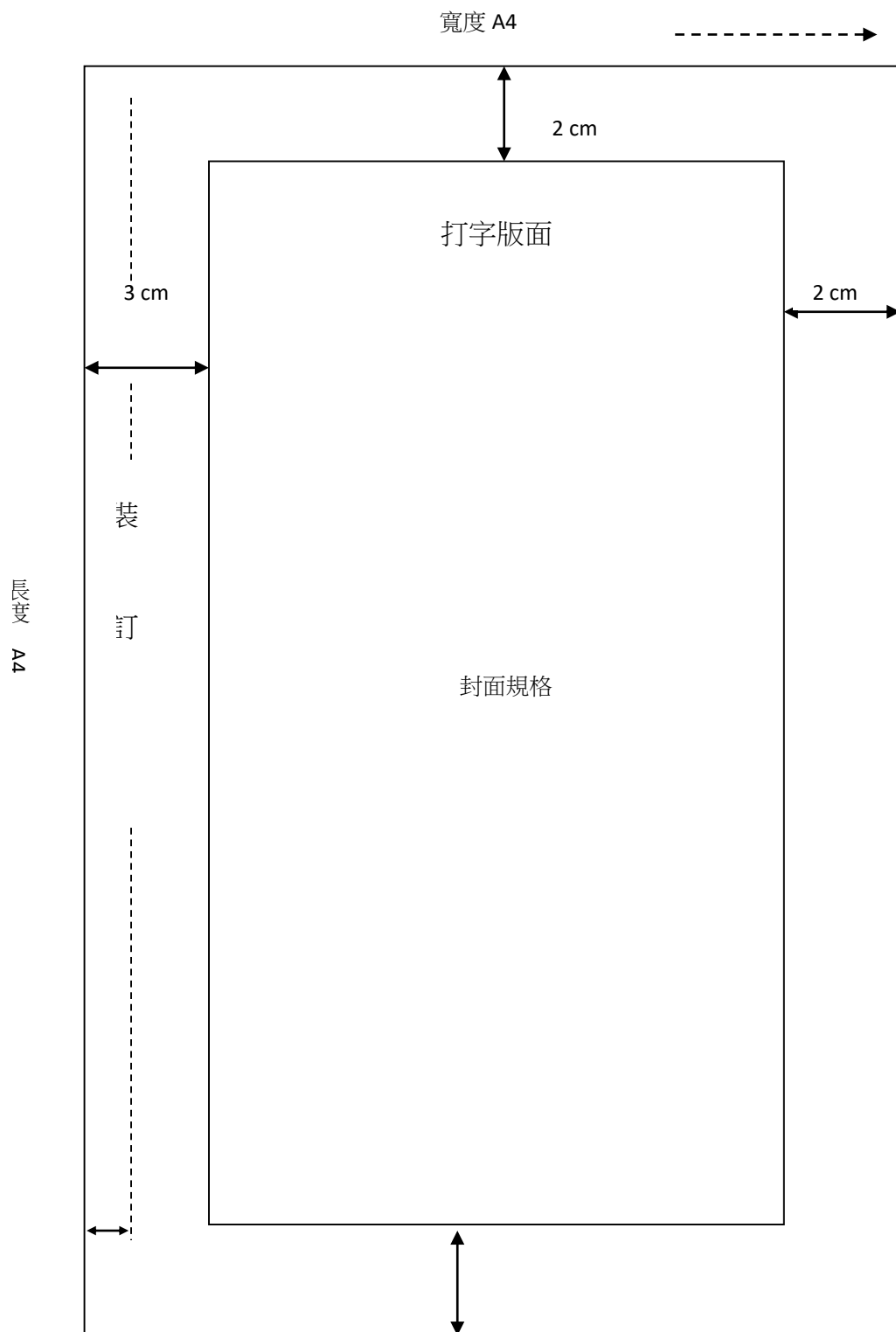
---

指導教授：

院長：

中華民國      年      月      日

附件 版面規格



## 「Vtuber 產業之發展與研究——以臺灣及日本為例」

### 摘要

Vtuber 亦即虛擬 Youtuber，是 Virtual Youtuber 的簡稱，為一門自 2020 年開始飛速成長的新興行業，其影響力迅速席捲兩大主流直播平台 Twitch 與 Youtube，動輒創造破億元的營收，連 Youtube 官方 Podcast 都在 2022 年 12 月以「Vtuber 的崛起」為名做了一集節目，闡述其從每月約四億的觀看次數飆升至十五億的表現（遊戲角落，2022）。

當全球都陷入這股旋風中時，相較之下臺灣 Vtuber 的發展較為緩慢，無論是訂閱數或是點閱數，在與鄰近東亞國家：尤其日本 Vtuber 間相比，有著顯著的落差——（臺灣 Vtuber 列表，2023）在臺灣，Vtuber 也存在著非常強勁的討論度，除了公共電視台舉辦首屆金 V 獎（公共電視台，2024）外，各大動畫、漫畫與直播相關的網站都有著專屬區塊或分類：如批踢踢實業坊 C\_Chat 板、巴哈姆特及 Komica 等。然而，有著地緣及語言優勢的臺灣 Vtuber，成果卻不如海外 Vtuber。

因此本研究欲以日本企業 NIJISANJI，又名彩虹社，旗下英語系團體「Luxiem」（QooApp，2022）的成功做對照，來探尋臺灣 Vtuber 面臨的問題及進一步的可能，希望活絡本土 Vtuber 市場；也期待透過此文本，可以讓未來有志從事 Vtuber 者，有大致參考的方向，靈活應用其多元調性，使傳播產業再創新的里程碑。本計劃流程透過文獻回顧及案例分析做資料探勘，擬定前測問卷發放，再經由專家訪談調整為正式問卷，後以敘述性統計、交叉分析、信度分析來驗證本論文假說並得到研究結果。

關鍵字：Vtuber、虛擬偶像、網紅、消費者意願、消費者行為

**ABSTRACT**

Virtual YouTubers, also known as Vtuber, is an abbreviation for Virtual Youtuber, and it is an emerging industry that has rapidly grown since 2020. Its influence has quickly swept across the two major mainstream live streaming platforms, Twitch and YouTube, and it has created revenue of over 100 million yuan at times. In December 2022, YouTube's official Podcast even dedicated an episode titled "The Rise of Vtuber," discussing its performance, which soared from approximately 400 million views per month to 1.5 billion (Game Corner, 2022).

