



## 女性韓流粉絲多？現象大解密

馮瑜庭 文

2018/04/29

一提到韓流「粉絲」，大部分人或許第一時間聯想到的是「女粉絲」。根據2011年韓國觀光公社發起的韓流調查，問卷中訪問了10285位、來自世界各地的非韓籍粉絲關於韓流現象的問題；其中女性回答者佔了90%。在粉絲的世界裡，女性佔多數似乎已成為一種定理，但其中隱含的意義也更令人百思不得其解。

### 性別刻板印象 男女粉絲大不同

紐約大學Steinhardt學院網站上一篇名為《Gender in Fandom (粉絲圈裡的性別)》的文章提到，女性傾向於認同較邊緣化、非主流的粉絲族群，例如男子偶像團體，也因為經常不被大眾接受導致女粉絲們內部更團結；而男性則較易成為大眾接受度高且符合該性別社會角色項目的粉絲，像是被標籤為「男性化」、具侵略性的體育迷。

「在音樂的領域裡面，女性在流行音樂具主導性，也較容易被接受。」英國提賽德大學2001年的研究指出，對比「男性化」且飽含政治、文化和心理層面的搖滾樂，女粉絲被視為藉由聽偶像之流行音樂引發情感和生理反應。對此，大學二年級，追韓星八年的粉絲媛媛表示，她感覺女生比較感性，容易投注感情。

隨著現今社會逐漸呈現開放和多元，大家對於韓星的男性粉絲大多不再投以異樣眼光。然而當男粉絲出現在男藝人表演的場合，因為數量稀少，仍會讓女性迷群嘖嘖稱奇。

### 選秀節目男練習生吃香 女粉絲參與度高

自2016年開始，韓國興起一陣選秀節目風潮。以兩季《Produce 101》為例，節目第一季的內容為女團選拔，第二季則為男團選拔；挑選準則皆為觀眾喜好度投票，獲得票數越多的練習生，離出道的路越近。第一季中以第一名成績出道的女練習生獲得85萬票，第二季的冠軍男練習生則是以157萬票拿下寶座；票數差距明顯指出第二季造成更多話題。

去年因節目製作公司為韓國三大經紀公司之一的「YG娛樂」而引起話題的《MIXNINE》則採取了新穎的賽制，從170名練習生中選出男女各9位進入最終決

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

賽，過程中仍由觀眾投票決定資格，然而最後能出道的只有男練習生們組成的「少年隊」或女練習生們所屬的「少女隊」其中一組。在女粉絲佔多數的情況下，節目最終回獲得出道機會的是「少年隊」。

因演藝圈粉絲仍以女性為大宗，男藝人相較於女藝人也更容易獲得關注。從上述參與節目投票的結果可以發現，普遍女性粉絲對於偶像的熱衷度比男性更高，也就是所謂的「死忠」。大學三年級，《Produce 101》兩季的忠實女觀眾曼蒂表示，她會對男版更狂熱是因為性向本身就是男生的關係，有情感的寄託；至於男性為什麼對女版沒有相對的熱忱，她認為若男生積極表達對女團的喜歡容易遭到歧視。大學四年級，同樣收看了兩季節目的女粉絲蟹也認為，追星對男生而言不是一件很必要的事，因此參與度相對不會太高。



綜觀《Produce 101》兩季冠軍獲得票數，男團選拔明顯更有關注度。  
( 圖片來源 / DioDeo、蘋果日報，馮瑜庭重製 )

## 女粉絲經濟可觀 以行動表達支持

女性粉絲消費力較男粉絲驚人的現象反映在偶像活動門票和商品購買。從2017年韓國國內最大的售票網站Interpark提供的資料可以發現，無論哪一個年齡層，購買門票的粉絲皆以女性為主，佔了總銷售的71%，由此得知女性對於偶像的支持更具實際行動力。

各項品牌也看準女粉絲的商機，近年來積極尋找男藝人作為產品代言人。根據韓國企業信譽研究所分析今年3至4月歌手品牌信譽（統計消費者的品牌參與指數、媒體指數等）的大數據顯示，品牌評價綜合指數第一名的男團Wanna One大幅領先第三名的女團Twice 約410萬，展現出女性粉絲對於男偶像代言商品的高度購買意願。





知名化妝品牌找來當紅男團Wanna One代言，吸引女粉絲購買。（圖片來源 / 妞新聞）

身為Wanna One死忠女粉絲、目前就讀大三的呱呱提到，「女生的消費力普遍比男生強，所以會願意去買唱片、買周邊、看演唱會等行動來表達對偶像的支持。」她也表示自己只要看到偶像代言的商品，經濟許可的狀況下都會購買。

## 女團吸引女粉絲要素：實力、帥氣、真性情

在粉絲圈性別比嚴重失衡的情況下，也並非女子團體就沒有生路，除了鞏固男性市場，若能獲得大量女粉絲將更容易在演藝圈立足。根據售票網站Interpark統計每場演出的購票性別，進而推測出偶像團體的粉絲比例就能看出男性和女性粉絲偏好的女團風格差異。

比起男粉絲為主的女團例如Twice、GFriend多半在舞台上展現清純、可愛的性格，女粉絲數量超越男性的女團特色大致為帥氣、造型新穎、唱功穩健及富有綜藝感。以在2017年GAON專輯銷售榜50名內佔據三個名次，粉絲男女比3：7的女團Red Velvet為例，出道時經紀公司將其風格定位為強烈、魅惑的同時展現柔軟的一面。男女粉絲比例2：8的女團Mamamoo吸引大量同性粉絲的原因則為極具爆發力的聲線和上綜藝節目時豪放的態度。

同時身為Red Velvet和Mamamoo兩個女團粉絲的大三學生賢妻表示，她喜歡有實力、曲風多變且沒有偶像包袱的女團，單純走可愛路線吸引不了她。粉絲呱呱則說：「我對帥氣、有吸引力的女生比較關注。」





Red Velvet強烈且帥氣的魅力吸引大批女粉絲。(圖片來源 / [Soompi](#))

綜觀上述現象，女性粉絲對於韓流而言是不可或缺的市場。即便沒有科學現象能準確解釋為何女生普遍比起男生更容易投入偶像的懷抱，但從統計學的角度，各項數據皆指出現階段女性追逐韓國藝人的數量的確壓倒性的勝過男性。然而時代都是會改變的，或許有朝一日，粉絲圈能被男粉絲統領也不一定！



記者 馮瑜庭



編輯 蔡亞融