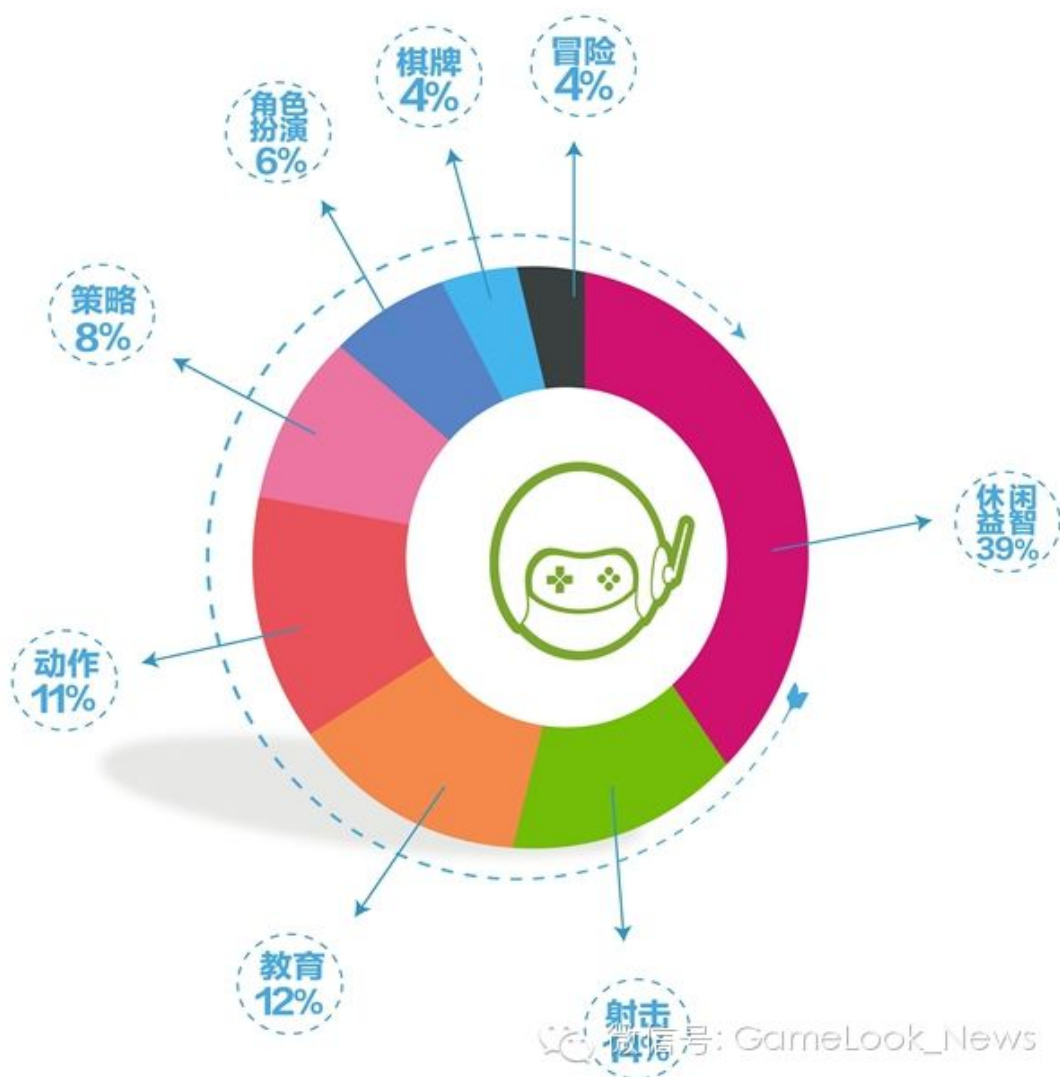


中国移动和游戏5月报告 解读计费点设置

今日，中国移动“和游戏”发布的5月安卓单机游戏运营报告中，着重分析了计费点对游戏运营的影响。截止5月底，安卓游戏中，休闲益智类、射击类和教育类游戏款数占游戏总款数的65%，其中，休闲益智类游戏占整体数量的39%，这类游戏数量最多，用户选择最为广泛，最受欢迎。游戏终端方面，QVGA(320×480)，WVGA(480×800)屏幕分辨率的低端安卓手机占比较高，这些终端手机的配置普遍较低，因此在游戏设计时需要充分考虑到对这些低端手机的适配。

