

"Magic Mirror" безусловно набирает популярность.

Конечно, достичь феноменального уровня, как у шедевров 3A, невозможно.

Но судя по текущей тенденции, продемонстрированной "Magic Mirror", он вполне может повлиять на эту категорию игр.

И даже на развитие этого конкретного типа игр.

Стоит отметить, что в прошлой жизни после запуска "Magic Mirror" он также на время возглавил тренд игр для джентльменов.

В период появления различных игр для джентльменов почти все они имели двойной режим: Xiaoxiaole + Galgame.

Конечно, качество было неравномерным: были как отличные, так и откровенно слабые.

На протяжении всего периода этих игр 18R игроки, включая игровую индустрию, в основном считали, что качество у них низкое.

Кроме специальных элементов похвастаться им было нечем.

Но "Mirror" отличается.

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

Сражайся, а затем добывай золотые монеты, чтобы покупать различные навыки и реквизит.

Кроме того, озвучка и вертикальная графика в игре даже немного трогательны, а заставляющий задуматься сюжет удивляет, ведь это игра 18R!

Более того, рейтинг этой игры остаётся на уровне около 9,2 баллов.

Хотя по мере увеличения продаж рейтинг начал немного колебаться, он оставался очень стабильным.

Вы можете увидеть популярность этой игры.

Кроме того, как процесс, она не очень длинная, всего несколько персонажей.

В неё ещё можно поиграть, а затем, воспользовавшись временем возврата средств, вернуть деньги.

Но игроки "Magic Mirror" редко возвращают средства.

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

Так что в любом случае "Magic Mirror" действительно пользуется популярностью.

Хотя из-за особой природы игры её практически невозможно рецензировать в основных СМИ и на каналах.

Но в игровом сообществе джентльменов "Magic Mirror" сейчас, несомненно, самая яркая звезда.

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

По сравнению с другими некачественными 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.

Оказалось, что игра для джентльменов может такое, и этот тип игр тоже может приносить такие потрясающие продажи.

Появление "Magic Mirror" подобно сияющему маяку знаний во тьме игрового мира джентльменов.

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

Мощная боевая мощь джентльменов прямо отражена в "Magic Mirror".

Её продажи растут с каждым днём.

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

По данным сторонней статистики продаж, за две недели с момента запуска игры "Magic Mirror" разошёлся тиражом в 230 000 экземпляров.

Невероятно для игры джентльмена.

Даже для некоторых избранных инди-игр этот объём продаж уже очень хорош.

Такой объём продаж также привлёк внимание многих независимых игровых продюсеров в игровой индустрии.

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

Но это просто нормальный закон рынка.

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

.....

В отличие от индустрии, её удивил результат "Magic Mirror".

Сам Чэнь Сюй также проанализировал причину, по которой "Magic Mirror" может работать так хорошо.

Как игровой продюсер Чэнь Сюй, естественно, не думает, что работы, которые были успешными в прошлой жизни, будут успешными, если их сделают снова.

На самом деле, в том числе и многие игры в прошлой жизни, есть больше ограничений, чтобы стать популярными.

Например, если взять «Легенду» из прошлой жизни, то по мнению Чен Сю, у неё может быть только один конец.

То есть мертвые не могут умереть. Во-первых, художественная сторона картинки не имеет преимуществ, игровой контент не имеет преимуществ, а картина мира и сюжет вообще ничего из себя не представляют.

Это игра, которая явно больше обладает чертами своей эпохи, чем игровым качеством.

Что касается «Magic Mirror», то по мнению Чен Сю, причина её успеха в основном связана с дифференциацией.

Как игра для взрослых эта игра приносит опыт галгейма и игры «три в ряд».

Как чистая игра «три в ряд» и галгейм, её контента явно недостаточно, но это игра хорни-игроков, которая появилась перед игроками.

По сути, именно эти два отличия сделали «Magic Mirror» успешной.

Точно так же, как игрокам нравится заниматься хорни-контентом в обычных играх и играть в конструктор из хорни-игрушек.

