

《完蛋！》爆火背后：“短剧+游戏”能否成为新风口？

本报记者 李哲 北京报道

42元、美女、恋爱……一系列的关键词组成了近期火热的真人恋爱影视游戏《完蛋！我被美女包围了》（以下简称《完蛋！》）。

迅速蹿红

与传统手游不同，现阶段“短剧+游戏”更像是要去寻找短剧和游戏两个领域的契合点，而传统手游则偏向于技术提升和买量领域。

10月18日，《完蛋！》上架Steam游戏平台，玩家花费42元便可以下载游戏的全部内容进行游玩。

该游戏通过预先拍摄的短剧延伸剧情，有6位女主角供玩家任意选择想要深发展的对象与情节，玩家则成为男主角，自由推动情节发展。短剧的游戏模式则为玩家提供了更加逼真的游戏体验。

这款游戏在发布一周后便登顶Steam中国区销量榜，甚至闯入全球销量榜TOP10。不仅超越了《PUBG》《CS2》《Apex》等一系列热门游戏，更以95%的好评率被Steam评级为“好评如潮”。

谈到《完蛋！》的迅速走红，张书乐表示，互动影游此前要么是PPT风格，要么是简单的互动视频，风格偏重于悬疑，往往小众垂直。但这款游戏以恋爱养成这一类型切入，受众面更大，且真人剧情较之此类型的二次元风格，更有真实感，更容易吸引玩家尝鲜。

业内人士向记者说道，“‘短剧+游戏’这种游戏体验同现在传统的游戏相比，在逼真性、游戏空间的沉浸性方面具有优势，未来随着更多公司投入进来，这个领域不排除将是游戏发展的一个好方向。”

另一位业内人士向记者表示，“同传统手游不同，现阶段‘短剧+游戏’更像是要去寻找短剧和游戏两个领域的契合点，而传统手游则偏向于技术提升和买量领域。”

据了解，《完蛋！》的开发商为

这款游戏在发布一周后便登顶Steam中国区销量榜，甚至闯入全球销量榜TOP10，还在二级市场掀起了短剧概念股热潮。

但如今其热度有所消退。“《完蛋！》作为一个爆款，其本身的单机属性、内容局限、制作水

平，都会很容易变成一次性消费品，玩家新鲜感过去之后，就不会再热闹。”游戏产业时评人张书乐向《中国经营报》记者表示，上述游戏爆火，复制并不难，难在一旦内卷，将是一场更为难缠的成本大战。



《完蛋！我被美女包围了》突然爆火。

视觉中国/图

intiny，intiny 背后为广州小有内容互动娱乐有限公司（以下简称“小有内容”）。该公司成立于2022年，注册资本300万元。大股东为广州有枝创新投资合伙企业（有限合伙），该投资公司背后则是海南尤达科技有限公司（以下简称“尤达科技”）。杭州绝地科技股份有限公司通过持股45%，成为尤达科技的控股股东。

《完蛋！》制作人、小有内容互动娱乐总经理陈俞荣在接受媒体采访时提到，整个项目从立项到最终上线总共用了一年半时间。整个团队也从最开始的6~7人扩充到了20余人，参与《完蛋！》产品制作的核心团队可能就是最开始的6~7个人。

从《羊了个羊》到《完蛋！》，越来越多的初创团队研发的游戏产

品引爆网络，让游戏这个创意型产业不断涌现出更多新的玩法。

同时，记者注意到，11月12日，中文在线旗下出海短剧App《ReelShort》在美国地区iOS娱乐应用免费榜排名超过TikTok，升至榜首，且同日在英国、加拿大、澳大利亚、南非均排名第一，在印度、马来西亚、埃及等多国均排名前五。

开源证券传媒首席分析师方光照表示，无论海外还是国内，短剧切合人们对短平快、碎片化、轻松解压内容的需求，拥有广泛的受众基础，并成为新的内容趋势，短剧出海也正成为网文、游戏出海之后中国文化出海的重要代表；短剧“内容+广告”、单季单部付费的商业模式能贴合不同付费意愿、付费能力用户的需求，变现更加灵活。

