

不忘來時路 打造圓夢平台

梭哈人生 閃光創業押寶體感科技



因為懷抱著對 VR 世界的熱情，並想像著各種美好，許冠文與馬琳茵選在高雄築夢，兩年多的創業路，有挫折有打擊，有肯定也充滿希望，在科技趨勢不斷翻新的汪洋大海中逐漸找出生存模式，建立整合平台，盼攜手後進一起拓展商機。

Profile



愛吠的狗 娛樂股份有限公司

愛吠的狗由一群愛好遊戲的程式設計師、3D 美術特效設計師、行銷企劃 19 人的團隊共同組成，致力於 AR / VR / MR 互動娛樂內容開發與品牌整合行銷。

- 2019 年 11 月「殭屍山莊」榮獲經濟部數位內容跨域創新應用推動計畫「最佳產品獎項」提名。
- 2018 年 11 月「殭屍山莊」榮獲國際知名 2018 VRCORE Awards「最佳創意獎」提名。
- 2018 年 11 月「殭屍山莊」榮獲 2018 中國獨立遊戲製作大賽 IndiePlay 之「最佳 VR 遊戲」獎項提名。

《殭屍山莊》是國內於 2017 年推出的首部線上長篇 VR 恐怖 RPG 類型遊戲，也是愛吠的狗創辦人許冠文與女友馬琳茵挑戰的長篇遊戲。

一入門便挑戰長篇遊戲

早在 2015 年 VR 與 AR 內容尚未興起之際，許執行長便與團隊初試啼聲拍攝 VR 短片，當時於 YouTube 上引起熱烈關注，一個月即獲得破百萬點擊率。但眾多的點擊率無法轉換成足以生活的收入，他便著手遊戲製作，與馬技術長開始進程式設計；期間因發現美術與模型外發成本太高，只好自學 3D 建模。馬技術長笑說建置出第一顆蘋果時非常高興，但日後還有無數個模組要製作，才意識到這僅僅是開始而已。

發展期間，他們想挑戰長篇遊戲，因此參考國外殭屍電影的情節發展出具有本土風格的殭屍打怪 VR 遊戲，這部嘔心沥血之作不單是國內首部線上長篇 VR 恐怖 RPG 類型遊戲，後來在台北電玩展中更獲國際兩大獎項提名，有了這些肯定，加上會展中資策會人員告知「體感科技基地」可以提供資源，鼓勵他們到高雄發展，兩人便毅然決然至高雄扎根。

製作耗時與市場熱潮未現

雖然「殭屍山莊」獲得獎項的肯定，然而這個過程耗費許多心力，不但投入新台幣 350 至 400 萬元，還從原本估計數個月的時間拉長至一年多，眼看資金逐漸減少，如一記當頭棒喝。回想創作的過程，兩人一致認為當時完全憑著一股熱情與傻勁，心想即使背負著極大的資金壓力，也要為愛吠的狗奠定紮實的技術能量。

許執行長表示，當時評估 VR 遊戲市場在 2019 年會帶動風潮，



1_《魔法夜派對 I》此款 VR 遊戲中，玩家需擔任 4 位魔法術士其中的一名角色，對抗由繡布女巫組成的邪惡勢力，透過互助合作在這奇幻魔法世界中闖關成功。2_《殭屍山莊》VR 遊戲，取材自 1985 年紅極一時的電影《殭屍先生》，以中國殭屍、東方咒語和經典香港電影的記憶為特色，親身體驗治服惡殭屍的暢感淋漓！。3_藉由舊振南漢餅文化館 AR 導覽 APP，民眾可透過手機與虛擬場景對話與互動。

