



游戏巨头放弃手机“应用商店”

手游“安卓税”承受重压

在数字化浪潮的席卷下,手游分发渠道的较量越发激烈。6月19日,腾讯代理发行的明星IP游戏《地下城与勇士:起源》(以下简称DNF手游)发布公告称,从6月20日起,DNF手游将不再上架部分安卓平台的应用商店,包括华为、OPPO、vivo等“硬核联盟”成员。这一决定立即引发了行业的广泛关注。硬核联盟,作为手机厂商与游戏公司5:5分成规则的最初制定者,其分成比例一直饱受争议。

有业内人士表示,腾讯这一举动犹如一枚震撼弹投向了游戏行业,预示着游戏巨头与安卓渠道之间长期以来的微妙平衡被彻底打破。此事件不仅反映了游戏行业利润分配的深层次矛盾,也预示着市场格局即将迎来一次重大调整。

■新快报记者 陈学东

手游“安卓税”比“苹果税”还猛

腾讯在相关公告中表示,部分通过安卓渠道下载DNF手游的玩家后续可以通过游戏官网重新下载游戏,账号信息、游戏进度、虚拟物品等并不会受到下架的影响,玩家可以通过客服正常游戏。

这部分不再合作的安卓应用商店包括华为、OPPO、vivo和小米等公司,而前三家手机企业也是“硬核联盟”的成员。该联盟正是手机厂商与游戏公司5:5分成规则的最初制定者。这些头部手机企业每家每年都拥有几千万台的出货量,合计拥有数亿用户,每台手机在出厂时都内置了自家的应用商店。因此,曾经在国内做一切移动应用(包括游戏)分发,都不可能绕开“硬核联盟”的渠道。

以“硬核联盟”为代表的国内手机厂商,应用商店的分成比例通常在50%左右。所谓的渠道商分成,指的是手机应用商店通过抽成的方式,获得游戏用户充值的利润。按照业内惯例抽成比例50%来计算,这也意味着,用户在应用商店下载游戏后。每充值1元钱,就有0.5元进入应用商店的口袋。

虽然“苹果税”在行业内一直存在着较大争议,但苹果App Store的传统抽成比例在30%左右,这个数字远低于国内的安卓渠道。游戏圈长期以来一直被渠道分成问题困扰。游戏成功需要天时地利人和,但渠道的50%抽成让游戏厂商的收入大打折扣。在如此高的抽成下,许多游戏厂商无法盈利,甚至难以生存。

随着游戏产业的发展,内容提供商逐渐积累了足够的话语权,开始寻求更合理的分成模式。

手机厂商“躺着赚钱”时代正在过去

从2020年开始,包括腾讯、网易和米哈游在内的头部游戏公司,在推出新产品时,选择绕过传统手机厂商渠道,通过官网、App Store和Google Play等渠道直接发行。

一位游戏开发者表示,像腾讯、网易和米哈游这种头部游戏公司,旗下要么游戏众多,要么单款游戏营收惊人,当它们选择拒绝渠道商,给手机厂商带来的冲击显然很大。根据公开报道,米哈游在2022年主营业务收入达273亿元,其中绝大多数都由爆款游戏《原神》贡献,而这款游戏在上线初期就拒绝了华为、小米、OPPO和vivo几家公司的应用商店。

通常国产手机应用商店的安卓渠道抽成比例为50%,而行业普遍认为《原神》在PC和移动端的收入对等,这就意味着,手机厂商错失的《原神》抽成收入每年在十几亿甚至几十亿元。这一策略的成功实施,证明了即使没有手机厂商渠道的支持,优秀的产品依然能够取得市场的认可。

新兴平台的崛起抖音、微信等超级App平台的崛起,为游戏公司提供了新的分发机会。这些平台拥有庞大的用户基础和高效的推广机制,使得游戏公司能够以更低的成本触达用户,进一步削弱了传统渠道的影响力。

今年5月底上线的二次元开放世界大作《鸣潮》,库洛游戏也没有选择与“硬核联盟”渠道合作,而是选择了抖音、B站和微信等渠道。据多家第三方检测机构预测,其首周流水超过3亿元,已经取得了阶段性成功。

伴随着整个游戏行业向精品化转型,抖音和微信等新兴发行平台已经崛起,手机厂商“躺着赚钱”的时代正在过去。

“渠道为王”转向“产品为王”

