

致理科技大學應用日語系

一一二學年度畢業實務專題報告

寶可夢之多媒體行銷與

經濟效益關聯性

指導老師：吳米淑

組員：10922111 李丞翊

10922217 洪皓詳

10922224 王為誠

10922226 胡皓凱

10922228 謝淳安

10922229 謝峪棋

10922249 陳宗民

2024 年 1 月

實務專題報告授權書

本授權書所授權之實務專題研究報告為授權人共____位於致理科技大學應用日語系____學年度第____學期完成之實務專題報告。

實務專題報告題目：

同意授權，開放全文檢索

不同意授權，僅開放書目資料及索引摘要相關資訊

(上述同意與不同意之欄位若未勾選，則視該組同學皆同意授權)

授權人茲將本報告電子檔與紙本裝訂成冊後，以非專屬、無償方式授權致理科技大學(以下簡稱本校)得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟或數位化等各種方法收錄、重製與利用；為助益完整典藏全校之學術研究成果，同時提升學術產出之能見度及影響力，同意應用日語系辦公室留存，且本校圖書館得將本報告收錄於本校機構典藏系統，作者仍保有著作權；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行線上檢索、閱覽、下載或 列印。授權人保證本報告係本組之原始創作，且並未侵犯任何人之智慧財產權。

指導教師：_____ (請親筆正楷簽名)

授 權 人：

學號：_____ 學生姓名：_____ (請親筆正楷簽名)

中 華 民 國 年 月 日

※本授權書請以黑筆撰寫，並裝訂於報告封面頁之次頁。

原創性報告

24%
相似度指數

23%
網際網絡來源

1%
出版物

1%
學生文稿

主要來源

1	zh.wikipedia.org 網際網絡來源	8%
2	gnn.gamer.com.tw 網際網絡來源	4%
3	asia.pokemon-card.com 網際網絡來源	2%
4	wiki.52poke.com 網際網絡來源	1%
5	sites.google.com 網際網絡來源	1%
6	ja.wikipedia.org 網際網絡來源	1%
7	nccur.lib.nccu.edu.tw 網際網絡來源	1%
8	mbalook.blogspot.com 網際網絡來源	1%
9	zh.unionpedia.org 網際網絡來源	<1%

中文摘要

近年來，寶可夢的熱度直線上升，彷彿又再次回到了寶可夢的巔峰時期，而喜愛寶可夢的粉絲也從日本擴散到了全世界，粉絲的年齡層更是從小孩到青少年甚至是大人也無法抵擋寶可夢的魅力，寶可夢這個系列從 1996 年出現後就一直陪伴著各個世代的小孩成長，在這之間我們非但沒有減少對他的熱愛甚至越陷越深，這讓我們不禁想探討寶可夢系列的魅力以及他所帶來的經濟效益。

如今寶可夢在經濟與文化方面已經是目前社會上重要的存在，任何東西只要跟寶可夢有關聯就會有很高的人氣，因此本組決定研究寶可夢這一產業鏈究竟能夠創造多少價值。首先，了解寶可夢的誕生以及設計理念，再進行文獻分析，以及多媒體行銷及虛擬周邊帶來的經濟效益和品牌效益。本研究專題針對「寶可夢產品系列」、「行銷策略」、「經濟效益」、「品牌忠誠度」加以分析，不區分年齡、地區和職業，已蒐集相關資料和問卷調查的方式進行研究。

研究結果顯示，其一，由於寶可夢為大部分現代人的童年回憶，因此寶可夢商品都擁有一定的消費客群，且目標客群在即使對於某種寶可夢商品沒有特別的偏好也依然會去消費。其二，寶可夢對經濟、社會和文化都產生了深刻的影響，透過各種媒體的傳播，寶可夢如今已成為無人不知的存在。

關鍵字：寶可夢、行銷策略、經濟效益、品牌忠誠度

日本語要旨

最近、ポケモンは再び全盛期に戻ったかのように、その人気が急上昇している。ポケモンを愛するファンは、日本から世界中に広がり、ファンの年齢層は子供から青年、大人に至るまで、ポケモンの魅力に抗することができない。ポケモンは 1996 年に登場して以来、各世代の子供たちの成長と共に、私たちはその愛を減らすどころか、ますます深まっている。そこで、ポケモンシリーズの魅力と、それがもたらした経済的利益を探求したくなる。

ポケモンが経済や文化の面で社会的に重要な存在となっている現在、ポケモンに関連するものは何でも人気になるため、本組はポケモンの産業チェーンがどれだけの価値を生み出すことができるかを研究することにする。まず、ポケモンの誕生とデザインコンセプトについて理解し、文献の分析、マルチメディアマーケティング、バーチャルグッズがもたらした経済的利益やブランド価値について探求する。本研究では、「ポケモンシリーズ」、「マーケティング戦略」、「経済的利益」、「ブランド忠誠度」を分析し、年齢、地域、職業に関わらず、関連データとアンケート調査を収集して研究を行った。

研究結果は以下の通りである。第一に、ポケモン関連の商品は、一定の消費者層を持っており、特定のポケモン商品に特別な偏りがなくても、ターゲット層は消費を行うことが明らかになった。第二に、ポケモンは経済、社会、文化に深い影響を与えており、様々なメディアを通じて今では誰もが知らない存在であることがわかる。

キーワード：ポケモン、マーケティング戦略、経済的利益、ブランド忠誠度

目錄

中文摘要.....	
日本語要旨.....	
目錄.....	I
圖目錄.....	III
表目錄.....	IX
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究流程.....	3
第二章 寶可夢相關產品介紹.....	4
第一節 何謂寶可夢.....	4
第二節 掌機.....	5
第三節 寶可夢集換式卡牌遊戲.....	24
第四節 寶可夢動畫版.....	31
第五節 手機遊戲.....	37
第六節 寶可夢電子機台.....	48
第七節 小結.....	62

第三章 寶可夢之行銷手法分析.....	63
第一節 寶可夢掌機遊戲之行銷分析及統整.....	63
第二節 寶可夢動畫之推廣分析及統整.....	65
第三節 寶可夢手遊之行銷分析及統整.....	67
第四節 寶可夢電子機台之行銷分析及統整.....	71
第五節 寶可夢卡牌遊戲之行銷分析及統整.....	73
第六節 小結.....	82
第四章 問卷調查與分析.....	83
第一節 問卷目的與架構.....	83
第二節 問卷對象.....	83
第三節 問卷設定.....	83
第四節 問卷結果分析.....	84
第五章 結論與建議.....	102
參考文獻.....	104
專題報告修正要點.....	108
組員工作分工表.....	109

圖目錄

圖 1-3-1 研究流程.....	3
圖 2-2-1 初代開機畫面.....	5
圖 2-2-2 紅/綠/藍/皮卡丘.....	7
圖 2-2-3 火紅.....	8
圖 2-2-4 葉綠.....	8
圖 2-2-5 金/銀/水晶.....	9
圖 2-2-6 心金.....	10
圖 2-2-7 魂銀.....	10
圖 2-2-8 紅寶石/藍寶石/綠寶石.....	11
圖 2-2-9 終極紅寶石.....	12
圖 2-2-10 起源藍寶石.....	12
圖 2-2-11 鑽石/珍珠，白金.....	13
圖 2-2-12-晶燦鑽石/明亮珍珠.....	14
圖 2-2-13 -黑/白.....	15
圖 2-2-14 -黑 2.....	16
圖 2-2-15 白 2.....	16
圖 2-2-16 X/Y.....	17
圖 2-2-17 太陽/月亮.....	18
圖 2-2-18 究極之日.....	19
圖 2-2-19 究極之月.....	19
圖 2-2-20 Let's Go! 皮卡丘/Let's Go! 伊布.....	20

圖 2-2-21 劍/盾	21
圖 2-2-22 劍/盾 DLC.....	21
圖 2-2-23 阿爾宙斯.....	22
圖 2-2-24 朱/紫.....	23
圖 2-3-1 「丹帝」& 「噴火龍」HR.....	24
圖 2-3-2 對戰場地.....	25
圖 2-3-3 基礎&進化寶可夢.....	26
圖 2-3-4 皮卡丘 V.....	27
圖 2-3-5 皮卡丘 VMAX.....	27
圖 2-3-6 阿爾宙斯 Vstar	27
圖 2-3-7 故勒頓 ex.....	28
圖 2-3-8 弱丁魚 GX.....	28
圖 2-3-9 皮卡丘&傑克羅姆 TAG TEAM	28
圖 2-3-10 物品卡.....	29
圖 2-3-11 道具卡.....	29
圖 2-3-12 支援者卡.....	29
圖 2-3-13 競技場卡.....	30
圖 2-3-14 能量卡.....	30
圖 2-3-15 特殊能量卡.....	30
圖 2-4-1 地平線宣傳圖.....	36
圖 2-5-1 《Pokemon GO! 》遊戲 icon.....	37
圖 2-5-2 《Pokemon GO!》遊戲宣傳圖.....	38

圖 2-5-3 爆紅之作 (Breakout Hit) 獎項圖	39
圖 2-5-4 《Pokemon Masters EX 寶可夢大師 EX》遊戲 icon	40
圖 2-5-5 《Pokemon Masters EX 寶可夢大師 EX》營收長條圖	41
圖 2-5-6 《Pokemon Masters 寶可夢大師》遊玩畫面示意圖	42
圖 2-5-7 Pokémon UNITE (寶可夢大集結) 》遊戲 icon.....	43
圖 2-5-8 2021 年 9 月全球手機遊戲下載排行.....	44
圖 2-5-9 《Pokémon UNITE (寶可夢大集結) 》遊玩畫面示意圖	45
圖 2-5-10 Pokémon Quest 寶可夢探險尋寶》遊戲 icon	46
圖 2-5-11 Pokémon Quest 寶可夢探險尋寶》遊玩畫面示意圖	47
圖 2-6-1 寶可夢三隻對戰組 logo.....	49
圖 2-6-2 寶可夢三隻對戰組機台樣貌.....	50
圖 2-6-3 寶可夢三隻對戰組卡匣樣式.....	50
圖 2-6-4 寶可夢 TREETALOGO	52
圖 2-6-5 寶可夢 TREETALOGO 機台樣貌	52
圖 2-6-6 寶可夢 TREETALOGO 卡匣樣式	53
圖 2-6-7 寶可夢 Ga-Olé LOGO.....	55
圖 2-6-8 寶可夢 Ga-Olé機台樣貌.....	55
圖 2-6-9 寶可夢卡匣樣式.....	56
圖 2-6-10 寶可夢目標之星 LOGO.....	58
圖 2-6-11 寶可夢目標之星機台樣貌.....	58
圖 2-6-12 寶可夢目標之星卡匣	59
圖 2-6-13 ポケモンカードゲームガチャ.....	60

圖 2-6-14 ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT.....	60
圖 2-6-15 ポケモンメガゲット!.....	60
圖 2-6-16 寶可夢機台日本發行時間軸.....	61
圖 2-6-17 寶可夢機台台灣代理時間軸.....	61
圖 3-5-1 寶可夢預組.....	74
圖 3-5-2 寶可夢補充包.....	74
圖 3-5-3 寶可夢禮盒.....	74
圖 3-5-4 卡璞・蝶蝶-GX.....	75
圖 3-5-6 古茲瑪.....	75
圖 3-5-7 阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX.....	76
圖 3-5-8 異圖阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX.....	76
圖 3-5-9 HR 阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞.....	76
圖 3-5-10 黃金 阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX.....	76
圖 3-5-11 3,300 萬莉莉艾.....	77
圖 3-5-12 一般版莉莉艾.....	78
圖 3-5-13 全圖版莉莉艾.....	78
圖 3-5-14 BSG 鑑定 10 分莉莉艾.....	78
圖 3-5-13 BGS 10 分初版噴火龍.....	79
圖 3-5-14 皮卡丘自畫像.....	79
圖 4-1 問卷架構圖.....	83
圖 4-2 學歷.....	84
圖 4-3 年齡層.....	84

圖 4-4 職業類別	85
圖 4-5 月收入	85
圖 4-6 居住地	86
圖 4-7 最常接觸寶可夢系列	86
圖 4-8 曾經在寶可夢的哪些產品上進行消費	87
圖 4-9 在哪個產品上面消費量最多	87
圖 4-10 以 Switch 的寶可夢遊戲中，喜歡哪一個版本	88
圖 4-11 寶可夢 Switch 遊戲，吸引購買的原因為何	88
圖 4-12 即使寶可夢遊戲比其他系列遊戲貴仍然會購買嗎	89
圖 4-13 寶可夢動畫，吸引觀看得原因如何	89
圖 4-14 即使動畫評價很低，還是會是會收看嗎	90
圖 4-15 會因為觀看動畫後去購買周邊商品嗎	90
圖 4-16 曾經在周邊上消費多少金額	91
圖 4-17 寶可夢卡牌，吸引購買原因為何	91
圖 4-18 牌組變貴，仍然會購買嗎	92
圖 4-19 曾在卡牌上消費多少金額	92
圖 4-20 機台吸引消費原因	93
圖 4-21 機台價格變高，仍然會遊玩	93
圖 4-22 機台上消費多少	94
圖 4-23 遊玩寶可夢手遊原因	94
圖 4-24 遊玩寶可夢手遊原因	95
圖 4-25 曾經在哪款寶可夢手遊進行消費	95

圖 4-26 曾經在手遊消費多少金額.....	96
圖 4-27 曾經在哪裡參加過什麼活動.....	96
圖 4-28 吸引參加活動的原因.....	97
圖 4-29 是否促進新興文化發展.....	97
圖 4-30 是否為童年回憶.....	98
圖 4-31 是否促進觀光發展.....	98
圖 4-32 AR 技術是否可以促進觀光產業的發展.....	99
圖 4-33 POKEMON GO 是否有增加出門慾望.....	99

表目錄

表 2-2-1 掌機發售年份.....	6
表 2-4-1 無印.....	31
表 2-4-2 超世代.....	32
表 2-4-3 鑽石珍珠.....	32
表 2-4-4 超級願望.....	33
表 2-4-5 XY&XYZ.....	34
表 2-4-6 太陽月亮.....	35
表 2-4-7 新無印/旅途.....	36
表 2-6-1 寶可夢三隻組對戰.....	49
表 2-6-2 寶可夢 TREETA.....	51
表 2-6-3 寶可夢 TREETA 遊玩方式.....	51
表 2-6-4 寶可夢 Ga-Olé.....	54
表 2-6-5 寶可夢 Ga-Olé版本差異.....	56
表 2-6-6 寶可夢目標之星.....	57
表 2-6-7 其他街機.....	60
表 3-1-1 寶可夢遊戲發售時間、平台及銷量統整.....	63
表 3-3-1 行銷 4C，4C 的說明與解釋.....	68
表 3-3-2 Pokemon GO 行銷 4C 策略的分析.....	69
表 3-5-1 卡牌販售方式.....	74
表 3-5-2 各種稀有度之示意圖.....	76
表 3-5-3 加油莉莉艾各種稀有度之價格示意圖.....	78
表 3-5-4 何謂退環境之說明.....	80

第一章 緒論

第一節 研究動機

寶可夢作為本組組員的共同回憶，從電視動畫到電玩遊戲都承載著我們的童年。而我們發現寶可夢就算 20 多年前的作品到現在還能保持高人氣，例如只要有商品跟寶可夢聯名，都會吸引大量顧客消費，對於這個現象我們不經開始思考寶可夢系列人氣經久不衰的原因。而寶可夢創造的經濟效益究竟有多龐大？

寶可夢系列從最早的 1996 年 10 月 10 日開始發售的紅綠藍皮卡丘版本，到 2022 年 11 月 18 日開始發售的最新朱紫，至今已歷經 20 餘年，作為風靡全世界的作品之一，早已是家喻戶曉、人人皆知的系列，但是不論再怎麼有名的系列，終究還是會面臨可能要衰退的 1 日，然而本組發現每次只要寶可夢有遊戲新作上市，銷售量排行必定名列前茅，話題也一定會被炒得很高，且有很多平常不會涉獵這類型遊戲的實況主或網紅也都會跟著玩；寶可夢的相關的產品人氣依然是居高不下，以任天堂官方的資料為準，2019 年 11 月發行的《寶可夢劍/盾》，其銷量截至 2022 年 9 月統計已達到 2,537 萬套，且作為重製版於 2021 年 11 月發行的《寶可夢晶燦鑽石/明亮珍珠》，銷量也達到 1492 萬套，而最新於 2022 年 11 月 18 日販售的《寶可夢朱/紫》其全球累積販賣套數於發售後的 3 日突破 1000 萬套（其中日本國內佔 405 萬套）。此成績更創下任天堂遊戲主機軟體在發售後 3 天內國內／國外最高銷量紀錄；以寶可夢集換式卡牌遊戲(Pokémon Trading Card Game)以下簡稱 PTCG 為例，事實上 PTCG 早在 1996 年就已經發售，並已有日文版和英文版，然而臺灣卻在 2016 年才開始正式發售繁體中文版，但人氣依然很高，雖然跟自媒體大力推廣有關聯，但因為玩法跟圖面的關係，因此廣受客群喜愛，加上大部分的價格都不貴，一包卡包(5 張卡)約落在新台幣 50-150 元之間不等，且取得容易，超商就買得到，因此也很受大部分小孩的喜愛。因此本組的選擇從大眾最容易接觸的多媒體層面出發，了解寶可夢多年不衰的原因，以及消費者對於寶可夢相關產品的購買意識及行為，並且探討寶可夢系列的魅力以及如何在這麼長的時間裡維持熱度。

第二節 研究目的

根據蔡欣男(2021)的研究主要在探討消費者與收藏家的行為投資學與社會心理學的行銷與投資理論分析¹，並分享寶可夢卡牌收藏的美感與喜悅，並呈現投資、收藏結果的研究，有別於上述研究內容，本研究想探討的是寶可夢系列所帶來的龐大經濟效益，以及其歷久不衰的原因。

具體來說，以現在正流行的 PTCG 繁體中文版為例，會請很多網紅或藝人來進行介紹，同時各個卡牌店家也會固定舉辦店家賽來供玩家互相競技交流，且官方會時不時地舉辦大型比賽，例如：近期南港展覽館舉辦的 2022 及 2023 年度賽季地區聯盟²，每一年也都會舉辦世界大賽，會請各個國家的代表來互相競爭已取得好成績，台灣的少年選手孩童組也曾打入世界賽的四強，由上述可得知，想在比賽中取得好名次的話，需要隨著遊戲的當前環境，而改變或強化自己的牌組，也因此提高了卡牌跟補充包的銷售量。而卡牌本身的稀有度則是會有分等級，同一張卡會有不同的稀有度，例如：VMAX 噴火龍，一般版價格約落在新台幣 800-1,000 元(時價)³，異色版的約落在新台幣 5,000-10,000 元(時價)⁴，依卡片的狀況決定，狀況越好價格越高。

因此，本文將針對寶可夢系列所帶來的經濟效益進行研究分析，其中包含了動畫、漫畫、各類遊戲以及周邊商品等，並分析其人氣不斷的原因還有在各個時代的人氣以及影響。藉由參考相關書籍、報章雜誌、網路資訊以及實體訪問後統整資料並進行深度分析。

其研究方向分為以下二點：

1. 寶可夢產品為何能夠吸引到玩家？
2. 各個寶可夢產品能夠帶來如何的經濟效益。

¹ 蔡欣男(2021) 商用量產藝術品市場分析-個案寶可夢 PTCG 卡牌投資術，國立政治大學，經營管理碩士學程(EMBA)，碩士論文。

² 2022-2023 賽季地區聯盟賽—台北站資訊 2022 年 8 月 26 日閱覽。<https://vs.cga.gg/feed/143403> 2023 年 1 月 2 日閱覽。

³ 寶可夢卡牌噴火龍 VMAX 之價格參考來自蝦皮拍賣網站(文件登載日期未註明)。<https://reurl.cc/lvk2E9> 2023 年 1 月 2 日閱覽。

⁴ 寶可夢卡牌異色噴火龍 VMAX/BGS9 分之價格參考來自蝦皮拍賣網站(文件登載日期未註明)。<https://reurl.cc/Nq1g5k> 2023 年 1 月 2 日閱覽。

第三節 研究流程

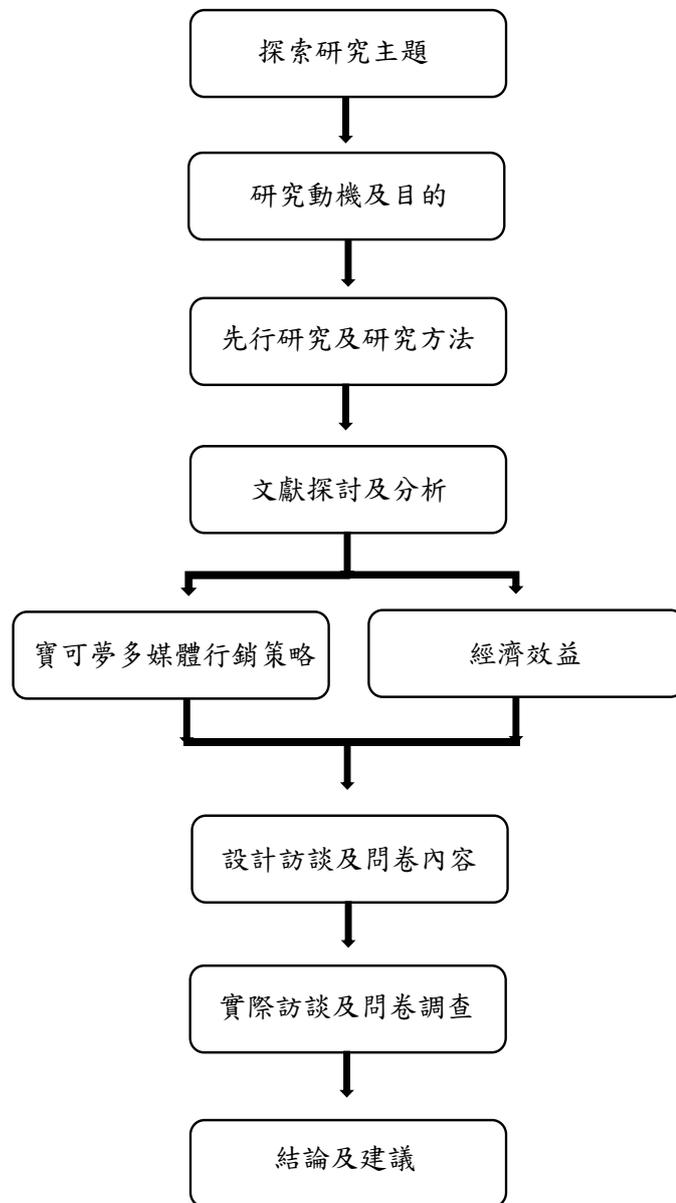


圖 1-3-1 研究流程

資料來源：本組組員繪製

第二章 寶可夢相關產品介紹

第一節 何謂寶可夢

寶可夢是充滿著許多秘密的神祕生物。一些寶可夢跟人類一起生活，一些是生活在野外，主要的特徵之一是一個精靈球收服他們，這樣就能夠隨身攜帶⁵。

《寶可夢》日文原名為「ポケットモンスター」、英文則是「POCKET MONSTER」。不過在中文正式定名為寶可夢前，都是使用《神奇寶貝》、《口袋小精靈》的譯名，其中又以《神奇寶貝》最廣為人知，因為當年遊戲並未代理並在地化翻譯，所以都是根據在中視播映的動畫版《神奇寶貝》翻譯來稱呼。

