

失去“氪金”武器后,腾讯网易们未来路在何方?

■本报财经观察员 流清河

财经 海豚财经

2023年最后两个交易日,A股游戏股大多上涨,港股腾讯、网易也收回到分跌幅,游戏板块开始整体回暖。

此前发布的《网络游戏管理办法(草案征求意见稿)》(以下简称《意见稿》)引发市场关切。次日监管方回应“旨在促进行业繁荣健康发展”,加之版号密集发放,游戏行业的焦虑心态才有所纾解,业内普遍认为“后续或有适应性修改”,机构也预计“商业模式不会因此改变”。

事实上,早在去年9月,国家新闻出版署就发布了“关于实施网络游戏精品出版工程的通知”,要求“聚焦游戏本质,匡正算法规则,摒弃‘氪金’‘氪肝’”;更早的2016年,当时的主管单位广电总局也发布过类似通知。这也说明,游戏行业的监管思路过去几年并没有发生过根本性变化。《意见稿》只是延续并强化了过去几年的一贯方针而已,具有明确的政策一致性。因此,游戏监管最终大的方向不会改变,最多在落地力度、执行细则方面有所优化。

所以,游戏行业如何转型适应新规,革新产品和运营,将会是今年的主要任务。这是一个艰巨的任务,但相对中国游戏产业多年发展带来的诸多瓶颈,又何尝不是一次突破的契机。

“弱化付费设计”剑指氪金

本次《意见稿》意在弥补管理办法缺失问题(此前《暂行办法》于2019年宣布废除),但增加了多条针对性非常强的限制,剑指“氪金”。

网游盈利模式有多种,比如广告制、点卡制、买断制、内购制等等,国内主流的模式为内购制,也就是俗称的“氪金”内购制,可以简单理解为20%的玩家贡献了80%的营收。

很多游戏用户数过千万,但实际贡献流水大头(行业约50%—70%)的,仍是极少数(约5%)高氪玩家,也就是俗称的“大R玩家”。

大多游戏的思路,也都是通过Player versus player(玩家互相利用游戏资源攻击而形成的互动竞技)去激起好胜心、攀比心,进而诱导消费。

《意见稿》明确规定了“不得设置每日登录、首次充值、连续充值等诱导性奖励”,注意“诱导”二字,这是游戏运营被人诟病最多的“槽点”之一,它关系两个重要指标:用户黏性和留存率,也可以理解为“游戏成瘾”。

因此《意见稿》明确“限制游戏过度使用和高额消费”。除此之外还有:不得以炒作、拍卖等形式提供或纵容虚拟道具高价交易行为;禁止首充、连充功能;设置用户充值限额等。

若对首充月卡等优惠活动作出限制,大DAU(日活跃用户数量)游戏将首当其冲受到影响。但有业内观点认为,对行业影响更大的是首次提出的“网游必须设置用户充值限额”。

虽然具体额度是多少、是否每日进行限额目前

还未明确,但动辄日消费上万的情况大概率会受限制。这对于高氪金的游戏类型,比如MMORPG、卡牌、SLG等需要大量氪金提升玩家实力的游戏产品,将受到巨大影响,比如网易、完美。

其实“限高”“限额”过去一直是国家新闻出版署在未成年保护方向上的关注点,同时这个政策的初衷还有另一个目的,就是防止网络赌博和洗钱,这和另一条规定“交易需使用实名制数字人民币”的出发点是一样。只是这里没有具体阐明,是仅限制未成年人还是限制全体玩家。

如果是后者,以目前国内的网游环境而言,短中期影响较大,但有利于行业长期发展。

有游戏产业分析师表示,《意见稿》避免非理性消费,本质上也是鼓励游戏厂商通过创新玩法体验来黏住用户,而不是用营销手段去套路用户,有助于营造一个更为健康的游戏环境。

经过多年“氪金”“氪肝”的套路,已经有相当用户对“重肝重氪”的游戏产生审美疲劳。

行业加速向“合规化、精品化”转型

2023年游戏产业报告显示,当下一部分用户的游戏时长有所减少,预计付费额度也会相应下降,且游戏时长减少的用户占比已经超过了新增用户。此外,未来预计在游戏上花费更少的用户占比也超过了花费更多的用户。

