

投稿類別：商業類

篇名：從消費者心理分析台灣手機遊戲趨勢-- 以傳說對決為例

作者：

呂羽璇 市立秀峰高中 二年級 207 班

指導老師：

楊敏芬

## 壹、前言

### 一、研究動機

隨著時代的變遷，科技不斷進步，現在基本上大家都人手一台手機，空閒時間大部分的人便是玩一下手機遊戲，甚至為了滿足慾望而投入大量金錢。手遊業者若想從消費者身上賺取更多錢便要掌握當今市場趨勢，並站在消費者角度思考，做出應對。因此此次研究想探討現今手機遊戲市場的沿革及趨勢，從消費者角度出發，並以手機遊戲「傳說對決」為例，進而期望能將研究成果提供給手機遊戲「傳說對決」的開發業者做參考。

### 二、研究目的

- (一)認識消費者心理以及手機遊戲與「傳說對決」
- (二)探討手機遊戲「傳說對決」沿革及趨勢
- (三)提出手機遊戲「傳說對決」台灣市場面臨的疑慮與負面現象
- (四)探討消費者心理對手機遊戲「傳說對決」的銷售影響

## 貳、文獻探討

手機遊戲(手遊)為何？在科技進步的時代，手機與手遊在大部分人的生活中幾乎是不可或缺，據「Newtalk 新聞」《2021 年行動遊戲市場報告》出爐結果，「傳說對決」穩坐榜首。因此本研究將以「傳說對決」為例做為研究對象。

### 一、定義

#### (一)消費者心理

「愈重視產品快樂價值者，有較高享受購物樂趣、創新性、尋求多樣化、市場專家、衝動性購物較高認知需求消費。」(康華容，2003) 因此許多商家都會有促銷活動或是折扣等等，以吸引消費者購物；例如線上遊戲常有禮包，有些消費者認為購買它能夠為自己省去不少升級時間便會購買；或是一些多人線上手機遊戲，同一個角色會有不同的模樣可以替換，消費者若覺得喜歡便會購買；甚至有些遊戲推行購買每個月可以固定拿到不同資源的機制，按月來算以吸引更多人購買。「當人們滿足了基本的生理、安全等需求後，會開始追求更高層的需求」(彭梅芳，2016)，因此本研究想以消費者角度進行研究。

#### (二)手機遊戲

手機遊戲指的是「能夠在行動作業系統上使用的遊戲軟體，通常這種軟體會承襲裝置隨時隨地可用的特性。」(江佩蓁，2018) 有離線與線上遊戲，也有單機與多人遊戲，遊戲的種類繁多，依每個人的不同喜好，開發商也不斷因應消費者做出改變將遊戲多樣化，因此「手機遊戲的世界是充滿活力且不斷發展的。」(邵喬雨，2022)「手機遊戲最大的特色是讓消費者可以透過隨身攜帶的行動終端設備或多人廣域無線連網的方式進行遊戲」(林鼎智，2016)。而本研究挑選台灣行動遊戲市場榜首做為研究對象。

### (三)傳說對決

傳說對決是一款於2016年發行的一款多人線上(MOBA)手機遊戲，「MOBA 意思簡單來說就是及時的戰略遊戲，玩家一人操控一隻英雄，分成兩隊，勝利條件就是摧毀對方隊伍主堡」(林均豪，2020)，傳說對決具有多種遊戲模式及不同英雄，「遊戲內的英雄皆具備精美畫風與獨一無二的技能組合設定」(江佩蓁，2018)，至今依舊受到許多人的喜愛，「遊戲中不販售 VIP 會員或任何會影響英雄強弱與戰局勝敗的物品」(江佩蓁，2018)主張公平對戰，透過持續的更新，層出不窮的活動，角色的新模樣，保持消費者與遊戲的新鮮感。因而被選為研究對象。

## 二、傳說對決的緣起與歷史沿革

於2016年10月正式上市的一款5V5線上多人遊戲，大部分人都會選擇單機遊玩，隊友隨機配對，因而應證了一句話「不怕神一樣的對手，就怕豬一樣的隊友。」傳說對決與中國大陸「王者榮耀」相似，因此有人將之稱為國際版「王者榮耀」。傳說對決從最初的初始英雄到現在共已有113隻英雄；從最初的初始模式到現在不只有最基本的5V5、3V3、1V1經典對戰模式、5V5排位賽模式，更是增加了許多各種各樣的特殊玩法，各個英雄也在消費者的體驗下，由開發者進行了調整，大大小小，不計其數。現在傳說對決雖不及剛發行時火紅，但至今人氣在台灣仍舊相當高，甚至有許多人是開服(指遊戲伺服器例行維護後或增開伺服器後，開放可以遊戲的狀態)到現在都在的忠實粉絲。

