

大厂创新疲软 独立游戏抬头

# 版号“解冻” 游戏产业需回归本心

文/周昊

2018年12月21日,当中宣部出版局副局长冯士新在2018年游戏产业年会上提到“部分游戏已完成审核,正在核发版号”时,欢呼声从会场迅速蔓延至整个游戏圈,行业内多家上市公司股票在当天更是直接涨停。当月29日,首批拿到版号的79款游戏在广电总局官网公示,持续了大半年的版号荒终于开始缓解。

自2018年3月以来,游戏版号的核发就陷入了停滞状态,数月后棋牌类游戏又因为涉赌事件频繁遭到大范围整治,飞奔近二十年的国内游戏产业踩了一脚“急刹车”。

如今,伴随着游戏版号的初步发放,国内游戏从业者在这场行业寒冬中看到了一丝曙光。然而有业内人士向《中国经营报》记者表示,版号恢复发放虽是一大利好,但未来版号收紧的趋势不会改变,在版号资源的争夺上,中小型游戏公司的长远处境仍不太乐观。

## 顶风“前”行

自2017年兴起的“吃鸡”元素贯穿了2018年始终,然而版号停发成为了2018年国内游戏产业最大的黑天鹅事件。这场意外也让诸多谋求在吃鸡领域大展身手的游戏公司始料未及。

为抢在腾讯之前占领吃鸡市场,网易在2018年2月初召开了一场名为“尝鲜大会”的游戏发布会,现场回顾并公布了《荒野行动》《终结者2:审判日》《荒野行动PC Plus》总共7款新旧吃鸡游戏。与常规的吃鸡游戏相比,这些产品都有着不小的变化与创新,融入了沙盒、制造、动漫等各种元素。

而腾讯在宣布正式代理国服

《绝地求生》之后,在手游层面连续推出了《绝地求生:刺激战场》《绝地求生:全军出击》,在端游市场也有《堡垒之夜》《无限法则》面世。

除了腾讯、网易,其余公司旗下的诸多游戏也或多或少加入了一部分吃鸡元素,但最终只有腾讯的《绝地求生:刺激战场》成为了2018年吃鸡手游的最终赢家。

尽管如此,但坐拥千万级别日活的《刺激战场》却因为版号原因无法为腾讯贡献收入,这在一定程度上让腾讯的获胜成果大打折扣。腾讯控股总裁刘炽平曾在2018年半年报业绩电话会议上表示,部分游戏无法完成商业化导致游戏收入增速降低,最终影响到了腾讯的总体收入。

有从业人士向记者谈及版号影响时表示:“最开始只以为跟往常一样,版号停一个月就会恢复审批;但随着时间的推移事情却并未好转,未来的不确定性开始在游戏行业内造成恐慌,对发展前景也造成了不小的冲击。”

事实上,因政策异动导致国内游戏产业发展出现偏差已不是首次。2000年初出台的“游戏机禁令”曾让国内的游戏机产业转入地下,盗版卡带的流行又严重冲击了正版游戏,最终导致国内单机游戏市场一蹶不振。随着PC普及衍生出的网游大潮迅速占领了国内游戏市场,“游戏机禁令”防止青少年沉迷游戏的初衷基本破产。2006年,史玉柱的《征途》开创了“游戏免费、道具收费”的新营收模式,这一模式成为国内端、手游的主流收费模式并一直持续至今。即便是在版号停发的2018年,这种模式依旧推动了整个国内游戏市场的前进。

伽马数据发布的《2018年中国游戏产业报告》显示,2018年中国



2018年,腾讯、完美世界、巨人网络等公司的游戏业务受挫。

本报资料室/图

游戏市场实际销售收入为2144.4亿元,同比增长5.3%,占全球游戏市场比例约为23.6%;其中自研游戏收入1643.9亿元,同比增长17.6%;游戏用户规模达6.26亿人,同比增长7.3%。

但上述报告也提到,目前国内游戏市场用户需求在短视频等新型娱乐内容的冲击下已经发生改变,同时用户对游戏品质的追求亦是越来越严格。在人口红利消逝及新游数量大幅减少的背景下,精品化成为了存量市场竞争的制胜节点。

