

投稿類別：商業類

篇名：

實境遊戲的市場定位與經營模式—以密室逃脫工作室夢罟為例

吳冠頡。樹德家商。資處三年 6 班  
韓金恩。樹德家商。資處三年 6 班  
陳毓瑄。樹德家商。資處三年 6 班

指導老師：

吳麗生 老師

李如倩 老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

在這資訊科技日新月異的時代，「電子遊戲」已成為許多人放鬆的第一選擇，然而虛擬的遊戲卻早已無法滿足人們。於是「實境解謎」這種將真實世界當作舞台的遊戲，一出現就受到許多消費者喜愛。戶外實境遊戲把遊戲搬到了戶外，把實際場變成關卡和敵人，引領玩家們觀察實際環境，比起一般的線上、單機活動個和他人、周遭環境有更多互動。

實境遊戲就是將虛擬的場景改為真實，讓玩家親自去體驗，像是密室逃脫、推理劇場等等都可以包含在實境遊戲的範圍中。

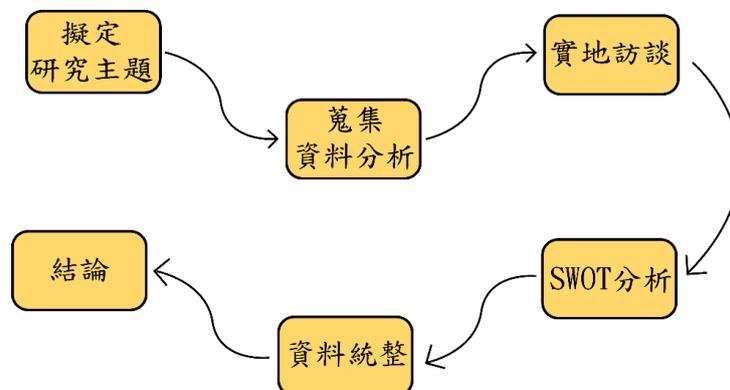
而近幾年密室逃脫越發興盛，許多消費者都前往體驗，去感受這種將虛擬化為真實的遊戲，密室逃脫也對本小組有著莫大的吸引力，無論是故事劇情、破解謎題的成就感，每一樣都在吸引我們前去探索，故本小組藉此次機會，前去了解密室逃脫及產業背後所蘊含的市場及商機。

### 二、研究目的

本研究主要探討密室逃脫的市場定位及玩家遊玩動機，用以分析密室逃脫的前景與所面臨的困境。

- (一)了解密室逃脫產業的起始與發展
- (二)研究個案公司—夢罟工作室市場定位及競爭優勢
- (三)探討夢罟工作室所面臨的困境並提出建議

### 三、研究流程



圖一：研究流程圖；資料來源：本小組自行繪製

#### 四、研究方法

本小組使用文獻分析法及實地訪談法兩種方式，來了解夢罟工作室的市場定位與競爭優勢：

(一)文獻分析：參考網路資料及閱讀各式書籍，去收集相關資料，並統整出本組所需要的資訊。

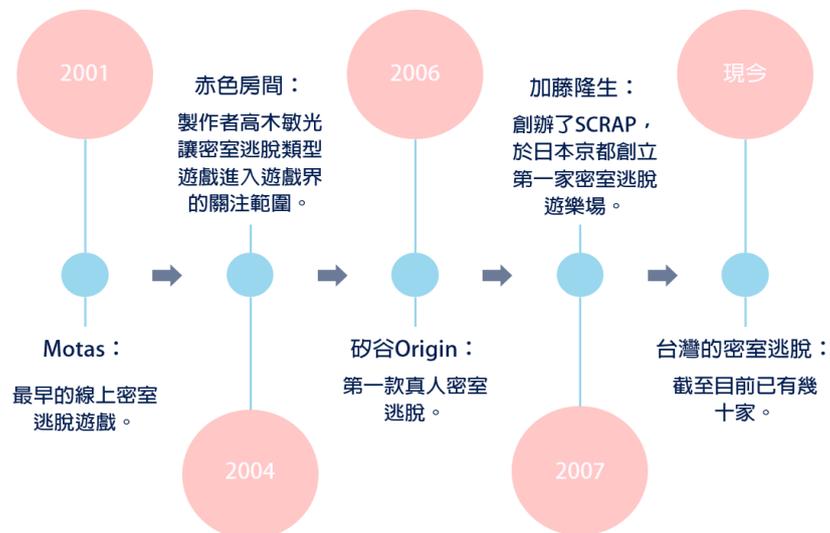
(二)實地訪談：實際參與密室逃脫感受為何受到許多消費者喜愛，後實際採訪店家，了解密室逃脫工作室經營的方式。

