

# 单次新批版本号首过百 国产网游市场企稳

12月25日,国家新闻出版署发布了新批准的105款国产网络游戏版本号,不仅单次审批数量首次突破百款,所涵盖的游戏企业范围也更广,包括腾讯《逆战:未来》、网易《萤火突击》、恺英网络《三国:天下归心》等。

值得注意的是,新一批进口游戏版本号也于不久前公布,完美世界《一拳超人:世界》、吉比特旗下雷霆网络《烛火地牢2》等40款新游获批。2023年截至目前发放游戏版本号1075款,其中国产977款,进口98款,达近三年来最高数值,业内人士指出,版号的稳定核发和稳步增长给广大游戏企业吃了“定心丸”,利好游戏市场供给端,助力游戏企业基于相对稳定的版号预期规划产品研发、发行周期,并加大长期精品游戏的研发投入。

在本轮发布的105款国产游戏版本号中,有所收获的重点厂商包括腾讯、网易、心动、四三九九、吉比特、恺英网络、冰川网络等。

从申报类别上来看,移动游戏占据多数,包括网易《萤火突击》、咪咕《勇士之心》、百度多酷《炎黄英雄传》等,此外还包括移动-休闲益智游戏中青宝《跳动的球球》、四三九九《派对王者》,移动客户端游戏腾讯《逆战:未来》和网易《四方域之诗》等。

12月22日,2023年进口网络游戏审批信息公布。包括完美世界《一拳超人:世界》、雷霆网络《烛火地牢2》等40款进口新游获批。

本轮版号单次审批数量首次突破百款之外,截至目前,2023年累计发放游戏版本号数量已经是2022年的两倍。据中国音数协游戏工委数据,2021年全年发放游戏版本号748款,其中国产672款,进口76款;2022年全年发放游戏版本号512款,其中国产468款,进口44款;2023年截至目前发放游戏版本号1075款,其中国产977款,进口98款。

中国音数协游戏工委方面表示,今年以来,版号的稳定核发、稳步增长让广大游戏企业吃了“定心丸”,伴随着版号的“常态化+大力度”获批节奏,游戏的精品化正日益成为企业高质量发展的主流趋势。

国内游戏市场回暖明显,爆款新品与长线产品共同撑起行业增长。日前发布的《2023年中国游戏产业报告》显示,国内游戏市场实际销售收入3029.64亿元,同比增长13.95%,首次突破3000亿元关口,用户规模再创新高,达到6.68亿。

从获批的游戏类别来看,移动-休闲益智游戏占据了较大份额,在游戏行业分析师卫明野看来,轻松上手、适合短时间游玩的休闲益智游戏有望在移动设备上保持强劲需求,此外,具有深度故事情节、多人在线竞技、开放世界探险等元素的游戏大概率会继续受到玩家群的关注。

“社交游戏已经成为游戏行业中一个重要且持续增长的领域,未来仍然有望继续流行。”卫明野补充道。

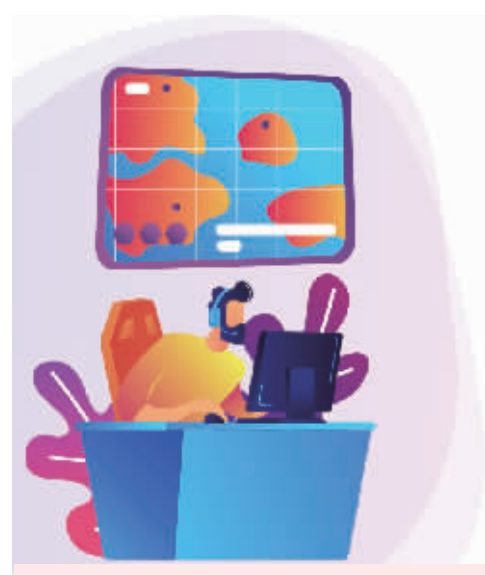
北京商报记者 卢扬 韩昕媛



## 网易、暴雪“复合”《魔兽世界》国服回归有戏?

时隔一年,曾经“不欢而散”的网易和暴雪又传来“复合”的消息。12月25日晚,“网易与暴雪重启合作”的消息一经传出,相关话题讨论迅速冲上微博热搜。据财联社,过去一段时间,暴雪与国内多家游戏厂商洽谈了“国服回归”事宜,最终选择与网易重新牵手合作。

然而,该报道同时提及在合作确定后,网易和暴雪需要重新搭建国服运营团队,并测试服务器和相关系统,因此玩家们期待的游戏重新上线,可能要等待半年或更长时间。



针对重新“牵手”暴雪一事,北京商报记者第一时间联系到网易方面,对方表示暂无任何回应。暴雪中国方面针对此消息向媒体表示,目前没有可以分享的信息或者更新。

公开资料显示,暴雪、网易自2008年宣布达成合作起,通过运营《魔兽世界》《炉石传说》《守望先锋》等游戏,积累下大量忠实玩家,而这场长达14年的合作在2022年宣布“分手”,此番再度合作的消息释出,是否意味着备受玩家关注的几款经典IP游戏回归有望?

