



# ANGRY BIRDS

## 愤怒的小鸟

### 大揭秘

[英] 丹尼·格雷登 著

王颖 译



全国百佳图书出版单位



时代出版传媒股份有限公司  
安徽少年儿童出版社



# ANGRY BIRDS™

## 愤怒的小鸟

### 大揭秘

[英] 丹尼·格雷登 著

王颖 译



时代出版传媒股份有限公司  
安徽少年儿童出版社

著作权登记号:皖登字 12141406  
Published by arrangement with Insight Editions, LP.  
Originally published in English by Insight Editions  
800 A Street, San Rafael, CA 94901, USA  
www.insighteditions.com

图书在版编目(CIP)数据

愤怒的小鸟大揭秘 / [英] 丹尼·格雷登著; 王颖译. — 合肥:  
安徽少年儿童出版社, 2015.3  
ISBN 978-7-5397-7778-8

I. ①愤… II. ①丹… ②王… III. ①电子游戏 - 基本知识  
IV. ①G899

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 011053 号

FENNU DE XIAONIAO DA JIEMI

愤怒的小鸟大揭秘

[英] 丹尼·格雷登 著  
王颖 译

出版人: 张克文

责任编辑: 王卫东 张万晖 古宏霞

责任校对: 王 姝

责任印制: 田 航

出版发行: 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽少年儿童出版社 E-mail: [ahse1984@163.com](mailto:ahse1984@163.com)

新浪官方微博: <http://weibo.com/ahsechs>

腾讯官方微博: <http://t.qq.com/anhuisaonianer> (QQ: 2202426653)

(安徽省合肥市翡翠路 1118 号出版传媒广场 邮政编码: 230071)

市场营销部电话: (0551) 63533532(办公室) 63533524(传真)

(如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与本社市场营销部联系调换)

