

# 国内游戏相关新闻资讯概览

7.27-8.2

## 1、玩游戏匹配“AI 队友”的概率猛增 游戏研发早离不开 AI

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1806001185944935468&wfr=spider&for=pc>

摘录：

在 AI 技术的加持下，《逆水寒》手游玩家，可以随时“路遇”一群没有固定剧本、会自主思考的智能 NPC。他预测，今后在游戏里，碰到几乎和真人无异的 AI 角色，会是大概率事件。

在网易数智展台，记者看到网易数智针对即时战略类、棋牌类游戏和其他相应类型的游戏都推出了买量 AI 智能体方案。

一位工作人员向记者介绍，买量阶段，AI 智能体可以代替低活跃玩家，具备自我成长、主动社交、高度拟人、可调可控等特性，“无论是端游，还是手游，甚至微信小游戏，我们都能提供 AI 支持”。

## 2、去年在海外赚了数十亿，发行制作人：要保持敏锐度，抓住机会

<https://mp.weixin.qq.com/s/RD6gyLhZmobfcXWixNBcSQ>

Unite Shanghai 2024 于上海虹口北外滩举行，来自 FunPlus 的发行制作人 Mike Lee 的分享：  
摘录：

首先，发行团队应该要保持一个较高的市场敏锐度，尽可能地抓住一些素材趋势和机会。其次，产品最好能够配合发行，优化前期游戏体验，来提升对新用户的承接效率。

目前 SLG 海外发行面临的新趋势和新挑战：

对 SLG 整个游戏大盘来说，用户游戏体验在往碎片化方向发展。

除此之外，我们会更建议开发者要提升更轻度用户的体验，不要再盯着一小拨人去设计游戏，因为这样的产品，发行是很难去帮助你精准获客的。

不管我们是设计、制作还是发行产品，都要拥抱接下来的隐私政策、拥抱轻度用户和拥抱用户的行为变化。

可以预见的是，接下来用户的游戏时间会越来越碎片化，单次时间会越来越短，所以产品体验设计也要去迎接这个变化。

## 3. “微创新”又要“抬” LOL 一手？

<https://mp.weixin.qq.com/s/acRd1Bi4Za37TK7Lr8Inpw>

让 LOL 又迎一春的，是 LOL 国服几天前刚刚上线的新 PVE 模式“无尽狂潮”，或者用很多玩家叫得更顺口的名字：“英雄联盟：幸存者”。上线没几天，不仅社交媒体上出现了大量攻略和教程，就连“陪过代肝刷金币”这样的服务型直播间也开始出现，快速建立起了很多成熟手游、网游才有的“下游产业链”。

#### 4、AI 推动游戏玩法创新 巨人网络发布多智能体大模型 AI 原生游戏玩法

<https://finance.sina.cn/2024-08-02/detail-inchfrcc7095040.d.html>

巨人网络于 2024 年 8 月 2 日宣布，其旗下推理派对手游《太空杀》正式发布全新玩法“AI 残局挑战”。这一玩法由巨人网络 AI 实验室与《太空杀》项目组联合研发，是行业内首个基于多智能体大模型（Multi-Agent LLM）打造的 AI 原生游戏玩法。该玩法以“1 个真人玩家+N 个 AI 玩家”的模式展开，每个 AI 玩家的发言和决策均由大模型实时生成，增加了游戏的复杂性和挑战性。

#### 5、S1 结束，长草期的《三国：谋定天下》依旧能打，玩家们都在玩什么？

<https://mp.weixin.qq.com/s/Nb3-AvZATUFb6PNG7zRINA>

- ◇ 《三国：谋定天下》在 2024 年上半年成为口碑与流水双丰收的黑马游戏。
- ◇ 打破了三 SLG 市场头部产品垄断的现状，进入三足鼎立时代。
- ◇ 成绩稳定在畅销榜 Top10，赛季末长草期也保持在前 20 名。
- ◇ 打破“中年男性玩 SLG”的刻板印象，吸引年轻玩家群体。
- ◇ 通过精美的立绘、降肝减氪和开放的社交环境提升游戏趣味性。
- ◇ 年轻玩家在游戏中建立紧密的人际关系网，增强游戏粘性。

