

# 爆款小游戏的长青“密码”

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

曾几何时,爆款小游戏就像流星,短时间内吸引大量玩家关注,但随后又迅速沉寂。

如今,越来越多的小游戏长期盘踞在榜单头部,已不再是“昙花一现”。据《中国经营报》记者统计,

## “昙花一现”之困

《跳一跳》《合成大西瓜》《羊了个羊》等小游戏目前仍在运营中,但它们的火爆仅仅持续数月,如今很难再刷屏全网。

2017年年底,微信小游戏《跳一跳》横空出世,不到一个月累计使用用户数量达到3.1亿,还在2018年的微信公开课上成为微信创始人张小龙的开场演示项目。

根据第三方调研公司 Quest Mobile 的数据,2018年3月,《跳一跳》的累计活跃用户数量达到3.89亿,彼时位列微信小程序用户规模榜单第一名,成为微信成功试水小游戏的项目之一。

多年过去,微信平台上的小游戏层出不穷,《跳一跳》逐渐被大部分玩家遗忘。

2021年1月,《合成大西瓜》出现,一周时间内玩家数量就接近6000万。这是一款玩法类似于《2048》的游戏,玩家将相同水果合并成橘子、苹果、柠檬,最终合并成西瓜。该游戏曾凭借“吃瓜吃撑了,不如来合成大西瓜”言论,一时间刷屏全网。

后来,从《合成大西瓜》这个名称还衍生出不少《合成×××》的游戏。

2022年,《羊了个羊》接替《合成大西瓜》成为下一个爆款小游戏。当年9月,“羊了个羊”话题冲上热搜,游戏因大量用户涌入而6次宕机。

《羊了个羊》是一款堆叠式消除游戏。玩家只需集齐3张相同图标的卡牌就可将其消除,前提是下方的7个卡槽没有被占满。然而,在如此简单的玩法规则下,大部分玩家止步第一关,难以通过第二关。闯关难度的陡升增加了《羊了个羊》的讨论度,但也成为不少玩家抱怨、放弃游戏的原因之一。

不足0.1%的通关率、省份之间的比拼、转发群聊的获取道具方式推动这款游戏出圈火爆。与《合成

大西瓜》类似,《羊了个羊》之后,《猪了个猪》等名称格式相同的游戏也纷至沓来。

《跳一跳》《合成大西瓜》《羊了个羊》等小游戏目前仍在运营中,但它们的火爆仅仅持续数月,如今很难再刷屏全网。

这些游戏的共同特点包括:在小程序平台发行,准入门槛低;没有复杂操作,可以零基础上手;每周时间短,可供用户利用碎片时间娱乐;利用话题或社交进行传播。

记者还发现,这些休闲小游戏的爆火似乎也 and 节日、假期等节点分不开。《跳一跳》和《合成大西瓜》的火爆期都覆盖了春节假期;《羊了个羊》发布后不久就遇上了当年的“十一”黄金周,延续了热度;《羊了个羊》还曾推出“春节版”,在游戏中增加了春节元素,在春节期间又吸引了一波玩家。

然而,易上手、低门槛也是很多小游戏难以维持热度的原因所在。这类游戏操作单一,虽然短时间内能让玩家“上头”,时间一长也会令玩家感到枯燥;游戏缺乏故事背景的支撑,显得单薄,难以培养玩家的感情;在小程序平台发行,虽然可以缩短玩家打开、加载游戏的时间,但也限制了游戏的品质;简单的玩法、画面设计虽然可以降低开发成本,但也增加了被抄袭、模仿的风险。

何况,在许多长期服务型游戏的限时活动中,也会加入合并、消除等休闲玩法,供自己的粉丝娱乐,这更进一步增加了上述小游戏的可替代性。

另外,上述小游戏大多通过广告获得收益,收入模式单一。随着用户数量变化,热度过去后其排名也随之从畅销榜上下滑。



图为2025ChinaJoy《无尽冬日》展台。

公司官网/图

## 打破短暂火爆“魔咒”

《无尽冬日》小游戏的运营模式和长期服务型的App游戏趋于一致,通过定期产出内容来吸引玩家留存。

如今,比起上述在公众视野里“昙花一现”的小游戏,有些产品已成功打破数月短暂火爆期的“魔咒”。

根据统计,10月23日的微信小游戏畅销榜前10名中,至少2款游戏已经运营超过一年,1款运营超过半年。这些游戏上线后迅速走红,并长期盘踞小游戏畅销榜头部。

其中,世纪华通(002602.SZ)旗下的《无尽冬日》小游戏版本于2024年4月上线,如今位列小游戏畅销榜第三名。而早在2023年2月,《无尽冬日》的海外版

*Whiteout Survival*就在海外上线。在第三方调研公司 Sensor Tower 披露的2025年9月全球手游收入排行榜中,《Whiteout Survival》位列第四名。

