

尾部公司大量退出腾出空间 游戏产业竞争格局生变

□本报记者 万宇 黄淑慧

第十批73个游戏版号近日公布。游戏版号审批重启以来已有892个版号下发,游戏行业迎来“柳暗花明”。业内人士指出,版号审批重启成为游戏行业中短期向好重要催化剂。游戏板块景气向好,游戏行业目前估值较低,有望迎来修复。

但在政策趋严、人口红利渐尽的背景下,游戏行业难以回到2018年以前的快速增长状态。多位游戏公司高管及一二级市场投资人士对中国证券报记者表示,未来内容为王、研发取胜正成为游戏公司的共识。研发门槛将越来越高,市场将继续向头部企业集中。同时,海外市场成为兵家必争之地。

版号审批重启

游戏行业供给侧改革继续推动,同时需求端“端转手”红利基本耗尽,且注意力资源受到其他互联网娱乐内容的分流,行业未来发展前景成为市场热议的话题之一。

“游戏已成为大众娱乐方式,其边界不断被重新定义。”腾讯互娱市场总监罗施贤表示,随着网络技术、计算机技术、图形技术、人工智能技术和人机交互等新技术、新方向的不断融合发展,将为游戏的外延和内涵注入新的变量。游戏行业增长潜力很大。

“新的技术带来新的玩法,新的玩法带来新的商业模式,新的商业模式带动新市场。”凯撒文化CEO吴奇敏对中国证券报记者表达了类似观点。

星辉娱乐旗下星辉游戏总裁仲昆杰指出,下沉到三四线城市甚至偏远的村镇,这里还有广阔的市场。根据星辉游戏的调研,这些地区大部分游戏用户尽管手机性能不高,但同样有玩游戏的诉求和意愿,且付费能力不断增强。如果有合适的产品,将激活这一细分市场。事实上,游戏行业仍有不少细分市场有待激活。

盛大游戏副总裁谭雁峰指出,游戏行业从快速增长回归到平稳增长态势,符合产业发展规律。游戏仍然受到欢迎,即便版号审批暂停9个月,自主研发网络游戏市场销售收入仍保持一定增速。

中国音数协游戏工委(GPC)、伽马数据(CNG)联合发布的《2018年中国游戏产业报告》显示,中国游戏市场实际销售收入达2144.4亿元,同比增长5.3%,占全球游戏市场比例约为23.6%。其中,自主研发网络游戏市场实际销售收入达1643.9亿元,同比增长17.6%。天风证券预计,2019年手游市场增速有望超过20%,增速

拐点将在二季度出现。

汇丰晋信科技先锋基金经理陈平认为,2019年游戏行业的增速可能回升到20%左右。由于贴合人的娱乐天性,游戏行业内含较强的自然增长力量。随着政策环境改善,行业增速有望复苏。

“分析游戏市场的体量,主要看四个指标:一是互联网用户总人数,二是游戏用户渗透率,三是游戏用户付费率,四是ARPU值(Average Revenue per User,指每个用户的平均收入)。前两个指标或许已经看到了天花板,但是国内市场后两个指标与日韩等市场相比还有较大的差距,将成为下一阶段市场增长的主要驱动因素。”陈平表示,与此同时,游戏出海带来增量市场已经成为中长期逻辑,中国的游戏行业有望成为具有全球竞争力的产业。

5G时代渐行渐近,构建出新的想象空间。谭雁峰表示,游戏形态可能发生翻天覆地的变化,AR/VR将带来更强的体验感和沉浸感,存储将全部放在云端。这将给行业带来全新的机会。不过,5G商业化运营仍然需时日,新的玩法真正普及还需要时间。

“游戏、电商、广告是移动互联网主要的三大变现方式。”一村资本董事总经理刘晶表示,即便终端载体发生变化,但变现途径万变不离其宗。“游戏仍然是离钱比较近的领域。”

游戏企业“合纵连横”

游戏行业的整合正在推进。世纪华通并购盛大游戏,A股最大的游戏公司即将启航,并成为继腾讯、网易之后的国内第三大游戏公司。刘晶表示,“未来的行业整合可能更多发生在头部企业之间。”更多可能来自已经形成产品矩阵的企业之间。“不排除头部企业间甚至更股权层面合作的可能性。”

