

類別：商業類

篇名：

《Pokémon Go》遊戲玩家之分析研究

作者：

蔡承翰。新北市立永平高中。高一7班

指導老師：

張和曾老師

壹、前言

一、研究動機

依據新聞報導，曾經有 1 萬 2 千多人聚集在北投公園抓寶（王宏舜、侯俐安、張雅婷、江孟謙、史榮恩，2016），這則新聞引起了研究者的興趣。到底「抓寶」是什麼？為什麼北投公園會聚集了那麼多的人？經過資料蒐集後得知，原來「抓寶」是一款名稱精靈寶可夢 Go《Pokémon Go》的遊戲，遊戲設計初衷是讓玩家到不同的地區，才能抓到不同的寶可夢，因為那陣子遊戲公司舉辦活動，讓遊戲中的稀有寶可夢「快龍」大量出沒在北投公園，所以吸引大批玩家聚集，引起騷動。

於是研究者利用課餘時間下載遊戲，加入玩家的行列，體驗「抓寶」的樂趣所在。隨著遊戲的進行，走在路上不時會遇到其他玩家，男女老少都有，最瘋狂的莫過於新聞中出現的寶可夢阿伯，把《Pokémon Go》遊戲當成退休生活的休閒娛樂消遣，一次帶 40 幾支手機出門抓寶（張庭瑋，2020）。這個現象不禁讓研究者想進一步了解，到底《Pokémon Go》遊戲玩家的性別比率、年齡層分布、遊戲消費情形是如何？玩家們玩《Pokémon Go》動機又是什麼？

研究者也曾和路上不期而遇的寶友聊天，有人說自己是陸軍，覺得一邊走路一邊抓寶很好，因為多走路可以增加運動量，又可以補寶貝球、抓寶和孵蛋；有人則說空軍也不錯，待在家裡就可以飛到世界各地去抓寶、占道館、賺寶可夢金幣，可以買道具、擴充背包……等。這樣的說法，讓研究者發現原來《Pokémon Go》遊戲玩家有分不同的玩家類型，各有支持者。選擇不同類型《Pokémon Go》遊戲玩家之差異性為何？玩家們從事遊戲消費之現象又為何？在研讀資料並和指導老師討論溝通之後，研究者擬定「《Pokémon Go》遊戲玩家之分析研究」為主題，進行研究。

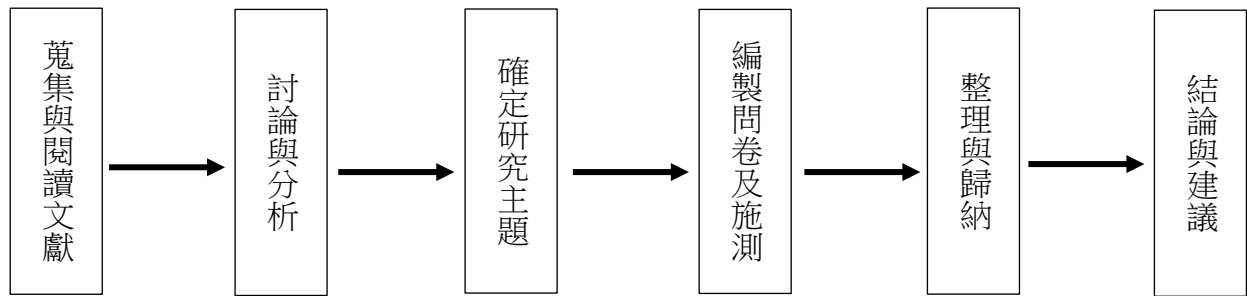
二、研究目的

- （一）探究《Pokémon Go》遊戲玩家背景差異情形。
- （二）了解《Pokémon Go》遊戲玩家動機所在。
- （三）分析《Pokémon Go》遊戲玩家的消費支出情形。

