

任天堂Switch销量下滑 《王国之泪》能否扭转颓势？

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

近日，任天堂发布的新作《塞尔达传说：王国之泪》(以下简称“《王国之泪》”)点燃了游戏圈。该款游戏在发售3日内销量突破1000万份，在评分网站上获得96分的高分。



5月9日，任天堂发布2022~2023财年财报，公司多项指标有所下滑。图为日本横滨一家任天堂门店。

视觉中国/图

Switch销量下降两成

任天堂转向手游战略不利，受智能设备内容收入下降的影响，其移动和IP相关业务的销售收入同比下降4.3%至510亿日元。

5月9日，任天堂发布2022年4月至2023年3月(2023财年)的全年财报。报告显示，公司多项指标有所下滑；净销售额为1.60万亿日元(约合人民币820.65亿元)，同比下降5.5%；净利润为4327.68亿日元，同比下降9.4%；每股收益为371.41日元，上年同期为404.67日元。

其中，Switch销量为1797万台，同比下降22.1%。具体到不同的机型，除了发售不到两年的Switch Oled销量有所增长，Switch续航(或初代)和Switch Lite销量分别下滑54.7%和29.2%。

《中国经营报》记者就Switch销量下滑等问题向任天堂方面提出采访，截至发稿未获得回复。

不过，任天堂方面表示，硬件销售不利主要是因为这一财年前6个月内，全球性的半导体和其他组件短缺影响了生产进度。供应短缺的问题在去年10月已经基本得到解决，但是2023财年下半年的硬件销售同比仍有下滑。任天堂方面承认，Switch步入生命周期的后期：“Switch已经步入发布以来的第七年，让它保持从前一样的销售势头将更有挑战性。”

任天堂还下调了下一财年Switch的销量预期。“考虑到近期硬件销量同比下滑超过20%，明年销量下调16.5%达到1500万台也不是一个容易实现的目标。”5月12日，任天堂总裁古川俊太郎在电话会议上这样说道。

受到硬件销售低迷的影响，过去一年任天堂软件的销量也有所下滑，同比下降9%至2.14亿份。不过，在2023财年中，仍有多款软件产品销量不俗。《宝可梦朱/紫》销量最高，达到2210万份，《斯普拉顿3》和《Nintendo Switch运动》分别达到1067万份和960万份。包括第三方游戏在内，2023财年共有35款产品销量突破百万份。

任天堂转向手游战略不利，受智能设备内容收入下降的影响，其移动和IP相关业务的销售收入同比下降4.3%至510亿日元。排除日元贬值的影响后，线上下载版游戏销售情况则表现良好，推动任天堂数字业务销售额同比增长12.7%，达到4052亿日元。

就地区而言，任天堂2023财年电子游戏平台销售业务仅在日本实现收入增长，在美洲、欧洲等几大市场均有不同程度的下降。任天堂也继续调低了下一财年的目标业绩，给出了净销售额1.45万亿日元、净利润3400亿日元的预期。

搭乘亚运会东风 电竞破局突围

本报记者 李哲 北京报道

还有不到4个月时间，杭州亚运会就将拉开帷幕。届时，电竞会首次作为正式竞赛项目出现在亚运会赛场。

5月20日，“韵味杭州”动感地带杯电子竞技全国邀请赛开赛。据悉，在此次赛事中，《DOTA2》《梦三国2》《街霸5》《FIFA Online4》《王者荣耀》《和平精英》亚运版本等7个杭州亚运会电竞小项将分为两个阶段进行，杭州电竞中心也迎来了亚运会之前最重要的“热身”。

《中国经营报》记者采访了解到，在经历2022年的低迷之后，业内期待电竞能乘着杭州亚运会的东风，为游戏市场带来新一轮繁荣。

游戏产业时评人张书乐表示，中国的电竞行业虽然短时受挫，但长期来看大有可为。电竞由于游戏产品的属性，每一个赛事的生命周期都有长度，大约在10年左右。

亚运会焕发电竞活力

电竞在我国已有二十余年发展历史，目前已经形成了一定规模。中国音数协电竞工委发布的《2022年中国电竞产业报告》(以下简称“报告”)显示，2022年我国电竞产业营收1445.03亿元，同比下降14.01%；用户规模4.88亿，同比也略有减少。

《报告》中提到，2022年疫情对我国电竞产业产生了一定冲击。多种因素造成用户规模和产业收入同比均有所下降，电竞俱乐部和选手在世界级赛事的表现与名次也有所下滑。

尽管如此，市场对电竞的关注热度不减。张书乐表示，中国的电竞行业与市场虽然短时受挫，但长期来看大有可为。电竞由于游戏产品的属性，每一个赛事的生命周期都有长度，大约在10年左右。

业内人士提到，随着电竞的发展，在游戏赛事的带动下，可以吸引更多游戏玩家进入到电竞领域，对整体游戏市场起到正面的带动

盈利场景仍待挖掘

事实上，随着市场关注度提升，电竞产业存在的一些发展问题也随之显现。

《报告》中提到，电竞企业最主要的业务是电竞游戏研发、电竞场馆和赛事服务。其中，电竞游戏研发业务占比最高，达到23.32%；电竞场馆业务占比为23.09%，仅次于电竞游戏研发；电竞赛事服务业务占比达到22.23%；从事三种主要业务的企业数量相近。硬件与设备、

