

动视暴雪二季度业绩受挫 转向手游能否扭转局势？

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

二季度，游戏巨头动视暴雪(ATVLO)业绩并不乐观。

财报显示，动视暴雪二季度业绩全线下跌，其中动视部门净营收同比下跌37.9%；而暴雪部门因得到《暗黑破坏神：不朽》和《炉石传说》两款游戏的支撑，一部分业绩收缩被抵消，其二季度净营收下滑7.4%。不过，截至6月30日，《暗黑破坏神：不朽》发售不过1个月。

《中国经营报》记者注意到，不仅《暗黑破坏神：不朽》缓解了动视暴

多项业绩指标下滑

游戏行业在新冠肺炎疫情期间实现爆炸性增长后普遍收缩，动视暴雪并非唯一一家业绩“仆街”的游戏公司。

8月1日，动视暴雪发布2022年二季度财报，其多项业绩指标下滑。

财报显示，动视暴雪第二季度总净营收为16.44亿美元，同比下滑28.4%；净利润为2.80亿美元，与上年同期的8.76亿美元相比，下降68%；月活跃用户数为3.61亿，与上年同期相比减少了4700万；净预定收入为16.37亿美元，同比下滑15%。

在16.44亿美元净营收中，18.5%来自产品销售，81.5%来自游戏内购、订阅及其他，这2项收入均较去年有两位数的百分比下滑。与此同时，动视暴雪二季度的成本与支出没有相应大幅度收窄，同比略降2.3%至13.06亿美元。

就具体部门而言，动视和暴雪两部门收入均出现下滑，仅King部门实现净营收增长；月活跃用户数数据显示，该公司用户黏性下降，仅暴雪部门实现正向增长。

动视部门业绩跌幅最大，二季度净营收同比下跌37.9%，至4.9亿美元；月活跃用户9400万，同比下降26%，环比下降6%，是2019年10月《使命召唤手游》发售以来的最低水平。

动视暴雪在财报中表示，动视部门业绩下跌的原因是《使命召唤》系列玩家参与度下降。

暴雪部门方面，新发售的《暗黑破坏神：不朽》、《炉石传说》的营收增长抵消了一部分业绩下滑，但二

季收入的下跌幅度，而且动视暴雪业绩整体上主要依靠移动游戏业务支撑。按游戏平台划分，该公司二季度51%净营收来自移动端。在主机和PC端收入大幅下跌的情况下，动视暴雪的移动端收入仍保持增长。

动视暴雪在手游领域的开拓始于2016年，其不仅收购三消类游戏《糖果粉碎传奇》的开发商King，还推动旗下多个知名IP手游化。然而，《暗黑破坏神：不朽》虽然一定程度上刹住动视暴雪业绩的下滑趋势，但却遭到玩家批评。转向手游能否真正挽救动视暴雪的业绩？

季度净营收出现7.4%的下滑，跌至4.01亿美元。暴雪部门月活跃用户数连续至少3个季度下降后出现反弹，达到2700万，比去年同期多出100万。

手握《糖果粉碎传奇》的King部门净营收同比增长7.7%，达到6.84亿美元；月活跃用户数为2.4亿，比去年同期减少1500万。

游戏行业在新冠肺炎疫情期间实现爆炸性增长后普遍收缩，动视暴雪并非唯一一家业绩“仆街”的游戏公司。微软二季度游戏业务收入同比下降7%，Xbox主机销量下降11%，游戏内容和服务收入下降6%；索尼游戏部门销售额同比下降约2%，营业利润暴跌近37%；任天堂二季度营业利润下滑15%，Switch游戏机销量下降23%。

8月2日，美国第三方机构NPD集团发布的报告显示，今年二季度，美国消费者在电子游戏产品方面的支出同比下降13%，达到123.5亿美元。

NPD集团游戏行业分析师Mat Piscatella表示，二季度游戏消费收缩的原因包括食物、天然气等日常消费价格上涨，旅游、现场活动等体验消费项目回归，计划发行新游数量减少，新一代主机供应持续不足等。该分析师还表示，目前游戏消费仍高于新冠肺炎疫情前水平，但未来几个季度游戏市场或将受到不可预测情况的影响。

手游成拉动业绩主力

《使命召唤手游》、包含手游版本的《炉石传说》等，也是使动视暴雪收入维稳的关键力量。

上述NPD报告指出，二季度美国电子游戏消费的下降主要是移动游戏方面。另据第三方机构SensorTower发布的《2022年H1美国移动游戏市场洞察》，2022年上半年，美国移动游戏市场收入为114亿美元，同比下降9.6%，这是该市场继2020年新冠肺炎疫情暴发之后首次明显下滑。

