



赛车竞速游戏体验对比分析 QQ飞车 & 跑跑卡丁车
跑跑卡丁车 优化改进方案

王砾月 用户市场研究 (跑跑卡丁车)

2020.3

Content

- 01 研究方案
- 02 框架细化
- 03 用户研究
- 04 优化方向





/01

研究方案

从品牌拆解、研究思路和“可玩性”的侧重点入手，计划整个研究方案

研究思路



品牌拆解 跑跑卡丁车



品牌拆解 QQ飞车



挖掘重点：可玩性

如何**定义**可玩性？

可玩性是全方位吸引用户、留住用户并创造更多用户的游戏属性
一个具有多样性玩法、优秀玩家体验的游戏，就可以定义为一个具有**高**可玩性的游戏

定义的确认

游戏玩家由熟练度或接触游戏的时长，可以分为新手、经验和专家用户

我们通过对应用用户的访谈和评价，了解玩家理解中“可玩性”的定义及这两款游戏中的表现

研究方法的选用

访谈的形式，可以由部分玩家的理解和感受，对比不同类别用户的反馈，熟悉竞品存在的因素

我们可以结合访谈的框架进行可玩性的拆解，并对具体的内容分别进行具体的用户调研

框架的搭建

通过体验游戏和桌面调研，可以得到可玩性的雏形框架，通过访谈进行补充

可玩性作为我们的用户研究切入点，这个框架也是我们后续收敛到方案的依托

可玩性的板块