When the whole world is caught in this whirlwind, compared to Taiwan's Vtuber development, it is relatively slow. Whether it's in terms of subscription numbers or views, there is a significant gap compared to neighboring East Asian countries, especially Japan's Vtuber—(Taiwan Vtuber List, 2023). In Taiwan, Vtuber also enjoys a very strong level of discussion, with not only the Public Television Service holding the first Golden V Award (Public Television Service, 2024), but also various animation, comic, and live streaming websites having dedicated sections or categories: such as the C\_Chat board of PTT and Bahamut and Komica, etc. However, with geographical and language advantages, the achievements of Taiwan's Vtuber are still not as impressive as those of overseas Vtuber.

Keywords: Vtuber, virtual idol, influencer, consumer intention, consumer behavior

誌謝

在校埋首課業，不知不覺間便渡過三載光陰，真所謂白駒過隙。回首往昔，剛入學的日子彷彿還近在昨天；細數這些日子，要感謝的對象實在太多，我認為自己非常幸運，遇到肯悉心教導我的師長，以及一群能和我互相砥礪、並肩而行的同儕。

首先要謝謝陳譽尹老師，在認識時間不算長的情形下，仍願意擔任我的論文指導教授。誠如摘要所述，Vtuber 是個嶄新的行業，能作為參考之正式資料，無論紙本或數位都十分稀缺。於如此艱困的條件下，譽尹老師依然尊重了我對畢製題目的選擇，且包容我在撰寫過程中的各種突發狀況、給予寶貴意見並接納我提出的觀點。很慶幸是由她來陪同我完成這份研究，使「學術」在我心中留下快樂，而非枯燥古板的印象，相信這對我未來的生涯規劃，會有關鍵性的影響。

其次是我的班導巫家宇老師。三年來，不管在實作還是理論面，他都無私地傾囊相授，使我的能力獲得顯著提昇。在我面臨困難時，總是第一時間對我伸出援手，除了學業外還會關心我的生活、心理健康，幾乎把我當成家人般對待，真的既感動又感謝。還有常從課堂對談及作業訓練中擴大我視野、輔佐我建立產製知識的周兆良老師、許勝欽老師、盧瑞均老師、吳依屏老師、羅美慧老師和全體兼任老師，沒有您們的栽培，就不會有今天的我跟這份論文。

另外要特別致敬廣電系大家長，主任杜聖聰老師。謝謝您夙夜匪懈的努力，不斷替我們爭取更好的資源與機會。您每次都會記得反覆告誡我，怎麼樣的學習方式對我最適切，雖然您的要求嚴格、評論犀利，但正因為您孜孜不倦的敦促和鞭策，我才有衝勁做很多從前沒想過會挑戰的事；最後感謝在百忙之中接受我訪談的專家、Vtuber 及填寫問卷的民眾，這些來自市場第一線的建議跟訊息，幫助我有效地調整思考邏輯、改善研究架構，使結果禁得起驗證，達成初始目標。

以上，感謝在銘傳茁壯的每一天。

李 O 謹致 113 年 12 月

## 目錄

評審委員審定書.....	
主題頁.....	
誌謝.....	
(以下開始要有銘傳浮水印，請至銘傳圖書館下載)	
摘要 .....	V
ABSTRACT .....	VI
目錄 .....	VII
圖目錄 .....	IV
表目錄 .....	X

(以下依據各指導老師建議完成各章節)

第一章 緒論 .....	1
1-1 研究動機.....	1
1-2 研究假說.....	2
1-3 研究目的.....	3
1-4 研究範圍.....	4
第二章 文獻回顧與探討 .....	5
2-1 背景描述.....	5
2-2 臺灣與日本案例比較 .....	5
2-2-1 發展現況差異 .....	5
2-2-2 收入拆分差異 .....	
第三章 研究方法及步驟 .....	6
第四章 結果與討論 .....	7
4-1 問卷前測結果 .....	7
4-1-1 前測問卷信度分析 .....	7
4-1-2 前測問卷填答者背景及事實調查敘述統計 .....	7
4-1-3 前測問卷填答者對 OOOO 認知態度問題敘述統計 .....	7

4-1-4 前測問卷對 OOOO 偏好傾向敘述統計 .....	7
4-2 專家與 OOO 深度訪談 .....	8
4-2-1 專家訪談結果 .....	
4-2-2 專家訪談結果統整 .....	8
4-2-3 專家問卷回饋 .....	8
4-2-4 OOO 訪談結果 .....	8
4-2-5 OOO 訪談結果統整 .....	8
4-3 正式問卷施測結果 .....	8
4-3-1 信度分析 .....	8
4-3-2 填答者背景及事實調查敘述統計 .....	8
4-3-3 填答者對 OOOO 認知態度問題敘述統計 .....	8
4-3-4 正式施測問卷對 OOOO 偏好傾向敘述統計 .....	8
4-3-5 正式施測問卷之交叉分析 .....	8
4-4 正式問卷分析結果精要 .....	8
第五章 結論與建議 .....	9
5-1 研究結論 .....	9
5-2 研究限制 .....	9
參考文獻 .....	10
附錄 .....	16

## 圖目錄

圖 1 臺灣 000 目前訂閱數最高者 000 主視覺.....

圖 2 「Luxiem」成員 000 主視覺 .....

圖 3 「Luxiem」成員 000 主視覺 .....

圖 4 「Luxiem」成員 000 主視覺 .....

圖 5 「Luxiem」成員 000 主視覺 .....

圖 6 「Luxiem」成員 000 主視覺 .....