电竞俱乐部、电竞教育等业务的相关企业数量相对较少。

对于当前电竞市场的现状，上述业内人士表示，目前电竞市场的营收还是局限在转播或者周边等变现模式，但其实可以配合游戏去做很多拓展，目前阶段很多设想还没有落地，借助亚运会的带动效应，可以推动电竞市场更加繁荣发展。

“国内电竞市场处于初级阶

《王国之泪》3日破千万

《王国之泪》是“塞尔达传说”系列的第19部作品，剧情和玩法承接前作《旷野之息》的内容。

就在任天堂发布2023财报后3日，其游戏新作《王国之泪》正式发行。

这款游戏自2019年首次公布以来就备受玩家期待。在游戏发售还有10余天之际，该游戏的内容就已被泄露，在翘首以盼的玩家群体间又引发一场争论。而游戏正式发行后，其迅速成为主机游戏主播们的“座上宾”，社交网络上也有不少玩家发布游戏片段，引起大家的讨论和转发。

5月17日，任天堂方面公布的数据显示，《王国之泪》发售3天内全球销量就已经超过了1000万份，成为“塞尔达传说”系列史上销售最快的游戏。《王国之泪》前作《塞尔达传说：旷野之息》(以下简称“《旷野之息》”)的累计销量

缓出新机型

除了推出游戏新作，深挖老IP价值也是任天堂内容驱动硬件销量的策略之一。

不过，《王国之泪》也遭到了一些吐槽：一款“神作”却被机器性能拖累。这主要是因为《王国之泪》所搭载的平台Switch已经是一款推出7年的“老机器”。Switch的最新机型Oled版分辨率为720P，这在4K显示屏蔚然成风的当下显得格格不入。任天堂何时推出下一款机型，也一直是玩家热议的话题。

但在推出新主机方面，任天堂显得并不着急。该公司透露，在过去一个财年中，Switch玩家达到1.14亿人，与上一财年的1.03亿人相比再创新高。“这个数字代表了该财年中在Switch上至少打开一次软件的人数……我们的业务基础仍在扩张。”

任天堂方面透露，其策略仍然是通过发行新游戏以及激活老游戏IP的吸引力，来让用户保持更长的Switch使用时间，以推动Switch的销量。“我们试着让每户家庭不是持有一台Switch，而是让每户家庭持有多台，甚至一人一台。”

任天堂今年发行的产品，除了已经大获成功的《王国之泪》，还有7月的《皮克敏4》，以及《宝可梦朱/紫》和《斯普拉顿3》的附加内容。

为2981万份，这意味着《王国之泪》仅用3天时间就完成了前作历史总销量的三分之一。

《王国之泪》不仅叫座，也叫好。在海外评分网站Metacritic上，《王国之泪》获得了96分的专业评分(满分100分)和8.7分的用户评分(满分10分)。

《王国之泪》是“塞尔达传说”系列的第19部作品，剧情和玩法承接前作《旷野之息》的内容。《旷野之息》因其开放世界和真实物理引擎的特性一直备受赞誉，曾经获得2017年游戏大奖(The Game Awards)年度最佳游戏、最佳游戏指导和最佳动作/冒险游戏三项大奖。《王国之泪》推出后，有评测机构称，该游戏拥有更广袤丰富的沙盒世界，玩法更具深度：“《王国之泪》让《旷野

之息》看上去像是初稿作品。”

游戏产业时评人张书乐对记者表示，《王国之泪》的魅力体现在，其作为任天堂的最新开放世界游戏，并不像其他厂商的开放世界那样程序化。“游戏中的探索、解密惊喜都远超前作。同时，该游戏中有许多创新的玩法体验，例如道具物品拼装功能。这些玩法达成玩家的更多想象，使玩家在体验上有了更多开放性的偶遇感。”

玩家小迪认为，作为一款开放世界游戏，一定要有足够的内容才能支撑起来。“一些开放世界游戏任务重复性高，玩到后面就会失真，失真了就会没有代入感。”他表示，《王国之泪》以及前作《旷野之息》则能够给人带来“冒险感”。



5月20日，“韵味杭州”动感地带杯电子竞技全国邀请赛开赛。图为杭州亚运会电子竞技项目场馆航拍夜景。

视觉中国/图

覆盖欧美、东南亚、日韩、中东和北非等地区。网易则在海外市场投放《第五人格》和《荒野行动》两款移动电竞游戏产品。此外，字节跳动旗下沐瞳科技的电竞游戏产品《Mobile Legends: Bang Bang》及其相关电竞赛事在海外也具有较强的影响。

记者了解到，当前包括腾讯、网易等公司则将目光投向海外电竞市场。其中，腾讯已在海外推出了《PUBG Mobile》《Call of Duty Mobile》《Arena of Valor》等多款电子竞技游戏产品，产品玩法类型包括射击类和MOBA类，游戏用户

掘出来。”

谈及未来中国电竞的发展，中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君分析道：中国电竞产业2023年要健康发展，第一，推出精品力作是产业发展的必要条件；第二，建设标准体系是产业发展的根本保证；第三，推进生态建设是产业发展的主要目标；第四，强化海外布局是产业发展的战略选择。