#### 6、海外狂赚 15 亿的游戏在国内遇冷，腾讯这次啃到硬骨头了？

[https://mp.weixin.qq.com/s/zg0-f\\_hx4gBCZxnqha5BVg](https://mp.weixin.qq.com/s/zg0-f_hx4gBCZxnqha5BVg)

国内上线与市场反响：

上线时间：7 月 23 日，《庄园合合》在国内低调上线，但已缺席国内市场 4 年。

市场现状：国内已涌现多款 Merge-2 玩法游戏，如《肥鹅健身房》、《女孩与海》等，并取得不俗成绩。

反响平平：尽管腾讯大力推广，包括邀请网红 papi 酱代言、拍摄同题材短剧等，但《庄园合合》上线一周后跌出 iOS 免费游戏榜百名开外。

#### 7、腾讯、网易、三七、益世界、冰川...华南游戏拍短剧，到底拍了啥？

<https://www.36kr.com/p/2888268994009993>

近期，DataEye 研究院发现，腾讯、网易、三七、益世界、广州乐牛、冰川网络等游戏厂商均在加码短剧业务。游戏公司对短剧赛道的情，还在继续！其中，华南游戏厂商入局者最多。而且还有不少厂商将旗下产品改编成短剧？

· **内容分为游戏改编及原创剧情**：一类是将旗下游戏产品改编成短剧内容；一类是游戏公司自身制作原创剧情内容的短剧。

· **华南游戏企业做短剧瞩目**：北上广深等多家游戏企业都已经入局制作短剧内容，但从密集程度以及实际成效来分析，华南游戏厂商走在较为前面的位置

· **短剧题材符合当下主流**：“情感”、“逆袭复仇”、“重生”、“古装”等题材是游戏厂商做短剧的主流内容。从大数据来看，这其实是吻合当下短剧市场用户喜好的选择。

**原因分析：**

- 短剧用户受众范围广，可以让游戏厂商的产品辐射到更多的用户群体。
- 游戏与短剧的融合，是能为游戏厂商带来更大的关注度和影响力。

**前景分析：**

- 后续或许会有更多华南厂商入局
- 游戏+短剧或许会有更多厂商关注

（渠道手游体验报告见下页）

## 本周相关渠道信息汇总

### 渠道1: 工口实验室

说明: 本周该渠道暂未有类似新的竞品上线, 主要还是男性向的卡牌二次元游戏为主, 特别针对主推游戏《绝色少女》进行了初步体验, 以下是初步体验结论汇总。

#### · 总体感受:

该游戏属于二次元横板卡牌换皮, 所有的界面UI以及功能界面, 都做了偏向于H内容的适配, 主要功能模块以及特色内容都于FC的主要内容无异。

- 1、战斗流程, 前期强制观看自动战斗和频繁播放全屏战斗特效, 对于前期玩家不是很友好。
- 2、UI部分, 有创新, 可以横屏移动主界面; 活动按钮的设计也打破常规的UI设计习惯



- 3、将H部分集成在图鉴功能当中, 但CG内容较为简单且敷衍, 虽然内容较多, 但呈现质量普遍较低。而且对于H部分的呈现, 需要玩家达到20min的时间, 较晚。

- 4、抽卡界面的创意较为优秀, 符合当前渠道玩家的喜好, 很讨喜。但还有优化的空间。



- 5、竞技场结算, 被设计成翻卡片的形式, 虽然显得“复古”但是对于玩家来说有新意



- 6、其他内容与常规的卡牌游戏的内容大致相同, 不做赘述, 后期继续关注内容。

## 渠道2: 工口 R.18

说明: 该渠道本周上线新的游戏《豔遇攻略》, 本期初体验了该游戏内容, 并体验了主推游戏《激射萌娘》, 现将体验汇总如下:

