

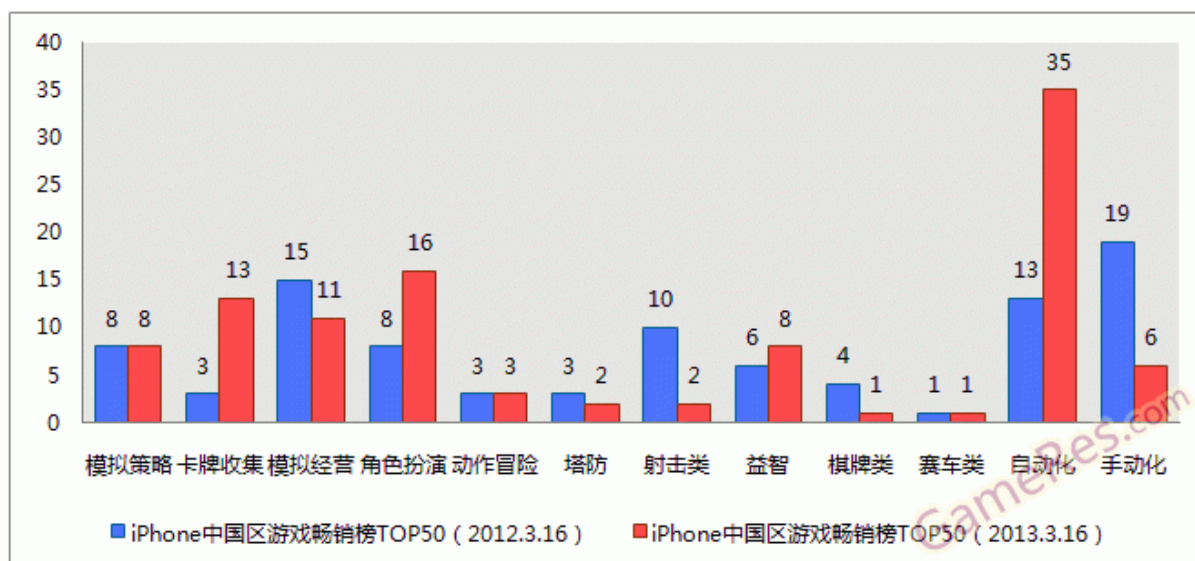
2012~2013 手游产品市场变化总结

2013 开年至今，从各游戏平台的产品数据与火爆程度来看，似乎今年必将成为彻头彻尾的“移动游戏年”。现象一，前两年蛰伏与打拼的手游公司纷纷崛起，主打产品纷纷进入市场；现象二，智能手机低端化与普及化带来高速增长新用户流量，进而不断催生出千万活跃用户量级的手游产品；现象三，移动游戏产品的游戏性日渐增强。产品玩法与社交黏性大大增加，加之移动平台自身优势，使优秀作品在用户活跃与留存上获得极佳的数据反馈。现象四，相比端游与页游产品，手游付费回馈爽快直接，盈利模式清晰化且 ARPU 值明显提高。现象五，手游市场规则仍在极速扩张，除已有手游产品与研发资力外，传统端游页游公司与人才海量涌入手游市场。竞争极速加剧。现象六，手游产品“精品化”加速。市场竞争加速手游“精品化”进程，“设计为王”的时代已到来。“优者存，劣即死”，设计能力决定产品生死。

开篇基于 2013 年手游市场特点的分析结束，进入本文正题：从产品角度，尝试对 2013 与 2012 年畅销手游产品进行分析。进而试图总结出 2012 到 2013 一年时间内，手游产品市场发生的一些改变，如：

- ◆热门手游类型分布的变化
- ◆复合性游戏类型
- ◆用户行为与倾向的变化
- ◆游戏类型与付费关联的变化
- ◆手游目标用户细分

上为九保个人总结出针对手游产品市场变化的几个切入点，虽为沧海一粟，但亦可一叶知秋。下面是 2012 年与 2013 年 iPhone 中国区游戏畅销榜 TOP50 游戏类型分布（文末附有“2012 年与 2013 年 iPhone 中国区游戏畅销榜 TOP50”详细排名）：



我们从游戏类型层面，将所有游戏划分为模拟策略、卡牌收集、模拟经营、角色扮演、动作冒险、塔防、射击类、益智、棋牌类、赛车类。从操作方式上，划分为自动化、手动化两类（半自动半手动的操作如《PVZ》本轮一并归类到手动化中），对两年同期畅销榜 TOP50 的游戏进行类别划分，得到上图的数据。从数据对比来看，2013 对比 2012 年，热门手机游戏类型发生一些明显的变化。变化一，卡牌收集类游戏迅速崛起，并占据排名第一梯队，如《我叫 MT Online》、《大掌门》等；变化二，横版过关角色扮演类手游产品增加，如《神将传奇 OL》、《调教三国》等；变化三，强操作类手游数量减少，如《杀手》《Sky Gamblers》等已滑出 2013 年 TOP50 畅销榜；变化四，用户操作门槛下降，自动化操作的热门手游数量快速增长。下面九保将从以上手游产品类型的各变化点，结合一些手游产品实例，尝试对 2012~2013 年手游产品市场的类型分布、用户行为与倾向、产品类型与付费、目标用户等方面的变化作出一些分析。



一、手游产品类型的变化

从 2012 与 2013 年 AppStore 手游畅销同期排名来看，手游产品的游戏类型变化明显。用户倾向的改变，以及厂商对市场关注度变化的及时反馈，都成为两年同期排行游戏类型发生明显变化的动因。

