**剧情活动通用模板策划案**

|  |  |
| --- | --- |
| 文档编号 |  |
| 文档状态 | 草案/执行案 |
| 创建日期 | ----年--月--日 |
| 宣讲日期 |  |
| 案子负责人 | 陈梦然 |
| 参与编写人员 | 陈梦然 |

**0 前言**

本文档是针对偏数值的泛二次元游戏（例如NIKKE、绯红回响）设计的一个通用活动模板，其内容均为笔者工作总结，无任何已有商业化项目内容，仅用作业内同行交流学习。

**1 变更记录**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **修改人** | **修改日期** | **修改内容** |
| 陈梦然 | ----.--.-- | 创建初版 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**2 目的**

**2.1 策划目的**

1. 剧情活动为持续周期性更新内容，旨在提供长线内容维持玩家留存，并产生商业化收入。
2. 本文档为剧情活动通用模板，以便后续剧情活动仅针对内容进行迭代，减少系统环节开发量。

**2.2 目标群体**

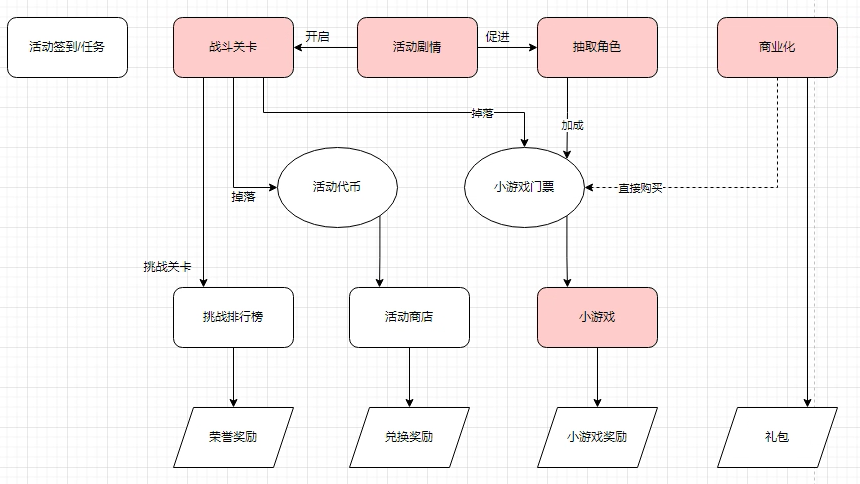
所有类型玩家：

* 内容消费型（“真爱党”，更喜欢游戏世界观、剧情、角色塑造的玩家）：从剧情、美术中收获较好的体验，从而抽取角色，提供社区话题度和二创的传播度。
* 挑战竞争型（“强度党”，更喜欢游戏性上的挑战，会主动追求高名次）：从活动挑战中收获成就感，或从排名中收获荣誉感，会为了角色强度抽取价值。

**3 概述**

一个剧情活动主要分为角色、剧情、关卡、小游戏、商业化这5个内容，每次进行新内容迭代时，仅需要更换内容填充即可，无需改动系统结构和程序框架。

**3.1 系统结构**



<角色>

通常来说，角色是二次元游戏的付费核心，活动整体的内容呈现都应围绕激发玩家抽取角色的欲望来展开。

<剧情>

剧情的内容选择应以表现角色魅力为主，用有趣的剧情与世界观呈现吸引玩家对游戏ip的忠诚。此外，剧情还需要为活动其他子系统提供自洽于世界观的包装。

<关卡>

关卡主要分为三个部分：

1. 主线关卡：主要以表现剧情为主，难度以大多数玩家能够通过为标准。
2. 重复挑战关卡：主要承担活动期间玩家日常的填充，以活动代币、小游戏门票的掉落来驱动玩家进行重复行为。（若游戏的gameplay更偏重于挑战性，应设计直接扫荡功能，或直接去掉此部分，而将活动代币、小游戏的门票投放放置于日常玩法中）
3. 挑战关卡：难度较高，且在关卡设计思路上要能突出当期角色的功能特色，让玩家从强度上认知新角色的需求。挑战关卡可设置排行榜，为大R或核心玩家提供自我展示的渠道。

