

# 为什么人们需要“重装机兵”

## 《重装机兵》为何会畅销

从桃太郎系列的策划开始，开发、促销等全面手的制作人

榊田省治・谈

## 形式单一的RPG已经不再能满足越来越庞大的RPG粉丝群体了。

说到《最终幻想》和DQ那是已经出了3、4作，完成系列化的高人气RPG两者都是随着故事的展开，克服重重试炼的小说型RPG是现在RPG的主流。但是，这种类型的RPG如今也迎来了一个巨大的转折时期。

后来的RPG过多沿袭了大热作品的风格，以至于只偏重故事情节。类似RPG的泛滥，令游戏粉丝失望的情形并不少见。

RPG粉丝人口越发巨大的现在，玩家的喜好已经不再单一。日本的RPG差不多也该多样化了吧？现在，不同种类的游戏出现，以对用户多样的需求，可说是众望所归啊。

## 瞩目《重装机兵》的MM方式所带来的全新RPG体验！

而备受这种期待登场的，就是《重装机兵》。这款游戏的特征，是新颖的战车系统。人类和战车这两种角色，有时一起，有时分开行动，是极富独创性的系统。这种MM(Man □ Machine/人与机械)的方式，堪称前所未有的创新。

为了更深入地传达这种创新性，广告推广采用了座谈会形式的记事广告(《MM通信》)，并计划在《Famicom通信》杂志上连续10回发表。这本册子汇总了前1到5回的内容。

《MM通信》从游戏制作途中就开始发表游戏的系统部分、概要和世界观，明确了《重装机兵》是一款新型游戏。这样将详细的游戏信息准确地传达给读者，有两个好处。其一，是减少“这就是个风格的的游戏”这样先入为主的判断；其二，因为内容扎实，令读者可以安心购买游戏。

读者们想要体验全新游戏的期待感，迫切的游戏欲，必将让他们指名购买《重装机兵》。

## 经由《桃太郎系列》积累的策略，直击中学生到20多岁的年轻人群。

《重装机兵》的主要目标群体是中学生以上到20多岁的人群。实际上选择发布《Famicom通信》作为发布杂志也正是这个原因，就是为了针对这个目标群体。

也就是说，读者的年龄层比其他杂志的明显要高。其结果是中学生、大学生、上班族的大量投稿纷至沓来。像这样缩小目标范围的策略，就《桃太郎系列》长时间积累的经验来看，是很有效果的。

## 《重装机兵》是献给喜欢RPG的“DQ毕业生”的游戏。

《重装机兵》是一款要求玩家具有相当知识和游玩水平的游戏。我们相信能够吸引那些玩过RPG的玩家，尤其是“DQ毕业生”。纵观当前的RPG市场，可以说是角色游戏、续作游戏的大游行。也许给这些游戏下订单，确实是安全无风险的。但是，您应该已经注意到了这样一个事实，无论有多少类似的游戏，可以沉浸其中的作品总是很有限的。

现在RPG粉丝最想要的是一个可以安心购买的游戏，一个新的游戏，一个能彻底沉迷其中的游戏。

《重装机兵》将成为这股风潮的起爆剂，敬请关注！

METALMAX TSUSHIN, 榊田省治, 中文翻译

From:  
<https://www.wuershu.com/> - STEEL RALLY

Permanent link:  
[https://www.wuershu.com/mms/archives/mm\\_tsushin\\_why\\_people\\_want\\_metalmax\\_zh](https://www.wuershu.com/mms/archives/mm_tsushin_why_people_want_metalmax_zh)

Last update: 2025/08/24 18:25

