



GDC⁰⁹ China

October 11–13, 2009
游戏开发者大会 · 中国

Game Developers Conference* China
Shanghai International Convention Center
Shanghai, China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Aaron Pulkka



United Business Media

2

GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com



United Business Media

演化 国际合作 - 从外包到出口

Aaron Pulkka | 制作总监 | 动视游戏

3

Aaron Pulkka

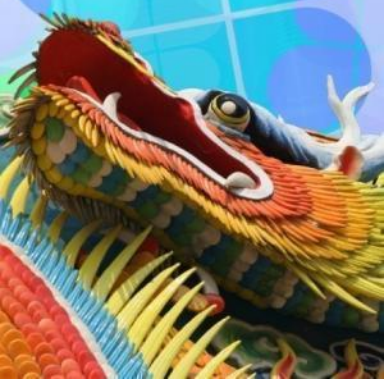
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



概览

- 关键概念
- 我的背景
- 研发外包
- 游戏出口
- 引出结论
- 提问环节

4

Aaron Pulkka

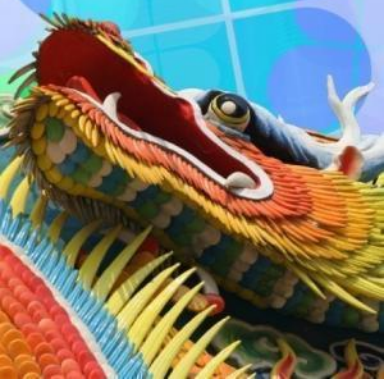
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



关键概念 #1

游戏出口需要从复制到改编 的变革

5

Aaron Pulkka

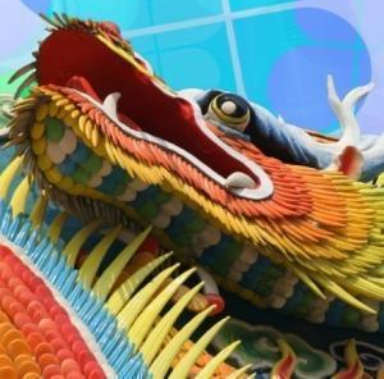
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



关键概念 #2

对于全球化游戏开发，外包
仍然很重要

[1995 - 今]

- 迪斯尼
- 索尼
- Hyper Entertainment
 - 为EA, Midway, Activision, Sony提供外包服务的中国美术外包公司
- THQ XDG
- 威望迪游戏 (动视暴雪)
- 动视



WALT DISNEY
Imagineering

SONY®



vivendi
GAMES

ACTIVISION | BLIZZARD™



美术外包

- 负责多款游戏的美术外包工作



- 和全球外包供应商合作，包括很多中国外包供应商

8

Aaron Pulkka

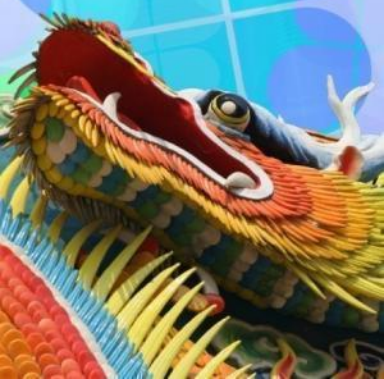
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

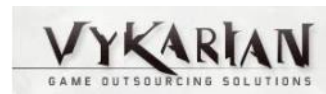
Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



中国合作伙伴



和其他...

