

**总述**

《刀塔传奇》完美诠释了创新的价值。创新且有乐趣的玩法+创新的付费设计思路，成就了它优异的表现。

首先，付费节奏中穿插了强->弱->强->中的付费刺激，付费刺激较为平和，洗用户的时间滞后，利于留存。

其次，付费空间中设置了最低消费、无上限消费和玩家自适应消费能力的宽广空间(重点)。

然后，基于消费层次布局资源线，并在消费层(横向)与资源线(纵向)的交叉处布局刺激点。

最后，也是最重要的：它的设计思路不再是抓大R的高端付费，而是将设计重点放到了中小R上(付费500-5000)

**一、付费刺激的节奏分析**

**1.1 付费欲望**

 游戏1-2日付费欲望较强(动力来自于产品质量的认可)

 游戏3-5日内的付费欲望极强(动力来源于十连抽和竞技场排名)

 游戏6-13日的付费欲望较弱，没有付费压力，但玩的很爽(希望付费后玩的更爽)

 游戏14-20日付费欲望极强(感受到远征玩法极大的挫折)，但也一度想要流失

 游戏20-25日，无付费欲望，掌握了玩法，度过了“艰难期”

 25日及以后，付费欲望一般，受付费习惯、版本和活动影响，非R已流失

**1.2 记忆深刻的付费刺激点**

 购买月卡与300钻石礼包(双倍)【★★★★★】

25元购买月卡，立刻到账300钻(价值30元)，并且在之后的每天可额外领取120钻(12元)，合计300+30\*120=3900钻，性价比超高。

 30元礼包(每个账号限购一次)【★★★★】

充值30元可额外获得300钻(共600钻，5折)并且送英雄(2星冰女)，达到VIP3。

 十连抽【★★★★★】

首次付费25+30=55元后，约有1500钻。加上开服活动、副本奖励和竞技场排名奖励约1900钻，但十连抽需要2590钻。如果等月卡到账至少需要2-3天，等待期的付费欲望极强。

 10级开放竞技场【★★】

军团达到10级参加竞技场后，首次达到最高纪录会赠送大量钻石，并且会根据排名每日发放少量钻石和竞技场积分(兑换PVP英雄)。冲击竞技场排名对付费有一定刺激作用。

上述刺激点均发生在1-5日内，该期间付费欲望极高。

 30级开放英雄试炼第二级【★】

英雄试炼会产出玩家进化英雄的核心材料，分别在25、30、60、75级开放4个级别的试炼。25级试炼难度很低，忽略不计。30级试炼略有难度，会对玩家产生一定的刺激，但刺激不强烈(打不过的难度产出暂时不用的道具，所以刺激不强烈)。

 30级开放燃烧远征【★★★★★】

燃烧的远征是玩家使用自己的英雄与电脑匹配的15个对手车轮战，其中设置铜宝箱\*10、紫宝箱\*4、金宝箱\*1。远征可获得远征积分(兑换PVE英雄)，并且是金币的最大产出地(每日免费金币产出占比80%+)，前期由于活动赠送大量金币，所以无法打通15关并没有太大的压力。但在40级以后，金币极缺，无法通关则意味着损失大量金币，此时给玩家很大的压力和付费刺激，一般玩家能通过13关(获得全部奖励的65%左右)。强大的压力会迫使玩家要么付费、要么流失。

PS：上述刺激点发生在14日-20日，也是流失高峰期，根据莉莉丝CEO王信文的描述，刀塔传奇的30日留存为30%，可能是老版本的数据并有夸大。1.8版本的两次重大更新(1.调整技能点冷却时间 2.更新定位大R的新英雄)提高了刀塔传奇的付费，同时也加大了流失。如果付费100元的玩家在3万人的服务器中排名500位，可认为活跃用户在5000人以内，即30日留存约17%。

 新英雄更新【★★★】

推出新英雄时，会对玩家有较大的付费刺激(抽得英雄和培养英雄)，但对我没有太大的吸引。经历了一定时间的游戏后，玩家对培养英雄的成本有所了解，使得我这类免费玩家明确的知道即使获得了新英雄，也不一定有经济实力培养，所以新英雄推出对付费率的提高帮助不大。但通过公会了解到，新英雄的推出对付费在1000元左右的付费玩家是有吸引力的。

**1.3 分析小结**

游戏过程中的刺激不是很平顺，可能跟我玩的时期有版本更新及策略调整有关。但付费节奏可以做出以下小结：

A．利诱性刺激大于压力性刺激(让你知道付费玩的更爽，而不是压力太大逼你付费)

