

# 心动公司“翻身”之仗：盈亏平衡目标能否实现？

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

提出以盈亏平衡为目标一年后，心动公司(02400.HK)交出2022年答卷——公司收入创下新高，毛利和毛利率实现增长，亏损进一步收窄。心动公司的“翻身”，主要得益

## 走出业绩低谷

2022年版号恢复发放，给心动公司旗下移动游戏平台TapTap带来一定提振作用。

3月30日，心动公司发布2022年业绩公告。财报显示，心动公司在2022年收入同比增长26.9%，达到34.3亿元，创历年最高；毛利同比增长49.7%，达到18.4亿元；毛利率从45.4%增长至53.5%；年内亏损从9.2亿元下降37.4%至5.7亿元。

心动公司快速走出业绩低谷，主要得益于《香肠派对》的业绩提升，以及数款新游的上线。财报显示，2022年，心动公司的游戏业务收入同比增长22.0%至24.5亿元；其中，网络游戏收入较上年同期增长了29.5%，达到23.1亿元。《香肠派对》是一款于2018年4月在中国上线的战术竞技游戏。财报披露，该游戏在2022年活跃用户数和付费率屡创新高，拉动公司网络游戏业务整体MPU(平均月付费用户数)同比增加61.0%，达到157.3万人。

## 降本增效成果显现

TapTap国内目前距离用户天花板还很远，所以公司并不担心用户增长的潜力。

由于此前持续大额投入研发录得亏损，心动公司在去年采取了一系列降本增效的措施，其中在研发端的削减尤为明显。财报显示，其经调整息税折旧摊销前亏损已较2021年同期大幅收窄56.7%至3.5亿元。

财报披露，由于游戏分部的项目重组等，截至2022年12月31日，心动公司研发人员数目为1196人，较2021年底下降了439人；研发开支同比增加3.4%至12.8亿元，主要

于新游上线和《香肠派对》游戏的长生命力。此外，公司采取降本增效措施，削减研发人员；版号发放也对公司旗下TapTap业务线和游戏研发带来提振作用。

不过，TapTap在2022年并非全年维持高速增长。其在2022年

心动公司在2022年上线《派对之星》《火力苏打》《火炬之光：无限》及《浣熊不高兴》四款自研网络游戏。公司财报显示，《派对之星》于2022年2月在海外市场上线，并在日本长时间占据苹果商店免费游戏下载榜的前三名，同年4月在中国上线；《火力苏打》于2022年5月在海外市场上线，在全球171个国家和地区获得了苹果商店的推荐，并在11个国家和地区获得了苹果商店免费游戏下载榜的第一名；《火炬之光：无限》于2022年10月在海外市场上线，以支持PC、安卓及苹果系统互联互通及赛季制的运营模式，得到了暗黑类游戏爱好者的认可。

不过，心动公司CEO黄一孟在业绩会上表示，《火力苏打》和《火炬之光：无限》在海外的商业化成绩与预期的仍有差距。《《火炬之光：无限》作为赛季制游戏，

下半年的用户规模和活跃度同比略有下降。该公司相关人士对《中国经营报》记者表示，这与公司主动减少投放有关，“我们希望用户增长不是单纯依靠投放，而是通过产品的不断完善，把用户长久地留下来”。

其第一赛季的情况不错，第二赛季比预期会差一些，第三赛季会在全球上线，对于产品的改进会以赛季为单位进行。”黄一孟介绍，“T3(《火力苏打》)在海外商业化超过一年后，核心玩法会进行改变，从3V3改成5V5，包括英雄相关的调整都在进行。”

2022年版号恢复发放，给心动公司旗下移动游戏平台TapTap带来一定提振作用。心动公司相关人士对记者表示，按照目前的版号发放节奏，一年会新增接近1000个版号，意味着TapTap商店有1000个新SKU(单品)上架，“这无论对玩家选择新游戏，还是对TapTap的推荐系统都会有非常好的帮助，也会带动游戏的买量，实现TapTap广告收入的增长。”该人士还表示，在版号恢复发放的大前提下，公司自研游戏也更有望在国内上线，有非常



3月30日，心动公司发布2022年业绩公告，报告期公司营收同比增长26.9%，达到34.3亿元，创上市以来新高。图为心动公司TapTap办公室。视觉中国/图

好的正面效果。

“去年TapTap收入还是显著增长的，因此并没有感到特别‘寒冬’。”谈及游戏市场的投放，黄一孟在业绩会上表示，“今年版号的回暖，预计对投放市场会有正面意义。”