感官感受

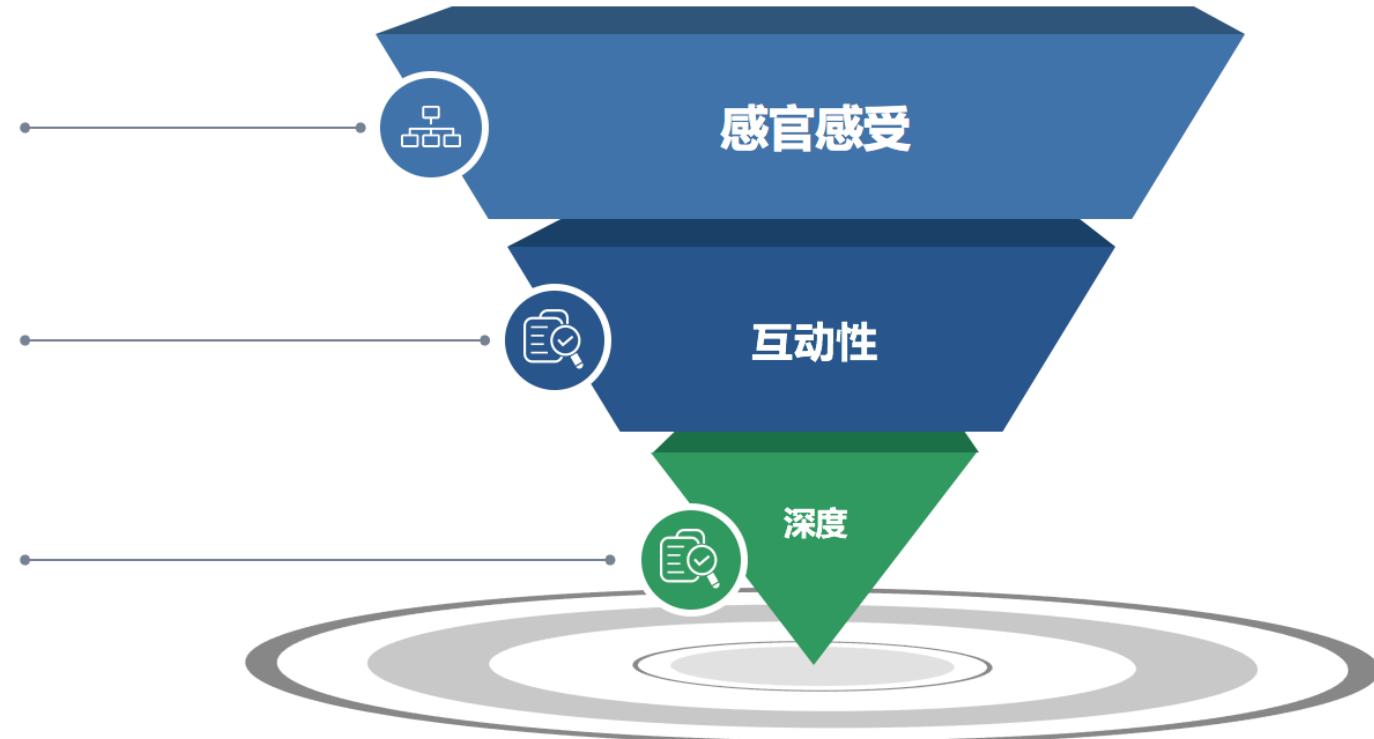
震动的触感，视觉上的观感，音乐音效的听感，共同构成了游戏的丰富性

互动性

主动的社交和玩家自己组成的群体都应当在游戏中有对应的活动或模式，来保证游戏的互动性

多样性

处于高阶的玩家更倾向于挖掘游戏的新奇玩法，而游戏的可挖掘程度也影响着这些用户的留存率



可玩性的框架

感官感受

视觉

最直接的视觉内容就是游戏的交互界面，由登入游戏到完成一场游戏，交互会直接冲击玩家的视觉

触觉

触觉在手游端的实现目前只有震动着一种形式，而在体感游戏的未来触觉在游戏可玩性中非常关键

听觉

游戏的音乐和音效是关联着玩家的听觉，适当的音乐和娱乐性的音效可以提高可玩性

互动性

语音交流

玩家在游戏中不可避免的会和其他的玩家一起进行游戏，可能是网友也可能是自己的好友

语音的交流可以让游戏成为玩家远距离联谊的重要依托

信号

信号是游戏设计中提供有效反馈的一种音效形式，同样的，许多快捷键的设计可以便捷得发送出信号用于玩家的交流

信号的丰富性和娱乐性，可以提高游戏的可玩性

多样性

操作梯度

竞技类游戏的关键就是玩家的技术，游戏可以提供新手快速入门的教程和关卡，但是对于经验用户和专家用户，游戏需要有更丰富的可以开发出来的操作形式

