

游戏与渠道之争升级：DNF 手游告别部分安卓应用商店

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

随着爆款新游戏迎来更新，游戏运营商与安卓渠道博弈的戏码再度上演。

6月19日，腾讯旗下手游《地

下架安卓渠道

这样一款热门游戏宣布从多个安卓手机应用商店撤下，迅速引起舆论关注。6月20日，DNF手游已经从多个安卓手机应用商店下架。

据《中国经营报》记者了解，这是腾讯旗下第一款选择下架安卓渠道的手游。DNF手游作出这一举动，实际情况为合约到期，产品调整了发行策略。

记者获悉，腾讯运营的游戏均为国服，不受具体安卓应用商店影响，因此玩家换机也不影响继续使用此前的账号。DNF手游也是如此，玩家在任何渠道下载的都是国服。

公告中提到，使用相关安卓应用商店的玩家可以在游戏内完成更新。如更新发生异常，则可以前往游戏官网完成客户端的下载及更新，“重新下载后，账号信息、游戏进度等均不受影响”。

6月20日，DNF手游迎来一次重大更新，上线新职业、新副本和活动等。这款游戏IP源自韩国

地下城与勇士：起源》(以下简称“DNF手游”)运营团队发布公告，宣布从6月20日起，DNF手游将不再上架部分安卓平台的应用商店，推荐安卓端的新玩家前往官网下载游戏。

国游戏厂商Neople(后被NEXON收购)开发的2D横板动作游戏《地下城与勇士》(以下简称“DNF”)。2008年6月，DNF由腾讯代理，被引进中国大陆，并于当年12月在线人数突破100万。

这款承载着80后、90后青春回忆的游戏在移动平台一上线，就成为爆款。

5月20日，DNF手游开启预约下载，就登顶iOS免费榜；5月21日，DNF手游上线首日，快速跃升至iOS畅销榜第一。官方数据显示，该产品上线前就有超过5000万人预约。

点点数据显示，DNF手游上线后，截至6月18日一直位于中国大陆iPhone平台畅销榜第一名，直到6月19日才给更新了内容的《崩坏：星穹铁道》让位，退居

游戏厂商与手机渠道之间的恩怨由来已久。如今，随着移动互联网的发展，安卓手机应用商店渠道的话语权不再强势，不少新游戏上线即告别传统安卓渠道。

第二名。

据游戏产业研究机构Sensor Tower数据，DNF手游在中国大陆上线首周，通过App Store获得的收入达到6300万美元(约合人民币4.57亿元)；分析机构Niko Partners据此估算，DNF手游在所有移动平台的首周收入共计1.4亿美元(约合人民币10.16亿元)。

这样一款热门游戏宣布从多个安卓手机应用商店撤下，迅速引起舆论关注。6月20日，DNF手游已经从多个安卓手机应用商店下架。记者联系“硬核联盟”中的华为、vivo、OPPO方面寻求回应，截至发稿未获回复。

关于腾讯是否会在应用商店调整分成政策后重新上架游戏，记者联系腾讯方面采访，对方未予回应。

分歧早已埋下

尽管双方没有进一步透露合作中止的原因，但外界普遍认为双方就华为从游戏收入中可获得的分成产生了分歧。

腾讯与安卓渠道早有旧怨。

2021年1月1日，华为游戏中心App发布《致华为游戏中心腾讯游戏用户》官方公告，称不得不依照腾讯单方面要求暂停相关合作，将腾讯游戏从华为平台下架。其表示：“腾讯游戏于2020年12月31日17点57分单方面就双方合作作出重大变更，导致双方的继续合作产生重大障碍。”

腾讯游戏方面回应称，因华为手机游戏平台与其《手机游戏推广项目协议》未能如期续约，导致腾讯游戏的相关产品被突然下架。

尽管双方没有进一步透露合作中止的原因，但外界普遍认为双方就华为从游戏收入中可获得的分成产生了分歧。

DNF手游下架部分安卓应用商店的消息传出后，心动公司CEO黄一孟公开置评：“我司的《出发吧麦芬》不上渠道也能跑到畅销榜第四，稳居畅销榜第一的DNF更不会有压力。”

