

## 玩家

明日方舟

PLAYER

设定集内含时装兑换卡\*1 阿米娅(播种者VER.)

图片为展示用，实际效果请以游戏内为准

ARKNIGHTS

官方美术设定集  
OFFICIAL ARTWORKS

一本设定集卖出 2500 万元

# 游戏周边这门“小生意” 是如何做成“大买卖”的？

一份单价 259 元的《明日方舟》设定集，在开售一小时内创下了 10 万订单量，为游戏厂商鹰角带来超过 2500 万元的销售额。除了鹰角，米哈游、叠纸等多家的二次元游戏厂商近日也纷纷向游戏周边市场发起进击，并取得不错的销售成绩。

《2020 中国游戏产业报告》显示，2020 年中国数字游戏市场规模达 2786.87 亿元，同比增长 20.71%。此外，弗若斯特沙利文等咨询调研机构预测，到 2024 年，中国游戏市场规模约 4000 亿元。相较如此庞大的游戏市场，从游戏产品衍生的周边市场虽然在规模上无法与之媲美，但游戏周边产品近几年在增加厂商收益、增强用户黏性等方面表现不凡，其市场正在受到越来越多游戏厂商的重视。

■ 新快报记者 梁茹欣

## 游戏周边消费潜力巨大

游戏周边产品包罗万象，除了游戏周边设备等电子产品，服饰、立牌、挂件、等周边衍生产品也涵盖其中。据公开数据显示，2020 年，单单是游戏周边设备市场规模便超过 40 亿美元。目前，市面上比较常见的游戏周边是将人气角色制作成徽章、玩偶、手办等，或者将其人物形象制作成背包、雨伞、杯子等日常生活用品。

相较游戏本身，周边产品“出圈”的可能性较小。在过去一段时间，游戏的周边产品更多是锦上添花的存在，一般作为游戏厂商给玩家的伴手礼或发放的福利，较少公司会以商业化的角度考量其产业潜力。不过，近几年，随着文娱产业不断发展扩大，以及游戏产品 IP 化愈加显著等众多因素的影响下，国内的游戏厂商开始将目光投向这片尚未挖掘的蓝海上。从 IP 创作、商品生产，到售卖渠道开拓，个别公司甚至搭建出一套相对完备的产业结构。业内普遍认为，由于游戏能吸引大批用户群体，只要核心用户愿意为游戏周边买单，其市场发展潜力仍很巨大。

就叠纸而言，其旗舰店近日推出了《恋与制作人》“李泽言生日主题套戒”。据公开数据统计，该款单价 286 元套戒不到十天之内便售出 1.7 万份，达到了 500 万元的销售额。同一时间，鹰角为

《明日方舟》推出第一本官方设定集，在开售一小时内创下了 10 万订单量，为游戏厂商鹰角带来

超过 2500 万元的销售额。新快报记者观察发现，上述两家游戏厂商的旗舰店内，主题手账、吊坠、眼镜架、杯垫、T 恤、行李箱等游戏周边产品琳琅满目，价格从几十元到几百元不等。

相较之下，米哈游的游戏周边走的是“中高端路线”。以旗下热门游戏《原神》周边产品为例，米哈游于上个月推出的角色手办“凝光·掩月天权”售价达到 1299 元，但该款手办在天猫旗舰店上销售量仍超 1.3 万份。7 月中旬新出的“莫娜”手办同样售价上千，其销量也接近 2000 份。除了手办，《原神》旗舰店中总销量过万套的商品近 20 款，基本店中所有的产品的销量都达到了数千份。虽然关于周边带给米哈游的利润尚未有准确的数值，但目前来看，通过售卖游戏周边产品所带来的 GMV (网站成交金额) 仍是十分可观。

## 二次元游戏或成周边市场新“蓝海”

从定义而言，周边的概念来源于二次元，创作的主体也一般源自二次元。近两三年，众多二次元优质 IP 不断通过动漫、游戏、音乐、周边等途径，逐渐构建起具备较强影响力的“二次元消费文化”。

