# **给玩家定一个小目标1----关于游戏中目标设定的一些思考**

作者：[LLjYYY](http://gad.qq.com/user/index?id=21471)

链接：<http://gad.qq.com/article/detail/38449>

PS1:本文的内容可能仅适合数值卡牌类游戏，其它品类游戏可参考，慎借鉴

PS2:本文的内容为个人工作经验和心得，不一定正确，欢迎交流

PS3:当前游戏行业中没有绝对的真理，游戏上线后，一定要紧跟游戏生态，了解目标用户群的喜好和习惯，以便在后续版本中投其所好

玩家为什么玩游戏呢，因为在游戏中你获得的体验是在现实生活中无法得到的。一旦你进入了游戏，你就能变强，能杀人，能赚钱，能为所欲为，能满足人类内心中最原始的欲望。（有很多游戏上瘾的理论，有兴趣自行百度，不班门弄斧）

而对于我们这种赚钱厂商来说，做的就是给玩家提供了这个平台（游戏）。等玩家进入这个平台后，只需氪一些小小的身外之物，就能满足他的欲望。

玩家一旦有了欲望，就会去追求这个欲望。作为开发者，就需要将玩家的欲望进行具体的量化，以目标的形式传达给玩家。

但是不同人的欲望是不一样的，你可能只要晚饭有个鸡腿就能很开心，而我必须来一发麦当劳0油无添加板烧鸡腿堡才能打发。所以，为了满足不同玩家的需求，我将所有的玩家分为三大类：

第一大类：农民

农民泛指每天上线，收菜打卡的玩家。这些玩家的主要行为，就是将日常任务全部做完后，在QQ群贴吧里发发牢骚。农民中，细分为贫农和富农。贫农指一分钱也不充或者首冲的玩家，富农指充个月卡，根据活动偶尔充几笔非常划算或急需的小额充值。这些玩家数量占了所有游戏玩家中的90%甚至更多。他们的追求比较低，推图，收集，实力慢慢成长就能满足他们的需求。

第二大类：小资

小资玩家的含义和名字一样，指会在游戏中投入一定财富，追求游戏体验的玩家。这类玩家一般都有明确的目标，比如要买什么不买什么，比如玩法中达到某个程度。小资玩家付费能力较强，每个月充值几百至几千不等。根据不同游戏生态，小资玩家贡献的充值总额可达到总充值的三分之一至三分之二，越是深坑的游戏占比越小。

第三大类：老板

老板玩家是我们最喜欢的玩家了，有钱任性，追求极致的体验与爽快。他们想要什么，就会把那件东西全部买光。他们更在意的是人与人之间的斗争：我就是第一，若我不是第一，那我再充点钱。这类玩家来的快去的也快，一旦失去目标，他们的流失比率就会飞速提高（反正钱扔进去就是图一个爽，你这里爽不了，我找其他地方去爽）。

**不同类型的玩家追求目标是不同的，一个游戏中，设定的目标要涵盖所有类型玩家，才能维持一个健康的生态。**

在对用户分类完毕后，需要根据玩家的特性对其定制目标。在游戏的玩法设计中，为了精确划分，我将目标也拆成了3钟类型。

第一类：当前目标

当前目标，指我做完这件事后，马上会有一个结果。

第二类：阶段目标

阶段目标，指我在短时间内（可能是一天/周/月/年）想要追求的东西。

第三类：最终目标

最终目标，是指我在一个完整周期内，达成了最终的条件。

**把目标这么划分得那么细，有2个原因，**

**1.让所有类型玩家都有自己对应的目标，避免出现农民觉得目标遥遥不可及或者老板不满足当前的目标。**

**2.让玩家始终有一个较为靠近的短期目标和一个长远目标，保证玩家在追求目标过程中有较为及时的正面反馈，减少因追求最终目标而长期重复劳动中，产生的无聊感而流失的风险。**

举个例子，我司运营活动中最常见的转盘，规则为：每次转动转盘都会获得奖励并得到积分，积分达到要求可领取积分奖励，另有积分排行榜，活动结束后根据积分排行发放奖励。

其中，每次转动转盘为当前目标，农民玩家领了几张免费的抽奖券后喜滋滋的来抽两下，然后骂两句真坑后下线了。对于农民来说反正是白拿的，这种小而快的并且带有一些些刺激的反馈，就足够了。

