

莫仔 > 用桌遊「創造人們歡樂互動」

開啟台灣桌遊品牌的全新未來



全球桌遊浪潮興起至今，台灣儘管有許多桌遊設計產品，但是市場仍由國際品牌所佔據。不過創立於 2015 年的台灣新創莫仔公司，藉由充沛的桌遊原創能量，輔以串連台灣桌遊產業鏈的雙重力道，成功為台灣桌遊產品打開一片天，並且開啟台灣桌遊邁向國際市場的契機，展現新創之星的競爭力。

近年來興起的桌上遊戲（桌遊），很適合作為家庭休閒娛樂玩具，增進親子關係。以此為理念，原本從事於手機遊戲業的莫仔公司創辦人林家進，離開手遊公司投

入創業，聚焦桌遊設計、開發與推廣，期能透過桌遊將歡樂帶給有需要的人。

短短 3 年時間不到，莫仔公司不僅設計出超過 15 款的桌遊，將產品賣到海內外市場，

並整合國內眾多獨立桌遊創作者，以台灣專屬桌遊品牌 - 「寶島桌遊來襲」，力抗國外桌遊產業競爭對手，要讓台灣桌遊的創新能量，散播到全世界，為更多人帶來歡樂幸福的人生。

創新桌遊設計 站穩台灣桌遊市場

林家進在手機遊戲公司上班時，有一段時間提出的遊戲開發提案，都沒有獲得青睞。那時候回到家，已經開始學習很多事物的兩歲女兒，看著他總是拿著手機滑，也有樣學樣的只想玩手机。工作、家庭兩端的問題，讓林家進開始對於從事手遊工作，出現了質疑。

為了證明自己的創意可行，林家進決定離開公司投入創業，也因為發現手遊對親子互動的幫助不大，因此他沒有投入手遊領域，而是選擇桌遊作為創業主題。「與其讓大家都拿著手機活在虛擬世界裡，我更希望大家可以回到實體世界玩遊戲，讓人與人之間的關係更緊密。」再忙也堅持每天說睡前故事給女兒聽的林家進指出，現今社會家庭相處時光愈來愈少，因此希望透過推廣桌遊，作為家人的互動媒介，緊密彼此之間的關係。

在成立莫仔公司前，林家進就聚焦親子族群，與創業夥伴開發出第一款原創桌遊《黑羊與白羊》，展現林家進「想陪伴孩子長大」的信念，產品一推出就獲得市場的喜愛，至今已經銷售超過 2.7 萬套。2015 年莫仔公司正式成立，林家進與團隊的創新能量更加旺

莫仔有限公司



類別	新創企業獎
負責人	林家進
成立時間	2015 年
主要業務	桌遊設計、開發、銷售、教學與推廣；客製化桌遊開發製作
員工人數	5 人
進駐育成中心	財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心

盛，陸續開發出《茶丸子》、《好鼻師》、《鄉勇》、《青創十力》、《喔！美味漢堡帶走》、《獵犬》等多達 15 款原創遊戲，展現莫仔投注於桌遊開發的能量與實力。

莫仔的原創設計來自各種環節與情境的掌握，因此很快受到市場的青睞。多數遊戲都銷售超過五千套，更不乏銷售突破萬套的暢銷作品，總累計銷售已達 8.3 萬套，為莫仔在國內原創桌遊市場，建立一定程度的地位。林家進強調，台灣擁有許多美好的文化與傳統內涵，但是卻在社會快速的變遷中，逐漸被人所遺忘，因此莫仔希望透過桌遊這種新興文化載體，開發設計各種具備文化傳統的遊戲產品，包括《好鼻師》、《鄉勇》與《環教遊台灣》，都是以此理念所設計開發。另外，因應國內外風起雲湧的創新創業浪潮，莫仔也設計出《青創十力》桌遊，讓大家透過遊戲，體驗創業維艱的心路歷程。



肩負推廣台灣桌遊品牌的使命

莫仔自原創桌遊打下亮眼成績的同時，也以推廣台灣桌遊創新設計為使命，採取各種推廣桌遊的策略措施。例如，透過爭取到台中市「摘星青年、築夢台中」計畫的支持，莫仔公司進駐「台中光復新村」，並以「桌遊圖書館」的概念打造「寶島桌遊故事館」。林家進指出，採用故事館的形式，目的就是希望來訪的遊客，都能彷彿置身桌遊變化萬千的情境遊戲之中，流連忘返，讓遊客回去都因為獲得美好的體驗，進而喜歡上桌遊，甚至成為玩家，因此更緊密其與親友之間的互動。

