

檔 號：
保存年限：

簽 於實習處 104.05.25

主旨：檢陳本校 103 學年第 2 學期資處科「高二專題製作」成果展，簽
請 核示。

說明：

- 一、依據本科 103 學年度第 2 學期第 1 次教學研究會辦理。
- 二、成果展時間：6/2(二) 第 2、3 節
- 三、成果展地點：藝文中心
- 四、參加對象：一、二年級資處科學生；二年級成果展，一年級觀摩。
- 五、請各班任課師長隨班參與專題製作成果發表，並協助點名與掌控各班秩序。
- 六、請教學組協助通知任課老師；學務處潘英寬先生協助藝文中心燈光、空調以及投影等相關事宜。

擬辦：

敬陳

校 長

會辦單位：

承辦單位	會辦單位	決行
教師兼盧雅玲 資處處理科主任 104.05.25	教務處：教師兼許麗娟 教學組：教師兼許麗娟 學務處：教師兼梁裕華 潘英寬先生：潘英寬 簡顯鑑老師：簡顯鑑 張世杰老師：張世杰 陳昇老師：陳昇 盧雅玲老師：盧雅玲	109 林昊彥師：教師兼林昊彥 109 宋惟安師：宋惟安 110 施一亭師：施一亭 110 江衍聲師：江衍聲 109 導師賴一毅師：賴一毅 110 導師林英哲師：林英哲 209 導師賓之美師：賓之美 210 導師許華珊師：許華珊

校長陳啓東
0601

通 知

事由：103學年第2學期資料處理科二年級專題製作

成果發表會（一年級觀摩）

時間：104年6月2日（星期二）上午9：10～11：00

（各班請準時集合完畢）

地點：藝文中心

班級：209、210、109、110

ps：請各班任課師長隨班參與專題製作成果發表，並協助點名與掌控各班秩序。

專題成果發表會出場序

出場序	組別	班級	姓名	時間
1	遊戲設計組	209	葉育成、劉侑靚、游秉寓	09:20 09:25
2	網路行銷組 「米」老鼠的轉變-探討日隆米店之行銷轉變	209	石明玉、莊凱晴、劉宇珊	09:26 09:36
3	創意視覺組 阿嫁婆咖啡築屋	210	黃思瑜、朱婕彤、劉鴻毅、洪梓揚、巫謹如	09:37 09:43
4	創意視覺組 Buono Bella LOGO 與餐廳介紹	209 210	何喬菱、蔡礎駿 許勝齊、梁家銘	09:44 09:50
5	網路行銷組 登「蜂」造極-探討體驗行銷與顧客滿意度對宏蜜蜂生態農場的影響	209	潘明玥、潘鈺婷、賴鼎裕	09:51 10:01
6	微電影製作組 分享生活樂趣的 APP-Instagram	209	曾柏叡、王紹威	10:02 10:12
7	遊戲設計組 探討網路遊戲對社會的影響	210	王欽賢、黃采斯、林自偉	10:13 10:18
8	遊戲設計組 三國戰棋遊戲規劃與評估	209	張淳富、王政育、欒荻超	10:19 10:24
9	微電影製作組 由網路傳播公益活動-冰桶挑戰之研究	209 210	陳凱欣 游椅淳、黃翊婷	10:25 10:35
10	創意視覺組 宏基蜜蜂生態農場 LOGO 介紹	210 209	戴士倉 蔡宛諭、廖乃葦、游淑雯、王子儀	10:36 10:42
11	遊戲設計組 創造完美彈幕-東方 Project 的永夜	209	黃琨忠、洪孝欣、周憶汝	10:43 10:49

專題成果發表會競賽成績

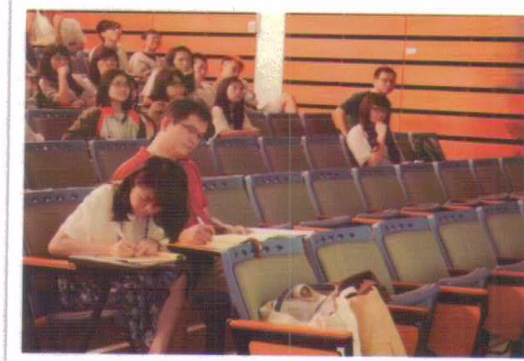
出場序	組別	班級	姓名	成績1	成績2	平均	名次
1	遊戲設計組	209	葉育成、劉侑靚、游秉寓	76	85	76	11
2	網路行銷組 「米」老鼠的轉變-探討日隆米店之行銷轉變	209	石明玉、莊凱晴、劉宇珊	91	95	91	1
3	創意視覺組 阿嫁婆咖啡築屋	210	黃思瑜、朱婕彤、劉鴻毅、洪梓揚、巫謹如	83	88	83	4
4	創意視覺組 Buono Bella LOGO與餐廳介紹	209 210	何喬菱、蔡礎駿 許勝齊、梁家銘	80	81	80	9
5	網路行銷組 登「蜂」造極-探討體驗行銷與顧客滿意度對宏蜜蜂生態農場的影響	209	潘明玥、潘鈺婷、賴鼎裕	87	93	87	2
6	微電影製作組 分享生活樂趣的APP - Instagram	209	曾柏叡、王紹威	82	92	82	6
7	遊戲設計組 探討網路遊戲對社會的影響	210	王欽賢、黃采斯、林自偉	82	89	82	6
8	遊戲設計組 三國戰棋遊戲規劃與評估	209	張淳富、王政育、權荻超	83	89	83	4
9	微電影製作組 由網路傳播公益活動-冰桶挑戰之研究	209 210	陳凱欣 游椅淳、黃翊婷	82	92	82	6
10	創意視覺組 宏基蜜蜂生態農場LOGO介紹	210 209	戴士倉 蔡宛諭、廖乃葦、游淑雯、王子儀	77	87	77	10
11	遊戲設計組 創造完美彈幕-東方Project的永夜	209	黃琨忠、洪孝欣、周憶汝	85	92	85	3