Взглянув на одну из статистик продаж, Чен Сю понял, что сделал правильный выбор. Не говоря уже о славе и богатстве, эта игра в конце концов для взрослых.

Она также получила распространение в отрасли, и для большинства обычных игроков игра для взрослых за 10 юаней, за исключением хорни-игроков, вряд ли будет замечена.

В будущем Чен Сю не собирается продолжать делать игры такого типа, главным образом, для первоначального накопления стартового капитала.

Самый важный момент — это прибыль.

По цене в 10 юаней на данный момент было продано почти 230 000 копий.

Не считая налога и комиссии для платформы, доход от игры за первый месяц составил почти 1,5 миллиона.

Чен Сю потрогал подбородок и слегка кивнул.

С первоначальными средствами, включая звание игрового дизайнера, в конце первой недели запуска «Magic Mirror» он получил официальное уведомление и отправился в игровой отдел Magic City для регистрации.

Что касается эмоциональной оценки со стороны системы, то Чен Сю не был особо удовлетворён.

На данный момент было накоплено всего 7 розыгрышей подряд, а это более 700 000 очков.

Но если подумать об этом хорошенько, то это неудивительно. Вершины настоящих эмоций игроков, по оценкам, составляют всего одну-две минуты.

Может быть, даже десятки секунд. В любом случае, Чен Сю подсчитал, что самый высокий может длиться всего пять минут.

В таком случае... что ж, я могу понять.

Глядя на статистику закулисья официального игрового магазина, Чен Сю тоже сидел на диване дома и размышлял о последующем направлении.

В плане Чен Сю следующий план — продать игровые автоматы, которые продаются.

С одной стороны, это для рекламы, с другой стороны, это продолжает развиваться само по себе.

Что касается того, почему не выбрать игру с криптоновым золотом, причина тоже очень проста.

Дело не в том, что я боюсь, что устная реклама потерпит крах. На самом деле, если я действительно хочу это сделать, в моей прошлой жизни было много мобильных игр с криптоновым золотом с хорошей репутацией.

Но после тщательного рассмотрения Чен Сю отказался.

Основная причина заключается в том, что в настоящее время это не подходит, и игровая среда параллельного мира не такая, как в прошлой жизни.

В прошлой жизни доминировали мобильные игры, и бесплатные игры + покупки внутри приложения были основным направлением.

Но в параллельном мире выкупные платные игры занимают большую часть.

Кроме того, ограничения мобильных игр с криптоновым золотом также очень велики.

Возьмем в качестве примера карточные игры: в своих предыдущих жизнях они также пережили несколько типичных периодов развития.

Во-первых, от «I Am MT», «Big Head» и «Million King Arthur», которые сделали карточные игры знаменитыми, а затем к новшествам в карточных играх в «Legend of Dota», вступив в эпоху экшен-карт.

Впоследствии «The King of Fighters 98 Ultimate Battle OL» превратила SNK, которая в то время была на грани гибели, в прибыль. Годовой финансовый отчет увеличился в 6 раз, и при этом появилась волна IP-карт.

В то же время именно на этом этапе карточная игра вошла в диверсификацию.

Позднее, обычный численный маршрут Шаосана, усовершенствованный Онмьёджи, FGO на базе IP и т. д., все типичные примеры.

В этом мире, Чэнь Сю также старательно изучил современные мобильные карточные игры.

Сейчас развитие идет между качеством и IP.

Создана стабильная промышленная масштабная цепочка.

Для нынешних Nebula games лучше войти в это поле, чем самому разрабатывать новые игры.

Есть еще две причины: нет денег и нет каналов.

Можно разработать игру, но если нет достаточного финансирования на продвижение.

Нельзя допускать, 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.

Поэтому по ее игровому процессу, а также по числовому режиму стимуляции, ее можно полностью воспроизвести.

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

Но сейчас? Слишком большая неопределенность.

<http://tl.rulate.ru/book/99977/3947170>