

游戏进入存量市场时代 价值亟待重估

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

2月12日至14日,中国游戏产业年会在广州举行,会上发布了一年一度的《2022 中国游戏产业报告》。

报告显示,市场多项指标向下“狂飙”,在移动游戏领域体现得尤为明显。原因出现在供需两端:消费者收缩开支,减少游戏消费,用

市场规模近十年首降

七年间增长七倍的中国移动游戏市场,在2022年也首次出现下降。

《2022 中国游戏产业报告》显示,2022年中国游戏市场实际销售收入为2658.84亿元,同比下降10.33%,系十年来首次下降。中国音数协第一副理事长张毅君表示,产业发展已进入存量市场时代。

报告显示,中国游戏市场收入下降的原因包括:宏观经济方面,用户消费意愿和能力减弱;行业信心不足,头部企业立项谨慎,中小企业难获投资,游戏新品上线数量少;受疫情影响,游戏企业发展受限,如经营成本大幅提高、项目储备不足、现金流出现缺口、团队工作效率大幅降低等。

国内游戏市场进一步开拓空间表现不足。继2021年用户规模增长放缓后,2022年用户规模出现近十年来首次下降——同比下降0.33%至6.64亿人。用户流失的原因是疫情和新品缺乏。

七年间增长七倍的中国移动游戏市场,在2022年也首次出现下降——实际销售收入为1930.58亿元,同比下降14.40%;移动游戏收入占比十年来首次降低,从76.06%下降至72.61%;移动游戏用户规模增长停滞,同比下降0.23%,达到6.54亿人。

在行业整体不景气的背景下,

户规模增长见顶;企业投融资减少,新品生产乏力。

此外,《中国经营报》记者获悉,关于游戏技术的向外应用在此次会议上被多次提及。其中,腾讯互动娱乐副总裁张巍表示,游戏作为前沿技术最具活力的应用场景,不断反哺科技创新,成为芯片、5G、人工智能等许多前沿技术的“隐形牵引力”和“技术孵化器”。

客户端游戏则表现亮眼,实际销售收入为613.73亿元,同比增长4.38%。报告认为,客户端游戏核心用户玩家的游玩习惯、付费习惯和付费率相对稳定,且疫情居家带来更多在电脑前玩游戏的时间。

2022年,国产游戏出海也遭遇阻力。中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为173.46亿美元,同比下降3.70%,但下降幅度明显小于国内市场收入降幅。

中国出海企业对新兴市场的拓展力度仍在持续加大。美国、日本、韩国仍然是中国游戏进军的主要市场,占比共计56.4%。不过,国产游戏在美日韩欧之外地区的收入占比不断增加:中东和非洲地区、拉丁美洲地区和东南亚地区的移动游戏市场分别增长11.1%、6.9%和5.1%。

中国移动游戏研发商在创建自己的IP方面信心加强,近三年头部产品中源于原创IP的游戏数量逐年增多。2022年,在收入排名前100的移动游戏产品中,原创IP数量占比为53%,另外有23%、7%和6%移动游戏的IP分别源自客户端游戏、小说和主机/单机游戏。此外,在收入排名前100的移动游戏产品中,原创IP的游戏收入最高,占比为45.39%。

细分领域仍可挖掘

与海外其他地区相比,中国的主机、单机游戏用户规模有进一步增长空间。

2022年的“逆风”,或许意味着从业者应该更深入地挖掘行业。

第三方研究机构伽马数据发布的《2023游戏产业趋势报告》(以下简称《2023趋势报告》)显示,2022年游戏行业的乏力不仅体现在市场规模上,还发生在金融领域:游戏市场投资事件数量同比下降五成,此前2019年至2021年连年大幅提升;此外,游戏板块股票表现落后于大盘。iOS平台上,来自中国游戏营收TOP50企业的新品数量同比下降41.8%。

伽马数据方面认为,中国游戏的商业模式还存在进一步挖掘的可能,混合变现或许是一个突破口,“用户的付费意愿存在差异,因此当产品采用单一变现模

式时,无论为内购付费、广告变现、买断制、会员订阅等哪一模式,均会遗漏潜在的收入来源。”

《2023趋势报告》显示,围绕IP的周边产业链有待拓展。虽然公众的文娱支出整体下降(-5%),但降幅明显小于游戏产业(-10.33%),游戏企业拓展其他领域有望起到平稳收入的作用。

