



一周游闻

Steam 周销量排行榜： 《艾尔登法环》 直接霸榜夺冠



新快报讯 本周Steam如期公布了上周(2月21日至2月27日)的游戏销量排行榜。本期排行榜宫崎的《艾尔登法环》毫无悬念的直接霸榜,上周的冠军《全面战争:战锤3》则直接掉到了第九名。

万众期待的《艾尔登法环》终于正式发售,毫无悬念地进入游戏销量排行榜并且直接霸榜,不同版本分别占据了排行榜的第一、第二、第三、第五这四个位置。《艾尔登法环》是以正统黑暗奇幻世界为舞台的动作RPG游戏。走进辽阔的场景与地下迷宫探索未知,挑战困难重重的险境,享受克服困境时的成就感。不仅如此,登场角色之间的利害关系谱成的群像剧,更是不容错过。

《命运2:邪姬魅影》即将上线,资料片的预购销量也开始增加,本期排行榜《命运2:邪姬魅影》基础版与豪华版都成功进榜,《命运2:邪姬魅影》豪华版位居排行榜的第四名、基础版则位居第六名。玩家现在预购以解锁一个寰宇异域机灵外壳、谜团异域动作表情以及一个全新徽标。豪华版包括第16-19赛季,两个年5地牢,一把异域微型冲锋枪、催化、皮肤以及一辆异域快雀。

《帝国神话》国际先行版 正式上线



新快报讯 由帝国影游互动娱乐代理发行的《帝国神话》国际先行版,昨天正式开启不限量售卖,而全新服务器将于今日正式开服。这款以古代东方大陆为背景,高自由度玩法为核心的冷兵器战争沙盒网游,将带领玩家在战乱纷飞的大世界中体验生存、建设、经营、创造等丰富玩法,还可以在宏大的战场中充分发挥战略领导才能,带领部族攻城略地,最终打造属于自己的帝国。

这款网游更新了诸多有趣的玩法内容:新增了全新马战战场及相关成就;新增披风道具墨色龙纹披风(马战活动兑换获得);新增鱼塘建筑和相应配方,休闲玩法再填新乐趣;新增建筑强化台和相关配方,消耗图纸和对应材料可制作高品质建筑;新增野生动物(虎、豹、熊)的材料掉落,用于高品质建筑制造;新增夯土箭墙。进一步为城防提供了新的保障,箭墙能够对面前一定范围的敌方单位产生持续伤害;新增战象舆。使运输能力和战场战斗力提升至新的高度,总计6个可自有装配功能配件的战象舆能够根据玩家的需要进行自由组合。



加入我们一起玩

砍项目、裁员、出海……

游戏版号停发已超7个月， 厂商急需调整转危为安

自版号下发按下暂停键,其间各种消息甚嚣尘上,牵动市场敏感神经。2月21日到22日,受“游戏行业2022年版号完全停发”“头部游戏厂商遭重锤”等传闻影响,港股恒生科技指数持续下跌,多只游戏股受挫。自去年7月22日公布一批审批游戏名单至今,7个多月未有任何新游戏获批。仅从时间来看,此次直逼2018年4月到11月总时长8个月的版号停发期。对于业内众多游戏厂商来说,急需展开新一轮的调整与反思已是不争事实。

■新快报记者 梁茹欣

版号相关传言拨动市场神经

被业内视为“准生证”的游戏版号,在开闸两年后再度按下暂停键。在停发的7个多月时间内,市场敏感神经一再被各路真假参半的消息拨动着。

2月21日截至收盘,港股游戏股集体大跌,网易跌3.77%,腾讯跌5.23%,快手跌7.29%,哔哩哔哩跌9.59%,心动网络跌超11%。在消息层面上,多种传闻甚嚣尘上。有传言针对腾讯国家监管部门有“重锤”,但相关消息的发布者已将相关消息删除,腾讯方面亦对此澄清辟谣。

另外,消息称监管层将对游戏行业采取多项监管措施,包括单机游戏需要实名、二次元游戏加强监管等。更有消息指出,2022年新闻出版署将暂停游戏版号的审批。随后,国家新闻出版署相关人士回复媒体表示:“暂无明确回应,可以关注官网信息,目前仍在正常接收游戏公司的版号申请。”

