

# 游戏《鹿伏》研究与运营\*

杜 澳

(武汉工程大学邮电与信息工程学院, 湖北 武汉 430073)

**摘 要:** 2022年游戏行业在诸多维度领域都呈现出了持续创新的发展态势, 游戏《鹿伏》也顺应游戏行业发展的洪流逐步开始研发。游戏《鹿伏》是一款在研的单机卡牌游戏, 游戏采用新一代游戏引擎unity搭建, 目前项目研发工作已经完结, 正在研究与平台方合作的推广宣发方案, 拟定采取平台用户推广引流、游戏付费道具礼包的精准推送与植入广告运营模式。此外, 后续游戏研发重点将侧重于放在游戏内容补充包, 以此进行游戏内容的周期维护及更新。

**关键词:** 游戏行业 游戏研发 单机卡牌游戏

**DOI:** 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.25.55

## 一、全球游戏市场环境分析

2021年的国内游戏行业总收入将有望超过1521元, 与年比上升约9.6%。总之, 目前国内卡牌游戏行业已呈现出亚美欧三足鼎立、国内移动游戏企业占优、国家大厂独占的竞争局面。



图1 2021年全球游戏市场收入区域占比

(数据来源: Newzoo. Newzoo Global Games Market Report 2021)

从全球游戏市场的格局来看, 集中度也很高(如图1), 游戏市场前几的国家收入占全球游戏收入的百分之七十六以上。从全球游戏市场终端设备类型的总体结构来看, 移动游戏(手机、掌机)市场自2016年超过PC游戏之后连年稳居第一, 随着多平台和跨平台运营的优质内容、新媒体技术(云游戏)和5G通信传输技术的应用发展及推广, 未来这一规模仍会继续扩大; 便携游戏主机“任天堂Switch”的成功问世和整体市场朝向“游戏即服务”商业模式转变, 将推进主机市场(主机游戏及配套硬件)的进一步复苏(如图2)。

反观PC游戏领域在近些年发展情况却并不乐观, 既

没有手机游戏的平台便捷, 也缺乏主机玩家能够提供影院级别的视觉与超凡脱俗的游戏感受。想要挽回现在不断衰弱的市场, 还需要从产品设计能力、玩法创新、整体体验等方面精耕细作, 着重从年轻消费者的培养, 并强调产品精品化的差异化策略。

总体而言, 国内外卡牌游戏市场不论是分销平台、组织类型或商业模式等都在适应市场的不断升级, 加之受新媒体等技术科技进步与多渠道全球化发展的共同影响, 卡牌游戏行业在诸多维度领域都呈现出了持续创新的发展态势, 诸如IP(影视、游戏)化促进各行业的高度融合并向纵向发展, 电子竞技和互联网直播等直接或间接地促进了卡牌游戏服务内容产业链的延伸, 手机游戏领域的卡牌游戏服务重度化程度提升, 以及云网游、虚拟现实等创新网游类型的同步发展等。

## 二、国内卡牌游戏市场环境分析

从游戏行业整体来看, 国内卡牌游戏市场属于一种相对宽松的环境, 其主流设备的采用主要是PC端以及移动端, 对于人口众多的国内来说, 玩家的基数自然是少不了的, 与此同时, 玩家的付费转化率相对较高, 重度玩家的黏性比较高, 卡牌玩家主要集中的热门领域有动作类、战术类、竞技类、还有PRG, 在国内卡牌游戏市场如此繁荣的同时, 国内卡牌游戏“走出去”却面临着一定的挑战<sup>[1]</sup>。

在对国内卡牌游戏市场进行分析时, 主要考虑手机游戏市场、PC单机游戏市场以及国内卡牌游戏出版市场。

在移动游戏市场方面, 较早前国内境内移动游戏行业

\* 项目名称: 2020年省级大学生创业训练项目《游戏<鹿伏>的研究与运营》(项目编号: S202013239007X) 结项成果。武汉工程大学邮电与信息工程学院大学生创新创业项目资助。

最重要的互联网运营方为国内移动和国内联通，其手机游戏下载服务由“百宝箱”（国内移动推出）和“神奇宝典”（国内联通推出）运作。百宝箱游戏在2004年开始运营并收费，经过了一年多的运营时间，游戏的内容数量已扩大到1500+，投入经营的服务型厂商七十多家、研发企业上百家。联通的百宝箱业务服务，通过将SP和国内移动的部分份额分成，以后由SP再和CP进行分成或购买游戏产品。

