# **谈谈手游渠道的一些特殊玩法**

作者：[姚伟](http://gad.qq.com/user/index?id=743910)

链接：<http://gad.qq.com/article/detail/41714>

又是一篇科普文，这次聊一聊手游渠道的一些特殊玩法。

主流手游渠道一般是以混服联运为主，特殊手段为辅，特殊手段如CPS包、专服这种。下面就详细介绍一下。

**玩法一：专服**

什么叫专服？

顾名思义，专服就是游戏的服务器只有我这个渠道或者某几个渠道的玩家。

为什么要做专服？

对于绝大部分渠道来说，做专服的根本原因是KPI。直接原因就非常多了，比如其他渠道的公会拉人、分成比例过低等等。

那么专服对于渠道和CP有什么好处和坏处呢？

对于渠道的好处：

1、高分成比例：一般双方都会签个阶梯合同，渠道最高甚至可以分到90%上，理论上做个差不多的产品还是可以赚的。事实上也是如此。

2、掌控力度大：用户、开合服节奏和活动节奏都可以控制在渠道手里，便于及时根据导入节奏调整开服节奏。

对于渠道的坏处：

客观说，对于渠道基本没有什么坏处。唯一困扰渠道的地方在于导量。

讲一讲个人经验，我此前接触过至少几十款的买量游戏，绝大部分游戏类型都是仙侠ARPG、西方魔幻ARPG和传奇类游戏。

这类游戏一般对于单服导入人数要求较高，开服节奏讲究一个快开快合——迅速开服、迅速合服。这种情况下对于导量压力非常大，绝大部分渠道的自由量都无法支撑。这个时候就需要去买量。

在没有专业买量团队的情况下，买量的潜在风险就在于：

1、难以控制单个用户的成本

2、无法合理控制好回本周期（ROI的周期）

3、即使能买来低价高质用户，也无法支撑长期大量的买量。

4为买量而亏损的专服游戏非常多，大部分渠道都是倒在这个上面。

对于CP的好处：

1、一旦和渠道确立合作关系后，只需要配合渠道进行开合服、活动和更新内容即可。不需要再担心用户量的问题。

2、可以和多个渠道进行专服合作。这种情况一下一般连游戏内的皮都不用换，游戏改个名，换个icon和登录的loading图即可。

对于CP的坏处：

这个问题可大可小，往大了说，影响整个中国的游戏生态。往小了说，影响这家CP的创新能力，这里就不絮叨了。

如何进行专服合作？无论是哪一方寻求合作，靠谱的买量产品是关键，围绕的数据无非就是吸量程度、留存、LTV这些数据。有了产品，渠道会想法设法找到CP，CP也不用愁没有人帮你拉皮条。

补充一点，在应用宝上的游戏，腾讯一直要求的是专服，其他渠道一般都是混服。

**玩法二：框架协议**

这个玩法比较少见，常见于大渠道和大发行之间。简单说就是今年一个财年保你多少用户，你保我多少收入。这种事情可能放在台面上来，也可能只是私底下进行。都是资本之间的利益交换。

这里就不太好举例说明了，大家自行联想。

**玩法三：保量保收入**

这个玩法算是框架协议的简化版，渠道和发行之间就某个特别的游戏而进行的合作。

比如有一款叫“王者荣耀”的卡牌游戏，发行和渠道就首发当天的量级谈合作。最终的合作方案是：

1000个新增，每个新增6元

2000个新增，每个新增7元

3000个新增，每个新增8元

........

为了达到最终的效果，渠道会拼了命地砸资源给发行。如果首发当天游戏本身的收入能达到方案的效果，那么发行不需要做任何事。如果没有达到方案的效果，那就只能自充了。

**玩法四：公会和自充**

这个是比较常见的玩法，A渠道扶持公会去B渠道拉人。怎么扶持呢？放折扣给公会。比较出名的公会渠道如九游和果盘。

这里要说一下，15年16年的时候，很多公司会因为资本运作的关系进行自充，常见的就是寻找公会公司来进行自充，公会从中抽取一定比例的佣金费。

关于公会拉人的手段和承接点，以后可以做个科普。

**玩法五：CPS合作**

这一点其实不应该出现在这里，但是有必要说明一下。CPS只是广告效果的一种衡量标准，游戏圈的合作不止于CPS。

简单介绍几种广告效果的衡量标准：

CPM（Cost Per Mille）：展示成本，或者说千人展示成本

游戏圈中常见的如：你在今日头条上面看了一条新闻，发现新闻内容不错，滑到最下方的时候发现有条传奇的广告。在你看到这条广告的时候，投放这条广告的广告主就要为此进行付费。

CPC（Cost Per Click）：点击成本，即点击一次花费的成本

游戏圈中常见的如：你在今日头条上面看了一条新闻，发现新闻内容不错，滑到最下方的时候发现有条传奇的广告。你发现这传奇游戏看起来做得很酷炫，点击了一下，这个时候投放这条广告的广告主就要为此进行付费。

CPA（Cost Per Action）：行为成本，即用户每次行为动作产生的成本

CPA包含了以下几种效果形式：

CPD（Cost Per Download）：下载成本，按每个下载进行计费

参照以上例子，就是你下载传奇后，投放这条广告的广告主要为你的下载行为付费

CPI（Cost Per Install）：安装成本，按照每个安装进行计费

参照以上例子，就是你下载并且安装传奇后，投放这条广告的广告主要为你的安装行为付费

CPS（Cost Per Sales）：销售成本，按照用户的付费情况进行计费

参照以上例子，就是你进入传奇付费后，投放这条广告的广告主要为你的付费额进行付费

发行和渠道之间的合作更常见于CPI和CPS，联运本质上也是CPS的一种。我这里说的CPS是指不接入SDK的合作。

像腾讯游戏外发时只发CPS包，不接入任何一家SDK，很多渠道此前因为各种各样的原因，是不接入腾讯系游戏的。

再或者某些类型的棋牌和捕鱼，因为某种原因，渠道只愿意接CPS，不愿意接SDK。

以上，限于个人资历浅薄，暂时只能写这么多，如果大家有什么内容，随时欢迎留言补充。