<小游戏>

主要功能是为活动提供差异化和新鲜感，不同的活动应围绕剧情设计不同的小游戏。若是偏向数值的泛二次元产品，可将部分商业化内容在此部分转化，将小游戏门票的投放更多和商业化挂钩。活动后期需提供快速扫荡小游戏的功能。

<商业化>

此部分主要依据产品运营思路的不同而具体设计。传统的二次元产品在商业化的呈现上需要保持克制，辅以礼包的直购即可。数值型的泛二次元产品可扩充更多商业化系统，配合活动同期上线。

**3.2 流程概述**

1. 活动开启，玩家参与活动。
2. 玩家观看活动剧情，了解活动背景和当期主推角色，同时开启其他子系统功能。
3. 活动期间日常循环：玩家消耗体力，重复进行活动关卡，掉落活动代币、小游戏门票。
4. 活动代币可用于在活动商店兑换奖励。奖励应覆盖基础养成线的资源投放。所有玩家基本能完成全部奖励的获取。
5. 小游戏门票可用于进行小游戏，完成后能获得奖励。奖励应覆盖更高级/付费养成线的资源投放。当期角色可提供门票掉落的加成，礼包中可提供门票的直购。（数值型游戏可让非付费玩家无法拿全奖励）
6. 活动后期逐日开放挑战关卡，奖励投放偏荣誉向。

**3.3 参考游戏**

略

**4 系统详情**

**4.1 系统开启/关闭**

* 活动开启条件：时间xx年xx月xx日xx时开启，支持配置。
* 功能入口出现条件：玩家通关x-x或玩家等级达到x，支持配置。若玩家未达到入口出现条件，哪怕活动开启也无法参与该活动，活动入口置灰。
* 活动结束条件：时间xx年xx月xx日xx时结束，发放排行榜奖励，结束后活动关卡、小游戏等均不可参与，但依旧可以兑换奖励。
* 活动关闭条件：时间xx年xx月xx日xx时彻底关闭活动，清空活动代币、小游戏门票，清空排行榜数据。

**4.2 活动关卡**

**4.2.1 关卡机制**

1. 关卡类型：
   1. 剧情关卡：
      1. 进入后自动播放剧情脚本。
      2. 可重复完成，但仅首次完成时会获得奖励。
      3. 不消耗体力。
   2. 一次性战斗关卡：
      1. 进入后进行战斗。
      2. 不可重复完成，首次完成时会获得全部奖励。
      3. 消耗体力。失败不扣除体力。
   3. 重复战斗关卡：
      1. 进入后进行战斗。已成功通关过的关卡可直接进行代理/扫荡。
      2. 可重复完成，但仅首次完成时会获得首通奖励和普通奖励，其他时仅获得普通奖励。
      3. 消耗体力。失败不扣除体力。
   4. 无尽模式关卡（特殊关卡，视作单独系统开发，详见4.3）：
      1. 进入后进行战斗。敌人血量无限，根据玩家造成的总伤害进行排名。
      2. 可重复挑战，且均按照战斗胜利进行结算。无直接奖励，活动结束后有排名奖励。
      3. 不消耗体力。可设置每日挑战次数限制。
2. 通用机制：
   1. 过关条件：时限内击败全部敌人。特殊条件特殊处理（如无尽模式关卡），支持配置。
   2. 失败条件：未在时限内击杀所有敌人或我方全灭，或我方掉线。失败时不扣除体力。
   3. 首通奖励：仅首次通关时可获得。
   4. 普通奖励：每次通关均可获得（包括首通）。奖励中可能包含随机奖励，需支持配置每个道具的掉落概率。
   5. 耗费体力：完成关卡所需耗费的体力。
   6. 是否可重复挑战
   7. 开启时间：此关卡的独立开启时间。若未单独配置，则默认和活动时间保持一致。
   8. 关闭时间：若未单独配置，则默认和活动时间保持一致。
   9. 开启条件：除开启时间外需要达成的开启条件，通常是完成前置关卡x-x。