游戏用户往往对内容有着非常高的黏性,或许将会是周边产品的忠实消费者。《2023趋势报告》称,47.2%的游戏用户曾在近几年购买过游戏周边,这其中超过90%的用户有复购行为,68.1%的用户是为喜爱的角色买单。

与海外其他地区相比,中国的主机、单机游戏用户规模有进

游戏技术外溢

区别于游戏引擎塑造游戏“形象”,游戏AI倾向于游戏“内涵”的升华。

2022年被一再提起的游戏技术,在此次游戏产业大会上也被频频提及。

张巍表示,游戏作为前沿技术最具活力的应用场景,不断反哺科技创新,成为芯片、5G、人工智能等许多前沿技术的“隐形牵引力”和“技术孵化器”。“我们在游戏研发的过程中发现,MOBA类游戏具有很强的多人协作性,在不对称信息下博弈空间极大,是人工智能研发的绝佳‘试验田’。正是依靠这种长期、复杂多变的场景,腾讯快速迈出了从专用人工智能到通用人工智能的关键一步。这其中的经验和结论,未来有望在医疗、制造、无人驾驶、智慧城市等领域带来深远影响。”张巍称,从游戏开发中得到的经验和结论,未来有望在医疗、制造、无人驾驶、智慧城市等

领域带来深远影响。

游戏作为“超级数字场景”在其他领域有何应用?腾讯在这方面“秀了一把肌肉”。张巍介绍,腾讯联合中国文物保护基金会等机构打造的“数字长城”项目,是全球首次通过云游戏在内的多种游戏技术,实现最大规模人类文化遗产毫米级高精度的沉浸互动式的数字还原;腾讯游戏与南航翔翼合作,基于腾讯自研游戏引擎能力,利用游戏资产制作流程和PCG技术,打造国产自研全动模拟机视景系统,模拟飞机起飞、着陆、巡航等各个时段的拟真画面和实时动态,让民航飞行员训练更高效更安全。

网易高级副总裁王怡介绍,2022年,网易伏羲研发的挖掘机器人将游戏中积累的多项技术迁移到工程机械领域——挖掘机操



图为上海第五届进博会上服务贸易展区,腾讯游戏展台。视觉中国/图

一步增长空间。伽马数据认为,中国主机、单机游戏领域的潜力值得看好。主机、单机游戏的用户口碑往往更佳,这与行业内精品化的主基调相吻合。此外,中国游戏用户的付费、正版意识得到加强,更多企业、个人注重向主机、单机平台的产品开发,这也为国

内此类游戏的发展创造了空间。

根据《2023趋势报告》提供的数据,主机、单机游戏玩家对游戏更加投入。17.5%的主机游戏用户几乎每天玩游戏,42.3%的用户每周玩1至2次;24%的单机游戏用户几乎每天都玩,40.6%每周玩1至2次。

颇具潜力的重点领域。报告称,游戏引擎除了在影视、动画中已经有诸多应用,还被应用于汽车、数字孪生以及元宇宙领域。比如,小鹏G9基于Unity HMI解决方案开发出3D人机交互系统,车内屏幕可以3D形式实时展示当前车辆的周围环境;在卡塔尔世界杯期间,Unity首次使用分布式实时渲染,在云端打造支持万人同屏的星际广场主会场。

完美世界CEO萧泓认为,游戏、电竞已成为5G、大数据、云计算、AR/VR、元宇宙、AIGC等数字技术的完美试验场。游戏与技术相辅相成、互相促进,成为众多数实融合新业态、新场景的底层技术,助力实体经济数字化发展,对包括元宇宙城市、智慧交通、VR医疗等实体经济的数字化转型起到了积极的促进作用。

《2023趋势报告》介绍,游戏产业主要应用到的几项技术,如游戏引擎、游戏AI、云游戏等都将是

报告称,游戏引擎除了在影视、动画中已经有诸多应用,还被应用于汽车、数字孪生以及元宇宙领域。比如,小鹏G9基于Unity HMI解决方案开发出3D人机交互系统,车内屏幕可以3D形式实时展示当前车辆的周围环境;在卡塔尔世界杯期间,Unity首次使用分布式实时渲染,在云端打造支持万人同屏的星际广场主会场。区别于游戏引擎塑造游戏“形象”,游戏AI倾向于游戏“内涵”的升华。《2023趋势报告》称,虽然发展尚不完善,但现阶段游戏AI已经可以通过学习、模拟真实人类的行为,在游戏研发、运营等阶段,以数值调试、智能NPC、提升游戏安全等级等形式,在游戏产业的重要环节投入应用。