印 制: 合肥锦华印务有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/12 印张: 13.5

版 次: 2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

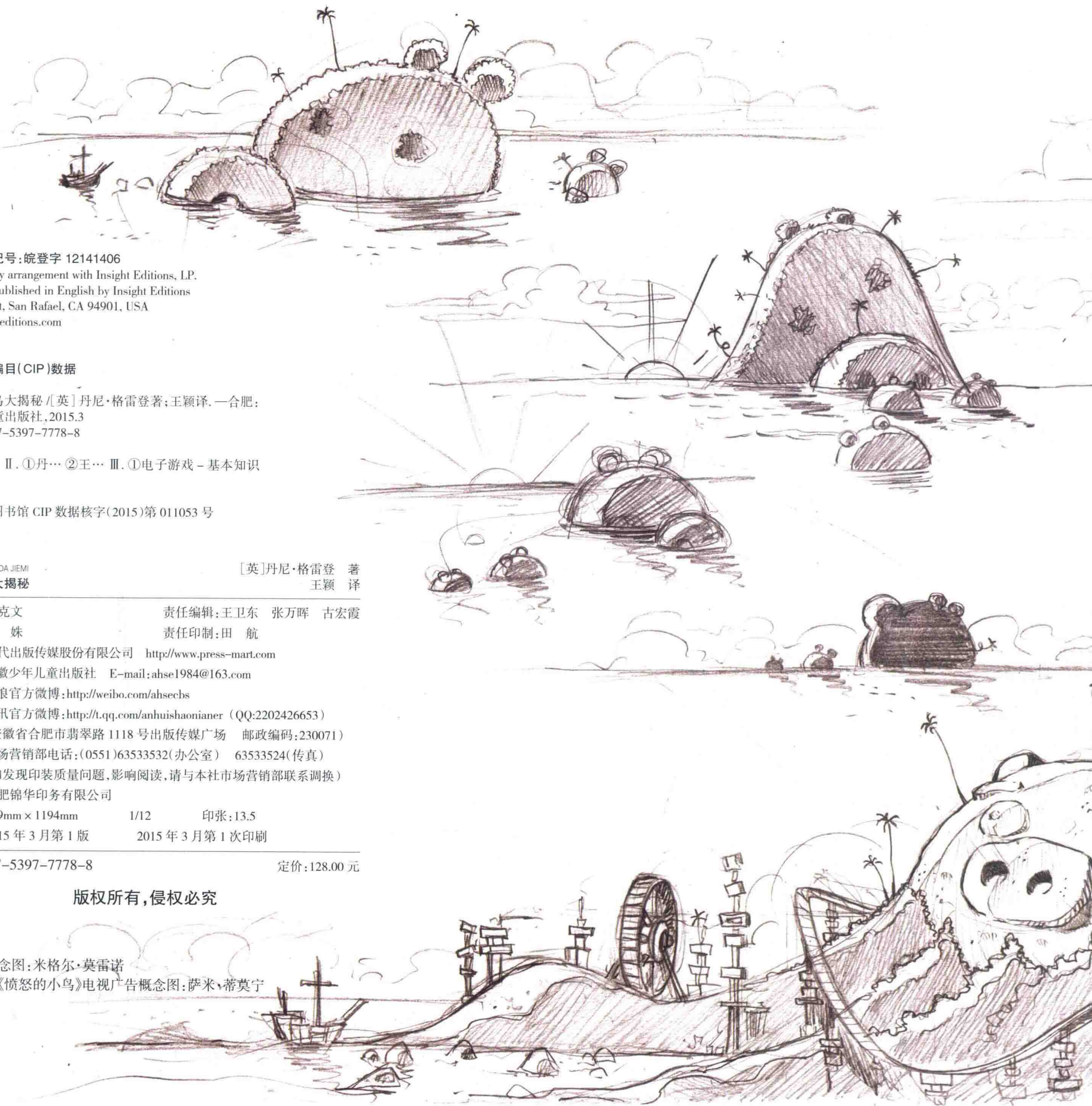
ISBN 978-7-5397-7778-8

定价: 128.00 元

版权所有, 侵权必究

▲小猪岛概念图: 米格尔·莫雷诺

▶▶(右页)《愤怒的小鸟》电视广告概念图: 萨米·蒂莫宁





# 目 录

序 8

引言 10

第一章 红色警报 23

第二章 发现小猪岛 34

第三章 庆祝万圣节 52

第四章 《愤怒的小鸟之里约大冒险》 67

第五章 阅读成瘾 72

第六章 神鹰登陆 79

第七章 太空中没人能听到你哼哼 89

第八章 追星一族 97

第九章 介绍山姆·斯普拉特 107

第十章 你好啊,斯黛拉 113

第十一章 《捣蛋猪》 118

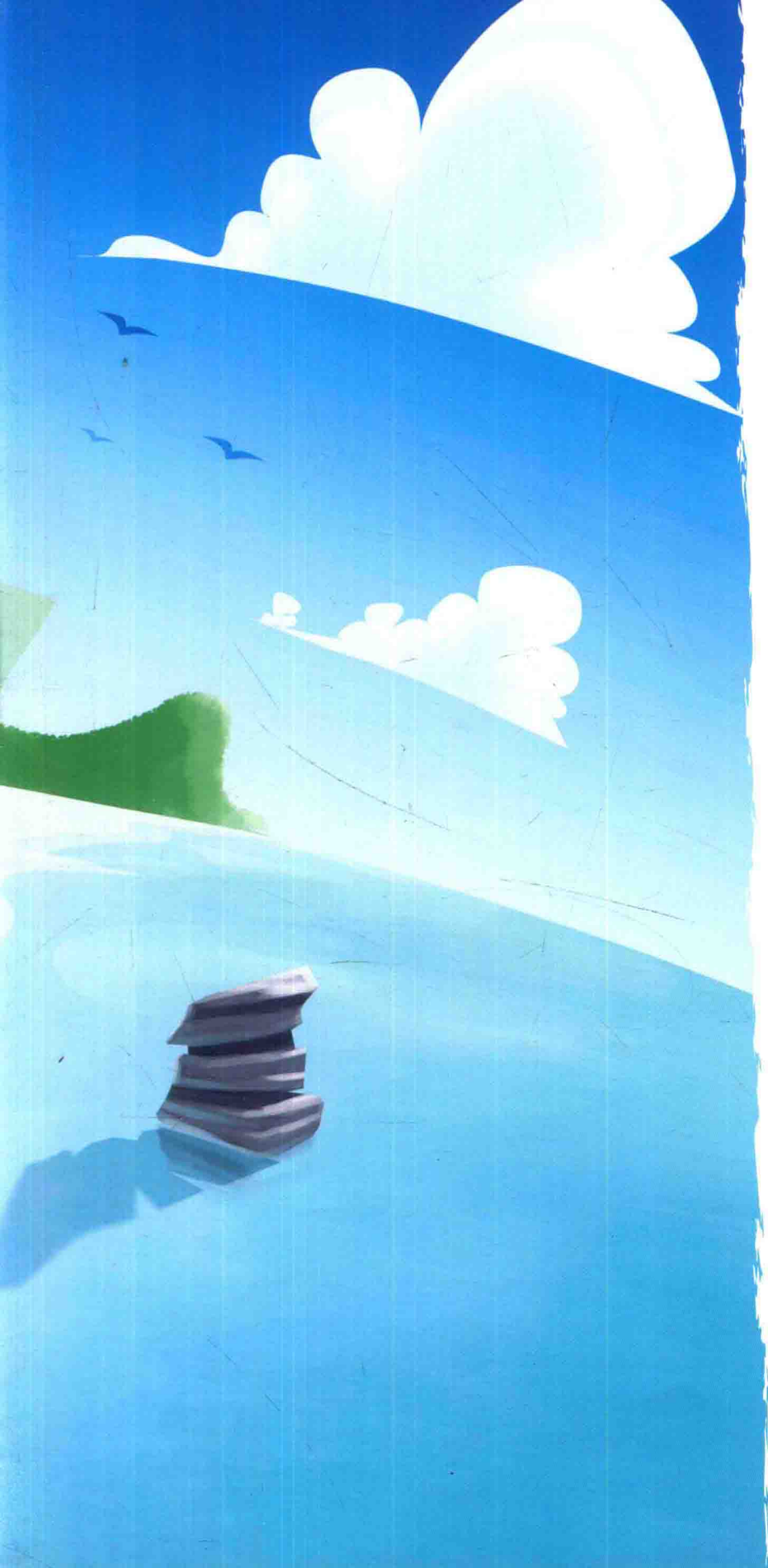
第十二章 《愤怒的小鸟》动画片 129

第十三章 愿鸟群与你同在 137

第十四章 植根中国的弹弓 148

第十五章 《愤怒的小鸟》明天飞更远 154

致谢 161







# ANGRY BIRDS™

## 愤怒的小鸟

### 大揭秘

[英] 丹尼·格雷登 著

王颖 译



时代出版传媒股份有限公司  
安徽少年儿童出版社



著作权登记号:皖登字 12141406

Published by arrangement with Insight Editions, LP.

