

闯关IPO 青瓷游戏仅靠《最强蜗牛》?

在2020年爆火的《最强蜗牛》如今来到香港,即将推开港交所的大门。11月28日,北京商报记者从港交所披露的文件了解到,推出了《最强蜗牛》的青瓷游戏已于11月25日通过上市聆讯。从招股书中能发现,青瓷游戏自2020年起,营收与净利润均实现快速上涨,但在手游速生速死时代《最强蜗牛》所带来的收入占比达九成的情况,也难免让该公司陷入过于依靠单一产品的争议。

手握爆款致业绩大涨

游戏市场近段时间被一家名为青瓷游戏的公司夺去了目光,不只是因为该公司已通过港交所上市聆讯,距离上市的目标又近了一步,还因为该公司成立至今推出的游戏产品。

公开资料显示,青瓷游戏于2012年正式成立,目前运营6款手游产品,如《提灯与地下城》《不思议迷宫》等,同时还拥有10款游戏储备,然而,令该公司名声大噪的代表产品无疑是2020年6月上线的《最强蜗牛》,不仅在线上首日便登顶iOS免费榜榜首,据七麦数据显示,该游戏上线10天iOS流水便已超1.04亿元,累计下载量则达到约百万次。

爆款产品的出现也令青瓷游戏的业绩迎来飞跃式的增长。据招股书显示,2018年和2019年,青瓷游戏的收入还停留在千万元级别,分别为0.98亿元、0.89亿元,但到了2020年,便直接跃入“10亿元阵容”,达到12.27亿元。与此同时,青瓷游戏经调整净利润也从2018年和2019年的0.39亿元、0.22亿元增长至2020年的1.66亿元。

而到了2021年上半年,青瓷游戏的营收与经调整净利润继续保持了快速增长的态势,并分别达到了7.63亿元和3.14亿元,而此时再回头看2020年上半年,当时青瓷游戏还处于经调整净亏损为1.44亿元的处境。

不俗的业绩表现,也让青瓷游戏从成立之初就吸引了诸多资本的目光。除了玩家以外,不少大佬也成为了青瓷游戏的背后股东,包括吉比特、腾讯、阿里和哔哩哔哩均出现在股东名单上。

早在2013年8月,该公司就曾获得来自坚果投资的500万元天使融资;同年12月,素有“游戏茅”之称的上市公司吉比特以1000万元认购了青瓷游戏20%的股权;2019年,吉比特继续加注,投资8000万元又认购了其8.91%的股份,投后累计持股达28.91%。

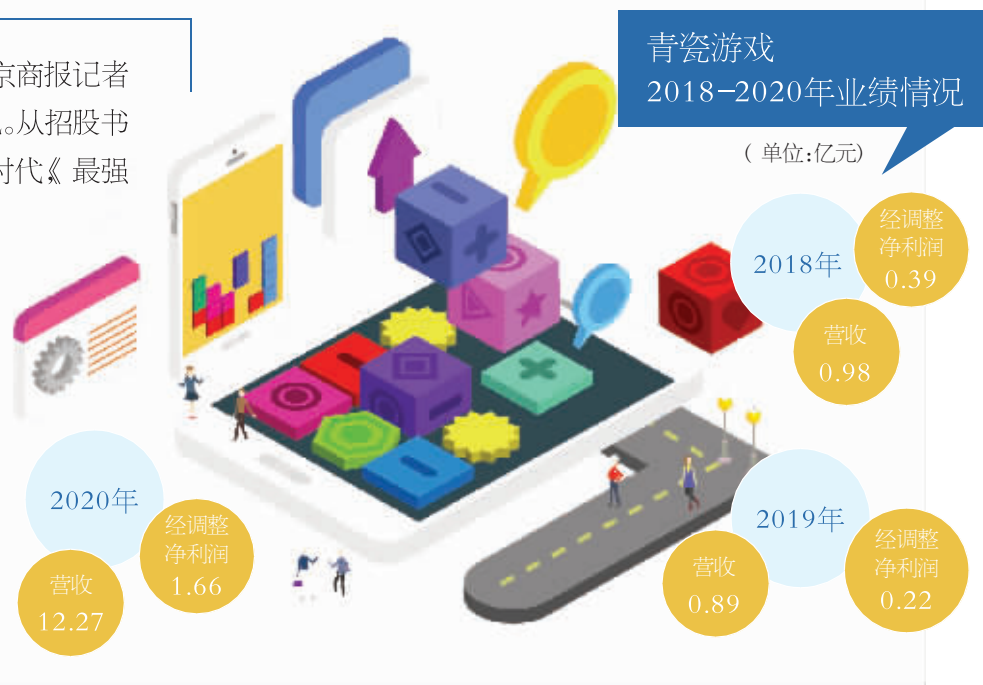
2021年4月,吉比特宣布同时向腾讯、阿里以及哔哩哔哩各转让旗下青瓷游戏3.37%股份,合计转让10.11%,总价为3.03亿元;同年5月,腾讯、阿里、哔哩哔哩以及博裕资本又均以1.01亿元认购了青瓷游戏增发新股。