动视暴雪今年二季度60%的净营收来自美洲市场，却展现出与美国市场不同的情况：其在主机和PC端收入大幅下跌的情况下，移动端收入仍保持增长，并成为营收主力。动视暴雪二季度财报显示，主机和PC端净营收分别下降49%和47%，至3.76亿美元和3.32亿美元；移动端净营收上涨5%，至8.31亿美元，占总净营收比重为51%。

今年6月至7月，手游《暗黑破坏神：不朽》先后在各个地区上线。动视暴雪在财报中称，这款游戏发售后在100多个国家和地区登上下载榜首，6月在美国应用商店畅销榜中名列前十。不仅如此，这款游戏还为动视暴雪招徕更多新玩家。动视暴雪方面表

能否扭转局势？

“转向手游能直接利好动视暴雪的财务，但维持长期市场竞争力不能仅仅依靠手游，还是需要优质的游戏。”

易观互娱行业资深分析师廖旭华向记者表示，动视暴雪的问题并不在于整体主机市场，而在于自身。“他们没有在竞争激烈的市场中持续坚持创新，并且频繁产出低于玩家预期的产品。”

廖旭华认为，无论是动视还是暴雪，其IP资源、品牌和研发经验依旧是全球顶级的，他们具有扭转局势的能力。

在廖旭华看来，转向手游能直接利好动视暴雪的财务，但维持长期市场竞争力不能仅仅依靠手游，还是需要优质的游戏。

值得一提的是，《暗黑破坏神：不朽》上线后，尽管揽尽名气和收入，却也因充值系统不合理口碑存在争议。在评测网站



位于美国加州的动视暴雪总部。

视觉中国/图

示，这款手游超一半玩家是动视暴雪的新用户。

动视暴雪的一大收入引擎是King部门的手游《糖果粉碎传奇》。动视暴雪方面称，这款游戏连续20个季度成为美国应用商店中最畅销的游戏。

此外，《使命召唤手游》、包含手游版本的《炉石传说》等，也是使动视暴雪收入维稳的关键力量。

动视暴雪手握“使命召唤”“魔兽世界”“暗黑破坏神”等多个知名IP，在端游领域颇具影响力，

其在手游领域的开拓始于2016年。动视暴雪于这一年斥资59亿美元收购King及旗下《糖果粉碎传奇》，并进一步推动《炉石传说》成为收入支柱。此外，动视暴雪逐步推进旗下IP的手游化，包括与腾讯合作推出《使命召唤手游》，与网易合作《暗黑破坏神：不朽》，还不断有《魔兽世界》手游版的消息爆出。

不过，知名IP的手游化也遭到了老玩家们一定程度上的反感。2018年，在暴雪嘉年华上，《暗

黑破坏神》主设计师Wyatt Cheng公布了手游《暗黑破坏神：不朽》的消息。他回应玩家表示，这款游戏暂时不会登上PC端（目前该游戏已在海外登陆PC平台）时，突然遭到场下一片嘘声，情急之下脱口而出：“难道你们没手机吗？”

一边是手机端游戏大幅拉动物业绩，一边是老玩家的不满，动视暴雪下一步是否会进一步拥抱手游？截至发稿，动视暴雪尚未回应对于移动游戏业务的看法和下一步计划。

主机“三巨头”遇冷：游戏业务收入齐下滑

本报记者 李哲 北京报道

游戏主机“三巨头”的游戏业务集体受挫。

近日，任天堂、微软、索尼三大游戏主机厂商相继交出“成绩单”，其中任天堂上季度销售额同比减少4.7%，而微软、索尼的游戏业务则同比依次下降7%、1.9%。此外，包括主机游戏硬件生产商英伟达和主机游戏内容生产企业动视暴雪的

主机巨头业绩受挫

8月3日，任天堂发布2022—2023财年第一季度(2022年4月1日~6月30日)财报。财报显示，任天堂在该季度的销售额为3074.6亿日元，同比减少4.7%，营业利润下滑15%。该季度共售出343万台Switch游戏机，同比下降23%，软件销量下降8.6%。

在此之前，微软、索尼发布的财报显示，两者的游戏板块业务同样出现下滑。

根据微软公布的截至6月30日的2022财年第四财季财报，其游戏业务收入2.59亿美元，相比去年同期下降7%，符合微软公司之前的预测。其中，Xbox(微软旗下家用游戏机品牌)硬件收入下降11%，Xbox内容和服务收入下降6%。

索尼公司2022财年第一季度财报则显示，公司游戏及网络服务业务(G&NS)营收为6041亿日元，上

业绩也出现下滑。

事实上，2022年上半年，受新冠肺炎疫情等因素影响，游戏市场整体遇冷，而主机类游戏也没能幸免。《中国经营报》记者梳理发现，截至目前，在今年已经下发的241款游戏版号中，移动游戏共209款，占比达到87%，而主机游戏仅有3款。部分游戏玩家认为，主机游戏仍然有着巨大的发展潜力。