103 學年度第 2 學期資處科「高二專題製作」 成果發表會



103-2 資處科高二專題製作成果發表會

高二專題製作-遊戲設計組



高二專題製作-網路行銷組

高二專題製作-朝陽科大教授評分



高二專題製作-網路行銷組

高二專題製作-創意視覺組

103 學年度第 2 學期資處科「高二專題製作」 成果發表會



高二專題製作-創意視覺組



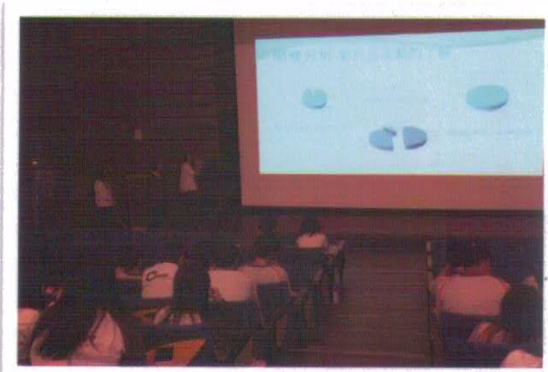
高二專題製作-網路行銷組



高二專題製作-網路行銷組



高二專題製作-微電影製作組



高二專題製作-微電影製作組

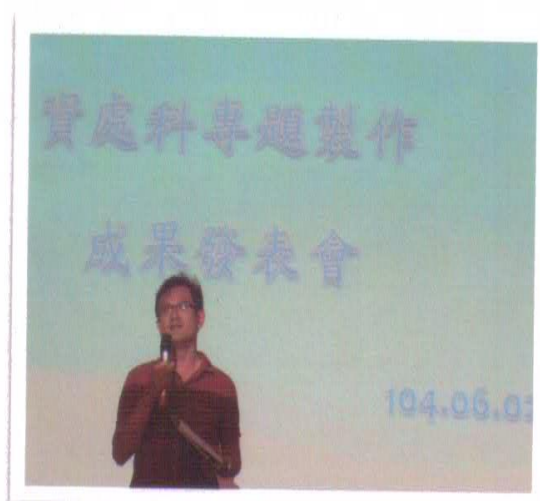


高二專題製作-遊戲設計組

103 學年度第 2 學期資處科「高二專題製作」 成果發表會



高二專題製作-遊戲設計



高二專題製作-評審老師講評



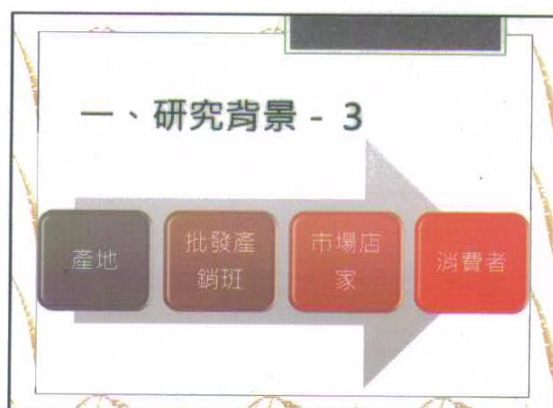
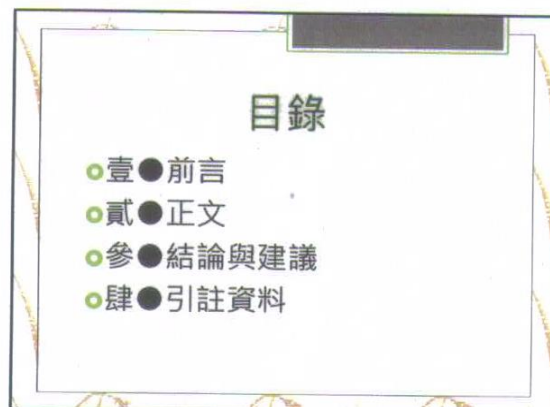
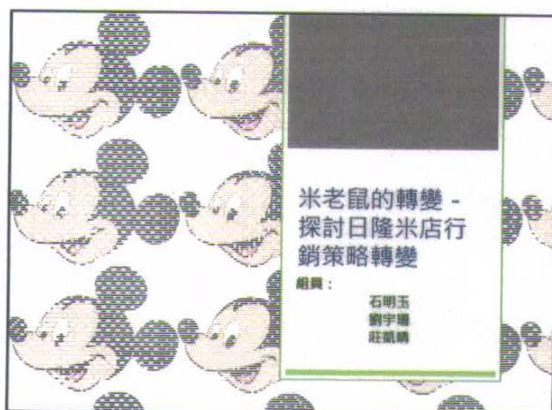
高二專題製作-評審老師講評



