臺灣地區魔術方塊相關商業行為探討

目次：

壹、研究動機

貳、研究目的

參、研究問題

肆、預期研究方法

伍、關鍵詞

陸、文獻探討

柒、預計研究時程

捌、預期價值

玖、參考書(篇)目

壹、研究動機：

作者的專長是魔術方塊，隨著更深入鑽研魔術方塊，對器材的要求也越來越高，便經常有相關交易行為，而志同道合的朋友聚在一起，透過網路的連結組成社團，形成魔術方塊玩家圈。我對商業特別有興趣，時常觀察廠商、賣家、買家（玩家）的互動關係，發現到魔術方塊相關商品的商業行為相當奇特，明顯區分「益智玩具」與「速解比賽類」，臺灣地區前者可以購買的管道有書局、實體百貨店面等，然而追求速解的專業玩家多在網路交易平台購買，不但價格普遍較便宜、選擇較多，也能找到性能較好的高端競速方塊；而魔術方塊潤滑油是一項重要的配件，作者本人從事潤滑油的生產、販售，對於相關產業有一定程度了解，希望能更加深入的探究整體產業生態；另外近年來開始流行魔術方塊的磁力改造，在內部加裝磁鐵的魔術方塊能精準定位，在比賽時更好用，然而一顆方塊的磁力改造後往往要價數百甚至千元，不少玩家甚至以此為業，形成可觀的商機。基於這些原因，我想要研究魔術方塊相關產業的商業行為。

貳、研究目的：

魔術方塊在近幾年從益智「玩具」快速發展成國際體育「競賽」項目，帶動相關產業蓬勃發展，商品和勞務的值與量都快速上升，又因魔術方塊廠商多在中國，適逢電子商物潮流，不少玩家兼賣家等原因，演變出獨特的商業情態。本研究期望能夠：

一、了解魔術方塊產業界之研發、生產、銷售行為。

二、比較魔術方塊產業在臺灣不同通路（實體店面、網路賣場、網路社團）販售之情況。

三、了解魔術方塊玩家販售商品（代購方塊、潤滑油、器材等）、勞務（磁力改造、打磨、調整保養等）的相關情形。

四、提供玩家對於選購相關商品時能有充分的了解。

五、提供魔術方塊賣家對於市場情形之參考。

六、本論文屬於探索式研究，由於過去魔術方塊圈相關研究的缺乏，使得我們無法針對本主題有高參考性的研究背景資料。因此，本研究將對臺灣魔術方塊玩家圈，加以發掘、整理，以求對相關商業行為有更深一層的認識，提供後續研究者一個可供參考的基礎。

參、研究問題：

一、目前魔術方塊廠商之營運模式為何？

二、臺灣魔術方塊實體店面之運作情形為何？

三、臺灣魔術方塊網路拍賣店家之運作情形為何？

四、魔術方塊社群中商業行為之情形為何？

五、臺灣魔術方塊玩家兼職相關商業行為之情形為何？

六、臺灣魔術方塊銷售通路之比較。

肆、預期研究方法：

ㄧ、資料搜索。以google學術、線上資料庫檢索相關論文，對於魔術方塊、電子商務、網路拍賣等具備基礎知識；搜尋、閱讀網路文章、Facebook文章，對魔術方塊相關商業行為有基本認識。

二、訪談。本研究將以訪談為主軸，針對魔術方塊廠商經營者、魔術方塊網路拍賣經營者、魔術方塊實體店面經營者、兼賣家之玩家、一般玩家進行訪談，分析、整理、比較訪談結果，試圖得到第一手資料。

三、表單式問卷調查。將設計紙本問卷，利用公開比賽場合向參加選手發放，以期能得到較大樣本的統計數據。

伍、關鍵詞：

魔術方塊、魔術方塊衍生商品、電子商務、網路代購、玩家兼賣家。

陸、文獻探討：

曾理，Android 魔術方塊玩家 App，2012  
本文作者針對魔術方塊玩家需求，開發一個Android App，有線上虛擬復原魔術方塊、魔術方塊標準打亂公式、魔術方塊官方計時器三大功能，可為針對專業玩家研發之商品例證。

李毅傑、李翊呈，《魔術方塊》，2010  
本文對魔術方塊之歷史、基本解法、組合變化、轉動代號、世界紀錄等基本知識作有系統的完整介紹，可提供對魔術方塊的基本認知。