圖一、傳說對決遊戲主頁面



(資料來源:傳說對決官網)

傳說對決英雄主要分為六大類，分別是戰士、刺客、法師、射手、輔助、坦克。地圖則大致分成四區，分別是凱撒路、中路、魔龍路、野區(即打野)。

戰士通常會走凱撒路，也可以打野(需要一直頻繁的打戰場中的野怪，頻繁的奔波在三條路中支援的一個位置，有人將打野形容成團隊中的搖錢樹，因為他的即時支援隊每一波或大或小的團戰(指兩個人以上的戰鬥)都很重要，在傳說對決每殺一個人或助攻幫忙殺人都會有經濟，因此才有搖錢樹一說。但由於打野沒有自己的一條路，沒有自己的兵線，只有野怪可以發育，所以前期經常會有人到野區亂野，搶打野的野怪，壓制打野的發育，這個時候就需要隊友的支援，打跑敵人以讓自己能夠好好發育)或輔助(魔龍路分支的概念，負責輔助射手發育保護隊友)，「團戰中跟在坦克的後面進場的角色，負責打亂敵方陣型，分擔坦克壓力的同時對單一對方後排給予壓力」(江佩蓁，2018)是一個不會很脆(即是沒有辦法扛傷害，也有薄皮、脆皮等說法)也有傷害的位置。

刺客通常是打野，或有少數幾隻法師英雄具有刺客的性質，可以走中路，例如:颯迦。刺客的性質大多是收割或突進，不會站在團戰的戰爭中心，也不會當衝鋒的站在前面，而

是等待適合的時間進場，打對手一個措手不及。刺客不只在團隊中很重要，在遊戲中也是「很受歡迎的角色類型，但建議實力到一定程度再玩，必須搞清楚進場時機以及每分每秒要做的事情」。(江佩蓁，2018)

法師的特色通常是團控(擁有大範圍控制技能，或是控制技能很多的英雄)、先手(團戰的開啟鍵，像“阿萊斯特”便是其中一個，先手英雄通常會多買一個至兩個保命裝備，以免團戰剛開始就犧牲了)或是遠程消耗(可以站在離敵人遠遠的地方施放技能，簡單來說就是手很長，不需要打近攻戰)，因此除了中路以外也可打輔助，少數具備位移的法師也可以打野其中最經典的便是“圖倫”。在團隊中法師需要在清完兵線之後即時的給予上路或下路(即凱撒路或魔龍路)支援，幫助隊友壓線，另外法師的控制技能也非常重要，不管是先手還是遠程消耗都一樣，雖然控制技能不比團控多但還是可以在瞬息萬變的戰場上起到關鍵的作用。法師主要「分為傷害及控場型」(江佩蓁，2018)兩種類型，傷害型的法師「和ADC 射手差不多也是保持不死，在對英雄傷害部分也必須達到每場的高點」(江佩蓁，2018)，而控場型法師是非常重要的位置，「很難玩、不能死，不能躲太後面，要掩護後排，保護坦克不要受到太集中的火力」(江佩蓁，2018)。

射手是團隊中非常重要的位置，可以說是類似於舞團中的中心位，通常走魔龍路和輔助一起，前期穩定發育，後期就能夠有高輸出(英雄對英雄的傷害)，「射手自己要有個正確觀念，沒必要爭奪魔龍的情況下，輔助本來就不需要來魔龍路」(小可愛，2022)。射手本身很脆，又是團隊中很重要的位置，因此需要時刻注意自己的站位以及敵人的位置，才不會被對手秒殺，這點在團戰中就會顯得更加重要，因為如果團戰剛開始就失去輸出，有很大的機率那波團戰會輸，甚至在逆風(己方隊伍不佔優勢的狀況)的時候會被一波推掉主堡，就輸了，但順風(己方隊伍佔優勢的狀況)也有可能瞬間轉為逆風。

輔助首先要弄清楚的就是「之所以經常打雙人線，主要不是為了保射手，而是為了爭奪魔龍才打雙人線」(小可愛，2022)，雙人線是基於對方也是雙人線的狀況更好，如果對方輔助頻繁跑線支援其他路的話，那就不能一直待在魔龍路，需要跑線支援。輔助大部分都是脆皮沒有辦法扛傷，因此許多人會選擇出攻裝(即攻擊裝備)，而不是坦裝(坦克裝備，增加坦度能夠扛傷)，更適合脆皮，畢竟脆皮再怎麼出坦裝，也比不過坦克，還不如增加輸出。