年同期为6158亿日元，同比下滑1.9%。

此外，英伟达的2023财年第二季度数据显示，初步核算收入为67亿美元，较上一季度下降19%，营收远低于5月份预期的81.0亿美元。

谈及业绩下滑的原因，英伟达方面表示，二季度业绩未达预期，主要原因在于游戏产品的出货量减少；再向上追溯，或与其渠道合作伙伴销量减少有关。根据预披露数据，2023财年二季度英伟达游戏收入为20.4亿美元，较上一季度下降44%，较上年同期下降33%。

英伟达创始人兼首席执行官黄仁勋表示，英伟达大幅下调了游戏产品的销售预期。“我们预计宏观经济影响销售的情况将持续存在，因此，公司与游戏合作伙伴一起调整了渠道价格和库存。”

市场不温不火

主机游戏市场降温表现在国内市场尤为明显。

《2022年1—6月中国游戏产业报告》显示，2022年1至6月，中国主机游戏市场实际销售收入为8.81亿元，同比减少1.02%。报告中提到，虽然高品质主机游戏越发受到消费者喜爱，但由于新冠肺炎疫情导致新款主机硬件供应不足，且新产品整体表现弱于去年同期，致使上半年主机游戏市场收入略有下降。

近年来，我国逐渐成长为全球第一大游戏市场。《2015年中国游

前路多艰

从全球市场来看，欧美等地区是主机游戏的主要市场。相比之下，我国的主机游戏起步较晚，随着网络和智能手机的普及，网游、手游的发展也挤压着主机游戏的市场空间。

2014年1月，国务院发布《国务院关于在中国(上海)自由贸易试验区暂时调整有关行政法规和国务院文件规定的行政审批或者准入特别管理措施的决定》(以下简称《决定》)。《决定》第32条提到，在上海自贸区内允许外资企业从事游戏游艺设备的生产和销售，通过文化主管部门内容审查的游戏游艺设备可面向国内市场销售。

Metacritic上，这款游戏的玩家评分仅0.4(满分10分)，媒体评分倒是给出67(满分100分)这样一个及格分数。

对于《暗黑破坏神：不朽》引起的口碑争议，截至发稿，动视暴雪方面未作回复。

廖旭华表示，合理的手游收费系统是要用优质的内容和良好的体验作为基石，同时在发行中有合理的市场预期管理。他认为，《暗黑破坏神：不朽》在内容上确实存在一些问题，但是最大的问题还是预期管理失误。

“转向手游对原IP伤害有限。”廖旭华表示，《暗黑破坏神》的玩家足够了解游戏和IP本身，大部分玩家不会只因为一款手

而放弃整个IP，大家对《暗黑破坏神4》的期待依旧是很高的。

据动视暴雪透露，《暗黑破坏神4》已确定将于2023年登陆PC和多个主机平台，并支持跨平台

今年下半年，动视暴雪计划发售《使命召唤19：现代战争2》、《使命召唤：战区2》、《魔兽世界：巫妖王之怒》经典版《魔兽世界：巨龙时代》和《守望先锋2》。

关于刚刚过去的二季度，动视暴雪CEO Bobby Kotick表示，即使在充满挑战、许多公司宣布停止招聘以及裁员的经济环境中，截至季度末其开发人员数量仍同比增长了25%。动视暴雪于该季度收购了Proletariat

规模分别增长110.74%、24.72%。而另外一项数字则显得耐人寻味。2021年，我国用户规模6.66亿人中，移动游戏市场用户人数达到6.56亿人。

这意味着，这几年主机类游戏似乎未能充分享受到游戏市场爆发式增长的红利。

市场调研机构Niko Partners统计显示，2021年中国拥有1320万主机玩家。这一数字同6.56亿移动游戏市场用户相比几乎可以忽略不计。

不过，这一现状似乎正在逐

渐好转。Niko Partners近日发布的一份《中国主机游戏市场报告》显示，到2025年，中国主机游戏市场的硬件和软件总收入有望达到24.6亿美元。从2020年到2025年，中国主机游戏市场的年复合增长率约为5.9%。

虽然中国主机游戏市场正在增长，但仍然只是整体游戏市场的一小部分。根据亚洲游戏市场研究分析机构Niko Partner的统计，去年主机游戏收入占中国游戏市场总收入的比例仅为4.1%，到2025年这一比例预计将上升至4.3%。

如微软、索尼、任天堂等公司同样具备全球领先的游戏开发和推广能力，但是如今的国内市场，主机游戏受到诸多限制，同移动游戏的差距正在逐渐拉大。

自媒体人丁道师向记者表示：“手机游戏在国内能够迅速引爆，一方面是因为硬件等配套的及时跟进，另一方面是手游产品的社交属性让手机游戏得以迅速出圈。”

而在主机类游戏进入国内市场之后，社交属性被极大弱化。单纯的游戏产品对忠实游戏玩家的吸引力依然存在，但却为大量的其他潜在玩家设置了壁垒。