

世嘉收购《愤怒的小鸟》开发商:加速进军手游市场

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

近日,日本电子游戏公司世嘉宣布将出资7.06亿欧元(约合人民币54亿元)收购《愤怒的小鸟》开发商Rovio。一家是手握众多经典IP的老牌主机游戏厂商,一家是通过卡通角色出圈的手游公司,二者的结合令不少玩家感到意外。

老牌主机商瞄准手游

具体而言,世嘉收购Rovio的目的有三点。

4月17日,世嘉宣布将以总价7.06亿欧元收购《愤怒的小鸟》开发商、芬兰手游公司Rovio。“这是一次友好的收购,Rovio的董事会已同意并表示支持这项要约收购。”世嘉方面表示,收购将通过世嘉位于英国的全资子公司进行,预计将于2024财年第二季度完成。

世嘉相关公告指出,收购旨在吸纳Rovio的手游开发实操能力和运营专长,加速开发世嘉现有游戏IP的移动兼容和多平台支持版本,从而加速其游戏产品组合的全球扩张。该公司援引IDC报告指出,全球游戏市场规模预计将在2026年达到2633亿美元,其中移动游戏市场占比将达到56%。“公司坚信必须对自己的游戏开发和运营能力持续投资,以进一步巩固其在这个快速增长的移动和全球游戏市场的地位,因此决定收购Rovio。”世嘉公告称。

具体而言,世嘉收购Rovio的目的有三点:利用Rovio的实际经验将世嘉游戏带到手游市场;扩大双方既有知名角色的粉丝群,如“愤怒的小鸟”和“刺猬索尼克”;借助世嘉的能力帮助Rovio旗下IP实现跨平台扩张。

世嘉CEO里见治纪表示:“在快速增长的全球游戏市场中,移动游戏市场拥有特别高的潜力,而加快在这个领域的扩张一直是世嘉的长期目标……Rovio拥有深受全世界喜爱的‘愤怒的小鸟’,还有许多技术娴熟的员工支撑其业内领先的手游研发、运营能力。历史上,世嘉

Rovio知名品牌“愤怒的小鸟”近年来存在感逐渐走低。该公司的品牌授权收入在2017年达到顶峰后就逐步下滑,占总收入比重从19.8%下降至3.5%。

游戏产业时评人张书乐对《中国经营报》记者表示,世嘉收购《愤怒的小鸟》开发商,事实上是逢低买入,为其后续打入手游市场创造机会。

已经面向不同平台推出了以‘刺猬索尼克’系列为代表的多款电子游戏。我相信通过将双方的品牌、角色、玩家群体、企业文化和功能相结合,两家公司将在未来产生巨大的协同效应。”

Rovio CEO Alexandre Pelletier-Normand表示,Rovio旗下值得关注的除了“愤怒的小鸟”IP,还有其技术潜力,“鲜为人知的是,我们还拥有行业领先的技术平台Beacon。该平台承载了20年的专业知识积淀,能够协助合作紧密的团队开发世界级的‘服务型游戏’(Game as a Service)产品。”

据Rovio官网介绍,Beacon是由该公司开发的一个技术平台,可以简化任何类型游戏的开发、发布、更新和实时运营。

服务型游戏是近年来被常常提起的一个概念。它并非特指具体游戏类型,而是一种商业模式。服务型游戏通过持续更新内容来增加用户黏性,刺激玩家消费,从而延长生命周期和IP热度。

今年1月,以色列手游公司Playtika曾提出以大约8.1亿美元的总报价收购Rovio。Playtika CEO Robert Antokol表示,“Rovio的知名IP和用户规模,与本公司的货币化和游戏运营能力结合”将创造出巨大价值。Rovio于2月宣布对这项收购提议进行战略审查。3月22日,Playtika宣布,两家公司之间的初步谈判已经结束,双方未达成收购协议。

