

动视暴雪与网易“分手”：14年“蜜月期”缘何终结

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

动视暴雪与网易长达14年的合作史戛然而止。

11月16日，动视暴雪率先在其官网宣布，与网易现行代理协议到期后，旗下大部分游戏在中国大陆

14年蜜月期

2012年，暴雪与网易续约代理协议，并将首发产品《暗黑破坏神3》中国运营权交予网易。



11月16日，动视暴雪率先在其官网宣布，与网易现行代理协议到期后，旗下大部分游戏在中国大陆将停止服务。网易方面表示接受停止合作的决定。图为ChinaJoy中国国际数码互动娱乐展上的暴雪娱乐与网易联合展台。视觉中国/图

动视暴雪与网易的合作始于2008年。彼时，暴雪娱乐将旗下《星际争霸2》《魔兽争霸3》系列作品以及暴雪游戏平台战网的中国代理权交给网易。次年，网易获得《魔兽世界》的代理权。

此后十余年间，网易是暴雪在中国唯一的游戏代理商，双方多次顺利续签代理协议，并就《炉石传说》《暗黑破坏神3》《守望先锋》等产品达成合作。2019年，暴雪娱乐与网易公司续签在华游戏运营权至2023年，续约产品包括《魔兽世界》《星际争霸》系列、《暗黑破坏神》系列、《炉石传说》、《风暴英雄》和《守望先锋》。

网易2009年递交给美国证交会的陈述表显示，网易为获得《魔兽世界》《星际争霸2》《魔兽争霸

3》以及战网代理权共支付3.015亿美元，包括授权、版税、咨询等费用。《魔兽世界》代理权易主网易重新开服后的2009年8月，这款游戏同时在线的人数一度达到最高峰，全球有1310万人进入这个虚拟世界。而网易2009年四季度的游戏收入则在《魔兽世界》的带动下环比增长40.4%，同比增长61.8%。

2012年，暴雪与网易续约代理协议，并将首发产品《暗黑破坏神3》中国运营权交予网易。2014年，《暗黑破坏神3》国服上线，很快达成200万份销量。同年，由暴雪推出的卡牌游戏《炉石传说》在中国与全球同步公测。在产品上线后的一次财报电话会议上，网易CEO丁磊透露：“这款游戏现在在全球运营，其中中国市场排名第一，不管是用户数，还是营业收入都比其他国家多，包括美国。（这款游戏）很受中国用户的欢迎。”

2016年5月，《守望先锋》发售，上线不到半年就获得了全球超过2000万名玩家。次年年初，网易宣布，《守望先锋》国服销量超500万份。

2018年，暴雪和网易的合作拓展至游戏开发领域——将“暗黑”IP手游化，于2022年上线了《暗黑破坏神：不朽》。动视暴雪2022年半年报显示，《暗黑破坏神：不朽》发售时在100多个国家和地区登上下载榜榜首，6月在美国应用商店畅销榜中名列前茅，游戏超一半玩家是动视暴雪新用户。

的意愿，但暴雪产品未来在中国的“接棒者”是谁尚不得而知。

网易2022年三季度财报显示，代理暴雪游戏对网易净收入和净利润的贡献仅占个位数百分比，协议到期对网易的财务表现不会构成实质影响。

11月16日，动视暴雪官网发布声明称，由于与网易签订的代理协议将于2023年1月23日到期，大部分暴雪游戏将在中国大陆停止运营，包括《魔兽世界》《炉石传说》《魔兽争霸III：重置版》《守望先锋》《星际争霸》《暗黑破坏神III》《风暴英雄》，原因是暴雪娱乐和网易没有达成符合暴雪运营原则和对玩家及员工承诺的续约协议。

根据该声明以及动视暴雪三季度财报，暴雪和网易对《暗黑破坏神：不朽》的共同开发和发行源

款游戏现在在全球运营，其中中国市场排名第一，不管是用户数，还是营业收入都比其他国家多，包括美国。（这款游戏）很受中国用户的欢迎。”

2016年5月，《守望先锋》发售，上线不到半年就获得了全球超过2000万名玩家。次年年初，网易宣布，《守望先锋》国服销量超500万份。

2018年，暴雪和网易的合作拓展至游戏开发领域——将“暗黑”IP手游化，于2022年上线了《暗黑破坏神：不朽》。动视暴雪2022年半年报显示，《暗黑破坏神：不朽》发售时在100多个国家和地区登上下载榜榜首，6月在美国应用商店畅销榜中名列前茅，游戏超一半玩家是动视暴雪新用户。