### 貳、正文

#### 一、密室逃脫起源與定義

##### (一)實境解谜密室逃脫起源

密室逃脫這種類型的遊戲，最早是放在各種類型遊戲中的某一環節中出現，直到 FLASH 遊戲的興起後，才漸漸有人將其作成一個獨立遊戲，其中以高木敏光於 2004 年發布的赤色房間最為經典。而最早出現的實境密室逃脫源於 2006 年，「由矽谷工程師根據推理小說天后阿嘉莎·克莉絲蒂(Agatha Christie)的作品發想出密室逃脫的遊戲」(鄭宜東，2018)但由於難度過高，至今只有 23 人逃脫成功。



圖二：密室逃脫時間軸；資料來源：本小組自行整理

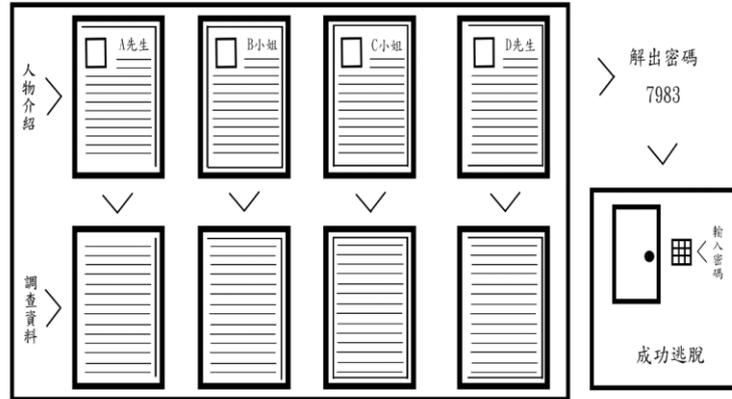
##### (二)實境解谜密室逃脫定義及比較

###### 1、實境解谜定義

實境解谜是將電子遊戲搬到現實中，讓玩家在現實的場所裡扮演著故事內

實境遊戲的市場定位與經營模式—以密室逃脫工作室夢罟為例

的角色，一步一步破解機關並找到最終的真相，並由此衍生出了目前市面上最常看到的實境解謎遊戲「密室逃脫」，又與實境解謎的廣泛定義不同，密室逃脫只是為其眾多的項目之一，密室逃脫強調的就是「逃脫」這兩個字，無論中間有多少謎題多少機關，最終目的皆是要逃出那間密室。



△ 密室逃脫示意圖

圖三：密室逃脫示意圖；來源：本小組自行繪製

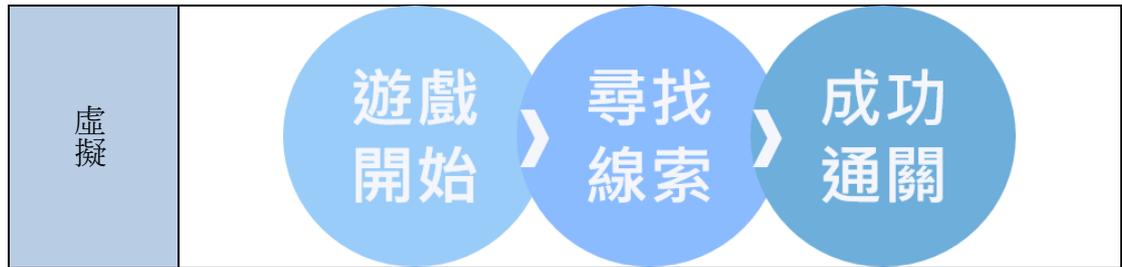
2、虛擬與實境之比較

實境與虛擬有許多不同的地方，我們整理出以下圖表來表示兩者不同的區別：

表一：虛擬與實境比較表

	體驗	感受	劇情
實境	可以親自體驗密室逃脫，感受刺激感與臨場感		有完整的故事可以去感受
虛擬	不需親身體驗，只要坐在電腦前點擊滑鼠與鍵盤	時間一旦久了會感到枯燥乏味	毫無任何劇情，純粹解謎
實境與虛擬流程			
實境			

