

谁在《鹅鸭杀》里捞第一桶金

原本免费注册的账号昵称，如今却被玩家吐槽“千金难求”“抢到怀疑人生”。1月7日，《鹅鸭杀》手游开启全平台公测。公开资料显示，此次官方一次性释放2000万账号池，而热门词库仅4.6万个。数小时后，二手平台上便出现从数十元到上千元不等的挂单。事实上，每当热门游戏上线，职业抢注人对账号昵称抢注的现象早已不是新鲜事，平台貌似也在“默许”这种行为。昵称抢注乱象暴露出市场的极端供需失衡与投机炒作链条，形成零成本暴利、平台默许与法律真空下的灰色狂欢。律师提醒消费者：如交易脱离官方渠道且昵称本身法律属性模糊，一旦发生卖家找回或官方封禁，买家难以依据《中华人民共和国消费者权益保护法》维权，面临财物两空的风险。



正面回应。

孙宇昊介绍，法律上，游戏ID是玩家基于与运营商签订的用户协议获得的使用权凭证，其归属与转让规则由协议约定。当官方释放的优质昵称资源（热门词库）远低于海量用户需求时，便形成了可被套利的稀缺资源。现行法律法规对“游戏昵称”的财产权属性尚无明确定义，其既不完全等同于受《中华人民共和国民法典》保护的虚拟财产，也未被明确纳入《网络游戏管理暂行办法》中“虚拟道具”的管理范畴，这种法律性质的模糊地带为投机行为提供了空间。

在业内看来，二手交易平台也有着不可推卸的责任。

袁帅表示，游戏官方与二手交易平台在利益层面存在某种微妙的共生关系：官方通过限量昵称制造话题热度与稀缺感，吸引流量；而平台虽表面禁止虚拟道具交易，却因此类高频挂单带来手续费与活跃度而选择“睁一只眼闭一只眼”，甚至在事后仅以简单说明搪塞，这种默许态度客观上纵容了黑产的蔓延。

《中华人民共和国电子商务法》中明确规定：平台经营者需对违法经营行为采取必要处置，需对消费者损失承担连带责任。此外，平台未建立ID交易的验证机制，导致无法保障交易真实性，也需改进规则以降低用户风险。

孙宇昊则从平台方角度阐释，如果交易平台（如闲鱼）明知或应知此类交易标的违法或违反平台规则，却未采取必要措施制止，则可能依据《中华人民共和国电子商务法》的规定，承担相应的连带责任。因此，平台方有义务加强对此类明显异常交易的监控和处置，履行其作为电子商务平台经营者的管理责任。

中国通信工业协会数字平台分会副会长高泽龙表示，若放任职业抢注团队与灰色产业链野蛮生长，最终将损害玩家利益、破坏游戏生态，甚至阻碍行业健康发展。唯有通过技术封堵、法律明晰与平台担责三方协同，才能让游戏昵称回归“身份标识”的本质，而非投机炒作的工具。

北京商报记者 和岳
图片来源：官方微博截图

挂单价最低1元、最高近万

作为曾经风靡Steam端游的爆款游戏，《鹅鸭杀》国服回归直接席卷了社交媒体。截至1月11日上午10:30，微博上，“鹅鸭杀”话题讨论量超过128万、阅读量达18.4亿，“鹅鸭杀”相关话题达40多个。

与此同时，热门昵称如“鹅鸭杀”“大司马”“如花”等在1小时内被抢注一空，2000万预约玩家集体涌入导致ID争夺激烈程度堪比“春运抢票”。

在咸鱼平台上，“鹅鸭杀号”“鹅鸭杀极品id”“鹅鸭杀id”售卖帖持续上线。24小时内相关宝贝量上涨630%，但商品类目只能选“游戏账号”，平台抽佣3%，无下架动作。

据北京商报记者不完全统计，其挂单价从1元至近万元不等，有挂单价1元商家已显示售出2000+单。另有卖家同时出售多个账号，称可根据市场价给ID估价，1元1个，估三送一。北京商报记者以消费者身份咨询某卖家，该卖家表示其手上的账号7000元，当记者询问如何支付，该商家表示“都可以”。

有玩家抱怨开服时间提前导致未能抢到心仪ID，直言“现在ID贩子满天飞”。截至发稿，小红书平台已经出现了玩家发布的被骗帖。其中，有玩家发布帖子称，自己拥有的《鹅

鸭杀》ID被人在二手平台上挂单出售，但自己并没有此打算，因有朋友购买时被骗，提醒网友注意不要上当。

《鹅鸭杀》手游官方对此也在微博发布关于ID交易行为的说明与提醒，表示《鹅鸭杀》官方不支持也不鼓励任何形式的ID买卖或代抢行为。

该游戏幕后操盘手成都金山世游卓立科技有限责任公司（以下简称“金山世游”）相关负责人对北京商报记者表示：“ID抢注应该是游戏行业里面比较普遍的现象，不针对《鹅鸭杀》本身。”