高二專題製作-評審老師講評

專題製作 第一名

103 學年度資處科專題製作【第一名】





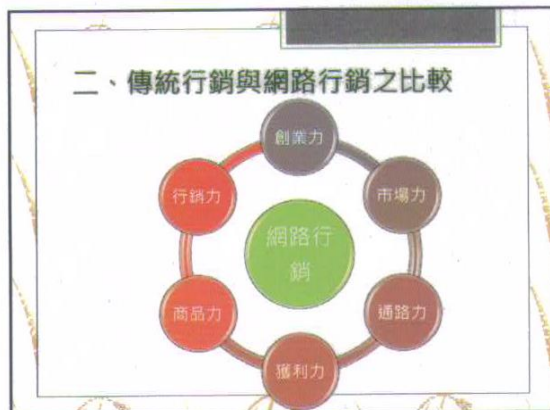
四、研究方法

(一) 文獻探討
(二) 實地訪談



一、稻米的歷史與現況

臺灣自明朝時期開始種植陸稻，視為東方人主食，但由於近年來食物多樣化，使得稻米銷售量逐漸減少。



差異之比較

	傳統行銷	網路行銷
銷售地點	傳統店面	網路店面
產品	可看到實際產品	只能透過圖片看到
選擇方式	可親自選購確認品質好壞	無法在購買前實際確認商品
成本支出	為實體店面，因此需支付租金、人事成本等	因無實體店面，不需支付店面開銷
退换货	需親自來到店家進行	可線上即可退换货
促销	發放廣告DM或宣傳車宣傳	在網站上公告促销
營業時間	店家決定	24小時消費者都能光顧
外在因素	可能受天氣、時間、停車方便及銷售人員等因素影響	隨時隨地能選購，較不受外在因素影響
市場範圍	大多為店面附近的消費者	可拓展至世界各地有需要的人
資訊齊全度	無法將所有相關資訊都了解	可將類似商品做比較了解，信息豐富
忠實率	較無法精準掌握	可依瀏覽率了解來源與來客率
其他	可實際接觸到客人，親自講解	若無網路就無法瀏覽和購買

(二) 比較之結論

由分析得知，網路媒體曝光率、回應及總體效率較高，也容易追蹤客戶動向。但傳統行銷仍有一定的消費族群，因此，若能兩者皆運用，也許能構成雙贏的局面。



三、日隆米店的歷史

日隆米店位於南投縣魚池鄉水社村中山路上，於民國50年6月1日創立，創立人為石振騰先生，在民國96年傳承給大兒子石正章先生，現由其妻曾瓊慧小姐經營至今。日隆米店販賣米的種類有蓬萊米、長鮮米、糯米、在萊米.....等等。

四、日隆米店之PEST分析

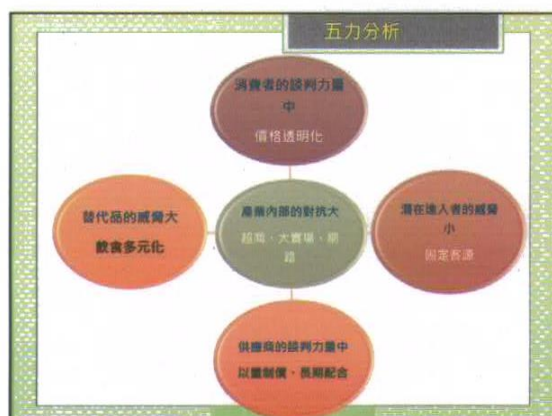
政府 (Political)	我國自民國91年加入WTO後，開放農產品進口造成衝擊。
經濟 (Economic)	現今全球經濟緩慢成長，因此消費者是經濟重要的推手。
社會 (Social)	1.現今消費者除了購買外，更有求知與求利的需要。 2.現今多元化食物發展，出現許多替代品。
科技 (Technological)	1.網路提供訂購 2.網路通路

分析結果

由以上分析可知，科技方面，網路通路與行動載具的發達雖帶來許多便利，但由於日隆米店仍以傳統通路為主，因此網路銷售的興起，米店銷量受到衝擊。



五力分析



分析之結論-1

- (一)替代品威脅 - 大：由於飲食多元化，稻米可被許多替代品所取代。
- (二)產業內部對抗 - 大：因近年來有許多量販店與超商開始販賣外觀精緻、包裝小的稻米。而網路購物的發展也使民眾增加便利性。
- (三)消費者談判力量 - 中：由於稻米價格會隨著品質而變動。

分析之結論-2

- (四)供應商談判力量 - 中：日隆米店之上游廠商為長期配合，且若一次進貨量大，則進貨價格降低。
- (五)潛在進入者威脅 - 小：由於經營米店須建立與消費者對品牌之信賴度，新進入者不易對老字號店面造成威脅。