依靠“小鸟”起飞

仅仅依靠“愤怒的小鸟”这一单一IP,并不能持续拓展Rovio的业绩空间。

Rovio是一家总部设在芬兰埃斯波的电子游戏开发商、发行商和分销商,由三名大学生创办于2003年(前身为“Relude”)。在推出51款游戏后,该公司濒临破产,急需爆款产品帮助公司起死回生。2009年,该公司第52款游戏《愤怒的小鸟》在8个月内被开发出来。《愤怒的小鸟》上线后,下载量迅速飙升。据该公司统计,包括《愤怒的小鸟》在内,该公司所有游戏的下载量在2022年达到了50亿次。

在获得巨大成功后,Rovio一边继续开发《愤怒的小鸟》续作,一边将这只粗眉红毛的小鸟周边化、影视化。2016年,《愤怒的小鸟》电影上映,系首部基于手游改编的电影作品。该片上映后大获成功,一度在50个国家和地区成为最卖座的影片。2019年,电影《愤怒的小鸟2》上映,登上流媒体平台奈飞。

随着“愤怒的小鸟”从弹弓上乘风而起,曾经陷入财务困境的Rovio收获资本青睐。2017年9月,Rovio以每股11.50欧元的发行价上市,上市首日大涨7%。

然而,仅仅依靠“愤怒的小

收购前景几何

“愤怒的小鸟”拥有可爱呆萌的形象,衍生链条的价值空间较大,隐形商业价值有待开发。

“愤怒的小鸟”是Rovio对外展示的重要招牌,也是该公司重点运作的资产。世嘉表现出对该角色的期待,称“愤怒的小鸟”和“刺猬索尼克”都是全球知名的标志性角色,两家公司的强强联合将呈现出激动人心的未来。

《愤怒的小鸟》首作于2009年12月发行。Rovio财务数据显示,这只13岁高龄的“小鸟”的品牌价值近年来有所下滑,逐渐成为过气网红。

Rovio业务主要分为两大板



近日,日本电子游戏公司世嘉宣布将出资7.06亿欧元收购《愤怒的小鸟》开发商Rovio。图为上海中国授权展,愤怒的小鸟展台。视觉中国/图

鸟”这一单一IP,并不能持续拓展公司的业绩空间。短短几个月后的2018年2月,Rovio股价因公司业绩不及预期经历过一次暴跌,跌幅达50%。截至2023年4月26日,Rovio股价为每股9.32欧元。

公开财务数据显示,Rovio 2017年至2022年的年度营业收入分别为2.97亿欧元、2.81亿欧元、2.89亿欧元、2.72亿欧元、2.86亿欧

元、3.18亿欧元;营业利润分别为3140万欧元、3150万欧元、1810万欧元、4250万欧元、3770万欧元、2860万欧元。截至2022年年底,Rovio拥有资产共计2.94亿欧元。

Rovio业务聚焦于以“愤怒的小鸟”IP为主的移动游戏。其大部分游戏有着免费的进入门槛,公司营收主要通过游戏内购、广告以及品牌授权获得。

世嘉是日本一家老牌游戏厂

的收购价似乎也颇有溢价;Rovio最重要的招牌“愤怒的小鸟”存在感也在降低。

关于收购价的考量以及对“愤怒的小鸟”商业价值的看法,记者联系世嘉方面采访,对方表示不予回应。

张书乐对记者表示,尽管Rovio不似从前风光,但世嘉也在没落。其认为,作为一个主机游戏厂商,世嘉从当年游戏主机争夺战中被索尼、任天堂碾压而败北后,需要开启游戏新路,且

商,业务范围曾遍及游戏机、游戏软件,一度与任天堂、索尼电脑娱乐和微软并称为“四大家用游戏机”制造商。2001年,世嘉停止游戏机生产,转型为单纯的游戏软件生产商。包括“索尼克”系列、“莎木”系列、“如龙”系列等在内的世嘉历代游戏作品在PC和主机平台积累起知名度和用户群体,近年来部分IP也面向移动平台推出了手游版。

