

宝通科技“不走寻常路” 游戏逆潮流加码国内市场

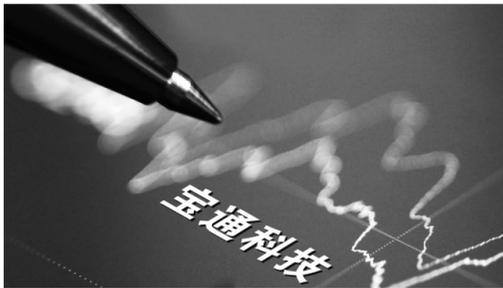
本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

在游戏企业纷纷“出海”的背景下，无锡宝通科技股份有限公司(300031.SZ)却有意加码国内市场。

2021年财报显示，宝通科技移动游戏业务中，来自境外的游戏收入占比超过97%，存在依赖境外市场的风险。为此，宝通科技决定“逆势而为”，该公司董事长包志方在致投资者信中

工业与游戏并行

通过收购、转型，宝通科技在业务层面实现工业互联网和移动互联网并行的格局。



面对“出海”竞争的白热化，宝通科技游戏业务“归国”，进军国内市场。
视觉中国/图

4月23日，宝通科技发布的2021年度报告显示，公司去年营收27.6亿元，同比增长4.62%；归属于上市公司股东的净利润4.03亿元，同比减少7.81%；基本每股收益1.0453元。

宝通科技前身宝通带业成立于2000年12月，2009年12月在深交所创业板挂牌上市，主要从事各类高强度橡胶输送带的研发、生产和销售。2015年，公司名称变更为宝通科技，并在之后数年内分三次收购易幻网络100%股权，切入游戏行业。

通过收购、转型，宝通科技在业务层面实现工业互联网和移动互联网并行的格局。2021年，其工业互联网业务(主要指工业散货物料智能输送全栈式服务)实现营收12.32亿元，同比增长11.30%，占总收入比重44.64%；移动互联网(即移动游戏业务)实现营收15.28亿元，同比下滑0.21%，占总收入比重55.36%。

提出游戏业务“归国”宣言。他介绍，公司在国内搭建的团队已储备自研+定制的产品有9款。

宝通科技投资者关系部人士对《中国经营报》记者表示，国内业务依然需要尝试和开拓，一款游戏终究是在多市场发行才可以获得利润最大化。该人士称，去年由于整体政策环境和产品本身的调试，进军国内的动作有一定延迟，在今年国内游戏业务将是一个受重视的方向。

宝通科技2021年整体毛利率为41.23%。其中工业互联网业务毛利率为30.56%，同比下滑2.99个百分点，主要由于疫情导致海运和原材料成本上涨；移动互联网业务毛利率为49.84%，同比提升3.75个百分点。

公司加大研发投入，是利润承压的一大因素。财报显示，宝通科技2021年研发费用达到1.34亿元，同比提升84.64%。工业互联网业务方面，公司在智能化、数字化转型方面持续加大研发投入，拓展智能输送数字化产品在智慧矿山和智慧港口领域的落地。而在移动互联网方面，宝通科技在财报中表示，其投入的研发项目达20余个，完成自研产品赛道布局的搭建，在成都组建SLG和官斗赛道的研发团队，在广州组建放置卡牌赛道的研发团队。

另外，宝通科技手游收入下滑，主要由于疫情影响易幻网络的海外发行工作，尤其是新游戏有一定的延期。

游戏业务“归国”

宝通科技游戏“归国”的决定可谓与国内游戏出海热潮逆势而为。

宝通科技原本是一家工业企业，后通过收购易幻网络进入游戏赛道。易幻网络成立于2012年，专注于游戏出海发行运营业务，是中国最早出海的手游发行商之一。根据华西证券2020年研报，易幻网络当时已经在全球发行240多款游戏，覆盖全球130多个国家和地区、十几种语言，拥有丰富的出海经验和用户数据积累。

在此基础上，宝通科技的游戏业务也专注海外。宝通科技2021年财报介绍，其游戏收入主要来自境外市场，并主要来源于App Store和Google Play两大应用商店。2017年~2021年，公司来自境外的游戏收入分别达到9.91亿元、14.23亿元、15.98亿元、15.26亿元、14.88亿元，占移动游戏收入总额比例分别为99.37%、99.92%、99.92%、99.69%、