**4.2.2 活动阶段**

活动中的所有关卡分为多个阶段，每个阶段包含一条关卡链，即完全前一关卡后可解锁后一关卡。不同阶段的关卡拥有自己的开放时间。

1. 设计目的：将活动内容分散至各个时间段，使玩家体验更为平滑，避免活动后期日活流失。
2. 具体阶段：
   1. 简单（阶段名需文案特别包装，后不再复述）：包含主线全部的剧情关卡和一次性战斗关卡，活动开启时即开启。战斗难度较低，围绕剧情进行设计。
   2. 困难：重复战斗关卡，玩家获取活动掉落的主要刷取关卡。完成对应“简单”阶段的主线关卡后可解锁。战斗难度一般，关卡设计上需要适当体现当期角色的优势。
   3. 挑战：一次性挑战关卡。活动后半开启，且关卡逐日解锁。战斗难度较高，不同关卡可考验玩家box的不同方面。
   4. 无尽模式：血条无限的挑战关卡。活动后半开启。
3. 红点机制：
   1. 新解锁的活动阶段需要在入口处标识红点，玩家首次进入后消失。

**4.3 无尽模式**

特殊的一种战斗关卡类型，可视作独立的玩法系统进行开发。

1. 设计目的：活动后半长草期（以较低的开发量与成本）给玩家提供一定可重复游玩的内容。提供给高练度或爱专研游戏机制的玩家一个验证自我、展示自我的渠道。
2. 战斗内特殊机制：
   1. Boss血量无限。
   2. 每对boss造成一定伤害，其数值会发生提升，机制也会发生变化。对应关系支持配表。
3. 战斗结束条件：
   1. 战斗倒计时归零。
   2. 战斗中所有我方角色被击败。
   3. 玩家选择战斗撤退。
   4. （特殊）若玩家战斗中掉线，视作未进行战斗，不进行伤害结算的奖励。此情况在玩家下次进入本模式时，要在战前进行特殊提示。
4. 伤害结算：
   1. 战斗结束时统计玩家战斗中造成的总伤害，用于排名。
   2. 玩家因特殊原因（如掉线）未正常结束战斗时，不进行伤害结算。
5. 挑战次数：
   1. 玩家每天可挑战x次（次数可配置）。
   2. 挑战次数在每天04:00后恢复，不可累积。
   3. 次数在战斗结束且进行伤害结算后扣除。
   4. 玩家因特殊原因（如掉线）未正常结束战斗时，不扣除挑战次数。
6. 伤害排名：
   1. 依据玩家在单局战斗中造成的伤害进行排名。
   2. 排行榜依据服务器独立划分。
   3. 排行榜上仅记录该玩家的最高伤害数据（例如玩家第2次挑战造成的伤害小于第1次，则排行榜上的数据不发生更新）。
   4. 从未挑战过的玩家不会出现在排行榜上（即排行榜上不会出现伤害为0的人）。
   5. 排名奖励发放：
      1. 活动结束后某时间段内通过邮件进行发放，邮件模板支持配置。
      2. 排名分段及对应奖励支持配置。

