



羊了个羊 赚了又赚

背后A股公司 曾投资摩尔庄园 上半年净利降超20%



“第一关上幼儿园,第二关去考研。”有网友这样形容近期爆火的小游戏《羊了个羊》。

《羊了个羊》并不是首款爆火的小游戏。在此之前,《跳一跳》《合成大西瓜》《摩尔庄园》等游戏均在朋友圈流行,相关话题热度也曾引人侧目,但他们爆火的生命周期并不长。

值得注意的是,《摩尔庄园》的发行公司正是《羊了个羊》背后的投资公司吉比特(603444.SH)。但去年曾为吉比特带来可观利润的《摩尔庄园》,如今已成为拖累吉比特业绩的原因之一。

赚了人气

为了获得道具分享给好友游戏链接,社交媒体上热烈讨论,网友和自媒体博主们玩梗二次传播,让这款游戏爆火

赚了流量

连续两天登顶微博热搜榜首;9月14日占据8个热搜席位,堪称霸屏。

赚了广告

变现方面主要依靠视频广告,通关率仅千分之一,网友指其难度设置太高就是为了让人看广告,“这两天商家广告费怕是赚疯了!”

网友边玩边骂 频上热搜

连续两天登顶微博热搜榜首;9月14日占据8个热搜席位,堪称霸屏;官方微博通报服务器宕机,两天崩了3次;由于游戏火爆程度超预期,目前官方已经开始急招后端服务器开发,“推荐入职的奖励五千,自荐入职的奖金五千”……

这就是近日爆火的小游戏《羊了个羊》的“战绩”,短短数日已火遍社交网络。

究竟是什么样的游戏,能如此火爆?

记者体验发现,《羊了个羊》是一款卡通背景消除闯关的小游戏。玩法类似于消消乐,用户需要在有限的坑位内,不断凑够三个同样图案的卡牌进行消除,直到消除所有的卡牌方能通关。目前该游戏在抖音和微信都可找到小程序入口。热度之下,争议随之而来。

一些网友在社交平台上抨击《羊了个羊》通关难度设置不合理,质疑其难度设置太高就是为了让人看广告,“这两天商家广告费怕是赚疯了!”“劝退,纯浪费时间。”

记者注意到,《羊了个羊》目前暂未有版号,变现方面未通过内购方式,而是依靠视频广告。据估算,按一局使用3个道具估算,玩50盘游戏大概要看75分钟的广告。《2022微信小游戏增长白皮书》显示,目前微信小游戏主要有三种变现形式,IAP(内购付费)、IAA(广告变现)、IAP+IAA(混合变现)。而《羊了个羊》就主要采用的是IAA模式,若玩家在游戏中闯关失败,可通过观看视频广告获赠道具。

此外,还有网友质疑《羊了个羊》抄袭另一款游戏《3 tiles》。

对此,《羊了个羊》制作公司简游科技创始人张佳旭回应《中国证券报》称,“我们的玩家在评论下方都替我们回应了,他们(质疑方)自己也知道嘛,其实想找一点引发大家的(关注)。”

抓住了流量密码:社交

事实上,《羊了个羊》并不是首款在社交平台爆火的小游戏。在此之前,《跳一跳》《合成大西瓜》等小程序游戏均在朋友圈风靡,《摩尔庄园》《哈利波特:魔法觉醒》的话题讨论热度也相当高。

但值得注意的是,这样的小程序游戏生命周期并不长。上述曾爆火的小游戏如今多已销声匿迹。记者注意到,相比《跳一跳》《合成大西瓜》,《羊了个羊》在玩法上同样简单,但通关却极难。据了解,《羊了个羊》的通关率仅有千分之一,但恰是因为这样反常理的通关难度,更刺激玩家想要通关。

而《羊了个羊》增加地区性排名的设计,则增加了玩家们的竞争心理。相比《跳一跳》《合成大西瓜》这样的朋友圈个人排名,省级区划的集体性排名,在一定程度上激发了玩家的集体荣誉感。

值得注意的是,《跳一跳》《合成大西瓜》《羊了个羊》的爆火都离不开社交媒体的传播。无论是为了获得道具分享给好友的游戏链接,还是微博热搜榜话题,亦或是网友和自媒体博主们的玩梗二次传播,社交性都是小游戏爆火至关重要的因素。

《羊了个羊》火爆 警方发布紧急提醒

《羊了个羊》让玩家们在“越气越玩”的复杂心情驱使下反复挑战、观看广告。玩家们“痛并玩着”的心理更像是心理学上的“老虎机效应”——

《羊了个羊》的本质就是用“消消乐”的简单操作换取“0.1%通过率”,实现心理需求的“以小博大”。

消除牌堆,容易上手的玩法和即时消失的卡牌,形成了一目了然的赏罚机制;“加入羊群”的口号,“今日头羊榜”的排名,带来的竞争感,带来“为地区争光”的虚拟荣誉;随着挑战次数的积累,越重复越让人“念念不忘”,以至于“才下手头,又上心头”。

最终,广告流量才是目的。游戏过程中,明明胜利在望,却陷入僵局,30秒的广告早已经准备好了。最气的是游戏失败后,文案里写着“你所在的地区依然是xx名”,仿佛是你这一盘的失败,愣是没给家乡贡献一只羊!