三、研究範圍

本研究以臺灣地區有從事《Pokémon Go》遊戲的玩家為調查對象，並以網路線上問卷進行抽樣調查，根據數據統計結果進行相關分析與探討。

四、研究流程



貳、正文

《Pokémon Go》《精靈寶可夢 GO》是由任天堂公司、精靈寶可夢公司授權，由美國 Niantic 公司開發的一款抓寶遊戲，遊戲結合擴增實境技術（AR），「允許玩家以現實世界為平台，捕捉、戰鬥、訓練虛擬怪獸「寶可夢」的遊戲」（台灣寶可夢資訊站，2017）。《Pokémon Go》遊戲在 2016 年 7 月發布，一周後估計有 6500 萬用戶下載，2016 年 11 月分全球統計達到 5 億的下載次數，抓寶一時蔚為風潮（李欣怡，2016）。甚至剛上市不久，根據行動市調 App「EZchoice」的調查結果，全臺灣有高達 790 萬的遊戲玩家，「**全台平均每 3 人就有 1 位玩家，每位玩家平均每日花將近 2 個小時玩遊戲。**」（馮景青，2016）一般的手機遊戲，玩個半年就不玩了，但是《Pokémon Go》遊戲即使到了今天，依然還在百大遊戲 APP 下載榜上，而且營收還屢創新高（張庭瑋，2020），可見玩家依然不少。

由上可知，不管在臺灣還是全世界，《Pokémon Go》遊戲玩家人數眾多，而且有別於大多數的手機遊戲，《Pokémon Go》的遊戲玩家們不能宅在家，遊戲設計玩家必須離開家門，走上街頭才能補球、抓寶。調查指出，7 成的玩家表示，因為玩《Pokémon Go》遊戲，會主動增加外出的次數和時間，有將近 4 成的玩家還會特地前往撒花瓣的補給站抓寶可夢（馮景青，2016），無形中增加了運動量。有時候為了多補充寶貝球，玩家們甚至願意多走點路，也有一些玩家不想多走路，選擇直接課金的人也大有人在。也有玩家因為一起抓寶、破任務的關係，增加了與他人互動的機會，讓遊戲更好玩（蔡偉鼎、王致遠，2018）。

然而《Pokémon Go》《精靈寶可夢 GO》遊戲研發初衷發展到近期，玩家出現很大的歧異。有的堅持原有的遊戲方式，有人卻選擇改以借助模擬器更改 GPS 定位地點方式進行遊戲，也有人採取兩者兼具的模式進行遊戲。（張憶漩，2017）為何遊戲發展到後來，會演變至此？這是值得探究的議題。

依據張春興的看法，所謂動機是指「引起個體活動，維持已引起的活動，並引導該活動朝向某一目標的內在歷程」（張春興，1996）。溫世頌（1997）則認為動機為「引發個體行為，包括需求、行為與朝向目標，使個體採取某種行動」。而鄭采玉（2008）則認為動機是「一種內在的需求或驅力，它引發、導引和維持個體的行為活動，以達成或是滿足特定目標之行為歷程」。綜上所述，動機是引起或維持個體某種行為背後的原因，會讓個體持續採取某一行動，

以達成自己的目標。至於玩家們從事《Pokémon Go》遊戲背後的動機是否也是如此？也值得研究者加以探究。

一、名詞釋義

本研究依據研究主題，針對《Pokémon Go》遊戲玩家的不同背景變項、玩家類型、動機等相關名詞，進行說明如下：

- (一) 《Pokémon Go》遊戲玩家的不同背景變項：係指《Pokémon Go》遊戲玩家的性別、年齡層、職業、月收入、支出、遊玩頻率等分布情形。
- (二) 玩家類型：分成用步行或騎乘交通工具方式捕捉、孵蛋與訓練虛擬怪獸「寶可夢」的陸軍玩家；借助模擬器更改 GPS 定位地點，飛到世界各地捕捉虛擬怪獸「寶可夢」、打道館、佔道館的空軍玩家；以及有時當陸軍，有時當空軍的半陸半空玩家等 3 種。(張憶漩，2017)。
- (三) 動機：引起或維持個體某種行為背後的原因，會讓個體持續採取某一行動，以達成自己的目標。

二、問卷調查

(一) 調查動機

本研究針對《Pokémon Go》遊戲玩家的性別、年齡層分布、職業、收入、遊戲消費情形，以及玩家從事《Pokémon Go》遊戲動機，遊戲玩家之類型差異成因進行調查。

