



赛道进入下半场 女性向游戏的破局点来了吗?

产业解读

近日,苏州本土游戏企业友谊时光的旗舰级新作《浮生忆玲珑》官宣定档1月2日公测,并由实力演员、人气偶像罗云熙独家代言,一时冲上微博热搜,给今年略显沉寂的女性向赛道注入了不少热度。几家欢乐几家愁,今年9月起,《钟之镜》《灵猫传》《花间绘君颜》等几款关注度较高的女性向游戏陆续发布了“告别信”,宣布暂停开发或停止运营。

近年来,和持续“内卷”的二次元、MMO(大型多人在线游戏)、RPG(角色扮演游戏)、SLG(策略类游戏)等赛道比起来,女性向游戏逐渐呈现出后劲不足的趋势。期待值拉满的《浮生忆玲珑》会是明年首个女性向爆款吗?女性向游戏市场是否已经饱和?沿着这条赛道挖掘还将会有一些可能性?

现代快报+记者 刘琳



《浮生忆玲珑》官宣由罗云熙独家代言



上线仅6个月的《花间绘君颜》目前已宣布停运



米哈游自研的律政恋爱推理手游《未定事件簿》



今年上线的龙图娱乐《闪亮之名》市场表现优异

把脉女玩家偏好 曾单日流水破2000万

《浮生忆玲珑》登上微博热搜,“既在意料之外,也在情理之中”。

选择罗云熙作为代言人,让玩家又惊又喜,“居然真能把他请来”。据悉,友谊时光针对玩家发起了代言人调研,按调查结果最终敲定罗云熙,此诚意之举为《浮生忆玲珑》奠定了坚实的用户盘基础,玩家粉丝纷纷认领游戏中的“玲珑女孩”身份。该游戏目前预约量快速上涨,截至记者发稿其官网预约量突破215万,TapTap预约分达9.3。

唯美考究的古风意境、甜宠与悬疑结合的剧情、偶像和粉丝间的情感联结,可以说,《浮生忆玲珑》稳稳地抓住了女性玩家与粉丝的共同诉求点,有业内人士预测其可能是2024年首个女性向游戏爆款。

所谓女性向游戏,较为普遍的定义是专门针对女性用户研发或包含较多女性喜爱元素的游戏,其特点是以女性需求为设计核心,游戏题材受女性欢迎,且游戏中女性用户比重较大。

在最早的页游、端游时代,国内游戏的目标玩家基本都以男性玩家为主。女性玩家基本不会出现在核心受众的列表中,很少作品会将女玩家看重的游戏元素作为主打卖点大推。

实际上,女性玩家在当时的游戏偏好和潜力已初现端倪——比如2005年火遍全国的《劲舞团》70%是女性玩家。其中换装、社交、音游等元素,如今依旧受到女性玩家欢迎。

随着女性在各个领域的经济影响力快速提高,“她经济”被各行各业视为新增量、新风口的机遇。移动浪潮的到来,也让游戏逐渐变得触手可及,甚至成为日常社交的重要纽带。女性玩家数量及消费能力出现明显飞涨,大批针对女性玩家的作品竞相涌现。

2016年,网易《阴阳师》手游上线,女性玩家占比达到60%,被称

为国内第一款以女性用户为主体的、面向大众的主流手游;2017年,叠纸《恋与制作人》横空出世,成为我国第一款现象级的女性向手游,上线一个月内安装数量达到近千万,日活跃用户数达到200万以上,最高单日流水超过2000万元。

此后,女性向游戏赛道迎来了一场量的大爆发。据不完全统计,光是2020年,面世女性向游戏就超过了20部。叠纸、友谊时光等女性向头部厂商加速发力,腾讯、网易、字节跳动、完美世界、米哈游、IGG等大厂纷纷下场布局,推动我国女性用户游戏市场热度高居不下。

各显神通却爆款寥寥 突围路在何方

与市场增速同步,女性向游戏的类型也不断得到丰富。经过五年发展,国产女性向赛道形成了几个大的细分品类,如乙女、换装、宫廷、三消、模拟经营、叙事互动类等,在国内外次第开花。