9

Aaron Pulkka

GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

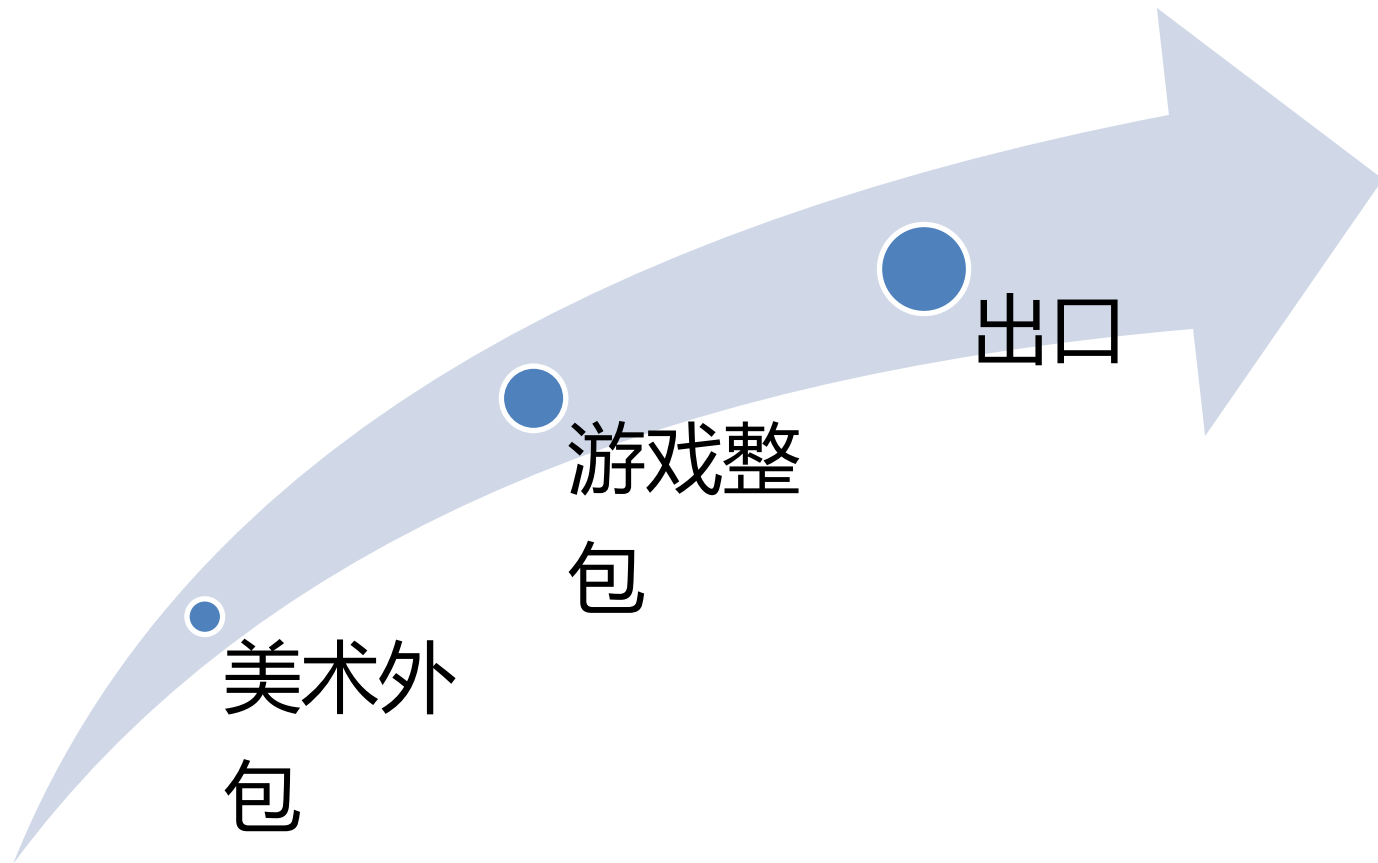
Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



进化的伙伴





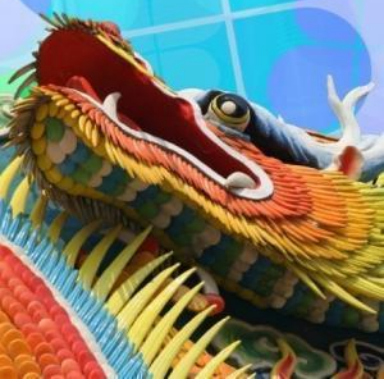
发行商需要什么样的开发商

- 可靠的伙伴
- 经济的解决方案
- 快速转换
- 规模团队
- 易于沟通
- 所采用技术引擎的经验
- 学习新工具的能力和适应变化能力
- 技术型克隆器

美术外包

如何:

- 清晰的需求
- 详尽的参考/概念设计
- 内部制作的样例/基准模型
- 讲英文的制作人/经理
- 自动化产品线
- 高效的复制功能



协议类型

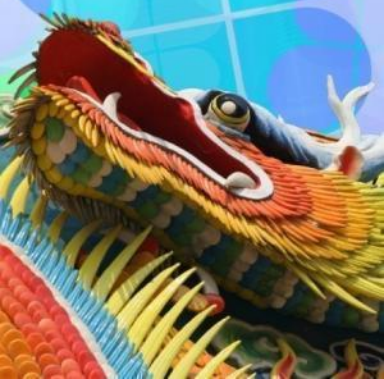
- 部件清单合同
 - 固定价格
- 定金合同
 - 最低保障
- 分布式开发
 - 人月费用



