

说到底，你们就是不敢生孩子又没有时间养猫狗，开始养起了青蛙，当起了老母亲。

这个日本的游戏公司跟你们这些空巢中青年兜售了一副安慰剂，很是成功。

## 空巢中青年生意

关于旅游青蛙这款游戏为什么能火？很多人，尤其是男性，都在朋友圈表达他们的不解——这样一款毫无乐趣可言的游戏竟然风靡了朋友圈。

的确很成功，目前这款游戏已经位于AppStore游戏免费榜第一位，超越了《荒野行动》与《王者荣耀》；在TapTap上下载量达到了110万，评分9.9分（满分10分）；在B站游戏中，关注度超过了网易的《边境之旅》。

而对于这款游戏成功的核心，一条编造出来的新闻倒是很好地做了诠释：

据日媒爆料，青蛙旅行是日本生育部门联合游戏公司开发的一款游戏，因日本生育率太低，为了挖掘发现生育意向强的年轻人而设计了这款游戏。如果连续玩这款游戏超过一周，会被默认为生育意向8级以上，后台会给你发送一封3500字的长信，鼓励你亲自生一个娃。

托懂日语的好友

搜索了一下，并没有这样的报道

。但是，这个游戏就是一剂给空巢青年们的心理安慰剂。

一个游戏公司的高管告诉略大参考，“我觉得这款游戏的核心在于满足了很多人想养宠物、想养孩子又不能养的需求”，他说他观察了身边玩这款游戏的用户，无论是结婚了还是没有结婚，共同的特征是没有孩子。

“像我们这种有孩子了的，对这个游戏肯定是没有需求的”，他“补刀”到。

游戏不必再过多介绍，主要流程就是进入庭院收割三叶草，获得货币，然后在商店为蛙儿子选择足够的食物，有了你的食物装备，青蛙就可以出门旅行了。

在游戏最开始的时候，会要求你给青蛙取个名字，你以为从此你和这个虚拟宠物有了从属关系——毕竟以往的养成游戏都是这样的，比如曾经唤你“主人”的QQ宠

物。

谁知道，在这款游戏里，  
此后一切都

不再你控制范围内了，  
而这正是这款游戏的互动的核心逻辑

。你给蛙儿子买好了粮食之后，它就会出门旅行，有时候三四天还不回来。为了这篇稿子，我从昨天开始养蛙，当它一直趴在桌前写字的时候，我纠结它怎么不像别的青蛙那样出门旅行，我想一定是装备不够好，开始殷勤地收割三叶草，为它买了各种豪华便当.....当某次点进房间，看到书桌前没了它的身影的时候，竟然有点失落。

相比以前养成游戏中的养球星、养女友，这款游戏其实是模拟了一段非常真实的亲子关系：

- 你天天往蛙包里塞高级便当，帐篷也尽挑高级的买，生怕蛙在外面饿着冻着，这不就是当年你爸妈为你做的吗？
- 你以为这款游戏佛性，氪金也比前两周风靡全网的《恋与制作人》便宜，当你看见别人家蛙的顶配，你开始反思是不是你给你蛙的远远不够。

@高高在上的麻里子分享了一张网络上的蛙照片。

图：《旅行青蛙》游戏截图

日本网友说，这张大飞蛾抓着蛙飞翔的图，是在用了3000块的幸运铃、1500块的提灯、750块的高级帐篷以及抽奖得到的牛蒡饼干之后得到的.....

所以，

你要在穷养蛙还是富养蛙之间做选择了

，学区房的魔咒你是逃过了，大飞蛾你要不要给你蛙考虑考虑。

- 当你蛙出去旅行了两三天也没有给你邮寄明信片的时候，你心里的唠叨大概和你父母当年对你的唠叨是一样的，“玩心这么重”，又在心里安慰自己，还不是“随了自己”；

- 偶尔它想起你，给你寄来几张明信片的时候，你是不是视若珍宝，反复去相册里去翻看，甚至不理解怎么会有删除那个按钮的存在——毕竟是不容易盼来的。

核心在于，在这个游戏里，你和你蛙之间是纽带是一定确定的，而具体走向、关系的远近却是不受你控制的。

非常符合现在空巢中青年的心理需要，作为中年人，母性是刻在基因里的，对于没有生育意愿的佛系日本中青年，以及正在变得佛性的中国中青年——这两个国家的人口结构正在趋同，面临的社会问题也类似，这款游戏确实满足了一些需求。

至于养宠物，你以为不用加班吗？

## 人类的铲屎天性

《旅行青蛙》里的关系已经远远比电子宠物那种“主人和宠物”关系高级，如果你不是90后的话，大概还记得养过的那些电子鸡。

追溯电子宠物的历史，时钟要拨回1996年，一款叫做“电子鸡”的电子产品在那年年底问世。

图：电子玩具“电子鸡”

它由横井昭裕发明，在日本万代公司生产发售，这个后来被人称为“电子宠物之父”的人把这款玩具命名为“たまごっち (Tamagotch)”，是“蛋 (Tamago)”和“手表 (Watch)”二词的结合创新词，在中国普遍被叫做“电子宠物”或“电子鸡”。

