

二次元游戏井喷 厂商获客成本压力增大

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

2023年成了二次元游戏数量爆发的一年。无论是米哈游、腾讯、西山居等大厂，还是深蓝互动等中小公司，都在今年推出了各种题材和玩法的二次元新游。

《环行旅舍》制作方深圳艾希

产品集中释放

在群雄并起的二次元游戏市场，一些新作脱颖而出成为爆款。

随着版号发放的常态化，2023年成了二次元游戏集中向市场释放的一年。

4月下旬，在《崩坏：星穹铁道》获批版号3个月后，米哈游快马加鞭在全球推出这款游戏。此后，深蓝互动研发的《重返未来：1999》、腾讯代理发行的《白夜极光》先后于五六月在国内发行。

暑期更是成了二次元游戏角逐的主阵地。7月，《晶核》《尘白禁区》《少女前线2：追放》等纷纷登陆市场；8月，已经上线的二次元新游包括《蔚蓝档案》《卡拉彼丘》《千年之旅》《异尘：达米拉》《斯露德》等，《闪耀！优俊少女》预计在月底压轴入场。据记者不完全统计，仅在8月，就有不下10款二次元游戏公测。

赛道足够内卷

二次元游戏有更强的内容属性，开发商可以在这一赛道上选择做不同风格和题材的内容。

BINGKOLO工作室方面分析，今年二次元游戏数量多是两三年前密集立项研发的后续体现，其扎堆内卷使得玩家对游戏品质的要求大幅提高，“每当二次元游戏赛道上多了一款高品质游戏，玩家对后面推出的游戏品质预期就会提高”。

目前，还有不少二次元游戏正在立项、开发、等待上线。8月24日，网易曝光二次元都市题材开放世界游戏《代号：无限大》宣传视频，并宣布游戏开启预约。

哔哩哔哩高管在二季度财报电话会议上表示，其当季游戏业务收入同比下跌15%，系因缺乏新游上线，未能挽救老游戏流水下跌。哔哩哔哩把宝押在下半年，目前还有7款新游将在国内外市场推出。其国内重点二次元新游包括7月上架的女性向游戏《摇光录：乱世公主》，以及即将上市的“赛马娘”国服版《闪耀！优俊少女》。据介绍，《闪耀！优俊少女》预约玩家数量已经超过200万。

5月中旬，腾讯游戏一口气公布18款游戏新品，其中6款为二次元游戏。目前，《白夜极光》和《冒险岛：枫之传说》已经发布，《二之国：

可洛科技有限公司（以下简称“BINGKOLO工作室”）向《中国经营报》记者表示，今年二次元游戏井喷，与两三年前业内密集立项有关。二次元游戏有更强的内容属性，开发商可以在这一赛道上选择做不同风格和题材的内容。

BINGKOLO工作室方面表

示，其赶在今年上线产品是为了缓解公司运营压力，由此面对的问题是单用户获得成本大幅度上升，在二游新作不断出现的时代，公司将努力迭代运营产品，“每当二次元游戏赛道上多了一款高品质游戏，玩家对后面推出的游戏品质预期就会提高”。

朝夕光年于7月14日推出的箱庭式动作RPG游戏《晶核》在半月内攀升至中国iOS手游畅销榜第8名。在《晶核》的带动下，朝夕光年收入环比激增109%，创历史新高，排名前进7位至第8名。

然而，玩家的注意力被众多游戏分散，并非所有作品都能成为市场的宠儿。战棋游戏《白夜极光》2021年出海时一举扭转“腾讯不懂二次元”的口碑，两年后返回国内市场却叫好不叫座。这款游戏目前在TapTap的评分为8.2，下载量为43万。对比之下，《崩坏：星穹铁道》在TapTap平台的下载量达到916万。

来自中小公司的二次元塔防游戏《环行旅舍》于6月底上线，目前在TapTap评分为8.0，下载量为

40万。游戏研发方BINGKOLO工作室成立于2020年，《环行旅舍》是该团队的第一款游戏。

BINGKOLO工作室方面对记者表示，赶在二次元游戏上市大潮中推出产品，是因为来自公司运营成本的较大压力，而在此期间受到的影响是单用户获得成本大幅度上升。

由于付费点设置得保守，玩家群体间一度有关于《环行旅舍》是否能活下去的讨论。对此，BINGKOLO工作室回应，会努力提升自身水平，把《环行旅舍》迭代得更好。其坦言，《环行旅舍》的实际营收数据比第三方估算的要好一些，未来会逐步上线大月卡、皮肤以及可改变外显的付费点，让付费能力比较强的玩家有更多地方可以消费，但不会影响到其他玩家的游戏体验。

