

# 第一章

## 游戏策划概述

“你在做游戏开发？不错啊，很酷！你的工作是整天都玩游戏吗？”

——大部分游戏业外人士都会这样问

许多人以为游戏设计是一个轻松的工作，游戏设计人员只需坐在办公室里愉快地玩游戏，同时只要有一台神奇的游戏设计机器就可以创造出各种新款的游戏。遗憾的是，至今还没有人发明出这种像圣诞老人一样的游戏制造机。实际情况是，每个游戏策划都需要付出艰辛的劳动，做好成百上千件的一系列工作，唯有如此，玩家们才可以坐在计算机前尽情地玩一款全新的游戏。

游戏设计人员通常被称为“游戏策划”。不可否认，游戏策划在设计游戏的同时，能够体会到很多的乐趣。虽然需要辛辛苦苦地工作两年，甚至更长时间，但是，当看到世界各地的人们沉浸在由自己所设计的虚拟世界里，并得到无尽的欢乐时，那种满足感是用任何奖励都不能替代的。虽然他们没有太多休闲的时光，但工作却给了他们许多激动人心的时刻：构思被驳回，和队友一起奋斗，看着自己的构思从纸上粗略的概括发展成为完全可以发布的虚拟世界……所有的这一切都会让他们异常激动。

### 教学目标

了解游戏策划的工作内容和特点。

### 教学重点

- 游戏设计人员的资质和职责。
- 游戏策划对于游戏的意义。

## 教学难点

游戏设计师的工作任务。

### 1.1 游戏策划的定义

游戏设计的历史很悠久，几千年以来，从最古老的非洲的 Awari 游戏，到现在最为优雅的游戏——围棋，人们设计和玩过的游戏不计其数，许多游戏已经随着时间遗失在历史的长河中了。除了经典游戏之外，人们总是对新游戏感兴趣，因此一直有对新游戏设计的需求。

很多人认为游戏设计是一门艺术，它需要神秘的创作源泉，而这种创造性只有少数天才才具有，认为那些大名鼎鼎的游戏策划，如艾伦·爱德海姆（Allen Adham，《魔兽争霸》）、彼得·莫利纽克斯（Peter Molyneux，《上帝也疯狂》《黑与白》）、布鲁斯·雪莱（Bruce Shelley，《帝国时代》）是艺术家，崇拜他们的想象力和创造力；认为游戏策划把时间主要花在了构思上。其实，他们没有认识到游戏设计的实际工作也包括具体而辛勤的劳动。图 1-1 所示为因杰出成就而获得英国女王授予不列颠帝国勋章的彼德·莫利纽克斯。



图 1-1

有技术背景的人把游戏设计看作一门科学，他们主要关注如何实现最优的游戏程序和设计复杂的游戏算法。他们考虑的是计算过程、数据结构及数据流，他们认为游戏只是一些技术，或者是一个实现过程。

其实，这两种观点都不正确，至少是不全面的。游戏设计并不是一门纯粹的艺术，因为它并不仅仅是一种美的表达方式。游戏的艺术性表现在构思初始的总体设计和想法中，而总体设计一旦完成，接下来的工作就是定义和提炼游戏的工作原理。游戏娱乐是

一种艺术形式，它与电影、电视和戏剧一样，也是一种需要协作的艺术形式，游戏设计人员不太可能被称为艺术家，事实上，大多数游戏设计人员并不认为自己是艺术家。

游戏设计也不纯粹是一门科学，它不需要提出假设或探究真理，也不被逻辑或正规方法的严格标准束缚。游戏的目的是通过玩来获得娱乐，因此，设计游戏既需要艺术家一样的创造力，也需要工程师一样的精心规划。游戏设计是一门手艺，就像是好莱坞的电影摄像或服装设计一样。一个游戏既含有艺术要素，也含有功能要素：它必须能给人以美的享受，同时又必须能很好地运行，让玩家者享受到快乐。具备这两个特点的游戏才是好的游戏。

## 1.2 游戏策划的任务

对于游戏开发来说，仅有好的创意是远远不够的，还需将创意转变为规范、详细的策划方案，使开发人员更好地理解游戏的创意和理念。

游戏策划根据自己的创作理念，结合市场调研得来的数据，参考其他开发人员的建议，在开发条件允许的基础上，将游戏创意以及游戏内容和规则细化、完善，形成策划方案。

游戏设计的过程是描述游戏所有相关内容的过程，在整个开发过程中，游戏策划起着非常关键的作用，从设定游戏的大纲，到规划所有的细节重点，再到整个开发过程的全程协调和监控，都属于游戏策划的工作范畴。策划方案确定整个游戏开发的标准和要求，后续的所有开发环节和工作都是围绕策划方案来进行的。

游戏策划的主要工作内容可以通过表 1-1 来了解。

表 1-1

游戏策划	主要工作内容
立项阶段	游戏的市场调查
	项目开发可行性分析
	开发所需资源的预估
	游戏开发方案的确定
	开发资金预算
	市场回报预估

续表

游戏策划	主要工作内容
前期准备	确定游戏类型
	确定游戏的风格与特点
	确立游戏的世界观
	编写游戏背景
	制定整体的游戏规则
	制作游戏世界地图
	确定游戏元素并定义元素属性
	制定并统一开发规则
	人员分工安排
	规划开发进度表
制作中期	细化区域地图及各片区的细节
	按照属性定义设计游戏元素的内容
	确定游戏流程
	确定各元素初始属性数值
	构建数值模型
	按照大纲设计游戏各个系统所有细节的重点和难点
	设计所有相关界面
	设计游戏详细操作
制作后期	游戏测试
	游戏机制、属性数值的调整
	机制调优
	制定版本更新方案
	制订后续开发计划
	市场宣传资料的制作

在设计的过程中还需要考虑游戏内容的系统性和表达的清晰性。在游戏的策划和设计过程中，完整、全面地对游戏的构成要素进行设计，就是内容的系统性。而一个游戏策划，把自己对游戏的构思和设计清晰、明确地表达出来，使每个参与游戏开发的工作

人员都能清楚、准确地理解该游戏的规则内容和制作要求，就是表达的清晰性。

## 1.3 游戏策划需具备的特质

游戏策划是很多从事游戏开发的人都立志谋求的职位。一般情况下，游戏的成功也往往归功于游戏策划。但是，要想成为一名游戏策划者还需要具备一些特质，这些特质将有助于你成为一名称职的游戏策划。游戏策划须具备的特质主要有以下几个方面。

### 1.3.1 喜欢玩游戏

要想成为一名好的游戏策划者，不但要喜欢玩游戏、对游戏有兴趣，而且在玩游戏时要有深度和广度。

所谓深度，就是需要专心地玩好几个游戏，仔细地研究它们的游戏规则是如何制定的，游戏运行中采用的是哪种策略。所谓广度，就是要玩很多不同类型的游戏，可以玩角色扮演类游戏、实时战略类游戏、冒险类游戏、益智类游戏、模拟射击类游戏，甚至可以和孩子们一起在童话世界中探险。不论游戏好坏，通常都可以从中学到一些游戏设计方面的经验。

### 1.3.2 拥有丰富的想象力

游戏是人造的娱乐空间，是一个由虚拟规则统治的虚拟世界。要创建这样的世界，想象力尤为关键。想象力就像人的肌肉一样，通过正规训练，它可以变得更丰富、更灵活。

丰富的知识和生活经验是想象力的基石。在创建游戏世界的时候，天马行空的想象力不能脱离现实的生活。例如，我们给游戏中的一匹马加上双翅，玩家会自然而然地猜想到这匹马一定能够在天空翱翔。玩家的思维会随着他在不同的游戏中有所不同，但现实生活中的逻辑是玩家永远不会忘记的。因此，在创建游戏世界的过程中，必须立足于现实的逻辑，必须考虑玩家自身的感受，不能让游戏世界中的规则与现实生活中的情景背道而驰。

### 1.3.3 勇于创新

玩家总是期盼体验一些新的、与众不同的游戏，他们总是不满足于现有的游戏。如果玩家不表现出不满情绪，那么他们将不得不一次又一次地玩现有的游戏，也就不会有公司每年设计出成百上千个新游戏了。因此，作为游戏策划，必须有创新能力。

其实，有很多方法可以应用于游戏创新领域：可以创造一个全新的游戏运行模式，

或是创造新的游戏环境,甚至把那些已经存在的概念结合在一起形成一个新的模型,比如,将一个游戏的样式和另一个游戏中的元素融合起来等。总之,最重要的就是要使玩家感觉到他所玩的游戏是以前从未玩过的。

#### 1.3.4 涉猎广泛

所有的游戏策划应对多个不同的领域都有所了解。多了解中外历史可以使他们在游戏中设计的内容更让人信服,如攻城机、城堡、骑士、弩及捕兽器等。研究心理学和社会学能让设计师更好地理解人们在赌博时是怎么想的,还可以帮助他们想出更好的方法来解决玩家和游戏或是玩家和玩家之间的交互关系。如果设计师了解一些天文学、遗传学等知识,那他们所设计出来的游戏可能会更加精彩。

不管游戏策划将要设计的游戏主题是什么,看看书或者出去走走,做一些有利于在屏幕上将设计思想展现出来的事,对游戏策划来说肯定都有好处。游戏策划对周围的世界要充满好奇,可以尝试用学到的知识去影响和改变那些已经存在的规则。如果有机会,还可以去获得更高的学位,用更多的知识来充实自己。更高的受教育水平对游戏策划来说,在游戏设计以及事业目标方面都会有所帮助。

#### 1.3.5 要有技术意识

技术意识就是对实际的计算机软件(尤其是游戏)开发工作的大致理解。作为游戏策划,可以不用像软件工程师那样去编写程序,但在策划游戏之前,如果有一些像 Basic 或 C++ 这样简单的语言基础,对策划工作也是非常有益的。

游戏设计人员设计的游戏需要在游戏平台上运行,而游戏运行平台都是基于计算机技术而建立的,因此,设计师还需要了解计算机的工作特点。如果游戏设计人员不切实际地要求计算机去做它所不能做的,那么设计工作将寸步难行。例如,目前计算机还不能很好地理解英语语言,如果你设计的游戏要求计算机解释从键盘输入的复杂句子,那么程序将很难实现。

作为一名游戏设计人员,还必须了解游戏目标平台,至少需要了解自己所设计的游戏产品是用于家庭游戏机、个人桌面计算机(PC)、手持式游戏机还是其他的平台。游戏的每一个特性都必须可以在目标平台上运行。如果有疑问,可以询问技术人员。充分了解目标平台的局限性将有助于游戏的设计。

#### 1.3.6 审美能力

尽管游戏策划不需要是一个出色的艺术家,但还是应该具备一定的审美能力及艺术

判断力。

假设要在游戏中设计一个聪明且意志坚定的女刺客，很多游戏设计人员会将她设计为穿着紧身的黑色皮衣、佩带一支夸张的闪光自动手枪的形象。也就是说，他们更愿意选择一般的原型，这是一个简单的方法。一个稍微有点创造力的游戏策划可能会将她设计为穿着迷你裙、佩带着弯弓的形象，使她更具有男子汉的气概。这样的设计更容易引起玩家的兴趣。

真正优秀的游戏策划应该意识到，作为一个刺客需要融入周围的环境中去，不能让她的外貌与众不同，但还要易于辨别。设计人员还要考虑她的个性，让她能够具有独特的作风——与众不同。《古墓丽影》中的劳拉（Lara Croft）就是这样一个很好的例子。除了其夸张的身材比例外，她穿着得体，对于一个探险者的角色来说，可以很容易地被辨别——身穿运动短裤，脚踩登山靴，背着工具包以及冰镐，尤其重要的是，她的衬衫颜色特殊，在整个游戏中没有其他人穿这种颜色的衣服，这使她在屏幕上很抢眼。只要看到了这个颜色，就看到了劳拉，如图 1-2 所示。



图 1-2

### 1.3.7 喜欢思考

思考很重要，游戏策划应该能够一眼看出游戏的规则，明白游戏中存在的逻辑错误，并找出有益于玩家的解决方法。客观思考对游戏策划来说是必需的，只有这样，游戏才会展现出各式各样的特性，游戏经过不断的修改后才会更加完美。

