

产业解读

全场充值永久0.1折、首充只需0.01元、6.48元购价值648元豪华礼包……似乎只要价格够低，就不怕玩家不来。近期，不少打出“0.1折”口号的小游戏和手游突然爆火。

1月初，一款名叫《疯狂像素城》的小游戏，就曾凭借这样的“低价策略”，一度冲上微信小游戏畅销榜TOP5。作为一款玩法简单、画面粗糙的像素风格放置类卡牌游戏，到底有何“过人之处”？市面上这类“0.1折”游戏，也引起了业内讨论和关注。

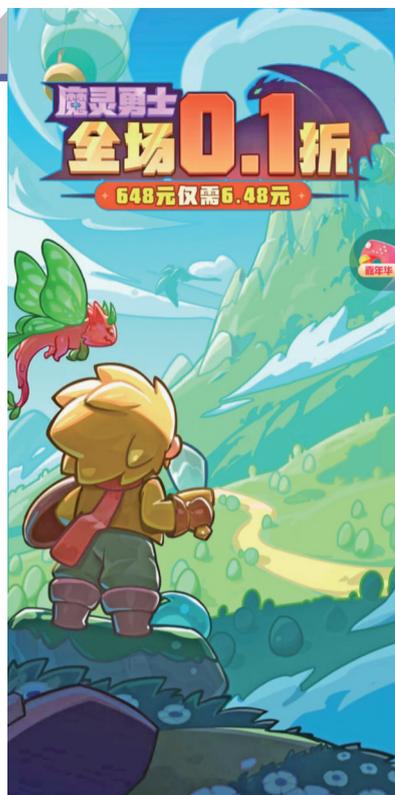
现代快报/现代+记者 申阳 刘琳



《疯狂像素城》充值优惠界面



手游《战玲珑2》充值界面



小游戏《魔灵勇士》画面含全场0.1折字样

资讯速递

《原神》蝉联出海手游年度收入冠军

1月29日，SensorTower发布了2023中国手游出海年度盘点，TOP30中国出海手游在App Store和Google Play的总收入为78亿美元。而在游戏收入方面，米哈游旗下《原神》《崩坏：星穹铁道》分别位列第一和第三，其中4月上线的《崩坏：星穹铁道》成为2023年收入增长最高的出海手游，同时米哈游2023年海外收入提升14%，创历史新高，稳坐出海手游发行商收入冠军。此外，2023年，《原神》仍是米哈游旗下收入最高的手游。

游戏陀螺

苹果官宣“小游戏可接苹果支付”

1月25日，苹果发布一项公告，宣布在全球范围内推出流媒体游戏服务和应用的新选项，且首次支持开发者上架的云游戏和小游戏、小程序接入苹果的支付系统，全面支持应用内付费内容和客户服务体验。

例如，原先米哈游要在App Store上架云游戏，必须单独推出《云·原神》《云·星穹铁道》等单个应用，但现在可单独推出一个“米哈云游”的平台App，玩家只需下载一个App，便能玩到米哈游旗下所有游戏的云游戏版本。

GameLook

英雄联盟最快或于2月登陆抖音直播

据了解，继《王者荣耀》后，腾讯《英雄联盟》端游（含《云顶之弈》）直播版权也将在抖音开放，最快将在2月第一周正式开放，具体时间《英雄联盟》官方将于近日宣布。两位抖音直播人士表示，《英雄联盟》的全量开放时间更快，预计首日官号测试，次日0点开始全量开放。而《王者荣耀》用了将近一周时间测试。

此前《王者荣耀》已于1月21日起全面开放抖音直播权限，《和平精英》PEL赛事也于1月25日正式在抖音开播，可以说腾讯与字节间“拆墙”已经是大势所趋。

竞核

腾讯开放世界抓宠游戏开启预约

腾讯太空开放世界抓宠手游《创造吧！我们的星球》宣布，iOS预订现已开启，目前游戏已上架TapTap、哔哩哔哩、App Store及Steam，计划2024年第二季度发布。