**4.4 活动商店**

活动期间，玩家能从活动关卡等渠道获得大量活动代币，可用于在活动商店中兑换奖励。

1. 设计目的：提供活动对玩家的基本驱动力。保证所有类型玩家的基本游戏体验。
2. 奖励投放：
   1. 赠送角色/装备/装饰性道具：活动独有奖励，商店中的头号兑换目标，奖励的限时性保证玩家参与游戏玩法的基本动力。
   2. 抽卡券/氪金代币：常规性奖励中最吸引玩家的兑换目标。
   3. 养成资源：获取性价比应比日常副本效率更高。
   4. 无限兑换资源：通常是金币，用于消耗玩家多余代币。
3. \*兑换阶段机制（非必须）：
   1. 活动商店分为若干阶段。玩家兑换前一阶段所有奖励后，才可兑换后一阶段的奖励。（目的是保证整个活动期间玩家对活动的参与度，避免部分玩家兑换完最珍贵的奖励后放弃活动。此机制非必须，需根据游戏实际项目去考虑）
   2. 阶段存在开启时间与结束时间，支持配置，未配置默认保持和活动时间一致。
   3. 存在部分兑换道具不隶属于任何阶段，活动开始时即可无条件兑换。
4. 兑换商品：
   1. 支持配置道具及兑换所需道具的id、数量。
5. 活动结束处理逻辑：
   1. 活动结束时间后，活动关闭时间前，玩家依旧可以在活动商店进行兑换。
   2. 活动关闭时间后，关闭商店，清空活动代币。

**4.5 小游戏**

活动关卡会掉落小游戏门票，消耗小游戏门票玩家能参与小游戏，进而能获得奖励。每期活动的小游戏玩法需要针对活动主题、剧情单独设计（单独出策划案）。小游戏玩法不应复杂，基本无学习成本。

1. 设计目的：提供活动模板之外的新鲜感和话题度。若是数值型游戏，可在此系统中加入更多商业化内容，能在保证一般玩家基本活动体验的前提下（活动商店奖励），给付费玩家提供更多付费转化渠道。
2. 奖励投放：
   1. 高级养成线/氪金养成线资源：奖励投放应与活动商店有区别。由于小游戏的门槛比活动商店稍高，可提供靠后期养成线的奖励来刺激老玩家。
3. 扫荡：小游戏后期必须加入扫荡功能，提供给玩家快速将门票转化为奖励的途径。
4. 活动结束处理逻辑：
   1. 活动结束时间后，活动关闭时间前，玩家依旧可以在活动商店进行兑换。
   2. 活动关闭时间后，关闭商店，清空活动门票。（若门票在付费礼包中有投放，需要考虑未兑换门票通过邮件转化补发）

**4.6 活动卡池及倍卡机制**

活动同期需要同步推出活动卡池，以及卡池角色对应的装备（专武）池。活动角色需要在活动内有倍卡机制，部分道具掉落或造成伤害上存在加成，并且需要相应关卡体现该角色的优势区间。

1. 设计目的：角色是二次元游戏核心，活动卡池是整个活动营收转化的出口。倍卡机制是提供给拥有角色的玩家的保底体验，但加成数值不应破坏平衡。
2. 卡池跳转：活动内需要有直接跳转抽卡的途径。
3. 引导投放：通过免费赠送等方式引导玩家去卡池中抽卡。
4. \*抽卡道具：数值向游戏可考虑限定卡池使用独立的抽卡道具，并限制氪金道具兑换抽卡道具的数量，避免玩家存抽存钻，拉动付费。传统二次元游戏不可考虑。
5. 倍卡机制：
   1. 攻击提升：加成角色在除无尽模式外的活动关卡内提升攻击力x%。（无尽模式涉及排行榜，不建议增加倍卡机制。但可以通过关卡设计达到推角色的目的）
   2. 门票掉落提升：加成角色在活动关卡内掉落的门票数提升x%。最后的实际掉落数需要去掉小数。（活动代币不建议提供掉落加成，代币的目的仅有活跃向作用，不在此处区分玩家）
   3. 加成角色、加成属性项、加成数值支持配置。

**4.7 活动签到**

1. 设计目的：引导规训玩家参与活动，前期保证活跃。
2. 入口：活动签到应该独立于活动之外，较醒目的方式显示于主界面。（如拍脸）
3. 奖励投放：奖励可以抽卡券为主，诱导玩家抽取卡池角色。若小游戏门票会在礼包中售卖，可在签到奖励中适当投放门票，以引导玩家参与小游戏。
4. 拍脸弹窗弹出机制：玩家每日（04:00后）上线或者该功能解锁后回到主界面，会自动弹出弹窗。
5. 领取机制：
   1. 玩家每日上线可按顺序解锁并领取一格奖励
   2. 若玩家上线但未领取奖励，按顺序解锁奖励，活动期间内都可直接领取。
   3. 若玩家某日未上线，则不会解锁奖励，下次上线按顺序解锁奖励。
   4. 奖励及天数支持配置
6. 开启关闭时间：支持单独配置。
7. 开启条件：支持配置，如通过x-x。（避免新玩家较早解锁打断新手引导）
8. 红点机制：存在可领取但未领取的奖励时，领取格和入口上要标识红点。领取后消失。

