

乙游,一些年轻人的恋爱“代餐”?

乙游,即乙女游戏,作为年轻女性在虚拟世界中的“自留地”,它一方面体现了社会观念的变迁,另一方面为游戏产业收获了可观的流水。开发、推广乙游的过程,见证了现代社会女性消费力量的崛起。乙游不断升级和迭代的剧情,不但反映了社会的现实需求,也能让一些女性在“情感乌托邦”里更好地看见自己。



“粉色疆域”裂变出文化风口

2024年末,“中国iOS应用商店游戏畅销榜”出炉,冠军是一款名为《恋与深空》的乙游。另外,叠纸、网易、灵犀互娱等,都推出了乙游产品,如《世界之外》《如鸢》等,均收获了不错的流水。乙游玩家展现出惊人的消费能力:根据2024年天猫“双11”销售数据,叠纸心意旗舰店在潮流玩具店铺销售榜中表现突出,位列第二。

“乙女”一词源自日语,意为少女。乙女游戏就是以女性玩家为主要受众、围绕着一个女主人公和多个男性角色展开剧情的互动游戏。20世纪90年代初,日本游戏市场

开始出现以女性为受众的恋爱模拟游戏,它们以女性视角展开,发展情感关系。日本光荣株式会社1994年发布的游戏《安琪莉可》广受好评,对乙游的全球推广起了重要作用,被认为是乙游的开山之作。

2017年,随着国产乙女游戏《恋与制作人》上市,这片“粉色疆域”正裂变成为现象级文化风口。游戏厂商在技术、玩法与题材上不断创新,希望借此抓住女性玩家的心。《恋与制作人》《时空中的绘旅人》等游戏,凭借精美的制作和触动人心的剧情,吸引了大量玩家;《世界之外》采取穿越模式让玩家体验

多样的情感旅程;《光与夜之恋》除了传统的剧情推进外,还融合了卡牌收集系统和弹幕消除的战斗玩法。

乙女圈内部文化和规则不断发展变化,形成了独特的社群,并围绕游戏培育出一个包含厂商、玩家、coser(角色扮演者)、同人创作者等在内的庞大生态圈。过去几年,乙游一直被视为游戏行业的“小众”赛道。2024年以来,乙游成为一种新主流,玩家群体庞大、黏性高,还热衷于购买IP联名服饰、BJD玩偶(球型关节人偶)、cosplay(角色扮演)、立牌以及娃娃等周边产品。

从爱情神话回归现实日常

乙游的发展并非一帆风顺,还面临着争议和挑战。如何在关照青年情绪消费需求的同时,让乙游健康有序发展,还需要更多智慧和力量的加持。

作为一种消费行为,游戏玩家在解锁任务的同时,也在购买自己的身份认同。在乙游中,通过消费行为,玩家可以构建与男主角的关系——消费的额度越高,与对方的互动感就越密切,产生的身份代入感也就越强。面对游戏世界的消费陷阱,玩家在享受乐趣的同时,也应避免过度“氪金”(游戏术语,指充值消费),保持理性消费、健康娱乐的理念。

部分年轻人缺乏现实中的情感支持,玩乙游成了一种逃避现实、缓解孤独感的方法。尽管数字世界可以编织一段浪漫的关系,提供多样的情感体验和情绪价值,扮演情感宣泄的出口,但长期沉溺在虚拟亲密关系中,玩家或因此而逃避现实。

心理学家提醒,在乙游中,因算法而“被选择、被拼接、被想象”,容易过度沉迷不能自拔,对现实中的恋爱感到失望,并由此疏远、拒绝,甚至脱离真实的社交关系。在享受游戏带来乐趣的同时,要保持理性和自我认知,厘清虚拟世界与现实世界的边界。虚拟世界再美好,也不能取代现实生活,更不能让游戏成为逃避现实的工具。

在乙游世界徜徉的同时,请不要忘记欣赏现实的美好,请记得保持对现实生活的热爱。毕竟,只有现实中的成长和体验,才能真正丰富我们的内心世界。

(半月谈)