圖 7 「Luxiem」出道歌曲 000 主視覺 .....

圖 8 公共電視台第一期 000 小媒主視覺.....

圖 9 公共電視台第二期 000 海月粼粼主視覺.....

圖 10 公共電視台第一屆金 V 獎海月粼粼主持畫面.....

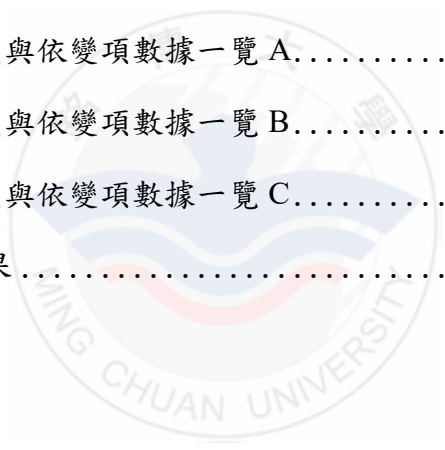
圖 11 藥師寺丹《一字千金》節目登場畫面 .....



## 表目錄

表 1	假說架構.....
表 2	000 與 000 的 Youtube 訂閱數之比較.....
表 3	000 與 000 之 Youtube 贊助數之比較.....
表 4	文獻探討架構.....
表 5	研究流程.....
表 6	問卷架構.....
表 7	前測問卷信度分析.....
表 8	背景資料前測統計分析.....
表 9	事實調查資料前測統計分析.....
表 10	對 000 認知態度問題前測統計分析.....
表 11	對 000 偏好傾向前測統計分析.....
表 12	訪談專家對象.....
表 13	專家 A 訪談內容重點歸納.....
表 14	專家 B 訪談內容重點歸納.....
表 15	專家 C 訪談內容重點歸納.....
表 16	專家訪談整體重點歸納.....
表 17	專家問卷回饋內容.....
表 18	訪談 000 對象.....
表 19	000 A 訪談內容重點歸納.....
表 20	000 B 訪談內容重點歸納.....
表 21	000 訪談整體重點歸納.....
表 22	正式施測問卷信度分析.....
表 23	填答者背景資料統計分析.....
表 24	填答者事實調查資料統計分析.....
表 25	對 000 認知態度問題統計分析.....
表 26	對 000 偏好傾向統計分析.....

表 27	關聯 H1 之自變項與依變項數據一覽 A.....
表 28	關聯 H1 之自變項與依變項數據一覽 B.....
表 29	關聯 H1 之自變項與依變項數據一覽 C.....
表 30	關聯 H1 之自變項與依變項數據一覽 D.....
表 31	關聯 H1 之自變項與依變項數據一覽 E.....
表 32	關聯 H1 之自變項與依變項數據一覽 F.....
表 33	關聯 H2 之自變項與依變項數據一覽 A.....
表 34	關聯 H2 之自變項與依變項數據一覽 B.....
表 35	關聯 H2 之自變項與依變項數據一覽 C.....
表 36	關聯 H2 之自變項與依變項數據一覽 D.....
表 37	關聯 H3 之自變項與依變項數據一覽 A.....
表 38	關聯 H3 的自變項與依變項數據一覽 B.....
表 39	關聯 H3 的自變項與依變項數據一覽 C.....
表 40	研究假說驗證結果.....



# 第一章 緒論

## 1-1 研究動機

近年數位轉型、AI 生成、虛擬商機等浪潮方興未艾，其中 Vtuber 是繼 000 後娛樂傳播產業的新星，其性質介於 000r 及虛擬偶像之間。根據專門搜羅 Youtube 各頻道運作指標的知名網站 Playboard (2022) 所列之數據，2022 年收到 Super Chat，以下簡稱 SC，也就是一種粉絲留言贊助。該年度取得最多 SC 的 Up 主，Up 主定義：指的是在影音網站、直播平台等地上傳影片、音訊或其他作品的人，前十名就有四人是 Vtuber；仔細觀察臺、日兩地 Vtuber 營運生態後，可發現到一個不平衡現象，明明是前景看俏的藍海，但無論是由公司安排，俗稱企業勢；或個人自行活動，俗稱個人勢，臺灣本土知名 Vtuber 的聲量與話題，相較海外知名 Vtuber 來講，並無太大迴響，收益更是有著顯著落差。參考臺灣最大 BBS 討論板批踢踢實業坊詳列之 2023 年本土 Vtuber SC 歷月統計 (批踢踢實業坊，2023)，臺灣 Vtuber 最高 SC 僅新臺幣十至三十萬、甚至不時還會有驟然下滑現象；而單論訂閱數，最高的「李聽」及「杏仁ミル」也只有四十萬上下 (批踢踢實業坊，2023)。

1-2 研究假說

H1 :

H2 :



### 1-3 研究目的

本研究希望透過與日本 Vtuber 團體「Luxiem」的成功做比較，剖析現階段臺灣 OOO 發展面臨的問題，讓臺灣有志於涉足 OOO 行業的各方人士能有一個基礎的參考面向。像是如何挑選適合的背後發聲者，是否需要多國語言翻譯以利推廣等；OOO 所造成的旋風還在繼續，從海外 OOO 所創造的產值可以看見這是塊巨大的市場，擁有龐大商機；公共電視台舉辦第一屆金 V 獎是一個起點，透過研究臺灣 OOO 的生態發展，Vtuber 這個產業或將成為政府，例如文化部推行新專案之契機，亦能利用 Vtuber 角色充滿故事性、變化性與即時互動性的特點，將觸角延伸至其他領域，比如和遊戲、戲劇及電影做結合，讓觀眾不再只能從旁觀角度參與欣賞，而是能更沈浸其中，甚至可實時決定遊戲、戲劇或電影的結局。另外，也由於前述 Vtuber 的特質，視其設計而定，Vtuber 尚能夠改編為漫畫、動畫和小說，發行諸如模型、徽章、吊飾等週邊商品，將其 IP 化，藉此能夠造福不同專長的創作者，打造更多就業機會。



