

# 工業工程與管理系

## 實務專題報告書

### 手機遊戲行銷研究-神魔之塔

#### 摘要

**研究目的:** 台灣的手機遊戲市場也正隨著智慧型手機的普及而擴大,遊戲公司紛紛轉型希望可以打入這片市場,各種遊戲紛紛出籠,想要再幾百種遊戲中獲得玩家的青睞就需要比其他廠商更強的行銷方式。手機遊戲公司最終目的不過也是為了賺錢,智慧型手機廠商推估,單款遊戲前 5% 的付費玩家可能包下了總營收 70% 的水準,提供的服務或許不能滿足所有人,因此想要研究,各職業、層級收入的人對於手機遊戲的使用習慣及偏好,以訂出最適合的銷售方式。

**資料來源:** 巴哈姆特的手機遊戲排行榜、大專院校專題資料庫、隨機玩家問卷 250 份、eMarketer 市場調查機構

#### 研究方法:

1. 研究設計: 因操作性定義,歸以下五類研究目的  
不同階層及不同收入的人對遊戲的「使用行為」、「參與動機」、「服務品質感受」、「轉換成本」、「顧客忠誠度」。
2. 依上述六大類設計問卷並以五點量表衡量構面。
3. 抽樣設計:問卷設計採用的抽樣方法是網路問卷發放,並以符合玩過神魔之塔之玩家作為抽樣的對象,本研究預計取得樣本250份。
4. 資料分析方法:本研究採用SPSS 21.0中文版統計軟體為統計分析工具,進行資料分析與假說檢定。

**結果:** 從研究結果可得知,玩家對於神魔之塔遊戲的設計和流暢度感到相當滿意,建議行銷手法可以不用再著墨於此。又因為現在手機遊戲普遍都是以免費下載為主,想要獲得更多營收,除了遊戲內容吸引人之外,誘使玩家使用加值服務及購買周邊商品才是我們行銷手法的重點。

**關鍵字:** 可支配所得 差異分析 手機遊戲 年齡