



《三国吧兄弟》



《女孩与海》



《疯狂骑士团》

爆款不断,大厂入局

小游戏市场有望带来百亿级增量?

产业
解读

近年来,在大众关注的网络游戏和手机游戏之外,藏在微信中的“微信小游戏”同样进入大众视野。即点即玩、易于社交,凭借丰富的玩法,小游戏为玩家带去了便捷轻松的游戏体验。《咸鱼之王》《冒险大作战》等新作跃升畅销榜,再度点燃行业对小游戏市场的热情。业内认为,小游戏已成为国内游戏行业最大增长点之一,其中发展最为成熟的微信小游戏已吸引超过4亿月活跃用户,30万游戏开发者入局。

现代快报+记者 刘琳

新“游戏生态”崛起,开发者规模超30万

对于80后而言,“小游戏”并不陌生,校网网的偷菜,QQ空间的抢车位,都可以称之为“小游戏”。百度百科对“小游戏”的解释为——所有体积较小、玩法简单的游戏,通常这类游戏以休闲益智类为主。

2017年12月,微信小游戏正式发布,首个上线的小游戏《跳一跳》就以亿级日活跃用户的火爆局面,铺展开一条全新的商业化道路。而后几年,《海岛来了》《消灭病毒》等超休闲游戏相继刷屏,造就了微信小游戏的辉煌时代。

现如今,微信小游戏市场愈发成熟,先后诞生了《羊了个羊》《疯狂骑士团》《口袋骑士》等新爆款,甚至不少原生App也出现在小程序端。手游厂商纷纷将目光投向这一领域,特别是在在买量领域表现抢眼的厂商,如恺英网络、吉比特、益世界、4399等已在该赛道占有一席之地。

在腾讯今年的第二季度业绩电话会上,有关负责人表示,微信小游戏已有4亿月活跃用户,30万游戏开发者,100余款小游戏的该季度总收入超过1000万元。在6月举行的微信小游戏开发者大会上,官方披露的一组数据同样体现了微信小游戏的生态现状:2023年上半年,轻度小游戏的用户规模同比增速超过了30%;2022年,中重度小游戏用户规模增速达到了100%,且在2023年上半年该增速仍在持续。

从微信小游戏的用户年龄分布来看,24-40岁的青年群体依旧是主力,占一半左右。但同时,40岁以上用户占比已超三成,成为生态中的“新生代”用户,他们追求休闲、娱乐、轻度化的游玩体验,自然而然成为小游戏的用户增量。这意味着游戏不再是年轻人的专属。

微信小游戏团队表示,“小游戏本身具有即点即玩、碎片化的特点,而且背靠微信强大的社交属性,让游戏的更多乐趣覆盖全年龄段。经过了五年的演变和发展,微信小游戏生态的用户基础正变得愈发稳健。”

亿级爆款频出,供给寻求多元创新

伴随着小游戏市场规模的不断扩大,以

及开发者生态的不断繁荣,小游戏在玩法丰富度和品质上也迎来了显著升级。

游戏数据服务商DataEye研究院认为,过往的微信小游戏畅销榜整体品类单一,主要以棋牌、模拟经营等传统游戏品类为主。而现阶段游戏产品向中重度化发展,不少开发者在卡牌和RPG(角色扮演类游戏)等玩法赛道中展现出了突出的创新能力,打造出让玩家和市场都眼前一亮的创新产品。

比如,头部小游戏厂商豪腾旗下的拳头产品《疯狂骑士团》自上线以来一直保有稳定的市场表现,月流水都在亿级以上。开发者独辟蹊径地摘取了“开箱子”这个环节作为游戏的核心玩法,然后再结合一个简单的战斗与升级系统,打造出这款新颖的爆款。

一位游戏从业者对所谓的“开箱子”解释道,“这类产品往往通过将开箱子作为核心玩法,将其他游戏中需要付费的宝箱有限次免费赠送。玩家开出装备后,再通过其他推图、爬塔玩法验证装备强度,由不同难度的玩法带来爽感或是调动充值开更多宝箱的动力。”

相应地,其战斗玩法被简化为全自动模式,仅用来充当角色养成的验证途径,因而不会对玩家的操作水平提出额外的需求,极简的玩法逻辑和操作方式意味着游戏几乎没有上手门槛,能够完美适配玩家的休闲、碎片化游戏需求。

《疯狂骑士团》爆火后,越来越多开发者注意到了“开宝箱”游戏的巨大市场潜能,一股“开箱子”热潮悄然席卷而来,类似玩法的产品正在蜂拥般冒头,且目前已有部分产品通过内容的微创新,赢得了玩家的青睐。

“开箱子”等新玩法能够在市场快速收获热度与人气,而模拟经营、塔防类以及放置卡牌等传统玩法同样位于产品增速前列,运营更扎实稳定。传统玩法正通过创新融合、提高品质等方式,为玩家带来更丰富的游戏体验。如深圳梦作坊出品的《女孩与海》,将合成玩法与家居改造玩法相结合,为玩家带来即时爽感反馈的同时,也提供长线养成动力,双管齐下收获可观的市场效益。