开发外包

发行商需要开发商根据特定IP开发游戏

- 游戏移植
- 雇用开发
- 跨国协作开发



游戏移植

把游戏从一个平台转移到另外一个平台

- 向下移植，从视频或者二级平台到手持平台
- 向上移植到新平台
- 从现有游戏移植到XBLA 或者 PSN

可靠的复制

15

Aaron Pulkka

GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

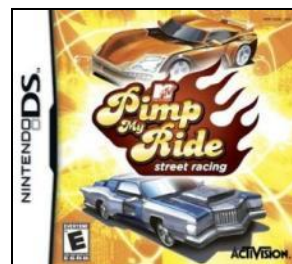
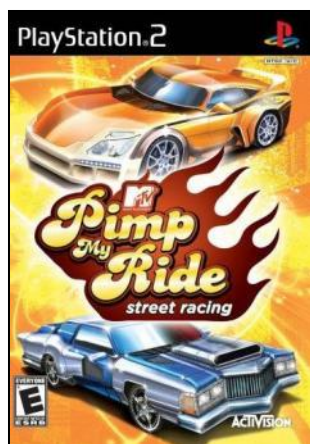
Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media

雇用开发

雇用独立游戏开发商开发完整游戏



VIRTUOS

全球协作开发

全球不同公司同步协作开发一款游戏



风火轮Hot Wheels: Battle Force 5

17

Aaron Pulkka

Mattel: 美国洛杉矶 IP提供

Nelvana & Nerd Corps: 加拿大 电视节目

Sidhe: 新西兰 视频游戏开发

Virtuos: 中国 NDS开发

Activision: 英国 本土化

Activision: 美国明尼阿波利斯发行





发行商需要什么样的开发商

- 可靠的伙伴
- 经济的解决方案
- 快速转换
- 规模团队
- 易于沟通
- 所采用平台的经验
- 适应变化能力
- 技术型克隆器
- 创意和创新

提交方案

如何获得开发项目

- ✓ 视觉冲击的提案以吸引眼球
- ✓ 游戏本身的清晰描述，包括关键特性和方法
- ✓ 竞争分析
- ✓ 相关经验和能力
- ✓ 人事计划
- ✓ 完整的费用预算
- ✓ 对发行商的期待
- ✓ 风险评估
- ✓ 必须要有相关平台的可运行的试玩版

游戏出口

- 从美国到中国
 - 以电脑在线游戏为主
 - 暴雪网易的 ‘魔兽世界’
 - 电艺和九城的 ‘FIFA 在线’
 - THQ 和盛大的 ‘英雄连在线’
- 从中国到世界
 - 国际化发行商一直在寻找新的增长点
 - 比市场的需求更高

美国和全球平台

- PC
 - 盒装零售游戏
 - 在线 / 大型多人同时在线
- 移动
- 手持
- 视频
 - 下载游戏
 - 盒装零售游戏

PC 在线

- 月付费游戏
 - 门槛很高
 - 魔兽世界是行业领袖
 - 玩家忠诚度高
- 免费游戏 收费道具
 - 快速增长模式
 - 在美国尚未成熟

免费游戏

- 游戏设计必须兼顾免费和付费用户
- 可能只有 5-10% 的玩家会付费
- ARPU人均收费1美元到2美元基本就算成功
- 付费选择
 - 在线信用卡支付
 - 零售现金卡支付
- 相比较与月付费游戏，门槛较低
- 相对于视频游戏，需要合作伙伴相对长期投资