郭君逸，《寓數學於魔術方塊》，2008  
本文著重於魔術方塊解法的演進歷史、速解法、數學機率計算等，作者郭君逸為世界魔術方塊協會臺灣區代表，主辦多場官方比賽。

古宗庭，《網路賣家形象、信任與知覺風險對購買意願影響之探討》，2016  
本文探討以臉書社團為平臺之網路賣家與消費者之間的互動關係，可為魔術方塊交易社團之參考。

張玉庭，《使用線上拍賣平台之消費者的知覺風險、品牌形象及知覺價值對消費者購買意願之影響-以蝦皮拍賣為例，2017  
本文針對電商平台商家與消費者之互動、消費者選擇、商家策略等進行分析研究，亦可類比於販售魔術方塊的店家。

[洪千琇](https://ir.nctu.edu.tw/browse?type=author&value=%E6%B4%AA%E5%8D%83%E7%90%87)，《交易性社群之商業模式設計-以臉書童裝合購社團為例》，2012  
本文提出因臉書使用者眾多，商機浮現後許多交易性社團成立，相對於傳統商家具有可即時溝通、價錢低、彈性大等優點，提出讓社團中成員關係更加緊密，可以促進購買量增加，維持社團經營。

鄭洵，《 代購社團貼文態度與購買行為之影響因素探討》，2017  
網路代購社團興起，消費者在代購社團中可以輕鬆買到想要的商品，代購商會以貼文的形式提供商品細節與說明，本文針對代購社團中之貼文進行分析調查，發現當貼文的內容可以帶給消費者愉悅、引起興趣，或是消費者可以利用貼文與賣家和其他社團內的成員互動時，那麼消費者將促使消費者的購買、轉傳和聯絡意圖。

黃詩涵，《二手風潮　拍賣性社團夯》，2015  
本文探討二手商品交易社團之情形，點出個人二手交易並沒有七天鑑賞期，因此賣家多會要求提供詳細描述、照片甚至影片，另外社團中的管理規範有助於社團經營與風氣。

柒、預計研究時程：

六月：檢視研究架構，進行文獻**分析**與先備知識整理。

七月：進行訪談­­─臺南與高雄實體店面訪談。

八月：進行訪談─新竹公開賽與網拍業者訪談。

九月：臺北亞洲錦標賽時與專業人士（專業玩家兼賣家、專業玩家、魔術方塊廠商）訪談。

高二上：訪談整理、進行問卷調查，撰寫論文初稿。

寒假：撰寫論文本文。

高二下：完成論文修改與簡報。

捌、預期價值：

當前臺灣魔術方塊圈之研究相當缺乏，預期本研究完成後能對於臺灣魔術方塊商業行為相關情形提出統整與分析。對於魔術方塊玩家在選購相關器材與服務時能提供參考，可做為魔術方塊賣家經營優化的參考，也對缺乏資金的玩家提出販售相關勞務的建議，最後能讓魔術方塊在學術中有一丁點的痕跡。

玖、參考書(篇)目：

高靖茵(2017)。《[微型創業運用社群媒體行銷之個案研究](http://nhuir.nhu.edu.tw/handle/987654321/25887)》。南華大學資訊管理學系碩士在職專班碩士論文。

梁曉音(2015)。《[電子商務環境下的物流管理創新策略分析](http://www.cqvip.com/qk/97526a/201501/663357772.html)》。《電子商務》2015年，第1期，40-40頁。

[陸嘉宏](http://search.books.com.tw/exep/prod_search.php?key=%E9%99%B8%E5%98%89%E5%AE%8F&f=author)(2007) 。《魔術方塊破解祕笈》。[高寶](http://www.books.com.tw/web/sys_puballb/books/?pubid=highbaby)。

[陸嘉宏](http://search.books.com.tw/exep/prod_search.php?key=%E9%99%B8%E5%98%89%E5%AE%8F&f=author)(2010) 。《速解高手！20秒解開魔術方塊》。[高寶](http://www.books.com.tw/web/sys_puballb/books/?pubid=highbaby)。

[許技江](http://reading.udn.com/v2/search.do?k=%E8%A8%B1%E6%8A%80%E6%B1%9F&pt=B)(2009) 。《魔術方塊高手制霸技》。[采竹文化](http://reading.udn.com/v2/search.do?k=%E9%87%87%E7%AB%B9%E6%96%87%E5%8C%96&pt=B)。