



秀女孩 還是秀商品？

2010-12-12 記者 顏學廷 報導



說到資訊展，你會想到什麼？是洶湧的人潮、划算的價格、許多的贈品，還是.....各式各樣的宣傳模特兒（Show Girl）？



資訊展人潮洶湧，世貿一館內寸步難行。（攝影／顏學廷）

十二月四日至十二月十二日於台北世界貿易展覽中心一館、三館舉辦的「99資訊月」活動，自民國92年迄今已有相當歷史，於十二月依北、中、南順序舉辦展覽，邀請許多知名3C廠商設攤，如同其他消費性產品展覽一般，同業競爭的情境之下，業者為求業績增長各出奇招，降價、贈品、額外服務等基本手法雖仍有效吸引人氣買氣，但近年的展覽當中，宣傳模特兒無庸置疑的佔去了宣傳、以及新聞焦點的龐大比重。

資訊展 看的是正妹還是商品？

俗話說：「有用的方法就是好方法。」向來，被各大廠商不斷使用的促銷手段—請年輕漂亮的宣傳模特兒協助展覽—必有其可靠之處。在世貿一館，知名日系品牌展區舞台前，綽號阿慶的同學與友人盯著台上的女主持人，並不時舉起手中相機拍照，阿慶表示：「我們是為了看看資訊展裡某牌的相機有沒有優惠來的。」不過問起正妹促銷是否算在觀展原因之中？阿慶說：「三成為了看正妹，七成想撿便宜吧。」甚至，阿慶同意，「跟其他人提起前往資訊展一事時，多數人的反應都會認為觀展目的『不會只是』為了找尋便宜3C商品。」



台上笑容甜美的Show Girl們總是目光的焦點。（攝影／顏學廷）

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



專程前往展覽進行攝影，捕捉曼妙身影的民眾，向來也不在少數。（攝影／顏學廷）

宣傳模特兒們在3C展的旺盛人潮中扮演了重要的推手角色，但，難道這一定就是抬升買氣的萬靈丹？於世貿一館B區設攤販售專業軟體的梁先生就不這麼認為。「賣的東西決定行銷的策略。」梁先生說，「知名廠商、大企業，藉由請來漂亮的宣傳模特兒向民眾『宣告』自己在展館的位置；適宜衝動性消費的產品則利用宣傳模特兒吸引目光進而增加售出商品的機率。」

本次的資訊月中，梁先生的攤位並沒有使用聘請宣傳模特兒的策略。「專業取向的產品如果使用宣傳模特兒作行銷，吸引來的民眾仍然不了解產品的用處，反倒是模糊焦點。」更重要的一點則是，「那些拿著單眼，站在舞台最前面的人，活動一結束就通通走掉了，根本沒有人會進攤位逛，更不用說消費。」人氣往往不等於買氣。

趨勢所需 女孩行銷熱潮

雖然如此，企業選擇利用宣傳模特兒在舞台主持推銷的方式促銷仍有其考量，日本某電腦大廠的市場策劃宣傳經理任兆玲便說道：「雖然可能購買的消費者只是台下民眾的百分之一、百分之二，但是吸引人氣、製造熱鬧活力的氛圍刺激消費，仍是非常重要的。」因此，有些其它的廠商為了不讓有宣傳模特兒的攤位專美於前，跟進使用同樣策略也成為必然。「別家都因為有正妹吸引了大片人潮的時候，我們也得找Show Girl來增加人氣。」知名電腦技能學校的課程規劃師胡代力說。



「如何掌握氣氛跟吸引注意，是Show Girl們外表外更重要的實力。」胡代力表示。

（攝影／顏學廷）

「不過，也不是只有請Show Girl才是在會場宣傳的方法。」胡代力認真的說，「像附近的幾個攤位，有些請了帥哥，有些請來了很會說話很會推銷的高手，也是成功的吸引了很多注意。」如同任兆玲所說：「我們請的是長期合作的模特兒，重點在產品介紹、進行主持以及整體形象，事前也得接受一陣子的訓練。」

宣傳模特兒們穿著清涼火辣，成為了大眾對資訊展的第一印象。每年資訊展吸引大批民眾的同時也總引來外界批判，膚淺與物化女性等詞語更時有耳聞，但，廠商如何拿捏形象宣傳與低俗招徠之間的分寸，競爭循環之下又要怎麼「擺脫」此一風俗，仍然會是需要持續思考的課題。

文字繪畫攝影 布列松之眼



紀載布列松一生精華文字，扼要道出布列松於新聞攝影的價值觀與性格。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們
© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0