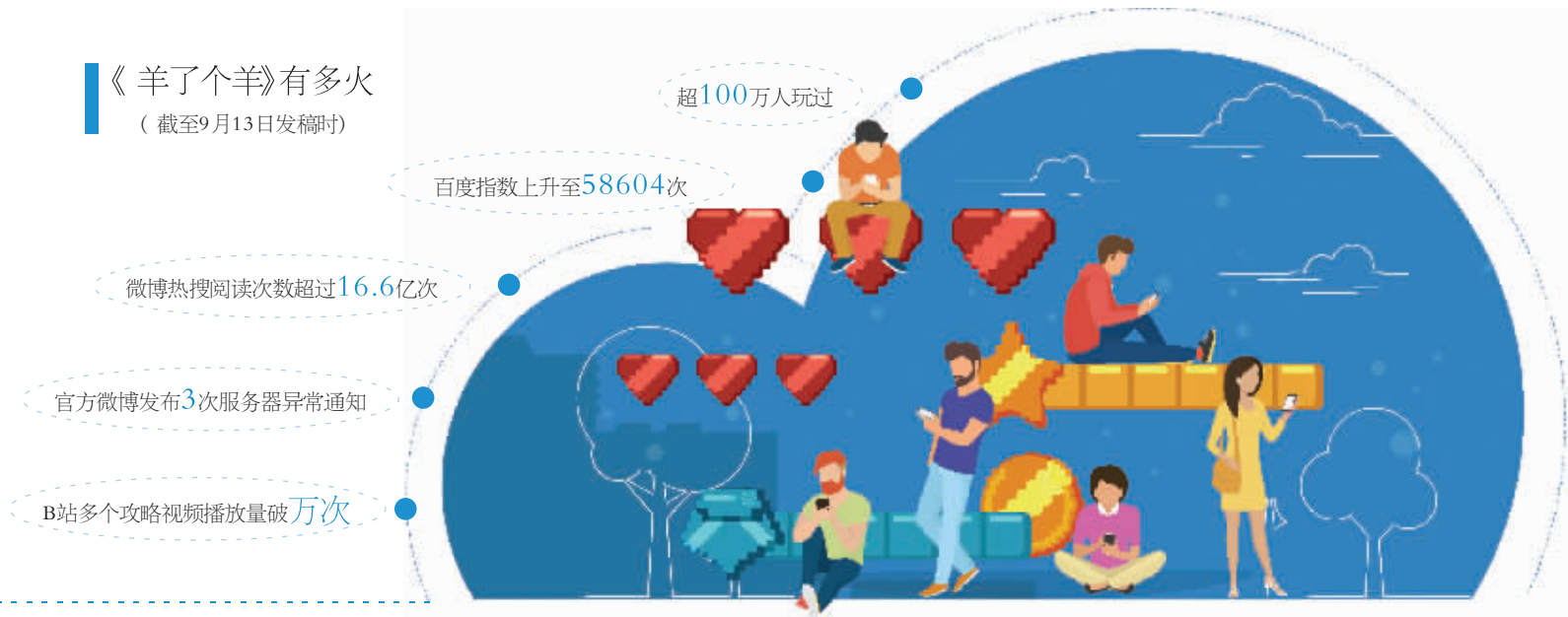


《羊了个羊》为何这么火

9月14日,一款名为《羊了个羊》的消除类游戏一度空降微博热搜第一,不仅激发了一众游戏主播体验试玩、出攻略,也使得淡定许久的微信小游戏重回大众视野,人气之旺导致《羊了个羊》服务器在24小时内崩溃三次。《羊了个羊》成为近年来少有的爆款微信小游戏。随着热度不断攀升,有玩家也指出《羊了个羊》游戏玩法不算创新,涉嫌抄袭等问题,虽然目前微信小游戏商业配套设施已经完善,但是质疑的声音也在向从业者提示着风险。

《羊了个羊》有多火
(截至9月13日发稿时)



超百万人“同游”

截至记者发稿,据微信小程序,已有超100万人玩过了这款游戏。而“羊了个羊”的百度指数也在一天内从0次上升至9月13日的58604次。随着相关话题热度的攀升,慕名而来的玩家人数的跟涨,自9月13日13点至北京商报记者发稿,“羊了个羊”官方微博已发布三次服务器异常的通知,和“羊了个羊”有关的话题则一直挂在微博热搜,阅读次数超过16.6亿次。此外,该游戏相关攻略视频播放量持续增长,仅在B站就有多个视频播放破万次。

北京商报记者体验发现,《羊了个羊》是一款卡通背景消除闯关微信小游戏,用户只需要凑够三个同样图案的卡牌即可消除,过关的前提是消除所有的卡牌。“本来不知道是啥,看到热搜好奇点开,结果玩了一下午,第二关是故意卡人的吧?”有人能过第二关吗?”类似的疑惑在微博平台上并不少见,不

