

高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

專題製作報告



遊戲的新時代——探討行動遊戲產業新商機

指導教授： 蔡靜宜 教授

指導老師： 盧沛明 老師

科別班級： 資料處理 科 3 年 1 班

座 號： 08、10、26

姓 名： 許容嘉、黃郁婷、鍾德昌

中 華 民 國 107 年 01 月

目錄

壹、摘要.....	1
貳、前言.....	1
一、研究背景與動機.....	1
二、研究目的.....	2
三、研究流程.....	3
參、文獻探討.....	3
一、數位遊戲的歷史發展.....	3
二、知名遊戲公司.....	4
(一) Madhead (瘋頭).....	4
(二) King Digital Entertainment plc (King).....	4
(三) IGG Singapore Pte. Ltd (IGG).....	5
三、熱門行動遊戲介紹.....	5
(一) 神魔之塔.....	5
(二) Candy Crush Saga.....	6
(三) 王國紀元.....	7
四、遊戲玩家年齡層.....	8
五、消費者對遊戲的需求.....	8
肆、研究方法.....	9
一、訪談法：.....	9
二、問卷調查法.....	10
三、研究工具與樣本.....	10
(一) 問卷內容說明.....	11
(二) 問卷施測說明.....	11
伍、研究結果.....	11
一、質性研究結果.....	11
二、量化研究結果.....	12
(一) 樣本資料.....	12
(二) 研究結果.....	13
陸、結論與建議.....	16
參考文獻.....	17

圖表目錄

圖 1	行動遊戲和PC線上遊戲市值變化	2
圖 2	研究流程圖介紹	3
圖 3	神魔之塔轉珠畫面	6
圖 4	Cady Crush Saga遊戲畫面	7
圖 5	王國紀元遊戲畫面	8
圖 6	玩家喜愛的遊戲類型	13
圖 7	玩家喜愛的遊戲	14
圖 8	玩家最喜歡遊戲的特點	14
圖 9	玩家最不喜歡遊戲的特點	15
圖 10	通常是甚麼原因讓玩家拿起手機玩遊戲	15
圖 11	不能玩行動遊戲時玩家會如何	16
表 1	知名遊戲公司	5
表 2	消費者對於遊戲的需求因素	9
表 3	受訪者資料	11

全國高級中等學校專業群科 106 年專題及創意製作競賽
「專題組」作品說明書

【遊戲的新時代—探討行動遊戲產業 新商機】

壹、摘要

因為手機的盛行，讓手機遊戲漸漸取代電腦遊戲，因此，本小組藉由一對一訪談及問卷調查，來研究玩家對於手機遊戲的需求，並將目前市面上熱門的行動遊戲做比較與分析，從而得知手機遊戲玩家的消費者特性，透過研究結果給予遊戲產業業者一些建議。

關鍵字：

貳、前言

一、研究背景與動機

曾幾何時，人們開始人手一機，不論是等公車的時候，還是排隊買東西的時候，又或者是上廁所的時候，不管何時何地都在低著頭滑手機。每個人都很專注地在玩手機，有的人在回短訊，而有更多的人則是在玩遊戲打發時間。手機裡精緻的遊戲畫面，就連旁邊的陌生人也忍不住多看螢幕幾眼，究竟行動遊戲會讓人這麼著迷的原因是什麼？

近幾年不論是在美國、日本、韓國、台灣，甚至是其他國家，行動遊戲都非常盛行，雖然只有短短幾年的時間，但是成長卻相當迅速。在過去，電腦線上遊戲一直都在遊戲產業裡獨占鰲頭，但由於智慧型手機和平板電腦的便利性及普及性，讓行動遊戲漸漸取代電腦遊戲在人們心目中的位置。

根據資策會(2014)指出，台灣在2014年時PC線上遊戲的市值大約有新台幣194億元，而行動遊戲則只有新台幣62億元。雖然行動遊戲在2014年的時候跟線上遊戲有很大的差距，但是資策會推估在2017年的時候，PC線上遊戲只有些許的成長，大概成長至219億元，反之，行動遊戲將有可能達到新台幣101億元，成長的幅度相當可觀，其變化如圖1所示，比較PC線上遊戲和行動遊戲的市場成長幅度，發現玩行動遊

戲的消費者持續快速成長中。

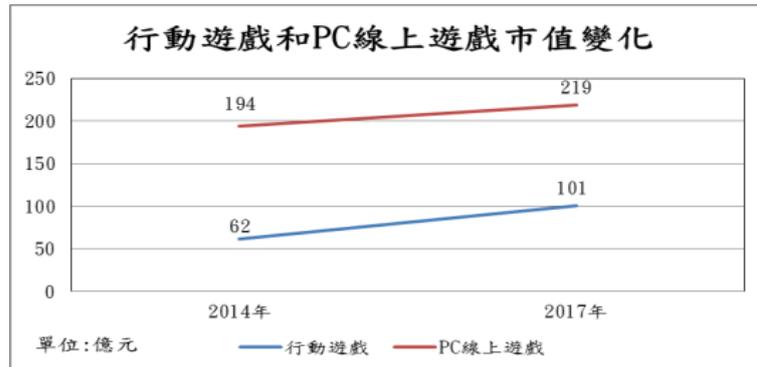


圖 1 行動遊戲和 PC 線上遊戲市值變化

由上述資料可知，未來遊戲產業將可能會著重在行動裝置上。然而，目前相關資料在對於行動遊戲玩家的探討比起對 PC 線上遊戲玩家的了解相對少很多，到底行動遊戲玩家的消費者特性是什麼？在意些什麼？有太多的疑問需要釐清，也唯有釐清這些疑問，行動遊戲廠商才能對症下藥，滿足消費者需求，達到企業營業目的。因此，本小組決定以目前市面上熱門的行動遊戲來做比較與分析，釐清什麼樣的行動遊戲會受到消費者喜愛、哪些議題或事項又是這個族群的玩家所在意的、而這些玩家又有哪些特殊的消費行為及習性等等，藉由分析結果了解消費者需求，並給予行動遊戲產業業者具體建議。