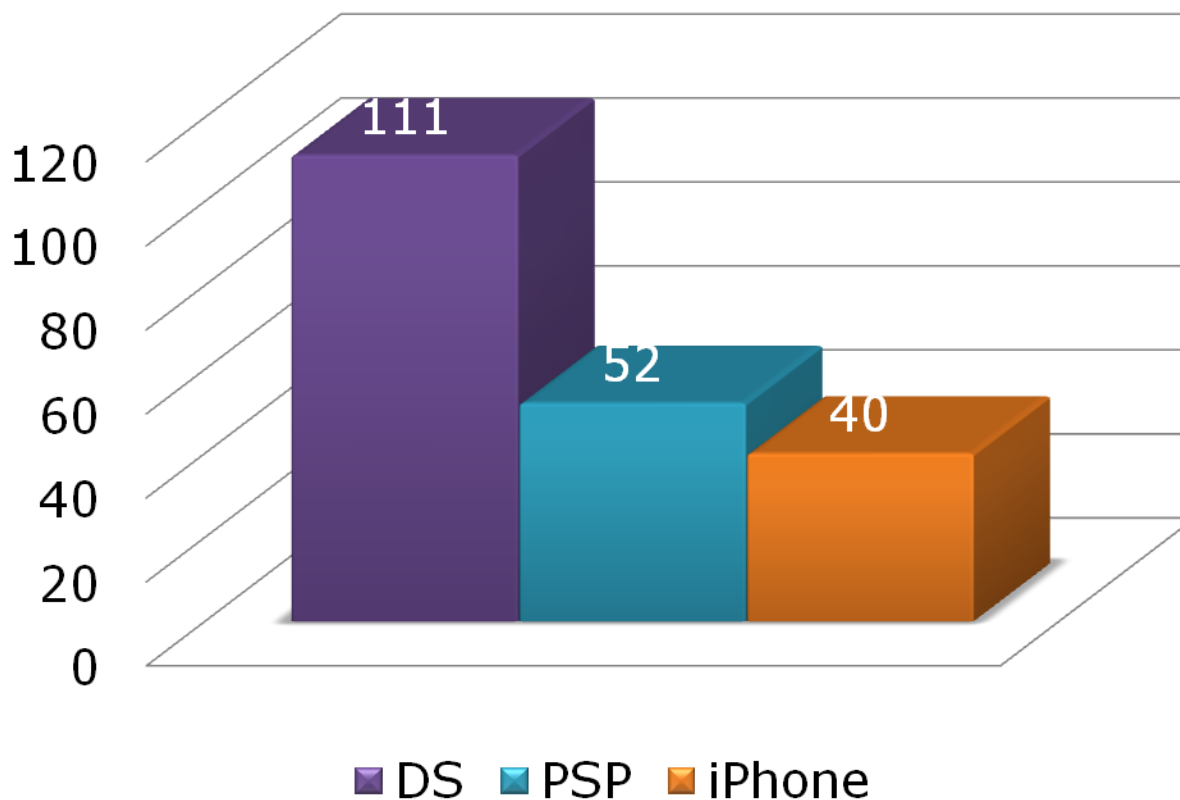


手持设备

(百万)

24

Aaron Pulkka



除了PC之外，市场保有量最高

移动 / 手持

- 移动是大生意
 - 可惜对于开发商利润太低
- 手持
 - iPhone / iPod Touch
 - 难以告知
(app store在线商店有13,000+游戏, 23% 免费)
 - NDS, PSP
 - 大量用户
 - 价格低, 成本高

