

近5年我国游戏版号获批情况

年份	游戏版号总数(款)	国产游戏版号(款)
2022	512	468
2021	755	679
2020	1316	1219
2019	1571	1386
2018	2064	2016

数据来源:国家新闻出版署、游戏陀螺

2022年大概是游戏行业的“拉尼娜年”，版号进一步收紧、“宅家红利”消退、市场收入与用户规模出现“双降”，同时企业“降本增效”“紧缩HC(人员编制)”……内外部因素不时刺痛着游戏人。冷冬的寒气终究会消散，展望2023年，春江水暖还有多远？



用户吉吉米哈游旗下游戏

游戏行业正在适应新玩法

今年共有468个国产游戏版号过审，各大龙头在走精品路线

文、图/羊城晚报记者 胡彦

红利消退 业绩起伏

暴雪今年始终牵动着国内游戏人的神经。今年微软公司表示将以687亿美元收购动视暴雪游戏，不过暂时受到美国联邦贸易委员会(FTC)起诉阻止。目前，距离暴雪游戏国服停止运营的最终时间2023年1月24日已不到一个月。而此前传出有可能接盘暴雪游戏国内代理权的公司，包括字节跳动、米哈游、腾讯、完美世界、B站等，尚没有一家表示出明确的意向。

此外，奈飞游戏宣布进军云游戏服务，目前已在开发55款新游戏，均基于《怪物奇物语》等原创作品，以及《海绵宝宝》等IP授权作品打造。

在海外上演“大鱼吃大鱼”“双厨狂喜”的同时，国内行业游戏也在悄然发生嬗变。年内数次传出“游戏行业大裁员”的消

息，一些知名项目突然面临被砍。今年，B站、完美世界、心动网络、网易、IGG等多家公司屡屡曾传出自裁员，有媒体从后来的公司财报中基本确认了人员缩减，而一些公司称这是团队内部的优化调整。此外，莉莉丝几度传出裁撤项目，包括二次元游戏项目《伊甸启示录》和《Project Breach》，以及第三款自研SLG产品《剑与家园2》，叠纸游戏传出新项目裁员超七成。有媒体统计，2022年至少有75款游戏项目宣布解散或停运。

从经营数据来看，“宅家红利”消退、经济面临下行压力等多重因素叠加之下，一些游戏公司的营收和净利润双双下滑。这反映在投融资环境上，就是“股价跌跌不休”和更少的投融资事件。有媒体统计，今年国内游戏业至少发生了70起投融资事件，有69家游戏公司取得投资，作为对比，2021年的数字为153起，149家。

今年上半年，游戏行业市场收入与用户规模出现“双降”。据中国音像与数字出版协会发布的《2022年1-6月中国游戏产业报告》，2022年上半年，国内游戏市场实际销售收入为1477.89亿元，同比减少约1.8%，是近年来首次出现同比下降。游戏用户规模同比下降0.13%至6.66亿人。

这份报告表示：“头部企业、头部产品长期占据市场主导地位，新产品开发、创新势头不足。此外，全球经济形势与地缘政治日益复杂，国际竞争日趋激烈，中国游戏产业出海风险加剧。”报告预测，下半年游戏行业依旧会出现产品供应不足、收入和用户数量继续下降的情况。

而伽马数据发布的《2022年第三季度(7—9月)游戏产业报告》显示，今年7—9月，中国游戏市场实际销售收入597.03亿元，环比下降12.61%，同比下降19.13%，移动游戏表现不佳是市场规模负增长的主要原因。

今年三季报的数据反映了行业表现的起伏不一。今年第三季度，腾讯游戏收入为429亿元，同比下降约4.6%，游戏收入占总收入来源的31%，被收入占比32%的金融科技及企业服务反超。B站第三季度的游戏收入同比再次增长，营收占比25%。完美世界前三季度游戏业务实现收入54.48亿元，盈利15.47亿元，同比增长约100%，《梦幻新诛仙》《幻塔》《完美世界：诸神之战》等产品为良好业绩作出贡献。网易第三季度的在线游戏服务净收入为187亿元，同比增加9.1%，由于代理暴雪游戏的部分占营收比重不大，预计与之“分手”将不会产生很大影响。

此外，今年跑出的“黑马”也有目共睹。百奥家庭互动推出由经典页游IP衍生的手游《奥比岛：梦想国度》，第三季度活跃用户大涨189%，付费用户大涨222%。一些小程序游戏也“杀出重围”，如去年的《合成大西瓜》和今年的《羊了个羊》，后者背后的公司吉比特称，将拿出超10亿元“清仓式分红”，这相当于公司今年前三季度的净利润。

总体上，今年游戏创收的下滑似乎成了一种全球现象。Newzoo的一份新报告预测，游戏市场将在2022年产生1840亿美元的收入，同比下降4%。

百度智能云连续三个季度跑赢“大盘” “云智一体”深入产业”占先机

文/沈钊 图/受访者提供

近日，国际市场研究机构Canalys发布报告显示，2022年Q3中国云基础设施服务支出达到78亿美元，同比增长8%。“中国四朵云”格局未变，依然稳居市场主导地位，四家厂商合计占据80%的市场份额。其中百度智能云市场份额排名第四，年度增长12%，连续三个季度增速超过整体市场。