寶可夢的原點，是起源於 1996 年於掌上型遊戲主機「GAME BOY」推出的遊戲軟體「寶可夢 紅/綠」。由於創新的遊戲概念使得低年齡層玩家歡迎。接著透過口耳相傳和群體效應，以小學生為中心大為流行。且不只遊戲，隨後在 1997 年推出的寶可夢動畫，在寶可夢的魅力、獨特的世界觀以及主角小智和夥伴的友情和努力的劇情下，造成了動畫的大受歡迎。而這兩者可怕的加乘效應，一口氣點燃了寶可夢的社會現象等級的爆紅，且這種爆紅逐漸影響至全世界。

除了本家遊戲之外，還擁有各種衍生遊戲與作品，例如播映長達 15 年以上的長青動畫系列、持續連載中的漫畫作品、以及日本首個「國產」且在全世界販售累積 200 億枚的卡片遊戲-寶可夢集換式卡牌遊戲、周邊和各種連動商品，讓整個寶可夢已成為一條完整的產業鏈，粗估全世界產值累計已超過 4 兆日圓⁶。

⁵ 寶可夢是什麼 <https://hk.portal-pokemon.com/about/> 2023 年 7 月 10 日閱覽。

⁶ 「巴哈姆特」(《神奇寶貝》專題報導「紅綠」「金銀」篇 進入記憶迴廊回味經典時代)，2013 年 10 月 26 日 <https://gmn.gamer.com.tw/detail.php?sn=87652> 2023 年 7 月 10 日閱覽。

第二節 掌機

寶可夢作為現在最有人氣的 ip 之一，它的起源是來自 1996 年 2 月 27 號，由 GAME FREAK 發行的寶可夢-紅/綠遊戲卡帶，遊戲玩法是用精靈球捕捉寶可夢，並培育他們戰鬥的 RPG 遊戲，在當時，正值初代 PlayStation 和 SEGA SATURN 兩台強大家用主機上市不久，令掌上型主機相較之下弱勢許多。發售長達 6 年的 GAME BOY 也已經在生命末期。而身為全新作品的寶可夢其實也沒有特別受到關注，在推出後也只賣出了 23 萬套。但是，由於玩法強調「收集、養成、對戰、交換」的創新遊戲系統和獨特的世界觀而大受歡迎，在當時，能夠自己編輯隊伍戰鬥是很新的設計，同時也創造了雙版本發售，兩個版本各有各的限定寶可夢，因有眾多創新的概念，因此在日本引起話題，並在玩家間的口耳相傳、漫畫連載和推出動畫等多種因素的加乘之下，最終的銷售量遠遠超越當初預測的規模，初代四個版本總共賣出了超過 1000 萬套，成功拯救了當時的任天堂，同時也把掌上遊戲機產業給救活，也讓遊戲機市場的版圖翻盤！成為當時最賣座的作品之一，並且還只是計算日本國內的銷量，可以說如果沒有當年寶可夢的爆紅，也許現在掌機市場也不會發展興盛了⁷。



圖 2-2-1 初代開機畫面

資料來源：<https://reurl.cc/4WjZLD>

⁷ 「巴哈姆特」(《神奇寶貝》專題報導「紅綠」「金銀」篇 進入記憶迴廊回味經典時代)，2013 年 10 月 26 日 <https://gmn.gamer.com.tw/detail.php?sn=87652> 2023 年 7 月 10 日閱覽。

一、發售年份：

以下表格為各代發售年份：

表 2-2-1 掌機發售年份

名稱	紅、綠、藍、 皮卡丘版	金/銀	紅寶石、藍寶 石，綠寶石	火紅、葉綠
發售年份(西 元)	1996，皮卡 丘:1998	1999 水晶:2000	2002 綠寶石 2004	2004

名稱	鑽石/珍珠， 白金	心金/魂銀	黑/白	黑 2 白 2
發售年份	2006 白金 2008	2009	2010	2012

名稱	X/Y	終極紅寶石 起源藍寶石	太陽/月亮	究極之日 究極之月
發售年份	2013	2014	2016	2017

名稱	Let's Go!皮 卡丘/伊布	劍/盾	晶燦鑽石 明亮珍珠	阿爾宙斯	朱/紫
發售年份	2018	2019	2021	2022	2022

資料來源: <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998>

二、各代特色

(一) 紅/綠/藍/皮卡丘「ポケットモンスター赤/緑/青/ピカチュウ」

於1996年2月27日在日本首次發售紅/綠版。之後在1996年10月15日推出特別版的寶可夢藍，並在三年內推出了海外版的寶可夢紅/藍。1998年，由於皮卡丘人氣太高因而推出了同一版本的特別版皮卡丘版(也被稱為黃版)。

紅/綠版為寶可夢這一系列的開始，這款遊戲的推出帶來了一個全新的遊戲概念，玩家可以探索世界、捕捉寶可夢、培育隊伍並與其他玩家交流對戰，這種新穎的遊戲概念和連線功能使得寶可夢迅速成為一個引人入勝且受歡迎的遊戲系列。並奠定了之後系列的傳統要素，例如挑戰道館、聯盟、版本限定寶可夢必須透過「通信交換」取得、進化方式等⁸。



圖 2-2-2 紅/綠/藍/皮卡丘

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

⁸ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021年5月12日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023年7月13日閱覽。

1. 火紅/葉綠「ポケットモンスターファイアレッド/リーフグリーン」

於 2004 年推出重製版-火紅/葉綠，使用 Game Boy Advance 的硬體，玩家可以再次獲得以前的寶可夢，且一開始由於硬體限制，紅藍寶石版本無法將過去的寶可夢轉移到遊戲中，但藉由重製版則可以轉移，並且這些重製版本基於原版紅綠版本，進行了一些更新和改進⁹。



圖 2-2-3 火紅

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>



圖 2-2-4 葉綠

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

⁹ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021年5月12日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023年7月12日閱覽。

(二) 金/銀/水晶「ポケットモンスター金/銀/クリスタルバージョン」

封面為傳說寶可夢「鳳王」與「洛奇亞」。

為系列首次全彩畫面的作品，也是目前系列中唯一擁有兩代地圖的版本，並保留了前一世代的故事背景，新增惡屬性和鋼屬性兩個新屬性並引入了寶可夢對戰中攜帶道具的功能，增加了對戰的深度和難度。

新增要素：

- (1) 包包分類
- (2) 親密度系統
- (3) 異色寶可夢
- (4) 時間系統 (根據現實時間的變化，遊戲中天氣和出現寶可夢種類也會不同)
- (5) 性別差異
- (6) 孵蛋培育系統
- (7) 對戰設施 (對戰塔)
- (8) 新進化方式 (攜帶道具通信、親密度、時間)



圖 2-2-5 金/銀/水晶

資料來源：

<https://reurl.cc/m007X1>

於 2000 年發售寶可夢 水晶，封面為傳說寶可夢「水君」，為金/銀的加強版，且系列首次可以選擇主角性別還有首次添加了寶可夢的登場動畫，並從這一版開始，除了 X/Y 版和使用 Nintendo Switch 後的版本外，都有第三版或加強版，前者是封面神獸變成第三隻神獸，且遊戲中可抓取另外兩版的神獸，但故事內容基本上不變¹⁰。

¹⁰ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 12 日閱覽。

1. 心金/魂銀「ポケットモンスターハートゴールド/ソウルシルバー」

於 2009 年推出重製版-心金/魂銀，是金銀水晶的重製版本。遊戲系統進行了大翻新，採用了 NDS 的系統進行更新。借鑒了白金版的系統作為基礎進行改進。由於主機系統的升級，城都地區的內容變得更加豐富。遊戲中還將之前由於容量限制而刪除的內容重新加入，並增加了寶可夢的跟隨系統。當時購買心金版和魂銀版還會附送寶可夢計步器，使玩家能夠在沒有玩 NDS 的情況下與寶可夢一起冒險。通關後，還提供了一個管道讓玩家回到 1999 年版本的遊戲內容中體驗遊戲¹¹。



圖 2-2-6 心金

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>



圖 2-2-7 魂銀

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹¹ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 14 日閱覽。

(三) 紅寶石/藍寶石/綠寶石「ポケットモンスタービー/サファイア/エメラルド」

封面為傳說寶可夢「固拉多」與「蓋歐卡」。

無論音樂或畫面、戰鬥都有飛躍性突破第三世代的引入了許多新功能，如特性和性格。特性為寶可夢帶來被動技能，影響其能力和戰鬥表現，並增加了技能搭配的選擇。性格則影響寶可夢的能力值，使同樣的寶可夢在不同性格下表現不同。此外，遊戲中還新增了大量新的寶可夢，增加了養成的深度。

新增要素：

- (1) 寶可夢導航器
- (2) 雙打對戰
- (3) 寶可夢華麗大賽

於 2 年後發售綠寶石版，為紅寶石/藍寶石的加強版，封面神獸是烈空坐，並引入了一個特殊的挑戰關卡系統-對戰開拓區，玩家可以挑戰難度極高的戰鬥邊疆。此外綠寶石版本還具有獨特之處，能夠捕捉到烈空坐以及其他的二隻寶可夢神獸¹²。



圖 2-2-8 紅寶石/藍寶石/綠寶石

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹² 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 14 日閱覽。

1. 終極紅寶石/起源藍寶石「ポケットモンスターオメガルビー/アルファサファイア」

於 2014 年推出重製版-終極紅寶石/起源藍寶石，將當年的特色與 XY 版本的系統進行更新並重新發售。並使原版的兩隻神獸-固拉多與蓋歐卡獲得新的能力-原始回歸；重製版中的豐緣地區以 3D 方式呈現，並新增了騎乘神獸-拉帝歐斯和拉帝亞斯的專屬騎乘系統。此外，重製版還新增了名為 DELTA 篇的專屬劇情，以烈空坐為主角拯救世界¹³。



圖 2-2-9 終極紅寶石

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>



圖 2-2-10 起源藍寶石

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹³ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 14 日閱覽。

(四) 鑽石/珍珠，白金「ポポケットモンスターダイヤモンド/パール/プラチナ」

封面為傳說寶可夢「帝牙盧卡」與「帕路奇亞」。

隨著主機從 GameBoy Advance 轉為 Nintendo DS(以下簡稱 NDS)，遊戲的地圖呈現方式也逐漸轉變為 3D。主機轉換的結果，NDS 具備了 Wi-Fi 功能，使玩家可以透過網絡連線進行寶可夢的交換和對戰。這一代開始，玩家可以將之前培養的寶可夢轉移到新的遊戲版本中。同時，之前各個版本的更新內容也被納入新版本中，例如時間系統的升級，新增了黃昏和夜晚，招式也區分為物攻和特攻，以便提供更豐富的遊戲體驗。

新增要素：

- (1) 寶可錶
- (2) 新進化方式 (地點、招式、性別、隊伍中存在特定寶可夢)
- (3) 地下通道
- (4) 聯動功能
- (5) 無線對戰
- (6) 寶可夢超級華麗大賽



圖 2-2-11 鑽石/珍珠，白金

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

於 2008 年推出的加強版白金版不僅能捕捉鑽石版和珍珠版的神獸，還有專屬於白金版的神獸騎拉帝納。白金版中的騎拉帝納還擁有專屬於白金版的形態¹⁴。

¹⁴ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 15 日閱覽。

1. 晶燦鑽石/明亮珍珠「ポケットモンスターブリリアントダイヤモンド /シャイニングパール」

於 2021 年 11 月 19 日推出重製版-晶燦鑽石/明亮珍珠，採用了 Nintendo Switch 的系統進行遊玩。本作是由 ILCA 製作，並且是首個非 GAME FREAK 製作的《寶可夢》系列遊戲。除了原本的內容外也新增新世代有的功能，例如便利的寶可夢培育機制-對戰經驗分享、極限特訓、薄荷等。並新增新要素，例如延續了原版的地下通道並在本作升級為地下大洞窟，玩家可以在此挖掘道具和寶可夢的化石，建造秘密基地，且能夠通過網路與其他玩家一同遊玩¹⁵。



圖 2-2-12-晶燦鑽石/明亮珍珠

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹⁵ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 15 日閱覽。

(五) 黑/白「ポケットモンスターブラック/ホワイト」

封面為傳說寶可夢「雷希拉姆」與「捷克罗姆」。

這也是任天堂 DS 平台上最後的寶可夢系列遊戲。在此世代中，遊戲的圖形和地圖設計從點陣圖逐漸轉變為 3D 化，使遊戲畫面更加豐富和真實。

遊戲封面展示了黑色和白色的神龍作為代表。故事內容與前幾個世代的遊戲主軸相似，第五世代的重點放在劇情方面的加強。這也是寶可夢首次在日本以外的地區冒險，遊戲中的冒險地區是以美國曼哈頓為基礎設計的合眾地區。第五世代一共新增了 156 種全新的寶可夢，是自第一世代以來首次出現如此龐大數量的全新設計。遊戲中引入了時間系統和季節系統。在戰鬥方面，提升了寶可夢的可動性，同時也加入了許多新的寶可夢，也是系列首次因為版本不同而有不同道館館主。

新增要素：

- (1) 三打對戰
- (2) 輪盤對戰
- (3) 寶可夢全球連結
- (4) 季節系統¹⁶



圖 2-2-13 -黑/白

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹⁶ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 16 日閱覽。

1. 黑 2/白 「ポケットモンスターブラック 2/ホワイト 2」

第五世代的續作遊戲是《寶可夢黑 2》和《寶可夢白 2》，且是第一個擁有續作的世代，於兩年後的合眾地區為冒險的主要地點。遊戲中，玩家將從一代沒有出現過的城市開始冒險。這一次的主角也是酋雷姆，酋雷姆通過吸收黑白雙龍來變成兩種不同的型態，分別為黑酋雷姆和白酋雷姆，代表著《寶可夢黑 2》和《寶可夢白 2》這兩個版本。¹⁷



圖 2-2-14 -黑 2

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>



圖 2-2-15 白 2

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹⁷ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 17 日閱覽。

(六) X/Y 「ポケットモンスターX/Y」

封面為傳說寶可夢「哲爾尼亞斯」與「伊裴爾塔爾」。

主機換成 Nintendo 3DS，進入 3D 模組時代後，遊戲劇情、戰鬥系統和方式已相對完善，而在不改變基礎回合制玩法的前提下，能進行的更新內容有限。然而，Game Freak 團隊在第六世代中展現了他們的努力和創新能力。最大特點之一是 MEGA 進化，能讓進化到最終型態的寶可夢在戰鬥中暫時在進化一次，它為戰鬥帶來更多變化，增加了戰鬥的難度和魅力。

為了平衡遊戲中龍系寶可夢的壓倒性優勢，因此新增了妖精屬性。此外，寶可夢從點陣圖方式轉變為最新的 3D 模組呈現。本世代的冒險地區選擇在卡洛斯地區，該地區的原型基於法國。

新增要素：

- (1) 騎乘系統
- (2) 陀螺儀系統
- (3) 玩家搜尋系統
- (4) Mega 進化
- (5) 超級特別訓練
- (6) 換裝系統
- (7) 群聚對戰、空中對戰、反轉對戰
- (8) 新進化方式 (陀螺儀)¹⁸



圖 2-2-16 X/Y

資料來源：<https://reurl.cc/m007X12>

¹⁸ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 18 日閱覽。

(七) 太陽/月亮「ポケットモンスターサン/ムーン」

封面為傳說寶可夢「索爾迦雷歐」與「露奈雅拉」。

系列首次正式中文化的作品，將中文譯名正式定為「精靈寶可夢」，遊戲的

冒險地區設定在阿羅拉地區，以美國夏威夷為藍本，故整個阿羅拉地區充滿了夏威夷的氛圍。此世代新增的寶可夢數量達到 81 種，還引入了全新的阿羅拉型態寶可夢，改變了寶可夢的外觀和能力。遊戲的音樂也以南國風格的配樂為特色，且自第六世代開始培養寶可夢變得更簡單，因此故事的破關難度大幅提高。

寶可夢太陽與月亮版本的特點之一是 Z 招式，用於平衡 MEGA 進化的問題。Z 招式是每個寶可夢都能使用的特殊招式，相較於專屬的 MEGA 進化更方便。遊戲還新增了亂入系統和拍照系統，增加了遊戲的趣味性。闖關的流程省略了傳統的八個道館，取而代之的是各種試煉挑戰。

新增要素：

- (1) 地區型態 (阿羅拉)
- (2) 洛托姆圖鑑、寶可搜尋鏡
- (3) QR 掃描
- (4) Z 招式
- (5) 寶可騎行
- (6) 皇家對戰、闖入對戰¹⁹



圖 2-2-17 太陽/月亮

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

¹⁹ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 19 日閱覽。

1. 究極之日/究極之月「ポケットモンスターウルトラサン/ウルトラムーン」

寶可夢究極之日和究極之月作為強化版本於第七世代推出，封面寶可夢是改變型態的奈克洛茲馬，與原版不同是新設可以跟歷代反派頭目對戰的關卡與幾乎可以捕捉所有傳說寶可夢得關卡。這也是官方首次在進入新世代之前就新增了寶可夢²⁰。



圖 2-2-18 究極之日

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>



圖 2-2-19 究極之月

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

²⁰ 「SHINN」(【寶可夢回憶錄】寶可夢歷史回顧 EP.7 動畫最有溫度 遊戲全新改革 日月 究極之日 究極之月)，2019年11月24日 https://www.youtube.com/watch?v=HaVhHQ_2fAE 2023年7月24日 閱覽。

(八) Let's Go! 皮卡丘/Let's Go! 伊布 「ポケットモンスター金・銀・クリスタルバージョン」

於 2018 年 11 月 16 日作為第一款 Nintendo Switch 上的寶可夢本篇遊戲登場。這款雙版本是基於寶可夢皮卡丘版的重製作品，遊戲系統根據 2018 年的科技和生活型態進行了修正，並添加《寶可夢 GO》的元素，作品最大的特點是將野生寶可夢的戰鬥改為直接抓捕，省略了相對複雜的特性和攜帶道具戰鬥，使整體遊戲變得非常簡單。遊戲中的地區完全呈現 3D 化，畫面部分採用了第七世代日月版本的模組，並為封面主角皮卡丘和伊布提供了專屬的搭檔技能。遊戲還提供自由裝扮功能，讓玩家打造獨特的皮卡丘和伊布形象。此外，重新引入了寶可夢跟隨系統，讓寶可夢可以在玩家身旁陪伴。遊戲還新增了騎乘系統，讓玩家可以騎著喜歡的寶可夢在關都地區空中飛行。此外，阿羅拉型態的寶可夢也在原有的 151 種寶可夢中新增了。遊戲還新增了亂入雙打系統，讓任何玩家都可以在想加入遊戲的時候加入並幫助主要的玩家進行過關。

新增要素：

- (1) 搭檔寶可夢
- (2) 野怪戰鬥改為直接丟球抓捕的玩法
- (3) 服裝系統
- (4) 跟隨系統、騎乘系統回歸
- (5) 單機雙人遊玩
- (6) 大師訓練家挑戰²¹



圖 2-2-20 Let's Go! 皮卡丘/Let's Go! 伊布

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

²¹ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 24 日閱覽。

(九) 劍/盾「ポケットモンスターソード/シールド」

封面為傳說寶可夢「蒼響」與「藏瑪然特」。

此世代開始「寶可夢虛擬銀行」功能將改由「Pokémon HOME」負責，因此統合了 3DS、NS、手機平台的傳輸，且不同版本有不同的道館與館主。

在戰鬥方面，寶可夢劍盾引入了一些新的元素。其中最引人注目的是「極巨化」，玩家可以在特定場合將寶可夢巨大化，這不僅能增強寶可夢的能力，還能改變它們的外觀，幫助玩家在戰鬥中取得勝利。此外，遊戲還利用 Nintendo Switch 的特性，如 Joy-Con 控制器和網絡連線功能，為玩家提供更豐富的遊戲體驗。

新增要素：

- (1) 極巨化 (特定寶可夢則有超極巨化)
- (2) 極巨團體戰
- (3) 地區型態 (伽勒爾)
- (4) 曠野地帶
- (5) 手機托洛姆
- (6) 寶可夢露營
- (7) 聯盟卡



圖 2-2-21 劍/盾

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

並且也是系列首創具有付費下載內容 (DLC) 的世代，分別推出「鎧之孤島」和「冠之雪原」兩項內容，前者於 2020 年 6 月 17 日推出，後者於 2020 年 10 月 23 日推出²²。



圖 2-2-22 劍/盾 DLC

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

²² 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 25 日閱覽。

(十) 寶可夢傳說阿爾宙斯「Pokémon LEGENDS アルセウス」

故事背景以《鑽石 / 珍珠》古代歷史-洗翠地區為舞台，而阿爾宙斯為第四世代設定的幻獸，為寶可夢世界的創世神，具有極高的人氣，因此配合第四世代重製，也一併推出本作。

系列首次以單機遊玩，並以「動作 RPG」為主軸玩法，也是首次改為單機遊玩為主，因此取消了線上對戰，由於故事舞台設定為古代，因此並沒有傳統的道館戰，取而代之是任務制與挑戰霸主，遊戲目標為完成洗翠地區第一本寶可夢圖鑑，並且寶可夢是會主動攻擊玩家，玩家在戰鬥過程中可自由走動，並新增第四世代雙神獸-帝牙盧卡和帕路奇犸的起源型態。

本作特色：

- (1) 頭目寶可夢
- (2) 地區型態 (洗翠型態)
- (3) 每隻寶可夢都有各自的尺寸
- (4) 通信進化可直接靠道具「聯繫繩」實現
- (5) 特定寶可夢的騎乘 (海、陸、空)
- (6) 新連線要素「拾取遺失物」
- (7) 增對戰新要素「迅疾」、「剛猛」²³

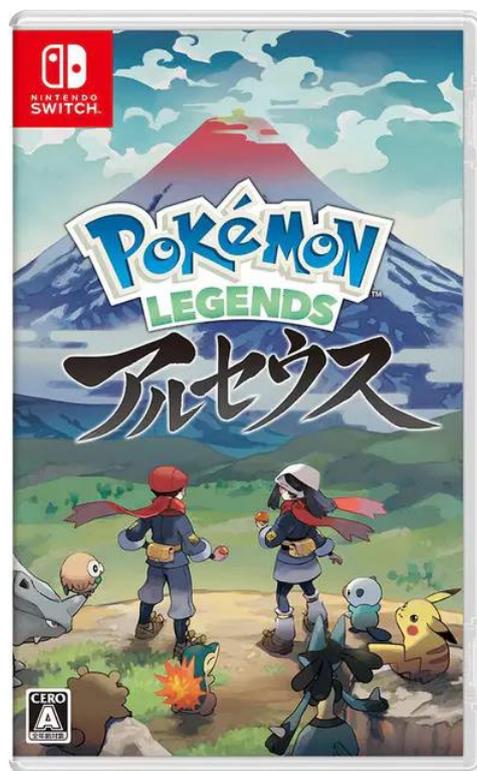


圖 2-2-23 阿爾宙斯

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

²³ 「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，2021 年 5 月 12 日 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> 2023 年 7 月 19 日閱覽。

(十一)朱/紫「ポケットモンスタースカーレット/バイオレット」

封面為傳說寶可夢「故勒頓」與「密勒頓」。

於 2022 年 11 月 18 日發售。這款遊戲以開放世界的形式呈現。遊戲的特色是故事劇情分為三條路線。分別是傳統的八個道館和四天王的冠軍之路、主打劇情的傳說挑戰和星辰之路。玩家可以根據自己的喜好和選擇，自由探索冒險的路線，因此不像以前一樣有固定順序，然而，為了解開最終真正主線劇情，玩家依然必須完成三條主線。

