

<<游戏化的时代>>

图书基本信息

书名：<<游戏化的时代>>

13位ISBN编号：9789571358604

10位ISBN编号：9571358606

出版时间：2013-11

出版时间：时报文化

作者：井上明人

译者：连宜萍

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<游戏化的时代>>

内容概要

在社群媒體、巨量資料之後，
下一波的商業趨勢，就是遊戲化！

從步行、慢跑、減重、開會、學習、購物、儲蓄，我們的生活，因為遊戲化的過程，變得更健康、更有效率、更有趣！

遊戲化（Gamification）指的是電腦遊戲中，將開發的技術實際應用在社會活動的行為。
本書作者在2011年3月，在東日本三一一大地震之後，為了響應省電，因此每隔一小時確認一次家的電表，把電表的數字發表在推特（Twitter），並以省電遊戲（#denkimeter，原意為電表）為名，在推特上引起跟進與討論。

人們驚覺，原來，即使像是省電這麼嚴肅的事情，竟然也能變成遊戲。

沒錯！

遊戲可以使人快樂，可以將複雜的事情變簡單，甚至可以改變人的行為！而遊戲的力量不只是用在娛樂或學習，遊戲改變人的生活習慣、商業行為，甚至改變戰爭、政治。

在現實社會中，包括：步行、慢跑、減重、養生、旅行、開會、學習、寫作、K書、購物、省電、儲蓄、鬧鐘、戒菸、開車，任何可以想到的事，都可以遊戲化。

遊戲化（Gamification），是社群媒體（social media）、巨量資料（big data）、物聯網（internet of things）的下一波網路趨勢。

根據顧能公司（Gartner Inc.）調查，2014年之前，2000家的跨國企業之中有70%以上的企業，至少利用一種遊戲化App推動他們的行銷事宜與維持顧客關係。

2015年之前，從事創新工作的企業將將有半數以上，將遊戲的元素注入他們的工作流程之中。

遊戲化有三個影響：

一是社群遊戲的快速成長，從開心農場到Candy Crush，快樂地玩遊戲，已變成人們日常生活之一。

二是社群遊戲與遊戲玩家的行動結合實際的商品銷售，這種以社群遊戲成功拓展銷售的線上結合實體（O2O，online to offline）行銷手法，目前相當受到矚目。

例如：北美約七千家的7-Eleven，選購指定冰淇淋商品就可以得到一個序號，利用這個序號在臉書遊戲使用一個特定項目，相當成功。

三是遊戲化公司的成長快速，例如：定位服務Foursquare結合實體商店優惠、Nike+將跑步變成遊戲、Evernote把筆記化為遊戲般有趣，提供這些產品或服務的公司，陸續獲得資金挹注或大型企業購併。

過去十年，是社群的時代；未來十年，是遊戲的時代。

遊戲化，是喚起人的本性，讓人格外認真的新商業模式！

<<游戏化的时代>>

作者简介

作者：

井上明人（Akito INOUE）：1980年生，現任國際大學GLOCOM研究員兼助理教授。
慶應義塾大學政策傳播研究所碩士畢業後，曾任慶應義塾大學湘南藤澤校區研究所訪問研究員。
2010年，榮獲日本數位遊戲學會第一回學會獎「青年傑出獎」。

2011年3月14日，在東日本大地震後提倡省電遊戲#denkimeter成為受到社會矚目的話題；論文 遊玩與遊戲之論說：彼此凝視忍住不笑能變成電腦遊戲嗎？

。

譯者：

連宜萍：日本麗澤大學經濟學博士。

曾任銘傳大學應用日語系助理教授，現任麗澤大學經濟系助理教授；譯作《假如杜拉克是店長》（時報出版）。

<<游戏化的时代>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>