## 出海谋变

作为文化产业出海的先锋,近年来国内游戏企业纷纷选择在海外开拓市场,取得了不俗的成绩;尤其是在版号停发的背景下,争抢海外市场成为了不少厂商活下去的手段。值得一提的是,与往年的产品出海不同,2018年更有一批游戏企业开始在海外资本市场谋求破局。

2018年,海外游戏市场已成为中国游戏企业重要的收入来源,全年自主研发网络游戏海外市场销售收入95.9亿美元,同比增长15.8%;在出口收入前50的移动游戏中,原创IP游戏数量占比达到80%。

在产品层面,国内厂商均选择在海外组建本地化的研发与运营团队,围绕当地文化、用户习惯等方面采取本地化策略,从而更好地契合海外本土用户需求的产品;而在渠道层面,国内游戏厂商也与Facebook、GooglePlay等海外主流渠道建立了长期稳定的合作关系,出海渠道亦较为稳定。

三七互娱方面曾向记者表示,早年在运作拳头产品《永恒纪元》进驻欧洲市场时,公司曾为该游戏打造了一套专属本地化方案,从版本调整到市场投放,围绕语言翻译、游戏系统与界面、线上线下立体营销以及粉丝社区管理等维度,都针对不同国家制定了差异化策略;一系

列的本地化运作成为《永恒纪元》在欧洲各国顺利发行的关键。

日本作为全球第三大游戏市场,三国IP一直是该市场的热门游戏题材。英雄互娱与光荣特库摩合作的策略类手游《新三国志》于2018年8月在日本上线,首月流水便突破5000万元,全年流水超过2亿元,亦成为了一款成功的出海作品。

除产品出海外,国内游戏厂商也开始在海外资本市场谋求运作。从2018年3月哔哩哔哩登陆美股算起,全年共有5家游戏公司成功在美股、港股上市,另外还有包括多益网络、中手游在内的5家游戏公司向港股提交了IPO申请。

业内人士向记者表示,自2016年吉比特IPO获批之后,A股对于游戏企业上市的审核趋严,除部分企业谋求借壳外,目前暂未有游戏公司闯关成功,国内资本管制趋严是游戏厂商选择美股或港股市场的主要原因。

## “独立游戏”闪光

2018年12月底,海外手游分析公司SensorTower预测腾讯《王者荣耀》全年收入达到220亿元,继续揽下了全球最赚钱游戏的称号。在中国游戏蝉联全球最大游戏市场产出的同时,国内游戏市场创意匮乏的问题也日益凸显。

与之形成强烈反差的是,2018年国内独立游戏却有鲜明的闪光点,诞生了《太吾绘卷》《中国式家长》等出色的作品。

2018年12月25日,《太吾绘卷》制作人茄子对外宣布,游戏销量突破100万份。2018年9月,这款只有“两个半”研发人员开发的独立游戏在steam平台开售,定价68元,游戏一经上线便获得了各界的好评。以百万份销量计算,《太吾绘卷》单款

收入达到6800万元,这一营收数据与主流游戏相比虽是一牛一毛,但由于独立游戏重在游戏模式及玩法的开创,因此这一成绩对国内独立游戏市场而言意义重大。

创梦天地独立游戏负责人马晓东向记者表示,独立游戏最大的意义是为整个游戏行业带来创意冲击,新鲜的创意与优秀的玩法才是独立游戏的初衷,商业化的考量并不明显;比如持续火热的MOBA类对战游戏,其源头便是个人玩家基于《魔兽争霸》这款游戏制作的对战地图模组,这类模组也属于独立游戏,虽然在诞生之初没有产生经济效应,但却对整个游戏行业的发展产生了深远的意义。

完美世界方面认为,近年来独立游戏用户市场占比逐步提升,一方面展现了玩家对于精品游戏、差异化游戏体验的渴求,另一方面则说明了独立游戏市场正在不断扩大。将独立游戏放在整个游戏市场内看待,独立游戏正对国内游戏市场起着积极的促进作用。独立游戏的玩法创新在不断影响着国内游戏产品进行产品迭代革新,同时也帮助玩家去发现什么是更适合自己的游戏产品;此外,由于独立游戏具有一定的收费门槛,因此独立游戏的走红也带动了国内玩家为精品游戏付费的消费习惯。