“以前小程序平台上的产品都是偏向中轻度的,没有SLG这种偏重度的产品。《无尽冬日》是第一款在小程序渠道上的SLG产品。”世纪华通方面表示,“这是全新的游戏类型,而国内用户在小程序平台上比较追求奇特,加上此前《Whiteout Survival》的经验,健全的数值体系以及活动策划,《无尽冬日》上了小程序后很

快成为爆款。”

《无尽冬日》小游戏的运营模式和长期服务型的App游戏趋于一致,通过定期产出内容来吸引玩家留存。

世纪华通方面表示,用户留存的核心在于产品内容能否持续精准匹配用户需求。为了能够高质量地产出内容,其子公司点点互动引入了AI技术,加上人工优化,得以稳步承接用户不断升级的内容消费需求。

此外,世纪华通方面表示,在日常游戏运营层面,团队会紧扣各类特色节日与热点主题,定制

推出专属活动,“这一举措既精准触达了用户的情感共鸣点,又有效拉近了品牌与用户的心理距离,深化了用户黏性”。在营销层面,则会通过品牌跨界联动、精准广告投放等方式,增强品牌的市场辨识度与影响力,精准唤醒沉睡用户。

如今,小游戏的收入模式也逐渐从广告变现转向内购收入。根据中国音数协游戏工委《2024年中国游戏产业报告》,从2022年到2024年,小游戏内购收入占比分别为38.8%、52.7%、68.7%,广告变现收入占比则逐年下降。

# “AI+游戏”火热 厂商抢滩布局

中经记者 李哲 北京报道

近日,特斯拉首席执

行官埃隆·马斯克(Elon Musk)在社交平台上发文称,其人工智能公司xAI

将很快利用“世界模型”(World Models)大举进军电子游戏领域。

《中国经营报》记者采访获悉,AI之于游戏,其价值已经从初期的降

本增效,逐渐扩展至开发、市场分析等各个方面。随着AI在游戏领

域的应用不断加深,“AI+游戏”的生产模式日渐成熟。

## “AI+游戏”大有可为

事实上,游戏产业作为一系列新技术应用的“试验场”,很早就开始拥抱AI。

游戏产业调研机构伽马数据发布的《中国游戏产业新质生产力发展报告2025》(以下简称《报告》)指出,中国游戏产业发展新质生产力的必要性持续提升。相比2024年,AI引擎开发和XR技术已成为企业加大技术布局的主要领域。AI技术已深度渗透到游戏设计开发、用户行为分析及运营策略优化等关键环节,显著提升工作效率,获得广泛认可。

目前,多家游戏厂商已在AI领域抢滩布局。

其中,三七互娱(002555.SZ)方面表示,其自研的行业大模型“小七”,整合了覆盖美术、投放、客服、运营、技术等维度的40余种AI能力,并以此为基础将原有的数智化产品矩阵全面智能升级。在业务应用层,已实现AI—多模态类、AI—文本类、AI—综合类等各种内容形态的智能化生产与应用。在研发环节中,可通过AI算法升级动作捕捉,优化AI平衡性测试,提升2D游戏美术效率,以及AI Agent辅助游戏策划等。

同时,世纪华通(002602.SZ)旗下盛趣游戏已全场景部署DeepSeek-R1大模型,在游戏研发



图为第二十一届中国国际数码互动娱乐展览会巨人网络旗下社交推理游戏《太空杀》展台。

公司官网/图

和非技术部门均实现高效协同。据悉,盛趣游戏自研的“艺术资产及AIGC创作管理平台”,批量生产环节效率提升了60%~80%。

值得关注的是,随着AI与游戏产业的融合不断深入,游戏公司对AI人才的需求度也在不断提升。

智联招聘发布的《2025年三季度人才市场热点快报》中提到,人工智能产业发展提速,第三季度招聘职位数同比增长11%,人才需求保持旺盛态势。人工智能工程师(以算法工程师为主)、数据标准/AI训练师、AI产品经理是AI产业快速增长的核心岗位。同时,游戏产业在第三季度的职位数同比增长38.9%。其中,游戏产业的回暖受益于AI技术赋能内容创作及全球市场拓展,