#### 1-4 研究範圍

由於 OOO 亦即 Virtual Youtuber 目前在拓展興盛過程中，已開始細化衍生出各自不同特性的分支，例如以歌唱為作品主要呈現的 VSinger、以遊戲直播為主要呈現的 VStreamer 等，但就營運樣態來說，最明確的兩個區塊仍是企業勢與個人勢（巴哈姆特，2021），而本研究欲作為成功案例對照之日本 NIJISANJI 旗下 OOO 團體「Luxiem」，則是以「偶像」為主要經營形式。



## 第二章 文獻回顧與探討

### 2-1 OOO 背景描述

OOO 需要由最基本的兩個部分組成：一是虛擬角色相貌，別稱「皮」，有 2D 及 3D 等不同形式，前者最常使用「Live 2D」這款軟體製作，後者則是「Animaze by FaceRig」（CyberLink.com，2023）

### 2-2 臺灣與日本 OOO 案例比較

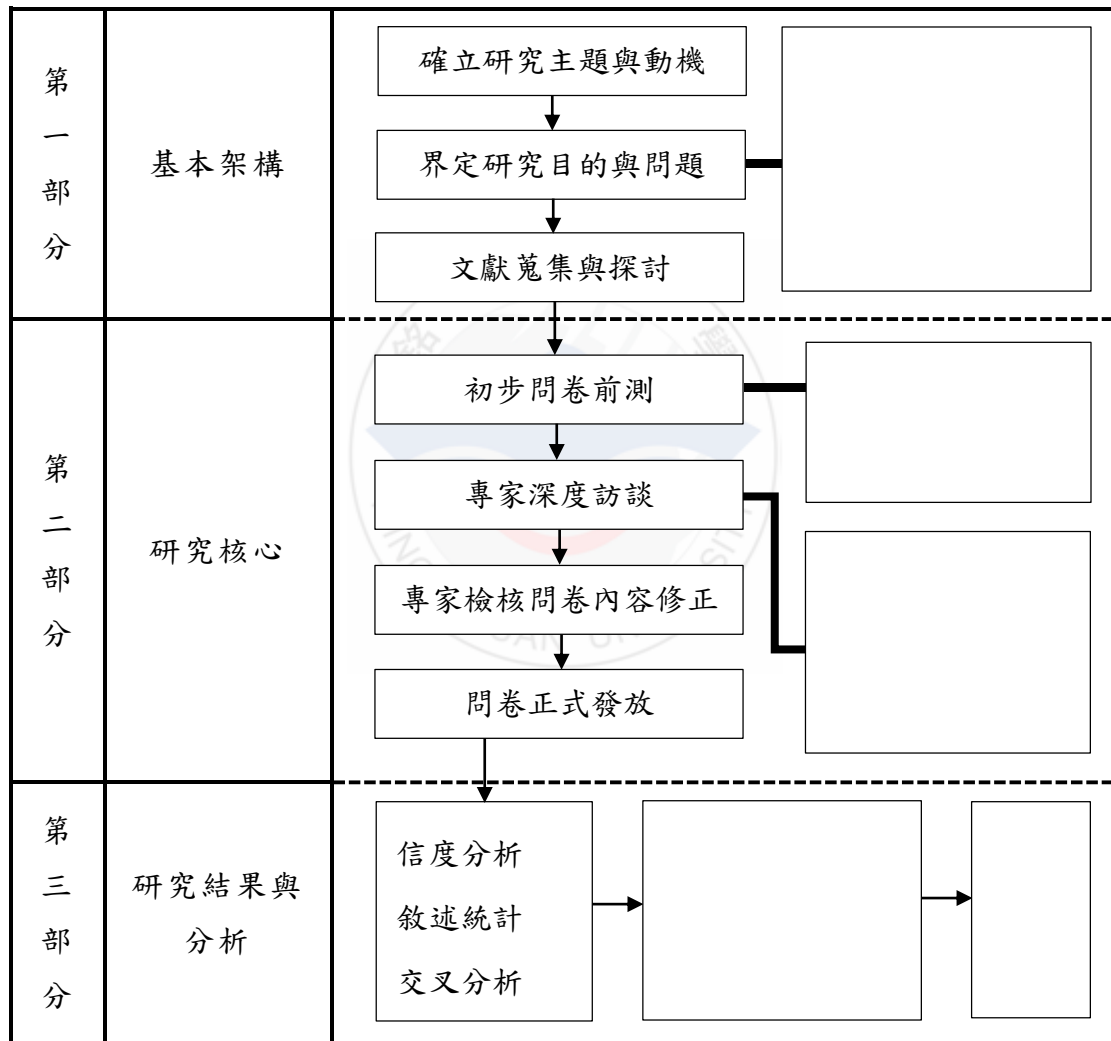
#### 2-2-1 臺灣與日本 OOO 發展現況差異



### 第三章 研究方法及步驟

本研究規劃先透過文獻回顧及案例分析做資料探勘，擬定前測問卷發放並進行分析，依照前測問卷的分析結果，再經由專家訪談調整為正式問卷，正式問卷回收後以敘述性統計、交叉分析、信度分析來驗證本論文假說並得到研究結果。

表 5 研究流程。參考來源：本研究整理。



## 第四章 結果與討論

本章節運用所有研究調查獲取之資料進行解讀和討論，得出最終成果與建議。將會分為三個階段，第一階段為前測問卷投放，前測問卷僅限於網路發送。利用前測初步分析 OOO 產業消費者認知行為與研究假說關聯程度，及消費者對 OOO 抱持之需求；第二階段為專家，包含實際的 OOO 經營者深度訪談，訪綱請見附件（一）、附件（二）。其後根據所得回饋完善問卷調整後進行正式施測。

