

腾讯游戏“再出海”：转向主机和PC端 支持技术共享

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

出海已经成为中国游戏厂商的共识。腾讯作为国内游戏头部厂商，也是出海领域的佼佼者，出海收入一直稳居前三，其出海动向

出海之路：资本先行

腾讯在游戏出海方面一直有资本铺路的习惯，《PUBG MOBILE》只是其中一例。

在国内厂商出海成绩排名方面，腾讯地位稳定，长期以来位居前三。移动应用市场研究公司 data.ai 披露的2022年4月中国游戏厂商出海收入排行榜显示，腾讯排名第三。

在上述榜单中，排名第一的米哈游系于2020年凭借全球同步公测的《原神》一举杀出重围，成为游戏出海大厂；排名第二的三七互娱是中国老牌游戏厂商，凭借末日题材的“三消+SLG”游戏《Puzzles & Survival》在海外取得成功；莉莉丝排名第四，为其带来丰厚收入的多文明SLG手游《万国觉醒》已收割海外市场多年。

与同行一样，腾讯的出海成绩

全区域发行与平台打通

转变后的腾讯游戏出海策略不再仅是填补海外手游市场空白，而是要实现全区域发行和平台打通。

随着国内游戏市场增长面临瓶颈，出海成为腾讯游戏寻求新增长曲线的必然选择。

2021年12月，腾讯游戏推出全新海外品牌Level Infinite；2021年第三季度起，腾讯在财报中单独披露国际市场游戏收入。

腾讯2022年一季度财报显示，当期营收1354.71亿元，净利润255.45亿元，同比下降23%。在游戏业务板块，腾讯游戏收入达436亿元。其中，国际市场游戏收入为106亿元，同比增长4%；本土市场收入330亿元，同比下降1%。

5月18日，腾讯财报电话会议上，腾讯首席战略官詹姆斯·米歇尔对分析师表示，中国以外地区的游戏业务，尤其是手游这一块，从2020年底到2021年底这段时间里

也受到同行的关注与借鉴。

2022年上半年以来，腾讯在海外发布了一系列主机游戏，包括知名IP作品《沙丘：香料战争》；5月17日，腾讯光子工作室群与重生工作室联合开发的《Apex 手游》

也主要依赖其单款海外爆款——《PUBG MOBILE》。在data.ai 2022年4月中国游戏厂商应用出海收入排行榜中，《PUBG MOBILE》排名第二。

《PUBG MOBILE》是一款端游IP改编的战术竞技游戏，由韩国开发商开发。2017年至2018年，腾讯成为该游戏开发商股东，并获得该游戏版权从而打造出国际版本，登陆欧美、日韩等市场。该游戏曾登顶49个App Store 手游类单日免费榜。仅在2021年，《PUBG MOBILE》(合并《和平精英》收入)在全球App Store 和Google Play总收入达26亿美元。

出现了非常不错的增长，而后肯定无法达到那种繁荣程度，“我这里指的是全行业的情况，几家大的手游公司也都出现了这种情况”。而PC端游在新冠肺炎疫情期间受益没有手游那么大，所以疫情后的情况也没有手游放缓得那么严重。“公司过去两年在大制作游戏方面有持续的投入，预计明年陆续会有相关产品发布，进而对国际游戏业务产生积极影响。”詹姆斯·米歇尔介绍。

国内版号审批也为腾讯游戏业务带来不确定性。在今年4月和6月发放的版号名单中，均未出现腾讯的身影。在上述财报电话会议上，米歇尔表示，腾讯预计至少未来一两年的版号发放数量会比2018年之前少，“我们的游戏产品数量比以前要少，腾讯需要聚

已正式在海外上线。在6月的夏日游戏节(Summer Game Fest)上，腾讯游戏出海品牌Level Infinite带来了《夜莺》《战锤40K：暗潮》等新游戏的预告片 and 实机演示。

可以看出，腾讯的出海策略

腾讯在游戏出海方面一直有资本铺路的习惯，《PUBG MOBILE》只是其中一例。《腾讯游戏出海研报》显示，据不完全统计，腾讯游戏共发起56笔投资，涉及50家海外厂商，2013年至2019年重点投资手游研发商，2020年至今以主机研发商为主。知名案例包括，2008年起逐步获得拳头游戏公司(《英雄联盟》开发商)股权，86亿美元拿下Supercell(《荒野乱斗》研发商)84.3%股份。

