

《游戏化的时代》

图书基本信息

书名：《游戏化的时代》

13位ISBN编号：9789571358604

10位ISBN编号：9571358606

出版时间：2013-11

出版社：时报文化

作者：井上明人

页数：240

译者：连宜萍

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《游戏化的时代》

内容概要

在社群媒體、巨量資料之後，

下一波的商業趨勢，就是遊戲化！從步行、慢跑、減重、開會、學習、購物、儲蓄，我們的生活，因為遊戲化的過程，變得更健康、更有效率、更有趣！

遊戲化（Gamification）指的是電腦遊戲中，將開發的技術實際應用在社會活動的行為。本書作者在2011年3月，在東日本三一一大地震之後，為了響應省電，因此每隔一小時確認一次家的電表，把電表的數字發表在推特（Twitter），並以省電遊戲（#denkimeter，原意為電表）為名，在推特上引起跟進與討論。

人們驚覺，原來，即使像是省電這麼嚴肅的事情，竟然也能變成遊戲。

沒錯！遊戲可以使人快樂，可以將複雜的事情變簡單，甚至可以改變人的行為！而遊戲的力量不只是用在娛樂或學習，遊戲改變人的生活習慣、商業行為，甚至改變戰爭、政治。在現實社會中，包括：步行、慢跑、減重、養生、旅行、開會、學習、寫作、K書、購物、省電、儲蓄、鬧鐘、戒菸、開車，任何可以想到的事，都可以遊戲化。遊戲化（Gamification），是社群媒體（social media）、巨量資料（big data）、物聯網（internet of things）的下一波網路趨勢。

根據顧能公司（Gartner Inc.）調查，2014年之前，2000家的跨國企業之中有70%以上的企業，至少利用一種遊戲化App推動他們的行銷事宜與維持顧客關係。2015年之前，從事創新工作的企業將將有半數以上，將遊戲的元素注入他們的工作流程之中。遊戲化有三個影響：

一是社群遊戲的快速成長，從開心農場到Candy Crush，快樂地玩遊戲，已變成人們日常生活之一。
二是社群遊戲與遊戲玩家的行動結合實際的商品銷售，這種以社群遊戲成功拓展銷售的線上結合實體（O2O，online to offline）行銷手法，目前相當受到矚目。例如：北美約七千家的7-Eleven，選購指定冰淇淋商品就可以得到一個序號，利用這個序號在臉書遊戲使用一個特定項目，相當成功。
三是遊戲化公司的成長快速，例如：定位服務Foursquare結合實體商店優惠、Nike+將跑步變成遊戲、Evernote把筆記化為遊戲般有趣，提供這些產品或服務的公司，陸續獲得資金挹注或大型企業購併。

過去十年，是社群的時代；未來十年，是遊戲的時代。遊戲化，是喚起人的本性，讓人格外認真的新商業模式！

《游戏化的时代》

作者简介

作者：

井上明人（Akito INOUE）：1980年生，現任國際大學GLOCOM研究員兼助理教授。慶應義塾大學政策傳播研究所碩士畢業後，曾任慶應義塾大學湘南藤澤校區研究所訪問研究員。2010年，榮獲日本數位遊戲學會第一回學會獎「青年傑出獎」。2011年3月14日，在東日本大地震後提倡省電遊戲#denkimeter成為受到社會矚目的話題；論文 遊玩與遊戲之論說：彼此凝視忍住不笑能變成電腦遊戲嗎？。

譯者：

連宜萍：日本麗澤大學經濟學博士。曾任銘傳大學應用日語系助理教授，現任麗澤大學經濟系助理教授；譯作《假如杜拉克是店長》（時報出版）。

《游戏化的时代》

精彩短评

- 1、从故事到社群再到游戏，未来的生活会是游戏化的世界。从技术角度看，这是搭建在科技进度基础上的构想；然而从人文角度看，这是生活游戏化。为何科技不作别用，为何技术改变工作、改变生活，实际是人的思维的前进与转变。
- 2、这本书是日本人所写，主要从外国案例出发，然后最后总结干货，并且提出了一些核心观点，平衡到游戏化的正反两面。游戏化不能解决一切问题，如果要做游戏化设计，那么就需要平衡到他的缺点。游戏一旦跟业绩挂钩，带有强制性，就会有反效果。游戏化并不是加个徽章。
- 3、New concept

章节试读

1、《游戏化的时代》的笔记-總結

原文好讀版：<http://blog.amowu.com/2014/02/gamification.html>

書摘 遊戲化的時代

“在 2011 年，Gamification (遊戲化) 繼 Web 2.0，Mashup，Cloud，Freemium 之後，成為網路上科技的熱門關鍵詞。”

“Gamification 將會是 Social media、Big data、Internet of Things 的下一波網路趨勢。”

持續「步行」的工具就是遊戲化

“知道步行對健康有益，但要付諸行動真的很難。... 遊戲化漸漸地扮演起重要的角色，為了持續每天的健康步行運動，只要帶著遊戲化工具，每天無聊的步行就會得到回饋。”

1998 年發售的「口袋皮卡丘」結合計步器和電子寵物，是成功的遊戲化案例。

近幾年熱門的健康管理 App 之一，Nike+ 運用智慧型手機的 GPS 和感應器來達成有趣的慢跑應用。

Serious Game 與遊戲化的不同

“「Serious Game 是將社會上的各種問題帶到遊戲裏，而遊戲化是將遊戲帶到社會的各個角落。」”