卡牌收集类手游迅速崛起

卡牌收集类手游无疑是今年当下最火爆的手游类型与赚钱利器。《MT》、《大掌门》、《三国来了》等国产卡牌手游也早已跨越千万流水的门槛，在畅销榜中也从去年同期的 3 款增加到今日的 13 款。去年同期排名第一梯队的卡牌收集类手游仅有 3 款（《三国来了》、《宠物猎人》、《唤龙世界》），而今日排

名中涨至 7 款（《我叫 MT Online》、《大掌门》、《魔卡幻想》、《三国来了》、《萌江湖：豪华版》、《逆转三国》），且有不断上涨的趋势。从数据来看，今日 TOP50 中有 13 款是卡牌收集类，约占据总数的 1/4。

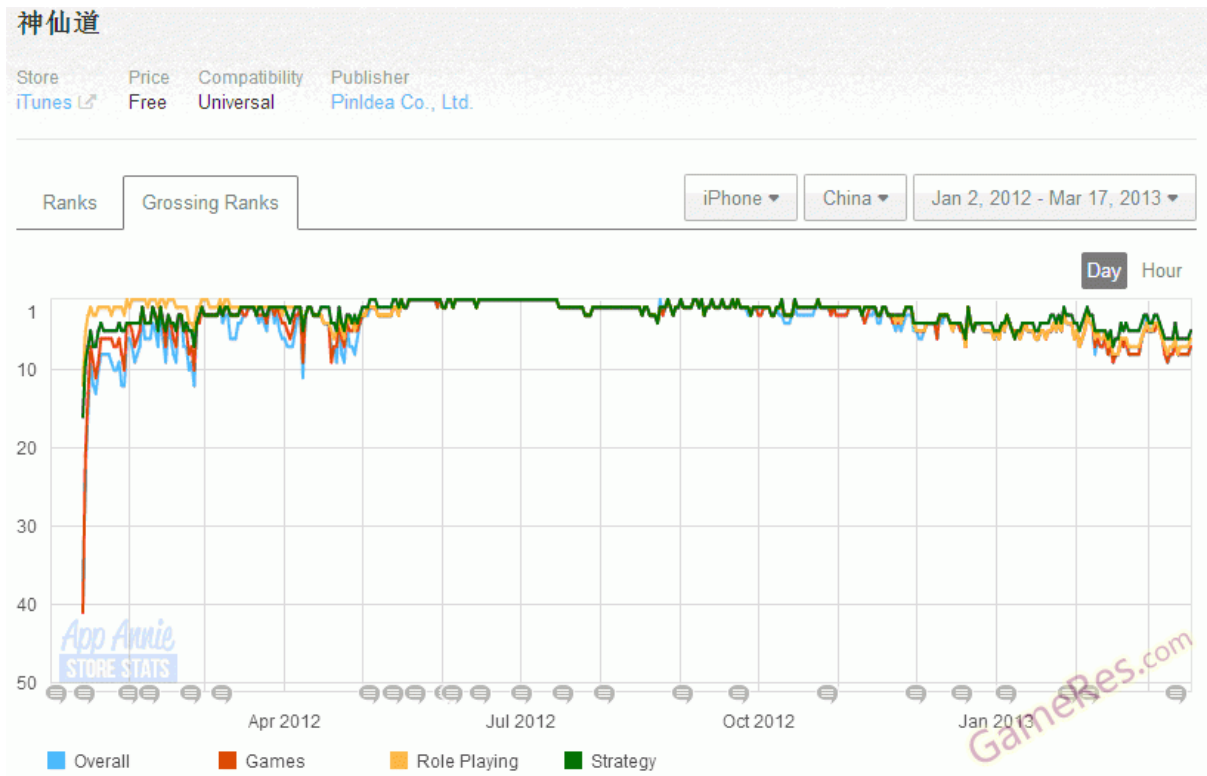


卡牌收集类手游的崛起的原因，不外乎如下：一、游戏类型符合用户碎片化时间习惯；二、操作简单直接，关注结果而非过程；三、变化多端的外延包装，如三消类、攻防类、TD 类；四、产品市场自身洗牌与厂商外部推动。可以预见的是，2013 年卡牌收集类手游的市场需求仍未饱和，仍存在一个成长和爆发期。卡牌游戏内部也必将走向精品化与微创新之路。这一点九保会在下文中分析到。

横版过关类 RPG 数量增加

此类手游主要以《神仙道》为代表的一大批国产横版角色扮演类手游。2012 年《神仙道》IOS 版推出，成为其时国内火爆的横版 RPG 页游在移动平台的第一款试水产品。终 2012 一整年，《神仙道》IOS 版基本保持在中国区畅销榜前

10 以内，优异的数据反馈加速国内同类型产品的迭代复制。与去年同期相比，此类横版过关 RPG 数量从数款增加到十款左右，在今日畅销榜 TOP50 中约占 1/5。



《神仙道》及其横版过关类 RPG 数量同比增长，说明：一、热门的横版过关 RPG 页游移植移动平台的可行性；二、以自动战斗、挂机、推图关卡为核心玩法的横版过关类 RPG 一定程度匹配移动平台用户特点；三、此类产品在手游市场也未饱和。

强操作类手游数量减少

强操作要求类手游，一般为 3D 射击、飞行或赛车等类别，大多对玩家有较高的游戏操作要求与门槛。用户成长也主要为操作成长，而非能力或数值成长等。在去年同期产销榜中，第一人称射击类（如《Modern Combat 3》等）、飞行射击类（如《Lightning Fighter》、《MetalStorm: Online》等）、赛车类（《Asphalt 6:Adrenaline》等）等各种游戏类型共有 10 余款，到今年今日同期榜单中，仅有 2 款射击与 1 款赛车类游戏，成为榜单中名副其实的“小众”游戏类型。



