

篇名：

你今天 Wii 了嗎?——任天堂第七代家庭遊戲機 Wii

作者：

李佳珍。曉明女中。高二乙班

賴瑋君。曉明女中。高二乙班

壹●前言

2006 年底，任天堂次世代主機——Wii，才剛問世，便以千軍萬馬之姿，迅速席捲世界電玩市場，任天堂公司再次躍上全球電玩龍頭寶座。Wii 不僅是一個全新的遊戲概念，亦是家庭娛樂的新革命。

Wii 遊戲主機在日本當地推出的半年內，銷售了超過三百萬台；在北美上市八天內，即賣出超過六十萬台，搶購風潮造成缺貨。而在全世界銷售量一向良好，且在市場上有一定佔有率的 PS3、XBOX 等遊戲機，銷售量也都不敵來勢洶洶的 Wii。

在這個趨勢之下，目前許多研究機構與證券公司都認為，未來幾年全球遊戲機市場將是 Wii 主導的天下。因此某證券公司預測，至 2011 年，全日本將有三分之一人各自擁有一台 Wii，而美國擁有 Wii 的家庭也將高達百分之三十。

貳●正文

一、Wii 的創造理念

Wii 是由任天堂公司所推出的第五代家用電視遊樂器，Wii 當初這個創新的設計理念是源自於「當有太多同類型的東西在同一市場中，在激烈的競爭中，不適者就很容易被淘汰」這個觀念。將計畫重點放在遊戲機和玩者之間嶄新的互動方式上，任天堂遊戲設計師宮本茂在一篇專訪中曾表示：「硬體能力並不是遊戲機的全部，市場上無法同時讓太多高性能的主機共存。就像地球上若是只有兇猛的肉食性恐龍，牠們可能會自相殘殺，最後導致自身的滅絕。」(註一)

就在理念提出的兩年後，由宮本茂所帶領的遊戲設計師群們，開始針對這個概念去開發新的遊戲機。2006 年 12 月 Wii 終於問世，紛紛在美國、日本、歐洲、南美洲…等地上市發售。

二、Wii 的介紹

1、Wii 主機包裝配件簡介



(資料來源：2008 年 3 月 22 日，取自 <http://wii.gamer.com.tw/article.php>)

- (1) Wii 主機本體
- (2) 主機本體專用直立架
- (3) 主機立架輔助板
- (4) 遙控器
- (5) 雙節棍控制器
- (6) Wii 專用光學感應條
- (7) Wii 專用 AC 變壓器
- (8) 光學感應條支架
- (9) Wii 專用 AV 連接線
- (10) 三號乾電池 (裝置於遙控器)

2、Wii 的硬體簡介

A、主機機體

Wii 主機的機體是自任天堂製造電視遊戲機以來最小的一部，大約僅有三個 DVD 外盒排放在一起時的大小，可水平或直立擺放，正式發售時將會隨包裝附上直立專用的擺放架。

B、記憶體容量

資料保存的部分，內建 512MB 的快閃記憶體，所以遊戲的存檔資料、從網路服務「Wii Connect 24」所下載的資料及 Virtual Console (虛擬遊戲平臺) 軟體均能保存於此。另外亦可利用外接 SD 記憶卡的方式擴充其容量。

C、標準控制器 --- Wii Remote

Wii 最為特殊的、與其他主機差別最大的，最主要就在於它的控制器「Wii Remote」。由以往雙手掌握的控制器，轉為單手持有的狹長型設計，按鈕數較一般遊戲遙控器低，採用藍芽無線技術與遊戲機溝通，操作範圍十公尺，控制器內建喇叭與力回饋裝置。

Wii Remote 在遊戲軟體中，依照不同的遊戲，可以分別化為球棒，網球拍……等工具，使用者可以揮動、甩動……等各種方式使用。『「Wii Remote」除了像一般遙控器可以用按鈕來控制之外，它還有兩項功能：指向定位及動作感應。「指向定位」就如同光線槍或滑鼠一般可以控制螢幕上的游標；「動作感應」可偵測三維空間當中的移動及旋轉。結合兩者可以達成所謂的「體感操作」。但體感操作通常需要專用的控制器；Wii 將體感操作列入標準配備，讓平臺上的所有遊戲都能使用指向定位及動作感應，則可說是 Wii 的創舉。』(註二)

3、Wii 的軟體簡介

Wii 以發售上市的遊戲軟體，因種類繁多，無法一一列舉介紹，所以僅介紹在世界各地較熱賣、已販售百萬的遊戲軟體。

『A、日本：Wii Sport、第一次的 Wii

B、美國：Wii Sport、薩爾達傳說---曙光公主

C、歐洲：Wii Sport 』(註三)