### 1、《豔遇攻略》

本质上, 这款游戏是包装在“爽文短剧”剧情下的模拟经营游戏, 游戏主要玩法是播放剧情(类似动漫的形式)通过剧情推动游戏任务(屌丝逆袭-依靠模拟经营, 推倒女神-志玲姐姐), 进而推送模拟经营的相关玩法。游戏大量运用了AI生成的写实角色资源, 且剧情文本量很大。

同时, 各类关于商业经营的玩法都被包装到游戏当中来, 经营玩法需要“同伴”, 同时与女神互动有很多种趣味玩法

- 和女神志玲姐姐约会两次后, 获得了了一个孩子, 需要培养这个孩子
- 手机微信联系女神无话不谈
- 整体将爽文小说商战和美女等各类元素都加入到游戏当中, 前半个小时的体验很不错。

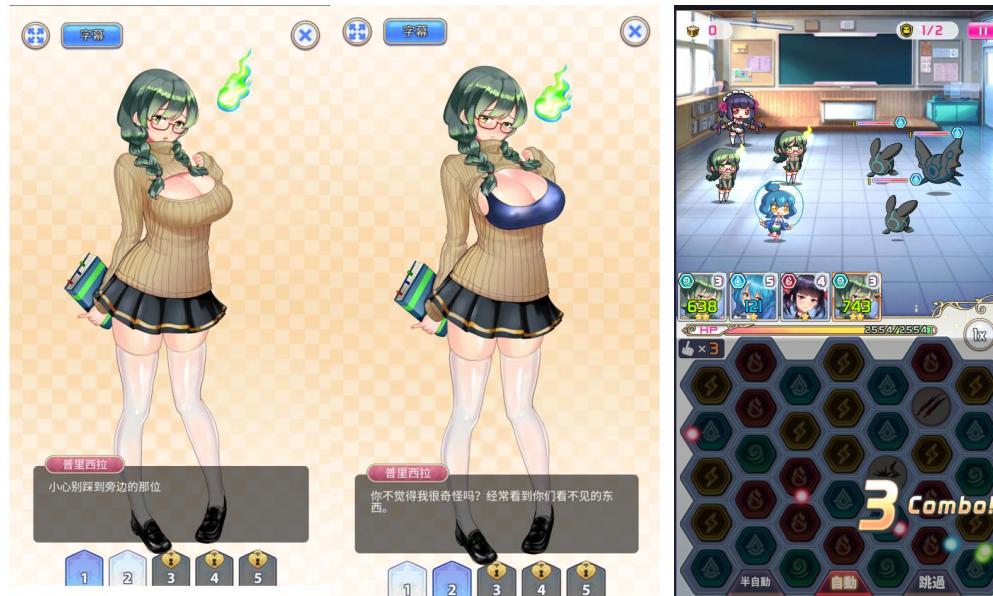




## 2、《激射萌娘》

该游戏也是卡牌游戏的换皮，美术风格偏萌系二次元，整体的游戏功能和主要玩法等与 FC 类似，但是竖版，且加入了很多新的内容，现梳理如下：

- 1、战斗玩法融入休闲游戏三消的玩法，战斗开始阶段，消除不同色块给不同角色提供战力加成，同时，每一场战斗必然有一个战斗位是好友借来的，借此加强互动；但融入三消之后，战斗变得非常冗长，虽然加入了自动和跳过的功能，但还是有些漫长且枯燥。
- 2、H 相关玩法，角色的立绘随着角色星级提升，衣服逐渐变少，这个设定很好玩，对玩家来说，脱衣服就是动力。



3、情色短信功能被很好地结合在游戏当中，参考《lust goddess》里面的短信功能，随时和玩家进行任务的交互，以及 H 立绘的投放。

4、召唤界面较为普通——抽卡给到角色档案的形式，不出彩，中规中矩。



5、Hcg 部分内容解锁条件较高，30 分钟以上还未能解锁深度的内容

6、活动特色：抽卡部分，大部分强力英雄都做了 step up 抽卡，且同时出现 N 个英雄的抽卡活动。

7、活动方面，将比较流行的“美女直播”概念包装在游戏当中，限时开放，玩家可以在线打赏，



以上为本周相关咨询和体验内容