在微软、任天堂、索尼、腾讯等游戏厂商纷纷用并购的方式在全球收割顶级游戏资源的大背景下,世嘉参与游戏资源购买争夺也不足为奇。

关于“愤怒的小鸟”,张书乐认为它作为一个全球知名的IP,拥有极高的品牌认知度和辨识度,并且拥有可爱呆萌的形象,衍生链条的价值空间较大,隐形商业价值有待开发,“世嘉事实上也算是逢低买入,也为其后续打入手游市场创造机会。”

游戏大厂抢占AIGC市场 中小企业路在何方

本报记者 李哲 北京报道

在ChatGPT带动下,AIGC(人工智能生成内容)热潮汹涌,其降本增效效应正受到越来越多的游戏企业关注。当前,网易、腾讯等游戏大厂纷纷加大该领域的研发布局。

不过,在游戏大厂积极推进

大厂抢滩布局

ChatGPT带着AIGC的浪潮汹涌而至,一众游戏大厂摩拳擦掌。业内人士甚至预测,下一个独角兽企业或将在AIGC领域产生。

4月23日,复旦大学与恺英网络子公司上海恺英软件技术有限公司签署《软件定制开发协议》,协议约定双方将共同致力于利用AIGC与AINPC相结合推进人工智能、虚拟现实、增强现实等领域新技术研发与应用。双方共同探索将AIGC技术运用到游戏产品AINPC研发中,打造互联网游戏产品更加精确和逼真的人工智能处理,从而提高游戏产品体验。

此前,腾讯AI Lab(腾讯人工智能实验室)在2023游戏开发者大会(Game Developers Conference)上发布了自研的3D游戏场景自动生成解决方案,通过AIGC技术,帮助开发者在极短的时间内打造出高拟真、多样化的虚拟城市场景,大幅提升游戏开发效率。

同时,由网易伏羲大模型提供技术支持的首个AI共创游戏设计,即将在《永劫无间》游戏内上线,玩家可以使用灵感词生成

AIGC之际,裁员、市场下滑的焦虑情绪也伴随着中小游戏公司和相关从业者。业内人士认为,在游戏这个科技试验场中,无论是移动互联网还是当前的AIGC,技术革新对行业造成的变革和冲击从未停止。对于以创意性为核心竞争力的行业,最终的市场走向还是要归结到游戏本身。

专属设计。据了解,这是网易游戏在AI领域的新探索,使用网易自有版权素材库数据对生成式AI进行深度定制,后续《永劫无间》还将结合AI技术进行时装开发。

早在2022年12月,昆仑万维就发布了“昆仑天工”开源,其AI生成能力已覆盖图像、音乐、文本、编程等内容模态,目前已有中国移动咪咕等公司测试使用。

昆仑万维CEO方汉表示,AIGC对现有的行业最主要的影响还是降本增效,而且这个降本增效不是百分比的降本增效,而是十倍、百倍的降本增效,这样会极大地提高内容生产的效率,解放生产力。所有的内容行业,包括游戏行业和影视行业,都有非常强的市场需求。

对于B端企业来说,之前要消耗的大量外包成本都可以节约下来,对于很多长尾行业,AIGC也能极大提高内容生产效率,甚至重塑行业赛道,衍生出更多的产业机会。

张书乐说道:“AIGC对游戏公司而言,可以覆盖几乎所有的流程,极大地提高研运效率,必然

游戏产业时评人张书乐接受《中国经营报》记者采访时表示,AIGC是个辅助性外挂,但创意开路之下,中小游戏公司和大厂同样有机会。大厂可以自研AIGC,但中小游戏公司也可以使用市场上已有的AIGC工具,就如同此前使用虚幻引擎一般,本质上依然在同一起跑线上。

是分秒必争去探索、使用的领域,尤其是在降本增效上效果显著。不入局,则意味着自动放弃机遇,确有掉队可能。”

