

# 一季度中国游戏市场收入近800亿元 海外市场成“红海”

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

近日,第三方数据研究机构——伽马数据发布《2022年1-3月游戏产业报告》(以下简称“报告”)

显示,2022年一季度,中国游戏市场实际销售收入794.74亿元,环比增长10.08%,同比增长3.17%,低于2021年同期的同比增长率。其中,在中国移动游戏市场

方面,实际销售收入604.32亿元,环比增长9.28%,同比增长2.72%,该数据也低于2021年同期的同比增长率。除了《原神》《梦幻西游》等长线产品带来流水增量,新游

《文明与征服》等产品也贡献了增量,但新游增量不及去年同期。

1至3月,中国端游市场实际销售收入达154.93亿元,环比、同比均取得增长,同比增长

得益于《梦幻西游》《穿越火线》等头部产品的长线运营;页游市场规模环比下降2.63%,逐渐趋于稳定。

而在海外市场,中国自主

研发游戏实际销售收入为45.54亿美元,环比下降0.54%,基本与上季度持平。该项数据的变化主要原因是新品未带来较大增量。



《原神》游戏在上海人民广场展示。

视觉中国/图

## 长线运营成趋势

2021年8月至2022年3月,国内游戏版号一度停止发放,这使得国产新游数量大大减少。

上述报告发布的数据显示,手游、端游市场规模的增长主要由长线产品拉动,在老产品已经占据一定份额的游戏市场中,新游影响力有限,厂商似乎更加倾向于将产品长线化运营。

报告列举的1至3月移动游戏流水测算榜TOP10中,仅一款新游——4399公司的策略类产品《文明与征服》进入榜单。此外,《原神》、《和平精英》等6款游戏发布于2019年至2021年8月;《王者荣耀》《梦幻西游》手游、《穿越火线:枪战王者》则发布于2015年,距今已有至少6年。值得一提的是,这10款游戏包含7个类型,呈现多元化分布,其中一半是腾讯产品。

而在iOS渠道下载测算榜TOP10中,则无新游上榜。

此外,从一季度停运移动游戏产品数量来看,环比减少81.82%,停运产品中近一半已运营5年及以上。

2021年8月至2022年3月,国内游戏版号一度停止发放,这使得国产新游数量大大减少。国内某游戏平台方面对《中国经营报》记者表示,伴随着版号停发,平台也长时间没有上线更新有版号的游戏。

不过,伽马数据高级分析师吕惠波对记者表示,现阶段游戏厂商本就倾向于长线化运营,这一点和此前版号停发并无直接关联。他说,游戏企业自端游时代便已开启长线运营的探索,到现阶段更为成熟,也成为游戏企业普遍布局的方向,主要是为应对流量成本上涨、打造多领域文化符号、持续提升产品质量、丰富产品衍生内容等。

“长线运营并不意味着市场的固化,也不是企业面临创新压力加大的情况下,所采取的被动举措,而是企业本身打造更多精品化产品与IP的主动探索。”吕惠波说。

吕惠波表示,长线化运营是游戏行业未来的重要趋势,模式也趋向多元化,将成为游戏市场高度成熟的标志之一,“长线运营也正在打破产品自身的边界,从单一产品运营上升到整个IP的发展规划,从某一游戏品类拓展到更多元化的玩法类型……”

报告以超休闲游戏为例指出,在强化长线运营能力的推动下,玩家黏度明显增高。一季度,该品类iOS下载量TOP10产品平均上线时长较半年前增加8天。所采取的长线运营策略包括,经营、签到奖励,规划成长路线,以及与热门IP结合保持产品热度。