SWOT分析

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
S1 自家店面可預支付租金	W1 經營位處接近郊區，進貨不便
S2 上一代傳承下來有固定客戶	W2 人力不足
S3 經營歷史悠久，建立顧客品牌信賴度	W3 品質不穩定
S4 提供外送服務	
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
O1 近幾年大陸觀光團盛行，餐廳用餐量提升，間接影響銷售量	T1 鄰近社區超市興起，增加競爭對手
O2 觀光地區餐廳與飯店較多，需求較大	T2 同行惡性競爭，利潤減少
	T3 地形限制造成開發新客戶機會低

分析結果

- (一)SO增長性戰略：與餐廳飯店維持良好關係，長期合作。
- (二)ST多元化戰略：持續追蹤合作多年的客戶，防止客戶流失。
- (三)WO扭轉性戰略：利用近幾年商機，宣傳並推銷新興產品。
- (四)WT防禦性戰略：與廠商簽訂契約，保證產品品質達到一定水準。

一、結論

	現有經營	未來轉變
銷售地點	僅實體店面	實體店面與行動載具
營業時間	上午8點至下午8點	除店面營業時間外，APP網路商店24小時營運
產品	傳統包裝	精緻伴手禮
促銷	僅由上游廠商提供折價券隨機抽獎	於APP上做最新促銷活動，更新動態
顧客層	多為附近餐廳業者及村民	除原有顧客外，亦可增加年輕新客群
市場通路	以魚池鄉民為主	可開拓之名度，銷售至不同區域之消費者

二、建議

日隆米店若將傳統銷售稻米的方式轉變為與現代科技結合的行銷方法，運用APP創立行動載具，不僅賣方能增加收益，也能吸引更多消費者至此了解並開拓新客層。

參考文獻

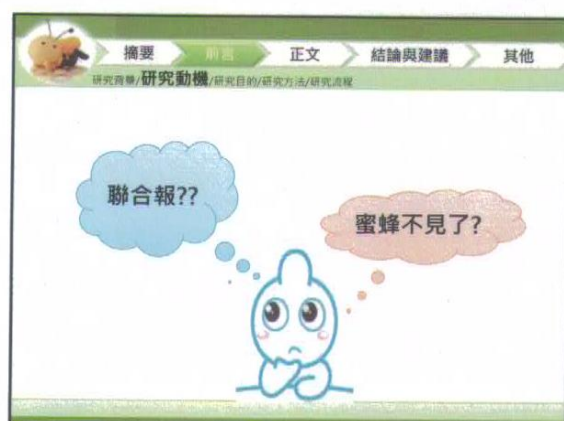
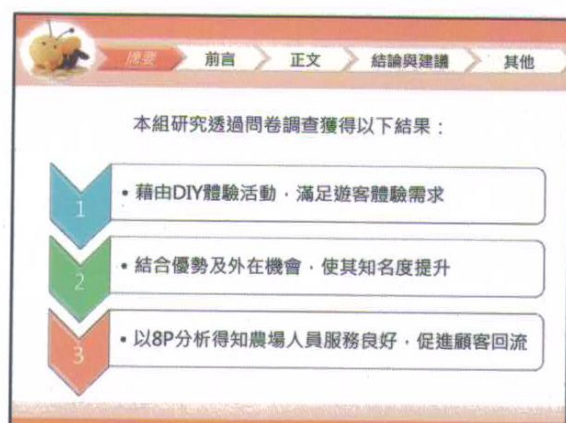
- 一、書報雜誌
 - (一) 吳寶山、林天佑 (2011)。教育資料與研究雙月刊，第98期，P187-188。2014年11月02日。
 - (二) 李唐峰 (2013)。看雜誌，第130期，台灣米的內涵與高度。
 - (三) 池上重賴 (2014)。市場行銷學，P41-43。
 - (四) 許景泰 (2014)。為何只有5%的人，網路開店賺到錢。
- 二、網路參考資料
 - (一) 宣大平 潘淑儀 余宜穎。水稻多樣化利用與產品開發。行政院農業委員會花蓮區農業改良場。
http://hdals.coa.gov.tw/htmlarea_file/web_articles/hdals/1369/11.pdf
 - (二) 台灣農特產品整合行銷推廣協會。
<http://www.tappa.org.tw/qna.asp>
 - (三) 網路行銷。維基百科。
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E7%B8%9C%E8%90%A5%E9%94%80>
 - (四) 台灣綜合研究院。
<http://www.tri.org.tw/index.html>
 - (五) 雲林縣稻草再利用資訊網
<http://rice.yiepb.gov.tw/index.asp?n=news>
(圖片來源：<https://tw.images.search.yahoo.com>)

