

Tycoon City: New York

PORADNIK DO GRY



Nieoficjalny poradnik GRY-OnLine do gry

Tycoon City New York

autor: Jacek „Stranger” Hałas

GRYOnline.pl

Copyright © wydawnictwo GRY-OnLine S.A. Wszelkie prawa zastrzeżone.

www.gry-online.pl

Prawa do użytych w tej publikacji tytułów, nazw własnych, zdjęć, znaków towarowych i handlowych, itp.
należą do ich prawowitych właścicieli.

[Kup książkę](#)

S P I S T R E Ś C I

Wprowadzenie	3
Podstawy gry	5
Opis przejścia gry	9
Wstęp - Tutorial	9
Etap 1 - Greenwich Village	12
Etap 2 - Soho & Tribeca	23
Etap 3 - Little Italy	32
Etap 4 - Chinatown	38
Etap 5 - East Village	42
Etap 6 - Financial District	48
Etap 7 - Liberty Island	54
Etap 8 - Chelsea	57
Etap 9 - Midtown	64
Etap 10 - Central Park	72
Etap 11 - Upper East Side	74
Etap 12 - Upper West Side	80
Etap 13 - Harlem	85
Najciekawsze biznesy	89
Dodatkowe porady	92

Copyright © wydawnictwo GRY-OnLine S.A. Wszelkie prawa zastrzeżone.
Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione bez pisemnego zezwolenia GRY-OnLine S.A. Ilustracja na okładce - wykorzystana za zgodą © Shutterstock Images LLC. Wszelkie prawa zastrzeżone. Zgoda na wykorzystanie wizerunku podpisana z Shutterstock, Inc.

Dodatkowe informacje na temat opisywanej w tej publikacji gry znajdziecie na stronach serwisu GRY-OnLine.

www.gry-online.pl



Wprowadzenie

Witaj w nieoficjalnym poradniku do gry „Tycoon City: New York”, najnowszej strategii ekonomicznej autorstwa Deep Red Games. Wspomniane studio developerskie w przeszłości opracowało między innymi dobrze przyjętego „Monopoly Tycoon”. Osoby, które miały do czynienia z tamtą produkcją nie powinny mieć większych problemów z poznaniem zasad rządzących światkiem „Tycoon City”, tym bardziej iż interfejs obsługi jest wyjątkowo przyjazny w obsłudze, przez co można skupić się na najprzyjemniejszych aspektach rozgrywki, czyli obserwacji rozwoju kolejnych dzielnic miasta. Poniższy poradnik został przygotowany w głównej mierze z myślą o mniej doświadczonych graczach. Warto jednocześnie zaznaczyć, iż „Tycoon City: New York” nie jest skomplikowanym tytułem, w którym każdy element powinien być dopracowany w najdrobniejszych szczegółach. Gra wybacza nawet większe wpadki, mniejszą rolę odgrywają również fundusze, z których pozyskiwaniem nie ma zazwyczaj żadnych problemów. Pomimo tych wszystkich uproszczeń, w pewnych sytuacjach kolejne czynności należy wykonywać zgodnie z ustalonym przez producentów schematem. Czasami należy również wykonywać dość niestandardowe czynności, czy też dokładniej planować dalsze posunięcia. Sądzę, iż wtedy właśnie poradnik najbardziej może się przydać.

Poniższy tekst podzielony został na cztery główne rozdziały. Każdy z nich skoncentruje Twoją uwagę na czymś innym. **Pierwszy rozdział** zawiera wyjątkowo szczegółowy opis przejścia przygotowanej przez producentów kampanii singleplayer. Do zaliczenia jest w sumie trzynaście rozbudowanych etapów. Każdy kolejny poziom odkrywa nową dzielnicę Nowego Jorku (w niektórych przypadkach nawet dwie). Opisywana strategia posiada również tryb Sandbox. Stanowi on jednak wyłącznie rozwinięcie głównej kampanii, pozwala bowiem przystąpić do zabawy na wszystkich dzielnicach, bez konieczności sukcesywnego ich odblokowywania. **Drugi rozdział** poradnika w największym stopniu powinien zainteresować początkujących graczy. Zawiera bowiem szereg porad, które mogą okazać się przydatne w trakcie rozgrywki. Część z tych elementów opisana została we wbudowanym tutorialu, wielu innych należy się jednak uczyć na bieżąco. Rozdział ten zawiera informacje dotyczące między innymi zaspokajania potrzeb mieszkańców