B．压力性刺激后置(不会像页游、手游大掌门等前期给予压力并开始淘汰非R用户)

C．压力性刺激比较平和(PVE刺激多于PVP刺激)

**二、付费刺激的构成分析**

付费刺激的构成主要由两大模块构成，我分别将其分为“内部”和“外部”。

“内部”是指游戏内置的系统对玩家的付费刺激设计，包括核心玩法、成长体验、VIP、商城和关卡设计等。这部分将详细分析，对这些系统的分析基于“数值”和“体验”。

“外部”是指非周期性的运营活动、版本更新等引发的消费刺激，这部分将简要分析。

**2.1 内部-付费空间分层设计**

付费空间一共分了三层

 低保付费层

 自适应付费层

 无限付费层

其设计思路的创新处在于：不再一味的追求“最大付费空间”。而是将重点放在了“提供给用户一个他自身可接受的每日消费保底”，即自适应付费能力层。

**2.1.1 关于付费空间和无限付费层**

首先我们通过数据分析计算合理的“最大消费空间”是多少(结论是30000RMB，以下是分析过程)

最值得培养的英雄(含RMB英雄)目前一共12个，算上3个凑阵容的英雄集齐3队(PVP队、PVE队、炮灰队)。

英雄分别为：SF、DK、DP、敌法、巫妖、骷髅王、白虎、沉默、电魂、小黑、美杜莎、小鹿;加之凑整容的高性价比英雄：风行、潮汐、冰女等，一个RMB玩家需要培养的英雄为15个。他们全部满级+进阶紫色3+5星+满技能的花费约为(游戏周期60天)：

 开宝箱获得英雄花费约8000RMB

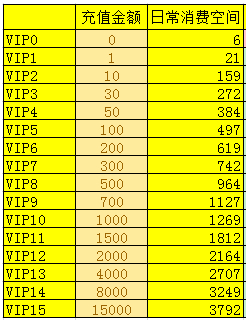
 满级和升星花费约12000RMB

 进阶紫色+3花费约10000RMB

 满技能的花费约20000RMB

乐观估计，考虑RMB玩家的英雄肯定多余15个，并且可能有花“冤枉钱”，我们可以认为其付费空间不超过10W。虽然付费空间不大，但是“效率高”，都是用户乐意付费的地方。

其次，我们分析“每日付费空间”。由于付费功能随着VIP等级和兵团等级开放，于是通过数据统计得出下表：



日常消费空间是指玩家每天把VIP特权所提供的购买体力、点金手、重置副本、购买商城道具等消费功能全部使用一次的花费，也就是说：如果用户今天不进行抽宝箱，那么V15的玩家把所有功能消费一次只会花费4000元左右。

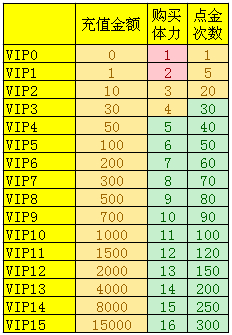
最后，如果实在要花掉很多钱怎么办?开宝箱是没有限制的，但开宝箱同样不是一个长期需求，当获得了心怡的英雄后，宝箱就变得没有价值。系统上虽然提供了无限消费层，但这显然不是设计的重点(从数据可以看到，开宝箱的消费空间是英雄成长中最低的，仅8000元左右，符合“低价获得，高价培养”的设计理念)。与其说开宝箱是无限消费层，不如说他是一个“动态调节”付费的水库，用于吸纳冲动性的大额消费，但其设计目的并不是吸引你投入“海量”的钱。

上述分析说明了：其商业模式并没有一味的追求“消费空间”一定要很大。

**2.1.2 自适应消费能力层**

《刀塔传奇》设置了大量的自适应消费能力层，给每个付费能力段的人提供了一套“日常消费方案”。

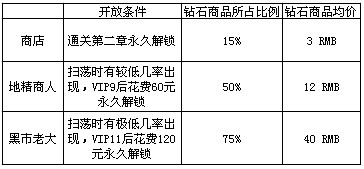
首先来看最核心的两条资源线：体力和点金。



体力购买价格递增为：5、5、10、10、10、10、200、200、200、400…

点金购买价格递增为：1、2、2、2、4、4、4、4、4、4、10…

其次是商城系统的相关数据：希娜商店、地精商人、黑市老大



最后分析不同层次玩家的每日消费情况：



通过购买体力、点金和商店消费价格递增的交错设计，使得对应消费能力的群体会有一个自己可接受的“最高性价比”消费方案(层)。上表只列举了几个玩家消费较多的组合方案，这些组合方案使得月消费100-5000元的玩家，都能找到适合自己的日常消费，这部分消费保障了营收的稳定性。