目前,国内游戏行业维持“两超多强”的竞争格局,“两超”是指腾讯和网易两大公司。年报显示,2018年腾讯智能手机游戏收入778亿元,同比增长24%;个人电脑客户端游戏业务录得506亿元收入,下降8%。2018年网易游戏收入达401.9亿元,同比增长10.77%。

对于世纪华通、三七互娱、完美世界等属于“多强”地带的A股游戏公司,与腾讯和网易在营收、净利润等方面有一定差距,但研发、市场规模、盈利等实力不俗,是未来有力的挑战者。2018年,世纪华通营业收入为80.73亿元,净利润10.06亿元;根据业绩承诺,2018年-2020年,盛

大游戏的扣非净利润分别不低于21.36亿元、24.94亿元、29.68亿元。三七互娱2018年实现营业收入76.33亿元,同比增长23.33%;实现非公认会计原则净利润15.36亿元,同比增长9.07%。

版号停发的十个月,一批游戏公司没能熬过行业寒冬,甚至出现“等到版号,但公司已死”的案例。谭雁峰表示,留存下来的团队具备一定生存能力或一技之长。游戏作为创意文化行业,存在携“爆款”产品脱颖而出的机会。但门槛已被抬得很高,行业将呈现强者恒强的特征。

刘晶认为,不排除一些小企业凭借一两款“爆款”取得突破性的增长的可能。考虑到总量控制的政策环境,资金难以大规模涌入,且人才回流大厂等环境因素,中小企业实现“弯道超车”跻身前列的可能性微乎其微。

事实上,除网易相对独立外,游戏主流企业间的“合纵连横”已经展开。因为腾讯手握超强的流量,能够高质量地匹配游戏,各大游戏厂商与腾讯业务层面的合作已属平常。同时,资本层面的合作已开启。其中,腾讯入股盛大游戏,双方达成深度合作战略。世纪华通重组盛大游戏完成后,在不考虑配套融资的情况下,腾讯将在新的世纪华通中占股4.95%。

吴奇敏指出,发行层面腾讯的流量优势面临挑战。如果有其他流量平台介入发行,将对格局产生重大影响。陈平则指出,尾部公司大量退出,给中间地带公司留出了市场空间。今日头条的加入可能改变市场格局,优质CP与腾讯合作时的议价能力一定程度上得以增强,可能获得更高的分成比例。

三七互娱副总经理杨军对中国证券报记者表示,“游戏行业是一个内容行业,很难产生垄断。长期看,竞争格局会发生变化。在‘多强’的公司中,一些优质公司将脱颖而出。”目前游戏行业进入抢市场份额阶段。游戏行业存在“滚雪球”效应,对于研发商而言,与发行公司的收益分成按照游戏流水计算,如果发行公司规模大,则更多的研发商会与其合作。相应地,发行公司话语权会更强,去挑选好的游戏产品。好的产品带来更高毛利率,并有助于获得更大的市场份额,形成良性循环。因此,目前的抢占市场对游戏发行公司至关重要。“这个时候不要太关注毛利率。游戏属轻资产行业,成本主要是研发和推广。当前阶段市场份额增长最关键。”

卡位二次元赛道

二次元成为游戏行业的新赛道。研究数据

表明,2018年二次元移动游戏市场规模超过200亿元,未来五年可能达到千亿级市场。

谭雁峰介绍,MMO品类可以最大化地释放盛大游戏自端游时代起积累的研发底蕴,而二次元品类则是盛大游戏顺应市场潮流所做的尝试。“二次元游戏的发行不依赖于流量,主要通过口碑和品牌营销获取‘自来水’。这恰恰是盛大游戏所擅长的。”同时,虚拟偶像经济被盛大游戏列为重点发力领域,以抢占年轻用户的注意力。

仲昆杰透露,星辉游戏的研发会沿着两条主线推进,投入较多的工作室做一些创新品类游戏,包括二次元等领域。差异化竞争将给第二梯队一些新兴的游戏公司发展机会。同时,公司两个主力工作室保证《三国群英传》等拳头产品的内容更新、品质迭代,保证公司收入的长期稳定性。

卡位新赛道,游戏品质和内容是关键。谭雁峰认为,游戏行业从流量为王的时代向产品制胜的时代转变,研发型、内容型的公司迎来最好时代。不否认流量的价值,过去几年流量和用户数量可以直接划等号,但目前已经不成立,且流量越来越贵,以传奇类游戏为例,200元一个注册用户已经难以承受。随着玩家趋于成熟,对游戏质量提出更高要求,只有提供精品游戏才能吸引用户,头部内容商的表现有望优于行业增长。