miasta, czy też wzbogacania posiadanych biznesów dodatkowymi komponentami. **Trzeci rozdział** stanowi klasyfikację najciekawszych obiektów, które w trakcie zabawy będzie można zakupić. Nie wszystkie biznesy przynoszą spore zyski, należy także zwracać uwagę na to żeby pojawiały się w odpowiednim otoczeniu. Wszystko to zostało dokładnie opisane. **Ostatni (czwarty) rozdział** poradnika koncentruje natomiast uwagę gracza na bardziej zaawansowanych kwestiach, o których istnieniu nie trzeba początkowo wiedzieć. Rozdział ten opisuje zalety stawianych w trakcie gry zabytków i charakterystycznych lokacji Nowego Jorku, czy też podaje szersze informacje na temat zwalczania pojawiającej się na mapie konkurencji.

Nie pozostaje mi już nic innego, jak tylko zaprosić Was do zabawy, życząc jednocześnie miłej i owocnej gry!

Jacek „Stranger” Hałas

Jak zacząć? Jak skutecznie się rozwijać?

Zanim przejdę do jakichkolwiek bardziej szczegółowych opisów, jest kilka rzeczy, o których powinienś już teraz wiedzieć. Przede wszystkim, „Tycoon City” nie jest rasową strategią ekonomiczną, w której trzeba byłoby dbać o wszystkie aspekty swojego wirtualnego imperium. Omawiana gra w większym stopniu koncentruje się na sprawnym zabudowywaniu kolejnych dzielnic tytułowego miasta oraz zaspokajaniu potrzeb przebywających w nim osób. Dzięki temu posunięciu nie będziesz się musiał zajmować wieloma innymi sprawami, jak chociażby ustalaniem cen w poszczególnych biznesach, czy też dbaniem o to żeby sklepy nie przynosiły strat.

Pomimo tego, iż każda dzielnica miasta jest pod pewnym względem unikatowa, schemat rozbudowy odblokowanych przez grę terenów w większości przypadków jest bardzo zbliżony. Jedyna różnica polega na ocenie, czy masz do czynienia z dzielnicą, która w znacznym stopniu została już zabudowana, czy może pustym obszarem, który musisz zapełnić praktycznie od podstaw. Z pierwszym rozwiązaniem najczęściej mamy do czynienia w początkowych etapach gry i trzeba przyznać, iż jest ono znacznie prostsze. Przemawia za tym między innymi to, iż od razu można przejść do zabudowy poprzez stawianie nowych biznesów, bez zamartwiania się o odpowiednie budynki mieszkalne.

W przypadku zabudowanej dzielnicy w pierwszej kolejności musisz zająć się poznaniem potrzeb tutejszych mieszkańców. Proces ten został dość dokładnie opisany w pierwszym rozdziale gry, dość dużo na ten temat mówi też wbudowany tutorial. Generalnie chodzi o to żeby w pierwszej kolejności stawiać te biznesy, które lokalnej społeczności najbardziej przypadną do gustu, tj. są w stanie zaspokoić ich aktualne potrzeby. Miej jednak na uwadze to, iż mogą się one ciągle zmieniać. Przykładowo, nawet jeśli współczynnik potrzeby zdobycia żywności w początkowej fazie gry może przyjąć maksymalną wartość, to już po postawieniu kilku sklepów, czy bardziej „profesjonalnego” supermarketu wyraźnie zmaleje, dając ci tym samym do zrozumienia, iż powinienś zająć się innymi typami biznesów.