小便斗加上一個簡單的靶心之後，就能增添許多樂趣。

會員制與遊戲化哪裏不同？

“思考使用者的「動機」，動機的概念可分為外在動機與內在動機。外在動機指的是因報酬，賞罰等理由所被激發的動機，內在動機則相反，並非因為外來的報酬或賞罰，而是被活動內容所激發的內在動機。* 所謂的遊戲化，既是想要謀得報酬的外在動機，同時也是能驅動內在動機的結構*。”

Starbucks 利用簡單的集點遊戲規則讓消費者參與解決環保問題。詳見 Karma Cup。

受到量化的我們

“在印刷技術上，「油墨」扮演重要的角色。而在遊戲化，同樣也需要各種「測量的技術」。”

“如果沒有碼表記錄這些時間，世界選手大會或奧運的競技，根本無法成立。”

“「不譴責，不罰款，而是獎賞！」”

“福斯汽車 2010 年舉辦了一個名為「車速照相樂透的活動」，並不是針對超速車輛的取締罰款，而是表揚遵守車速駕駛的偵測系統，試行期間平均車速下降了 22%。”

“能用數據計算的東西，要變成遊戲比較容易，相反地，判斷標準不一的對象就比較難以變成遊戲，例如評價一幅畫。”

遊戲變成生活化之後，遊戲化就會擴大散播？

“「知之者不如好之者，好之者不如**樂之者**。」”

”印刷技術是結合造紙術和冶金術，再由能看懂文字的知識族群拓展。同樣地，遊戲化也是因為有智慧手機，Lifelog與眾多的玩家才能夠有今日的發展。”

遊戲之所以會進展得那麼快，原因如下：

1. 測量技術的進步
2. 網路的發達讓「時間」有了戲劇性的變化
3. 遊戲世代的成熟

測量技術的進步

”透過許多感應器和 Lifelog 的功能，已可以從生活中的各個「空間」中得到要成立遊戲所需的數值，原本壓根無法變成遊戲的各種領域裏，因為有了上述的功能，使得原本不能實現的遊戲變得可能了。”

網路的發達讓「時間」有了戲劇性的變化

”比「遊戲」更重要的一件事，時間的獲得。”

”在活版印刷的時代「紙」所發揮的功能，就相當於現代的智慧型手機所帶來的快速一樣。為什麼「時間」的取得會那麼重要呢？其實應該說「任何時候都能確認遊戲的結果」才是更重要的。”

”玩家在遊戲裏做了什麼動作，透過社群網路，馬上就會有人回覆訊息。即使沒有任何人回應，電腦也會成為「對手」，穩定用戶的結構早已完備。”

遊戲世代的成熟

”以活版印刷時代為例，「必須有一定以上的人識字」才有辦法拓展活版印刷技術。同樣地，要促進遊戲化最後的條件就是「遊戲世代的成熟」。”

”玩遊戲的「人」增加了，而那個世代的人在社會的權責地位愈高，追求「遊戲」的機會也就愈高。遊戲的世代隨著時間的經過總算超過半數了。”

「空間」「時間」「人」

”「空間」「時間」「人」，這麼複雜的條件正好在 2010 年代帶來極大的影響力。正因為要擴大遊戲化的條件全都齊全了，遊戲化就要開始展開。”

遊戲改變商業

“迪士尼認為要提升「顧客滿意度」，首先要提升「員工滿意度」。”

”「遊戲化並不是讓人不認真，鬧著玩的東西，而是喚起人的本性，讓人認真工作的工具。」”

《游戏化的时代》

思考遊戲化

”「任何人都覺得有趣的遊戲架構並不存在」，我們想的不應該是「加進甚麼結構應該會很好玩吧？」，而是「想讓玩家是甚麼的話，這樣設計應該不錯」。

玩家的操作與設計者的期待不一致

”事實上，讓玩家感受勝利的快樂，並不是拓展遊戲化業者的主要目的，他們希望從玩家身上賺取利潤，希望玩家透過遊戲學習某件事，或者是希望玩家對社會有實質的貢獻等。不同於電腦遊戲，遊戲化的主要目的並不是提供玩家娛樂。另一方面，大部分玩家的目的不是從自己口袋掏錢出去，更不是想對社會有什麼幫助，只是想開心地玩個遊戲而已。兩者的動機不一致，在建構遊戲化時，會是很大的問題和阻礙。

太慢的「遊戲」讓人容易產生厭倦

”並不是只要注入遊戲元素就能夠增加固定用戶，遊戲還有另外一個現象，那就是「厭倦」。一般常見容易上癮的遊戲設計，基於道德倫理的觀念，也經常受到許多人的否定。因此，**不需要設計易使人成癮的遊戲**，只需要讓大部分使用者「慢慢地厭倦」就可以。因為這樣的結構設計可以讓用戶反覆利用網路服務。

遊戲化只是拉條輔助線而已

”「世界上幾乎所有事，也許都含有遊戲的要素在其中」。並不是任何事只要遊戲化就一定能成功。例如，有人像是在玩遊戲一樣愛上做菜，卻有人不知道如何將做菜當作是遊戲一般享受。

結語

“遊戲，應該早就存在於我們所能想像的歷史之前，只是遊戲，遊玩的概念經常以配角之姿出現，所以我們才沒有注意到遊戲”

”對社會而言，與其推廣各種多樣的遊戲，我們可以更進一步描繪未來的藍圖，讓人們可以將遊戲當作更幸福的科技使用。那就是「開放設計遊戲的權限」。

“「過去十年，是社群的十年。未來十年，是遊戲十年。遊戲的力量將會影響每個人的行為，是非常強力且令人興奮的力量。各位！請一起開心的製作遊戲，使用遊戲吧！」”

《游戏化的时代》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com