同时，通过VIP限制，中小额付费玩家是不会看见高层的付费空间，减少了中小额付费玩家的心理压力。

比如V2的玩家，每日购买体力的次数在2-3次(每日赠送120钻可购买2次，加上免费途径获得的钻石，可以使得第一个月中有2/3的时间可以购买3次体力)，而V2的体力购买次数限制为3。V2玩家会感觉到他在这个“层”中的消费空间已经用完，自己很有RMB的优势。

比如 V5的玩家，每日购买体力的次数在2-4次，系统提供的最大购买次数是6次，而不是10次或者更多。这同样让中小额付费玩家始终感觉到：“在这个层级中，我已经付费了大部分，我很有优势”，并且依然提供2次的额外付费空间作为利诱刺激。

上述分析说明：丰富的分层与消费空间的封装，减小了中小额付费玩家的心理压力，同时给有能力付费的玩家看见适当广阔的付费空间作为利诱。

**2.1.3 低保消费与付费习惯的培养**

与自适应付费层相互融合的系统则是“低保”消费系统和它对付费习惯的培养。游戏商城中设置了月卡功能，花费25元即可购买300钻石，并且每日赠送120钻，持续30天。月卡具有极强的消费刺激能力：

 提升付费率

 消费前置

 提高驻留

 将10元党转化为25元党

 每日赠送的120钻，刚好足够2次购买体力和1次点金，培养用户消费习惯

其中培养用户习惯是非常重要的一个作用，而培养这个习惯产生的收入则相当于每个玩家每日至少贡献了0.83元。

前期大方的投放钻石，中后期以月卡持续赠送，并且通过额定的数量正好能找到对应的“消费层”，于是用户习惯就这样被逐渐培养出来了。

上述分析说明：在培养用户的消费习惯上下足了工夫，并且让用户逐渐从“低保消费层”走向“自适应”消费层，层与层之间的接洽平顺。

**2.2 内部-消费点分析(资源线)**

刀塔传奇的消费点多达16处，但核心资源线只有4处

1. 购买体力

2. 点金手

3. 宝箱(单抽、十连抽、灵魂匣)

4. 解锁地精商店

5. 地精商店刷新

6. 解锁黑市老大

7. 黑市老大刷新

8. 普通商店刷新

9. 商店购买物品

10. 扫荡

11. 竞技场重置时间

12. 竞技场购买次数

13. 更换昵称

14. 重置精英关卡

15. 一件附魔

16. 豪华膜拜

每个资源线都具有自己的使命：

 体力：基础消费，贯穿整个消费层

 点金手：中层消费，是R与非R的分界点

 商店购买物品：高层消费，是R与大R的分界点

 宝箱：吸纳冲动性消费

上述分析说明：虽然资源点繁多，但主资源线还是清晰明了，并且定位精确。其他的资源点并没有贡献太多收入，使用也很冷门，设计比较鸡肋。

**2.3 内部-刺激点设计**

刀塔传奇对刺激点的设计可谓是独具匠心，特别正对屌丝玩家这个群体做了大量的设计。

2.3.1 充值设计

充值设计做到了“步步利诱，欲罢不能”，以充值额度为主线，可以看出这个“利诱”的分级非常细腻。

 未付费用户

如果付费6元，可获得VIP1(10钻)，每天可获得20次免费扫荡

 付费6元用户

如果再付费6元(共计12元)，可获得VIP2(100钻)。游戏前期给玩家赠送了大量的钻石，加上充值6元获得，共计约100元。如果以VIP1的最大消费空间每日21元(根据前文统计)，则需要5天才能花完。V1只能购买2次体力，而V2则能购买3次，这是利诱点。

 付费12元用户

如果计划付费12元了，为什么不直接付费25元呢?25元可购买月卡，当日到账300+120钻，并且在将来30天，每天可领取120钻，共计3900钻，约0.07折!