双方合作中断

如果动视暴雪计划继续在中国大陆运营暴雪游戏，或许意味着时隔14年，暴雪产品国服又要更换代理商。

双方顺利合作十余年，转折却突如其来。

11月7日，在2022年三季度财报中，动视暴雪初步释出或与网易中断合作的信号，并透露与网易签订的代理协议所产生的收入约占动视暴雪2021年合并净收入的3%。然而，动视暴雪与网易的合作集中于暴雪部门，与动视部门和King部门并无密切联系。整个2021年，动视暴雪的净营收为88.03亿美元，这其中的3%约为2.64亿美元。具体到暴雪部门，这部分收入占比或达10%以上。2021年，亚太地区对整个动视暴雪的收入贡献占比达12%，可见与网易签订的协议对暴雪的收入贡献并不低。

11月16日，动视暴雪官网发布声明称，由于与网易签订的代理协议将于2023年1月23日到期，大部分暴雪游戏将在中国大陆停止运营，包括《魔兽世界》《炉石传说》《魔兽争霸III：重置版》《守望先锋》《星际争霸》《暗黑破坏神III》《风暴英雄》，原因是暴雪娱乐和网易没有达成符合暴雪运营原则和对玩家及员工承诺的续约协议。

根据该声明以及动视暴雪三季度财报，暴雪和网易对《暗黑破坏神：不朽》的共同开发和发行源

动视暴雪多指标下滑

2021年发售的《使命召唤：先锋》市场表现未达预期。

动视暴雪2022年三季度财报显示，该公司多项指标同比下滑，而《暗黑破坏神：不朽》在中国的发行一定程度上缓解了下降趋势。该公司三季度获得收入17.8亿美元，同比下降14%；净预定收入为18.3亿美元，同比下降3%；净利润4.35亿美元，同比下降32%；月活跃用户数（以下简称“MAU”）3.68亿人，同比下降6%，环比上升2%。

其中，动视部门实现收入4.8亿美元，同比减少25%。动视暴雪方面表示，2021年发售的《使命召唤：先锋》市场表现未达预期。不过，该公司方面表示，动视部门三季度净预订量环比有所增加，预计四季度业绩在《使命召唤：现代战争2》的支撑下能够实现同比增长。

于另外一份独立协议，不受上述协议到期的影响。

暴雪娱乐总裁Mike Ybarra表示并不打算退出中国市场：“近20年来，我们一直通过网易和其他合作伙伴将游戏带到中国，非常感谢中国社区给予的热情，我们正在寻找替代方案，以在未来将我们的游戏带给玩家。”

11月17日，网易方面对媒体回应，非常遗憾动视暴雪先行宣布停止合作，将不得不接受此决定。“一直在尽最大努力和动视暴雪公司谈判，希望推进续约。经过长时间的谈判，我们仍然无法就一些合作的关键性条款与动视暴雪达成一致。”

17日下午，网易方面在暴雪中国官网发布公告，宣布11月23日起关闭暴雪游戏产品在战网以及客户端内的充值服务及用户注册入口，2023年1月24日0时起正式停止暴雪游戏产品的运营，关闭战网登录以及所有游戏服务器，同时关闭客户端下载。公告称，游戏服务器关闭后，各游戏内的所有账号数据及游戏数据将被封存，玩家已充值但未消耗的网络游戏虚拟货币以及付费购买且仍未失效的游戏时间将在暴雪游戏产品停止

运营后开始安排退款。

对于现阶段的网易，由于代理游戏需要剔除运营成本、利润分成、版权费等各项费用，暴雪游戏不再是“香饽饽”。11月17日，网易发布2022年三季度财报，其中显示，代理暴雪游戏对网易在2021年以及2022年前9个月净收入和净利润的贡献仅占个位数百分比，这些代理协议到期不续对网易的财务表现不会构成实质影响。

如果动视暴雪计划继续在中国大陆运营暴雪游戏，或许意味着时隔14年，暴雪产品国服又要更换代理商。2009年，《魔兽世界》代理商从九城变更为网易，产生了一系列移交过渡的问题，导致《魔兽世界》在中国一度停服一个半月。