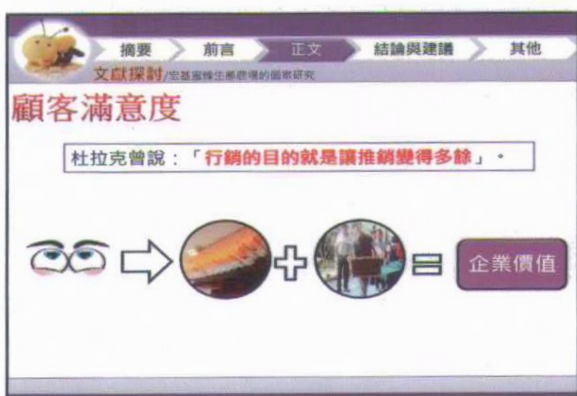
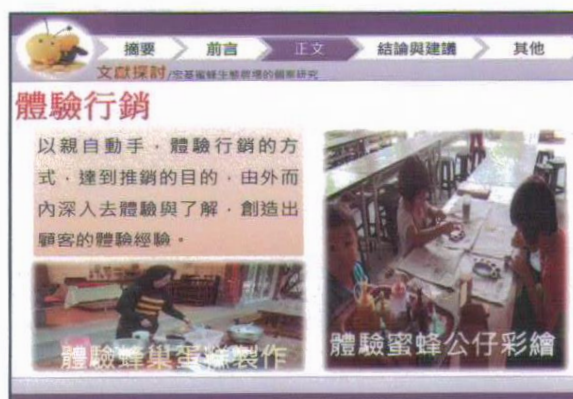
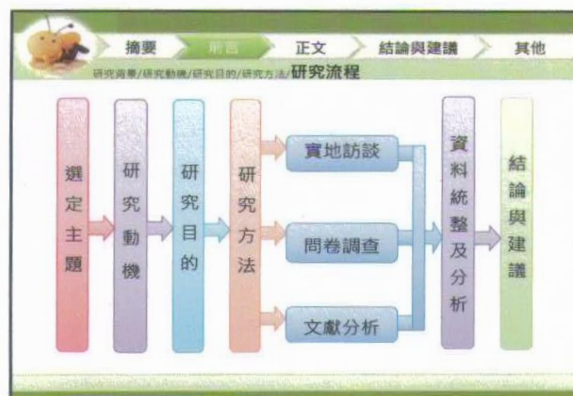
結束了喔!!!!
謝謝大家~



專題製作 第二名

103 學年度資處科專題製作【第二名】





摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

生態農場活動內容

本組以實地訪查得知農場活動內容，有不同的體驗活動如製作蜂巢蛋糕與小蜜蜂彩繪DIY等親子互動，聽著解說員講解蜜蜂生態。



摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

經營理念

宏基蜜蜂生態農場的經營理念最主要是以“誠實”面對消費者，以百分之百純蜂蜜用心去做每一樣商品，並以安全健康的食材來當作原料，且用最優質的服務態度對待每一位來參觀旅遊的遊客，且達到理念與消費共榮。然後不是以營利為目的，而是與蜂農合作創造出雙贏的局面。



摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

行銷手法

傳統 + 創新

銷售管道

實體門市 國外設有專賣店 網路商城

摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

園區介紹

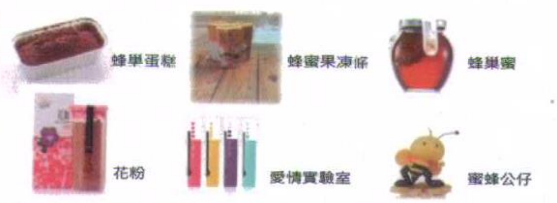
蜜蜂解說館
百萬蜜蜂隧道
商品販賣部
DIY蜜蜂公仔設計室
DIY蛋糕烘焙坊



摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

產品介紹

蜂巢蛋糕 蜂巢果凍 蜂巢蜜 花粉 愛情實驗室 蜜蜂公仔



摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場8P分析

定位(Position)

純蜂蜜?! 人工香精?!

純蜂蜜?! 人工香精?!

純蜂蜜?! 人工香精?!

推廣(Promotion)

純蜂蜜?! 人工香精?!

純蜂蜜?! 人工香精?!

純蜂蜜?! 人工香精?!




摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場8P分析

產品(Product)



價格(Price)



摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場8P分析

實體形象 (Physical Evidence)



流程 (Process)

- (1)製作流程的統一及標準化。
- (2)掌握蜂蜜流向、地點。
- (3)嚴格把關產品品質。

摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場8P分析

員工(People)



通路(Place)



摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場PEST分析

Political政治環境 政府在民國90年開始實施週休二日。 政府開放大陸人來台觀光旅遊人數逐漸增加。	Society社會環境 休閒農場成為許多國人熱愛的旅遊景點。	Economy經濟環境 現代家庭愈來愈注重育樂，在育樂方面的支出逐漸增加促使休閒農場旅遊發展盛行。	Technological 科技環境 網路普及可以利用雲端科技多宣傳與行銷。
---	--	---	--

摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場五力分析

新進入者的威脅	如何創新及品質維護，以求在市場上佔據有利地位。
供應商的議價能力	因商品價格是固定不變，消費者沒有議價的空間，但宏基蜜蜂生態農場還是會提供促銷活動讓消費者感覺買到賺到。
替代品的威脅	相關觀光產業日漸增加，性質也與宏基蜜蜂生態農場類似，所以要在性質上有些不同，才吸引不同的族群。
買方討價還價的能力	現今市面上的假蜂蜜較為低價，然而使純蜂蜜的銷售受到影響。
現有競爭者的威脅	氣候變遷，加上電磁波導致蜜蜂數量逐漸減少，蜂蜜的產量不如預期，造成蜜蜂危機愈來愈嚴重。