二、研究目的

根據本小組所欲釐清的議題，以下為本研究的目的。

- (一) 針對行動遊戲，探討遊戲玩家的消費動機、消費行為、及喜好
- (二) 了解行動遊戲玩家尚未被滿足的需求
- (三) 藉由探討結果，提供一些建議給遊戲業者

三、研究流程

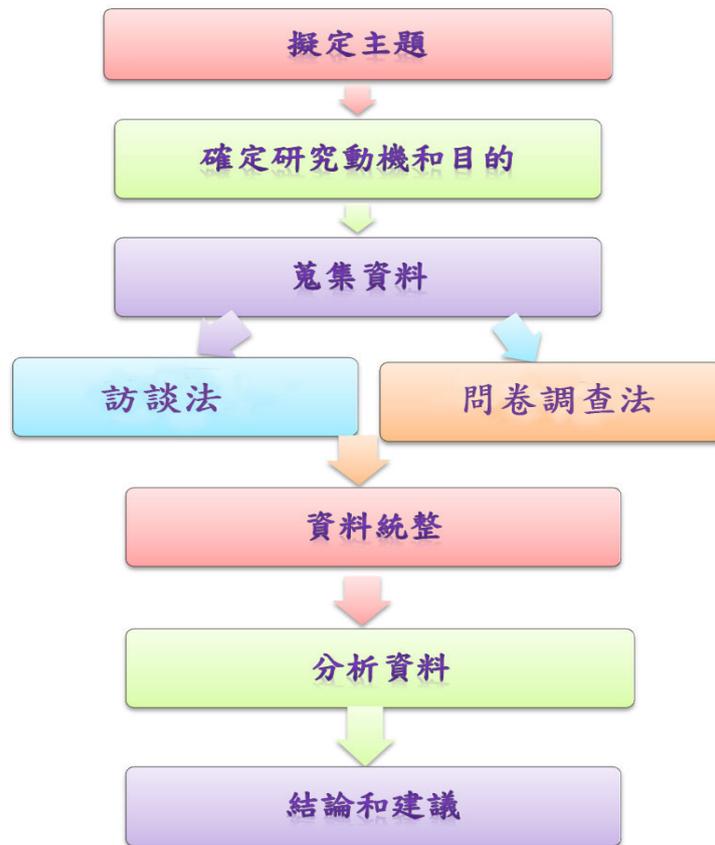


圖 2 研究流程圖介紹

貳、文獻探討

一、數位遊戲的歷史發展

數位遊戲的發展，深深受到許多之前就開始流行的牌卡遊戲、桌上角色扮演遊戲或是棋盤遊戲這些「非數位」遊戲的影響。學習遊戲設計一個最重要的認知，就是數位遊戲並不是憑空變出來的全新產品。數位遊戲更像是因為電子數位科技的發展，自傳統遊戲衍伸出的全新遊戲類型分支。

遊戲的世界不僅龐大，而且種類繁多，在電子遊戲出來之前，當時人們都是玩著棋盤遊戲、骰子遊戲、紙牌遊戲、桌上角色扮演遊戲。而1950年代到1960年是電子遊戲的萌芽時期。遊戲多半是一些個人的業餘嗜好，而且多半發展於美國大學校

園或是研究機構的大型主機上。1960 年代末期，第一部日本 Sega 的大型遊戲機檯誕生，開啟了商業用遊戲機台的年代。1970 年代，除了給商家賺錢的大型遊戲機台外，Atari 也開啟了家庭用遊戲機台的市場，開發了內裝多款遊戲的家庭用遊戲機。1977 年推出的 Atari 2600 家用電視遊樂器，而到了 1980 年代，開始出現了個人電腦。1996 年已經開始出現網際網路的時代，也是遊戲發展史上重要的一年。3D/fx 公司首先推出了個人電腦上使用的 3D 加速顯示卡 Voodoo 卡，開啟了個人電腦可以顯示 3D 繪圖的新世界，也帶起了 3D 遊戲的時代。

遊戲主機在 2000 年時已經開始家喻戶曉，遊戲的主流族群由過去的年輕男生，逐漸擴展到其他族群如成年人，或是女性。由於網際網路的開發，遊戲方面開始由大型遊戲機台到掌上型遊戲，而至今已經來到了桌上型遊戲，發展網路遊戲，由於當代家用電腦已經是大多數家庭都擁有，才讓網路遊戲這方面發展的比其他類型遊戲還要更快速。遊戲大廠商 EA 在 2012 年的時候，靠著桌上型遊戲這部分賺進了大把商機，還每年 5 月舉辦活動，讓 EA 展成為了國際最大型的知名電玩展，使電玩遊戲這部分變成商業潮流。（葉思義，2010）