此外，进口游戏更换代理商，或面临重新申请版号的问题。根据国家新闻出版总署等三部门发布的通知，经新闻出版总署前置审批或进口审批的网络游戏，变更运营单位的，须重新办理前置审批或进口审批手续，自运营单位变更之日起至重新获得批准期间，网络游戏应停止一切运营服务，违者按非法网络出版处理。

记者就续约中断、暴雪游戏意向合作伙伴等问题联系动视暴雪和网易方面，截至发稿未获得回复。

奇》系列手游的玩家游玩总时长已经连续五个季度实现同比增长。King部门MAU大约为2.4亿人，比去年同期下降了2%。

今年1月，微软方面宣布计划作价687亿美元收购动视暴雪。对于这起交易的进展，动视暴雪CEO Bobby Kotick表示，相关合并协议预计在2023年6月前完成。

目前，该收购案仍在欧美多地面临审查。11月8日，欧盟委员会表示，对微软收购动视暴雪的反垄断调查进入深入阶段，原因是该交易可能会减少游戏机和个人电脑游戏发行、游戏和个人电脑操作系统市场的竞争。该机称，担心微软可能会阻止其他游戏发行商获得动视暴雪的游戏，特别是《使命召唤》。

借力世界杯 望尘科技能否乘势而起？

聚焦运动游戏市场

本报记者 李哲 北京报道

北京时间11月21日，卡塔尔世界杯首场正式比赛正式打响，这场体育盛会吸引着全球体育迷的目光。而在资本市场，聚焦运动游戏赛道的望尘科技也伺机而动。

近日，望尘科技向港股发起冲刺。招股书显示，其营收来源主要依赖《足球大师》、《NBA篮球大师》及《最佳11人——冠军球会》这几款体育游戏。

事实上，2022年对游戏市场而言并非顺风顺水。相对小众的游戏则属于小众的板块，随着市场增速放缓，竞争必将更加激烈。从整体来看，运动游戏的市场占比比较低。其中，2021年，在线运动游戏市场仅占中国整体网络游戏市场约2.7%。

随着卡塔尔世界杯的临近，一场体育迷的盛宴即将开幕。而在没有世界杯的日子里，《FIFA足球》游戏也在陪伴着广大足球爱好者。

速途研究院执行院长丁道师对《中国经营报》记者表示：“体育游戏是游戏中重要的分支，过去20年EA、微软等公司做的体育游戏，热度最高的主要集中在足球和篮球领域，这也和全球运动的受众群体相匹配。一方面，体育游戏满足了用户和世界明星同台竞技的参与感，另一方面体育游戏也成为了体育运动推广的催化剂。”

然而，在世界杯点燃热情之时，全球游戏市场却在2022年遭遇营收寒冬。

《2022年1—6月中国游戏产业报告》（以下简称“《报告》”）显示，今

增收不增利

近年来，随着国内游戏市场规模逐渐增长，望尘科技的营收也水涨船高，但其净利润表现却呈现逐年下滑的趋势。

招股书显示，望尘科技的营收主要源于玩家在游戏中购买虚拟道具。财务数据显示，2019年—2022年1至6月，该公司分别实现营业收入3.79亿元、4.05亿元、4.60亿元和2.95亿元，净利润分别为4570万元、4070万元、3940万元和2030万元。2019年至2021年，望尘科技的营收年复合增长率约为10.2%，但净利润呈现出逐年下滑趋势。

对上述业绩表现，截至记者发稿，望尘科技方面未作出回应。

年1—6月，国内游戏市场的实际销售收入为1477.89亿元，同比减少1.8%。其中自主研发游戏实际销售收入1245.82亿元，同比下降4.25%；海外的实际销售收入达89.89亿美元，同比增长6.16%，但增长率有所下降。与此同时，2022年上半年用户规模同比略有下降。

《报告》中提到，新冠病毒疫情影响下，国内游戏市场实际销售收入同比有所下降，用户规模稳中略降，用户增长红利近乎耗尽，进入存量竞争时代。

事实上，美国、日本等全球主要游戏市场同样在承受压力。而从整体来看，运动游戏的市场占比比较低，仅占全球网络游戏市场总规模的4%—6%。其中，2021年，在线运动游戏市场仅占中国整体网络游戏市场约2.7%。从营收角度来