1996年底，这款电子宠物被横井昭裕作为年末商战中万代的主力产品推出，面向被万代作为次要目标用户的“女高中生”，没想风靡了全球。

值得注意的是，从那时起，女高中生开始成为了游戏公司的目标用户。

“电子宠物”的玩法非常简单，给宠物喂食、喂水、洗澡、铲屎如此循环，把宠物养肥养大直到死亡。

90年代的核心玩家可能对这样的游戏性嗤之以鼻，但对于最重要的目标用户“女高中生”来说，“电子宠物”无疑是具有吸引力的。电子宠物戏自身会频繁提醒玩家进行喂食铲屎等照顾的行为，模仿了人类婴儿活动的不确定性，唤醒女高中生深藏基因中的育儿习性。

同时宠物的马赛克形象十分抽象化，且并没有“起名”这个流程，使得玩家与宠物之间并没有太多情感和羁绊基础。

这让电子宠物充分激发了女高中生的母性本能，却赋予玩家极其低廉的育儿责任和风险

，使得女子高中生在获得培养宠物带来的乐趣同时，不用承担压力，也很少收到培养失败带来的挫败感。流行杂志、电视节目、人气女星的轮番介绍推荐，让电子宠物的人气进一步陡升，在短短数月之间彻底成为了一股社会风潮。一时间，万代生产的首批电子宠物宣告售罄，有货的商家纷纷囤积居奇抬高售价，稀有颜色的版本甚至价格一度翻了十倍不止。

## 能火多久？

回到2018年，《旅行青蛙》的成功，除开抓住了虚拟的亲子关系，也有别的因素在里面：

- 抓住了用户的碎片时间，相比电子宠物，用户和蛙之间更加自由松散——不会因为忘记喂粮而饿死。
- 画面精美，如同随青蛙行驶在宫崎骏的漫画中，青蛙所到之处，也是日本各地的风景。

这个成功其实来得有点晚。

制作它的公司是 Hit-Point  
，2007年创立，擅长的就是做那种“玩两下”的小游戏。

根据游戏自媒体Gamecores介绍，这家公司之前出过一款叫《なるものか》（就不给你吃！）的游戏，你在游戏里扮演的是一位家庭主妇，而把玩的点就聚焦在她每天做饭“磕鸡蛋”这一个动作上。点一下屏幕就算磕一下，磕的时候还能看蛋在里面挣扎的状态。最后磕碎后变成了一道用蛋做成的食物，不断收集蛋食品图鉴就是这款游戏的主要目的。

图：《なるものか》游戏截图

这家公司后来还出过一款叫“Overlaid”（覆盖）的游戏，从玩法和画面上看更加简单。就如名字一样，游戏中会有三个圆形，而你要做的就是三者相交的时候点一下，如果点的时机是完全重合就会得到完美的评价，一但在未相交的状态点了，就看游戏结束前你一共点了多少下。

在它之后还出过一款叫《スプーンペットあつめ》（Spoon Pets Collector）的养成游戏。“スプーンペット”是在日本特别火的一种宠物玩具，顾名思义，最大的特点是用汤匙就能把这个可爱的小东西盛起来，放到杯子里（快到碗里来？），类别有仓鼠、猫咪、兔兔.....还能给它们买“美容院”“大别墅”等周边设施，方便女孩子们用来“过家家”。

两三年前，这家公司出了一款《猫咪后院》，游戏逻辑已经非常接近《旅行青蛙》了。

“后院”就是如同世外桃源一样的猫咪王国，猫咪冷淡可爱但是怡然自得的神态满足了女性玩家“云撸猫”的梦想，在全球范围内获得了1900万的下载量，2017年4月Hit-Point联手电影公司推出了真人版电影《猫咪后院之家》在日本上映。

图：《猫咪后院》游戏截图

接下来就是这款《旅行青蛙》。

看出来了吧，这个公司本身就很“佛性”，十多年来致力于这种无用的小游戏。

而现在，在中国大火起来，你要我们预测这款游戏未来走向，我们猜测，各类汉化版会面世，抄袭之作会接踵而来。

回到1996年电子宠物的“世纪公案”上，万代当时因为CPU产量跟不上，以及对良品率（当时不良率为7%）的严格把关，导致满足不了市场的需求。

1997年，日本市场上的正版电子宠物数量被仿品全面压过，因为抬价和缺货等原因无法购买产品的用户开始选择各种仿制品。

此后几年时间里，万代都在疲于和山寨厂商打官司，直到2004年第二代电子宠物才面世。

但说到底，电子宠物前后火了十来年，在《旅行青蛙》这款游戏上，我们倒不觉得会持续火爆，在用户注意力被无限争抢的时代，像《恋与制作人》那种吸血式的商业模式可能更为明智——捞一笔就走。

你不信青蛙会被你抛弃？那你想想这半个月你玩了多少款小游戏，哪款天长地久了？