泰国首站微恐怖：题材选择与执行计划

2026-11-29 修订 · 主打游戏：蕉林女鬼 Nang Tani

> 研究日期：2026-11-28（用户时区 CST）｜报告语言：中文 修订：2026-11-29——主打游戏定为蕉林女鬼 Nang Tani，纸嫁衣式解谜 + 剧情（见 §2.1 与独立文档《蕉林女鬼_游戏框架与脚本》）；Kritsana 找异常玩法废弃，Her Tree 降为辅助机制。 依据：2026-11-27 出海可行性报告（`~/workspace/research_notes/vietnam-mini-games-overseas-20261127-1532/report.md`）的结论——**泰国首站，越南后走、只走持牌发行商合作**。本报告不重复论证该结论，只解决下一步的两个问题：(1) 走泰国的话，恐怖剧情选哪几个主题；(2) 详细的执行计划与周期安排。 方法：泰国恐怖民俗/电影/游戏以公开来源为准（维基百科、TikTok 开发者文档、Google Play 官方帮助、Niko Partners、Sensor Tower 经 DigitalInAsia 引用）；次级来源用于交叉印证；无法核实者标注“未核实”，不编造。**本报告不是法律意见**：泰国是否需要游戏本地许可、内容审查口径，立项前须请泰国持牌律师确认。 团队构成（用户提供）：美工、艺术、coding 岗位、前后端全站架构师。计划按这三个角色分工；另设一条独立的“内容合规 / 人工审核”线，专管恐怖题材的全程人工审核。

结论先行

6 个主题；2026-11-29 用户定：蕉林女鬼 Nang Tani 为主打游戏（纸嫁衣式解谜 + 剧情，见 §2.1），其余 5 个主题保留为备选/后续：

排名	主题	一句话	建议
1	**飞头鬼 Krasue（กระสือ）**	泰国最具辨识度的鬼：白天是女人，午夜头颅离体、内脏拖在身后	首批 H5 原型之一
2	**耳语村 Tee Yod（ธี่หยด）**	2023 年泰国票房冠军恐怖片：乡村女孩听到耳语后离奇死亡	首批 H5 原型之一
3	**香火铺 / 土地神龛（ศาลพระภูมิ）**	每天给土地神上供（香、花、水果、红色汽水），供断了就出事	备选原型（最安全、最日常）
4	**娜娜 Mae Nak（นางนาก）**	泰国最著名的鬼：难产而死仍等丈夫回家；改编片《Pee Mak》是泰国影史票房冠军	短视频先测，H5 视数据而定
5	**午夜学校**	寄宿学校夜里闹鬼（《Dorm》、Home Sweet Home 的学校段落）	短视频先测；儿童死亡题材须谨慎处理
6	**蕉林女鬼 Nang Tani（นางตานี）★ 主打**	绿衣女鬼住在野香蕉树里，满月夜现身，据说会托梦报彩票号	**主打游戏**：纸嫁衣式点触解谜 + 剧情，4 章；首版 H5 原型只做第 1 章

时间表（2026-11-28 起，6 个月）： Phase 0 选题准备 2 周（11-28 → 12-11）→ Phase 1 验证期 0–2 个月（至 2027-01-27，短视频测 Nang Tani 的 3 个剧情钩子，第 1 章 H5 原型上 Poki/CrazyGames）→ Phase 2 放大期 2–4 个月（至 2027-03-27，Cocos 原生重建，上 TikTok 小游戏 + Google Play 泰国站）→ Phase 3 越南决策门 4–6 个月（至 2027-05-27，谈持牌发行商，

谈不拢就不进越南）。每个阶段末设数据门（Gate），不达标就停，不硬推。2026-11-29 修订：主打已定，Phase 1 不再 6 选 2；其余 5 个主题保留为后续备选。

---

1. 泰国市场要点（本计划的立足点）

事实（新增核实）：

- **泰国是东南亚付费最强的市场**。 Sensor Tower 数据：2025 年 Q1 泰国手游内购收入 1.62 亿美元，东南亚第一；印尼下载量近 5 倍于泰国，收入却少约 4,400 万美元。Niko Partners：泰国玩家支出 2026 年将突破 20 亿美元，2029 年约 24 亿美元；泰国 + 印尼约占东南亚游戏收入的 46%。泰国手游支出 2024 年增长 16%，而全球平均仅 4%。
  - 来源：https://digitalinasia.com/thailand-gaming-market/ ；https://nikopartners.com/7-billion-in-2030-opportunities-in-southeast-asias-video-game-markets/
- **TikTok 小游戏已在泰国上线，且泰国无额外准入要求**。 TikTok 开发者文档（2026-10-05 更新）：小游戏已上线美国、日本、印尼、泰国、巴西、马来西亚、菲律宾、越南等市场；“区域上线要求”页明确列出**泰国属于无特定要求的地区**（与巴西、印尼、日本、马来西亚、菲律宾等并列），只有美、英、欧盟需要额外的上线审批。引擎支持 Cocos 与 Unity。TikTok 的 Growth Max（小游戏广告变现优化）与创作者激励计划（GIP）均覆盖泰国；GIP 泰国创作者规模 2 星、内容消费 2 星，CPM 竞价参考价 3–8 美元。
  - 来源：https://developers.tiktok.com/doc/mini-games-overview ；https://developers.tiktok.com/doc/regional-launch-requirements ；https://developers.tiktok.com/doc/game-incentive-creator-videos
- **泰国玩家用 Google Play 付款时，本地支付方式已经打通**。 Google Play 官方帮助（泰国页）：支持信用卡/借记卡（Amex、JCB、Mastercard、UnionPay、Visa）、运营商计费（AIS、DTAC、TrueMove H）、**PromptPay（扫码支付）**、PayPal、Play 余额。PromptPay 自 2021 年 8 月起由 Rapyd/GB Prime Pay 接入 Google Play；PromptPay 注册用户 5,510 万、日交易 2,000 万笔。注意：**应用内数字商品必须走 Google Play 结算**（苹果同理，3.1.1 条款）；PromptPay/TrueMoney 直接收款只适用于应用外实物商品与服务，不适用于游戏内购——所以本计划的收款路径是“Google Play 结算（自动呈现 PromptPay/TrueMoney/运营商计费）+ 可选的官方网页充值站”，而不是自接 PromptPay。
  - 来源：https://support.google.com/googleplay/answer/2651410?hl=en&co=GENIE.CountryCode%3DTH ；https://en.prnasia.com/releases/apac/rapyd-to-enable-promptpay-payments-for-thailand-s-google-play-users-328736.shtml
- **泰国恐怖片是国民级内容，票房纪录由恐怖片保持**。 见第 2 节各主题的票房数据。泰国恐怖片的受众基础不需要再论证——问题只在“哪个鬼、怎么做成小游戏”。
- **泰语本地化成本真实存在**。 TikTok 开发者生态文章指出：TikTok 小游戏无内置本地化工具，须自行处理界面与体验调整；泰语、印尼语文本相对英语通常膨胀 30–40%，UI 须预留空间。泰国受众偏好感官类题材（清洁、美妆、ASMR、可爱视觉）——微恐怖的美术方向宜走“可爱 + 诡异”而非“血腥 + 惊吓”。

