

致理科技大學  
休閒遊憩管理系  
畢業專題

探險寶島  
一童趣味遊花東

專 題 學 生：彭羽瑄、曾苡瑄、  
黃斯妤、游沛綺、  
周怡君撰

學 號：10523134、10523136、  
10523154、10523155、  
10523156

中 華 民 國 一 百 零 八 年 肆 月 拾 伍 日

## 摘要

我們製作的大富翁，主要是針對國小三到六年級的小學生進行設計。用以往傳統的遊戲方式加點創新，並融入花東的觀光景點資訊，讓小朋友藉由我們設計的大富翁，在遊戲中達到寓教於樂的效果；除了具備桌遊的娛樂性，也能增強對於思考、溝通能力及反應速度的效果，並更快速認識花東的觀光景點及基本資訊，使他們能夠在遊玩中學習，促進人與人之間的情感交流及對台灣東部的了解。

## 目錄

摘要.....	1
目錄.....	2
壹、前言.....	3
貳、緒論.....	3
一、企劃目的 .....	3
參、企劃主體 .....	3
一、遊戲版圖 .....	3
二、遊戲規則 .....	4
三、遊戲進行 .....	4
四、格子上的事件說明 .....	4
五、其他.....	5
六、遊戲結束 .....	5
肆、行銷策略 .....	5
一、市場分析 .....	5
二、SWOT 分析.....	6
三、4P 分析.....	7
四、行銷內容 .....	7
伍、預算評估 .....	8
陸、行動效益評估 .....	8
參考文獻.....	9
附錄.....	10

## 壹、前言

現今因為科技發達，幾乎是人手一台手機，以前小時候玩的尢阿鏢、彈珠台已經逐漸隱沒在我們的童年裡，取而代之的是 angry bird、candy crush 等等在行動裝置上的遊戲。根據國家發展委員會調查指出，2017 年國人平均每天滑手機時間為 3 小時 24 分鐘，長久時間滑手機更可能伴隨著的是手機成癮、人際關係疏遠等問題。如今，臺灣已成為亞洲第二大正版桌遊市場，許多玩家先從遊戲的參與者開始，相繼轉投入於桌遊產品的開發，使得臺灣積累出完整桌遊產業各領域的專業人才。

## 貳、緒論

### 一、企劃目的

- (一) 針對我們桌遊所設計的對象，在遊戲中達到寓教於樂的成效。
- (二) 讓學齡兒童藉由此桌遊對本土文化景點有更深刻的印象。
- (三) 輔助學校在教育上有增加兒童學習的效果。

## 參、企劃主體

### 一、遊戲版圖

在篩選景點的過程中，我們選擇的是以適合「親子旅遊」的景點為主，一方面是設定給學齡兒童去認識，另一方面也突顯了台灣本土的文化風情。在每一格的版圖上我們有放了景點的照片，而除了景點卡上的特色簡介，藉由第一眼所看到的圖像會比單純文字上的敘述來的更印象深刻。

## 二、遊戲規則

- (一) 遊戲人數：2-4 人
- (二) 遊戲年齡：國小三年級至國小六年級
- (三) 遊戲內容物：遊戲版圖\*1 (附件一)、骰子\*2、玩家代表物\*5 (附件二)、神奇機會卡\*11、魔幻命運卡\*11 (附件三)、旅遊卡\*26 (附件四)、景點介紹卡\*26 (附件五)、紙幣 (附件六)。
- (四) 遊戲配件說明：到此一遊旗、紀念碑 (附件七)
- (五) 遊戲擺設：把遊戲盤平放，機會和命運卡放在遊戲盤上指定的格子裡，每人選一個原住民玩偶代表自己，放在起點的格子裡；並從中找一位玩家當銀行，發給每個人每種金額的鈔票各兩張，剩下的交給銀行保管。

