

App Store 垄断地位渐失 苹果或自建游戏渠道

中经记者 许心怡 吴可仲 上海报道

苹果被曝将在今年的全球开发者大会发布自有游戏App。该App预计是一款整合式游戏启动器,集成游戏内成就、排行榜、社交等功能,或将预装于苹果旗下的多款硬件中。

近年来,在游戏公司的抗争、监管机构的施压下,苹果的App Store和抽成模式在欧洲、美国等地遭到限制,App Store逐渐失去在iOS等系统中的垄断地位,面临和第三方平台同台竞争的局面。在此背景下,有消息称苹果将

推出自有游戏渠道,或是其在这一局面下的应对之举。分析人士表示,在App Store被围困之际,苹果聚焦游戏,专门运营这一内容类别,并在此基础上加入社交元素以增强用户黏性,以此在监管和第三方平台的围攻下谋求突围。

推出自有游戏App?

苹果近期收购了独立游戏工作室RAC7,系苹果历史上首次收购游戏开发工作室。

知情人士透露,这款App系游戏启动器,集成游戏内成就、社交等功能,或将在今年内被预装在iPhone、iPad、Mac和Apple TV上。

报道称,该App将展示苹果编辑团队撰写的新游戏内容推荐,提供App Store游戏分类入口,推广苹果旗下订阅服务Apple Arcade。它还将取代2010年推出但始终未能取得广泛影响的现有社交网络Game Center。

《中国经营报》记者联系苹果方面确认上述信息的真实性,截至发稿未获回复。

平台垄断争议

Epic被迫从App Store下架的跨平台大逃杀游戏《堡垒之夜》是该公司的“现金奶牛”。

苹果近期在游戏领域的各项计划被曝出之前,刚输掉了与Epic的官司——美国加州法院要求苹果不再对跳转到App外支付的行为收费。

基于iOS的封闭性,苹果要求平台上所有App都通过App Store分发,不能直接从App开发商或第三方应用商店下载,App Store分发的所有App都需要经过苹果批准,也需要符合App Store的计费政策。在此基础上,苹果对其平台上的付费进行抽成,比例通常为30%。

2020年,美国游戏厂商Epic试图绕过苹果App Store的30%抽成规则,让玩家直接在《堡垒之夜》游戏内付费,从而被App Store下架。

据悉,Apple Arcade是苹果于2019年推出的一项游戏订阅服务,旨在为iPhone、iPad、Mac和Apple TV用户提供无广告、无内购的高质量游戏体验。玩家每月支付月费后,就可以无限制地游玩平台上的所有游戏。

在更早的2010年,苹果推出游戏社交平台Game Center,归拢了好友、排行榜、成就、多人匹配等功能。但由于其缺乏社区活跃度,功能更新缓慢,影响力逐渐减弱。

此外,公开信息显示,苹果近期

收购了独立游戏工作室RAC7,系苹果历史上首次收购游戏开发工作室。据悉,RAC7仅有2人,此前曾推出独立游戏《Dark Echo》和《Splitter Critters》,近期的代表作《Sneaky Sasquatch》是Apple Arcade上的独占游戏。未来,该工作室将成为苹果的内部工作室。

