

行銷實務報告

406262292 資工四乙 梁鈞韋

Nintendo Switch



附圖一

1. 選擇此案例的動機

Nintendo Switch，簡稱 NS 或 Switch，日本任天堂公司在 2017 年推出的掌上遊戲機，分別在日本、北美、香港…等地區販售。我自己本身也有入手一台 Switch，主機本體價格約 9780 台幣，每一片遊戲卡帶也 1000 到 2000 不等，網路上也很多 FB 社團，讓玩家們可以透過社團買賣二手遊戲片。

2019 年，任天堂公司推出動物森友會限定版的主機，如附圖二，廠商價格不變，依舊販賣 9780 元，但主機造型特殊，且有配合新出的遊戲片，動物森友會的風格，外觀漂亮，使台灣人掀起一股瘋搶熱潮，導致動森版主機賣到缺貨，要預購要等半年才有貨，任天堂成功利用主機造型結合遊戲，吸引大批消費者購買。

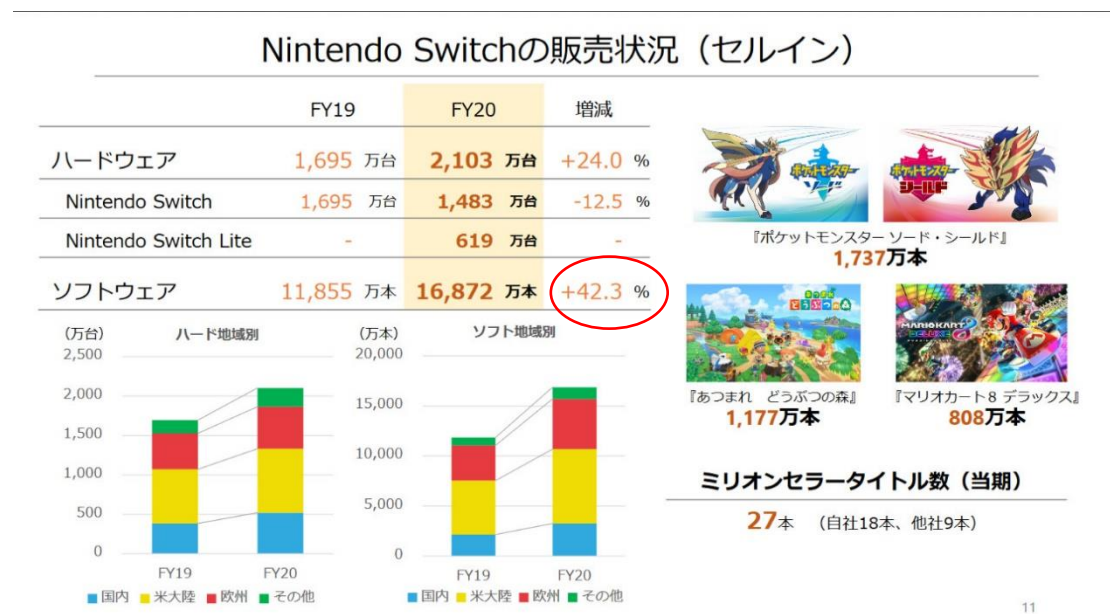


附圖二

2. 介紹案例的實際性運作

2019 年三月份，因應動物森友會的遊戲卡帶上市，遊戲公司與任天堂公司合作，推出一款新 Switch 的造型，外觀改善以往紅黑的樣貌，採用簡潔的白與綠作為配色，且最重要的價格，竟然沒有比較貴，依舊是 9780 元，造成了一股搶購熱潮，各大網路店商，如蝦皮、PChome、Momo 購物…等，幾乎都沒有現貨，都只能預購等半年，得到暑假 7~8 月份才有貨，任天堂公司藉著這波的行銷活動，比 2018 年的銷售量足足增長了 42.3%，如附圖三表示。

相反的，這也造成了黃牛的出現，買低賣高的**非廠商賣家**，靠這波“動森”風潮，賺進了不少錢，跟廠商買 9780 元的價格，卻賣給玩家們 15000 元的價格，因為不用等，有些玩家願意花大錢提早享受遊戲的樂趣，而衝動購物。



附圖三

3. 評論此案例成功的關鍵性活動為何

2019 年因應中國武漢肺炎傳染病，外出不是個好選擇，導致民眾都想待在家不出門，相對的，電動玩具剛好搭上這波順風車，可以藉由在家遊玩的遊戲機，讓民眾不出門也不會感到無聊，可以透過玩 Switch 主機消磨時間，且我認為遊戲是每個家庭必備的物品，當有了遊戲機，可以添加家人間的感情，可與家人們一起玩遊戲，進行闖關活動，甚至是你我對戰類型的遊戲。