针对此消息,不少玩家纷纷表示,“情怀作用下,对暴雪旗下游戏回归的消息还是很期待的,但是有过一次停服之后,也产生了对游戏的稳定性和可持续性的不确定,因此对重回游戏保持谨慎”。

自2022年11月,暴雪通过官方微博发文,将停止《魔兽世界》《魔兽世界III:重制版》《星际争霸》系列及《炉石传说》《风暴英雄》《守望先锋》《暗黑破坏神III》的国服游戏的运营,至今已有一年有余。此后,1月24日起,上述由网易代理的暴雪游戏国服运营终止,客户端下载、战网登录以及所有游戏服务器全数关闭。

尽管离开了国内市场,但暴雪依然在国内玩家圈中活跃。字节跳动、米哈游、完美世界等国内头部企业均曾传出将与暴雪合作

成为旗下游戏的国服代理商,但上述公司均未在官方层面有过证实。

此外,4月上海网之易网络科技有限公司曾就暴雪娱乐有限公司违反系列许可协议在上海提起诉讼,要求退还3亿元欠款。

该款项包括网之易已全额支付的《魔兽世界》等停服游戏相关退款、未售游戏商品库存的预付款项、数款未开发游戏的预付保证金等。该案还涉及《魔兽世界》等国服代理游戏相关协议中,包含多个偏向暴雪单方权益的不平等条款,相关条款的合法性、可执行性存在巨大争议。

另据网易第三季度财报,代理自暴雪的游戏,对网易2021年和2022年前九个月的净收入和净利润贡献百分比,均为较低的个位数。授权到期对网易的财务业绩将不会产生重大影响。

“总体而言,从合作建立到重新上线游戏的过程可能是复杂而漫长的,涉及多个层面的工作。”投资分析师高嘉指出,既需要处理好此前合作的遗留问题,也需确保新的合作协议符合各方的利益,此外,重新进入市场后,还需要在竞争激烈的市场环境中重新建立起对玩家的吸引力。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛



## 电竞263亿元资本版图明晰

数据显示,2023年中国电竞产业实际收入263.5亿元,电竞用户规模达4.88亿人,已有超6.2万家电竞相关企业共同分割这块价值百亿的蛋糕,位居行业头部的电竞游戏运营商、互联网企业等频频向行业投去橄榄枝。当投资市场逐步回归理性,产业开始走向成熟,电竞所关联的资本方,不断完善人才体系,在竞逐中推动着电竞行业走向更深层次的发展。

### “大厂系”专注版权变现

在许多业内人士看来,2011年被视为“电竞2.0时代”的起步之年。原因有二,其一是王思聪收购并创立IG开启电竞投资热潮,其二是腾讯收购了当时的热门游戏《英雄联盟》开发商拳头游戏并将游戏引入国内,为电竞市场发展打下基础。

“电竞生态的上游主要聚焦生产环节,包括游戏厂商与发行商,也往往是游戏的版权方;中游则为赛事运营与传播分发,包括选手、俱乐部、赞助商等多种角色;下游为消费环节,主要由周边产品、直播、电商等构成。”游戏行业分析师卫明野如是说。

电竞产业的运行铁三角由游戏开发商、游戏发行商和赛事运营方构成。北京商报记者梳理发现,目前国内关注度较高的电竞游戏包括《英雄联盟》《王者荣耀》《和平精英》《DOTA2》《CS:GO》《第五人格》等,关联厂商为腾讯、完美世界、网易三家游戏大厂。

目前的国内热门联赛则包含了《英雄联

盟》的全球总决赛、季中冠军赛(MSI)、国内赛区的LPL,及《王者荣耀》《DOTA2》等游戏的KPL、TI等。以LPL为例,作为国内关注度最高的电竞赛事,游戏发行方及运营方、赛事运营方均为腾讯。而事实上,同样的赛事体系也在完美世界、网易等游戏厂商手中有所呈现,完美世界为旗下的《DOTA2》主办了DOTA2职业巡回赛—中国联赛(DPC),网易也有《第五人格》的职业联赛(IVL)。