另外,报告以《原神》为例指出,该产品在今年一季度每个月都进行一次版本更新,在增加新角色、新活动的同时提升广告投放数量,从而带来更多的流量,随之流水有明显的增长。

## 海外市场遇瓶颈

海外市场对于中国国产游戏来说,已经开始从一片“蓝海”转变为“红海”。

2022年,出海已成为游戏行业的共识。然而报告指出,今年一季度,中国自主研发游戏的海外收入环比微跌。

国产游戏的海外扩张为何遭遇瓶颈?吕惠波表示,近年来受新冠肺炎疫情影响,全球游戏市场规模在居家经济红利的推动下获得提升;但同时多个地区经济出现下滑,现阶段游戏市场正处于增长疲软阶段,因此中国游戏的出海也受到影响。

此外,海外市场对于中国国产游戏来说,已经开始从一片“蓝海”转变为“红海”。吕惠波表示,现阶段中国游戏企业对主流出海

地区的探索已处于较高水平,正面临全球流量成本上升的问题。此外,国际环境变化、出海游戏品类单一(集中于SLG类型)等因素,也给寻求走向海外的中国游戏带来挑战。

吕惠波还指出,一季度中国游戏出海数据遇冷还受到产品研发周期的影响。目前中国游戏在海外收入的提振主要受《原神》、《万国觉醒》等头部爆款产品的驱动,而此类游戏研发周期较长,且目前正有产品处于生命周期旺盛阶段,企业并不急于在海外推出新产品,从而分散宣发资源。

报告指出,重点境外市场产

品流水增长TOP5榜中,大都具备新版本、新活动、明星代言等增长因素。比如,《原神》《永夜星神》每个月都有版本更新,《奇迹MU:正宗续作》邀请“动力火车”乐队制作主题曲并推出“双生代言人”,《道士出观》推出春节活动从而带动收入增长。

报告提及,《原神》2.4版本的PV(Promotion Video,宣传视频影像)《神女劈观》在YouTube上的播放量已超500万次,起到了传播中国传统文化的作用。据悉,《神女劈观》是一支具备中国戏曲元素的PV,本意是推广游戏新角色“云堇”,最后推动产品《原神》出圈。

## 大小企业竞合发展

今年4月游戏版号重启发放后,业内就有观点指出,政策层面也在引导游戏行业的均衡、精品化发展。

报告提出,一季度游戏流水增长主要受三点因素驱动:增加研发投入和研发人才占比,通过技术迭代增强用户体验,通过自主研发帮助企业从擅长品类迈入多品类、从国内进军全球市场。这也正如上文提及的,长线化运营、产品的精细打磨正成为游戏行业发展的趋势。

然而,无论是研发投入还是发行支持,都需要企业在资金、技术上加大投入,这是否意味着游戏市场会向有钱、有人才的大厂集中?对此,业内人士认为,不同类型的厂商并非一定要“你死我活”,而是可以进入一种竞合关系。

吕惠波对记者表示,现阶段,游戏行业的确是头部企业囊括了绝大部分收入,行业的成熟难免伴随着中小型企业被淘汰,尤其

是一部分并不具备研发竞争力的企业,它们的平台、渠道、买量优势会被大型企业整合。

但他同时表示,也有部分企业能凭借创意产品破局并跻身头部,而这对游戏产业是有利的,“中小型企业围绕产品展开运营、技术等层面存在缺口后,会将更多的资源投入到创意领域。”而大型企业会寻找具备竞争力的产品进行投资,中小企业则能够依附于大企业生存并借助其资源进行发展。

“收入的集中化并不代表游戏产业存在环境恶化的趋势,数十家头部企业仍然围绕产品展开持续竞争,流量来源也未集中在某一家身上,更多的游戏企业具备自主获取用户的能力,企业间竞争的核心还是产品力。”吕

惠波总结道。

事实上,今年4月游戏版号重启发放后,业内就有观点指出,政策层面也在引导游戏行业的均衡、精品化发展。当时获得版号的45款游戏中,有来自大中小型企业和独立工作室的产品,题材、类型上分布均匀。