布局元宇宙

宝通科技早在2016年就开启了元宇宙探索，拓展VR游戏等社交元宇宙新业务。

2021年，元宇宙概念大火，宝通科技在这方面的一系列资本布局也受到瞩目。该公司增长哈视奇，直接和间接持股比例提升至40.64%，成为哈视奇第一大股东(不含团队期权)。

西部证券研报指出，哈视奇拥有10余款VR/AR游戏，在工业领域商业场景应用上也有着丰富的经验，宝通科技本次对哈视奇的增持有望推动AR/VR在公司游戏业务以及工业互联网业务上的应用，加强主营业务间的协同。

除此之外，宝通科技还成立

97.38%。

宝通科技在财报中承认，公司存在依赖境外市场的风险，“如果公司推出的游戏产品无法满足境外玩家的喜好，或市场推广不符合当地的市场环境，可能导致公司无法获得理想的收益，甚至无法收回前期投入”。

“面对行业政策的收紧，游戏出海竞争的白热化，我们成立国内分公司和市场中心，正式进军国内游戏市场。”宝通科技董事长包志方在致投资者信中提出游戏业务“归国”宣言。他介绍，公司已储备自研+定制的产品有9款。

宝通科技游戏“归国”的决定可谓与国内游戏出海热潮逆势而为。中国音数协游戏工委发布的《2021年中国游戏产业报告》显示，2021年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达

子公司海南元宇宙，后者主业是布局AR/VR/MR、机器人、传感器、新能源矿卡、高端装备等成长性产业相关领域；投资裸眼3D技术公司一隅千象，并与八点八数字在虚拟人业务展开合作。

包志方在致投资者信中说：“回溯过往，宝通早在2016年就开启了元宇宙产业探索，积极拓展VR游戏、AR头显、MR沉浸式展厅、娱乐直播领域等社交元宇宙新业务；同时，结合云计算、人工智能、游戏引擎拓展虚拟现实融合的工业元宇宙商业模式。”

180.13亿美元，同比增长16.59%；中国游戏用户规模达6.66亿人，同比增长0.22%。随着国内游戏市场收入和用户规模双双进入瓶颈期，游戏出海已经成为越来越多中小型游戏公司的主要策略。

对此，宝通科技投资者关系部人士对记者表示，每家公司所拥有的业务，以及国内国外份额不同，所以看法不一致。“宝通科技的游戏业务由海外起家，海外运营的成熟，加上国内游戏出海需求迫切起来，其实对于我们海外游戏是有一定利好的，毕竟形成了文化输出趋势。”

该人士称，“对于我们公司来说，国内业务依然需要尝试和开拓。一个游戏终究是在多市场发行才可以获得利润最大化。”据其介绍，去年由于整体政策环境和产品本身

“目前公司主要偏向于工业方面的概念打造，主要是将AR、VR技术和工业场景结合。”谈及元宇宙布局方向，宝通科技人士对记者介绍，“这不代表游戏方面就不去开拓了。只要有可能，各种领域都是可以尝试的，毕竟公司是具有一定技术储备的。”

3月2日，宝通科技在投资者关系活动记录表中披露，其目前通过哈视奇负责井下数字矿山内容制作，一隅千象负责裸眼3D呈现及远程交互。

上述宝通科技人士介绍，通

的调试，宝通科技进军国内的动作有一定延迟，在今年国内游戏业务将是一个受重视的方向。

4月11日，国家新闻出版署官网公布自2021年7月以来的首批45款国产网络游戏审批名单。游戏版号发放重启让行业欢欣，重燃希望。宝通科技4月12日在投资者互动平台表示，目前公司已拿到版号的产品有《终末阵线》《元素方尖》等四个产品，另外有《D3》等三个版号在审核中。

“随着政策的放开，(版号)这方面应该没什么大问题。”上述宝通科技人士表示。

据宝通科技财报披露，其已储备40余款不同语言版本的游戏，拥有70余款正在运营的游戏，其中包括30余款热门游戏，其游戏业务覆盖150多个国家和地区。

过将元宇宙应用于工业中，不仅有助于本身的输送控制，整体把关，也方便后续的员工培训、风险防范。

东吴证券研报认为，宝通科技在工业互联网上的数字化升级，能帮助该业务的营收占比持续提升，更多的产品服务营收将提升该业务的利润率。2021年，公司数字化输送带营业收入突破10亿元，投资6亿元的现代工业散货物料绿色输送智能产业集群鸿山基地投入使用，实现了产品制造过程的自动化、信息化和智能化。