“行业发展过程中也出现了专门的电竞赛事运营企业,但目前赛事运营权正在逐步回归版权方,电竞赛事的自研自办将是未来的行业趋势之一。”卫明野分析称,赛事运营权的回归更利于版权方全面地掌握和整合资源,并推动游戏本身的品牌价值。

此外,卫明野也谈到一个角度,作为游戏版权方,他们对游戏社区和玩家有直接影响力,通过运营电竞比赛,可以更好地与玩家互动,促进游戏社区的活跃度。

### “跨界系”注重投资回报

庞大的用户数量、日益增长的观赛市场、头部游戏厂商的提速布局,让市场看到了电竞赛事的前景,也为资方入场创造了条件。

截止到2023年12月,中国可查询的电竞俱乐部共有188家。

以LPL今年在职业联盟参赛的共17家俱乐部为例,大型企业主导的俱乐部占据近半数名额。包括京东旗下的JDG、B站旗下的BLG、李宁旗下的LNG、TT语音运营方趣丸科技旗下的TT、能兴集团旗下的UP、滔搏旗下的TES。而KPL赛场,还包括了快手旗下的KSG、复星体育旗下的重庆狼队等。

此外,部分俱乐部则由高净值人士出资创立,包括万达创始人王健林之子王思聪的IG、合生创展集团创始人朱梦依之子朱一航的EDG、“赌王”何鸿燊之子何猷君的NIP等。

“此类人士更倾向于将投资与兴趣的领

域结合起来,这有助于更有激情、更投入地参与电竞行业,同时,上述人士更能洞察年轻群体对电竞的需求,从而更好地把握电竞行业的发展趋势,满足市场需要。”投资分析师高嘉谈道。

电竞拥有庞大而活跃的受众基础,尤其吸引年轻群体。卫明野分析指出,大型企业通过电竞投资能够有效触达这一庞大群体。同时,电竞赛事和俱乐部能够创造大量品牌曝光机会,从而实现市场份额提升。

北京商报记者梳理发现,目前通过跨界完成电竞行业入局的大型企业,八成投资方向为电竞俱乐部。对此,卫明野分析称,这不仅是一种品牌推广的手段,也是与电竞产业深度互动的方式。俱乐部在电竞生态系统中扮演着重要角色,通过与战队、选手形象实现高度关联,能够实现品牌的有效输出,此外,能够通过俱乐部的粉丝基础,拓展与受众直接互动的渠道。

### 高速增长转向高质量

据北京商报记者不完全统计,2023年电竞行业发生10起融资事件,融资总金额超22亿元。其中,电竞赛事运营商英雄体育获得沙特主权财富基金旗下 Savvy Games Group 独家投资的2.65亿美元(约合19亿元)。此外,还有3家电竞俱乐部获得融资。

投资的边界逐渐变得更为清晰和理性,高嘉分析称,行业发展初期难免会受到过度热炒和过度投机的影响,但随着市场的成熟和参与者的经验积累,投资决策越来越多地依赖于对行业数据、商业模式和潜在回报的深入分析。

从2003年首次被国家体育总局正式批准电子竞技成为第99个体育项目,到2023年从游戏产业中脱胎出来,发展为一个独立的、具有巨大潜力的新兴产业,电竞用了20年才把这条成长路跑通。

在刚刚落幕的2023年度中国电竞产业年会上,中国音像与数字出版协会理事长孙寿山指出,2023年是中国电竞实现规范化、主流化、国际化的一年,中国目前是拥有电竞

游戏及赛事IP最多、单一市场最大、产业生态最发达、竞技水准最高的区域,成为全球电竞市场中的关键参与者和行业发展的加速器。

电竞从一种游戏营销手段逐渐进化发展,腾讯电竞相关负责人分析称,目前,以电竞版权为核心的商业模式逐渐成熟,配套人才培养体系日渐完善,更关键的是,电竞的关联产业圈层逐步扩大,已经开始在更广泛的范畴体现出辐射和带动作用。

走出发展探索期的电竞,开始在产业化方面进入关键塑形期。完美世界相关负责人表示,将在进一步完善赛事体系,举办好多样化的面向大众的基层赛事的同时,推进电竞的体育化发展,与体育组织、协会等积极沟通,并不断加强电竞与中国传统文化的虚实共振、跨界融合。

“引入新技术,推动电竞体验的提升成为行业的新赛道,需要行业参与者在创新、技术投入、社会责任等方面共同努力。”卫明野如是说。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