心动公司财报显示，2022年，TapTap中国版MAU(平均月活跃用户数)达到4150万，同比增长31.3%；游戏下载次数为8.01亿次，同比增长38.3%；新增发帖数量为820万帖，同比增长22.1%。包括TapTap在线推广服务在内的信息服务收入同比增长41.3%至9.8亿元。

“相较于前几年整个互联网行业不计成本和质量的UA，我们希望用户增长不是单纯依靠UA，而是通过产品的不断完善，更好满足玩家需求，把用户长久地留下来，再来结合高质量的UA来一起推动用户增长。”该人士表示，今年，心动公司仍会结合在年底要实现公司级盈亏平衡的目标，综合考虑UA的成本和收益，重点提升用户质量以及对TapTap的满意度，同时实现用户增长。

## 盈亏平衡目标未变

对于已经工业化的游戏公司来说，AIGC完全接入 workflow，形成规模化的生产力，尚需一定时间。

关于心动公司对业绩的预期，该公司相关人士表示，去年黄一孟曾在股东信中表示要在2023年实现盈亏平衡，这一目标仍未改变，“我们的两款游戏《火力苏打》和《火炬之光：无限》已经拿到版号，另一款自研作品《铃兰之剑》也有望在今年年内拿到版号。其实我们对于今年整个业务的持续改善和提升还是有信心的”。

据透露，《火力苏打》和《火炬之光：无限》预计于五六月在国内上线。财报显示，心动公司目前有四款网络游戏处于研发阶段，其中《铃兰之剑》预计于2023年第二季度或第三季度开启海外测试。

关于近期备受热议的AIGC(人工智能生成内容)技术，上述人士对记者表示，心动公司是游戏行业内较早对AIGC进行探索和研究的公司之一，预计该技术在两个方面对公司业务带来提升：在TapTap方面，由于该平台沉淀了大量游戏相关内容，非常适合用来针对性地做训练；在美术中台方面，心动公司大约两个月前尝试把AIGC融入工作

流，经过Stable Diffusion(文生图模型)训练之后发现效果值得期待。“如果要真正形成非常高效的的生产力和工作流，预计还要半年左右。”该人士说。

在业绩会上，黄一孟表示，AIGC对游戏行业会产生三个方向的影响：AI参与游戏制作，平台通过AI提供新的服务，以及AI给玩家提供不同以往的游戏体验。“对于小开发者来说，以前完全没有美术能力、做不成游戏，现在借助MJ、SD(人工智能绘画工具)可以获得一定的美术能力，把以前做不出的游戏做出来了。对于已经工业化的游戏公司来说，AIGC完全接入 workflow，形成规模化的生产力，尚需一定时间，比如半年后。所以未来趋势是，小团队可能借助AIGC做出有创意的游戏，这对于TapTap是有利的。”黄一孟说，“大家可能会高估AI在短期带来的变化，现在哪怕ChatGPT也无法给用户带来完全与真人对话一样的体验，且未来方向也未必是NPC的AI化。我们目前保持了很强的关注度，公司也有小团队在进行相关的探索。”

# 游戏“冬去春来”

本报记者 李哲 北京报道

2022年，全球游戏产业承压，部分公司业绩受挫，相继发布裁员计划应对困境。进入2023年后，伴

## 市场罕见下滑

从2022年的业绩表现来看，可谓“几家欢喜几家愁”。其中，腾讯2022年游戏业务年收入为1707亿元。分市场来看，本土市场游戏收入为1239亿元，同比下降4%；国际市场游戏收入为468亿元，同比增长3%。

网易在2022年的游戏和相关增值服务净收入745.66亿元，其中在线游戏净收入占比92.5%，约合689.7亿元，手游净收入占在线游戏收入比重67%，约合462.1亿元。

被称为“游戏茅”的吉比特则在2022年实现营收51.68亿元，同比增长11.88%；净利润14.61亿元，同比下滑0.52%。

此外，2022年手游实现营业收入总收入27.14亿元，同比下降31.41%；净亏损2.169亿元。

记者注意到，2022年国内游戏市场呈现近年来罕见的下滑局面。《2022年中国游戏产业报告》统计数据显示，2022年国内游戏市场实际销售收入为2658.84亿元，同比减少306.29亿元，下降10.33%。其中，移动游戏市场实际销售收入为1930.58亿元，比2021年减少324.80亿元，同比下降14.40%；自2014年以来，7年间增长8倍的中国移动游戏市场，出现了首次下降。