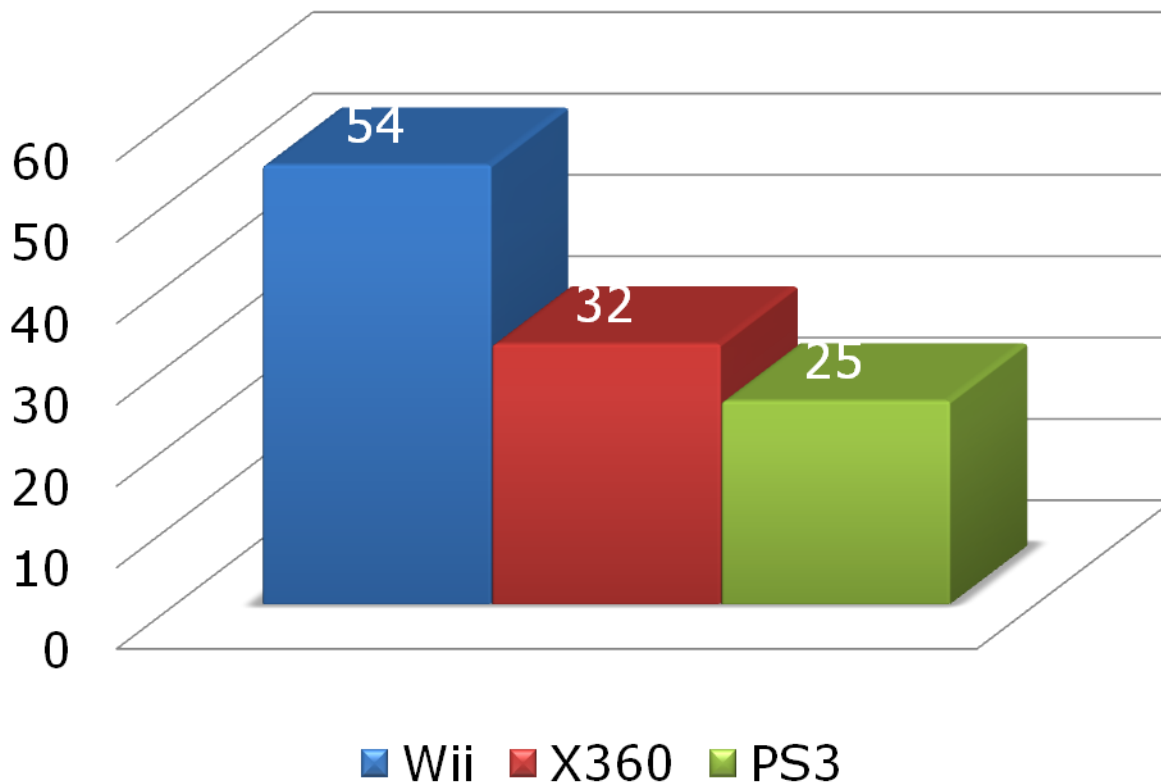


视频游戏

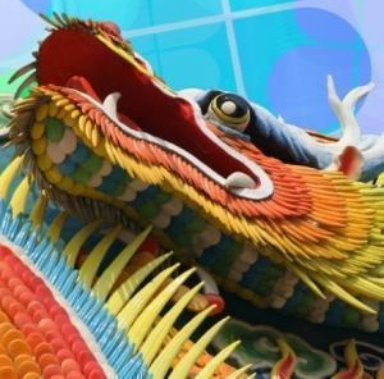
(百万)

26

Aaron Pulkka



相对于手持游戏来说，高价位 低成本



付费下载游戏

- XBLA, PSN
 - 长期增长的可能-长尾效应
 - 用户基数小 – 不到10%的视频游戏玩家购买付费下载游戏
- WiiWare / DSiWare
 - 以第一方游戏为主
 - 很难获得足够注意

视频游戏

- 主流游戏销售收入来源
- 特有的用户界面机会



出口

- 游戏在一个区域成功不代表在另外区域也能成功
- 不仅仅是翻译的工作
- 必须适应本土市场

检验：

- 全球发行的游戏
- 多文化的文学作品
- 电影

全球在线游戏

暴雪在GDC Austin 2009披露的魔兽世界的
数据

- 1200多万活跃注册付费用户
- 7,650 任务
- 40,000 NPCs
- 13,250 刀片服务器
- 20,000 电脑系统
- 75,000 CPU 内核
- 150万游戏内物件
- 550万行代码
- 1.3 p 的存储
- 10 个语言
- 4,600 名全球员工



‘免费游戏’

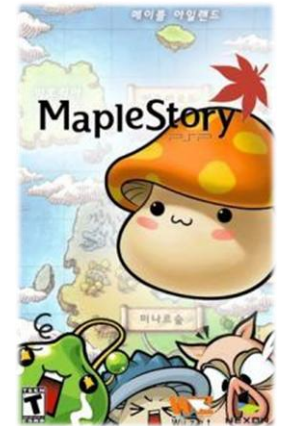
- Nexon
 - MapleStory, 2D 玄幻 MMO (5000万玩家)
 - Combat Arms, 3D FPS (300万玩家)
 - Nexon 现金卡
- 东星上海
 - Goal Or No Goal (GONG)
 - Soccer MMO



