

投稿類別:資訊產業類

篇名：Youtuber

職業介紹

組員:

林宏豪。北斗家商。資一 1

林和璿。北斗家商。資一 1

蕭翎助。北斗家商。資一 1

指導老師:江岳臻

一、前言:

近年來隨著科技產業的日新月異，科技產業也越來越發達，因此也出現了所謂的「宅經濟」(Otaku Economy)，其中又以 Youtuber 為一大宗職業，由於這項職業不像其他各項行業可能需要特定專長與技能，因此許多青世代的年輕人們紛紛投入這項行業，想求一片事業。因為工作時間自由、知名度能夠提升等種種因素，Youtuber 這項行業遂成現今熱門的職業，但隨著想投入這項職業的人日漸增加，想從茫茫人海中脫穎而出佔席一地之位，必須要有能夠吸引觀眾的特點，創新的點子，鮮明的個人特質，才能夠有機會聚集焦點。其中 Youtuber 又能細分為許多不同影片類型，例如；遊戲實況、現實生活拍攝、產品介紹等不同休閒娛樂類型影片，而又以娛樂類型、音樂類型、遊戲類型較為吸引觀眾。

二、介紹:



(一) Youtube 是什麼?

YouTube 是源自美國的影片分享網站，也是目前全球最大的影片搜尋和分享平臺，讓使用者上傳、觀看、分享及評論影片。公司於 2005 年 2 月 14 日註冊，網站的口號為「Broadcast Yourself」，網站的標誌意念來自早期電視顯示器。此網站沒有官方的中文名字。中國大陸官媒有時候將其譯為優兔，但更多時候直接使用其原名。

來源：

(二) Youtuber 是如何賺錢的?

網紅們透露，YouTube 創作者的主要賺錢方式包括放廣告、拿贊助、賣商品、透過聯盟行銷賺取收入等。基本上，來自 YouTube 的直接廣告收入有時很不可靠，尤其如果創作者的影片包括爭議性內容，會有其風險。因此很多網紅不會把雞蛋放在同一個籃子裡，透過多樣化的方式來增加財源。

收益數字為預估值，僅供參考之用。您最多可能需要等待 7 天的時間，才會看到收益資料。如果您發現過去 7 天中有一天沒有收益數字，即便後續日期列有收益，也請於隔天再查看一次

廣告類型	地理位置	日期	廣告類型*	CPM (依播放次數)*	總收益 (依播放次數)*	估計營利播放次數*
<input type="checkbox"/>			競價式 TrueView 串流內廣告	\$		
<input type="checkbox"/>			已保留的多媒體廣告	\$		
<input type="checkbox"/>			已保留的串流內選用廣告	\$		
<input type="checkbox"/>			競價式串流內廣告	\$		
<input type="checkbox"/>			競價式多媒體廣告	\$		

第 1-5 列，共 5 列

(三) youtuber 該具備甚麼能力

一名 Youtuber 須具備的能力，首先是有拍攝的工具、具備基本剪輯能力，還要有 wifi 可以上網，再來就是要有自己的興趣、喜歡分享的心，然後絕對不能「玻璃心」，最後就是要「持之以恆」。最後一點也是成為 Youtuber 最難的部分，必須適時調整心態，裴薇強調「不管遇到什麼瓶頸，做就對了！」

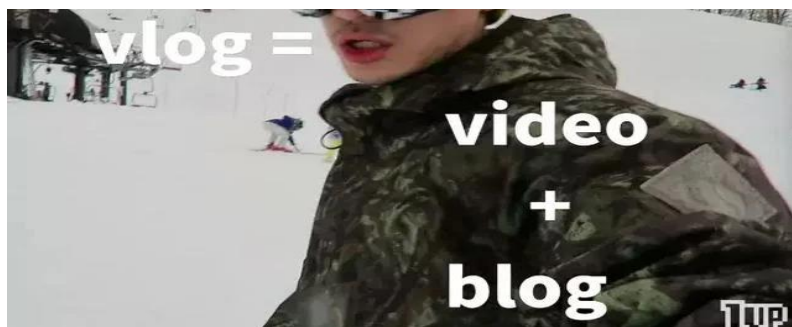
三、Youtube 三大娛樂類型:

(一) VOLG:

從字面理解,Vlog 由 Blog 演變而來，即 video weblog 或 video blog，意為視頻博客、視頻日記。其「策源地」YouTube 的定義也非常簡單粗暴：一種個人創作的視頻類型，最大特徵是有人對著鏡頭說話。

Vlog 剪輯與視頻濾鏡 app 一閃 Onetake 則從 YouTube 給出定義出發，把敘述者露不露臉作為分類標準，把一閃社區內容分為 Vlog 和非 Vlog 的生活視頻。

