

短视频IP如何打造优质游戏？

产品名称	短视频IP如何打造优质游戏？
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

从去年下半年开始，背靠抖音平台的 ohayoo，借助抖音优质 IP，陆续推出《六号特工：秘密任务》、《王蓝莓的幸福生活》等休闲游戏。创意+速度+内容的 IP 定制思路，加上庞大的流量资源，使得打造爆款的概率大大提升。

而对资源少、又想抓住短视频 IP 定制游戏的风口，去探索流量玩法新机会的小团队来说，应该如果挑选最适合的短视频 IP，如何将游戏与短视频 IP 相结合，又该如何借助短视频 IP 最大化流量效果，去博一条出路？

我们找到了正在使用短视频轻动漫 IP 制作游戏的邱晨希，跟他聊了聊短视频 IP 制作游戏的思路、方法等，希望对同样有此想法的你有所帮助。

“短视频 IP 也具备一定的深度和可挖掘性”

先介绍下你们拿来做游戏的短视频轻动漫 IP。

我们内部称之为「猫总」宇宙，包含「猫总白一航」、「叶墨的百妖馆」、「御前狼王顾云川」三条故事线，以 1-2 分钟的短视频形式，2-3 集/周的频率定期更新。

这三个账号在主流短视频平台粉丝总数近 6000

万，同时拿下抖音、快手、腾讯看点多个奖项，是目前短视频轻动漫的头部 IP。

除了这三个号所包含的人物和内容以外，未来这个系列新推出的故事线和角色我们都取得了游戏改编的授权。

听起来很有趣，「猫总」是刚刚诞生的么？

2019 年 8

月，「猫总」团队开始在抖音上进行轻动漫的内容创作。「猫总白一航」用一个多月的时间涨粉至 500 万；「叶墨的百妖馆」2020 年 2 月推出，不足一周在各主流短视频平台涨粉超 300 万；「御前狼王顾云川」2020 年 6 月底推出，近半年时间，在快手上播放量超过 2.7 亿。「猫总」宇宙系列作品绝大部分的播放量都在千万级别。

而且比较令人惊喜的是，「猫总」系列作品推出一年多以后，依然维持了高速增长。今年上半年粉丝和播放量还没有最终统计数据出来，但观察来看依然没有丝毫放缓。

与他们合作主要是看中了流量么，还有什么因素？

自带流量当然是重要因素之一。即使一些传统大 IP，大部分也只有在影视作品热播的时间段热度极高，之后便很难保持。

而相比来看，内容高频率的迭代曝光、主流短视频平台近 9 亿 DAU 的规模效应和分发机制，决定了「猫总」宇宙这类新型 IP 能持续、稳定地获取新老用户的关注和增长。因此我们对游戏的初期用户积累，以及持续性引流都是比较有信心。

所以还是更容易吸量？

也不是绝对的。更重要的原因在于，短视频 IP 内容也具备一定的深度和可挖掘性，并且可以长期进行打磨和发展。

我们常见的 IP 改编游戏，比如文学、动漫、影视作品，它更注重内容深度，需要一个很完整的世界观。短视频平台创作内容恰恰相反，所以可能很多人看来，短视频内容会比较肤浅，再火爆的内容也会在极短的时间内被消耗殆尽。

但在「猫总」宇宙这样的精品 IP 上，我们就看到了极强的游戏改编可塑性、以及长期潜在价值。

御前狼王顾云川

怎么理解？

其实是内容创意与传播性恰到好处的结合。既运用短视频热点传播优势，以轻动漫的形式去制作、去吸量；也具备长期内容基础，有自己的故事脉络和剧情，不断地去发展、去推进。

「猫总」宇宙提供了非常优质的内容基础，世界观足够丰富完整，融合穿越、都市奇幻、爱情、轻松喜剧等多种元素，在短视频平台上的火爆证明了其对潜在用户的吸引力，我们也能从中萃取出适合改编成游戏的玩法和内容。

谈一谈游戏制作的思路？是如何决定以放置经营+养成为核心玩法的？

制定研发方向时，主要从自身团队、市场、IP 特性三方面综合考量。

放置经营类无疑是小团队研发最佳类型选择之一，也十分适合「猫总」的“霸道总裁”人设。

而在对 IP 的深入研究过程中，我们挖掘出「叶墨的百妖馆」中各种“妖灵”幻化成猫の設定，既备受用户喜爱，也十分适合作为游戏的养成点。因此，我们将这部分内容与经营玩法进行结合，玩家在经营时需要收集、培养各式各样的“打工猫”。

会不会太依赖这个 IP？有什么是我们能把控的？

更多还是游戏设计上。

在研发过程中没有过多的条框限制，游戏内容拓展相对自由，我们主导了很大一部分“妖灵”的设计。原本 IP 中仅有 10 个左右“妖灵”，但游戏中增加到了超过 30 个。