### 4-1 問卷前測結果

#### 4-1-1 前測問卷信度分析

#### 4-1-2 前測問卷填答者背景及事實調查敘述統計

#### 4-1-3 前測問卷填答者對 OOO 認知態度問題敘述統計

#### 4-1-4 前測問卷對 OOO 偏好傾向敘述統計

## **4-2 專家與 Vtuber 深度訪談**

### 4-2-2 專家訪談結果統整

### 4-2-3 專家問卷回饋

### 4-2-4 OOO 訪談結果

### 4-2-5 OOO 訪談結果統整

## **4-3 正式問卷施測結果**

### 4-3-1 信度分析

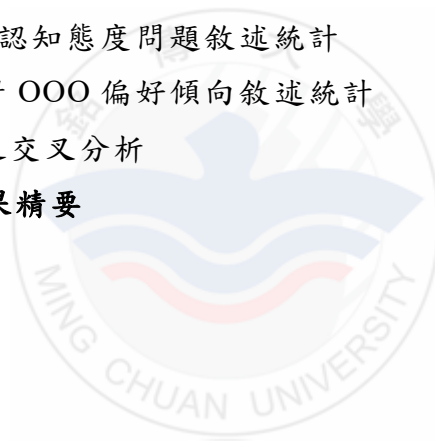
### 4-3-2 填答者背景及事實調查敘述統計

### 4-3-3 填答者對 OOO 認知態度問題敘述統計

### 4-3-4 正式施測問卷對 OOO 偏好傾向敘述統計

### 4-3-5 正式施測問卷之交叉分析

## **4-4 正式問卷分析結果精要**



## 第五章 結論與建議

5-1 研究結論

5-2 研究限制



## 參考文獻

### 中文部分

1. 邱于恆 (2021 年)。新生代虛擬網紅內容呈現及角色設計對人氣之影響。元智大學資訊傳播學系，碩士論文。(2024 年，3 月 9 日)
2. 倪婷 (2022 年)。VTuber 觀眾忠誠度形成之研究。南臺科技大學行銷與流通管理系，碩士論文。(2024 年，3 月 12 日)
3. 陳奕涵 (2022 年)。臺灣地區 Vtuber 造形風格設計研究。國立臺灣師範大學藝術學院設計學系，碩士論文。(2024 年，2 月 5 日)
4. 陳姿婷 (2024 年)。VTuber 偶像崇拜與購買意願之研究。佛光大學管理學系，碩士論文。(2024 年，3 月 21 日)
5. 黃郁芳 (2023 年)。探討持續觀看與推薦 VTuber 之因素。國立政治大學資訊管理學系，碩士論文。(2024 年，3 月 11 日)
6. 葉惟廉 (2018 年)。商品化與另類經濟：台灣網紅經濟的異托邦。國立臺灣大學理學院地理環境資源學系，碩士論文。(2024 年，11 月 6 日)
7. 劉奕伶 (2024 年)。虛擬實況主特質與粉絲認同感對黏著度之影響—以擬社會互動為中介。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士班，碩士論文。(2024 年，11 月 13 日)
8. 蘇蘅 (2019 年)。傳播研究方法新論，P.272，雙葉書廊有限公司出版社。ISBN：978-957-9096-27-0。(2024 年，5 月 18 日)

### 外文部分

1. Maccoby, E. E., & Jacklin, C. N. (1974). The psychology of sex differences. Stanford University Press, 634. (2024, Nov 11)
2. Shen, D., Lennon, S., Dickson, M. A., Montalto, C., & Zhang, L. (2002). Chinese consumers' attitudes toward U.S.- and PRC-made clothing: From a cultural perspective. Family and Consumer Sciences Research Journal, 31(1), 19–49. (2024, Nov 6)

### 網路部分

1. 4GAMERS (2022 年)。彩虹社 Luxiem X KIRABASE 期間限定咖啡廳開幕。取自：<https://www.4gamers.com.tw/news/detail/55452/nijisanji-en-luxiem-x-kirabase-collab> (2024 年，3 月 13 日)
2. 4GAMERS (2023 年)。彩虹社 Vox Akuma 自製 50 分鐘動畫電影《T

- HE DEMON HUNGERS》11/4 正式公開**。取自：<https://www.4gamers.com.tw/news/detail/60635/vox-akuma-the-movie-the-demon-hungers-announcement> (2024, 3月15日)
3. 4GAMERS (2024年)。**彩虹社 EN 男團 Shu & Luca 台灣雙人見面會詳情公開**。取自：<https://www.4gamers.com.tw/news/detail/63047/shu-and-luca-2024-taiwan-fanmeeting-announcement> (2024年, 3月13日)
  4. Annin Miru Channel (2018年)。**臺灣 Vtuber 目前訂閱數最高者杏仁ミル主視覺**。取自：<https://www.youtube.com/c/AnninMiruChannel> (2024年, 1月17日)
  5. CyberLink.com (2023年)。**【初學者必讀】如何成為 VTuber? 從 0 到 1 帶你了解 VTuber 軟體**。取自：<https://tw.cyberlink.com/blog/youtu-be-video-editing/1073/how-to-become-vtuber> (2024年, 2月3日)
  6. IBM 官網 (2023)。**交叉表列與卡方檢定的顯著性**。取自：<https://www.ibm.com/docs/zh-tw/spss-statistics/saas?topic=tables-significance-testing-crosstabulations> (2024年11月17日)
  7. Kuzuha Channel (2018年)。**NijisanjiJP Vtuber 「葛葉」官方 Youtube 頻道**。取自：<https://www.youtube.com/channel/UCSFCh5NL4qXrAy9u-u2lX3g> (2024年11月28日)
  8. Luxiem (2023年)。**Luxiem Youtube Official**。取自：<https://www.youtube.com/@Luxiem> (2024年, 1月15日)
  9. Luxiem 出道曲主視覺 (2021年)。**Luxiem Youtube Official**。截自於：<https://www.youtube.com/watch?v=W7SKtUCGYQk> (2024年, 1月15日)
  10. Mysta Rias (2023年)。**Youtube 官方頻道**。取自：[https://www.youtube.com/channel/UCIM92Ok\\_spNKLVB5TsgwseQ](https://www.youtube.com/channel/UCIM92Ok_spNKLVB5TsgwseQ) (2024年, 1月23日)
  11. NIJISANJI 彩虹社 (2021年)。**Vox Akuma 角色介紹頁面**。取自：<https://www.nijisanji.jp/en/talents/l/vox-akuma> (2024年, 1月19日)
  12. NIJISANJI 彩虹社 (2021年)。**Ike Eveland 角色介紹頁面**。取自：<https://www.nijisanji.jp/en/talents/l/ike-eveland> (2024年, 1月19日)
  13. NIJISANJI 彩虹社 (2021年)。**Luca Kaneshiro 角色介紹頁面**。取自：<https://www.nijisanji.jp/en/talents/l/luca-kaneshiro> (2024年, 1月19日)
  14. NIJISANJI 彩虹社 (2021年)。**Shu Yamino 角色介紹頁面**。取自：<https://www.nijisanji.jp/en/talents/l/shu-yamino> (2024年, 1月19日)
  15. NIJISANJI 彩虹社 (2021年)。**NIJISANJI EN 成員列表**。取自：<http://www.nijisanji.jp/en/talents>