Originally published in English by Insight Editions

800 A Street, San Rafael, CA 94901, USA

www.insighteditions.com

#### 图书在版编目(CIP)数据

愤怒的小鸟大揭秘/[英]丹尼·格雷登著;王颖译. —合肥:  
安徽少年儿童出版社, 2015.3

ISBN 978-7-5397-7778-8

I. ①愤… II. ①丹… ②王… III. ①电子游戏 - 基本知识  
IV. ①G899

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 011053 号

FENNU DE XIAONIAO DA JIEMI

愤怒的小鸟大揭秘

[英]丹尼·格雷登 著  
王颖 译

出版人:张克文

责任编辑:王卫东 张万晖 古宏霞

责任校对:王 姝

责任印制:田 航

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽少年儿童出版社 E-mail: [ahse1984@163.com](mailto:ahse1984@163.com)

新浪官方微博: <http://weibo.com/ahsechs>

腾讯官方微博: <http://t.qq.com/anhuisaonianer> (QQ:2202426653)

(安徽省合肥市翡翠路 1118 号出版传媒广场 邮政编码:230071)

市场营销部电话:(0551)63533532(办公室) 63533524(传真)

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与本社市场营销部联系调换)

印 制:合肥锦华印务有限公司

开 本:889mm × 1194mm

1/12

印张:13.5

版 次:2015 年 3 月第 1 版

2015 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5397-7778-8

定价:128.00 元

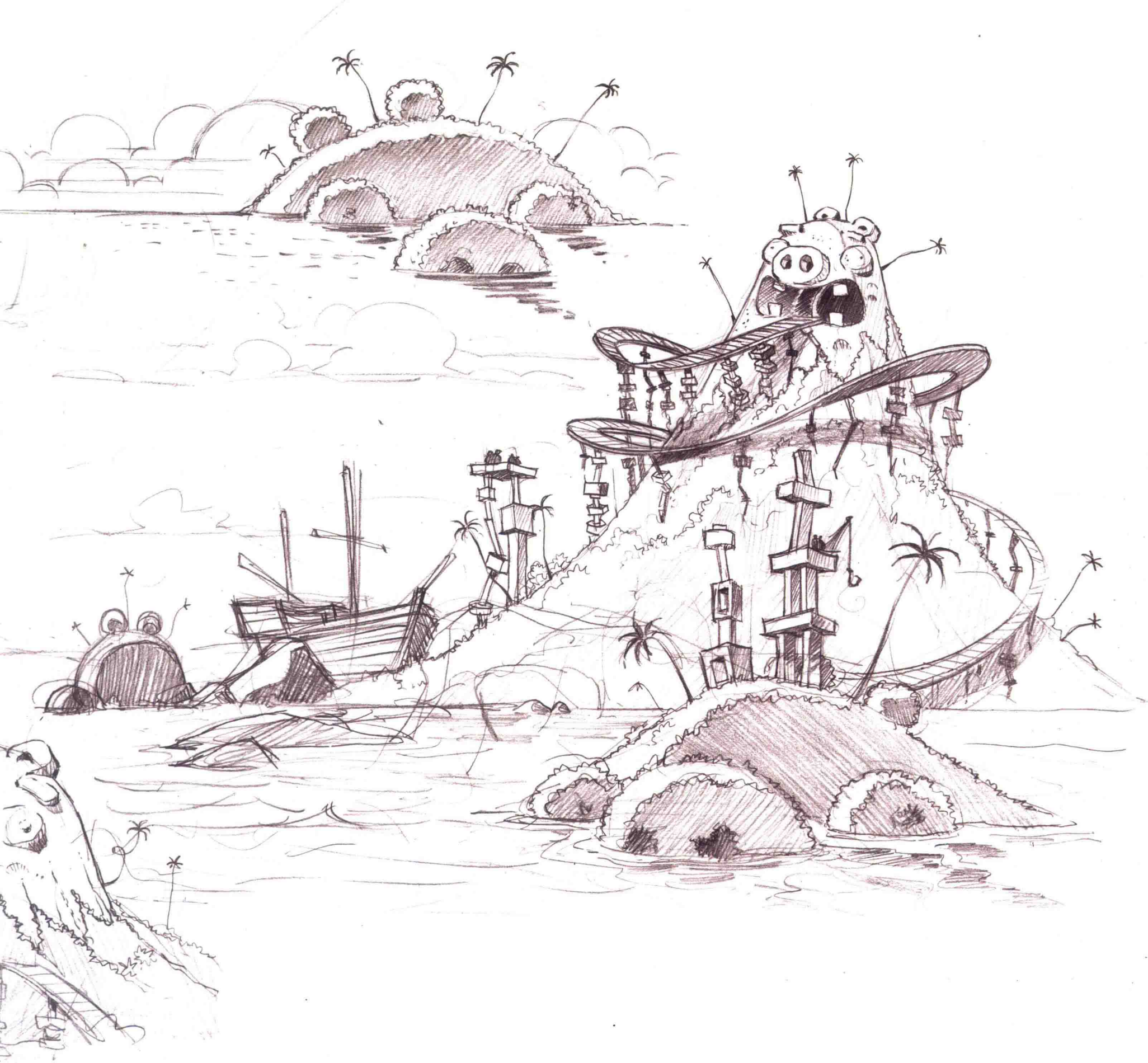
版权所有,侵权必究

▲小猪岛概念图:米格尔·莫雷诺

▶▶(右页)《愤怒的小鸟》电视广告概念图:萨米·蒂莫宁













# 目 录

序 8

引言 10

第一章 红色警报 23

第二章 发现小猪岛 34

第三章 庆祝万圣节 52

第四章 《愤怒的小鸟之里约大冒险》 67

第五章 阅读成瘾 72

第六章 神鹰登陆 79

第七章 太空中没人能听到你哼哼 89

第八章 追星一族 97

第九章 介绍山姆·斯普拉特 107

第十章 你好啊,斯黛拉 113

第十一章 《捣蛋猪》 118

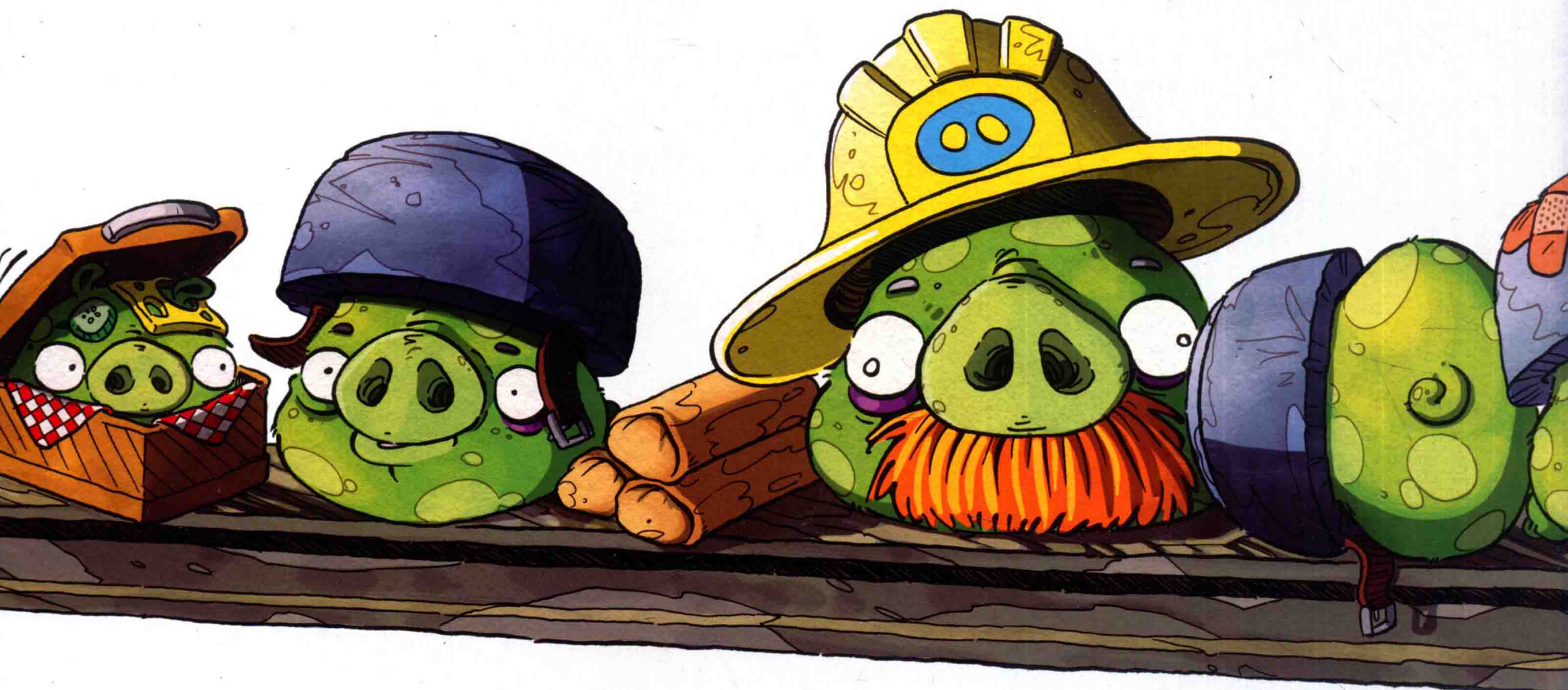
第十二章 《愤怒的小鸟》动画片 129

第十三章 愿鸟群与你同在 137

第十四章 植根中国的弹弓 148

第十五章 《愤怒的小鸟》明天飞更远 154

致谢 161



# 序

米凯尔·赫德

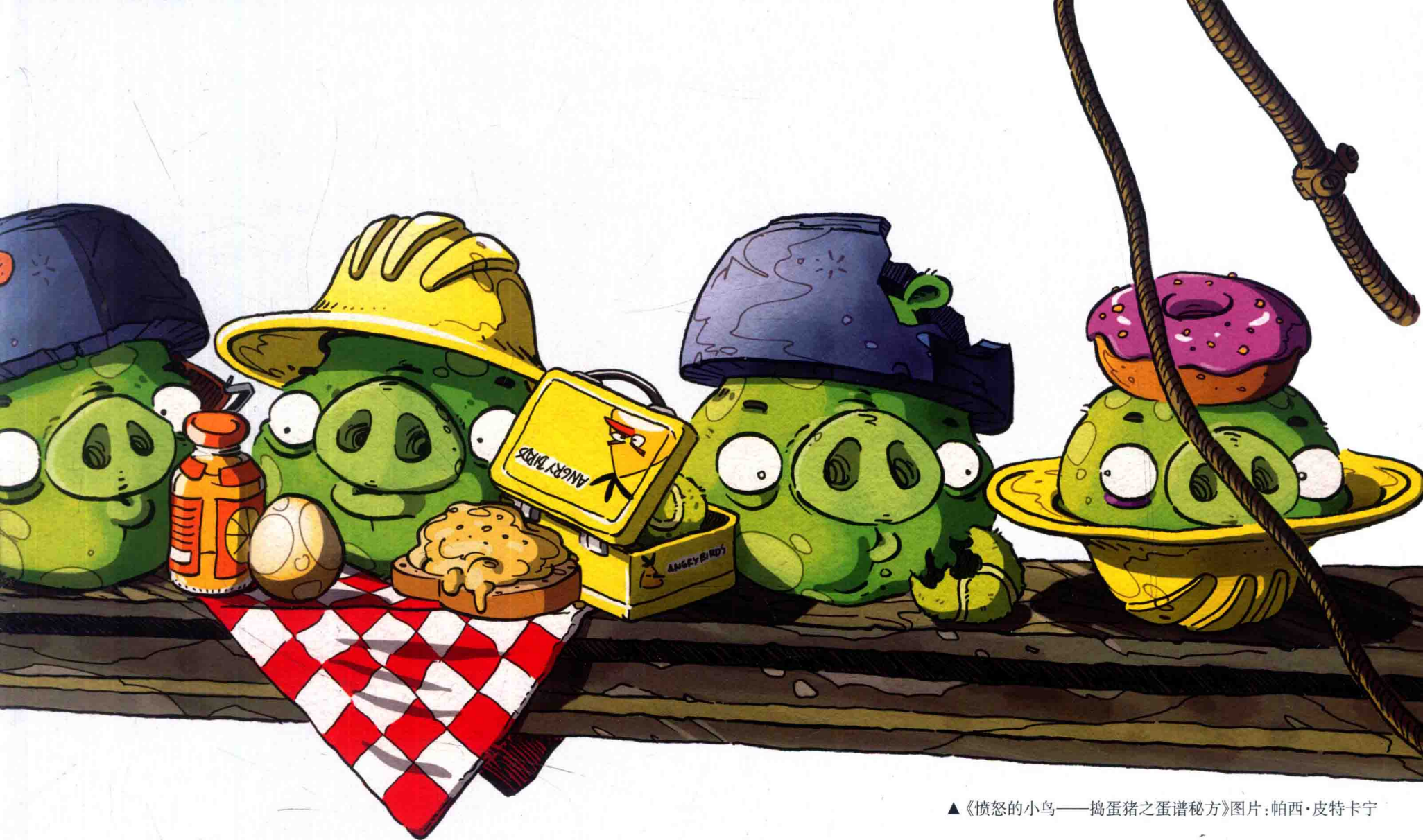
仅仅用了几年时间,Rovio 就成功地从一家芬兰的小型手机游戏公司成长为一个全球知名的媒体娱乐公司,这一速度超越任何一家娱乐公司。这几年的成长期不仅对于 Rovio 自己来说是前所未有的,对于整个芬兰的娱乐产业来说也是如此。