根据伽马数据报告,市场对于不同类型游戏的需求也趋向多元。今年1至3月,流水TOP50移动游戏中,MMORPG/ARPG类游戏的流水份额大幅低于去年同期,目前仍处于第一,但与MOBA类、射击类基本持平,已不再占据绝对领先地位。受《哈利波特:魔法觉醒》等爆款产品的影响,原本较为冷门的卡牌类游戏和捕鱼游戏的流水份额获得一定提升。

# Cocos完成5000万美元融资 游戏引擎再获资本加持

本报记者 陈溢波 吴可仲 北京报道

近日,Cocos方面宣布完成5000万美元B轮融资,投资方为建信信托、GGV纪源资本、声网Agora等。

公开资料显示,厦门雅基软件有限公司(以下简称“雅基软件”)成立于

## 获5000万美元B轮融资

天眼查显示,此轮融资的投资方有建信信托、GGV纪源资本和声网Agora。

在这轮融资之前,2017年8月,雅基软件还拿到了触控科技的天使轮融资;2017年12月,拿到了赛富投资基金数千万元的pre-A轮融资;2018年11月,景林投资、一票创业和赛富投资基金为其进行了A轮融资;2021年1月,建信信托投资进行了A+轮融资;2021年8月,GGV纪源资本、赛富投资基金、Netless进行了pre-B轮融资。

目前,雅基软件的股权结构显示,其大股东为当初的天使轮融资投资方——触控科技,持股近40%。触控科技创始人兼CEO陈昊芝为雅基软件董事长,持股比例约为10.54%,雅基软件旗下产品Cocos引擎的创始人和CEO王哲为雅基软件的董事兼总经理,持股比例约7%。

在对外简介中,触控科技方面称,其起步于2008年初创建的Cocoa China社区,专注于苹果产品和iOS系统开发。2010年11月12日,触控科技正式组建团队,并在之后2年间获得北极光、迪士尼思伟创投、红杉创投以及GGV纪源资本的风险投资,融资总规模3200万美元。2011年凭借一款《捕

2010年,是全球领先的数字互动内容开发平台之一,旗下的Cocos引擎是一款开源引擎。Cocos多年来深耕底层技术,提供专业的产品和服务。Cocos Creator是Cocos旗下的高效、易用型跨平台互动数字内容开发引擎,其不仅是一款强大的游戏开发工具,还是能

满足全方位创作需求的开源引擎。

Cocos对外宣称,2021年,Cocos Creator在3D方面取得了突破和长足进步。2021年初,Creator 3.0版本将2D和3D两套产品进行合并,开始引擎一体化建设。

对此,一位不愿具名的业内人

士向《中国经营报》记者表示,Cocos进入3D内容研发领域的太晚了,从国际上看,如果以移动游戏引擎Unity(实时3D互动内容创作和运营平台)作对比,其实并没有太大的竞争优势。对于此观点,Cocos方面向记者作出回复。



由Cocos 3D游戏引擎制作而成的赛博朋克Demo截图。

Cocos官网/供图

鱼达人》游戏“一战成名”。

雅基软件方面表示,近年来,元宇宙成为科技和资本领域的热点话题,Cocos已做好相关引擎能力的储备,扮演的是降低元宇宙应用门槛的角色。目前XR项目可通过Cocos引擎以源码的方式开发,未来还将帮助开发者快速完成3D向VR版本的转化。雅基软件方面还表示,在率先落地的虚拟展会场景,Cocos已与法国智奥会展集团达成了深度合作,并已服务于China Joy Plus等多个线上展会。在虚拟数字人场景,Cocos目前已经实现创造虚拟人所需的建模、口型、动捕、渲染、AI接入五大

关键技术,帮助开发者创造足够逼真的3D形象。

2021年末,百度发布元宇宙产品“希壤”,加速元宇宙布局,Cocos已于近日成为百度合作伙伴,为元宇宙世界提供技术平台底座,双方将共同构建元宇宙世界。

本轮融资后,Cocos将借助资本的助力,持续提升引擎核心技术,促进引擎进一步与游戏、汽车、教育、XR、家居设计、建筑工程设计等场景的结合,Cocos也坚持将每年的利润全部投入引擎功能研发、新场景拓展、生态建设上,持续为开发者提供更便捷的工具,为跨行业的客户带来可靠的技术解决方

