

# 从2万元暴跌至4000元 《反恐精英2》饰品产业链价格崩盘

中经记者 李哲 北京报道

“游戏是用来玩的，不是用来炒的。”近日，随着Valve公司(以下简称“V社”)对旗下游戏《反恐精英2》(CS2)中“升级汰换”的机制进行更新。一场围绕“游玩不

炒”的拨乱反正由此展开。

“很多几千、上万元的饰品价格直接‘腰斩’。2万元一把的原版‘蝴蝶刀’直接暴跌最低到4000元一把，现在也只是回调到7000多元。”《反恐精英2》资深玩家无双向《中国经营报》记者说道。

## 饰品价格暴跌

这样的机制调整，让玩家心目中皮肤一直涨的“信仰”崩塌了。

“开箱子这个事，就像两块钱一张彩票去赌那奖池里的500万元，让人又上瘾又无法自拔。”一位《反恐精英2》玩家讲述着他在游戏中的经历。

玩家口中的“开箱子”是指在《反恐精英2》游戏中随机掉落的游戏道具。这个“箱子”则大有学问。

“‘箱子’里面藏着各种各样的游戏角色装饰品，外形酷炫的刀，实用的护甲，还有那些高级别永久武器。这些道具渐渐地成为游戏内的社交工具。”游戏玩家章鱼(化名)说道。

一些永久武器、限量版刀皮肤的稀缺性在社交化的作用下其价值被放大，并逐渐形成了一个围绕《反恐精英2》游戏内道具饰品的交易平台。

《反恐精英2》是知名游戏公司Valve开发的一款第一人称射击游戏，于2023年9月上线。CS系列是第一人称射击游戏品类中的知名IP，也是海外游戏平台Steam上玩家活跃度最高的游戏之一。截至目前，其在线玩家数量最高曾突破180万。此前，不少玩家将“刀”和“手套”这些游戏内有概率开出的稀有道具视为高保值虚拟资产，也由此催生出了类似股市的二级交易市场。

记者在《反恐精英2》饰品交易网站上注意到，一把崭新的“M4A4突击步枪”交易价格超过7万元，“蝴蝶刀”的价格同样不菲。

“游戏是用来玩的，不是用来炒的。”近日，随着Valve公司(以下简称“V社”)对旗下游戏《反恐精英2》(CS2)中“升级汰换”的机制进行更新。一场围绕“游玩不

炒”的拨乱反正由此展开。此前，在玩家游戏中随机掉落的饰品，因为其“盲盒式”的掉落和开箱方式，逐渐在玩家之间社交化，并形成了一条炒作饰品的产业链。但随着这条产业链不断膨胀，其在为V社带来玩家吸引力的同时，也逐渐对游戏本

身形成“反噬”。

“二级市场对于V社来说就是带来游戏热度，又不能自己进去赚钱。”游戏产业时评人张书乐说道，“V社或许想通了，可能想要跟风中国游戏。炒家离场、玩家回归，或许才是这次调整的初始原因。”



游戏饰品数据分析平台Steam DT显示，10月22日—24日，《反恐精英2》饰品大盘从1662点直线跳水，暴跌至651点，跌幅超过60%。

本报资料室/图

但是，随着V社在10月23日对《反恐精英2》中“升级汰换”的机制进行了更新，围绕该游戏饰品交易的“盛宴”突生变数。

“‘升级汰换’机制更新后，用5件红色品质饰品，即可在游戏内直接合成一把刀或一副手套。而在之前，这些金色刀具、手套等高端饰品仅能通过概率极低(0.26%)的开箱获取。5件红色品质的‘枪皮’在更新前仅仅几十块钱出售，合成刀或者手套成本极低。”无双向记者说道。

张书乐表示：“有玩家将游戏

里稀缺的高端饰品比作‘数字黄金’，以前稀缺保值大家都买来投资。但现在可以拿5块‘银子’合成一块‘金子’，量产后的‘金价’自然崩盘。”