趣炫网络董事长陈伟聪也向记者表示,游戏归属于文化创意行业,研发人员的梦想便是做出真正原创的好玩的游戏,然而近年来行业快速发展,许多公司在决策层面用市场导向盖过了产品导向。国内游戏企业需要将产品的话语权交给游戏研发人员,加大研发投入和创新投入,随着时间的推移,中国游戏的创新将不再落后于海外游戏。

# 美团点评破立之路:供给侧数字化新浪潮

文/跃沈

2018年11月,一家成都烤鸭店靠移动互联网使生意红火的新闻火了。

文中的主角是四川成都的“80后”张宇,其父亲于1988年在成都开了一家烤鸭店,2012年时,店里的生意青黄不接。接手父辈衣钵的张宇充分利用大众点评,使餐厅的客流量节节攀升。

张宇代表只是当下数百万餐饮商户的一个缩影。作为国内服务商家数量很多的生活服务电商平台,美团点评一直致力于实现餐厅的数字化,通过帮助一个又一个餐厅数字化,来实现整个产业供给侧的数字化。

美团点评联合创始人兼CEO王兴表示,“科技企业不要想颠覆线下传统企业,要融合发展,助力传统商家,帮他们数字化”,过去二十年,需求侧的数字化逐渐完成了,但是在供给侧的数字化才刚刚

## 供给侧数字化

“2012年左右,我发现玩手机的年轻人越来越多,很多人选餐厅都先查大众点评,我就想着自己家的餐厅也得上网。”张宇先上线团购,再开通外卖,逐渐吸引了更多年轻消费者。2018年7月,他的张烤鸭青石桥店入选2018大众点评必吃榜,次月餐厅客流量创下30年来新高。

“这些年,无论是作为消费者还是经营者,我都切实感受到‘互联网+’给商业带来的巨大改变。”张宇说,“其实,不只是商业在改变,整个生活都因互联网而不同,我的父母也开始发微信、刷朋友圈,大多数人每天离不开手机,电子商务已经是一种新生活方式。”

在美团点评创始人兼CEO王兴看来,张宇现象背后,反映了当下移动互联网需求侧数字化基本完成,而供给侧数字化刚刚开始,唯有供给



开始,因为供给侧的数字化会更复杂一些,但只有把供给侧逐步数字

化以后,整个数字经济才完整,整个链条才打通。

侧数字化和需求侧相结合,数字经济才完整。

“供给侧的数字化会更复杂一些,一方面他们原来经营是比较复杂的,涉及很多方面,另一方面供给侧不是单一层次,是分产业链和价值链的。”在2018第五届世界互联网大会上,王兴以美团做的餐饮行业为例向在场嘉宾这样解释:“消费者都是需求侧,餐厅是供给侧。餐饮这个行业有很多链条,餐厅要往上游去采购,雇服务员,买很多设备等,分很多层次,所以这个数字化进度相对慢一些,需要逐步展开。但我觉得只有把供给侧逐步数字化以后,整个数字经济才完整,整个链条才打通。”

王兴介绍道,美团过去在需求侧拓展了诸多业务,如大众点评帮商家找到好的餐馆;美团外卖,送啥都快,全国各地30分钟基本都送达,每

天有两千万用户使用;美团酒店已经成为全国酒店预订最大的平台之一等。“把我们在需求侧做的事情放到餐厅来看,我们通过大众点评、美团帮餐厅完成了营销的数字化;通过美团的聚合收银,帮餐厅的支付数字化也逐步完成。但餐厅经营是方方面面的,你到底有多少张桌子、椅子,多少道菜,每天菜品卖多少,要生成一个小票,这个过程原来没有数字化,所以它跟线上打通是不够完整的,它的管理数字化我们正在做。”

除此之外,线下餐厅若要实现数字化,还需要上游的数字化。“现在我们开拓了一个新的产品线叫快驴进货,帮全国20万餐厅供应他需要买的东西,聚合他们的需求。通过我们的仓储和物流进行进货的数字化。通过一步步去做,把各个链条、各个环节逐步数字化之后,就把供给侧也数字化了。”王兴说。