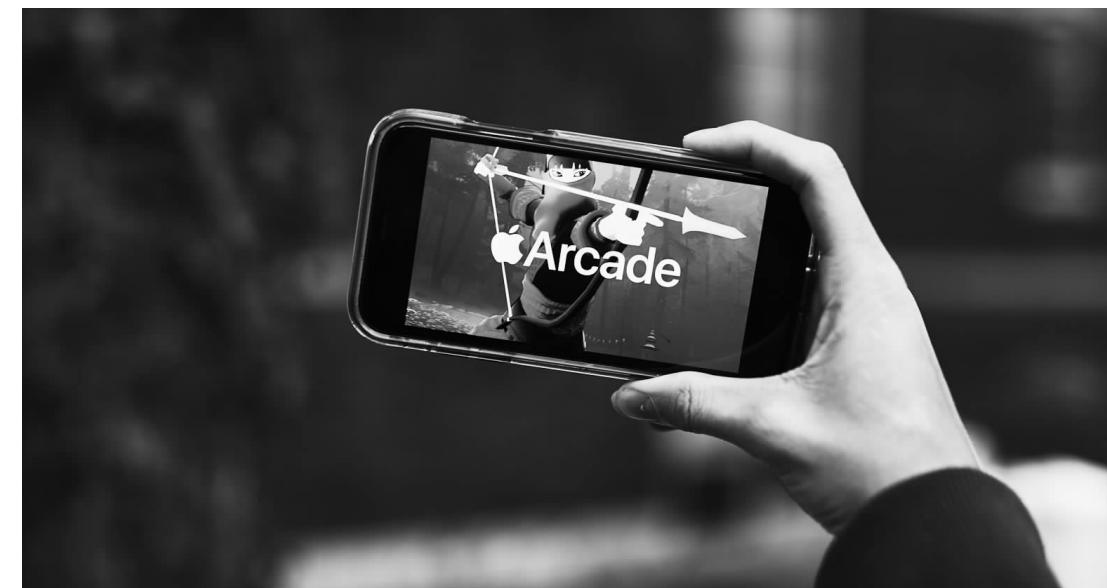
苹果方面就此事回应外媒称,这项收购行动系特殊情况,公司认为可以帮助这支团队在Apple Arcade上进一步发展,未来仍将继续与各种规模的第三方游戏工作室合作。

从外部购买链接中收取12%至27%佣金。

4月30日,美国加州地方法院的一名法官裁定,苹果不得对用户iOS应用外渠道的购买收取佣金,也不得以提示外部链接潜在风险以及其他方式阻止用户进行外部购买。

苹果因此向上诉法院提交了紧急动议,希望暂停实施新规则,直至其能够完成全面上诉。6月4日,法院驳回了这项动议。

2024年1月,苹果宣布,应欧盟《数字市场法案》要求,向欧洲iOS用户开放第三方商店,允许他们将第三方浏览器设为默认浏览器,将抽成比例从原先的30%降至17%。



图为苹果Apple Arcade游戏订阅服务。

视觉中国 / 图

自建渠道意义几何?

随着第三方应用商店的崛起,以及内容生产商话语权的增加,硬件渠道也开始走向式微。

尽管苹果仍在坚持上诉,但近年来科技巨头在自家平台的垄断优势被削弱,逐渐退回到起跑线,和第三方平台共同竞争。

对于苹果来说,失去平台独占优势无疑是一个打击。

根据苹果2024财年第四季度业绩,其服务业务收入为961.7亿美元,同比增长13%,占总收入比重为25%。与之相比,苹果的硬件设备(如iPhone、iPad、Mac、穿戴设备等)收入同比小幅增长或下降,整体收入仅增长2%。

苹果App Store和抽成在欧洲、美国等地区被限制,无疑扼住了该公司发展势头最大的服务业务的喉咙。在此背景下,苹果被曝将推出自有游戏渠道。

游戏产业时评人张书乐对记者表示,在许多国家和地区,苹果需要放开第三方应用商城限制,这意味着苹果App Store不

再是一个独家货架。此时,苹果自建游戏渠道,就是在App Store中,将游戏这个内购能力强大、营收体量巨大的领域单列出来;不仅如此,其在货架的基础上探索增加更多社交元素的可能,将商店变成社交沙龙,来增强用户黏性,以此来对抗第三方应用商店的进驻;从长远角度上看,这样的社交沙龙也可以留住因为缺少颠覆式创新而开始在安卓和苹果系统上反复横跳的中间用户。

“一个高人气、高黏性、高下载转换的游戏应用商店,可以有效保证其对游戏厂商和独立游戏开发者的吸引力。”张书乐表示。

他认为30%“苹果税”并不会被终结,“至少在新的应用商店盈利模式出现前,‘苹果税’不会消失。何况还有更加散乱无序且高昂的‘安卓税’存在。”苹果

税”成为靶子,只是由于它的主体是苹果;而“安卓税”的主体是若干手机厂商、应用商店们,较难一并投诉或诉讼。”

记者了解到,长期以来,国内安卓渠道分成比例普遍以50%为主,仅有部分头部产品能获得单独议价的待遇。然而,随着第三方应用商店的崛起,以及内容生产商话语权的增加,硬件渠道也开始走向式微。

值得注意的是,此次苹果被曝将推出的游戏渠道还将覆盖Mac系统。张书乐对记者表示:“如果Mac上也有了这一游戏渠道,确实可能让Mac游戏的黏性加大,但加分并不高。真正要对PC游戏市场形成压力,或许需要苹果实现Mac和iOS两端的游戏数据互通,并推动更多游戏实现Mac和iOS两个系统上的同步上线、更新和玩家根据场景无缝切换设备的功能。”

新游上线褒贬不一 电魂网络能否扭转业绩颓势?