二、知名遊戲公司

雖然全世界的遊戲公司有無數間，但是真正能夠賺錢的公司少之又少，所以本小組根據遊戲知名度，找出了幾間遊戲公司來做討論：

（一）Madhead（瘋頭）

瘋頭在 2008 年成立，是香港手機遊戲的開發營運商，雲遊公司在 2014 年時，欲以七千萬美元收購瘋頭的 25% 權益，但是後來並沒有成功，瘋頭的公司規模僅 30 人左右，遊戲設計團隊大概有 15 人，開發神魔之塔時有好幾個月都沒有收入，一直到「神魔之塔」開發完成並發行之後，才漸漸開始有收入，神魔之塔在香港和台灣都非常著名（維基百科，2017）。

（二）King Digital Entertainment plc（King）

King 是間社交休閒遊戲公司，公司總部在倫敦，原本 king 是一個快破產的公司，直到他開發出「Candy Crush Saga」，在一夕之間爆紅，這個主要是在臉書開發的遊戲，也是臉書最大的遊戲開發廠商，開發的遊戲提

供同步功能，也就是說玩家的遊戲進度可以從不同的平台上做切換（維基百科，2017）。

（三） IGG Singapore Pte. Ltd （IGG）

IGG 在 2009 年於新加坡成立，股份則於 2013 年上市，其股份被日本彈珠機商家旗下的大熱門香港，用一千五百萬美元進行認購。主要在全球經營研發遊戲、營運、推廣等等，其中最著名的遊戲就是「王國紀元」(維基百科，2017)。以上資料整理如表 1 所示：

表 1 知名遊戲公司

公司名稱	公司國家	創立者或代表人物	知名遊戲
Mad Head Limited (瘋頭)	香港	曾建中、曾建豪	神魔之塔
King Digital Entertainment plc (King)	瑞典	Riccardo Zacconi	Candy Crush Saga
IGG Singapore Pte. Ltd (IGG)	新加坡	蔡宗建、池元	王國紀元

(資料來源：本小組整理)

三、熱門行動遊戲介紹

自從行動遊戲崛起之後，各大遊戲公司推出了許多種類的手機遊戲，不過雖說手機遊戲越來越多，但是能成功擄獲人心的卻不多，以下舉出了幾個比較熱門的手機遊戲：

（一）神魔之塔

神魔之塔是香港遊戲公司 Madhead 開發的一款轉珠遊戲，神魔之塔是益智類型的遊戲，這款遊戲吸引人的地方在於是以轉珠的方式來達成攻擊、回血等條件來進行動作，是需要有正確的遊戲概念以及長期的遊玩才能在這款遊戲中擁有成就感。而這款遊戲最厲害的地方在於有強大的各式背景以及多樣化的戰鬥模式，還會大方的給予玩家各種不同的獎賞，讓玩家不會中途就覺得遊戲乏味。該遊戲也會定期舉辦活動讓大量的玩家參加，連官方臉書方面的玩家意見都會快速的解決，還會跟一些現實生活中的故事作結合，讓這遊戲添增了趣味，這

也是造就大量玩家願意花費在這款遊戲的原因。

神魔之塔在剛開始出來時，廠商就請大明星來代言，例如陳妍希、BIGBANG 等等，讓這款遊戲開始名聲大噪。當時手機遊戲不是很盛行，大家都是抱著新奇的態度去嘗試看看，沒想到就打開了這條道路，讓這款遊戲開始盛行，再加上持續的大型活動和代言，以及參加 FB 的直播會有獎勵，讓神魔之塔成為了遊戲大賞的常勝軍。雖然在途中有被誤會是抄襲因素而被取消名次，不過神魔之塔正向的回應態度再次地讓玩家感受的廠商的用心，而每一段時間都跟不同的異界合作，例如大富翁、軒轅劍、霹靂布袋戲等等，都讓玩家們非常期待，也達成了雙方共同利益的效果。長期的雙贏局面，讓這款遊戲開始得到知名遊戲冠軍的名譽，也讓這家遊戲公司在國際上享有名譽（維基百科，2017）。



圖 3 神魔之塔轉珠畫面

（二）Candy Crush Saga

Candy Crush Saga 是一種屬於益智類且消磨時間的遊戲，遊戲是以糖果為主題，而且糖果有分很多種，有分一般的糖果，例如三顆組成的即可消掉，還有特殊糖果，分為條紋、包裝、巧克力三種。以下針對特殊糖果說明其功能。

1. 條紋糖果：是由 4 個同樣的糖果一起組成的，消掉就會變成一顆條紋。
2. 包裝糖果：包裝糖果則是由六顆一樣的糖果所組成，消掉就會變成包裝糖果。
3. 巧克力：巧克力則是由五顆一樣的糖果組合成的一顆

巧克力。

這三種糖果在這遊戲裡面非常的好用，它有多種搭配像是包裝糖果跟條紋糖果兩個互用的話，會變成巨大糖果，可以把它旁邊直的跟橫的各3行刷掉。

如果你擔心在關卡要結束時，卻還沒達成任務的話，可以利用道具像是果凍魚、甜甜圈及棒棒糖來幫助你。

例如，

- 1.果凍魚：會有各種同屬性的消掉。
- 2.甜甜圈：把橫的或直的一行用甜甜圈輾過去消掉。
- 3.棒棒糖：以搥打的方式讓糖果消掉。

最後也不用擔心沒達成標準跟任務，因為有些條紋或包裝糖果在最後沒有消掉的話，遊戲會在最後自動幫你消掉。



圖 4 Cady Crush Saga 遊戲畫面

(三) 王國紀元

王國紀元是一款多人連線的戰爭策略遊戲，玩家需要建立自己的王國，並且攻佔別人的領地。剛開始玩時只會有三塊地，通常會先蓋軍營、地窖、醫療所，軍營顧名思義就是用來生產兵力的；而地窖可以保護玩家的資源；醫療所則是讓別人進攻自己的王國時，兵力的損失不會太大。