近日,实时3D内容创作与运营平台Unity发布了《Unity 2023游戏报告》(以下简称《报告》)。记者注意到,报告中数据统计来源于使用Unity游戏开发平台23多万名开发者的数据,以及多个平台上超过42.3万名开发者的广告数据,在一定程度上是能够代表目前行业的真实情况的。

《报告》中提到,AI会更大地参与到游戏的开发过程。AIGC已经被用于开发人员的工作流程中。预计人工智能将通过生成图像、音频、视频甚至代码来进一步参与到内容创作流程。

“借助AIGC,未来在大型的3A游戏制作过程中,可以大大减少制作游戏的人员数量。国内的一些公司已经开始着手在这个领域尝试应用人工智能大模型来提高效率。这样在不增加研发人员的基础上可以同步研发更多游戏,真正做到将人口优势转化为人才优势。”互联网产业分析师丁道师说道。

中小企业路在何方

与大厂积极布局AIGC不同,巨额的资金投入对中小游戏企业而言是个不小的负担。

事实上,以ChatGPT为代表的大模型路线对资金的需求量是巨大的。据业内人士测算,大模型的人场券大概是5000万美元到1亿美元。超过千亿级别的大模型,它的训练大概需要1000—2000张A100的卡,硬件成本约5000万美元,加上人力、电力、网络支出,一年需要5000万美元到1亿美元的投入。

根据第三方机构伽马数据发布的《2022—2023中国游戏企业研发竞争力报告》,2022年,中国市值TOP10企业游戏研发费用合计预计超过380亿元,连续多年保持高速增长。可见,尽管2022年游戏市场规模下滑,但头部企业仍然保持了较高的精品研发意愿,其研发竞争力持续提升。

巨大的投入对于中小游戏企业而言并不友好。而在当前游戏大厂纷纷加入AIGC战团之际,中小游戏公司将如何破局?

对此,张书乐向记者表示:“作为创意行业,游戏公司确实有资本带来的实力问题,但游戏更讲求玩法、体验上的创意和创新,并非简单地用金钱堆砌特效来做大片。因此,只要游戏有独特的灵魂,就能活得滋润。”

“AIGC是个辅助性外挂,但创意开路之下,中小游戏公司和大厂同样有机会。大厂可以自研AIGC,但中小游戏公司也可以使用市场上已有的AIGC工具,就如同此前使用虚幻引擎一般,本质上依然在同一起跑线上。”张书乐进



4月23日,复旦大学与恺英网络子公司签署《软件定制开发协议》,双方约定共同探索将AIGC技术运用到游戏产品AINPC研发中。图为2020长三角国际文化产业博览会,恺英网络展台。视觉中国/图

一步说道。

记者注意到,独立开发商如今不再需要从零开始做项目了。现在他们更多地是使用第三方资产来原型开发以及测试。有大约62%的独立开发商在游戏研发过程中使用5至14份资产包。数据显示,46%的独立工作室可以在一个月内完成游戏原型测试。在第三方预制组件的帮助下,工作室可以在更短的时间内测试更多的想法,把游戏考虑得更全面。

银河证券研究院研报指出,长期来看,AIGC有望帮助游戏厂商实现场景和原画的低成本、高质量的批量生产,从而实现游戏厂商的降本提效。

在张书乐看来,AIGC将使一

些技术上的简单劳动被替代,但深度创意依然需要游戏从业者自己去思考和完善,AIGC只能提供辅助和些许创意延伸。

方汉表示,不用太担心ChatGPT的冲击,保持开放的心态去了解去应用。作为B端的企业,最有价值的仍是这些行业数据以及企业在该领域里的深耕与积累,可以将企业的积淀与AIGC结合起来,提升企业的竞争力。

记者注意到,随着AIGC的持续投入,包括字节跳动、昆仑万维在内的多家国内公司研发的AI大模型已经走上了完全开放和开源的道路。随着开源的进程,无疑将吸引更多开发者加入,进而提升中小游戏公司应用大模型的友好程度。