在恋爱“代餐”中学会建立健康关系

乙游反映了现代女性对情感生活的向往。可以说,乙游不仅是消遣娱乐,还是一种文化现象。

从体验出发,乙游的设计充分考虑了女性心理需求,融合了浪漫、梦幻与感性元素,为玩家提供了自由、安全、浪漫的情感体验空间。玩家可以深入体验爱情、友情、家庭等丰富的场景,从游戏中获得情感上的满足,感受到被关注、被包容、被接纳。

乙游的流行,反映出年轻人对传统恋爱模式的颠覆。在虚拟空间中,玩家可以根据喜好,选择不同类

型、不同风格的角色,并与之发展出各种浪漫关系。玩家不再是被动的观众,而是故事的主角,体验双向互动的情节。这种高度沉浸式的体验,是乙游吸引玩家的重要原因。在快节奏的现代社会,乙游提供的这种体验虽然虚拟,却可以成为玩家的一种情感寄托,成为其表达自我、寻求认同的平台。在游戏中,玩家正视自己的欲望,学会如何构建平等、健康的关系,逐渐成为一些人的恋爱“代餐”。

不局限于甜蜜的恋爱故事,一些乙游还融入了冒险、成长元素,更

注重平等互动——玩家可与男主并肩作战,共同面对困难。这种设定,赋予玩家更多自主性,展现了更复杂的情感层次,以及女性角色的成长空间。有的挑战与现实生活紧密相连,为玩家的个性成长提供了锻炼机会,为生活积累经验值。

调查研究证实,乙游能对女性的恋爱观产生一定影响。游戏提供了一种安全的情感实践空间,玩家通过面对种种情感难题、处理复杂的人际关系,学习如何与异性相处、表达自己的情感,从而助力玩家的人格成长。

宁波消保委警示:“谷子经济”消费别冲动

随着二次元文化持续升温,购买徽章、盲盒、立牌等“谷子”(二次元IP周边产品)正成为年轻人表达热爱的常见方式——从“吃谷”(购买周边)到“端盒”(整箱购买盲盒),爱好者们为收集心仪款式投入大量金钱和时间。然而,这股消费热潮背后也潜藏着冲动消费、盗版泛滥、天价炒作等风险。

近日,宁波市消费者权益保护委员会(以下简称“宁波市消保委”)针对“谷子经济”背后的消费乱象发布警示,结合多起真实案例,揭露“谷圈文化”的四大消费陷阱,并提供全方位

消费指引,呼吁社会关注青少年非理性消费问题。

一案例显示,中学生小王(化名)为抽中某动漫盲盒隐藏款,累计花费6000元“端盒”5箱,却收获30余个重复普通款。宁波市消保委抽样发现,部分盲盒未明示抽取概率,消费者难以获取关键信息。

与此同时,低价盗版福袋的横行令不少人抱着“捡便宜”的心态中招。有些二手平台和微商打着“9.9元福袋”“清仓特惠”噱头销售产品,却往往以劣质盗版填充,部分产品还含有毒害成分。

另一案例显示,消费者小吴(化名)花费50元购买“热门IP福袋”,却收到了掉漆的徽章、变形的立牌,且这些产品经鉴定均为盗版,商家却以“随机发货”为由拒绝退款。

还有案例显示,市场上存在商家联合黄牛制造“限量绝版”焦虑,诱导青少年高价囤货的乱象。宁波市消保委追踪发现,部分“限量谷子”二手价腰斩现象普遍。

此外,更为隐蔽的是社群攀比带来的“隐形PUA”式消费。部分“谷圈”社群以藏品稀有度划分圈层,宣扬“无稀有款不配混圈”的畸形价值

观。高中生小傅(化名)为融入社群,借款5000元购买高价二手徽章,因无力偿还被列入征信黑名单。

宁波市消保委提醒:在购买盲盒时,应要求商家公示抽中概率并警惕“保底”“必中”等话术;选购福袋或二手周边时,要认准官方防伪标识,拒绝明显低于市场价的“低价陷阱”;面对限量产品,要牢记周边非理财产品的属性,警惕“绝版复刻”等营销话术;远离那些以“晒谷攀比”制造焦虑的社群,用健康的线下展会或同好交流取代冲动消费。

(中新网)