基本的東西建設完之後，接下來就是最刺激的攻佔別人領地，被攻佔的領地都會有城牆和陷阱，而玩家首先要打掉的就是城牆，如此才能讓軍隊的傷亡降低，而隨著城牆的倒塌，被攻佔的王國將不得和玩家在平地交戰。

當佔領新的領地時，都會出現推薦的建築，每個領

地可以建設的建築都不太一樣。

軍營可以生產騎兵、戰士、弓兵、攻城器四種軍種，每個軍種都各有自己的剋星，雖然每一種軍種都剋攻城器，但攻城器用來攻打城牆相當好用。



圖 5 王國紀元遊戲畫面

四、遊戲玩家年齡層

早期消費者都是年輕男性玩家，而到了 2000 年已經有四成的玩家都是女性，美國有四分之一的銀髮族都有接觸過遊戲，而在當代遊戲是往多人遊戲方面發展，好讓玩家可以擴展交際圈，但有其他女性玩家遊玩時，遊戲開始往多方面發展。

根據國發會調查，台灣在 105 年時，12 歲以上使用行動裝置上網的使用率為 79.7%，而電腦的使用率為 77.7%，行動裝置上網的使用率第一次超過電腦，顯示行動裝置盛行之後，民眾因為行動裝置的便利性，從原本的使用電腦上網，改成使用手機上網。調查顯示，50 歲以上的民眾上網的設備，大部分都是電腦；而 18~39 歲的民眾上網大部分都是使用行動裝置

根據瘋頭遊戲公司的統計，神魔之塔的遊戲玩家有將近 80% 是男性，而女性玩家則大概有 25%；Candy Crush Saga 是非常熱門的一款遊戲，玩家的年齡層大概都在 15~20 歲左右。（林承吉、張嘉予，2014）

五、消費者對遊戲的需求

對於遊戲的需求，在 1960 年初，消費者主要是來打發時間，而到了 2000 年初，開始出現了電視遊戲之後，消費者的需求開始轉變為要有史詩般的音效，更好的畫質以及更加豐富的劇情。

根據調查顯示（詹曜澤、余銘忠，2014），玩家最重視的遊戲要素排名依序為遊戲的畫面、遊戲的內容是否多樣化、遊戲的社交功能等等。表 2 是根據上述兩位作者的研究調查所做出的統整：

表 2 消費者對於遊戲的需求因素

排名	因素
1	遊戲的畫面、畫風精緻
2	遊戲內容豐富性
3	社交功能
4	操作容易上手
5	遊戲的促銷
6	遊戲的便利性
7	提供免費試玩
8	遊戲的操作方式
9	定期遊戲更新
10	遊戲的廣告
11	遊戲的價錢
12	玩一場遊戲所要花的時間

資料來源：詹曜澤、余銘忠，2014

參、研究方法

根據本小組所欲達成的研究目的及初步的文獻探討，本研究採取兩個研究方法，分別是用質性訪談法來初步蒐集行動遊戲玩家的消費行為、喜好、及需求，釐清消費者潛在的需求，接下來再採取問卷調查法大量驗證初步的分析推論。

一、訪談法：

深度訪談法是訪問者與受訪者一對一進行形式的訪問法，且是質化研究常採用的蒐集資料方法，訪談者透過與受訪者之間訪問的過程、訪問內容中，分析出受訪者的態度、想法等。Marshall 及 Rossman (1995) 認為深度訪談是含有目的交談，訪談者藉由這些過程，透過受訪者對某項事物的了解，藉此知道受訪者對於問題的認知和建構。Misher (1986) 則認為，訪談是互相交談的活動，是訪問者與受訪者建立共同意義的一種過程。受訪者並不是將心中所想的如實呈現出來，而是透過讓他們可以理解的方式，重新建構過去的經驗與歷

史。

本研究採取半結構訪談，訪問者會事先擬定訪談的問題大綱，但並不會給予固定的答案，讓受訪者可以依據所問的問題自由回答，而訪談的內容可依照受訪者的反應做應對。本研究在職行訪談時，分成兩部分，第一部分除了針對受訪者的個人基本資料如年齡、職業、性別蒐集外，也針對受訪者的消費行為如每天玩手機遊戲的時間數、每月花在行動遊戲的費用、即開始接觸行動遊戲的年齡做了解。

第二部分則深入了解受訪者對行動遊戲的態度、偏好、動機等議題，以下為本研究的訪談大綱。

- (一) 請列出你最喜歡玩的前三名？喜歡的理由是？
- (二) 開始玩行動遊戲的動機（甚麼人/事引發你開始玩行動遊戲？）為什麼？
- (三) 玩行動遊戲時，最讓你喜歡（享受）的是甚麼？
- (四) 玩行動遊戲時，讓你不喜歡（不享受）的是甚麼？
- (五) 哪個時段是你最常玩行動遊戲的時段？為什麼？
- (六) 現在每當你想玩遊戲時，主要是甚麼原因？（打發時間？無聊？空虛？挑戰？社交？...等等）為什麼？
- (七) 若一整天（或一整個星期）不讓你玩，妳會有甚麼樣的感覺/行為...？為什麼？
- (八) 若可以讓你跟遊戲公司建議，你會建議他們甚麼？
- (九) 過去是否玩過 PC 遊戲？你認為行動遊戲以及 PC 遊戲的差別
- (十) 當你可以玩行動遊戲及 PC 遊戲時，你會選擇玩哪個？為什麼？

