

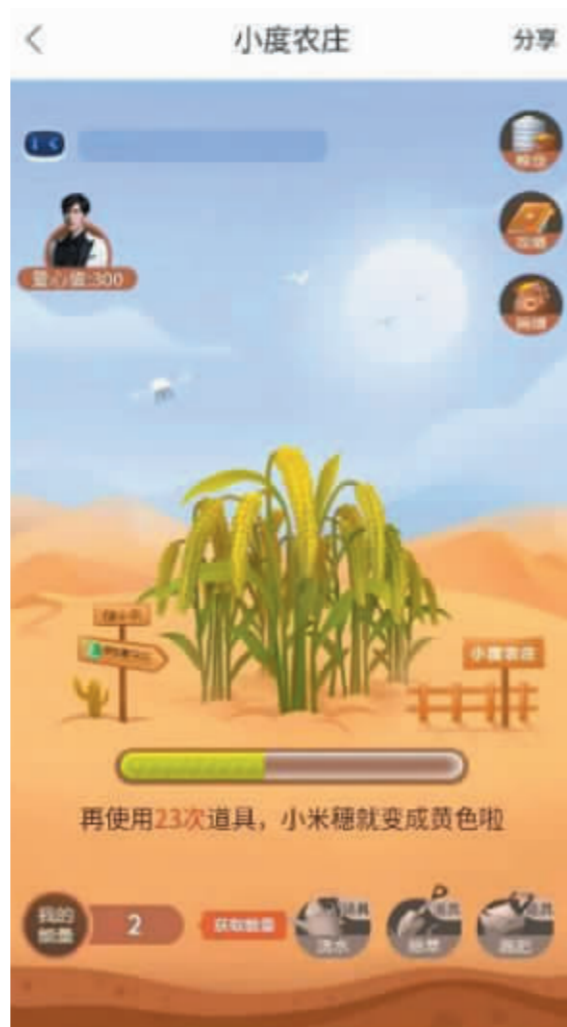
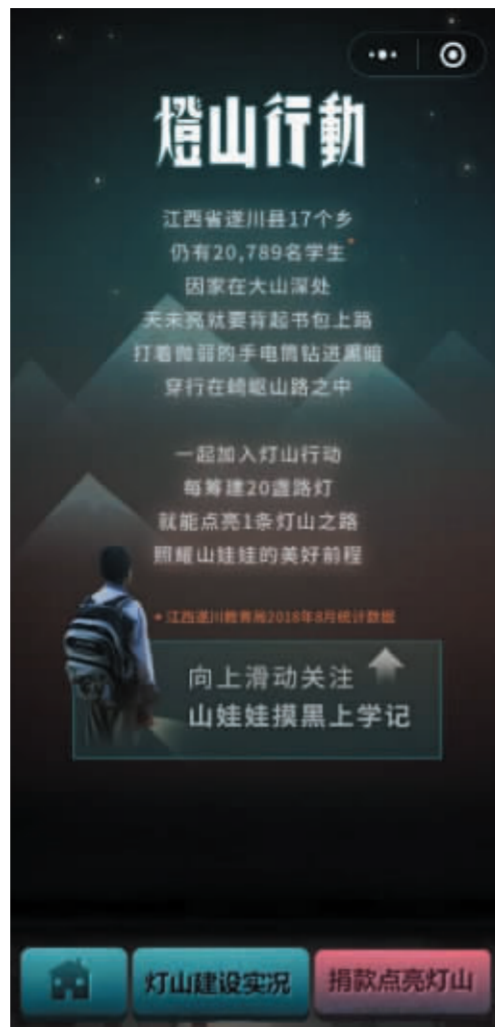
“

江西遂川县是国家级贫困县、劳务输出大县,当地留守儿童众多。由于地处山区,很多孩子上学放学不得不摸黑走山路,如果遇上雨天等恶劣天气,山路就变得更加险阻难行。据不完全统计,在遂川县17个乡镇有20789名学生住在大山深处,而在这两万多名孩子的山路上,陪伴他们的通常只有手电筒发出的微弱光亮。

为了让这些孩子能够安全上学、回家,2018年2月,一项名为“照亮留守儿童那盏灯”的公益项目上线,募集资金在当地修建太阳能路灯,目标金额635万元。

但半年多过去,项目只筹得六七万元。一筹莫展之际,一个大胆的尝试给这个项目带来了翻天覆地的变化——两天之内即筹得30万元。

”



两天获30万元捐赠 打着游戏也能做公益?