安卓单机分类型游戏数量占比



报告指出，计费点的合理设置对于一个游戏的运营至关重要，如果计费点的价格、名称设计不合理，一方面会影响游戏的收入，另一方面也很容易引起用户投诉。报告中列举了不合理计费点申请的实例，同时以《登山赛车》作为计费点合理设置案例进行了详尽分析。案例均选自“和游戏”上线的游戏产品。

首先是游戏计费点名称设置不合理。计费点名称相同，仅以序列号加以区别，没有游戏相关内容和作用的描述，用户无法在第一时间了解其用途，从而无法进行选择购买。

例1:

计费点名称	计费点种类	计费点计费方式	计费点价格 (点)
宝石1	短信计费	点数	100
宝石2	短信计费	点数	200
宝石3	短信计费	点数	300
宝石4	短信计费	点数	500
宝石5	短信计费	点数	600
宝石6	短信计费	点数	550
宝石7	短信计费	点数	10

其次是游戏计费点价格区间设置不合理。游戏计费点价格区间为1-5元，均为中低价道具，无高价道具，层次较为单一，无法吸引不同消费层次的用户。

例2:

计费点名称	计费点种类	计费点计费方式	计费点价格 (点)
1巧克力	短信计费	点数	10
10巧克力	短信计费	点数	100
作废1	短信计费	点数	150
作废2	短信计费	点数	200
30巧克力	短信计费	点数	300
作废3	短信计费	点数	310
作废4	短信计费	点数	350
40巧克力	短信计费	点数	400
45巧克力	短信计费	点数	450
50巧克力	短信计费	点数	500

还有一种情况是计费点单价设置不合理。50个金币单价为0.04元，500个金币，单价依旧为0.04元。同样绿钞无论个数多少单价依然不变。该游戏计费点单价唯一，有恶意套取计费的嫌疑，且容易引起用户歧义，遭到投诉。

例3:

计费点名称	计费点种类	计费点计费方式	计费点价格 (点)
50金币	短信计费	点数	200
125金币	短信计费	点数	500
250金币	短信计费	点数	1000
500金币	短信计费	点数	2000
25000绿钞	短信计费	点数	200
62500绿钞	短信计费	点数	500
125000绿钞	短信计费	点数	1000
250000绿钞	短信计费	点数	2000
复活	短信计费	点数	200