- 来源：https://www.linkedin.com/pulse/tiktok-mini-games-lightweight-testing-ground-global-akxic （次级来源，谨慎采信）

仍未核实（沿用上份报告的结论）： 泰国普通手游是否需要本地许可——未找到肯定或否定的权威来源，“无越南式版号”的表述是“未找到证据”，不是“已证实无需许可”。**Phase 0 必须请泰国律师书面确认**，这是整个计划的第一风险点。

---

2. 六个主题（逐个拆解）

> 每个主题的格式：泰国来源（可查证）→ 为什么适合微恐怖 → 场景/视觉锚 → 玩法适配 → 15 秒短视频钩子 → 内容风险。排名依据：辨识度（泰国人一看就认识）× 游戏化难度 × 文化风险（越低越好）。

主题 1 — 飞头鬼 Krasue（กระสือ）★ 首批原型

泰国来源： Krasue 是泰国最具标志性的鬼：白天是普通女人，入夜头颅脱离身体、带着内脏漂浮觅食，专找生肉、血与污秽物；传说中她会把带血的嘴擦在晾晒的衣服上，所以泰国民间不把衣服晾在外面过夜。邻国（柬埔寨、马来西亚、印尼）也有同类传说，但 Krasue 的视觉形象（发光的头 + 拖着的内脏）是泰国专属。

- 来源：https://theculturetrip.com/asia/thailand/articles/13-terrifying-ghosts-thai-folklore ； https://thaiflip.com/blog/thai-ghosts

已被游戏验证过：

- 《Home Sweet Home》（Yggdrazil Group，2017，Steam）：泰国恐怖生存游戏，Krasue 是第二章森林段落的追击者之一；Steam 约 3,900 条评价、好评率约 87%（Very Positive），第三方统计净收入约 96 万美元。
  - 来源：https://en.wikipedia.org/wiki/Home_Sweet_Home_(2017_video_game) ； https://games-stats.com/steam/?tag=vr&page=7
- 《Soul Eyes Demon: Horror Skulls》（Google Play）：第一人称生存恐怖，核心怪物就是 Krasue，玩法是偷钱袋逃出鬼屋；Google Play 安装量约 79 万次。
  - 来源：https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wednesday.horror
- Roblox《Kras – The Eclipse》：以 Krasue 为 Boss 的合作生存游戏（白天收集物资、夜晚守营地）；Steam 新作《To Pee or Not to Pee》把 Krasue 列为可收集的泰国鬼怪之一。
  - 来源：https://www.threads.com/@zbingz/post/DZ7CoDyE0j- ； https://store.steampowered.com/app/5389760/

为什么适合微恐怖： 视觉一秒可读（发光的头 + 内脏），不需要任何文字解释；昼夜循环是天然的游戏节拍（白天准备、夜晚躲藏）；“她怕什么”有现成的民间解法（尖锐物、荆棘篱笆、供奉），可直接做成游戏机制。

场景/视觉锚： 泰国乡村夜色：高脚木屋、香蕉林、晾衣绳、萤火虫；Krasue 的头自带冷绿光，内脏用卡通化、发光的“肠子灯笼”表现，**不画血**。

玩法适配： 白天合并备战 + 夜晚 Roguelike 躲避。白天：合并材料（荆棘、糯米、符纸、灯笼）升级家宅防御；夜晚：Krasue 按固定路线巡逻，玩家在限时内收集供品、避开她的视线，失误一次即

被“闻到”进入追逐。每日循环 + 随机地图，适合短会话、高复玩。

15 秒短视频钩子（音画）： 前 3 秒：白天，温柔的邻家阿姨在晾衣服；第 4 秒天黑，她的头缓缓升空，内脏像灯笼一样亮起；字幕：“她今晚要来你家窗外”；结尾：玩家视角，窗外一颗发光的头贴近玻璃，游戏 logo 弹出。**钩子是昼夜反差，不是血**。

内容风险：

- 内脏与血：必须卡通化、去血化；Krasue 传说中觅食孕妇与新生儿——**游戏中绝不出现孕妇、新生儿作为目标**，改为“她来偷供品和家禽”。
- 不要把 Krasue 画成真实存在的某个村庄、某位村民的影射；故事地点用虚构村名。
- 泰国东北部（伊桑）至今仍有村民被指认为 Krasue 附身者并遭排斥——游戏内不要出现“指认村民”的玩法，避免把现实中的污名做成机制。

主题 2 — 耳语村 Tee Yod（ธี่หยด）★ 首批原型

泰国来源： 《Death Whisperer》（泰语 ธี่หยด，Tee Yod），2023 年泰国超自然恐怖片，改编自 Krittanon 的小说《Tee Yod…The Beginning of Madness》，而小说源自 2015 年作者发在 Pantip 论坛的真实经历帖（2,000 多条评论、被转发 13 万次）。故事设定在 1972 年泰国北碧府的偏远村庄：女孩听到诡异的“ธี่หยด”耳语后离奇死亡，哥哥 Yak 带家人对抗恶灵。票房：全国约 5.02 亿泰铢（曼谷及周边约 1.987 亿），首日 3,900 万泰铢创当年泰国电影开画纪录，5 天破 3 亿，是 2023 年泰国票房最快的本土片；续集《Death Whisperer 2》（2024）票房约 8 亿泰铢。

- 来源：https://en.wikipedia.org/wiki/Death_Whisperer ；https://www.nationthailand.com/more/commentary/40033922

同类佐证： 《The Medium》（ร่างทรง，Rang Song，2021），伊桑地区萨满题材伪纪录恐怖片，泰韩合拍，泰国选送奥斯卡最佳国际影片，全球票房约 723 万美元。证明“伊桑乡村 + 萨满/附身”在泰国本土与海外都有市场。