“很多价格几千、上万元的饰品直接‘腰斩’。2万元一把的原版‘蝴蝶刀’直接暴跌最低到4000元一把，现在也只是回调到7000多元。”无双说道。

这样的机制调整，让玩家心目中皮肤一直涨的“信仰”崩塌了。游戏饰品数据分析平台Steam DT显示，10月22日—24日，《反恐精英2》饰品大盘从1662点直线跳水，暴跌至651点，跌幅超过60%。

日，《反恐精英2》饰品大盘从1662点直线跳水，暴跌至651点，跌幅超过60%。

无双向记者表示：“市场稳定性差，大家也不敢买饰品了，现在有很多投资的、囤货的亏了很多。大多数自用玩家其实也心疼自己的库存跌价。”

但这对新玩家来说似乎是利好。“更新之后，饰品整体降价，新玩家获得一套好看饰品更便宜了。新玩家积极性还是不错的，就是有饰品的老玩家亏钱挺伤心的。”无双说道。

## V社的“烦恼”

在这条产业链中，玩家和玩家之间，玩家和“黄牛”之间上演着一场围绕游戏饰品的“爱恨情仇”。

“炒家离场、玩家回归，或许才是这次调整的初始原因。”张书乐说道。

无双表示：“之前的市场情况是获得了喜欢的饰品先自用，然后转手到二级市场销售也能赚一些钱，相当于理财了，现在相当于大厦崩塌，老玩家不太敢买，可能还是要等市场稳定。”

而在张书乐看来，游戏虚拟物品本身不“保值”，不过是游戏研运团队和游戏机制“人为”制造的稀缺。一旦游戏出现重大版本更新，或者新的物品推出，就有可能让曾经的稀缺品变成“大路货”。

此前，随着玩家之间游戏饰品的交易量增多，逐渐形成了一条产业链。在这条产业链中，玩家和玩家之间，玩家和“黄牛”之间上演着一场围绕游戏饰品的“爱恨情仇”。

最近几年，V社一直在遏制《反恐精英2》饰品的“金融化”。2024年10月，V社就更新规定，表示《反恐精英2》物品交易将有T+7(类似于证券交易市场的交易结算制度，交易登记日后的7天)的冷却期，限制其流动性。

“这个市场里存在大量的黄牛。我们叫他们‘倒狗’。他们会抬高饰品市场价来获利，其实是不好的。”无双说道。

而这却并未直接为V社带来任何营收价值。事实上，从2012年至今，CS系列“皮肤”的价格屡创新高。有游戏玩家甚至打趣道，“CS‘皮肤’的长牛程度堪称游戏茅台”。但V社却并未直接下场参与“皮肤”的交易。

“关键是二级市场对于V社来说是带来游戏热度，又不能自己进去赚钱。”张书乐说道。

“《反恐精英2》上述更新之所以引发游戏虚拟物品的价格崩盘，或许意味着厂商想调整游戏内物品交易的规则。甚至可能试图将此类虚拟物品(皮肤)的交易，变成官方自营，来获得更多利益。”张书乐说道，“此次事件，对于虚拟物品市场交易而言，其实是敲响警钟。毕竟大多数游戏虚拟物品交易只是厂商默认、但未必真心支持。一旦改变规则就可以覆灭整个市场。其建立在沙滩上的超级金堡，也显得不再安全，或许会带来其他游戏的虚拟物品交易的多米诺式崩盘。”

V社对游戏道具的调整无异于一场《反恐精英2》的地震。这样的戏码会在国内游戏市场上演吗？

“昔日中国市场上，《传奇》里一把‘屠龙刀’卖价数万，却并没有给游戏本身带来更多收益。毕竟，游戏厂商本身并没有从虚拟装备超高中获得太多直接利益，只是游戏吸引力似乎被加强而已。”张书乐说道，“此前，中国网游从点卡付费转型道具付费时，也有过转型之痛。