在国内卡牌游戏发行渠道方面，国内卡牌游戏产业链的中心力量包括：卡牌游戏研发团队、卡牌游戏运营团队、游戏渠道方、电信网络运营商，以及消费者等。卡牌游戏运营商主要是面向上游开发者、上下游的营销企业、通信运营商以及消费者等，是整个产业链体系的重要基础。而伴随着网游规模化的不断增长，经营卡牌游戏的行业也得到了很大的业务增长空间，特别是在电信通信业、IT产业会受惠多多。

### 三、游戏思路及盈利模式研究

《鹿伏》不仅是一款角色扮演类游戏，也是一款卡牌对战类游戏。主要玩法是回合制卡牌+卡牌养成；游戏剧情是以“鹿伏”为核心脉络来叙述故事。此外，自研独创的剧情卡系统等都成为游戏的亮点（为了帮助大学生劳逸结合，控制游玩时间，我们的游戏还会针对校园玩家推广限时玩法）。

游戏行业的盈利付费模式一般有三种：时间付费方式、道具的增值业务模式、卡牌游戏的植入广告。

时间付费方式即用户注册网络游戏后根据玩家游玩网络游戏的时长收取，这是在当时网络游戏兴起时期广泛使用的收取方式。包年（月卡）收费是时间付费方式的演化形式，这也是其中一个最常见的收费方式，和自然时间收费并行，规则为：给用户以小时为单位的游玩时间，而在年卡生效期内用户即可不限时的游玩，而此种计时模式也是根据自然时间进行，包括了用户的线下时间。时间付费方式下的网游，通常玩家的能力都与时间相关，既可以极大地保证了玩家的时间平衡性，又可以将用户的网游时间划分得更加细致、灵活，减轻游戏对玩家造成的负担。这样的游戏支付方式对于网络游戏中的用户吸引力很大，但是这种方式的弊端就是增加了用户消费的门槛，用户在不知道游戏可玩性和内容能否满足他们需要的情况下通常会拒绝接受支付，所以按时间付费方式下的网游需要拥有足够良好的游戏质量和用户口碑才能留住用户<sup>[1]</sup>。

道具的增值业务模式，是使用人民币换取游戏代币，并在网游内建立了使用代币消费的商城，并销售这些虚拟道具，玩家可利用这种虚拟道具增强人物在网游内的战斗

力，促进玩家在网游内的游玩体验。

道具消费方式是当前中国网游领域主要的运营模式。因为在该方式引入的早期，道具消费方式往往被经营者冠以“免费游戏”的名号来招揽客户，所以，当前游戏行业中早已将“道具收费方式”和“免费游戏”画上了等号，只不过此处的豁免，是相比于“时间模式”中的硬性费用，是指玩家不需要为“玩”这个参与活动付钱，而在网络游戏商城中的虚拟装备等其他业务，也是必须购买的。

道具收费模式从优势上来看，道具和增值业务模式的绑定极大地降低了目标玩家使用的准入门槛，从而可以吸引到更多的非目标玩家用户进入其中，而与此同时玩家也可以通过消费实现预见玩家的角色实力增强，迎合付费玩家们消费要求，极大程度提升游戏营收。不过，也正是由于道具和增值业务捆绑的商业模式同时具有上述优点，也就造成了部分的网络游戏开发与经营企业为获得更大收益而不顾及游戏内容的平衡性，投放过多的增值道具大量出现在网络游戏中，久而久之导致了网游用户对这种商业模式的强烈抵触情绪，网游本身的产品生命周期也被大大缩减。

卡牌游戏的植入广告即IGA，这种模式在当下的免费单机游戏中也屡见不鲜，利用单机和网游的载体进行广告投放与宣传活动，把产品销售信息种植到卡牌游戏画面场景、道具获取、相关活动等相关内容中，以实现在玩家打游戏的时候起到宣传推广的功效，这种新颖的盈利模式逐渐获得市场青睐<sup>[2]</sup>。

目前，《鹿伏》游戏的主要盈利方拟采用以下方法进行宣传：放置于厂商特征产品类似或同名的宣传道具，在游戏画面内设置广告牌，以及在游戏内明显区域的公共平台上发布宣传。与广告商共同进行的游戏内主题活动，制作并发行与厂商有关的游戏周边等。

### 四、制作过程介绍

游戏《鹿伏》的设计制作设计多方面因素，主要有美术设计、音乐制作、游戏剧本、场景设计、功能布局以及后台支持六个部分构成。

制作过程《伏鹿》的研发经历了想法缘起、环境分析、项目论证、剧本设计、游戏因素设定以及后期电脑技术制作与服务器平台的搭建，是一个过程缜密，思路清晰，结构严谨的制作过程。