開放世界是寶可夢朱紫的重要特點，玩家可以自由奔跑探索各種地形，這是在劍盾曠野地帶的基礎上進一步強化的版本。此作的冒險自由度堪稱歷代最高，地圖呈現出開放的樣貌。此外，寶可夢的外觀也經過全面升級，採用更加現實風格的材質。騎乘寶可夢的體驗也得到大幅提升，並提供更多主角外觀細節的選擇。寶可夢朱紫的圖鑑也進行了許多更新，插圖展示了寶可夢的生態，讓玩家能夠更深入地了解寶可夢。

育成寶可夢部分進行了簡化，大部分培養寶可夢所需的道具都可以在商店購買，甚至可以輕鬆獲得改變寶可夢性格和能力的道具。

新增要素：

- (1) 太晶化
- (2) 太晶團體戰
- (3) 開放世界
- (4) 寶可夢拍照和野餐
- (5) 寶可夢生態



圖 2-2-24 朱/紫

而 DLC『零之秘寶』，「前篇：碧之假面」於 2023 年 9 月 13 日發布，而「後篇：藍之圓盤」則在 2023 年冬季發行²⁴。

資料來源：<https://reurl.cc/m007X1>

²⁴ 「SHINN」(【寶可夢回憶錄】EP.162 三天賣一千萬 突破新紀錄 寶可夢朱紫遊玩破關心得 開放世界全新旅途)，2022 年 11 月 23 日 <https://www.youtube.com/watch?v=naIEH3zK1nY> 2023 年 7 月 28 日閱覽。

第三節 寶可夢集換式卡牌遊戲

(日語：ポケモンカードゲーム，英語：Pokémon Trading Card Game)

寶可夢卡牌遊戲早在 1996 年時就開始發行，並一直風靡於全世界，在 2023 年 6 月 16 日的民視新聞報導的中也報導出一張寶可夢卡能夠賣到 3300 萬日幣(約 600 萬台幣)，是能購買一棟房的價格，於網路上掀起一片討論²⁵，而臺灣雖然也有發行過繁體中文版，但主流一直是日文版和英文版，直到 2019 年 10 月 9 日年由寶可夢公司發售繁體中文版後，在臺灣才開始漸漸流行起來，憑藉著簡單的玩法和好看的卡圖在各個年齡層都擁有極大的熱度，且臺灣的玩家在世界也是有大放異彩的，例如今年 8 月 13 日在日本橫濱舉行的寶可夢卡牌世界賽，少年組的顏紹同選手成功獲得世界冠軍，在臺灣又掀起一片熱潮²⁶，因此本節將介紹寶可夢卡牌的玩法。



圖 2-3-1 「丹帝」&「噴火龍」HR

資料來源：<https://reurl.cc/kaaQaL>

²⁵ 「TVBS」(【500 萬台幣收這張「寶可夢卡」！ 神人曬：我有一棟房】，2023 年 6 月 15 日 <https://www.youtube.com/watch?v=naIEH3zK1nY> 2023 年 7 月 30 日閱覽。

²⁶ 「巴哈姆特」(【速報】台灣小選手顏紹同奪下寶可夢全球錦標賽「卡牌部門」世界冠軍)，2023 年 8 月 13 日 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=254385> 2023 年 8 月 20 日閱覽。

一、遊戲簡介：

遊戲概念同於電子遊戲版的寶可夢戰鬥，所有寶可夢都有各自的攻擊（Attack）及 HP（Health Point），也擁有各自的屬性，並可使用各類道具卡進行輔助。除能量卡外，同名卡最多可放 4 張

二、基礎玩法：

準備一副 60 張的牌組，首先雙方先抽出 7 張手牌，之後抽出 6 張獎勵卡，從手牌選出一張基礎寶可夢放置到對戰場，如手牌有其他基礎寶可夢則可以放到備戰區，開始後各自翻開放置於場上的寶可夢，並在自己回合可填能量、使用道具並進行戰鬥，可隨時將場上的寶可夢與備戰區的寶可夢進行調換，先攻方不可進行戰鬥。當一隻寶可夢受到的傷害大過或等於它的剩餘 HP 時，它就會「氣絕」，也就是戰敗，並送到棄牌堆，並且對手可從獎勵卡中拿取一張到手牌，根據擊倒的寶可夢類型，可拿取的獎勵卡數量也不同²⁷。

對戰場地：



圖 2-3-2 對戰場地

資料來源：自行拍攝。

²⁷ 「寶可夢官方」(9 分鐘就學會寶可夢卡牌對戰)，2020 年 6 月 12 日
<https://www.youtube.com/watch?v=ILXrDgVt454> 2023 年 8 月 20 日閱覽。

(一)勝利條件：

獎勵卡先拿完的玩家

對手無法再抽牌

(二)卡牌種類：

1. 基礎寶可夢：

可直接放置於場上戰鬥的寶可夢

2.進化寶可夢：

寶可夢的卡牌有從「基礎寶可夢」進化而來的「1階進化寶可夢」，及再次進化的「2階進化寶可夢」。

手牌中若有我方戰鬥場或備戰區上的寶可夢進化而來的「進化寶可夢」，則可將其重疊放置於有進化標記的寶可夢上方，完成進化。「1階進化寶可夢」以及「2階進化寶可夢」不可直接放置於場上。

一個回合中，進化的寶可夢數量不限，但剛上場的寶可夢不能進化，剛進化完的寶可夢不能再次進化²⁸。



圖 2-3-3 基礎&進化寶可夢

資料來源：<https://reurl.cc/bl1qqX>

²⁸ 官方寶可夢集換式卡牌遊戲訓練家網站-卡牌種類和卡面介紹
https://asia.pokemon-card.com/tw/rules/howtoplay/basic_rules01/#card-menu1 (2023年8月20日)

3. V

名稱中有「V」的特殊寶可夢。「氣絕」時，被獲得的獎賞卡為 2 張。



圖 2-3-4 皮卡丘 V

資料來源：<https://reurl.cc/4QOpAK>

4. Vmax

從寶可夢 V 進化而來的特殊寶可夢。若招式的效果指定為「寶可夢 V」時，也包含了寶可夢 VMAX 在內。「氣絕」時，被獲得的獎賞卡為 3 張。



圖 2-3-5 皮卡丘 VMAX

5. Vstar

從寶可夢 V 進化而來的特殊寶可夢。寶可夢 VSTAR 還擁有 VSTAR 力量，在 1 次對戰中僅可使用 1 次。VSTAR 力量分為特性與招式兩種，當寶可夢 VSTAR 陷入氣絕時，對手可以獲得 2 張獎賞卡。「氣絕」時，被獲得的獎賞卡為 2 張²⁹。

資料來源：<https://reurl.cc/V8g1k5>



圖 2-3-6 阿爾宙斯 Vstar

資料來源：<https://reurl.cc/xl2Qne>

²⁹ 官方寶可夢集換式卡牌遊戲訓練家網站-卡牌種類和卡面介紹
https://asia.pokemon-card.com/tw/rules/howtoplay/basic_rules01/#card-menu1 (2023 年 8 月 20 日)

6. EX

名稱中有「ex」的特殊寶可夢。「氣絕」時，被獲得的獎賞卡為 2 張。



圖 2-3-7 故勒頓 ex

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

7. GX

名稱中有「GX」的特殊寶可夢。寶可夢 GX 有「基礎」「1 階進化」「2 階進化」3 階段，「GX 招式」在對戰中只可使用 1 次。即使有數隻可使用 GX 招式的寶可夢，在對戰中仍只可使用其中 1 個 GX 招式。「氣絕」時，被獲得的獎賞卡為 2 張。



圖 2-3-8 弱丁魚 GX

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

8. TAG TEAM

TAG TEAM 是一種特殊的寶可夢 GX，由 2 隻寶可夢聯手組成 1 張寶可夢卡。

TAG TEAM 全部都是「基礎寶可夢」，若其身上附加的能量多於「使用招式所需的能量」，則其 GX 招式會帶來更大的傷害或更強勁的效果。「氣絕」時，被獲得的獎賞卡為 3 張³⁰。



圖 2-3-9 皮卡丘&傑克羅姆 TAG TEAM

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

³⁰ 官方寶可夢集換式卡牌遊戲訓練家網站-卡牌種類和卡面介紹
https://asia.pokemon-card.com/tw/rules/howtoplay/basic_rules01/#card-menu1 (2023 年 8 月 20 日)

9.物品卡

此種訓練家卡在自己的回合時可不限張數使用。



圖 2-3-10 物品卡

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

10.道具卡

使出後，一直附於寶可夢身上。

一旦附上後，保持附加狀態直到該寶可夢「氣絕」為止。

「寶可夢道具」在自己的回合時可不限張數使用，但 1 隻寶可夢只可附上 1 張。且不可改附另 1 張。



圖 2-3-11 道具卡

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

11.支援者卡

在自己的回合時只可使用 1 張。

在先攻玩家的最初回合不能使用³¹。



圖 2-3-12 支援者卡

資料來源：<https://reurl.cc/lv2e8A>

³¹ 官方寶可夢集換式卡牌遊戲訓練家網站-卡牌種類和卡面介紹
https://asia.pokemon-card.com/tw/rules/howtoplay/basic_rules01/#card-menu1 (2023 年 8 月 20 日)

12. 競技場卡

此種訓練家卡能為對戰場地帶來變化，為雙方的寶可夢帶來各式各樣的效果。在自己的回合時只可使用 1 張。使出後，一直放置於場上。

若手牌中的競技場卡名稱與場上的競技場卡名稱相同，則不能使用。任一方玩家使出其他名稱的競技場卡後，即將之前放置的競技場卡移至該卡所有者的棄牌區。



圖 2-3-13 競技場卡

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

13. 能量卡

寶可夢使出招式，或是「撤退」到備戰區時需要的卡牌，附於場上的寶可夢身上使用。



圖 2-3-14 能量卡

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

14. 特殊能量卡

特殊能量有許多種類，除了賦予寶可夢能量以外，還會有特別的效果³²。



圖 2-3-15 特殊能量卡

資料來源：<https://reurl.cc/yk0Mza>

³² 官方寶可夢集換式卡牌遊戲訓練家網站-卡牌種類和卡面介紹
https://asia.pokemon-card.com/tw/rules/howtoplay/basic_rules01/#card-menu1 (2023 年 8 月 20 日)

第四節 寶可夢動畫版

相信很多人都是透過電視撥放的寶可夢動畫才認識甚麼是寶可夢，而在這 25 年間寶可夢系列並不是同一齣動畫一直重複撥放，而是每年都會有新的劇情，主角們在故事中冒險、結交夥伴、遇見更多不同種類的寶可夢，而以下的表格是小組成員實際觀看所有動畫後所製作的每一部的簡單介紹表格。我們將按照撥放順序分為 8 部向各位介紹。

一、 無印篇，播放時間:西元 1997 年

表 2-4-1 無印

無印篇
無印篇可分為三個劇情，石英聯盟、橘子聯盟、城都聯盟，一起冒險的有小剛、小霞、小建。其實很多人都以為《神奇寶貝》無印篇只有 275 集而已，但其實是 276 集，因為在 1997 年 12 月 16 日撥出的 38 集「電腦戰士 3D 龍」撥出時，發生了一個問題。因為動畫中皮卡丘從 3D 龍身上跳出來，對飛彈使用了電擊，而產生的爆炸畫面，發出了非常強烈的閃光，紅色和藍色的光切換得很快，如果一直觀看會引起不適，所以導致日本當地很多觀眾引起了光敏性癲癇，造成不小的騷動，史稱 3D 龍事件，也因為 3D 龍事件，讓神奇寶貝在日本被停播蠻長的時間，隔年(1998)的 4 月 16 日才撥出新的集數，製作公司很怕之後發生類似的事故，所以把 38 集凍結，從此之後無法觀看，這也導致 3D 龍之後都沒有出現在動畫中。

二、 超世代，播放時間:2002 年

表 2-4-2 超世代

超世代
<p>因為神奇寶貝《紅寶石》、《藍寶石》的出現，所以寶可夢官方決定推出《神奇寶貝超市代》，幫助《紅寶石》、《藍寶石》的推行，無印篇結束之後，小智與小霞、小剛、小建告別後，小智為了有重新出發的感覺，所以把在無印篇所捕抓到所有的寶可夢(除了皮卡丘)都放在了大木博士家後面的院子，然後只有帶上皮卡丘開始了新的旅途，抵達新的地區(豐原地區)，在那裏認識了剛要去旅行的新人寶可夢訓練家，經過了一些事情，於是一起踏上了旅行，在途中小剛的重新回歸，四人就一起踏上了旅途。</p> <p>超世代分成了兩篇，豐原地區跟關都地區的對戰開拓區，首先先挑戰豐原地地區，結束後同伴分成兩條道路，小智前往了開拓對站區進行了挑戰，而小遙則是朝向了協力訓練家的方向邁進，最後小智成功挑戰的開拓區首腦，並且小遙也不斷參加華麗大賽，獲取緞帶勳章，隨後兩人各自踏上新的旅程，開始了各自的新冒險。</p>

三、 鑽石珍珠，播放時間: 2006 年

表 2-4-3 鑽石珍珠

鑽石珍珠
<p>上部分提到，互相告別後，小智又只戴上了皮卡丘，進行了新的冒險，受到小茂的刺激，小智獨自一人來到了新的地區(神奧地區)，這邊出現了新的女主角(小光)，其實這位女主角跟遊戲中是一樣的，是從 NDS 版的鑽石、珍珠版的女主角參考過來的，並且 2007 年為寶可夢動畫十周年，放送了一小時的特別篇。</p> <p>在鑽石珍珠跟超世代一樣擁有雙主線，分別為小智為了挑戰神奧聯盟，而挑戰了神奧地區的道館，並且在路上又遇到小剛，於是三人開始了冒險，而小光為了成為頂尖的協調訓練家，而參加了華麗大賽，於其比賽中經歷比其他女主角更多高低起伏，也有更多需要單獨應對的劇情處境，戲份可說是第一個有辦法和小智相提並論的。</p>

四、 超級願望，播放時間: 2010 年

表 2-4-4 超級願望

第一季
<p>任天堂公司在 2010 年的時後推出 NDS 版的新寶可夢作品神奇寶貝黑、白版，為了推廣遊戲的發行，動畫在同年也推出了新作品神奇寶貝超級願望，在神奧地區的冒險結束後，小智搭飛機前往了合眾地區。在那裏認識了喜愛龍屬系寶可夢的艾莉絲(這代女主角)和她的搭檔牙牙，還認識了神奇寶貝酒侍兼鐵路愛好者天桐，以及他的搭檔花椰猴，三人一起踏上了合眾地區旅程。艾莉絲的角色設計其實是從電玩「精靈寶可夢白版」的第八道館訓練家(黑版 2、白版 2 則成了冠軍)。</p>
第二季
<p>然後在 2012 年的夏季，任天堂公司推出了 NDS 版(黑版 2、白版 2)，動畫也開始進入後半段，除了第一季提到的人外，後面還多出了兩位角色，一位是前作的女主角小光另一位則是神奧冠軍竹蘭，同時也加入了幻之寶可夢(美洛耶塔)左為夥伴一起踏上了旅途，同事也為之後會出現的世界錦標賽打下了基礎。</p>

五、 XY&XYZ，播放時間: 2013 年

表 2-4-5 XY&XYZ

XY&XYZ
<p>第一季, XY</p> <p>2013 年秋季的時候，寶可夢進入了 3DS 的領域，動畫也隨後跟之推出了新的系列《神奇寶貝 XY》，小智又重新冒險，和皮卡丘前往了新的地區，卡洛斯地區，同時也遇到新的同伴天才發明家希特隆(原電屬性道館館主)，和他的妹妹柚麗嘉，和女主角莎莉娜，與他們一同展開在卡洛斯地區的冒險。莎莉娜的角色設定比較特殊，他是喜歡小智的，除了以前曾和小智見過面外，甚至還是繼小霞以來再次對小智擁有好感描述的女主，其冒險地圖「卡洛斯地區」是以法國做為藍本，因此多處場景皆是取材自法國實地場景。此作從中段開始再次分為兩個主線：小智為參加卡洛斯聯盟而挑戰道館，而莎莉娜則以寶可夢表演家為目標參加三冠衛星賽。</p> <p>第二季, XYZ</p> <p>在《神奇寶貝 XY&Z》動畫中，引入了大量關於「傳說寶可夢-基格爾德(Z)」的原創劇情，這些劇情在遊戲中並不存在。同時，動畫中還為基格爾德(Z)引入了一種新的型態，稱為「羈絆變身」，這也是遊戲中沒有的要素。</p> <p>另外，為了豐富主角小智的故事，動畫原創了一隻特殊版本的寶可夢，名為小智版甲賀忍蛙。這個版本的甲賀忍蛙在遊戲中從未出現過，成為了小智的獨特寶可夢。</p> <p>換句話說，動畫《神奇寶貝 XY&Z》在劇情發展中引入了原創的傳說寶可夢基格爾德(Z)以及相關的羈絆變身能力，同時為主角小智創造了獨一無二的寶可夢小智版甲賀忍蛙，這些元素在遊戲中並沒有呈現。</p>

六、 太陽月亮，播放時間: 2016 年

表 2-4-6 太陽月亮

太陽月亮
<p>小智一家人抽中了一次抽獎活動的大獎，他們決定一起前往阿羅拉地區度假。在那裡，小智意外地結識了庫庫伊博士，並在他的家中認識了洛托姆姆圖鑑以及其他就讀於寶可夢學校的朋友，包括卡奇、水蓮、瑪奧、馬瑪內和莉莉艾。</p> <p>這個地區受到究極異獸的干擾，於是小智和他的夥伴們加入了究極防衛隊的行列，希望能將究極異獸送回原本的世界。小智一開始就獲得了當地守護神卡璞·鳴鳴贈予的 Z 招式手環。</p> <p>雖然官方選擇以 Q 版畫風呈現小智，但這個決定引起了廣大觀眾的不滿，寶可夢的觀看人數直接下降，僅剩下忠誠的粉絲們繼續支持。然而，這一代的劇情與以往不同，不再是不斷挑戰道館和聯盟，而是以日常生活的形式展開，為觀眾帶來全新的體驗。</p>

七、新無印/旅途，播放時間: 2019 年

表 2-4-7 新無印/旅途

新無印/旅途
<p>在播放前，官方提前透露了《寶可夢》新作的內容將不僅僅局限於遊戲《寶可夢 劍／盾》，而是將整合系列至今為止所有地區和寶可夢，打造一個全新的世界旅行故事，並且確定不會有副題的加入。此外，該作還直接採用了劇場版第 20 作重新設計的標誌，為整個系列帶來了新的視覺風格。</p> <p>然而，在這部新作中，小智的形象與以往有所不同，他並沒有被弱化，而是保持了對戰的熱情，展現出卓越的能力和冠軍的風範。他掌握了超進化、Z 招式和極巨化等對戰系統，並將目標設定為挑戰世界錦標賽，最終與丹帝展開一場激烈的對決，並取得世界最強訓練家的稱號。</p> <p>這部作品也被視為小智與皮卡丘冒險旅程的最終章，從 2023 年 1 月 13 日開始，電視動畫特輯《寶可夢 旅途 目標是寶可夢大師》正式開始播出。</p>

八、地平線，播放時間: 2023 年

為最新播出的寶可夢動畫系列，對應本傳的朱紫，不同於以往是不再以小智和皮卡丘作為主角，而是採用新主角莉可和羅伊。因為是新系列作，副標題也隨著故事主題而變動，最初副標題為「莉可與羅伊踏上旅途」（リコとロイの旅立ち），而海外名稱則加上「地平線」（Horizons）區別。



圖 2-4-1 地平線宣傳圖

資料來源：<https://reurl.cc/9Rv5qd>

第五節 手機遊戲

自智慧型手機普及以來，人們出門在外想要玩遊戲的選擇不再只有掌上型遊戲機，這種轉變也讓專攻掌機遊戲的寶可夢受到了一些影響。儘管寶可夢掌機遊戲的銷量依舊亮眼，但這也讓任天堂及寶可夢不得不開始警惕。終於在 2016 年第一款寶可夢手遊橫空出世，一開放下載就以驚人的熱度席捲全球。在往後的幾年間也陸續推出了許多不同類型的寶可夢手機遊戲，它們或多或少都取得了一些成績。也再一次提升了寶可夢在全球範圍內的關注度。下面我們將挑選幾個在台灣擁有較高知名度的遊戲來逐一介紹。

一、《Pokemon GO!》



圖 2-5-1 Pokemon GO!遊戲 icon

資料來源：<https://reurl.cc/A00118>

Pokemon GO! 是一款以戶外活動內容作為主要目的的遊戲，只需要靠手機裡的應用程式 Pokemon GO 就能在世界各地進行遊玩，該遊戲使用了 AR 實境技術，搭配手機的相機功能，只需要拿起手機就能在現實世界裡的各個角落發現寶可夢，同時在戶外遇到其他玩家也可以進行對戰，透過這種戶外互相交流的方式，提高人們走出家門去戶外尋找野生寶可夢的意願，新穎的遊戲方式加上前所未有的遊戲體驗，再加上各大媒體的爭相播報，讓不少當時的網路知名人士例如 Youtube 訂閱數最高的網路紅人 Pewdiepie 以 PokemonGO 作為主題去拍攝影片。



圖 2-5-2 《Pokemon GO!》遊戲宣傳圖

資料來源：<https://reurl.cc/Xmmbk3>

Pokemon go 於 2016 年上市手機遊戲，並且在同年獲得 2016 最佳年度遊戲，Apple 也頒予「爆紅之作 (Breakout Hit)」獎項，讓 pokemon go 在 AR 技術的手機 APP 成名³³。



圖 2-5-3 爆紅之作 (Breakout Hit) 獎項圖

資料來源：<https://reurl.cc/Doopve>

³³ (Pokémon Go 十強不入！Apple 公佈 2016 年度最佳 App、最佳遊戲)，2016 年 10 月 8 日 <https://techapple.com/archives/4110>，2023 年 3 月 5 日閱覽。

二、《Pokemon Masters 寶可夢大師》



圖 2-5-4 《Pokemon Masters EX 寶可夢大師 EX》遊戲 icon

資料來源：<https://reurl.cc/v66xqL>

寶可夢大師 EX 是一款集結了眾多訓練家的寶可夢養成遊戲。遊戲中玩家將扮演訓練家與皮卡丘成為搭檔共同冒險，而在旅程中玩家將遭遇到的訓練家皆為在過往的遊戲或動畫裡登場的角色。在遊玩過程中，玩家將會與其他兩名訓練家組成三人小隊，共同挑戰「寶可夢大師賽」的冠軍寶座。根據 Sensor Tower Intelligence 數據調查預估，寶可夢大師 EX (Pokémon Masters EX) 在推出首年獲得的營收約為 7,500 萬美元，為行動裝置上營收排名第二的寶可夢手機遊戲³⁴。

³⁴ 《寶可夢大師 EX》上市週年營收達 7,500 萬美元 在寶可夢手機遊戲僅次《Pokemon Go》2020 年 9 月 7 日 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=202847> 2023 年 3 月 5 日閱覽

