



“她经济”崛起《光与夜之恋》能否拿下乙游市场一城？

自上周开启全平台公测,腾讯首款自研的乙女游戏《光与夜之恋》便迅速抢占各平台头条。全平台预约数已超千万,首日摘得 iOS 游戏免费榜第一,并列畅销榜第 14 名。早在 2017 年《恋与制作人》爆红后,国内的游戏厂商纷纷切入乙女游戏赛道。前有叠纸,后有网易、米哈游、完美世界等,新作频出。2020 年更被玩家戏称为乙女游戏的“战国元年”。而有着“腾讯自制”“豪华团队”等诸多标签出身的《光与夜之恋》手游,又能否成为下一个爆款呢? ■新快报记者 梁茹欣

游戏画风偏写实 剧情节奏略拖沓

“乙女”一词源于日本,本意是少女、纯真。乙女游戏则是以女性为主角的角色扮演恋爱模拟游。主要是因为这类游戏的大部分玩家所扮演的角色是少女,而游戏的攻略对象大多数是长相俊美、性格各异的男性角色,也有少数游戏包含女性的可攻略对象。

据了解,《光与夜之恋》由腾讯旗下的北极光工作室研发,此前曾推出了《天涯明月刀 OL》、《狐妖小红娘》等不同手游。此次公测的《光与夜之恋》一共有八章面向玩家。该款游戏将玩家角色定位为服饰设计师新人,女主在一场设计比赛获得第二名之后,进入理想设计公司工作,进而与五位男性角色相遇而由此展开故事。

其中,游戏还包含奇幻元素。在其设计的世界观里面,存在血灵人三族设定,人类则有部分群体拥有特殊天赋。每个角色具有“表身份”与“里身份”(即特殊天赋属性)等两种设定。在职场和日常生活等明线上,时有穿插关于“里身份”的奇幻冒险的故事。不过,新快报记者实测发现,这样设置很容易导致前期剧情拖沓。“二测之后,我们修掉剧情中的一些漏洞,砍掉了一些不必要的冲突,把矛盾集中在主线上,重新梳理阴谋线和事业线的节奏。”《光与夜之恋》的游戏策划曾在 TapTap 相关平台回应过此类问题。

除了剧情设置要到位,主角的人设也很重要。从美术画风来看,不同于大多数乙女游戏的日式二次元风格,《光与夜之恋》更偏向写实风格,大多男性人物线条硬

朗,符合韩漫类型。至于人物性格,除了五位风格迥异的男性角色,该款游戏还安排非主要角色“查理苏”走起了“欢喜喜剧人”路线,给游戏增添不少喜剧色彩。

人设、剧情或成乙游情感连接的关键

提到国内的乙女游戏,很难不想到叠纸和它推出的《恋与制作人》。这款游戏全球累计超过 9000 万次下载量,其月流水曾一度接近 3 亿元。直至今日,还保持着大批忠实的拥趸。

95 后玩家小萱(化名)便是其中一名。她向新快报记者表示,之前便关注到《光与夜之恋》的制作。“但它的画风实在不行,略显低级。这方面还是叠纸比较专业。”小萱说道。在她看来,除了美术画风,乙女游戏想要吸引玩家长久的兴趣,游戏剧情还要更新快,玩家易上手等。此外,也有玩家提到,这类游戏要有一定的情感连接,在文案、人设、运营等方面需符合核心玩家,即女性群体当下的价值取向。

其中,模拟社交平台与角色进行沟通,邀请知名 CV 为游戏配音,都被业内不少人视为构建情感连接的重要利器。在此公测的版本中,《光与夜之恋》手游大致还原了微信的功能与排版,真实的短信、电话、朋友圈系统往往让玩家“身临其境”。配音方面,阿杰、李元韬、谷江山等自带流量的配音演员均位列其中。不过,看似具备所有爆款的品质,该款游戏也有“不和谐”的声音出现。部分玩家对主要角色的人设并不全盘买账。“丰满有趣的角色能让玩家有耐心与游戏培养起相当坚实的情感基础。但该款游戏的‘齐司礼’一角动辄谩骂他人,其人设并不讨喜,容易触碰雷