赛道挖掘

赛道地图是玩法丰富性的补充

装备的优劣

如何让玩家认可装备的研发和推新，充值付费又是否会破坏游戏的平衡性，这些是游戏长久的话题



/02

框架细化

细化研究方案中的框架，将产品的实测与之结合

感官感受 跑跑卡丁车

视觉



感官感受 QQ飞车

视觉



感官感受

视觉



跑跑卡丁车

Q版的人物形象
还原了早期端游可爱、丰富的画面风格

玩家的视觉关注点较发散



QQ 飞车

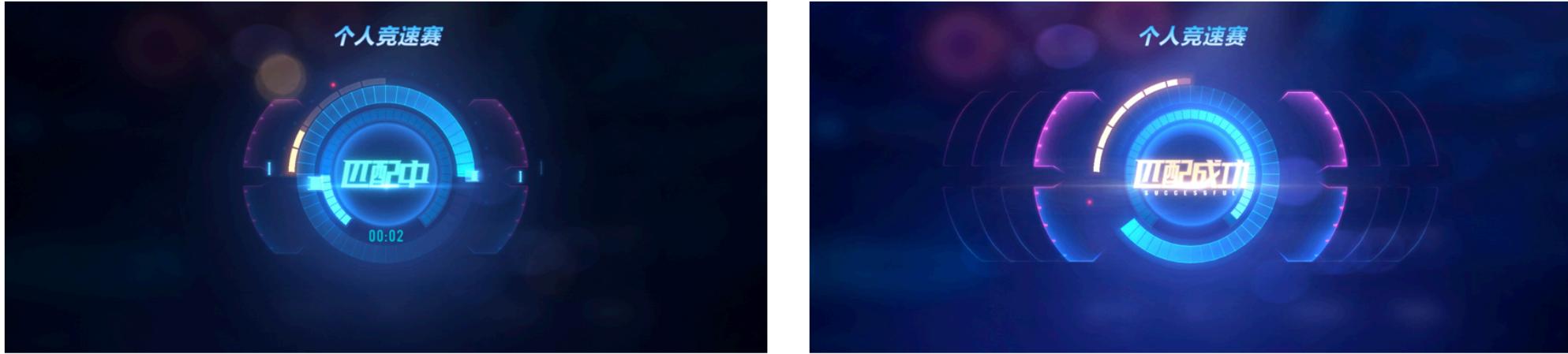
拟人化的人物形象
还原了端游的设定，画面主打科技感

玩家的视觉关注点集中



感官感受

触觉

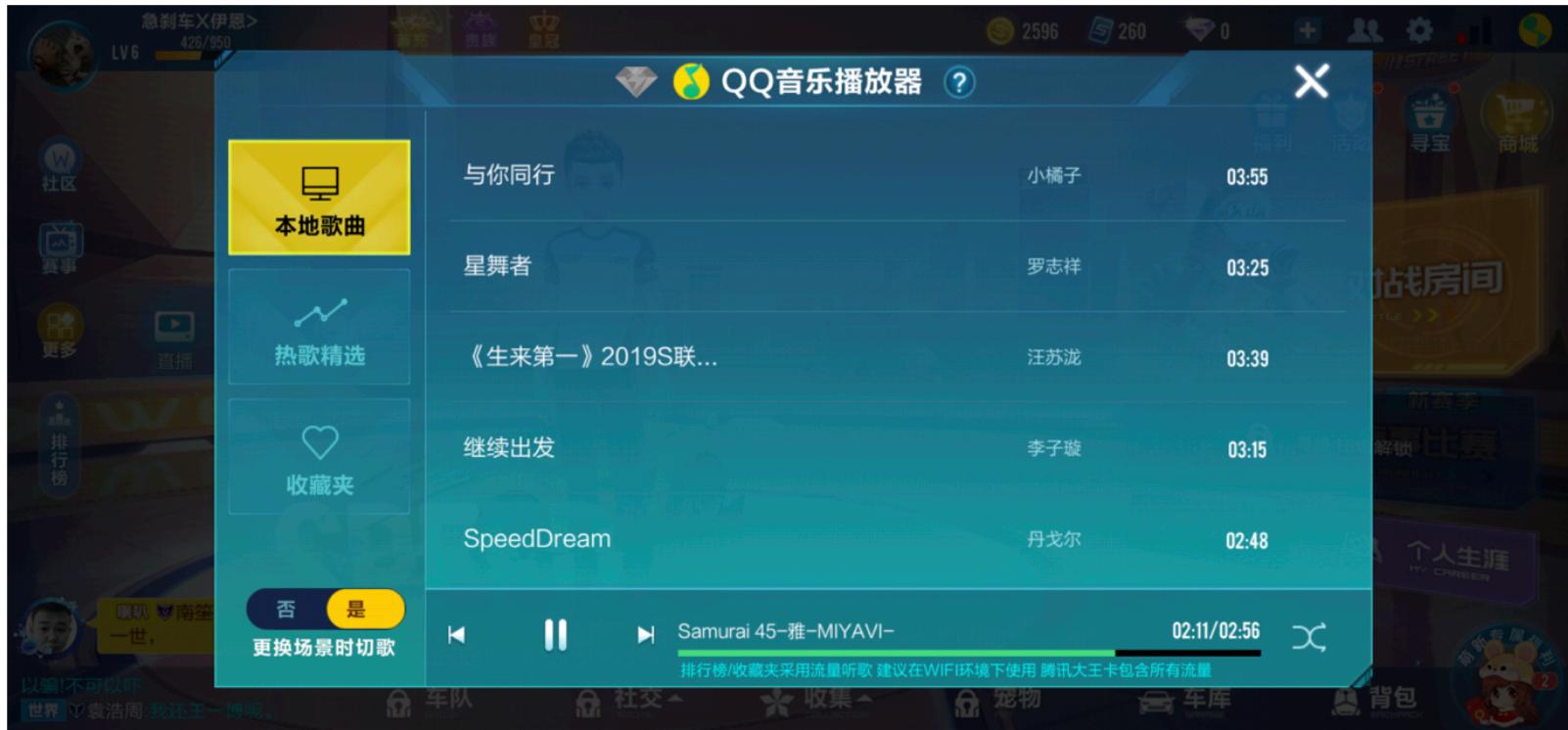


QQ飞车 在匹配成功后有 震动反馈
跑跑卡丁车的匹配房间“准备”图标变为“正在进入”后进入地图展示与加载界面



感官感受

听觉



QQ 飞车游戏中的音乐播放为QQ 音乐播放器
跑跑卡丁车的音乐与端游音乐相同，得到老用户的认可

互动性

语音交流



跑跑卡丁车的聊天界面占据屏幕50%，其聊天内容包含“世界”、“私聊”、“群组”
QQ飞车的聊天内容较跑跑多了“休闲”和“系统”，“群组”变成了“私聊”