而腾讯自研游戏的出海之路并不顺利。2016年10月，腾讯推出《王者荣耀》海外版——《Arena of Valor》，可谓出海浪潮先行者。

焦于研发和推出投资更大的游戏产品。”

詹姆斯·米歇尔表示，在过去两年，腾讯由上至下调整了游戏业务策略。

转变后的腾讯游戏出海策略不再仅是填补海外手游市场空白，而是要实现全区域发行和平台打通。

“全球范围内越来越多的玩家会去玩同样类型的游戏……腾讯游戏自研团队已经有多款产品在立项之初就被作为一款全球性产品来设计，而不只局限在某个市场区域。”腾讯公司高级副总裁马晓轶透露，“尽管移动游戏市场的增长较为强势，但PC、主机端仍然是创建一个新玩法或者IP的最佳平台。目前我们在海外做PC、主机端游戏为主的团队已经

已经不再是填补海外手游市场的空白。腾讯公司高级副总裁马晓轶表示，面向全球玩家制作游戏和对所有平台保持开放态度是该公司布局全球市场的最新策略。

2018年初，这款游戏已经在全球85个国家和地区发行，语言版本多达16种。《Arena of Valor》一度在多个东南亚国家冲上第一，但始终没有打开欧美市场。根据data.ai数据，《Arena of Valor》早已不在中国游戏出海收入排行榜30强内。

6月8日，腾讯游戏出海品牌Level Infinite宣布，《王者荣耀》定名为《Honor of Kings》正式出海，7月起将会逐步开启几轮封闭测试。业内认为，《Honor of Kings》与《Arena of Valor》将是《王者荣耀》同一IP下两款有所差异的游戏，腾讯重整旗鼓将《王者荣耀》“再出海”是其整个出海布局中的一步棋。

超过3000人，他们会持续尝试在3A品质的PC和主机端游戏中加入新的玩法。”

Level Infinite官网显示，腾讯今年在海外上线的新游戏中，有不少PC端、主机端产品，重点产品有《Dune: Spice Wars》《Blood Hunt》《V Rising》等。其合作工作室则遍布北美、欧洲、拉美、中东、东南亚等地区，从2020年开始，其国内外合作游戏厂商和工作室已超过100家。

全区域发行、平台打通也是不少当下大热国产游戏的特点。比如，《原神》和《万国觉醒》都在上线之初同步登陆100多个国家和地区，可以说从诞生起就是冲着出海去的。《原神》主机、PC、移动端互通，也让业内看到数据互通如何让单款IP覆盖到更多玩家。

VR投资热潮涌动：VR游戏仍处试错、投入、攻坚期

本报记者 李哲 北京报道

作为元宇宙底层技术支撑的VR(Virtual Reality，

虚拟现实)，一直备受资本关注。

6月28日，VR线下娱乐体验公司沉浸世界宣布，已完

成数千万元A1、A2轮融资。根据国际数据公司IDC发布的报告，VR技术在2022-2026年的五年预测期内仍是用户

关注的主要领域，将吸引约70%左右的AR/VR市场相关投资。

目前，游戏被认为是VR

落地的重要领域。不过，易观资深分析师廖旭华向《中国经营报》记者表示，同以往相比，当前的VR在游戏的应用场景

下，并没有发生关键性的变化。“如果说差异，就是市场关注度更高了，资本投入稍微增加。”

融资增长

2021年以来，围绕VR的融资布局消息不断。

公开信息显示，6月28日，沉浸世界宣布已完成数千万元A1、A2轮融资。该公司成立于2016年，通过可实现空间定位、动作捕捉、体感模拟的VR(虚拟现实)显示技术，向消费者提供线下娱乐体验。目前，沉浸世界在全国30多个城市落地近百个VR体验空间。

同在6月，恺英网络战略投资企业大朋VR宣布完成新一轮数千万融资，由华强资本、谦宜资本和联合光电旗下产业基金联芯基金联合投资。大朋VR创立于2015年，创立之初便聚焦VR领域。

