



足球游戏借势世界杯背后:

## 老牌游戏长期霸榜 新品数量屈指可数

随着卡塔尔世界杯足球赛的打响,体育游戏赛道迎来一小波热潮。不少厂商通过上新产品或更新版本等方式争夺用户流量,产品下载量更是一路走高。作为体育游戏赛道的常青品类,足球游戏能否借势世界杯再上一台阶?有业内人士表示,国产体育游戏当前面临产品青黄不接问题。在没有颠覆式创新的前提下,厂商在世界杯等重要赛事节点只能“浅尝甜头”,而不是迎来机遇。

■新快报记者 梁茹欣

### 老牌产品长期霸榜, 新品数量屈指可数

四年一度的世界杯足球赛,历来是体育游戏的必争之地。今年9月,由游戏厂商EA制作并发行的足球类体育游戏《FIFA 23》登陆PC端与主机端,并结合世界杯应时推出新玩法内容。

官方信息显示,作为EA与国际足联(FIFA)合约内的最后一部作品,《FIFA 23》相较前作新增女子俱乐部球队、跨平台游戏功能等,包括19000多名球员、700多支球队、100座球场和30多个联赛。据GfK数据,该款游戏上线首周玩家数量便突破1030万人,并多次登顶英国地区实体游戏周销量榜。

然而,相较2014年巴西世界杯期间近百款新游上线的“盛况”,据不完全统计,今年国内厂商推出的足球游戏新品仅有4款。包括网易自研的《绿茵信仰》、望尘科技的《最佳球会》、疯狂体育的《梦想足球》、互爱互动旗下的《未来足球》等。而凭借官方赛事、球队授权和真实运动员数据采集等技术门槛优势,《FIFA》《实况足球》系列产品几乎成为足球类体育游戏的代名词,长期占据各大体育游戏榜单前列。

根据七麦数据,截至12月6日上午,iOS体育类游戏免费榜单前6名中有4款为足球游戏。其中,《绿茵信仰》《最佳球会》两款新品的成绩表现较佳,分别位列榜单的第二位、第六位;《FIFA足球世界》《实况足球》则分别位列第一位和第三位。

另外,在世界杯期间,这类游戏的下载量与榜单排名几乎都出现了不同程度的上升。以2018年上线的《FIFA足球世界》为例,该款游戏近期在App Store体育游戏免费榜中的排位一路走高,从11月初的200名开外上升至当前榜单的前25名。

### “年货”式开发, 内容与玩法有限缺新意

不过,游戏产业分析师张书乐告诉新快报记者,作为一个常青的体育游戏品类,足球游戏的整体状态为“常青但不爆款”,即在垂直用户方面持续保持存在感,赛事时期都会出现一定增长,产品迭代速度看似匀速,但在技术、玩法等体验方面几乎是微创新。“在没有颠覆式创新的前提下,厂商在世界杯等重要赛事节点只会‘浅尝甜头’,而不是迎来机遇。”

事实上,由于商业模式和赛事授权等因素的受限,体育游戏的内容与玩法一直饱受玩家诟病。有资深玩家表示,主流体育游戏品类如《FIFA》和《实况足球》系列等都是采取“年货”开发模式,即基本上每年都会推出新作,但大多只围绕画面和系统的优化、球员队伍变更、添加新模式等方面进行调整,整体变动不大,而且这些内容完全可以通过更新包的方式来增加。但厂商为获得更多授权资金,往往采用短周期内推出新作品的快节奏方式进行资金回笼,进而获利赢取其他联赛的授权。

值得一提的是,是否取得赛事或球队授权是游戏企业进入该市场的准入门槛。一般而言,知名运动俱乐部与游戏开发商之间的合约期以一至三年为限。通常情况下,相关产权所有者与游戏开发商达成协议,向游戏开发商收取固定成本,并于若干情况下,在超过一定的收入门槛后额外收取6%至30%的收入分成。

令业内较为熟知的是,为取得世界杯比赛的独家授权,EA每年需要向国际足联支付上亿美元的IP授权费,其他俱乐部、联赛的授权还需要另外购买版权。而望尘科技的招股书也显示,在2022-2024年期间,该公司现有的四款产品包括《NBA篮球大师》《足球大师》《最佳11人-冠军球会》《最佳球会》,与知名的运动联盟、运动协会