- 来源：https://en.wikipedia.org/wiki/The_Medium_(2021_film)

为什么适合微恐怖： “耳语”是最适合短视频的恐怖元素——声音钩子不需要画面解释，3 秒就能建立悬念；“保护家人”比“自己逃命”更有情感拉力，适合家庭向的轻恐怖；乡村夜色 + 萨满法器（符纸、圣水、糯米）有现成的道具库。

场景/视觉锚： 1970 年代泰国乡村木屋：煤油灯、纱帐、竹编墙、村口大榕树；视觉核心是“一圈耳语声波纹”——看不见的敌人在黑暗中用声纹定位玩家。

玩法适配： 房间防御（room defense）+ 合作搜刮。夜里守屋：玩家分配家人站位、点灯、贴符、摇铃驱散耳语；白天：组队进村搜刮法器（圣水、符纸、糯米），每件法器克制一种耳语。合作模式：一人引耳语、一人点灯、一人贴符，天然适合 TikTok 的多人小游戏形态。

15 秒短视频钩子（音画）： 全黑画面，只有耳语声“ธี่หยด…ธี่หยด…”由远及近；第 5 秒煤油灯亮起，照见纱帐后一张苍白的脸；字幕：“别回答那句耳语”；结尾：全家四口在屋里点灯，耳语声纹在窗外徘徊，游戏 logo 弹出。**钩子是声音，不是画面**。

内容风险：

- 原作自称“根据真实经历改编”——游戏必须明确标注**虚构故事**，不宣称真实、不点名真实村庄与真实家族，避免冒犯当事人与当地社区。

- 附身、萨满仪式：只做氛围与道具，不复刻真实仪式流程，不出现真实经文全文；萨满（ร่างทรง）是伊桑地区仍在实践的信仰，**不把萨满画成反派或小丑**。
- 女孩死亡是原作核心情节——游戏中不出现未成年人死亡画面；受害者设定为成年家人，死亡只用“失踪/空屋”暗示。

主题 3 — 香火铺 / 土地神龛（ศาลพระภูมิ）★ 备选原型

泰国来源： 土地神龛（san phra phum）是泰国最日常的信仰物：几乎每家、每店、每间酒店、每个加油站门口都有一座小神龛，供奉土地守护神 Phra Phum。每天早上主人要上供：香（神龛 9 支）、花环、水、水果、米饭，**最常见的是开盖插着吸管的红色草莓汽水（红 Fanta）**——红色被认为代替过去的血祭。神龛的位置有讲究（主屋的影子不能落在神龛上，多在东南角），新神龛须由僧侣或婆罗门主持 consecration。生意人开店前也要先上供祈求生意兴隆。

- 来源：https://www.visit-thailand.org/articles/44-understanding-thai-spirit-houses.html ；https://www.thaiholidayguide.com/thai-spirit-houses/ ；https://blogger-thailand.com/article/spirit-houses-amulets-and-thai-beliefs-a-respectful-guide

为什么适合微恐怖： 这是泰国人每天真实在做的事——“供断了就出事”是不需要解释的恐惧；供品（花环、香、红汽水）本身就是现成的合并素材；夜市摊位 + 神龛的组合同时覆盖“日常泰国”和“诡异泰国”两个视觉锚。**六个主题里文化风险最低、日常共鸣最强**。

场景/视觉锚： 泰国夜市一条街：摊位灯串、红色汽水瓶、茉莉花环、香炉青烟；每间摊位门口都有一座小神龛，夜里神龛的眼睛会亮。

玩法适配： 合并经营（merge-tycoon）。白天：合并供品（花 + 香 + 水果 + 红汽水）升级神龛等级，招徕顾客；夜里：没供好的神龛会招来“不速之客”（捣蛋鬼），玩家须在限时内补供、安抚，保住摊位口碑。循环是“供奉—经营—守夜”，天然的日活回路，适合做第一款验证留存的 H5。

15 秒短视频钩子（音画）： 凌晨 3 点，夜市空无一人，一瓶插着吸管的红汽水自己立了起来，吸管里的汽水一格一格往下掉；字幕：“今天的供，它自己来取了”；结尾：摊主早上发现神龛前多了一枚古钱，游戏 logo 弹出。**钩子是“日常物品自己动了”**。

内容风险：

- 神龛是真实信仰物，不是装饰：游戏中须把供奉表现为**尊重的日常仪式**（上香、献花、祈福），不能出现亵渎、砸龛、拿供品开玩笑的玩法。
- 红 Fanta 是真实品牌的可乐产品——美术上做**通用红色汽水瓶**，不出现 Fanta 商标与瓶身设计，避免商标问题。
- 不要出现真实寺庙、真实神龛（如曼谷四面佛坛 Erawan Shrine）的形象与名字；地点全部虚构。

主题 4 — 娜娜 Mae Nak（นางนาก）

泰国来源： Mae Nak Phra Khanong 是泰国最著名的鬼故事：19 世纪曼谷，孕妇 Nak 在丈夫 Mak 从军期间难产而死，母子双亡；Mak 回家后与妻儿的鬼魂同住而不自知，邻人警告、Nak 伸手够到远处的东西才戳破真相；最终高僧将其超度，传说其魂魄被封入腰带，现藏于王室。Nak 如今在曼谷 Wat Mahabut 有繁忙的神龛，孕妇供奉衣物玩具求顺产，人们求姻缘、求保佑——她既是鬼，也是被供奉的对象。故事已拍成 20 多部电影：1999 年《Nang Nak》是首部票房破 1 亿泰铢的泰国电影；2013 年《Pee Mak》改编同一传说为恐怖爱情喜剧，票房超 10 亿泰铢、售出 1,600 万张票，是泰国影史票房冠军。

- 来源：https://www.thailandcorner.com/living/culture/ghost-stories ；https://en.wikipedia.org/wiki/Pee_Mak ； https://en.wikipedia.org/wiki/Nang_Nak

为什么适合微恐怖： 国民度最高（泰国人无人不识）；《Pee Mak》已证明“恐怖 + 爱情 + 喜剧”的混搭可以在泰国拿到影史第一票房——微恐怖的“可怕又好玩”正是这个配方；“不能让邻居发现妻子是鬼”的设定自带潜行与社交推理玩法。

场景/视觉锚： 运河边的泰式木屋：水上人家、纱帐、摇篮、河面倒影；视觉核心是 Nak 那只“伸得太长”的手臂——全片最著名的惊吓点，也是最适合做成短视频钩子的画面。