而对于相关传闻中“加强青少年防沉迷,对废土、娘化、耽美等游戏题材持续性的严监管”,经记者查询了解到,实为此前就有的监管细则。纵观历年,游戏内容的审查标准“渐出水面”,且越来越趋于严格。早在2017年,原国家新闻出版广电总局发布15条游戏版号审读标准,其中包括敏感字屏蔽功能、是否存在血腥倾向等细则内容。2021年3月15日,中宣部出版局下发《游戏审查评分细则》文件,表示游戏送审试行全新的评分审查制度,即在对游戏作品进行审查的基础上,组织2名以上专家根据游戏品质进行评分。评分分为“观念导向”“原创设计”“制作品质”“文化内涵”和“开发

程度”5项,每项0-5分,任何一项0分,游戏作品都将被“一票否决”。

业内普遍认为,不同于2018年的部委职能调整,此次版号停发更多是因为游戏审核内容和 workflows 优化等。日前,新快报记者采访多位游戏从业者了解到,业内对于游戏版号何时重开一事众说纷纭,不少人持观望态度。“当下都是传言居多,有的说4月恢复版号下发,也有说下半年。但没有任何确切消息说不发版号,游戏审核应该是越来越严了,现在大家都有点风声鹤唳,只能再等等看。”一位在上海从事游戏行业的工作人员表示。

厂商纷纷自救谋求新出路

在竞争激烈的国内市场,能否拿到版号直接影响到游戏厂商的收入。版号停发之后,中小厂商首当其冲。据公开数据显示,2021年7月份至12月份,有1.4万家注册资本在1000万以下的中小游戏公司注销。

随着版号暂停的时间越来越长,实力较强的公司也开始砍掉部分项目,进行相关人员调整,甚至直接裁员。完美世界在今年1月份披露的投资者关系活动记录表显示,“2021年公司对游戏团队进行了精简和调优,把一些跟公司未来大方向和调性不是很契合的团队精简掉,2021年第四季度已经优化了几百人。截至目前公司研发团队有四千人左右,优化还在继续,后续有可能会进一步下降,预计这一轮优化将减少几百到一千人,包括研发及相关部门。”

同是1月,有消息称心动网络正在裁员,幅度接近团队的三分之一。心动CEO黄一孟在社交媒体平台回应表示,确实有团队调整,根据实际业务需求进行增减,但并没有所谓的一刀切比例。另外,莉莉丝也传出消息砍掉旗下自研

项目《伊甸启示录》。该款游戏为莉莉丝在二次元领域的首次尝试,曾在去年11月进行过为期一周的测试。

与此同时,部分厂商加快出海步伐。记者从心动网络、波克城市等多家厂商了解到,对方均表示公司将对海外市场投入更多的资源。实际上,相较于国内市场的“地狱模式”,厂商出海既能规避复杂程序,又能拓展新的游戏题材。近几年,海外市场渐受青睐,从一组数据对此可以看出这一趋势:伽马数据显示,2021年国内移动游戏市场的实际销售收入为2255.4亿元,增长7.6%,增速首次降至个位数。中国移动游戏用户规模仅增长0.2%,用户的消费意愿亦减弱。另据相关研报数据,2016-2021年中国自研游戏海外收入年复合增长率为20.0%,比自研游戏国内收入复合增速高出3.3%。各区域Top250手游收入,中国游戏市场份额在东南亚达50%,在美、日、韩市场并未超过30%,仍有非常大的成长性。

在另一方面,厂商发展全球化也顺应“文化出海”的国家战略。去年11月份,商务部、中央宣传部等17部门联合印发《关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知》,其中提到,鼓励优秀传统文化产品、文化创意产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”。

值得一提的是,厂商出海并非易事。除了地缘性比较强的东南亚、韩国、日本等地区,其他海外市场对纯粹中国风的东西接受度并不高。在海外市场用户数据和发行渠道有限的情况下,如何系统化深耕海外市场,努力打造中国游戏品牌,成为一道摆在眼前的现实难题,这也考验着厂商的游戏工业化研发体系、自研IP能力、本地化能力建设等方面的实力。

支持单位



广州市天河区软件和信息产业协会