# **H5游戏渠道今后该怎么走（完结篇）**

作者：[友人说](http://gad.qq.com/user/index?id=2260755)

链接：<http://gad.qq.com/article/detail/48173>

最近由于人员流动，我彻底接手了H5渠道商务的活儿，整理积压了将近一年的合同和账单 （出完六月成本明细，可以好好写东西了）。去年接的这个H5项目毕竟是流量部门的孵化项目，不是真正的游戏业务部门，很多流程都不完善，但一直没有接过账这一块儿，这一周时间，整理账目，重新梳理制定平台的对账和合同流程。

大家都知道很多事情可怕的不是数量，是流程和细节存在漏洞导致的一系列后续问题，因此工作流一定要规范化。比如，我在此次对账中发现：有些已经完成分成入帐的游戏款项，结算的分成比例与合同不一致，也就是给合作方多打了钱（这个其实一直是游戏联运行业的商业漏洞，有很多人依靠此谋私利），还存在由于同一款游戏接入两家合作方导致入帐重复（行业大忌讳，切记重复接游戏）。在写渠道发展完结篇之前也分享一些对账小技巧。钱方面一定要理清，不然吃亏的是自己。

现在大部分成熟的H5渠道，多为先接游戏，游戏跑起来之后再后补合同。对于成熟的渠道其实不会存在什么问题，毕竟有专门的对账、合同、接入游戏同学，分工明确。对于刚刚起步的渠道，却会存在大问题。分成比例作为一种口头言，并不担心合作CP会毁约、更改分成比例，毕竟行业惯例一直如此，只是没有明确的书面分成比例凭证，会给后续对账 （CP方、渠道方）带来麻烦。

每个月月初，渠道会核算上个月每款游戏的对账单，把单子一一发给cp/发行公司负责对账的同学，同时作出本月的成本明细表提交财务入账。

此时建议，接入游戏的时候一定要填好对接后台的内容，**分成比例和游戏公司**那两列一定要认真填写，因为没有合同，这个记录点就很重要了（千万不要偷懒）。或者每月对账的时候，如果自己的分成不确定，可以选择**让对方先出账单**，自己在核对金额。

现在不仅要对接新游戏、分析游戏数据、制定游戏推广策略、跟进新产品上线的功能情况还得实时刻被催账。但是写点东西，总结下自己，真的是十分愉快的事情。之前总是觉得，我应该死磕一门，但是最近居然觉得，我多弄点东西也挺好的，感觉自己的更加完整了（小伙伴们肿么看？欢迎评论给我喽）。

原本上一篇文章就该谈小游戏的发展情况，由于篇幅和时间的原因也搁置了，开启我眼中的**H5小游戏和网游的联动**。

谈起“h5小游戏”这个词语，很多人会想到前段时间很火的《跳一跳》、《海盗来了》，但是能够这么联想的多数为游戏和互联网从业者。现实中，大部分H5游戏玩家根本不懂什么是H5游戏，在他们头脑中，只有“在线玩”、“无需下载，点击即玩”、“免费小游戏”、“休闲小游戏”的认知，包括前两年的现象级游戏《围住神经猫》和《愚公移山》，虽然流水不错，但是玩家根本不懂那是H5。那个时候我还在页游平台，也接入了这两款游戏，遇到过痴迷玩家小号多开十几个号,毕竟页游多为flex javascript ajax，Unity3D，Fancy3D ，而H5比较多的是白鹭引擎，腊鸭引擎，cocos2d-js，需要对于浏览器的要求较高,使用通用PC网页游戏挂机软件经常会有玩家反馈卡死。其实说到这个，我这里有个大胆的想法：目前针对H5,还没有平台专门推小号多开，毕竟因为h5游戏多为移动端游戏，小号多开不方便。但是，针对这个我想说的是，锁屏以及应用后台运行中对游戏的影响，大家都是都知道，手机有着锁屏的机制黑屏之后游戏就进入了离线收益，其实是对用户不友好的，手游误入黑屏，他解屏之后第一诉求是想要直接进入游戏，我这里建议大家针对这个点对游戏和渠道APP做下优化，也就是后台应用的权限+锁屏权限的问题，这里我也还没有研究透彻，等我回头研究好，再来和大家继续探讨。