关于游戏后续的发展规划，BINGKOLO工作室介绍，《环行旅舍》会提前规划未来半年的版本做开发排期，在玩法上挖掘更深的策略空间，持续推出新角色，并围绕角色创作精彩故事，预计每隔一到两个月会更新一个版本。其表示，未来的工作目标将集中在《环行旅舍》的开发迭代上，“二次元游戏受众对故事题材、美术调性、玩法、整体品质以及后续运营服务等各项要求都已经很高了，未来只会更高。我们要先提升团队的能力水平和协作效率”。另外，BINGKOLO工作室有意将《环行旅舍》发行到海外，目前正在寻求合适的合作方。

关于游戏消费模式，《环行旅舍》立项时定下两个原则：玩家不花钱也可以体验所有的关卡，以及不允许付费点对数值的影响大到让游戏失去策略性。“我们一开始的付费点主要在于月卡、角色获取和一些特惠礼包。公测版本的更多开发优先级给到游戏内容了，所以付费点做的相对较少。尽管如此，我们的游戏内容量还是不太够。”

BINGKOLO工作室介绍，关于游戏消费模式，《环行旅舍》立项时定下两个原则：玩家不花钱也可以体验所有的关卡，以及不允许付费点对数值的影响大到让游戏失去策略性。“我们一开始的付费点主要在于月卡、角色获取和一些特惠礼包。公测版本的更多开发优先级给到游戏内容了，所以付费点做的相对较少。尽管如此，我们的游戏内容量还是不太够。”

竞逐中重度游戏

本报记者 李哲 北京报道

2023年以来，随着版号的常态化发放，具备优质玩法体验的中重度游戏产品迎来了广阔的市场空间。

第三方机构Liftoff日前发布的

市场份额增长

在2023年首批游戏版号过审名单中，米哈游旗下《崩坏：星穹铁道》在列。4月，米哈游便将这款游戏带到了国内玩家面前。这款二次元风格的游戏，结合了回合制、箱庭等多种玩法特点，在其封闭测试期间便已经凭借良好的口碑吊足了玩家的胃口。

《2023年4月游戏产业报告》显示，《崩坏：星穹铁道》为新人榜回合制RPG类产品，首月流水预占超12亿元。

记者注意到，随着2023年版号发放常态化，更多优质的游戏产品得以和玩家见面。

游戏产业时评人张书乐表示，游戏产业已经走上了精品化和出海的快车道，市场红利“天花板”正在被打破。

2021年至2022年期间，受到疫情及多方面因素影响，游戏市场受到冲击，《2022年中国游戏产业报

《2023年中重度游戏应用报告》显示，2023年许多超休闲游戏玩家纷纷退场，参与度较高的游戏玩家正被更有深度的内容所吸引，因此，中重度游戏在移动游戏市场中的份额日益增加。

独立科技观察家丁道师向《中国经营报》记者表示，“游戏公司应该摒弃‘挣快钱’的心态，特别是市场进入存量时代之后，产品的核心是研发，最终的生命力还是靠游戏产品本身。”

《2023年中重度游戏应用报告》显示，目前，虽然休闲游戏仍然占据移动游戏领域的主导地位，但增长趋势正在放缓，特别是超休闲游戏。2023年许多超休闲游戏玩家纷纷退场，参与度较高的游戏玩家正被更有深度的内容所吸引，因此，中重度游戏在移动游戏市场中的份

额日益增加。目前美国市场iOS端中重度游戏品类收入约占移动游戏总收入的35%，虽然中重度游戏设有更高的进入门槛，但也拥有参与度较高的受众，并且更有可能带来多种变现方式。

记者了解到，中重度游戏的常见类型包括射击类游戏、策略游戏以及角色扮演游戏，相比休闲游戏来说，中重度游戏对于新玩家的准入门槛更高，因此用户获取成本也比较高。

业内人士指出，随着游戏市场进入存量时代，如何挖掘用户的长线价值是游戏公司重点关注的方向。虽然重度品类当前市场增长放缓，但高价值用户的规模仍在持续提升，高价值用户对重度品类的重要性越来越高，需要更加重视高价值用户的长线运营，以提升游戏市场表现。



随着版号发放的常态化，2023年成了二次元游戏集中向市场释放的一年。图为上海ChinaJoy展腾讯游戏展台。

视觉中国/图

出海市场广阔

海外二次元游戏进口中国能搅动市场风云，不少国产二次元游戏也愿意出海一搏。

今年在国内上市的二次元游戏中，有些在海外已经运营多年，取得了一定知名度，因此在国内上线之前已经具有相当人气。

《蔚蓝档案》由韩国NEXON Games开发，上海悠星网络科技有限公司发行，早在2021年上线，在日本市场取得巨大成功。国服上市前夕，《蔚蓝档案》在日本市场迎来2.5周年庆典。Sensor Tower数据显示，该游戏7月收入环比增长163%，位列当月日本手游畅销榜第9名。

