

抢先体验《太空工程师》 (Space Engineers)： 从理念到成功系列

Marek Rosa
创始人兼首席执行官，Keen Software House工作室



游戏开发者大会·中国

GAME DEVELOPERS CONFERENCE CHINA

SHANGHAI INTERNATIONAL CONVENTION CENTER
SHANGHAI, CHINA · OCTOBER 25-27, 2015

简介

- 《矿工战争》（ Miner Wars ）（2012年发布）
- 《太空工程师》（ **Space Engineers** ）
 - 销量超过150万份
 - 开发周期2.5年
 - 登陆Steam抢先体验游戏（Early Access）平台2年
- 《中世纪工程师》（ **Medieval Engineers** ）
 - 开发周期15个月
 - 登陆Steam抢先体验游戏平台8个月
 - 销量达20万份
- **GoodAI**
 - 通用人工智能研究与开发公司
 - 2014年1月启动项目，2015年7月公开

《太空工程师》



《中世纪工程师》



为什么同时推出两个抢先体验游戏

- 同属《工程师》系列
- 有机会重复使用我们的引擎和经验
- 两个游戏彼此有益

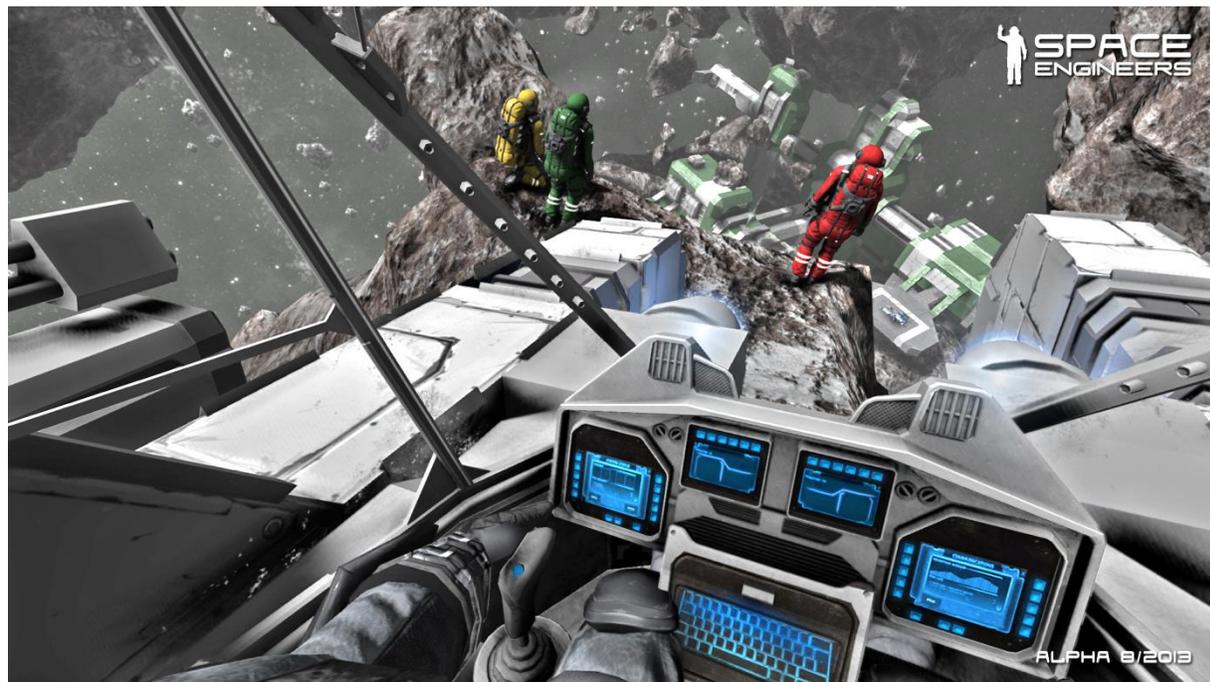


更新

- 每周更新
- 新功能
- 每周更新视频

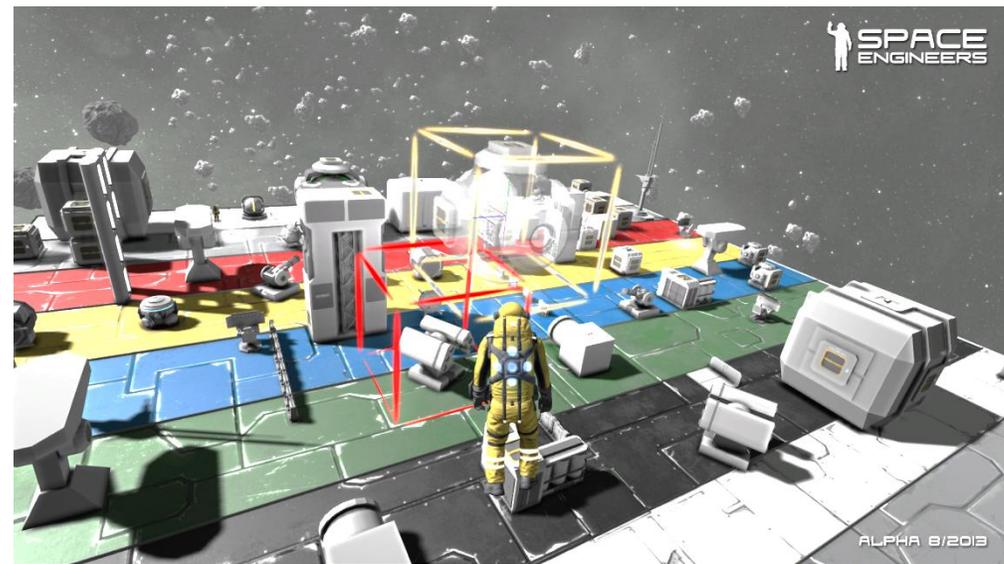
营销重点

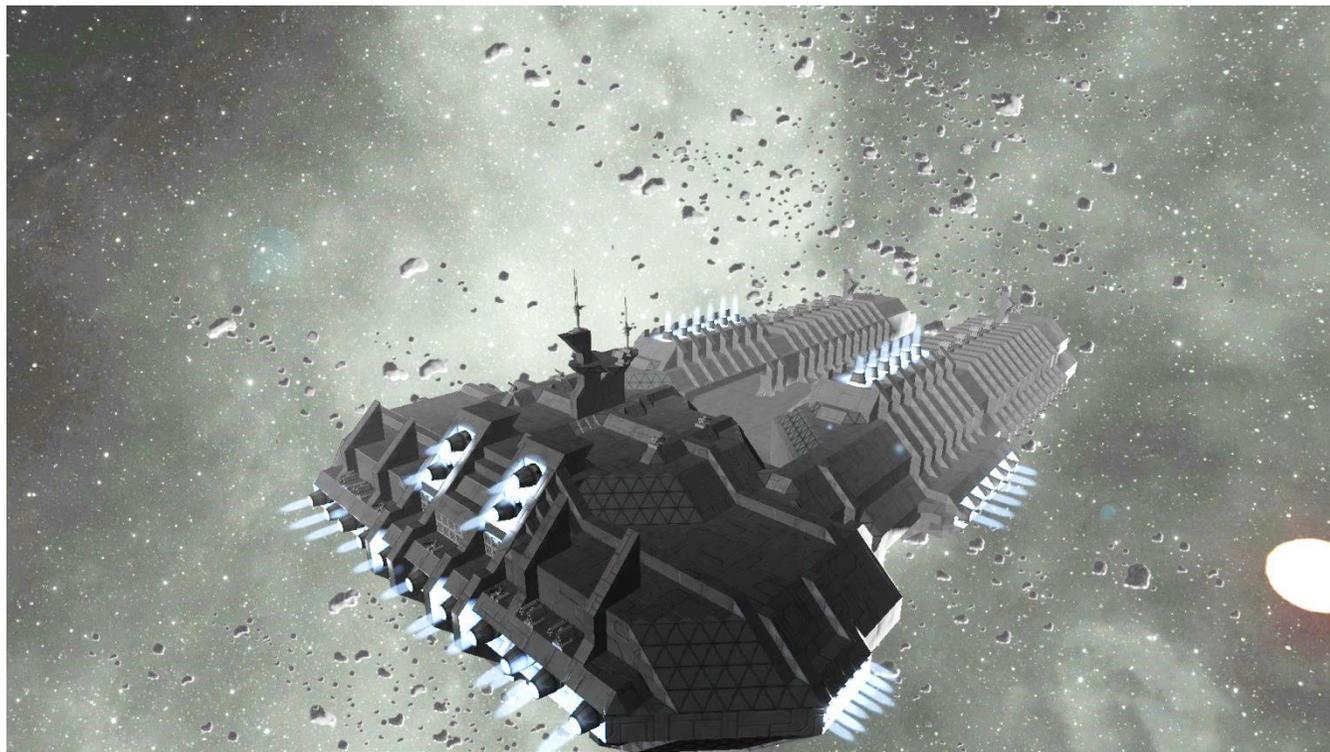
- 病毒营销与公共关系
- 比起媒体更注重社群
- 使玩家群体参与到游戏改进和病毒传播当中