## 三、遊戲進行

- (一) 每次輪到自己時，先擲骰，然後按照骰數前進。
- (二) 執行抵達格子上的事件。

## 四、格子上的事件說明

- (一) start：每個人經過「start」時，可向銀行領取 2000 元 (如果是停在 start 上，則不可以領取)。
- (二) 土地格：
  - A、走到沒人買過的土地格時，可以按照遊戲盤上標示的價錢向銀行買下土地 (可以不買)。
  - B、走到別人的土地時，必須依照這塊土地當時的狀況，給予對方旅遊卡上規定的過路費。
  - C、走到自己的土地時，可以選擇是否用旅遊卡上面規定的金額加插旗子，插三支旗子之後可以加建紀念碑 (也可以選擇都不蓋，只是通過)。
- (三) 機會及命運格：走到機會或命運格時，翻開一張與格子對應的機會或命運卡，照著上面的敘述執行。
- (四) 火車站格：走到火車站格上，可以選擇到達任一土地格 (限往前 17 格內)。
- (五) 花蓮港格：走到花蓮港格上，必須出海，下一回合休息一次，或是繳交 1000 元則可以繼續遊戲。
- (六) 到達每個格子時，會拿到一張相對應的景點卡，必須唸出上面的內容才可以繼續遊戲。

## 五、其他

(一) 現金不夠或破產時：抵押的土地上，無論是否有旗子或紀念碑，只能選擇要賣或不賣，當玩家變賣所有資產後，如果還是有負債的狀況，視同破產並退出遊戲；而抵押的土地將重新變成沒有人的空地，其他人踩到時，可以重新購買。

(二) 遊戲中如果有說明書未規定的情況產生，請玩家們自己協議。

## 六、遊戲結束

(一) 當其他人破產之後，剩下的優勝者就是大富翁！

(二) 也可以在遊戲開始前先預訂遊戲結束時間（例如一小時或兩小時），之後計算所有人的現金，現金多的人獲勝！

## 肆、行銷策略

### 一、市場分析

對於市場上的反饋，相較於比較成熟的歐美桌遊市場，台灣更著重於繪圖、美學上的編排、主題背景以及遊戲者之間的共鳴；以上幾點雖然可以強化台灣在桌遊的「本土特色」，卻也在無形中限制了主題的延伸並且抑制了核心遊戲設計師的重要程度。

跳脫以往傳統的刻板印象，讓大富翁也可以成為結合旅遊知識的桌遊，亦可當成教學上的教材，同時開拓並結合人際關係與社會議題等更有深度的桌遊產品。一步步調整創新、願意虛心檢討並且學習觀察桌遊在市場上的變化，都是值得讓我們來思考學習的。

## 二、SWOT 分析

Strength 優勢
<ul style="list-style-type: none"><li>• 推廣花東地區的觀光景點，亦可凸顯台灣本土文化之特色。</li><li>• 增進同儕、親子之間的感情，促進人際關係互動</li></ul>
Weakness 劣勢
<ul style="list-style-type: none"><li>• 資金不足無法一次產出大量的數量。</li><li>• 在地點篩選上因受限於花東地區，所以無法獲得較多的市場情報與經驗。</li></ul>
Opportunity 機會
<ul style="list-style-type: none"><li>• 近年來因為桌遊產業的崛起與發展，使得更多業者繼而投入此產業；並與異業合作發展出更多商機。</li><li>• 沒有年齡層上的限制，是一種老少咸宜的遊戲。</li></ul>
Threat 威脅
<ul style="list-style-type: none"><li>• 因為桌遊產業的崛起，使得同業競爭的對象相繼增加。</li><li>• 現今替代性產品甚多，如高娛樂性電子產品：手遊、Wii 等等…。</li></ul>

- (一) SXO：在崛起的桌遊市場中，我們利用花東的在地特色來吸引主要對象。
- (二) SXT：藉由推動花東地區觀光，在桌遊市場中做出屬於我們自己的風格。
- (三) 隱藏或轉化優勢：由於我們設計的桌遊結合了花東特色，富有教育性質，並到國小給小朋友試玩，另外也配合社群分享活動，藉此推廣在網路上的知名度。

### 三、4P 分析

產品 Product
我們的桌遊以花東旅遊景點為主題，結合當地原住民族群作為遊戲人物，透過旅遊卡以及切合時事的機會命運卡，用以往傳統的遊戲方式加點創新，讓玩家更能深入我們的遊戲主體，在遊戲中達到寓教於樂的效果。
價格 Price
從我們的財務報表來分析，一套桌遊的成本是 299 元，我們預計一套桌遊定價為 399 元，利用畸零定價法提高消費者購買的慾望，又可以快速回本，達到薄利多銷的效果。
通路 Place
如需要購買此桌遊，可以至 Instagram 粉絲團、line 好友、出版社以及臉書粉專訂購；若訂購金額超過(含) 1000 元，可以選擇黑貓宅配或是便利商店到店服務。
促銷 Promotion
<ul style="list-style-type: none"><li>• 凡以花東地區學校名義購買者，一次購買五套，可享有九折優惠。</li><li>• 與出版社合作(如博客來)，購買三套免運費。</li><li>• 在國小校園舉行小型桌遊競賽，利用遊戲的方式，獲勝的隊伍可免費得到一套桌遊，藉此激發孩子們對於花東地區的好奇心。</li></ul>