这也是比较有意思的地方，游戏 CP 与 IP

方的关系，从单向的接受变成了双向的互动。更像是共生发展的关系，我们也在反哺 IP 发展。

另外，考虑到常见的休闲放置经营游戏可玩性较为匮乏，我们也在游戏中穿插了近 10 种小游戏玩法，以此作为可玩性的一种补充和升级。当然并不是简单的生搬硬套，这些玩法包装主要来源于 IP 中的一些经典内容桥段、以及时下网络热点。

怎么与网络热点相结合？

比如我们有一个小游戏玩法，主题是“打疫苗”，只要有客人进来猫总大厦，就会有护士号召大家去打疫苗，也是社会时事的积极面内容。还有一个小游戏玩法是“鉴别绿茶”，「猫总」的早期视频内容中有一些“绿茶”相关的桥段，于是我们把这些内容做到了游戏中。后来发现这个梗在网络上的热度又二次爆发了。

这也是短视频 IP 的优势之一，动漫内容迭代紧密结合了时下网络热门话题，更易引起用户的共鸣并形成传播，用在游戏里也丝毫不违和。算是游戏研发向短视频爆款内容学习到的成功经验。

而且，网络热点除了游戏性上带来的提升，也可能会成为游戏买量、宣传过程中的潜在素材。我们初步测试下来，即使没有对 IP 粉丝进行投放，吸量效果也还是比较好的，这点比较符合预期目标。

“与用户产生更密切、更长期的互动”

短视频 IP 改编游戏，获量效果怎么样，有测试过吗？

我们做过两次吸量测试，第一次纯游戏内容，第二次将游戏内容与 IP 的轻动漫内容进行结合剪辑。无疑第二次的测试结果是好挺多的。

短视频爆款内容的制作逻辑，其实与优质买量素材比较相近，都需要快速吸引用户注意力。从某种角度来说，轻动漫 IP 本身就为发行提供了不少原始素材，这些素材在短视频发布时的、转发、完播率等数据，可以用来判断其在用户中的即时反馈。

我们挑选数据较好的内容与游戏结合，再去制作买量素材，相信能收到不错的效果。

预测一下，可能会去到多少用户体量？IP 粉丝的转化率预估能有多少？

这个暂时不太好预测出来，不过「猫总」几个号经常接热门游戏的广告植入，合作的游戏数超过 50 款，某些知名游戏甚至在「猫总白一航」上投放超过 5 次。有发行商反馈表示，他们在星图上泛投了很多达人，「猫总」的转化效果是最好的一档。如今推出自己 IP 授权的游戏，想必转化率会更高。

而且「猫总」每周会产出两到三次新内容，你无法预测视频新内容什么时候会爆发，所以理论上来说，游戏每周都可能会有新的爆发点。

猫总白一航

不过，相比于简单的用户转化和导流，我们更关注如何与用户产生更密切、更长期的互动。

这部分有没有方法论可以分享？

主要还是利用好短视频上独有的资源和优势。

「猫总」每进行一次更新，对于运营来说，相当于增加了一次与粉丝进行互动的机会和话题。IP方在这点上做得也比较好，经常在评论区与粉丝进行互动。我们未来也会采用游戏内容和福利的形式，来去链接用户。

IP方经常在评论区与用户互动

我们也会学习一些短视频上的成功“套路”，例如游戏与视频联动埋一些彩蛋之类的做法。这个暂时还只有一个初步的想法，估计会在游戏上线后再落地进行尝试。

围绕「猫总」这个IP，你们还会进行什么探索？

目前在做「猫总」宇宙另外两款游戏的立项工作，其中一款是女性向的混合变现产品。「猫总」现有的三部作品都涵盖长线的恋爱剧情，粉丝群体中女性用户也占了一半左右，这种轻喜剧的风格在市场上应该还是有一定的差异化的。

“内容创作者最理想的平台”

短视频IP会成为主流吗？天花板有多高？

短视频对一些领域已经形成了颠覆性的冲击，而精品内容的创作和IP的成长都是需要一定时间沉淀的，能否成为主流暂时不好说。

但可以预见的是，中、短视频平台由于其创作门槛低、自由度高、爆发性强，广大用户对精品内容的需求也在急剧增加，会成为未来很长一段时间内容创作者最理想的平台。

短视频平台诞生的 IP 还有哪些优势？

从 IP 的运作和发展角度来说，时间成本和资金成本都更加低。

一个传统的 IP，从文字或图画的形式演变为影视和游戏作品，过去可能需要十年的时间，但一个在中、短视频平台上进行创作和发展的精品 IP，这个时间周期可能会缩短至 3-5 年。

可能在不久的将来，市场上就会出现「猫总」这样的精品短视频 IP 改编的优质影视作品和游戏，我们团队也会在这个过程中持续性地进行探索。