服气的网友一波又一波地点开微信小游戏,推高了相关话题的热度。

谈到《羊了个羊》为什么突然爆火,易观分析文化消费行业资深分析师廖旭华告诉北京商报记者:“我认为主要是游戏设计和社交机制,游戏用Hard Fun(困难乐趣)的思路设计了传统的tile三消(瓦片三消),兼具休闲和挑战性,玩法本身就很有传播点,再加上分享、编队之类的社交机制,最大化开发了抖音和微信的平台特点”。资深游戏设计师蒋乐认为:“除了玩家自身,知名游戏主播的体验试玩也进一步帮助游戏打开了受众市场”。

热度与争议并存

热度的暴涨显然是游戏官方未曾预料到的,自9月13日午间起,《羊了个羊》在24小时内服务器三次崩溃,即使宣布程序已经修复,依然有游戏小程序打不开、卡顿等问题反馈在官方微博评论区刷屏。为此,官方紧

急开出5000元“悬赏令”,急聘游戏维护相关工作人员。

其实,消除类游戏凭借着简单易上手等优势,一直在手游市场占据着相当可观的市场份额,各式各样“消消乐”产品的玩法创新层出不穷。此前的《消除大西瓜》等游戏也曾如《羊了个羊》一般引发热议,但从产品总量来看,这样真正达成“爆款”成就的小游戏其实屈指可数。

在互联网产业观察者张书乐看来:“此类休闲游戏如当年的《神经猫》《旅行青蛙》等,大多热度不过一周或一个月,由于游戏体验受限于载体和类型,玩家很容易审美疲劳”。

值得注意的是,9月14日有关“羊了个羊”抄袭的话题也挤进了热搜前三。根据网友投稿,“《羊了个羊》抄袭3tiles,玩法一模一样”。这让产品陷入了质疑声中,对于后续是否会对游戏玩法进行改进优化,北京商报记者第一时间联系北京简游科技有限公司(以下简称“简游科技”)方面,但截至发稿对方未有回复。

幕后推手大有来头

在社交圈出尽了风头,《羊了个羊》背后的操盘手简游科技也浮出水面。据天眼查,简游科技成立于2021年,从事于科技推广和应用服务业,拥有包括“羊了个羊软件”在内的11项软件著作权。另据媒体报道,简游科技创始人张佳旭曾作为制作人创作出微信小游戏首款月流水破亿产品《海盜来了》,而这款游戏的日活曾高达2500万。现阶段,简游科技的一款内容量级更大的休闲社交游戏,已进入海外测试阶段。

除了张佳旭,简游科技背后还有着厦门雷霆网络科技股份有限公司等多方资本的加持。其中,厦门雷霆网络为吉比特旗下公司,该公司于2022年6月入股,持有简游科技10%的股份,为第二大股东。对于《羊了个羊》的爆火,吉比特方面在9月14日回应媒体采访时表示:“《羊了个羊》相关收入将体现在吉比特的

投资收益部分。

游戏行业分析师卫明野认为,经过多年发展,微信小游戏的生态已经逐渐成熟,变现能力也在不断提升。但市场虽然保持增速,竞争同样激烈,小游戏正向着精品化方向进化,寻求快速变现的产品最终还是会被长线运营的优质游戏取代。

创新变现方式

事实上,对于整个微信小游戏赛道而言,用户端和开发者端相关的商业化基础设施已经完善。《2022微信小游戏增长白皮书》显示,目前微信小游戏用户规模数亿级,30岁以上用户群体占比逐年提升,从2018年的59%逐步提升到2021年的69%,高付费用户规模持续增长。

根据《白皮书》,目前微信小游戏主要有三种变现形式,IAA(内购付费)、IAP(广告变现)、IAP+IAA(混合变现)。以《羊了个羊》为例,主要采用的是IAA模式,用户观看一条广告可获赠道具等。整体来看,混合变现趋势加速,以《第7装甲师》微信小游戏为例,累计注册用户超5000万,日流水规模超50万元。

一位任职于国内轻度休闲微信小游戏厂商的从业者表示,微信小游戏一直处在红利期,但红利标的变了,初期流量型产品能够快速变现,如今玩家要求提升,产品开始注重游戏性、美术等,产品走向精品化。

“微信小游戏自2018年起有一波爆发,2019年之后相对稳定一些,但是也培育了一大批开发者,也有很多从微信小游戏开始,最后走向出海的。”廖旭华表示:“微信小游戏对于微信而言,是微信内的诸多平台之一,且是一个比较成熟的平台,给微信贡献了不少收入,同时也聚集了不少开发者。不过对腾讯集团和腾讯游戏的意义不大。”

北京商报记者 郑蕊 魏蔚

广告

2008-2022 双奥之城 双奥会刊 主题展览

2022年9月15日-21日

王府井步行街

主办单位 / 北京日报报业集团

支持单位 / 中国国家博物馆 中国体育博物馆

首都博物馆 北京奥运博物馆

协办单位 / 北京市东城区王府井地区管理委员会

承办单位 / 北京商报社