总之，如果想成为一名出色的游戏策划，那么，即使不能完全具备上面所列出的所有特质，也要具备其中的大部分。作为一名游戏制作人或是项目经理，你的决定和判断将直接影响产品的前景。因此，有些特质也许看起来不是很重要，但还是应该具备。

## 1.4 游戏策划职位

游戏策划有以下几个职位。

### 1.4.1 主策划

主策划负责游戏整体的规划、资源的整合、管理以及开发进程的把控等管理性的工作，属于整个策划团队的核心领导角色。

几乎所有的策划部门都是由主策划一人负责全部的工作，包括制定方案、划分内容、分配任务、汇总工作报告、审核工作进度等，当然很多时候会遇到难以同时兼顾的情况，所以主策划身边一般有 1~2 名策划助理，协助主策划完成一些琐碎的事情。

一个策划案定稿之后，主策划会将不同的游戏系统要求按工作量及关联情况进行分类，附上基本的策划要求后交给执行策划去处理，而每一名执行策划所负责的主要工作内容都各不相同。

主策划除了要把握好工作节奏外，还要对执行策划所做的工作进行整合和审查。适时地安排工作会议，协调各个策划人员的工作内容和工作进程。同时，对发现的问题及时加以纠正，并且能按照开发流程和计划及时地进行审查，备份各个时期的工作资料。

总之，一款网络游戏的主策划是核心的开发人员和技术人员，很多公司都由项目经理来兼任主策划。一般要求主策划具有多年的游戏开发经验，至少参加或组织过一款网络游戏的全部开发过程，同时要具备优秀的管理能力，对游戏市场有深入的了解，对玩家心理分析透彻，熟悉整个游戏开发流程等。

### 1.4.2 系统策划

系统策划负责游戏构架设计以及核心系统设计。系统策划要密切关注游戏的设计方向和核心思想，要能够对游戏有全面的理解。

对于网络游戏的设计和策划来说，最为核心，也最难的部分就是游戏机制的设计。这其中包括游戏框架的制定和所有系统规则的制定。

### 1.4.3 执行策划

执行策划将系统策划设计好的构架进行细化设计，完成开发部门所需要的策划书编写。

执行策划的划分在游戏公司中不太统一，有些是名称不同但实际工作内容相同。一批好的执行策划对于游戏的设计和开发来说也非常重要，很多游戏设计中的细节和亮点

都是在执行策划的工作中完善的，而游戏的安全性、可玩性很大程度上也取决于执行策划的细节设计。可以毫不夸张地说，执行策划就是策划团队的地基，其重要性不言而喻。

#### 1.4.4 文案策划

文案策划负责游戏故事背景制作、对话脚本设计（如非玩家控制角色、任务）等。主要以文本的形式来设计游戏的相关内容。文案策划工作内容大致包括以下3个方面。

- (1) 游戏背景的进一步细化和完善。
- (2) 游戏人物、道具的文字属性的确定和描述。
- (3) 任务体系及游戏内容的丰富等。

#### 1.4.5 数值策划

数值策划负责游戏物品、技能、经验等数值设计和游戏平衡性调整。此项工作属于游戏较为核心的内容，通常由主策划或有多年经验的数值策划来完成。从业人员一般要求有与数值相关的知识和一定程度的程序算法基础。

#### 1.4.6 场景策划

场景策划也称为地图策划，主要负责游戏中场景的设计。部分公司会将诸如任务系统等内容加入场景策划中，因此也称为关卡策划。在策划工作中，游戏场景设计的工作量较大，而且要求对游戏的流程和整体的规划有较为深刻的认识。

场景策划的主要工作是按照游戏的世界观和背景の設定，在场景原画的基础上搭建游戏的活动空间。大到世界地图的规划、角色的活动流程，小到某个场景中一件道具的摆放，都需要场景策划人员细致地完成。

### 1.5 游戏策划与团队

一个优秀的游戏开发团队，其中的每个成员都应当有清楚的工作描述和相应的关注点，而每个成员都需要有他所在职位所需要的特殊技能，使其能够确实有能力承担起开发项目中所负责的那部分工作。当然，这不是说开发团队之间可以缺乏交流，交流在任何时候都是最为重要的，尤其对设计师而言。

现在，就来具体描述团队中每个个体的工作。由于本节的主要目标是介绍游戏策划，并且团队分工已在《游戏专业概论》一书中讲述过，因此，本节将着重讲解游戏策划如何融入团队结构，以及如何与团队中其他成员进行交流与合作。

### 1.5.1 制作人

在游戏开发团队中,对于制作人的最简单定义就是项目领导者。他是一个游戏的总指挥,从游戏制作到发行所有流程都是由游戏制作人负责。游戏制作人可以说是一款游戏的导演,他必须掌控游戏发展的大方向。其工作范围包含监督开发工作、掌控游戏进度、重要事项决定、游戏预算控制等,同时,也是研发团队与公司之间的窗口,随时进行双方面的协调与管理,如何能够面对双方并且妥善地将双方的信息传达,也是游戏制作人最重要的工作内容之一。

制作人的主要职责可归纳为以下几点。

- ①开发团队的领导者。
- ②负责开发者与出版商之间的信息交流。
- ③负责开发者方面产品的进度计划和资金预算。
- ④负责管理和分配资源及预测。
- ⑤组织开发团队协同工作以保证按时交付产品。
- ⑥激励开发团队以及解决与产品相关的问题。

为了控制产品的提交进度,制作人往往需要在游戏产品的开发过程中做出一些强硬的决定,包括招聘和解聘员工,控制一些额外的资源和费用需求等。不管从哪方面来看,游戏制作人在团队中都是一个相当重要的角色,制作人是整个团队中与发行商、运营商接触最多的人,制作人也经常要代表团队在公共场合、会议以及新闻中亮相。制作人办公室经常需要担当开发团队中“联合国”的角色,提供一个供每个人诉说委屈、关注热点以及希望了解事情的场所,并负责解决这些问题。

图1-3所示为岩田聪,任天堂前任总裁,开发了任天堂DS、Wii等多款游戏,不仅对主机开发做出了巨大的贡献,更让任天堂变得越发辉煌。



图 1-3

图 1-4 所示为小岛秀夫，世界知名的游戏制作人，他主导开发了世界上第一款战术谍报动作游戏《合金装备》（又名《潜龙谍影》）系列，其中《合金装备 2：自由之子》是 PS2 平台销量最高的潜人类游戏，被收录到《吉尼斯世界纪录：游戏版 2008》一书中。



图 1-4

游戏策划必须与制作人紧密合作。在产品的初始阶段，游戏策划需要与制作人共同讨论开发文档的细节。通过交流，使制作人清楚地知道这个游戏的设计，以制订出可实现的进度计划和预算。如果游戏策划不能清楚地解释项目的整体情况和前景，会使制作人只能使用参考数字和粗略的估计来制订进度计划和预算，那么进度计划和预算就是不准确、不充分的，将导致开发过程的不可控和发行商很多不必要的疑虑。

一个合格的游戏策划，必须像制作人一样了解进度和预算方面的细节。虽然可以不必创建这些文档，也不必为其负责，但必须认真阅读这些文档并且明白其中的每一个条目，以保证它们符合项目情况并尽早清楚存在的所有问题。

在一个开发团队中，制作人和游戏策划必须团结合作，否则团队成员将可能因为收到混乱的信息而不知所措。没有比团队中这两个重要职位的人发生直接冲突更具有危害性了。对于各个角色重要性的互相理解，并且理解每个职位所受的压力和约束，有利于打造出一个具有创造性的战无不胜的团队，这是开发出最好游戏产品的基础。

### 1.5.2 游戏软件开发工程师

一般情况下，我们也用术语“程序员”（Programmer）来泛指游戏开发中涉及的所有从事技术开发的人员。这些人员包括游戏工具开发工程师、游戏引擎工程师、游戏图形工程师、网络开发工程师、数据库工程师等。

程序实现是游戏制作的核心部分。网络游戏的架构、表现基础和游戏功能的实现等

几乎都是由程序来实现的。同时游戏程序的实现也是整个游戏开发的基础和难点，特别是对于国内的游戏开发更是一个“瓶颈”。图1-5所示为FPS游戏之父——约翰·卡马克，他是美国的电玩游戏程序员、id Software的创始人之一。最初他虽然不是一个游戏开发者，但是作为一名程序员，对游戏的3D技术发展做出了巨大贡献，没有他，我们的游戏肯定要多停留在2D时代几年吧。



图 1-5

通常情况下，软件开发工程师的职责包括以下几个方面。

- ①进行游戏技术结构设计，起草技术说明书。
- ②游戏引擎的开发与维护。
- ③游戏中各个方面的技术实现。
- ④游戏工具的开发与维护。
- ⑤开发文档维护。
- ⑥与质量保证工程师合作，发现并解决程序中的错误。

如果游戏策划没有一定的技术背景，那么在工作中与软件工程师的沟通会非常困难。但是，这并不意味着每个游戏策划必须成为一个软件工程师。在设计游戏时，游戏策划需要了解程序设计的基本概念，这样，在与软件工程师交流时才能有共同语言。大多数软件工程师会不厌其烦地讲述该如何进行游戏的程序设计，因为每个人都喜欢谈论自己擅长的事情。

游戏策划在理解游戏的实现技术后，就可以用这些知识写出更好的设计说明书，并能够从技术角度更好地描述出游戏的设计概念，而且在游戏玩法的分歧和需求方面，也可以提出软件工程师更容易接受的建议。

不管团队是大是小，在内部都会有一个做事情时需要遵守的层次关系。例如，不管多么希望绕开技术主管，都不能直接去找数据库工程师做修改，因为这么做将损害技术主管的权威，容易与其产生隔阂。在软件工程师的团队中，有人专门负责与游戏策划进行交流，并把交流后得到的想法传达给团队中的其他人。这个人可能是程序员团队中的技术主管、主程序员，也可能是承担这一职责的另外一个角色。为了能够与他们建立良好的关系并让他们尊重自己的意见，就必须尊重他们的专业知识和所做的贡献。

一般情况下，一旦一个游戏即将开发完毕，就要尽量避免再对其玩法进行大的改动。大多数人，包括软件工程师在内，都不愿意因为设计师的一时兴致或过失而白白付出劳动。所以，应该尽量避免出现这样的问题，否则会导致与他们的交流变得更加困难。因此，需要游戏策划具有一定的交际技巧和程序设计知识。

### 1.5.3 游戏美术设计师

游戏美术设计师是指设计游戏中的所有美术部分的团队成员。

游戏美术包含许多方面，其中有几大部分，包括地图、人物、界面、动画，另外还有肖像、图标、道具等相关因素。所以配合、协作是做好游戏美术的首要因素。因为游戏是交互性非常强的项目，美术其实要体现策划、程序所要表达的各种要素，这就对美术做出了非常多的限制，也要求美术与策划、程序要有很好的配合，才能制作出一个好的游戏。另外，由于游戏的内容很多，所以美术的分工也非常复杂，各个分工之间的配合、协调是很重要的，应保证各司其职，并且能提高工作效率，合理的分组能够使每个人的能力得到最大限度的提升。

游戏工作组一般会分为地图组、人物组、平面组、动画组及特效组，每个组的人数不一样，一般来说地图组和人物组的人数会多些，毕竟一个游戏的制作里面地图和人物占了绝大部分。平面组也是重要的组成部分，而动画组、特效组等比较小的游戏工作组，通常是由其他几个组的人来兼任。

美术组的职位通常有原画设计师、2D设计师、3D场景设计师、3D角色设计师、3D角色动画设计师、游戏特效设计师及界面设计师等。美术开发团队的领导者一般称为美术总监或主美，保持公司全部产品的外观和风格的一致性他们的部分职责。

#### 1. 主美

主美和主程序员一样，不但是部门的主管，同时也是一款网络游戏在美术方面的直接掌控人员。大多数时候，主美并不需要具备非常高深的美术开发能力，而是要注重游戏的美术鉴赏及风格把握等方面。当然，要达到这一层次，必要的美术开发能力是不可或缺的，毕竟这是进行风格把握的基础。