坦克是所有角色中最硬的(非常能扛傷，很難打死)一類，總是站在團戰的最前面或中間承受最多的傷害，可以打凱撒路或是輔助，不過大部分的人都拿坦克打輔助，因為坦克雖然很能扛，但是他的傷害實在不高，加上會了提升硬度大部分的人都會選擇出坦裝使的坦克除了控場及扛傷沒有其他更顯著的作用，但是大部分的人都會希望自己的隊伍中有一個能扛傷的坦克，畢竟坦克雖然沒傷害但又硬又控是對敵人來說很麻煩的角色，「理想的坦克，必須有好的控場能力(牽制、斷招或者位移衝鋒技能)，保護我方後排，衝鋒打亂敵方陣型」(江佩蓁，2018)。

以下是傳說對決手遊中較受歡迎的英雄角色：

#### (一)弗洛倫

從開服到現在，弗洛倫經歷了許多次的改良，但始終就是會玩的很會玩，不會的就很爛，對於會玩的玩家來說怎麼改都沒差，反正怎麼改都能凱瑞(就是 carry 全場，意即一個人的表現帶動了整場比賽的節奏，帶領隊伍走向勝利，團隊貢獻最大)全場。他屬於戰士

類英雄，擅長走凱撒路。弗洛倫是「對操作要求極高的英雄」(傳說對決官網之攻略網，2019)，在熟練操作下遊戲後期的弗洛倫，單挑和團戰都有非常亮眼的表現，因此才會有「會的很會，不會的很爛」的說法，甚至很強的弗洛倫還可以一打五，是許多玩家都會忌憚的英雄。

圖二(左)、弗洛倫；圖三(右)、克里希



(資料來源:傳說對決官網)

## (二)克里希

克里希是傳說對決最開始的時候就有的英雄，隨著遊戲時間的進行，裝備不斷的完善，他的攻擊力越來越高，是在排位賽中出場率十分高的一隻法師英雄。克里希主走中路，屬於法師類英雄，因其蝴蝶翅膀的外型許多玩家都直接喊她「蝴蝶」，他不需要太多技巧，不似弗洛倫那般難以上手，是許多新手玩家會喜歡的英雄。「一對一並非克里希的長處，但一技能具有一定威脅力，跟隊友搭配得好很容易造成擊殺。」(傳說對決官網之攻略網，2018)

## (三)芽芽

芽芽是一個很吃隊友的英雄，主要靠附身隊友，已次保護隊友為主，自己玩的好並沒有用，如果隊友不給力那還是會輸，這大概就是芽芽的弊端；但對於對手來說，局勢逆風的情況下，芽芽是非常煩的。芽芽主輔助，一般是保射手，讓射手能夠穩定發育，後期就是看誰的保線比較亮眼就幫誰。「芽芽受到攻擊導致血量低於 40%時，芽芽會變身持續 3 秒，期間不可選中但也無法攻擊敵人」(傳說對決官網之攻略網，2021)，但是冷卻時間需要三分鐘，需要謹慎使用。

圖四(左)、芽芽；圖五(右)、夸克



(資料來源:傳說對決官網)

## (四)夸克

夸克是坦克英雄，二技能的鉤子在壓線的時候會給對手帶來很大的壓力，只要被勾過去基本上就必死無疑，除了二技能之外讓人更討厭的是他的大招，會把範圍內的對手吸住動彈不得，沒有任何反抗能力，除非有解控(即主動裝備的清醒或輔助裝(一隊只能有一個，可以選擇要什麼功能並能隨時更替，總夠有五種，護盾、視野、清心、元力、減速)的清



心)不然只要傷害足夠，被吸住的對手就必死無疑。夸克會不會玩全看鉤的準不準。夸克大招「"準備施放"的時候 會有短暫霸體 "施放過程中"沒有，所以會被中斷」(傳說對決官網之攻略網，2018)