赛车、射击等类型手游的“流失”原因，一则对国内手游用户而言，此类型游戏并不算“大众”（想一想《小鸟》、《割绳子》、《僵尸》吧）；二则过高的操作要求抬高了用户门槛，进一步缩减了用户人群；三则国内“更友好”的国产手游占据榜单后，此类游戏必将迅速迭出榜单。

自动化操作快速增长

九保在《手游设计为王:对比大掌门、COC、亡灵》一文中曾提到：“在“简单直接”的设计理念下，手游越来越趋向结果导向而非过程”（全文：http://www.gameres.com/msg_205200.html）。碎片化时间用户行为的大前提下，自动化操作设计明显更加符合用户习惯。从榜单上看，相比去年同期，自动化操作手游数量从 13 增加到了 35 个，在 TOP50 中约占 70%。可以时下绝大多数热门手游，均为自动化操作，完全手动操作的手游已屈指可数。

自动化操作手游的快速增长，除了用户行为习惯要求外，与手游市场产品类型变化也是紧密联系的。上文提到的卡牌类手游与横版过关 RPG 类手游均是自动战斗操作，二者之和已经占据排名前 50 中的一半。加之模拟飞行、射击、赛车等强手动操作类型游戏的减少，其余类型除几款动作冒险类手游（如《Eternity Warriors 2》、《英雄战魂 Online》）因其产品特色为手动操作外，剩余基本皆为自动或半自动操作。

可以预测的是，自动化操作必定会成为移动互联网产品、包括手游类产品的基准规则之一。即便强操作类型手游，也需充分考虑操作便捷性，降低门槛和增加辅助操作等设计，才能成为真正“大众”型产品。

二、复合性游戏类型的创新

两年同期畅销期排名的另一个变化是，2013 年的热门手游逐渐从单一游戏类型转型为复合性游戏类型。即游戏特色从单一的游戏类型转变为多类型的复合型产品。复合性的游戏类型，核心是一套坚固的成长体系与战斗模式，表皮则可以是各种特色各异组合方式。下面以为卡牌收集类与跑酷类两种游戏类型题材阐述之。

卡牌类游戏类型创新

以今日中国区最出名的几款卡牌类手游来看（《Clash of Clans》是复合游戏类型的集大成者，列于此处参考用），表皮类型均为卡牌收集类型，但又不仅限于卡牌：

游戏名	游戏类型
《大掌门》	卡牌、回合、角色扮演、养成
《Clash of Clans》	模拟经营、策略、塔防、养成
《逆转三国》	卡牌、三消、养成
《我叫 MT Online》	卡牌、回合、养成、职业搭配

上表中可以看出，尽管几款游戏均以卡牌作为包装，但核心玩法却各不相同。《大掌门》侧重于“神仙道”类的回合战斗以及 RPG 倾向的角色能力养成；《逆转三国》则为典型的“三消”类玩法，适合人群与前者截然不同；《我叫 MT Online》继承了魔兽世界的职业体系，职业搭配组合在回合制战斗模式中至关重要。至于作为参照的《Clash of Clans》完全是一个异常成功的“四不像”游戏：模拟经营、模拟策略、塔防、养成、即时战斗.....你会觉得任何一个游戏类型都适合却又不能完全概括之。



综言之，卡牌收集只是表皮，如同策略、回合、经营、养成等其他各种千变万化的表层玩法一样，内核仍然是一套坚固的能力成长体系。只要内核不变，是不是卡牌包装，倒显得不是那么得重要了。

跑酷类游戏类型创新

跑酷类游戏主要考验和训练游戏玩家本能反映的一种游戏类型，需要玩家在快速移动中对周遭事物和环境作出正确且合理的判断与行为。近年来涌现一大批精品跑酷游戏，如《飞行背囊》、《神庙逃亡》等。这些游戏大多基于跑酷游戏的最核心玩法——在快速移动中对周遭事物和环境作出正确且合理的判断和行为，这一理念，加入细致的养成玩法，从而让简单的游戏充满了重复挑战的乐趣和成就感。



但很快一成不变的传统跑酷类型早已不能满足审美疲劳的玩家需求，于是各种“变异”型的跑酷游戏迅速涌现。这种“变异”更多是将跑酷玩法与其他游戏类型相结合，衍生出各种“非传统”的跑酷体验，如《勇闯死人谷》与《Dragon Flight》。



游戏名	游戏类型
《勇闯死人谷》	跑酷、3D、FPS
《Dragon Flight》	跑酷、STG、养成

《勇闯死人谷》最夺眼球的设计是：跑酷 FPS 化。简言之，将跑酷与第一人称射击游戏合二为一，突破传统以 2D 平面为主的跑酷玩法，成为跑酷手游中独一无二的创新设计。气氛真实、临场感十足的的游戏感受让玩家大呼过瘾。

《Dragon Flight》的最大特色是将“飞行射击”与“跑酷”无缝结合融为一体。此游戏在跑酷游戏的核心玩法上，嵌套了飞行射击游戏的关卡表现与操控，将传统跑酷“制造障碍——躲避障碍——刷新记录”的玩法模式转变为“制造障碍——消灭障碍&躲避障碍——刷新记录”的新模式，给玩家提供了极大的成长和养成空间。

