

《蛋仔派对》火爆背后:休闲游戏如何“出圈”?

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

2023年一季度,网易游戏业务扬眉吐气了一把:其游戏和相关增值服务收入同比增长7.6%,拉动公司收入同比增长6.3%。这其中,在春节期间火爆“出圈”的《蛋仔派

对》功不可没。

作为一款休闲竞技游戏,《蛋仔派对》在刚推出之时并不受关注,但在2022年春节前及春节期间,下载量和收入突然上升,受到行业关注。因其高MAU(月活跃用户数)和活跃度,研究机构将其

称为“国民手游”。

《蛋仔派对》本身玩法简单易上手,氪金模式让玩家能够接受,且蛋仔形象呆萌可爱,为其奠定了大火的基础。业内认为,《蛋仔派对》高频率更新、引入UGC模式等,成为推动游戏成为爆款的重要因素。



2023年一季度,网易游戏和相关增值服务收入同比增长7.6%,拉动公司收入同比增长6.3%。这其中,在春节期间火爆“出圈”的《蛋仔派对》功不可没。

视觉中国/图

新晋“国民手游”

《蛋仔派对》的收入增长建立在庞大的用户量基础之上。

5月25日,网易披露的2023年一季度财报显示,公司实现营业收入250亿元,同比增长6.3%;净利润为68亿元,同比增长53.72%。

其中,游戏和相关增值服务营业收入为201亿元,同比增长7.6%。来自在线游戏的净收入占游戏及相关增值服务净收入的92.7%,来自于手游的净收入占在线游戏净收入的72.3%。

网易游戏业务的增长,除了得益于《梦幻西游》《大话西游》等经典旗舰类游戏产品,以及《第五人格》《逆水寒》和《倩女幽魂》等精品游戏外,还受到《蛋仔派对》这款新游戏增长的推动。财报显示,《蛋仔派对》用户数增长强劲,游戏生态进一步完善,在第一季度登顶中国iOS游戏下载榜。“我们的旗舰游戏持续受到玩家欢迎,用户参与度不断提高,同时,新游戏如《蛋仔派对》也进一步扩大和丰富了我们的用户社群。”网易CEO丁磊说。

该季度网易的游戏及相关增值服务毛利润和毛利率实现增长。财

报显示,毛利润实现增长主要得益于《蛋仔派对》等在线游戏收入的增加,以及上一季度在营业成本中一次性确认若干代理游戏的版权费用。

《蛋仔派对》公测于2022年5月,是网易旗下的一款类糖豆人游戏——玩家所扮演的“蛋仔”与其他“蛋仔”一起,在各种地图中通过关卡或生存下来,经过层层淘汰后决出名次。

上线之初,《蛋仔派对》还是一款名不见经传的休闲游戏。2023年春节到来前,《蛋仔派对》开始走入大众视野,在春节期间更是成为爆款产品。

第三方研究机构Sensor Tower数据显示,《蛋仔派对》在2022年12月30日推出《喜羊羊与灰太狼》的联动活动之后,游戏收入迅速攀升,位列当月中国iOS手游下载榜榜首,收入榜第18名,系首次冲入该榜单TOP20。

春节期间,《蛋仔派对》继续迎来大幅增长。Sensor Tower指出,《蛋仔派对》成为1月网易手游收入

最高的产品,为发行商带来17.5%的环比增长,在中国App Store手游收入榜的排名蹿升至第5名。

在之后的2—4月里,《蛋仔派对》分别在中国App Store手游收入榜中位列第6、4、5名,仅次于《王者荣耀》《和平精英》《原神》等长期榜单霸主。

《蛋仔派对》的收入增长建立在庞大的用户量基础之上。

Sensor Tower于今年3月指出,自去年12月以来,《蛋仔派对》已连续4个月登顶中国iOS手游下载榜,1月以来稳居国内iOS手游MAU排行榜第2名,其成功搭建派对游戏的商业模式,已“晋升国民手游行列”。

网易公司2022年四季度财报指出,休闲竞技手游《蛋仔派对》在中国内地市场的收入和用户数增长强劲,成为网易游戏有史以来日活跃用户数最高的游戏。

直到今年5月,《蛋仔派对》收入排名有所下降,在Sensor Tower中国App Store手游收入榜中位列第10名。

火爆“出圈”之道

高频率更新是《蛋仔派对》维持热度的一大秘诀。

关于《蛋仔派对》发酵大半年后火爆的原因,游戏产业时评人张书乐对《中国经营报》记者表示,休闲游戏确实在节假日时段最容易火爆“出圈”,前提是产品的体验感异于市面上的游戏。

作为一款派对游戏,《蛋仔派对》本身兼具强社交属性和竞技玩法,在休闲游戏中独树一帜。第三方研究机构伽马数据《2023年1月游戏产业报告》指出,这也是《蛋仔派对》能在春节期间保持高热度的原因之一。

《蛋仔派对》的大幅增长在1月乃至一季度拉动整个休闲游戏品类流水增长。伽马数据指出,虽然休闲类是近两年以来进入流水TOP50的新品类,但带动品类流水上升的细分玩法却不尽相同,这意味着未来或有更多细分玩法拔高品类潜力上限。

