

<<游戏经济>>

图书基本信息

书名：<<游戏经济>>

13位ISBN编号：9787121170393

10位ISBN编号：7121170396

出版时间：2012-6

出版时间：电子工业出版社

作者：乔·拉多夫

页数：320

字数：353000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<游戏经济>>

前言

设想你拥有一种神秘的力量，它可以彻底改变业务运作的方式。有这种力量助阵，你会赢得更多顾客，并让他们对你忠心耿耿。更多有识之士也会聚集在你的麾下。这会对你的生活产生何种影响？

我深知，无论何时只要你能给他人一种特殊的感觉，你就可以赢得他们的信任。我经常建议大家采用这种做法，它的确十分有效，因为需要被他人重视的感觉是人类生活的普遍规律。

顾客也是如此，他们希望感觉自身有价值。能够从你这里获得特殊感的顾客就会成为你的忠实粉丝，支持你的事业并帮助你吸引更多的顾客。

社交媒体领域的革命已经向世界显示其重要性。人们深切关注他人的所为所想——你可以将其称为为了提高社会地位而分享经历。每个人都乐意分享成功，在生活中面临艰难挑战时，也期望寻求安慰。

一款制作精良的游戏能使人们获得被关注的感觉，因为长久以来，出色的游戏都能深入人们心灵和思想深处。

以体育运动为例，当我1996年接手带领费城76人队时，他们只是垫底的。但凭借精准的洞察力，无限的激情和必胜的决心，我们在2001年成功打入NBA总冠军决赛。费城76人队开始赢球，也就意味着我们重新成为费城文化的重要部分，我们的粉丝也因有幸成为76人队传奇的参与者而获得特殊感。

这支球队日益火爆，球场观众也逐渐增多。费城76人队的成功源于我们让费城人体会到一种特殊感，使他们坚信他们骨子里流淌着胜者的血液，并且他们的梦想终将实现。

除了体育运动，任何类型的游戏都能够给人们相同的感受。游戏能够给人们带来奇妙的感觉。

游戏无所谓稀奇。人们自穴居时代以棍击石就开始玩游戏。但当游戏跻身于最新技术和商业新闻的前沿时，许多人似乎十分惊讶。回顾过去，对游戏在社交网络的风靡不应感到吃惊。社交网络这个人们迫切渴望与人交流并对周遭产生影响的场所是游戏发展的天然平台。

我可以引用另一个例子来说明游戏是怎样俘获玩家的。自从我在电影《铁血船长》里看到埃罗尔弗林的身影起，我便酷爱“海盗全盛时期”的海盗，包括他们的传奇、恃强凌弱、生活方式及历史。我收藏了大量关于海盗的稀有手工制品，例如，我拥有一面海盗骷髅旗（全世界只有两面）及现存唯一一个真正的海盗财宝箱，并在圣奥古斯汀开办博物馆，使这个充满魔力色彩的历史时代为其他人所熟知。

但阅读关于海盗的书籍、看相关电影及参观主题博物馆都不能尽兴，我希望人们可以真正尝试“海盗”的生活。

幸运的是，我结识了乔拉多夫，他对游戏和网络都相当精通。他公司的人来到费城，帮我实现为迅猛发展的社交媒体开发一款海盗游戏的梦想。我向他们解释我一直以来如何痴迷海盗、流浪故事和海盗传奇。但如果要开发一款游戏，这些对于他们来说还远远不够。

乔的团队想了解更多，并希望完全领会我的意图。当我和他们分享我童年的一个重要事件时，他们开始体会到我对于海盗的激情。我小时候在学校里由修女管教。她们试图用一把12英寸长的尺子打我手板来灭我的锐气。但她们不但没有降伏我，反倒刺激我造反。

<<游戏经济>>

我在那把用来镇压我个性的尺子上刻了一个骷髅头和交叉的股骨图形。

我现在仍然保存着这把尺子，就锁在保险箱里。

当我给乔恩讲起这段故事时，他也就明白了：追求自由的精神，反对权威，并且反抗条条框框。

我们的游戏也因此诞生了：《真正的海盗》。

无规则，无仁慈。

游戏涉及情感。

无论是体育运动、童年时期成为海盗的梦想还是能在亚马逊上写下具有竞争力评论的天赋——游戏就是讲述故事。

但游戏又不仅仅如此：它们能够俘获你，并将你带入故事。

游戏需要协作与竞争，团队合作与胜利，他人的认可与自身拥有值得炫耀的实力。

你捧在手上的是一本特殊的书。

它帮你发现顾客的故事并将之转化为商业优势。

如果你有足够胆识，也下定决心采用本书提到的秘密武器，你将踏上为顾客和合作伙伴创造独特体验的旅程。

开始进攻吧！

派特基洛斯 2011年1月 于宾夕法尼亚州维拉诺瓦

<<游戏经济>>

内容概要

社交媒体游戏以其富有曲折的故事情节、情感体验和互动性，令用户着迷，如果能把社交媒体游戏的机制运用于公司的业务活动，从而为客户、合作伙伴创造独特的体验，将为公司带来极大的收益。