摘要 前言 正文 結論與建議 其他
文獻探討/宏基蜜蜂生態農場的個案研究

宏基蜜蜂生態農場SWOT交叉分析

優勢S		劣勢W	
機會O	- S101：週休二日，觀光又兼休閒是近郊熱門的商機。 - S403：線上DIY體驗預約，增加DIY體驗。 - S106：大陸觀光客，來台灣日月潭順便來埔里旅遊，可帶動埔里周邊商機。 - S501：免費不用門票，吸引一般市民及小眾。	- W205：因地理位置較偏僻，為了避免來旅遊的顧客迷路，可結合現代科技利用網路GPS衛星定位導航來查詢。 - W103：目前是電子商務時代，且較缺乏行銷推廣，將兩個做結合可帶動商機。 - W204：拓展海外各道市場。	
威脅T	- S1T1：觀光盛行使相關的觀光產業越來越多，使競爭對手越來越多。 - S2T3：由於產品種類多樣化，如果與其他企業結盟會帶來更多的錢潮。	- W1T2：多為當地人知道，外地遊客較不熟悉。 - W3T2：位處偏僻，廣告不多。 - W1T1：相同的產業一年比一年更多，導致競爭對手越來越多，且較缺少行銷推廣。	

摘要 前言 正文 結論與建議 其他

結論

本研究實地訪查後與發放問卷調查，針對園區體驗行銷對顧客滿意度是否有提升做研究，本組討論發現體驗行銷並沒有對顧客滿意度有特別的幫助，而是在員工的服務品質滿意度、商品滿意度、園區規劃滿意度，大大提升了顧客的回流率與滿意度。

摘要 前言 正文 結論與建議 其他

結論

前往的動機及吸引顧客的原因

主要動機為→家庭出遊 吸引遊客前往的因素→免費入園

促銷方案

工商業和軍公教→拿出軍公教相關證件，購買商品打95折

3C手機打卡並購買商品送精美小禮物

摘要 前言 正文 結論與建議 其他

結論

網路推廣與行銷

網路行銷亦者電子行銷，網際網路為行銷帶來了許多獨特的便利。

本組研究發現園區較缺少網路行銷方面的推廣，「行動」與「社群」是2015年數位行銷的兩個重要關鍵字！現今手機普遍，如何用行銷的方式，發展其產業是園區要多加強的地方，所以本組結合上課所學，做了一個APP，希望大眾可以藉著這個APP，更了解宏基蜜蜂生態農場。