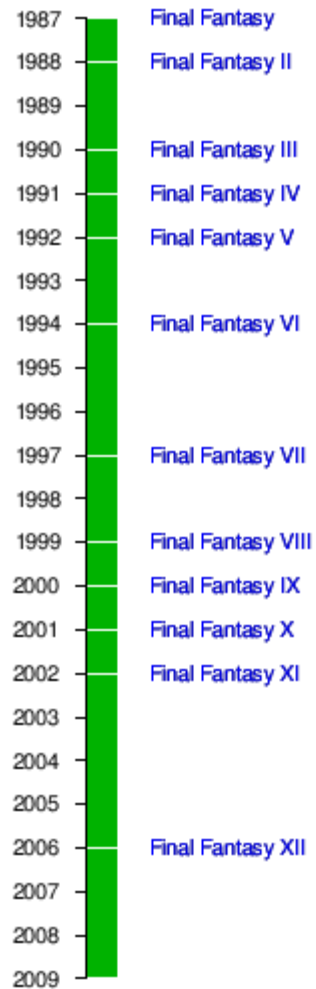
Nexon's MapleStory

Event Availability (Residing Team)										
Content	Korea	Japan	China	Taiwan	Thailand	SEA	Greece	Europe	Brazil	Vietnam
Peak Ocean Island	Yes	No	Yes	No	No	No	No	No	No	No
Amoria	Yes	Yes	No	No	Yes	No	Yes	Yes	No	No
Event Availability (Hosted Team)										
Content	Korea	Japan	China	Taiwan	Thailand	SEA	Greece	Europe	Brazil	Vietnam
Meltdown Storm	Cancelled	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Blissful Train	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Natya Canteen	No	Yes	No	No	No	Yes	Yes	Yes	No	No
Shanghai '96/20	Yes	Yes	Yes	Yes	No	No	No	No	No	No
Neqant Garden	No	No	Yes	No	No	No	No	No	Yes	No
Shrimadhi	Cancelled	Yes	Yes	Yes	Yes	No	No	No	No	No
Eight Models	No	Yes	No	No	No	No	No	No	No	No
Taste 100	No	Yes	No	No	No	No	No	No	No	No
Flamingo Station	Cancelled	Yes	Yes	Yes	Yes	No	No	No	No	No
Golden Service	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Central Business District (CBD), Singapore	No	No	No	Yes	Yes	No	Yes	Yes	No	No
Real-Game Train, Singapore	No	No	No	No	No	No	Yes	Yes	No	No
On City, Singapore	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Trend Zone Indonesia, Malaysia	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Real-Game Train, Malaysia	No	No	No	No	No	No	Yes	Yes	No	No
Muse Land City	No	No	No	Yes	No	No	Yes	Yes	No	No
Discontinued Gap	No	No	No	No	No	No	Yes	No	No	No
Area Availability										
Content	Korea	Japan	China	Taiwan	Thailand	SEA	Greece	Europe	Brazil	Vietnam
Now Real Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Parade Size Area	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Jack & Annie's Train	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Poster Connection Site & Pulse	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Leah's Gurgles' Train/Cargoes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Meltdown Train Flying Cargoes	No	Cancelled	No	No	No	Cancelled	Cancelled	Cancelled	Cancelled	Cancelled
Mermaid Gurgles	No	No	Yes	No	Yes	Yes	Yes	Yes	No	No
Cave Train	Cancelled	Cancelled	No	No	No	No	No	No	No	No
Shedder Temple	No	No	No	No	No	Cancelled	No	No	No	No
Real and Indonesian (Asian Sea)	No	No	No	No	No	No	No	Cancelled	No	No
Multi-Parson Gurgles										
Content	Korea	Japan	China	Taiwan	Thailand	SEA	Greece	Europe	Brazil	Vietnam
Jetson Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Residual Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Shimmering Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Odin's Party Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Homes' 7th Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Pink Silver Ship Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	No	No	No	No	No
Strong Silver Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Parade's 7th Gurgles	Yes	Yes	No	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Lustrous Silver Party Gurgles	No	No	No	No	No	Yes	Yes	Yes	No	No
Herb Silver Party Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Warrior Cannon, Season 1	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Warrior Cannon, Season 2	Yes	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Immortal Party Gurgles	No	No	No	No	No	Yes	Yes	Yes	No	No
Parson Revolution Season PG	No	No	No	No	No	No	No	Cancelled	No	No
Meltdown Party Gurgles	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Warriors PG	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Character Progression										
Content	Korea	Japan	China	Taiwan	Thailand	SEA	Greece	Europe	Brazil	Vietnam
3rd Jet's Advancement	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Legendary Spirit (SLK)	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Meltdown Rider (SLK)	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
3rd Jet's Advancement	No	No	No	No	No	Yes	Yes	Yes	No	No
Lost 100 Skills	No	No	No	No	No	No	Yes	Yes	No	No
Healer Jet	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Origins of Cygnus	Yes	No	No	No	No	No	Yes	Yes	No	No
Arise	Yes	No	No	No	No	No	No	No	No	No