互动性

语音交流



两款游戏都配备了局内的快捷聊天信号，但语音转文字的按键跑跑卡丁车为单独一项
QQ飞车在局内的界面多出了“QQ音乐播放器的选项卡”

跑跑卡丁车

基本技巧

拖漂 断位漂移

2

进阶技巧

点漂 双甩

2

高级技巧

双喷 最佳化漂移 连喷 镜像漂移
拖漂延续 反向集气

6

* 拖漂是跑跑卡丁车独有的概念

QQ飞车

基本技巧

起步：超级起步、段位起步

小喷：点喷、刮喷、空喷、落地喷

出弯：单喷、双喷、link喷、段位双喷、段位单喷、
WCW喷、CW喷、CWW喷

进阶技巧

适应性漂移：侧身漂移、甩尾漂移、连续漂移

调整性漂移：停滞漂移、三段式漂移、拖漂

技巧性漂移：撞墙点漂、撞墙拖漂

高级技巧

测卡、松前、牵引、点卡、段位拉车头

多样性

赛道挖掘

地图是竞技赛车游戏非常关键的一个要素，其中不仅影响到玩家自己训练、熟悉地图的习惯
有些地图还隐藏有从端游顺延到手游的BUG（彩蛋）

（比如跑跑卡丁车内：“森林崎岖下山道”、“旋转木马”可以开到赛道外，“龙之遗迹”有两条小路）



多样性

装备的优劣



QQ 飞车



跑跑卡丁车

「付费是用户的体验中差异两极化最大的一项因素」

付费用户可以获得更多的饰品和配件，竞技赛车游戏中的赛车也是非常重要的一件配件
但是对于赛车的付费和出新频率，是玩家出现不同阵营的根本

同时，QQ飞车在付费配件方面比跑跑卡丁车的种类更多

「如何让玩家认可装备的研发和推新」是游戏开发者的一个非常大的难题

可玩性

感官感觉

- 视觉
- 触觉
- 听觉

交互复杂程度

震动反馈

音乐、音效

新手、经验、专家用户的满意度
/ 接受度调研

互动性

- 语音交流
- 信号

关于游戏互动性的调研

深度

赛道挖掘

操作梯度

装备的优劣

按键的拖拽可调

镜头灵敏度

喷气时机与操作的机会（更智能的训练调整）

如何让玩家认可装备的研发与推新

充值对于游戏平衡性的影响

付费用户的需求调研

可玩性的再思考

「玩家对于可玩性的需求」是否决定了产品的寿命？

游戏的可玩性决定了其本身的多样性，活跃玩家的积极性也会因此得到激发。

玩家的不同玩法，也决定了这个游戏对于不同玩家的不同价值：

纯竞速玩家

1 高阶玩家满足其竞技体验 2 普通玩家的娱乐需求

纯道具玩家

1 高阶玩家的娱乐 2 该模式的忠实玩家 3 普通玩家的娱乐需求

双修玩家

1 高级玩家的竞技体验 2 普通玩家的娱乐需求

其他玩家

1 享受赛车类竞技的快感 2 主动开发游戏中的其他娱乐内容（社交、装饰等）



/03

用户研究

面向“跑跑卡丁车”的用户展开深入的用户研究

用户调研 *

*调研部分的数据为模拟结果

描述性统计

- 基本信息（年龄、学历、收入）
- 游戏系统与平台（ios/安卓、手机/平板）
-



玩家对于视觉/交互的满意度

- 面向所有用户进行调研（涵盖新手、经验和专家用户）
- 可以开放自定义画板，了解用户在日常游戏时操作频率最低的主界面版块并对其简化
- 可以考虑部分板块伴随用户成长而关闭或变更