我們劃分了一些點，首先它是非虛構的，它不能是個短劇或表演，內容要基於日常生活。其次，我們覺得應該相對有一個比較豐富的場景（一般說「轉場」）。但這些最後也沒有列為考慮，簡單劃分為「露不露臉」的問題。



來源：

[YouTube 系列 | 十種最熱門的 YouTube 影片類型 | HoliBear 哈利熊服務市集
https://kknews.cc/news/pk85lge.html.](https://kknews.cc/news/pk85lge.html)

中國第一批 Vlogger 王曉光，從 16 年開始拍攝 Vlog，已經更新一百多期，現任一閃內容運營。他這樣描述一閃的 Vlog 劃分考慮。不過，作為 Vlogger，他個人不太有慾望去說服其他創作者必須「露臉」。



故事才是最重要的。

這是知名 Vlogger Casey Neistat 的名言，Vlog 最重要的是講好故事，其他視覺效果都是輔助。把 Vlog 影視化，加入精神內核，讓 Vlog 徹底被 YouTube 觀眾接受的他，是最有資格定義 Vlog 的人。

來源：

https://www.google.com/search?authuser=1&q=Creative+Assembly&stick=H4sIAAA-AAAAAOPqE-LSz9U3MKqWLEspUOIEsU0tzY0ttFSyk630k8vS9ZPzcwtKS1KL4ssyU1Lz0xNzU61SUstSc_ILUosWsQo6F6UmlmSWpSo4Fhen5ibIVO5gZQQAm-_gEVYAAAA&sa=X&ved=2ahUKEwjsvc2vk7rpAhWXY4sBHSrxDfkQmxMoATAlegQIERAD&biw=1280&bih=578&dpr=1.

2. 遊戲實況：

俗話說，獨樂樂不如眾樂樂，遊戲實況在科技發達之下，變成一股獨特的流行趨勢。遊戲實況顧名思義就是錄製與直播遊戲畫面與觀眾分享的行為，對於許多人來說，觀看厲害的人遊玩遊戲是一種享受，同時也可以精進自己的技巧，遊戲實況的觀眾客群多來自學生，可能因為經濟問題無法買遊戲、又或者避免遊戲不如預期因此觀看遊戲實況當作參考，也可能因為時間不允許，因此造就出了遊戲實況這項職業管道。

若想進入這項行業也不見得比其他工作來的簡單多少，想要擁有大量的觀眾，必須要有獨特的風格，吸引大眾的題材，與合適的口條，國內外知名的實況主例如：國外知名的實況主 **pewdiepie**、**VanossGaming**、國內知名的實況主阿神、老皮、日本近期流行的虛擬實況主湊あくあ、白上フブキ等都是遊戲實況界非常知名的人物。

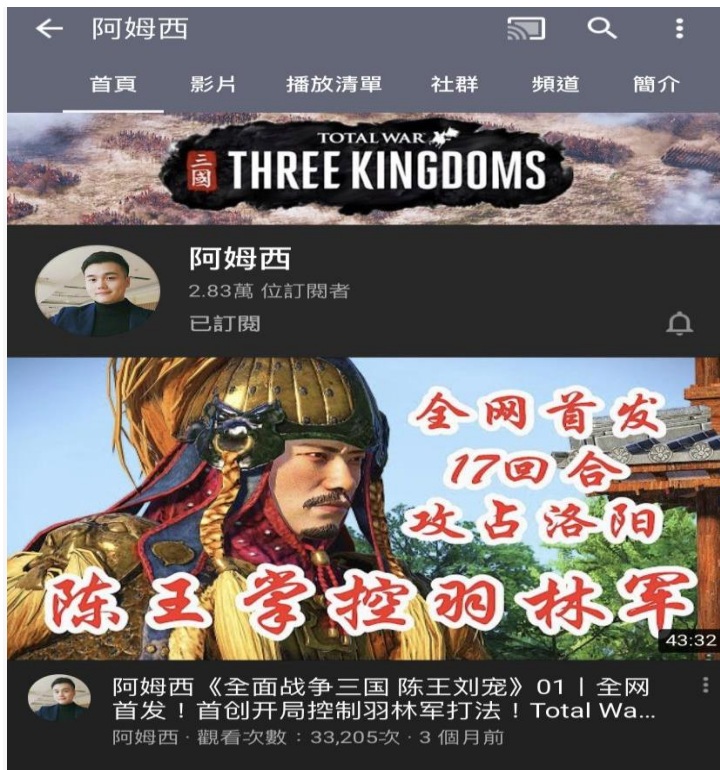
而遊戲實況中，也能透過遊玩遊戲分享自己的心得與交流，因此產生了屬於自己的獨特風格，有可能是搞笑娛樂型、評價分析遊戲型等，也因此遊戲實況不見得是對遊戲感興趣而觀看，也可能是因為玩遊戲的"人"的關係而讓觀眾感興趣。