如今,游戏厂商敢于向渠道商发难,很大程度上得益于行业格局的变化。2019年版号政策实施后,游戏过审数量骤减,整个游戏产业迈入精品化的存量竞争。从渠道到产品,当前游戏行业正逐步从渠道依赖转向产品质量和内容的竞争。精品化、高质量的游戏产品逐渐成为市场的主导力量。游戏公司开始集中资源,致力于打造能够吸引玩家、口碑良好的游戏作品。

近几年,在市场上获得巨大成功的游戏,比如米哈游的《原神》《崩坏:星穹铁道》,网易的《逆水寒》手游腾讯游戏的《金铲铲之战》等,都是公认的高质量产品。而2024年又是公认的国内新游大年,诸如游戏科学的《黑神话:悟空》,库洛游戏的《鸣潮》、腾讯游戏的《三角洲行动》,以及米哈游的《绝区零》等,都是备受行业关注的大制作游戏。

在降本增效的背景下,很多游戏公司都在集中资源做高质量作品,整个游戏行业正在从“渠道为王”转变为“产品为王”,进入竞争品质和内容的时代。

有业内人士表示,DNF手游这次“掀翻牌桌”,表面看只是腾讯游戏与“硬核联盟”等应用商店的又一次利益谈判纷争,但背后是游戏公司相继揭竿而起、反抗渠道商强势抽成规则的大趋势,也是抖音和微信等超级平台崛起,重新切分市场蛋糕的必然结果。

游戏厂商和渠道商的博弈还在继续。随着行业的精品化趋势,渠道的高抽成模式必将受到挑战。未来,渠道和游戏厂商或将重新协商分成比例,并明确渠道的责任和义务,寻求与游戏公司更为平等的合作关系。

一周游闻

《战锤40K:星际战士2》 9月9日正式上线



新快报讯 6月21日,游戏开发商Focus Entertainment和Saber Interactive首次发布了备受期待的第三人称动作游戏《战锤40K:星际战士2》的游戏概览预告片,游戏将于9月9日登陆PlayStation 5、Xbox Series和PC,预购黄金版和终极版的玩家可在发售前4天进入游戏。

故事设定在游戏第一部剧情的100年后,探索传奇极限战士德米特里安·泰图斯的命运,保卫帝国抵御不可阻挡的泰伦虫族。独自或与两位朋友扮演泰图斯的战友凯隆和加德里尔,在如火如荼的星系级战争中释放星际战士的超人能力及毁灭性武器。

在“行动”模式(PvE)和“永恒之战”模式(PvP)中扮演战术、突击、先锋兵、堡垒、狙击或重装六种带有独特技能的职业之一,并利用《星际战士2》丰富的自定义系统玩出自己的风格。在“行动”模式中,玩家可以利用在战场上收集的经验和武器数据来解锁新的天赋并改进装备性能,通过共25种技能来定制自己的游戏风格。在“行动”模式中解锁的盔甲和武器外观甚至可以在“永恒之战”模式中使用,而出于游戏平衡的考虑,天赋和武器升级仍将是PvE体验的专属内容。

《古惑狼疯狂三部曲》 已售出超2000万份



新快报讯 日前,动视暴雪宣称,《古惑狼疯狂三部曲》现已售出超过2000万份。自2019年游戏宣布销量突破1000万份后,动视暴雪一直未公开游戏的表现。新的销量里程碑显示,它依然吸引着众多玩家,且或许是有史以来最为成功的《古惑狼》游戏。

今年4月,开发商Toys for Bob悄然透露,该工作室的续作《古惑狼4》自2020年推出以来已售出500万份。依照维基百科的数据,此前的游戏销量在100万至600万份之间不等。

《古惑狼疯狂三部曲》的销量状况或许源于玩家对旧版游戏的怀旧之情,但也有可能是受Toys for Bob近期与动视暴雪分道扬镳的影响,许多玩家期望这家工作室能够在独立的情形下取得成功。如今,《古惑狼》IP处于微软的掌控之下,而《神鬼寓言》《完美黑暗》等长期休眠的游戏也获得了第二次机会。

支持单位



广州市天河区软件和信息产业协会



加入我们一起玩