■ 本报记者 皮磊

【“他们上线了一个游戏”】

为公益项目开发游戏,不是所有公益机构都能作出的决定,除了执行成本外,可能还需要对的“时机”。

而“照亮留守儿童那盏灯”项目遇上了对的“时机”。项目发起方之一——中国志愿服务基金会相关负责人告诉记者,在腾讯第二届“我是创益人”大赛要立项的时候,经腾讯方面牵线搭桥,基金会方面接触到了华扬联众广州分公司参赛团队,该团队对“照亮留守儿童那盏灯”项目特别感兴趣,同时也十分关心贫困山区儿童上学问题。

“大家都赞同以游戏的方式,比如设置一些简单的关卡,将山区儿童摸黑上学的问题展现出来,同时要减少悲情元素,提升用户感知,让公众捐赠变得轻松化,提高捐赠的可重复性。”上述负责人谈道。

在多次沟通与调研的基础上,华扬联众团队以游戏作为主要创意载体,对山区孩子摸黑上学的场景进行了还原,让玩家通过简单有趣的方式了解山里孩子上学途中遇到的种种困难。游戏界面中许多障碍性设置都源于真实生活场景:比如,“洞”代表悬崖,“石头”代表可能砸到孩子的落石;随时出没的“猛兽”和逐渐变暗的手电筒等,都代表着孩子

们上学途中可能遇到的困难。

据介绍,为了让游戏创意能够顺利落地同时让该项目得到更多关注,“我是创益人”大赛携手腾讯各团队,对游戏开发及流程优化等给予了全程保障和技术支持。

2018年11月17日,命名为《灯山行动》的游戏一经投放便得到大量关注,这是首款公益主题的微信小游戏,马化腾也发了一条朋友圈表示支持。

投放仅两天时间,这款公益小游戏共获得超84万次访问,得到12500次分享,超过两万人捐款,捐款额高达30万元。而该游戏在腾讯广告各平台投放期间,三天体验人数超128万人次,获得捐款超过134.7万元,可帮助22.5个偏远村落安装路灯。

截至目前,“照亮留守儿童那盏灯”公益项目获得11万余人次捐赠,筹款额超过220万元。项目也得到了企业关注,希望联



马化腾的朋友圈(图片来自网络)

合起来共同推动该项目落地。中国志愿服务基金会方面表示,取得这样的成果主要是得益于《灯山行动》公益小游戏的拉动,“游戏上线后,我们的筹款一直在以比较快的速度增长”。

今年1月23日,在“我是创益人”2018公益广告大赛颁奖典礼上,《灯山行动》获得“创益大咖组金奖”。

有分析称,基于小程序这种无需下载又随时可用的应用,类似《灯山行动》这样的公益小游戏实现了轻量化的友好使用体验。而游戏排行榜的设置及角色代入式的体验,也能引发玩家之间的分享和传播,使得这种小游戏能够得到主动的、几何倍数的推广。

与大屏广告、H5及线下推广等传统传播手段相比,公益小游戏正逐渐成为一种能够随时随地吸引更多人参与公益、感受公益的有效形式,启发公众对于公益价值的深度认知和思考。更重要的是,游戏这种轻松的方式能够以一种相对较低的成本覆盖不同社会议题。

今年7月1日,由财政部定点扶贫办联合微信发起、广州乐玩研发的微信小游戏《欢乐农场主》正式上线。作为国家精准扶贫战略合作定制产品,《欢乐农场主》不仅是一款“偷菜”类型的农场经营养成类游戏,其还与“筑爱扶贫馆”电商小程序打通,玩家在玩游戏的过程中可通过购买扶贫产品的形式参与到扶贫项目中。

记者在体验游戏的过程中发现,《欢乐农场主》剧情设置相对简单,风格也较为卡通。玩家以刚毕业的大学生身份响应国家扶贫号召下乡,在湖南省平江县

开启农场经营之旅。玩家可收获农产品并充实仓库储量,销售指定农产品获得金币奖励,进行土地升级提高效益,雇佣专家投入科研等。在游戏过程中,玩家可以完整地体验农产品种植、收割到售卖等过程,了解农民耕种的不易。

游戏以湖南平江为背景,但并不限于这一个地方,玩家完成分享任务后还能解锁云南永胜县、汾西县等扶贫地区的游戏地图。在游戏中,玩家可以把自己的积分兑换成贫困户经济作物的优惠券,用以“购代捐”的方式参与到扶贫项目中。同时,电商平台大转盘抽奖和限时售卖等活动也能刺激玩家分享,带动玩家的购买欲望,以一种较为直接的方式帮助扶贫地区销售滞销的农产品。

对于不擅长玩游戏的人来说,这款游戏的教程也比较详细,对每一步操作几乎都会做出说明。此外,通过观看广告玩家还可以获得更多游戏奖励。而出广告和电商带来的收入也将投入扶贫工作中。



