

一个网络游戏主要是靠什么来赚钱的？(游戏不充值 靠什么赚钱？)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/07dcb1ed9693f52a6e42c65e528e9266.html>

范文网，为你加油喝彩！

我是从10年开始涉足网游，那时候，创业失败，心灰意冷，找了份闲职，然后沉迷于网络游戏，后来，我在网络游戏里发现了商机，可是身无分文，身上唯一剩下的只有300多块钱，我果断的留下一个星期的伙食费，把剩下的钱全部投入到网游，开启了网络游戏的微创业，一个月后，我赚了1000多块钱，3个月后，每月的收入超过5000元，随后是每个月收入突破10000元……，

到目前为止，拥有近10年的网络游戏畅玩和微创业经历，玩过几十款网络游戏，进行过10余款网游的微创业，成功掘到自己的第一桶金；现在将这些经历分享给大家，希望大家在网游畅玩的同时，更能找到在网游里属于自己的事业。

网游微创业，就是在网络游戏里进行的创业，网络游戏是个虚拟的社会，在这个虚拟社会里拥有和现实社会一样的功能，基于这个虚拟社会所进行的创业，我把它叫做网游微创业。网游微创业，不需要你去工商注册，也不需要你投入多大的资金，你可以全职，也可以兼职，你甚至每天只花1-2个小时，你只需要有一台电脑或者一部手机和一条网线，下载个网游的客户端，注册网游账号和角色，就可以开启网游微创业，进入网游掘金，开创属于自己的网游事业。

你说的这两个都是竞技类的游戏，竞技类的游戏盈利模式和其他网游还是有区别的，想要盈利的话大概有以下几个要素，请参考。

游戏本身素质要跟得上，也就是首先得好玩，先吸引到玩家，让数量上去，玩家人数多了，愿意充钱的玩家才会多，游戏不好玩说什么都是白搭，英雄联盟CF都是比较火爆的竞技类网游，手游中的王者和吃鸡也什么的信是一样。

收费物品不能过于影响游戏平衡，比如英雄联盟和王者荣耀这样的moba游戏，收费的地方有买英雄，皮肤，铭文等等，个别英雄只能花钱才能得到，像是赵云，嬴政，武则天，这些英雄也不是说选了就能赢那么厉害，主要还是看玩家自己对游戏的理解，皮肤之类都有很小的属性加成，对游戏体验影响并不大，这样不花钱的玩家才不会觉得不平衡，从而持续的玩这个游戏。

不定期搞一些小活动，少的更是有首充1块的，赵云充值6块就可以得到，钱不多，玩家既然长期玩了，充这点小钱还是愿意的，虽然钱不多，可是玩家多呀，一个6块，要是几千万人都充了呢，这个数额就有点吓人了，也有土豪玩游戏花钱很随意的，普通玩家攒金币买个英雄可能要很久，可花钱的话想买就买了，然而这个钱花出去以后对游戏中的平衡性没有丝毫影响，这就是游戏收费模式合理的地方。

顺便说说以前我玩传奇世界的事，和几个朋友玩了有一年左右吧，玩到44级，那时候还是充点卡的，后来收费取消了，游戏变成了道具收费模式，好家伙，开了新区我们几个玩了，刚过了第一天晚上，有人40多级了？，因为商城有卖加速升级的道具，然后我们就弃游了，这让不花钱的玩家怎么玩？

mmo网游这方面还是不好控制的，花钱的玩家更少，但是个体花费的会更多，经常听说某玩家玩个游戏花了几百万上千万的，还真是有，但英雄联盟这样的游戏，不花钱一样可以玩的很过瘾。

网络游戏赚钱的方法有很多。说说我的吧，以前没参加工作的时候，和朋友玩魔兽世界刷金币买点卡换钱、开金团带老板、带做成就、代刷坐骑 好多地方都可以挣钱。

上班后早上下班就玩传奇私服，找对服，跟住老板 给老板刷元宝、装备，基本一天一两百，点好的话刷出个顶级装备那就是大几百了。传奇私服里的老板都不把钱当钱看的，往往我们几个甚至十几个打工的 给老板提供装备 元宝。

游戏就玩过这两个，也就一直专研发现赚钱的套路。其实不管干什么，认真专研投入时间，总会有钱赚的！

玩了这么多年网络游戏，见多了游戏公司的各种套路，下面分享下游戏公司开发一款网络游戏后靠什么赚钱：

1、玩家购买游戏道具

比如LOL、CF、王者荣耀等会定期频繁的推出各式各样的皮肤、道具，就是为了刺激玩家消费，有消息说王者荣耀每天光卖皮肤的收入就可以达到1.5亿；

2、开盒子、抽宝箱等活动

有些游戏道具弄的像彩票一样，必须玩家开箱子、刮刮卡等才能抽到自己想要的东西，游戏公司为了赚钱往往是玩家抽了成百上千的箱子也未必能抽到自己想要的东西...