#### (五)凡恩

凡恩也是傳說對決中元老級的角色，簡單容易上手，不需要過多的技巧，是出場率蠻高的射手。以前大部分的人喜歡除物攻裝，在一套技能打完之後輸出還能有力，但是現在大部分的人都出魔攻裝，雖然更痛、傷害更高，但是在一套技能打完之後攻擊就會明顯無力，如果在前期就會比較吃虧在沒辦法一套帶走敵人(施放全部的技能，殺死敵人)的狀態下很容易就被反殺，因為普攻不及物攻那麼痛。「凡恩是目前遊戲中最全方位的角色，不僅是射手而已，是目前遊戲中唯一不論魔攻或物攻都可打出足夠傷害的角色。」(傳說對決官網之攻略網，2018)

圖六(左)、凡恩；圖七(右)、悟空



(資料來源:傳說對決官網)

#### (六)悟空

悟空是以齊天大聖孫悟空為原形設計的，其攻擊的方式也是金箍棒，可以走凱撒路，也可以打野，但就悟空這隻角色來說更適合打野，他的隱形技能能夠讓他在戰場中來無影去無蹤，是相當麻煩的角色，所有能夠隱形的英雄角色當中，就屬他靠近的時候沒有任何影子與標記，操作又簡單容易，是很多人會選擇的刺客英雄，「悟空體質不適合當作戰士來看，加上過度依賴暴擊需要運氣的屬性，所以在運氣不好時容易前期崩盤。」(傳說對決官網之攻略網，2018)

### 三、傳說對決之優勢:

#### (一) 玩法多樣化

傳說對決有多種玩法，不會單一，給予玩家多種體驗，並不會枯燥乏味，並不斷的開發全新玩法和改良玩法，讓玩家有好的遊戲體驗。此類遊戲有五大設計要素，分別為創意設計性、簡易可及性、社交互動性、沉浸性、遊戲靈活度（林賢才，2013）

#### (二)公平對決，快節奏遊戲

傳說對決的任何戰鬥講求公平，並且有檢舉機制，玩家若是覺得其他玩家的任何行為不合是宜可以在該場遊戲結束後檢舉該玩家，系統會判別後並對玩家做出懲處。傳說對決經典對戰以及排位賽「每一場對戰平均 15 分鐘左右即可分出勝負，可說是一款快節奏、好上手又過癮的 MOBA 遊戲」(江佩蓁，2018)，而娛樂模式最快的有的只需要

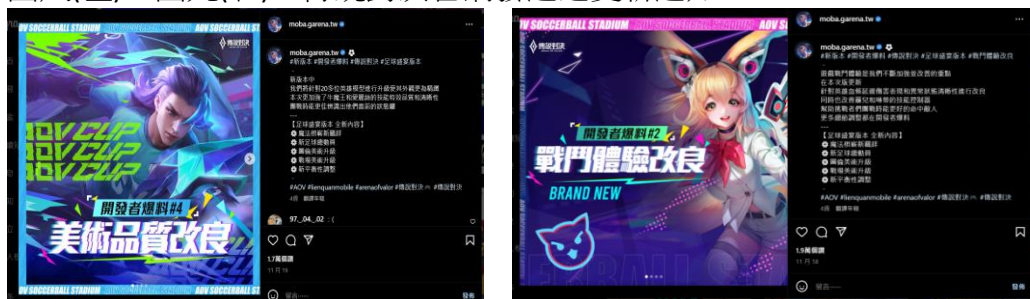
從消費者心理分析台灣手機遊戲趨勢-- 以傳說對決為例

3~5 分鐘即可結束一場遊戲，隨時開戰且快節奏的特色讓傳說對決十分受歡迎，即使生活忙碌也能有時間遊玩。

### (三)不間斷的更新

每個排位賽賽季重製的時候就是傳說對決大更新的時候，新的英雄角色出爐也都趁那個時候，不斷的更新使的玩家一直能夠保有新鮮感，不會因為玩久而感到膩。賽季中間也會出現改良，以讓消費者取得更好的體驗。

圖八(左)；圖九(右)、傳說對決官網發送之更新通知



(資料來源:IG 傳說對決官網)

### (四)活動多

傳說對決每個系列的活動結束後就會馬上接著有下一個活動，會有過任務然後贈送遊戲一些需要內購的商品，為遊戲增添了不少活力，不會永遠就是開局打架，漫無目的。

### (五)語音以及打字聊天，戰場訊號，隊友間溝通性強

在配對以及組隊的時候可以發送文字和隊友溝通，進入選角階段和遊戲戰場的時候也可以，在進入戰場後還可以向隊友發送實時訊號，溝通性強，也可以打開語音麥克風直接和隊友溝通，內建語音系統，當團戰激烈時不用再打字，及時與隊友語音溝通(江佩蓁，2018)，可以說是相當方便，在戰場外也可以以打字的方式和遊戲好友聊天，傳說對決也設置了綜合頻道和縣市頻道，讓玩家之間可以不用透過打遊戲認識，也可以在那邊表達自己的需求找到隊友，為了防止不雅文字，傳說對決在出現不雅文字會自動頻必，營造良好的聊天環境。