昆仑万维“出海”成绩亮眼 海外业务收入同比增长45%

作为国内“航海”经验丰富的互联网企业之一，昆仑万维科技股份有限公司(以下简称“昆仑万维”300418.SZ)在创立之初便将目光瞄准海外市场。经过多年耕耘，昆仑万维的海外市场业务已遍地开花，成为了新的增长引擎。

4月27日，昆仑万维交出2021年“成绩单”：实现营业收入48.5亿元、归属于上市公司股东的净利润15.47亿元。其中，海外市场收入贡献占总营收70%。昆仑万维方面表示，海外业务收入同比增长45%的亮眼表现，为公司业绩持续增长提供了强劲动力。



海外市场开花结果

普华永道发布的《2021年度MoneyTree中国TMT报告》(下称“报告”)显示，受行业监管加强的影响，以及数据安全法和个人信息保护法的出台和生效，资本在2021年对互联网行业的投资降温。而海外市场成为众多互联网企业关注的重点。

其中，自2008年创立之初，以游戏起家的昆仑万维便开始在海外四面出击，可谓“航海”经验丰富。2015年登陆A股之初，昆仑万维还是一家以游戏为主业的公司，如今，经过七年的发展，昆仑万维已构建了以Opera、StarX、闲徕互娱、Ark Games和科技股权投资为主的多元业务板块，涉及资讯、社交、娱乐、游戏和投资等领域，进化为中国领先的互联网平台出海企业。

得益于前瞻性的出海战略布局，昆仑万维的海外业务已进入收获阶段。2021年，昆仑万维完成对Opera和StarX的并购，海外业务实力进一步加强。

财报显示，昆仑万维2021年实现营业收入48.5亿元，实现归属于上市公司股东的净利润15.47亿元。其中，海外市场收入贡献超过70%。对照相同口径的存续业务，2021年昆仑万维海外业务收入同比增长45%。

谈及出色的业绩表现，昆仑万维方面表示，过去几年，昆仑万维沉淀了大量成功的中国互联网商业模式，积累了成熟的数据分析、产品开发运营及用户洞察能力，作为率先出海的中国互联网企业快速切入海外市场，为全球用户带去更优质的产品和服务。截至2021年底，公司业务遍及全球100多个国家和地区，累计月活跃用户近4.5亿。实现经营性净现金流11.7亿元，同比2020年调整前经营性净现金流增加62%。

在昆仑万维的业务矩阵中，Opera的加入进一步夯实了昆仑万维的全球化业务基础。当前，Opera在第三方浏览器行业保持市场份额领先的地位，并不断丰富产品矩阵，实现从浏览器向信息分发平台、UGC平台的转型发展，并将业

务拓展至更多国际市场。根据美股公开报告，Opera全年平均月活跃用户近3.6亿，并在拉美及北美地区分别实现35%及22%的快速用户增长。

此外，同样在2021年完成收购的StarX则继续保持了高速增长态势。在稳固东南亚及中东等核心市场的基础上，持续向人口大国及高ARPU值地区扩张，现已相继进入拉丁美洲及欧洲部分国家。

当前，游戏仍然是昆仑万维的主业之一。2021年，昆仑万维完成对全球移动游戏平台Ark Games的战略升级。Ark Games在东南亚地区上线全新自研MMORPG游戏《The Legend of Neverland》(中文名《梦幻岛传说》，原名《圣境之塔》)，取得良好反响。该游戏已于2022年第一季度在中国港澳台地区上线，之后将陆续在中国内地和欧美地区上线。

如今，多条线运营的昆仑万维正在凸显其互联网平台型公司共同发展的优势特点。年报显示，截至2021年底，昆仑万维社交娱乐、广告、搜索及游戏等各项收入

在营业收入中占比分别为43.7%、20.17%、16.22%及16.04%。得益于多条线业务的加入，同五年前相比，平台型公司的发展模式让昆仑万维的海外之路走得更加稳健。财报数据显示，2021年昆仑万维营业收入48.50亿元，归母净利润15.47亿元，与五年前相比(24.25亿元营业收入，5.31亿元归母净利润)，收入及利润规模均显著增长。