接着说玩家对于H5的认知，认知误差主要是多数游戏发行方、游戏CP方、游戏渠道方在最初进行游戏推广的时候就没有给用户灌输“H5游戏”的认知。因为在他们看来，H5作为一个新名词，玩家的学习成本高，并且有可能带来负面影响。就拿我的亲身经历，我去年刚刚加入这个团队的时候，主要是负责的是渠道，但是产品同学对我说，推广素材和推广文案不能展现h5。于是产生了这种推广策略：给玩家灌输“在线玩”、“无需下载，点击即玩”、“小游戏”的认知。但是，这又与目前H5推广方式产生了一些冲突。很多渠道会采用微端推广，展现效果为游戏包和盒子，也就是下载了该游戏其实是一个游戏盒子，虽然会第一进入h5游戏，但是出现一个比较严重的问题，可能会和同名手游抢量。包括最近出现这么一个事情，有个游戏CP靠影视IP出了某款h5游戏，跑了半年时间决定出同款手游，此时就存在了**上架资源冲突**的现象，因为之前由于扩量推广该游戏，研发和渠道采用了微端推广游戏的方法，但是，同名手游需要上线了占用资源，因此就需要下掉所有h5微端。因此我建议大家，在给H5起名字、申请版号的时候最好进行区分，这样在以后进行资源推广上就不会占用资源，也不会有玩家投诉游戏不一致。因为还有可能玩家本身就是想要下载某款手游，但是由于推广原因，他们被迫下载了H5，此时的用户体验为0，影响平台的留存率。

所以不要害怕用户不知道什么是H5，名字该喊出来还是要喊出来，游戏不可否认是最容易被人熟知的一种娱乐方式。包括最近很火的区块链，支持区块链研发的大佬，之所以想要区块连游戏赶快遍地开花，一个很客观的原因，游戏便于学习和普及，毕竟普通大众去让他们去看区块链书籍有点困难，但是一些游戏确实可以推动这个市场迅速壮大。

另外，量最大的两个平台：腾讯QQ和微信，在推广H5游戏的时候，也都采用的是小游戏的名称，当然也包括快手、yy小游戏、同桌游戏等，因此目前小游戏可谓是根深蒂固。给H5暴击的是微信，出了小程序的说法，我调查了一些玩家（非我平台的目标用户），问他们了不了解h5游戏,他们说H5早就过时了吧，我说，你们知不知道，《跳一跳》等也属于小游戏的范畴，他们都表示不知道。所以今后如何把小游戏和h5游戏联动是各大发型需要解决的问题。

我这边抛砖引玉几个方案：

1、h5平台向小程序平台转型。现在的h5游戏平台越来越成熟，也应顺应局势，制作自己的小程序游戏平台。当然最好实现，可以从小程序直接拉起进入自己的app，把流量导入自己的平台。因此我发现很多手游，邀请了之后，点击直接就进入了游戏，就连iOS不用使用safari。

2、小游戏前贴广告+小游戏内置广告。这个前面我已经提到过了，但是具体的还是要根据推荐算法，用户标签，玩家喜欢玩什么类型的小游戏都要进行用户数据分析，以及给她推荐什么样的游戏都是要深究。同时，小游戏多余单机游戏，单机最主要的需求是过关攻略，因此可以给他一个任务体系，完成任务获得相应的奖励。

3、攻略组。攻略组主要是针对过关小游戏，中间可以做信息流广告，这时候还是需要大数据分析，不能做单纯图片广告，可以尝试文字链，浮层，退弹，继续阅读引导等。

目前我就写这么多，总之h5渠道也是一个移动端游戏平台，要做到有内容，有特色，不能局限于目前的形式，要学会利用新的技术，新的方法。更加详细的方案，后面我会一一写出来，渠道商业模式、渠道推广策略、渠道产品运营，希望和大家一起成长。