《出发吧麦芬》是由心动公司发行的放置类手游，于今年5月15日在国内上线。截至6月19日，《出发吧麦芬》在游戏畅销榜上基本处于TOP10以内。

值得一提的是，心动公司旗下运营的TapTap平台本身就可以提供手游官服版的下载，是安卓应用商店等游戏渠道的有力竞争对手。

2023年，心动公司旗下易玩网络起诉某手机相关公司，包括生产商、经销商、相关手机系统等，原因是不正当竞争，

具体行为包括：在用户通过某手机自带浏览器下载TapTap时设置风险提示，在用户通过TapTap安装游戏软件时要求用户进行手机号验证或类似行为等。

其实，游戏厂商苦“五五分账”久矣。随着游戏分销模式转变，游戏厂商不再将产品上架渠道，也喊出了给玩家让利的口号。

2021年，网易CEO丁磊在电话会议上公开表达不满安卓渠道对游戏收入的高分成：“海外只有30%，安卓厂商没理由分50%，这对产业生态非常不利。”

2023年8月，《全明星街球派对》成为网易“首款公测不上架安卓渠道”的游戏。公测前2天，游戏官方宣布发放“不上架渠道补贴”，将“15亿元”返利给玩家。



图为第二十届ChinaJoy中国国际数码互动娱乐展腾讯游戏展台。

视觉中国/图

渠道话语权的衰落

2019年、2020年左右，安卓渠道服逐渐式微，游戏厂商不再倾向于上架渠道，玩家也越来越重视下载国服进行游玩。

在手机平台崛起之初，大部分玩家习惯于通过手机应用商店下载游戏。安卓平台的应用商店拥有了话语权，也就要求更高的分成比例。2014年，OPPO、vivo、华为等手机厂商成立“硬核联盟”。以硬核联盟为代表的渠道长久以来对游戏收入的分成高达50%。

2019年、2020年左右，安卓渠道服逐渐式微，游戏厂商不再倾向于上架渠道，玩家也越来越重视下载国服进行游玩。其标志性事件为，《原神》上线后，在国内除了国服和“二次元老家”的B站(哔哩哔哩)服务器，渠道方面还上线了小米服务器。

2023年，米哈游的又一爆款新游《崩坏：星穹铁道》上线。根据米哈游官网的问答页面，这次新游仅上线了官方服务器和B站服务器。

移动互联网平台的发展，牵

动着游戏渠道的兴衰。

首先，TapTap等第三方渠道的兴起，就分割了手机应用商店的影响力。TapTap本身是个玩家社区，自带内容属性。TapTap对不同量级的游戏区分对待，将头部游戏作为引流工具，将用户导向平台上的中部、尾部产品；而传统安卓应用商店无论对待什么量级的产品，均以“一刀切”的方式收取“过路费”。这不仅造成厂商合作意愿存在差异，也使得用户黏性有所不同。心动公司财报显示，截至2023年12月31日，TapTap中国版App的平均月活跃用户数为3580万。

此外，随着移动内容平台的兴起，游戏产品买量的玩法有所转变。游戏运营人士showlo告诉记者，在2020年前后，很多游戏公司开始自己买量，将钱投向头条系、腾讯系的App，并且能获得确定的数据、精准的用户画像，有助于之

后调整买量策略，用户跳转下载也十分方便。厂商选择转向内容平台获客，绕过了应用商店渠道，使得应用商店的吸引力下降。

同时，手游玩家的专业性也在提高，他们会自主地通过官网下载游戏，而非借助应用商店。在一些老游戏的评论区，可以看到老玩家提醒“萌新”下载游戏要去官网或者其他可以提供官服的渠道，在一些新游戏的评论区也是如此。

究其原因，是不少热门新游为长线运营的服务性游戏，有可能后续会陪伴玩家很长时间。而一些上线渠道的游戏会单独提供一个渠道服务器，与官方服务器无法互通。如果玩家游玩渠道服，可能会遇到更换不同品牌手机，导致此前游戏账号无法使用的情况；此外，不同服务器的玩家无法联机游玩，也会增加玩家的孤独感。

