



“第一关瞎玩都能过,第二关玩瞎了都过不去”“从早上6点玩到了现在,一看手机,已经过去3个小时了,还没过第二关”“从前一天晚上玩到了凌晨4点,第二天直接向公司请假,就为了过第二关”……这几天,一款名为“羊了个羊”的微信小游戏,吸引了许多网友参与。为了闯关成功,外挂、代刷等灰产业链条甚至诈骗都出现了。那么,让人如此“上头”的“羊了个羊”,到底是款什么样的游戏?又是如何突然爆火的?

玩法

第一计 上手容易但过关难

其实,如果你玩过一次“羊了个羊”就知道,它的玩法并不复杂。

不用下载,直接在微信搜索名称就能进入小程序的“羊了个羊”,是款消除小游戏。和国民游戏“连连看”的玩法类似,玩家只需要在游戏界面选择一个图标到下面的卡槽中。当下面卡槽凑齐三个同样的图标,便能成功消除。不过玩家需要注意的是,卡槽数量只有7个,一旦超过,游戏便直接结束。

不少玩家反映,作为教程关卡的第一关,简直“闭着眼”都能通过。不过,到了第二关,难度相当于直接从幼儿园的1+1陡增到大学的微积分。在其小程序介绍中,官方称“羊了个羊”是款超难的消除小游戏,通关率不到0.1%。

网友们纷纷在各平台吐槽,甚至出现日挑战4511次的“大冤羊”。“极难”的第2关让玩家“欲罢不能”,纷纷与游戏“死磕”。

第二计 胜负欲激发成瘾性

与传统的专注体验的游戏不同,“羊了个羊”让玩家们在“想玩”“血压升高”“自我怀疑”“还是想玩”间来回横跳,最终还是在“越气越玩”的复杂心情驱使下,反复挑战。

此外,为了更好激发玩家的“胜负欲”,游戏还有“省份PK”环节。进入小程序后,玩家可以看到各个省份排名。

比如,15日下午,“上海羊队”便以12134只羊的成绩,暂列游戏第一名。这也激起了其他省份玩家的“地域攀比”之心,比如,掉到第五的浙江玩家就在社交平台上表示不服,大呼“浙江的玩家一定要争气”。

第三计 看完广告就能复活

不过,毕竟是款游戏,为了吸引更多玩家,“羊了个羊”还是“贴心”地为玩家准备了一次复活机会以及三个复活道具。但不管是哪个道具,玩家要么看30秒广告,要么分享给好友,才能最终获得复活机会。

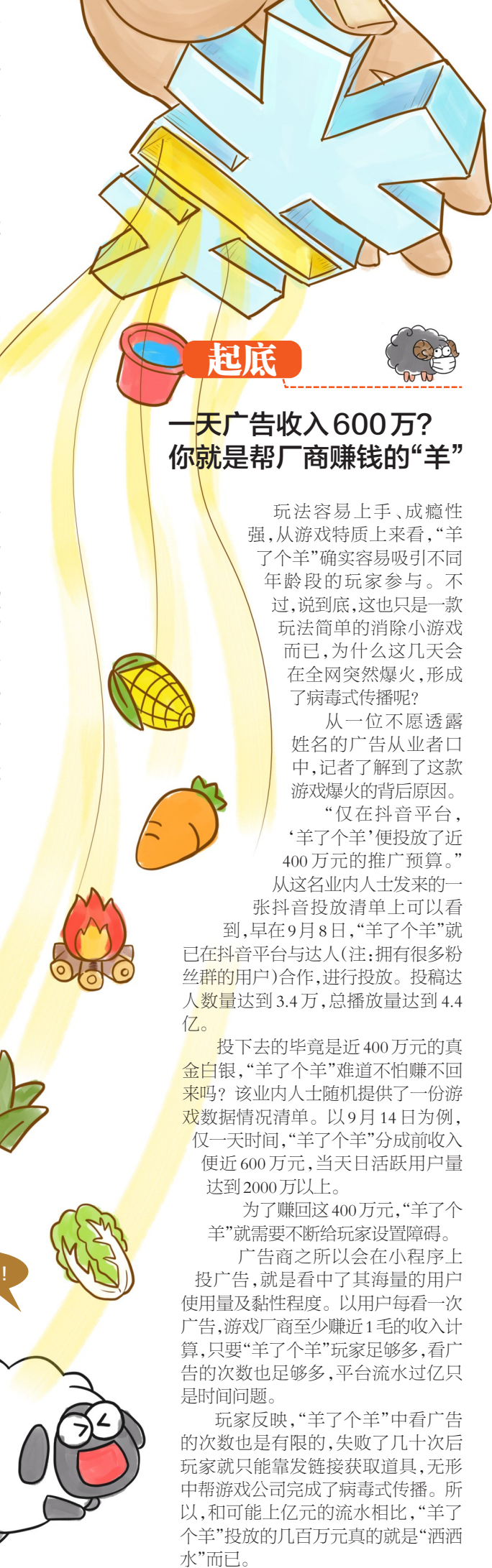
“羊了个羊”真的那么难通关吗?记者也“慕名”体验了几次。

在玩的8次过程中,第一关每次都是“丝滑”通过。但到了第二关,难度陡增。为了通关成功,基本每次都会使用一次复活机会和三个复活道具。而付出的“代价”是要么把游戏链接分享给微信好友,要么就老老实实地看完30秒广告。