## 2. 原画师

原画师是所有美术工作中专业性最强的工作人员。一方面,原画师要对整款游戏的几乎所有表现内容进行综合定位,如角色和人物体系、游戏色彩使用、场景风格等;另一方面,原画师还要有足够的创作能力,而这样的美学创作能力很难通过业余学习获得。因此,原画人员是最需要专业学习的。

游戏中的原画人员,通常都出身于美术院校,需要具有丰富的插画经验。必要的手绘能力是原画师不可欠缺的技能,不论是色彩设定稿还是人物设定稿,很多时候,手绘完成后再通过计算机进行修整和上色,是大多数原画师的基本工作方式,即使大量的原画人员在使用压感笔等外置设备,但也需要有基本的手绘能力。

## 3. 建模师

建模师的工作内容主要包括人物、NPC(Non-Player Control,非玩家控制角色)、怪物、道具等游戏元素数字模型的建立。

在实际的工作过程中,对游戏人物及怪物体系的构建,是人物建模师的工作要点,同时也是对负责这方面工作的美术人员能力的最基本和最重要的考验。相比原画人员来说,人物建模人员更侧重于实现过程而不是创作过程,如何将策划者的要求转换为具体的效果表现,才是人物建模人员的工作重点。绝大多数的人物建模工作者,都是通过计算机工具来进行创作的,因此软件的使用就是建模师很重要的一项基本能力。

## 4. 贴图人员

仅仅通过建模根本不能体现出游戏元素的最终效果,特别是在现阶段游戏开发技术的限制下,游戏的模型一般都要求以低精度模型来制作,这时贴图的效果就成为最终视觉效果的决定性因素,行业内甚至有“三分建模,七分贴图”的说法,由此可见贴图的重要性。

贴图人员的工作通常是和建模人员交叉进行的,很多情况下建模和贴图由同一人来完成。贴图人员同样要具备对色彩体系的理解能力、必备的计算机工具使用能力和对艺术风格的领悟能力。

要特别强调的是,不同类型的游戏开发对工作环节的要求差别较大。例如,做2D游戏,可能根本就没有3D建模的工作,因此贴图的制作方法和表现形式也发生了很大的改变。

## 5. 动作制作人员

动作制作人员主要是完成游戏角色的动作设计工作。

游戏动作是一款网络游戏最重要的表现形式之一,在现在的网络游戏中,人物和角色都是以一种动态的形式展现在玩家的眼前,与以前游戏固定、呆板的表现形式不同,

这种表现形式有着更强的视觉表现能力，因此对玩家也有更强的吸引力。

随着新技术的不断涌现和硬件功能的不断完善，游戏中角色的动作变得更加细腻且自然。例如，现在某些高端的游戏制作中引入了“动态捕捉”技术，效果逐渐向以假乱真的方向发展，在提高开发效率的同时也减少了很多的工作量。

对于动作制作人员，要求其至少具备对动作美感的鉴赏能力、对设计工具的高级应用能力和对不同角色动作的创作能力。

## 6. 场景制作人员

对于任何一款网络游戏来说，场景的制作往往是工作量最大的工作内容之一，因为场景制作所包含的元素是最多的。场景制作包括游戏世界地图的制作、游戏世界中建筑物的建模以及游戏世界整体感觉的确立。

由于网络游戏的群体特性，因此在游戏场景的制作方面，制作人员往往会在系统允许的情况下，尽量将场景制作得更庞大，以便让大量玩家同时身处游戏中而不觉得拥挤。虽然在场景制作过程中，策划组会在游戏世界地形、建筑、风景、色调等方面为场景制作人员制定一个具体的规则，程序组也会为场景制作人员专门制作地图编辑器，但场景制作的工作量依然是超乎想象得大。

另外，场景制作的难点在于，制作者所构建的游戏世界场景就是玩家在游戏生活中的战斗场所，如果场景变化过于单调或平常，玩家很容易对游戏本身产生厌倦，毕竟游戏带给玩家最重要的一个感觉就是对不同世界的全新体验。

因此，对于一个合格的游戏场景制作人员来说，他必须拥有能够承受由于工作量带来的工作压力、对游戏世界场景的创作能力、通过有限的设计元素达到更多场景风格变化的能力以及对设计工具的使用能力等。

## 7. 特效和界面制作人员

界面制作和特效制作本来是两个截然不同的工作，但由于其工作特性有些类似，故而在这里进行统一讲解。

在2D游戏时代，游戏界面是一款游戏与玩家的最基本的人机交互平台，游戏界面效果的好坏，直接影响游戏在玩家眼中的第一印象。随着3D网络游戏时代的到来，游戏界面的功能被逐渐削弱，因为这个时候的游戏画面通常可以做360°旋转，界面无法再定格在某一角度上，虽然如此，游戏界面仍然是游戏设计中不可或缺的非常重要的部分。

特效制作是一款游戏体现自己特色的最佳途径，不同的特效直接导致游戏玩家对游戏画面的认可程度。

不论是界面制作还是特效制作，都要求制作者对游戏表现效果有足够的把握能力和

创作能力。在大多数情况下，特效的制作很多是由 2D 的效果生成。

因此，一款游戏的特效制作人员必须具备对游戏表现效果的把握能力和创造能力、基本的计算机工具的使用能力以及足够的效果评论鉴赏能力。

对于游戏策划来说，与游戏美术设计师进行交流虽然不存在像与软件工程师团队那样深的技术隔阂，但也经常会发生分歧。美术设计师的工作是使游戏的外观尽可能地吸引人，毕竟漂亮的屏幕界面是非常重要的。例如，作为游戏策划，很多情况下设计的界面能够表现出各个重要特征和各种设计细节，但看起来总是非常松散。这时，就需要美术设计师设计出一些“紧凑”特征来使界面布置更加好看。

如果界面设计显得松散，一种处理方法是继续坚持既定的设计方案，另一种处理方法是更加客观地评估美术设计师的方案，既然他们认为这个设计界面是难以理解的，游戏玩家可能也会这么认为。可以采取折中处理的办法采纳美术设计师的方案，经过具有专业艺术眼光的美术设计师的加工处理，使设计出的界面变得更加完美。当然，需要保证设计中的一些功能没有因为艺术设计而隐藏和丢失。需要记住的是，保证游戏玩家对界面感兴趣是游戏策划的工作。即使有漂亮的界面，但不能从界面中发现他们所需要的有趣功能，玩家们也不会继续玩下去。

在美术设计师和游戏策划之间可能产生分歧的另一个原因是游戏的整体风格。作为一个游戏策划，当与多个美术设计师一起工作后，会发现每个美术设计师都有自己的独特风格和技术。

在游戏的开发过程中，如果游戏策划能够与美术总监或者与美术设计团队合作得好，就能够取得最好的结果。充分利用美术设计师们的各种想法，会使初始创意变得更加成熟，这样的结果将远比单靠自己的力量实现效果要好得多。

一旦开始游戏的制作，美术设计师们将着手由概念创作出实际的美术作品。这时游戏策划需要做的是对创作的成果进行评价并提出意见，这样做的目的是使项目向前推动。尽管一个草案或设计不是你所需要的，但其中的一些内容可能是有用的，在开始批评之前先寻找这些有用的东西。尽量旁观美术设计师的工作，当你开始提意见时，最好先说一些肯定的话：“这非常漂亮；真的非常好；我非常喜欢这些；事实上，如果能够把这些内容再扩充一下的话……”

如果游戏策划与游戏开发中的艺术家们建立了良好的关系，最终产品的艺术质量将有较大的保障。

#### 1.5.4 质量保证工程师

质量保证（Quality Assurance, QA）是游戏开发中的重要组成部分。许多游戏从业

人员都是从 QA 开始他们的职业生涯，继而转到游戏业的其他职位，如设计师、程序员或者美术设计师等。质量保证工程师的主要职责如下。

- ①根据游戏设计说明书和游戏技术说明书编制项目的测试计划。
- ②执行测试计划。
- ③记录产品中非预期的地方。
- ④分类、优选和记录测试中发现的所有问题。
- ⑤对修改的问题重新进行测试，直至游戏发布。

作为一名游戏策划，必须提供给质量保证工程师用以编制完整测试计划所需要的各种数据支持。给他们编制计划所需要的各种文档，而不是假定他们对游戏已经有完整的了解，为他们能够编制出最好的测试计划而提供各种帮助。

质量工程师不只是一个游戏测试员，更应是游戏策划最亲密的朋友。他们是游戏产品大量上市出售前的最后一道防线。如果游戏策划所设计的游戏产品的某些功能被发现了错误而退回，不必伤心，因为这是质量工程师的责任，他们的职责就是保证你的设计能够正确运行。质量工程师的职责是从技术和美学两个方面保证游戏产品功能的。如果被测试出产品中所选择的字体在当前环境下辨认不出来这样的错误，不要恼火，应当为这个缺陷在被游戏玩家发现之前得到改正而感到庆幸。

与质量保证团队坐在一起并仔细观察他们的工作过程，在与其协商如何测试游戏各个细节的过程中可以学到很多东西。因为他们都是经验丰富的测试者，也许会提供其他人所不能提供的意见。

另外，需要考虑的是，应该让质量保证工程师尽早阅览游戏策划案，这样就可能在这些设计被实现之前发现一些问题。尽早开始质量保证过程和使质量保证团队成为整个设计过程的一部分，这意味着项目需要更多的投资，但可以保证在有限的时间内，使游戏变得更好，并有额外的时间来发现游戏中的缺陷。

### 1.5.5 运营团队

现在各大游戏公司，特别是网络游戏公司，为了获得市场竞争优势，越来越倾向于“原创开发+自主运营”。因此，在很多情况下，策划人员和市场运营人员之间要进行很多工作上的交流与合作。

以网络游戏运营团队为例，一般包含下列部门。

#### 1. 市场部

市场部主要负责游戏运营的宣传与推广。在整个游戏的运营环节中以市场部为主导。具体内容又大致分为宣传推广、产品销售和商务拓展。

(1) 宣传推广：就是通常所说的推广部，职责是配合产品的运营做好宣传工作。主要负责以下事务。

- ①根据产品推广策略规划产品广告策略。
- ②撰写广告创意设计单。
- ③联络广告媒体、辅助广告采购。
- ④协调待宣传事项、制作广告排期表。
- ⑤按照排期表进行广告投放。
- ⑥对投放的广告进行监督修正。
- ⑦撰写每月广告总结。

(2) 产品销售：又被称为销售部，它在职务上隶属于市场部。主要负责以下事务。

- ①调研游戏市场销售状况，与市场总监和总经销商共同制定总体销售策略。
- ②负责实体卡渠道体系、线上销售渠道体系以及各种虚拟点卡销售管理的监督管控。
- ③负责推进公司商品化进程，规划、开发公司年度商品。
- ④负责公司商品质量监控。
- ⑤定期报告产品销售状况。
- ⑥负责公司线下推广计划的执行监控。

(3) 商务拓展：又被称为商务部，主要负责开拓与各地电信及其他合作伙伴的合作。具体负责以下事务。

- ①与总监共同制定各地合作策略及形式。
- ②协助推广人员和企划人员，对各地合作伙伴、厂商的市场推广进行配合。
- ③监控工作以及相关游戏产品形象的深度开发。

## 2. 技术部

技术部主要负责为运营工作提供技术保障，负责以下事务。

- (1) 服务器组的系统平台搭建。
- (2) 服务器组的日常运行维护工作。
- (3) 相关自动更新和手动升级包下载服务器维护工作。
- (4) 玩家数据处理相关工作，包括转服、监控人物装备流向等。
- (5) 协助其他部门，进行反对外挂客服部门的网站和论坛维护等相关工作。
- (6) 随时响应突发事件，如处理复制装备事件、发现重大漏洞紧急维护等。