成长路上的“烦恼”

尽管VR领域融资不断，受到市场关注，但其成长之路依然存在不少“烦恼”。

6月22日，VR硬件制造企业歌尔股份的股价出现下跌，当日收于34.09元/股，跌幅为10.01%，创下公司今年以来股价的最大跌幅。

歌尔股份股价出现波动似乎与此前一则与VR相关的消息有关。6月22日早间，天风国际证券一位分析师在社交媒体平台上发布了一则消息，预测Meta将2022年元宇宙硬件的出货量削减约40%，而作为Meta在

事实上，2021年，在元宇宙概念带动下，VR再次迎来爆发期。IDC此前发布的《全球AR/VR头显市场季度跟踪报告(2021年第四季度)》(以下简称《AR/VR头显市场跟踪报告》)显示，2021年全球AR/VR头显出货量达1123万台，同比增长92.1%，其中VR头显出货量达1095万台，突破年出货量1000万台的行业重要拐点，其中Oculus公司的份额达到80%。预计2022年，全球VR头显出货1573万台，同比增长43.6%。

游戏被认为是当前VR产品落地的重要领域。“前几年包括HTC、Oculus等公司发布了VR设

限于相关法律协议，公司不便于直接评论。类似的网络传言在过去几年中也时有发生，在市场情绪不稳时造成股价波动，但最终伴随着公司业务发展，谣言往往不攻自破。

记者了解到，目前国内VR产品依然以孵化和研发为主。业内人士向记者表示，VR内容及游戏产品发展巨大空间，但目前，国内市场缺乏诸如Meta、微软、英伟达等聚焦VR领域的上市公司或大型企业集团，中小型企业数量依然占大多数，这部分企业往往选择专注于其

备。2020年新冠肺炎疫情拉动居家需求。以Oculus为代表的VR产品需求的增长、用户群的增长以及众多开发者的重新进入，加速了VR产业的发展。加之2021年海外兴起了元宇宙的热潮，逐渐传到国内。现在在内容端逐渐有些产品落地。在海外VR游戏的玩家正在逐步增加。”一位游戏行业人士说道。

事实上，2016年前后，国内曾围绕VR掀起一波热潮。甚至2016年被誉为VR元年。彼时，VR盒子类产品充斥在用户的视野中，包括HTC、Oculus、三星纷纷发布相关硬件产品。而围绕VR也研发了诸

如影音、游戏等应用场景。然而，当时糟糕的体验感受并未给用户留下好印象。

当时的VR行业仍处于起步阶段，行业内企业发展严重依赖外部融资和并购，而在第一批用户被“劝退”之后，盈利难则让众多厂商或选择其他赛道，或苦苦支撑。随后数年间，VR概念渐渐沉寂，直到2021年在宅经济和元宇宙的带动下重回公众视野。

根据IDC发布的报告，VR技术在2022-2026年的五年预测期内仍是用户关注的主要领域，将吸引约70%左右的AR/VR市场相关投资。

中的一个领域，难以兼顾全产业链或海内外市场。

歌尔股份2021年财报显示，其海外营收占比达到90.32%。歌尔股份在财报中表示，对海外客户的出口业务在公司整体营收中的占比较高，并对投资者提示了诸如客户相对集中以及汇率波动的风险。

而歌尔股份证券部人士向记者表示，公司国内和海外市场是同步拓展的，不存在倾向性。在该人士看来，无论是国内还是海外，VR这一领域未来的发展前景都是不错的。



在某国际游戏展上，外国展商在腾讯游戏展台前咨询。

新华社/图

本土化与技术开放

为了助力游戏出海，腾讯游戏方面除了构建本土化团队外，还致力于打造“全球技术共享菜单”。

不过，游戏作为文化产品，在出海过程中必须得主动适应海外本土市场，全区域发行更使得游戏厂商面临存在于全球各地的文化差异。

腾讯游戏方面对《中国经济报》记者表示，该公司在全球建立的全功能、本地化的区域团队将承担本地化运营和内容的工作，如其中本地团队会为斋月定制主题活动，在游戏中加入新月、斋灯、椰枣等标志性元素，并根据当地特殊作息时间调整活动节奏。