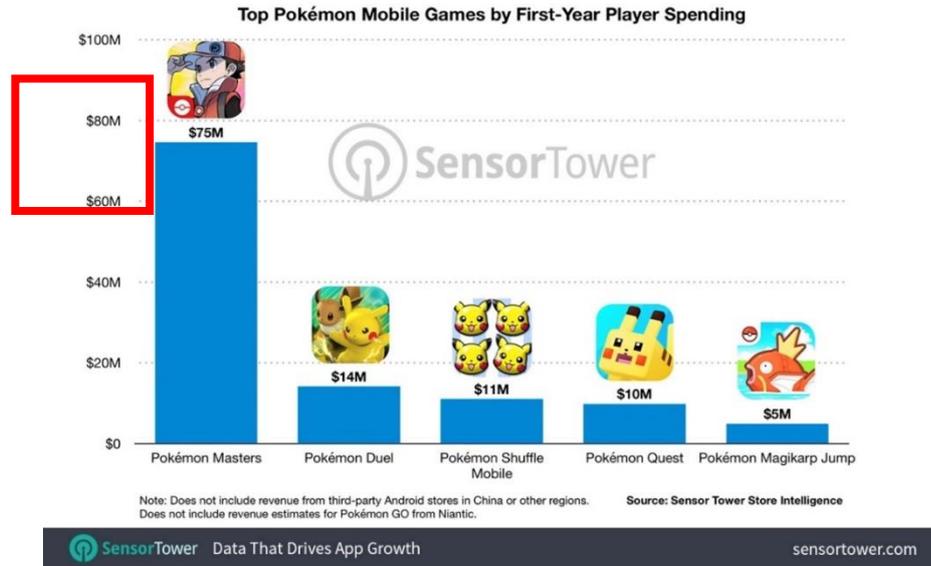


圖 2-5-5 《Pokemon Masters EX 寶可夢大師 EX》營收長條圖

資料來源：<https://reurl.cc/v66xgL>

截至 2020 年 9 月，營收最高的寶可夢手機遊戲是 Pokemon Go，該遊戲自 2016 年 7 月推出以來，總營收已達 39 億美元。不過，寶可夢大師 EX 仍壓過了 Pokemon Go 以外的寶可夢手機遊戲營收表現，包括 2017 年 1 月推出的神奇寶貝 戰棋大師 (ポケモンコマスター, Pokémon Duel) 以及 2015 年 8 月在全球發行的神奇寶貝消消樂 手機版 (ポケとる スマホ版, Pokémon Shuffle Mobile)。

寶可夢大師 EX 首年的下載量達到 2,270 萬，前三名分別是美國 (480 萬次 21%)、印度 (300 萬次 13.2%) 以及日本 (260 萬次 11.5%)。營收則是以日本為推出第一年營收的主要來源，以 3,930 萬美元 (52.7%) 居冠，美國則以 1,750 萬美元 (23.5%) 居次，第三名是香港的 320 萬美元 (4.3%)。其中 App Store 占總營收的 61%，以 4,540 萬美元領先 Google Play 的 2,920 萬美元 (39%)。與營收不同，下載量由 Google Play 以 1,210 萬次下載 (53%) 領先 App Store 的 1,060 萬次 (47%)³⁵。

³⁵ 《寶可夢大師 EX》上市週年營收達 7,500 萬美元 在寶可夢手機遊戲僅次《Pokemon Go》2020 年 9 月 7 日 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=202847> 2023 年 3 月 5 日閱覽

在該遊戲推出前，玩家們對於寶可夢大師 EX 的期待相當高，儘管還無法達到 Pokemon Go 那樣的規模，但在營收方面也已經成為寶可夢手機遊戲中第二把交椅。



圖 2-5-6 《Pokemon Masters 寶可夢大師》遊玩畫面示意圖

資料來源：<https://reurl.cc/QZZojp>

三、《Pokémon UNITE (寶可夢大集結)》



圖 2-5-7 Pokémon UNITE (寶可夢大集結)》遊戲 icon

資料來源：<https://reurl.cc/a44Dk7>

Pokémon UNITE (寶可夢大集結) 是一款由騰訊旗下的天美工作室開發的多人線上即時對戰遊戲。該遊戲在 2021 年 7 月 21 日推出任天堂 Switch 版，同年 9 月 22 日推出 Android 和 iOS 版。該遊戲在 2022 年 1 月 20 日在台灣地區上市。該遊戲支援跨平台連線，任天堂 Switch 版不需要加入 Switch 線上服務即可進行線上遊玩。遊戲本身為免費下載，但某些道具需要收費。

遊戲中玩家被分成兩個隊伍，每個隊伍有五個玩家，玩家必須合作擊敗野生寶可夢和對方隊伍的成員來收集能量，並將這些能量帶回自己隊伍的基地，以增加自己隊伍的分數。遊戲的目標是在規定的時間內獲得更高的分數，以此贏得比賽。

排行管理 App，Sensor Tower 在 2021 年 9 月發布了全球手機遊戲下載排行，其中最高的是 Pokémon UNITE（寶可夢大集結），下載量約為 3,300 萬。在這段期間中，安裝量最大的地區是美國，佔總下載量的 21.8%，其次則是巴西的 12%³⁶。

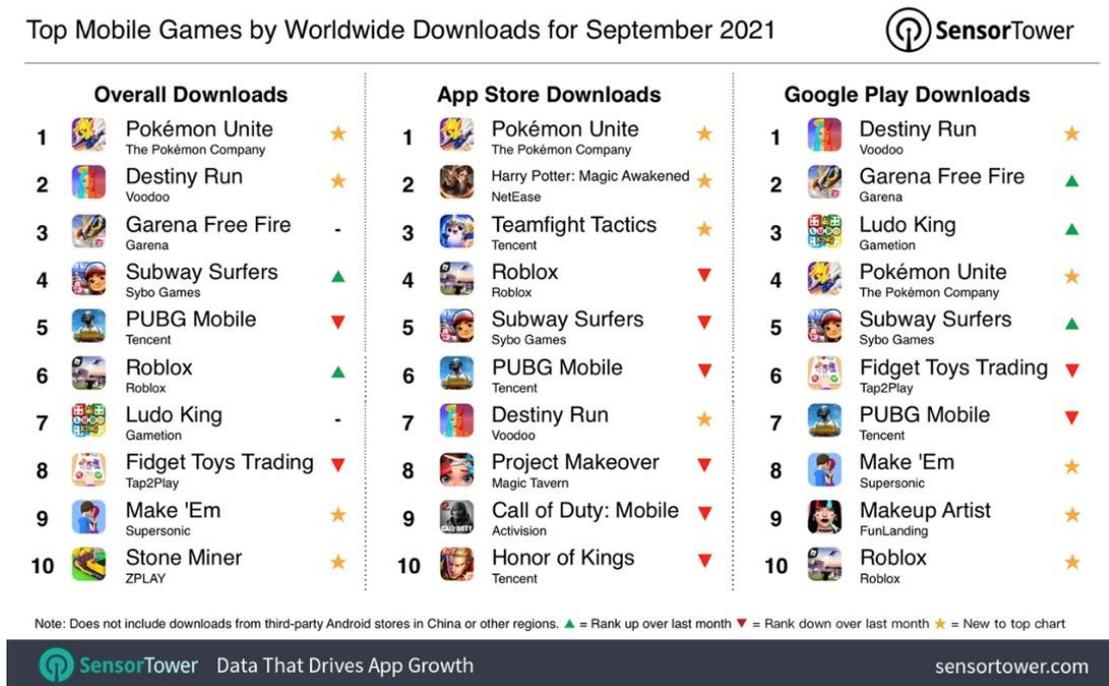


圖 2-5-8 2021 年 9 月全球手機遊戲下載排行

資料來源：<https://reurl.cc/l77OoA>

³⁶ Sensor Tower 公布 2021 年 9 月全球手機遊戲下載排行《寶可夢大集結》奪冠 2021 年 10 月 15 日檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=222469> 2023 年 3 月 5 日閱覽



圖 2-5-9 《Pokémon UNITE (寶可夢大集結)》遊玩畫面示意圖

資料來源：<https://reurl.cc/GKKYEx>

四、《Pokémon Quest 寶可夢探險尋寶》



圖 2-5-10 Pokémon Quest 寶可夢探險尋寶》遊戲 icon

資料來源：<https://reurl.cc/blloG3>

《Pokémon Quest 寶可夢探險尋寶》是一款由歷代寶可夢掌機遊戲開發商 Game Freak 推出的休閒類小品遊戲。該遊戲於 2018 年 5 月 30 日登陸任天堂 Switch，並於 2018 年 6 月 27 日登陸智慧型手機平台。在遊戲中寶可夢都會變成方塊造型，在遊戲裡稱作「寶酷方」。遊戲的舞台為方可樂島，收錄了寶可夢 紅·綠中出現的絕大多數寶可夢。該遊戲的核心玩法由「探險」、「增加寶可夢」和「養成」所組成，玩家可以藉由上述三種方式逐漸強化自己的寶可夢來組成更強的隊伍。



圖 2-5-11 Pokémon Quest 《寶可夢探險尋寶》遊玩畫面示意圖

資料來源：<https://funtop.tw/pokemon-quest/>

第六節 寶可夢電子機台

在寶可夢系列中不論是劇情上或是商業上，收集要素都是不可或缺的要素，而為了達到宣傳或是推廣作用街頭電子機台的發展是必然的，而隨著世代的推移機台不斷的更新進化，寶可夢機台也是，以下是我們整理出來的寶可夢機台資料。

一、寶可夢街機

所謂寶可夢街機是在街頭上具有專用外殼的商業街機遊戲，期開發與發行主要是以萬代南夢宮為主，其餘為 TAKARA TOMY ARTS 發行。

二、發展歷史

寶可夢的街機從發行至現在，中間也更新過很多次新版本，其發行順序為ポケモンバトル(2007/07/14~2012/05 中旬)、ポケモントレッタ(2012/07/12~2016/06)、ポケモンガオーレ(2016/07/07~2020/09)、ポケモンメザスタ (2020/09/17~現在) 以上為日本各機台的發行與結束時間。

國際版(台灣代理)的發行時間為以下，寶可夢三隻組對戰(2010/05)、寶可夢 TRETТА(2016/04)、寶可夢 Ga-Olé寶可夢加傲樂(2020/12)、寶可夢目標之星(尚未代理)

三、各機台遊玩特色

(一)寶可夢三隻組對戰(ポケモンバトル)

表 2-6-1 寶可夢三隻組對戰

日文	ポケモンバトル
中文(臺灣譯名)	寶可夢三隻組對戰
日本發行時間	2007/07/14
台灣代理時間	2010/05

資料來源: <https://reurl.cc/Ge3E4D>

1. 遊戲系統

玩家可以選擇單人或雙人遊戲，每位玩家每次需支付 100 日圓/40 新台幣。進入遊戲後，玩家有兩個 30 秒的時間來分別選擇訓練家樣子和戰鬥模式。然後有 60 秒時間將卡匣放到掃描器上進行登入，最多可掃描三個卡匣，若登入卡匣不足三個時剩餘名額將會通過隨機分配來組成三隻寶可夢的隊伍。玩家為自己的隊伍選擇隊長後便可以開始對戰³⁷。

2. 遊玩方式

遊戲中，玩家每次可以使用三枚寶可夢卡匣與 NPC 或同機台的另一玩家進行類似於三打對戰形式的寶可夢對戰。

3. LOGO



圖 2-6-1 寶可夢三隻對戰組 logo

資料來源: <https://reurl.cc/L66oV9>

³⁷ 寶可夢三隻對戰組玩法說明 2021 年 7 月 15 日 <https://reurl.cc/Ge3E4D> 2023 年 4 月 27 日閱覽

4. 機台樣貌

螢幕的外框的紅白配色，採用了寶可夢精靈球的設計，機體是以黑色與藍色為主要色調，螢幕下方的綠色場地就是放置卡匣的地方，一台機台最多可支援兩位玩家進行對戰，左右各一位。機台下方的排出口就是卡匣掉落的出口。



圖 2-6-2 寶可夢三隻對戰組機台樣貌

5. 卡匣

資料來源：<https://reurl.cc/L66oV9>

卡匣是一個 40mm 直徑、3.4mm 厚度的圓形卡片，內含可以與寶可夢三隻組對戰機器進行通訊的芯片。每個卡匣擁有代表卡匣種類的顏色和寶可夢，在正面會寫一些必要的資訊，例如寶可夢的名字、HP、攻擊力、防禦力。從寶可夢三隻組對戰 V 開始，卡匣背面將會寫有寶可夢的上述資訊，此外還寫有移動速度、招式等³⁸。



圖 2-6-3 寶可夢三隻對戰組卡匣樣式

資料來源：<https://reurl.cc/L66oV9>

³⁸ 寶可夢三隻對戰組卡匣造型說明 2021 年 7 月 15 日 <https://reurl.cc/Ge3E4D> 2023 年 4 月 27 日閱覽

(二) 寶可夢 TRETТА (ポケモントレッタ)

表 2-6-2 寶可夢 TRETТА

日文	ポケモントレッタ
中文(臺灣譯名)	寶可夢 TRETТА
日本發行時間	2012/07/12
台灣代理時間	2016/04

資料來源: <https://reurl.cc/DmV3lQ>

1. 遊戲系統

遊戲的設計理念為還原系列作中的最大特徵：「尋找寶可夢、與寶可夢進行對戰、並收服寶可夢」。每局的遊戲費用為 100 日圓/30 新台幣，並且可在遊戲結束後獲得一枚卡匣。除此之外也首次新增了馬上捕捉模式，該模式下可以跳過對戰過程，直接進行寶可夢的捕捉，每捕捉一次就會掉落該寶可夢的卡匣。

2. 遊玩方式

表 2-6-3 寶可夢 TRETТА 遊玩方式

模式	說明
搜尋模式	搜尋寶可夢的模式。轉動機台中間的轉盤來選擇六個顯示區域中的其中三個。每當選擇任何一個區域時，都出現三隻寶可夢。
對戰模式	在搜尋模式中出現寶可夢後與寶可夢進行對戰的模式。機台將讀取玩家自身的寶可夢卡匣，並使寶可夢出現在畫面中以進行對戰（若未擁有卡匣則可借用隨機提供給玩家的寶可夢）。
捕捉模式	對戰結束後捕捉寶可夢的模式。按下機台上的精靈球狀按鈕來停下畫面中旋轉的輪盤，以決定可使用的精靈球。精靈球機率取決於玩家倖存的寶可夢數量。

資料來源: <https://reurl.cc/DmV3lQ>

3. 馬上捕捉模式

在遊戲開始時可以選擇馬上捕捉模式，跳過搜尋模式及對戰模式，讓機台直接隨機產生一張寶可夢卡匣的模式。在這模式下仍然需要遊戲費用³⁹。

4. LOGO



圖 2-6-4 寶可夢 TREETTA LOGO

資料來源：<https://reurl.cc/6QQRpV>

5. 機台樣貌

此代機台的外觀設計螢幕還是保持了跟上一代一樣的红白配色的精靈球造型，機台本體則是改成了白灰配色並以白色為主視覺配色，機台上的綠色場地是放置卡匣的地方，同樣最多可支援兩位玩家進行對戰，左右各一位。機台下方的排出口就是卡匣掉落的出口。



圖 2-6-5 寶可夢 TREETTA 機台樣貌

資料來源：<https://reurl.cc/x66bZE>

³⁹ 寶可夢 TREETTA 遊戲模式介紹 2022 年 5 月 28 日 <https://reurl.cc/DmV3lQ> 2023 年 4 月 28 日

6. 卡匣

卡匣是一個 41×41×3.6 mm 的塑料卡牌，內含可以與寶可夢 TRETТА 機器進行通訊的芯片。每個卡匣擁有代表的顏色和寶可夢，有的時候還有代表的人物。每個卡匣上的寶可夢隨機擁有一至三個在《寶可夢》系列中擁有的招式。卡匣上也會寫一些必要的資訊，例如寶可夢的名字、珍稀程度和序號⁴⁰。



圖 2-6-6 寶可夢 TRETТА 卡匣樣式

資料來源：<https://reurl.cc/klzEo9>

7. 銷售額

截至 2013 年 8 月，遊戲機台在日本已設置於超過 2000 個以上的店舖，累積發行人卡匣數超過 8700 萬枚。2016 年 6 月，《寶可夢 TERTТА》在日本正式結束營運

⁴⁰ 寶可夢 TRETТА 外觀介紹 2022 年 5 月 28 日 檢自 <https://reurl.cc/DmV3lQ> 2023 年 4 月 28 日

(三) 寶可夢 Ga-Olé (ポケモンガオーレ)

表 2-6-4 寶可夢 Ga-Olé

日文	ポケモンガオーレ
中文(臺灣譯名)	寶可夢 Ga-Olé
日本發行時間	2016/07/07
台灣代理時間	2020/12

資料來源: <https://reurl.cc/AdNOYQ>

1. 遊戲系統

本作是繼《寶可夢三隻對戰組》及《寶可夢 TERTTA》後的寶可夢系列第三彈商業娛樂大型機台，其特徵是採用 50 吋的長型大螢幕。每次遊玩需投入 100 日圓/30 新台幣，隨著遊戲的進行，當進入連續戰鬥、捕捉模式時需要再次投入硬幣⁴¹。

2. 遊玩方式

對戰方式改為 2v2 形式，於機台中央的卡槽插入 2 張卡匣以召喚寶可夢、或向電腦租借寶可夢。之後就是一直按左右兩側的按鈕，當自己的行動調高於對手的寶可夢時就能進行攻擊，反之則進行防禦，當玩家的寶可夢陷入瀕死，可以召喚新的寶可夢（第一場最多派出四隻寶可夢，若進行額外對戰則增加至五隻）⁴²。

上一代的馬上捕捉模式也有保留，並改名為立刻捕獲，此模式下無需與寶可夢對戰即可直接捕捉寶可夢的模式。捕捉到的兩隻寶可夢只有一隻能轉為卡匣，且能視情況選擇是否要轉出卡匣⁴³。

追加模式:第二彈起追加的新模式。該模式可和訓練家進行對戰。進入該模式後可選擇想要挑戰的訓練家，每個訓練家的強度、持有寶可夢均有所不同，對戰結束後能夠隨機取得卡匣。

⁴¹ 寶可夢 Ga-Olé遊戲簡介 <https://reurl.cc/AdNOYQ> 2023 年 4 月 29 日閱覽

⁴² 寶可夢 Ga-Olé遊戲玩法 <https://reurl.cc/AdNOYQ> 2023 年 4 月 29 日閱覽

⁴³ 寶可夢 Ga-Olé之立即捕獲模式介紹 <https://pokemongaole.com.tw/games/modes/101> 2023 年 4 月 29 日閱覽

3. LOGO



圖 2-6-7 寶可夢 Ga-Olé LOGO

資料來源：<https://lurl.cc/ARNiLb>

4. 機台樣貌

螢幕採用了 50 吋的長型大螢幕，配色上跟前幾代一樣延續了精靈球的紅白配色，機體使用了白黑配色，側面印有寶可夢精靈球的造型，機台中央的卡槽可放入兩枚卡匣。此代機台跟前兩代不同只支援一位玩家同時遊玩，機台下方的排出口就是卡匣掉落的出口。



圖 2-6-8 寶可夢 Ga-Olé機台樣貌

資料來源：<https://lurl.cc/ARNiLb>

5. 卡匣

大小為 45x73x3.6mm 的加傲盤進行遊戲，每張加傲盤上都有寶可夢的畫像與該寶可夢的名字、捕獲時使用的精靈球種類(僅限日文版)、等級、寶可能量(日文：ポケエネ)、屬性、能力與招式，並且在每張加傲盤的一角，會有該寶可夢的 QR Code⁴⁴。



圖 2-6-9 寶可夢卡匣樣式

6. 版本差異

資料來源：<https://lurl.cc/iiHggN>

前兩代除了代理時間不同外日本版跟國際/台灣代理版基本上使用的機台都大致相同，但在此代卡匣的排出上首次出現了差異。在日版中，卡匣是由機台即時打印提供給玩家，每一張卡匣都有著獨立的 QR 碼；而在國際版中，卡匣是提前印製並貼好相應貼紙依序裝入機台中，同一種卡匣的 QR 碼一致，同時捕獲的精靈球種類也全部為普通精靈球，國際版中不同語言的卡匣互不相容，但活動發放的特別版卡匣則可以通用（拉普拉斯除外）⁴⁵。

表 2-6-5 寶可夢 Ga-Olé 版本差異

日本版	每次遊玩需投入 100 日元。每次取出卡匣時，機台會現場影印卡片。
國際版/台灣代理版	供日本以外地區使用，每次遊玩需投入 30 新台幣或 5 至 20 元人民幣。機台取消印卡功能，使用與《寶可夢 TERTTA》相同的預先印卡機制。SPECIAL 卡匣可跨語言使用。

資料來源：<https://reurl.cc/AdNOYQ>

⁴⁴ 寶可夢 Ga-Olé 卡匣樣式介紹 <https://reurl.cc/AdNOYQ> 2023 年 4 月 29 日閱覽

⁴⁵ 寶可夢 Ga-Olé 卡匣版本差異 <https://reurl.cc/AdNOYQ> 2023 年 4 月 29 日閱覽

(四) 寶可夢目標之星 (ポケモンメザスタ)

表 2-6-6 寶可夢目標之星

日文	ポケモンメザスタ
中文	寶可夢目標之星
日本發行時間	2020/09/17
台灣代理時間	尚未代理

資料來源: <https://reurl.cc/qklN7p>

1. 遊戲系統

在遊戲中，玩家們可以在機台上的寶可夢區域，擺設自己擁有的寶可夢卡片，藉此在遊戲中召喚出這些寶可夢來進行使用⁴⁶。

而在戰鬥中，對方三隻寶可夢的任意一隻寶可夢量表全滿時，就有機會向對方的三隻寶可夢進行捕捉。如果在這時候，額外投入 100 日元，就一定可以入手三隻中的其中一隻寶可夢⁴⁷。

2. 遊玩方式

遊玩一次是 100 日幣，機台會掃描你的一張記錄卡，來記錄遊玩紀錄，沒有卡也是能進行遊玩，遊戲有兩種模式，分別是對戰模式，與快投，選擇對戰後模式後，要選擇一個地區，進入對戰模式我方自己派出三隻寶可夢，螢幕上可以看到克制的屬性，將卡片往上推即可進行攻擊。

攻擊方式跟 Ga-Olé 一樣是按按鈕剩，跟 Ga-Olé 台不太一樣的地方是 Ga-Olé 需要全部打倒才可以捕捉，而這一代機台三隻裡面，只要有一隻 KO，就可以進行捕捉模式，捕獲的話一樣要花 100 日幣。

⁴⁶ 寶可夢目標之星遊戲系統 <https://reurl.cc/qklN7p> 2023 年 4 月 30 日閱覽

⁴⁷ 寶可夢目標之星遊戲系統 <https://reurl.cc/qklN7p> 2023 年 4 月 30 日閱覽

3. LOGO



圖 2-6-10 寶可夢目標之星 LOGO

資料來源：<https://reurl.cc/Ge3E9D>

4. 機台樣貌

本代機台最大的特色是左右機台的螢幕可以連線，在雙人遊玩時會變成一個大畫面，螢幕配色一樣延續了精靈球的紅白配色，機台本體則是黑白配色，機台中央的滑槽可放置三枚卡匣，一台機台最多提供一人遊玩，可與相鄰的機台聯線進行雙人遊玩，機台下方的排出口就是卡匣掉落的出口。



圖 2-6-11 寶可夢目標之星機台樣貌

資料來源：<https://lurl.cc/y3L912>

5. 卡匣



圖 2-6-12 寶可夢目標之星卡匣

資料來源：<https://lurl.cc/PMF0Kd>

(四)其他街機

除了以上幾款之外還有另外三款寶可夢主題的街機遊戲，分別是ポケモンカードゲームガチャ(2014/06/23)⁴⁸、ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT(2015/07/06)⁴⁹、ポケモンメガゲット!(2015/10)⁵⁰，以上幾款街機因為遊玩方式不同以及並沒有卡匣的收集要素加上台灣並沒有代理，在此只介紹日本發行時間以及機台樣貌。