玩法适配： 合并持家 + 轻潜行。玩家扮演 Mak：白天合并食材、衣物、玩具，把家里打理得像“正常人家”；夜里：村民上门探访，玩家须在限时内把“鬼气”藏好（收起飘浮的物件、哄孩子别哭、别让 Nak 的手伸太长）。失败不是死亡，而是“被发现了”，喜剧收场。

15 秒短视频钩子（音画）： 丈夫坐在桌边吃饭，妻子温柔地伸手去够桌对面的酱料——手臂越伸越长、越过整张桌子；丈夫筷子停住，抬头微笑说：“老婆，你手真长”；字幕：“全泰国人都认识她”；游戏 logo 弹出。**钩子是“温柔 + 不对劲”**。

内容风险（本主题最高，须重点审）：

- **Nak 是被供奉的灵，不是纯粹的怪物**。 泰国人到 Wat Mahabut 求子求姻缘，语气必须是**温柔、尊重、带爱情**，绝不能把她画成丑陋、恶毒、被嘲弄的反派；《Pee Mak》的成功正在于把她拍成值得爱的妻子。
- 难产而死是故事核心——游戏中不出现分娩、婴儿死亡的画面与台词；孩子只以“摇篮里的笑声”暗示。
- **绝不把 Wat Mahabut（真实神庙）做成游戏场景**，不出现真实神庙的名字与形象；不出现王室收藏腰带的情节（涉及王室，见第 3 节红线）。
- 不要出现僧侣驱鬼的场面（僧侣在泰国文化中不可被娱乐化，见第 3 节）。

主题 5 — 午夜学校

泰国来源： 泰国校园鬼故事是恐怖片的常青品类。《Dorm》（เด็กหอ，2006）：男孩 Ton 被送进寄宿学校，结识了溺死在泳池里、每夜重演死亡的男孩 Vichien，最终帮他安息；影片上映首周末即登顶泰国票房，获评论界好评。游戏方面：《Home Sweet Home》第一章的核心段落就是闹鬼学校（女鬼 Belle，因爱生妒给同学下咒）；Steam 新作《To Pee or Not to Pee》（2026）直接以“泰国学校半夜上厕所”为题：一个女孩、一支手电筒、满校的鬼（Preta、Krasue、Krahang），可爱画风 + 收集鬼怪图鉴。

- 来源：https://en.wikipedia.org/wiki/Dorm_(film) ；https://en.wikipedia.org/wiki/Home_Sweet_Home_(2017_video_game) ；https://store.steampowered.com/app/5389760/

为什么适合微恐怖： “学校半夜”是不分国界的童年恐惧，泰国玩家有集体记忆（几乎每个泰国学生都听过学校鬼故事）；场景高度模块化（教室、厕所、泳池、走廊），适合 Roguelike 的随机房间；“帮鬼安息”比“打鬼”更符合泰国佛教的超度观念，情感收束好。

场景/视觉锚： 泰国公立学校夜景：绿色黑板、木质课桌、走廊日光灯管一闪一闪、泳池水面无风自动；视觉核心是“空教室里自己晃动的风扇”与“走廊尽头的脚步声”。

玩法适配： Roguelike 搜刮 + 合作。玩家扮演**成年守夜人**（不是学生）：每夜随机生成学校地图，搜集失物（课本、水壶、校牌），每件失物对应一个鬼魂的心愿，归还即超度；集齐一夜的失物可解

锁“真相房间”。合作模式：两人分头搜刮，一人望风、一人开锁，鬼出现时用手电筒照退。

15 秒短视频钩子（音画）： 深夜，空无一人的教室，风扇自己转了起来，黑板上慢慢浮现一行粉笔字：“还我课本”；字幕：“今晚轮到你守夜”；结尾：守夜人手电筒照向走廊，尽头站着一个背书包的小小背影，游戏 logo 弹出。**钩子是“黑板自己写字”**。

内容风险（本主题第二高）：

- 《Dorm》原作涉及男孩溺亡与一名怀孕女子的自杀——**游戏中绝不复刻未成年人死亡与自杀情节**；鬼魂的死因只用“失物/遗憾”暗示，不写具体死法，不出现自杀相关内容（平台审核与泰国社会观感的双重红线）。
- 主角设定为**成年守夜人**，不以未成年人为主角经历恐怖；学校场景不出现真实学校的名字与校徽。
- 泰国校园有真实的体罚与霸凌议题——游戏中不出现霸凌情节，避免触碰社会痛点。

主题 6 — 蕉林女鬼 Nang Tani（นางตานี）

泰国来源： Nang Tani（“塔尼夫人”）是住在野香蕉树（kluai tani，*Musa balbisiana*）里的女鬼：年轻女子形象，着绿色泰式传统服装，满月夜现身；村民在她的树上系彩布以示尊敬，不敢砍树；传说她会向睡在树附近的人托梦报彩票号，也会惩罚砍树或冒犯她的人。同一母题还有住在娑罗树里的 Nang Takhian（求财求子同样灵验）。Nang Tani 没有 Mae Nak 那样的单一正典故事，是流传于中部平原与伊桑地区的民间信仰，至今仍在村庄实践中。

- 来源：https://www.mythologyblog.com/thai-southeast-asian/nang-tani-banana-tree-spirit/ ；https://thaiflip.com/blog/thai-ghosts

为什么适合微恐怖： 视觉极美（绿衣 + 满月 + 蕉林），与 Krasue 的惊悚形成互补，适合吸引女性与休闲玩家（微恐怖赛道的核心增量人群，见上份报告 §5 引用的 Funtap/SocialPeta 分析）；“托梦”机制天然适合做每日登录奖励的叙事包装。

场景/视觉锚： 月夜蕉林：巨大的蕉叶、系着彩布的树干、萤火虫；视觉核心是月光下蕉叶间一闪而过的绿色裙摆。

玩法适配（2026-11-29 修订，花园合并方案已废弃）： 纸嫁衣式点触解谜 + 剧情（详见 §2.1 与独立文档《蕉林女鬼_游戏框架与脚本》）：玩家在 2D 手绘场景里探索、收集道具、组合使用、解开民俗谜题、推进 4 章剧情；Nang Tani 每夜托一个“梦”（只给游戏内增益，不报彩票号）。

15 秒短视频钩子（音画）： 满月，蕉林深处传来女子的歌声，镜头推进，蕉叶后一抹绿色裙摆飘过；字幕：“别砍那棵树，她每晚都在等你”；结尾：一只手把彩布系在树干上，月光亮起，游戏 logo 弹出。**钩子是“美 + 不安”**。