在 Rovio,我们把娱乐看作是拥有全新体验以及同家人和朋友共享天伦的机会。我们一次又一次地用产品给粉丝们带来快乐,无论是游戏、动画、图书、玩具,或是其他的商品。我们之所以能够实现与大众的协作,正是因为我们热爱我们所

做的事情,能够始终保有开放性的头脑,并且真正在乎我们的粉丝。

我们的公司植根于芬兰,这直接影响到我们对一些简单却至关重要的因素的理解,比方说要有一种对于优质且设计精良的产品的认知,并且要拥有一支技术精湛且富有创意的员工队伍。对于芬兰人来说,谦逊几乎是与生俱来的品质,但这并不意味着我们没有远大的理想。在 Rovio,我们用一种被激发的心态来对待我们的事业。我们认为,无论你负责哪个部分,你都应该全身心投入地做好它。这一理念引领着我们一直





▲《愤怒的小鸟——捣蛋猪之蛋谱秘方》图片：帕西·皮特卡宁

走到今天。

在我们看来,Rovio 正像一只好奇的小鸟刚刚离巢,飞向广袤的世界,把沿途的所见所闻告诉大家。同样,我们也想把好玩有趣的故事告诉大家,把不同的国家和文化介绍给全世界的其他地方。为了这一目标,我们推出我们的产品,借助社会媒体的力量,让全球的粉丝们都能够有机会彼此分享他们对《愤怒的小鸟》的热情。

在这本书里,我们会把我们在公司成立之初创作的大量经典作品介绍给大家。这些精心挑选出来的作品会被放置于

一系列不同主题的章节中,通过这些内容,读者能够体会到我们在创作《愤怒的小鸟》的游戏角色、故事情节及场景时所投入的无限努力以及创新精神。

尽管《愤怒的小鸟》世界似乎有些直白,但能够创作出如此令人钟爱的简洁感,需要的是一种精湛的技艺,而正是这种技艺,会使《愤怒的小鸟》源源不断地为我们的粉丝们带来更多的惊喜和愉悦。

(作者为 Rovio 公司首席执行官)



# 引言



在电子游戏的历史长河中,很少有几款游戏能够跨越游戏本身,成为轰动性的流行文化。而能够获得这样的认可,从而嵌入到大众的想象并且进而帮助定义一种时代精神的游戏,就更是少之又少了。

《愤怒的小鸟》正是这样的一款游戏,却又远远不仅限于此。它是一个真正的奇迹。它在2009年12月上市,不到半年就夺得美国游戏市场的头号席位。似乎每个人都在玩这款游戏,他们着了魔一样地沉溺于其中,只是为了找到正确的运行轨迹,把这些小鸟从弹弓中弹射出去,去消灭那些讨厌的小猪。而每次游戏失败,小猪们都会发出淘气的哼哼声。这个轰动性的游戏在Facebook和Twitter等社交网站上也掀起了一股热潮。此后,《愤怒的小鸟》在各种网络平台上被下载十亿多次,俘获了大

批粉丝。

原因显然易见:《愤怒的小鸟》具有一种简洁美。这款游戏背后的驱动力是其具有的一些强大的核心特质,比如:它能够让人上瘾、具有搞笑的超现实感、能够满足人们与生俱来的破坏性欲望,等等。此外,从游戏的设置来说,想要玩好这款游戏,玩家还需要掌握一些物理学的基本知识。

尽管游戏的本质具有其复杂性,但正是这种表面上的简洁美,使得《愤怒的小鸟》能够一举获得全球的追捧,并且能够轻易融入到当前这种被社交媒体掌控的繁忙的移动生活中去。你可以在搭公车上班的路上花五分钟去玩这款游戏,也能够回家窝在沙发里靠这款游戏打发几个小时,而目前推出的几部续集也证实了这是一个让你不停地想要继续玩下去的游戏。