表 2-6-7 其他街機

標題	ポケモンカードゲーム ガチャ	ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT	ポケモンメガゲット!
機台樣貌	 <p>圖 2-6-13 ポケモンカードゲームガチャ 資料來源： https://reurl.cc/GKjrad</p>	 <p>圖 2-6-14 ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT 資料來源： https://lurl.cc/SlusNG</p>	 <p>圖 2-6-15 ポケモンメガゲット! 資料來源： https://lurl.cc/ISUtdf</p>
發行時間	2014/06/23	2015/07/06	2015/10

資料來源: <https://reurl.cc/GKjrad> / <https://lurl.cc/SlusNG> / <https://lurl.cc/ISUtdf>

⁴⁸ ポケモンカードゲームガチャ 2022年10月9日 <https://reurl.cc/GKjrad> 2023年5月2日閲覧

⁴⁹ ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT 2016年4月4日 <https://lurl.cc/SlusNG> 2023年5月2日閲覧

⁵⁰ ポケモンメガゲット! 2022年10月9日 <https://lurl.cc/ISUtdf> 2023年5月2日閲覧

二、發行時間軸

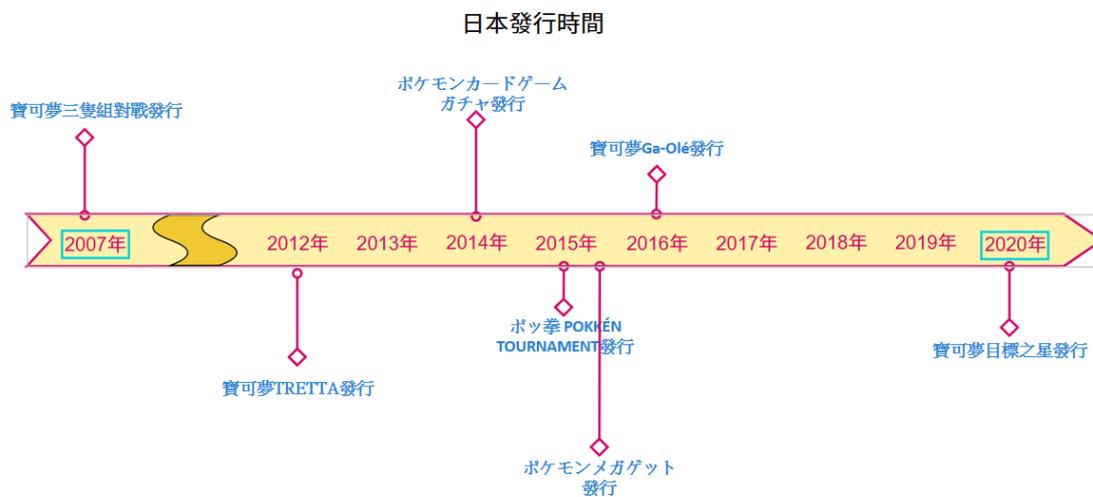


圖 2-6-16 寶可夢機台日本發行時間軸

資料來源：<https://lurl.cc/ISUtdf>

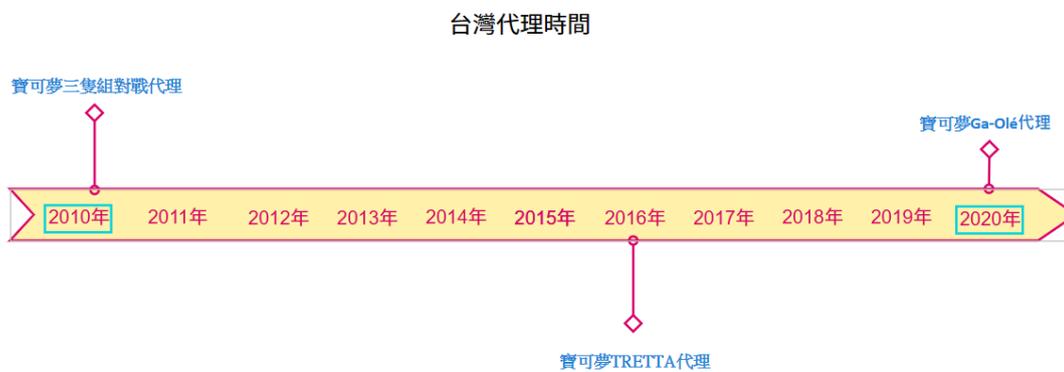


圖 2-6-17 寶可夢機台台灣代理時間軸

資料來源：<https://lurl.cc/ISUtdf>

第七節 小結

寶可夢最初只能透過電視廣告作為主要的推廣手段，通過簡單而直接的方式將寶可夢融入廣告中，廣告內容也開始搭配寶可夢遊戲的畫面和配音，以吸引玩家的興趣。這些廣告中展示了寶可夢的冒險故事和人與寶可夢交流的片段，讓當時的人們了解寶可夢的存在。寶可夢不僅僅是一個電玩遊戲，還有動畫、卡片遊戲、玩具和其他形式的媒體擴展。這種多元化使品牌更具吸引力，且許多寶可夢遊戲鼓勵玩家之間的社交互動。例如，玩家可以進行對戰、交換寶可夢，並參加集體活動，這有助於建立社區感和友誼。寶可夢產品的多樣性、娛樂性和教育性使其在全球範圍內保持了長期的受歡迎程度。它提供了許多令人愉快的遊戲體驗，吸引了不同年齡層的玩家。同時寶可夢公司不斷推出新的遊戲版本、新的寶可夢角色和其他內容，以保持玩家的興趣。這使遊戲保持新鮮感，並經常有新的事物可探索。

寶可夢已經存在多個十年，仍然有著強大的玩家基礎和市場影響力，這表明其長期成功的能力。寶可夢產品是一個多元化、跨媒體的娛樂品牌，擁有多個優勢，包括娛樂價值、社交互動、教育價值、持續更新、全球性品牌和長壽命。這個品牌自 1990 年代以來一直受到全球各地不同年齡層的玩家和粉絲的喜愛，並不斷擴展和創新，以保持其吸引力。無論是在遊戲、動畫、卡片遊戲、玩具還是其他媒體形式上，寶可夢都為玩家提供了樂趣、社交互動和教育體驗，成為一個具有全球影響力的品牌。

第三章 寶可夢之行銷手法分析

第一節 寶可夢掌機遊戲之行銷分析及統整

在上一章節裡本組提到了各世代寶可夢掌機遊戲的發展史，並針對目前已經發行的九個世代進行了介紹，本章節將針對這九個世代的行銷手法所帶來的經濟效益進行分析並加以統整，各世代平台、銷量及發售時間整理如下。

表 3-1-1 寶可夢遊戲發售時間、平台及銷量統整

世代	副標題	平台	銷量	發售日期
一	紅/綠	Game Boy	4,602 萬	1996 年 2 月 27 日
二	金/銀	Game Boy Color	2,949 萬	1999 年 11 月 21 日
三	紅寶石/藍寶石	Game Boy Advance	1,300 萬	2002 年 11 月 21 日
	綠寶石		1,300 萬	2004 年 1 月 29 日
	火紅/綠葉		1,182 萬	2002 年 11 月 21 日
四	鑽石/珍珠	Nintendo DS	1,767 萬	2006 年 9 月 28 日
	白金		1,767 萬	
	心金/魂銀		1,272 萬	2009 年 9 月 12 日
五	黑/白	Nintendo DS	1,564 萬	2010 年 9 月 18 日
	黑 2/白 2		241 萬	2012 年 6 月 23 日
六	X/Y	Nintendo 3DS	1,665 萬	2013 年 10 月 12 日
	終極紅寶石 /起源藍寶石		1,453 萬	2014 年 11 月 21 日
七	太陽/月亮	Nintendo	1,629 萬	2016 年 11 月 18 日

	究極之日	3DS		
	/究極之月		912 萬	2017 年 11 月 17 日
	Let's Go ! 皮卡丘	Nintendo	1,507 萬	2018 年 11 月 16 日
	/Let's Go ! 伊布	Switch		
八	劍/盾	Nintendo Switch	2,568 萬	2019 年 11 月 15 日
	晶燦鑽石 /明亮珍珠		1,492 萬	2021 年 11 月 19 日
	傳說阿爾宙斯		1,468 萬	2022 年 1 月 28 日
九	朱/紫	Nintendo Switch	2,061 萬	2022 年 11 月 18 日

資料來源:<https://reurl.cc/8N0oZd>

根據以上分析結果根據以上結果分析可知，寶可夢初代也就是第一世代的銷量是最好的一代，當然銷售時間長度也是原因之一，不過跟其他幾代相比 4,000 萬以上的銷量截至今日寶可夢遊戲系列中也是沒人能超過的佳績。而遊戲發行的速度從 1996 年第一代後平均間隔 2 至 3 年就會有一款新的寶可夢遊戲發售，而到了 2009 年後更是以平均 1 至 2 年的速度發行新寶可夢遊戲，且每一款的銷量也都維持在 1,000 萬左右的銷量，最新一代的寶可夢朱紫的銷量更是達到了 2,000 萬以上的佳績。綜觀遊戲歷史上來說寶可夢系列絕對是個人氣 IP，就商業層面上來看，可觀的銷售量也帶來了不少的經濟效益。

第二節 寶可夢動畫之推廣分析及統整

在第二章第四節的部分本組針對寶可夢的動畫內容進行了簡單的介紹，寶可夢動畫作為一個長期的動畫系列，在經濟效益和知名度方面有著顯著的影響，以下幾點是本組針對寶可夢動畫所帶來的經濟效益的統整。

一、 收視率和廣告收入：

寶可夢動畫在全球範圍內擁有廣大的觀眾群，並經常在電視台或串流平台播放。高收視率可以吸引廣告商投放廣告，帶來廣告收入，這對於動畫製作公司和電視台來說是一個重要的經濟來源。

二、 版權和授權商品：

寶可夢動畫的成功和知名度為其授權帶來了許多商機。授權包括製作玩具、遊戲、書籍、衣物、周邊商品等。這些授權商品的銷售可以為版權持有者和授權方帶來額外的收入。

三、 電影和劇場版：

寶可夢動畫經常推出劇場版電影，這些電影通常在上映時帶來高額票房收入。劇場版電影的成功不僅增加了知名度，還為影片製作公司和相關合作夥伴帶來了經濟效益。另外也於 2019 年推出由美日兩國合拍的真人動畫動作冒險奇幻懸疑片-名偵探皮卡丘，此作改編自 2016 年電子遊戲《名偵探皮卡丘》，由華納兄弟、傳奇娛樂和寶可夢公司共同製作，於 2019 年 5 月 10 日在美國上映。

四、 角色形象授權和推廣：

寶可夢動畫中的角色形象如皮卡丘已經成為一個全球性的文化現象。這些角色形象的授權和推廣活動，如商業活動、代言合作、品牌推廣等，可以為相關的公司和品牌帶來經濟效益。

寶可夢動畫的經濟效益和高人氣的原因當然不只上述所敘，如故事內容的吸引力、角色形象的設計、市場需求、市場競爭等也都包含在內。此外，寶可夢動畫也會隨著遊戲本傳的內容去做相關劇情，達成相輔相成的作用，且動畫可以說是現在年輕人的童年回憶，很多人都是因為看了動畫而去玩本傳遊戲，影響大到會把初代遊戲裡的主角-赤紅認為是動畫版主角-小智和在 XYZ 篇中出現了本傳遊戲沒有的羈絆進化(當時只有 MEGA 進化)，且一提到寶可夢就會想到小智和皮卡丘，因為動畫的關係而導致皮卡丘人氣水漲船高，因而推出皮卡丘版的本傳遊戲，而在 2023 年發布消息說最新動畫系列要更換主角時，就引起全世界的討論，各大媒體都在爭相報導，可見寶可夢動畫在每個人心中都有怎樣的地位

總體來說，寶可夢動畫以其廣泛的觀眾基礎和持久的成功為相關公司和品牌帶來了可觀的經濟效益。

第三節 寶可夢手遊之行銷分析及統整

在前一章節提到的手機遊戲中，本組從人氣最高的 Pokemon GO 手機遊戲來分析市場上的行銷策略，Pokemon GO 自從 2016 年 8 月 6 日在臺灣上架到各大 APP 商店平台時，曾佔據榜首一陣子，這遊戲不單單只是風靡一時，他的熱度直到現今依舊保有固定的用戶，遊戲商適時的宣傳與遊戲更新也讓 Pokemon GO 在保留現有的用戶以外有了新的用戶，從遊戲商剛開始的廣告宣傳、媒體運用、社群活動和後來的遊戲更新與推銷，從以上觀點可以運用行銷 4C 的方式來分析為什麼 Pokemon GO 的熱度依舊不減。

以 4C 行銷策略來分析就要提到 4P 行銷理論，4P 行銷理論是美國行銷學學者麥卡錫教授(Jerome McCarthy) 在 20 世紀的 60 年代提出的 4P 行銷組合策略(marketing mix)，4P 即為產品(Product)、價格(Price)、通路(Place)和促銷(Promotion)。麥卡錫教授認為一次成功和完整的市場行銷活動，意味著以適當的產品、適當的價格、適當的通路和適當的促銷手段，將適當的產品和服務投放到特定市場的行為。4C 理論則是由美國行銷專家勞特朋(Robert F. Lauterborn) 教授在 1990 年提出的，它以消費者需求為導向，重新設定了市場行銷組合的四個基本要素：即消費者(Consumer)、成本(Cost)、便利(Convenience)和溝通(Communication)，4C 理論強調企業首先應該把追求顧客滿意放在第一位，其次是努力降低顧客的購買成本，然後要充分注意到顧客購買過程中的便利性，而不是從企業的角度來決定銷售通路策略，最後還應以消費者為中心實施有效的行銷溝通，與產品導向的 4P 理論相比，4C 理論比較重視顧客導向，以追求顧客滿意為目標，因此行銷 4P 與 4C 兩個其實是相互對應的理論⁵¹。由於上述的說明比起以產品為主要分析目標的 4P 理論，重視顧客導向的 4C 理論更符合本組想探討的觀點，所以這邊使用 4C 理論作為依據來分析 Pokemon GO 的行銷策略。由表 3-3-1 來呈現 4C 的說明與解釋，由表 3-3-2 表示對 Pokemon GO

⁵¹行銷理論的演變：4P、4C、4R。2018 年 5 月 18 日 <https://reurl.cc/2L3Z14> 2023 年 4 月 14 日閱覽

行銷 4C 策略的分析。

表 3-3-1 行銷 4C，4C 的說明與解釋

消費者(Consumer)	對應產品，這邊著重的點是「消費者的需求和慾望」，並以有需求才有供給的思維去推動產品和服務的創新與發展，除此之外，應將核心擺在「消費者」。
成本(Cost)	對應價格，行銷 4C 的成本包含隱藏成本，也就是無形、看不見的成本，如時間成本、消費者在選擇時產生的機會成本。
便利(Convenience)	對應通路，消費者越方便取得產品越好，希望顧客在不同通路取得商品的成本能夠降到最低。
溝通(Communication)	對應促銷，勞特朋認為促銷是企業單方面地輸出資訊，而溝通則是需要雙方的相互回應，因此，必須著重在雙向溝通，企業必須嘗試傾聽消費者真正的聲音。

資料來源：<https://reurl.cc/GK4n0y>

經過上述表格對於甚麼是 4C 分析已經有了基本的概念，接著本組將利用 4C 分析來為寶可夢手遊的行銷策略等進行更詳細的分析並加以統整。其內容整理如下：

表 3-3-2Pokemon GO 行銷 4C 策略的分析

<p>消費者(Consumer)</p>	<p>不斷的更新遊戲，例如：優化遊戲系統、推出新的活動和角色讓玩家有更好的遊玩體驗，更改既有的遊戲方式，擴充新的遊戲機制，嚴懲作弊行為提供良好的遊戲環境。</p> <p>透過設定稀有怪來滿足收集的慾望，Pokemon GO 設有許多稀有怪物等待玩家收集，玩家可以透過不斷升級收集更多稀有怪之外，更設有稀有度圖鑑，可以滿足消費者想收集全部寶可夢的慾望。</p>
<p>成本(Cost)</p>	<p>新穎的遊戲方式，例如：</p> <p>1、Ingress</p> <p>Ingress 是 Niantic(Pokemon GO 遊戲開發商)在 2013 發表的一款手機遊戲。而“任天堂(遊戲版權商)”與“Niantic “所製作的” Pokemon GO”裡面的道館和 Pokemon 商店的位置是來至於 Ingress 這款遊戲裡面玩家當初在玩的時候所建構的部分資料組成。</p> <p>2、LBS 技術</p> <p>Location-Based Service (LBS)簡單來說就是運用 GPS 來取得玩家目前的所在地點。Pokemon GO 就是運用這樣的技術來取得玩家位置進而偵測附近的寶可夢。</p> <p>3、AR 技術</p>

	<p>Augmented Reality(AR)擴增實境是將虛擬資訊快速加到現實世界裡面的一種技術。</p> <p>Pokemon GO 的特點是運用 AR 的技術，在玩家童年回憶中的寶可夢透過手機螢幕出現在現實環境之中，運用這樣的方式提高了開發商的機會成本。</p>
便利(Convenience)	<p>1、APP</p> <p>目前 Pokemon GO 適用於手機、平板，開放於</p> <p>(1)IOS Apple store</p> <p>(2)Android google play store</p> <p>這兩個線上虛擬商店免費下載，而遊戲內虛擬寶物的部分則是透過 App 內建道具商店購買取得。</p> <p>2、周邊商品</p> <p>(1).獲得寶可夢授權的玩具店，目前臺灣並沒有太多</p> <p>(2).購物網站</p> <p>(3).漫畫博覽會等展覽</p>
溝通(Communication)	<p>官方透過社群媒體，例如:官方網站 Facebook、Twitter、Reddit 等各大社群媒體網站，募集玩家的問題與想法和意見，進而推出遊戲更新，改良遊戲玩法，改善遊戲漏洞，修改角色能力的平衡性，不只是按照開發者自己的想法做更改，也讓玩家們有更多的參與。</p>

資料來源: <https://reurl.cc/nLrm86>

第四節 寶可夢電子機台之行銷分析及統整

一、 機台經濟效益

寶可夢身為家喻戶曉的系列，至今也都保持著一定的人氣，而 2007 年日本發行機台後台灣也在 3 年後的 2010 年正式引進機台，而台灣在 2020 年代理的最新機台，在短短幾個月內就已經創下超過 5,000 萬張的卡匣銷售成績⁵²，能有如此驚人的銷量也是多虧於不減的人氣以及好的推銷企劃，寶可夢機台主要設置地點包含各大百貨公司、玩具反斗城、三商百貨、玩具店、家樂福甚至是部分超商店內也有設置機台提供遊玩。

二、 機台的宣傳活動

此外也有舉辦實體活動體驗宣傳活動，2023 年 3 月 22 日~26 日在台北三創生活園區 1 樓十二立方廣場就有舉辦了寶可夢 Ga-Olé Rush1 彈大型遊戲體驗會⁵³，此活動選在交通方便的三創，三創的優勢就在於主要客群為孩童、學生族群和青壯年人士，正好符合寶可夢的客群，而體驗機台需要抽體驗券，且體驗券發完為止，這樣不僅可以掌握顧客數量，還能利用顧客的限量心理來吸引過路客參與藉此達到推銷的效果。本活動由寶可夢 Ga-Olé 台灣總代理世雅育樂股份有限公司負責營運。

⁵² 犬拓(2023 年 7 月 24 日)卡片遊戲機《寶可夢加傲樂》在台上市 1000 天 五大紀念活動開跑。巴哈姆特網檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=253417> 2023 年 8 月 1 日閱覽

⁵³ 寶可夢遊戲體驗會 <https://aole.com.tw/events/3885> 2023 年 5 月 1 日閱覽

三、 結語

寶可夢機台所帶來的效益分析出以下幾點：

(一)銷售與收入：

寶可夢機台本身的銷售可以為遊戲開發商和製造商帶來直接的收入。人們購買這些機台所帶來的寶可夢遊戲的體驗，這些銷售收入可以成為主要的獲利來源。

(二)遊戲卡匣銷售：

寶可夢機台提供附加的遊戲卡匣供玩家們遊玩以及收藏，這些卡片包含特殊的寶可夢、技能或其他增值內容。這些附加商品的銷售可以為遊戲開發商帶來額外的收入。

(三)玩家參與度和持續消費：

寶可夢機台遊戲通常具有長期持續的遊戲內容和社交互動。玩家參與度的提高和持續消費（如遊戲卡匣等）可以為開發商帶來穩定的經濟效益。

(四)合作和贊助：

寶可夢機台遊戲可能吸引到其他企業進行合作和贊助，例如品牌合作、廣告推廣等。這些合作和贊助可以為遊戲開發商帶來額外的收入來源。

(五)增加產品知名度和推廣效果：

寶可夢機台可以作為品牌推廣的一部分，提高寶可夢遊戲系列的知名度和曝光度。這可能導致更多人購買相關的遊戲產品，如遊戲卡匣、遊戲主機等，進一步增加收入。

寶可夢機台的優勢在於人氣 IP、簡單的玩法、可愛的角色、遊玩價格便宜以及讓人能夠一玩再玩的理由那就是有收集要素的卡匣。成功的遊戲設計再加上強力的推銷，已經讓寶可夢機台慢慢融入在大家的生活中了，而玩家的年齡層從 5、6 歲的孩童到銀髮族都有接觸，但缺點也不是沒有，固定的地點以及重複性高的遊戲內容跟現今的其他遊戲甚至手遊相比確實遜色了一些，儘管如此還是日益增加的玩家也證明了寶可夢系列是多麼的有人氣。

第五節 寶可夢卡牌遊戲之行銷分析及統整

在第二章第一節有提到寶可夢卡牌是日本首個「國產」且在全世界販售累積 200 億枚的卡片遊戲，因此可得知寶可夢卡牌(PTCG)在全世界廣受粉絲們歡迎，前一章有介紹到寶可夢卡牌的特色與玩法，因此本節將統整出官方對於卡牌的販售方式，以及針對寶可夢卡牌創造的價值及經濟效益進行分析。

一、販售方式

一般來說，官方的販售方式只有販賣補充包、預組套牌和禮盒等等，但由於大部分都是屬於隨機性質的商品，要單獨幾張卡片會比開補充包還來的便宜，因此大部分玩家要組牌是會選擇購買單一張卡片的，卡片來源則是其他人開補充包或店家自行拆包等等的商品獲得的卡片，因此幾乎都屬於玩家間的交易，而購買卡片也不光是拿來遊玩而已，也有一些是屬於收藏型的玩家，購買卡片單純是因為想收藏，以下是官方的販售方式。

表 3-5-1 卡牌販售方式

模 式	預組	補充包	禮盒
圖 片	 <p>圖 3-5-1 寶可夢 預組 資料來源： https://reurl.cc/7M75mk</p>	 <p>圖 3-5-2 寶可夢補充 包 資料來源： https://buy.line.me/prod</p>	 <p>圖 3-5-3 寶可夢禮盒 資料來源： https://reurl.cc/2EzpVa</p>
內 容 物	<p>每包 60 張卡片，對戰所需的牌組、傷害指示物，起始牌組中全部都有。還有規則說明書，新手也可快速上手。</p>	<p>大部分都是一包中含有 5 張卡，一盒中有 30 包 少部分特別包則是一包 5 張至 10 張不等，一盒也僅有 10 至 15 包 例如閃色明星 V 搭檔</p>	<p>通常賣卡牌周邊，例如卡盒、卡墊、傷害指示物等。也會有紀念卡或補充包。</p>
價 格 (NT)	<p>100-150</p>	<p>1 包 50 元、一盒 1500 特別包價格則不等</p>	<p>1,500 以上</p>

資料來源: <https://reurl.cc/My43r3>

二、單一張卡片價格

由於卡包是屬於隨機性質的產品，因此大部分要組牌或是收藏會選擇直接單收一張卡，但單收的價格每張又都不一樣，有的很低，10 幾塊就買得到，有些則高到天價，一張卡就能買一棟房子，究竟為何能價差到那麼大呢？以下將統整出能夠改變卡價的原因。