内容风险：

- 传说中 Nang Tani 会“引诱男子”并托梦报彩票号——**游戏中必须剥离两点**：不做任何性暗示与诱惑情节（人物保持端庄的“守护灵”形象）；**不做彩票、抽号、博彩玩法**，托梦只给游戏内增益（如次日掉率、体力），不出现真实彩票号码与金钱奖励，避免触碰泰国对博彩的严格管制与 Google Play 的博彩政策。
- 砍树招祸是信仰本身——游戏中不出现“砍蕉林树获利”的玩法，避免与信仰冲突。
- 不要把她画成“可以追求/占有”的女性角色；她是守护灵，不是恋爱对象。

- 纸嫁衣式改编新增禁令：绝不走“冥婚 / 娶鬼妻 / 恋爱”线（见 §3 红线 8）；故事只走赎罪 / 安抚 / 超度。

2.1 主打游戏：《蕉林女鬼》——纸嫁衣式解谜 + 剧情（2026-11-29 定）

> 决策：2026-11-29 用户定 Nang Tani 为主打游戏；风格参考《纸嫁衣》（HeartBeat Plus，2021 年 1 月 22 日首作上移动端；点触冒险 + 解谜、章节制、谜题扎根民俗；Steam 一代 91% 好评；有官方泰语版且在泰国受欢迎）；类型为解谜 + 剧情线。Kritsana 的找异常玩法（监视 + 上报）已废弃；Her Tree 降为辅助机制（对齐显字仅保留为某一章的一个谜题类型）。详细框架、脚本、脚手架、剧情走线与交互模式见独立文档：《蕉林女鬼_游戏框架与脚本》（`nang-tani-game-framework.md`，与本报告同目录）。

一句话： 泰国版纸嫁衣，民俗换成泰国的，鬼换成蕉林女鬼。玩家是返乡青年阿南（暂名），回村处理老屋，发现屋后蕉林供品被动过；4 章揭开真相——鬼不是反派，辜负她、砍树的人才是；玩家帮她安息。

结构： 4 章；首版 H5 原型只做第 1 章完整版（20–30 分钟，3 个场景、6 个谜题），结尾留钩子；竖屏、2D 手绘、Cocos Creator（H5 先行，Phase 2 原生上 TikTok 小游戏 + Google Play 泰国站）。 **角色表：** 按 MARCIA 设定集格式出 4 张——Nang Tani、男主角阿南（暂名）、守林老人颂伯（暂名）、塔尼的妹妹阿诺（暂名）；僧侣不能当角色。 **谜题库（第 1 章 6 个，留 2 个备用）：** 道具使用 1（钥匙开门）、彩布颜色顺序 1、满月日期密码 1（铁盒锁）、对话推理 1、对齐显字 1、供品搭配 1；提示系统 3 级（观察提示 → 方向提示 → 直接答案），H5 原型免费 + 冷却。 **新增岗位：** 编剧 / 剧情策划（故事圣经、对话、谜题设计，最好同一个人）——纸嫁衣是剧本驱动的游戏，没有这个人，玩法搭得再好也是空壳。

版权（2026-11-29 核实）： Krasue 与 Nang Tani 都是流传几百年的泰国口头民间传说，概念、名字、通用形象没有版权人，任何人可用——已有商业先例：《Dead by Daylight》新章节直接把 Krasue 做成杀手、《Home Sweet Home》（2017）第二章有 Krasue、《Soul Eyes Demon: Horror Skulls》核心怪物就是 Krasue，Roblox 与 Steam 新作也在用。**禁抄的是具体某个现代作品里的形象**：DbD 的 Krasue 是原创角色（歌剧演员 Burong Sukapat 及其技能设计）、《Home Sweet Home》的鬼造型与剧情、某部电影的 Krasue 造型、海报剧照与配乐。按传说本身的描述自己画就没事。标题定下来前查一下商标，是便宜的保险。Nang Tani 同理：目前未见以她为主角的商业游戏，传说本身无版权；但性暗示、彩票、砍树三条仍按本报告内容风险处理。

---

3. 红线清单（六个主题共用，做之前先背下来）

以下内容**任何主题、任何玩法都不得出现**，违反的直接下架或追责，不是“扣分”问题。出处均为公开法律与文化资料，不是本报告的推测。

#	红线	依据	落到游戏里的具体要求
1	**王室：绝不出现、绝不影射、绝不开玩笑**	泰国《刑法》第 112 条（lèse-majesté）：诽谤、侮辱或威胁国王、王后、王储、摄政者，处 3–15 年监禁；在线内容同样追责。2014 年 5 月至 2026 年 7 月至少 461 人因此被起诉。泰铢纸币与硬币印有国王肖像，踩踏货币即违法。	不出现王室人物、王室形象、王室相关地名与器物；不出现纸币被踩、被撕、被当道具的画面；Mae Nak 传说中“魂魄封入腰带现藏王室”的情节不写进游戏。
2	**佛教：佛像、僧侣、寺庙不是恐怖道具**	泰国是佛教国家；佛像出口须许可，把佛像当装饰被视为严重冒犯；僧侣不可被当作道具、笑料或反派；女性不可直接递物给僧侣。头是最神圣的部位，脚是最低贱的——不可用脚指向佛像与他人。	不出现佛像（包括背景里的佛龛、佛牌特写）；不出现僧侣角色（更不出现僧侣驱鬼、僧侣被鬼附身）；不出现真实寺庙的名字与形象（如 Wat Mahabut）；超度只用“供奉、祈福、归还失物”等中性仪式表达。
3	**真实地点与真实人物**	真实神庙、真实学校、真实村庄仍在使用；伊桑地区至今仍有村民被指认为 Phi Pop 附身者并遭排斥。	全部地点用虚构名；不出现真实学校校名、校徽；不出现“指认村民是鬼”的玩法；不宣称“根据真实事件改编”。
4	**未成年人死亡与自杀**	《Dorm》原作涉及男孩溺亡与女子自杀；平台（TikTok、Google Play）内容政策与泰国社会观感对此极度敏感。	不出现未成年人死亡画面与具体死法；不出现自杀情节、台词与暗示；主角不用未成年人；鬼魂死因只用“失物/遗憾”暗示。
5	**血腥与性**	微恐怖的定位就是“可控的害怕”，重口味内容会被平台限流（18+）并失去女性与休闲玩家。	Krasue 内脏卡通化、去血化；Nang Tani 不做性暗示与诱惑情节；不出现谋杀、酷刑、自杀煽动、迷信煽动内容（越南 147 号法令的禁令在泰国语境下同样是平台红线，见上份报告 §2）。
6	**博彩与彩票**	Nang Tani/Nang Takhian 传说与彩票号绑定；泰国对博彩管制严格，Google Play 对博彩类内容另有政策。	不出现彩票号码、抽号、开奖、金钱奖励玩法；“托梦”只给游戏内增益，不出现真实货币。
7	**内容审查：电影有，游戏目前未见同等制度（未核实）**	《电影与视频法》B.E. 2551（2008）：电影与视频审查委员会审查所有在泰上映的影片与视频广告，可按“有违公共秩序或道德、影响国家安全或王室”审查或禁映；院线片分级 13+/15+/18+ 或禁映。OTT（Netflix、YouTube）目前处于灰色地带，管制较松。游戏方面未找到同等的逐游审查制度（沿用上份报告结论：未找到证据 ≠ 已证实无需许可）。	上线前按“电影 15+”的标准自审一遍（暴力、恐怖、性、宗教四项）；Phase 0 请泰国律师书面确认游戏是否需要本地许可与分级。
8	**冥婚 / 恋爱线：绝不与女鬼成婚、恋爱、占有（2026-11-29 新增）**	纸嫁衣的核心母题是冥婚；Nang Tani 传说里恰好也有“娶鬼妻”的禁忌仪式；两者叠加最容易踩性暗示红线。	故事只走“赎罪 / 安抚 / 超度”；绝不写主角与 Nang Tani 成婚、恋爱、追求、占有；她是端庄的守护灵，不是恋爱对象；编剧写大纲第一天就把这条写进红线。