对于游戏互动性的调研

- 面向开黑组队玩家，了解其团队游戏时会选择的游戏模式和语音沟通方式
- 了解其使用语音时最常用和期望出现的便捷信号内容，丰富完善信号系统
- 了解这部分用户对于游戏的喜爱程度，以其期望得到的新地图或团队赛方案

付费用户的需求挖掘与 付费满意度/反馈调研

- 面向游戏中的付费玩家发起调研
- 了解该部分用户的付费动机和付费习惯，以及其付费行为是否满足了自己的需要

问卷设计

基于腾讯问卷的平台，设置了一篇综合的问卷。

问卷题目共26题，其中描述性统计5道，玩家游戏习惯6道，玩家付费意愿3道
交互与体验反馈4道，游戏互动性7道

问卷中设置了针对不同用户类别的跳转逻辑，可以准确的向目标用户深入调研



分析思路

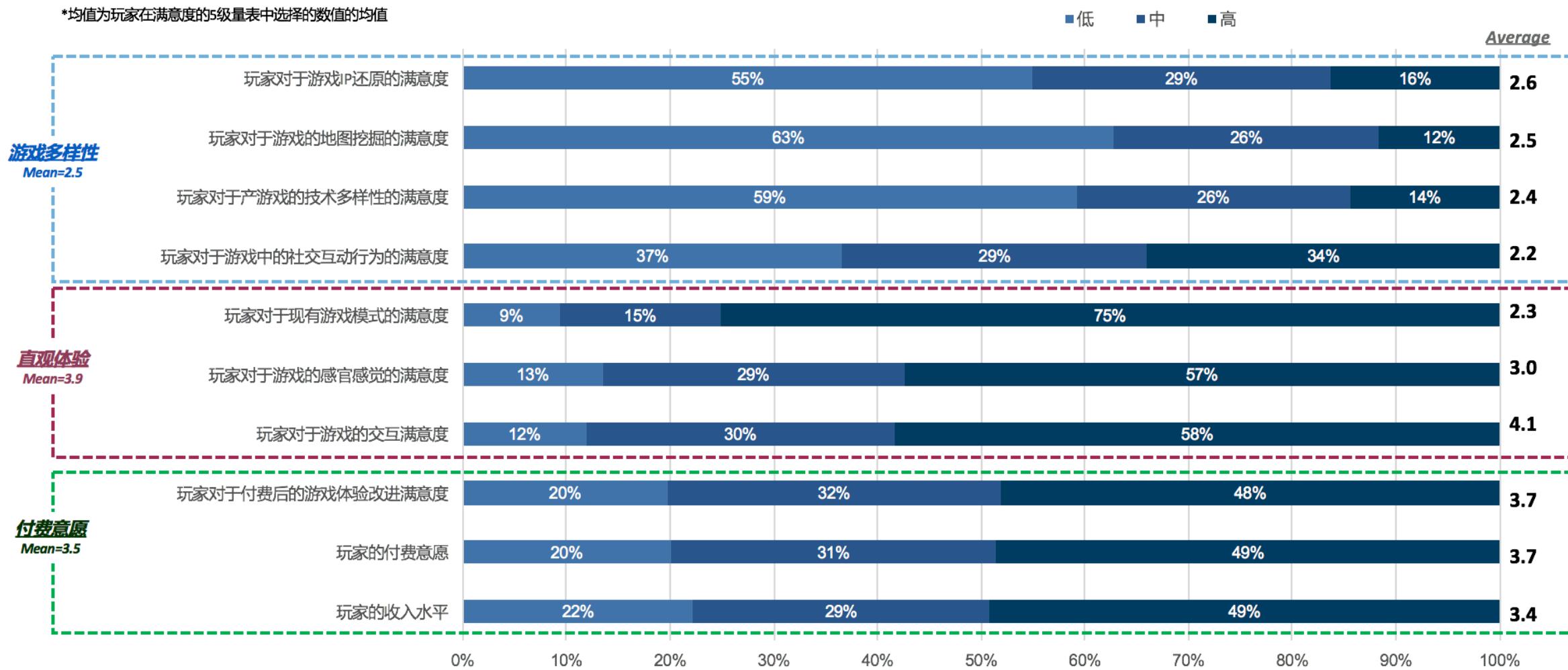
可以通过玩家使用习惯，将玩家进行分类。

将不同类别的玩家对于“交互与体验” “付费意愿” “游戏互动性”的结果进行聚类，发现不同类别用户对于游戏现状的满意度。

进一步由“付费意愿”将用户分类对“玩家游戏习惯”和“交互与体验反馈”的题目进行交叉分析，可以对付费与游戏的平衡性的影响。

“游戏互动性”的部分是独立于问卷的一部分，可以单独输出指导游戏模式和地图的一份分析结果。

分析呈现

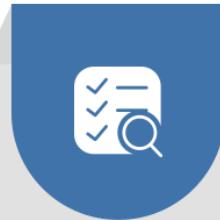


用户访谈



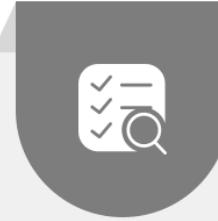
我每天登陆游戏就是在上下班或者等人的时候，
每局只需要1~3分钟...
...但是经常会弹出非常多的付费活动的广告，还
有结算的时间间隔很长，有时候打一把1分半，
结算就要1分钟...
.....

活跃玩家（经验）