然而並未如預期，因為頭套裝置尚未普遍，再加上台灣遊戲《還願》遭中國網民抵制事件，使得台灣研發的遊戲發展受限，成立不到一年的「愛吠的狗」因此不得不調整營運方向。

去年7、8月公司營運遇到低潮，開始轉為對外接案，提供相關行銷與導流導購的作業，並運用過去在VR影片拍攝上的專業技術，導入開發與建構3D模組平台，

為相關業者的需求設計其VR中的3D劇本與內容，同時朝AR／VR／MR客製互動內容開發；也利用AI技術整合應用，如AI技術、影像辨識技術等項目，進而採取多元化的經營型態。過程中，隨著市場需求不停調整遊戲研發與對外接案的比列以穩固營運。

客製化內容開發助攻行銷

許多觀光工廠規劃了互動遊戲吸引消費者參觀，愛吠的狗看好此市場，今年為舊振南漢餅文化館開發專屬的AR APP，消費者在不同的場域透過手機掃描QR code出現虛擬場景及對話，搭配填問卷送鳳梨酥，為業者行銷與提供導流導購的作業，企業不需要建置高額的娛樂內容硬體，也為科技帶來互動效果。許執行長認為這些互動內容均為客製化，但透過每次專案將產品模組化，即便為不同的廠商設計互動內容，也於異中求同，快速複製。

2019年6月與高捷公司合作「高捷少女×初音未來 R9 主題館 XR 未來日」活動，透過自研的VR遊戲和Funtrip-AR APP遊戲內容，讓配合活動的店家提高曝光率，也增加經營線下體驗店的經驗，立即獲得消費者使用回饋以調整遊戲內容。

數個月後利用AR技術，為Snoopy火箭升空計畫量身設計互動APP，遊戲設計於高雄各大觀光景點設置蒐集零件之任務，除了品牌行銷外也具觀光導覽的效果。愛吠的狗亦將VR遊戲技術結合運動機台「橢圓機」，讓運動者在運動的同時還可享受到探索海底悠遊的樂趣，創新運

動體驗，達到運動與觀光的目的。這些經驗讓他們接觸IP的操作，更有助於累積實力，往希望邁進。

運用資源凝聚能量建平台

一路走來，愛吠的狗擁有許多人的協助，成立初便獲得高雄市地方型SBIR計畫研發補助金新台幣89萬元，馬技術長感嘆表示，因先前製作遊戲燒了許多資金，有了這筆錢，便可以增聘美術人員。草創期他們也希望藉由消費者的回饋調校遊戲，經市府輔導進駐高雄體感科技園區（KOSMOS），以前店後廠的機制，讓業者在後場研發，再回前店試煉，並在了解市場接受度後再進行改良工程，累積並提升研發技術。

為了提高知名度，他們也參與市府及其他公部門活動的邀約，如「泰國台灣形象展」以及其他展會、媒合會等，前往韓國、上海、香港、馬來西亞、沙烏地阿拉伯等地，許執行長認為透過這些場合累積人脈並拓展業務，對小規模的新創公司非常重要，藉此認識韓國通路商，也擬定了線下遊戲運作的通路。

許執行長看好體感2.0的機會，數位內容的發展不僅僅侷限於遊戲，體感科技的運用可以與各行各業結合，拓展至生活領域。過去數位科系的畢業生求職不易，畢業後便投入其他產業，他願意協助有夢想的年輕人，在他逐漸打造的線下遊戲通路一起做夢，並提供從投資到發行一條龍的服務，盼形成產業聚落，把市場做大、未來的路拓寬，前景便在不遠處。

體感科技的運用可以與各行各業結合，拓展至生活領域。



1



2



3

1_ 許冠文運用過去在VR影片拍攝上的專業技術開發3D模組平台，為相關業者設計VR中的3D劇本與內容，朝AR／VR／MR客製互動內容開發。2_ 團隊參與市府及其他公部門活動的邀約以提高知名度，如2018前進泰國參與國貿局「2018泰國台灣形象展」，主打高雄體感科技館。3_ 團隊成員年輕有創意，對投入體感科技領域具備無限發展潛力。