(一)依照泛用程度決定

一些強力的卡片通常每個牌組都會放，也就是所謂的泛用卡，因為能夠支援各種類型的牌組，因此在每個人都會使用的情況下，需求量就會提升，會造成供不應求的狀況，使得單張卡片的價格也會跟著水漲船高，例如：卡璞·蝶蝶-GX，截至 2023/04，普通版價格約落在新台幣 900 元左右，古茲馬一般版買價格約落在新台幣 180~200 元左右⁵⁴。



圖 3-5-4 卡璞·蝶蝶-GX

資料來源：

<https://reurl.cc/LNgM93>



圖 3-5-6 古茲瑪

資料來源：

<https://reurl.cc/nLreAn>

⁵⁴ STD 環境內牌組泛用卡片（已更新三張牌）2018 年 9 月 12 日

<https://forum.gamer.com.tw/C.php?bsn=21259&snA=247> 2023 年 8 月 1 日閱覽

(二)稀有度(版本)決定

一張卡可同時有多種版本，例如一般版、異圖、雷射，黃金等等，通常都會在補充包中隨機封入，且就開到那張稀有度的卡也不一定會得到想要的角色，因此人氣高的角色版本越高，價格也會越高。此外卡片上所標示的語言也都會影響到卡片價格，例如日文版價格大部分都會比繁體中文版來得高。

表 3-5-2 各種稀有度之示意圖

卡片名稱	阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX 繁體中文版			
版本	一般	異圖	雷射	黃金
圖片	 <p>圖 3-5-7 阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX 資料來源： https://reurl.cc/Ny4V95</p>	 <p>圖 3-5-8 異圖阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX 資料來源： https://reurl.cc/QZex0</p>	 <p>圖 3-5-9 HR 阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX 資料來源： https://reurl.cc/q0rQ2D</p>	 <p>圖 3-5-10 黃金阿爾宙斯&帝牙盧卡&帕路奇亞 GX 資料來源： https://reurl.cc/9R72qX</p>
價格(NT)	200-300	5,000-5,500	700-800	1,000-1,100

資料來源: <https://reurl.cc/eDbmVK> (2023 年 4 月 30 日時價)

(三)依照人氣決定

依照卡圖來決定，人氣越高，卡圖越精美，價格會越高，通常都是支援者系列的卡，例如全圖奇樹異圖，價格約在 40 萬日圓，台幣約在 9 萬，有經過鑑定的話價格則會越高，通常會使用 BGS 和 PSA 的鑑定，這兩家鑑定公司是當今最高認可的鑑定公司。最高分兩家公司皆為 10 分，因為會經過各種檢查，例如卡圖完整度，色澤、邊角等等項目，要拿到高分非常不容易，因此評分越高價格也會愈高。一張經過鑑定的遊戲卡、等級越高，價值隨時飆升百倍⁵⁵。

其中最具代表性也最知名的高單價卡片就屬於 PSA10 鑑定等級的莉莉艾這張卡了，造成價格高漲的原因不外乎就是滿分的鑑定等級、角色的高人氣以及卡片強度，根據網上報導不只卡店直接開出 1,500 萬日圓收購價，更有推特網友看到卡店現場標價 3,300 萬日圓的這張莉莉艾，可說卡價高騰到令人咋舌⁵⁶。



圖 3-5-11 3,300 萬莉莉艾

資料來源: <https://reurl.cc/7M7V2k>

⁵⁵ 如何令收藏卡隨時升值百倍? | BGS?PSA? 誰是鑑定之王? 2023 年 4 月 14 日。

<https://reurl.cc/r5mLly> 2022 年 10 月 02 日

⁵⁶ 「一張莉莉艾能買房子」寶可夢 TCG 炒價太嚴重? 寶可夢公司與二手販售平台共同發表對策聲明 2023 年 6 月 20 日 <https://www.toy-people.com/?p=81423> 2023 年 7 月 31 日

表 3-5-3 加油莉莉艾各種稀有度之價格示意圖

<p>卡 片 名 稱</p>	<p>莉莉艾 繁體中文版</p>		
<p>版 本</p>	<p>一般</p>	<p>全圖</p>	<p>鑑定 10 分</p>
<p>圖 片</p>	<div data-bbox="453 577 705 958" data-label="Image"> </div> <p>圖 3-5-12 一般版莉莉艾 資料來源： https://reurl.cc/K34N5m</p>	<div data-bbox="788 609 1031 990" data-label="Image"> </div> <p>圖 3-5-13 全圖版莉莉艾 資料來源： https://reurl.cc/Xmq7bD</p>	<div data-bbox="1117 577 1366 958" data-label="Image"> </div> <p>圖 3-5-14 BSG 鑑定 10 分莉莉艾資料來源： https://buy.line.me/product/277/3764464914</p>
<p>價 格 (NT)</p>	<p>10</p>	<p>7,000-8,000</p>	<p>90,000-100,000</p>

資料來源：<https://reurl.cc/r5b1Db> (2023 年 4 月 30 日時價)

(四)依照稀有度(年份)決定

由於隨著時間推移，因此會一直不斷推出新的卡片，且寶可夢採用退環境的機制，因此早期的卡不會再復刻，也就會絕版，因此人氣高且早期的卡片價格也會跟著水漲船高，例如第一版發售且鑑定為 10 分的噴火龍，初版價格約在 5 到 10 萬美金，約新台幣 145 萬至 290 萬元⁵⁷。



圖 3-5-13 BGS 10 分初版噴火龍

資料來源：<https://reurl.cc/GevEMx>

(五)取得難易度

有一些取得困難的卡片能夠輕易賣出高價，取得難易度決定的因素有很多，例如限量、限地區等，這些卡牌收藏性質最高，例如在當地時間 2023 年 9 月 28 日至 2024 年 1 月 7 日，為了慶祝開館 50 週年，位於荷蘭阿姆斯特丹的「梵谷美術館（Van Gogh Museum）」宣布與「寶可夢」合作。此活動會送出限量的皮卡丘宣傳卡⁵⁸。



圖 3-5-14 皮卡丘自畫像

資料來源：<https://reurl.cc/L6WpML>

⁵⁷珍藏「噴火龍」17 年被笑！專家鑑定市價超過千萬 當舖老闆傻了 2018 年 3 月 14 日 <https://www.ettoday.net/news/20180314/1129882.htm> 2023 年 4 月 16 日閱覽

⁵⁸ 皮卡丘化身梵谷？！荷蘭梵谷美術館與「寶可夢」合作開跑 發放限量寶可夢卡牌 2023 年 9 月 28 日 <https://gmn.gamer.com.tw/detail.php?sn=256988> 2023 年 10 月 1 日閱覽

三、 退環境

現今的卡牌遊戲為了強度平衡而使用的方法大致上分為兩種，退環境和禁卡表，寶可夢卡牌使用的是退還境機制，所謂的退還境是指該日期以前的卡全都不能使用，只能使用後面出的卡(寶可夢卡牌的能量卡則沒有限制)，禁卡表則是將一些過強的卡加以限制或禁止使用，2種機制都會影響到卡片價格，且各有優缺點，整理如下：

表 3-5-4 何謂退環境之說明

	退還境	禁卡表
優點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境乾淨 2. 強度好維持 3. 入門、回鍋門檻低 4. 刺激消費 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以前的卡片能繼續使用 2. 就算被禁止，未來有機會能夠繼續使用 3. 以前不被重用的卡片有機會被重用 4. 卡片保值
缺點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 強迫消費 2. 以前使用的卡不能再使用 3. 卡片幾乎不保值 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遊戲複雜化 2. 卡池龐大 3. 要學的公式多 4. 特殊判定多
實例	寶可夢卡牌，魔法風雲會	遊戲王、battle spirit

資料來源：<https://reurl.cc/L64nd9>

四、結語

寶可夢卡牌遊戲促進了社交互動，使玩家之間建立了聯繫，並在比賽中交流戰術和策略。這種社交互動可以激發集體參與和社群建設，這在經濟上可能不易量化，但對玩家和粉絲來說具有重要價值。

寶可夢卡牌的經濟效益是很大的，不只對發行商而言，對一般玩家也是，透過購買過買卡牌來建立自己的牌組並參加比賽，而購買高版本的卡能夠讓自己的牌組看起來閃亮亮的，且當在對戰時打出那張高版本的卡除了能讓對手或觀眾驚嘆外，自己也能看得很開心，而對收藏家而言無非就是追求珍貴和稀有的卡牌，除了自己喜愛外，這些卡牌在未來可能會升值，因此寧願花高價也要買來收藏，甚至為了提高卡片的售價也會花錢送去鑑定，對賣家來說卡牌市場也夠大，有些卡或許現在價格很低，但在未來有時候價格能夠提高，對於稀有或珍貴的卡牌，價格也可能會不斷上升，這使一些投資者看中了這個市場。對發行商而言，為了獲得某幾張卡牌而大量購買卡包的也大有人在，因而能夠提高產品銷量，也可以影響與之相關的其他商品銷售，如寶可夢玩具、寶可夢電子遊戲、寶可夢動畫和電影等，成功的卡牌系列可以激發對寶可夢品牌的更多關注，進而提高其他產品的銷售，而退環境機制能夠讓對戰環境一切回歸於原點，也能刺激消費。

無論對製造商、玩家、收藏家和市場都產生了積極影響。這個多元化的生態系統有助於保持寶可夢卡牌作為一個受歡迎的娛樂和收藏品選擇的長期持續性。

第六節 小結

本組將第二章所介紹的寶可夢系列的各種行銷方式進行了分析以及統整，從而本組瞭解到寶可夢在每個領域都發展得很快速且穩定，遊戲上每年都有穩定的銷量，動畫直到現今也都還在持續播放，更是在主角小智獲得冠軍後，日本立刻報導此事讓認識或是不認識的人都能共襄盛舉，手遊雖然不是寶可夢系列主打的行銷方式，但在現代社會發展手機遊戲一定能為該系列帶來更多的人氣以及知名度，機台主要是給大家一個很輕鬆就可以接觸並遊玩寶可夢遊戲的管道，而且機台的卡匣具有收集要素以及稀有度區分，更能讓玩家可以身歷其境體會捕捉寶可夢的快樂，卡片遊戲從最初的收集卡牌並用牌組對戰的印象，到了現今除了遊玩之外更是把卡片當成是一種藝術品來看待，甚至也出現利用寶可夢卡牌來進行投資的玩家，也因為種種因素，卡牌往往只要出了新的補充包通常都會在短時間內就一掃而空，玩家們這樣的狂熱程度也確保了公司再販賣卡牌的銷售量。

本組瞭解了寶可夢系列所帶來的經濟效益非常巨大，並且其範圍拓展到各個領域，除了上述介紹的通路之外，寶可夢相關的異業結合或是商品合作更是比比皆是，而直至今日寶可夢的人氣也還在持續上升，本組很期待日後寶可夢能夠再帶給大眾不一樣的各式商品以及活動。

第四章 問卷調查與分析

第一節 問卷目的與架構

本研究主要目的為寶可夢在經濟上帶來的影響與效益，主要是以問卷調查的模式來進行分析，透過問卷的調查結果，研究消費者在哪個部分消費最多，我們針對掌機，動畫，周邊、卡牌等來分別進行圖表研究分析，藉此來提高調查結果的穩定性。

下圖為本章節之問卷架構圖：

問卷架構圖

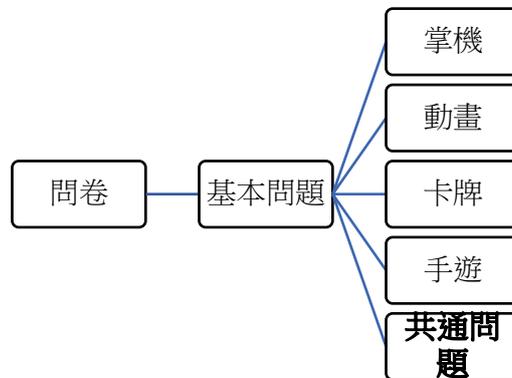


圖 4-1 問卷架構圖

第二節 問卷對象

本研究的發放對象為各個年齡層做為廣發，以「掌機」、「動畫」、「卡牌」、「手遊」、「異業合作」來進分析，然後以 GOOGLE 表單的方式進行問卷發放，無對象範圍發放，以隨機抽樣的方式進行問卷調查，探討寶可夢帶來的效益，問卷發放時間為 2023 年 7 月 18 至 8 月 30 日為止，總共收集了 106 份的問卷。

第三節 問卷設定

本組為了瞭解寶可夢的消費比例，跟寶可夢帶來的經濟效益，把寶可夢分為動畫，掌機、周邊、異業合作、手遊等五個大部分進行分析，並且再繼續細分下去問下去，掌機相關題目 3 題，動畫相關題目 4 題，卡牌相關題目 3 題，手機遊戲 4 題，機台問題 3 題、共通問題 9 題，採用了問答題與選擇題的方式進行問答，期望透過此問卷的發放，來了解寶可夢所帶來的經濟效益，分析如下第四節：

第四節 問卷結果分析

一、第一部分 基本問題

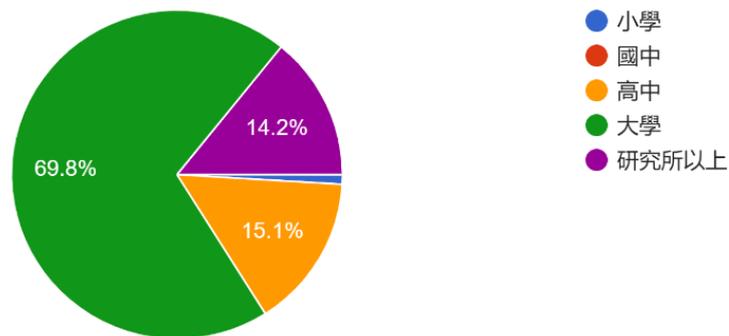


圖 4-2 學歷

根據圖 4-2 的調查結果顯示，填答的學歷部分分別為，大學的部分占了 69.8%，高中的部分佔 15.1%，研究所佔 14.2%，小學生佔 1%，大學生佔了將近 70%，由圖可知，寶可夢在大學生中具有相當的人氣。

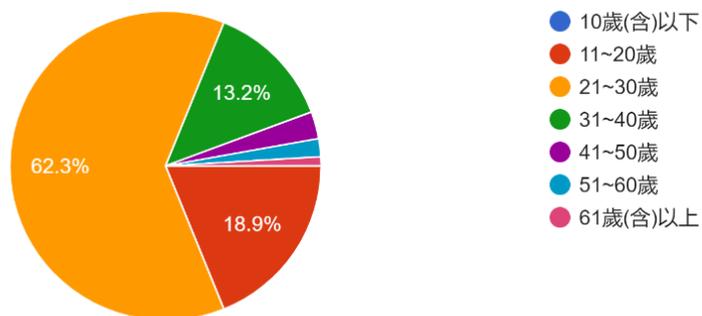


圖 4-3 年齡層

根據圖 4-3 的調查結果顯示，21-30 歲的人是最大的，佔了 62.3%，由此可以得

知寶可夢在 21-30 的年輕人中觸及率是比較高的。

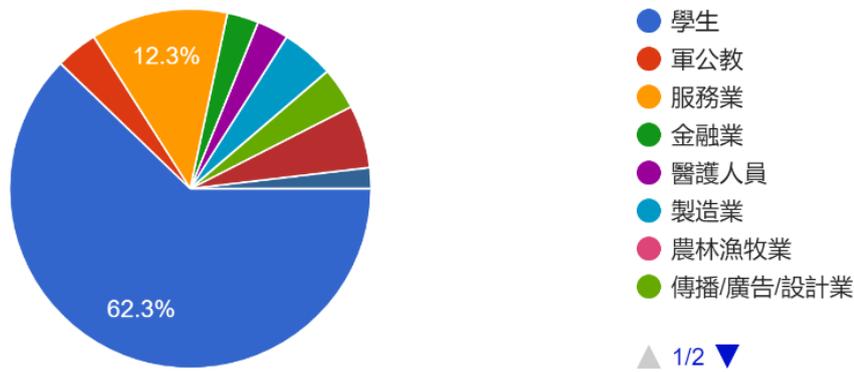


圖 4-4 職業類別

根據圖 4-4 的調查結果顯示，學生的部分佔 62.3%，由此可知寶可夢在學生類別的觸及率是比較高的。

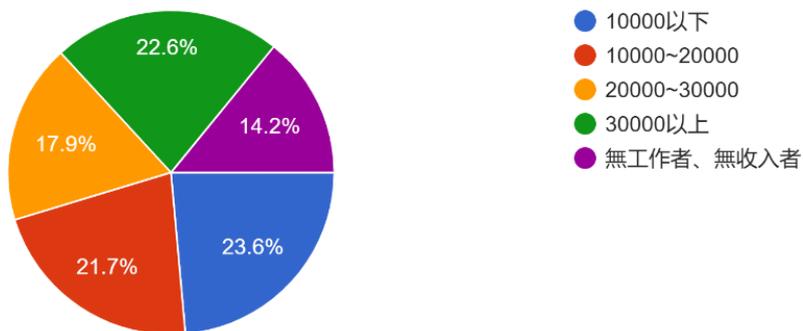


圖 4-5 月收入

根據圖 4-5 的調查結果顯示，10000 元以下的佔 23.6%，10000-20000 佔 21.7%，20000 元-30000 元佔 17.9%，30000 以上佔 22.6%，無工作者佔 14.2%。由此可知寶可

夢對於各族群的經濟條件分布是較平均的。

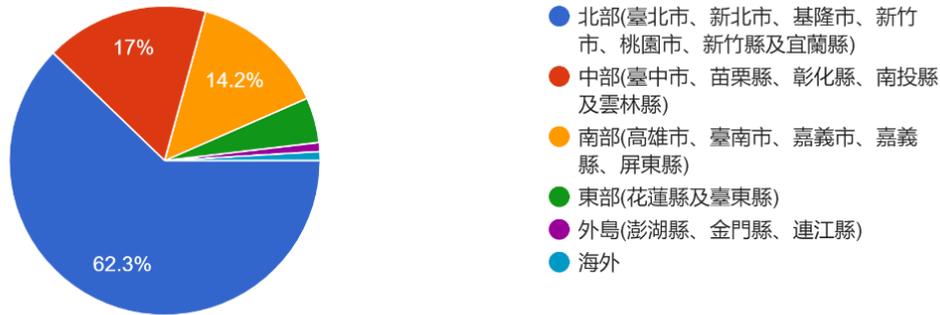


圖 4-6 居住地

根據圖 4-6 的調查結果顯示，北部的佔 62.3%，中部佔 17%，南部佔 14.2%，東部、外島及海外的族群並不多，由此可知觸及寶可夢相關的人位於北部的比較多。

請問您最常接觸下列何者寶可夢系列？

106 則回應

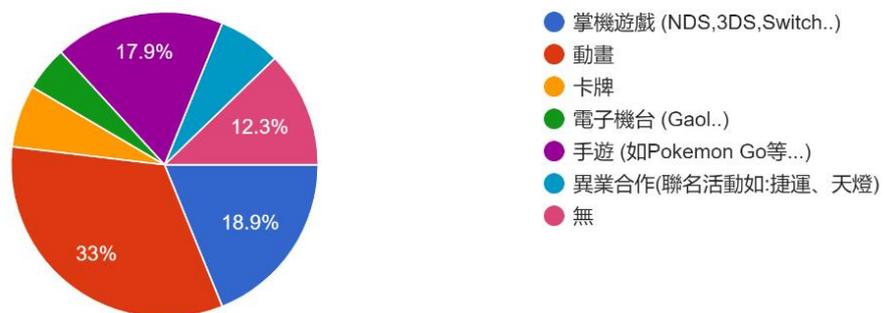


圖 4-7 最常接觸寶可夢系列

根據圖 4-7 的調查結果顯示，本組問卷收集到最常接觸的是動畫，佔了 33%，由此可知目前主要調查族群觸及率最高的項目是動畫。接觸掌機遊戲和手遊的族群也不少，在圖表佔 18.9%、17.9%，由此可知還是有一部分族群由不同的管道接觸到寶可夢。

您曾經在寶可夢的哪些產品上進行消費?(可複選)

106 則回應

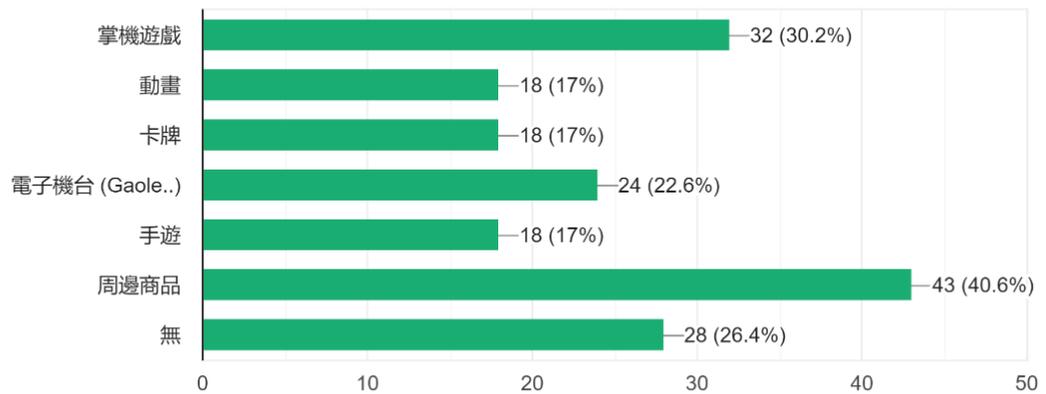


圖 4-8 曾經在寶可夢的哪些產品上進行消費

根據圖 4-7 和圖 4-8 的調查結果顯示，動畫是最多人知道的同時也帶動了掌機遊戲和周邊商品的消費意願，讓消費者更願意購買相關產品。

您在哪個商品上的消費量最多?