开发抢先体验游戏

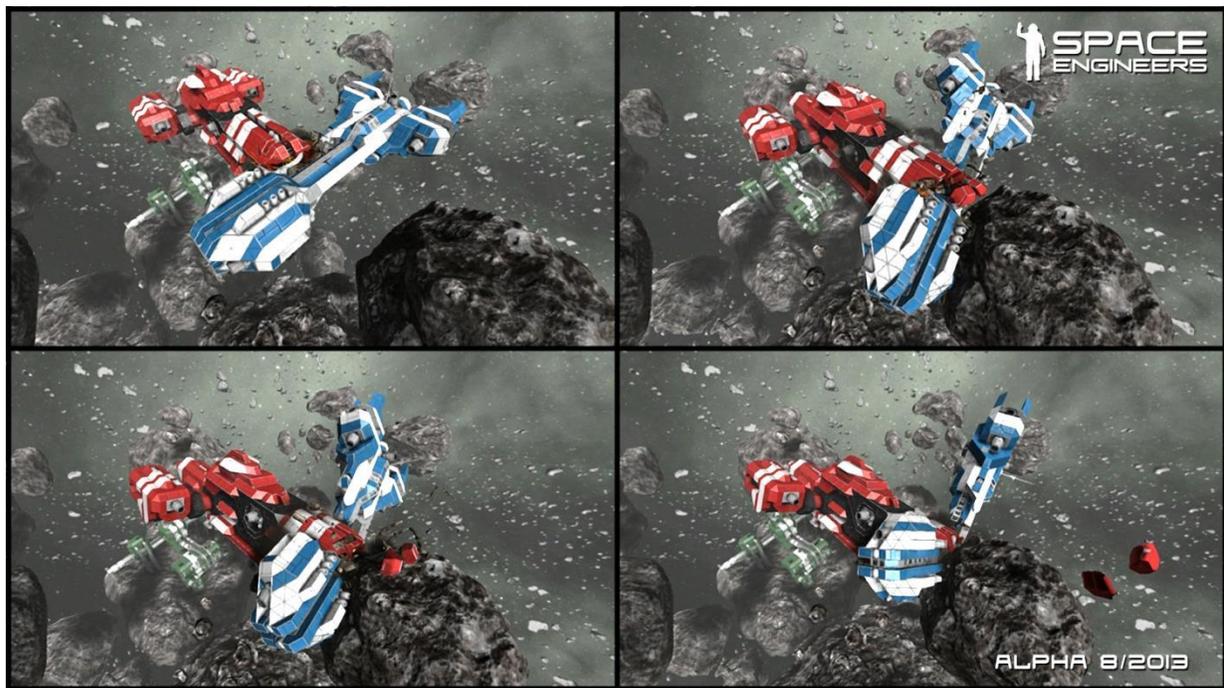
- 反馈
- 每周更新——周二和周四
- 并行开发
- 每时每刻都具有可玩性
- 面向对象的沙盒机制
- 测试