實境遊戲的市場定位與經營模式—以密室逃脫工作室夢罍為例



資料來源：本小組自行整理

二、夢罍密室逃脫市場定位與經營模式

表二：工作室介紹表

工作室介紹	<p>夢罍創立於 2017 年 7 月，並在同年 8 月正式營業，店內截至目前有五個主題，每一個主題都是不同的故事及種類。擅於設計豐富的劇情，吸引許多顧客前來體驗。</p>				
經營理念	<p>開工作室是老闆們的夢想，她們想將自己的夢想呈現出來給玩家體驗，用豐富的故事及完善的服務品質，帶給顧客深刻的體驗。</p>				
店家主題					
挑戰冒險 推出於 2020 年	愛情劇情 推出於 2019 年	歡樂有趣 推出於 2018 年	懸疑推理 推出於 207 年	控制 X 選擇 X 夢境穿梭 推出於 2017 年	

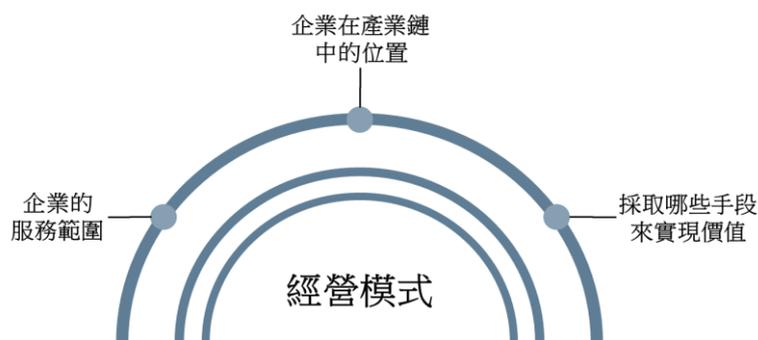
資料來源：夢罍官方網站、本小組自行整理

(一)密室逃脫店家經營模式

經營模式是店家根據經營宗旨，為實現價值定位所採取某一類方法的總稱。

## 實境遊戲的市場定位與經營模式—以密室逃脫工作室夢罣為例

內涵包括三個方面，分別是確認產業鏈的定位、業務範圍、採取什麼手段來實現價值。



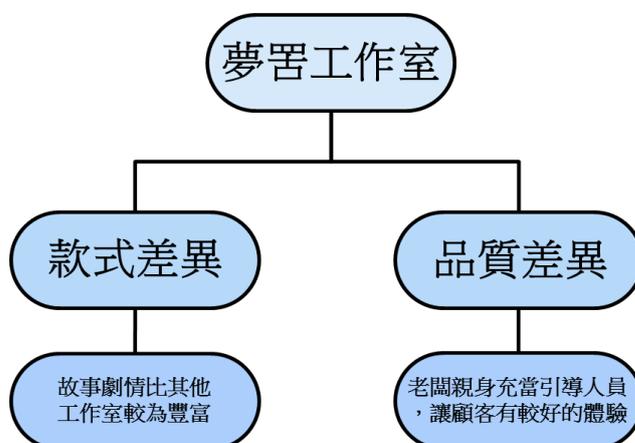
圖四：經營模式簡易圖；資料來源：本小組自行繪製

根據經營模式分類方式，我們去經濟部商業司查詢了夢罣工作室所涵蓋的業務範圍，發現屬於多元化經營模式，其營業內容包括兩種或以上的不同服務，但與其他店家的經營模式大多相同，並無太大區別性，想要凸顯與其他店家的區別性，也就只能從市場定位去下手。