(二) 調查歷程

本研究編製之問卷，調查時間自 2020 年 2 月 21 日起，至 2020 年 2 月 27 日止，共計 7 天，利用線上問卷方式蒐集資料，透過網路社群，例如 Line 群組、臉書社團、IG 等管道傳遞，供《Pokémon Go》遊戲玩家自由填寫。

(三) 調查結果與分析

經過調查，線上問卷共收回 504 份。針對相關資料，說明如下：

1. 《Pokémon Go》遊戲玩家背景變項分布情形

(1) 《Pokémon Go》遊戲玩家性別部分

根據調查結果發現，玩家中，女性玩家（54.2%）多於男性玩家（45.8%）。研究者推論可能原因在於遊戲中的寶可夢很可愛，較能為女性玩家接受。

(2) 《Pokémon Go》遊戲玩家年齡部分

根據調查結果發現，玩家中，以 40-50 歲的玩家最多，占 31%；其次則是 30-40 歲的玩家，占 26.4%；再來是 18-30 歲的玩家，占 22.8%；而 50-60 歲的玩家也占 9.5%。研究者推論 40~50 歲的玩家最多，可能原因在於這個年齡階層的玩家工作較穩定，有較高的收入，也比較有空閒時間從事遊戲。

(3) 《Pokémon Go》遊戲玩家職業部分

根據調查結果發現，玩家中，以服務業的玩家最多，占 25.8%；學生玩家次之，占 16.3%；軍公教的玩家則占 11.7%，資訊科技業占 7.9%，家管占 7.5%，金融業占 3%，餐飲業占 2.8%，退休 12 占 2.4%。研究者推論，服務業的玩家最多，可能是因為服務業的工作時間較自由彈性，不會被工作綁死，可以有較自由的空閒時間玩寶可夢。

(4) 《Pokémon Go》遊戲玩家月收入部分

根據調查結果發現，玩家中，以 2~4 萬元的玩家最多，占 36.1%，2 萬元以下的玩家次之，占 25.4%，4~6 萬元的玩家占 23.4%，6~8 萬元的玩家占 8.5%，8 萬元以上的玩家則占 6.5%。研究者推論與遊戲本身是供玩家免費下載的，所以收入不高的玩家也可以輕鬆入手玩遊戲。

(5) 《Pokémon Go》遊戲玩家資訊來源部分

根據調查結果發現，玩家中，經由網路途徑獲得遊戲資訊的玩家最多，占 48%，經由親朋好友介紹的玩家次之，占 40.7%，而經由電視廣告的玩家占 7.7%，經由報章雜誌的玩家則占 1.6%。大多數玩家透過網路得知《Pokémon Go》遊戲的訊息，顯見網路對現代人的影響深遠，網路影響力，無遠弗屆；當然也不能忽略親朋好友的影響力。

2. 《Pokémon Go》遊戲玩家類型分布情形及不同玩家類型背後動機分析

(1) 《Pokémon Go》遊戲玩家類型分布情形

根據調查結果發現，玩家中最多的是陸軍，占 66.5%，其次是半陸半空，占 18.8%，空軍則占 14.7%。此調查結果與遊戲設計供玩家走出戶外之初衷略有不同。

(2) 陸軍玩家動機分析

根據調查結果發現，在複數勾選的情形下（至多勾選兩項），選擇當陸軍的玩家中，認為可以增加遊戲成就感的玩家最多，占 63.2%，其次是可以達到運動目的占 47.8%，可以和人面對面互動的占 30.4%。

(3) 空軍玩家動機分析

根據調查結果發現，在複數勾選的情形下（至多勾選兩項），玩家中，選擇此類型之原因主要是可以減少交通往返時間最多占 66%，其次是可以減省遊戲時間占 42%，也有不少是可以增加遊戲成就感占 38%。

(4) 半陸半空玩家動機分析

根據調查結果發現，在複數勾選的情形下（至多勾選兩項），玩家中，最多可以減少交通往返時間，占 44.3%，其次是可以減省遊戲時間和可以增加遊戲成就感各占 36.1%，也有不少是可以達到運動目的和可以增進人際互動有各占 28.7%。