摘要 前言 正文 結論與建議 問卷

實務建議

1. 園區可在養殖方面加強各類對蜜蜂有威脅的病毒殺害，做完善的防治保護蜜蜂不受外來的攻擊。
2. 設告示牌指引方向
3. 結合在地變白筍節




摘要 前言 正文 結論與建議 其他

實務建議

4. 增設商品販賣部，以增加銷售量拓廣知名度
5. 與學校做交流
6. 和在地餐飲業做結合

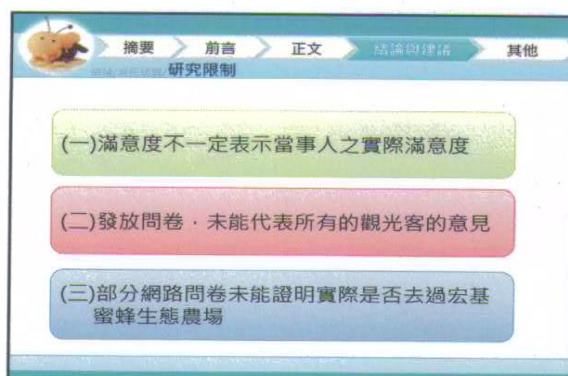



摘要 前言 正文 結論與建議 其他

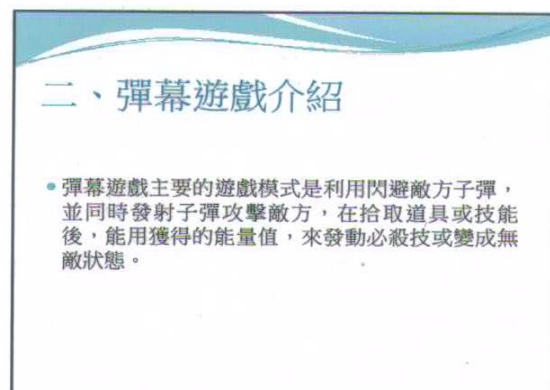
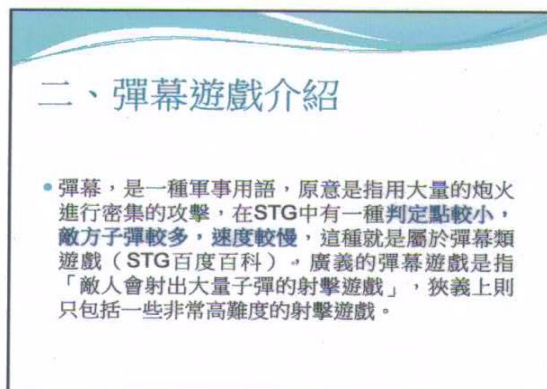
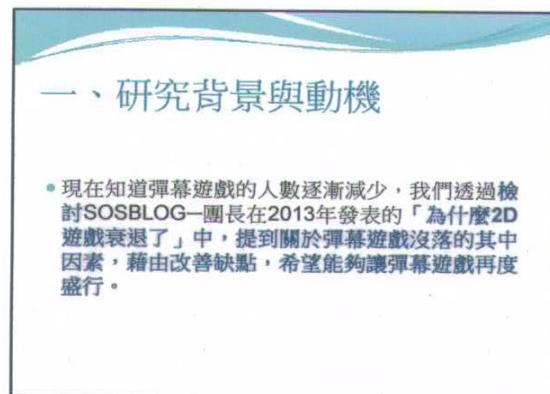
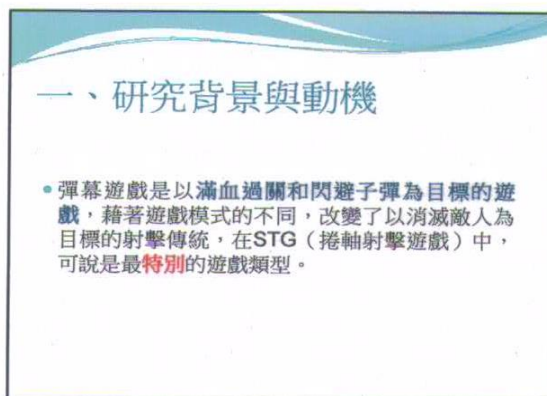
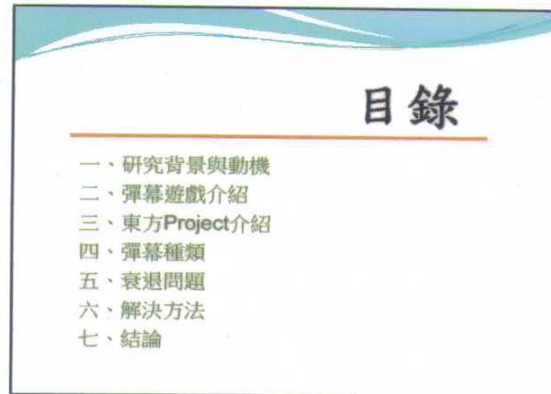
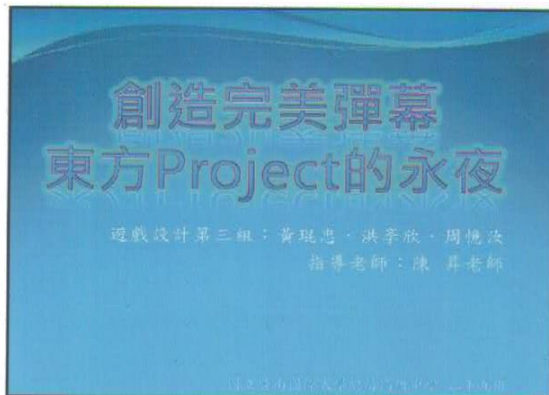
實務建議

7. 推出園區APP





專題製作 第三名



二、彈幕遊戲介紹

- 縱版的直式螢幕框，是通過左右移動來攻擊敵人，而橫版上下躲避的方式比縱版左右閃避的方式困難，所以縱版較受到歡迎。



三、東方Project介紹

- 「東方」這個概念是日本同人遊戲社團「上海愛莉絲幻樂團」的成員太田順也（筆名ZUN）高中時期的靈感，遊戲內的一切設計皆由他一手包辦，他以「幻想鄉」做為整個系列遊戲的故事背景。