在推廣桌遊的同時，莫仔公司也致力於自有品牌的推廣。首先，莫仔聯合台灣原創桌遊設計師、原創桌遊出版社、工作室、在地店家與民間教育單位，深入台灣各個區域，共同規劃「寶島桌遊來襲」展會；其次，莫仔也透過遊戲競賽活動的舉辦，讓更多人體

驗桌遊的樂趣；再者，聚焦學術領域，鎖定幼稚園 5~6 歲的大班兒童，讓老師把桌遊與教學結合在一起，透過桌遊機制的設計，教導簡單的數學概念，針對國小孩童，則透過邏輯性的遊戲機制，強化學生的邏輯。

最後，莫仔也串連台灣藝術家為桌遊繪圖或設計畫面，讓桌遊可以結合在地藝術，更精彩呈現在玩家面前。林家進舉例，2018 年台中花卉博覽會，莫仔公司與台灣在地圖像藝術家一同執行台中市政府的花博行銷專案，共同設計一款桌遊，由藝術家繪製台中火車站、台中中部森林等觀光景點，另由莫仔設計遊戲機制，變成創意桌遊，後來更翻譯成英文，作為宣傳台中市觀光與花博展會的宣傳品。

育成資源注入 加速海外市場拓展

短短三年時間，莫仔以不斷創新設計新穎遊戲、集結國內桌遊產業鏈形成台灣桌遊品

與其讓大家都拿著手機活在虛擬世界裡，我更希望大家可以回到實體遊戲的世界，增加人與人之間的關係。而桌遊因為需要人與人聚在一起才能玩，因此可以成為一家人互動的媒介，緊密彼此之間的關係。

—莫仔有限公司



育成觀點 創意充沛+善用資源 使莫仔成為台灣桌遊品牌最佳推手

財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心企劃推廣組育成經理陳琬如指出，過去兩年多來看著莫仔公司成長茁壯，也玩過莫仔公司自創的所有桌遊遊戲，深深認為莫仔公司創辦人林家進，是一個充滿創意想法的創業家，因此可以帶領團隊激盪出豐富的原創桌遊產品。

更重要的是，林家進懂得善用各方資源，取得台灣桌遊同業的信賴，讓大家從競爭變成合作夥伴，同時也積極連結異業夥伴，包括在地藝術家、產業界與教育界等，為桌遊創新帶來更多元素。而在市場開拓上，林家進也跳脫設計師的思維，藉由國內充沛的創新創業育成體系資源，不斷為莫仔產品的推廣，帶入各種可能性，進而加速莫仔的成長茁壯與國際佈局。



牌，一舉邁向全球市場。這一切的努力，除了憑藉團隊自身的努力，林家進懂得善用政府創新創業資源，也是關鍵所在。莫仔除了於 2016 年獲得國發會天使計畫補助 200 萬元、文創圓夢計畫補助 50 萬元、台中市地方型計畫 SBIR 補助 50 萬元外，2017 年透過加入「財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心」（後簡稱鞋技育成）之後，更藉由鞋技育成的輔導與協助，持續爭取到各項政府補助，並且串連國際行銷資源，參與多項國際展會，為公司拓展海外市場，帶來很大的幫助。

林家進指出，透過積極參與國內外大小活動展會，學習日本、歐洲最大遊戲展如 Game Market 與 International Essen Spiel 的活動行銷宣傳方式，團隊努力把台灣桌遊設計帶往國際市場，其中《茶丸子》

已於 2016 年 5 月與波蘭出版社簽約，並於波蘭出版發行，將莫仔的遊戲產品授權國際販售國際語言版本；同時也將一款桌遊的遊戲機制授權給美國 Grey Fox 公司，進一步成功將台灣原創商品行銷至歐美。

展望未來，林家進指出，短期內將在國內持續推廣桌遊，讓更多人認識桌遊，並促成更多家庭的互動，同時也將帶領團隊，加速莫仔在國內外桌遊品牌知名度的建立，佈局中國大陸、美國、歐洲等國際市場。長期而言，希望莫仔可以成為一家深耕台灣、具備全球品牌知名度的桌遊公司。而要達成這樣的目標，林家進將更努力鏈結台灣各方資源與創新能量，打造台灣成為自創桌遊遊戲的最佳基地，一同攜手更多夥伴，邁向全球。