

关注“科技帮”
了解更多业内资讯



跳一跳 刷屏 小游戏“救”小程序

2018年初,“跳一跳”成为首个网络关键词。

对于小游戏的推出,有人说,H5游戏市场迎来了“风口”,开发商将发力进入微信平台;有人认为小程序将借游戏“激发”用户习惯,微信生态也逐渐完善。

“跳一跳”3天收获4亿用户

新年之际,小游戏正式上线微信平台。其中,主打作品“跳一跳”上线三天便收获超4亿玩家用户。这几天,与“跳一跳”相关的刷屏话题也证明了这款游戏的风靡,如“高分秘诀”“物理外挂”等,网络上甚至出现了“跳一跳”游戏代打、代练上分服务。

作为微信小程序的新类目,小游戏不需要下载和安装,用户通过微信页面可直接启动游戏,同小程序一样,即用即开。

此次首批上线的小游戏共有15款,休闲类与棋牌类成为主力。如《爱消除乐园》《欢乐消消消》以及《四川麻将》《腾讯中国象棋》等,这在一定程度上也说明,小游戏的定位在于休闲与社交。

作为微信小程序战略中的一环,微信小游戏的开放一方面为游戏开发者,特别是H5游戏开发商提供了新平台,另一方面,也完善了“微信生态圈”的发展途径。

小程序低迷,“老本行”救场

回顾微信近十年的发展,从即时通讯、社交内容分享工具到公众号上线带来的媒体平台属性,再到推出支付、电商入口、小程序等生活工具,微信的平台内容越来越多,一种以微信为中心的生活方式逐渐形成。

我们有多依赖微信?2017年6月,华尔街证券分析师Mary Meeker在美国Code大会上发布《2017年互联网趋势报告》。报告显示,中国用户每天花在微信上的时间达9亿小时,占据移动应用中使用时间的29%左右。

作为完善微信生态圈的重要途径,“用完即关”的小程序被看作是一种变革,手机移动应用软件将受到冲击并逐渐被取代。但目前,小程序存在感依然不强。自去年1月9日上线以来,小程序的发展与大众原本的“期望”形成了强烈反差。

上线一周,罗辑思维率先宣布退出小程序开发。随后因行业监管原因,金融类小程序也相继下线。根据艾媒咨询发布的《2017年中国网民针对微信小

程序使用和开发状况调查报告》显示,小程序上线的首个月,用户的平均使用频次从第一周的37.5次跌至第四周的7.8次。在用户层面,小程序依然是“可有可无”,想改变移动软件的格局,更是难上加难。

微信事业部总裁张小龙曾在小程序上线之初表示:“小程序还不能做游戏”。这对于以游戏作为主要营收来源的腾讯来说,似乎有些遗憾。根据腾讯2017年第二季度财报,腾讯游戏营收达238亿元,占腾讯总收益的42%。

此次小游戏功能的上线无疑刺激了用户对小程序的使用和关注。根据微信小程序统计平台阿拉丁发布的小程序总榜,除了“跳一跳”占据榜首外,游戏类小程序在总榜前10名中占据四席,其呈现出的成长指数也明显好于其他小程序类目。同时,新版本的小程序入口被放置到微信对话主界面上端,下拉即可显示最近使用的小程序。相比之前,用户进入小程序的途径也变得更加方便。



用游戏培养“习惯”,小程序走得很“慢”

因操作简单、进入快捷等特点,小游戏的推出迎合了大众碎片、零散化的娱乐需求,同时由于微信强大的社交属性和用户基础,小游戏迅速蹿红,其背后所依托的H5游戏市场“被来到了”风口。

但值得注意的是,目前微信小游戏仍处于“试水”阶段。从首批发布的游戏来看,小游戏走得很谨慎。比起打造游戏平台,小游戏的推出更像是对用户的“习惯培养”。在首批小游戏中,“大家来找茬”“腾讯版保卫萝卜”“消消乐”“欢乐坦克大战”等都是已在成熟作品下的模式移植,是用户的“老

熟人”,用经典游戏将用户从移动软件拉到微信平台。

作为小程序的一个重要类目,小游戏无疑要为小程序的发展服务。而若以传统H5游戏的开发来定义小游戏,两者却在大相径庭,H5游戏的盈利模式也与小程序定位相悖。业内人士表示,用户快速付费与反复投入是页游和H5游戏盈利的主要模式,而显然,以休闲、社交向游戏为重心的小游戏,似乎很难具备这种盈利基础。

在小程序上线前夕,微信事业群总裁张小龙曾在微信公开课现场对小程序问题做出解答,没

有下载过程、应用商店、订阅关系、推送消息等,可以说杜绝了一切营销、传播的机会。他也曾公开表示,微信并不希望成为流量的集中地,高效地为用户服务才是平台诉求,而“用完即关”的小程序无疑是这一目标的产物。

因此,小游戏短时间内很难迎来“爆发性”的增长,微信平台的审核、小游戏本身的要求都对试图大举进驻的H5游戏开发商形成限制。近10亿微信用户固然是一个充满诱惑的数字,但小程序,或者说微信平台自身的战略是否如此,目前看来并不乐观。

小链接

微信“生态圈”的形成过程

2011年1月

微信发布1.0测试版本,功能仅包含即时通讯、分享照片、更换头像;

2011年5月

微信2.0版本增加语音对讲功能,微信用户群有了明显提升,随后增加附近的人、漂流瓶、摇一摇等功能;

2012年3月

微信用户突破1亿,4月发布的微信4.0版本新增朋友圈功能,基于熟人的微信社交圈逐步建成;

2012年8月

微信公众平台上线,曾命名为“官号平台”、“媒体平台”,用户与社交属性的基础上,公众号已成为新闻传播的重要途径;

2014年3月

微信正式开放支付功能;

2017年1月

微信推出应用号、小程序,微信与生活工具的“接口”逐渐完善;

2017年3月

微信指数上线,官方解释为微信官方提供的基于微信大数据分析的移动端指数;

2017年4月

小程序进一步开放第三方平台的功能、数据接口以及代码包的大小。