看，随着我国游戏市场的逐渐扩大，运动游戏的营收规模也随之增长，2016年中国在线运动模拟游戏市场的收益约为16亿元，五年间，逐渐增长至2021年的43亿元，复合年增长率为21.9%。

对此，丁道师表示，从历年主机类游戏的畅销榜单中，体育游戏都会在其中占据一席之地。而在PC端，主机类游戏也是重要品类。但是体育游戏在移动端的表现却始终不温不火，因为其对设备的可操作性相对较高，而手机上操作空间有限。这一情况不仅局限于体育类游戏。在《王者荣耀》《和平精英》出现之前，那些大型游戏在手机端都很吃香，而连连看等休闲游戏反而在手机端成为爆款。整体上来说，手机相比主机或者PC，更

适合轻量级的游戏。

中国的手机游戏行业在快速发展的同时竞争也在加剧。根据弗若斯特沙利文报告，截至2021年底中国在线运动游戏市场大约有480家公司。市场较为分散，存在许多市场影响力不大且相对较小的公司，而在市场中，营收占比最高的公司占据运动游戏市场份额的19.6%，为行业主导者。

随着智能手机普及，一方面引爆了移动游戏市场，与此同时，手机游戏行业的进入门槛相对较低，导致近年来新涌入市场的从业者增加。与此同时，海外游戏厂商进入中国市场也加剧了竞争。

面对激烈的市场竞争，成立于2013年的望尘科技聚焦相对小众的运动游戏赛道，其营收主要依靠旗下

《足球大师》《NBA篮球大师》《最佳11人——冠军球会》等在线运动游戏。

招股书显示，《足球大师》、《NBA篮球大师》及《最佳11人——冠军球会》三款游戏占据了望尘科技绝大部分的营收。2019年—2022年上半年，这三款游戏分别占总收益的97.9%、99.6%、100%及100%。

针对营收依赖单一游戏品类等问题，记者联系望尘科技方面采访，但截至发稿未获回复。

望尘科技方面在招股书中表示，其大部分收益来自三款现有手机游戏，预期这三款游戏在未来一段时期内仍会继续产生我们的大部分收益。倘若在这期间游戏产品经历用户数量下滑等因素影响，公司的业务、财务状况及经营业绩或受到重大不利影响。

招股书显示，望尘科技与FIFPro、NBA、NBPA、曼城足球俱乐部、祖云达斯足球俱乐部在内的体育赛事或俱乐部订立协议，2019年至2022年6月分别产生特许费4012万元、4771万元、4774万元和2981万元，分别占总成本约19.3%、21.3%、20.0%及20.4%。

这也进一步影响了望尘科技的毛利水平。招股书显示，2019年至2022年6月，望尘科技毛利率分别为45.2%、44.6%、48.2%和50.5%。虽然其毛利率呈现出逐渐增长的趋势，但这一数字较其他游戏公司而言仍然偏低。

尽管陷入“增收不增利”的怪圈，但海外市场在望尘科技的总营收中占比正在逐年增加。财报数据

显示，目前，望尘科技与FIFPro、NBA、NBPA、曼城足球俱乐部、祖云达斯足球俱乐部在内的体育赛事或俱乐部订立协议，2019年至2022年6月分别产生特许费4012万元、4771万元、4774万元和2981万元，分别占总成本约19.3%、21.3%、20.0%及20.4%。

这也进一步影响了望尘科技的毛利水平。招股书显示，2019年至2022年6月，望尘科技毛利率分别为45.2%、44.6%、48.2%和50.5%。虽然其毛利率呈现出逐渐增长的趋势，但这一数字较其他游戏公司而言仍然偏低。

尽管陷入“增收不增利”的怪圈，但海外市场在望尘科技的总营收中占比正在逐年增加。财报数据

显示，望尘科技源于海外的用户充值金额，由2019年的4024万元上涨至2021年的1.13亿元，增幅达到180.82%，占总充值额比重由10.8%提升至23.5%。可见，海外市场未来或将成为望尘科技的业绩增长点。

望尘科技在招股书中提到，其计划在海外市场推出不同语言版本的新游戏，即《MLB棒球大师》、《NBA操作篮球》及《NFL橄榄球大师》，“通过推出不同语言版本扩大游戏的地理覆盖面，使我们有更广泛的用户群，亦是产生来自中国及海外市场的收入管道，同时由于与中国分销平台相比，海外分销平台收取的佣金费率相对较低，有助提高我们的利润率。”