2010年至今,国内主流游戏厂商虽然基本完成资本、技术的原始积累,但始终摆脱不了买量换皮、氪金伤肝、互抄套路的低质化发展模式,“重复造轮

子”“低效研发”“创新力不足”成为行业通病。

而《意见稿》弱化付费设计,具有强烈的“归拢”游戏行业回归内容本身,游戏公司回归产品本身的政策导向,目的在于推动行业发展加速向“合规化、精品化”转型。

此前,监管层还主动控制上市产品数量停发游戏版号达263天之久,也是倒逼游戏厂商尽快告别“三分研发、七分运营”的旧模式,进入比拼创意和技术的游戏新赛道上。

需要指出的是,即便近期版号持续发放,但2023年的国产游戏版号数量仍然少于2019—2020年,更少于2017年。

所以,游戏公司与其盼望《意见稿》优化调整,不如全面适应新规,全面改良产品和运营,这也是市场竞争的需要——存量竞争,是2023年游戏产业发展的大底色。

数据显示,2023年国内游戏市场总收入、用户规模都创了历史新高。但可以看出,前者虽然同比双位数增长,但2022年的基数较低,在宏观上并没有实现较大规模的增长;后者已经连续4年未有千万级增长,中国网民总规模是10.79亿,游戏用户占比已经达到62%(和美国持平),市场彻底进入存量竞争时代。

A股35家游戏公司中,2023年前三季度超半数公司营收和利润出现了不同程度的增长,亦有13家营收以及14家归母净利润出现下滑。在业绩下滑的游企中,有8家公司的营收和归母净利润均出现缩水。

单看游戏头部平台,腾讯的游戏营收前三季度同比出现高个位数增长,网易游戏营收前三季度同比增长近两位数。值得注意的是,游戏及相关增值服务一直占网易总收入的八成左右,新规对网易的杀伤力很大。

业绩下滑伴随的是游戏大厂们纷纷裁员增效。

2022年底至今,裁员、关停几乎成了游戏行业的关键词,知名游戏厂商字节、米哈游、莉莉丝、叠纸、B站等都在裁撤项目与人员,不少行业关注的大项目都已中止。

知名游戏企业的境遇尚且如此,中小企业更是面临被直接淘汰的危机。如大火的二次元赛道,今年上线33款新品游戏,但截至目前已有27款跌出榜单之外(畅销榜200名之外)，“阵亡率”超80%,发行者大多是知名度不高的中小企业。

海外市场不再是蓝海

2023年曾被认为是国产游戏产业的大年和回暖年,但在存量市场竞争的大环境下,这些预期纷纷落空。

从二级市场看,游戏公司股价表现低迷。包括腾讯和网易在内,大多数上市游戏公司的股价和历

史高点相比都跌了近一半。这就是整个行业进入存量市场搏杀的表现之一。

年前烧钱百亿的字节游戏突然宣布关停,让整个行业意识到,存量市场中,流量驱动游戏的逻辑不再有效。随着买量成本不断攀升,用户喜好变幻无常,未来行业将转向追求精品、内容为王的阶段,创新程度和技术力量将是决定未来竞争力的关键。

“2023年中国游戏产业报告”也提到,人口红利锐减、经营成本攀升、玩家胃口高企、付费习惯改变、产品同质化,是我国游戏产业发展面临的主要挑战。所以,《意见稿》强调“精品原创”,可谓是与行业趋势的双向奔赴。

《意见稿》也提出,游戏企业应积极出海寻觅商机。问题是,海外市场如今也已经从蓝海变成红海。

据统计,2023年宣布裁员的全球知名游戏公司有几十家,其中,裁撤游戏员工数量排名前五的公司依次是Unity、字节跳动、恩布雷瑟集团、Epic和亚马逊。知名游戏产业咨询公司Newzoo预计,2023年全球游戏市场营收规模仅略微上升至1840亿美元(同比+0.6%),而2022年的游戏市场营收下降了4.3%。

在增长停滞的大背景下,海外游戏产业开始强调变革和AI,寻求技术变革带来的增长机会。这也意味着,2024年,国内游戏企业出海寻找新机会的道路会更加困难。

统计数据显示,中国游戏自研产品海外实销收入已经连续两年下滑。截至2023年6月末,A股上市游戏公司中,海外营收占比过三成的只有十家,其中包括游戏老大哥腾讯。2022年四季度,腾讯海外游戏收入占比首次超过30%。和增长停滞的国内市场相比,腾讯游戏国际业务的比重正越来越高,从营收平衡和分散风险的角度来看,这是一件好事。

和腾讯相比,网易海外游戏收入占比只有10%,对国内市场的依赖程度远超腾讯。2022年,网易丁磊曾喊出未来海外市场占比达到40%—50%的口号,但目前看,这个目标中短期内很难实现。

也有在海外运营风生水起的国内游戏厂商,米哈游(《原神》)、莉莉丝(《万国觉醒》)、沐瞳科技(《Mobile Legends: Bang Bang》)、IGG(《王国纪元》)等后起之秀纷纷在细分品类站稳脚跟,连续位列中国游戏厂商及应用出海收入30强榜单,有效验证了游戏产品力。

整体来看,2024年海内外的游戏市场环境都将更加复杂。国内市场“大力出奇迹”的时代已成过去时,国外市场也不再是水大鱼大的蓝海。国内游戏新落地后,游戏厂商必将进入“求质保量”的新淘汰赛。长期看,摒弃“氪金”“氪肝”,加速迈向“合规化、精品化”,将是国产游戏参与全球游戏产业竞争的新起点。

社区居家养老如何破解可持续运营难题?