2006年‘征途’出来，免费游戏但道具付费，官方直接做道具买卖生意，创造了更强劲的消费场景。随后，中国游戏公司逐渐形成了游戏免费，道具付费的经营模式，让游戏厂商更好把握游戏平衡性，也刺激了国产游戏的爆发式增长。”

《2025年1—6月中国游戏产业报告》显示，国内游戏市场实际销售收入1680亿元，同比增长14.08%，再创新高。游戏用户规模近6.79亿，同比增长0.72%，亦为历史新高点。

# 上线不到两周销量破200万 《逃离鸭科夫》如何吸金？

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

一只短脚鸭，翻滚着圆滚滚的身体，在掩体间来回穿梭躲闪，与敌人交火。或打败对方，拾取战利品；或被击败，遗憾“重开”……

上述情境来自B站(哔哩哔

## 首周销量破百万

《逃离鸭科夫》于10月16日上架Steam，发售一周后(10月23日)销量突破100万份，10月28日销量突破200万份。数据平台Steam DB显示，其上线后最高同时在线人数一度超过30万人。

自2024年以来兴起的“搜打撤”热潮中，出现了不少强调硬核、沉浸感、以PVP(玩家对战)玩法为主的长期运营游戏。但《逃离鸭科夫》反其道而行之，采用Q版软萌的主角形象、俯视角PVE(人机对战)玩法和买断制商业模式，仅由5人在不到两年内完成开发，在“搜打撤”赛道中脱颖而出。

《逃离鸭科夫》是一款致敬《逃离塔科夫》的作品。Jeff对记者表示：“我本身是个《逃离塔科夫》深度玩家，体验了1400小时的《逃离塔科夫》。”

由俄罗斯工作室Battlestate Games开发的《逃离塔科夫》是一款硬派、拟真的第一人称射击游戏，其将资源管理玩法融入射击游戏的设计发扬光大，形成类“塔科夫”玩法——搜刮、战斗、撤离。

“我在《逃离塔科夫》中玩的最多的是PVE玩法，即使这个玩法上线时间更晚。”Jeff提到，他将《逃离鸭科夫》以PVE的形式推出的原因为，也源自于《逃离塔科夫》中的体验，“我们认为，类‘塔科夫’玩法的核

哩)的自研游戏《逃离鸭科夫》。

这款游戏上线后不到两周，销量就突破了200万份。《逃离鸭科夫》制作人Jeff对《中国经营报》记者表示，游戏未来将继续推出新地图、新枪械、新敌人、新挑战和任务。

心在于，局外养成、探索世界和基地发展等非常RPG，或者角色成长的部分。对于PVP这样比较硬核刺激的战斗部分，我并不擅长，并且这部分会给我带来比较大的压力。所以我决定，把《逃离塔科夫》的核心玩法，以PVE的形式带给更广大的玩家。”

在《逃离鸭科夫》中，玩家也可能多次面临“死亡”，但并不会产生在其他“搜打撤”游戏中那么强烈的焦灼感和挫败感。

Jeff表示，俯视角和PVE的设计一定程度上会降低游戏门槛，另外不同难度的设置也包容了希望有不同游戏体验的玩家，“与其说我们‘建立’了一个轻松、有趣且减压的氛围，不如说我们希望让有不同游戏体验的玩家，能够在《逃离鸭科夫》里体验到他们所追求的东西”。

《逃离鸭科夫》中的幽默设计为玩家津津乐道。其中，萌鸭携带硬核枪械，严肃地战斗、躲避，这种反差感本身就引发发笑。谈到主角形象的由来，Jeff介绍：“最初，我们并没有定下来以鸭子或者其他动物为主题。但在某一次讨论中，主美画了一只鹦鹉。我们一致认为，这才是我们后续的方向，并且以此为出发点开始探索，最终决定了以鸭子为我们的角色形象。”

