

UI Design for Global

Shao Kun

Netease GUX



游戏开发者大会·中国

GAME DEVELOPERS CONFERENCE CHINA

SHANGHAI INTERNATIONAL CONVENTION CENTER
SHANGHAI, CHINA · OCTOBER 25-27, 2015

- 国际化?
 - Second level
 - Third level
 - Fourth level
 - Fifth level

国际化？

•国际化？

- 世界有多大

- 中国人口：13亿
- 世界人口：77亿
- 中国GDP：10万亿美元
- 全球GDP：85万亿美元
- 2014中国游戏市场规模：250亿美元，其中手游43亿
- 2014世界游戏市场规模：820亿美元，其中手游217亿

- 中国手游领先全球

- 但本国用户规模增长已经乏力
- 2015年Q2 >6亿

•国际化？

- 中国互联网企业缺少全球影响力
 - 以BAT国际化不畅为例
- 中国游戏公司缺少全球影响力
 - 本土强势公司海外受挫，专注海外市场小公司有所斩获
- 为什么？
 - 创新不足？
 - 也不尽然，中国互联网有很多创新
 - 规则制约？
 - 比如专利等
 - 最大原因是因为中国市场太大、本土文化认同很强
 - 产品设计之初就是为中国市场做准备
 - 内容IP通常是中国文化
 - 游戏玩法，交互设计为中国市场定制
 - 成功产品抽出力量拼搏全球市场动力不强

•国际化？

- 全球一端：统一体验
 - 微软 不需要为海外做本地化产品
 - 苹果 “我就是国际化” “苹果用户手册”
 - 猎豹 本土市场已经被占据
 - 地狱边境/糖果传奇等游戏 不需要文字的游戏
 - SUPERCELL 没有本土市场可做
 - GAME OF WAR 为全球化牺牲一定的 “最佳效果”

•定位

- 玩家背景？
- 语言
- 交互方式
- 可识别的图标（海岛奇兵）
- 禁绝美术字，禁绝文字框
- 促销价格：全部用美元表示（无法浮动汇率）
- 品阶和颜色
- 品质感是什么？

