

"Magic Mirror" пользуется невероятной популярностью, в этом нет сомнений.

Конечно, невозможно достичь уровня шедевра ЗА.

Но судя по текущим тенденциям, которые демонстрирует "Magic Mirror", вполне вероятно, что эта игра повлияет на данную категорию игр.

И даже на разработку этого конкретного типа игры.

Кроме того, в прошлой жизни после запуска "Magic Mirror" какое-то время наблюдался тренд на игры для джентльменов.

В период различных игр для джентльменов почти во всех из них применялся двойной режим Xiaoxiaole + Galgame.

Конечно, и качество было разным: были отличные игры, а были и те, что мутили воду.

Все эти игры с рейтингом 18+, включая игровую индустрию, у игроков в основном ассоциировались с низким качеством.

Помимо особых элементов, нечем было похвастаться.

Но Mirror отличается.

Игровой процесс Xiaoxiaole не является первым в "Magic Mirror", но в "Magic Mirror" была разработана соответствующая система развития боев.

Сражайся, а затем собирай золотые монеты для покупки различных навыков и реквизитов.

Кроме того, в игре даже немного трогательно озвучивание и вертикальные рисунки, а сюжет, заставляющий задуматься, заставляет удивляться тому, что это игра с рейтингом 18+!

Более того, рейтинг этой игры остается на уровне 9,2 балла.

Хотя по мере роста продаж рейтинги начали немного колебаться, они оставались очень стабильными.

Это говорит о популярности этой игры.

Кроме того, процесс прохождения не очень долгий, всего несколько персонажей в игре.

Можно поиграть, как захочется, а затем воспользоваться временем возврата, чтобы вернуть деньги.

Но игроки "Magic Mirror" редко возвращают деньги.

Конечно, это также связано с тем, что цена "Magic Mirror" составляет всего 10 юаней.

Так что в любом случае "Magic Mirror" действительно популярен.

Хотя из-за особой природы игры основные СМИ и каналы вряд ли о ней сообщат.

Но в кругу игр для джентльменов "Magic Mirror" несомненно является самой яркой звездой на данный момент.

В том числе и в кругу игроков в игры для джентльменов многие называют её эпохальной игрой для джентльменов.

По сравнению с другими недоброкачественными играми для джентльменов, "Magic Mirror" несомненно является самой яркой звездой.

Кроме того, в индустрии игр для джентльменов "Magic Mirror" позволила многим разработчикам игр для джентльменов увидеть новое направление.

Оказывается, игра для джентльменов может быть и такой, и этот тип игр также может вызывать такие ужасающие продажи.

Появление "Magic Mirror" — словно маяк знаний, сияющий в темном море для мира игр для джентльменов.

Хорошие деньги вытесняют плохие. Очевидно, "Magic Mirror" — это хорошие деньги.

Мощная боевая мощь джентльменов напрямую отражается в "Magic Mirror".

Её продажи растут с каждым днем.

70 000 продаж за первую неделю и 160 000 продаж — за вторую.

За две недели с момента запуска игры, согласно статистике продаж от третьих лиц, "Magic Mirror" осуществила 230 000 продаж.

Невероятно для игры для джентльменов.

Даже для некоторых отличных независимых игр этот объем продаж уже очень хорош.

Такой объем продаж также привлек внимание многих независимых разработчиков игр в игровой индустрии.

В конце концов, это потрясающе, даже несмотря на то, что тенденция продаж изменилась с роста на падение.

Но это всего лишь обычный закон рынка.

В конце концов, "Magic Mirror" — относительно особая игра, то есть она может распространяться только среди небольшой группы игроков.

.....

По сравнению с отраслью удивление вызвал показатель "Magic Mirror".

Сам Чэнь Сюй также проанализировал причину того, почему "Magic Mirror" может показывать такие хорошие результаты.

Как производитель игр Чэнь Сюй, естественно, не думает, что работы, которые имели успех в прошлой жизни, будут иметь успех, если их сделать снова.

Фактически, в том числе во многих играх в прошлой жизни, есть больше ограничений для того, чтобы стать популярными.