金庸借独孤求败写到剑法的最高境界：“四十岁后，不滞于物，草木竹石均可为剑。自此精修，渐进于无剑胜有剑之境”。游戏产品亦是如此，类型本身的划分更多是浮于表皮的产品范畴，而游戏的根本信条则是触及人心、囊括人性、以人为本的艺术情愫。

三、用户行为与倾向的变化

在用户行为与产品倾向方面，我们主要依据前后同期榜单的产品类型数据的变化，来试图总结出游戏用户在行为习惯与产品倾向上产出的一些改变。本文在开篇第一部分“手游产品类型的变化”中讲述到手游产品类型的四点变化：

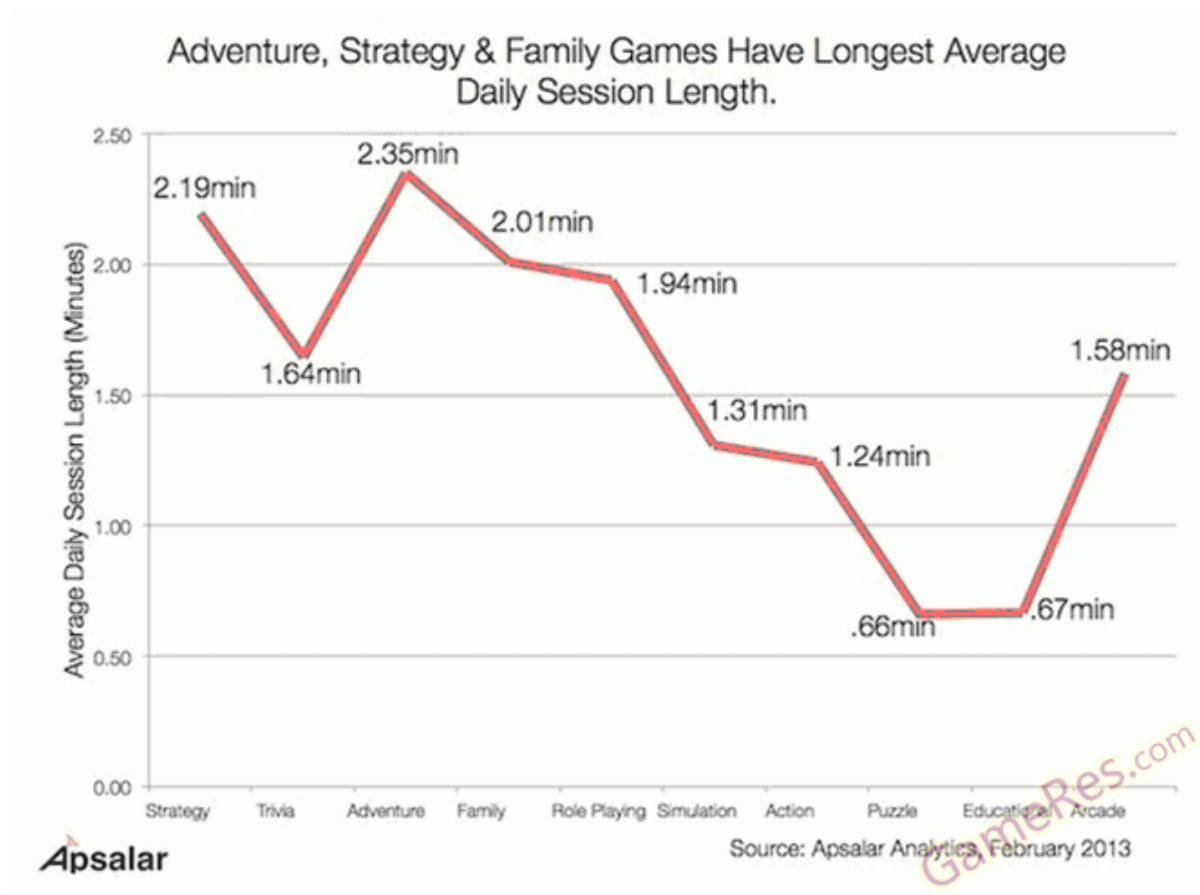
◆ 卡牌收集类手游迅速崛起

- ◆横版过关类 RPG 数量增加
- ◆强操作类手游数量减少
- ◆自动化操作快速增长

从热门手游产品类型的变化，尤其是卡牌类与横版过关类 RPG 手游类型大幅增长，分别上升到总数的 1/4 与 1/5，可以间接得出我们的第一个结论。

用户更倾向碎片化时间类产品

《数据:手游类型与付费率/游戏时长的关系》一文中，写到移动应用分析公司 Apsalar 的数据分析结果：“从平均每日单次游戏时长来看，这所有游戏产品都呈现碎片化形态，单次游戏时间都低于 3 分钟。其中策略类、冒险类、家庭类、RPG 类单次时间较长，在 2 分钟左右。Puzzle 类、教育类游戏时间最短、单次仅 40 秒（全文：http://www.gameres.com/msg_204564.html）”。很明显，在碎片时间占用方面，策略类手游高于卡牌类或者角色扮演类等其他手游类型的。



从去年与今年同期榜单看，模拟策略类手游数量相当（《二战风云》、《三国志 ONLINE》、《卧龙吟》等），都占据总数约 15%。一方面代表了 SLG 这种主流的移动网络游戏的生命特征、玩家高强度的时间与金钱投入；但在另一方面，相比去年同期，今年玩家在榜单的游戏类型选择上，有了更多“碎片时间倾向”的类型选择（如占总数 1/2 的卡牌类与横版 RPG 类），且这些游戏类型本身策略性较强，SLG 类型的玩家流量也很容易导入。