## 四、傳說對決之疑慮與面臨的負面現象

### (一)疑慮

#### 1、青少年手機遊戲成癮

隨著科技的進步，智慧型手機日益普及，青少年使用手機的時間也越來越長，根據研究青少年手機成癮即是「高中生過度使用智慧型手機，產生無法克制的需求感以及依賴性的一系列失序行為。」(2022，林美娟)

#### 2、課金

「手機遊戲的課金一詞來源於日語『收費』的意思」(2022, 劉季軒), 玩家會於遊戲中「花費真實貨幣購買遊戲虛擬道具」(2020, 許崴涵), 簡單來說就是用金錢獲得更好的遊戲資源, 在遊戲中獲得遊戲上的優勢。

## (二)負面現象

### 1、未與消費者取得良好溝通

傳說對決在每次更新的時候, 總會有令人不滿意的地方, 在貼文底下總是有消費者會留言反應不滿意的地方, 當官方還是堅持做法的話就會有人退遊(即是不玩這個遊戲)。

### 2、部分玩家口德不好

傳說對決作為一款團隊競技 MOBA 遊戲, 勝負與隊友彼此間的合作有非常密切的關聯性, 當彼此出現決策上的問題、或操作上的失誤, 容易引起互相爭執與糾紛, 這時免不了有一些玩家的惡劣言語辱罵, 在這個遊戲風氣下, 遊戲環境出現部分玩家口德不好的情況, 這個情況也包含遊戲廠商對於這一類玩家的懲罰不足, 使得無法嚇阻這類玩家的行為。

### 3、語音聊天質量不佳

在這類遊戲下, 遊戲語音質量是大多數遊戲公司要在乎的課題之一, 好的語音聊天質量會讓遊戲體驗直線上升, 且同時也成為推銷商品的優點之一, 所以當玩家反應聊天質量不佳的問題時, 遊戲公司會想辦法快速處理並改善。

### 4、檢舉功能不夠完善

當玩家有違反遊戲準則而系統不法精準判定時, 檢舉功能是改善並優化遊戲的最佳管道, 但如果沒有落實公平公正之原則。玩家對於檢舉系統感到灰心時, 也會使遊戲的評價下降, 且作弊(外掛)玩家猖獗, 如檢舉功能不佳, 也會影響相關遊戲體驗。

## 三、消費者心理

傳說對決會運用策略與分析消費者心理來行銷, 促使得消費者使用真實貨幣購買遊戲中的虛擬物品, 例如:抽獎、角色造型等等....., 當然也有無法購買的物品, 例如:戰敗加星卡(可以在排位賽輸的時候, 加排位賽的星星, 使得自己的排位不要下降), 所以有人會花錢找人代打(代替自己打排位賽)當然這不是官方受益, 而是一些操作技術較強的人受益。

因此手遊業者應更了解消費者心理, 以吸引消費者願意花費時間與勞力取得的金錢購買虛擬商品。消費者心理「涉及知覺、認知、情緒、人格、行為和人際關係等眾多領域。」(2016, 彭梅芳)可以說是非常複雜與多面向的; 因此手遊業者與玩家之間需要多方了解, 即為此次研究之範圍。

## 參、研究方法

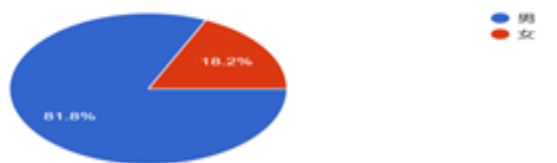
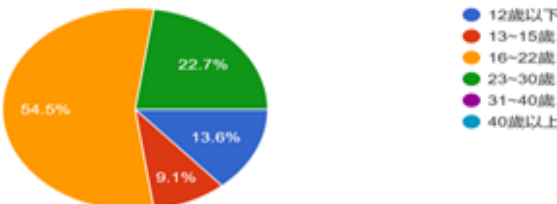
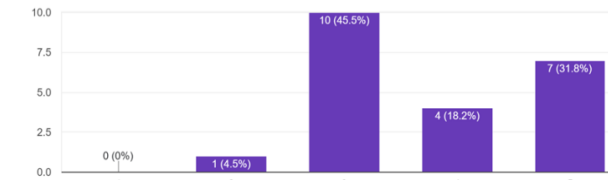
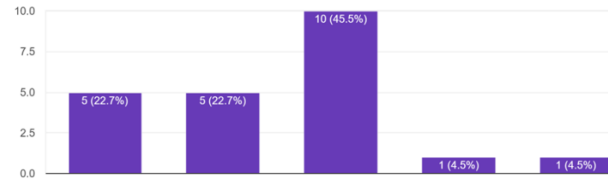
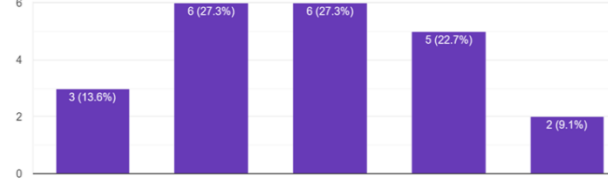
### 一、研究方法