在想法初期中，由《梨园梦》受到启发，构思出了主角被村长收养长大，成人礼时森林之源被黑衣人窃取，村长为掩护主角牺牲，主角遇到神鹿，穿越回以前寻找真相。

这样一个情节，并以此为主线对主角与其他相关任务的行动展开了思索。

游戏《鹿伏》项目主要研究方向有两个关键困难，在盲目玩法确认后开始着手分析和解决：首先，游戏如何满足现代玩家的需求。其次，游戏的虚拟道具如何带动实体行业发展。

环境分析方面，本项目考虑了中外游戏市场环境的发展态势，希望找到适合本项目发展的环境。

项目论证方面，通过与相关领域的老师学习沟通，在项目的可行性与收益性方面做出了相关的论断，帮助《鹿伏》开发宣示。

项目可行性通过之后，还进行了剧本设计、游戏因素设定以及后期电脑支撑等方面的努力，团队成因各司其职，促成了《鹿伏》的产生和发展。

在市场初步实验过程中，市场对于画质、剧情、游戏体验等方面均给出了较好的评价，市场反馈良好，但是对于人物形象无法细致立体地表现出来、音乐氛围感不强、偶尔出现系统漏洞情况等问题提出了评判<sup>[4]</sup>。

在初步得到市场得到反馈之后，团队工作室对人物形象进行了细致地描绘，将人物气质形象表现得淋漓尽致，在2D表现技术上更是实现了突破。

音乐改进方面，团队结合典籍渊源与现代音乐元素进行了设计调整。

系统漏洞方面，主要是系统后台支持人员加强了《鹿伏》各个环境的系统检测与补丁修复。

游戏《鹿伏》项目主要研究方向仍有两个关键困难。

一是游戏如何满足现代玩家的需求。

二是游戏的虚拟道具如何带动实体行业发展。

拟解决问题方案为以下几点。

第一，不断学习更多游戏策划相关的知识；积极向玩家群体讨论交流；在游戏制作的不同阶段，邀请不同类型玩家体验游玩，再收集相关问题进行整改；游戏本体的定价将考虑到研发的投入，最终进行调整；游戏的内容将多次打磨，不断调试后，然后再提供给广大玩家；游戏未来上线后我们将继续维护，内容上不断推陈出新，听取广大玩家的意见并及时做出整改。

第二，我们计划将合作方（电商、实体店）合作的实体商品进行复刻到游戏中去，物品的交易将在游戏内完成，玩家将收到合作方提供的实体。无论玩家是出于何种目的去购买游戏内的虚拟道具，都能带动线上线下的实体物品交易。

## 五、商业化及成果展示

### （一）商业化运营方式选择

游戏《鹿伏》以原创新型的营销策略为目的，开拓游戏营销的新兴市场，深化与游戏平台合作。

游戏《鹿伏》后续将以周期性游戏内容补充包的方式进行更新，以此巩固和吸引新的玩家用户。

付费道具购买与广告植入的方式，精准推送付费礼包，隐蔽式的消费模式，增加玩家的黏性和流量广告利润，带动玩家消费并获得良好的游戏体验。

基于“互联网+”概念，主要以线上方式推广销售。与卡牌游戏平台进行合作：游戏中虚拟道具需要玩家到指定平台购买获得，帮其引流，我们再从其中获得分成。

未来游戏《鹿伏》的运营将利用互联网打通线上线下跨界互动（电商、校园）、建立生态圈、模式转型升级和盈利倍增。推动“互联网+”概念，进行线上、线下混合式推广销售。运用新的商业模式和营销策略，使受众群体享受到多业态聚合、多维度消费、立体式体验。

### （二）游戏界面成果展示（如图3-图5）



图3 游戏封面 图4 游戏主界面 图5 战斗内界面

## 六、结语

在经过环境分析、营销策略分析、开发过程、市场反应与调整等一系列程序之后，本团队将《鹿伏》更好地进行了完善，吸引了一定的玩家流量，为后续的游戏发展奠定了基础。

《鹿伏》这样一个创新创业游戏项目具有良好的推广性与适应性，社会效益与经济效益都比较好，促进了国内游戏行业的创新发展。

## 参考文献

- [1]任亨日.卡牌游戏产业链与商业模式分析[J].上海管理科学,2004(01):53-54.
- [2].陈峰.国内卡牌游戏内置广告行业发展研究[D].厦门:厦门大学,2009.
- [3]张园浩,刘宇,王喆.国内卡牌游戏产业发展现状及其经济分析[J].农业网络信息,2006(04):60-62.
- [4][美]Wendy Despain.游戏设计的100个原理[M].肖心怡,译.北京:人民邮电出版社,2015.