中国音数协游戏工委披露的《2025年1—6月中国游戏产业报告》显示，在收入排名前100的移动游戏中，射击类数量占比仅

## 与玩家共创

UGC(用户生成内容)模式的开放激发了玩家对《逃离鸭科夫》的创作热情。这款游戏对玩家开放Mod(Steam创意工坊)，供玩家对游戏内容进行修改、扩展或创作。

“我们坚信，Mod和社区二创是延长游戏生命力中，极其重要的一部分。每一位玩家的反馈和‘折腾’，一直都是游戏制作过程中的重要一环。”Jeff表示，“我们非常惊喜地看到，游戏刚上线不久，就有许多热情的玩家自发地制作了各种Mod，比如体验优化、物品信息显示、自动拾取等。这些都充分展现了玩家们‘天马行空’的强大创造力。”

针对游戏研发方和Mod社区的关系，Jeff表示，游戏研发方专注核心内容，并为Mod社区提供“弹药”。“相比Mod开发者，我们官方团队有更高的自由度，会更

专注于挑战和开发一些复杂度更高、内容更深、更大型的官方后续内容；在我们进行长线运营和更新的同时，我们也会持续探索开放更多的开发工具，来帮助和支持Mod创作者们，让他们能更方便地实现自己的想法，进一步提高Mod的品质。”

Jeff表示，优秀的玩家设计也有可能被研发方采用。“我们一直在密切关注社区。如果某个Mod的功能设计获得了玩家的广泛好评，并且稳定性很高，我们团队也会非常乐意评估和吸纳，把它‘转正’为游戏内的官方功能。我们非常享受这种与玩家共创的氛围，并期待看到社区未来诞生更多优秀的作品。”

针对后续的更新，Jeff称，首要任务是保障玩家体验，如修复bug。

在长线内容方面，他表示，新

## 差异化“搜打撤”

2024年以来，“搜打撤”成为游戏行业的新风口。这源于多款移动端、多端、跨端“搜打撤”游戏的上线，包括网易的《萤火突击》、腾讯的《三角洲行动》等。

此外，多款长期运营游戏加入了含有“搜打撤”元素的模式、玩法，如《和平精英》的“地铁逃生”，《永劫无间》的“漠海夺金”，《解限机》的“玛什马克”等。

中国音数协游戏工委披露的《2025年1—6月中国游戏产业报告》显示，在收入排名前100的移动游戏中，射击类数量占比仅

6%。但该类型收入占比则达到17.03%，仅次于MOBA。

“搜打撤”玩法的乐趣不仅在于“战斗”带来的爽感，还在于搜索物资时的不确定性、管理物资时的规划和博弈等。玩家可以在这种玩法中强攻猛进，也可以将生存作为第一要务，“蝇营狗苟”地搜刮物资并撤离。

正如MMO、MOBA等多人游戏，以PVP玩法为主的“搜打撤”游戏较易形成“马太效应”，少数游戏占据了大部分市场份额。以《三角洲行动》为例，这款

地图、新枪械、新敌人、新挑战和任务都是团队会继续做的内容，“我们肯定会不断更新，让游戏保持复玩性”。

Jeff坦言，《逃离鸭科夫》暂时没有一个特别明确的长期更新路线图，“我们团队的特点是‘想到什么就做什么’，是一种‘即兴做游

戏’的风格。我们团队会不断迸出有趣的点子，然后迅速把它做进游戏，尽快让玩家们玩到——就像我们在游戏上线前一周，还在往新手关卡里添加新内容(比如典狱长)。”他表示，希望玩家能提供一些点子，帮助团队把游戏更新下去。

强劲的吸金能力或将使得腾讯更加重视这款游戏，持续投入资金和人力维护运营，而这或许将在跨端硬核“搜打撤”游戏类型中形成壁垒。

如今，风格化、差异化成为不少游戏厂商进军“搜打撤”赛道的战略选择。如《逃离鸭科夫》采用了动物形象、俯视角和PVE模式；巨人网络推出的《超自然行动组》采用了多人合作模式、微恐题材；瑞典Semiwork工作室开发的《R.E.P.O.》则在游戏中加入了荒诞、搞怪的元素。



图为一位游戏玩家正在体验《逃离鸭科夫》。

本报资料室/图