据悉，《创造吧！我们的星球》是一款主打多人社交、共同创造的开放世界慢生活游戏。玩家可以在未知的神秘星球自由创造、随心所欲，以更轻松诙谐的形式来体验异星生活的魅力。同时《创造吧！我们的星球》官方放出一段简短视频，介绍了游戏特性。尽管该游戏与近期爆火的《幻兽帕鲁》有些相似。但事实上，该游戏于2019年立项，已经开发多年，于2023年3月拿到版本号。

腾讯

充值低至0.1折 “羊毛”真给玩家薅？

小游戏凭低价冲上榜 微信添新规禁止“套路”

永久充值0.1折 捡便宜还是骗氪金？

“全场充值永久0.1折”“首充只需0.01元”。与此前产品以动辄“送一抽”为噱头不同，《疯狂像素城》主打的营销卖点是超低充值折扣，曾在游戏图标上直接打出“0.1折”的字样，部分广告语颇有些暗示玩家玩到破解版、捡了大便宜的味道。

作为一款放置卡牌类小游戏，玩家在《疯狂像素城》中，只需点击屏幕即可自动攻击敌人，进而升级获取宝箱与强大的敌人战斗。拥有开箱抽取英雄、强化装备、副本挑战等RPG玩法。同时，该游戏中角色，蹭了忍者神龟、街霸、拳皇、龙珠、漫威、三国、西游等IP。相比同类产品，并没有更多玩法上的突破。美术风格接近当年街机游戏，人物呈现的像素风与街机题材“一拍即合”，似乎更加贴近主题，迎合了不少“怀旧型”玩家。

其实，“0.1折”并不是什么新鲜事物，部分玩家所熟知的所谓“BT服”游戏就偏好这种套路。“BT服”是指通过调整游戏数值，以超高充值比例、高爆率、免费VIP等“超值”福利吸引玩家，让玩家体验极致爽快感的游戏版本。在“BT服”市场，“0.1折”专区屡见不鲜，为的是“薅一波免费流量，释放产品的剩余价值”。

此外，一些难以为继的传统品类手游产品，面对激烈的竞争，也往往使用低价策略杀鸡取卵。而2023年底，游戏主打“0.1折”这样的套路玩法，就在一些短视频平台上频频出现。

记者在某短视频平台以“0.1折手游”为关键词进行搜索，确实发现了不少相关账号，甚至有主播在直播中称，其推荐的手游平台内游戏，充值均为0.1折。记者使用手机下载该平台，该平台实际上是一款叫做《一元手游》的APP，其中集合数千款手游，记者查询了几十款游戏发现，这些手游都有版号，也可进行充值。记者随机下载了一款名叫《战玲珑2》的手游，在登录界面右上角有“0.1折专享”按钮，点击弹出广告，写着“永久享受所有充值0.1折”“首充仅需0.06元”“648元仅需6.48元”。

也有一些打着0.1折旗号的手游充斥市场，但根本就没有0.1折充值入口，或只是上架了限单次购买的0.1折商品，这些游戏制作粗糙，游玩过程中，甚至多次弹出充值提示框。有不少手游玩家吐槽表示，“被0.1折的

广告吸引下载的，都是套路，割韭菜”“0.1折只有一次购买机会，买装备还不停充值才能玩下去”。

同质化竞争产品多 玩家考虑“性价比”

令人意外的是，“0.1折”的风潮刮到了小游戏领域。DataEye-ADX数据显示，2023年7月以来，标题中带“0.1折”的游戏（含APP、小游戏）买量素材达到21万，其中微信小游戏占比4.8%，包括《疯狂像素城》《超能战鸡》《艾莉娅觉醒》在内的手机游戏均将“0.1折”作为宣传噱头来吸引玩家。

从营销手段到定价策略，此番价格战引起行业关注，一定程度上源于小游戏正处在各方关注的焦点之上。根据《2023年中国游戏产业报告》，2023年小游戏市场规模达200亿元，同比增长300%，成为国内手游市场的重要增长点。市场规模的快速扩张，较低的行业门槛，吸引众多从业者蜂拥而至，其中不乏一部分“玩票”“赚快钱”的投机者，以此开道、快速获量，进入小游戏下沉市场。