与此同时,赛道困境也逐步显现。2022年下半年,B站《代号:C》项目组解散,朝夕光年《灵猫传》停运;2023年下半年,女性向卡牌游戏《钟之镜》宣布“测试反馈未达团队预期”暂停开发;《灵猫传》短暂“复活”不到十个月后,再度停运团队解散;上线仅6个月的《花间绘君颜》也出于“运营情况远低于预期”“收支不平衡”等做出停运决定。

处在存量市场竞争的阴霾下,曾经风光的女性向游戏,如今似乎陷入泥潭。尽管产品越来越多,但新品增长乏力,难出爆款。纵然画面越发华丽、机制也在创新,但不少游戏的内核仍然在恋爱、宫斗、换装、养成之间反复横跳,玩法单一且局限,同质化现象严重。而这种重复的套路很难做到长线运营,容易让玩家疲惫从而丧失新鲜感。

如何破局寻求突围?从目前已上线或曝光的产品来看,不少厂商也在探寻该赛道的新方向。

有的注重技术层面的迭代升级,在今年新品中脱颖而出,以《

闪亮之名》使用UE4研发,通过PBR、多层半透明渲染技术等,大幅提升画面品质;有的继续在题材、剧情、人设、玩法等方面深挖内潜做文章。比如《浮生忆玲珑》,在传统的“古风”“甜宠”元素中融入了较为新奇的“探案”题材,加上大世界探索、休闲玩法的扩张尝试,力图覆盖更广泛的用户群体。

面对赛道的拥挤和全方位的内卷,还有一些中小厂商绕开App手游,尝试在小游戏上抢占先机。

第三方咨询机构DataEye注意到,在今年的小游戏畅销榜上,确实冒出不少女性向小游戏,跑出的玩法主要集中在换装养成、模拟经营、融合(如合成+模拟)、消除等,符合小游戏玩法大潮流。

根据腾讯广告&DataEye联合发布的《2022微信小游戏增长白皮书》中的数据,微信小游戏的覆盖用户类型男女比例目前已达1:1持平,女玩家的休闲娱乐需求正在小游戏上逐步体现。搭载小游戏持续升温的快车,偏向女性向的小游戏能否乘势而上,抓住风口,创造新一轮增长点?

契合当下女性诉求 不止于“女性向”

女性向游戏从发轫到发展成熟,自成一派,其底层逻辑是对女性需求的洞察与满足。而女性需求与时代的价值观念变迁,和女性自我意识的觉醒有着深层次的关联。

研报报告网发布的《中国女性向游戏市场现状深度研究与发展前景预测报告》中提到,对于我国女性向游戏消费者来说,她们的游戏需求主要有三点:情感需求、审美需求以及陪伴需求。于是,女性向游戏在剧情走向、角色设计、社交运营上下足功夫,在画面细节、人物服装、音乐音效上不断打磨,而收集和养成体系也几乎成为女性向游戏中的必备选项。

产品同质化问题的显现,让不少开发者注意到“女性玩家的需求趋于个性化和多元化,且更为内

显”。根据QuestMobile《2022“她经济”洞察报告》指出,女性用户比例高的手游,开始强化女性玩家的意识形态,注重事业的发展。

于是,一些恋爱模拟类游戏,开始增添事业相关支线剧情。在角色设置上,也打破性别化符号,体现更多元、丰富的人物设定。女性对独立身份的强烈诉求催生了一批“大女主”游戏作品,但市场反馈并不尽理想。

一位资深女玩家向记者分享她的感受称,部分作品只是对女性主义的刻意迎合,剧情只停留在事业线表层,玩法上也是陈旧的一套,其对女性的关注、尊重与鼓励还远远不够。

对于“女性向”这个标签,业内还有更深入的讨论。

有人认为,从游戏立意角度来看,女性向游戏远未达到完成态。要想在当下、在未来持续吸引女性用户的目光,需要跟随社会的稳步前行、女性主义的曲折发展,去深度洞察与动态优化,做出更符合当下女性价值和诉求的东西。