其他类型上，射击、塔防等单次耗时相对较多的游戏类型遭遇卡牌等低耗时类型的“血洗”，上榜数量大幅降低，基本沦为榜单“小众”。所以对开发者来说，设计出更适合碎片化时间玩法的手机游戏产品，便显得至关重要。

用户更倾向自动化操作类产品

上文中我们分析道：TOP50 榜单中自动化操作手游数量从 13 个增加到 35 个，约占 70%。这一数据相比去年的 26%（去年前 50 榜单中自动化操作的约为 13 款，占 26%）增幅迅猛，可见一年时间用户在游戏操作要求上发生的变化。

值得一提的是，自动化操作，更集中于战斗自动化。主要面向策略、卡牌、角色扮演、动作冒险等先天拥有战斗系统的游戏类型。这类游戏一般将养成与战斗独立分开。除追求对界面操作的简化外，在战斗操作方面也尽量实现“自动化”或“半自动化”。如国产卡牌与横版角色扮演类手游的战斗操作，均遵循“少操多看”的方式，战斗结果由服务器预先算好，玩家可选择观看或跳过战斗直接查看结果，如《神仙道》、《大掌门》、《三国来了》等。而一些以为战斗为核心的动作冒险或角色扮演类手游增加了许多操作辅助手段，如《亡灵杀手夏侯惇》的自动索敌、《武士大战僵尸 2》的自动攻击、《忘仙》的自动战斗与自动挂机等等。

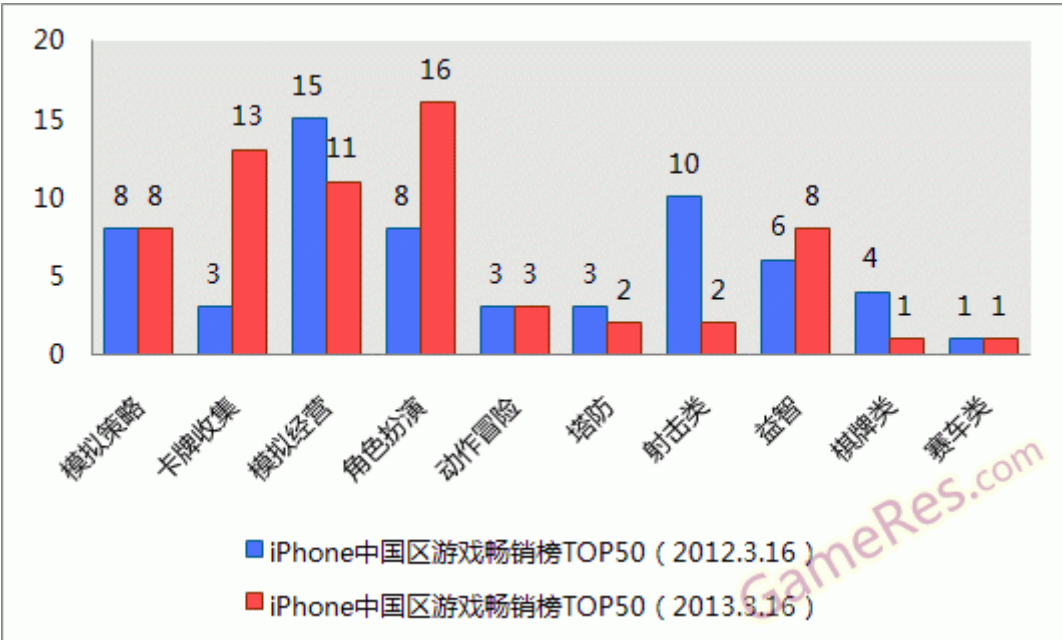


而在其他非战斗操作上，尤其是界面操作,简便与自动化的倾向更加明显。如《神仙道》中点击当前任务关卡按钮，便可自动寻路到传送点并且选择到对应关卡；《大掌门》、《Clash of Clans》为了操作的流畅甚至取消了所有二次确认弹窗等等。

可以说，在产品倾向上，自动化操作的产品会提供更加良好的用户体验，也更加会受到用户的青睐。

四、游戏类型与付费关联的变化

手游的付费模式，基本包括游戏下载（内容）付费、内置购买付费以及广告付费等等。我们要讨论的付费关联更集中于前两者，试图阐明热销游戏类型的分布与付费之间的关联，以及前后发生的变化。在游戏类型与付费关联上，从两年畅销榜不同游戏类型所占比例与数量，即可看出不同的付费特点。再回顾一下两年同期 iPhone 中国区游戏畅销榜 TOP50 的游戏类型分布：