◎最受歡迎的遊戲——Wii Sport

「Wii Sport」包含了五種運動模擬遊戲：網球、棒球、高爾夫球、保齡球、拳擊，玩者能使用它的控制器(Wii Remote)能做出與現實生活中的運動類似的動作，極具真實感。例如：揮動網球拍、投擲保齡球、棒球的揮棒和投球、打高爾夫球、拳擊……。每種運動遊戲的規則都經過簡化，讓剛接觸的玩者能輕易得駕輕就熟。

◎最獨特的健身瘦身電玩——Wii Fit

『2007 年 7 月任天堂正式推出「Wii Fit」遊戲軟體，其遊戲包含跳台滑雪、呼拉圈、滾球、足球守門、有氧運動、伸展操、瑜珈、平衡遊戲等 40 種不同瘦身運動。

Wii Fit 軟體必須搭配一款新的配件 Wii 平衡板。此平衡板是一塊薄板，具備壓力感測功能，並採用無線設計，分為四個區塊的感應區，可感應玩家左右腳的壓力大小與前後傾的程度，藉此來配合各種不同的健身與娛樂應用。』(註四)

三、Wii 的功能

1、Mii 頻道

『Mii 頻道則是讓玩家用來製作遊戲分身角色頻道，裡面提供了包括臉型、髮型……等元件，讓玩家組合調整出自己想要的 Mii 漫畫肖像分身，並使用 Mii 來作為自己在 Wii 各種遊戲中的分身。透過 Mii 這樣的獨特設計，增添了遊玩時的趣味與投入感。』(註五)

2、相片頻道

『讓玩家閱覽相片之用，因為 Wii 支援 SD 記憶卡，所以可閱覽數位相機儲存於記憶卡中的相片。除了單純的閱覽之外，也活用了 Wii 遙控器便利的指標功能，提供如同坊間大頭貼機般的趣味編修功能，之外還可以把相片變成拼圖來玩。』(註六)

3、Wii 購物頻道

『Wii 購物頻道是 Wii 用來提供各種內容下載的管道，目前主要分為兩類，一種是虛擬平台遊戲，一種是 Wii 專用軟體。虛擬平台遊戲部分目前提供了任天堂紅白機、超級任天堂、任天堂 64、PC Engine 與 Mega Drive 等五種平台共六十餘款遊戲。在 Wii 專用軟體部分，目前暫時只有一款試用版的 Opera 瀏覽器，未來則預定會推出更多專用軟體的下載。』(註七)

4、網際網路頻道

『網際網路頻道是透過下載方式另外新增的頻道之一，使用 Wii 版 Opera 瀏覽器來提供網頁瀏覽功能。除標準 HTML 外，也支援 Macromedia Flash 與 AJAX，因此可以欣賞 YouTube 的影片。』(註八)

5、Wii 留言板

『Wii 留言板則是提供行事曆、留言板、電子郵件寄送等功能，讓一家人能透過行事曆與留言板來安排行程、留言，或者是透過網際網路與其他玩家通信、接收官方通知，系統也會自動匯整玩家每天的操作並以留言方式紀錄下來。』(註九)

四、Wii 的行銷與成果

1、任天堂公司的行銷策略

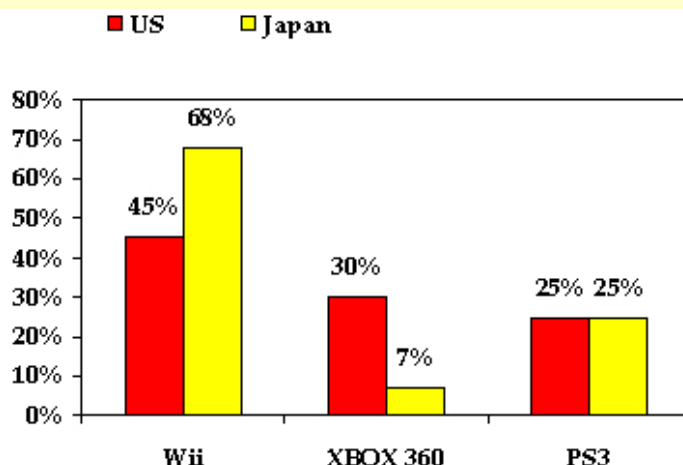
Wii 的策略	
目標市場	主要是兒童與青少年, 積極拓展成人市場
2006 年出貨目標	400 萬台
行銷	砸下 2 億美元於電視、平面媒體廣告與 YouTube 作廣告
主打	遊戲內容簡易、達到遊戲的真正本質
資料來源：科技政策研究與資訊中心 (STPI)，2008 年 3 月 22 日取自： http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/market/eegame/eegame040.htm	