及运动俱乐部等重续或签订的授权合作估计投资金额合计约1.7亿元。

### 国产体育游戏青黄不接, 亟待创新驱动

根据市场调研机构弗若斯特沙利文发布的数据显示,体育游戏占据全球网络游戏市场总市场规模的约4%到6%。2021年,线上体育游戏市场仅占中国整体网络游戏市场的2.7%。其中,以足球及篮球为主题的手机体育游戏占据中国手机体育游戏的最大市场份额。以足球手机体育游戏为例,其市场规模从2016年的7亿元快速增长至2021年29亿元,年复合增长率为32.9%,预计2026年的市场规模将达到50亿元。

从行业整体来看,体育游戏市场目前仍以规模相对较小的公司居多,难以走向“大而强”。张书乐对此表示,由于国内中小游戏公司难以负担高昂的授权费用,以及缺乏EA、世嘉等头部企业长期耕耘下的技术积累,国产体育游戏当前面临着产品青黄不接的问题。“该品类要发展,需要跳出巨头已经根深蒂固的领域,可挖掘如五人制足球、沙滩排球、街头篮球等更为垂直且可与国潮结合在一起的跨界赛道,形成自己的特点。同时,基于动作捕捉技术构建更为拟真的游戏体验,亦可作为技术上突围的方向,并和特色体育类型游戏相结合。”

而可以肯定是,近几年体育游戏在题材与技术方面出现不少新变化,诸如模拟经营玩法的“体育经理”题材愈加普遍,时下热门的开放世界模式与特色体育相结合;又或者是VR/AR等技术所带来体感交互,创造出新的游戏体验与产品形态等。对于厂商来说,如何创造出有吸引力的游戏内容,提升技术与研发来优化玩法体验,从而增强自身实力,推动行业格局优化,或将成为主导行业发展的核心方向之一。

### 一周游闻

#### Steam周销量排行榜: 《战锤40K:暗潮》 位居第二



新快报讯 本周Steam如期公布了上周(11月28日至12月4日)的游戏销量排行榜。本期的排行榜Valve开发的便携式掌上游戏机Steam Deck继续稳居榜首,完成三连冠;《战锤40K:暗潮》位居第二;《使命召唤19:现代战争2》则位居第三名。

《战锤40K:暗潮》正式发售,游戏的热度也非常不错,虽然没能拿下第一,不过第二名也非常不错。《战锤40K:暗潮》是一款全新多人合作游戏,由曾开发《战锤:末世鼠疫》系列、屡获殊荣的团队——肥鲨(Fatshark)倾力打造,将带给你全新的游戏体验!枪林弹雨,血雨腥风。在这款激烈残酷的动作射击游戏中,你将击杀无数嗜血凶恶的敌人,夺回巢都特提恩。

《使命召唤19:现代战争2》发售数周之后仍旧拥有非常不错的热度,本期排行榜位居第三名。《使命召唤19:现代战争2》将玩家带入了一场前所未有的全球冲突,141特遣队的标志性队员们即将回归。从小规模高风险的渗透行动到高度机密的任务,玩家将与朋友们一同享受真正身临其境的游戏体验。

#### 《Neon White》 12月13日将 登陆PS平台



新快报讯 上周,游戏公司Angel Matrix公开了第一人称节奏射击游戏《Neon White》的预告视频,并宣布该作将于12月13日登陆PS5/PS4平台。游戏PS5版将支持120Hz、自适应扳机、触觉反馈、陀螺仪瞄准、SSD实现高速读取等功能。

《Neon White》是一款快若闪电的第一人称动作游戏,在今年6月17日登陆Steam和Switch平台。迄今在Steam上得到了98%的好评率。在游戏里,玩家将扮演来自地狱的刺客White,与其他人争夺永居天堂的机会,而途径就是消灭天堂里的恶魔。在11个章节93个关卡中(不算支线),玩家需要拾取卡牌并有效利用卡牌能力来击杀恶魔,抵达终点,通关时间分为铜牌、银牌、金牌、王牌四个等级,唯有积累到一定的奖牌数才能解锁下个主线章节。



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