- 来源：https://thethaiger.com/guides/10-strange-laws-to-be-aware-of-in-thailand ；https://tlhr2014.com/wp-content/uploads/2026/09/the_unsayable_-_q_a_on_thailand_s_lese_majeste-3-3.pdf ； https://fosrlaw.com/2025/thailand-media-law-2025/

---

4. 详细计划与周期安排（2026-11-28 起，6 个月）

> 分期沿用上份报告的 0–2 / 2–4 / 4–6 个月框架，落到具体日期与里程碑。角色缩写：**美工**（美术/原画/动画）、**程序**（客户端 coding）、**架构**（前后端全站架构师：服务端、数据、发布管线）、**合规**（内容合规 + 泰语本地化审校， horror 标题的人工审核线）、**制作人**（团队负责人，拍板人），新增 **编剧**（剧情策划：故事圣经、对话、谜题设计）——2026-11-29 主打游戏改为纸嫁衣式解谜 + 剧情后新增的关键岗位。“人工审核”指 horror 标题的全程人工审核（上份报告的要求：恐怖游戏不走 AI 批量，每一步人工审核）；AI 辅助的 H5 量产标题只做人工终审。

总览

阶段	时间	目标	阶段末决策门
Phase 0 选题准备	2026-11-28（六）→ 2026-12-11（五），2 周	6 个主题的短视频脚本 + 美术风格稿完成；泰国律师书面确认许可问题；测试账号就绪	M0：6 支视频与风格稿通过人工审核（C1/C2）
Phase 1 验证期	2026-12-12（六）→ 2027-01-27（三），约 7 周	短视频测 Nang Tani 的 3 个剧情钩子 → 第 1 章 H5 原型 → 上 Poki/CrazyGames + Facebook Instant Games 测留存与通关率	**Gate G1（1-27）：** 第 1 章通关率与留存须优于团队同期 H5 中位数，否则停
Phase 2 放大期	2027-01-28（四）→ 2027-03-27（六），约 8 周	优胜者 Cocos 原生重建 → TikTok 小游戏泰国上线 + Google Play 泰国上线 → 泰语本地化 + 支付打通 → 小规模买量测试	**Gate G2（3-27）：** D1/D7 留存与变现须优于 H5 阶段基线，否则不放大
Phase 3 越南决策门	2027-03-28（日）→ 2027-05-27（四），约 8 周	拿泰国数据谈越南持牌发行商（VNG/Funtap/Gamota）；同步评估印尼/菲律宾	**Gate G3（5-27）：** 有发行商接受合作条款才进越南，否则不进

Phase 0 — 选题准备（2026-11-28 → 2026-12-11）

里程碑 M0（12-11 周五）： Nang Tani 故事圣经（4 章大纲 + 人物小传 + 试写对话）+ 4 张角色表（MARCIA 格式）+ 第 1 章谜题表（6 个谜题对位剧情节拍）+ 纸嫁衣 1 通关拆解表 + 3 支短视频钩子脚本与分镜 + 红线清单签字版（含新增第 8 条）+ 泰国律师书面意见初稿 + 测试账号全部就绪。

工作	美工/艺术	程序	架构	合规/本地化	制作人
Nang Tani 视觉定调：主色、鬼的形象、场景锚	R（出风格稿）	—	—	C（红线审查）	A（拍板）
3 支短视频钩子脚本 + 分镜（剧情向：绿裙摆 / 供品被动 / 反转台词）	R（分镜）	—	—	C（台词与禁忌审查）	A
泰国律师：游戏许可、分级、内容审查书面确认	—	—	—	R（对接律师）	A（签合同）
测试账号：TikTok 开发者账号、Poki/CrazyGames 开发者账号、Facebook Instant Games、Google Play Console（25 美元一次性注册费）	—	C	R（注册与配置）	—	I
H5 量产管线：AI 辅助生成工作流 + 人工终审检查表	C	R	R（搭建）	C（终审标准）	A

人工审核点（horror 标题）：C1 选题审——6 个主题逐一对照第 3 节红线清单，由合规逐项签字；任一主题触红线即改方案或换主题，**不带病进入制作**。编剧（新增岗位）负责故事圣经与第 1 章谜题表（R），美工配合出 4 张角色表；C1 同步审故事大纲与第 1 章谜题表是否触红线（含新增第 8 条）。