## 3. 客服部

客服部是网络游戏公司运营中的一个重要部门，所担任的是一个承上启下的职责：上为公司解释说明服务宗旨和思想，下把玩家的意见、建议、游戏里发生的问题等及时

反映到公司及其他相关部门。

#### 4. 企划部

与游戏研发中的企划不同，在运营团队中，企划的职责就是配合产品的运营情况做出相应的活动方案。主要负责以下事务。

- (1) 根据产品推广策略规划产品线上线上活动。
- (2) 规划指导、承接线上活动执行。
- (3) 规划指导、监督销售部渠道活动执行。
- (4) 规划指导网络媒体伙伴线上活动计划。
- (5) 配合公关部执行活动公关工作。
- (6) 配合广告企划执行活动广告传播。

#### 5. 国际业务部

涉及跨国合作的运营公司会有此部门，主要在语言沟通方面为双方的合作创造方便条件，另外与国外厂商的合作事项也需要国际业务部的参与。

## 本章小结

本章主要对游戏策划做了一个大概的介绍，描述了游戏策划的工作以及在团队中的位置、与团队其他开发人员的配合等问题。

## 本章习题

1-1 游戏设计的任务是什么？

1-2 仔细阅读游戏策划应该具有的几个特质，看看你具备几个。如果有些你不具备，问一下自己今后是否可以朝着这个方向努力。

1-3 进入你最喜欢的游戏，看一下开发者的名单。然后去找一些以前的比较老的游戏，看是否有些人，他们在以前的游戏中默默无闻，现在却家喻户晓，这是为什么？

1-4 游戏策划如何与整个团队协调工作？

## 第2章

# 玩家心理分析与游戏性

如果让一个8岁的孩子画出通过一个迷宫最快的通道，他可能会画一条相反的、从迷宫的终点至起点的线，而成年人几乎都忽略了这种思维方式。坦诚地说，这确实是解决问题最聪明的方法。当透彻地理解了“什么是我们的最终目标”后，就可以避免进入死胡同，避免那些不成功的开端，避免进入那些只能让你回到起点的死循环。如果想有所成就，你必须做的第一件事就是——预见到你的终点在哪里！

大部分初学者的最终目标就是开发出一款伟大的游戏，这似乎已经是共识了。几乎所有人都想创作出一些非常有趣且很容易让人喜爱的游戏，让玩家爱不释手；都想让玩家在游戏系统中做他们能想到的所有事情……但这些只是一款伟大的游戏所必需的标准吗？如何去满足每个有着不一致想法的玩家？本章就来分析玩家心理，讨论游戏性。

### 教学目标

- 了解玩家的类型。
- 了解玩家对游戏的需求和喜好。

### 教学重点

- 掌握玩家的分类方式。
- 了解游戏性的概念。

### 教学难点

不同游戏类型中游戏性的设计技巧。

## 2.1 游戏设计的目的

游戏创作不仅仅是出于游戏设计师自己的兴趣，就如同跑车不仅仅是为了好看的外观而制作一样，如图 2-1 所示，跑车是艺术品，但本质上还是商品。跑车和游戏两者都可以毫无疑问地被称为艺术品，但它们更是商品，设计师们奋斗的终点线并不在机器和画面效果本身，而在用户的情感反应。自始至终，一个游戏的设计目的就是“让玩家感到快乐、幸福！”这个目标看起来简单，却是一款畅销的游戏所需的最重要的因素。游戏设计师的职业生涯完全依赖于游戏购买人群的好恶感。让他们高兴，他们就买你的游戏；让他们获胜，他们就会为了结局而回来；让他们在适当的时机成为英雄，他们在很多年里甚至会把你当神来崇拜……永远不要忘记：不管你认为自己的游戏做得多伟大，在这桩买卖中，你会成功还是失败，最终将取决于那些在你构建的世界中艰难历险的人。



图 2-1

游戏设计师要学会判断何时该做什么事以满足玩家，以及何时该进入自己的理想世界。大多数时候，把握这个平衡并不是特别难的事情。典型的游戏设计本能和直觉与大众的观点、情感在很多时候还是一致的，但是游戏设计者经常也可能进入误区，每当发现有这样的危险发生时，就要问自己一个问题：他们（玩家）会想在这里发生什么？

如何界定游戏是否优秀？是否被玩家喜爱是唯一的评定标准。对于那些“叫好不叫座”的游戏，只能很遗憾地说，它们偏离了目标用户群体，是为资深玩家创作出来的失败作品。

然而，并不是每个游戏设计师都这样想。曾经有过一些游戏设计师竟然为仅仅只有极少数玩家成功地通过了他们游戏的所有关卡而自豪。这些人已经全然抛弃了玩家，并为自己树立了一个通向自负心理的纪念碑，当然最终也会被玩家所抛弃。幸运的是，其他的游戏设计师们始终遵守“法律”而获得了成功。这部由“全球玩家理事会”颁布

的“法律”是这样的：“游戏要迎合大多数人的幻想，否则，痛苦地活着吧！”

作为游戏设计师，在最开始确定设计意图时，就要时刻考虑到大多数玩家究竟喜欢什么。很多有经验的开发公司，会从很多渠道获得这些信息，以帮助设计师确定设计点是否适应广泛的用户需求。单纯依靠设计师凭借自己玩游戏的经验去确定是远远不够的，很多时候设计师都会错误地判断用户需求，以为让自己兴奋不已的就一定可以获得玩家的喜欢。市场和客户服务人员是直接与客户打交道的，而且是各种类型的用户，很多大公司在设计案的讨论会上会听取他们的建议。比如，《古墓丽影》中最初是设计了一个史泰龙那样的男性硬汉，而在市场人员的建议下，研发队伍最终创作出有史以来最出名的女英雄。

为谁设计游戏？答案是为玩家，并且是为大多数玩家，而不是设计师自己。只有为玩家思、为玩家想，才会成就设计师自己。

## 2.2 玩家的分类

游戏设计师在构思游戏时，要考虑目前玩家所喜欢或倾向的游戏类型和游戏玩点。游戏设计师需要去了解玩家群体的想法，并以此来优化自己的设计。所以，就主流游戏而言，游戏设计师是一直受玩家所影响的，但这类资讯过多或过杂时，连设计师都会感到彷徨，所谓众口难调，设计师常常会发出这样的感叹：玩家到底想要什么？

玩家们意见常常是多样化的，即使针对同一款游戏，他们也会产生各种不同的看法和理解，这时就需要设计师去过滤和挑选，并理解玩家提出问题时的心理，这实际上是一个理解玩家需求的过程。玩家可以被划分为不同的群体，不同群体之间的差异很大，理解玩家需求首先要从玩家分类开始。

### 2.2.1 核心玩家

核心玩家通常也被称为“骨灰”级玩家，在国外被称为 Hardcore 玩家。这类玩家在吃饭、喝水和睡觉时都在想着游戏经历。他们会花费大量时间来玩游戏、谈论游戏或者阅读游戏的相关文档。

在其他关心现实生活中什么时候去上班、什么时候去睡觉的时候，他们却在想如何才能打出更加厉害的装备。对核心玩家来说，游戏就是生命。从某种程度上来说，真正重视游戏精神与内涵的是核心玩家，如图 2-2 所示。



图 2-2

从游戏产生之日起，核心玩家就一直是业界生存的重要基础。用户现在能够享受各种高档声卡、显卡、高带宽的网络连接以及更高 CPU 频率的家用计算机与游戏机，这在很大程度上要感谢核心玩家愿意为游戏支付他们很大一部分收入，需求带动了技术发展。

核心玩家评价一款游戏的重点是这款游戏是否提供了艰巨的挑战，这项挑战可以是对细节的持久注意、认真准备所花费的时间或高难度的手眼配合。玩家愿意做任何事情来征服这些挑战。需要花费数百小时来得到的称号通常会受到核心玩家的高度赞赏，为了达到最好的结果，他们甚至有可能将游戏反复玩上几遍。核心玩家对数字很在意，如果游戏设计师没有严格遵守自然界的普遍规律，他们也会非常恼怒。比如说，游戏提供一个冰冻法术，那么核心玩家希望能够将一切东西都冰冻起来，否则他们会感觉自己被骗了。核心玩家认为自己应该有可以控制游戏发展的能力，甚至可以影响到整个游戏世界。

一直以来，核心玩家都是游戏业界可以长期依赖的一个客户群体，游戏杂志和网站的评论家们都是这类典型的客户。今天，核心玩家仍然担负着领导游戏新舞台的责任，他们使用先进的游戏设备，会为各种游戏投入大量的精力和时间，最高等级的玩家一般都是他们，如图 2-3 所示。



图 2-3

然而, 游戏产业爆炸性的发展极大地增强了对日益宝贵的发展空间的竞争。随着数量空前的游戏公司的出现和发展, 一些游戏设计师已经开始注意到将主要市场限制在核心玩家身上是远远不够的。事实上, 核心玩家的不断需求在一定程度上推动了游戏技术的提高, 但从市场来看, 一款游戏的成功, 普通玩家才是决定性的因素。

### 2.2.2 普通玩家

某些玩家可能只是偶尔玩一下游戏, 一旦他们关闭了游戏就会立刻从游戏经历中走出来。对于这种玩家——普通玩家, 游戏只是生活中有趣的一部分, 而不是全部。

普通玩家与核心玩家最重要的区别在于, 他们是否愿意在虚幻世界里花费更多的时间。与核心玩家经常花费6个小时来进行马拉松式的厮杀不同, 典型的普通玩家通常只是会玩半个小时或1个小时, 然后返回到现实生活中。因此, 适合这类玩家的游戏必须提供非常快速的升级机会和经常的奖赏, 以便吸引他们。普通玩家从来不会喜欢用3个月的时间来完成一个游戏。如果游戏持续的时间超过了1个月, 他们会对它完全失去兴趣。他们要求快速的胜利、重大的胜利。有研究表明, 《反恐精英》问世后, 之所以能够广泛流行, 得益于每局游戏的时间消耗非常少。

对普通玩家来说, 简单性比其他方面都重要。如果要求这些普通玩家在开始游戏之前先阅读厚厚的用户手册, 那么你已经失去他们了。从各个方面来讲, 适合普通玩家的游戏必须易于安装、易于游戏以及在离开一段时间后很容易地返回到原来的状态。事实证明, 允许玩家控制游戏难易程度的滚动条或按钮非常受普通玩家的欢迎。故事情节和游戏目标应该以最直接易懂的方式着重描述, 并且要达到这样一个目标: 如果玩家不小心错过了一些东西, 他们仍然可以完成游戏并且得到乐趣。比如, 《植物大战僵尸》《愤怒的小鸟》等休闲游戏就是以其简单性吸引了大量的普通玩家, 如图2-4所示。



图 2-4

此外, 普通玩家基本上都是游戏的门外汉。电视、电影等娱乐方式对他们的影响远大于游戏。游戏设计师永远不要认为他们知道《最终幻想》系列有多么经典, 更不用说

玩过了。因此，他们不喜欢源自长期游戏传统的、一些表面上看起来非常武断的强制规则。巫师为什么不能用铁链盔甲来装备自己并用大砍刀砍杀怪物？只有像核心玩家一样了解《龙与地下城》（D&D）规则的人才会清楚其中的原因。对一个从未或很少玩角色扮演类游戏的人来说，这的确有些难以理解和违反直觉。游戏设计师可以试着将这类事情在游戏中向他们解释，但是每提供一个必要的解释就增加了一层复杂度，这也许会将普通玩家吓跑。

作为一个游戏设计师，应该明白核心玩家和普通玩家之间的关系不是相互排斥的。很显然，可以找到喜欢用几分钟完成一个游戏的普通玩家，也可能遇到废寝忘食玩游戏的核心玩家。关键的一点是对这两个玩家阵营的讨论应当启发游戏设计师去思考不同玩家对同样游戏态度的巨大差异，从而了解什么样的玩家最有可能接受你的想法。

## 2.3 玩家的体验

是什么让玩家在一个游戏中感到快乐？又是什么提供了玩家一直玩下去的动力？为什么我们会喜欢一个游戏而厌烦另一个？下面从不同的角度来列举玩游戏的乐趣所在，这是游戏设计师在开始游戏设计之前必须了解的。