3、游戏比赛

LOL、CF这种游戏已经成为了一种品牌，超大流量衍生出了大大小小各种联赛，往往中大型的比赛，门票可以炒到上千元，一些热门的总决赛比赛还会存在一票难求的样子...

4、流量变现

部分游戏还会跟商业进行合作，比如吃鸡的能量饮料是可乐装，或者出相关的专属道具，或者玩家购买相关的产品来抽取CDKEY兑换，这笔费用同样不小；

5、产品周边

LOL、CF类游戏比较成熟，相关的周边手办等比较多，像LOL正品的手办最低价也是在100-300左右，如果是限量版品质极高的也是有钱也难得买到，喜欢手办的大有人在，炒到成千上万也是被秒抢；

总结：流量就是钱，有流量的游戏，老板坐着数钱就行了！！！

一款游戏的开发，或许赚钱不是他的目的之一，但用这个游戏赚钱是游戏制作人必须要考虑到的事情，毕竟一个游戏的研发与制作需要消耗的财力物力是蛮大的。

游戏出售

steam上的大部分游戏都是需要购买的，还有国外的3A力作，当然了这一类游戏大部分只需要购买一个游戏就可以，而内部道具是不需要花钱的，但是也有一些游戏是内部道具还是需要花钱的。

一款游戏，小则几十块，动辄几百块，很多人表示太坑钱了，不舍得去花这个钱购买游戏来体验。但这，和国内游戏的赚钱模式相比，小巫见大巫！

zynga模式

国内基本上所有的网络游戏公司，运用的都是zynga这一套模式，这是一套被验证成功的商业模式，就不停的复制，出售虚拟物品，然后再看运营数据，不停的优化。美其名曰，精细化运营。

下面分别说一款手游，这款游戏已经把zynga模式运用到了极致！

时空猎人

不知道大家有没有玩过这款手游，类似于地下城的2d横版格斗游戏，当然了，我不是让大家去玩啊，也不是做推销，也不建议大家玩这款游戏，因为它对于zynga模式的运用真的太恐怖了。

游戏中有个内容叫做“精灵芯片”，高中物理必修一课件“精灵芯片”可升级可升星，当然了这没毛病，“精灵芯片”都是有属性的。

比如：A芯片属性是霸体，霸体都懂吧，不做介绍；等到A芯片已经赚不到钱的时候，再出个属性是破霸的B芯片，破霸，顾名思义就是破解霸体...。然后后面又是超霸体，超霸体后又是超破霸...。等到霸体淘汰了，就直接取消霸体这个设定，然后新一轮的霸体破霸又开始了...。游戏中的宝石、坐骑、符文都是一个道理。

玩游戏？开什么玩笑，你一直在被游戏玩，好吗？

点卡收费

点卡收费模式在国内网络游戏之初是非常流行的，石器时代、QQ幻想、魔力宝贝、梦幻西游、魔兽世界、无尽的任务...。

后来因为种种原因，点卡收费模式渐渐地被取消，现在只有网易还在使用点卡收费模式，大概吧！

感谢大家一直以来的支持，我会继续努力，持续输出优质内容，大家游戏方面有不懂的地儿也可以联系我，我和度娘已经达成了战略合作伙伴了，只要我在百度输入，度娘就会告诉我答案。

很高兴能回答你这个问题，作为一个玩了很久游戏的玩家，你这个问题问的好。

首先游戏运营靠什么赚钱，这个很多我就大概说几点吧。

首先，一个好玩的游戏，注册的玩家基数一定大，如800万勇士或者十年魔域，魔兽之类的，玩家都比较多，一个好的游戏运营起来必须要大量玩家和每天都涌入新玩家。

点卷充值是每个游戏必备的功能了，以前的英雄联盟就算说不充钱也能玩公平游戏，但是花钱买皮肤的还是占比例非常多，像800万勇士之类的充钱氪金更是不在少数每天的流水账就是恐怖的数字。