复制与内卷

依托成熟的影视作品，可以直接和游戏进行互动，这样既有利于影视剧的推广，同时可以极大地降低游戏的开发成本。

“《完蛋！》的火爆可能驱动互动影游这一类型的爆发，此前腾讯、爱奇艺、奈飞都有试错和产品推出，进一步深耕的可能性极大。”张书乐说道。

记者在采访中了解到，当前已经有游戏公司在从事“短剧+游戏”的产品研发。

11月9日，HippoJoy河马游戏、奇树有鱼、中手游（CMGE）、小有内容对外宣布，中手游旗下国民级IP《仙剑奇侠传》系列将授权给intiny工作室，共同打造基于《仙剑奇侠传》IP的互动影像产品，暂定名《天呐！我被仙剑包围了！》，由《完蛋！》原班制作组打造。

完美世界方面表示，真人互

动影视游戏是短剧与游戏的结合。公司主营游戏、影视业务，旗下影视公司从去年开始布局短剧业务，已陆续推出《女师尊在上》《魔王在下》《求求你别心动》《全职主夫培养计划》《觉醒吧！恋爱脑》等微短剧，深受观众喜爱，取得了不错的成绩。结合在短剧业务上积累的成功经验，目前公司内部已在筹备互动影视游戏项目。

此外，恺英网络方面表示，其长期持续关注和研究新玩法、新科技、新趋势的发展，互动影游开发成本较低，容易在直播、短视频等社交媒体上传播，内部已有项目组对短剧和互动影游进行探索布局，并将结合行业发展及自身

实际适时进行经营实践。

记者注意到，《完蛋！》的制作成本在动辄上亿的大制作3A游戏面前显得微不足道。谈到游戏的制作成本，陈俞荣在此前接受媒体采访时表示，《完蛋！》从立项到上线前夕，一共花费500万元左右。目前来看，肯定是回本了，投入产出比也比较可观。

业内人士表示，依托成熟的影视作品，可以直接和游戏进行互动，这样既有利于影视剧的推广，同时可以极大地降低游戏的开发成本。

对此，张书乐表示，《完蛋！》爆火，复制并不难，难在一旦内卷，将是一场更为难缠的成本大战。

避免爽剧陷阱

“短剧+游戏”在各领域受到的关注度高就是最近两周的时间，未来的发展还是要依靠市场和用户来决定。

张书乐也表达了对“短剧+游戏”产品的担忧。“短剧作为一种类似二次元泡面番的衍生，其制作上确实很容易走向过度爽剧、过度小品的风格。其真正要做深，反而可以考虑情景剧和小品对一定现象的反思，来达成低成本、高口碑。”张书乐说道，“《完蛋！》作为一个爆款，其本身的单机属性、内容局限、制作水平，都会很容易变成一次性消费品，玩家新鲜感过去之后，就不会再热闹。”

记者注意到，《完蛋！》在爆火两周后，其热度似乎正在衰退。该游戏通过爽剧的逻辑迅速吸引玩家进入游戏之中，而当玩家对游戏体验逐渐疲惫之时，便无法持续刺激玩家进一步投入到游戏之中。

11月16日，据Steam DB数据，在Steam平台上线的《完蛋！》24小时玩家峰值为14678人，这一数字相较一周前的6.5万呈现出明显下滑态势。

对此，某游戏公司人士向记者表示，“短剧+游戏”在各领域受到的关注度高就是最近两周的时间，未来的发展还是要依靠市场和用户来决定。

因此，随着《完蛋！》引爆“短剧+游戏”市场，探索更多的游戏玩法，是摆在游戏公司和影视公司面前的新课题。

而在另一部分业内人士看来，市场和玩家应该给游戏公司更多的耐心。“目前来看，‘短剧+游戏’这个模式刚刚兴起，《完蛋！》这款游戏是较早引爆这个领域的一款产品，其产品在可玩性、