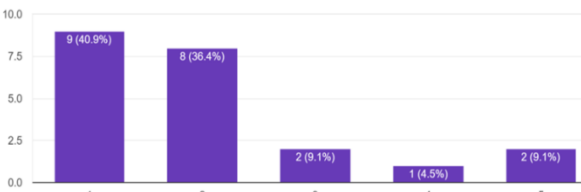
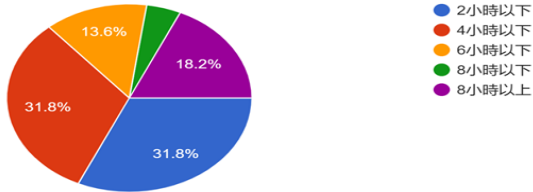
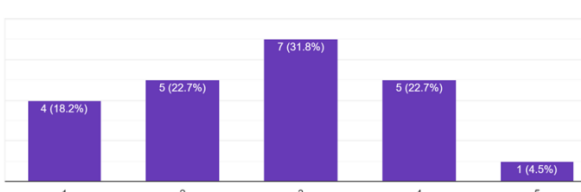
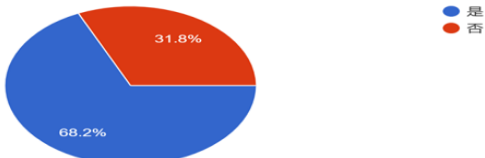
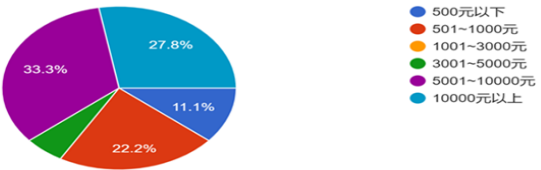


本次研究方法，包含兩部分「文獻分析法」和「問卷調查法」。其中「文獻分析法」係蒐集了前述有關傳說對決手遊市場資訊和論文研究等文獻資料加以分析，而為釐清、確認上述的疑慮和負面現象的存在與否，本研究另採用「問卷調查法」，以玩家消費者們為研究對象，轉發以「Google 表單」製作出問卷，做出以下的「問卷調查法」的分析結果。