- s://www.nijisanji.jp/en/talents?filter=nijisanjien (2024 年, 11 月 23 日)
16. NIJISANJI EN Official Store (2024 年)。**"Vox Akuma : The Demon Hungers" Graphic Novel**。取自：[https://nijisanji-store.com/zh/products/vox-akuma-the-demon-hungers-graphic-novel?\\_pos=2&\\_sid=29442f2d3&\\_ss=r](https://nijisanji-store.com/zh/products/vox-akuma-the-demon-hungers-graphic-novel?_pos=2&_sid=29442f2d3&_ss=r) (2024 年 1 月 20 日)
  17. NIJISANJI EN Official Store (2022 年)。**"Luxiem Half Anniversary" NIJI Puppet**。取自：<https://nijisanji-store.com/collections/niji-puppet/products/luxiem-half-anniversary-niji-puppet> (2024 年 11 月 22 日)
  18. Playboard (2022 年)。**Youtube Vtuber SC 收益統計**。取自：<https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-superchatted-v-tuber-channels-in-worldwide-yearend?period=1640995200> (2024 年, 1 月 22 日)
  19. Playboard (2023 年)。**Youtube Vtuber SC 收益統計**。取自：<https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-superchatted-v-tuber-channels-in-worldwide-yearend> (2024 年, 1 月 16 日)
  20. Playboard (2024 年)。**Youtube Vtuber 訂閱數統計(臺灣區)**。取自：<https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-subscribed-v-tuber-channels-in-taiwan-total> (2024 年, 5 月 24 日)
  21. Playboard (2024 年)。**Youtube Vtuber 訂閱數統計(英國區)**。取自：<https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-subscribed-v-tuber-channels-in-united-kingdom-total> (2024 年, 5 月 24 日)
  22. Playboard (2024 年)。**Youtube Vtuber SC 收益統計**。取自：<https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-superchatted-v-tuber-channels-in-japan-yearend> (2024 年 11 月 28 日)
  23. QooApp (2022 年)。**NIJISANJI EN VTuber 團體「Luxiem」基本介紹！認識這 5 名愉快的男孩們**。取自：<https://news.qoo-app.com/post/250238/luxiem-introduce> (2024 年, 1 月 29 日)
  24. Sora Rias FML (2022 年)。**【彩虹社中字】做 Vtuber 到底怎樣才賺得多錢？【Nijisanji EN / Mysteria Rias】**。取自：<https://www.youtube.com/watch?v=MGx3gj3xUak> (2024 年, 11 月 20 日)
  25. Shoto (2015)。**個人勢 Vtuber Shoto 官方 Youtube 頻道**。取自：[https://www.youtube.com/channel/UCgwJ4ReZqFOw\\_Y6eTEIunDQ](https://www.youtube.com/channel/UCgwJ4ReZqFOw_Y6eTEIunDQ) (2024 年 11 月 22 日。)
  26. Yahoo 新聞 (2023 年)。**「CWT x NijisanjiEN」Luxiem 團見面會！**

- 公開購票資訊。取自：<https://tw.news.yahoo.com/cwt-x-nijisanjien-082416784.html> (2024 年 3 月 18 日)
27. Yahoo 新聞 (2023 年)。台灣個人勢 Vtuber「杏仁咪嚕」歡慶出道五週年，宣布 12 月 26 日舉辦免費 3D 演唱會。取自：<https://tw.news.yahoo.com/miru1226-031625473.html> (2024 年 4 月 18 日)
28. 小媒 Mei 官方 Youtube 頻道 (2022 年) 公共電視台第一期 Vtuber 小媒主視覺。取自：[https://www.youtube.com/channel/UC62U5wc4o\\_VZTNeCkR0yEg](https://www.youtube.com/channel/UC62U5wc4o_VZTNeCkR0yEg) (2024 年 1 月 18 日)
29. 山羌互動 (2024 年)。【新手必讀】Vtuber 為什麼要使用綠界作金流平台。取自：<https://www.valleydeer.com/blog/why-should-vtuber-use-online-payment> (2024 年，3 月 8 日)
30. 今周刊 (2024 年)。台灣多益說、寫能力贏日韓，亞洲排第二，連聽讀都狂進步 30 分。取自：<https://www.wealth.com.tw/articles/e8df0a1a-2ce3-4ef0-bb5e-12f33afb47dd> (2024 年，8 月 15 日)
31. 巴哈姆特 (2021 年)。稿件整理：Vtuber 轉換模型建立與相關討論(三)：台 V 圈用語解釋(V1.2 版)。取自：<https://home.gamer.com.tw/artwork.php?sn=5312333> (2024 年，5 月 22 日)
32. 巴哈姆特 (2023 年)。公視 Vtuber 二期生「海月粼粼」首露面 10/3 初配信帶領壞嘴經紀人凱文和觀眾線上見。取自：<https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=255976> (2024，年 1 月 7 日)
33. 巴哈姆特 (2024 年)。藥師寺丹移籍公視成為台灣媒體首位簽約男性 VTuber。取自：<https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=265473> (2024 年，5 月 20 日)
34. 公共電視台 (2024 年)。曾國城：就是要黏住觀眾！《一字雲宇宙》特邀海月粼粼擔任小幫手。取自：<https://about.pts.org.tw/pr/latestnews/article/5505> (2024，1 月 23 日)
35. 公共電視台第一屆金 V 獎海月粼粼主持畫面 (2023 年)。宮氏海水浴場公視 Vtuber 專屬 Youtube 官方頻道。截自於：<https://www.youtube.com/watch?v=7Y6hs697vYU> (2024 年，1 月 22 日)
36. 公共電視台 (2024 年)。首屆《金 V 獎》得獎名單出爐！「厭世醫師阿萬」榮獲最佳男 V 獎、「塔芭絲可」奪下最佳女 V 獎。取自：<https://about.pts.org.tw/pr/latestnews/article/5355> (2024 年，1 月 20 日)
37. 公共電視台 OTT 平台藥師寺丹《一字千金》節目登場畫面 (2024 年)。