趣味性方面确实有所欠缺，不过未来随着更多公司看到这个领域的潜力，进而投入其中，或许将开发出更多的玩法，进而增强玩家的游戏体验。”

恺英网络方面表示，公司在VR领域也有游戏产品的探索，VR产品的特点就是为用户提供更加沉浸的游戏体验，这同“短剧+游戏”的模式特点不谋而合，未来不排除“短剧+游戏”同VR进行联动。

方光照同样表达了对VR和“短剧+游戏”融合的看好。他表示，短剧和互动影视游戏、AI、XR等领域有较多潜在结合点，可满足用户对个性化、沉浸式、有代入感和体验性内容的需求，并降低内容生产成本、提升供给、丰富变现模式。

任天堂IP战略开枝散叶：将与索尼合拍“塞尔达”真人电影

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

任天堂游戏主机Switch即将迎来面世的第8个年头。在这款游戏机迈入生命晚期之际，其销量却在新游戏的带动下止跌转增，并推动任天堂实现利润新高。

任天堂最新财报显示，5月发售的《塞尔达传说：王国之泪》在不到半年的时间里销量达到1950万份，位列任天堂Switch游戏历史畅销榜第9名。《超级马力欧兄弟大电影》的上映不仅产生了丰厚的票房收入，还为“超级马力欧”系列游戏带来新增销量。

任天堂在“超级马力欧”IP改编电影方面取得成功，宣布将“塞尔达传说”IP真人化的消息。任天堂明星制作人宫本茂透露，他已经就这一项目与制片公司商讨了10年之久。“电影与游戏一样，都需要投入大量制作时间，直到达到令人满意的程度。为了打造这部影片，我们汇聚了一群愿意投入时间、精力的制作人员，我们将持续努力，直到创作出令我们自信满满的作品。”

业绩超预期

11月7日，任天堂公布2023~2024财年上半年财报（2023年4~9月）财报。这6个月中，任天堂营业额为7962亿日元，同比增长21.2%；营业利润为2799亿日元，同比增长27.0%；净利润为2712亿日元，同比增长17.7%，创历史新高。

期间，任天堂硬件和软件销量均有平稳增长。其硬件销量达到684万套，同比增长2.4%，其中Switch OLED贡献了469万套销量，同比增长32.8%；游戏销量达到9708万份，同比增长1.8%。毛利率为59.3%，与去年的59.6%基本持平。

而就在上一财年（2022年4月~2023年3月），Switch销量同比下降22.1%。在外界纷纷猜测任天堂是否要推出新机型之际，Switch销售势头回春。而这主要得益于《塞尔达传说：王国之泪》等游戏新作的推动。

2023年4~9月期间，任天堂发售了2款新品，分别是5月上市的《塞尔达传说：王国之泪》和7月推

“塞尔达”影视化

随着财报一同公布的，还有任天堂知名IP“塞尔达传说”即将真人化的消息。11月8日，任天堂宣布启动“塞尔达传说”真人电影的开拍计划。宫本茂是电影制作人之一。影片将由任天堂参与制作，由任天堂和索尼影视娱乐共同出资，其中任天堂出资超过50%，由索尼影视娱乐负责全球院线发行工作。

“通过自行制作任天堂IP的视觉内容，任天堂正在创造新的机会，让世界各地的人们在游戏

出的《皮克敏4》，销量分别达到1950万份和261万份。其中，发售不到一年的《塞尔达传说：王国之泪》在Switch游戏历史畅销榜上位列第9名。另外，“塞尔达传说”系列前传《塞尔达传说：旷野之息》这半年内共售出133万份，累计销量达到3115万份。

《王国之泪》是“塞尔达传说”系列的第19部作品，剧情和玩法承接前作《旷野之息》的内容。游戏产业时评人张书乐对记者表示，作为任天堂的最新开放世界游戏，《王国之泪》并不像其他厂商的开放世界那样程序化，游戏中的探索、解密惊喜都远超前作，玩家在体验上有了更多开放性的偶遇感。近日，知名游戏大奖TGA 2023完整提名名单公布。《塞尔达传说：王国之泪》和任天堂下半年发布的新游《超级马力欧兄弟惊奇》入围年度游戏奖。