案和提供更多元的产品与服务。

值得关注的是,作为此次雅基软件的投资方之一,GGV纪源资本在元宇宙相关领域的投资还并不止Cocos一家。比如,2022年2月14日,元宇宙UGC平台BUD就获得了1500万美元的A+轮融资,GGV纪源资本作为其老股东之一超额跟投;2022年4月4日,GGV纪源资本还投资了丹麦虚拟实验室平台Labster。

记者从天眼查检索获悉,在“游戏引擎”标签下,有103个相关品牌,而在“移动游戏引擎”标签下,则有6个品牌,并且这6个相关项目品牌大多已经拿到投资。

## 进军3D时间较晚?

Cocos对外宣称,Cocos引擎发端于移动游戏领域,作为与Unreal、Unity并列的全球三大跨平台游戏引擎之一,采用Cocos引擎开发的游戏覆盖市场全品类,在全球范围得到广泛的使用和认可,中国移动游戏市场份额占比40%,全球移动游戏市场份额占比30%。腾讯、网易、任天堂、育碧等均已使用Cocos引擎开发游戏产品。

据悉,《捕鱼达人》《开心消消乐》《梦幻西游》《乱世王者》《列王的纷争》《火焰纹章》等,都是基于Cocos引擎开发的游戏产品。

10年间,Cocos已积累了150万名注册开发者,30万名活跃开发者,开发者遍布全球超过203个国家和地区,覆盖设备超过16亿台。此外,Cocos的开源项目在Github上累计获得了超过3万个star,超过1万个fork。全球开发者已自发出版中、英、日、韩、西班牙语5种语言的近80多本教程书籍。

从移动游戏出发,Cocos引擎已经成长为横跨多领域的普适性工具。Cocos Creator是Cocos旗下的高效、易用型跨平台互动数字内容开发引擎,不仅是一款强大的游戏开发工具,还是能满足全方位创作需求的开源引擎。

不过,东吴证券研报指出,游戏引擎行业目前基本上是Unity和Unreal(由Epic公司开发,是全球知名的游戏引擎之一)两家独大。据Unity官网显示,2020年第四季度最热门游戏前1000名榜单中,有71%使用的是Unity的引擎;2020年收入前100强的游戏工作室中,94%是Unity的客户。2021年第四季度,使用Unity进行

开发的游戏(Made with Unity)在排名前1000的移动游戏中占比72%。2021年,Made with Unity应用每月的下载量超过50亿次,全球月活Unity用户超过150万人,Unity创建和运营业务所触达的全球平均月活玩家数量超28亿人。并且,Unity还可支持28个主流平台的开发。

东吴证券研报显示,游戏开发者主要用Cocos引擎开发H5游戏,这与Cocos对外宣称的发端于移动游戏领域并不一致。对此,记者向Cocos和分析师求证,但截至发稿,均未获回复。

值得注意的是,Cocos还曾对外表示,在2021年,公司旗下的产品Cocos Creator进行了多次重大版本迭代。立足2D应用领域、持续进行优化的同时,在3D方面也取得了突破和长足进步。2021年初,Creator 3.0版本,将2D和3D两套产品进行合并,开始引擎一体化建设。

2021年5月,Creator 3.1正式发布,Cocos与华为海思团队在引擎底层设施上展开合作,成为国内首个“芯片+引擎”合作模式案例。该版本包含了华为海思GPU团队贡献的延迟渲染管线,以及PhysX物理后端的支持,Cocos也顺势突破传统3D渲染技术,引擎计算能力踏上了一个新台阶。

但上述业内人士向记者表示,Cocos的技术研发能力并不能算业内最好的,在如今全球游戏研发已进入以3D内容研发为主的时期,Cocos才在去年开始往3D引擎方向走,这个进入时间有些晚,相对来说恐缺乏竞争优势。