中经记者 李哲 北京报道

近日,电魂网络(603258.SH)旗下手游《野蛮人大作战2》公测上线。玩家对其评价褒贬不一。有玩家认为,该游戏“氪金”属性打破了

游戏公平”。

《中国经营报》记者注意到,自2021年以来,电魂网络业绩持续承压。2025年一季度仍然未能止住下滑态势。其背后主要原因是存量游戏流水下降,新游未能给予业绩有力支撑。

新游评价褒贬不一

按照电魂网络的计划,《野蛮人大作战2》这款游戏预计将在移动端、PC端、主机端等多端发行。其前作《野蛮人大作战》可以说是电魂网络的明星产品。曾获App Store年度精选以及Google Play多地区推荐,2017年金翎奖“最佳原创移动游戏”及其他多项大奖,全网下载次数超5000万。

电魂网络在2024年财报中提到,《野蛮人大作战2》在继承前作经典玩法的基础上,融合MOBA(多人在线战术竞技游戏)与ACT(动作游戏)元素,并通过随机天赋和流派组合的深度拓展,进一步提升了游戏的策略性和趣味性。

随着游戏上线,玩家对游戏的

为提振业绩,电魂网络进行了多番尝试。除了《野蛮人大作战2》之外,其还计划在2025年发布新游《修仙时代》。同时,电魂网络还于近日发布电魂电竞酒店品牌标识,尝试通过电竞赛道扭转下滑颓势。

前,《梦三国2》曾被列为2022年杭州亚运会电子竞技正式比赛项目。

《2024年度中国电子竞技产业报告》显示,2024年我国电竞产业实际销售收入为275.68亿元,同比增长4.62%。其中,收入占比最大的依然是直播收入,占比为80.84%;赛事、俱乐部、其他收入占比分别为8.75%、6.37%和4.04%。

从收入构成来看,直播仍然占据电竞市场绝对的主力地位。而电魂网络将目光投向“电竞+”赛道,能否实现“跨界”突围?

有业内人士指出:“电竞酒店这个商业模式当前仍然面临一些挑战。特别是其背后存在的未成年人监管以及游戏陪玩问题亟待解决。”

握游戏产品的发展趋势,不能提前预测游戏玩家的喜好变化,适时对现有产品进行版本更新或系统优化以保持对游戏玩家的持续吸引力,则可能该系列产品在市场上受欢迎的程度降低,从而导致收入下降,并对公司的总体盈利能力造成较大冲击。

2025年一季度,电魂网络未能扭转业绩颓势。当期其实现营收1.02亿元,同比下滑25.65%;净利润161万元,同比下滑96.53%;扣非净利润更是出现了亏损,为-33.99万元。

记者注意到,在电魂网络的储备游戏中,包含了《修仙时代》《遇见龙2》《卢希达起源》《进击的兔子》等产品,这些游戏预计于2025年内陆续上线。

在业绩层面,电魂网络近几年的表现并不乐观。2024年,电魂网络实现营收5.5亿元,同比下滑18.71%;净利润3057.89万元,同比下滑46.20%。

事实上,这已经是电魂网络自2021年以来,连续第四年营收及净利润同比下滑。

2024年,电魂网络大部分业务板块均呈现出不同程度的下滑。其中,客户端游戏实现营收3.7亿元,同比下降15.88%;移动端游戏收入1.62亿元,同比减少20.69%。

此外,按照业绩承诺要求,电魂网络子公司厦门游动网络科技有限公司(以下简称“厦门游动”)原定2024年承诺业绩为8000万元,实际完成6414.6万元,完成率80.18%。由于厦