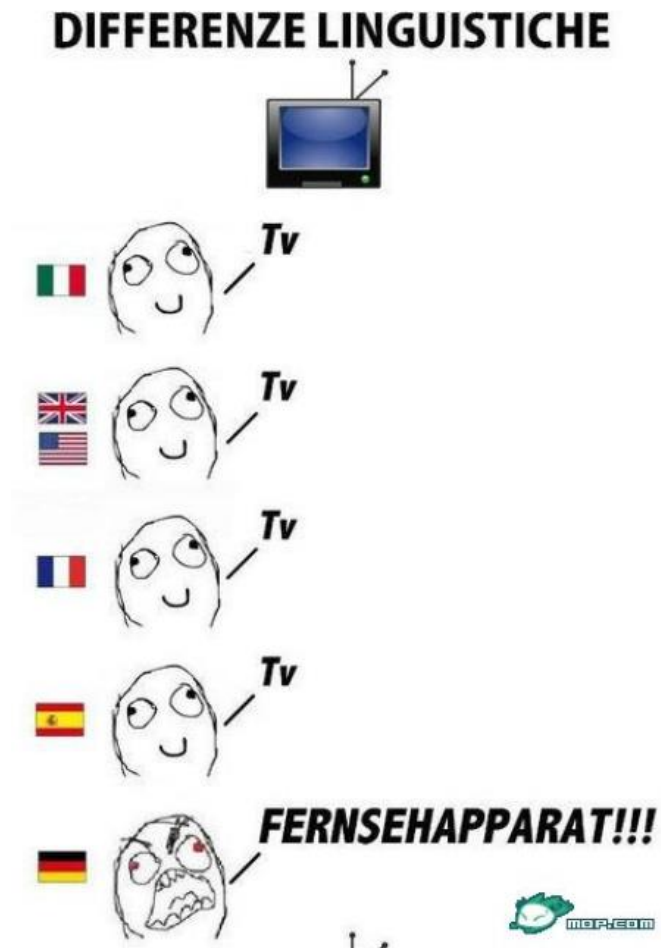
背景

• 玩家背景

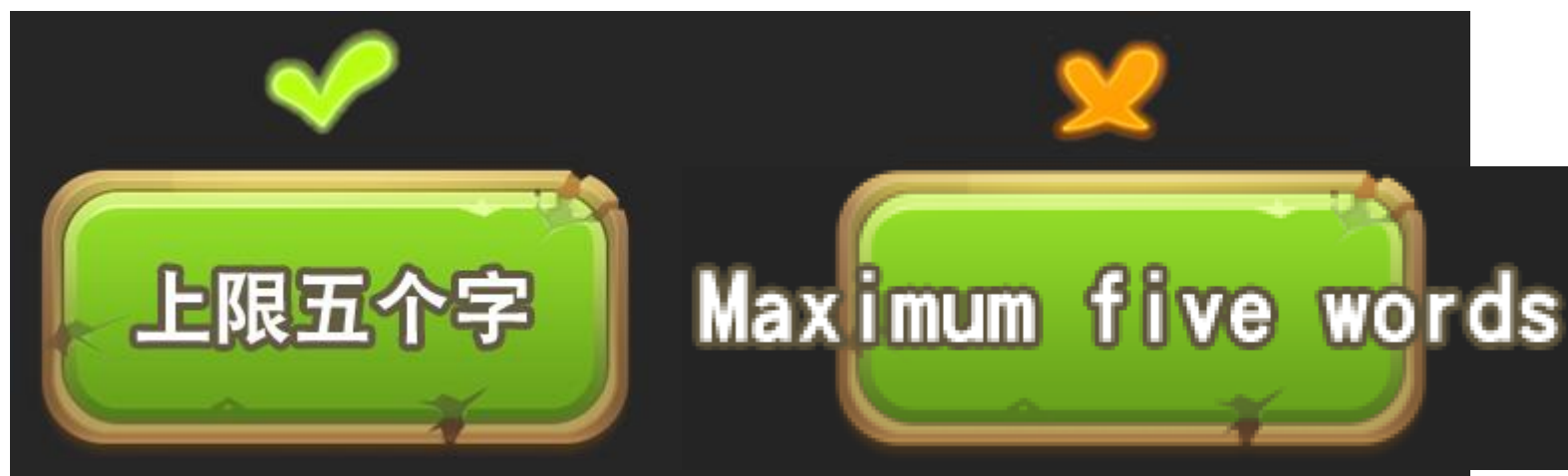
- 消费习惯（例如中国玩家重炫耀性消费、偏爱少量多次型消费，日本玩家喜欢为“搜集”花钱）。
- 玩法习惯（例如日本玩家对于扭蛋的痴迷；中国玩家对于“刷”的热衷等等）
- 使用场景（例如中国手游强调上班式的日常任务，这对于美国不一定可行。美国主流玩家业余时间更重社交，可能会影响游戏时间投入的稳定性，一旦中断很容易流失。以上仅为猜测，以UE测试为准）
- 文化差异（在UI领域体现在：对UI风格的喜好，中西方有明显的差异。）

语言

•语言



•语言



•语言

超出的文本缩小/换行处理（少用）

会导致同一界面字号过多的情况或影响阅读体验



•语言

文本框与九宫格自适应

(程序方面做文本长度的检查 , 界面自适应)

翻译前

你是被精神控制了，小绿龙们
控制了你，把我的力量封印在
你身内。但是受到冲击后你醒
了，同时我也解放了。

翻译后

You were mind controlled
by Tyrannos. Tyrannos
controlled you and
trapped me inside. But
after this shock, you wake
up and I am free!