- 公視+《一字千金》EP3。截自於：<https://www.ptsplus.tv/zh/programs/1384d366-33d9-4f01-b86e-a3928c9214f5?play=86320aa7-b646-4c05-a353-57d0c1f2e0a6> (2024年, 1月24日)
38. 批踢踢實業坊 C\_Chat 板 (2023年)。[Vtub] 臺灣 Vtuber 觀看數據分享。取自：[https://www.ptt.cc/bbs/C\\_Chat/M.1694858393.A.CEE.html](https://www.ptt.cc/bbs/C_Chat/M.1694858393.A.CEE.html) (2024年, 1月27日)
39. 批踢踢實業坊 C\_Chat 板 (2023年)。[Vtub] 臺灣 Vtuber SC 統計至 2023年09月。取自：[https://www.ptt.cc/bbs/C\\_Chat/M.1696149719.A.D2B.html](https://www.ptt.cc/bbs/C_Chat/M.1696149719.A.D2B.html) (2024年, 1月20日)
40. 批踢踢實業坊 C\_Chat 板 (2023年)。[Vtub] 台 V 企業勢畢業的原因是 9:1 分嗎? 取自：[https://www.ptt.cc/bbs/C\\_Chat/M.1686058366.A.ECB.html](https://www.ptt.cc/bbs/C_Chat/M.1686058366.A.ECB.html) (2024年, 2月16日)
41. 科技島 (2023年)。Vtuber 介紹。取自：<https://www.technice.com.tw/experience/technoun/40161/> (2024年11月11日)
42. 科技網 (2022年)。《矢野經濟研究所》中文簡介。取自：[https://www.digitimes.com.tw/tech/dt/n/shwnws.asp?id=0000405333\\_60M4VQ7R2PNCYE4YMUW9G](https://www.digitimes.com.tw/tech/dt/n/shwnws.asp?id=0000405333_60M4VQ7R2PNCYE4YMUW9G) (2024年11月23日)
43. 徐筱晴 (2022年)。2hr 賺 10 萬! 打破時空限制 VTuber 紅什麼? 取自：<https://www.nownews.com/news/5871078> (2024年, 1月30日)
44. 海月鄰鄰官方 X 帳號 (2023年)。公共電視台第二期 Vtuber 海月鄰鄰主視覺。取自：<https://x.com/haiyuelinlin> (2024年1月18日)
45. 株式会社矢野經濟研究所 (2024年)。VTuber に関する消費者アンケート調査を実施 (2023年)。取自：[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3455](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3455) (2024年11月23日)
46. 開拓動漫 (2023年)。高雄駁二動漫祭公告。取自：[https://www.f-2.com.tw/index.php?q=events\\_other/169621](https://www.f-2.com.tw/index.php?q=events_other/169621) (2024年, 4月18日)
47. 萌娘百科 (2024年)。Mysta Rias 角色介紹頁面。取自：[https://zh.moegirl.org.cn/zh-tw/Mysta\\_Rias](https://zh.moegirl.org.cn/zh-tw/Mysta_Rias) (2024年, 1月19日)
48. 萌龍動漫情報網 (2024年)。「Luxiem × Gratte」安利美特咖啡台灣特別企劃於 animate cafe 台北北門店舉辦。取自：<https://www.moelong.com/moelongnews/archives/29905> (2024年, 11月15日)
49. 萌娘百科 (2024年)。Vox Akuma 條目訂閱數相關統計。取自：[https://zh.moegirl.org.cn/Vox\\_Akuma](https://zh.moegirl.org.cn/Vox_Akuma) (2024年, 5月24日)

50. 萌娘百科 (2024 年)。杏仁ミル條目訂閱數相關統計。取自：<https://zh.moegirl.org.cn/zh-tw/%E6%9D%8F%E4%BB%81%E5%92%AA%E5%99%9C> (2024 年, 5 月 24 日)
51. 遊戲角落 (2022 年)。2022 年 VTuber 席捲兩大直播平台！YouTube 每月吸 15 億觀看 入選 Twitch 五大關鍵字。取自：<https://game.udn.com/game/story/122089/6839007> (2024 年, 1 月 31 日)
52. 遊戲角落 (2023 年)。VTuber 月薪大哉問！日台經紀公司收益抽成對比台灣企業勢 VT 拿 SC 不夠多嗎？取自：<https://game.udn.com/game/story/122090/7227097> (2024 年 3 月 6 日)
53. 極樂鳥的幻象 (2016 年)。專營 Vtuber 翻譯短片的 Youtube 頻道。取自：<https://www.youtube.com/@paradimirage> (2024 年 9 月 28 日)
54. 愛上 R 語言 (2024 年)。[資訊整理]台灣 VTuber 產業發展現況。取自：<https://r-lover.com/sharing/info-gathering/taiwan-vtuber-industry-info/#%E5%8F%B0%E7%81%A3VTuber%E4%BC%81%E6%A5%AD%E4%BB%8B%E7%B4%B9> (2024 年, 11 月 23 日)
55. 遠見雜誌 (2024 年)。推虛擬男團不怕觀眾少？台灣 VTuber 事務所：藍海市場機會多。取自：<https://www.gvm.com.tw/article/116300> (2024 年 11 月 23 日)
56. 臺灣 Vtuber 列表 (2023 年)。取自：<https://taiwanvtuberdata.github.io/> (2024 年, 1 月 25 日)
57. 數位時代 (2022 年)。想撈更多錢！Twitch 砍頂級實況主訂閱分成利潤。取自：<https://www.bnext.com.tw/article/71816/want-to-get-more-money-twitch-announces-adjust-subscription-revenue-share-with-top-streamers?> (2024 年 3 月 6 日)
58. 獎金獵人 (2022 年)。子午計畫藝人-中之人招募中！取自：<https://bhuntr.com/tw/competitions/c2xr69fp2u1zmqk4rd> (2024 年, 5 月 22 日)