沪滇情暖“六一” 心动公司为云南乡村小学送上“教育赋能礼包”

在“沪滇协作”持续深化的大背景下,企业正积极投身帮扶山区教育一线。

“六一”国际儿童节来临之际,心动网络股份有限公司(以下简称“心动公司”)为云南的300余名学生送上了一份特别的节日礼物——包括学生校服、红领巾和智能教学扩音器等“教育赋能礼包”。

心动公司方面表示,此次帮扶不仅是物质支持,更是精神鼓励,希望借此为乡村教育贡献一份力量,从而建立推动乡村振兴的基石。

精准帮扶:解决山区教育“急难愁盼”

在“六一”国际儿童节来临之际,心动公司携手大宁集团援滇干部跨越2000余公里,为云南省文山州广南县龙瓜小学的孩子们送上节日礼物。

广南县龙瓜小学地处偏远山区,交通不便。该校现有在校学生300余名。受限于山区经济发展水平,该校长期面临教学设备短缺、基础设施简陋、校服配备不足等现实困境。

心动公司了解到这些情况后,在公司党支部协调下,与大宁集团援滇干部和校方深入沟通后,决定将援助重点放在这所小学,希望通过此次精准帮扶,能有效改善孩子们的学习环境,助力他们健康成长。

其捐出的物资包括学生校服、红领巾和智能教学扩音器等“教育赋能礼包”。

捐赠仪式上,龙瓜小学的师生们对这份节日礼物表达了由衷的感谢。孩子们穿上新校服,开心地说:“新校服很漂亮,以后每周一升旗仪式,我们都能穿得整整齐齐的了!”老师们也表示:“扩音器来得太及时了,以前上课总要提高嗓门,现在轻松多了,课堂效果也更好了。”



心动公司方面表示:“教育是乡村振兴的重要基石,公司希望通过这样的公益活动,为孩子们创造更好的学习条件,让他们感受到社会的关爱。未来,心动将持续关注乡村教育,探索更多可持续的公益模式。”

根据云南省民政部门数据,截至2024年,云南省共有留守儿童32.27万名。如何帮助如此庞大的儿童群体健康成长是各界关注的问题。

2024年,云南省民政部门联合省级15部门出台《云南省留守儿童和困境儿童关爱服务质量提升三年行动实施方案》,通过“监护提质”“精准帮扶”“安全防护”“素养提升”“固本强基”5个专项行动,多措并举提升农村留守儿童关爱服务质量形式和水平。

对于上述定向帮扶举措,心动公司方面表示,此次捐赠不仅是物质上的支持,更是一份精神上的鼓励。“心动将继续秉持‘科技向善’的理念,携手更多社会主体,共同助力教育公平,为更多孩子点亮梦想之光。”

民企同行:融入沪滇协作“同心圆”

1996年,上海与云南开展对口帮扶合作。如今,“沪滇协作”已经走过了29个春秋,双方在教育、医

疗、科技等方面有诸多合作,多家上海企业到云南投资。

近年来,“沪滇协作”持续深化。2024年,援滇计划共安排沪滇项目495个,其中产业项目335个,重点支持国家乡村振兴重点帮扶县、易地扶贫搬迁集中安置区,以及易返贫致贫人口;2025年1月,上海市、云南省共同推进沪滇“16+16”重点产业园区合作共建工作,旨在培育壮大产业集群,带动群众就地就近就业。

据云南网披露的数据,截至2024年10月,当年云南省到位上海市财政援助资金38.18亿元,启动实施项目495个,资金支出进度达71.42%。东部地区341家企业在云南省投资108.3亿元,吸纳农村劳动力8896人,帮助13.76万农村劳动力实现就业。

在教育医疗方面,根据云南省农业相关部门数据,2021年—2024年5月,沪滇协作累计投入资金10.99亿元,建成237所学校、幼儿园,265所医院、卫生室、养老院。

在此背景下,心动公司通过定点帮扶,为沪滇协作贡献力量。

心动公司方面表示,希望借此以科技企业之力助推乡村教育发展,用实际行动践行企业社会责任担当,续写新时代沪滇协作动人篇章。

广告