从供应端来看，小游戏的生态正处于起步阶段，爆发式增长的同时存在产品同质化情况，一款产品火了，就会冒出一批仿品。此次靠0.1折出圈的《疯狂像素城》就与《咸鱼之王》的玩法和系统有较多相似之处；而抖音小游戏0.1折产品《魔灵勇士》也跳不出《疯狂骑士团》的開箱子玩法。《咸鱼之王》和《疯狂骑士团》则是此前在小游戏赛道脱颖而出的两款“爆款”。

“这批模仿者如果是常规的充值比例，在现在的竞争情况下，很容易被淹没。如果有成熟的小游戏玩法打底，又以0.1折的方式吸睛，产品就能走上‘捷径’。长此以往，是否会有更多产品跟进0.1折策略，用类似套路‘入局捞金’。”一位游戏行业资深从业者表达了担忧，“这会打击优质内容创作者的积极性，与倡导的精品化路径背道而驰。”

体验相近，价格却天差地别，对于玩家来说，0.1折无疑具有强大的吸引力。在日益紧绷的生活成本面前，普通玩家削减了游戏投入预算，主动选择消费降级。何况如《逆水寒手游》《全明星街球派对》等大厂出品的头部产品，也在尝试“薄利多销”的定价方案，无疑会让玩家对不同游戏的“性价比”进行重新评估。

久而久之，玩家的付费观念和习惯也可能随之改变。一旦“0.1折游戏”在小游戏领

域泛滥，玩家不免对小游戏形成刻板印象，认为小游戏就是低质量内容，应该“不花钱”“少花钱”；另一方面，大量下沉用户流向低ARPU、低留存“劣币”，这对于在小游戏赛道精耕细作的从业者有失公平，会对整个行业的生态建设和健康有序发展造成冲击。

微信添新规 禁止“0.1折”套路玩法

“0.1折”微信小游戏《疯狂像素城》势头刚起，最近，就遭到微信官方的当头棒喝，微信在0.1折小游戏这类“套路”上，果断做出处置动作。

《微信小程序运营规范》中“小游戏特别规范”下的“游戏内容规范”部分，新增相关处理规则。其中提到，开发者不得在小游戏图标、简介、广告素材、游戏内，使用诱导用户、影射、损害其他小游戏的运营策略，包括但不限于“终身XX折”“XX玩法XX折”“真XX折游戏”“XX游戏XX折版本”等。根据公告要求，相关开发者应“充分重视并在14天内完成自查整改，否则将被限制搜索新进等能力”。根据微信的说法，禁止“0.1折”是基于维护公平、健康的小游戏生态环境。

截至记者发稿时，在微信小游戏榜单上已看不到《疯狂像素城》这款游戏的“身影”，似乎被微信“清榜”了，目前处于可搜索可玩，但榜单不可见的状态。该游戏的图标也已经没有“0.1折”的醒目字样，进入游戏内，记者也未看到0.1折的充值提示。

不过，在微信小游戏相关新规发布后，记者再次搜索微信平台上的小游戏，发现仍有个别小游戏在图标或游戏内标注“0.1折”字样和优惠折扣。而抖音小游戏方面，记者搜索其内容规范，也暂未发现有针对0.1折小游戏的的规定。

小游戏行业要增长，但并不代表野蛮式增长。不少从业者认为，小游戏可以从内容、题材、美术、玩法融合创新、变现模式等方面“卷”，但不能将重心偏向同质低价或过度营销的策略上。尽管产品价格受市场影响会有所波动，基于营销策略扩大用户也无可厚非，但无序、长期的低价充值“套路”并不可取。另一方面，建议平台有针对性地打击、限制，并制定统一的价格规范制度，对劣迹开发者、违规行为进行封禁，设置禁入行业惩罚，防止“换个马甲”后故技重施。