而且付费25元等于充值300钻，可达到VIP3。

 付费25元用户

如果计划付费25元，为什么不再多付费30元呢?付费55元可达VIP4(500钻)，每天扫荡次数增加至50次，并且解锁“一键十次扫荡”功能，提高便利性。每日赠送体力可进行副本约60次，60次扫荡的操作点击简化至6次还是很方便的。并且单次付费30元可获得2星英雄、额外300钻石。25月卡+30礼包的组合应该是充值比例非常大的用户群。

 付费55元用户

坑爹的苹果啊!充值金额只有50、100、300、500，如果想要当一个55元用户，必须充值100。苹果账户上剩下的45元怎么办呢?(如果苹果账户上本来就有余额的老玩家不用担心这个问题)此时你已经付费55元，但相当于充值了600钻，距离VIP5只差400钻。

十连抽需要2590钻，而你现在拥有300+120+600=1020钻(充值获得)，通过游戏获得约700-1000钻(任务、普通关卡、精英关卡、竞技场、活动、维护)等。即距离十连抽只缺400-600钻。憋十连抽大家都懂得，如果正常情况下，55元用户每天可领取120钻，那么至少要3-5天才能十连抽，可是把持不住啊!看看苹果账户上剩余的45元，近在咫尺的VIP5以及十连抽，索性再充42吧!此时一般是充值30+2\*6=42元，可获得300+120=420钻，达到VIP5。

至此，这套“步步利诱、欲罢不能”的充值设计，极大的将6元党转化为了100元屌丝户。

除了上述部分，对于中产阶级的转化，充值还提供了另外两种一次性五折限购礼包，定价分别是198元和648元。

 心理预期付费200元的用户

如果用户计划付费200元，不如尝试套餐组合：月卡+30礼包+198礼包=253元

如果购买，则相当于充值2580钻，达到VIP6。共计获得钻石4980钻。加上系统赠送钻石刚好可进行两次十连抽(5180钻)。

 付费253元的用户

您当前的VIP积分为2580/3000，距离VIP7只差42元，VIP7开放“一件附魔”功能(虽然使用不多，但至少是多了一个功能，而不是简单的数值提高)。

 心理预期付费1000元以下的用户

如果用户计划付费1000元以下：月卡+30礼包+198礼包+6480礼包=901元

如果购买，则相当于充值9060钻，达到VIP9(永久解锁地精商人，可使用豪华膜拜)，共计获得17940钻，刚好可以进行7次十连抽(18130钻)。

 付费901元的用户

您当前的VIP积分为9060/10000，距离VIP10只差94元。而VIP10具有极强诱惑性的“远征次数+1”，根本把持不住啊!恭喜你，你已经从心理预期1000元以下的用户转化为付费1000元以上的用户了，你的“千元防线”已被突破，等待你的是更多的用户习惯培养和不知不觉的付费。

 付费超过千元的用户

这部分的刺激点比较少，如果是付费1000元的用户，则再额外付费500元可解锁黑市老大(VIP11)，并且开启神秘魂匣(必出英雄/魂石，单价40RMB)

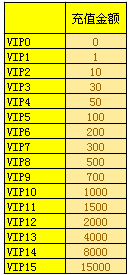
付费达到4000元获得“远征产量+50%”(VIP13)，对于每天能进行2次远征的玩家来说，相当于产量比非R多了2倍。

付费4000元-15000元的VIP体系中，没有特别的刺激点，只是福利数值的提高。

充值设计对200元、1000元的用户进行了重点打击，可能是基于消费心理的分析，200、500、1000这些档次的付费容易在用户心中形成“坎”，即“我只花200/1000元”。打破这个心理防线对培养用户习惯也起到了积极作用。

**2.3.2 VIP设计**

从上文充值设计到本节的VIP设计，无不透露着一种思想：我们不再是只抓大户，而是“转化屌丝，服务中产”。充值设计在6-100元档次狠下工夫，设置了5个VIP级别!VIP充值条件如下表：



可见在VIP0->VIP10的跨度中，充值金额的条件仅仅是1-1000元。而大部分游戏的VIP10已经在几万块了。并且VIP10->VIP15的5个跨度中，充值金额则由1000激增至15000。由此可见其心思还是在1000元左右付费的用户身上，并且强调“转化培养”，而不是“刺激大户”。

VIP系统中最强烈的两个刺激点分别是“免费扫荡”和“远征次数+1”，分别设置在了VIP1和VIP10。

VIP13(4000RMB)解锁了所有的VIP功能，剩下的两级VIP只是增加付费空间而已。

思考：由于移动产品的支付方式在小额支付时提供便利性，而大额付费不具有便利性，于是付费群体向下移动，着重考虑中产阶级。

比如单人要在苹果上进行10W的付费，每次充值500元，需要充值200次!