在上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊律师看来：“热门游戏ID遭抢注成为普遍现象，是稀缺性、社交价值与规则漏洞共同作用的结果。其主要原因在于技术门槛低、投机收益高且现行约束机制乏力。游戏开发商作为平台规则的制定者与服务提供者，负有不可推卸的主体责任。”

幕后职业抢注人日入万元

《鹅鸭杀》昵称抢注的火爆，也让游戏ID抢注人再一次被推到了聚光灯下。

新智派新质生产力会客厅联合创始人袁帅认为，游戏ID职业抢注现象已演变为一种利用技术壁垒与规则漏洞进行无本万利套利的灰色商业模式，这一现象不仅扭曲了

游戏社交生态的公平性，更暴露了数字资产管理与平台治理的严重滞后。

北京某游戏科技公司技术负责人王先生向北京商报记者表示，他们通常情况下不会间断监控游戏官方网站、社交媒体、开发者公告等渠道，以获取最精确的服务器开放、预下载或ID抢注活动时间。

“整个流程涉及软件开发、网络工程、数据分析乃至社会学等多种技能。一方面，这对高性能的计算机，配备高速SSD和强大的CPU，以减少本地操作的延迟；另一方面，对网络环境也有着极高的要求，这是决定成败的命脉。”王先生进一步解释道。

“在售的过程中，卖家需要配合买家快速完成身份证明的转移和授权绑定，买家才可以正常使用账号ID或者角色。”资深玩家宋女士依据自己的亲身经历向北京商报记者进一步表示，注册过程大多没有成本，但收益肯定是巨大的，“之前《魔兽世界》怀旧服开启时，有的抢注价格也高达数万元。这简直是暴利！”

北京商报记者注意到，此前有数据显示，职业抢注人日回款最高能达万元。

王先生对此分析道：“成本方面，他们大多只包含云手机租赁、验证码识别、代理IP和人工与维护几个部分。目前，按低配加速卡计算，云手机租赁单号预估成本为0.1元；按市场标准价格计算，验证码识别单号成本0.2

元；按低价批量采购价格算，代理IP单号0.1元；脚本开发与运行维护方面的人工与维护成本，单号为5.9元，如此计算总和，单号总成本只有5.9元左右。因此，是可以实现的。”

袁帅表示，超高的毛利率与零成本特征，表明这并非正常的市场交易行为，而是对游戏社交价值的寄生与掠夺。抢注者并未创造任何实质性内容或服务，仅通过抢占稀缺性资源制造人为紧张，利用玩家的个性化需求与攀比心理进行溢价收割，严重破坏了游戏世界的“先到先得”公平原则，将虚拟身份的获取从一种游戏体验异化为金钱竞赛。

抑制交易黑箱需多方合力

根据《网络游戏管理暂行办法》，网络游戏运营企业应当承担用户实名认证、保障用户信息安全、维护公平游戏环境等责任。开发商有责任通过技术手段（如设置命名冷却期、限制批量注册）和协议条款（明确禁止账号或ID的转让牟利行为）来预防和制止恶意抢注。若其仅发布事后提醒而未采取合理的事前预防措施，则可能被认为未充分履行其管理义务，需承担相应责任。

然而，站在玩家的立场，如何采取更为有效的措施减少或者杜绝此类现象的发生，切实维护玩家的利益，为玩家提供更好的游戏体验？截至发稿，金山世游相关负责人未给予

从L3到L4 北汽新能源自动驾驶商业化版图已明

逐步“解锁”个人用户服务

中国自动驾驶产业发展正在加速迈入规模化商业落地阶段。1月10日，北汽极狐阿尔法S(L3版)正式开启规模化上路通行试点运营，首批车辆将驶入京台高速、机场北线高速、大兴机场高速指定区域。

极狐阿尔法S(L3版)的落地，核心依赖于成熟的技术架构与严苛的安全设计。该车搭载了包含3颗激光雷达在内的34颗高性能传感器，可以实现对车辆周围360度全方位的环境感知覆盖。此外，依托多年的积累和开放合作，北汽于2025年推出了高端智能网联技术体系“元境智能”，打造“一核三环”安全保障体系，筑牢测试验证、过程保障、运行监测三道防火墙，构建“全冗余安全架构”，为车辆安全提供全方位保护。

为进一步确保运营安全有序，此次试点运营采用“B端先行、逐步开放”策略，待相关政策进一步成熟后，计划自2026年二季度起逐步面向个人用户开放。未来，北汽新能源还将推出更多搭载L3自动驾驶技术的高端车型。

与此同时，北汽新能源与小马智行正式达成“五位一体”战略合作，双方将共同推动在中国验证成熟的极狐阿尔法S Robotaxi走向全球。双方自2024年11月在首届科技日完成战略签约以来，已完成600辆极狐阿尔法S Robotaxi量产下线，并在北京和深圳开展全面运营，覆盖城市道路、高速公路、城市环路等多种复杂驾驶场景，实现了全天候、全场景的无人驾驶运行。