二、問卷調查法

本組經過文獻探討，大量蒐集網路文章、相關的論文與書籍、以及質性研究的分析結果等，藉此了解手機遊戲玩家的消費者特性。並依此為根據，透過「問卷調查法」來驗證行動遊戲玩家對於遊戲有哪些需求，最後根據問卷的驗證結果，提出結論與建議。

三、研究工具與樣本

本研究使用之工具及樣本，根據問卷內容、施測和樣本資料等各項說明，如下：

(一) 問卷內容說明

本研究使用之工具為自行設計問卷，問卷名稱為「行動遊戲問卷訪談」，經過文獻探討、深度訪談所蒐集的資料分析結果，並與指導老師深入討論做了多次修改後設計而成。主要針對行動遊戲玩家的消費行為及對於遊戲的需求作調查。

(二) 問卷施測說明

本研究以高雄市內 15~18 歲的年齡族群作為施測對象。書面問卷發放總數共 150 份，回收 150 份，有效問卷 135 份，無效問卷 15 份，有效問卷回收率達 90%。

肆、研究結果

一、質性研究結果

此次質性研究的受訪者共有 9 位民眾，4 位為女性、5 位為男性。受訪者年齡有 4 位為 15~20 歲、2 位年齡為 21~25 歲，3 位年齡為 26~30 歲。其中 1 位為保險電話客服人員，6 位服務業，學生 2 位 1 位為高職 1 位則是大學，已婚只有 2 位其他皆未婚。本研究的受訪者資料如表 3：

表 3 受訪者資料

性別	年齡	職業	手遊年資	平均每日玩的時間	每月花的錢
女	28 歲	保險 客服人員	7 年	不到 1 小時	0 元
女	20 歲	學生	6 年	5-6 小時	150 元
女	17 歲	學生	2 年	1-2 小時	0 元
女	25 歲	服務業	5 年	8 小時	400 以下
男	20 歲	服務業	6 年	5-6 小時	150 元
男	28 歲	咖啡師	2 年	2-3 小時	100 以下
男	22 歲	見習廚師	3 年	4 小時	0 元
男	20 歲	廚房助手	5 年	5-6 小時	500 以下
男	30 歲	廚房師傅	1 年	2 小時	200 以下

本小組的訪談結果發現，在九位受訪者中，神魔之塔是最受喜愛的遊戲（5 位），而喜歡神魔之塔的理由，多數表示為喜歡遊戲過關的感覺。第二受歡迎的遊戲為 Candy Crush，喜歡的理由則是跟朋友炫耀。熊大農場跟旅遊大亨也分別受到一位受訪者的青睞。

在玩家玩行動遊戲的動機方面，主要是因朋友介紹（4位）及廣告（3位）的因素，另外無聊（1位）及因為喜歡數獨遊戲而開始玩手機遊戲（1位）也是受訪者的動機。

多數玩家討厭行動遊戲伺服器常斷線（3位），覺得操作太複雜的（2位），其他討厭花錢變強、關卡太難、討厭打輸的則各佔1位。玩家多半喜歡在睡前玩遊戲（4位）原因是打發時間，有些則喜歡在下班後玩（2位）因為可以放鬆心情，其他有2位喜歡在下課之後玩1位有空閒就會玩。如果不能玩行動遊戲的話，玩家會改看電視、玩電腦的各有2位，而買數獨玩和陪家人聊天、去睡覺的則各佔1位。

多數玩家建議行動遊戲可以多一點獎勵（5位），而希望伺服器穩定點和希望能舉辦粉絲活動、有積分制以及希望不要改版改太多的各佔1人。

大部分玩家認為電腦和手機的差別在於視覺上的感受不一樣（2位）、方便性（2位）、內容豐富性（2位），如果可以選擇玩行動遊戲和PC遊戲，多數人選擇玩行動遊戲（5位）。

二、量化研究結果

（一）樣本資料

以下為回收樣本之基本資料的統計分析，可藉此了解樣本的基本分佈。

1. 在性別方面，以男性的填答率較高，占了全部填答者的63%，而女性則是36%。
2. 在年齡方面，以16~19歲的填答比率最高，占了全部填答者的73%，其次為12~15歲(18%)、20~23歲(5%)、23歲以上(4%)。
3. 行動遊戲玩多久的比率，以5~6年所佔比率最高，占了全部填答者的28%，其次為3~4年(26%)、7年以上(21%)、1~2年(11%)、不滿1年(8%)。
4. 在每月個人可支配所得方面，以1000以下的填答率最高，占了全部填答者的46%，其次為1000~1999(20%)、4000以上(19%)、3000~3999(8%)、2000~2999(6%)。
5. 每月花在行動遊戲上的金額，以100元以下的填答率占最高，占了全部填答者的69%，其次為100~300(9%)、1000元以上(9%)、301~500(6%)、801~1000(4%)、501~800(1%)。
6. 每天平均花在行動遊戲上的時間，以1~2小時的填答率

