

<<任天堂快乐创意方程式>>

图书基本信息

书名：<<任天堂快乐创意方程式>>

13位ISBN编号：9787544255684

10位ISBN编号：7544255689

出版时间：2011-10

出版公司：南海出版公司

作者：[日] 井上理

页数：241

译者：郑敏

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：<http://www.tushu007.com>

<<任天堂快乐创意方程式>>

内容概要

创意产业的世界瞬息万变，不断地创新、“惊”与“喜”的用户体验成为激烈竞争中的制胜之道。作为游戏产业的传奇、“游戏界的苹果”，任天堂执著地奉行创意先行、快乐至上的理念，用新颖的创意贯彻娱乐产业的精神，不断推出超乎想象、令人无限惊喜的产品，带给人们前所未有的体验，从一间小纸牌作坊发展为世界游戏产业霸主。

坚持“只做独创性产品”的创意策略，任天堂开发了FC、Game Boy等经典机型，以及“马里奥系列”、“塞尔达传说”、“口袋妖怪”等一批风靡全球的作品，游戏软件销售超过20亿份；凭借掌上游戏机NDS，它出奇制胜地走出了与索尼十年战争失败的逆境，重新划分市场格局；推出家庭游戏机Wii，它在2008年全球性金融危机中岿然不动，逆势保持快速发展，Wii更是让英国女王与威廉王子爱不释手，并成为美国总统奥巴马带进白宫的第一件家用电器。

任天堂在上百年发展历程中创造了一个又一个奇迹，本书将为你揭开任天堂的百年传奇与制胜之道。解读任天堂，也是解读整个创意产业。

<<任天堂快乐创意方程式>>

作者简介

井上理

1974年生于日本静冈县。

1999年毕业于日本庆应义塾大学综合政策学专业，毕业后进入日经BP公司工作，担任《日经电脑》编辑部记者，主要负责IT业动向、网络革新等方面的采访，对于IT行业的发展情况非常了解。

2004年任职于日本最大商业杂志《日经Business》编辑部，连续3年负责对任天堂进行各类采访，对任天堂的发展历史和经营理念有深刻的认识和理解。

<<任天堂快乐创意方程式>>

书籍目录

- 序 金融危机中岿然不动
- 第一章 游戏旋风和危机感
 - 挑战：人手一台NDS
 - 社长力推的“脑锻炼”
 - 扩大游戏玩家队伍战略和 Wii
 - 任天堂与索尼的 10 年战争
 - 危机感——“被抛弃的游戏”
- 第二章 NDS和Wii的诞生
 - 在餐馆里诞生的NDS
 - Wii的“母亲至上主义”
 - 让人感到亲切的游戏手柄
 - 每天都有新的内容
- 第三章 岩田和宫本——“禁欲”式的管理
 - 胜不骄
 - 游戏迷岩田聪
 - 属于世界的宫本茂
 - 宫本的秘密武器——“背后的视线”
 - “搬走饭桌”的精神
 - 打破部门壁垒的“宫本主义”
 - “空降”的社长和个人面谈
 - 科学的管理
- 第四章 创造笑容的企业
 - 娱乐主义
 - 守望任天堂
 - 任天堂的“惊”和“喜”
 - 苹果和任天堂
 - 通过做“没用的东西”培养起来的实力
 - 焦黑的 Game Boy
- 第五章 Game & Watch
 - 对于“过时”技术的当下思考
 - 游戏天才横井军平
 - “过时”技术的巨大胜利——Game Boy
 - 永远的横井军平
- 第六章 靠“软件体质”生存
 - 山内的领袖魅力和“直觉经营”
 - 最后的决断
 - 以软件为主
 - 用新颖的创意贯彻娱乐的精神
- 第七章 从花札工厂到世界霸主
 - 京都的纨绔子弟和扑克
 - 成王败寇
 - 失意泰然，得意淡然
 - “纸牌职人”的冒险之魂
- 第八章 新的创意和惊喜
 - 脑锻炼的新计划

<<任天堂快乐创意方程式>>

扩大游戏创作队伍战略

在客厅“夺权”

来自业余棒球队的“刺客”