另一款韩系手游《第七史诗》早在2018年就已上线。作为一款高龄二次元游戏，《第七史诗》的横板移动风格和2D美术风格在当下已经显得落伍。然而，七麦数据显示，《第七史诗》6月20日国服上线后，在游戏免费榜上最高排名第3，在游戏畅销榜上曾达到第9名。

被哔哩哔哩寄予厚望的《闪耀！优俊少女》此前风靡日本，连续两年稳坐日本畅销榜榜首，全球累计收入已突破20亿美元。

海外二次元游戏进口中国能搅动市场风云，不少国产二次元游戏也愿意出海一搏。

今年5月，在Sensor Tower 5月中国手游出海收入榜上，《崩坏：星穹铁道》超越《原神》登顶。根据Sensor Tower商店情报数据，日本和美国分别贡献了《崩坏：星穹铁道》5月海外收入的38%和21%。

腾讯游戏于2021年12月推出国际业务品牌Level Infinite，也在海外二次元市场打响了品牌知名度。腾讯游戏方面向记者提供的资料显示，其二次元游戏出海成绩包括：2021年《白夜极光》在海外上线，曾拿下2021年Google Play“最佳游戏”和“最具创新力游戏”两项大奖；完美世界研发的《幻塔》在全球大部分地区的发行由Level Infinite代理，上线首周下载破1000万，登顶36个国家地区iOS免费游戏榜，冲进120多个国家地区iOS免费游戏榜Top 10，位列日本畅销榜第2和美国畅销榜第8，在Twitter全球和日本话题热度榜中排名第一，并获得2022年TGA最佳手游提名；2022年Level Infinite在海外发行《胜利女神：妮姬》，帮助产品多次登顶日本、韩国、欧美和多个国家商店免费和畅销榜首，后续运营中游戏在半年周年庆等多个大小节点登上各国商店畅销榜前三，多次在Twitter全球和日本话题热度榜中排名第一，全球市场累计营收超过4亿美元，成为腾讯游戏海外发行的里程碑式产品。

腾讯2023年二季度财报显示，其国际市场游戏收入增长19%至127亿元，作出突出贡献的产品包括拳头开发的射击游戏《无畏契约》，休闲游戏《Triple Match 3D》以及二次元卡牌游戏《胜利女神：妮姬》。

“市场会通过优胜劣汰留下来好的游戏。相反，没有什么含量往往会昙花一现。”丁道师表示，“游戏产品的核心是研发，但现在大部分游戏公司缺乏研发能力，最终游戏的生命力还是靠游戏产品本身。”

除研发投入之外，买量同样不容忽视。据了解，《晶核》在今年一季度就开始预热，DataEye-ADX数据显示，《晶核》上线当天投放素材量超过3700组。

Mintegral是汇量科技旗下程序化广告平台。得益于游戏买量，该平台在今年上半年实现收入4.68亿美元，同比增长13.9%。其中，中重度游戏、工具类等品类收入贡献逐步提升，特别是中重度游戏收入占比从2022年第二季度的19%提升至2023年第二季度的31%。

大厂的“游戏”？

中重度游戏玩法多元，品类丰富，需要不断地强化用户的游戏体验，这背后需要游戏厂商持续的投入。

伽马数据发布的《2023中国移动游戏品类发展研究报告》显示，射击类、SLG、ARPG与开放世界RPG游戏市场份额均呈现增长态势。开放世界RPG移动游戏从2020年推出以来，市场份额快速提升至4.9%。

提到开放世界RPG品类，便不得不提及近年来持续火热的《原神》。据相关媒体报道，《原神》拥有一支上千人的技术团队，米哈游在《原神》开发上前后投入超过1亿美元，上线后每年还要花费2亿美元进行持续开发。

《2023年中重度游戏应用报告》显示，中重度游戏每次安装总成本(CPI)平均约为2美元，是休闲游戏(平均1美元)的2倍。

记者了解到，一些小游戏产品无论是资金投入还是制作周期，同中重度差距甚远。有

一些小游戏的成本只有几千到几万元，开发周期一两个星期就能做好。与之相对应的是，中重度游戏通常具有更为复杂的机制、更深入的故事情节和更丰富的游戏内容，这意味着更多的开发投入和更长的制作周期。

而巨大的开发成本，也让中重度赛道成为了巨头的“游戏”。目前，腾讯有多达16款游戏待发布，多为中重度游戏，其中，《合金弹头：觉醒》《代号：破晓》《黎明觉醒》被视为重点。

网易方面，今年暑期档上线的《逆水寒》手游，依靠大规模应用AI玩法，赚足了玩家眼球，一经推出就大获成功，上线首月玩家突破4000万。此外，另一款游戏《巅峰极速》也有着不俗表现。

伽马数据与腾讯云联合发布的《2023年游戏生命周期洞察报告》显示，2022年中国主要上市游戏企业研发投入同比上升12.82%，达到964.26亿元。从产