- 不同区域有不同特性
- 有些特性单独为吸引本地用户
- 当地设立维护团队

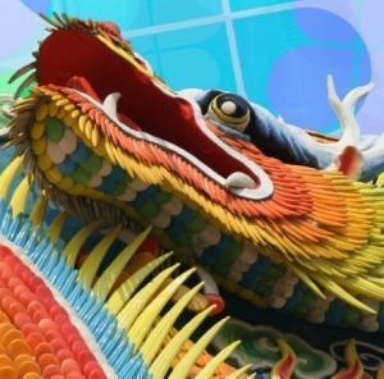


视频游戏出口



全球吸引力

- 如何获得全球的成功
- 全球所有的神话都依附于一个简单的‘单一神话’结构
(Joseph Campbell)
- 原型是全球的，但是表现形式会深受文化的影响。
(Carl Jung)



跨文化文学研究

跨越文化的界限：

- 物理
 - 位置, 表现
- 历史
 - 信仰, 价值, 经验, 历史, 传统
- 内在的/心理的
 - 害怕, 偏见

跨文化影响

外来语和外在的区别无异于外星文化

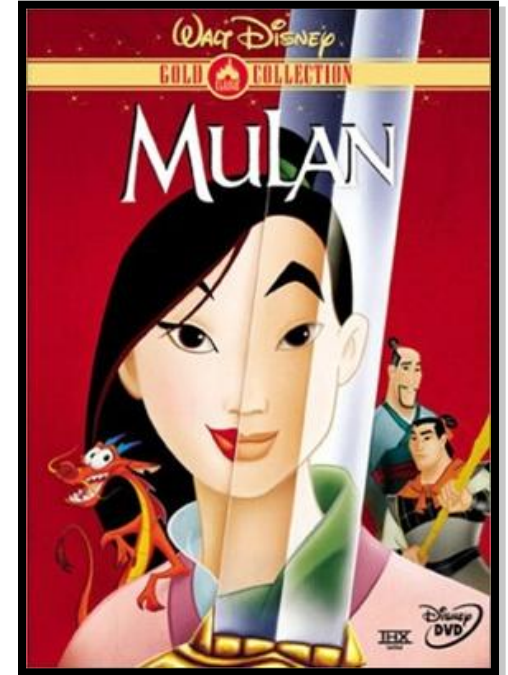


迪斯尼的花木兰

37

Aaron Pulkka

- 西化的中国故事
- 表面上的模仿
- 改编过来的故事背景，却产生不同的故事



西方文学的七种兵器

1. 战胜怪物(Beowulf/大白鲨)
2. 贫穷到富裕(灰姑娘)
3. 使命(指环王)
4. 航行(奥德赛)
5. 喜剧(傲慢与偏见)
6. 悲剧(李尔王)
7. 复活(圣诞颂歌)