### 2.3.1 挑战与自我证明

不论什么游戏，设计师都会在其中安置一些谜题或者困难，玩家需要通过智力的提升，开动脑筋或者通过提升操作技巧来解答和克服它们。需要思考和运动以解决挑战，这是对所有游戏而言的普遍原理，并非仅仅限定在电子游戏中。非洲草原上的小狮子在相互嬉戏的过程中，锻炼长大后的捕猎能力，玩游戏也同样是在锻炼自己，在有些解谜类游戏中，玩家挑战设计师布下的难题以证明自己的能力。对于那些具有强烈吸引力的游戏，玩家会一遍一遍地玩，并期望达到最好的成绩，如图 2-5 所示。

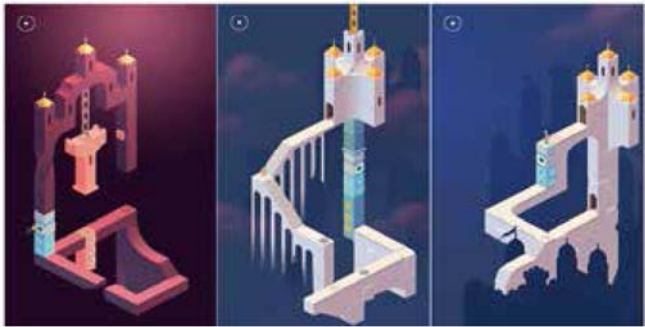


图 2-5

### 2.3.2 竞争与炫耀

在适者生存的自然法则下,人类从诞生那一刻起,就被迫去学习各种生存技能,以积累未来的竞争资本。随着社会不断进步,竞争的领域也越来越广泛,如社会地位、工作岗位、学习成绩、财富、外貌等因素,可能都会引发人们产生竞争意识。

游戏当然也不例外,甚至在《青涩宝贝》这样的恋爱养成游戏中,追求女生的速度都存在着竞争。在电子游戏中,竞争的规则越公平,玩家也就越愿意在其中进行比赛。

竞争就是为了去比较,有了比较就有了炫耀的机会。炫耀是人类的一种潜在追求,每个人都会有意或无意地炫耀自己擅长的事情,回避自己的不足。比如,一些玩家就会摆出华丽的阵势炫耀自己的实力,如图 2-6 所示。



图 2-6

### 2.3.3 合作与交流

身边有几个可以荣辱与共的知心伙伴,是每个人的梦想。从远古人类同心协力追逐猎物时开始,合作就已经固化在人类的 DNA 里。如今,社会高速发展,越来越多的事情已经不是一个人能完成的,团队合作才能顺利地完成任务。而在日常生活中,人们也同样需要合作,渴求伙伴。

通常,默契被认为是合作的标准。在电子游戏中,一个只要努力就可以作出贡献的简单环境,相对更容易培养出配合的行为并达到默契的程度。默契是指相互容忍、相互激励、相互配合的表现。

合作的基础是交流。这里的交流并非单指网络游戏中的玩家聊天,而是广义上就某一主题而进行的交谈或交换。交流玩游戏的心得,或者交换游戏中的道具,玩到一个好

的游戏，不会让它烂到脑子里，而是会积极地向别人炫耀，并期待他们的回应。

在网络游戏中，交流的重要性更是被突出和强化。有不少玩家被标定为“社交者”，他们不仅交流游戏中的内容，还包含生活中的一切主题。网络游戏不仅为他们提供交流的主题，还提供交流的空间和渠道。在网络游戏中，许多战斗情节都需要玩家相互合作与交流，如图 2-7 所示。



图 2-7

人不是自甘寂寞的生物，在合作与交流中，人们感到乐趣无穷。

#### 2.3.4 嬉戏

人天生就有玩耍（嬉戏）的需求，电子游戏在很大程度上就是高科技的玩具。在无聊的时候，人们单纯地通过玩游戏来打发时间，放松身体，或者是沉浸在角色扮演之中，幻想着自己是英俊的王子或者美丽的公主。有的时候玩游戏，并非有特殊的目的，这是人类或生物嬉戏行为的表现。

## 2.4 玩家的期望

一旦玩家决定玩某个游戏，就会对这个游戏本身有一些期望。如果这些期望没有得到满足，玩家很快就会失望，并寻找其他的游戏来玩。游戏设计师的任务就是使游戏可以满足这些期望，以便使玩家选择其游戏。那么，玩家有哪些期望呢？

### 2.4.1 对操作的期望

玩家在做出了操作之后，就需要在游戏中得到一个他认为会发生的结果。比如，对着墙壁开枪，墙面上会出现黑色的弹痕，并听到“砰”的一声枪响，这一点在当前的射击类游戏中已经很好地实现了，而且愈发逼真，如图 2-8 所示。如果在开枪的同时，能够让玩家感受到较为真实的后坐力，那就更棒了。与之相反，如果玩家没有得到他认

为应该会出现的结果,那么他会怀疑自己的判断。一旦多次发生这样的问题,玩家就会开始对游戏产生厌烦情绪,他们会认定这个游戏不够真实,体验太糟糕了。再假设在游戏中遇到一个门,玩家靠近门并触动门上的某些开关或按钮,却什么都没有发生,那么玩家就会反复尝试,如果始终打不开这道门或没有提示相关触发信息,就会给玩家造成非常大的挫败感,甚至放弃游戏。



图 2-8

游戏动作结果的可预知性是非常重要的。玩家绝不希望一个动作有时可行、有时不可行,对于不同的结果都应有合乎情理的原因。比如,在格斗游戏《街霸》中,如果玩家一脚没有踢中对手,那是因为跳起来后距离对手太远了。让玩家了解动作失败的原因是很重要的,游戏内部逻辑(在这个例子中可能是碰撞系统做出的判断)会知道玩家为什么没踢中对手,但是,如果玩家不能找到动作失败的原因,就和没有原因一样糟糕。

此外,如果只有骨灰级的核心玩家才能理解动作失败的原因,那这个游戏对大多数普通玩家来说也是无趣的。如果因为不能理解的原因而被击败的话,许多新手就会感到沮丧。再者,在非常相似的情况下,玩家可以一脚踢中对手,而下一次却失败了,玩家也会感到气馁。

玩游戏的时候,玩家往往希望马上了解在游戏环境中可以进行哪些操作及其操作的结果。当玩家期望一个动作产生特定的结果,但是游戏却因为不可知的原因产生了不同的后果时,玩家会去找一个更可靠的游戏来玩。因为不可预知的游戏让人沮丧,所以,必须保证操作和结果的一致性。

### 2.4.2 对目标的期望

好的游戏应该告诉玩家可以做什么。玩家希望创作自己的成功故事,希望找到游戏中取胜的方法和自己独特的东西。但与此同时,玩家要知道自己的目标,并且希望得到如何实现目标的提示。当只有目标而不知道如何实现的时候,玩家就会到处乱撞,尝试

自己能想象到的所有操作，当所有尝试都失败的时候，他们就会感到沮丧。当然，不知道目标是什么，玩家只能无目的地到处乱转，欣赏图片或感叹游戏世界的广阔。而在游戏世界里无所事事，游戏本身也就失去了意义。如果玩家不知道目标是什么或没有提示，目标也就如同不存在一样。因此，设计者会在游戏中设置一些特殊的标记来提醒或引导玩家进行游戏，如图2-9所示。



图 2-9

《模拟城市》(SimCity)是无目标游戏的经典例子，看起来它与本节的意思正好相反。确实，游戏的创造者 Will Wright 称它为“软件玩具”，而不是游戏，《模拟城市》像玩具一样，玩家可以对它做任何想做的事，不必清楚地知道成功或失败。但是由于游戏模仿了现实中如何建设和管理城市，从而使玩家知道什么是游戏中的成功：和现实中的一样，建设一个有着大型露天体育场、富丽堂皇的图书馆和幸福居民的城市。玩家可以依靠现实中的经验来指导游戏的目标。如果《模拟城市》的模拟系统是玩家毫不熟悉的，它也就不会那么流行了。

尽管有些游戏没有一个明确的目标，但游戏的本质和现实中的背景鼓励玩家去实现他们的目标，这也可驱使玩家继续玩下去。

### 2.4.3 对界面的期望

为了给玩家提供一个人性化的交互系统，设计师不仅需要设计快捷而一致的操作方式，还需要设计一个易于掌握的界面。游戏中发生了一些事情，而玩家却无从得知这种改变，那么他会自然地感到迷茫。比如，他的手枪里就剩两发子弹了，他还在和不断出现的恐怖分子搏斗，收不到任何子弹快要打光的提示，玩家在进行这样的游戏时会有什

么样的感觉呢?

界面要有足够的信息,但同时要排列整齐以节约显示空间。界面设计是个非常难以制作的环节,在游戏开发过程中,通常不会一开始就把界面做好,而是要修改很多次,直到每个人都感觉良好且便于操作。在界面方面,功能性比美观性更重要,如果能同时做到两者兼顾就十分完美了,如图 2-10 所示。



图 2-10

有些游戏类型的界面信息,已经有了惯例,玩家已经非常适应这种摆放位置了,那么设计师就很难再去变更它。如果有些按钮或面板你不知道如何放置才能更方便玩家的操作,那么最直接的办法就是参考流行的游戏或 Windows 的做法。毕竟,这是每个计算机操作者都习以为常的。

#### 2.4.4 对画面感觉的期望

一旦玩家进入游戏,在逐渐深入的游戏过程中,玩家了解了游戏的控制规则,因此变得兴奋,扮演起了幻想中的角色,此时玩家就不会轻易地走出这种体验。很多玩家都有这样的感受,如果玩得正兴奋时游戏发生崩溃,将会是最不愉快的经历。

这说明了沉浸感对玩家获得游戏乐趣的重要性,游戏设计师所要考虑的就是千方百计地防止对沉浸感破坏的行为发生。例如,如果 GUI(图形用户界面)设计得不够明晰,不符合游戏世界的艺术趣味,就会显得很很不和谐,并破坏玩家的专注性。如果一个应该走在路上的人物开始走向天空,而没有任何原因可以解释,那么玩家会意识到这是一个“漏洞”(程序缺陷),他就会开始产生怀疑。所有这些缺点都会转移玩家对游戏的专注力。只要玩家突然从游戏世界的幻想中觉醒,就很难再次集中到游戏之中。要记得,许多玩家玩游戏的目的是想沉浸于幻想当中,当达不到目的的时候,他们就会离开。

另一个让玩家专注的重要方面是他在游戏中控制的人物。大多数游戏从某种程度上

来说都是角色扮演类型的，如果玩家控制的角色——游戏世界中的主角不被玩家喜欢，玩家就不会那么专注。游戏中应避免让玩家不得不看着他控制的角色一再做出讨厌而白痴的举动，每当角色说了玩家不想说的话时，玩家便不得不提醒自己——这是在玩游戏，游戏中的人物不由他控制。这种现象会极大地降低玩家的融入感，从而导致玩家丧失游戏的兴趣。比如多数女性玩家对充满科幻元素和写实风格的血腥枪战游戏总是兴致不高，如图 2-11 所示。



图 2-11

#### 2.4.5 对规则的期望

玩游戏的时候，玩家肯定需要了解哪些动作是可行的，哪些是不可行的。他不需要立刻明白在特定的环境下需要做出什么样的动作，但是一定想先了解哪些动作是可行的，哪些动作超出了游戏空间范围之外。

例如，在游戏《毁灭战士》（Doom）中，玩家凭直觉断定他不会跟正在战斗的怪物说话，甚至不会在建议投降（看起来最有理由对话的情况）的时候和怪物谈话。因为根本没有投降，只有杀与被杀，所以玩家必定觉得说话是超出游戏范围的。假设游戏中设计有一个怪兽，只有玩家对它很友好的情况下才能击败它，要通过富于机智的谈话来取得胜利，这种情况肯定会让玩家感到不合逻辑。因为他们从一开始就意识到，在游戏中要想取得胜利，唯一需要做的就是消灭一切可以移动的东西，同时避免被击中。

一旦玩家花了很多时间来玩游戏，他便会熟悉游戏的环境和规则。在解决大量的难题之后，他就会知道哪种方案是可行的。在后面的游戏中，当不断地解决了各种难题后，玩家就会得到他所认为完美的解决方案。如果他努力尝试的方法并不可行，并且没有什么合理的原因可以解释，他就会感到沮丧，并产生上当受骗的感觉。