区。”有玩家说道。

付费模式雷同 市场待挖掘新意

据中国音数协游戏工委公布数据,2015-2019 年我国女性用户移动游戏市场规模从 84 亿元扩大到 362 亿元,2024 年市场规模有望增至 542 亿元,我国女性用户在移动游戏行业的市场前景可观。此外,相关公开数据显示,2020 年乙女游戏营收突破 120 亿元,约占整体女性向游戏市场规模的 30%。

面对如此可观的市场规模,乙女游戏无疑成为了“香饽饽”。然而,如何实现从下载到付费的转化,仍是一道摆在众多游戏厂商所要面对的难题。在这一点上,《恋与制作人》采取的是“体力值+抽卡”的机制。当体力值和稀缺卡片不足时,玩家往往为了刷新剧情,通过氪金增加抽卡次数,来提升自己抽到稀有卡的概率,以实现顺利通关。在氪金之外,有些游戏还会为玩家提供一些补偿机制。“手游圈有一句话,‘玄不改非,氪不改命’。对于氪金能力较强的玩家来说,游戏方一般定期寄周年礼物给客户,或者根据充值额度赠送绝版卡牌,还有提高抽卡保底概率等。至于较少氪金或不氪金的平民玩家,游戏方也会适当推出优惠充值活动以留住用户。”小萱向记者说道。

目前,市面上绝大多数的乙女游戏都沿用了类似的氪金机制,《光与夜之恋》也难脱窠臼。有业内人士表示,在相似的转化机制下,吸引玩家付费的难度也在加大。对于游戏团队来说,如何围绕感性主题构建起与其相适应的核心玩法和商业模式是一个新的挑战,也是一个待挖掘的市场金矿。

一周游闻

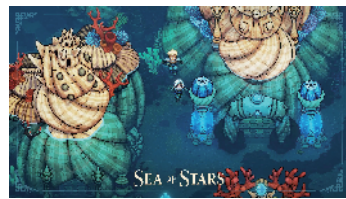
Steam 周销量排行榜:《盗贼之海》回归第一



新快报讯 本周 Steam 如期公布了上周(6月21日至6月27日)的游戏销量排行榜。本期排行榜因为夏促的原因大量老游戏重新回归榜单,《盗贼之海》位居第一、《只狼:影逝二度》第二、《极限竞速:地平线 4》第三。

本期排行榜《盗贼之海》一举夺得榜首位置。《盗贼之海》无论在航行、打斗或冒险、掠夺上都能让玩家体验自立为王的传奇海盗。多样角色让玩家可以自由探索游戏世界,以及自由选择与玩家互动的方式。夏日促销《只狼:影逝二度》也迎来了新的史低折扣,游戏重回排行榜,位居第二名。作为宫崎英高的最新作品,在有之前《黑暗之魂》系列的铺垫下,玩家对于《只狼:影逝二度》的热情空前高涨。PS4 的独占开放世界大作《极限竞速:地平线 4》也凭借着夏促的折扣,重新回归榜单,位居第三名。

RPG 游戏《SEA OF STARS》发布全新实机演示



新快报讯 近日,由 Sabotage Studio 开发制作的回合制 RPG 游戏《SEA OF STARS》发布了新的实机演示视频,展示了游戏内的探索玩法。《SEA OF STARS》是一款受经典游戏启发的回合制角色扮演游戏。游戏中的主角将使用结合太阳和月亮的力量来使用日蚀魔法,这是唯一能够抵御被称为血肉术士的邪恶炼金术士的怪物创造的力量。

在游戏中将会有动态多样的战斗系统,可用角色都有独特的战术和剧情;游戏中没有随机遇敌系统,在地图上接触敌人后直接进入战斗;可以通过攀爬、潜水、游泳在世界中进行探索,找出隐藏的秘密;游戏中会有昼夜循环,并且光照会对建筑、物体的光影产生动态影响。



加入我们一起玩

支持单位

广州市天河区软件和信息产业协会