对于《愤怒的小鸟》背后的芬兰游戏开发商 Rovio娱乐公司来说,这款游戏是在几个因素的

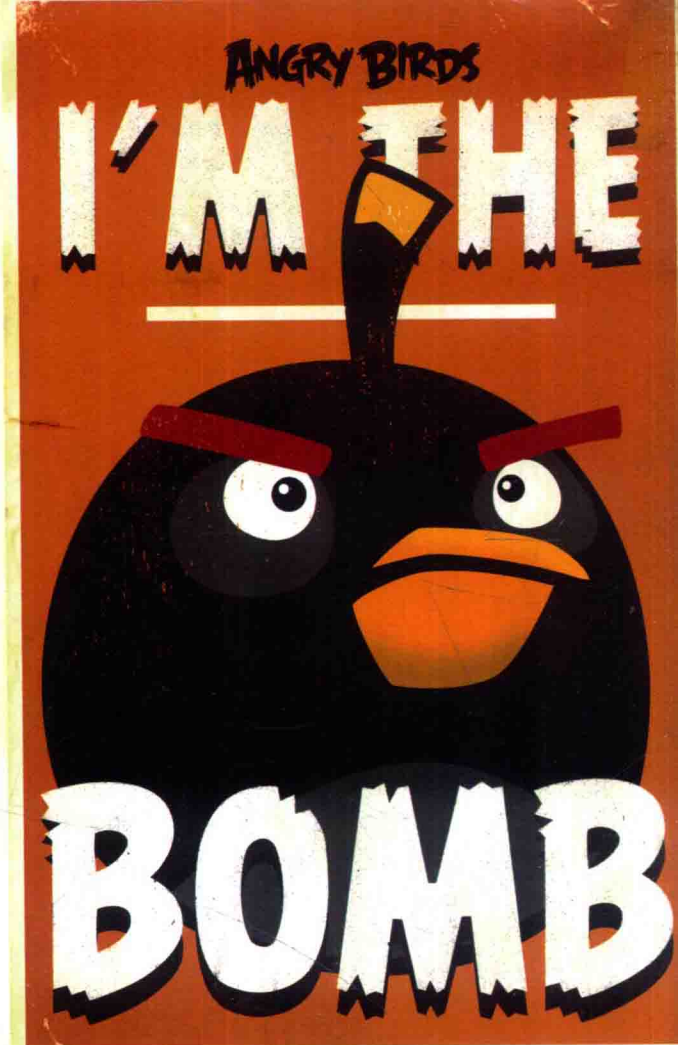
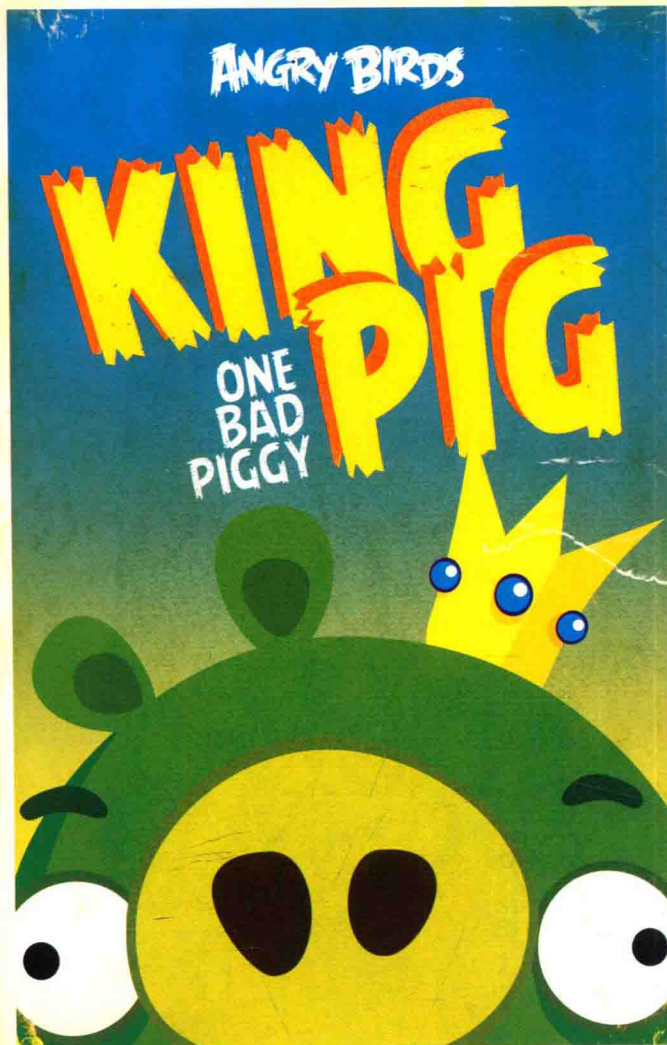
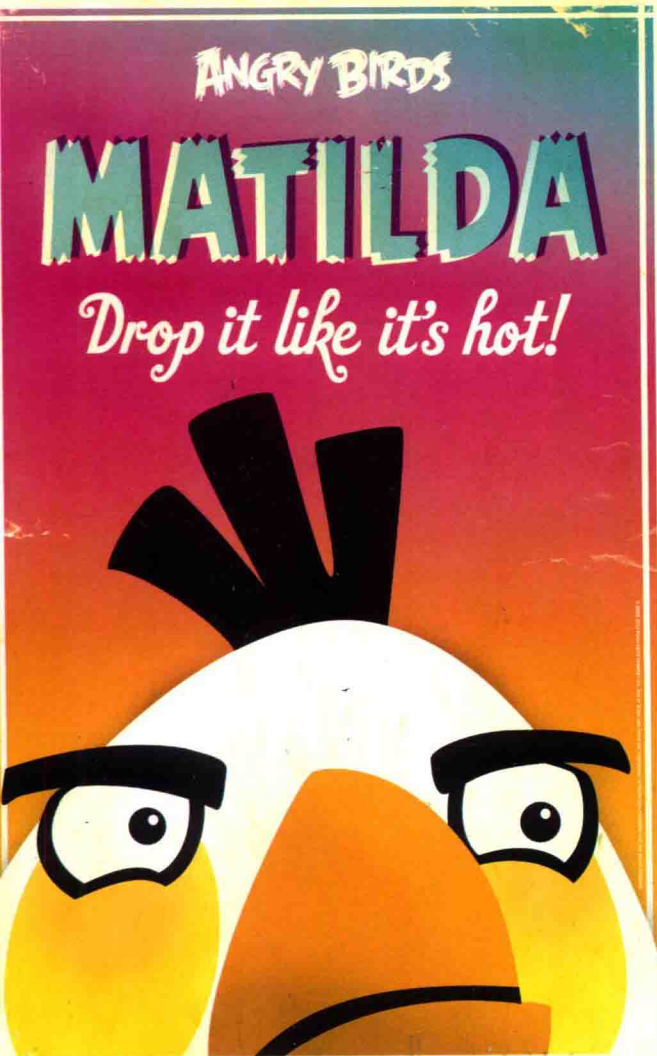