游戏设计师的任务是预测玩家在游戏世界中会做些什么，并保证玩家尝试这些动作的时候会发生合乎情理的事情，保证游戏世界中逻辑的统一性。

## 2.5 玩家需求调查

为了更准确地了解并掌握不同阶段、不同层次玩家对游戏的需求，游戏开发公司通常采用的方法就是使用调查问卷的形式来进行调查了解，以便更加准确地掌握相关信息。下面就是一份网络游戏调查问卷。

### 网络游戏调查问卷

#### 1. 用户基本资料部分

(1) 您的性别：男 女

(2) 您所在的省份：

- |                             |                              |                              |                               |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 广东 | <input type="checkbox"/> 辽宁  | <input type="checkbox"/> 江西  | <input type="checkbox"/> 吉林   |
| <input type="checkbox"/> 上海 | <input type="checkbox"/> 河南  | <input type="checkbox"/> 天津  | <input type="checkbox"/> 澳门特区 |
| <input type="checkbox"/> 浙江 | <input type="checkbox"/> 河北  | <input type="checkbox"/> 山西  | <input type="checkbox"/> 湖南   |
| <input type="checkbox"/> 福建 | <input type="checkbox"/> 山东  | <input type="checkbox"/> 贵州  | <input type="checkbox"/> 宁夏   |
| <input type="checkbox"/> 江苏 | <input type="checkbox"/> 黑龙江 | <input type="checkbox"/> 新疆  | <input type="checkbox"/> 西藏   |
| <input type="checkbox"/> 北京 | <input type="checkbox"/> 云南  | <input type="checkbox"/> 内蒙古 | <input type="checkbox"/> 香港特区 |
| <input type="checkbox"/> 湖北 | <input type="checkbox"/> 陕西  | <input type="checkbox"/> 台湾  | <input type="checkbox"/> 其他地区 |
| <input type="checkbox"/> 四川 | <input type="checkbox"/> 重庆  | <input type="checkbox"/> 海南  |                               |
| <input type="checkbox"/> 安徽 | <input type="checkbox"/> 甘肃  | <input type="checkbox"/> 青海  |                               |

(3) 您的年龄：

- |                                  |                                  |                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 16 岁以下  | <input type="checkbox"/> 16~18 岁 | <input type="checkbox"/> 19~22 岁 | <input type="checkbox"/> 23~25 岁 |
| <input type="checkbox"/> 26~30 岁 | <input type="checkbox"/> 31~35 岁 | <input type="checkbox"/> 35 岁以上  |                                  |

(4) 您的职业：

- |                               |                                    |                                  |                                    |
|-------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 学生   | <input type="checkbox"/> 技术人员      | <input type="checkbox"/> 生产人员    | <input type="checkbox"/> 国家机关工作人员  |
| <input type="checkbox"/> IT 业 | <input type="checkbox"/> 商业        | <input type="checkbox"/> 服务人员    | <input type="checkbox"/> 企事业管理人员   |
| <input type="checkbox"/> 无业   | <input type="checkbox"/> 信息产业      | <input type="checkbox"/> 教育 / 传媒 | <input type="checkbox"/> 公共服务人员    |
| <input type="checkbox"/> 金融   | <input type="checkbox"/> 军人        | <input type="checkbox"/> 卫生医疗    | <input type="checkbox"/> 文艺 / 娱乐人员 |
| <input type="checkbox"/> 保险人员 | <input type="checkbox"/> 农林牧副渔工作人员 | <input type="checkbox"/> 其他人员    |                                    |

(5) 您在同时玩几款网络游戏：

- 1款            2款            3款            4款  
 5款            5款以上

(6) 您在玩游戏时的上网方式为:

- ADSL            电信宽带            拨号            无线上网  
 ISDN            网通宽带            长城宽带            铁通宽带

(7) 您每天玩几小时的网络游戏:

- 1小时以内    1~3小时            3~6小时  
 6~9小时    9~12小时        12小时以上

(8) 您每天在什么时间段玩网络游戏:

- 1~3点            3~5点            5~7点            7~9点  
 9~11点        11~13点        13~15点        15~17点  
 17~19点        19~21点        21~23点        23~次日1点

(9) 您能承受的每月玩网络游戏的支出为多少:

- 30元以内    31~50元        51~70元        71~90元  
 91~120元    121~150元    151~200元    200元以上

(10) 您一般在什么地点购买网络游戏点/月卡和网络游戏软件包:

- 网吧            书报摊            网上订购        软件专卖店  
 报亭            找朋友购买        其他方式购买

(11) 您最喜欢的网络游戏收费方式为:

- 点卡            包月卡            包周卡            包日卡  
 小时卡        包季卡            包年卡            其他方式

(12) 您是通过什么渠道了解网络游戏信息的:

- 专业游戏网站    官方网站            综合门户网站  
 朋友推荐        网吧                杂志介绍和广告  
 户外广告        论坛                报纸介绍和广告  
 地方性的公众媒体    通过其他方式了解

(13) 您最喜欢的网络游戏类型为:

- 单机游戏            网络游戏(如传奇)  
 联机游戏(如CS)    以上都喜欢

(14) 您在玩一款网络游戏时会持续多长时间:

- 半个月以内                       半个月 ~ 1 个月                       1 ~ 3 个月  
 3 个月 ~ 半年                       半年 ~ 1 年                       1 ~ 2 年  
 2 年以上

(15) 您上网玩游戏的主要地点为:

- 家中                                       网吧                                       单位  
 学校                                       其他地点

## 2. 用户行为部分

(1) 您对目前的网络游戏各项指标的满意程度:

- 宣传形象:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 游戏费用:  非常高     高     一般     不太高     低     很低  
 背景内容:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 游戏设定:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 官方网站:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 文明程度:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 游戏活动:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 连接速度:  非常好     好     一般     不太好     差     很差  
 客服质量:  非常好     好     一般     不太好     差     很差

(2) 您对代练的看法:  能接受     不能接受

(3) 您喜欢什么类型的网络游戏画面:

- 二维画面                       三维画面                       二维与三维的混合画面

(4) 您喜欢什么风格的网络游戏:

- 国产风格                       欧美风格                       韩国风格                       日本风格

(5) 您玩网络游戏的主要目的是:

- 纯粹娱乐                       交朋友                       消遣时间                       锻炼智力  
 在游戏中受人尊敬     从游戏中获得现实利益     其他目的

(6) 您在选择一款网络游戏时关注哪些因素:

- 游戏平衡性                       是否有外挂                       游戏故事性  
 免费期间                       连接速度                       人气  
 画面和音乐效果     操作难易程度                       客户服务  
 社会系统 (交易、行会、战争等)  
 交际系统 (聊天、组队、结婚等)  
 活动趣味性                       PK 设定                       其他因素

(7) 您选择离开一款网络游戏的原因:

- |   |                                 |                                      |
|---|---------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 收费太高           | <input type="checkbox"/> 朋友离开   | <input type="checkbox"/> 客户服务不好      |
| <input type="checkbox"/> 新游戏吸引          | <input type="checkbox"/> 消耗时间过多 | <input type="checkbox"/> 游戏更新慢       |
| <input type="checkbox"/> 亲人朋友反对         | <input type="checkbox"/> 转站     | <input type="checkbox"/> 外挂破坏公平性     |
| <input type="checkbox"/> 游戏安全(账号被盗、欺骗等) |                                 | <input type="checkbox"/> 更新破坏了游戏的平衡性 |
| <input type="checkbox"/> 其他因素           |                                 |                                      |

(8) 您不玩网络游戏的原因(非网络游戏玩家填写):

- |                                 |                               |                                 |
|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 没有上网设备 | <input type="checkbox"/> 费用高  | <input type="checkbox"/> 不感兴趣   |
| <input type="checkbox"/> 没时间    | <input type="checkbox"/> 不懂游戏 | <input type="checkbox"/> 亲人朋友反对 |

(9) 您在网络游戏中最喜欢做什么事:

- |  |                                   |                                     |
|--|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 认识新朋友         | <input type="checkbox"/> 做高手/侠客   | <input type="checkbox"/> 寻找/制造极品装备  |
| <input type="checkbox"/> 完成任务          | <input type="checkbox"/> 聊天       | <input type="checkbox"/> 尝试不同玩法     |
| <input type="checkbox"/> PK            | <input type="checkbox"/> 打探各种小道消息 | <input type="checkbox"/> 探索游戏中的未知领域 |
| <input type="checkbox"/> 建立帮派组织并进行帮派战争 |                                   | <input type="checkbox"/> 其他因素       |

(10) 您最喜欢的网络游戏类型是什么:

- |                                    |                                 |                                 |
|------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 角色扮演类型    | <input type="checkbox"/> 即时战略类型 | <input type="checkbox"/> 第一人称射击 |
| <input type="checkbox"/> 休闲对战(棋牌等) | <input type="checkbox"/> 体育竞技   | <input type="checkbox"/> 其他类型   |

(11) 你最喜欢什么类型的角色扮演类网络游戏:

- |                              |                               |                              |
|------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 武侠类 | <input type="checkbox"/> 卡通类  | <input type="checkbox"/> 奇幻类 |
| <input type="checkbox"/> 娱乐类 | <input type="checkbox"/> 其他类型 |                              |

(12) 您最喜欢什么类型的网络游戏背景音乐:

- |                               |                               |                              |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 流行音乐 | <input type="checkbox"/> 古典音乐 | <input type="checkbox"/> 爵士乐 |
| <input type="checkbox"/> 电子音乐 | <input type="checkbox"/> 民族音乐 | <input type="checkbox"/> 摇滚乐 |
| <input type="checkbox"/> 其他类型 |                               |                              |

(13) 您在玩网络游戏时一般选择什么类型的服务器:

- |                                   |                                    |                                   |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 地域上最近的   | <input type="checkbox"/> 人少速度快的    | <input type="checkbox"/> 朋友所在的服务器 |
| <input type="checkbox"/> 人气最旺的服务器 | <input type="checkbox"/> 名字最好听的服务器 | <input type="checkbox"/> 没有特别的选择  |

(14) 您最喜欢什么样的网络游戏活动:

- |                                 |                                 |                                |
|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 寻宝活动   | <input type="checkbox"/> 大型战争   | <input type="checkbox"/> GM 送礼 |
| <input type="checkbox"/> 比武大赛   | <input type="checkbox"/> 节假日庆祝  | <input type="checkbox"/> 玩家聚会  |
| <input type="checkbox"/> 网上婚礼   | <input type="checkbox"/> 作品评选   | <input type="checkbox"/> 免费送光盘 |
| <input type="checkbox"/> 玩家设计任务 | <input type="checkbox"/> 打探小道消息 | <input type="checkbox"/> 投稿    |

其他活动

(15) 您希望在未来一段时间内玩到的网络游戏类型:

- |                                |                              |                              |
|--------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 角色扮演类 | <input type="checkbox"/> 战略类 | <input type="checkbox"/> 射击类 |
| <input type="checkbox"/> 模拟类   | <input type="checkbox"/> 格斗类 | <input type="checkbox"/> 对战类 |
| <input type="checkbox"/> 养成类   | <input type="checkbox"/> 竞速类 | <input type="checkbox"/> 体育类 |

其他类型

(16) 您希望未来产生的网络游戏方式:

- |                                 |                                  |                                  |
|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 手机网络游戏 | <input type="checkbox"/> 掌上机网络游戏 | <input type="checkbox"/> 家用机网络游戏 |
| <input type="checkbox"/> 其他     |                                  |                                  |

(17) 您在玩网络游戏时希望得到什么帮助:

- |                               |                                 |                                |
|-------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 升级技巧 | <input type="checkbox"/> 任务秘笈   | <input type="checkbox"/> 老玩家帮忙 |
| <input type="checkbox"/> 游戏物价 | <input type="checkbox"/> 新手指引   | <input type="checkbox"/> 游戏地图  |
| <input type="checkbox"/> 收费情况 | <input type="checkbox"/> 下载更新地址 | <input type="checkbox"/> 其他    |