本土化运营成效显著

创立至今十余年间，昆仑万维迅速在全球开枝散叶，如今业务遍及100多个国家和地区，全球累计月活跃用户近4.5亿。谈及公司出海，昆仑万维将其归结为三点：一是基因驱动，昆仑万维创始团队拥有海外创业和从业背景；二是全球化红利，将中国互联网模式推广到其他地区非常有优势；三是符合“一带一路”的政策。

中国企业出海已持续百年，而出海之路却并非坦途。如今，在“一带一路”以及全球化的趋势下，昆仑万维顺势而为，通过挖掘自身

优势，逐渐在海外站稳脚跟。当前的架构体系也很好诠释了昆仑万维的出海思路。“昆仑万维对出海赛道选择非常敏锐，看重Timing(进入时间)和Windows(窗口)，形成了以收购小品牌为切口，再将其做大的独特路径。”昆仑万维方面表示。

其中，StarMaker(StarX旗下主要产品)便是一个典型的昆仑万维式的出海案例。StarMaker于2017年初诞生在美国，上线之初，这款应用的市场局面并未快速打开，日活数量也并不突出。

昆仑万维敏锐地看到了应用场景背后蕴含的巨大市场空间。谈及投资StarMaker，昆仑万维方面提到，公司考虑到两方面原因：一是昆仑万维有海外社交产品经验，二是StarMaker所处的K歌赛道具备社交潜质，市场空间较大。

对海外市场的拓展是StarMaker急需突破的，同时也是昆仑万维所擅长的。“在版权方面，StarMaker很早就与相关机构建立版权合作，并与各个国家头部版权商、版权协会建立了合作。同时，StarMaker技术团队投入大量人力进行优化低档手机和低档耳机的音视频适配，不设收入目标，只为了做全球更受认同的音乐社区。”昆仑万维方面表示，“StarMaker在线下做选秀活动，通过不断‘造星’，打通线下用户获取入口，形成影响力。”

经过昆仑万维的海外拓展，如今，StarMaker累计注册用户约2.4亿，在全球82个国家的音乐/音频类下载榜单排名前5，其中26个国家排名前列。

目前，StarMaker已进入全球100多个国家，主要用户集中在东南亚、中东、欧美地区。事实上，无论是StarMaker还是Opera，昆仑万维都将目光首先锁定在新兴市场。

在昆仑万维“出海”之初，新兴市场的拓展条件和基础都不如国内市场。而当地对互联网产品有

着同其他地区一样的需求。DataReportal发布的《Digital 2022》报告显示，过去十年，全球互联网用户规模持续稳定增长，复合年增长率达到8.5%。当前，在部分东南亚、拉丁美洲及非洲国家和地区，其社交媒体用户规模相对总人口占比仍然低于世界平均水平，未来仍有进一步提升的空间。

纵然市场空间巨大，如何在当地顺利开展业务，将市场空间变为利润空间，这考验着昆仑万维的智慧。通过Opera，昆仑万维很好地诠释了其独特的处世哲学。

“昆仑万维出海的每一个国家，市场和客服一定选择本地员工，当地经理和运营则视情况而定，这从两方面考虑：一是要沟通方便，二是互相之间高度信任。”昆仑万维方面提到，“Opera在被收购后，保持原有组织架构不变，很多在Opera工作多年的技术大牛都留下来了，除了新增的Opera News团队在北京，其余业务均由原先团队继续运营，核心高管层也分布在挪威、波兰和北京。”

如今，Opera News继续位列非洲市场新闻类APP榜单前列。目前，Opera News用户规模已突破2亿。而Opera全产品矩阵的全球平均月活跃用户近3.5亿，是欧洲与非洲市场的主要流量平台。

乘着“一带一路”和全球化大趋势的东风，昆仑万维这艘巨轮已经顺利起航。面对巨大的海外市场，昆仑万维计划在2022年进一步提升海外市场收入占比至约80%。

其中，元宇宙将成为昆仑万维的突破口之一。昆仑万维在2021年完成元宇宙布局及AI技术在社交娱乐、信息分发等领域的应用。截至2021年四季度末，Opera GX(PC+移动端)月活跃用户已突破1400万，同比增长100%。Opera GX Discord社区会员突破40万，已成为科技与游戏领域最大的社区之一。广告