#### 肆、研究分析與結果

本「問卷調查法」以手機「傳說對決」玩家為問卷發放對象，問卷回收樣本共 22 份，以下為各個問題的問卷結果，經本研究者繪製圖表和分析與說明如下。

問卷題目與結果繪圖	問卷分析與說明																		
<p>1.性別</p>  <table><caption>性別分布數據</caption><thead><tr><th>性別</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>男</td><td>81.8%</td></tr><tr><td>女</td><td>18.2%</td></tr></tbody></table>	性別	百分比	男	81.8%	女	18.2%	<p>由左圖可看出傳說對決的男性玩家多於女性玩家，且依比例上來看，男性的數量大幅度的高於女性。</p>												
性別	百分比																		
男	81.8%																		
女	18.2%																		
<p>2.年齡</p>  <table><caption>年齡分布數據</caption><thead><tr><th>年齡</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>12歲以下</td><td>0%</td></tr><tr><td>13~15歲</td><td>9.1%</td></tr><tr><td>16~22歲</td><td>54.5%</td></tr><tr><td>23~30歲</td><td>22.7%</td></tr><tr><td>31~40歲</td><td>13.6%</td></tr><tr><td>40歲以上</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	年齡	百分比	12歲以下	0%	13~15歲	9.1%	16~22歲	54.5%	23~30歲	22.7%	31~40歲	13.6%	40歲以上	0%	<p>由左圖可看出傳說對決的玩家年齡大多分布在十六至二十二歲，其次便是二十三至三十歲，但由於十六至二十二歲百分比大於五十，可視為手機遊戲成癮年齡層以青少年為大宗的見證之一，因此可能產生前述所提的青少年手機成癮問題。</p>				
年齡	百分比																		
12歲以下	0%																		
13~15歲	9.1%																		
16~22歲	54.5%																		
23~30歲	22.7%																		
31~40歲	13.6%																		
40歲以上	0%																		
<p>3.傳說對決的印象(1.非常不好- 5.非常好)</p>  <table><caption>傳說對決的印象數據</caption><thead><tr><th>評價</th><th>次數</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>2</td><td>1</td><td>4.5%</td></tr><tr><td>3</td><td>10</td><td>45.5%</td></tr><tr><td>4</td><td>4</td><td>18.2%</td></tr><tr><td>5</td><td>7</td><td>31.8%</td></tr></tbody></table>	評價	次數	百分比	1	0	0%	2	1	4.5%	3	10	45.5%	4	4	18.2%	5	7	31.8%	<p>由左圖所顯示，傳說對決玩家偏向好的評價，因此才能穩居榜首不落。大部分的玩家屬於中立，撇除中立玩家，大部分玩家都給予好的評價，因此整體上來看傳說對決還是不錯的手遊</p>
評價	次數	百分比																	
1	0	0%																	
2	1	4.5%																	
3	10	45.5%																	
4	4	18.2%																	
5	7	31.8%																	
<p>4. 傳說對決隊友們的素質 (1.非常不好- 5.非常好)</p>  <table><caption>傳說對決隊友們的素質數據</caption><thead><tr><th>評價</th><th>次數</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>5</td><td>22.7%</td></tr><tr><td>2</td><td>5</td><td>22.7%</td></tr><tr><td>3</td><td>10</td><td>45.5%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>4.5%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>4.5%</td></tr></tbody></table>	評價	次數	百分比	1	5	22.7%	2	5	22.7%	3	10	45.5%	4	1	4.5%	5	1	4.5%	<p>由左圖可知，普遍玩家對傳說對決隊友的素質還算滿意，大部分都保持中立，但也有將近一半玩家認為不佳或非常不佳。因此有前述部分玩家口得不好等原因的影響，都可能對玩家的遊戲體驗造成影響。</p>
評價	次數	百分比																	
1	5	22.7%																	
2	5	22.7%																	
3	10	45.5%																	
4	1	4.5%																	
5	1	4.5%																	
<p>5.傳說對決遊戲的語音質量 (1.非常不好-5.非常好)</p>  <table><caption>傳說對決遊戲的語音質量數據</caption><thead><tr><th>評價</th><th>次數</th><th>百分比</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>3</td><td>13.6%</td></tr><tr><td>2</td><td>6</td><td>27.3%</td></tr><tr><td>3</td><td>6</td><td>27.3%</td></tr><tr><td>4</td><td>5</td><td>22.7%</td></tr><tr><td>5</td><td>2</td><td>9.1%</td></tr></tbody></table>	評價	次數	百分比	1	3	13.6%	2	6	27.3%	3	6	27.3%	4	5	22.7%	5	2	9.1%	<p>語音的存在是為了在爭分奪秒的戰場中能夠更有效的溝通，由左圖看來，玩家們給出的評價不好不壞，雖有可修正的地方，但不至於不可忍受，但也有玩家認為有時的卡頓等問題會造成很大的影響，可見前述所說語音質量不佳所產生的負面現象。</p>
評價	次數	百分比																	
1	3	13.6%																	
2	6	27.3%																	
3	6	27.3%																	
4	5	22.7%																	
5	2	9.1%																	