星竞威武赴美IPO 何猷君冲击“电竞第一股”

本报记者 李哲 北京报道

由“赌王”何鸿燊之子何猷君领衔的星竞威武集团(NIP Group Inc.以下简称“星竞威武”)，将目光瞄准了美股市场。

近日，星竞威武向美国证券交

冲击“电竞第一股”

5月30日，中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)网站发布的信息显示，NIP Group Inc.(星竞威武)拟发行不超过26902827股普通股并在美国纳斯达克证券交易所上市。

招股书显示，星竞威武是一家开曼群岛控股公司，其运营主要通过其在瑞典和中国的全资子公司进行。何猷君担任星竞威武董事长兼CEO，为公司第一大股东，持股14.2%。

星竞威武的投资阵容强大，包括武汉文体集团、SIG、振基、Nyx Ventures、Diglife等知名机构投资者，以及斗鱼、360等领先互联网平台的战略合作伙伴。

记者了解到，2016年6月，现任星竞威武董事兼总裁孙立伟创立了武汉星竞威武文化体育发展有限公司(以下简称“武汉ESVF”)。2018年12月，何猷君成立深圳威武电子竞技互联网技术有限公司(以下简称“深圳ESVF”)，随后于2021年3月与武汉ESVF合并，深圳ESVF成为武汉ESVF的全资子公司。

易委员会(SEC)提交了招股书。如果星竞威武成功登陆纳斯达克，其有望成为中国“电竞第一股”。

对此，万联证券分析师李中港在接受《中国经营报》记者采访时表示，如果星竞威武能够实现上市，标志着电竞产业已经得到了资本市场

的广泛认可和支持，其运作机制将会在信息披露的原则下透明化，市场对于电竞行业的产业链将会了解更加透彻，同时带动行业关注度再次提升，从而促使整个行业往更加多元化、标准化、规范化发展，扩大中国电竞企业在国际上的影响力。

星竞威武的前身为ESVF Esports Group股份有限公司，2021年2月5日作为控股公司在开曼群岛注册。2023年3月更名为星竞威武。武汉木叶网络科技有限公司(以下简称“武汉木叶村”)是星竞威武在中国业务的控股公司。武汉木叶村于2023年6月完成重组，通过与武汉ESVF及其股东签订一系列合同安排，获得了对武汉ESVF的控制权。武汉木叶村的法人代表是何猷君，而木叶村网络的全资子公司武汉ESVF是星竞威武在境内运营实体，由孙立伟出任法人代表。

此外，2023年1月，星竞威武通过一系列股份交换交易，完成了NIP Group股份有限公司与Ninjas In Pyjamas电竞俱乐部的合并。目前，星竞威武旗下经营着两个电子竞技俱乐部：Ninjas in Pyjamas和eStar Gaming。

其中，PC/主机电子竞技俱乐部Ninjas in Pyjamas于2000年在瑞典成立，移动电子竞技俱乐部eStar Gaming于2014年在中国成立。eStar Gaming是王者荣耀职业联赛

(KPL)的顶级战队，是KPL历史上冠军头衔最成功的战队之一。此外，该俱乐部在英雄联盟、CS:GO、王者荣耀、使命召唤手游等电竞比赛中具备竞争优势。

招股书信息显示，星竞威武的净收入从2022年的6580万美元增长到2023年的8370万美元，毛利润也从2022年的370万美元增加到2023年的720万美元，同期毛利率分别为5.7%和8.6%。星竞威武在招股书中表示，其净收入增长强劲。

对于星竞威武冲击美股，李中港表示，如果其能够实现上市，标志着电竞产业已经得到了资本市场的广泛认可和支持，其运作机制将会在信息披露的原则下透明化，市场对于电竞产业链将会了解更加透彻，同时带动行业关注度再次提升，从而促使整个行业往更加多元化、标准化、规范化发展，扩大中国电竞企业在国际上的影响力。