积分奖励为阶段目标，这个目标对于农民来说够不着，对于老板来说是必拿的，其主要的目标是小资玩家，他们有一个明确的目标，根据经济条件抽到某个性价比合适的档位后就会停止。

排行奖励作为最终目标，是老板们的竞技场。他们想要的东西在第一名，所以他们的目标就是第一名。他们很少考虑性价比，看到有其他人在我前面就再充点钱超过他。甚至有时候会转变为意气之争，我TMD不管第一名送什么东西，我就是要超过你。（有钱真可怕）

引申一下现在流行的吃鸡，我落地成盒（误），我成功着陆，赤手空拳，要赶紧找点装备（当前目标）找到装备后穿上，我肥的不行（目标反馈）。找着找着我看到了一个人，我要杀掉他（当前目标），杀死他后我的对手-1，并且我获得了他的装备（目标反馈）。毒圈来了，我要活着进到这个毒圈里（阶段目标），进入后我暂时安全了，可以埋伏起来看看有没有野味给我打一下让我舔一下包（阶段目标反馈）。最后随着毒圈越来越小，我要干掉所有人（最终目标）才能吃鸡（最终目标反馈）。

这里要注意一点的是，**目标的建立要清晰明确，反馈要直接。**比如上面的例子，我每转一下转盘的的反馈，转多少次后的反馈，以及我转得比所有人都多的反馈。目标的设立中，最忌讳的就是让玩家玩了半天还在想：我TM的玩半天到底在干什么？

所以，这是我设计玩法的方法：**每一次行为的反馈，短时间内的追求，以及完整周期的最终目标，引导玩家一步步走向设计的终点**，对于双方不都是一件很有成就感的事情吗。

说完玩法，再来说一下养成：

养成具体到执行层面，对于每个游戏都是不同的。因为不同游戏的玩家用户群体，付费能力，对事物的接受方式都不一样，所以不能一概而论，以下分享一些大方向上的经验和思考：

对于养成来说，区分做得更直接。游戏中大多数的养成都是量身定制的，不同类型的玩家主要追求点也有所不同。

有几条所有人都养得起的线，主要对象为农民，比如角色等级，似乎没有哪个卡牌游戏的经验药水是不够的。

有几条付费后就能获得很好体验的养成线，比如升阶什么的（不同游戏叫法不一样），表现形式为消耗角色碎片进行一次质的飞跃。这种胚子碎片型养成道具往往是运营卖的最好的。

还有几条老板线：性价比并不会很高，但是价钱足够高，有了之后就能碾压其他玩家，享受万人之上的体验。

数值在具体养成设计的时候，一**定要根据游戏的当前的游戏生态和目标用户群来设计**。对数值来说，能投放的一共就3种东西：属性，技能机制，外观。属性可以对所有玩家投放，不同类型的玩家无非是多寡的区别。技能机制需要稍作区分，越高阶层的玩家可拥有的选择余地应更大。至于外观，根据实际游戏情况，可考虑放在投放方式的阶段目标中或者最终目标中。

另外，关于数值设计还有一些小小的经验：

1. 每次做新版本的时候，在属性和技能机制之间有所侧重。在连续投放属性后一定要投放一些技能机制。因为新版本的性价比一定是高于老的版本的，如果连续投放属性，容易引起玩家的反感，觉得新的东西怎么比老东西划算，我以前充的钱是不是白冲了。而连续投放技能，则容易造成玩家前一个版本还没有玩懂，还没有开发出成熟的套路，就被迫接受新的机制。

当然了，技能机制一共就那么点，投放主要还是以属性为主，但是可以包装的多样化一些。除了最基本的定值属性，还有百分比，连锁，缘分等等多种包装，形式一些，避免玩家疲劳。

2. 关于性价比的设定（通俗来说就是1块钱能换多少战力），每个新养成的性价比应比上一个养成高一些为宜，具体高多少就比较考验数值的水准了。太高了会冲击老养成线，并且造成一波流失，太低了会拉不起收入（这两口锅都不好背）。具体实施的时候根据生态（再次强调！要看生态）把握松紧。

以上是我对关于游戏中目标设定的一些经验和思考，欢迎交流。

下一篇讨论了当目标设定完成后，如何提升玩家在追求目标过程中的可玩性和乐趣的一些思考：

http://gad.qq.com/article/detail/38555