(18) 您最可能消费的游戏周边产品是什么:

- |                             |                               |                             |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 玩偶 | <input type="checkbox"/> 电影   | <input type="checkbox"/> 漫画 |
| <input type="checkbox"/> 服装 | <input type="checkbox"/> 相关饰品 | <input type="checkbox"/> 其他 |

(19) 您对游戏中物品及账号现金交易的态度是:

- |                             |                              |                              |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 同意 | <input type="checkbox"/> 不同意 | <input type="checkbox"/> 无所谓 |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|

(20) 您在游戏过程中是否有过物品或现金交易的情况:

- |                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 有 | <input type="checkbox"/> 没有 |
|----------------------------|-----------------------------|

在准备和制定了调查问卷后,通过各种媒体和网站配合活动宣传进行发布和汇总后形成调查报告。现在国内市场上比较正规和全面的网络游戏调查首推网络游戏门户网站17173每年一次的《中国网络游戏市场调查报告》,下面是2006年调查报告的节选内容。

(1) 调研数据显示,网络游戏玩家玩游戏的主要目的是交朋友,其比例为59.6%,其次是锻炼智力和纯粹娱乐,其比例分别为9.7%和7.5%。和2005年的调研数据相比,以纯粹娱乐为目的的用户比例明显减少,而期望通过网络游戏去交朋友的用户比例有大幅上升,网络游戏渐渐成为一种人际交往模式。

(2) 游戏操作难易度、游戏画面及音效是网络游戏玩家最看重的因素,其次是活动和客户服务,分别占9%和8%。

(3) 有66%的网络游戏玩家玩游戏的主要场所是家中,其次是学校和单位,其比例分别为15%和9%。

(4) 网络游戏玩家每天玩游戏所花费的平均时间为4.1小时,其中,每天花费1~3小时玩游戏的网络游戏玩家占45%。

(5) 网络游戏玩家玩游戏的主要时间段是下班或下课后的18~24点,其中20~22点是网络游戏玩家玩游戏相对比较集中的时间段。

(6) 网络游戏玩家对某款游戏的平均黏着度为7.9个月,和2005年的调研结果基本一致。

(7) 软件专卖店是网络游戏玩家购买游戏点卡的主要场所,其使用比例为51%,其次是书报摊和报亭,分别为15%和12%。

(8) 专业游戏网站是网络游戏玩家获取游戏信息的最主要途径,占43%,其次是论坛、杂志介绍和广告。从数据上可以看到,通过广告和一些产品活动相结合的推广方式已经被越来越多的游戏玩家认可,成为比较主流的玩家了解网络游戏信息的途径。近50%左右的网络游戏玩家认可网络游戏与其他产业产品的联合推广活动,并希望在今后这方面的合作能加强。

(9) 促使中国网络游戏用户离开某款网络游戏的最主要因素是亲人朋友的反对,占29%,其次的原因是转站和游戏安全。

(10) 网络游戏玩家周边朋友不玩网络游戏的主要原因是无兴趣,其次是不懂网络游戏和亲人朋友的反对。

(11) 网络游戏玩家玩游戏的主要上网方式是ADSL,占39.7%,其次是电信宽带和网通宽带,分别占25.4%和17.7%。

(12) 网络游戏玩家最喜欢的游戏类型是格斗游戏/射击类,占33.1%,其次是战略类和角色扮演类,分别占27%和18.3%。

(13) 网络游戏玩家最喜欢在游戏中做的事情是认识新朋友,其次是寻找极品/制造极品和完成任务,数据基本和2005年调研结果一致。

(14) 网络游戏玩家最喜欢选择离所处地方最近的服务器,其次是选择人少速度快的服务器和新设立的服务器,选择朋友所在服务器的比例明显比2005年调研减少。

(15) 网络游戏玩家最喜欢在游戏中进行网上婚礼,其次是喜欢免费赠送测试光盘和玩家设计任务。

(16) 用户最常下载休闲类手机游戏,占51.9%,占绝对的优势,其次是体育类和动作类,分别占8.4%和8%。

(17) 网络游戏玩家获取手机游戏信息的主要途径是移动百宝箱,其次是SP供应商。

(18) 网络游戏玩家主要使用Nokia手机玩游戏,其次是多普达和三星。

(19) 在本届调研中,网络游戏玩家不接受代练的比例高于上一届。大部分网络游

戏用户接受 10~300 元的月均代练支出。

(20) 目前,网络游戏玩家每月的平均游戏费用(含上网费)为 205 元,其中,每月平均花费 81~120 元的网络游戏玩家比例相对比较高。

(21) 网络游戏玩家可以接受的每月游戏费用远低于目前每月实际消费的费用,网络游戏玩家可以接受的每月游戏费用平均为 87 元,其中,心理价位在 20~50 元的用户比例最高,占 29.1%。

(22) 网络游戏玩家最喜欢的收费方式是点卡,占 37.7%,其次是道具收费和包月卡。

(23) 有 48.1% 的网络游戏玩家玩游戏费用主要来源于个人收入,有 26.6% 的玩家玩游戏费用则来源于家长供给。

(24) 网络游戏玩家中,在游戏中发生过物品或现金交易的玩家占 83.7%,其中主要在 500 元以下。用户可接受的物品或现金交易金额高于目前客户发生过的费用。

(25) 有 47% 的网络游戏玩家表示,有可能为游戏攻略消费,其次促使网络游戏玩家消费的网络游戏产品则是电影和服装。

(26) 网络游戏市场中,市场占有率最高的 3 个网络游戏分别是《热血传奇》《魔兽世界》和《热血江湖》。

(27) 国内最受欢迎的 3D 网络游戏是《魔兽世界》,其次是《热血江湖》和《完美世界》。

(28) 最受欢迎的 2D 网络游戏是《热血传奇》和《QQ 幻想》,其次是《梦幻西游》。

(29) 在音乐、音效方面最受欢迎的网络游戏是《魔兽世界》,其次是《QQ 幻想》和《武林外传》。

(30) 国内客户服务最佳的网络游戏运营商为九城,其次是完美时空和盛大网络。

(31) 国内反外挂前十名网络游戏中,最强的是《魔兽世界》,其次是《梦幻西游》和《QQ 幻想》。

(32) 国内画面质量最受网民欢迎的网络游戏是《魔兽世界》,其次是《QQ 幻想》和《完美世界》。

(33) 在 2006 年度最受期待的网络游戏调查中,《大航海时代 OL》的比例高居榜首,其次是《天龙八部》和《奇迹世界》。

(34) 国内网络游戏玩家中,在读学生占 15.3%,无收入玩家占 6%,其余 78.7% 的有收入玩家的平均个人月收入为 1683.7 元。

(35) 国内网络游戏玩家男女比例接近 5 : 5。

(36) 网络游戏玩家在游戏里的男女比例是 55.7 : 44.3,男性的比例高于网络游戏用户的实际男性比例,有很多女性网络游戏玩家在游戏中喜欢以男性身份玩游戏。

(37) 就国内网络游戏玩家的地区分布而言,北京市的玩家比例最高,占22.35%,其次是天津和浙江,分别占10.6%和8.1%。

(38) 国内网络游戏玩家的平均年龄为23.6岁,其中,19~25岁的玩家占50%左右。

(39) 在网络游戏玩家群体中,学历阶层的比例差别不大,大专及本科学历的玩家稍微居多。

(40) 调研数据显示,网络游戏用户的网龄主要分布为1~5年,其中,3~5年的比例稍高,而游戏用户的网龄最明显分布为1~3年。

## 2.6 游戏性

“游戏性”,英文译为GamePlay,在游戏设计中它是一个十分重要的名词。设计师普遍认为游戏性是游戏的最重要属性,是决定游戏成功的关键。但它也是一个容易引起争议的名词。

在设计理论中,对于游戏性的定义及其包含的要素一直众说纷纭,没有定论。这就出现了一个尴尬的局面——虽然游戏性对于游戏的成败是如此重要,但大家却说不清楚游戏性是什么,也没有很好的方法来保证游戏性的成功实现。

当然,由于游戏性就和艺术家的知觉一样,在一定层面上只可意会而不能言传,才使游戏设计显得更有挑战性。这就如同你去问一个著名的画家怎么才能画出不朽的杰作,或者什么才能称得上是不朽的杰作,他肯定也说不清楚。

的确,游戏性和游戏设计在一定程度上取决于直觉和经验,但作为专业的游戏设计师,我们对于游戏和游戏性的探讨不能停留在直觉阶段而止步不前。本节所要探讨的就是如何定义游戏性,如何从多方面、多角度了解它,从而进一步采用更成熟和更正规的方法去改进游戏性。

### 2.6.1 游戏性的定义

电子游戏从诞生至今已有几十年的时间,在各种平台上的游戏数以万计,类型也逐渐趋向统一,相应地,游戏的评价标准也正变得更加明确。通常,游戏通过剧情、画面、音乐音效、游戏性等各种要素来展现游戏的优劣。剧情、画面、音乐音效等要素的评价标准可以借鉴已有的文艺形式,已经相当成熟,唯有“游戏性”没有确切的概念和明确的评价标准。但游戏性却在游戏中起着重要的作用。

关于“游戏性”概念的定义有以下表述。

游戏性是由互动性以及系统、操作、AI等的总和而表现的游戏乐趣,但它绝不是

游戏内容的简单堆砌。游戏性是使人沉迷期间的吸引力，是游戏的本质与灵魂，其他内容都围绕它而形成。

归根结底，游戏性就是指玩家在玩游戏时由人类最简单的心理层面而生成的原始快感。这种快感就是玩家玩游戏的主要动力，是从游戏中获得的快乐。可以把它分为3种，即爽快感、成就感、融入感。爽快感、成就感、融入感——这是一组明确的、能够大致量化的名词，也可以作为对于“游戏性”的定义。

下面将分别讲述这几种感觉在游戏中的表现和对玩家的影响。

### 2.6.2 爽快感

设想一个场景，某游戏店里，几个伙计和玩家正在玩一款赛车游戏。屏幕上的速度显示已经超过了2000km/h，正在玩的人紧咬牙关，连身子都在左摇右摆，似乎想竭力避过扑面而来的车辆和墙壁；周围观看的人则不停赞叹：“哇——好快！太爽了！”该游戏界面如图2-12所示。



图 2-12

游戏中的“爽快感”就是要让玩家体会到这种紧张刺激、酣畅淋漓的感觉，比如在上述的赛车游戏中极高速下风驰电掣的感受，或者ACT（格斗游戏）里面用连招和必杀技干净利落地打倒一大群敌手的时候，那种感受都属于“爽快感”，爽快感往往是和“高速”“暴力”等行为相联系的。

早期游戏由于机能限制，爽快感很难发挥。到了20世纪80年代中期，世嘉凭借当时街机游戏主板的发展壮大，在Out Runners、Space Harrier等游戏中将爽快感发挥得淋漓尽致，世嘉游戏的风格也因此趋向定型。家用机方面，FC游戏能够体现爽快感的不多；MD由于继承了世嘉街机游戏的衣钵，将爽快感几乎原汁原味地再现在电视机上，成为

与FC竞争的法宝，也标志着爽快感成为家用游戏吸引人的关键要素之一。

到了如今的PS4/5时代，在很多游戏中，特别是对暴力和高速情有独钟的美式游戏中，爽快感得到了淋漓尽致的发挥，如《GTA5》中用各种手段对付敌手以及《毁灭全明星》中那极具视觉冲击力的碰撞特效及音效，足以令玩家每个毛孔都兴奋得张开。

爽快感的设计风格还体现在大部分的格斗游戏中使用的连击技，某些游戏已经可以实现连续16次攻击。同时很多RPG(角色扮演类)游戏中也继承了此类设计，如著名的《鬼泣》系列等，达到了强化战斗乐趣的效果，如图2-13所示。