106 則回應

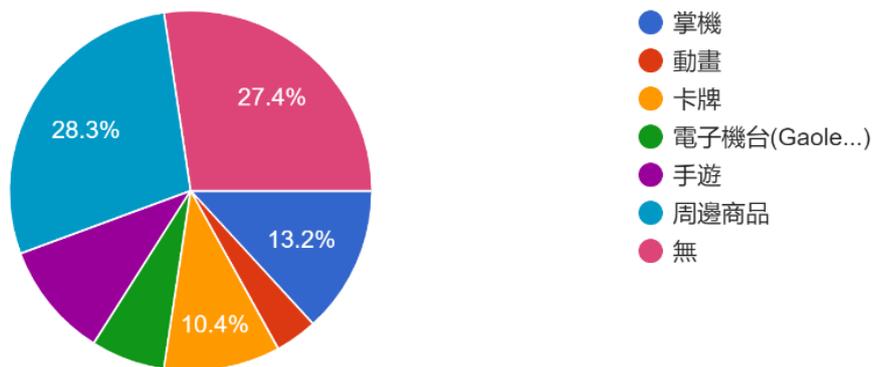


圖 4-9 在哪个產品上面消費量最多

根據圖 4-9 的調查結果顯示，周邊商品的部分是佔比較多數的，由此可知雖然遊戲是最先發表的，但此問卷調查中，周邊商品在消費者中還是比較有人氣，對於購買的意願有提高的趨勢。

二、第二部分

(一) 掌機遊戲

1.以Switch的寶可夢遊戲中，您喜歡哪個版本

20 則回應

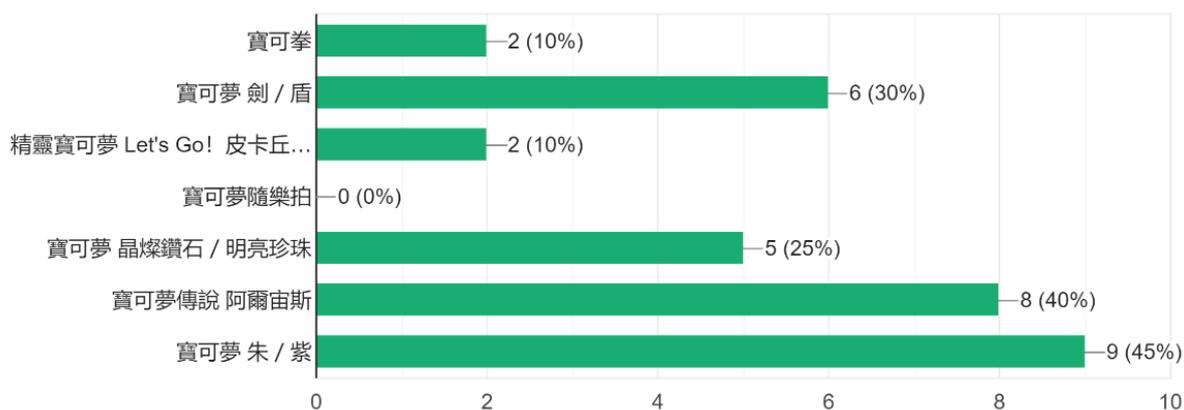


圖 4-10 以 Switch 的寶可夢遊戲中，喜歡哪一個版本

根據圖 4-10 的調查結果顯示，朱紫跟劍盾和阿爾宙斯這些新系列的产品，較受歡迎，由此可知消費者對於新遊戲所帶來的體驗程度較好。

2.寶可夢Switch遊戲，吸引您購買的原因為何?

20 則回應

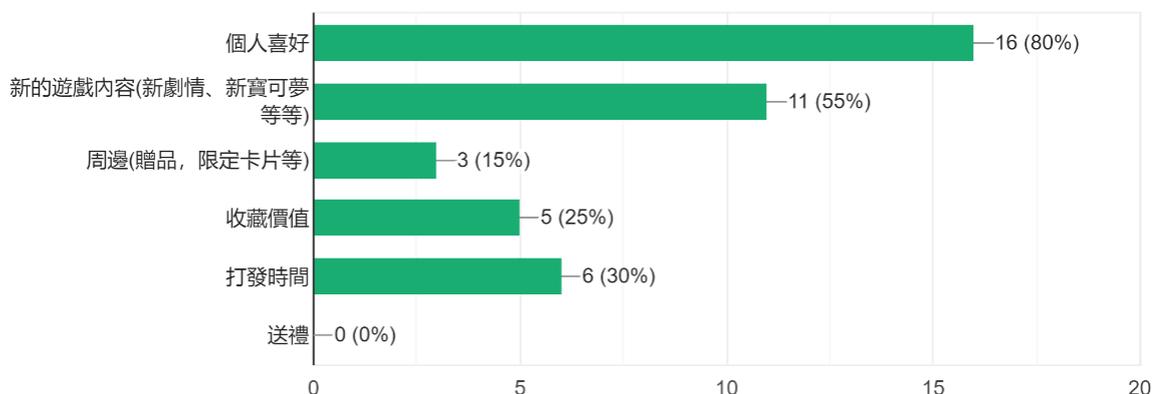


圖 4-11 寶可夢 Switch 遊戲，吸引購買的原因為何

根據圖 4-11 的調查結果顯示，雖然寶可夢廣為人知，但畢竟年代開始有隔閡，

能長期喜歡此系列的人數下降，由此可知有 80%的人，還是因為個人喜好、興趣而購買。

3.即使寶可夢遊戲比其他系列遊戲貴仍然會購買嗎?

20 則回應

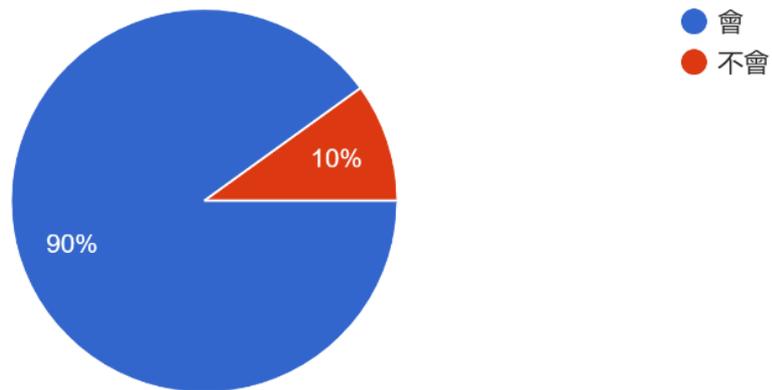


圖 4-12 即使寶可夢遊戲比其他系列遊戲貴仍然會購買嗎

根據圖 4-12 的調查結果顯示，有九成的人即使遊戲變貴還是會購買，由此可知，寶可夢還是有固定的消費客群，購買意願並不受價錢影響。

(二) 動畫

1.寶可夢動畫，吸引您觀看得原因如何?

35 則回應

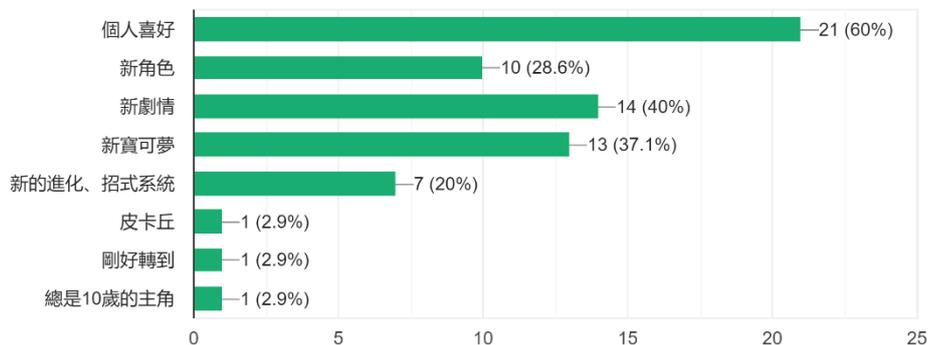


圖 4-13 寶可夢動畫，吸引觀看得原因如何

根據圖 4-13 的調查結果顯示，60%的人是因為個人因素而觀看寶可夢。由此可知，大多數族群觀看寶可夢還是受個人喜好的影響較多，動畫的角色(28.6%)、劇情(40%)、

新寶可夢(37.1%)也有一定的影響。

2.即使動畫評價很低，您還會收看嗎？

35 則回應

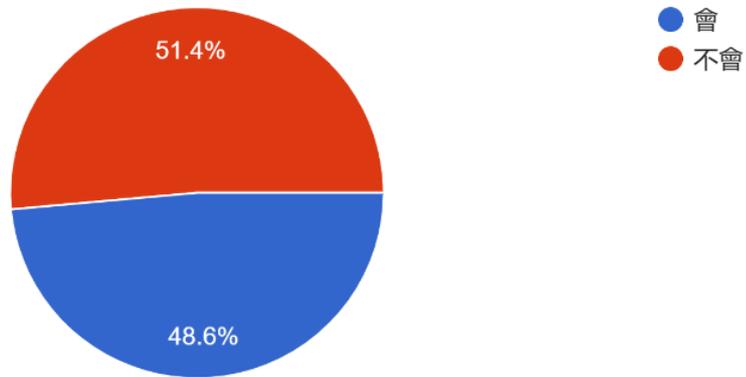


圖 4-14 即使動畫評價很低，還是會是會收看嗎

根據圖 4-14 的調查結果顯示，動畫評價變低的結果呈兩極化，部份的人會因為社群媒體的評分，選擇不去觀看寶可夢。

3.您會因為觀看動畫後去購買周邊商品嗎？

35 則回應

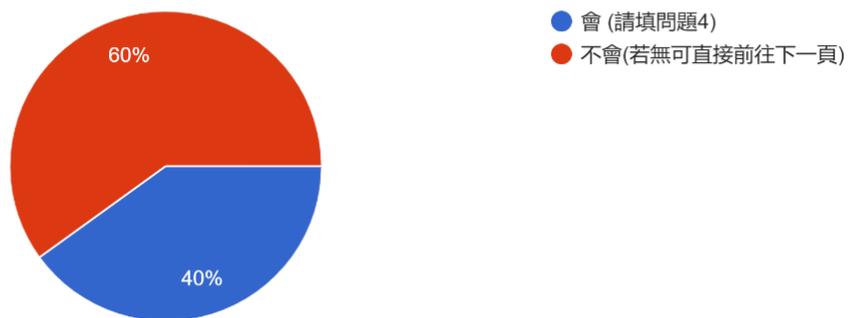


圖 4-15 會因為觀看動畫後去購買周邊商品嗎

根據圖 4-15 的調查結果顯示，動畫雖然是最廣為人知的，但 60%的人較不受動畫的好壞影響，而影響到周邊的販售率。

4.您曾經在周邊上消費多少金額?

22 則回應

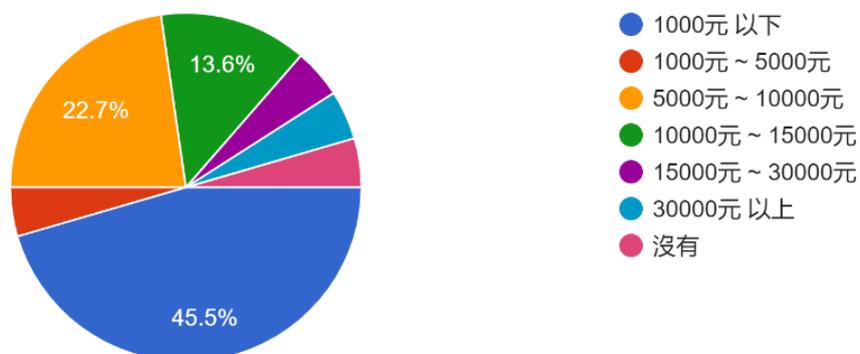


圖 4-16 曾經在周邊上消費多少金額

根據圖 4-16 的調查結果顯示，由此可知大約 45.5%的族群有接觸周邊商品但消費金額都不高，所以周邊帶來的經濟效益以資料來說並沒有佔很多。

(三) 卡牌

1.寶可夢卡牌，吸引您購買原因為何?

7 則回應

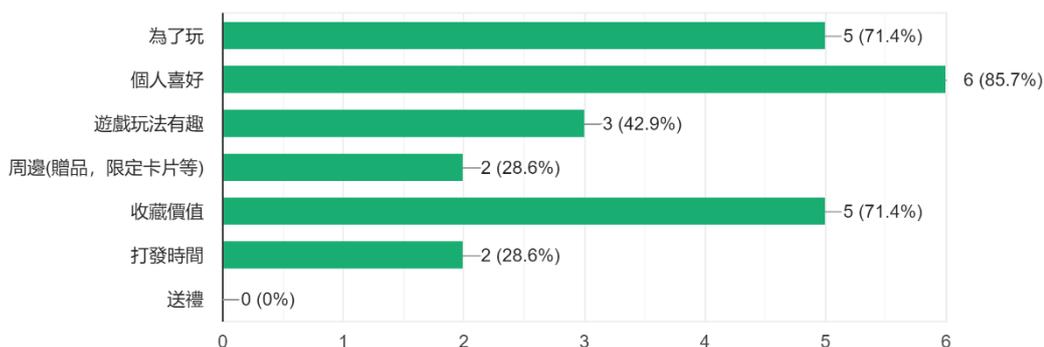


圖 4-17 寶可夢卡牌，吸引購買原因為何

根據圖 4-17 的調查結果顯示，消費者購買卡牌的原因主要還是個人喜好、遊玩、收藏價值等為主要目的，近期來已經算是一種新型投資的一種，有的卡片甚至可以賣到天價。

2.如果想要玩得牌組比較貴，還是會進行購買嗎?(例如:奇樹，莉莉艾等)

7 則回應

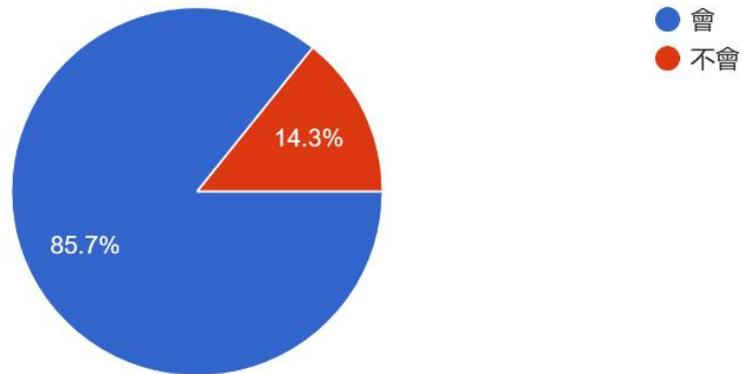


圖 4-18 牌組變貴，仍然會購買嗎

根據圖 4-18 的調查結果顯示，我們得知即使牌組變貴還是有 85%左右的人會進行購買，由此可以推論出消費者想玩的心情佔比較重，即使變貴仍然會購買進行遊玩或收藏。

3.您曾經在卡牌上消費多少金額?

7 則回應

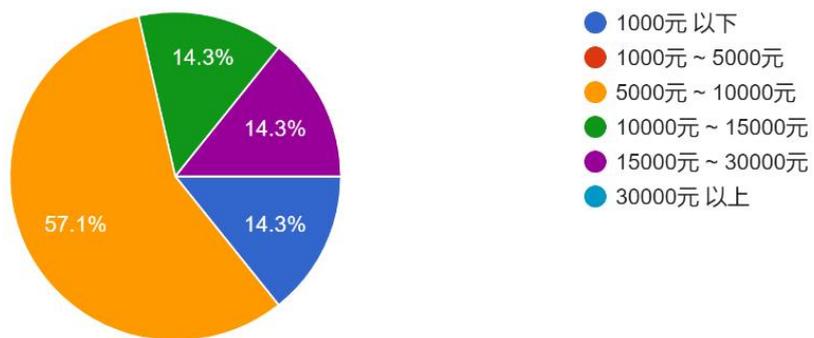


圖 4-19 曾在卡牌上消費多少金額

根據圖 4-19 的調查結果顯示，橙色部分佔比最多，多數人消費的金額在 5000 元-10000 元不等，我們根據問卷圖表可知，卡牌帶來的收入與經濟效益是非常可觀的。

(四) 電子機台

1.機台吸引您消費的原因為何?

5 則回應

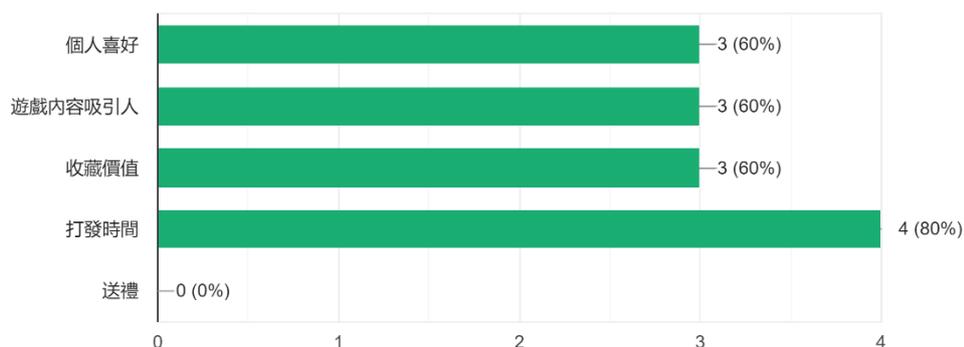


圖 4-20 機台吸引消費原因

根據圖 4-20 的調查結果顯示，上述內容，個人喜好、遊戲內容吸引人、收藏價值、打發時間，都是提高消費者遊玩機台的原因。

2.即使遊玩機台單價變高，您還是會遊玩嗎?

5 則回應

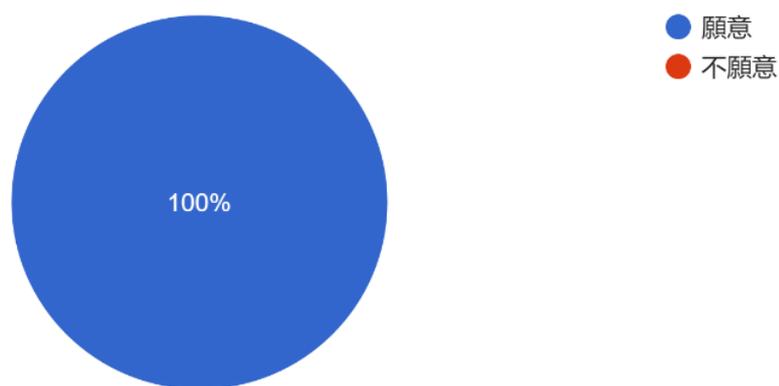


圖 4-21 機台價格變高，仍然會遊玩

根據圖 4-21 的調查結果顯示，由此可知，即使機台價格變高，並不會減少消費者遊玩消費的意願。

3.您曾經在機台上消費多少金額?

5 則回應

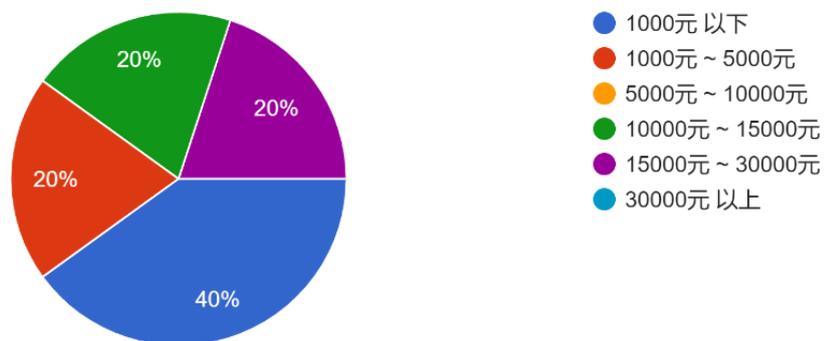


圖 4-22 機台上消費多少

根據圖 4-22 的調查結果顯示，多數人對機台的消費程度比較低。但仍有 20% 的人花費在 10000 元-15000 元之間，甚至還有將近到 30000 的金額，由此可知，機台帶來的消費意願還是不錯的。

(五) 手機遊戲

1.吸引您遊玩寶可夢手遊的原因為何?

19 則回應

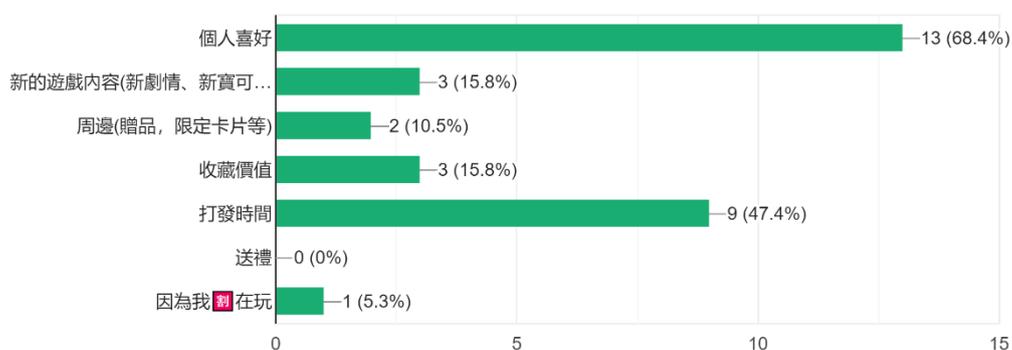


圖 4-23 遊玩寶可夢手遊原因

根據圖 4-23 的調查結果顯示，個人喜好的部分佔比較多，到達了近 70%，由此可知多數族群還是蠻喜歡寶可夢手遊，其次為打發時間，確實當時 POKEMON GO 推出的時候，宗旨就是為了激起玩家出門的慾望和打發時間的一款遊戲。

2.您願不願意在寶可夢手遊中進行消費? (例如遊戲內虛擬貨幣、交易系統等)

19 則回應

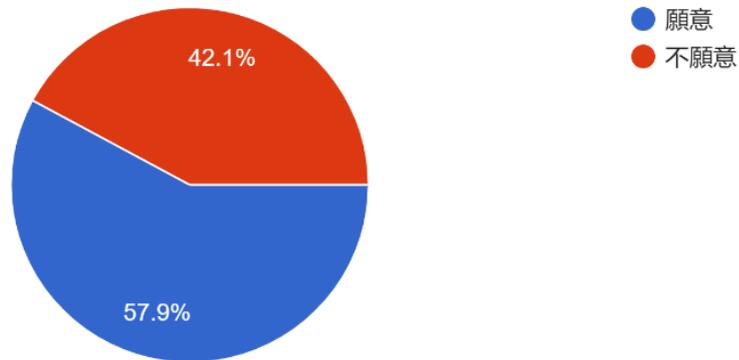


圖 4-24 遊玩寶可夢手遊原因

根據圖 4-24 的調查結果顯示，將近 60%消費者對於手遊的消費意願是比較高的願意花費在遊戲上的人居多，由此可知，手遊在經濟利益的部分具有不少的影響。

1.您曾經在哪一款寶可夢手遊中進行消費?

11 則回應

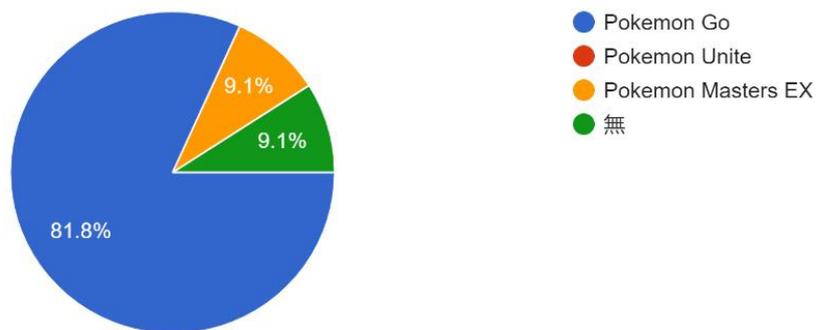


圖 4-25 曾經在哪款寶可夢手遊進行消費

根據圖 4-25 的調查結果顯示，POKEMON GO 大概佔了 80%，由此可知 POKEMON GO 較受廣為人知和遊玩，各族群在 POKEMON GO 上的消費比是佔最高的。

2.您曾經在寶可夢手遊中消費多少金額?

