

社交平台蜂拥小游戏市场 碎片化时代谁能分到蛋糕?

□特约撰稿 罗超

在2018年微信公开课 Pro 上,“微信之父”张小龙给人们留下了深刻印象:在大屏幕上玩儿起了“跳一跳”小游戏。张小龙的演讲内容,也有相当一部分与小游戏和跳一跳有关系。显而易见的是,微信正在加强对慢热的小程序的推广力度,容易爆发的小游戏就成了一个不错的切入点。

微信点燃小游戏市场

在微信公开课 Pro 上,微信游戏产品总监孙春光公布了小游戏的相关数据。上线不到二十天,小游戏累计使用用户数达到3.1亿,“跳一跳”的DAU超过1亿。小游戏不需要下载安装注册,部分小游戏可以在信号不好时离线玩儿,游戏类型目前都以轻量级、简单化和短时间为重,门槛十分低,而且微信有高达9.8亿月活的用户基数,因此小游戏爆发在意料之中。

跳一跳、小游戏不是微信的第一次尝试,几年前微信就在5.0版本中引入“打飞机”游戏以此推广“微信游戏中心”。因为小游戏不是一个平台,而是一种游戏形态,因此它也不会是微信或者腾讯的专属。不少知名APP都在应用内增加了小游戏功能,例如快手推出了独立的小游戏APP“快手小游戏”,YY推出了“开心斗”,微博控股的社交平台有信在最新版本中则推出了主打双人实时PK小游戏的“有玩”。此外,微信的兄弟产品手机QQ,在1月初也加入了“玩一玩”小游戏入口,并抢先微信上线小游戏开放平台。

小游戏为何成了风口?

微信的许多动作,在行业都能掀起跟风潮。当然,我们会发现,各大应用不是为了跟风而跟风,而是因为微信的选择是对的,跟着做有好处,小游戏同样如此。

第一,小游戏迎合用户碎片化游戏的诉求,是游戏的风口。在用户信息负载越来越大的今天,用户对于轻量级的东西就更加青睐。这段时间,《青蛙旅行》游戏很火爆,玩家除了收割金币和放置食物外,能够对青蛙操作的不多,这意味着这是一款不耗时间的游戏,体现出用户对于碎片化、轻量级游戏的青睐。

第二,小游戏能够成功的关键是社交,反过来又可刺激社交。小游戏如果能与社交关系结合,就可以丰富游戏的玩法、增强用户的动机、增强玩家的满足感。比如打麻将、斗地主这样的现实生活中的游戏,腾讯做很多游戏都是一点就着,正是因为腾讯有最真实的社交关系。

第三,小游戏可以形成变现模式,给平台带来真金白银。正如微信游戏的预想一样,小游戏未来的变现模式,主要也是广告和虚拟道具两大类。而有信、陌陌们,则可以将小游戏与社交结合起来,通过此变现,比如让用户给青睐的女神送小礼物或者道具。

小游戏平台如何才能成功?

尽管目前一堆平台想要做小游戏,但要取得成功,却不容易。具体来说,我认为小游戏

平台应该从如下角度着手,才有机会成功:

第一,要有足够的用户规模和粘性,社交不可或缺。小游戏的优势是无需安装,但用户要基础小游戏需要一个基础APP,目前看来,亿级用户APP是做小游戏平台的基础门槛。这样看来,QQ、微博、陌陌等社交平台更有机会做小游戏平台。

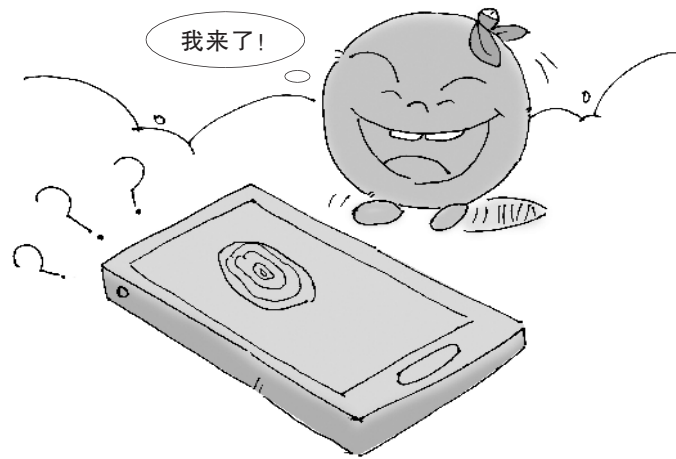
第二,要具备持续迭代的能力,避免昙花一现。就像《王者荣耀》或者《魔兽》有不断增加的地图一样。小游戏也要具备迭代的能力。除了在皮肤、角色、地图等常规维度下功夫外,还可以在社交广度和深度上下功夫,比如从二人对战延伸到四人对战,或者组团游戏。小游戏还可与AI技术结合,增强游戏趣味性,利用社交网络传播特性,探索用户更愿意分享的游戏形式。