图 2-13

不过，仅有爽快感一种乐趣和让人“过把瘾就死”的游戏会让人感觉越玩越枯燥——事实上不少美版动作游戏正是如此。这样的游戏，其游戏性显然还不够。

### 2.6.3 成就感

玩过《神庙逃亡》《天天酷跑》等游戏的玩家都有这样的体会：游戏到了后期，最大的乐趣除了攻城战等双方对战之外，就是穿着一身显眼的极品装备，拿着一个服务器里都屈指可数的超级武器到处走动，以引来许多的目光和赞叹声。为什么游戏要进行这种设置呢？因为这样的“时装秀”能给人以极大的成就感，如图2-14所示。



图 2-14

成就可以通俗地解释为“胜人一筹”，成就感就是让玩家在游戏中体会到这种“胜人一筹”的感觉。大多数人都有超过他人、成就大事的愿望，但同样地，大多数人很难在现实中实现这一点。让人们在游戏中能够实现这一点——这就是游戏中成就感的意义。着重体现成就感的游戏可以分为以下3类。

第一类游戏的典型代表是《挖金块》《福尔摩斯探案》等益智、侦探推理类的游戏。它们并不强调操作，玩家必须通过观察和思考来破解游戏中的一个个谜题，以进入下一关，在这一过程中会成就感十足：“我真厉害，这都被我想出来了。”这类游戏登峰造极的作品当推PC和手机上广为流传的《推箱子》等，如图2-15所示。



图 2-15

第二类游戏非常强调操作性，希望玩家能做出精妙的、人所不能的操作，从而体会到成就感，这种类型的典型代表是《雷电》《1945》《斑鸠》等子弹满天飞的射击游戏，如图2-16所示。在枪林弹雨中品尝左躲右闪，看着旁边观战的同学目瞪口呆的神情，自己则志得意满有种不可一世的感觉。此外，很多格斗游戏、赛车游戏也是以强调精妙的操作为主，那种借助娴熟技巧打败所有对手，取得第一名的成就感是非常强的。



图 2-16

第三类则主要体现在 RPG 和 SLG 等类型游戏中。在 RPG 游戏里，玩家经过长时间的锻炼，属性数值得以提高，甚至借助转职而在能力上获得了质的飞跃，原先不可一世的怪物甚至 BOSS 都成了可以随意击败的宵小；或者在像《模拟城市》一样的 SLG 类型游戏中，花了十几个甚至几十个小时建造起来的城市、游乐场、医院，看着里面人山人海、车辆川流不息的一派繁荣景象，自会有一种由衷的满足感，如图 2-17 所示。事实上，成就感正是当前角色扮演游戏和模拟经营游戏的灵魂所在。



图 2-17

通过考察这 3 类游戏，就会发现游戏玩家在游戏进行过程中，心理上都经历了一个“压抑→释放”的过程。压抑得越深，释放的力量就越强，玩家获得的满足感和成就感也就越大。所以，很多 MMORPG 玩家愿意花费数十小时甚至上百小时苦苦练级，为的就是享受“轻松战胜终极怪物”的成就感；也有很多玩家愿意花费无数金钱在街机厅苦练《VR 特警》《街霸》等，目的也是能够打败这个街机厅中的所有对手而获得一种胜利的成就感。

目前，在大量 MMORPG 游戏中，人们对成就感近乎变态的追求，很大程度上是和玩家们在现实生活中的不如意分不开的。灰心丧气之下，宁可一头扎入游戏世界中，至少在这个世界里，无论是街机厅的苦练还是网络 RPG 中的杀怪，都能做到“有多少付出就有多少回报”，而且可以从排名上或者数值上清清楚楚地看到自己的进步有多少。如此一来，难怪有人甘愿沉迷虚拟世界，做其中的霸者了。实质上，其中隐含了逃避现实的意思。这种生活态度不是游戏设计师所提倡的，因为游戏不能替代现实生活。

#### 2.6.4 融入感

在 20 世纪 70 年代末到 80 年代初，计算机图形功能还很弱的时候，有些 RPG 或者 AVG 类型的游戏，比如最著名的探险游戏《巨穴》，是以纯文字的方式来运行的。屏

幕上没有任何场景、角色、图形界面,有的只是一些不断滚动的文字。例如,“你来到一个地窖,地面上铺着石砖,非常潮湿,长着青苔。屋顶在滴水;墙角堆放着几个酒桶”。这样的游戏需要玩家发挥自己的想象力,在大脑中构思出游戏中所描述的世界。一旦玩家能够做到这一点,他往往会全身心地沉迷于游戏世界中,将自己融入游戏中的主角身上,认为自己就是游戏的主角,去探索那一个个未知的区域、斩妖除魔、建功立业——这就是融入感的来源。

换句话说,“融入感”就是对于游戏构建的虚拟世界的认同感和投入感。时至今日,随着游戏技术水平的飞跃,精美绝伦的3D画面、动听的音乐音效把开发人员想要表现的虚拟世界直观地展现了出来。玩家对当前游戏融入感的体现主要有以下两种。

(1) 在单机RPG或者AVG中,玩家一般通过剧情、场景、CG动画来获得游戏的第一印象,再随着主角的经历,逐步把自己融入游戏环境中;包括自然环境以及和游戏中NPC角色之间交流的人文环境。不过,随着计算机硬件技术的快速发展,许多超级真实的环境效果已经在游戏中直接体现,这种情况就是“环境的融入”,如图2-18所示。



图 2-18

(2) 在单机游戏中,游戏构建的虚拟世界有一定的范围,那就是游戏开发者规定的范围。角色只有这么多,说的话只有这么几句,动作也只有几个,还都是按照设定不断重复,这样很容易令玩家产生厌烦,融入感随之减少。但如果是一款MMORPG游戏,情况就截然不同。MMORPG中碰到的绝大多数角色都是真实的玩家,发生的交流多数是和真实玩家的交流:买卖、组队、聊天,不会有单机游戏中那种重复和厌烦产生。换句话说,玩家碰到的是一个“真实的社区”,玩家很容易认同这样的社会,从而潜意识中认为自己控制的那个角色也就是“自己”,继而把这个自己融入网络游戏的社会中,在那里生活。这种情况可以称为“社会融入感”。

现在网络游戏正逐步占有更大的游戏市场份额,分析其原因,融入感可说是关键因

素之一：首先，游戏中展现的奇异世界如此吸引人，使玩家忍不住想去亲自看个究竟；其次，现代人社会交往的愿望日益强烈，然而多数人每天碰到的人仅限于周围的几个同学、同事、家人，社交范围随着年龄增长反倒越来越狭窄。网络游戏恰恰提供了一个无边际的社交场合，无须踏出家门，便可以 and 天南海北的朋友交往，正中人们下怀。再加上前面所述的在网络游戏中刻意强调的“成就感”，网络游戏短短两三年间能红遍世界，也就不足为怪了。

### 2.6.5 游戏性的融合

目前的游戏中，游戏类型的融合趋势越来越明显，在 RPG 游戏里融合养成或经营游戏的要素已经非常普遍，如《轩辕剑 4：苍之涛》的天书世界系统。

类型的融合源于游戏性的融合。目前的玩家已经不太满足于单一的游戏乐趣，他们希望在畅快淋漓的同时体验到成就的乐趣，或者一面看着主角成长，一面在游戏的社会中相互交流，于是三大游戏性要素的融合也就应运而生了。

下面对几个典型游戏进行大致的量化分析（分值为 1 ~ 5 分，1 分最低，5 分最高），它们给玩家的感觉如表 2-1 所示。

表 2-1

游戏名称	爽快感 / 分	成就感 / 分	融入感 / 分
《反恐精英》	5	4	2
《魔兽世界》	2	3	5
《极品飞车》	5	4	4
《最终幻想 X》	2	5	4
《无尽的任务》（Ever Quest）	1	3	5

《反恐精英》就是以爽快感及成就感来吸引玩家的，其中充满了酣畅淋漓的战斗、获得胜利的喜悦。相比之下，这款游戏并没有着重营造融入感，它的画面除了达到基本的美观外，并无更加细致的修饰。因为在激烈的战斗中，几乎没有人会十分在意游戏内容及环境的细节。同样，《极品飞车》也是以爽快感为主，但它同时也十分注重对游戏画面的打造，强调融入感。在《极品飞车：地下狂飙》中，美轮美奂、流光溢彩的城市夜景更加衬托了地下飙车的氛围。而对于《魔兽世界》与《无尽的任务》这样的网络游戏，显然它们首先要营造的就是一个逼真的虚拟世界，让玩家在这个龙与魔法并存的世界里享受冒险的乐趣。

可见目前的游戏里，无论是单机游戏还是网络游戏，也无论是美式游戏还是日式游戏，仅具备单一游戏性的几乎绝迹，游戏性的融合已经成为主流。可以肯定这个趋势还将继续发展下去。《代号：诸神黄昏》就是融合了角色扮演与即时战斗类型的经典游戏，如图 2-19 所示。



图 2-19

## 2.7 外挂 VS 游戏性

不同地区的游戏产业都有其各自的特点，但是网络游戏的火爆无疑成为国内市场的最显著特点。而伴随着每一款网络游戏发展的同时，还有层出不穷的外挂。考虑外挂对游戏的影响，在设计的层面上就考虑了防止外挂的产生，这也是游戏设计师需要深思的。

外挂是指玩家在游戏中额外开启的一种游戏附加程序，该程序可以改变游戏的实际效果甚至画面，有的甚至可以影响到游戏的平衡性，使玩家在游戏中失去公平。

当前不少国内运营的韩式 MMORPG 外挂程序盛行，从比较简单的自动打怪、增加功能到几乎可以当作完整客户端程序的外挂都有。游戏运营公司当然也加大了打击力度，但是外挂仍屡禁不止，有不少玩家因为游戏中外挂盛行而离开了游戏。因此，基于三大游戏性我们来分析一下网络 RPG 中外挂程序的影响。

如前文所述，网络 RPG 的爽快感一般是次要的。大多数制作公司都把精力放在“成就感”和“融入感”的实现上，具体来说，前者的实现主要依靠漫长的升级和转职系统，可以成长的角色属性和技能、稀有装备、PK 制度；后者主要依靠场景和角色造型的雕刻细琢，完善的聊天、社区、工会制度等，而外挂也正是在这些方面对游戏造成了破坏。仙境游戏的外挂界面如图 2-20 所示。

成就感的前提之一是公正。有多少付出就有多少回报，但外挂使用者不需付出太多精力，回报却非常丰厚。同样起步的两个玩家，用外挂者升级速度远远快于不用外挂者，

稀有装备也早早地穿到了身上，对战起来更是占尽优势。这样只会让不用外挂的玩家感到恼火，于是成就感受到严重打击。

另外，人和人的互动，相互协助、聊天交流等是网络游戏融入感的源泉。但当某个玩家发现，周围所有人几乎都是外挂控制的“机器人”，非但不会在自己碰到困难时施以援手，反倒会跟自己抢道具，想跟他们聊天，发过去的消息一般是泥牛入海。那种网络游戏特有的相互关心、相互帮助的温情氛围和虚拟的网络社会的感觉就荡然无存，玩家早已火冒三丈，还谈什么“社区的融入”。

如此一来，网络游戏两大吸引人的亮点——成就感和融入感都遭到了破坏，网络游戏的乐趣自然一落千丈，玩家纷纷离开也就不足为怪了。玩家的离开必然造成产品的失败，很多设计师已经从设计角度开始思考反外挂问题。



图 2-20

## 本章小结

本章讨论了玩家的类别，并分析了玩家对游戏的期望及他们能获得的乐趣。在此基础上提出了游戏性的概念，游戏性是玩家乐趣与期望的统一，是吸引玩家获得游戏成功的关键。本章还讨论了网络游戏外挂对游戏性的破坏作用，希望引起新设计师们的重视。

## 本章习题

2-1 如何解释《泡泡堂》等休闲游戏的在线游戏人数往往超过了大型的MMORPG？从中能得到什么启示？

2-2 Windows 中的两个小游戏《扫雷》和《纸牌》也有很多忠实玩家，这两个游戏中有什么样的乐趣？

2-3 玩家对游戏有什么样的期望？

2-4 游戏性是没有严格定义的，你所理解的游戏性是什么？

2-5 简述外挂程序对网络游戏的影响。你是怎么看待这个问题的？