此外，《2022—2023中国游戏企业研发竞争力报告》中提到，2022年中国自主研发网络游戏实际销售收入达到2223.77亿元，同比

随ChatGPT引领的新一轮人工智能浪潮，游戏产业内容制作端悄然生变，市场对游戏产业回暖复苏的预期提升。

游戏产业时评人张书乐向《中



进入2023年，游戏市场迎来转机。图为上海三月兽手办店内，顾客正在用手机拍米哈游旗下手游《崩坏3》的角色手办。视觉中国/图

下降13.07%；新品游戏表现持续下滑，2022年移动游戏流水TOP20中仅有一款为新游。

开源证券研报指出，2022年国内游戏行业首次出现负增长。首先，2021—2022年间因版号问题导致各厂商产品上线周期受影响，2022年精品游戏供给不足；其次，受疫情影响，用户消费需求有所下降；此外，受未成年人防沉迷政策影响，游戏用户数量及充值流水有所下滑。

业内人士表示，2022年受上述因素影响，在国内游戏市场占据主力地位的互联网游戏业务受到冲击，致使游戏领域公司业务承压。

与此同时，海外游戏市场同样在2022年遭遇滑铁卢。记者注意

到，Sensor Tower发布的《2023年全球移动游戏市场展望》(以下简称《2023展望》)中提到，2022年全球手游收入首次回落至788亿美元，同比下降近9%，但仍比2019年收入高出25%。

受到游戏市场下滑影响，海外游戏公司近日陆续曝出裁员消息。据路透社3月29日报道，Electronic Arts(EA)宣布将裁员约6%，并减少办公空间。该公司也成为了首家宣布裁员的全球知名视频游戏发行商。

此外，公开信息显示，Meta计划减少部分奖金发放，并增加员工绩效评估频率。此前，2022年11月，Meta宣布裁员1.1万人，占员工比例的13%。

## 重回上升通道

进入2023年后，游戏市场迎来转机。

“国内游戏产业已经走上了精品化和出海的快车道，红利‘天花板’正在被打破。版号发布已经趋稳，市场也将从下行回归到增速放缓状态。”

记者注意到，随着3月23日国家新闻出版署发布2023年3月份国产网络游戏审批信息，2023年以来，已经有261款国产游戏过审，超过去年同期。

银河证券研报提到，短期来看，随着新一轮产品周期开启，盈利端叠加政策端释放的积极信号有望提振游戏行业估值。

据《2023展望》预计，2023年全球手游收入重回上升通道，2027年预测收入将突破920亿美元。

游戏精品化趋势下，游戏公

## AIGC提振信心

与此同时，作为数字经济的超级试验场，游戏产业价值正被重估。特别是2023年以来，AIGC(人工智能生成内容)概念火热，游戏赛道受到更多关注。

银河证券研报指出，AIGC在游戏开发运营中的应用将不断推进，提升研发效率，丰富游戏可玩性和表现力，大幅度实现游戏厂商的降本增效。

记者注意到，聚焦在AIGC领域，腾讯、网易、昆仑万维、字节跳动等国内企业已经围绕内容创作、智能检索、文本分析等多个领域入局并建立大模型体系。其中，字节跳动、昆仑万维则通过开源方式吸纳更多开发者。

昆仑万维CEO方汉谈及AIGC对当前行业的影响时表示，

司将注意力更多的聚焦在研发和游戏创意方面。记者注意到，网易在2022年研发投入超150亿元，占营收的15.6%。

吉比特方面表示，就目前来说，其面临的主要问题是考虑如何将产品做的更好，让用户更喜欢。

吉比特董事长兼总经理卢竑岩表示，公司储备的多个自研、代理产品都在有序推进当中，涵盖放置养成类、模拟经营类、Roguelike、RPG、策略类等多元化游戏品类。

张书乐表示，“2023年游戏行业中或许将诞生真正意义上的国产3A游戏大作，整个游戏产业趋势整体向好，一些游戏中生代公司(米哈游、莉莉丝、叠纸、鹰角)正在强势崛起，带动游戏行业探索更多的可能。”

在海外市场财报电话会议

最主要的影响还是降本增效，而且这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。

此外，网易方面表示，公司在AIGC等相关领域的技术已有储备，2018年启动GPT(生成式预训练)模型研究。网易表示，目前已自研数十个超大规模预训练模型，覆盖自然语言、文图跨模态、文音跨模态、智能抓取、情绪感知等多种模型领域。

“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，真正做到了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。

记者了解到，昆仑万维已经将AIGC技术应用在内容创作领域。“通过AIGC的赋能，我们生成内容的能力、效率和质量得到了大幅提升。”方汉说道。

据悉，过去昆仑万维游戏板块完成一期游戏配乐项目需要4—6个月的时间，现在通过AIGC，同样的项目只需两周交付，资金成本大幅降低。除了音乐模板，自动生成图像技术也为昆仑万维减少了每年数百万元量级的资金成本。