

在内容中“淘金” 游戏周边生意火热

□ 本报记者 闫利文/摄

6月13日,《原神》“郁林与飞沙”系列周边产品首发,包含T恤、短袖衬衫、包、“甘雨·循循守月”手机散热器B7X、“八重神子·浮世笑百态”游戏手柄套装礼盒等;6月17日,《黑神话:悟空》的实体豪华版登京东游戏周边榜首位,实体豪华版和收藏版除了游戏本体,还附带多个实物周边,例如1:1尺寸的紫檀、1:6的主角可动人偶等;6月24日,《光与夜之恋》踏云西游系列新品、周年纪念Q版迷你徽章组、光启之星系列新品等周边正式开售,包括徽章、挂画、亚克力色纸、双开门屏风色纸、蓝三藏解压捏捏……

近年来,越来越多的游戏公司在游戏周边上发力,玩偶、文具、服装、徽章、贴纸、立牌等形式的周边产品吸引了不少游戏玩家和消费者购买。一些限定、首发周边的价格在二手交易平台甚至高出10倍以上。部分游戏还未正式上线,相关周边产品已经亮相。随着游戏周边成为游戏标配,游戏产业也迎来新发展机遇。

游戏周边链接新老玩家

游戏周边是指以游戏为载体,对其周边的潜在资源进行挖掘,包括以游戏为主概念的玩具、食品、饰品等实物,同时也包括音乐、图像、书籍等文化产品。产品价格根据周边形态来看,既有几十元的饰品,也有上千元的手机。游戏周边在为游戏玩家提供情感寄托的同时,也凭借成功的IP打造吸引更多游戏“小白”。

6月2日,在北京朝阳公园举办的“猫和老鼠奶酪日”上,往返于各个周边售卖点的消费者也被《猫和老鼠》官方手游体验区吸引。“没想到游戏的钥匙扣周边这么可爱,可惜来晚了,已经没有了,不过我们可以去体验下游戏,还从来没有玩过。”家住朝阳区的李女士告诉记者,自己并不是《猫和老鼠》官方手游的玩家,但看到这么多可爱的周边,还是很愿意去体验《猫和老鼠》IP衍



图为消费者选购游戏周边产品。

生的游戏。

如果说《猫和老鼠》官方手游自带IP,那近两年火爆的《蛋仔派对》则不断打造IP。记者在北京市多个商场售卖玩具的店铺内看到,《蛋仔派对》的周边玩偶、盲盒手办等吸引不少消费者围观。丰台区物美大卖场某售卖《蛋仔派对》玩偶店铺的工作人员告诉记者,尽管《蛋仔派对》是一款手游,但购买玩偶的消费者除了游戏玩家外,有一大批是非游戏玩家。“消费者没有玩过游戏,但从各种渠道也了解了《蛋仔派对》,购买玩偶更多是被玩偶外观吸引,甚至会去下载游戏试玩。”上述工作人员表示。

某全球著名咨询公司商品战略顾问总监潘俊接受采访时说,游戏周边与游戏IP紧密相连,具有极高的辨识度和情感价值。玩家们往往对游戏中的角色、故事情节、设定等有深厚的情感依赖,因此周边产品成为了满足他们情感需求的重要途径。此外,游戏周边的设计往往融入游戏元素,具有独特的视觉效果和创意设计,这也吸引了消费者的眼球。

游戏周边品质是关键

《淘天2023年度IP价值榜》显示,2023年全年淘宝及天猫全平台IP商品成交数据排行TOP50的IP中,游戏IP有9个,国产游戏IP占了其中的7个席位。

随着国产游戏的不断发展,依附游戏IP快速发展的游戏周边,如何才能实现长红?