行业持续升温,平台能力再升级

随着传统手游厂商纷纷入局,微信小游戏畅销榜席位悄然发生变化。以往的小游戏畅销榜大多数都是小游戏团队的作品,如

今,传统厂商也在逐渐摸索小游戏门道,旗下产品也有不俗的市场表现,这意味着,后续小游戏赛道竞争将更加激烈。

平台生态的逐渐成熟,推动小游戏的商业模式和营销能力也逐步优化升级。从最开始的IAA(广告变现)直接主导市场,到IAP(应用内购买)产品激增,到如今混合变现爆款产品出现,小游戏以增量为基础,愈发注重对变现能力的发掘,将应用内广告以及应用内购结合,推动利润及用户规模双提升。

值得注意的是,对比微信小游戏畅销榜与买量素材投放榜,两者重合度很高。这从一定程度上来说,对小游戏而言,产品市场情况与买量营销关系密切。得益于微信小游戏具有买量成本低、转化链路短、渠道多元、用户基数广等优势,所以大量开发者入局投放。

小游戏市场近年来呈现的诸多变化和良性发展趋势,得益于开发者的敏锐研判与创新创造,更得益于良好的平台生态与庞大的用户群。在过去五年里,微信小游戏团队携手开发者经历爆发期,熬过“逆风局”,在竞争白热化的手游赛道之外提供了一个新的增长路径。

作为连接用户和开发者的桥梁,微信小游戏的平台建设不断趋于规范化和精品化,一方面通过降门槛、快适配和代码保护等方面的工具升级,为游戏开发者带来更多探索空间和增长机会;另一方面通过加强实名认证体系建设,完善未成年人保护策略,发布《用户隐私保护指引》、对微信小程序开发者依法履行备案手续予以规定等一系列措施,为用户构建健康游戏环境;此外,推出内容衍生载体“游戏圈”,更快地将开发者和用户连接起来,为营造整个发展生态奠定坚实基础。

小游戏的快速成长吸引了资本市场的关注。中信建投发布研报称,小游戏不是简单的渠道概念,是崛起的新“游戏生态”。短短几年间,除微信小游戏外,抖音小游戏、QQ小游戏、硬核小游戏呈现出各自的发展特色,其中抖音小游戏不断发力,以传播和推荐相结合的方式,使其迅速崛起。小游戏依托微信、抖音等超级App流量,更方便转化非游戏用户、抢占更碎片时长,有望为游戏市场带来百亿级增量。

报告还指出,从更长远来看,在新的终端普及(XR),以及新技术(原生AI游戏)真正变革游戏行业之前,小游戏有望持续成为后移动游戏市场的驱动因素。

大咖寄语

作为数字文化产业的重要形式之一,游戏在技术的创新赋能下,逐渐成为文化传播的重要载体,以及数字经济的主力军。《凤凰游》专版的开办,为公众深入了解游戏行业提供了信息窗口,也为从业者们提供了专业的行业资讯及指导。期待《凤凰游》专版充分发挥媒体优势,为促进游戏行业高质量发展提供强有力的舆论支持。

——三七互娱集团副总裁、总编辑王彦恭

资讯速递

亚运会电竞赛事收官 中国队摘得4金1铜

杭州亚运会所有电子竞技项目的比赛已于10月2日结束,中国电子竞技国家集训队获得了四金一铜的成绩。这五块奖牌分别是:王者荣耀亚运版本项目金牌、梦三国2项目金牌、和平精英亚运版本项目金牌、刀塔项目金牌以及英雄联盟项目铜牌。

在为期9天的赛程中,首次参赛的电子竞技项目运动员们,在每一场比赛中锐意进取、顽强拼搏、超越自我,展现了良好的精神风貌和竞技水平。 人民电竞

8月中国游戏市场收入同比增长46%,手游同比增63%

10月8日,伽马数据发布了《2023年8月游戏产业报告》。《报告》显示,今年8月我国游戏市场实际销售收入292.26亿元,同比增长46.08%、环比增长2.15%,同比增幅扩大。其中,手游收入228.51亿元,同比增63.73%、环比增3.35%;端游收入56.04亿元,同比增6.92%、环比降1.60%。

《报告》还显示,8月手游流水测算榜TOP10中,就有4款是今年上线的新品,比例接近一半。如第2名的《逆水寒》手游、第4名的《崩坏:星穹铁道》、第5名的《晶核》、第7名的《冒险岛:枫之传说》。 伽马数据

Unity总裁兼首席执行官辞职 价格争议引内部分裂

近日,Unity引擎的定价争议导致Unity Technologies总裁兼首席执行官John Riccitiello决定辞职。据Unity Technologies透露,Riccitiello将立即辞去总裁兼首席执行官职务,但他将在公司寻找新首席执行官时继续提供建议。

作为知名游戏引擎,9月下旬,Unity推出一项新政策,即每个使用Unity引擎制作的游戏一旦安装数量或者收入达到阈值,则每次下载游戏都将针对开发者收取授权费用,而开发者没有退出的选择。该政策在引发巨大争议后被Unity Technologies宣布放弃。 中关村在线

动视暴雪旗下游戏 将于2024年加入XGP

动视暴雪在10月9日发布的声明中谈到旗下游戏加入Xbox Game Pass(XGP)的时间,官方计划从2024年开始将旗下游戏逐步加入XGP。

该公司表示:“虽然我们今年没有将《使命召唤:现代战争3》或《暗黑破坏神4》加入XGP的计划,但一旦交易完成,我们希望开始与XGP密切合作,将动视暴雪游戏带给世界各地的更多玩家,目前计划在2024年的某个时候开始在XGP中添加我们的游戏。” 杉果日报