3. 《Pokémon Go》遊戲玩家遊戲動機分布情形：

根據調查結果發現，在複數勾選的情形下（至多勾選兩項），《Pokémon Go》遊戲玩家的動機，覺得遊戲有趣、很好玩的人最多，占 52.8%；因為無聊、打發時間的人次之，占 43.8%；覺得遊戲可以有益健康（因為可以一邊玩遊戲，一邊走路）的人占 29.2%；覺得遊戲可以帶來成就感的人占 28.8%；覺得遊戲可以增進人際互動（可以和別人一起玩）的人占 27.2%，覺得遊戲可以增進環境認識的人占 10.7%。

4. 《Pokémon Go》遊戲玩家玩寶可夢遊戲的頻率分析：

(1) 玩家經歷：以 3~4 年的玩家最多，占 30%，2~3 年的玩家次之，占 28.2%；1~2 年的玩家占 21%，4~5 年的玩家也不少，占 14.1%，1 年以下的玩家占 6.7%。

(2) 玩家每週遊玩頻率：以每天玩的玩家最多，占 67.1%，每週玩 3~4 天的玩家次之，占 11.5%，每週 1~2 天的玩家也不少，占 8.5%，每週 5~6 天的玩家占 8.3%，每週少於 1 天的玩家占 4.6%。

(3) 玩家每天玩《Pokémon Go》的時間：以 1~2 小時的玩家最多，占 38.9%，少於 1 小時的玩家次之，占 22.4%，2~3 小時的玩家也不少，占 18.7%，3~4 小時的玩家占 10.1%，4~5 小時的玩家占 3.2%。值得注意的是每天花 5 小時以上的玩家也占了 6.7%，屬於重度遊玩者。

5. 《Pokémon Go》遊戲玩家消費支出情形分析

(1) 玩家的遊戲消費支出分布情形

根據調查結果發現，《Pokémon Go》遊戲玩家的消費支出情形，曾經儲值過遊戲的玩家占一半以上，高達 55.4%，相對的也有 44.6% 的玩家未曾儲值過。

(2) 玩家的遊戲消費金額分布情形

根據調查結果發現，在曾經儲值過遊戲的玩家中，以每個月支出 1000 元以內的玩家最多，占了 86%，每個月支出 1001-2000 元的玩家次之，占 8.9%，每個月支出 3001-4000 元、5000 元的玩家各占 1.7%，每個月支出 2001-3000 元的玩家占 1.3%。此現象與遊戲本身設計並不強制玩家花錢儲值符合，只要玩家有耐心，只要肯花時間捕捉、戰鬥、訓練寶可夢，就算不花錢儲值買裝備，也可以達到最高 40 等級。

6. 《Pokémon Go》遊戲玩家居住地區分布情形

根據調查結果發現，住在北區的玩家人數最多，占 49.4%，住在中區的玩家人數次之，占 26%；住在南區的玩家則占 22.2%，住在東區的玩家占 1.6%，住在離島的玩家占 0.8%。研究者推論可能是遊戲本身需要搭配 GPS 定位，相較於其他地區，北區的基地台密度高，有較完善的網路訊號，又或者是資訊流通的速度較快、手機的普及率高，才會使得北區玩家占大多數。