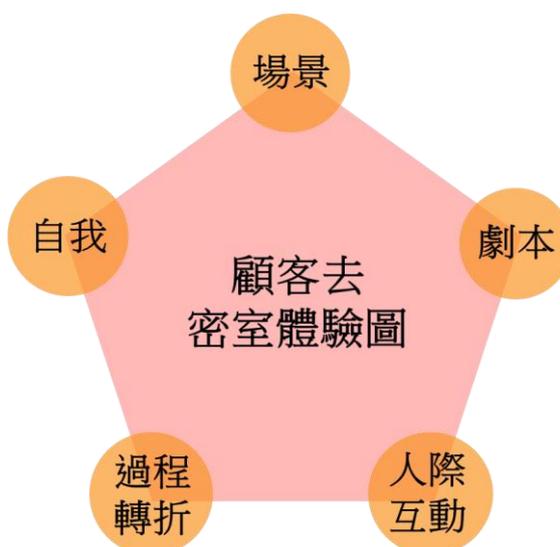
### (二) 夢罣密室逃脫店家市場定位

市場定位也稱作「行銷定位」，用在客戶心目中塑造產品、組織的形象或個性的行銷技術，是為了使消費者能夠去區分本企業與其他企業的不同。

夢罣工作室的產品市場定位，在訪問時就能一窺一二，他們主打的就是產品款式差異化及服務品質差異化這兩點，訪問時夢罣工作室的老闆有提到，相比其他店家，他們的機關設計偏弱，於是他們在劇情方面下了十分大的功夫來吸引顧客，此為市場定位的產品款式差異化；而服務品質則是店家害怕顧客體驗不佳，開店至今依舊是三位老闆親身充當引導人員，這就是他們服務品質較好的原因，所以此為服務品質差異化的部分。



圖五：夢罣工作室市場定位圖；資料來源：本小組自行繪製



圖六：消費者密室體驗經驗分析圖；資料來源：本小組自行繪製

(三)夢罟工作室 SWOT 分析圖

SWOT 分析是由 Albert Humphrey 所提出，透過評價企業上的優勢、劣勢、機會、威脅來進行企業全面的分析。

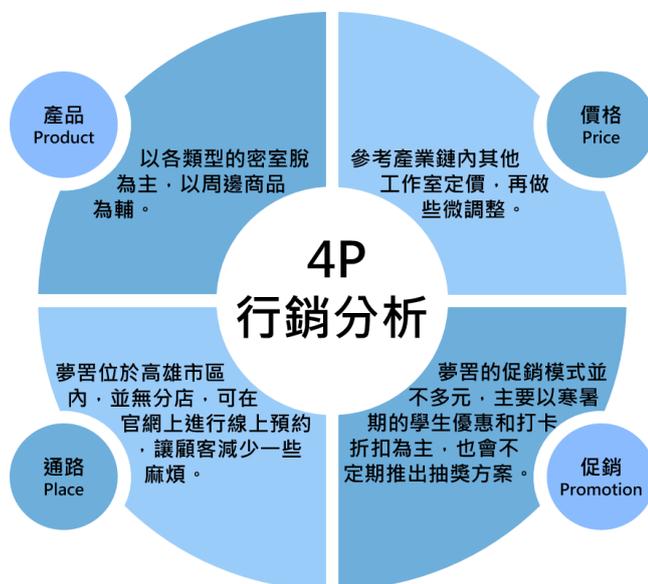
表三：夢罟工作室 SWOT 分析

		內部	
		優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
外部		S1：帶場氛圍佳，讓玩家更輕易融入劇情。 S2：相比其他工作室，劇情較為豐富。 S3：空間較大，就算多人擠在同一空間也不顯得擁擠。	W1：非專業出身，機關方面比起其他工作室會有不足。 W2：資金不足，無多餘資金打廣告。 W3：通常玩過一次就不會想玩第二次。 W4：場景略為遜色。
		機會 Opportunities	O1：因應科技發展，若能融合 AR、VR 或其他元素，更能吸引其他客戶。
威脅 Threats	T1：大多皆為年輕族群，年齡層範圍不大。 T2：比起其他休閒娛樂，價位稍高。	嘗試使用不同元素，使能夠遊玩的年齡層更加擴大	於機關上下功夫，強調謎題，吸引年齡較大的玩家興趣。

資料來源：本小組自行整理

(四)4P 分析

4P 是一種行銷分析常使用的工具之一，主要分為價格、產品、通路、促銷，能夠讓人明確的分析產品或服務，對於夢罟公司的 4P 分析以下圖說明：



圖七：4P 分析圖；資料來源：本小組自行繪製

(五)夢罟個案訪談：

本小組實地進行訪談該公司的負責人，共有四題主要問題，問題內容及結果陳述如下表：

表四：夢罟工作室訪談內容大綱

	問題內容	回答
問題 1	整體經營環境有哪些機會與威脅？公司如何掌握機會、面對威脅？	因整體市場變動性不大，故本公司可藉此機會進行 <b>內容及服務的創新</b> ，以此來擴大市場。
問題 2	與其他工作室相比，夢罟的優勢在哪裡以及劣勢在哪？	密室逃脫 <b>強調顧客遊戲體驗</b> ，而夢罟的優勢在於 <b>創造更深刻顧客體驗</b> ，建立更好的 <b>口碑行銷</b> ，但我們較 <b>沒有動用經費去從事線上及線下的行銷</b> 。
問題 3	貴公司瞄準的客源為何？	本公司在遊戲內容 <b>設計方面十分多元</b> ，能夠符合不同客群的喜好，此為本公司 <b>獨特核心經營技術</b> 。
問題 4	現今虛擬科技發展越來越興旺，請問貴公司在虛擬科技應用上有何想法？	雖然虛擬科技前期投資金額較大，但本公司認為虛擬科技乃是 <b>潮流趨勢</b> ，因此本公司對密室逃脫的前景十分看好。