项目计划

- 路线图 – 我们的建议 vs. 社群建议
- 我们如何决定？



优先级

- 截止日期/范围=功能/质量
- 优先级/注意力管理
- 重要任务优先
- 决定不做哪些事情
- 只突出高投资回报率
- 动态的待办事项列表

忠告

- 游戏业务 = 几乎等于彩票
- 很难预测趋势
- 不断地尝试、测试、试验——尽可能快速地进行迭代，避免用尽资金



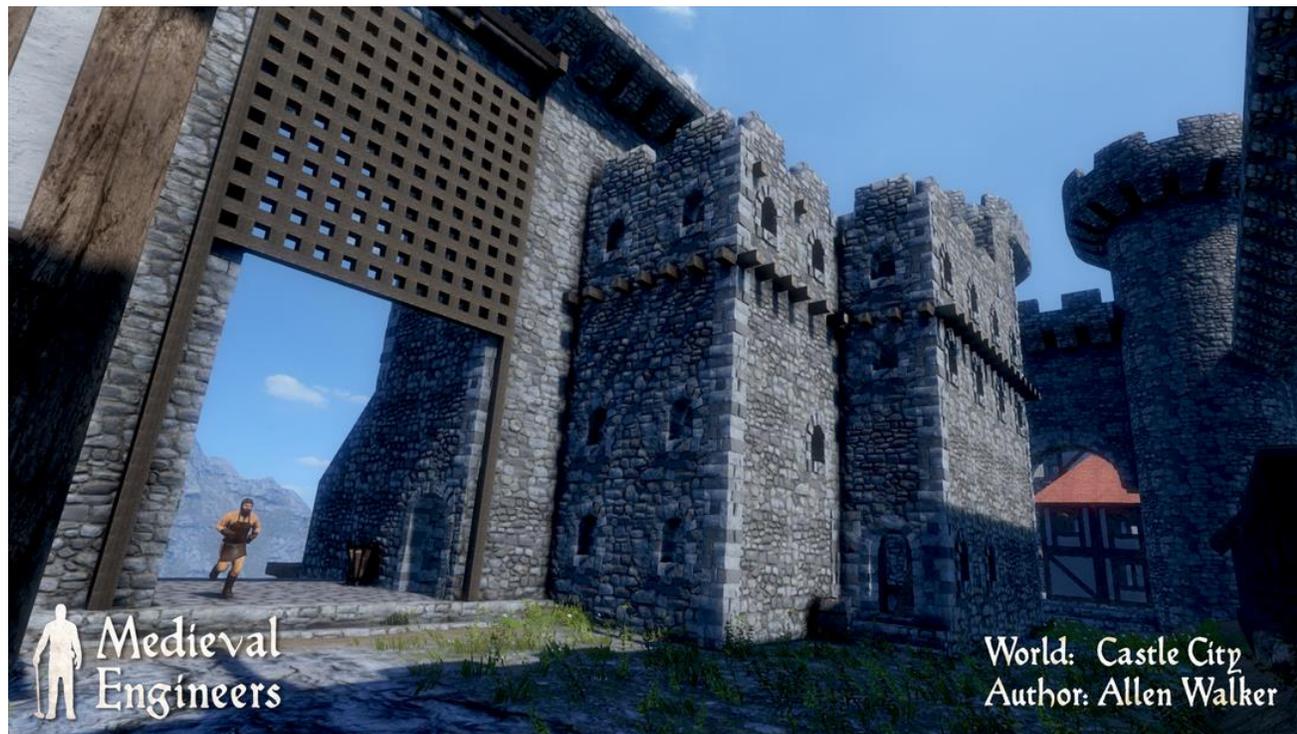


抢先体验商业模式的缺点

- 负面
 - 客户只愿意支付最低价格
 - 很难从中获利
- 正面
 - 通过游戏社群病毒传播游戏 = 较少的营销工作
 - 满意的客户会成为回头客（购买新游戏）

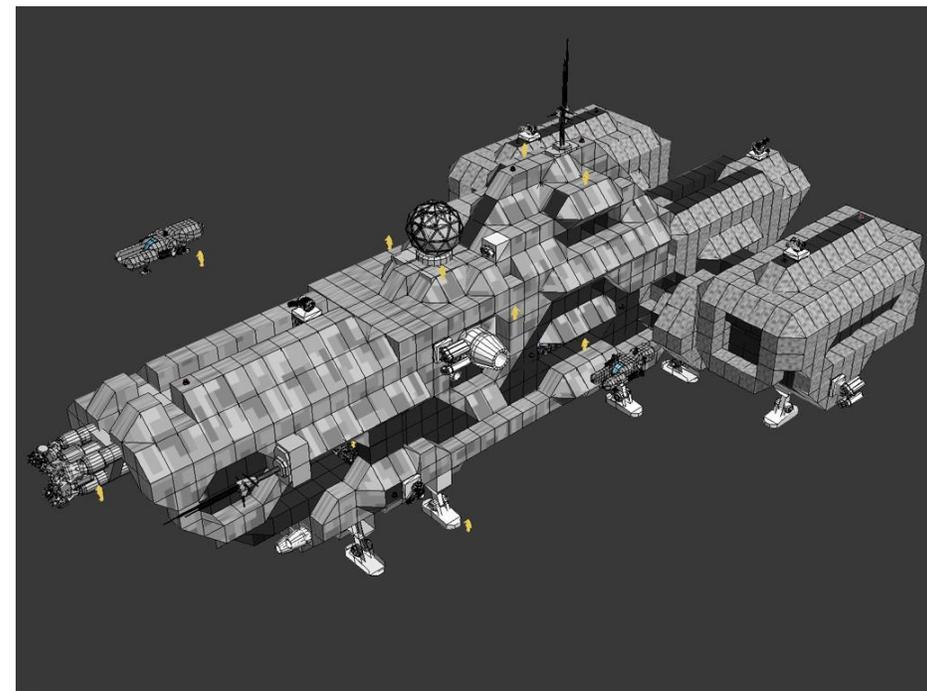
社群

- 社群经理
- 博客——公开、诚实，解释每一个可能引起争议的决定（预测玩家群体可能提出的问题）
- 用于游戏的病毒推广



趣闻

- 《太空工程师》最开始是《矿工战争》的续作
- 我们一开始并没有计划要做变形和分解的物理效果——这是开发过程的副产物
- 我们原先并没有打算每周更新
- 性能限制



VRAGE 2.0

- C#
- Havok
- 灵活
- 我们理解它
- 我们能够优化它
- 开源



有什么问题吗？

www.KeenSWH.com

blog.marekrosa.org