

1. 《终极细胞》是否只有手游版，手游参加线下展，会不会有些吃亏，因为屏幕比较小；收集用户反馈会不会有些困难。
 - 1.1 是否只有手游版？

对新平台抱有憧憬，但我们已经做出的艺术机制的设计都是围绕手机平台。从以往看来这是受众最广，传播速度最快，相比于更轻量的渠道，这能承载足量表达。

- 1.2 会不会有些吃亏，因为屏幕比较小

我们会带一个大电视，用来展示对战双方的游戏画面。

2. 《终极细胞》从什么时候开始开发的呢，看到taptap上写到的“40人消耗了500万”的创业经历是怎样
 - 2.1 什么时候开始开发的？

正式开发是7月，到今天开发了3个多月。在这之前我们花了3个月头脑风暴，做了一些demo，做了一些调研。如果可以用语言描述出来，我们就不会选择游戏这个载体了。

- 2.2 “40人消耗了500万”的创业经历是怎样？40做了一个失败的项目，一年的开支是500万 关于经历，我们团队每个人的视角都会不一样：比如我们的主美：觉得就是一个考虑他们部门的人 明天还有没有饭吃 比如我：团结弱小的一群人，想办法发挥他们最大的力量，去做一些可以自我实现的事情。这些思考和感悟我们都会抽象到游戏中，然后用合适的方式表达出来。
3. 为什么选择手游呢，因为一般独立游戏团队可能选择PC的比较多，更容易上线；对这款游戏的目标设定大概是怎样的
 - 3.1 选择PC的比较多，更容易上线

重点不是那条路更容易，而是那条路更快且有效。我们的工作经验丰富，心理对产品最终的样子有明确的形象，所以上PC对比我们心里的目标。在我看来是在绕大弯，我不想浪费大家的时间去做尝试性的东西。

- 3.2 这款游戏的目标设定大概是怎样的

短期目标：一万有碎片时间的人群。我们已经取得了身边人的关注，（50人左右）。我们需要在尽量短的时间让产品进入更多人的脑子。

4. 目前游戏已经全做完了吗，在weplay上让用户体验的是完整版的吗

- 4.1 目前游戏已经全做完了吗
-

没有，目前weplay展出的内容足够作为一次比较大型的焦点小组测试。确保我们的设计思路可以客观的传达。

- 4.2 让用户体验的是完整版的吗
-

不是，这次的体验可以被视为这个产品的地基，我们要确保地基是稳固的，再继续往上建设。

5. 如果试玩公开内容太多，但是正式上线又要等很久，会不会让玩家产生不好的印象；如何选择试玩的部分

- 5.1 公开内容太多，但是正式上线又要等很久
-

我们只公开了我们已经做完的部分。正式上线时间取决于我们财务状况。

- 5.2 如何选择试玩的部分
-

我们选择的是我们最基础的部分，只要有玩家可以接受这部分，那么之后只会有更疯狂的设计和更扎实的表达。如果玩家完全不知所云，那么我们需要重新审视我们的设计思路，和想要表达的东西，以及传达的方式是否到位和精彩。我们需要快速失败是然后快速成功。

6. 现场用户的反馈重要程度是 P0 吗，需要马上修改

P0是最重要的意思吗？我们有一套评判标准。就像团队合作一样，我们得有一个吸纳意见的标准。不然我们会被各种意见和建议淹没。我们会这样做：思考 采纳了这个建议后 会不会强化主题，会不会强化表达。必要时我们会做demo或者分支版本，在最多2天时间内验证，得到结果。越接近这一标准 重要程度越高，也就越优先去落地。我们通常是这么做。

7. 您认为游戏做到什么程度就可以参展了呢，什么类型的游戏更适合参加线下展

- 7.1 做到什么程度就可以参展了
-

就这次来说，我们已经报名了，无论什么程度我们都会去。

- 7.2 什么类型的游戏更适合参加线下展
-

我认为流程短一些的更适合，我们的游戏一局只有3-5分钟。但每个人去的目的都不一样，对我们来说，参展是很具性价比的投资，我们可以获得三种回报：

- 团队可以在大目标中，拆分出一个清晰的小目标节点。
- 最大程度的暴露自己的问题，倾听到更多的质疑，从而改善产品质量。
- 我们可以扩大已有的关注度，获得世俗意义上的家人朋友的支持，从而减轻心理压力。