最高，占了全部填答者 31%，其次為 3~4 小時(19%)、5~6 小時(18%)、不滿 1 小時(17%)、7 小時以上(10%)。

(二)研究結果

根據本研究設計之問卷題目的順序，單選題探討結果如下：

1. 最喜歡玩的行動遊戲類型？

如圖 7 所示，受訪者填寫「角色扮演」的占 49%，「休閒益智」占 18%，「模擬經營」占 11%，「解謎」占 4%，「動作冒險」占 7%。其中填「角色扮演」的占最多比率，顯示多數玩家喜歡在遊戲中扮演一個或多個角色，其次則是「休閒益智」，顯示部分玩家喜歡玩一些簡單，且可以動腦的遊戲。

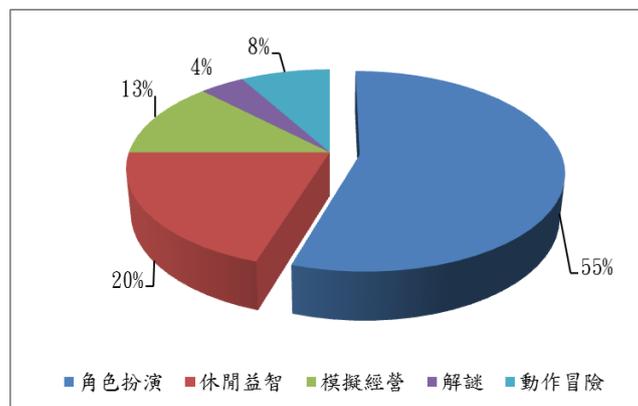


圖 6 玩家喜愛的遊戲類型

2. 您最喜歡玩的行動遊戲名稱？

如圖 8 所示，受訪者填寫「傳說對決」的有 33%，「其他」占 15%，「神魔之塔」占 11%，「王國紀元」占 8%，「英雄爭霸」及「陰陽師」各占 7%，「Candy Crush」占 6%，「寶可夢」占 3%，「YASU:第 7 搜查課刑事檔案」占 2%，「自由之戰」、「勇者客棧」、「超級冒險家」各占 1%。其中填「傳說對決」的占最多比率，顯示多數人喜歡玩「傳說對決」，其次則是戰爭策略的「王國紀元」。

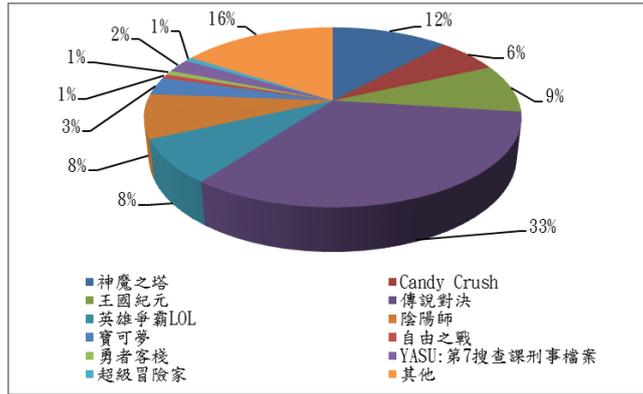


圖 7 玩家喜愛的遊戲

3. 玩行動遊戲時，你最喜歡(享受)的是?

如圖 9 所示，受訪者填寫「跟朋友玩的開心感覺」的占 37%，「贏的競爭感覺」占 33%，「可以用頭腦思考的感覺」占 10%，「過關斬將的挑戰感覺」占 7%，「其他」占 5%，「聲光效的刺激感覺」占 4%。其中比率最高的是「跟朋友玩的開心感覺」，顯示多數人都喜歡有社交功能的遊戲，其次則是「贏的競爭感覺」，顯示部分的玩家喜歡有比賽機制的遊戲。

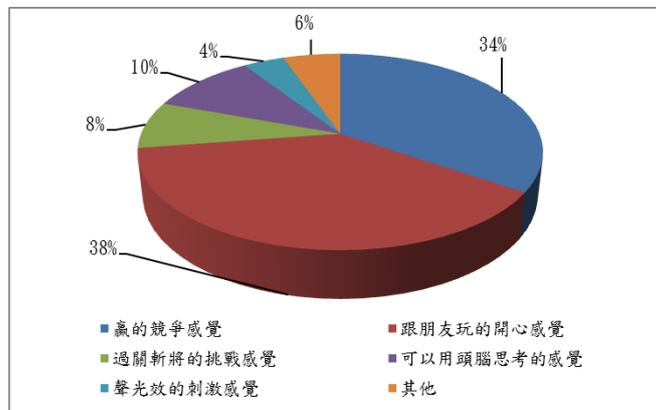


圖 8 玩家最喜歡遊戲的特點

4. 玩行動遊戲時，讓你最不喜歡(不享受)的是?