游戏运营、游戏推广岗位增速分别为233.1%、30.8%。

《报告》指出,人才是游戏产业技术得以持续进步与发展的关键,但现阶段游戏产业也普遍存在顶尖技术人才缺乏的局面。以人工智能为例,现阶段整个行业的主要岗位,都面临着不同程度的人才缺乏状况,如算法工程师、数据建模、深度学习等,而这也是游戏产业发展AI过程中需要的人才。随着AI人才供给不足,也将影响游戏产业相关技术的发展进程。除AI外,能承担主机、客户端大作的引擎技术人才,也呈现出缺乏的局面,且缺乏项目的历练与成熟的培养机制。因此,人才培养也将成为游戏产业新质生产力发展的难点,未来需要进一步解决。

## AI应用多点开花

在“AI+游戏”的应用端,目前已经形成了“百花齐放”的局面。

《报告》中提到,游戏产业已成为AIGC(人工智能生成内容)技术落地的重要领域。从TOP50游戏企业的布局趋势来看,AIGC的应用正加速渗透至产业各环节。随着AI技术能力的持续突破,越来越多的企业开始采用AI驱动的虚拟内容生产方案,提升美术资源和游戏内容的创作效率。同时,自研AI模型企业数量明显增长,反映出产业对掌握核心AI技术的高度重视。这一系列布局变化,既体现了游戏产业对AIGC价值的深度认可,也展现了企业积极拥抱技术变革的战略选择。

随着AI在游戏领域的渗透不断深入,其影响已不局限于研发端,在互动玩法、UGC内容等多个领域都在持续拓展。

《报告》显示,流水TOP50新品中,对于AI技术重点运用的产品达到8款,流水占比低于两成,主要由于AI技术在游戏领域大规模应用的时间尚短。而AI技术对游戏产品的创新推动作用已较为显著,目前已有不少游戏积极将AI技术融入其中并取得显著成效。

今年6月,巨人网络(002558.SZ)旗下社交推理游戏《太空杀》上

线全新AI原生玩法“残局对决”,联合阿里通义千问、腾讯混元、字节豆包三大国产大模型,打造游戏行业首个“多用户与AI智能体混合对抗”的创新竞技机制。

巨人网络方面介绍称,作为拥有2亿用户的社交推理游戏代表作,《太空杀》是业内最早深耕AI原生玩法的游戏产品。游戏过程中,AI智能体不仅具备类人推理、实时互动和策略调整能力,还能自主结盟、分析局势并投票,成为影响胜负的“第三势力”。真人玩家需设法影响AI的判断、争取其支持,形成“操控AI协作取胜”的智能对抗新体验。这种高度拟真的动态多边博弈模式,显著提升了游戏的策略复杂度和交互深度,令每局游戏充满动态变化与策略张力。

聚焦海外市场的昆仑万维(300418.SZ),近年来也持续在人工智能端加码。随着海外短剧赛道热度攀升,昆仑万维旗下的免费短剧平台FreeReels在2025年第三季度的全球下载排名上升逾100位。

昆仑万维方面表示,其在AIGC和短剧创作平台领域的投入,以及对优质内容生态的持续耕耘,正为短剧业务注入源源不断的动力。短剧业务已成为昆仑万维

海外战略版图中的重要增长点。财报数据显示,2025年上半年,其短剧业务收入达到5.83亿元,占总营收的16%。

另外,在AI产业持续火热的今天,一些游戏厂商正将触手指向更多初创公司。

9月10日,巨人网络确认参与AI视频生成企业爱诗科技的B轮融资,进一步扩充AI版图。巨人网络方面介绍称,爱诗科技创立于2023年4月,致力于打造全球领先的AI视频生成大模型及应用。本轮融资总额超过6000万美元,创下国内视频生成领域单次最高融资额。

9月,三七互娱正式完成对济南晶正电子科技有限公司(以下简称“晶正电子”)的股权投资。晶正电子成立于2010年,是一家集纳米厚度晶体薄膜芯片材料研发、生产和销售为一体的高新技术企业,主要产品为直径3到8英寸的钕酸锂和钽酸锂单晶薄膜材料产品,涵盖多种高技术难度、高规格晶体薄膜材料。

三七互娱方面表示,上述投资不仅是加码硬科技生态布局的重要举措,更是其以资本力量赋能“AI+算力”产业链创新发展的生动实践。