

文：Along

果核文化，带你看遍游戏圈的那些事儿。

近年来单机游戏“网游化”早已不是新鲜事，从而服务型游戏的概念也被套用在越来越多作品之中。与常见的动作游戏、RPG 游戏、FPS 游戏等玩法分类不同，服务型游戏似乎并不受限于具体内容，它更加注重持续更新带来新版本，以此延长生命周期和 IP 热度。

不可否认，服务型游戏用户黏性远高于通关即完结的单机作品，只要没关服你总有随时随地捡起来的理由，但随之而来的就是游戏内容同质化严重，玩家热情持续被消耗等问题。纵观中外社群对其态度也是不尽相同，今天就让我们借用几个具体案例，聊聊服务型游戏究竟是什么，以及它有何优劣之处。

## >>> 服务型游戏概念脱胎于MMORPG

服务型游戏 Game as a Service 与其说是一种游戏类型，倒不如说更像商业模式。这类游戏很多时候上线即免费，以此用最低的门槛吸引更多受众，随后厂商会持续更新为作品添加新内容，期间购买游戏时长、充值虚拟货币、购入通行证等等收费形式是支持游戏营收的关键因素。

听起来是不是很熟悉，以《魔兽世界》为代表的一众 MMORPG 要说了，这全是我们玩儿剩下的啊……“网游化”可以说是服务型游戏最通俗易懂的解释，常见的服务型游戏里或多或少都有 MMO 的影子。它们的整体设计大多是多人玩法主导，不具备传统意义上的“结局”，游戏内容并非线性而是一个持续更新的过程。

举个例子，近年来《失落的方舟》（Lost Ark）火爆异常，Steam 在线人数一度超过 132 万，在 Steam 历史上排名第二。但从游戏设计的角度审视，它就是一款品质优异的 MMORPG 而已，玩法并没有跳脱出多种职业的俯视角战斗、PvE 打怪练级、团队副本、网络社交等要素。

这些机制好玩吗？我想答案是肯定的。无论是人尽皆知的《魔兽世界》还是《失落的方舟》都证明这是一套成功的系统，但现在都 2022 年了很多坚守多年的联盟/部落老玩家已经退坑，你指望 TA 们重新学习另一款 MMO 似乎也并不现实。

白金工作室开发的动作 RPG《巴比伦陨落》就是失败典范，它既不具备有趣的玩法机制，即时服务元素也没能达到玩家预期，长线运营更是让很多新玩家望而却步。所以今年 2 月正式发售，明年 2 月就会关服。如果你压根就不喜欢 MMO 也别担心，服务型游戏远不止这一类。

## >>>以“局/盘”为单位的服务型游戏大行其道

如今生活节奏愈发加快，用户玩游戏的时间也逐渐趋于碎片化，这是手游愈发火热的原因之一，同时也是单局制服务型游戏备受推崇的重要因素。近年来气势正盛的大逃杀类作品，比如《Apex 英雄》《绝地求生》《永劫无间》《糖豆人》等等，都可以归类为单局制服务型游戏。

它们大多用一个独特的核心系统引领玩家进入游戏节奏，然后不断推出新内容、新版本为玩家带来新内容，充值虚拟货币或者肝通行证是获取它们的常见途径。

当然，厂商也会不断对现有玩法进行小幅度修改和平衡，让每次对局都富有新鲜感，从而保持用户黏性。这条路显而易见也是非常成功的，以《Apex 英雄》为例，2019 年 2 月 5 日发售后，首月就创下 9200

万美元的营收记录，今年 Steam 在线人数还创下了突破 50 万的新高。

正如前文所说，此类服务型游戏的用户粘性十分夸张。在我看来，形成这种现象的原因首先是游玩过程没有负担，每次进入游戏都是全新开始，始终只有一个明确短期目标，既：赢得比赛胜利。

哪怕由于工作和生活原因很久没有上线，再次捡起来也没有进度不足的压力，顶多担心自己手生技术下滑。此外，为了新赛季某个奖励回坑的例子更是数不胜数，厂商会利用种种宣传短片，补全作品中本来缺失的故事部分。

最简单的例子就是，本来我已经对《守望先锋》毫无兴趣，哪怕“归来”上线也没引起回坑念头。但看完新英雄“雾子”的剧情动画，再加上经典的“你们来不来？”，导致我在许久没有打开的 OW 群里发出了“你们来不来？”的邀请。