1月10日，北汽极狐阿尔法S(L3版)正式开启规模化上路通行试点运营。此次试点运营采用“B端先行、逐步开放”策略，待相关政策进一步成熟后，将逐步面向个人用户开放。同时，北汽新能源与小马智行将共同推动极狐阿尔法S Robotaxi走向全球。目前，双方已完成600辆极狐阿尔法S Robotaxi量产下线。

业内人士指出，北汽新能源借力L3自动驾驶卡位技术先机，依托与小马智行的合作实现Robotaxi量产及出海，可以开辟新增长曲线，构建技术闭环。但自动驾驶商业化仍面临政策法规完善滞后、高精度地图与路侧基建配套不足等问题。长期来看，要向平台化转型才能行稳致远。

出海中东和欧洲

自动驾驶技术的量产化落地，离不开整车制造、智能科技、出行服务等多领域的协同发力。

小马智行副总裁、Robotaxi业务负责人张宁表示，600辆极狐阿尔法S Robotaxi完成下线，将为今年底实现3000辆Robotaxi的运营目标提供有力支撑。进入合作2.0阶段，双方将加快构建自动驾驶规模化产业生态，立足于产品、市场、产业、生态、资本五大维度推进，“以10亿级的投入，撬动千亿级汽车智能产业协同”。

在产品共创上，双方通过打造更丰富的Robotaxi产品矩阵，将经验延伸至更多高阶智驾车型；在市场共拓上，除北京、深圳外，今年还将进一步拓展至更多国内一线城市；在

生态共建方面，双方携手北汽旗下华夏出行平台打造生态联盟，围绕维修、保养、充电等后市场网络开展合作，完善自动驾驶出行服务的配套支撑体系。

在国内市场加速推进L3级自动驾驶规模化落地的同时，北汽新能源与小马智行的合作也将目光投向全球市场，开启了自动驾驶技术的出海征程。此次出海合作聚焦中东与欧洲两大核心区域，围绕极狐阿尔法S Robotaxi，向全球输出一整套包括技术标准、运营模式以及商业生态在内的体系。

此次出海并非从零开始，小马智行已在全球多个国家和地区积累了Robotaxi本地化运营和基础设施能力。2025年9月，小马智行宣布与卡塔尔国家运输公司Mowasalat达成合作，目前已在卡塔尔首都多哈开展Robotaxi道路测试。小马智行针对卡塔尔复杂环境和工况对自动驾驶技

术进行本土化适配，推动L4级自动驾驶车辆快速应对当地的气候、道路基础设施和交通流量。

在战略和技术创新管理专家、科方得咨询机构负责人张新原看来，北汽新能源借力极狐阿尔法S(L3版)规模化试点卡位技术先机，树立高端智能品牌标签，同时依托与小马智行的合作实现Robotaxi量产及出海，可以开辟新增长曲线，试点积累的路况数据也能反哺算法迭代，构建技术闭环。

摊薄成本是盈利关键

当前，北汽新能源自动驾驶商业化的路径已清晰可见，但盈利待解仍是行业面临的共同难题。以同处自动驾驶赛道的水文知行为例，其财报数据显示，2022—2024年，水文知行累计亏损近58亿元，自2017年成立以来

尚未实现盈利。

小马智行也面临类似的问题。财报显示，2025年前三季度公司亏损约为10.78亿元，同比扩大62.1%。对于亏损扩大的原因，小马智行CFO王皓俊在财报电话会上表示，主要是公司对第七代Robotaxi量产项目的投资与研发费用增加。

但在规模扩张之下，长期“烧钱”的自动驾驶行业已显露出盈利趋势。2025年11月，小马智行正式宣布第七代Robotaxi在广州实现城市级单车盈利转正。基于Robotaxi车队规模在2030年突破10万辆的愿景，小马智行预期或将在2030年以前实现盈亏平衡。

“自动驾驶的商业化之路仍有诸多挑战。”张新原直言，自动驾驶商业化仍面临政策法规完善滞后、高精度地图与路侧基建配套不足等问题。技术研发与量产运营的高成本也会对企业资金链形成压力，个人用户对自动驾驶的接受度也需时间培育。

在提升盈利能力方面，张新原建议，企业需聚焦供应链优化，并通过规模化量产摊薄单车研发成本，同时拓宽应用场景，从出行服务延伸至物流配送等领域，形成多元营收结构。张宁也表示，北汽新能源与小马智行将聚焦L4车型的性能需求和全生命周期成本，开展供应链专项优化，持续降低制造和物流费用。

浙大城市学院副教授、中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平则认为，自动驾驶商业化需“技术+政策+生态”三轮驱动，短期以B端场景跑通模式。长期要向平台化转型才能行稳致远。北京商报记者 雷雨葳