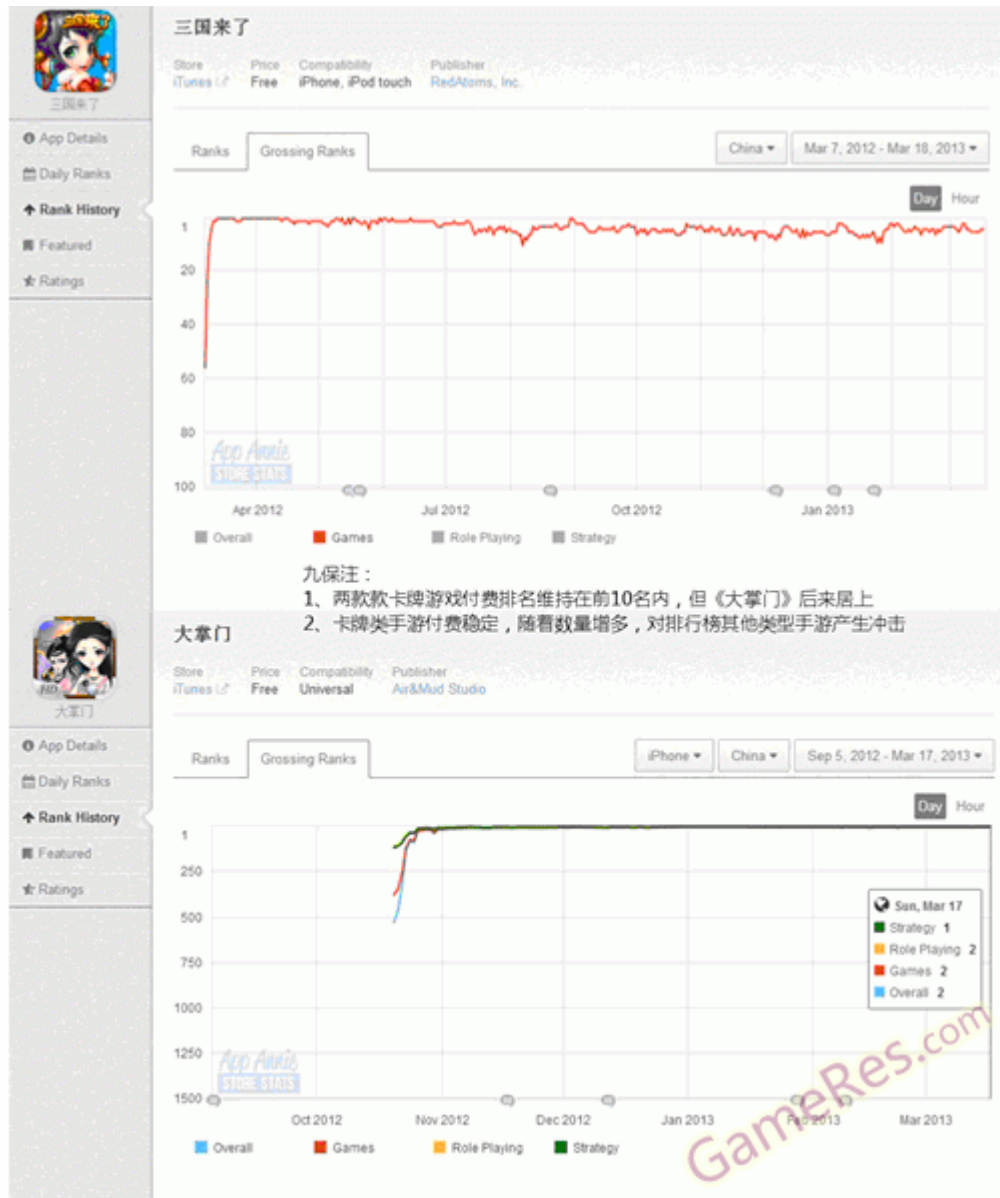
从去年的热销手游类型分布中，我们可以发现特点：一、以为游戏内置付费为主的策略类游戏（包括模拟策略与绝大部分模拟经营类）付费最高；二、以下载付费为主的射击类、益智类等付费较高；三、卡牌类游戏数量较少，付费数量仍较低。

再看 2013 年 3 月 16 日 iPhone 中国区游戏畅销榜 TOP50 的游戏类型分布。相比去年同期，今年的热销手游类型分布发生了以下变化：一、卡牌类与角色扮演类手游付费上升到最高；二、策略类手游付费情况与去年同期持平；三、以下载付费为主的射击类手游付费下滑明显。