机制独特有趣、短期目标明确、剧情故事固粉，这三者加起来或许就是以“局/盘”为单位的服务型游戏大行其道的原因吧。

## >>> 单机游戏也逐渐充满服务性

除了上述两种类型，我们大众意义上的单机游戏，其实近年也越来越带有服务性。不过表现形式各不相同，如今鲜有压盘进厂等于游戏完工的例子，持续更新的版本和补丁，数不尽的 DLC 填充物，似乎每一款游戏都能以长线运营的方式维持热度。

这里就不得不再次提起《最终幻想15》，作为历代首发玩家我对最终幻想这个

IP 有着很厚的粉丝滤镜，所以本作自然也是第一时间购入。但后来的故事大家都知道了，多个剧情 DLC 逐步发售，再推出皇家版补充游戏内容，最终放弃承诺壮士断腕。

亲身经历过这个过程的我，切实把游戏玩成了年更作品，那几年一直关注着《最终幻想15》并数次玩到了新内容。但最终 SE 的骚操作也亲手打破了曾经的那份幻想，直到《最终幻想7 重制版》我才缓过劲儿来重拾热爱。你说这种商业思路算不算服务型游戏，我觉得确实算，但它真的是以服务玩家为标准吗？问题的答案显而易见.....

诸如此类的例子也并非《最终幻想》一家，传奇的《圣歌》同样也是含泪付费代表。不可否认，哪怕到了今天它仍旧是机甲射击手感最棒的作品之一。但令人感到不可思议的是把半成品拿出来卖，然后回笼资金再补全游戏已经不算啥新闻。

当年的《噬神者3》一定程度上吸取了《怪物猎人》系列的优点，但恐怖的是它也放大了缺点。地图设计重复感严重，武器系统方面显得过于单调，剧情俗套，故事撕裂感严重。作为一款长线运营的服务型共斗类游戏，“吃神3”的表现实在无法称得上服务于玩家。

我认为，上述这种长线更新与服务玩家本就相悖，更不用说很多游戏 Gameplay 部分还千篇一律，剧情推动部分更是缺少说服力。当你第一时间花费金钱和时间购买的作品，必须需要等待一段时间才能真正完整，这种美其名曰的长线更新服务玩家也就成了彻头彻尾的笑话。我们玩家想要的从来不是什么服务性，而是传统意义上通关游戏的喜悦罢了。

>>>服务型游戏真的有在服务玩家吗？

读到这里，我想各位朋友已经对服务型游戏有了基本认知，那么回到文章开头的那个问题：服务型游戏真的有在服务玩家吗？可以看出在任何一款游戏里，所谓的“服务性”都是厂商为了保证玩家尽可能长时间参与游戏的手段，逐步更新数不尽的新内容也仅仅是回笼资金的另一种途径。

在我看来如果是一款本体免费游戏，那么所谓的服务型并不值得批判。无论《魔兽世界》的点卡付费还是《Apex英雄》的通行证，玩得开心为之付费属于“周瑜打黄盖”。玩家收获快乐，厂商收获金钱，双赢之势没什么不好。

但如果你是一款 3A 游戏，购入就已经花费玩家 60 乃至 70 美元，那么卖皮肤、卖剧情、卖道具的服务方式就显得不那么体面。更有甚者最初版本一塌糊涂，预购玩家沦为 BUG 测试员，一次次的持续更新不是添加新内容，而是弥补此前犯下的“错误”，那这种所谓的“服务玩家”便过于离谱了。

这道理我一个小玩家都明白，充斥着专业团队的游戏厂商自然不可能不清楚。然而，目前服务型游戏有利可图的属性已经深入人心，如果未来的作品无限趋近于上文中的三种类型，相信大家也不会太过意外。

但同时劣币驱逐良币未必适用于游戏圈。每一年都会有那些充满创意与梦想开发者带来意想不到的新鲜游戏，毕竟去年的 TGA 年度游戏可是名不见经传的《双人成行》。而玩家则始终具有自主选择权，我们总会在那些优秀的作品下相遇，到时候就让那些虚假的“服务性”见鬼去吧。

好啦，本周的【果核文化】到这里就结束了。一家之言难免狭隘，那么你对服务型游戏持什么态度呢？希望在评论区看到大家的分享和交流。如果觉得我们做得不错，可以点赞关注。当然，也欢迎提出意见和建议，让我们下篇文章再见。啾啾~

( 文中图片均来源于网络 , 如有版权问题请联系作者删除 )