根据招股书显示,IPO前,吉比特持股21.37%,为青瓷游戏的第一大机构股东,后加入的腾讯、阿里和B站分别持股4.99%,天使投资方坚果资本持股3.15%,博裕资本持股1.87%。

单一产品营收占比过高

营收、净利润的双重增长,加之资本撑腰,成为青瓷游戏赴港上市的底气,但透过招股书可以发现,当前青瓷游戏的发展也存在诸多隐忧。

据招股书显示,在各游戏产品中《最强



蜗牛》是青瓷游戏的贡献大户,2020年上线以来,半年的时间便为该公司带来11.7亿元的收入,这在当年整体营收中占比达到了九成。而在2021年上半年《最强蜗牛》的吸金力依旧不容小觑,并实现5.16亿元的收入。

但过高的营收占比难免使得青瓷游戏陷入单一产品过度依赖的质疑。众所周知,每一款游戏都有其生命周期,倘若《最强蜗牛》不能持续保持其“吸金”能力,必然会影响到青瓷游戏后续的业绩发展。

对此,青瓷游戏也在招股书中坦然道:“我们于2020年及2021年首6个月的收入较过往增长,很大程度上依赖其中一款游戏。倘该游戏未能持续取得成功并延长生命周期,或出现与其类似的其他同类游戏,则会对我们的业务及经营业绩造成重大不利影响。”

“爆款游戏为公司带来流水与玩家确实能在当下时期大幅提升业绩,但从另一个角度来看,也会潜藏着风险。”游戏行业分析师赵勇表示,如果后期能持续按部就班地推出

更多优质产品,相关公司的业绩便能保持稳定发展,但若是后期无法有优质产品跟上脚步,而原先的爆款产品无法再继续贡献同样规模的收入,那么此前有多么提振业绩,后期便将承受同样程度的冲击。

另一方面,青瓷游戏在做出《最强蜗牛》这部爆款后,似乎开始变得重视营销而非研发。2019年,青瓷游戏营销投入仅有1130万元,而2020年就变成了5.24亿元,2021年一季度为1.78亿元;相应的,研发投入虽然从2019年的2560万元增加到了1.46亿元,但2021年一季度却仅为820万元,占比与营销投入之间的差距明显。

谁来接棒最强蜗牛

不可否认的是,当下游戏市场的竞争激烈程度正与日俱增,尤其是在人口红利正不断消失的情况下,玩家规模的增速已不复以往,如若想在市场中真正站稳脚跟,在业内人

士看来,就必须用优质产品从众多游戏中抢夺玩家的目光。

青瓷游戏当下也在游戏产品上有着自己的储备,据招股书显示,包括《时光旅行社》《使魔计划》《阿瑞斯病毒2》在内的移动游戏,均在游戏储备名单中,并主要以休闲、RPG、SLG品类为主。针对后期旗下相关游戏产品的计划,北京商报记者联系青瓷游戏方面,但截至发稿未得到回应。

而从青瓷游戏其他产品的营收情况来看,已上线的《不思议迷宫》《阿瑞斯病毒》《无尽大冒险》《愚公移山3》等产品,均已逐渐显现出收入下滑的趋势。

在赵勇看来,每一款游戏都有着自己的生命周期,只不过看运营方的操作方式能否尽可能地延长生命而已,且随着技术的发展以及更多创新产品的出现,游戏产品上线多年后难以再有曾经的优势,因此对于游戏公司而言,持续强化产品的研发,有规划地推出旗下产品,提升产品质量,则是保证今后能长久发展稳定的关键。

另一方面,青瓷游戏也正尝试布局海外市场,以寻找新的业绩增长点。招股书显示,青瓷游戏计划于2021年第四季度在港澳台推出《提灯与地下城》的当地版本,于2022年第二季度在日本推出《最强蜗牛》,并于2021年第四季度在港澳台推出《时光旅行社》。

不过,机遇与挑战向来并存。在《2021年中国移动游戏行业深度洞察报告》中,移动游戏出海企业被分为三个梯队,相较于腾讯、网易等第一梯队玩家,青瓷游戏目前仍处于第三梯队,面临巨大竞争压力。

此外,全球游戏市场的获客成本也在增加。根据Apps Flyer数据显示,2019年美国市场获得一位核心玩家的下载,成本就高达5美元,这意味着,想要在海外站稳脚跟,需要大量的资金投入。

北京商报记者 郑蕊

停摆两年 煎熬的出入境游

受疫情影响,出入境旅游遭遇到了前所未有的冲击,时至今日,两年过去,出入境市场依然在谷底煎熬。11月28日,北京商报记者了解到,中国旅游研究院接连发布了《中国出境旅游发展报告2021》和《中国入境旅游发展报告2021》。报告指出,受疫情影响,我国出境游人数大幅下降,而入境旅游也在过去两年几乎处于全面停滞状态,仅靠一些必要的来华商务旅行和留学需求支撑。回顾近两年来,出入境旅游旅行社业务几乎陷入停摆,员工大量离职,一些旅行社老总甚至被列入失信人名单,被迫转型成为这些旅行社不得不面临的难题。不过,业界仍然期待,疫情过后的出入境游市场迎来反弹。