社区居家养老服务如何提质增效?

根据民政部最新数据,2022年末,我国共有社区养老服务机构和设施34.7万个,床位311.1万张。然而,重设施轻服务、过度依赖补贴、可持续运营能力不强、缺乏专业护理人员,使社区养老机构的经营模式并不清晰,尤其是随着社区养老与居家养老相结合,对于相关机构提出更高要求。如何打通“堵点”,推动社区居家养老服务提质增效?

从社区养老,到社区居家养老,社区养老服务市场正在发生新变化。

2023年底,关于社区居家养老的政策和标准陆续出台,都在强调社区嵌入式服务设施的养老服务功能,以及进一步推动居家养老上门服务的专业化发展。2024年1月5日召开的国务院常务会议强调,发展银发经济是积极应对人口老龄化、推动高质量发展的重要举措,既利当前又惠长远。要切实履行政府保基本、兜底线职责,加强老年人基本民生保障,增加基本公共服务供给。要运用好市场机制,充分发挥各类经营主体和社会组织作用,更好满足老年人多层次多样化需求,共同促进银发经济发展壮大。要持续完善相关政策措施,重点解决好老年人居家养老、就医用药、康养照护等急难愁盼问题,让老年人安享幸福晚年。

记者采访各地社区养老机构发现,国内的社区居家养老处在起步和摸索阶段,由于老人普遍缺少消费意愿,政府主导的传统社区养老服务设施闲置率高,主要问题是“重设施轻服务”,传统的社区养老模式,正在被社区居家养老服务的综合性照护中心取代。同时,社区居家养老需要更专业和细分的服务,对居家养老护理员及护士的培训与证照考核有一定要求,这对服务机构的运营能力也提出了更大的考验。

从目前采访的情况来看,和社区养老服务相关的市场主体普遍反映,目前存在毛利低和高度依赖政府补贴的特点,规模化和市场化程度不高,运营的可持续性和盈利模式还在探索中,企业期待更多的养老服务政策开放空间。

社区养老服务设施闲置率高

2023年12月28日,记者在长沙市岳麓区的咸嘉新村老年人日间照料中心看到,照料中心设置了图书室、舞蹈室、棋牌室等文化娱乐场所,健身器材等硬件设施配置齐全,血压仪等医疗设备一应俱全。

社区里的一位老人告诉记者,照料中心主要为文娱活动提供场地,除此之外使用频率不高;同

时也会提供一些理疗服务,但是愿意购买的老人不多。

咸嘉新村老年人日间照料中心属于长沙市探索居家社区养老的新模式,由长沙市民政局主办,占地400多平方米,主要为周边社区的老人提供养老服务。目前,老年人日间照料中心正逐渐在长沙市全面普及。

社区居家养老是目前比较主流的一种养老模式,根据民政部2023年10月发布的《2022年民政事业发展统计公报》。截至2022年底,全国共有社区综合服务机构和设施59.1万个,社区养老服务机构和设施34.7万个。城市社区综合服务设施覆盖率100%,农村社区综合服务设施覆盖率84.6%。

在中部城市做过4个月社区居家养老市场主体调查的武汉大学社会学院博士李玉霞向记者介绍,很多省会城市都在建设社区嵌入式设施,目前在建设的社区嵌入式养老服务设施都标准很高,但对社区老人发挥的作用非常有限。李玉霞曾经去过的一个网点,社区嵌入式养老服务设施只有政府来检查的时候才开门,平时都是闲置的。

除了中部城市,记者采访了河北省固安县的京南·固安高新区人大联络站站长董素君,固安于2020年开始布局社区养老,固安第一家老年日间照料中心由民政部门牵头,当地的物业公司负责运营。目前固安县每个社区都配置了至少一家日间照料服务站,统一采取“项目承接+政府购买”的模式。

据董素君介绍,固安县的社区养老机构是惠民性质的,收费标准很低,主要提供上门照料、日间托管照料和全托三种形式的服务。对于社区养老机构的需求量,董素君表示,固安的社区养老才刚刚起步,目前的需求量不大,主要原因是多数老人对社区居家养老缺乏了解,对上门服务缺乏信任,他们更多地把日间照料中心站当作文化休闲场地。

记者采访了解到,类似社区养老服务中心的日间照料中心,经营情况差别较大。李玉霞在调研中还发现,地方政府在检查考核时,相对难量化养老服务考核,更倾向于标准化服务设施建设的检查。