### 四、行銷內容

(一) 「走馬看花東 開桌來趣遊」針對我們設定對象的家長，以這句 slogan 作為行銷的手法。雖然對象是小學生，但在教育上有一定程度的意義，除了主要推廣的國小之外，對於其他年齡層的人也可以一同參與此桌遊。

(二) 行銷計畫：

- 1、凡以花東地區學校名義購買者，一次購買五套，享有九折優惠。
- 2、與出版社合作(如博客來)，購買三套免運費。
- 3、為推廣花東地區景點，與花蓮縣政府教育處合作，除提高孩子們的興趣也能讓當地孩子更熟悉自己家鄉的景點。
- 4、以張貼海報的方式在校園宣傳並舉行小型桌遊競賽，利用遊戲藉以提高孩子們的興趣。



## 伍、預算評估

項目	內容	單價	數量	總計
設計費用	版圖設計	1000	1	1000
宣傳費用	海報輸出	20/張	10	200
成品輸出	桌遊	1/組	1	1037
				2237

## 陸、行動效益評估

一、實際給予國小三年級到六年級的學生試玩後，在遊戲開始前，在挑選人物中讓學生們了解6個人物都是花東地區主要的原住民。在遊戲進行時，拿到的景點卡由學生大聲朗誦，透過讀和說而加深他們對於此景點的認識，並更加印象深刻。

二、讓原本對花東景點一無所知的學生們，藉由我們的桌遊了解到花東當地的觀光景點與文化歷史，而旅遊卡讓他們學習到如何運用與管理金錢，大家在遊戲中一起去探索花東地區的奧妙，而想要到當地一探究竟的慾望。

三、在遊戲過程中，學生們歡笑不斷，並且互相監督彼此是否遵守遊戲規則；因有時間上的限制，結束後與學生聊天過程中得知，他們對於我們的桌遊意猶未盡，也從原本不認識花東到可以講出幾個花東著名觀光景點，並且想要跟父母一起去玩。由此可知，我們的桌遊非常成功。

## 參考文獻

1. 徐欽盛，2017，【創新趨勢】搭上翻轉教育趨勢，桌遊品牌也可以很創新  
<https://www.expbravo.com/5609/%E5%89%B5%E6%96%B0%E8%B6%A8%E5%8E%A2-%E6%90%AD%E4%B8%8A%E7%BF%BB%E8%BD%89%E6%95%99%E8%82%B2%E8%B6%A8%E5%8B%A2-%E6%A1%8C%E9%81%8A%E5%93%81%E7%89%8C%E4%B9%9F%E5%8F%AF%E4%BB%A5.html>。2018/12/05
2. 張羽萱，2017，臺灣桌遊產業崛起 寓教於樂還能用來選才  
<https://castnet.nctu.edu.tw/meichu2018/article/12139?issueID=674>。2018/11/11。
3. 陳澤琪、雷中行，2018，藏在無聲桌遊產業鏈裡的新商機  
<https://m.ctee.com.tw/album/db93f6ff-a0e0-4274-a99e-57d96aac4b99/28113>。2018/11/25。
4. 魚寶，2010，近 40 年來台灣桌上遊戲發展之概況  
<http://twohu2001.pixnet.net/blog/post/51893234-%E8%BF%9140%E5%B9%B4%E4%BE%86%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%A1%8C%E4%B8%8A%E9%81%8A%E6%88%B2%E7%99%BC%E5%B1%95%E4%B9%8B%E6%A6%82%E6%B3%81>。2018/12/03。2018/12/02。

## 附錄



附件(一)



附件(二)



附件(三)



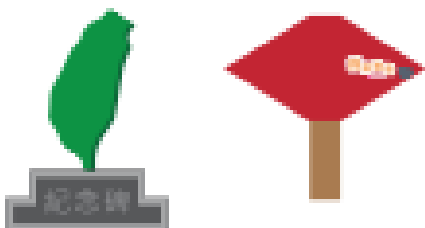
附件(四)



附件（五）



附件（六）



附件（七）