如圖 10 所示，受訪者填寫「遇到豬隊友」的占 25%，「需花錢升級強度」占 23%，「關卡太難無法破關」及「置入性廣告太多」各占 13%，「系統不穩」占 12%，「沒有朋友一起玩」及「畫面不美」各占 4%，「操作複雜」、「有陌生人加入」、「故事內容無趣」、「其他」都各占 1%。其中填寫「遇到豬隊友」和填寫「需花錢升級強度」的比率相近，顯示多數人

喜歡和實力相近的玩家組隊，且不喜歡需花錢升等的遊戲。

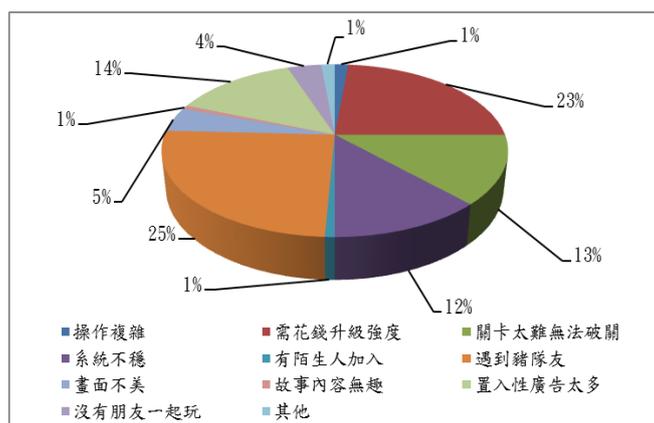


圖 9 玩家最不喜歡遊戲的特點

5. 通常是甚麼原因讓你想拿起手機開始玩遊戲?

如圖 11 所示，受訪者填寫「覺得無聊時」的占 29%，「想打發時間」占 27%，「想放鬆心情」的占 17%，「想與人互動」的占 14%，「想挑戰」的占 9%，「想假裝有事情可做」及「想讓自己看起來跟周邊的人一樣」各占 1%。其中「覺得無聊時」所占的比率最高，顯示多數人都是因為無聊才玩行動遊戲的。

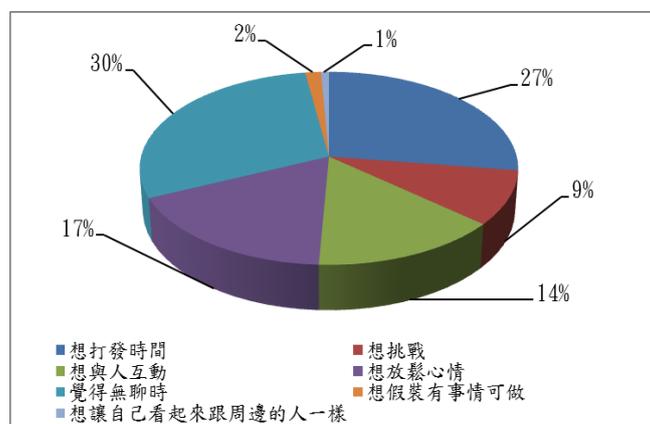


圖 10 通常是甚麼原因讓玩家拿起手機玩遊戲

6. 若你的手機壞了，無法玩行動遊戲，你會?

如圖 12 所示，受訪者填寫「玩電腦遊戲」的占 31%，「看電視」的占 17%，「看書」占 13%，「出外踏青」占 8%，「補眠」占 7%，「看電影」占 6%，「發呆放空」占 3%，「找朋友聊天」占 7%，「其他」占 5%。其中填寫「玩電腦遊戲」所占的比率最高，顯示多數人除了行動遊戲外，也很喜歡電腦遊戲。

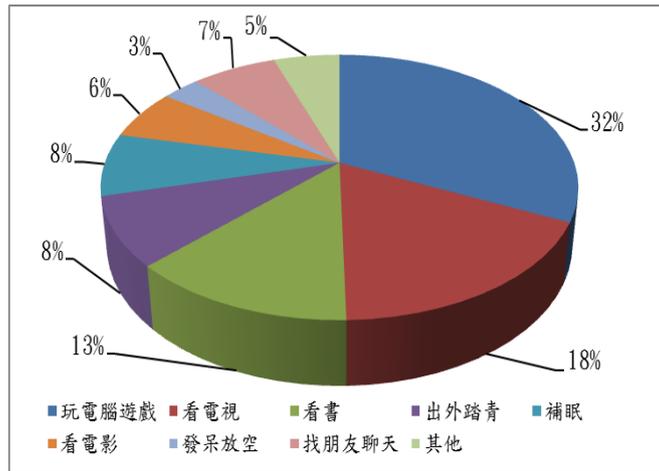


圖 11 不能玩行動遊戲時玩家會如何

1. 您最常玩行動遊戲的時機?

受訪者中填寫「一回到家」的占 42%，「等待時間」占 26%，「睡覺前」占 17%，「通勤中」占 12%，「上班/上課空檔」占 4%，「上課中/上班中」及「其他」各占 2%，「走路時」占 1%。

8. 您對行動遊戲最重視的項目?

受訪者中填寫「遊戲的畫面、畫風精緻」的占 39%，「遊戲內容豐富性」占 36%，「具社交功能」及「操作容易上手」各占 9%，「可免費試玩」、「遊戲的便利性」、「遊戲的價錢」各占 4%，「遊戲的操作方式」占 6%。

伍、結論與建議

一、結論

研究結果顯示，多數玩家喜歡角色扮演，且喜歡有競爭性可以和朋友玩的遊戲，遊戲畫面的設計玩家也相當重視；多數玩家不喜歡花錢升級，也不喜歡有豬隊友。大部分玩家都是無聊的時候想打發時間才玩遊戲，在等待的時間(等車、排隊等)也幾乎都會拿手機起來玩遊戲。