Phase 1 — 验证期（2026-12-12 → 2027-01-27）

步骤与日期：

- **12-12 → 12-25（五）：短视频制作与投放**。 3 支 15 秒剧情钩子视频（Nang Tani：绿裙摆一闪而过 / 供品被动过的悬念 / 反转台词“她不是来害人的”，泰语字幕 + 英语字幕双版）制作完成，在 TikTok 与 YouTube Shorts 投放测试。投放方式：同一账号、同一时段、相似预算，避免时段与账号差异污染对比。
- **12-26（六）：钩子复盘会**。 按 CTR 与完播率排序，定 1 个主钩子进原型宣发；若前 2 支差距 < 10%（相对值），换钩子重剪一轮再定，不猜。
- **12-27 → 2027-01-20（三）：H5 原型**。 Nang Tani 第 1 章完整版（竖屏、2D 手绘、Cocos Creator；horror 标题的美术与文案全程人工，不走 AI 批量）：3 个场景（老屋、蕉林入口、供品台）+ 6 个谜题 + 提示系统（免费 + 冷却）+ 自动存档。
- **01-21 → 01-27（三）：上架与数据**。 第 1 章上 Poki/CrazyGames（全球流量）+ Facebook Instant Games（须进 Approved Partner 审核，提前申请），收集通关率、1 分钟留存、D1 留存、单局时长、每千次游玩广告收入。
- **01-27：Gate G1 决策会**。

Gate G1（通过标准，相对值，不编绝对数）：

- 第 1 章 **通关率与 D1 留存须同时优于团队同期在同一平台的其他 H5 标题的中位数**（同一平台、同一时段对比，排除平台差异）；且
- 每千次游玩广告收入不低于团队中位数（变现不拖后腿）。
- 任一条件不满足：先给一次返工机会（改钩子或改首章难度，1 周内）；返工后仍不满足，**停掉该章，换 Krasue 递补**（第 2 节主题 1），不追加投入。

工作	美工/艺术	程序	架构	合规/本地化	制作人
3 支短视频制作（动画/剪辑/音效）	R	—	—	C（成片审查）	A
投放与数据回收（CTR、完播率）	—	—	R（埋点与看板）	—	A（选题会拍板）
第 1 章 H5 原型开发	R（美术与动画）	R（玩法实现）	C（性能与包体）	C（人工终审）	A
上架 Poki/CrazyGames/Facebook Instant Games	—	C（接 SDK）	R（发布与配置）	C（平台合规）	I
数据复盘与 Gate G1	C	C	R（数据报告）	—	A（拍板去留）

人工审核点：C2 美术审（原型美术逐项对照红线：去血化、无佛像僧侣、无真实地点）**与 C3 文案审**（泰语字幕由母语者审校，鬼名、禁忌词、语气逐项过）。

Phase 2 — 放大期（2027-01-28 → 2027-03-27）

步骤与日期：

- **01-28 → 02-26（五）：第 2–4 章制作与 Cocos 原生重建。** 第 1 章 H5 原型用 Cocos Creator 重建为 TikTok 小游戏原生版（H5 不能直接上传 TikTok，见上份报告 §6）；同步做第 2–4 章与 Google Play 版。重建不是移植：按 TikTok 小游戏规范重做启动、分享、广告位；包体目标：首屏可玩、弱网可进（Cocos Creator 网页构建初始包体通常 5–15 MB，见 Impulse Media Hub 2026 年整理，仅作规划参考）。
- **02-01 → 03-12（五，并行）：泰语本地化。** 全文本泰语翻译（母语译者）+ UI 适配（泰语文本相对英语膨胀 30–40%，按钮与对话框预留空间）+ 泰语配音（耳语、环境音）+ 文化审查（泰国本地审校逐屏过一遍）。
- **03-01 → 03-12：支付与合规。** Google Play 结算接入（自动呈现 PromptPay/TrueMoney/运营商计费/卡）；完成 Google Play 内容分级问卷；TikTok 小游戏提交审核（泰国无额外上线要求，但仍须过平台内容审核）；上线前最终人工审核（C5）。
- **03-13 → 03-27（六）：上线与小规模买量。** TikTok 小游戏泰国上线 + Google Play 泰国上线；TikTok Growth Max 小预算测试（以 D0 广告收入为优化目标）+ GIP 创作者合作（泰国创作者做试玩视频，CPM 参考价 3–8 美元）；收集 D1/D7 留存、ARPDAU、买量回收。
- **03-27：Gate G2 决策会。**

Gate G2（通过标准，相对值）：

- D1/D7 留存须**优于该产品 H5 阶段在同类平台的基线**（同一产品前后对比）；且
- Growth Max 测试的 D0 广告收入须覆盖当日买量成本（tROAS 以实测数据定目标，不预设数字）。
- 任一条件不满足：不放大买量，先做一轮留存优化（首夜难度、新手引导）；优化后仍不满足，**停在 H5 门户 + Facebook Instant Games 维持运营，不追加原生投入。**

工作	美工/艺术	程序	架构	合规/本地化	制作人
Cocos 原生重建（玩法、分享、广告位）	R（重制美术资源）	R	C（服务端适配）	C（人工审核）	A
泰语本地化（翻译、配音、UI 膨胀适配）	C（UI 适配）	C（字体与排版）	—	R（母语审校）	A
Google Play 结算 + 内容分级问卷	—	C	R	C	I
TikTok 提交审核 + Growth Max + GIP 创作者合作	C（素材）	—	R（投放配置）	C（广告合规）	A（预算拍板）
数据复盘与 Gate G2	C	C	R（数据报告）	—	A（拍板放大或停）

人工审核点：C4 试玩审（惊吓强度与年龄适宜性：按 15+ 标准自审，恐怖元素须在“可控的害怕”范围内）**与 C5 上线前终审**（法律 + 平台合规 + 红线清单逐项签字，缺一不上线）。

Phase 3 — 越南决策门（2027-03-28 → 2027-05-27）

步骤与日期：

- **03-28 → 04-27（二）：发行商接洽。** 拿泰国数据（留存、变现、买量回收）去谈越南持牌发行商（VNG、Funtap、Gamota 一类）：对方持牌、持大股、负责版号/支付/审核；己方只做研发与内容分成。同时评估印尼（PSE 注册 + IGRS 分级）与菲律宾作为替代第二站的可行性。
- **04-28 → 05-20：条款谈判。** 分成、IP 归属、内容审查权、数据归属逐项谈；**底线：不接受“交出 IP 或接受无上限修改权”的条款**；谈判须有越南律师参与。
- **05-27（四）：Gate G3 决策会。**

Gate G3（通过标准）：

- 有持牌发行商接受合作条款（分成、IP、审查权三项底线守住）→ 进越南，只走合作发行，不自设游戏公司；
- 谈不拢 → **不进越南本土**，只做全球发行；资源转向印尼/菲律宾第二站评估。
- 无论进与不进，泰国产品继续运营与迭代，不因越南谈判停更。