装备买卖，大多数游戏都具备的功能，抽取提成或者拍卖场的优惠券之类的服务都是要钱买的，当然这是属于小钱。

广告费，这个多多少少都会出现在游戏里面，广告也是能赚的。

还有游戏官方外设商城，手办啊，模型啊，衣服啊，生活用品，海报，贴纸随便一个东西卖的贵的很，买的人也多的很。

游戏的代理费，当初如地下城在外边代理回来中国费用高的很，所以游戏的代理权也是赚钱的方法。

将好的游戏拍成电影，制作动漫，改成小说肯定会有一大堆的爱好者去追。到时候点击量之类的赚钱也是杠杠的。

总之一句话，没有不赚钱的游戏，每个好的游戏都有一批忠实粉丝，每天都在贡献自己的钱包，我天选之人。

希望能帮到你，祝你生活愉快，觉得有用可以点个赞加个关注哦！

对于运营商来说，游戏中的商城是主要挣钱的方式，这个网络游戏一般都会有。再者，官网上搞搞活动也可以卖点道具挣钱。或者线下组织什么活动啥的，都可以挣到钱的。

对于玩家来说挣钱的方式取决于游戏的内部流通，比如角色装备，可以交易的道具，金币，带老板打本，或者搞搞拍卖行，从游戏中的经济体系中进行买卖。这个就像股市一样，买点材料装备囤货，然后在合适的时候在抛售出去挣点钱~

现在游戏赚钱的方法多的很，随便一个什么活动都是充钱的，所以要想玩游戏 玩的开心还是的玩那种不花钱的游戏《龙门神途》现在很多人选择，担任现在该这里赚钱都行，散人搬砖打材料是很好的选择。

网络游戏盈利大楷分为以下几种：

游戏充值卡盈利 游戏充值卡的销售是网络游戏最早的一种盈利模式也就是包月的盈利模式，玩家通过包月购买游戏充值卡获得进入游戏的操作时间，从而享受游戏带来的乐趣。而点卡中的金额是根据玩家在线时间的长短来进行消耗扣除的。在过去传统的网络游戏中，盛大公司在推出它的第一款游戏《泡泡堂》之前，国内几乎所有的网页游戏运营商都是采用的这种盈利模式。年，以《第九城市》为首的游

戏运营商开始将游戏充值卡的收费模式改为以包月的模式消费，这一步的举

措便捷了玩家进入游戏的方式，收到了广大的欢迎。

与传统的网络游戏不同，网页游戏对时间的要求相对宽松，如果还是以时间

作为消耗量的销售点卡的形式，玩家恐怕不会进行购买，而网页游戏更倾向于购

买充值卡为游戏角色中的特殊功能进行充值，充值卡不是为了购买时间而是买足

玩家对游戏的特殊体验和功能上的需求。早期的网页游戏《武林足球》是包月 充值卡的代表之作，这种盈利方式简单而且普遍。然而就目前的市场来看，这种模式已经不能满足市场的需求，正渐渐的被其他的盈利模式所代替。

游戏代练盈利 免费的网络游戏是指游戏时间免费，而对游戏增值服务进行收费的网络游戏。

比如销售装备卡、道具卡、双倍体验游戏卡等。这一模式也被业界称为IB模式（item billing，即道具销售）。目前国产网络游戏中深受玩家喜欢的《神仙道》就是一款标准的免费网页游戏。玩家上线游戏无需支付货币或电子币就可通过完成游戏中设置的免费任务、副本战场等环节达到增加经验、升级的目的。但是要想在游戏中获得更多的胜利就必须升级使用游戏角色拥有好的装备和高等级的角色属性，而这些装备一部分可以通过完成游戏任务获得，另一部分比较珍贵的装备则必须通过游戏电子钱币购买。此外在《神仙道》中还设置了很多开宝箱活动，在开宝的过程中会有机会开出非常珍贵的甚至是无法用游戏电子钱币购买到的装备这对于广大玩家来说有着极大的吸引力类似赌博的心态。在单价相you make me wanna歌词对低廉的情况下大部分玩家都会抱着试试看的心态购买宝箱数量，有着庞大玩家基础的《神仙道》每天在开空箱环节上就能获得较好的收益。可见这种在免费网络游戏中变相促进道具销售的方式利用玩家渴望道具、博彩的心理使玩家从被动购买转变成主动购买