高频率更新也是《蛋仔派对》维持热度的一大秘诀。据伽马数据《2023年1—3月游戏产业报告》介绍,网易游戏针对《蛋仔派对》地图编辑器进行了多次迭代升级,并不断引入异业联动对象丰富内容创作素材,促进玩家创作的多元化发展。而多样化的

Sensor Tower指出,《蛋仔派对》“精灵之声”在3月3日上线,当天流水和3月收入均创下历史新高,并带动网易移动游戏收入环比增长近11%。

3月底,《蛋仔派对》更新“皮蛋节”版本。在这一版本中,该产品与年初大热的狼人杀游戏《鹅鸭杀》联动,推出“蛋仔杀”玩法——玩家们分为好蛋、坏蛋以及中立三个阵营,玩法机制与《鹅鸭杀》相同。一时间,《鹅鸭杀》主播和《蛋仔派对》主播纷纷在“蛋仔杀”中团建,贡献众多名场面,又给游戏带来一波热度。

此外,《蛋仔派对》的UGC(User-generated content,用户生成内容)模式也是游戏行业较为关注的方向。《蛋仔派对》中内置“蛋仔工坊”(关卡编辑器),提供物体、机关、装饰等基本素材,供玩家自行创作地图。

伽马数据《2023年1—3月游戏产业报告》指出,网易游戏针对《蛋仔派对》地图编辑器进行了多次迭代升级,并不断引入异业联动对象丰富内容创作素材,促进玩家创作的多元化发展。而多样化的

二创内容又提升玩家活跃度,进而逐渐形成正向生态循环。报告认为,UGC生态的搭建也是助力游戏良好表现的重要因素之一。

关于《蛋仔派对》的收入模式、版本更新、UGC模式等问题,记者联系网易方面采访,截至发稿未获回复。

此前,另一款大热的派对游戏《香肠派对》相关负责人对记者表示,UGC模式可以让更多玩家或内容生产者一起加入内容生产,对游戏增长会有帮助,“如果游戏需要将承载DAU为目标的话,那么UGC是一个必然要去解决的问题”。

张书乐对记者表示,自定义地图或其他UGC模式能让用户更有参与感,这与《我的世界》(国内也是网易代理)颇为类似。《我的世界》是另一种类型的开放世界游戏,与《原神》等用户不可修改的开放世界不同。但UGC往往只适用于休闲游戏,而无法出现在对战需求强烈、游戏平衡要求高、世界观设定较强的重度游戏中,因此只是一种补充,而不会成为主流。

乘势扬帆出海

在海外运营方面,网易方面表示,其策略是IP联动和电竞化,这不仅能让多款游戏打入东南亚、日本、欧美市场,而且还延长了游戏本身的生命周期。

仙侠元素和《率土之滨》具有的三国元素都在海外很受欢迎。在海外运营方面,网易方面表示,其策略是IP联动和电竞化,这不仅能让多款游戏打入东南亚、日本、欧美市场,而且还延长了游戏本身的生命周期。

除了《蛋仔派对》,网易一季

度财报还透露,《哈利波特:魔法觉醒》将于今年夏天在海外市场推出。《哈利波特:魔法觉醒》是网易获得《哈利·波特》原著官方授权后自主研发的RPG手游,2021年在国内上线,首月流水超10亿元。但在2022年春节期间,因《哈利波特:魔法觉醒》“过度氪金”遭到争议,“万人请辞哈利波特魔法觉醒策划”词条登上热搜。目前,《哈利波特:魔法觉醒》已淡出收入榜前列。

与之相比,《蛋仔派对》的盈利模式更被玩家接受——游戏的消

费点主要在于皮肤,而不影响角色战力。在移动游戏论坛TapTap上,有玩家介绍:“氪金这件事是自愿的,不影响游戏平衡。”还有玩家认为,游戏存在一定诱导氪金的倾向,但氪金也能玩。“一抽就停不下来,会有‘一定要把它(赛季盲盒)集齐’的执念”。

《蛋仔派对》出海后能否延续国内的成功目前尚未可知。在海外,类糖豆人手游Stumble Guys同样经历过爆火。Sensor Tower数据显示,2022年7月全球手游下载榜Top10中,Kitka Games Stumble Guys以3050万次下载量成为榜单Top1,其下载量是2021年7月的10倍。印度尼西亚是该游戏的第一大市场,贡献了19.4%的下载量;其次是美国,占10.4%。《蛋仔派对》出海后,将不得不面临来自同类游戏的正面较量。

AI为游戏赋能:让NPC“说人话”

NPC交互智能化

本报记者 李哲 北京报道

近日,在2023 COM-PUTEX展会期间,英伟达发布NVIDIA Avatar Cloud Engine(ACE)游戏开发版NVIDIA ACE for Games。据悉,这是一项全新定制化AI模型平台技术,可以实现NPC(非玩家角色)智能化,为游戏中的交互方式带来新的变革。