也有观点认为,女性玩家仍处于成长阶段,游戏喜好和习惯还在被塑造和培养,需求将会得到更多延伸。从顺应需求到引导需求,游戏厂商还有很大的发挥空间,去探索新的玩法、新的系统和商业模式。

还有人表示,“女性向”这个标签可有可无,甚至可以打破。“很多女性玩家也玩各种3A大作;一般向游戏中,如竞技、SLG,女性玩家数量也能够和男性玩家平分秋色。”“反过来,传统意义上的女性向游戏,也不乏男性玩家。”他们认为女性不该被定义,但需要被理解,建立在理解与尊重基础上的作品,才有可能赢得女性市场的关注和认可。

基于多元认知与创新实践,我国女性向游戏赛道依旧布满诸多可能性。当性别界限不再泾渭分明之时,当性别角色不再被刻板描绘之时,也预示着我国女性玩家游戏垂直多元化发展的新路径,女性玩家也将出现在各个品类中,向游戏行业全面展示“她力量”。

资讯速递

三季度腾讯游戏营收460亿元,网易手游收入同比增长32.9%

上周,腾讯、网易分别发布了2023年第三季度财报,其中腾讯游戏业务实现营收460亿元,本土游戏收入增长5%至327亿元,国际市场游戏收入增长14%至133亿元(排除汇率变动影响后,增长7%)。网易游戏业务实现营收204亿元,其中来自手游的收入占比约为77.6%,手游收入同比增长32.9%。

在本期财报分析师电话会议上,腾讯多位高管就小游戏、公司游戏策略回应称,小游戏对其而言主要是一个平台机会,有成千上万的工作室专注于创造小游戏,他们很高兴培育这个生态系统,不想过度挤压这个生态。

网易高层在财报电话会上表示,大DAU(日活跃用户数量)核心产品是公司未来的一个重要方向,他们将总结成功大DAU产品的经验,持续推出类似方向的产品,同时打造更多高品质垂类游戏,如《全明星街球派对》《巅峰极速》等满足玩家兴趣需求导向的产品。

腾讯、网易

App Store年度大奖提名公布,《崩坏:星穹铁道》《蛋仔派对》入围

11月14日,苹果公布了App Store Awards年度游戏的入围名单,米哈游的《崩坏:星穹铁道》与网易的《蛋仔派对》分获iPhone与iPad平台的年度游戏提名,最终评选结果将在十二月正式发表。与《崩坏:星穹铁道》一同提名iPhone年度游戏的还有《吸血鬼幸存者》与《Afterplace》,和《蛋仔派对》一同提名iPad年度游戏的还有《袖珍城市2》和《Lost in Play》。

游戏葡萄

游戏公司“双十一”横扫天猫潮玩榜

近日,天猫官方公布了今年双十一平台上“潮流玩具”和“玩具潮玩”两大类别店铺销售额的榜单。其中在相对年轻化的潮玩榜单中,爆款“光与夜之恋旗舰店”“miHoYo旗舰店”“叠纸心意旗舰店”“明日方舟旗舰店”“原神旗舰店”“宝可梦旗舰店”等游戏周边店铺占据了榜单前十,其中“光与夜之恋旗舰店”更是位列第一,展示了女性向游戏玩家强大的购买力。

GameLook

朝夕光年《星球:重启》闯进iOS畅销榜Top10

11月16日,由朝夕光年江南工作室研发的开放世界生存建造游戏《星球:重启》正式上线,上线当天即登顶iOS免费榜,并于11月17日成功闯进iOS畅销榜Top10。

从发行侧看,《星球:重启》与朝夕光年的另一款自研产品《晶核》同样采取了主推抖音直播带玩的策略,对游戏的新进和付费都有极大的帮助。背靠字节系平台做发行是朝夕光年做游戏发行的一大核心优势,经历业务调整之后,朝夕光年的产品策略开始向“精品化”方向发展,重点打造一到两款优质产品并通过强大的字节系平台流量大规模推广。

竞核