百度智能云的AI质检方案，除了化纤，已经广泛应用在纺织、电子、汽车行业。

在苏州常熟东南相互电子，AI检测PCB电路板，可以让头发丝大小的瑕疵无处可藏。智能化改造让报废成本一年降低1000多万元。在浙江美欣达集团的印染车间，AI不仅识别布匹瑕疵与色差比人工快2倍，还可以管控能耗，一年节省100多万元。

上述案例均是百度智能云深入产业一线，助力实体数字化转型的缩影。在过去几年中，各地实现上云的企业动辄以万计，但云要上好，更要用好，才能真正提升企业生产效率，加快产业升级。在百度智能云看来，只有深入第一线，才能了解企业之所，精准施策解决其数字化转型的痛点。

降低门槛 让企业真正用好AI

为了加速帮助企业实现“智能地随用随取”，12月27日，百度智能云发布国内首个全栈自研的AI基础设施“AI大底座”，面向企业AI开发和应用，提供端到端自主可控、自我进化的解决方案。百度集团执行副总裁、百度智能云事业群总裁沈抖表示：“AI大底座就是要帮助客户从上云，进入到用数、赋智的快车道，极大降低AI产业应用的门槛，提升效率，而企业只

需要把精力聚焦在场景业务上。”

“AI大底座”已经在金融、能源、智能驾驶等领域大规模落地，取得丰富成果。在金融领域，依托“AI大底座”，中国邮储银行构建了国内大型商业银行中首个落地的全行范围统一机器学习平台“邮储大脑”。目前，邮储银行的AI平台已经运行100多项AI能力，支撑18个业务系统。在电力领域，国家电网通过“AI大底座”建设“两库一平台”智能基础设施，在输电端构建起安全隐患识别模型、知识管理平台。在巡检一线，无人机接到指令后，可自主完成输电线路巡检作业。智能算法将识别准确率提升了30%，识别效率提升了5倍。

当前，百度智能云正以“AI+工业互联网”为特色，跨行业跨领域地为制造、能源、水务等工业企业、产业链和区域产业集群提供云智一体的整体解决方案，降低企业落地应用人工智能的门槛，承担起了助力企业数字化转型和智能化升级一步到位的“护航者”角色。统计数据显示，百度智能云已经在贵阳、重庆、桐乡、苏州、广州、宁波等约16个城市落地，并与电子、汽车、装备制造、钢铁、化工、水务等超过22个行业的300多家标杆企业建立合作。

Canalys则认为，中国云市场正在进入一个新时代。百度智能云的“云智一体，深入产业”战略领先行业，有望保持长期高速增长。



京东生鲜

温氏食品京东自营旗舰店

广告

版号紧张 竞争激烈

1219、679、468，这组显著递减的数字，依次对应近3年逐渐稀缺的过审游戏版号。国家新闻出版署公示信息显示，截至12月28日，2022年共有468个国产游戏版号过审，较2021年同比减少约31%，不到2018年的四分之一，再次刷新纪录成为“历史最少”。2021年，这一数字是679，2020年有1219个。

今年平均每天约只有一个幸运儿能获批版号，堪称

“版号寒冬”。9月，腾讯、网易才分别拿到今年首个版号，腾讯上一次获得版号还是在2021年5月。《王者荣耀》《荒野行动》等知名游戏可以为这些大厂带来稳定的收入，但老牌作品续航能力已在衰减，新的游戏还未“出头”。而对比大厂“青黄不接”的难题，中小企业拿不到版号则可能导致真正的生存危机。

10月，《放置奇兵》研发商卓杭网络CEO王伟发布

的内部信透露，将放弃重度游戏，明年开始只研发“中轻度游戏”。而一般认为，重度游戏更加难以通过版号审批。

值得留意的是，中国版权保护中心发表公告，根据疫情防控有关要求，自11月28日起暂停接收软件著作权登记邮寄申请材料，恢复时间另行通知。软件著作权号会影响没有内购、以广告收入为主的游戏产品，比如前段时间大火的小程序游戏。

降本增效 聚焦精品

面对逐渐收紧的版号，今年国内游戏行业新游供给相对稀少，并被倒逼出海。有媒体统计，三七互娱、完美世界等十余家A股游戏公司，今年在国内发行新游总数仅为个位数。而在海外则成就了《万国觉醒》《State of Survival》《原神》等爆款游戏。《2022年1-6月中国游戏产业报告》显示，2022年1-6月中国游戏产业报告显示，2022年1-6月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达89.89亿美元，同比增长6.16%。

版号减少带来的另一重影响，是企业更加注重“降本增效”，培育精品。近日，腾讯在线上召开了内部员工大会，今年的主题正是“降本增效”。大会认为，要继续加强和坚持降本增效，并且对此要形成一个习惯。

会上，马化腾表示，版号和政策对IEG影响确实比较大，希望探索更多合作方式，更好地拓展国际市场。他认为，从长期看，国内游戏市场的版号肯定是紧缩状态，不会像过去那么容易。“所以一定要聚焦精品，不要浪费任何一个版号的机会”。此外，马化腾公开反对腾讯去做那些同质化严重的业务。马化腾还表示不再相信买量，而买量正是早期国内游戏出海的重要手段。

一方面，据伽马数据，游戏产业进入了规模化、规范化和高质量发展的新阶段。另一方面，后疫情时代，随着宅经济走向完结，游戏领域竞争日趋白热化，2022年市场的风云变化，让降本增效、有效出海、争夺版号成了全行业关注的焦点。