另外，虛擬 Youtuber 是近期在日本非常火紅的職業，虛擬 Youtuber 顧名思義就是透過 3D 模組感知動作，並且讓 3D 模組做出實況主的動作，而實況主本人並不會露面，因此無法得知實況主的表情。

當今 youtube 內有很多內容不同的創作者，有遊戲類型的、有美食介紹的、還有戶外遊戲的，等等各式各樣不同類型，極具差異的 YTR，每個創作者的特色都不一樣，內容大致上也都有差異。現在就讓我來介紹遊戲類型的 YTR 有誰吧。

今天要介紹的遊戲類型 YTR 是《阿姆西》，未什麼我會介紹他呢？就讓我來講解吧。《阿姆西》是一位兼職型 YTR 平常他有屬於自己的工作，會在假日以及工作閒暇時花時間拍攝遊戲內容，遊戲內容大多是以 PC 的遊戲為主。

以【**Creative Assembly, Feral Interactive**】這間公司出品的遊戲大作《全軍破敵》系列，下轄《全軍破敵·三國》、《全軍破敵·戰錘》，這幾款遊戲都是〈阿姆西〉時常拍攝的內容，遊戲內容玩法多變，遊玩時講解清晰，吸引一大票粉絲，雖然訂閱數不高，但是更新影片不馬呼，十分的認真去做派涉及講解，而且懂得利用時間，一部影片雖說內容不常，可能不到一個小時，但是該說的、該玩到的地方，全部都很完整，想必也是花費大量時間整片，〈阿姆西〉更是錄製很多不同的玩法，內容大多跟其他同類型的其他 YTR 不同，比較屬於特立獨行的一名創作者。尤其是《全軍破敵·三國》更是一款剛出我就開始追蹤的遊戲內容，也是在這個時候，讓我有機會認識〈阿姆西〉這位 YTR，基本上只要有關《全軍破敵·三國》的影片內容，我都會去看。



這是剛剛介紹的那位 YTR 有興趣的朋友可以去瀏覽看看喔!

3.知識型

近年來 YT 盛行許多類型的 Youtuber，其中也有包括知識類型的 Youtuber，我今天舉例的是:阿滴英文

阿滴英文是由阿滴跟滴妹兩兄妹所經營的頻道。頻道主要是以趣味十足的方式教英文，包括有兩分鐘英文教室、英文流行歌曲分享、日常英文單字、10 個常用的英文句子等多角度地進行教學，對於學生或是上班族都是十分實用。

而且在阿滴英文的 Instagram 每週還會更新「每日一滴」的短語教學，在你忙碌之間也可以不斷學習到英文。



來源：

<https://handler.travel/taiwan/%E8%87%AA%E4%B8%BB%E5%AD%B8%E7%BF%92-6%E5%80%8B%E4%BD%A0%E5%BF%85%E5%AE%9A%E8%A6%81%E7%9F%A5%E9%81%93%E7%9A%84%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%9F%A5%E8%AD%98%E5%9E%8B%youtuber-%E8%8B%B1%E6%96%87-%E9%9F%B3/>

三、結論:

近年來，Youtuber 這項行業越加盛行，許多年輕世代的青少年們紛紛投入這項行業，根據近幾年的調查顯示，在台灣有超過 90% 以上的 Y 世代網路人口每個月至少會拜訪一次 Youtube，而 55 歲以下的網路使用率約有 90%，40 歲以下的網路使用率約有 95%，50 歲至 54 歲則有 80% 左右，55 歲至 64 歲的族群之中也有 5 成以上的老年者每個月都會觀看 Youtube，研究也指出，7 成網友看過 YouTuber 創作節目，6 成訂閱粉絲在受到通知後，24 小時內會上網觀看，受 YouTuber 影響購買決定的網友，更超過 8 成，因此所以想當 YouTuber 的創作者，不要每天只想到年輕粉絲，其實這些中、高年齡族群，也每天掛在網路上，如果針對他們設計節目，也許會有意想不到的效果。YouTube 已經成為台灣關注的主流平台，所有年齡層都受其影響，尤其不同面向內容，都影響消費者的生活決策，這是不可忽視的地方。

而現今，有許多 Y 世代與 Z 世代的人們熱愛觀看 Youtube，根據 Youtube 數據統計，YouTube 已經在超過 100 個國家/地區推出在地版本，並提供 80 種語言版本，所有使

用者每天在 YouTube 上觀看影片的總時數達 10 億小時，產生的觀看次數每天也高達數十億次，YouTube 的使用者總數超過十億人，幾乎是全體網路用戶人數的三分之一。由於網路的普及化與科技的逐漸進步，Youtuber 這項行業我認為非常值得投入研究或者嘗試投入其中工作，若能夠創造屬於自己的風格吸引群眾，甚至拓展至國外的 Youtube 市場，也能夠成就一番事業。