就在这时,如果有人发布自己手握通关秘籍:“不要998,不要118,只要50块,你就能为自己争光,为家乡争光。”

你会不会心动?

快放下你正在输入支付密码的手机!

这些游戏诈骗套路一定记在心里:

骗局一:中奖诱惑玩家付费

以去年爆火的小程序游戏《合成大西瓜》为例,就是凭借诱导性的广告,让玩家在玩游戏时,领

取游戏界面弹出的“100手机话费券”。大量网友在社交媒体上反馈称,领取了所谓的“100手机话费券”,但在按网站指示支付了9.9元或19.9元后却发现话费无法兑现,也不能退款。

骗局二:提现环节接连挖坑

除中奖的诱惑外,还有不少小游戏直接给钱,但提现的过程几乎让人崩溃。如近几年流行的《阳光金币屋》《欢乐养猪场》《欢乐摇钱树》等小游戏,其中《阳光金币屋》明确设置了75元的提现门槛,让很多玩家充值再提现。

骗局三:99%误点广告几率

还有部分小游戏在界面设计中,很容易就点到广告链接。此类小游戏一般玩法简单粗暴,很容易满足用户的虚拟成就感,以《我的逆袭人生》小游戏为例,广告误点率为99%,甚至动不动就会自动下载个APP。以现在APP的获客成本看,通过小游戏的方式获客无疑是一种低成本且效率很高的方式。

警方提醒

谨防冒充《羊了个羊》客服人员销售道具、复活次数等进行电信诈骗!

在游戏过程中要提高安全防范意识,一旦发现被骗,要及时保存聊天记录,发布诈骗信息的网页等证据,并立即向警方报案。

新闻观察

参股公司研发 投资比例不高

背后A股公司谈《羊了个羊》

《羊了个羊》研发公司简游科技成立于2021年1月,注册资本约117万元人民币,法定代表人为张佳旭。简游科技2021年年报显示,其参保人数为7人。简游科技此前还曾开发过首款月流水破亿的微信小游戏《海盗来了》。

而这家2021年才成立的公司,背后还站着知名上市公司游戏公司。天眼查APP显示,简游科技创始人张佳旭持股比例为85.5%,雷霆网络持股比例为10%,为公司第二大股东。而雷霆网络正是上市公司吉比特旗下的游戏公司。

对于《羊了个羊》的爆火,吉比特方面表示,该款游戏是由吉比特参股公司研发,投资比例不高,相关收入将体现在吉比特的投资收益部分。

上一次吉比特引起广泛关注,还是在2021年6月《摩尔庄园》上线。公开资料显示,《摩尔庄园》手游由淘米网研发制作,而发行权归属于吉比特全资子公司雷霆游戏。

数据显示,《摩尔庄园》手游iOS版首日预下载超过200万次,登上了App Store下载总榜第一名。开服8小时下载量超过600万,在线人数超过100万。与此同时,“摩尔庄园”也引发了众多话题热议,数次登上微博热搜。

在持续的高曝光度下,《摩尔庄园》成为去年6月的现象级手游,推动吉比特股价暴涨。从2021年5月31日开盘至同年6月7日,吉比特股价涨幅近25%,市值涨超100亿元。

但上线不到100天,《摩尔庄园》在App Store免费游戏榜单的排名就跌至150名左右。

游戏的热度也反映在吉比特的业绩表现上。2021年上半年,吉比特实现营业收入约23.87亿元,同比增加69.41%;归属于上市公司股东的净利润约9.01亿元,同比增加63.77%。

但到了今年上半年,情况发生了改变。报告期内,吉比特实现营业收入25.1亿元,同比增长5.17%;净利润6.88亿元,同比下降23.59%,这是吉比特自2017年上市以来首次半年度净利润回落。

新游戏不断上线,此次投资《羊了个羊》又能为吉比特带来多少收益?记者就此致电吉比特证代办公室,截至发稿,电话无人接听。

最新信息显示,简游科技已对《羊了个羊》进行软件著作权登记,该游戏首次发表日期为6月13日,登记批准日期为7月29日。

据《成都商报》《科技日报》《北京青年报》