跋惊喜还在继续

致谢

附录

<<任天堂快乐创意方程式>>

章节摘录

扩大游戏玩家队伍战略和Wii 几年前, 谁也想象不出从家庭主妇到医院中的患者, 甚至皇室成员都紧握着游戏手柄, 面对屏幕来回晃动的样子。

2005年11月, 微软发布了“Xbox360”, 揭开了所谓“次世代”游戏机三方混战的战幕。

这三方也就是PS3、Xbox360和Wii。

当时, 游戏业界的大多数分析家都预测SCE公司的PS3会取得压倒性的胜利。

PS3装备了可以和高端计算机媲美的Cell处理器, 并且配有可以收录高清电影的大容量存储介质——蓝光盘(Blu-ray Disc)。

令人惊艳的影音性能使得PS3对游戏迷有着无上的吸引力。

任天堂的Wii是三种次世代游戏机中唯一一款不具备高清画质的机型。

所以, 当时几乎没有人看好Wii的前景。

但实际战果却让人大跌眼镜, 战幕一拉开, 走在最前面的恰恰就是最不被看好的Wii。

Wii比Xbox360晚一年上市, 但是到2006年底, 其销售速度却是Xbox360和PS3的几倍。

1983年, 任天堂凭借Famicom游戏机打入了游戏机市场, 但是在此后的10年间, 在与索尼的竞争中始终处于劣势。

SCE是索尼的子公司, 主营游戏业务, 通过1994年发售的PS和2000年发售的PS2横扫了整个游戏机市场。

索尼希望能继续保持其在电子游戏产业中的领先地位, 在PS3身上投资了2000亿日元, 对其寄予厚望。

另一方面, 微软从2001年开始涉足家庭游戏机市场, 虽然没有这方面的经验, 但资本远比索尼雄厚。

2002年6月, 微软发布了用以对抗PS2的Xbox。

发现Xbox不足以对PS2构成威胁后, 微软马上决定在5年内投资20亿美元(约合2500亿日元), 进行下一代游戏机的开发。

并且仅用了3年半就把Xbox360推向了市场。

所以说, 这是一次软件巨人全力出击游戏机市场、争夺霸位的战争。

游戏机市场的竞争变得前所未有的残酷。

在这种大环境中, 任天堂的Wii在上市后仅仅用了1年8个月的时间, 销量就突破了3000万台, 创造了一项新的销售纪录。

之前, PS2达到这一销售量耗时2年2个月。

截至2008年12月, Wii在全球范围内卖出了4496万台, 约为Xbox360的1.6倍, PS3的2.1倍。

不过, 这场战争还远没结束。

索尼也好, 微软也好, 都在发动价格攻势, 力图夺取任天堂的市场份额, 战况随时可能发生变化。

比如, 根据美国IDC公司的预测, 到2012年底, PS3的销量将达到1.1亿台, 以微弱的优势胜过Wii的1.05亿台, 而Xbox360则为4000万台, 将在这场竞争中彻底败下阵来。

但是从家庭游戏机的发展史上看, 如果一种产品能在推出之后短时间内占有大量市场份额, 那么它一般会取得最终的胜利。

所以, 在某种程度上可以说, Wii已经在这场次世代游戏机的竞争中取得了相当大的领先优势。

在静冈县一家普通住户的起居中, 每天晚上都能看到一家人兴高采烈地玩Wii, 但玩的人不是小孩, 也不是年轻人, 而是一对64岁和57岁的老夫妻, 他们每天对着电视兴致盎然地玩“Wii Sports”中的保龄球和网球游戏。

在2008年夏天, 为了保持身体健康他们又购买了Wii Fit。

Wii Fit附带了一个叫“平衡板”的控制器, 看上去像一个简单的体重秤, 但表面布满了压力传感器。脚踩上去, 传感器能测量体重和重心位置, 感知由肌肉运动引起的压力和重心变化, 并通过无线接口传递给游戏里的虚拟人物。

这样, 游戏里的人物就可以做出和玩家相同的动作。

<<任天堂快乐创意方程式>>

平衡板可以用来玩滑雪、瑜伽、呼啦圈等游戏。

位于北卡罗来纳州的威库麦德康复中心是美国首屈一指的医疗机构。

康复中心的医生对脑中风的患者一面进行传统治疗，一面利用Wii的棒球等运动游戏促进病人的康复。

用游戏手柄模仿打棒球的动作可以协调身体各个部分，而且游戏本身很有趣，不会让病人感到烦躁。这种做法在美国的很多康复中心得到了迅速推广。

英国报纸《人物》（ThePeople）于2008年1月以《把Wii让给女王》为标题报道了伊丽莎白女王对Wii的着迷。

威廉王子的女友送了他一台Wii，当威廉王子玩得不亦乐乎的时候，女王过来抢走了Wii，开始玩了起来。

王子只能一脸无奈地看着自己的祖母…… Wii的用户群中有很多像这样原来根本就不碰游戏机的人，这种吸引力是PS3和Xbox360望尘莫及的。

在Wii面前仍然有这样一个尚未被开拓的潜在市场，“蓝海”的潜力非常巨大。

Wii从NDS那里继承了任天堂扩大游戏玩家队伍的使命，并取得了初步的成功。

但是要赢得这场以高画质、高性能为特征的游戏机大战的胜利，还有很长的路要走。

……

<<任天堂快乐创意方程式>>

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:<http://www.tushu007.com>