Niezabudowana okolica sprawia zdecydowanie więcej problemów. Przed przystąpieniem do opisanych wyżej działań trzeba się bowiem zająć postawieniem odpowiedniej ilości budynków mieszkalnych, tak aby do planowanych na przyszłość sklepów miał kto chodzić. Jedyne wyjątki stanowią oczywiście turyści, aczkolwiek oni pojawiają się jedynie w wybranych dzielnicach miasta. W pozostałych (szczególnie tych mniej „ekskluzywnych”) nie odgrywają praktycznie żadnej roli.

Korzystając z okazji powinienś wiedzieć, iż zakupione bądź też postawione przez Ciebie biznesy... właściwie nie przynoszą żadnych strat! Wszystko to jest związane z wyjątkowo uproszczonym modelem ekonomicznym, który zdecydowano się na jej potrzeby przyjąć. Najczęściej więc postawienie źle dopasowanego biznesu wiąże się jedynie z utratą gotówki, którą przeznaczono na jego budowę. Co więcej, większość biznesów w bardzo krótkim czasie zaczyna przynosić spore zyski. Aby się jednak tak stało, musisz zadbać nie tylko o ich spore zróżnicowanie, ale i obecność różnych typów budynków mieszkalnych. W znacznym stopniu jest to też związane z aktualnym wystrojem okolicy. Na niektórych obszarach najlepiej spisują się pojedyncze domy, w innych z kolei stawia się wyłącznie luksusowe wieżowce. Kwestie te poruszone zostały w poprzednim rozdziale gry. W miarę możliwości starałem się też tam przedstawiać sugerowane schematy rozwoju, dzięki którym można postawić najbardziej dochodowe na aktualną chwilę biznesy.

Zaspokajanie potrzeb mieszkańców

O tym elemencie gry wspomniałem już nieco wyżej. Teraz dodam jeszcze kilka innych istotnych wiadomości, o których istnieniu zdecydowanie warto wiedzieć. Przede wszystkim, potrzeby mieszkańców w znacznym stopniu uzależnione są od „stylu” danej okolicy, a jedynie w mniejszym stopniu od ilości i zróżnicowania postawionych już biznesów (niezależnie od tego czy są one Twoje czy należą do konkurencji).

Przejdźcie do każdej nowej dzielnicy (w dalszym ciągu nawiązuję do opisanego w pierwszym rozdziale poradnika trybu kampanii) wiąże się z wyświetleniem dość ciekawego ekranu. Lektor dokładnie opisuje dzielnicę, często nawiązując także do grup społecznych, które zamieszkują ten obszar. Wiadomości tych powinienście dokładnie słuchać. W ten oto sposób dowiesz się bowiem, na jakie typy potrzeb będziecie się musiał nastawić. Co więcej, na tym zabawa się nie skończy. Potrzeba wyżywienia w różnych typach dzielnic (np. ubogiej i zamieszkiwanej przez bogaczy) może oznaczać coś zupełnie innego. Zdecydowanie prościej jest w tym przypadku z zaspokajaniem potrzeb rozrywkowych. Oczywiście jest choćby to, iż młodzież skupi się wokół dyskotek, a dorośli zapragną spokojnych klubów, w których można posłuchać spokojnej muzyki, jak chociażby bluesa.

Podsumowując, powinienście zwracać uwagę na dwa elementy. Po pierwsze, musisz za każdym razem (stawiając nowy biznes) sprawdzać czy zaspokoi on aktualne potrzeby mieszkańców. Najlepiej byłoby gdyby żaden z okolicznych budynków mieszkalnych nie podświetlił się na czerwono. Z idealną sytuacją mamy do czynienia wtedy, gdy wszystkie obiekty zmieniają swój kolor na zielony. O takich wyjątkowo udanych biznesach szerzej wspomnę w trzecim rozdziale poradnika. Po drugie, stawiane biznesy musisz dopasowywać do „klimatu” danej okolicy.