北京社科院副研究员王鹏表示,游戏周边的品质直接关系到玩家的购买体验和后续的口碑传播。因此,保证产品的品质是至关重要的。从材料选择到制作工艺,每一个环节都需要严格把控。

除了产品品质、创新设计之外,游戏周边作为游戏衍生品,更需要高质量的游戏内容输出。游戏产业时评员张书乐认为,打造游戏周边要实现长红,最需要达成的就是游戏自身的长红与迭代,进而通过二次元衍生出动漫、影视、歌曲乃至主题公园等周边形态,而不是仅仅围绕手办、绒毛玩具等简单周边进行孵化,同时还需要注意游戏IP的年龄覆

盖,和粉丝的年龄增长一起增长。例如高达,其伴随动漫成长40年,动漫越发精细的同时,其周边由粗线条玩具到细分不同年龄层的各种高达产品,形成强大周边矩阵。

在产业观察家洪仕宾看来,游戏周边是一个有潜力的生意,只要能够提供高质量、独特的设计和有良好的售后服务,就有可能吸引消费者并取得成功。然而,要想实现长红,还需要在产品管理、IP维护和推广等方面下功夫。

游戏周边生意带动产业发展

与游戏内容配套的周边产品开发已经成为不少游戏的标配,游戏公司着力打造的IP又如何带动行业发展?

“游戏周边作为游戏标配不仅是一个好生意选择,更对行业发展具有积极的意义。”王鹏表示,对于游戏公司而言,游戏周边作为一种额外的收入来源,可以有效地提升公司的盈利能力。通过游戏周边的销售和推广,游戏公司的品牌影响力可以得到进一步提升,优质的周边产品也能够增强玩家对游戏的忠诚度和黏性。此外,游戏周边的生产和销售需要多个环节的配合,包括设计、制造、销售等。因此,游戏周边市场的繁荣不仅能够推动相关产业的发展,还能够为社会创造更多的就业机会。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示,游戏周边成为游戏标配确实是一个好生意,因为它为游戏产业带来了新的收入来源,同时也为玩家提供了更多的选择和满足感。对于行业发展而言,游戏周边的发展有助于延长游戏产品的生命周期,促进游戏市场的多元化和繁荣。此外,游戏周边市场也有助于培养更多设计师和艺术家,为游戏产业提供更多的艺术支持。

此外,潘俊认为,游戏周边成为游戏标配是一个双赢的选择。周边产品的销售可以为游戏公司带来更多的合作伙伴和赞助商,从而推动游戏产业的商业化进程。

□ 本报记者 暴梦川

最近,一款国产3A游戏(指开发成本高、开发周期长、消耗的资源多的游戏产品)的预售,在网络上引起了讨论热潮。这款名为《黑神话:悟空》的游戏,6月8日首轮预售就有约70万人预约抢购。自2019年开始,我国自研游戏产品海外销售收入已连续第5年超过1000亿元。从0到千亿元的“出海”成绩,中国游戏企业只用了不到30年。进入2024年,中国游戏厂商在研发、技术、运营等方面实力不断增强,中国也成为全球游戏产业的重要一极。

国产游戏“出海”成绩亮眼

作为一款以《西游记》为背景的动作角色扮演游戏,相关数据显示,截至6月11日,《黑神话:悟空》全球销量突破50万份,判断销售额超过1亿元。

近年来,国产游戏“出海”成为一大趋势。《原神》《崩坏:星穹铁道》等一系列国产游戏在海外市场的成功,证明了国产游戏在国际市场上具有较强的竞争力。这些游戏不仅为玩家带来了丰富的游戏体验,更成为中国文化“走出去”的重要载体。

中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会、中国游戏产业研究院联合发布的《2023年中国游戏产业报告》显示,去年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为163.66亿美元,规模连续5年超千亿元人民币。

“这表明中国的游戏产业正在不断发展壮大,同时也反映了中国文化的国际影响力正在加强。”产业观察家洪仕宾告诉记者。

传统文化助力国产游戏打造“护城河”

记者观察到,这些成功“出海”的国产游戏都有一个共同点——对中华传统文化的深入挖掘与运用。据了解,国产游戏企业在游戏角色设计中借鉴中华传统人物,并且在游戏环境与物品设计中采用中华传统文化要素,已成为行业内的普遍做法。