这是AI技术在游戏领域应用的一个缩影。《中国经营报》记者采访获悉,当前国内游戏公司也在围绕AI抢滩布局。比如,汤姆猫公司正围绕“会说话的汤姆猫家族”IP,通过与AI语音交互等新兴技术融合,计划迭代推出《会聊天的汤姆猫》等产品。

业内人士向记者表示,“经历过年初AI带动下市场的火热关注之后,如今AI板块开始分化,将AI从概念到落地产品的公司,将受到市场的更多关注。”

当前,国内游戏公司正沿着这一路线围绕软件、硬件两个维度探索布局。

在SPARK 2023腾讯游戏发布会上,腾讯高级副总裁马晓轶提到,在工程技术层面,腾讯游戏正在推进与英伟达等全球多家顶级厂商的深度合作,尝试将游戏引擎

变革。

NVIDIA开发者和性能技术部门副总裁John Spitzer表示:“生成式AI有可能彻底转变玩家与游戏角色的互动方式,显著提升玩家在游戏中的沉浸感。NVIDIA凭借其在AI领域的专业知识以及与游戏开发者数十年的合作经验,正率先在游戏中采用生成式AI技术的加持。”

根据英伟达官网披露的信息,NVIDIA ACE for Games是一项全新定制化AI模型平台技术,可通过AI助力的自然语言交互,实现NPC智能化,从而为游戏行业带来新的变革。

中信建投研报中提到,英伟达近期推出了ACE游戏开发版,基于3D内容协作平台Omniverse以及生成式AI技术,让游戏中的NPC具

备更逼真的语言、语音交互及表情动画,以改善玩家交互体验。前期,海内外其他游戏巨头也在积极探索生成式AI技术,包括微软、OpenAI、动视暴雪、网易、育碧等。未来人工智能将成为游戏不可或缺的部分,让游戏变得千人千面,玩家可在游戏中获得个性化的体验。

自2022年末,以ChatGPT为代表的生成式AI(AIGC)技术逐步落地。AIGC如今已经在游戏这个超级试验场中生根发芽。

在此背景下,游戏硬件开发企

业纷纷将目光投向AI领域。

6月8日,联发科宣布MediaTek天玑开发者中心上线。据了解,该中心将针对移动游戏与基于移动平台的AI技术,提供教程、参考示例、SDK和工具等资源在内的专用且完善的解决方案,能够协助开发者快速导入天玑移动平台的技术。

联发科方面表示,未来将陆续推出更多与移动游戏、生成式AI以及游戏与AI融合应用相关的开发者计划,为广大开发者了解移动端最新技术方向提供新的可靠途径。

共识。

华西证券研报中提到,AI技术带来的降本增效将向同质化,其试图寻找能够切实通过AI实现增收的业务场景:一是AI提升游戏互动性,新技术将带来游戏新玩法、新付费点,进而带来增量市场;二是贩卖数据版权,多模态大模型的训练数据集需要海量优质原创数据,影视、出版、阅读等视频/文本版权商将成为面向大模型厂商的“卖水人”。

与此同时,AIGC底层硬件的搭建也受到国内企业的关注。

4月17日,昆仑万维正式发布千亿级大语言模型“天工”,同时宣布即日起启动邀请测试。

2023年5月,索尼(中国)有限公司总裁吉田武司表示,索尼很早就在AI领域布局,其正在推动一些项目(包括游戏开发、影像解决方案等)更好地发挥AI的作用。

此外,在6月6日的全球开发者大会上,苹果发布了首款混合现实(MR)头戴式设备Apple Vision Pro。一位游戏产业人士向记者表示,“Apple Vision Pro为应用开发厂商提供了更多想象空间。未来,叠加AI带来的智能应用游戏,将为玩家提供更多游戏可能。”

据悉,“天工”是国内首个对标ChatGPT的双千亿级大语言模型,算力基于国内最大的GPU集群之一,其规模优势使得“天工”可通过海量数据进行更充分的训练,从而积累更强的理解能力和记忆力。“天工”通过自然语言与用户进行问答式交互,AI生成能力可满足文案创作、知识问答、代码编程、逻辑推演、数理推算等多元化需求。

此外,2022年10月,腾讯云完成首个万亿参数的AI大模型。东兴证券研报指出,腾讯在加大投入建设人工智能的能力和云基础设施。大模型进入万亿参数时代,模型训练需要大规模、分布式的高性能计算集群。

游戏公司动作频频

和工具链打造成一个可以跨团队、跨公司协作的“联机游戏”,让更多人,甚至人和程序、人和PCG技术、人和AI,都能一起在虚拟空间中协作,打造出下一代实时协作技术方案。

汤姆猫公司也在AI领域探索布局。据悉,该公司正在围绕“会说话的汤姆猫家族”IP,针对交互、陪伴属性,探索“会说话的汤姆猫家族”IP产品与AI语音交互、人工智能等新兴技术融合,将移动应用中的《会说话的汤姆猫》不断迭代为《会聊天的汤姆猫》。

汤姆猫公司方面表示,其从移动应用和智能硬件为主的表现层、垂类模型、技术中间体实现各功能