## 附錄

### 附件（一）邀請函暨專家深度訪談大綱

#### 研究訪談邀請函

致尊敬的受訪者：

您好，我是銘傳大學廣播電視學系的研究生，目前正在進行畢業製作論文撰寫，題目為「OOO 產業之發展與研究——以臺灣及日本為例」。OOO 是近年崛起的新興行業，目前在全球都有著熱烈的討論度，本研究旨在探討現階段臺灣 OOO 生態和面臨問題，將之與海外成功 OOO 案例做對比，期待提昇我國有志從事此活動的經營者認知，並且進一步幫助臺灣 OOO 產業未來的完善化及推行，因此盼藉由相關領域專家帶領，更深入瞭解我國 OOO 發展現況，和對其未來前景的看法。鑑於您在 OOO 關聯領域的專業素養與實務經驗，誠摯希望能邀請您作為專家進行訪談。

本次訪談將採行半結構式，預計訪談日期為 2024 年 6 月 1 日至 30 日之間，以實體會面或線上形式一對一進行，整體時長估計約落在三十分鐘至一小時，並在訪談結束後給付棉薄之約訪費用新台幣伍佰元整以聊表謝意。訪談過程中將全程錄音紀錄，所有資訊僅用於本研究，研究者保證會善盡保密責任，並在正式論文中以匿名方式呈現。

再次感激您於百忙之中撥冗閱讀此邀請函，靜候您的回覆！若對本研究有任何疑問或需要說明的事項，請隨時與研究者聯絡。

祝願 順心 安康

銘傳大學廣播電視學系  
指導教授：陳譽尹 博士  
研究生：李 盈 謹啟

中華民國 113 年 5 月 29 日

附件（二）OOO 深度訪談大綱 附件（三）正式施測問卷

## 其他規範-----畢業專題/技術報告書格式說明

1. 畢業專題論文，整本作品請「單面」印刷;中文字體:標楷體;英文字體;Times New Roman。
2. 封面：依據給定規範與樣版修正，所有中文字體以繁體字為標準，勿使用簡體字。
3. 封面規格：不須頁碼，紙張頂端留邊 2 公分，左側留邊 3 公分，右側留邊 2 公分，底端留邊 2 公分。
4. 主題頁(內容格式與封面相同)、誌謝(不用編碼，一頁為限)
5. 評審委員會審定書：請依據給定規範與樣版修正（本件需經四審評審委員及指導教授簽名後，裝訂於專題內）。不用編碼。
6. 誌謝。（一頁為限，中文標楷體，字型大小 14pt;英文字體 Times New Roman,大小 12pt)
7. 摘要內容：內容請概述創作動機、資料來源、創作理論、創作技術及結論等（限一頁），裝訂於專題內。
8. 目錄
  - 8.1 每一個單字第一字母大寫，其餘小寫。自左至右，橫式繕打字排列，引用外語原文請以（）號附註。
  - 8.2 頁碼：中文摘要至圖、表目錄頁，以 I，II，III，…大寫羅馬數字連續編頁標示。專題第一章開始至附錄，均以 1，2，3，…等阿拉伯數字連續編頁。
  - 8.3 裝訂：自專題本左端裝訂，書背打印畢業學年度，學位論文別，專題名稱，校、系名，著作者姓名。
  - 8.4 浮水印:內文開始加上銘傳大學浮水印。

專題本文：

- (1) 中文章次為第一章，第二章，第三章...，英文章次為 1、2、3、....。

節次標示(中、英文)皆以阿拉伯數字呈現。左右對齊。如下所示：

**第一章 00000**(字元大小為 18pt/粗體)

**第一節 0000000**(字元大小為 16pt/粗體)

**壹、 000000**(字元大小為 14pt/粗體)

一、000000

    (一) 000000

        1. 000000

            (1) 000000

                A. 000000

                    (A) 000000

- (2) 行距：採固定行高 24 點，段落採與前、後段距離各 0.5 列。
- (3) 字距：標準字距。
- (4) 文句內數字運用：

a. 簡單數字及分數，以中文數字表示。

例：成本五萬三仟元、演員五人等。

b. 數字較長，以簡明為宜。

例：一百萬年（不用 1,000,000 年前）。

\$ 66,666（不用六萬六千六百六十六元）。

(5) 圖表編排：

5.1 表號、資料來源及表名列於表上方，圖號、資料來源及圖名置於圖下方。

5.2 圖表內文數字繕打、工整書寫。

表 2 xxxxx 資料來源：0000




圖 5 0000 資料來源：0000

(6) 送繳：四審專題審定並經指導教授同意與秘書確認格式後(確認無誤後再大量印製)，送至系上請評審委員、主任簽核後，送給秘書交付傳院送院長統簽，技術報告書繳交者，最後請依規定繳交專題、CD/DVD、海報一份，送至本系陳列參考。

附錄：其他不屬前類資料一律依據類別放置於附錄中。