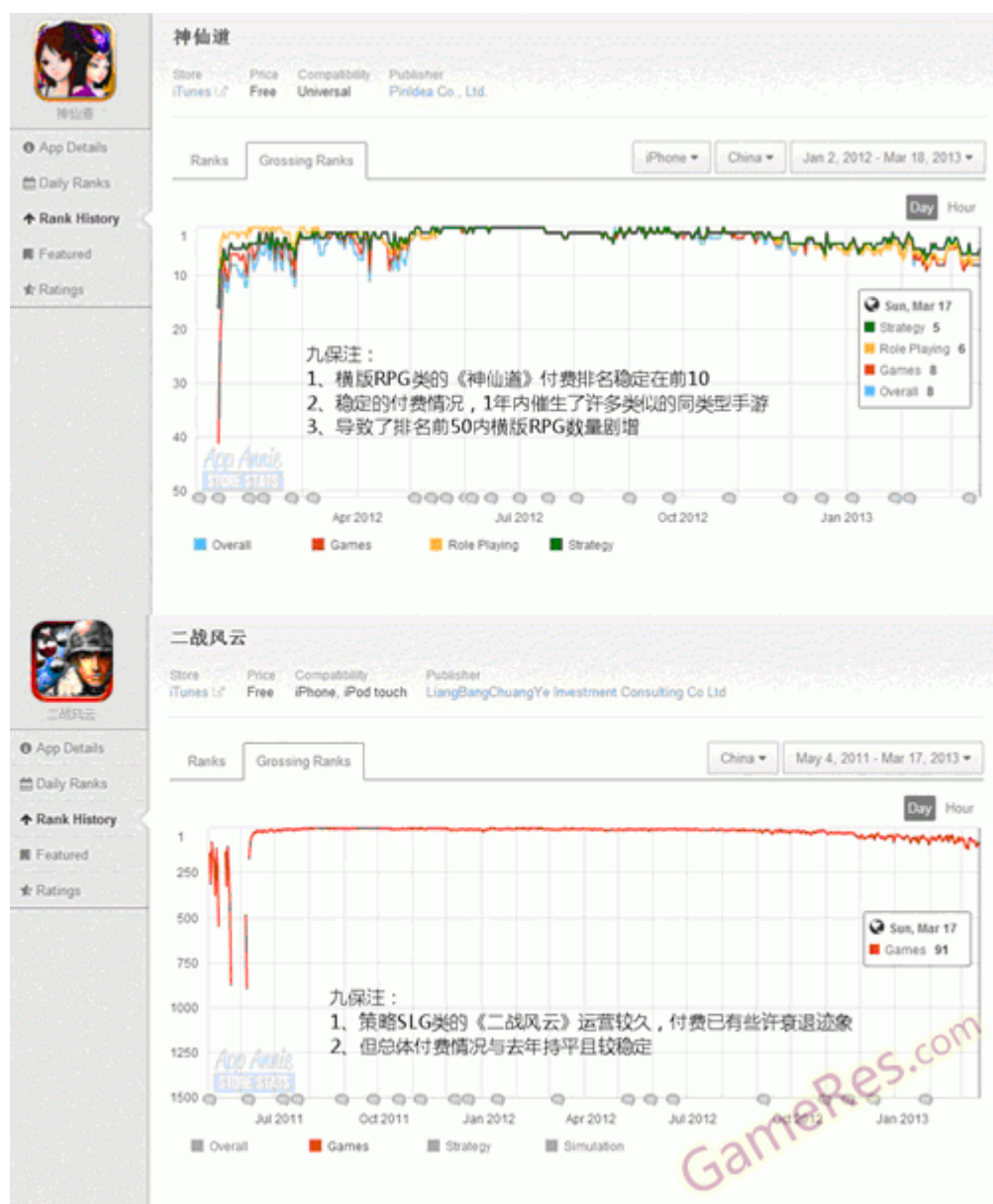
我们再分别查看几款代表性手游收入变化情况：



上图为两款射击类型手游，付费方式为下载付费。从图片中很明显看到，两款手游 2012~2013 年间付费排名下滑明显。



上图为两款卡牌类型手游,付费方式为内置购买付费。从图片中很明显看到,两款手游 2012~2013 年间付费排名均维持在前 10 名以内,整体付费水平稳定。



上图为横版 RPG 类的《神仙道》与 SLG 策略类的《二战风云》的付费排名变化。可以看到，前者运营至今今本保持在付费榜前 10 以内，排名稳定；后者由于题材相对陈旧泛滥、运营时间较久，已出现衰退迹象。

以上是九保从各种游戏类型中甄选出几款代表作进行对比，从各自排名数据对比不难发现：

◆策略类、角色扮演类、卡牌类游戏类型拥有相对较高的付费率，且付费较为稳定。如《二战风云》、《神仙道》、《大掌门》等。几款游戏的 ARPU 值也高于一般手游（如《神仙道》与《大掌门》ARPU 值均在 300~400 元之间）。

◆卡牌类手游异军突起，强大的付费能力对已有排名进行冲击。如已突破 2500 万流水的《大掌门》自 2012 年 10 月底发布以来，很快冲到并稳定在畅销榜前 5 位。而资历更老的《三国来了》更是运营一年来牢牢占据畅销排行前 10 的位置。同样的情况也发生在刚刚流水突破 3000 万的《我叫 MT》上.....总之卡牌游戏的异军突起和强大的付费能力，冲击着排行榜上其他各类型游戏，并加速排名的全面洗盘。

◆SLG 策略类手游受到冲击卡牌类与角色扮演类手游的冲击，产生一定下滑。如《二战风云》为代表的 SLG 模拟策略类游戏，先天生命力持久、付费率高，但由于产品充斥过多，类型老旧且运营时间过长，逐渐出现衰退迹象。

◆下载付费类手游持续付费能力较弱，全面退出畅销排名。如《Modern Combat 3: Fallen Nation》与《Lightning Fighter》均“高开低走”。一次性购买的付费方式，很快滑落到 TOP100 开外。

所以 2013 年以来，集策略、角色扮演、养成元素并重的卡牌收集类手游，以简单丰富的游戏玩法、极高的用户占用率与付费率瞬间成为最火爆热门的手游类型。同时，角色扮演与 SLG 策略类手游仍拥有强健持久的生命力和付费能力，与卡牌类一起成为三种最有付费能力的手游类型。

四、手游目标用户细分

关于手游目标用户定位细分方面，网上并无多少相关论述，这部分更多是九保个人思考。传统端游页游早已习惯面向不同人群的目标用户，进行针对性游戏产品开发。如腾讯系五大 FPS 的定位划分：从低龄化的《CF》到适龄化的《COD:OL》

再到军迷化的《战争前线》。再如淘米和百田的儿童社区页游、15+的《龙之谷》与完全面向军迷的《坦克世界》等。



而在手游目标用户划分上，目前似乎除了从游戏类型的角度（休闲益智如割绳子与小鸟，棋牌如三国杀 QQ 斗地主等等）对不同的用户群体进行细分外（如卡牌类适合上班族、塔防类学生群体更多），但并未从同一种游戏类型（如卡牌类）与用户人群（去上班族）层面进行细分。

针对同一种游戏类型和同一种用户人群进行细分，对一般游戏设计者来讲似乎过于苛进。诚然，碎片化时间的用户行为设计、玩法丰富的游戏类型设计以及简捷流畅的操作设计已满足一款成功手游的全部要素。但面对日益激烈的手游市

