

最大游戏收购案落幕 暴雪国服何日回归？

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

10月13日，随着英国竞争与市场管理局(以下简称“CMA”的放行，微软对动视暴雪的这宗最大游戏收购案终于落下帷幕。

动视暴雪成立于20世纪70年代末，是电子游戏行业的拓荒人之一，

老牌游戏公司易主

收购完成后，微软将在游戏行业中更具影响力。

10月13日，微软Xbox CEO斯宾塞发布公开信，对动视暴雪及其团队加入Xbox表示欢迎，“今天起，我们着手将深受玩家喜爱的动视、暴雪和King的系列游戏引入Game Pass(微软游戏订阅服务)和其他平台”。

微软对动视暴雪的收购是游戏行业史上最大规模的交易。2022年1月18日，微软宣布计划以687亿美元的价格收购动视暴雪。财报显示，截至2023年6月30日，微软持有现金、现金等价物以及短期投资共计1112.62亿美元。这意味着，为了收购动视暴雪，微软要从账上划走超过一半资金。如此大手笔的交易，对于微软这样的巨头来说也十分罕见。

那么，微软得到了什么？动视暴雪财报显示，截至2023年6月30日，该公司净资产共计207.93亿美元，其中还有99.29亿美元商誉。

但对于动视暴雪这样的游戏公司并不能仅根据账面数据来评价。收购完成后，微软将在游戏行业中更具影响力。根据游戏调研机构Newzoo，按照2023年第一季度的营业收入，动视暴雪在全球排名第7。位列动视暴雪之前的(分别是腾讯、索尼、苹果、微软、网易和谷歌)都并非纯粹的游戏公司。

“2021年，动视暴雪在全球游戏市场中的收入占比约为4%，同时在全球主机游戏市场的收入占比约为5%，市场占有率已经处于较高水平。”伽马数据高级分析师吕惠波此前对记者表示，微软收购动视暴雪后，预计其游戏营收水平将来到全球第一梯队，与腾讯游戏收入更加接近。

另外，吕惠波指出，动视暴雪拥有多个大型游戏IP，这是其最为关键的核心资产。被收购前的动视暴雪由三大业务部门组成——动视、暴雪、King。在大众印象中，这三个部门各有王牌在手：动视部门几乎每年都会推出《使命召唤》系列的新作，暴雪专注于《魔兽世界》《暗黑破坏神》

经过数十年来的合并、收购形成今天的规模，最终却被微软纳入麾下。

《中国经营报》记者获悉，在获得动视暴雪后，微软将接收动视暴雪分布于各个平台的IP，考虑如何盘活一些已经被遗忘的IP，整肃公司文化，以及处理暴雪游戏离开中国市场后留下的空白。

掌门人套现离场

动视暴雪CEO考迪克在一一封公司邮件中表示，他将于2024年离开动视暴雪。据悉，其套现金额可达5.2亿美元。

作为游戏行业的龙头企业，动视暴雪的历史与电子游戏的发展息息相关。1979年，4名雅达利的程序员因不满公司的轻视和待遇，脱离雅达利成立动视公司，开始制作第三方游戏。这开创了第三方公司为主机制作游戏作品的先河，此前游戏开发和硬件生产一直绑定在一起。

1980年，动视公司首次发布4款游戏便大获成功，三年后成功上市。

好景不长，动视公司接下来几年命途多舛。在20世纪80年代的大部分时间里，动视遭遇雅达利大崩溃(美国游戏业大萧条)带来的冲击，飞利浦专利诉讼官司缠身，4名创始人因理念不合等原因先后出走……到了90年代初，动视公司已经处于破产边缘。

1990年，时年27岁的鲍比·考迪克买下这家几乎只剩商标的公司25%股份，并在1991年成为CEO，一直在这个位置上待到今天。考迪克在一封公司邮件中表示，他将于2024年离开动视暴雪。据悉，其套现金额可达



10月13日，随着英国竞争与市场管理局的放行，微软对动视暴雪收购案终于落下帷幕。图为位于英国伦敦牛津广场的微软公司商店。

视觉中国/图

5.2亿美元。

彼时，面对走入死局的动视公司，考迪克一面筹资，一面劝说债主接受公司股份作为抵偿。他将动视公司老游戏打包低价售卖、推出续作、移植PC端，最终成功将动视盘活，并从股东手中赎回股份。1993年，动视公司登陆纳斯达克，1997年实现盈利。

之后，为了拓展自身的生产力，增强对游戏开发的把控，动视开启了收购之路。据不完全统计，动视在1997年到2007年间收购了13家游戏工作室，覆盖了多个热门品类和玩法，建立起更广泛的业务线。