工作	美工/艺术	程序	架构	合规/本地化	制作人
泰国数据包整理（给发行商的版本）	—	—	R	C（数据脱敏）	A
发行商接洽与谈判	—	—	—	R（越南律师）	A（拍板）
印尼/菲律宾替代评估	—	—	C	R	A
泰国产品持续运营与迭代	R	R	R	C	A

---

5. 风险与应对

风险	影响	应对
泰国游戏许可问题未确认（最大风险）	若泰国实际要求本地许可或逐游审批，Phase 2 上线计划全盘推迟	Phase 0 第一周即请泰国律师书面确认；若需许可，Phase 1 只做 H5 门户全球发行（无需泰国实体），Phase 2 改为“许可办理 + 其他市场先行”
文化踩雷（王室、佛教、真实地点）	下架、追责、品牌受损	第 3 节红线清单 + C1–C5 五道人工审核；泰语母语审校逐屏过；不碰真实寺庙、学校、村庄
TikTok 审核不通过	无法上 TikTok 小游戏	按 15+ 标准自审；被拒后按审核意见改一轮；仍不过则只走 Google Play + H5 门户
Cocos 重建成本超预期	Phase 2 延期	重建范围锁死为“优胜者 1 款”；H5 原型阶段就按 Cocos 规范写玩法（避免重写）；超 2 周即砍非核心玩法
短视频 CTR 测不出差异	选题无结论	6 支视频用同一账号、同一时段、相似预算；若前 2 名差距 < 10% 就加测一轮，不猜
恐怖题材留存天然低于休闲 H5	Gate G1/G2 误判	门槛用**相对值**（与团队同期 H5 中位数比），不用绝对值；恐怖标题单独建基线，不与休闲标题混比
越南谈不拢	Phase 3 落空	Gate G3 早有预案：不进越南，转向印尼/菲律宾；泰国产品不停更
泰语 UI 膨胀导致界面错乱	本地化返工	翻译阶段即按 +40% 膨胀预留空间；母语审校在真机上逐屏验收

---

6. 未核实清单

1. **泰国普通手游是否需要本地许可/分级**——未找到权威来源；Phase 0 律师确认前，本计划的 Phase 2 上线时间存在不确定性。
2. **TikTok 小游戏在泰国的分成比例**——官方文档未公布；Phase 2 的变现预测只能以实测 D0 广告收入为准，不预设分成。
3. **Codashop/Razer Gold 等第三方充值渠道是否支持本团队的游戏**——未核实；官方网页充值站列为可选项，不写入收入假设。
4. **泰国玩家对微恐怖品类的付费转化率与 ARPU**——无公开可信数据；Gate G2 的变现标准用实测相对值，不引用外部转化率。
5. **《Soul Eyes Demon》79 万安装量中泰国占比**——未核实；引用时只说全球安装量，不推断泰国市场接受度。
6. **GIP 泰国 CPM 参考价 3–8 美元**——引自 TikTok 开发者文档的创作者激励页（次级整理口径），实际竞价以投放实测为准。
7. **Cocos Creator 网页构建初始包体 5–15 MB**——引自 Impulse Media Hub 2026 年的行业整理（作者自述为规划参考值，非厂商公布数据），仅作包体规划参考。
8. **泰国恐怖片票房数字**——以维基百科与泰国媒体（The Nation）为准；不同来源的全国/曼谷口径有差异，报告中已注明口径。

Sources

- 泰国恐怖民俗（Krasue、Mae Nak、Phi Pop、Nang Tani、Pret、Krahang）：https://theculturetrip.com/asia/thailand/articles/13-terrifying-ghosts-thai-folklore；https://thaiflip.com/blog/thai-ghosts；https://www.thailandcorner.com/living/culture/ghost-stories；https://betterlivingasia.com/urban-legends-in-thailand/
- 《Death Whisperer》票房与背景：https://en.wikipedia.org/wiki/Death_Whisperer；https://www.nationthailand.com/more/commentary/40033922
- 《The Medium》：https://en.wikipedia.org/wiki/The_Medium_(2021_film)
- 《Pee Mak》《Nang Nak》：https://en.wikipedia.org/wiki/Pee_Mak；https://en.wikipedia.org/wiki/Nang_Nak
- 《Dorm》：https://en.wikipedia.org/wiki/Dorm_(film)
- 《Home Sweet Home》：https://en.wikipedia.org/wiki/Home_Sweet_Home_(2017_video_game)
- 《Soul Eyes Demon》Google Play：https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wednesday.horror
- 《To Pee or Not to Pee》Steam：https://store.steampowered.com/app/5389760/
- 土地神龛：https://www.visit-thailand.org/articles/44-understanding-thai-spirit-houses.html；https://www.thaiholidayguide.com/thai-spirit-houses/；https://blogger-thailand.com/article/spirit-houses-amulets-and-thai-beliefs-a-respectful-guide
- Nang Tani：https://www.mythologyblog.com/thai-southeast-asian/nang-tani-banana-tree-spirit/
- 《纸嫁衣》系列（HeartBeat Plus，2026-11-29 主打游戏风格参考）：https://en.wikipedia.org/wiki/Paper_Bride；Steam：https://store.steampowered.com/app/1735950/Paper_Bride/
- 泰国法律与内容审查：https://thethaiger.com/guides/10-strange-laws-to-be-aware-of-in-thailand；https://tlhr2014.com/wp-content/uploads/2026/09/the_unsayable_-_q_a_on_thailand_s_lese_majeste-3-3.pdf；https://fosrlaw.com/2025/thailand-media-law-2025/
- TikTok 小游戏（上线市场、区域要求、创作者激励）：https://developers.tiktok.com/doc/mini-games-overview；https://developers.tiktok.com/doc/regional-launch-requirements；https://developers.tiktok.com/doc/game-incentive-creator-videos
- Google Play 泰国支付方式：https://support.google.com/googleplay/answer/2651410?hl=en&co=GENIE.CountryCode%3DTH；https://en.prnasia.com/releases/apac/rapyd-to-enable-promptpay-payments-for-thailand-s-google-play-users-328736.shtml
- 泰国游戏市场（Niko/Sensor Tower/Kasikorn）：https://digitalinasia.com/thailand-gaming-market/；https://nikopartners.com/7-billion-in-2030-opportunities-in-southeast-asias-video-game-markets/

- 微恐怖赛道（Funtap/SocialPeta 分析，引自上份报告）：https://mobidictum.com/micro-horror-games-vietnam-ua-localization-market/
- 上份报告：`~/workspace/research_notes/vietnam-mini-games-overseas-20261127-1532/report.md`