我是端游死忠玩家来说的，但是我是十月份才开始玩，
半个月吧我就已经完全熟练的用之前端游的技巧了。
这个手游版的还原度很高，里面的人物啊车啊地图都是
一样的，有些地图里的BUG也是一摸一样的...
...我现在经常和一些半职业的选手打比赛，我们选车都
是有规划的，有人打先锋有人打掩护。有时候我会把一
个图练习几百遍，基本两三个礼拜都在跑那一个图...
.....

高手玩家（专家）



我以前也接触过端游，但是印象不是很深，这两
个游戏给我的感觉还是不太一样的。我本人比较
晕3D，玩跑跑卡丁车会晕一些，但是QQ飞车就
还好...
...QQ飞车我上手挺快的，大概半个小时就跑的
比较顺手了，跑跑卡丁车感觉需要练习的多些...
.....

入门玩家（新手）

访谈总结

出新频率高

对于高阶玩家来说，顺应版本的赛车是肯定会购买的，但是双修玩家（竞速和道具）认为赛车出新频率高，消费吃力

结算时间久

对于简单满足娱乐需求的经验用户，每局的结算时间以及登入游戏后的自动弹窗过多，增加了不必要的时间

交互多样性低

跑跑是00、10年代的老IP，但是现在手游化之后，还原度高的同时希望可以加入更多样的交互类别



付费平衡性

游戏玩家会按照付费意愿分为不同类别，但是付费的玩家提升体验的同时要注意保留游戏平衡性，玩家之间的对抗才更有趣

IP 还原度

游戏的IP还原度高，老玩家在游戏里可以得到不同于其他游戏的归属感和亲切感

操作天花板

跑跑的技术需要磨练的成分高，系统把所有的技术教学也放在了“修炼”模块，但是真正掌握用于实战还是需要时间

分类标准

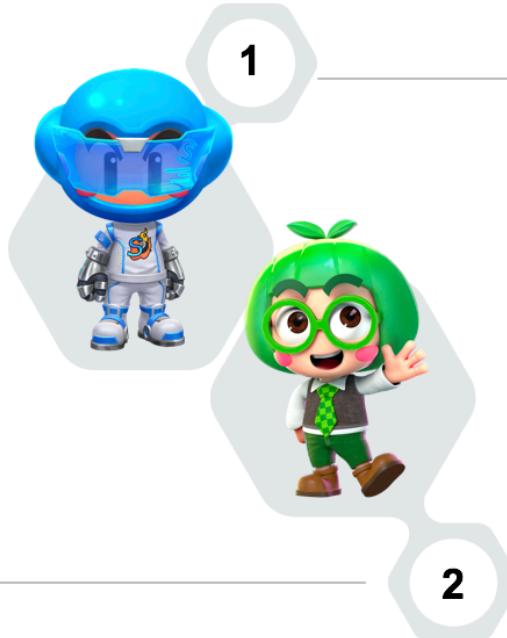
访谈共进行了12人次，其中可以根据其对于以下7项内容的偏好，将其具化到四类，其中类别覆盖的用户有重叠