2003年，动视发行第一人称射击游戏《使命召唤》，取得了可观的销量。动视趁热打铁，又推出《使命召唤2》。此后，动视几乎每年都会推出新的《使命召唤》续作，游戏背景从“二战”向冷战、未来世界和外太空拓展，平台涉及主机、PC、网页和移动端，开发工作则由Infinity Ward、Treyarch和Sledgehammer Games轮流承担。

2008年，动视和维旺迪游戏(暴雪母公司)的游戏部门合并，成立了动视暴雪。由此，动视获得了MMORPG这一大热品类中的代表作《魔兽世界》。

手握《使命召唤》《魔兽世

界》《暗黑破坏神》等多个知名IP，动视暴雪在端游领域颇具影响力。其在手游领域的开拓始于2016年。动视暴雪于这一年斥资59亿美元收购King及旗下《糖果粉碎传奇》，并进一步推动《炉石传说》成为收入支柱。此外，动视暴雪逐步推进旗下IP的手游化，包括与腾讯合作推出《使命召唤手游》，与网易合作《暗黑破坏神：不朽》。

根据中金公司2022年发布的《动视暴雪极简史：探寻微软收购的背后》，动视暴雪三大游戏IP《使命召唤》《糖果粉碎传奇》《魔兽世界》2020年对公司收入贡献达76%。

暴雪国服何日回归？

未来，微软将如何消化、整合动视暴雪的业务，仍有待进一步观察。

在考迪克30多年的治理下，动视暴雪和成立之初的样子已经相去甚远。它建立起了庞大的IP矩阵和稳定的生产发行流程，挺过了电子游戏发展最为蛮荒的阶段，在财务上节节攀升。不过，近几年来，动视暴雪的游戏口碑出现下滑。

2022年，手游《暗黑破坏神：不朽》上线。因充值系统不合理，这款游戏为动视暴雪揽尽收入和名气的同时，评价也跌至谷底。游戏首曝时，主设计师对玩家来说的“难道你们没手机吗”也成了游戏圈一个带有嘲讽意味的梗。

这些负面舆论，连带着动视

暴雪的品牌和资产，一同被卖给了微软。未来，微软将如何消化、整合动视暴雪的业务，仍有待进一步观察。

中国玩家更为关心的是暴雪国服是否能够归来。

2022年11月16日，动视暴雪率先在官网宣布，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。随后，网易表示接受停止合作的决定。

动视暴雪和网易的合作长达14年，双方尚未进一步透露造成续约失败的具体原因。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，这个理由并不能说服玩家。动视暴雪与网易的合作集中于暴雪部门，与动视和King部门并无密切联系。2021年，动视暴雪的净营收为88.03亿美元，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%。

暴雪突然中断合作的举动，以及语焉不详的回应，令动视暴雪的口碑在中国市场一落千丈。就在今年1月，暴雪游戏《魔

兽世界》《炉石传说》《守望先锋》《暗黑破坏神Ⅲ》《魔兽争霸Ⅲ：重制版》《风暴英雄》《星际争霸》系列以及暴雪游戏平台战网在中国大陆市场终止运营。此外，暴雪旗下游戏《炉石传说》也无缘杭州亚运会。

5月23日，微软方面透露，中国国家市场监督管理总局已批准微软收购动视暴雪。动视暴雪发言人也证实此事，称“很重视中国市场”。考虑到动视暴雪已经易主微软，不少人认为暴雪游戏还有重回中国的可能。关于暴雪游戏是否会再次进入中国，记者联系微软方面采访，截至发稿未获回复。

模拟经营游戏异军突起 市场规模快速扩张

本报记者 李哲 北京报道

“看着‘萝卜’在干活，就会感觉非常解压。刚刚下载这款游戏的时候，每天大部分时间都会用在上面。”王林(化名)口中的是一款慢节奏的种田经营游戏——《桃源深处有人家》，其通过国风山水田园的画风吸引玩家目光。游戏

赛道兴起

在初期，《桃源深处有人家》的玩法较少，以“种田卖菜”为主，但当玩家升到特定等级之后，游戏的玩法便会丰富起来。在游戏中会有一些类似萝卜的小精灵来帮忙干活，剧情便由它们展开。

“我玩模拟经营类游戏已经很多年了。近些年这类游戏和以往简单的农场模式已经有了一些变化。比如，加入NPC互动，通过故事情节推动游戏等等。”王林说道。

多位玩家向记者表示，模拟经营游戏提供的沉浸式体验，让玩家可以在游戏中按照自己的想法打造“家园”。

记者注意到，在《金币大富翁》与《商道高手》两款现代背景的商道经营产品陆续取得成功后，益世界围绕模拟经营的品类优势，在题材维度进行横向拓展。一方面基于现代商道类产品的经验，结合古代商贸文化，推出了古风商道产品《我是大东家》；另一方面对更多基于中国文化的细分品类进行探索，推出古