**2.3.3 压力刺激**

《刀塔传奇》在前期给予玩家的压力刺激非常小，个人认为没有起到太大的刺激作用。刺激来源分别为：

 关卡

普通关卡的难度递增缓慢，并且通过“3星->1星”的缓慢施压方式代替了“打得过、打不过”这样的强硬施压方式。其施压部分不是给予挫折，而是给予诱惑。首次通关普通关卡可获得钻石，关卡达到3星才能扫荡。

 竞技场

竞技场每天只能免费打5次，挑战对象是随机的，前期排名靠后，跨度较大，很难重复遇到同一个人，所以竞技场是无目标竞争，无压力。给玩家带来更多的是利诱，即首次达到个人的竞技场最高纪录时，会获得大量的钻石。后期进入100名左右，则经常能遇到相同的人，并且在竞技场刷新前恶意打排名，引发仇恨，游戏后期刺激性较强。

 燃烧的远征

燃烧的远征在“前期利诱性刺激”和“后期竞技场的仇恨性刺激”之间起到了承上启下的作用，也是玩家首次会感受到压力的地方。可能由于抽到英雄的不同，这个刺激作用的强度和时间节点会有变化。燃烧远征虽然是系统匹配15个玩家与你车轮战，但敌方是AI控制，玩家是手操，所以归类于PVE玩法更准确。一般情况下，15关只能通过13关，获得65%左右的奖励。长期无法通关会逐步给玩家带来挫折感，因为匹配的难度随玩家自身提高而提高，所以玩家感觉：我已经当前满级、满技能、满装备了，为什么打不过!!!其通关的成功率受到阵型的极大影响，如果首抽(十连抽)出的英雄不好，那么在这里的挫折是非常强烈的。在将部分用户的付费引导向开宝箱，同时也开始导致流失。

 时光之穴

这个玩法是个每日活动，打过NPC后，会获得英雄经验或金币，就我目前的体验而言，在对应等级开启的对应难度，是没有任何压力的。

 英雄试炼

这个玩法是个每日活动，打过NPC后会获得英雄进阶的核心材料，由于定义了“物免”、“魔免”和“仅限女英雄”的条件，难度比时光之穴所有提高。前期会根据玩家抽取的英雄给与不同的压力。但这里的设计并没有达到给与较大压力并转化为付费刺激的目的。玩家打不过的难度(比如第二难度)所产出的道具，是目前无用，将来有用的道具。而玩家目前急需的道具则是在可以打过的第一难度产出。所以打不过又有什么关系呢?

**2.4 外部-版本更新**

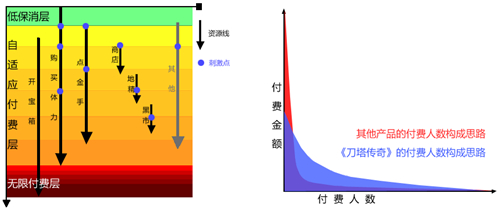
外部的消费刺激主要是活动和版本更新。

活动：比如之前提到的充值30元额外获得300钻的五折礼包，内置时是每个账号限购一个。活动期间则是每天可购买一个。

更新：增加新英雄，以新鲜感刺激用户

调整：将较强英雄削弱或者将普通英雄加强，以“平衡性”为借口，牵引玩家对各种英雄进行培养。

**2.5 小结**

付费体系：横向的付费层和纵向的资源线交织，在交叉点上设置刺激点

付费体系思路：注重转化，而不是大户

低保消费层培养用户习惯，养成每天花费1元钱的习惯

自适应付费能力层宽广，成为支柱，培养每日5元、10元、20元的用户习惯

注重转化：0转50，50转100，200转300，突破1000

注重培养1000-4000区间的用户

大额付费系统刺激较弱，主要用于吸纳冲动消费

**三、结论汇总**

 《刀塔传奇》取得成功的核心在于创新和品质

 付费刺激力度在1个月内变化趋势为：强->弱->强->中

 前期留存较好，生命周期短，交互少

 开服3日内付费刺激最强

 开服7日左右，压力小，刺激较弱

 开服14日遭遇PVE压力，压力较强，刺激强烈，促发流失

 开服1个月后出现PVP压力，压力中等，刺激中等

 充值设计不抓大户

 重点放在屌丝、小R和中产的转化

 刺激点布局精致，主要集中在500元以内

 0转25元，25转55元、55转100元、200转300元，用户转化很强

 突破1000元的刺激较强

 注重1000-4000元的用户培养

 消费空间5-10W，均为属性成长类付费

 消费空间分层，具有一定封装性，减少了用户心理压力

 付费点16处，付费金额主要集中在4处(体力、金币、商城、宝箱)

 英雄培养成本远大于获得成本