## 實境遊戲的市場定位與經營模式—以密室逃脫工作室夢罟為例

資料來源：本組訪談。

### (六)夢罟工作室與 CANPASS 工作室比較

在科技日新月異的時代，密室逃脫的店家愈來愈多，本小組將夢罟工作室與同樣位在高雄的 CANPASS 工作室進行比較，並整理成下表：

表五：夢罟工作室與 CANPASS 工作室比較表

工作室	夢罟	Canpass
網站評比	4.6	4.7 (勝)
網路行銷	官方網站製作較簡潔	官方網站製作較華麗 (勝)
劇情	劇情完整較為豐富 (勝)	較不強調劇情
機關	機關略為遜色	強調機關 (勝)
空間	空間比起其他工作室還大 (勝)	空間較小
服務	老闆親自帶場，照顧到顧客感受 (勝)	有請服務生，服務方面較弱
價格	400 到 500 (平)	400 到 500 (平)
地理位置	鄰近高雄火車站 (勝)	鄰近信義國小

資料來源：本小組自行整理

## 參、結論

經由對虛擬科技的探索後，本小組對於夢罟工作室提出以下結論與建議：

### 一、結論

從本研究分析可以得知，夢罟在整體產業鏈中雖然不算是最頂尖的，但它有著其他工作室難以取代的優點：劇情以及顧客服務。

夢罟的所有事項皆由三位創辦人親力親為，他們絕對是最了解自己作品的人，在講解方面比其他工作室優良，而他們的故事劇情也是業界內數一數二的優秀，且因為沒有聘請人員，在經營方面能夠節省更多的人員支出，有更多的彈性去面對困難和威脅，也能有更多時間去創造更好的作品。

虛擬科技的開發金額雖然較大，但虛擬科技仍然是一股潮流趨勢，因而密室逃脫的發展前景十分看好。

## 二、建議

針對夢罟所面對的機會與威脅，本小組提供以下建議：

- (一)針對機關方面不足的部分能夠利用閒暇之餘去進修，或是與其他機關較強的工作室合作。
- (二)在面對各種新科技快速出現的現在，可以多利用新科技來吸引眾人的焦點，使工作室能有更多的曝光度，吸引更多人前來遊玩。
- (三)優化場景設計方面，能讓每個來遊玩的顧客有更好的體驗，使店家口碑提升。

肆、引註資料

- 1.鄭宜東(2018)。探討密室逃脫實境遊戲工作室經營成功關鍵因素。朝陽科技大學：碩士論文
- 2.彭冠源、陳元熙、黃珮瑄(2017)。走進『密』境、發現新『室』野—實境遊戲消費動機、體驗行銷與休閒效益之探討—以 Lost 真人密室逃脫為例。國立中壢高級商業職業學校
- 3.葉惠忠、陳思靜(2017)。人格特質與團隊合作對體驗價值與行為意圖影響之研究—以密室逃脫為例。國立高雄應用科技大學：碩士論文
- 4.蘇煒婷(2019)。以使用者經驗探討實境密室逃脫玩家動機。國立雲林大學：碩士論文
- 5.張詒禎(2018)。另類實境遊戲之經營模式探討。國立政治大學：碩士論文
- 6.施孟廷(2017)。古都秘辛時竟工作室創業計畫。國立中山大學企業管理學系：碩士論文
- 7.孟晉瑯(2015)。台灣實境遊戲業商業模式初探。國立成功大學經營管理碩士學位學程碩士班：碩士論文
- 8.李佳駿(2019)。虛擬實境遊戲體驗、功能性互動與購買意願關係之研究。國立高雄大學亞太工商管理學系碩士班：碩士論文
- 9.夢罟密室逃脫 | 高雄密室 |。2019 年 12 月 21 日，取自 <https://dreamcatcher311313.wixsite.com/mysite>
- 10.商工登記公示資料查詢服務。2019 年 11 月 29 日，取自 <https://findbiz.nat.gov.tw/fts/query/QueryBar/queryInit.do>