自3月22日全平台上线后，在TapTap平台的首日下载量便超10万人次。

这是模拟经营游戏“破圈”的一个缩影。《中国经营报》记者注意到，当前模拟经营游戏正在通过国风、故事线等方式拓宽游戏赛道。

伽马数据发布的《2023中国移

动游戏品类发展研究报告》(以下简称《报告》)显示，截至2022年年底移动游戏市场中模拟经营品类规模已增至66亿元。而在2018年，该品类的规模仅为18.5亿元。不断推出的优秀新品是模拟经营品类增长的主要动力，截至2022年年末，已有7款模拟经营类产品登上当年移动游戏流水榜前150名。

Family Farm较为单纯的模拟经营玩法相比，《菲菲大冒险》在海岛农庄经营的基础之上，还融入了RPG冒险与三消玩法，体验上更为丰富。

点点互动CEO陈琦表示，“剧情一定要精心去做的，《菲菲大冒险》这类产品对剧情的要求非常高，因为所有地图都是跟着剧情展开，我们要让玩家有更多时间和机会去看剧情。”

故事线已经成为当前模拟经营手游非常看重的一大要素，而手游更新速度快的特点又让故事线的推进更加高效。

记者注意到，三七互娱旗下模拟经营手游《叫我大掌柜》在最近的更新中，推出了《叫我大掌柜》南海丝路版本。该游戏通过故事线的方式，让玩家可以重走海上丝绸之路。甚至还包含文物修复，触发修复动画，展现“清洗、拼接、补配、打磨、上色、做旧”等专业的文物修复过程。

规模扩张

《报告》中提到，玩家对模拟经营游戏的题材偏好更为显著且更趋向多样化，这为模拟经营品类下各细分赛道提供了更多发展机会。

此外，《报告》显示，2022年中国移动游戏市场模拟经营用户规模已超过9000万人。在用户属性上，模拟经营女性用户占比超七成，女性用户消费率超过90%。

在谈到用户画像时，陈琦表示，《菲菲大冒险》还是以女性用户为核心，喜欢模拟经营的女性用户群体，年龄跨度从20~60岁。

出海掘金

Sensor Tower发布的《2023年模拟手游市场洞察》中提到，2023年1~7月全球模拟手游内购收入接近27亿美元，其中，美国市场占比43%，欧洲市场占比23%。

记者注意到，今年1~7月，冒险沙盒手游Roblox全球吸金逼近7亿美元，蝉联模拟手游收入榜冠军。点点互动的两款模拟手游Family Farm Adventure、Frozen City均入围收入榜Top10。

世纪华通方面表示，在出海市场，公司以点点互动为主体，持续践行品类微创新，战略性打穿赛道，形成休闲游戏矩阵。点点互动不仅有逾十年的游戏海外发行运营经验，自主研发能力也在

对于原本轻量化定位的模拟经营类游戏，如何在游戏的丰富度和轻量化之间取得平衡，或许是游戏公司需要思考的问题。而随着模拟经营游戏中杂糅了更多的玩法，自2020年起模拟经营品类得到快速发展，市场规模快速扩张。同时，游戏公司在打磨产品的同时，并没有停止在营收方式方面的尝试。

“此前的模拟经营游戏往往通过广告变现的方式来实现营收，游戏中的道具，互动性似乎并不突出，玩家也都是通过时长来进行‘家园’提升。而现在的氪金方式就更加多样化了，诸如会员、道具、榜单等方式层出不穷。一时间让原本‘偏安一隅’的模拟经营游戏画风突变。”王林说道。

《报告》中提到，截至2022年底移动游戏市场中模拟经营品类规模已增至66亿元。不断推出的优秀新品是模拟经营品类增长的主要动力，截至2022年年末，已有7款模拟经营类产品登上当年移动游戏流水榜前150名。

企业对模拟经营品类进行布局，但将该品类作为发展重点的企业数量较少。

于海外市场而言，对模拟经营类手游的追捧度较高，但市场竞争同样有着不俗的实力。对于如今越来越强调故事线的模拟经营游戏而言，如何讲好故事显得更加重要。

陈琦表示，“在游戏中，我们要构建一个让欧美玩家觉得引人入胜、真实可信的游戏世界，这一切都基于对欧美社会规律和文化习惯的关注，以及对欧美玩家心态的理解。我们专注欧美市场很多年了，《菲菲大冒险》团队在剧情和美术上的探索，正是基于此的积累。”