Upgrade'owanie posiadanych biznesów

To jeden z najważniejszych elementów tej gry!! Sądzę więc, iż powinienem mu poświęcić nieco więcej miejsca. Upgrade'owanie aktualnych posiadanych biznesów w omawianej grze jest właściwie jedyną metodą pozwalającą na zwiększenie atrakcyjności danego obiektu, przez co może on być odwiedzany przez większą grupę mieszkańców, czy też przebywających w danej dzielnicy turystów. Aby w ogóle móc przystąpić do tego procesu, należy dysponować specjalnymi punktami, określanymi mianem **Upgrade Points**. Pulę dostępnych punktów można oczywiście poszerzać i to na kilka różnych sposobów. Generalnie jest tak, iż z każdym nowo postawionym budynkiem (niezależnie czy jest to obiekt mieszkalny czy jakiś sklep) otrzymuje się kilka Upgrade Points. Najczęściej jest ich jednak za mało żeby móc pozwolić sobie na nieco śmielsze posunięcia. W moim przekonaniu najlepiej jest więc wykonywać różnorakie zadania dodatkowe (**Prize Opps**), dzięki którym można dostać nawet kilkaset dodatkowych punktów. Dodatkowym czynnikiem przemawiającym za takim rozwojem gry jest fakt, iż wspomniane wyzwania w większości przypadków są stosunkowo proste. Co więcej, niejednokrotnie przyczyniają się one do dalszego rozwoju imperium, odblokowując na przykład nowe (ciekawsze) typy biznesów.

Kupowane przez Ciebie upgrade'y generalnie mogą wpływać na **pięć grup czynników**, opisujących aktualnie rozbudowywany biznes. Trzy pierwsze czynniki (**Appeal, Satisfaction, Beauty**) można właściwie sklasyfikować jako jedną wspólną grupę. Wpływają one bowiem na polepszenie odbioru danego obiektu w oczach potencjalnych klientów. Wykupywanie przedmiotów zwiększających te współczynniki pozwoli przede wszystkim zwiększyć zainteresowanie danym biznesem, przez co może on zacząć przynosić większe zyski. Należy jednocześnie uważać żeby nie przesadzić z ilością stawianych upgrade'ów. Wystarczy jedynie wypełnić trzy paski (reprezentują one te współczynniki) do maksimum, co zazwyczaj nie wymaga poświęcenia zbyt dużej ilości Upgrade Points.

Czwarta kategoria to **SOI (Sphere of Influence)**. Najprościej jest to określić mianem zasięgu działania danego biznesu. Oznacza to, iż może być on odwiedzany wyłącznie w tych mieszkańców, którzy znajdują się w wyznaczonej strefie wokół niego. Jest ona co prawda określana w metrach, aczkolwiek wybierając odpowiedni przycisk z menu można błyskawicznie przeskoczyć na widok z lotu ptaka i dokładnie dowiedzieć się, jakie typy obiektów znalazły się w sferze oddziaływania. SOI należy oczywiście zwiększać, tak aby móc zainteresować danym biznesem większą grupę klientów. Odbywa się to poprzez wykupienie dodatkowych szyldów, neonów, czy też znacznie większych billboardów. Osobiście radziłbym jednak w pierwszej kolejności skupiać się na rozwinięciu pozostałych czynników, a SOI zostawiać sobie na sam koniec. Musisz bowiem wiedzieć, iż dany obiekt może być rozwinięty ograniczoną ilością Upgrade Points, nawet jeśli w ujęciu globalnym posiadasz ich znacznie więcej. Ostatnia grupa to **Capacity**. Opisują ona ilość mieszkańców, którzy w danej chwili mogą korzystać z danego biznesu. Osobiście przyznam, iż dość często kategorię tę ignorowałem. W większości przypadków wystarczy postawić 2-3 ławki żeby zappełnić ukazywany przez grę pasek. Nieco ważniejszą rolę czynnik ten odgrywa w przypadku barów i restauracji. W tym przypadku możemy już zadbać o dodatkowe stoliki, które znajdują się na zewnątrz.