中国音数协游戏工委此前开展的文化调研报告显示,84%的中国游戏企业在游戏角色设计中借鉴了中华传统人物,98%的企业在游戏环境与物品设计中采用了中华传统文化要素。

这种将中华传统文化与现代游戏相结合的做法,不仅为游戏增添了独特的魅力,更为中华传统文化的传播和普及开辟了新的途径。洪仕宾强调:“传统文化为游戏提供了丰富的素材和灵感,使游戏更具特色和吸引力;同时,通过游戏这一现代媒介,我们可以更好地弘扬和传承中华优秀传统文化,增强文化自信。”

在游戏产业时评员张书乐看来,国产游戏对传统文化的钟爱,实际上是在用“情怀+传统”构筑一道独特的“护城河”。他表示,“这种护城河不仅是国产游戏在市场上的竞争优势,更是我们在全球竞争中展现独特魅力的关键所在。”

全球51%头部科技企业布局游戏产业链环节

6月21日,《中国游戏产业新质生产力发展报告》发布,数据显示,现阶段全球头部科技企业布局游戏产业链环节的占比达51%。由于用户需求提高、关联科学技术发展等原因,游戏企业对GPU技术、网络技术、AIGC等技术需求持续提升,进而推动了芯片、网络服务、AI、硬件设备等不同科技领域企业对于游戏产业的布局,并持续提升自身的技术能力以满足游戏产业的需求,这显示出游戏产业在推动科技企业高质量发展过程中的重要作用。

2023年,国内游戏市场实际销售收入3029.64亿元,同比增长13.95%,首次突破3000亿元关口;用户规模6.68亿人,同比增长0.61%,为历史新高点。市场和用户规模的双增长,离不开游戏行业生产力的提升。报告认为,游戏产业现阶段已成为诸多前沿科技的应用场,产业本身的科技属性持续提升。

全球头部科技企业在网络技术(指在网络领域与游戏企业有业务关联,如云服务、算力资源、云游戏等)、用户渠道(指可以直接获取游戏用户的需求,例如广告平台、下载商店等)、硬件设备(指生产游戏强关联设备,如手机、电脑、主机、VR设备等)游戏关联领域布局比例较高。

国产游戏风靡全球 传统文化成新「护城河」

观点

发展电子竞技需提升自研实力

近日,国际奥委会执委会向国际奥委会全会提议举办奥林匹克电子竞技运动会。电子竞技进入国际体育赛事已经有多年探索,从2021年的奥林匹克虚拟系列赛到2023年6月于新加坡的奥运电子竞技周,而在亚运会层面,从2018年雅加达亚运会电子竞技表演赛,到2023年杭州亚运会上,电子竞技首次作为正式比赛项目亮相。

也就是说,作为一项体育运动,电子竞技的发展已经日渐成熟,并且得到更多认可,这样的认可既有来自体育方面的,也有来自经济方面的。投资者正在对电子竞技产业保持热情,在今年年初举行的第六届中国电

竞产业大会上发布的《2023年中国电竞行业研究报告》显示,去年我国电竞市场规模约为1664亿元,同比增长5.4%。在企业层面,天眼查数据显示,截至目前,我国现存与电竞相关的企业9.8万家,其中今年1月—5月新增1.1万家,投资者对电子竞技的热情由此可见一斑。

事实上,当下电竞产业已经形成一定的产业链条,经营模式与传统体育项目有相似之处,也有不同之处。相似之处在于,两者一般都有专业的俱乐部和场馆等作为赛事的提供方,也有电视台、网络平台等作为内容传播方,并且往往有相应的衍生行业。不同之处在于,不同

的电子竞技项目,有其专门的游戏开发者和运营商,位居产业链条的上游。电子竞技对抗是基于特定电子游戏的规则和数据,而这些规则和规则制定是由游戏开发者和运营商制定并掌握的,且可以变化。游戏开发者和运营商通过游戏版权、游戏代理权、游戏道具和提供相关游戏服务等方式获取收益。