二、建議

1. 建議企業在研發新遊戲時，可在角色扮演上多增加豐富度與選擇性。
2. 建議設計可以邀請朋友的機制，在和朋友遊玩方面，還可以

- 有群組內邀請過濾的機制。
3. 在升級的部分，建議可以設計一些累積點數升級的部分，而不須每次都要花錢，降低遊戲的進入門檻。
 4. 遊戲的畫面精緻性及內容豐富性是消費者相當在乎的點，建議企業多培養繪畫、設計方面的人才，才能豐富遊戲的畫面及內容。
 5. 建議企業在行銷推廣時，可連結等待時間與遊戲，並設計一些可以讓玩家短時間玩一個段落的遊戲。
 6. 手機遊戲跟電腦遊戲互相替代性高，如何把電腦遊戲的玩家吸引過來，是行動遊戲公司須深入思考的點。

參考文獻

- [1]資策會。2017年11月5日，取自 [http：
//archive.eettaiwan.com/www.eettaiwan.com/ART_8800697783_622964_NT_85652ce7.HTM](http://archive.eettaiwan.com/www.eettaiwan.com/ART_8800697783_622964_NT_85652ce7.HTM)
- [2]葉思義。2017年11月5日，數位遊戲設計達人講座
- [3]維基百科。2017年11月7日，取自 [https：//zh.wikipedia.org/wiki/Madhead](https://zh.wikipedia.org/wiki/Madhead)、
[https：//zh.wikipedia.org/wiki/King_
\(%E9%81%8A%E6%88%B2%E5%85%AC%E5%8F%B8\)](https://zh.wikipedia.org/wiki/King_(%E9%81%8A%E6%88%B2%E5%85%AC%E5%8F%B8))、[https：
//zh.wikipedia.org/wiki/IGG](https://zh.wikipedia.org/wiki/IGG)
- [4]維基百科。2017年11月10日，取自 [https：
//zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A5%9E%E9%AD%94%E4%B9%8B%E5%A1%94](https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A5%9E%E9%AD%94%E4%B9%8B%E5%A1%94)
- [5]林承吉、張嘉予。2017年11月12日，手指一滑「糖」：Candy Crush Saga，
取自 [http：//www.shs.edu.tw/works/essay/2014/03/2014031510485064.pdf](http://www.shs.edu.tw/works/essay/2014/03/2014031510485064.pdf)
- [6]詹曜澤、余銘忠。2017年11月13日，探討行動遊戲玩家偏好因素之研究，
取自 [http：//dba.kuas.edu.tw/files/archive/1295_209d2d57.pdf](http://dba.kuas.edu.tw/files/archive/1295_209d2d57.pdf)

附錄一

行動遊戲問卷訪談

親愛的同學您好：

我們是高英工商資料處理科的學生，正在進行關於行動遊戲的專題製作，需要您的意見參考，您的填答對於我們有莫大的幫助，您所填寫的個人資料絕對保密，請放心填寫，感恩您接受我們的調查，預祝您永保安康、學業進步。

高英工商資料處理科
指導老師：盧沛明老師
學生：許容嘉
黃郁婷
鍾德昌

一、基本資料

- 1、是否有在玩行動遊戲：有 沒有
- 2、性別：男生 女生
- 3、年齡：12~15歲 16~19歲 20~23歲 23歲以上
- 4、從第一次玩行動遊戲至今有幾年：1年以下 2~3年 4~5年 6年以上
- 5、您每月個人可支配所得：500以下 501~999 1000~1999
2000~2999 3000~3999 4000以上
- 6、您每月花在行動遊戲上的金額：100元以下 150~300元 350~500元
1000以上
- 7、您每天平均玩多少小時的行動遊戲：少於1小時 1~2小時 3~4小時
5小時~6小時 7小時以上

二、問卷調查內容

- 1、您最喜歡玩的行動遊戲類型(單選)：角色扮演(例:英雄爭霸 LOL) 休閒益智(例:Candy Crush) 模擬經營(例:勇者客棧) 解謎(例:YASU:第7搜查課刑事檔案) 動作冒險(例:超級冒險家)
- 2、您最喜歡玩的行動遊戲:神魔之塔 Candy 王國紀元 傳說對決
陰陽師 寶可夢 自由之戰 其他_____

3、玩行動遊戲時，最讓你喜歡(享受)的是：可以與別人競爭(例如排名) 跟朋友一起玩 過關的感覺 可以用頭腦思考 其他_____

4、玩行動遊戲時，讓你不喜歡(不享受)的是：操作複雜 要花錢才會比較強 關卡太難無法破關 其他_____

5、每當你想玩遊戲時，主要是甚麼原因：打發時間 覺得無聊 覺得空虛 想挑戰 想交朋友 想放鬆心情

6、若一整天(或一整個星期，看他玩得頻率)不讓你玩，妳會有甚麼樣的感覺：會覺得難受 會做其他事情(像是看電視、玩電腦) 不會怎樣

7、請選出三個您最常玩行動遊戲的時機，並以1(最常)、2(次常)、3(第三常)表示：等待時間(等車/等餐/等人) 通勤中(搭乘交通工具時) 上班/上課空檔時間 睡覺之前 上課中/上班中 完成一天的工作/課業後

8、請選出三項您玩行動遊戲最重視的項目，請以1(最重視)、2(第二重視)、3(第三重視)表示：遊戲的畫面、畫風精緻 遊戲內容豐富性 社交功能 操作容易上手 免費試玩 遊戲的便利性 遊戲的廣告 遊戲的操作方式 遊戲的價錢 其他_____

9、若可以讓你跟遊戲公司建議，你會建議他們甚麼：