圖一東方永夜抄開始畫面



圖二東方永夜抄關卡選擇



圖三東方永夜抄角色選擇



圖四東方永夜抄遊戲畫面

四、彈幕種類

- （一）自機狙：特性是瞄準自機中心，發射不定的子彈。定位自機的位置，進行射後不理攻擊，彈道通常呈現直線，沒有追蹤功能。



圖五 自機狙

四、彈幕種類

- （二）奇數彈：彈幕排列為奇數。射出1,3,5等奇數，沒有直接瞄準自機，會以螢幕的座標進行定位，常會有用重疊的奇數彈進行夾擊。



圖六 奇數彈

四、彈幕種類

- （三）偶數彈：彈幕排列為偶數。射出2,4,6等偶數，會以螢幕的座標進行定位，常會有完全不用躲就能從彈道中間通過的狀況，因此會配合其他種彈幕。



圖七 偶數彈

四、彈幕種類

- (四) 固定彈：沒有瞄準自機，以固定方式排列，有“相對螢幕固定”和“相對敵機固定”兩種類型，後者是指彈幕會因敵機移動而使固定彈幕隨之移動。



圖八 固定彈

四、彈幕種類

- (五) 亂數彈：沒有固定規則，隨機排列，可以設定可預測和不可預測，差別在於一個是用固定公式排列的亂數彈，另一個是用亂數隨機產生子彈數量及子彈間隔。



圖九 亂數彈

四、彈幕種類

- (六) 全方位彈：全方位攻擊，會形成華麗的彈幕，常充斥著整個螢幕，需要靠練習來熟悉彈道或閃避方式。



圖十 全方位彈

四、彈幕種類

- 由於單一的攻擊模式常會顯得太過單調，所以通常會有三種攻擊組合，常會用在增加關卡等級或增加彈幕形狀的完整性：

- (一) (偶數彈or固定彈) 加奇數彈
- (二) 亂數彈加奇數彈
- (三) 亂數彈加偶數彈

五、衰退問題

- 2D射擊遊戲逐漸沒落，取而代之的就是3D遊戲與FPS（第一人稱的射擊遊戲），如何改變傳統讓新的時代接受它，下列舉出三項衰退因素。

五、衰退問題

- (一) 遊戲卻缺乏團隊合作，原因是彈幕遊戲大部分都是單機版，所以減少許多玩家同時遊玩的機會，當自己失去興趣，又沒有可以比較或競賽的玩家，於是就改去玩其他遊戲。

五、衰退問題

- (二) 彈幕遊戲給玩家的目標只有不斷閃避、不斷破關，以至於除了少數想要打破自己紀錄的玩家，很少人還會在破關後不斷重複玩同一個遊戲。

五、衰退問題

- (三) 彈幕遊戲大多是以街機模式為遊戲架構，以規律地模式：小怪→道中→小怪→BOSS，平均是6~8個關卡，因為街機模式固定的SOP，讓遊戲太過單調，RPG遊戲會隨著角色能力與配件產生實力差距，FPS有武器性能上的不同，彈幕遊戲只有不斷循環，而且每一次都要重頭開始，玩家玩久了也會感到疲憊。

六、解決方法

- 首先，遊戲可以說是結交朋友或與朋友進行較量的一種管道，當玩家自己一人進行遊戲時，可以不顧其他人眼光，沉醉在遊戲當中，但是卻缺少與朋友分享的機會。

六、解決方法

- 我們參考Facebook Tetris Battle的2P雙人對戰模式，聯想到透過連線的方式，讓玩家可以與其他玩家在並列的視窗對戰，雙方選擇相同的關卡模式，在遊戲中，可以清楚看到對方的跑位或技巧等，透過關卡的進行速度來影響對方得分的方式，使雙方分數產生落差，能有競賽的效果，較不熟悉的玩家也可以看到一個很好的示範，對於日後的進步極大的幫助。

六、解決方法

- 目標是促使一個人前進最基本的動力，以《東方文花帖》來說，它以拍照為遊戲目標，在閃避子彈的同時進行拍照，給了玩家不一樣的玩法。加入劇情也可以讓遊戲擁有更多目標，常見的是從關卡中取得主線任務的物品，好的劇情可以讓遊戲更加生動，也可以吸引玩家繼續玩下去，有了不同的目標和劇情發展，遊戲玩起來會更有滿足感。

六、解決方法

- 最後，讓雙方玩家有起跑線的差異，如加入武器或是角色數值的調整，或是技能點擊，能夠讓玩家去改變遊戲的模式，就比較不容易察覺到固定的SOP流程，但是遊戲關卡也可以用有不一樣的進攻方式，彈幕的模式是一特色，其他改變是一種創新，彈幕的傳統只有閃避和射擊，只要傳統不變，都只是更新而不是取代，只有不斷突破才是遊戲的生存法則，也是東山再起的方法。

七、結論

- 「適者生存，不適者淘汰。」是大自然的鐵則，對於遊戲也是相同的，只有不斷推陳出新，適應市場的遊戲款式或遊戲廠商才能繼續立足在這個廣大的市場，東方Project在ZUN開放二次創作後，引申出的動畫、小說，足夠讓每個去搜尋東方的人，發現東方系列遊戲的存在，這就是東方系列遊戲不會被別人遺忘，反而更吸引人的地方。

七、結論

- 根據文獻內容，彈幕遊戲可以透過突破街機模式，並加入其他遊戲的特色，下列統整了正文提到能夠改變彈幕遊戲的幾種方式：

1. 加入雙視窗的競賽方式
2. 多變彈幕攻擊模式
3. 增加關卡和主線劇情
4. 改變固定的角色數值與加入等級制
5. 加入武器與技能種類

八、實作草稿



八、實作草稿

開始畫面設計



八、實作草稿

訊問畫面

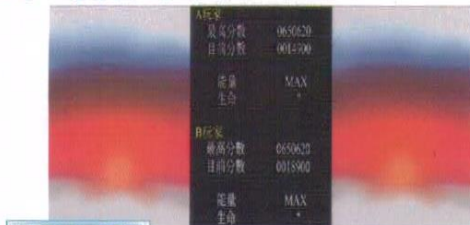


八、實作草稿

關卡選擇



八、實作草稿



遊戲畫面架構

謝謝您們的聆聽



作者介紹

- ZUN，本名太田順也
- 東京電機大學畢業
- 東方眾們都稱他為神主
- 同人社團上海愛莉絲幻樂團是他一人所有



作品集