	出新频率	结算时间	交互多样性	付费平衡性	付费意愿	IP还原度	操作天花板
1	Y		Y	Y	Y	Y	Y
2人次，高阶玩家，认可支持游戏的发行，看重游戏的可玩性和深度							
2		Y	Y	Y		Y	
4人次，普通玩家，认可游戏的娱乐性，在游戏中寻求的是消遣时间的快乐和游戏机制的多样性							
3	Y				Y	Y	Y
2人次，付费玩家，认可支持游戏的发行与娱乐性，看重游戏的可玩性和可以开发的新颖玩法，在意游戏的视觉特色和特点							
4	Y	Y	Y			Y	
5人次，普通玩家，认可游戏的IP和协作性，通常是以群体的形式出现在游戏中，享受多样的娱乐形式							

用户画像

随便玩玩（入门级）

- 年龄14~25岁，男性
- 有片段的时间可以用于手游
- 了解赛车竞技类游戏的内容，但是经济不独立
- 看重娱乐性大于竞技性



忠实粉丝（高阶玩家）

- 年龄在20岁~30岁，男性
- 曾经是忠实的客户端玩家
 - 付费意愿高
- 会花费大量的时间训练自己的技术和熟悉地图
- 会考虑游戏中队友的配合还有适用地图的车型
 - 会选择自定义的模块来定制自己的赛车
 - 会主动探索游戏的玩法
- 会跟着版本的趋势购买适合自己的车子
- 会对现有的游戏感到乏味，期待有新鲜的内容

用户画像

群居动物（经验用户）

- 年龄18~25岁，性别男
- 玩游戏喜欢和朋友一起开黑，如果这个游戏没有好友一起玩会弃坑
- 热爱各类游戏模式，喜欢和队友在游戏中语音打配合
- 有时候开黑游戏里的语音卡，会提前和朋友在微信群里打开语音再玩



娱乐至上（经验用户）

- 年龄18岁~25岁，性别女
- 接触过客户端游戏，是忠实的付费玩家
 - 爱好花样的玩法，热衷于道具赛
- 会在装饰、小屋、喷漆、衣服等配件上花费较多
 - 认同娱乐至上的原则
- 会陷入官方发布新车频率过高而增大开销的困扰



/04

优化方向

根据调研结果和用户画像，具体到方案

多样性提升

- 1 开发的新的地图模式，或者开发出热爱彩蛋的玩家、老用户会喜欢的关于品牌IP的地图或游戏模式

例：一款新的无终点地图，玩家需要通过提前寻找特殊的位置加速来进入特别的赛道，可以将这样的形式难度提高，并邀请虎牙、斗鱼平台主播进行直播寻宝，寻宝可以是限定商品的兑换碎片，通过限时限量的活动宣传和较高频率的活动预热，从而提高游戏的热度，获取更多新登和首活用户并提高留存

- 2 增加用户在地图中可以触发的机制，譬如撞击后变形的路标、护栏等趣味性元素
- 3 开放漂移时的镜头灵敏度的控制选项，或其他和操作习惯有关的选项，增加玩家的定制化因素



感官感受优化

1 保留原有的音效与背景音乐，作为传统客户端的IP的保留。增加自定义的入口，可以关联自己的音乐

例：在结算页面增添“精彩集锦”的入口，在该功能模块内可以剪辑刚刚结束的比赛中精彩的“超越”或片段，并使用自己的音乐软件内音乐进行配音。

2 增添关于结算页面的可选项，为快速进入下一局的用户提供便利，减少每局结算的时间

3 增添游戏中碰撞震动体验的可选项，在道具赛或普通竞速中如果出现碰撞和道具的击飞，手机可以有震动形式的反馈，加强游戏触感方面的体验





研究总结

手机端游戏的生命力在于玩家的留存率，仅凭上线时的新登用户是不足以支撑游戏的运营的。而留住用户的关键就是**可玩性**。
可玩性的定义是没有统一的规范的，因此我根据电话访谈的高阶用户，将可玩性收敛到感官感受、互动性和多样性。

由于时间的原因，问卷的发放和数据处理没能按照真实的用户反馈展开，如果有更长线的工作流程，可以增加定向的用户访谈，获得更有价值的用户画像，指导我们完成对游戏的优化方案设计。



Thanks.

王砾月 用户市场研究
西安交通大学 工业设计工程 研究生
13572549099 // 583588681@qq.com