中国故事

清朝，陆锐廷提出讲故事的5个秘诀：

- 理
- 稀
- 奇
- 趣
- 味

通过描述人物内心结构来增加情理，
而不是西方个人英雄主义

日本文化的改编

- 七武士 = Magnificent Seven
- 外观改变



Ju-on vs. The Grudge



- 日本的惊悚片从本质上与美国的不同
- 西方观众期待着结束

昆廷·塔伦蒂诺

42

Aaron Pulkka

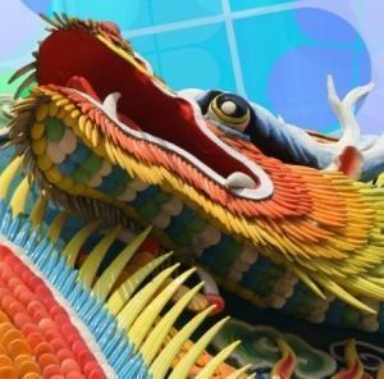
借用不同文化的电影技术打破美国电影传统
- 杀死比尔



成龙



很多影片成功打入全球市场，当然，很多影片也是为全球市场而制作



从复制到改编

- 游戏需要的不仅仅是语言的翻译工作
- 为了超越，开发者们必须改编产品以适应国际市场
- 国际合作伙伴能帮助理解不同区域的文化差异

- 必须鉴别游戏的核心玩法并加以保留，然后对其他的部分进行改编
- 我们可以将游戏分成这些方面来看：
 - 视觉效果
 - 游戏机制
 - 故事，背景，角色
 - 挑战和升级
 - 用户界面
 - 商业模式
- 评估每个区域哪些因素相对重要
- 从来不要忽视关键因素

改编的选项

- 改变设定和外观来吸引更多的市场
- 保持外观，调整结构以适应更流行的游戏基因
- 引入国际或者本土流行文化或事件
- 调整难度
- 移植到新平台

概念测试

- 和合作伙伴一起测试一些假设
- 某些很小的改动可能带来不可预期的结果
- 根据反馈不停重复这个过程
 - 对于在线游戏来说，这种测试的循环非常重要

接触发行商

国际发行商每年会看成百上千的游戏方案

- ✓ 必须清晰简明传达核心价值
- ✓ 区分和竞争者的关键不同点和成功的相似之处
- ✓ 强调核心因素
- ✓ 机遇目标平台开发可靠的试玩版本
- ✓ 明确预算，时间和其他需求
- ✓ 提出潜在的风险

进化的伙伴

- 外包建立合作伙伴的信心
- 在已有的外包关系基础上，容易集中精力在创新上
- 合作伙伴会带来IP，技术或者经验

50

Aaron Pulkka

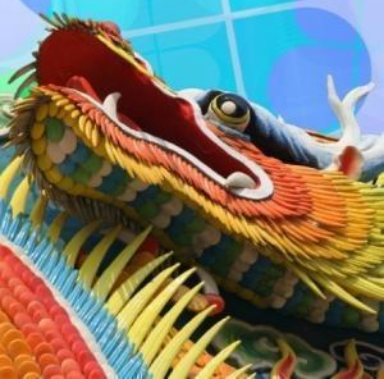
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



结论

- 外包仍然是全球游戏开发的重要环节
- 游戏出口需要不同的技术和关注点
- 合作开发全球化产品的机遇很多

51

Aaron Pulkka

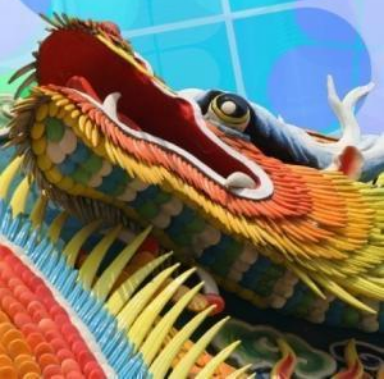
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



机遇

- 在线游戏快速增长，潜在的红海
- 手持游戏需要些投资
- 视频游戏有足够的增长空间，特别是体感控制的出现

52

Aaron Pulkka

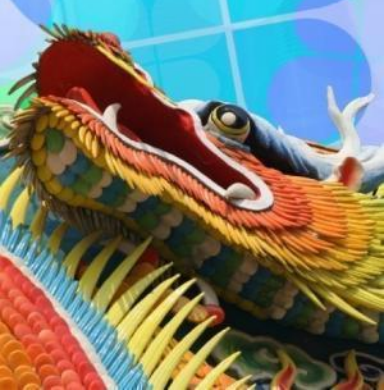
GDC
09
China

www.GDCchina.cn
www.GDCchina.com

Evolving International
Partnerships – from
Outsourcing to Exporting



United Business Media



提问?

- 联系:
 - aaron.pulkka@activision.com
- 参考:
 - Multicultural Literature for Children and Young Adults: Reflections on Critical Issues
 - By Mingshui Cai
 - The Hero with a Thousand Faces
 - By Joseph Campbell
 - The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories
 - By Christopher Booker
 - Plum and Bamboo: China's Suzhou Chantefable Tradition
 - By Mark Bender