•语言

文本翻译

通用性高的单词如果做了美术字效果可不翻译，如：

go ! hot Lv

单词缩写

直译后过长的英文单词可以缩写，以减少界面占用，比如：

Damage per second 可缩写为 DPS

•语言

翻译俗语谚语等需避免直译，要符合各民族文化的语言特性。

翻译尊重宗教信仰与民族文化，避免发成侵犯。



交互方式

•交互方式



图标

•可识别的图标



刷新



前进



后退



列表



个人中心



语音



添加



删除



放大



缩小



位置



编辑

•可识别的图标



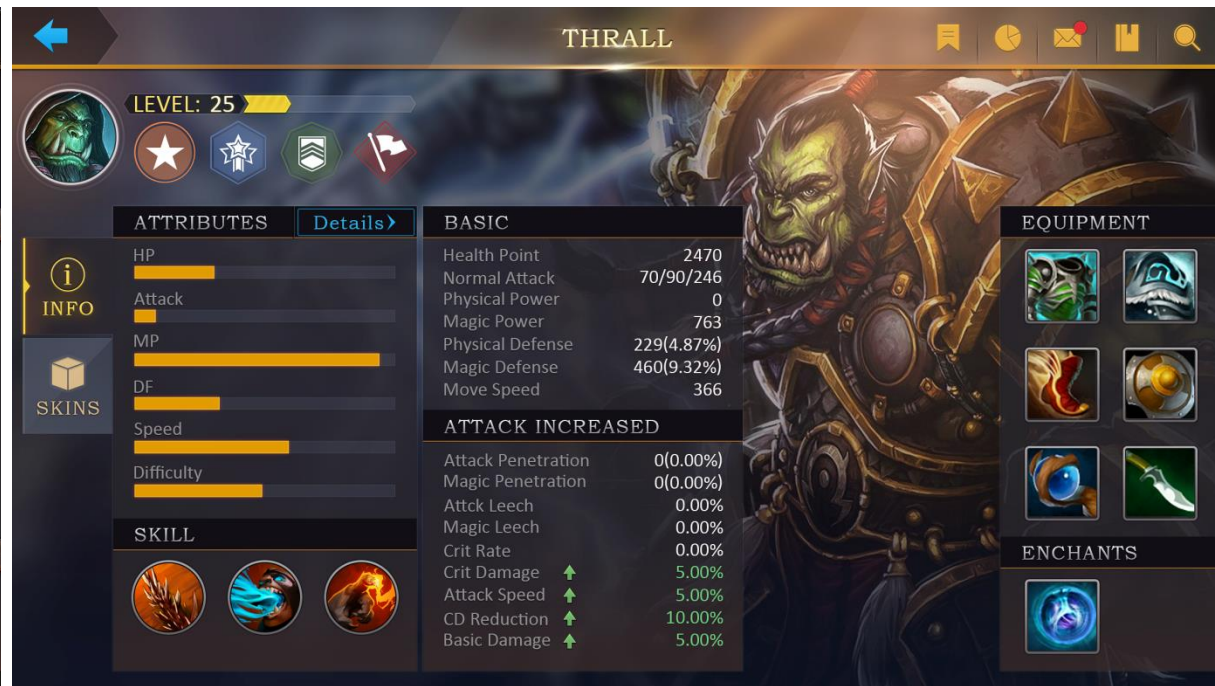
•可识别的图标





品质感

•品质感是什么？



• 回响

- GUI设计风格的当地化。可能需要当地元素Seed的植入。
- 设计目标的调整。玩家的使用场景和消费习惯，会对一个系统或界面中的信息主次产生较大的影响。例如对于大量游戏时间在公共交通中度过的日本玩家来说，UI在调整方案时，就必须将“碎片化”、“单手操作”、“节省资源”等要素放在非常高的优先级，而不仅仅只考虑常规的玩法与适配。
- UI信息量与层级的重新整合。主要涉及到界面的信息密度及界面的层级深度。假如目标国家人群对于简洁的界面、较扁平的信息层级有强烈的偏爱，而原作则具有典型的中国页游特色，那就有必要进行调整了。

• 回响

- 立项即明确定位
 - 牺牲的勇气
 - 发挥创新优势
 - 去语言化设计
 - 完善全球化工具
2. UI设计风格的当地化。可能需要当地元素Seed的植入。
2. UI设计目标的调整。玩家的使用场景和消费习惯，会对一个系统或界面中的信息主次产生较大的影响。例如对于大量游戏时间在公共交通中度过的日本玩家来说，UI在调整方案时，就必须将“碎片化”、“单手操作”、“节省资源”等要素放在非常高的优先级，而不仅仅只考虑常规的玩法与适配。
3. UI信息量与层级的重新整合。主要涉及到界面的信息密度及界面的层级深度。假如目标国家人群对于简洁的界面、较扁平的信息层级有强烈的偏爱，而原作则具有典型的中国页游特色，那就有必要进行调整了。

Thank U