换言之,电子竞技产业发展,收益最大的往往是游戏的开发者和运营商。正因如此,面对电子竞技产业的蓬勃发展,如何提升自主研发实力,打造具有国际影响力的游戏,值得国内企业进一步探索。要知道,一个能够在国际赛事舞台上拥有

一席之地,也需要有大量海外玩家参与其中,在海外形成一定的影响力和竞争力。

还有一点不容忽视,电子竞技产业的发展也带动了相关衍生行业,但衍生行业往往会涉及游戏中的各类元素。但是,游戏中的各种元素,从名称、标识、人物角色、动画视频等,都可能涉及著作权、商标权、专利权等多种知识产权,相关知识产权往往归属于上游的游戏开发公司等。也就是说,电子竞技衍生行业的发展,很难绕开这些知识产权。如何通过具有自主知识产权的电子竞技项目,带动相应衍生行业进一步发展,同样值得探索和思考。(工人日报)

北汽福田在埃塞俄比亚举行大客户交车签约仪式

6月22日,北汽福田在位于埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴的旗舰店内举办主题沙龙,并发布了其国际化战略,重点推动非洲和埃塞俄比亚的业务发展。这一举措表明北汽福田作为中国商用车企业的领导者,在非洲地区将加速高质量发展,并深化属地制造。

活动中,北汽福田举行了埃塞俄比亚大客户交车仪式。作为一家从事运输、建筑、矿产等多领域运营的跨国公司,该客户自2013年以来已累计采购超过400台福田车辆,对福田汽车的高质量产品、可靠服务及备件支持给予高度认可。此次交付的100辆AUMAN重卡,专为非洲复杂路况开发,具备省油、耐用和强承载能力。活动现场,双方还签署了后续大批量采购的谅解备忘录(MOU),充分展现了双方合作共赢的前景和信心。

北汽福田非洲战略正式发布,将通过3个三年行动计划,完成产品、网络、服务、配件、金融、人才等全价值链的体系能力建设,实现重卡、皮卡等重点业务突破,成为非洲商用车领导品牌。在这一战略下,北汽福田以开放、合作的姿态,与本地合作伙伴共同发展。目前,北汽福田在非洲的网络覆盖超过220家,在埃塞俄比亚、南非、肯尼亚、加纳、尼日利亚等地设有12个KD工厂、43个配件库以及8个培训中心等配套设施。通过加强本地化布局和提升非洲竞争力,北汽福田不仅为本地产业链创造了价值,还为社会提供了就业机会,促进了非洲的可持续发展。

埃塞俄比亚作为非洲人口第二大国和东非最大经济体,是世界上经济增长最快的国家之一,也是北汽福田在非洲本地化发展的重要市场。

在此,北汽福田设立了KD工厂,主要生产重卡、轻卡、微卡、VAN、皮卡等7款车型,年产量预计达到2500辆,并将于今年7月投产。这不仅将扩大北汽福田在埃塞俄比亚市场的品牌影响力,还预计每年增加240个工作岗位。作为战略重心,北汽福田将埃塞俄比亚定位为东非区域核心市场,通过KD工厂提升全系产品销量,以更高的产品竞争力和更低的TCO运营成本为本地客户创造更多价值。响应当地政府的电动化战略,北汽福田将逐步引入轻卡、微卡和VAN等电动车,力求打造埃塞俄比亚新能源商用车第一品牌。

在中非合作论坛框架下,推动非洲绿色低转型与可持续发展既是挑战,也是机遇。当前,非洲国家的电动汽车市场处于发展初期,市场潜力巨大。北汽福田早在2003年便启动了新能源汽车技术的研发,自主掌握“三