11 則回應

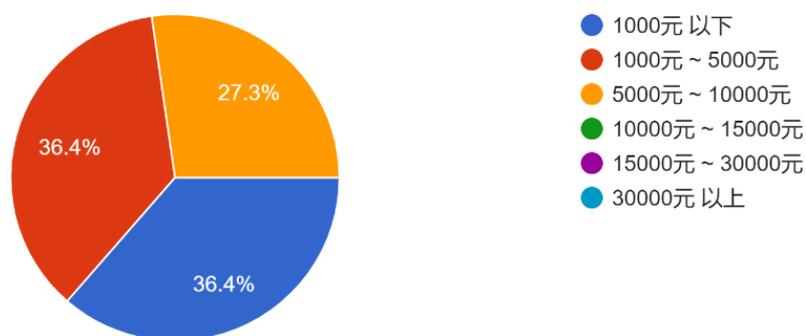


圖 4-26 曾經在手遊消費多少金額

由圖 4-26 得知各族群對 POKEMON GO 的消費意願較高，但根據圖 4-24 的調查結果顯示，大多數的消費者在手遊上的消費金額都落在 5000 元以內，從消費者的得到的經濟效益較低。

(六) 共通問題

1.您曾經在哪裡看過或參與什麼活動

7 則回應

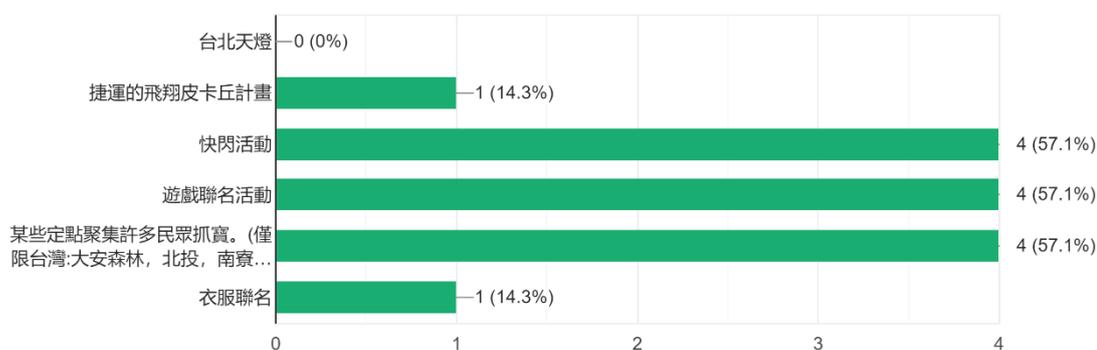


圖 4-27 曾經在哪裡參加過什麼活動

根據圖 4-27 的調查結果顯示，受 POKEMON GO 影響而參加活動的人佔多數。由此可知，POKEMON GO 對當地帶來的活動刺激了不少潛在的消費意願，POKEMON GO 雖然在遊戲裡獲得的經濟效益彰顯不佳，但在異業合作所帶來的收入是不容小覷。

2.吸引您前往活動的動機為何?

7 則回應

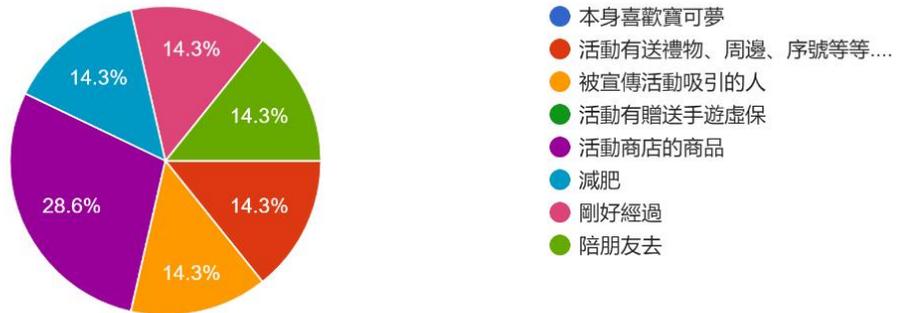


圖 4-28 吸引參加活動的原因

根據圖 4-28 的調查結果顯示，吸引消費者參與活動的原因有很多種。由此可知，吸引客群的原因較為廣泛，並不受很大的限制，經濟發展空間較為靈活。

1.您是否認為寶可夢能促進新興文化(二次元)產業發展?

93 則回應

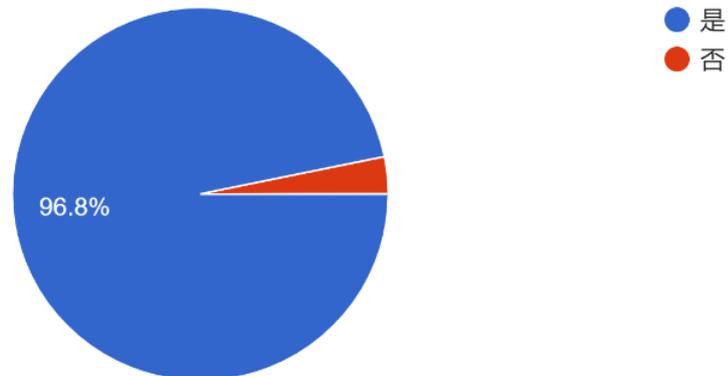


圖 4-29 是否促進新興文化發展

根據圖 4-29 的調查結果顯示，大多數的消費者認為寶可夢的存在是可以促進二次元的經濟發展的，由此可知，寶可夢具有較靈活的經濟和文化發展空間，不受太大的限制。

2.寶可夢是否為您的童年回憶

93 則回應

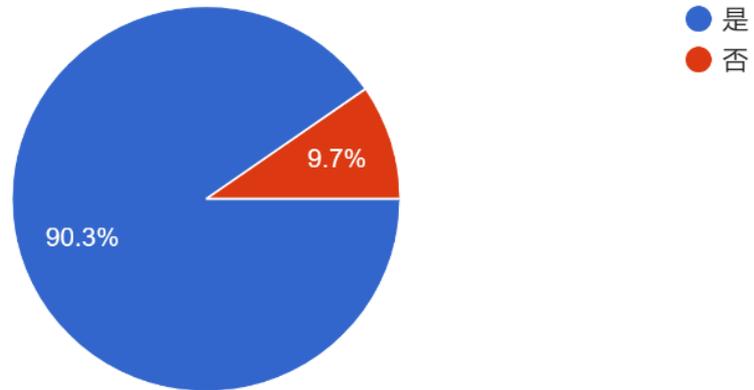


圖 4-30 是否為童年回憶

根據圖 4-30 的調查結果顯示，寶可夢還是大家心中的童年回憶，由此可知，寶可夢可以藉由運用各族群的情懷來衍生更多的經濟效益。

3.您是否認為寶可夢能促進觀光業發展?

93 則回應

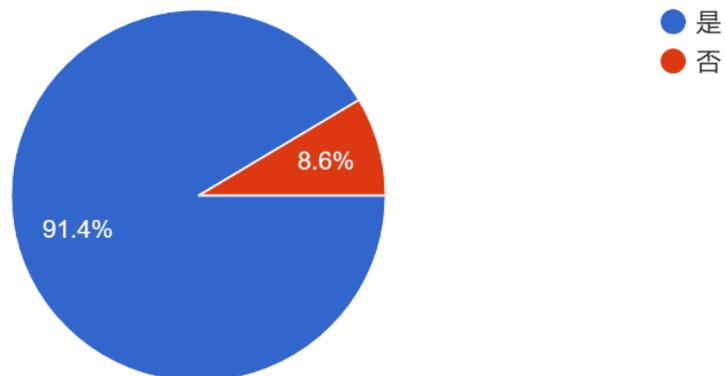


圖 4-31 是否促進觀光發展

根據圖 4-31 的調查結果顯示，本組由前面所有的圖表和問卷調查資料來佐證寶可夢確實可以促進觀光發展，帶來的經濟效益也遠不可估。

4.AR(擴增實境)技術是否有起到促進觀光發展的作用。

93 則回應

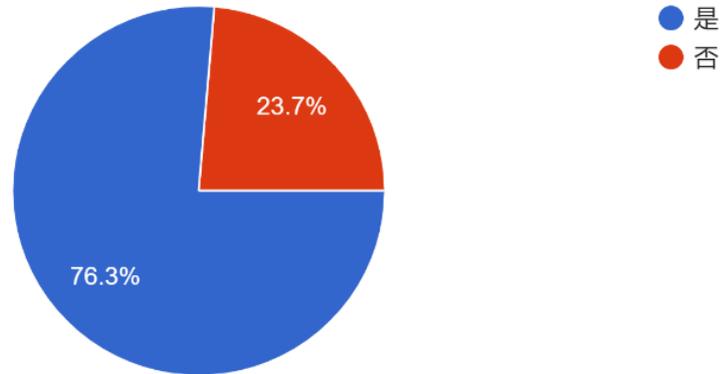


圖 4-32 AR 技術是否可以促進觀光產業的發展

根據圖 4-32 的調查結果顯示，AR 技術可以促進觀光產業的發展。

5.當時POKEMON GO 的出現，會讓您想出門遊玩的慾望嗎？

93 則回應

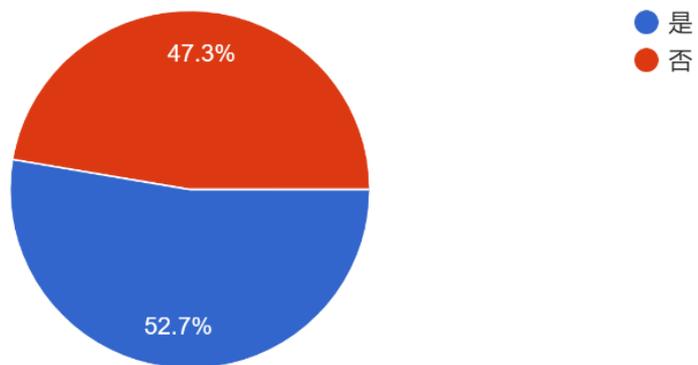


圖 4-33 POKEMON GO 是否有增加出門慾望

根據圖 4-33 的調查結果顯示，超過半數的人認為 POKEMON GO 有刺激大家出門的慾望。

本章節之問卷調查分析結果可了解到寶可夢在台灣社會產生了廣泛的經濟和文化影響，寶可夢在台灣社會產生了廣泛的經濟和文化影響。無論是動畫、掌機、周邊商品、異業合作、手機遊戲或其他相關領域，寶可夢都受到各個年齡層和職業群體的喜愛和支持，無論是在大學生群體、青年人中的高觸擊率，或是在各個年齡層中保有獨特魅力，寶可夢的影響力已經隨著時間深入台灣文化裡，也隨之刺激且帶動了文化創意產業的發展。由問卷調查的內容可以得知，即使已經經歷了這麼長的一段時間，寶可夢在每個年齡層依舊擁有屬於寶可夢的獨特魅力存在，本組透過問卷了解寶可夢在每個不同主題環境下，各自是因為甚麼吸引人持續的加入並購買寶可夢的商品。

根據問卷調查結果得知，寶可夢在大學生之中具有相當的人氣且在 21 至 30 的年輕人之中觸擊率是比較高的，並且在經濟調查結果之中能得知，不管你的經濟條件如何，都能分配收入去購買不同的寶可夢商品，據調查結果顯示，本組問卷收集到最常接觸的是動畫，寶可夢的動畫系列在吸引觀眾方面佔據了重要地位，為寶可夢的品牌提供了強大的知名度和吸引力。動畫系列不僅為觀眾提供了豐富的娛樂體驗，還在一定程度上推動了掌機遊戲和周邊商品的銷售。動畫作為一個門戶，為寶可夢的多元產品線贏得了更多的關注，促使消費者更願意購買相關產品。

再來就是遊戲，根據掌機系列的調查結果能得知，即使遊戲價格變貴還是會有高達九成的掌機玩家購買，可見掌機的玩家對於掌機遊戲的購買意願不售價格的浮動影響。

根據卡牌系列的調查結果本組發現，購買卡牌的原因主要是因為個人喜好、遊玩、或收藏價值等作為主要的目的，而近期又有發展成新世代投資的一種方式，已經有部分極少數的稀有卡牌可以做為天價出售，調查結果顯示卡牌的價格不會影響到大部分卡牌玩家的購買意願，由此可以推論卡牌購買者的購買意願不會因為價格的變動而改變。

在寶可夢機台上的調查顯示，寶可夢機台最主要吸引人的原因是能作為打發時間的休閒娛樂，且雖然多數人在機台上的消費程度較低，但仍有將近快半數的機台玩家

消費超過了一萬元的金額，能從此項調查發現機台帶來的經濟效益是非常不錯的。

而手遊作為現今世代最主要的消費項目，寶可夢在手遊上帶來的經濟效益也是非常可觀的，根據調查結果能得知，超過半數的寶可夢手遊玩家都願意在寶可夢手遊上進行消費，且前幾年的 Pokemon GO 更是帶起了一股非常可怕的抓寶熱潮，隨著潮流加入寶可夢手遊的玩家也不在少數，且根據調查結果能發現，對於在 PokemonGO 上面的消費意願是相當高的，PokemonGO 帶來的寶可夢玩家數量是非常可觀的，甚至有佔多數的人會因為有 PokemonGO 的活動而願意出門或願意消費，雖然在 PokemonGO 遊戲裡消費的金額可能不高，但其帶來的周邊經濟效益是非常可觀的，

從問卷調查得知，動畫是寶可夢系列最具吸引力的部分，為品牌贏得了廣泛知名度。動畫不僅提供觀眾豐富的娛樂體驗，還成功推動了掌機遊戲和周邊商品的銷售。寶可夢在不同領域的成功，包括掌機遊戲、卡牌、機台、手機遊戲等，都表現出其在多元市場中的強大影響力。

特別是手機遊戲方面，Pokemon GO 更是在社會中掀起了抓寶熱潮，帶動了大量玩家參與和消費。即便在手遊中的消費，玩家仍然表現出高度的意願。此外，Pokemon GO 也在促進人們出門和參與寶可夢相關活動上發揮了積極作用，進而影響了觀光產業和二次元文化的發展。

第五章 結論與建議

藉由本次專題研究可得知，寶可夢已經存在 20 多年，但在大家心目中的地位還是絲毫不減，並且寶可夢涉及了各種領域，包括遊戲、動畫、卡片遊戲、玩具和周邊商品。這個現象已經在全球範圍影響了多個世代，並在觀光經濟、社交和文化方面產生了深遠的影響。

現在寶可夢在經濟方面已經是社會上不可或缺的存在，已經是一個龐大的產業鏈，不僅創造了大量的就業機會，也推動了許多相關行業的發展，此外，寶可夢的各種活動和合作項目也帶來了商機，吸引了大量粉絲的參與，進一步推動了當地經濟的蓬勃發展，特別是對旅遊業的促進作用尤其顯著，由問卷調查的結果可得知，因為 POKEMON GO 而出門的人也變多，代表遊戲的互動性使得玩家能夠建立新的社交關係、組成團隊，並參與各種社區活動，這在現實生活中構建了全新的社交網絡。

根據第四章問卷分析結果，人們持續關注寶可夢的原因，大部分是因為寶可夢為他們的童年回憶。其次是掌機遊戲及手遊。這顯示出許多人是肯為了童年回憶花錢，而緊接在後的掌機手遊則是代表了現今時代的趨勢，現代人對於娛樂的追求已不同於以往，不是只當作消遣而是願意花時間去認真鑽研自己喜愛的事物的。根據問卷統計結果，不論是那種寶可夢商品都擁有一定的消費客群，其中掌機和周邊商品占了大多數，特別是周邊商品的部分佔了 40%。由此可得知目標客群在即使對於某種寶可夢商品沒有特別的偏好也依然會去消費諸如玩偶等周邊商品，而廠商也會經常推出熱門角色的周邊商品以維持作品熱度及討論度。藉由這樣的方式廠商和消費者間會達成正向循環，也讓寶可夢這個作品可以被更多人認識，在更遙遠的未來也能和粉絲們保持良好的信任關係。

總結來說，寶可夢是一個很重要的存在，它對經濟、社會和文化都產生了深刻的影響。隨著時間的推移，寶可夢將繼續在全球範圍內持續產生多方面的影響，並成為一個永恆不滅的象徵。而寶可夢在台灣社會的成功不僅體現在經濟效益上，更在文化和社會互動方面產生了深遠的影響。這種成功既來自於寶可夢自身豐富多元的內容，

也來自於品牌與不同媒體形式的成功結合，為台灣社會帶來了一場獨特的文化現象。

參考文獻

(一)中文網頁

任天堂推新遊戲賣翻了，(2022年11月25日)。檢自 <https://reurl.cc/gZkAyp> (2023年1月1日)。

《寶可夢 朱／紫》發售三天全球銷量突破千萬套 創下任天堂平台史上最高紀錄，(2022年11月25日)。檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=241704> (2023年1月1日)。

2022-2023 賽季地區聯盟賽—台北站資訊，(2022年8月26日)。檢自 <https://vs.cga.gg/feed/143403> (2023年1月2日)。

寶可夢卡牌噴火龍 VMAX 之價格參考來自蝦皮拍賣網站，(文件登載日期未註明)。檢自 <https://reurl.cc/lvk2E9> (2023年1月2日)。

寶可夢是什麼，(文件登載日期未註明)。檢自 <https://hk.portal-pokemon.com/about/> (2023年7月10日)。

「巴哈姆特」(《神奇寶貝》專題報導「紅綠」「金銀」篇 進入記憶迴廊回味經典時代)，(2013年10月26日)。

檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=87652> (2023年7月10日)。

「巴哈姆特」(《神奇寶貝》專題報導「紅綠」「金銀」篇 進入記憶迴廊回味經典時代)，(2013年10月26日)。

檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=87652> (2023年7月10日)。

「Dcard」(#分享 #寶可夢 系列回顧【本傳篇】(Switch、3DS、NDS、GBA、Game Boy))，(2021年5月12日)。

檢自 <https://www.dcard.tw/f/pokemon/p/235971998> (2023年7月13日)。

「SHINN」(【寶可夢回憶錄】EP. 162 三天賣一千萬 突破新紀錄 寶可夢朱紫遊玩破關心得 開放世界全新旅途)，(2022年11月23日)。

檢自 <https://www.youtube.com/watch?v=nalEH3zK1nY> (2023年7月28日)

「TVBS」(【500萬台幣收這張「寶可夢卡」！ 神人曬：我有一棟房]，(2023年6月

15 日)。

檢自 <https://www.youtube.com/watch?v=nalEH3zK1nY> (2023 年 7 月 30 日)。

「巴哈姆特」(【速報】台灣小選手顏紹同奪下寶可夢全球錦標賽「卡牌部門」世界冠軍)，(2023 年 8 月 13 日)。

檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=254385> (2023 年 8 月 20 日)。

「寶可夢官方」(9 分鐘就學會寶可夢卡牌對戰)，(2020 年 6 月 12 日)。

檢自 <https://www.youtube.com/watch?v=ILXrDgVt454> (2023 年 8 月 20 日)。

官方寶可夢集換式卡牌遊戲訓練家網站-卡牌種類和卡面介紹。

檢 自 https://asia.pokemon-card.com/tw/rules/howtoplay/basic_rules01/#card-menu1

(2023 年 8 月 20 日)。

(Pokémon Go 十強不入! Apple 公佈 2016 年度最佳 App、最佳遊戲)，(2016 年 10 月 8 日)。

檢自 <https://techapple.com/archives/4110> (2023 年 3 月 5 日)。

《寶可夢大師 EX》上市週年營收達 7,500 萬美元 在寶可夢手機遊戲僅次《Pokemon Go》(2020 年 9 月 7 日)。

檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=202847> (2023 年 3 月 5 日)。

Sensor Tower 公布 2021 年 9 月全球手機遊戲下載排行《寶可夢大集結》奪冠。(2021 年 10 月 15 日)。

檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=222469> (2023 年 3 月 5 日)。

寶可夢三隻對戰組玩法說明，(2021 年 7 月 15 日)。

檢自 <https://reurl.cc/Ge3E4D>，(2023 年 4 月 27 日)。

寶可夢三隻對戰組卡匣造型說明，(2021 年 7 月 15 日)。

檢自 <https://reurl.cc/Ge3E4D> (2023 年 4 月 27 日)。

寶可夢 TRETETA 遊戲模式介紹，(2022 年 5 月 28 日)。

檢自 <https://reurl.cc/DmV3lQ> (2023 年 4 月 28 日)。

寶可夢 TREETETA 外觀介紹，(2022 年 5 月 28 日)。

檢自 <https://reurl.cc/DmV3lQ> (2023 年 4 月 28 日)。

寶可夢 Ga-01é 遊戲簡介，(文件登載日期未註明)。

檢自 <https://reurl.cc/AdNOYQ> (2023 年 4 月 29 日)。

寶可夢 Ga-01é 遊戲玩法，(文件登載日期未註明)。
檢自 <https://reurl.cc/AdNOYQ> (2023 年 4 月 29 日)。

寶可夢 Ga-01é 之立即捕獲模式介紹，(文件登載日期未註明)。
檢自 <https://pokemongaole.com.tw/games/modes/101> (2023 年 4 月 29 日)。

寶可夢 Ga-01é 卡匣樣式介紹，(文件登載日期未註明)。
檢自 <https://reurl.cc/AdNOYQ> (2023 年 4 月 29 日)。

寶可夢 Ga-01é 卡匣版本差異，(文件登載日期未註明)。
檢自 <https://reurl.cc/AdNOYQ> (2023 年 4 月 29 日)。

寶可夢目標之星遊戲系，(文件登載日期未註明)。
檢自 <https://reurl.cc/qkIN7p> (2023 年 4 月 30 日)。

行銷理論的演變：4P、4C、4R，(2018 年 5 月 18 日)。
檢自 <https://reurl.cc/2L3Z14> (2023 年 4 月 14 日)。

犬拓(2023 年 7 月 24 日)。卡片遊戲機《寶可夢加傲樂》在台上市 1000 天 五大紀念活動開跑。巴哈姆特。
檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=253417> (2023 年 8 月 1 日)。

STD 環境內牌組泛用卡片 (已更新三張牌)，(2018 年 9 月 12 日)。
檢自 <https://forum.gamer.com.tw/C.php?bsn=21259&snA=247> (2023 年 8 月 1 日)。

如何令收藏卡隨時升值百倍？ | BGS?PSA? 誰是鑑定之王？，(2023 年 4 月 14 日)。
檢自 <https://reurl.cc/r5mL1y> (2022 年 10 月 02 日)。

「一張莉莉艾能買房子」寶可夢 TCG 炒價太嚴重？寶可夢公司與二手販售平台共同發表對策聲明，(2023 年 6 月 20 日)。
檢自 <https://www.toy-people.com/?p=81423> (2023 年 7 月 31 日)。

珍藏「噴火龍」17 年被笑！專家鑑定市價超過千萬 當舖老闆傻了，(2018 年 3 月 14 日)。
檢自 <https://www.ettoday.net/news/20180314/1129882.htm2> (2023 年 4 月 16 日)。

皮卡丘化身梵谷？！荷蘭梵谷美術館與「寶可夢」合作開跑 發放限量寶可夢卡牌，(2023 年 9 月 28 日)。
檢自 <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=256988> (2023 年 10 月 1 日)。

(二) 日文網頁

ポケモンカードゲームガチャ ，(2022 年 10 月 9 日) 檢自 <https://reurl.cc/GKjrad> (2023 年 5 月 2 日)。

ポケ拳 POKKÉN TOURNAMENT ，(2016 年 4 月 4 日)。檢自 <https://lurl.cc/SlusNG> (2023 年 5 月 2 日)。

ポケモンメガゲット! ，(2022 年 10 月 9 日)。檢自 <https://lurl.cc/ISUtdf> (2023 年 5 月 2 日)。

(三) 論文

蔡欣男 (2021)。商用量產藝術品市場分析-個案寶可夢 PTCG 卡牌投資術。經營管理碩士學程(EMBA)，碩士論文。國立政治大學

專題報告修正要點

評審老師建議
<ol style="list-style-type: none">1. 研究動機內容需再詳細說明2. 圖片編號放錯3. 文字錯誤
修正要點
<ol style="list-style-type: none">1. 已將研究動機內容進行詳細說明2. 以更改圖片編號3. 已修正錯誤文字

組員工作分工表

	工作內容
李丞翊	製作 WORLD、資料收集(手遊)
洪皓詳	製作 WORLD、資料收集(機台)
王為誠	製作&整理 WORLD、簡報、資料收集(卡牌)
胡皓凱	製作 WORLD、資料收集(手遊)
謝淳安	製作 WORLD、海報製作、資料收集(掌機)
謝峪棋	製作 WORLD、資料收集(掌機)
陳宗民	組長、製作 WORLD、最後檢查、資料收集(動畫)