本书分两部分：理解社交媒体游戏的机制和如何将该机制加以运用，告诉企业营销人员、产品设计师、网站设计师、管理者如何巧妙运用，利用社交媒体游戏的魔力推动业务增长。

本书独具创新性地将社交媒体游戏运用于公司业务活动，能帮助公司赢得更多客户，创造更多利润。书中包含大量实际游戏的讲解，方便理解和运用。

<<游戏经济>>

作者简介

作者:(美)拉多夫

<<游戏经济>>

书籍目录

上篇 理解社交游戏

第1章 本书“操作”手册

小测试：你是谁

性格测试的作用

第2章 游戏改变了商业格局

体验的影响力

大众传媒的发展

五千年游戏史的主流发展趋势

社交游戏对公司的业务意味着什么

第3章 开发社交媒体游戏

社交媒体游戏的开发是不同的

敏捷式开发

以玩家为中心的设计

第4章 用户就是玩家

用角色模型来描述用户

英雄之旅

每个人兴趣各不相同

社交游戏动机

案例分析：《万智牌》游戏

把动机转化为问题

网络身份和现实身份的差异

第5章 趣味工程学

贴纸从不过时的秘密

16种人类动机

信念与假象

把社会地位作为奖励

42种类型的乐趣

第6章 把工作变成享受

游戏怎样把平凡的任务变得让人上瘾

将日常活动游戏化的时机

理解现代游戏中的商业决策

严肃游戏的困境

社交媒体也是游戏

移动设备带来的乐趣

下篇 设计社交游戏

第7章 社交游戏的结构

理解社交游戏的生存环境

游戏玩家的3个阶段

在FACEBOOK上发掘玩家

玩家对游戏的参与与再参与

经济交易

社交游戏的商业转变

第8章 理解社交游戏的商业模式

从用户关注到赢利

休闲游戏与硬核游戏

<<游戏经济>>

赢利模式

社交游戏的商业测量

预测玩家的数量增长

对比检测

定性检测

第9章 利用故事理解设计目标

一千零一个设计

讲故事的技巧

玩家经历

创作用户故事

游戏中的故事的生成

第10章 创建具有吸引力的游戏系统

理解心流

设计进展系统

节奏

游戏设计技巧

第11章 设计游戏界面

通往游戏世界的大门

抽象的程度

魔法游戏界面

如何靠美吸引用户

细节：关于知觉

创建互动示意图

在界面中加入社交元素

第12章 设计虚拟商品

为什么人们愿意购买虚拟商品

谁在购买虚拟商品

人们在哪里购买虚拟商品

人们怎样支付虚拟商品的费用

虚拟商品的分类

虚拟经济的管理

虚拟商品的定价与促销

第13章 尾声

万物皆可为游戏

游戏是一种数学艺术

一个游戏就是一段故事

社交游戏的未来

<<游戏经济>>

章节摘录

版权页：插图：人们把数字客厅描绘成一个包括游戏主机、视频点播设备及高清电视等实体产品的场所。

这些设备有是有的，不过实际上数字客厅已经不再是一个现实场所，它本身就已经数字化了。

我们生活在由博客或Facebook之类的社交网络提供的空间里，与家人进行交流，在网络游戏里和他们一起享受闲暇时光。

其实这个概念本身比Facebook的出现早得多，之前人们把这类网络社交场所称为“虚拟社区”。

现在家庭成员之间通常住得很远，社交网络能使一家人有更多的时间在一起，彼此间也能有更好的交流，因此这个概念就流行起来了。

现在世界上任何有插座的地方都可以成为一个数字客厅，那么你又该如何用一种全新的收效显著的方式把家人召集在一起呢？

工作中的社交网络 和数字客厅一样，工作中的社交场所也在变化。

大多数商业活动仍然在现实场所进行，如在一间办公室内或者一个工厂里，但某些东西已经发生了变化。

公司里仍然设有茶水间，你也还是会在午餐时间碰到同事，但是茶水间和餐厅渐渐地不再是进行交流的主要场所，而是把地方换到了网上。

最初，同事间只是使用电子邮件及其内置的联系人列表对一些活动进行协调和安排。

后来人们发现与其他人在线保持联系是一件很开心的事情，这种在线交流方式发展成了现在的博客和Facebook。

与之前的社交网站不同，Facebook模糊了社交关系和工作关系之间的界限。

但是把社交网络融入工作环境也产生了一系列仍待解决的新问题。

例如，对于一些人来说，接受来自同事和老板的好友申请会让他们感到很有压力；对于另一些人，他们则认为这是一个加深彼此关系的好机会。

某些企业甚至发现，把社交技术整合进工作环境可以获得巨额的可量化收益。

辉瑞制药公司是世界上最大的研究型制药公司，通过使用电信技术和及时通信技术每年能给公司节省3000多万美元。

<<游戏经济>>

编辑推荐

如果你是希望发现并留住客户的营销人员；希望能把难忘的产品使用体验留给客户的产品设计师；希望增加用户回访的网站设计师；希望为客户带来良好体验并提高公司利润的管理者；《游戏经济:以社交媒体游戏促进业务增长》将为你带来意想不到的收获。

<<游戏经济>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>