而在游戏产业时评人张书乐看来，星竞威武的上市可能为其达成这一目标提供足够的资金。但其整体影响力也有限，关键还是看盈利模式。

商业模式仍待考验

近年来，电竞产业受到的关注度与日俱增。根据Frost&Sullivan的报告，全球电子竞技俱乐部市场的收入以26.6%的复合年增长率增长，预计2022年至2027年将继续以18.8%的复合年增长率增长到39亿美元。同样，全球电子竞技人才管理市场的复合年增长率为63.2%，预计2022年至2027年将继续以23.4%的复合年增长率增长，达到82亿美元。全球电子竞技赛事制作市场的复合年增长率为23.4%，预计2022年至2027年将继续以27.3%的复合年增长率增长到27亿美元。

《2023年度中国电子竞技产业报告》(以下简称《2023电竞报告》)显示，2023年，中国电子竞技产业实际收入为263.5亿元，同比下降1.31%。

事实上，目前国内市场的电竞收入仍然较为传统。《2023电竞报告》显示，在收入构成中，电子竞技内容直播收入占比最高，达到80.87%。赛事收入、俱乐部收入、其他收入占比分别为8.59%、6.42%、4.12%。

即便电竞市场处在蓬勃发展阶段，星竞威武当前的盈利状况却并不乐观。招股书显示，星竞威武的净亏损从2022年的630万美元增加到2023年的1330万美元，其中不包括优先股赎回带来的价值增值。公司营

业成本从2022年的6210万美元攀升至2023年的7650万美元。对于此后如何提振业绩表现，记者联系星竞威武方面采访，截至发稿未获回复。

星竞威武在招股书中提到，“电子竞技+”模式具有巨大的潜力。“电子竞技+”的第一阶段是电子竞技本身——在最受欢迎的电子竞技项目中建立冠军级别的团队。公司目前正处于“电子竞技+”的第二阶段，通过我们的人才管理、活动制作、创意工作室和蓬勃发展的广告业务来补充我们的电子竞技业务，以创造多样化和可持续的收入，推动持续增长。未来，“电子竞技+”第三阶段将积极探索电子竞技教育和培训、粉丝宇宙(B2C货币化和元宇宙)、数字收藏品、电子竞技房地产和IP授权等领域的机会。

而在张书乐看来，电竞俱乐部作为电竞产业链中游，既无法和上游操控版权的游戏厂商、赛事主办方抗衡。甚至在游戏规则上都只能任由上游“鱼肉”，仅仅靠规模化扩张和多赛事参与，并不构成盈利场景的打开条件。或许，可以往下游倾斜，参与电竞相关周边的推广、研发等，扩大营收的可能性。

李中港则提到，电竞企业如果仅仅依靠品牌赞助、赛事

收入等盈利方式，将无法维持稳定收入，因为这些收入都与比赛成绩息息相关，而影响成绩的因素数不胜数，例如选手状态、游戏版本变动、人事变动等等，故变动性较大。因此，想实现稳定盈利，则需要布局整个电竞生态产业链上中下游，实现良性正向循环，即稳步推进赛事业务，赢得赛事成绩，获得赞助收入，促进公司探索产业可行性边界，呈现多元化发展，实现多角度盈利来反哺培养俱乐部选手，从而赢得比赛，取得更好成绩。多元化业务发展包括围绕电竞内容布局短视频平台、培养明星选手从而依靠粉丝效应进行直播或者衍生产品销售、赛事内容版权化影视销售、快消品联名合作、文旅+电竞赛事融合发展等。

“目前而言，电竞行业整体盈利场景不明显。无论是赛事还是衍生链条(电竞设备、电竞泛娱乐实体产品、电竞概念实体如电竞酒店)都没有真正形成有效互联，其场景破壁依然较难。同时，由于缺乏足球、篮球等球类运动的激烈肉体碰撞，电竞赛事的观赏性也不强烈，较难从电竞粉丝群体中破圈。此外，电竞爱好者还需要背负‘打游戏’和‘玩物丧志’的非议，其变成大众体育项目，较之传统体育更难。”张书乐说道。