◀《愤怒的小鸟——捣蛋猪之蛋谱秘方》图片:帕西·皮特卡宁  
▶▶(右页)海报图片:帕西·皮特卡宁









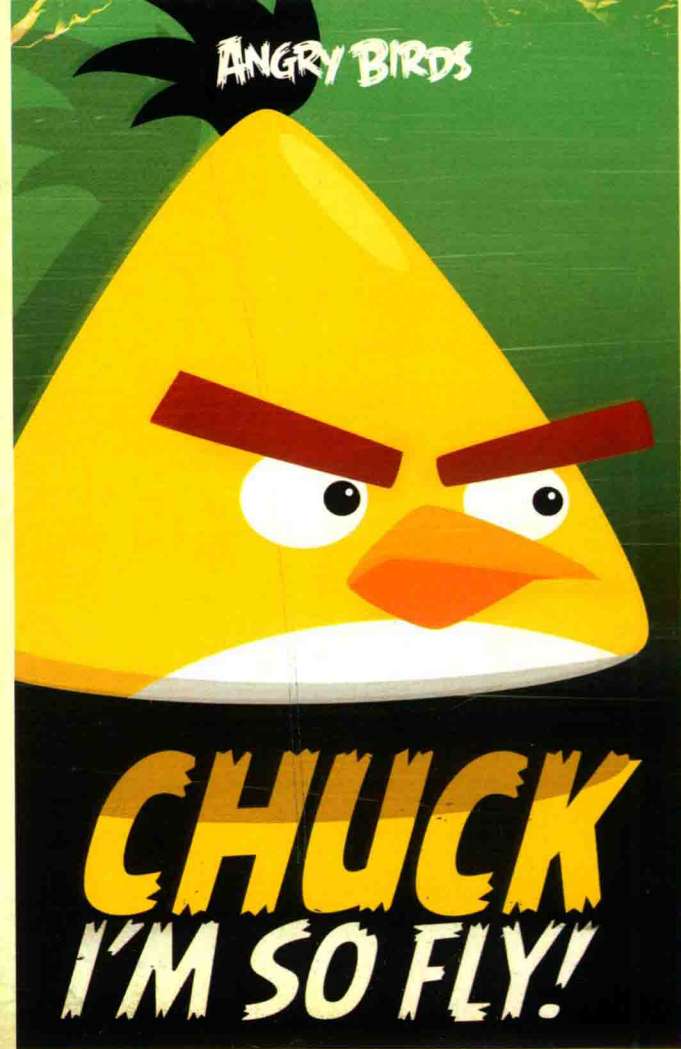
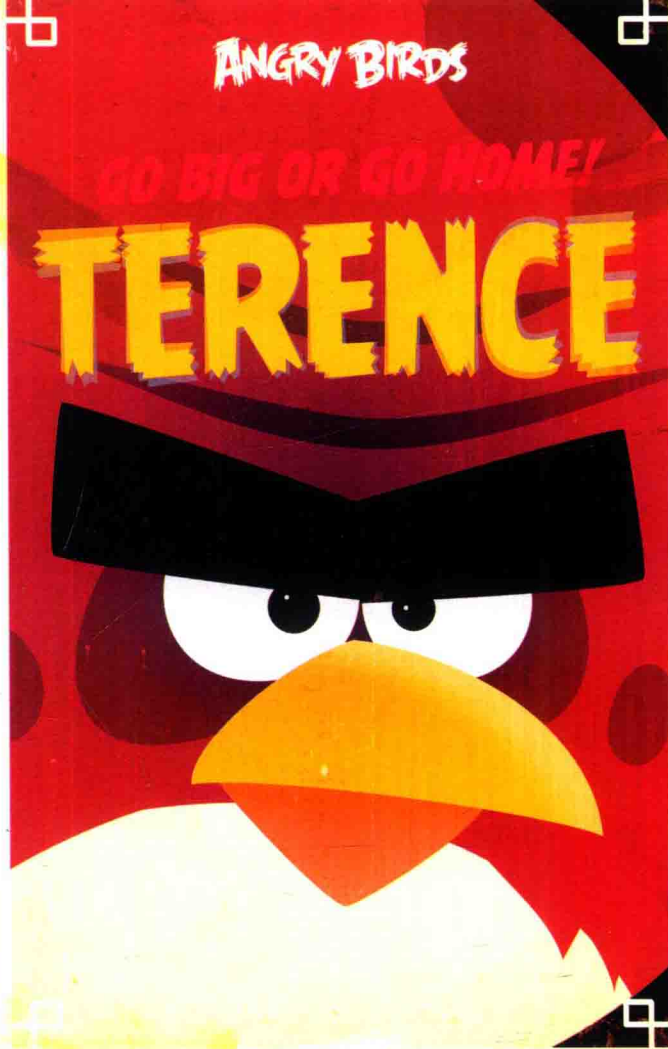
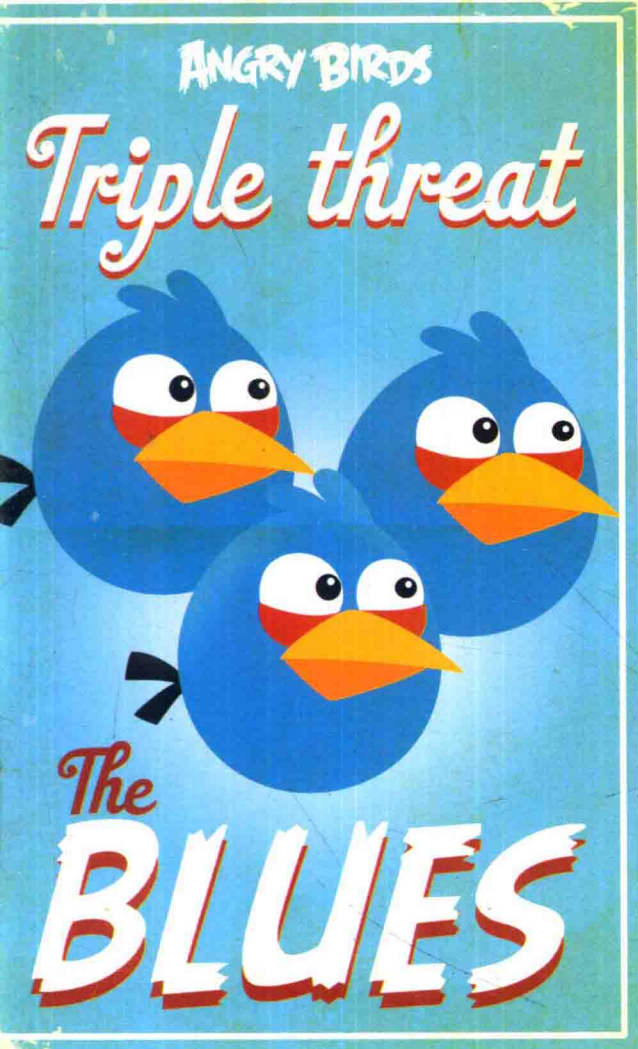
共同作用下被创作出来的：经验、完美的时机、对新兴的手机平台市场加以利用的前瞻性愿望，以及取悦大众的献身精神。Rovio成立于2003年，当时被命名为Relude，总部设在首都赫尔辛基西边的芬兰第二大城市埃波斯。公司是由三名大学校友尼可拉斯·赫德、雅诺·瓦克威能和金姆·迪科特在赢得一个手机游戏开发大赛后共同创立的。在这场由诺基亚和惠普共同赞助的比赛中，他们三人开发了一款实时多人游戏“卷心菜世界之王”并大获成功。