在财报发布后的电话会议上，宫本茂介绍，“塞尔达传说”系列游戏的玩法和硬件设备同步发展，充分利用了Switch的控制器

机之外，还有其他方式进入我们构建的娱乐世界。”任天堂方面表示。

今年，“超级马力欧”IP改编动画《超级马力欧兄弟大电影》大获成功。这部影片于今年4月上映，全球观影人数累计突破1.681亿人次，全球票房达13.5亿美元。在游戏改编电影这一垂直领域，《超级马力欧兄弟大电影》成为了有史以来票房最高的电影作品。在动画片领域，《超级马力欧兄弟大电影》已超越《冰雪奇缘》

和平台的开发环境，通过硬件的特性对各种动作进行平滑直观的控制。

“由于《塞尔达传说：王国之泪》于本财年5月发布，我们预计上半年业绩占全年业绩的比例将更大。即便如此，《塞尔达传说：王国之泪》的起步销售速度比我们预期的要快，并且取得了显著的成果。”任天堂总裁古川俊太郎说，“此外，特别版主机的发布让那些想要替换或购置额外Switch的消费者有了选择，我认为这也对业绩产生了帮助。”

《超级马力欧兄弟大电影》的上映促使任天堂移动和IP相关业务销售额同比增长133.3%，达到550亿日元。

此外，这部电影对“超级马力欧”系列游戏的销售起到积极影响：《马里奥赛车8豪华版》销量达到322万份，《新超级马力欧兄弟U豪华版》新增128万份销售数据，《马力欧派对：超级巨星》《超级马力欧奥德赛》以及《超级马力欧3D世界+狂怒世界》半年销量均超过

成为影史动画片全球票房亚军，仅次于累计票房14.5亿美元的《冰雪奇缘2》。

《超级马力欧兄弟大电影》除了为任天堂创造直接收入，还带动“超级马力欧”IP相关游戏和周边商品销量增加。

在不久的将来，任天堂另一大知名IP“塞尔达传说”也将登上银幕。

宫本茂表示，为了创造一部不让粉丝失望的“塞尔达”电影，自己与电影制片公司Arad Productions



11月8日，任天堂宣布启动“塞尔达传说”真人电影开拍计划。图为玩家桌上摆放的《塞尔达传说：王国之泪》游戏与任天堂Switch游戏机。

视觉中国/图

120万份。

共16款游戏在4~9月期间销量逾百万份。

在Switch游戏历史畅销榜上，《马里奥赛车8豪华版》凭5701万份位列第一，《集合啦！动物森友会》达到4338万份，《任天堂明星大

乱斗特别版》达到3244万份。

鉴于这半年来的出色业绩表现，任天堂上调了全年业绩指标预期。其中，净销售额从14500亿日元上调至15800亿日元，净利润从3400亿日元调整为4200亿日元。

的董事长Avi Arad讨论这个项目达10年左右。“电影与游戏一样，需要耗费大量制作时间，直到达到令人满意的程度。为了打造这部电影，我们汇聚了一群愿意投入时间、精力的制作人员，我们将持续努力，直到创作出令我们感到自信满满的作品。”

“视觉内容可以成为我们公司宝贵的软件资产，因此我们需要深入参与创意工作……我们决定在电影制作中承担适当的风险，包括投入资金。”古川俊太郎

表示，“关于如何平衡IP价值最大化与贬值风险这个问题，关键在于持续地一个一个开发项目，同时注意防止IP过度曝光，不让游戏迷们失望，不辜负他们的期待和情感。”

任天堂IP营销战略迈向下一城，该公司却未透露下一代机型的相关消息。任天堂何时推出一款机型，一直是玩家热议的话题。对此，记者联系任天堂方面采访，截至发稿未获回复。