这在手办消费市场上可见一斑。艾瑞咨询日前发布《2021 年中国 Z 世代手办消费趋势研究报告》(以下简称《报告》)显示，2020 年 Z 世代人均年度手办开销为 2022 元，人均购买手办约 8 个。2020 年手办消费市场规模为 37 亿元，预计 2021 年中国手办市场规模将增长 42.3%，达到 52 亿元，2023 年则将突破 90 亿元。

此外《报告》还指出，2021 年国内 Z 世代购买手游 IP 型手办的占比已经跻身第二，仅次于日漫。90 后玩家张女士向新快报记者说道：“虽然日常购买动漫周边居多，但购买的游戏周边也不少，一般是几百元以内，大多是角色徽章、画册、设定集、文具等。”俨然，购买游戏周边产品已成为年轻玩家的常态。

值得一提的是，由于二次元游戏玩家与手办爱好者在群体上有一定重合，这让不少二次元游戏厂商在游戏和周边两个市场上缩短了彼此的磨合期。优质的游戏 IP 内容促进周边销售，周边销售反哺游戏 IP 生态。在这理想的游戏周边生态闭环下，游戏厂商除了生产 IP，还会在产业链下游与商品生产方、销售渠道等进行合作。在增强玩家黏性的同时，强化 IP 的商业化空间。拳头游戏打造虚拟女团，推出女团手办；叠纸联合日本动画制作公司制作《恋与制作人》动漫；米哈游、腾讯投资泛二次元文化衍生品新零售平台十二光年……无论是传统的互联网巨头，还是新兴的游戏厂商，都正在尝试不断加码打通 ACGN 产业链。

然而，游戏周边市场也并非稳赚不赔。鹰角推出的《明日方舟》设定集在创下高销售额的同时，因漏印、错印等品控错误，以及内容空洞等问题，遭到了部分玩家差评及退货。

有分析指出，随着产业链的成熟，游戏 IP 的手办及各种周边产品的商业化价值会在未来逐渐凸显。游戏厂商想要标准化、系统化、流程化把所有游戏衍生品运营好并非易事，这无一不在考量企业的综合运营实力。

## 一周游闻

Steam 周销量排行榜：  
《怪物猎人物语 2：破灭之翼》  
夺得榜首



**新快报讯** 本周 Steam 如期公布了上周（7 月 12 日至 7 月 18 日）的游戏销量排行榜。本期排行榜《怪物猎人物语 2：破灭之翼》夺得榜首，《F1 2021》排名第二，Steam 的新掌机位居第三名，即将开测的亚马逊网游《新世界》上榜。

卡普空的新作《怪物猎人物语 2：破灭之翼》经过一周时间的酝酿后，销量终于开始爆发，本期成功夺得榜首。这款游戏将会为 RPG 和怪兽粉丝提供独特的新体验，游戏包括丰富的故事情节以及充满魅力的角色。玩家将在游戏中遭遇《怪兽》系列的各种怪兽，玩家可以和怪兽们建立强有力的关系，与怪物们进一步增进了解，提升它们的技能并和它们建立更加深远的联系。

亚马逊的网游大作《新世界》7 月 21 日开启测试，因此游戏销量也瞬间爆发，挤进前十名。这是一款大型多人在线开放式沙盒游戏，玩家需要在一个充满敌意和诅咒的大陆上把握自己的命运，在这里做什么，和谁结盟，又和谁对抗，是自己独自一人生活在恐怖灵异的环境中，还是和别人一起打造一个繁荣的文明，这些都由玩家自己决定。

**育碧宣布**  
**《彩虹六号：异种》**  
**将推迟上市**



**新快报讯** 目前，育碧(U-BISOFT)宣布《彩虹六号：异种》将推迟到 2022 年 1 月上市。决定推迟该游戏的目的是为了给玩家更多的机会来测试、亲身体验和反馈，以确保该游戏能为市场带来最好的体验，让玩家充分发挥自己的潜力。

《彩虹六号：异种》目标是提供一个全面的 AAA 游戏体验，改变玩家们对于合作游戏的想法。凭借独特的功能，如“在行动中失踪”或“蔓延”，每一个任务都是一个紧张且具有挑战性的经验，在打击致命的和不断发展的外来威胁中，引领彩虹六号的精英操作员。



加入我们一起玩

支持单位



广州市天河区软件和信息产业协会