场竞争，九保认为对于游戏类型与目标用户的细分上，还是有必要做足提前量的。下面举几个例子。

《保卫萝卜》

《保卫萝卜》的塔防类玩法并不新颖，甚至有些老套。但其新意在于通过画面、声效、卡通形象等元素的包装，将传统塔防游戏模式打造为充满卖萌和童趣的“女生专属”塔防游戏。游戏为塔防类型，目标用户却是女生塔防玩家。



碎片化时间设计

碎片化时间的用户行为设计，已成为手游设计的普遍规则。但若再细分，不同游戏具体类型的单次游戏时长各不相同，如下表：

游戏名	游戏类型	游戏时长
我叫 MT Online	卡牌收集	低
大掌门	卡牌收集	低

神仙道	角色扮演	中
时空猎人 OL	动作冒险	高
忘仙 HD	MMO	高

在具体的游戏玩法时长设计上，如何把握时长的精准度，如何制造用户每天的游戏行为，却不是一句“碎片化时间设计”就能解释清楚的。

上班族的细分

很多页游与手游宣称的目标用户群体都是“上班族”。换言之，设计者似乎就已经一厢情愿的为所有上班族下了定义：碎片时间较多、易分心、电子设备使用自由等。于是他们的产品也围绕此类特点进行设计。如平均每隔 1 小时 1 次的信息推送；每天 12 点与 6 点的限时活动；耗时多效率低的挂机玩法等等。

无可厚非，这些总而统之的做法早已是游戏设计的惯常思路，也确实行之有效。但生活的上班族却有这样的定义：白领、公务员、教师、工人、实习生等等。统一为上班族，每种职业人群的行为习惯、压力、自由度却大相径庭。那么手游设计是否能够将目标用户进一步细分，设计出诸如每天手机闹钟一样准确的游戏应用？又或者在每日游戏启动频率上，给 IT 从业者与公务员作出区分？

以上为九保以 2012 与 2013 年 iPhone 中国区游戏畅销榜游戏类型与排名变化为参考，从热门手游类型分布的变化、复合性游戏类型的创新、用户行为与倾向的变化、游戏类型与付费关联的变化以及手游目标用户细分等角度，对于一年来手游产品市场的各种变化做一些尝试性的分析，力图从产品设计角度总结出一些符合用户行为习惯与市场需求的产品特点与设计思路，以及附带一些九保个人的思考（更多观点交流请查看微博 <http://weibo.com/cevin2012>）。

凌晨已久，天边渐露出第一丝晨霾，该睡觉了，欢迎各位互访交流。

作者：九保

EMAIL: yc_dc@126.com

微博: <http://weibo.com/cevin2012>

不定期撰写一些游戏产品分析，欢迎互听^_^

附：2012 年与 2013 年 iPhone 中国区游戏畅销榜 TOP50

排名	iPhone 中国区游戏畅销榜 (2012.3.16)	iPhone 中国区游戏畅销榜 (2012.3.16)
1	三国来了	我叫 MT Online
2	Modern Combat 3: Fallen Nation	大掌门
3	神仙道	我叫 MT Online (国际版)
4	植物大战僵尸	魔卡幻想

5	二战风云	龙之力量
6	Small Street	三国来了
7	Where's My Water?	雄霸天地(简体版)
8	宠物猎人	神仙道
9	江湖行 2	时空猎人 OL
10	战国	Clash of Clans
11	Infinity Blade II	萌江湖：豪华版
12	唤龙世界	逆转三国

13	博雅德州扑克	三国志 ONLINE(中国版)
14	Fruit Ninja	忘仙 HD
15	开心水族箱	捕鱼达人 2
16	风云三国	富豪传奇(iPhone 版)
17	王者帝国	QQ 御剑天涯
18	Texas Poker	神将传奇 OL
19	Dungeon Hunter 3	悍将三国

20	Smurfs' Village	英雄战魂 Online
21	Asphalt 6: Adrenaline	Find Something - where is my goal!
22	Lightning Fighter	龙之召唤
23	Mole's World	Need for Speed™ Most Wanted OL
24	KingdomConquest	卧龙吟豪华版
25	天朝教育委员会	商业人生
26	博雅•斗地主(支持蓝牙)	一代宗师官方版
27	CHAOS RINGS II	圣域之战

28	Richman 4 fun	欢乐联网炸金花
29	Plants War	QQ 御剑•飞流至尊版
30	BackStab	Kungfu World Pro
31	Final Fury	神战 HD+
32	Japan Life	新武林传奇
33	MetalStorm: Online	博雅德州扑克
34	魂斗罗 II	Toy Story: Smash It!

35	Sky Gamblers: Air Supremacy	Contract Killer 2
36	三国志 ONLINE(中国版)	Eternity Warriors 2
37	三国塔防 - 魏传	海贼幻想
38	Blood & Glory	Ayakashi: Ghost Guild
39	Order & Chaos© Online	三国群龙
40	MASS EFFECT™ INFILTRATOR	神仙道 HD
41	Galaxy Empire	拇指西游-万佛朝宗
42	杀手：僵尸之城	Haypi Monster

43	文明复兴	Temple Run: Oz
44	街头风云	口袋战争：魔界勇士中文版
45	帝王·飞流至尊版	Samurai vs Zombies Defense 2
46	Dream Heights	大城小将
47	杀手	Order & Chaos© Online
48	Draw Something	二战火线：穿越
49	Sacred Odyssey™ - Rise of Ayden	调教三国

50	Cut the Rope	Modern Combat 4: Zero Hour
----	--------------	----------------------------