2005年1月，在获得尼可拉斯·赫德的叔父、公司现任董事会主席凯吉·赫德的一大笔投资之后，公司更名为Rovio。尼可拉斯·赫德在回忆公

司成立之初的状况时说：“早些年，我们会在发布一款游戏之后再发布另一款新游戏，然后再去发布下一个。那时候，更新一款游戏的成本非常大。所以，当时这个产业的驱动力基本上是产品本身，而不是服务。想要以一种具有成本效益的方式赢得客户非常困难。我们的热销款游戏平均销量只能达到五十万至一百万，况且还有大量根本没有销路的游戏。我们的整体策略是为手机平台的核心游戏来开发一些小游戏，但从长远来说，这种策略是行不通的。”

在《愤怒的小鸟》到来之前，Rovio曾经发布过五十多款手机游戏。“回头看看那些游戏，用户评分平均都在80%左右。那时候，其他的游戏开





▲海报图片：泰尔希·海克南

发商很少能够创作出这么高质量的产品。所以，如果我们要开发某个游戏，那它最好是优质的，这是流淌于公司血脉中的理念。”

尼可拉斯·赫德的堂兄米凯尔·赫德也同意这一观点，他在2009年重新加入公司，担任首席执行官。在谈到公司当时面临的平台局限性时，他这样说道：“我们早年间设计的游戏很好地说明了我们能够在多大程度上去挖掘这些软件的能力。它们都有着很棒的技术基础，润色精美，但却未能取得巨大的成功，原因就在于从全球层面上来说，Java平台过于分散和渺小，无法对游戏产业产生重大影响。”

对Rovio公司的发展起决定作用的事件是

2007年苹果公司发布具有革命意义的iphone。“我们当时就猜测下一个巨大的进展会是什么，但即便在那时，我们也不是很确定。对于Rovio来说，那是一个关键的时刻。”尼可拉斯回忆道，“公司那时只有12个人，我们觉得只要我们足够聪明，就能够做出改变整个世界的事情。”

《愤怒的小鸟》的起源可以追溯到2009年初，那时候Rovio在为新游戏审核设计方案。当时的公司高级游戏设计师贾科·伊萨洛展示了一幅屏幕截图，上面是一群没有翅膀也没有腿却一脸愠怒的小鸟。尽管没有说明这个游戏的内容是什么，也没有解释这些小鸟会做什么，但伊萨洛的同事们对这幅图给予的热烈反应让公司立刻决