媒体广告盈利 目前，网页游戏主要的广告盈利模式为游戏的内置广告，网页游戏的游戏内置广告是指计算机信息管理论文通过游戏为媒介在游戏内投入针对性的广告产品，主要表现形式为静态、动态、游戏道具冠名等形式。根据最新的艾瑞咨询公司网页游戏发展报告中指出，年美国网页游戏内置广告市场规模就为亿美元占整个游戏内置广告

市场规模的，未来预计年这一比例将达到。而在中国游戏内置广告的模式正处于摸索阶段，在年中国游戏内置广告规模为亿，预计年规模超过亿。

在网页游戏当中游戏内置广告形式不受拘束，可以是游戏中的某款道具也可以是游戏内房屋上的广告牌，玩家往往不经意间成了广告的受众，并不会有强迫接受的感觉。同时，这种广告的植入在某种程度上增强了游戏的现实感，有利于玩家的游戏体验。网页游戏内置广告的模式在年就进行了相关的研究，但由于受到当时网页游戏发展条件的客观制约和用户接受程度的限制，并没有得到普遍的推广发展。但网页游戏经过两年的发展，有利的客观环境已今非昔比，主要表现在用户接受程度提高，据调查表明，用户对游戏内置广告的接受程度逐年上升，年数据显示，有的网页游戏用户在游戏中注意到内置广告，这当中有的玩家表示不在乎或者可以接受游戏内相关广告内容，并且最终表示会购买广告产品的用户比例的达到了。这说明了内置广告对网页游戏用户来说具有良好的传播效果，并且用户对其认可程度也在不断提升。

需要指出的是，网页游戏在选择品牌内置广告时，必须要和游戏本身背景相契合，一方面具体依据游戏的类型来安排广告的内容，令一方面厂商和广告商需要协调将内置广告自然化，协调化，否则容易造成适得其反的效果。丰富的盈利模式是一个行业持续稳定发展的重要保障，随着网页游戏市场规模的不断扩大和用户认知程度的不断提升，网页游戏内置广告的时机已经悄然来临。我们有理由相信，在年，网页游戏内置广告的盈利模式将会成为网页游戏盈利模式的主要补充之一。

异业合作模式 异业合作模式能够最大限度的河南省高考改革利用企业现有资源、减低企业成本、增加利润，受到了广大网络游戏企业的青睐。网络游戏异业合作内涵与分类异业合作是指两个或两个以上的不同行业的企业，利用各自领域中的销售优势，面向相同或相似的用户群体，通过相互推广宣传以及开展合作活动，到达双赢局面的经营策略。

其核心包括两方面，一是行为主体为不同行业的企业；二是以合作的方式开展行动。异业合作包含的形式多种多样，但针对于网络游戏的异业合作而言，主要有以下三个形式：推广宣传型异业合作、营销渠道型异业合作和价值再开发型异业合作等。

推广宣传型 推广宣传型异业合作是指游戏公司利用其他行业产品作为推广平台，宣传造势，从而达到扩大自己产品的知名度，提升网络游戏产品的活跃用户和市场占有目的。如《魔兽世界》借助于可口可乐的电视广告将游戏形象传播给广大电视观众。在广告中可口可乐的形象代言人喝下可口可乐之后，变身为游戏中正义的形象将变身为邪恶的魔兽击败。不论是从广告的情节上，还是从广告的画面上，都给观众留下了很深的印象，为《魔兽世界》的宣传推广起到了很好的效果。通过这种改变形式的宣传，不仅突破了国家广电总局对于网络游戏节目或广告播出的政策限制，而且借助可口可乐的品牌和营销力量对《魔兽世界》成功进行了大规模的非、非游戏圈推广，大大增加了自己的潜在用户。

另外营销渠道型游戏自身作为营销平台价值再开发结合线上品牌线下化，线下品牌线上化，以上分享经验来自千品游，更多资料您可以搜搜看

更多作文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/92_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](https://www.wtabcd.cn/fanwen/)开发