记者看到“羊了个羊”播放的广告,大致有几类,一类是荐股APP,一类是角色扮演类的小程序游戏,还有一类是通信公司的流量卡推荐。

『羊了个羊』的养羊宰羊『计中计』

外挂、代刷甚至诈骗都来了,警方提醒,玩游戏也要提防骗局
有人为了这款游戏请假在家,有人忍不住一天要玩几千次;



起底

一天广告收入600万? 你就是帮厂商赚钱的“羊”

玩法容易上手、成瘾性强,从游戏特质上来看,“羊了个羊”确实容易吸引不同年龄段的玩家参与。不过,说到底,这也只是一款玩法简单的消除小游戏而已,为什么这几天会在全网突然爆火,形成了病毒式传播呢?

从一位不愿透露姓名的广告从业者口中,记者了解到这款游戏爆火的背后原因。

“仅在抖音平台,‘羊了个羊’便投放了近400万元的推广预算。”从这名业内人士发来的一张抖音投放清单上可以看到,早在9月8日,“羊了个羊”就已在抖音平台与达人(注:拥有很多粉丝群的用户)合作,进行投放。投稿达人数达到3.4万,总播放量达到4.4亿。

投下去的毕竟是近400万元的真金白银,“羊了个羊”难道不怕赚不回来吗?该业内人士随机提供了一份游戏数据情况清单。以9月14日为例,仅一天时间,“羊了个羊”分成前收入便近600万元,当天日活跃用户量达到2000万以上。

为了赚回这400万元,“羊了个羊”就需要不断给玩家设置障碍。

广告商之所以会在小程序上投广告,就是看中了其海量的用户使用量及黏性程度。以用户每看一次广告,游戏厂商至少赚近1毛的收入计算,只要“羊了个羊”玩家足够多,看广告的次数也足够多,平台流水过亿只是时间问题。

玩家反映,“羊了个羊”中看广告的次数也是有限的,失败了几十次后玩家就只能靠发链接获取道具,无形中帮游戏公司完成了病毒式传播。所以,和可能上亿元的流水相比,“羊了个羊”投放的几百万元真的就是“洒洒水”而已。

提醒

相关骗局悄悄降临 警方发布防骗秘籍

由于大多数玩家都卡在第二关,由此也催生了“羊了个羊”的灰产业链条——有人开始在社交平台兜售游戏外挂和代刷服务,价格在10元到30元不等。

对此,专家提醒,玩游戏使用外挂或找代玩存在风险。游戏外挂实际上是针对网络游戏软件的作弊性程序。而对于制售、销售外挂牟利的行为,司法实践中常认定为非法经营罪、侵犯著作权罪或提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具罪等。

此外,为了追求“通关”,还有人费尽心思搜索“秘籍”,殊不知“骗局”也在悄悄降临。

近日,江苏警方发布了一份防骗秘籍,提醒各位玩家,快乐游戏的同时,也要谨防以下几类骗局。

第一类是给钱买秘籍骗局。骗子在社交平台发布有通关秘籍的广告信息,诱导受害人在虚假游戏交易平台、微信群或QQ群内进行交易,让受害人支付9.9元等小额金额来换取秘籍。待收到钱后,将受害人联系方式拉黑或者失联。

第二类是秘籍在网盘自取骗局。通常骗子通过社交平台与受害人添加好友后,声称索要秘籍的人较多,已经将word文档存在某网盘里,随即发来链接要求受害人自取,岂不知,骗子利用发送带有病毒的木马链接,诱骗游戏玩家进行点击,通过远程操控对其电脑、手机等进行控制。

此外,还有中奖诱惑玩家付费的骗局。以去年爆火的某小程序游戏为例,就是凭借诱导性的广告,让玩家在玩游戏时,领取游戏界面弹出的带有“100手机话费券”,但玩家在按网站指示支付了9.9元或19.9元后却发现话费无法兑现,也不能退款。

说法

诱导玩家看广告 是否“诈了个骗”?

随着“羊了个羊”游戏的爆火,各种质疑声音也随之而来,有玩家直称其是“诈骗游戏”,故意设置高难度,以此诱导玩家分享或看广告“续命”。那么,如何从法律角度看待这款游戏?

北京市康达律师事务所高级合伙人裴银州表示,从民事角度来讲,“欺诈”一般是指行为人故意欺骗他人,使对方陷入错误判断,并基于此错误判断作出意思表示的行为。从刑事角度来讲,“诈骗”是指以非法占有为目的,用虚构事实或者隐瞒真相的方法,骗取数额较大的公私财物的行为。

虽然该游戏通关率极低,很多玩家都卡在了第二关,需要通过转发分享、看广告领取道具的方式进行复活,但现有信息不足以证明该游戏经营者曾向玩家推送欺诈信息;从转发分享或观看广告的路径及使用规则来看,上述复活方式仅是参与游戏的可选项,而非必选项;该游戏也不存在骗取玩家财物的情况,因此,难以认定存在欺诈或诈骗行为。