參、結論

一、研究結論

根據以上分析，研究者發現：

(一) 在玩家背景變項，女性玩家多於男性玩家，在年齡層部分以 40~50 歲的玩家最

多，在職業的部分，以服務業的玩家最多，在居住地部分，以北區玩家為最多。顯示寶可夢遊戲較能為女性玩家接受，中壯年、服務業的玩家有較多空閒時間進行遊戲。

- (二) 玩家經濟收入及消費支出分析：研究者發現，玩家的月收入中以 2~4 萬元的比例最高，0~2 萬元的比例次之，研究者推論可能與遊戲本身下載是免費的，對於收入並不高的玩家來說是較好的休閒娛樂選擇。而在曾經儲值的遊戲玩家中，以每月消費金額在 1000 元以內的玩家比例最高，高達八成，與遊戲本身不強制要求玩家要花錢儲值有關。
- (三) 玩家中以陸軍玩家占最多數，其次是半陸半空玩家，最少的是空軍玩家，此結果與遊戲設計供玩家走出戶外之初衷略有不同。大多數的陸軍玩家，因為可以獲得成就感、達到運動的目的、與人互動，而選擇當陸軍。相較而言，空軍或半陸半空玩家，是為了減少交通往返時間、減少遊戲時間，而選擇當空軍或半陸半空玩家，或許是因為工作忙碌時間不夠，或者是工作需求無法脫身，以致於使用外掛軟體以達成遊戲目的。
- (四) 有 3~4 年經歷的玩家，高達三成，2~3 年的玩家也有二成八，表示《Pokémon Go》遊戲有一定的可玩性，才能吸引玩家繼續玩下去。再分析每週遊玩的頻率，顯示有高達六成七的玩家每天都玩《Pokémon Go》遊戲，可見《Pokémon Go》已經成為玩家日常生活的一部分。接著分析，每天遊玩時間，每天花 1~2 小時的玩家最多，占三成八，可見即便發展至今，玩家對遊戲仍有一定的熱情。
- (五) 玩家動機中以有趣好玩、無聊打發時間、有益身體健康、成就感、增進人際互動占大多數。研究者推論或許是因為現代人生活忙碌，閒暇之餘也想要放鬆、休閒一下，在遊戲選擇上，會以遊戲是否有趣好玩、是否有益身體健康、是否可以獲得成就感、增進與人互動等，為考量因素。

二、建議與期許

(一) 研究建議

1. 因應玩家年齡層分布，政府應鼓勵業者研發符合玩家年齡的遊戲，符合呼應老人照護、兒童照護的社會需求。
2. 因應玩家需求，各級政府單位應針對遊戲場域進行規劃施設，以維安全。
3. 因應科技進步，社會環境轉變，類似增進人際互動遊戲的需求，政府應加速廣設 Wifi。
4. 因應玩家年齡層屬性以及消費支出，政府應鼓勵商家研發低消費、高互動性遊戲，滿足大眾需求。

(二) 研究期許

由相關的調查報告得知，臺灣地區寶可夢的玩家眾多，年齡層遍布男女老少，玩家背後的動機複雜，礙於研究者的經驗不足、能力有限，不能將研究做更完善的探究，期待後續有更多的研究者投入更多資源加以研究。

肆、引註資料

一、書籍類：

- (一) 張春興 (1996)。教育心理學-三化取向的理論與實踐。台北市：東華。
- (二) 溫世頌 (1997)。教育心理學。台北市：三民。
- (三) 蔡偉鼎、王致遠 (2018)。Pokémon GO 玩家經驗作為一種開創歷程：詮釋現象學取徑。中山管理評論 26 卷 1 期，85~111。

二、碩(博)士論文

- (一) 李欣怡 (2016)。以計畫行為理論探討定位式遊戲參與熱情對身體活動之影響-以寶可夢遊戲為例。國立嘉義大學體育與健康休閒學系研究所，碩士論文。
- (二) 鄭采玉 (2008)。國小學生社會領域學習動機與學習滿意度關係之研究。國立屏東教育大學社會科教育學系碩士班，碩士論文。

三、網路資料

- (一) 王宏舜、侯俐安、張雅婷、江孟謙、史榮恩 (2016)。「寶可夢」毀了溫泉勝地...。聯合報 Focus。2020 年 2 月 10 日取自 <http://a.udn.com/focus/2016/08/24/24095/index.html>
- (二) 台灣寶可夢資訊站 (2016)。2020 年 2 月 12 日取自 <https://twpkinfo.com/article-2-7.html>
- (三) 張庭瑋 (2020)。誰說寶可夢退燒？玩家去年課金 267 億元創新高，黏住鐵粉全靠這招。商周頭條。2020 年 2 月 13 日取自 <https://www.businessweekly.com.tw/business/blog/3001518>
- (四) 張憶漩 (2017)。【寶可夢 GO】芝加哥綠圈神獸飛人之亂再起。2020 年 2 月 13 日取自

https://www.mirrormedia.mg/story/20170725game_pokemon_fly/?fbclid=IwAR0kxxjsAXyRa8DDSsFKmlLCD1r68Qq8TajiK70itHd1jUP1SFrGiJtSMXY

- (五) 馮景青 (2016)。全台 790 萬人瘋寶可夢 平均每天玩近兩小時。中時電子報。2020 年 2 月 10 日取自 <https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/1801491>