第三,要与平台属性结合,而不是对微信亦步亦趋。直接复制微信的玩法不可能成功,不同平台都有自己的业务特性,比如直播平台擅长的是视频直播娱乐,小游戏自然要与视频直播有更多结合;陌陌、有信做的是陌生人社交,如何将游戏与陌生人社交结合,帮助用户认识陌生人,同样是一个很好的突破口。

总而言之,微信小游戏爆发只是时间问题,各大社交平台在小游戏上的动作才刚刚开始,整个小游戏市场正处于爆发前夜,谁会成功复制微信小游戏成为一个很大的悬念。

(本文系作者个人研究之观点,不代表本报立场,作者系资深媒体人。)

>>图说新闻



解锁

一段用橘子皮解锁手机的视频近日在网上疯传。手机指纹识别键经过简单处理后,不但任何人都可以解锁你的手机,连橘子皮都能轻松实现“芝麻开门”。专家表示,实现橘子皮解锁手机的条件比较特殊,在正常情况下很难实现。漫画/揭业良

>>资讯

2017 共享经济行业规模达到 5.72 万亿元

共享经济南方论坛上,南方日报、南方+客户端联合艾媒咨询发布了《2017-2018 中国共享经济行业全景调查报告》。报告指出,我国共享经济发展势头强劲,2017 年行业规模达到 5.72 万亿元。数据显示,2017 年中国共享经济企业融资总额达千亿元,共享汽车获投总金额居于首位,或将成下一行业风口。

在新生力量方面,2017 年,国内新成立的共享经济企业超过 50 家,其中 19.2%集中于共享充电宝行业,10.5%集中在共享雨伞,共享单车和共享汽车分别占比 9.1% 和 8.7%,3.5%集中于共享办公。另一方面,行业的洗牌仍在继续,2017 年有近三十家共享经济企业宣布停止服务。

(据 2 月 5 日《南方日报》)

汽车电商去年融资超 150 亿元

继新能源汽车、“互联网+”等项目之后,汽车金融成为业界关注的另一个风口。各路资本争相入局汽车金融,BAT 身影闪现其中。优信集团、大搜车、易鑫集团、瓜子二手车和人人车等在去年均有融资“进账”。据《证券日报》记者不完全统计显示,2017 年互联网汽车公司合计获得融资数量超过 17 笔,总融资额已超 150

亿元。人人聚财 CEO 许建文表示,“汽车金融有着天然的金融属性,有着较高的客户准入门槛、定价、风控等门槛,与汽车电商在拓客方式、盈利模式、业务运营、交易形式上均有较大的差异,需要足够的资源与专业度支撑。”未来是否能得到很好的发展,需要时间去验证。(据 2 月 3 日《证券日报》)

P2P 网贷成交量创近 11 月新低

近日,网贷之家研究中心发布了《P2P 网贷行业 2018 年 1 月月报》(以下简称月报)。月报数据显示,2018 年 1 月网贷行业综合收益率为 9.58%,环比小幅上扬 0.04%,实现两连涨。值得一提的是,1 月 P2P 网贷行业成交量为 2081.99 亿元,环比下降 7.39%,创下近

11 个月成交量的新低。银湖网 CEO 郭辉表示,未来随着备案登记工作的完成,一方面优质的合规的资产将更加抢手,但收益低;另一方面,平台追逐盈利的阶段即将到来,收益下降是必然趋势,但是也不会降得过低。(据 2 月 5 日《每日经济新闻》)

网约家政须纳入监管视线

如今,不少上班族为了解决打扫家庭卫生的苦恼,会通过手机软件下单,预约家政人员上门服务。最近媒体调查发现,“网约家政”隐患重重,比如网上注册门槛低,服务质量难保证;有的家政公司提供的家政人员只是挂靠在该公司,未签订劳动合同,一旦发生纠纷,就很难解决。

网约家政作为一种新型家政服务模式,符合当下市场需求,也可以实现多赢。一,则可以解决居民无时间和精力清扫家庭之难题;二,则免去了去实体店雇人的不便;三,则可以

一部分人提供就业岗位。

但是,网约家政存在的问题也不容忽视。比如,未签订劳动合同,也就埋下了消费隐患;家政服务人员素质和能力良莠不齐;有些从业人员未与挂靠的公司签订劳动合同,不仅自身权益难以保障,而且也为消费者日后维权设置了障碍,等等。这都让消费者在使用网约家政服务时心里忐忑。

网约家政作为一种实体店的延伸,绝不能逍遥于监管之外。一方面,相关部门应出台适应新形势的家政服务规范性办法,建立家政服务企业、从业

人员信用记录等,将网约家政纳入监管视线。另一方面,应充分发挥好行业自身监管的作用。通过行业协会的管理,提高家政企业和服务人员的准入门槛,开展有针对性的培训,以及实行红黑名单制度,让不法家政服务企业以及 APP 及时得到曝光,并以此倒逼行业自身规范化发展。

目前,网约家政主要是通过 APP 选购服务。这就需要相应的管理机制跟进,促使家政服务企业以及 APP 及时得到曝光,并以此倒逼行业自身规范化发展。

(据 2 月 5 日《经济日报》)