2、販售成果

A、日本電玩大廠任天堂推出的 Wii 在北美上市八天，即賣出超過六十萬台，任天堂美國公司總裁費斯一文姆說：「即便銷售量已超過六十萬台，需求仍持續超過供給，因為這顯然已成為假期季的『必備』產品。我們運送給零售商的硬體數量，是其他公司開賣同一時間運送數量的數倍，而我們還是賣完了。」(新聞日期 2006/11/28) (註十)

B、任天堂超人氣互動式電玩主機——「Wii」，在全球銷售持續紅不讓，根據「NPD」統計公司報告，Wii 穩居二月銷售冠軍，售出數量將近對手微軟「Xbox 360」及新力「PS3」的銷售量的總合。(新聞日期 2007/7/02) (註十一)

美國與日本 2007 年 2 月的遊戲機銷售佔有率



資料來源：NPD Group，Enterbrain，科技政策研究與資訊中心（STPI）整理，
2008 年 3 月 30 日，取自：

<http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/market/eegame/eegame050.htm>

五、Wii 獨特的益處

1、幫助銀髮族的手部復健

『玩 Wii 能增加關節靈活度，也可以訓練反應時間，只要玩得適當小心，其實對老人家的健康是有利無害，比起一般的復健器材，樂趣更是多上好幾倍，只要適量適當的玩，對老人家的腦力跟四肢都有好處。』（註十二）

2、前所未有臨場感與真實感

任天堂替 Wii 打出的口號是「Playing is Believing」，翻成中文可以寫成「百聞不如一玩」，意味著只有親自玩過，才能真正感受到 Wii 的醍醐味。即使沒有打棒球、網球的經驗，亦可以透過Wii 去模擬與更加了解這個運動，並且親身去體驗感受這個運動的樂趣，就如同自己真的站在棒球場上、在網球場上，在家中也可享受戶外運動的樂趣。且Wii可使人體能有效燃燒卡路里，玩了幾場下來，身體也會開始出汗。

3、能讓家長放心的「家長監控功能」

『Wii 擁有家長監控功能，以防止年幼的使用者玩一些不適合他們年齡層次的遊戲內容。當插入光碟時，主機會讀取光碟上的內容分級碼；當級別大於系統設置的年齡級別時，除非有越權密碼，否則遊戲不會被讀取。』（註十三）

參●結論

風靡全球的新鮮貨——「Wii」，具有高度炫染力及娛樂性，更成功的是，它讓過去不玩電動的人，開始玩 Wii！Wii 已經開發出了一個過去不玩電玩的玩家市場，它是一個輕鬆上手、能多人同樂的電動玩具，這正是任天堂 Nintendo 設計 Wii 的主要訴求。

「Wii」聽起來像是「we」（我們），發音亦相同，強調該主機老少咸宜、能讓一家大小都樂在其中的概念。名稱中的「ii」不僅象徵著其獨特設計的控制器，也代表人們聚在一起同樂的形象。

Wii 將很多現代科技技術轉移到遊戲機上，做了不少突破，像是將藍芽技術運用在遊戲機的控制器(Wii Remote)上，使遊戲機與主機之間不再需要任何實體的聯繫，這是打破傳統的最大特色，讓我們彷彿置身於其中，真實感大幅提升。

其所注重的是遊戲介面操作的創新，以介面影響遊戲體驗，這種新的介面造就新的玩法，而新的玩法絕對是具有十足新鮮感的，介面的獨特提升有趣度，確實讓遊戲產業跨越了一個新的世代。Wii 雖說只是個家用遊戲機，但它帶來的創新與突破，卻遠超過一個遊戲機的價值。由此可見，Wii 會令全球的男女老少為之瘋狂，可說是實至名歸。

肆●引註資料

註一：維基百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/Wii> (檢索日期 2008/01/02)

註二：Wii 專區---巴哈姆特電玩資訊站 <http://wii.gamer.com.tw/asksee.php> (檢索日期 2008/01/13)

註三：維基百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/Wii> (檢索日期 2008/01/02)

註四：科技產業資訊室
<http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/market/eegame/eegame061.htm>(檢索日期 2008/1/08)

註五：同註二

註六：同註二

註七：同註二

註八：同註二

註九：同註二

註十：奇摩新聞 <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/061128/19/7afv.html> (檢索日期 2008/01/10)

註十一：奇摩新聞 <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070613/35/fsnd.html> (檢索日期 2008/01/10)

註十二：同註二

註十三：維基百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/Wii> (檢索日期 2008/01/02)