## 精准服务触达个性化需求

两分钟单手炒河粉,上海虹口的一家面店的老板没有右手,却活出了生活的色彩。

汶水东路85号,鑫鑫大碗面。这是一家摊位很小、极不起眼的夫妻老婆店。每天早上5点,刘致敬与老伴高记英都会准时开门做生意,早餐供应鸡蛋饼、油条等,中午和晚上则提供面食、水饺和凉皮。

来来往往的人,大都为街坊邻居,光顾的次數多了,很多人会察觉,刘致敬有些“异常”,准确地说,他没有右手小臂。

刘致敬是山东人,今年56岁。20年前,因为一场意外,刘致敬失去了一部分右手,被鉴定为三级伤残。他在当地开了一家面馆,洗菜、切菜、煮面……对于厨师来说最简单的一切,刘致敬都要重新学起,渐渐地,也练出了一手绝活。

7年前,老夫妇俩来到上海,在虹口区江湾镇开了家店面,门面才20多平方米,里头只够放两张桌子,但生意极好,早饭和午饭时间经常要排队。夫妇俩一般分工合作,刘致敬负责烧汤面,高记英负责炒河粉。忙的时候,刘致敬也会“露一手”,开火、倒

## 莫谈颠覆线下

对历史的最好纪念,就是创造新的历史。在改革开放四十周年的2018,供给侧结构性改革、产业互联网、供给侧数字化、新零售等成为中国经济发展的关键方向。

纵然在过去的十年间,移动互联网大潮的汹涌澎湃,使得腾讯、美团等企业崛起,为线下的中大小微企业带来了新的机遇,但回归于商业本质,互联网企业既需要理智看待自身的属性和优劣,也应不忘初心。

美团深入本地生活服务业,将供给侧数字化和需求侧数字化结合,力图打造餐饮行业完整的数字经济。互联网公司的主动求

变,承担了中国实体经济数字化转型和升级的重担,亦需要参与中国社会基础设施的数字化和智能化改造,为中国未来发展创造新历史。

王兴同时认为,科技企业不要想颠覆线下传统企业,要融合发展,助力传统商家,帮他们数字化。

“餐饮行业有800万家餐厅,他们本身的数字化能力非常弱,需要有平台来帮他们做科技的助力。但一个餐厅消费者是否愿意去吃,取决于他的菜烧得好不好,味道好不好,而不在于它的IT能

力强弱。一方面我们作为一个科技平台,需要创新引领,做好数字化的产品,去助力传统的商家,帮他们数字化;另一方面是融合发展,全国有800万餐厅,有很独到的味道,你不可能去颠覆它们,所以不要去想科技企业颠覆线下传统企业,这是不可能的事情。”王兴谈道:“一个酒店做得好不好,跟他接待能力非常相关,不光是数字化程度高低的问题,线下生活服务业都非常典型。在其他行业,可能供给侧的情况不完全一样,但有很大一类应该是融合发展的思路,而不是去颠覆。”

## 莫谈颠覆线下

是,这些产品能够直接送货上门。以前,刘致敬去一次菜场,一来一回要大半个小时,如今这些时间和精力可以省下了,每天午后都能舒服地打个盹儿,补充体力。

快驴进货相关负责人表示,快驴进货业务2018年起已规模化运作,不到一年,已经在全国布局了21个省,38座城市,350个区县,年度活跃商户数约45万。这意味着,更多像刘致敬这样的人,可以享受到科技带来的服务。

钱士强是快驴进货的一个普通员工,负责江湾镇片区的300多家商户。2018年6月初,他在走访时得知了刘致敬的情况,便格外关注。就在最近,钱士强又提了个小建议:既然进货不用再身体力行,不妨尝试开通美团外卖,给小店增加点收入。老两口决定试试。

大约两周前,鑫鑫大碗面的外卖平台终于开通了,一天多出了几十单外卖生意。刘致敬又算了一笔账:如今,一周要多用8瓶油,4大袋面粉近300斤的原料,换做过去的他无法承受,但现在,餐饮原料有人送货上门,外卖有人配送,他只需要专注做自己的事。

GG