这也是很多社区养老服务中心“重设施和轻服务”原因之一。

社区养老机构探索上门服务

值得注意的是,传统的社区养老模式,在实践中正在向社区居家养老方向转型,为居家养老的老人提供更好的服务,已是社区养老一项重要工作。记者在采访中发现,传统的社区养老和居家养老的概念,在实践中的界限已经很模糊。

以北京为例,2008年,北京市提出“9064”养老服务模式,即90%老年人居家养老,6%老年人社区养老,4%老年人机构养老。2022年北京市委社会工作局调查数据显示,99%以上老人选择居家养老,只有不到1%的老人选择机构养老。

“由于社区养老本质上还是居家养老,所以我们的工作重心逐步转向居家养老。”北京市委社会工作委员、市民政局副局长郭汉桥在2023年对媒体表示。

不仅仅是北京,国家卫健委2021年发布的数据显示,目前我国90%左右的老年人选择居家养老,7%左右的老年人依托社区支持养老,3%的老年人住机构养老。

提供居家养老的上门服务,相对传统的社区养老驿站来说,针对不同类型的服务有更精细化的要求,包括专业员工培训和对其管理监督机制,都有一定的运营门槛。并不是搭建好场地基础设施,这些服务就可以马上提供的。

某医疗养老照护集团品牌负责人梁博文告诉记者,未来的养老模式一定涵盖大量的居家上门服务需求,不会只局限在社区服务中心和养老机构。但居家上门服务对居家养老护理员及护士的培训与证照考核有一定要求,不是所有的养老驿站短时间内都能满足居家居上门的服务要求。

据介绍,2019年该医疗养老照护集团已经初步实现盈利,尽管疫情期间居家上门服务业务受到一定的影响,但在过去的一年里,公司相关业务已经稳步恢复到疫情前水平。

“养老行业平均毛利率在10%到15%之间,其实很多小型公司有商业化的履约能力,但是受制于当前养老消费观念,市场利润空间并不太大。”梁博文表示,从中长线来看,这肯定是一个蓝海市场。

如何可持续运营?

国家层面关于社区居家养老的政策正在完善。一位接受采访的专家认为,在社区嵌入式服务设施建设方面,要改变过去“把场地设施的建设和

购置放在第一位”的路径依赖,要将后期的可持续运营和服务做起来。

在北京从事过社区居家养老的一线工作人员杨园(化名)告诉记者,两年前他从互联网行业转入到社区居家养老行业,因为觉得这是一个风口行业。在具体实践中杨园发现,虽然行业近几年在数字化、智能化,以及专业细分、规范标准等方面有很大的进步,但是社区居家养老目前在北京还是很难赚钱。一方面是受限于成本和老百姓的购买力,另一方面,社区居家养老产业的强监管的特殊性,以及大众对行业认知偏向于公益性,杨园对行业短期的扩张和盈利并不乐观。

杨园表示,养老驿站等社区养老服务机构,收费更具普惠性,更多需要依靠政府补贴,市场化运作能力不足,尤其是在失能失智老人照护上,一些基本养老服务不能真正解决老人和家属的照护痛点。2023年底,杨园从社区养老转向一家高端养老机构,在他看来高端养老机构的用户更有支付能力,也有助于未来新模式的实践和探索。

在为居家养老提供上门服务方面,梁博文总结了几个方面的问题,一是居家医疗养老服务的特殊性,养老机构涉足的服务门类有限,更多地聚焦在护理方面,居家医疗的商业化准入门槛目前还是很高。其次,上门服务涉及隐私及安全,相对于其他行业,医疗养老行业的相关线上科普以及商业运营内容往往会被平台限流,所以养老企业目前还处在通过线下渠道推广的模式,社会对居家养老的上门服务了解还很少。

梁博文表示,养老问题是国家未来长期面临的难题,单纯依靠国家财政解决不现实,各市场主体必须共同参与进来。一方面,政府要鼓励良性的商业竞争环境,提高国民对居家社区养老的认识。现阶段老人消费意愿低,需要政府扶持和宣传,等到行业发展成熟,政府甚至可以慢慢退出,由商业保险和商业化运作来完成。另一方面,企业自身要积极探索新的商业模式,运用智能化和数字化的手段,多渠道营销,拓展多元化的养老服务。

另外,梁博文希望未来可以有更多鼓励养老行业商业化发展的政策落地,在保证安全与监管前提下,引导行业商业化发展。

除了市场主体的参与,李玉霞还提到关于社区治理在养老服务中的作用:鼓励市场主体的参与,并不意味着完全边缘化社区治理组织,社区居家养老服务的发展应回归“重组织,轻建设”路径。李玉霞调研发现,社区养老做得比较好的,一般社区治理水平也较高,社区也可以通过一系列机制创新,将社区养老的市场主体更好地发动起来。

供稿:《21世纪经济报道》周慧 刘龙珠/文