《欢乐农场主》游戏界面

记者也从腾讯方面了解到,在此次合作中,财政部主要负责电



《欢乐农场主》商品列表

商运营模块及相关资源协调;腾讯方面主要负责对接管理和宣传推广;乐玩主要负责小游戏开发运营,与财政部电商扶贫团队做产品和运营对接。“小游戏除了创造了一种商业化生态之外,其独特的产品能力也可以做为扶贫工作的载体和助力,利用小游戏流量宣传扶贫,为扶贫电商引流。腾讯希望通过探索尝试让小游戏对

——【公益游戏不应浅尝辄止】——

近两年来,不少企业和公益机构在开发公益小游戏或小程序方面投入了不少精力:如,百度地图联合百度公益推出的《小度农庄》;字节跳动公司开发的头条小程序“圆梦精灵”;上海游族公益基金会开发的《垃圾分类分分》等。

谈及对公益小游戏的期望,中国志愿服务基金会方面表示,一方面,他们希望通过游戏这种轻松的方式吸引更多人参与、分享、互动,进而拉动筹款;另一方面,他们也希望通过这种方式撬动更多社会资源,比如发动相关的方式吸引更多人参与、分享、互动,进而拉动筹款;另一方面,他们也希望通过这种方式撬动更多社会资源,比如发动相关的诉求,都可以考虑借助这个平台,和我们一起推动,为更多留守儿童谋福利。”

虽然游戏能在一定程度上吸引流量,但一个不容忽视的问题是,在游戏行业竞争激烈的前提下,必须依靠更多资源投入、更好的创意才能留住玩家。对于出于公益目的开发的游戏来说,更是如此。此外,如何合理引入商业元素保证用户体验也非常关键。

记者在采访中了解到,对于《欢乐农场主》在游戏中接入商业广告的做法,有些玩家表示不理解甚至“很难接受”。

对此,腾讯方面表示,游戏开发和日常运营都需要成本,在此次合作中腾讯负责了前期的研发成本投入,而日常运营则鼓励开发商来支持,以保证游戏为当地扶贫电商提供持续的传播分享和流量支持。“经与财政部定点扶贫工作沟通,同意使用最常规的广告植入,所得收入用于扶贫小游戏传播投放及扶贫商品采购使用。我们也在探索更多可持续的扶贫合作模式,通过更多资源方的投入实现对扶贫项目的长效支持。”

作为最早借鉴游戏手段的公益应用之一,支付宝蚂蚁森林的成功或许可以为后来者提供一些有价值的参考。今年4月22日,蚂蚁森林在敦煌组织了一场春种活动,不少蚂蚁森林用户现场参与了此次植树活动。当天,支付宝官微透露,蚂蚁森林用户数已达5亿,这5亿人共在我国荒漠化地区种下11亿棵真树,总面积近140万亩。

据悉,支付宝于2016年8月推出蚂蚁森林,当初推出目的也很单纯,就是为了让更多人关注环保,参与美丽中国建设。蚂蚁森林新闻发言人沈方俊告诉记者,当时蚂蚁森林还是虚拟团队,到近两年才有了固定团队。“个体的努力可能很难带来一些宏观的改变,但当5亿人一起为了共同的目标努力时产生的结果就非常明显了。”沈方俊谈道,“我觉得蚂蚁森林最大的意义就是它唤醒了5亿人的环保意识,并且让这种意识逐渐成为一种生活习惯。此外,蚂蚁森林是真种树、种真树,让荒漠化地区的环境得到了有效保护和改善,也给当地提供了很多就业机会。”

短短三年时间,蚂蚁森林为何能实现0到5亿的巨大突破,同时还能保持用户数不断增长?对此,沈方俊认为,蚂蚁森林为用户参与公益提供了一种正向反馈,且将用户的参与转化成了实实在在的线下公益成果。“蚂蚁森林的核心并不是一款游戏,它借鉴了游戏化的手段和方法,但内核还是公益。用户关注的是自己的低碳生活方式能否为荒漠化地区种真树,两者之间建立起了一种强关联,这才是用户保持高忠诚度的原因。”

在他看来,一款公益小游戏或公益应用能否成功,能否实现可持续发展运作,核心不在于游戏内容丰富多彩或多有趣,而是要看其出发点,“是打着公益的旗号玩游戏,还是借助游戏的方式做公益”。

专家表示,小游戏本质上也是一种传播方式,但由于它的互动性和文本可读性更强,且可以结合更多艺术化的表达方式,因此能够营造出一种场景,使游戏既有社交传播的可能性,又能以寓教于乐的形式去让用户感受公益事业的价值与温暖,从而更有可能转化为实际的爱心行动。

不过,也有建议指出,依靠单一渠道的投入或支持并不能解决游戏研发及后续运营等现实问题,未来还应考虑联动更多机构和企业,让公益成为小游戏或小程序开放能力的价值之一。