电”核心技术,实现纯电、混动、氢燃料电池等多路线发展,新能源产品已覆盖全商用车,定制化满足国际技术要求。其纯电动轻卡、VAN、公交车等产品已通过WVTA欧盟整车型式认证,全面进入南美、亚太区域,并进入德国、意大利、波兰等欧洲发达国家市场。从中国走向全球,北汽福田将逐步推动非洲商用车电动化产业发展,将非洲市场打造成全球电动化的重要一环。

北汽福田的非洲战略布局,彰显了其对非洲市场的重视和投入,也体现了中国企业在“一带一路”倡议下深化国际合作、实现共赢发展的决心。北汽福田将继续秉承开放、合作、共赢的精神,与非洲各国紧密合作,共同推动非洲商用车市场的发展,为中国汽车产业的国际化进程贡献力量,书写中非经贸合作的新篇章。(苏明悦)

抓细节重创新 彰显人性化服务

大理石地砖大厅,全覆盖式三材造型吊顶,分区分级灯光照明……走进先宝医院,宽敞明亮的就诊大厅让人如同进入五星级酒店,筒灯、射灯、LED灯带等多种照明方式,让整个大厅空间层次丰富。

抓细节、重创新,是项目施工的一大亮点。先宝妇产医院是一家妇产专科医院,项目团队围绕“豪华不失温馨、大气优雅不失精致细腻”的设计理念,不断优化工艺,运用优质材料,在各个细节处突破创新。

中建二局装饰公司北京分公司先宝医院项目团队实行“一区一案”灯光色温设置,公共区域采用4000K色温光源,较接近于自然光,给人一种愉快、轻松的感觉;病房区采用3500K色温光源,呈现出略微偏暖的灯光,营造出健康、舒适的氛围;诊疗区采用6000K色温灯光,偏冷更加明亮,使人更加容易集中精力。在设置光源色温时,将色温与人体感受相结合,进行分区分级色温灯光布置,确保打造出医院高标准体验感受。

中建二局装饰公司高标准推进医院项目建设

北京先宝妇产医院位于北京市通州区,是一家二级妇产专科医院,总建筑面积约1万平方米,地上5层,地下1层。目前,北京先宝妇产医院工作人员,正在进行办公室和各医疗区细节布置,为竣工验收后的开诊进行提前筹备。

是边区,都能展现出极度均匀的光线,整体效果远超普通医院。这究竟是如何做到的呢?

灯光效果主要是看油工工艺。以吊顶灯光为例,目前常规施工都是先做吊顶,然后再进行灯槽油工施工,导致部分灯槽宽度较窄,油工活很难做到位,使得槽内平整度差,造成灯光反射不均匀,严重影响最终效果。项目团队在施工时,先对灯槽内侧板和顶板进行油工处理,然后再做灯槽,这就保证了灯槽内的腻子涂料平整,使槽内灯光效果均匀,最终实现完美效果。

在医院,由于受到多重影响,如何减少地面自流平开裂,一直是行业难题。在项目施工中,项目团队优化自流平材料,同时突破性创新施工工艺。为减少后期地面开裂,项目团队采用强度较高的水泥基自流平,考虑结构板荷载,调整工序做法。尤其是在钢网片,项目团队从传统整铺钢网片,改为留缝分段铺。钢网片主要作用是防止因基层混凝土开裂而导致自流平裂缝,进行钢网片分区分段施工,采用预留伸缩缝再统一灌缝的方式,能够最大程度减少后期地面开裂的问题。

此外,中建二局装饰公司北京分公司先宝医院项目团队还将石膏板吊顶从传统留槽工艺改为不锈钢压条,不但提升美观度,还大幅提升工效;将电梯厅岩板从瓷砖改为仿石材大岩板,实现墙面花纹自然连续,提升整体效果、节约施工成本。在先宝妇产医院,项目团队正是用这一件件看似不起眼的“小优化、小创新”,实现了医院高品质建造。

高标准高品质 诠释工匠精神

在先宝妇产医院,顶面灯光展现出的效果如同显示屏一般,不管是中心还

(丁晨)