8. 这次 weplay 是《终极细胞》第一次参加线下展吗，是从什么渠道知道的展会信息，如何报名参与，如何对接参会的

缪明辉找的。

9. 是自己申请的展位还是和发行商一起呢，如果是后者，会不会和其他游戏挤在一起影响曝光

缪明辉找的。

10. 在展会前会进行什么宣传，在展会上会有什么活动供玩家参加吗，因为目前 看到的信息还比较少，小红书账号只有一条信息，是否是游戏内容涉及保密，不能过早公开

- 10.1 在展会上会有什么活动供玩家参加吗？
-

活动会这样发生：两个玩家背对背坐着，两人手里拿着一台手机，服务器就在现场，服务器联结了一个超大显示器。两位玩家会坐在展位里面游玩。超大显示器面向走廊一端，会直播他们对战的画面。两个玩家会带着

耳机窝在展位里专心想战术，他们不会知道有人在围观他们的比赛，所以不会受影响。这个过程会持续3-5分钟。如果他们需要的话，在游玩后，我们可以提供他们本场比赛的录像。

- 10.2 是否是游戏内容涉及保密，不能过早公开
-

不保密，因为我们还没做完，今天刚做完，还有几个bug，但一定会在去之前改完。

11. 这次 weplay 是从什么时候决定要参加的，什么时候开始准备的呢

有比赛我们就会参加。但在完成之前，我们只能参加展会。

12. 具体为展会做了什么准备，比如游戏版本、设备、物料、展位布置、要见的人/玩的游戏的 list 等

真正的战士是随时都会准备好战斗的。我们会去设想，但一切视现场情况而定。

13. 您的团队成员都会去吗，各自负责现场什么工作呢，您的团队和发行商各自分工是什么

都会去，没有非常具体的安排，但有大的职责，他们知道自己要做什么。我们没有发行商，选择发行商也是我们的目的之一。

14. 您的团队成员都在上海吗，如果不是的话，计划哪天过去，待几天呢

16号早上开车去，在上海住3晚。

15. 这次去 weplay 的主要目的是什么，达到什么效果就会觉得参展是值得的；有没有一定要认识的人/达成的目标

有目标：找到5个潜在发行商 获得3位数的关注

16. 这次参展的预算大概有多少，主要支出在哪些方面，有没有想什么办法尽量节约预算呢

支出就是住宿，吃饭。每个人承担自己的，预算取决于成员自己想怎么消费。最后会找个地方喝杯咖啡 复盘一下收获。

17. 线下展有很多，为什么选择了 weplay，之后是否还有计划参加其他展会

- 17.1 为什么选择了 weplay
-

选择weplay是因为，我之前每年我都会以玩家的身份去玩，我对展会的质量是有心理预期的。

- 17.2 之后是否还有计划参加其他展会
-

到了能参加比赛的完成度，我们会优先考虑参加比赛。如果展会对于团队的时间来说 性价比够高就会去，视情况而定。

18. 您觉得线下展会是独立游戏冷启动最好最快的途径吗，比如吸引第一波自发宣传的用户、有媒体报道冷启动是什么意思？如果指的是没有预热直接公布的话。答案是 是的，这是我们觉得性价比比较高的途径。

19. 如果签了发行商，但是发行商没有组织线下参展，你也会自己准备去参加吗，线下展的必要性在哪里

- 19.1 发行商没有组织线下参展，你也会自己准备去参加吗

-

我们会达成共识。我们一旦选定发行商，一定是已经达成了共识，且有一致的目标。我们会选择完全相信我们的伙伴，因为我相信他们会帮助我们达成目标。

- 19.2 线下展的必要性在哪里
-

线下展是一种形式，在我看来形式需要服务于目标，在没有具体目标之前这个问题很难回答。

20. 线下展还是会耗费一定精力和成本，如果有线上的方式，比如做小红书、B 站、找主播宣传，会不会效率更高

重点不是平台，而是看具体和谁合作。比如说 游益 这样可以帮助大家提升认知的媒体 我们就很愿意找。因为这也符合我们更远的目标。