Например, если говорить о «Легенде», то, по мнению Чэнь Су, финал у нее только один. То есть нежить не может умереть. В первую очередь, графическое оформление ничем не примечательно, игровой процесс тоже, да и сюжет с мировоззрением не блещут. Это игра, которая определенно больше отражает эпоху, нежели качество самой игры. В случае с «Волшебным зеркалом», на взгляд Чэнь Су, его успеху мы обязаны в первую очередь уникальности. Как игра 18R она совмещает в себе элементы галгейма и «три в ряд». Как чистая игра «три в ряд» или галгейм она, конечно, уступает по наполнению, но ведь это и есть LSP-игра, которая предстает перед игроками. Официально известно, что «Волшебное зеркало» стало успешным благодаря этим двум отличительным особенностям. Точно так же, как игрокам нравится заниматься контентом LPS в обычных играх и строить в играх LPS. Взглянув на одну из статистических продаж, Чэнь Су понял, что сделал правильный выбор. Известность и состояние не в счет, в конце концов, это же игра 18R. В отрасли о ней тоже говорили, а для большинства рядовых игроков игра 18R за 10 юаней, за исключением любителей LSP, вряд ли была замечена. В дальнейшем Чэнь Су не собирается продолжать заниматься такого рода играми, в основном ради первоначального накопления стартового капитала. Самый важный момент — это, конечно, прибыль. При цене в 10 юаней было продано почти 230 000 копий. Не

считая налоги и комиссии за использование платформы, доход от игры за первый месяц составил почти 1,5 миллиона юаней. Чэнь Су потрогал подбородок и кивнул, довольный собой. За исключением первоначального капитала, титул игрового дизайнера, официальное уведомление он получил в конце первой недели после запуска «Волшебного зеркала», и поэтому он зарегистрировался в отделе разработки игр города Магия. Что касается эмоционального рейтинга со стороны системы, то Чэнь Су не был удовлетворен до конца. На данный момент в общей сложности накопилось уже 7 последовательных розыгрышей, всего на более чем 700 000 очков. Но если хорошенько подумать, то ничего удивительного. На пике позитивных эмоций у игроков все длится от силы минуту-другую. А может, и вовсе десятки секунд. В общем, Чэнь Су подсчитал, что даже в лучшем случае это продлится не более пяти минут. В таком случае... что ж, вполне можно понять. Взглянув на статистику в закулисе официального игрового магазина, Чэнь Су задумался о дальнейших действиях, сидя на диване дома. В планах Чэнь Су на следующем этапе — продавать игровые консоли, которые будут продаваться. С одной стороны, для сарафанного радио, с другой — для дальнейшего саморазвития. Что касается отказа от криптоновой золотой игры, то причина довольно проста. Не то чтобы я боялся, что упадет сарафанное радио. На самом деле, если я действительно захочу, то найду множество криптоновых золотых мобильных игр с хорошей репутацией из прошлой жизни. Однако после тщательного размышления Чэнь Су передумал. Главная причина в том, что сейчас это не подходит, а игровая среда параллельного мира не такая, как в прошлой жизни. В прошлой жизни мобильные игры были очень популярны, а бесплатные игры с покупками в приложении были мейнстримом. А в параллельном мире большую часть занимают платные игры с фиксированной ценой. Кроме того, криптоновые золотые мобильные игры сильно ограничены. Взять, к примеру, карточные игры: в прошлой жизни они тоже пережили несколько типичных периодов развития. Сначала это были игры «Я — МТ», «Головастик» и «Ляньмин Ванг Артур», которые сделали карточные игры знаменитыми, а затем в «Легенде о Dota» произошла инновация карточных игр, вступившая в эру экшен-карт. Впоследствии «Король бойцов 98: финальная битва онлайн» превратила SNK, которая была на грани краха, в прибыльную. Годовой финансовый отчет увеличился в 6 раз, а попутно появилась волна карточных игр IP. И на этом этапе карточная игра стала диверсифицированной.

Позже Шаосань, который пошел по традиционному цифровому маршруту, усовершенствовал Onmyoji, FGO на основе IP и т. д. Все это типичные примеры.

В этом мире Чэнь Сюй также тщательно изучил текущие мобильные игры с картами.

В настоящее время развитие идет между качеством и IP.

Была сформирована стабильная отраслевая цепочка масштабов.

Для нынешних игр от Nebula лучше войти в эту область, чем самим разрабатывать новые игры.

Есть еще две причины: нет денег и нет каналов.

Игру можно разработать, но если не будет достаточно средств на рекламу.

Нельзя допустить, чтобы игра стала хитом в начале запуска, иначе она станет свадебным платьем других производителей игр.

В конце концов, карточные игры совершенно отличаются от других игр.

Потому что по своему игровому процессу, а также по режиму численного стимулирования он полностью воспроизводим.

Если так называемая мобильная игра в параллельном мире похожа на концепцию карточной игры, то она вообще не зрелая, то это хорошая новость для Чэнь Сюя.

А сейчас? Слишком много неопределенности.

<http://tl.rulate.ru/book/99977/3947169>