**4.8 活动任务**

1. 设计目的：引导玩家参与活动内的各种玩法
2. 任务类型：
   1. 每日活跃型：每日04:00刷新
   2. 累积进度型：例如完成活动关卡x-x，累积活动道具x个，标志玩家对此次活动的基本完成度。
   3. 成就挑战型：以特定的方式完成关卡x-x等，但基本还是按照普通玩家能全部完成来设计。
3. 任务解锁：
   1. 不同类型的任务类型设置不同的解锁条件，需支持给单个任务设置解锁条件
   2. 解锁条件：xx日期后解锁、完成关卡x-x后解锁
   3. 未解锁任务时，玩家的任务进度也要支持累积统计
4. 奖励投放：本次活动的活动代币、小游戏门票。
5. 红点机制：存在可领取但未领取的奖励时，领取按钮和入口上要标识红点。领取后消失。

**4.9 \*商业化**

此部分仅针对数值型的游戏，注重社区的传统二次元游戏商业化内容太浓太重会适得其反。

**4.9.1 小游戏排行榜**

1. 设计目的：无关练度的纯付费竞争，刺激大R冲榜。
2. 小游戏门票可设计成免费门票和付费门票，或者非付费玩家仅能获得少量门票。门票可转化成“积分”（类似积分的概念，用来衡量玩家针对小游戏的付费额度）参与排名。
3. 商业化逻辑：玩家若想获得较高的排名，需要付费购买小游戏门票。
4. 系统设计：略。
5. 奖励投放：绝版荣誉向外观、付费养成线资源。
6. 红点机制：用每日钻石奖励充当红点，刺激平面玩家每日点进排行榜1次。当存在每日钻石奖励未领取时，按钮和入口上标识红点。领取后消失。

**4.9.2 竞技型排行榜**

1. 设计目的：和练度挂钩的排行榜，刺激高练度玩家（通常也是大R）冲榜。
2. 活动中需设计可让玩家凹分的PVE模式（如4.3无尽模式），或跨服pvp模式，依据玩家成绩进行排名。关卡设计上要能让当期角色或部分流派角色占优势。
3. 商业化逻辑：玩家若想获得较高的排名，需要有高练度当期角色，从而刺激玩家当前抽卡，并通过购买资源快速进行培养。
4. 系统设计：略。
5. 奖励投放：绝版荣誉向外观、后期养成线资源。
6. 红点机制：用每日钻石奖励充当红点，刺激平面玩家每日点进排行榜1次。当存在每日钻石奖励未领取时，按钮和入口上标识红点。领取后消失。

**4.9.3 活动BP**

1. 设计目的：主要为小R服务，售卖大量基础养成线资源刺激小R弥补差距。
2. 基本规则：通过游玩小游戏获得BP积分，积累积分提升BP等级。所有玩家都可领取BP的基础奖励。付费后可解锁进阶奖励，解锁后依然需要BP等级达到才能领取。
3. 商业化逻辑：BP中会依据滚服进度提供多数玩家当前追求的养成资源，小R、中R若想保证游戏进度，需购买BP获取其中奖励。
4. 系统设计：略
5. 奖励投放：当前角色皮肤、基础养成线资源。

**4.9.4 累积充值/每日充值**

1. 设计目的：培养中R、大R每日付费的习惯
2. 略

**4.9.5 限时礼包**

1. 设计目的：配合售卖小游戏门票以及当期up角色的培养礼包，让玩家能快速拉起当期up的练度已应对活动中各种针对性关卡。
2. 略

**5 交互设计**

略