腾讯游戏方面还介绍，其多个爆款游戏会根据海外当地市场运营，如《PUBG Mobile》会跨界联动IP，今年6月在海外发行的《白夜极光》则注重提升二次元用户的关注度和好感度，与之建立深度情感连接。

为了助力游戏出海，腾讯游戏方面除了构建本土化团队外，还致力于打造“全球技术共享菜单”。

6月27日，在“Spark 2022”腾讯游戏发布会上，共有26款重磅产品与内容亮相，其中包含12款游戏新品和1款原生云游戏技术demo。而在这场发布会上，腾讯除了发布游戏，更着重展现其游戏技术实力，介绍了游戏技术在游戏以外的应用，如数字文保、工

业仿真、智慧城市、影视创作等。

马晓轶表示，一直以来，外界对游戏技术的关注比较有限，局限在游戏产业之内。但事实上，游戏产业推动、开拓和积累下来的技术体系，是一个能够极致调用芯片算力、图像显示、网络带宽、交互技术等当前科技能力的一个技术种群，这些技术既然能够用于游戏产品开发，只要打开思路，也可以应用于更多需要数字孪生、实时渲染、多智能协同、人机交互等技术的场景。

腾讯游戏方面认为技术进步也将助力出海。腾讯游戏人士对记者表示，全球范围内，游戏行业重要的玩法和重要的体验升级都是由技术进步带来的，XR、云游戏领域尤其值得关注。

腾讯游戏方面还表示，会对合作方开放技术服务。该公司称其致力于打造“全球技术共享菜单”，包括商业化、服务器、反外挂、运营、研发管理等方面的技术工具。腾讯互娱国际游戏业务CEO刘铭在今年4月底接受媒体采访时，明确了腾讯游戏的全球化业务愿景：“打造一个集游戏研发和发行运营为一体的全球协作体系，基于对用户需求的理解，以及对新技术的探索，与全球开发者和玩家一起探索全新体验。”

产业去向何方？

目前，围绕VR游戏行业发展，逐渐演变出两种模式，即从“设备到内容”和“从内容到设备”。

Oculus是从设备到内容的代表之一，由自家VR设备出发建立VR游戏平台，从而掌握内容话语权。而游戏平台Steam则希望通过平台优势从内容端出发，以优质游戏促进产品端valve index销售。两种发展模式都是为了形成内容、平台、产品的完整闭环。

“现在VR游戏方面，很多游戏公司已经具备了软件研发的技术储备，但制约与应用场景和设备性能，并无法为用户带来极致的体验。甚至一些尝鲜的玩家在体验过后‘劝退’。”上述业内人士说道。

事实上，VR游戏发展至今，已经有近百款游戏超过百万美元级别，部分达到千万美元级别，但VR游戏厂商仍以小规模企业为主，普遍受市场欢迎的VR爆款游戏较少。

廖旭华表示：“VR游戏市场现在已经走过前瞻阶段，更准确来说现在处于爬坡期，整个产业正在艰难地试错、投入、攻坚。”

与此同时，VR并非未来

唯一的交互方式。与VR畅想的虚拟现实不同，增强现实(Augmented Reality, AR)技术是一种将虚拟信息与真实世界巧妙融合的技术，广泛运用了多媒体、三维建模、实时跟踪及注册、智能交互、传感等多种技术手段，将计算机生成的文字、图像、三维模型、音乐、视频等虚拟信息模拟仿真后，应用到真实世界中，两种信息互为补充，从而实现与真实世界的“增强”，从而为用户拓展出新的交互体验。

此前，“真还传”完结后，罗永浩在个人社交平台上宣布再次开启科技领域创业计划。而罗永浩瞄准的正是AR领域。罗永浩在其个人社交平台上提到，同VR相比，AR更可能成为下一代计算平台。

《AR/VR头显市场跟踪报告》显示，尽管元宇宙的热度与新品的接连推出促进了2021年中国市场AR/VR头显出货量的回升，但消费市场仍然存在非常大的待开发潜力。VR一体机产品在2022年的出货仍将依赖游戏内容的吸引，厂商需重点关注内容生态建设，提升消费者购买意愿以及购买后持续在应用商店消费的能动性。