入境游经历40年来萧条

近两年来,我国的出入境旅游可谓跌至谷底,甚至正在经历漫长的寒冬。

根据中国旅游研究院近日发布的《中国出境旅游发展年度报告2021》,在新冠肺炎疫情冲击下,2020年全年出境旅游人数为2033.4万人次,同比减少86.9%。2021年,预测出境旅游人数为2562万人次,与2019年相比同比恢复17%,与2020年相比,同比增长27%。相比疫情前过亿人次的出游规模,出境旅游仍基本处于停滞状态。

报告还显示,从2020年1月24日开始,我国的出境旅游供给和需求两侧,产业和市场两侧都出现断崖式下降。2020年2月我国出境旅游人次从1月的上千万人次骤降至不足60万人次。由于团队出境旅游完全停止,随后各月只有零散游客出游,整体出境旅游人次始终在极低水平徘徊。

不仅仅是出境游,我国入境旅游近两年

的情况也不容乐观。中国旅游研究院发布的《中国入境旅游发展报告2021》也显示,受疫情影响,我国入境旅游市场从2020年春节后出现断崖式下跌。根据文化和旅游部发布的统计数据,2020年,我国共接待入境游客2747万人次,同比下降81%。其中,入境过夜游客797万人次,外国游客412万人次,外国过夜游客184万人次,分别下降88%、87%和93%。入境旅游更是经历了过去40年从未有过的萧条。

员工离职 业绩亏损

两年来,曾以出入境旅游业务引以为傲的旅行社也在不断做着改变,更换营销方式、被迫转向周边游、员工大量离职……

据业内消息,因为受到疫情变化的影响,主营出境旅游批发业务的北京某国际旅行社,在总部大约120名的员工中,有80名左右被集中劝离,离职人数占到公司总人数的60%还多。由此可见,旅游业中受疫情变化影响最严

重的行业一定是以出入境旅游为主营业务的旅行社。

其实,在刚刚过去的第三季度,大部分旅行社也处于亏损状态。包括众信旅游、凯撒旅游等今年三季度均呈现亏损状态,而一些旅行社也大量关闭门店。不仅如此,一批中小旅行社甚至直接在倒闭边缘徘徊。

在业内人士看来,以往以出入境旅游业务为主的旅行社亏损的情况较为严重,旅行社企业如何在疫情防控常态化的背景下“活下去”,是否应该进行转型,成为了旅行社企业当前面临的首要问题。

业界仍然盼春至

随着疫情防控的向好,整个旅游业的稳步复苏,出入境旅游也有望在未来的几年中逐步恢复,拥抱“春天”。

尽管面临极大的困难,但是业界从未放弃信心,也没有消极等待,创业创新一直都在进行,出境旅游目的地也以积极的行动表达

出对中国出境旅游市场的坚定信心。报告还指出,展望2022年,出境旅游市场的恢复步伐取决于全球范围内的疫情防控形势,部分疫情防控形势向好和疫情防控政策协调较为顺畅的目的地有望率先恢复。

针对旅行社方面,近日,文旅部发布了《2021年第三季度全国旅行社统计调查报告》(以下简称《调查报告》)《调查报告》显示,截至2021年9月30日,第三季度全国旅行社总数为42152家,共有31482家旅行社通过省级文化和旅游行政部门审核。而第二季度全国旅行社总数为41779家。从数据中也不难看出,在疫情的不断变化之下,旅行社的数量也在不断增加,在逆势中实现增长。

不过,出境旅游发展也仍然存在很大不确定性。《中国出境旅游发展报告2021》还指出,当前世界范围内疫情的阴霾未散,不同区域、不同国家和地区的疫情形势跌宕起伏,甚至绵延难断。在全球疫情防控过程中,不平衡性依然突出。不同目的地间包括边境

控制和航班安排等在内的防控要求时紧时松,相互之间的政策协调效率还有待提升,跨境旅游的安全需求短期内无法得到全面保障,目前出境旅游发展面临的环境严峻复杂,不确定性突出。

资深旅游专家王兴斌也认为,近2-3年之内,出入境的观光休闲度假旅游基本上还是停滞状态。王兴斌还谈到,在旅游企业中,特别是做出入境旅游的旅行社过得很难,但是这些旅行社可以考虑在出入境商务旅游方面以及国内旅游方面做一些工作,争得一些市场份额,渡过艰难时期。

“很难预计当疫情过后,出入境旅游会是怎样的发展态势。因为疫情在不断变化,因此对疫情的防控就不会放松,需要从严控制。对于旅游业来讲,疫情防控是一个长期的任务,而对于旅游企业来讲,在疫情防控常态化的大背景之下怎么同时开展业务,是一个全新的课题,需要深入研究。”王兴斌表示。

北京商报记者 关子辰 吴其芸

(单位:万人次) 2012-2021年出境旅游人次和变动情况