<p>6.傳說對決賽後檢舉功能完善度 (1.非常不好- 5.非常好)</p> 	<p>檢舉功能的存在是為了讓系統能夠及時的給予違反規定或擾亂戰場秩序的玩家懲處，由左圖所呈現的玩家最真實的反應，傳說對決在此方面做得不夠完善，多數玩家給予了差評。因此可見前述所說檢舉功能不夠完善的負面現象。</p>
<p>7.您每周平均花在傳說對決的時間</p> 	<p>花在遊戲上的時間多寡是決定是否手機成癮的其中一項因素，因此當將過多的時間和精力放在遊戲上，就有可能造成手機成癮，左圖顯示有少數人花了八小時以上的時間在傳說對決上，這可能是手機成癮的徵兆，但大多數的人斗在兩小時以下，可見手機成癮的疑慮並不大。</p>
<p>8.傳說對決官方業者是否有效傾聽消費者的意見(1.非常不好- 5.非常好)</p> 	<p>傾聽消費者意見是手遊業者需要重視的一個議題，而本問卷所蒐集到的回覆，大部分消費者都認為業者能夠傾聽消費者的意見，但也有少數消費者認為業者不能有效傾聽意見，因此還需改進。</p>
<p>9.是否會在傳說對決遊戲上花錢</p> 	<p>遊戲總是有虛擬物品供人購買，傳說對決也不例外，左圖顯示，大部分玩家有花費真實貨幣購買虛擬物品，少部分沒有。</p>
<p>10 承上，大概金額多少</p> 	<p>由左圖顯示，有百分之二十七的玩家花費了一萬以上的真實貨幣購買傳說對決的虛擬商品，而五千零一至一萬零一元占比百分之三十三，由此可見前述課金的疑慮。</p>

## 伍、研究結論與建議

### 一、結論

#### (一) 消費者花費意願高

由本次問卷調查可知消費者花費真實貨幣購買虛擬商品的意願較高，少數消費者沒有花費意願。可能是透過對遊戲的喜愛程度而決定，也可能是透過業者促銷方案而定，透過種種因素使消費者購買虛擬商品。

#### (二) 遊戲任意功能的完善度都須重視

由「Google 表單」問卷結果得知消費者對於傳說對決的檢舉功能最不滿意，但對於語音系統的質量給出相對滿意的答案，因此遊戲的任何功能都要重視，以避免失衡。

## 二、建議

### (一)業者行銷策略可運用消費者消費意願心理

- 1.榮耀(虛榮心): 有些消費者會想透過購買遊戲中的虛擬商品以彰顯自己的財力、實力和專業…等優勢。
- 2.感觀刺激: 有些消費者會認為遊戲角色的視覺觀感很重要，便會購買遊戲中能夠改變角色外表的虛擬商品，已得到心理上的滿足。
- 3.價格導向思維(貪小便宜): 利用消費者貪小便宜的心態，遊戲業者可在適當的時間給出虛擬商品的促銷活動；例如:購買折扣，抽獎等。

### (二)傳說對決業者改善檢舉功能

由前述得出結論，消費者對於檢舉功能完善度最不滿意，因此建議業者改善此功能。

1. 由真人幕後審核:業者可安排專人幕後審核，不要只是利用系統機制審核，方能深入了解問題，即時解決。
2. 檢舉原因多樣化:可增加檢舉的選項，且敘述清晰不要過於籠統；例如:消極遊戲、不當發言等，恐因籠統文詞造成「濫檢舉」之嫌。

## 陸、參考文獻

- 康華容(2003)。探討消費價值認知對於消費者銷售促進活動影響之研究。私立淡江大學研究所:碩士論文。
- 彭梅芳(2016)。故事性行銷對消費者心理與購買意願之影響。國立屏東大學研究所:碩士論文。
- 江佩蓁(2018)。手機遊戲成功要素之研究-以傳說對決與神魔之塔為例。高苑科技大學研究所:碩士論文。
- 邵喬雨(2022)。線上手機遊戲心理所有權與品牌忠誠度和消費意願之關係研究。世新大學研究所:碩士論文。
- 林鼎智(2016)。手機遊戲使用者、手機遊戲社交程度及使用者線下人際互動之關聯性研究。輔仁大學研究所:碩士論文。
- 林均豪(2020)。應用層級分析法於手遊遊玩意願之分析-以傳說對決為例。開南大學研究所:碩士論文。
- 小可愛(2022年1月15日)。分享簡易射手入門觀念。巴哈姆特電玩資訊站。  
<https://forum.gamer.com.tw/C.php?bsn=30518&snA=50010>
- 傳說對決官網(2022年1月25日)。攻略網。<https://moba.garena.tw/pro/hot/>
- 林賢才(2013)。行動裝置數位遊戲設計要素之分析與探討。國立屏東教育大學:碩士論文。
- 林美娟(2022)。高中生智慧型手機成癮之研究-以苗栗縣某高中為例。中華大學:碩士論文。
- 劉季軒(2022)。體驗滿意度與心流體驗對遊戲持續課金意願之研究-以手機遊戲為例。輔仁大學:碩士論文。
- 許崴涵(2020)。以科技接受模型探討手機遊戲玩家課金使用虛擬抽獎意圖之研究。國立雲林科技大學:碩士論文。