设置较为合理的计费点有以下表现：1、计费点名称描述清晰，用户能在第一时间选择所需道具；2、计费点设

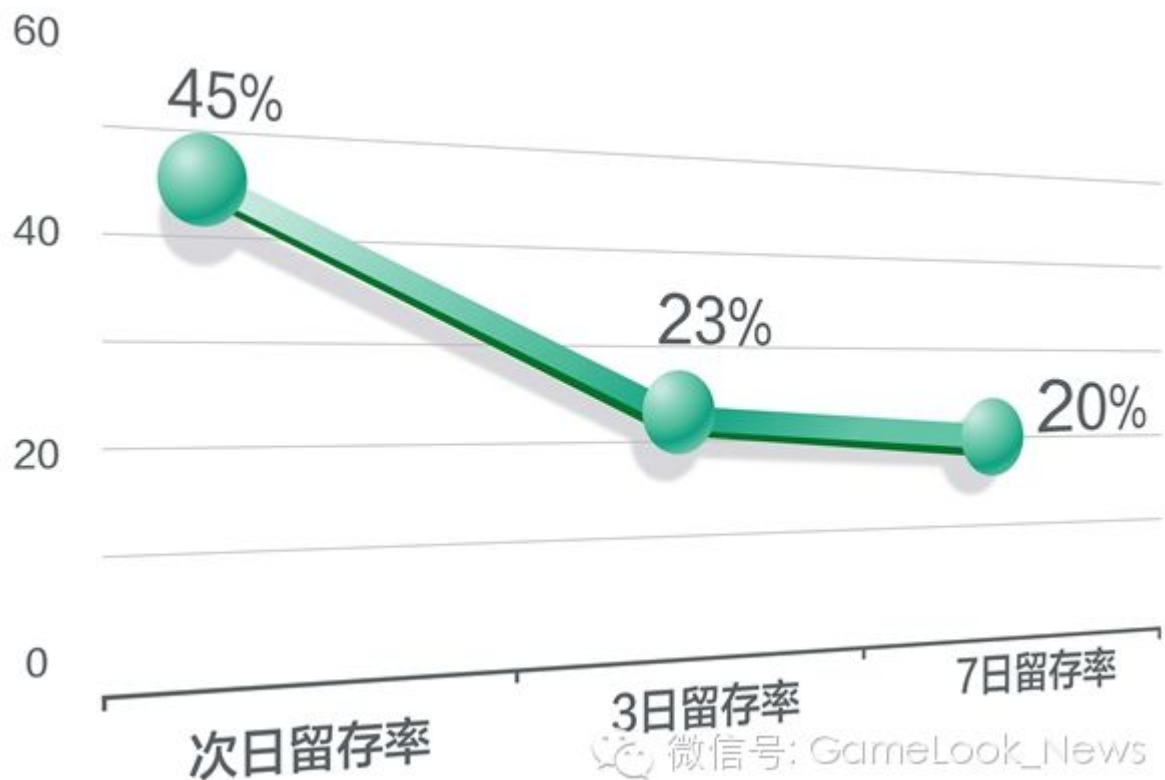
置层次较多，从2元到30元不等，吸引不同消费层次的用户；3、计费点单价随钻石（金币）增加而降低，有效吸引用户选择消费。

计费点名称	计费点种类	计费点计费方式	计费点价格 (点)
20个钻石	短信计费	点数	200
专属钻石礼包	短信计费	点数	500
70个钻石	短信计费	点数	600
140个钻石	短信计费	点数	1000
600个钻石	短信计费	点数	3000
死亡复活	短信计费	点数	200
一键满级	短信计费	点数	1200
道具礼包	短信计费	点数	500

报告中，“和游戏”分享了一款成功的赛车游戏——《登山赛车》。该游戏主打“趣味赛车”风格，特别适合10-40岁的男性游戏用户，游戏过程中可将分数截图共享给身边好友，将车身与乘客在颠簸途中的摇晃状况细致描绘，很有新意。



《登山赛车》2月底上线，3月-5月付费转化率均达6%以上。ARPU 值连续3月维持在13以上，5月《登山赛车》次日、三日和七日用户留存率分别达到40-20-10，表现优异。



该游戏无强制计费点，以道具计费为主，提高消费者付费主动性；付费点设置的层次较多，以吸引不同消费层次的用户；在道具优惠方面，10元计费点提供的金币值优惠幅度较大，相比较2元计费点花同等价格获得的金币多出166%。



计费点名称	计费点种类	月累计付费次数
150000金币	短信计费	24811
20000000金币	短信计费	1047
2000000金币	短信计费	16873
300000金币	短信计费	11731
4000000金币	短信计费	1762
750000金币	短信计费	14501
8000000金币	短信计费	775

“和游戏”报告同时指出该游戏有待改进提升的方面：首先是在游戏中死亡时，可提供复活类道具，增加可持续挑战性；其次，在死亡界面，引导用户针对性的升级汽车“避震”、“轮胎”、“发动机”等道具，引导用户挑战更远的行驶距离；最后，增加连续天数登陆奖励，适当增加任务、成就等，且应当对高级车提供一定试玩时间。