天风证券指出,研发能力是游戏公司的核心竞争力。中国主要游戏公司研发投入普遍呈现增长趋势,研发人员数量不断提升,研运一体公司重视研发投入。A股10家头部游戏公司2018上半年研发投入总和同比增长20.3%。从研发投入占营业收入比例看,2018上半年提升至10.37%;头部游戏公司研发人员数量与占比不断提升,2015年-2017年,研发人员占比平均值从2015年的39.74%提升至2017年的45.11%。

刘晶则从投资人角度分析下一个周期游戏玩家关注的重心。他指出,游戏产业链中三个关键点(内容、渠道、流量)的相对重要性正在发生变化。过去五年,流量主要集中在几大互联网巨头手中,掌控流量者拥有先发优势。但“买量”商业模式已经不再经济,游戏厂商需要抓住另外两点,包括内容研发能力和渠道尤其是海外渠道。这正是世纪华通并购点点互动和盛大游戏的逻辑所在。

杨军表示,三七互娱为此提出了“精品化”战略,打磨游戏内容和品质。三七互娱研发团队已超千人,将持续强化研发实力。在打造精品的

同时,关注流量的多元化。

“大浪淘沙效应逐渐显现,优质CP和优质IP始终是市场主力军。”吴奇敏表示,IP全产业链发展是未来趋势。这方面,欧美日韩市场有相对成熟的运营经验和成功案例,但中国市场和企业需要时间去孵化和验证商业模式。凯撒文化近年来积极布局IP全产业链,IP的核心价值在于用户对于IP所代表的文化认同。

迎接“大出海”时代

游戏成为文化输出的重要载体。谭雁峰说,“中国游戏企业在端游时代是学习者,页游时代引领行业趋势,手游时代则领先全球。”网易游戏市场总经理吴鑫鑫表示,“持续推动精品游戏出海”是网易游戏一直坚持的战略。中国游戏行业国际化步伐越来越快,越来越多的游戏公司走出去,并对提升国内企业整体水平有积极的推动作用。

对于如何拓展海外市场,谭雁峰认为,印度市场人口基数大,虽然目前智能手机普及率低,游戏付费意愿尚没有养成,但是这样的市场潜力大。刘晶则认为,这些市场的流量虽然充足且廉价,“但付费意愿不强。”中国游戏企业国际化业务应该紧扣两点,一是供给端。美国、欧洲等市场可以产出优质游戏;二是需求端,比如日本市场,仅几千万用户就贡献了巨大市场。游戏企业应该优先布局ARPU值更高的市场,适当兼顾流量高的市场,着眼于长期培育。

星辉游戏早期出海的第一站选择东南亚市场。不过,仲昆杰坦言,星辉游戏早期的出海交了一些学费。东南亚市场语言多、市场分散、单个市场规模小,取得的成绩并不理想。未来公司开拓海外市场会从三个维度考量:市场规模、成长性以及该市场所欢迎的产品公司是否擅长。

研发方面,仲昆杰表示,将面向国内和海外两个市场。比如二次元游戏,这个领域全世界的标准较为统一,推出的产品往往能符合不同市场游戏玩家的需要;发行方面,星辉游戏会雇用相当比例的当地员工,以更好地融入当地市场。

杨军表示,2012年,三七互娱便开始布局海外市场,从三国、武侠等题材开始,经过七年积累,已经掌握了海外不同地区需要的游戏数据,并将这些数据反馈到研发部门,研发符合海外市场需求的游戏产品。2018年上半年,海外收入占公司总收入的15%左右。2019年,公司将开拓韩国、日本、欧美等市场,继续提高海外利润的贡献率。

邮储银行 2018 年业绩发布—— 盈利能力稳步提升 资产质量保持优异

3月26日,中国邮政储蓄银行股份有限公司公布2018年度业绩,这也是监管部门公布邮储银行机构类型列为“国有大型商业银行”后该行的首份完整年报。

年报显示,邮储银行2018年营业收入大幅提升16.18%,拨备前利润增幅高达39.91%,净利息收益率同比大幅提升27个BP,成本收入比快速下降7.04个百分点,资产质量持续保持行业领先,不良贷款率仅0.86%,拨备覆盖率高达346.80%。

净利润首破500亿元 盈利能力提升

邮储银行年报显示,该行2018年净利润首次突破500亿元,达到523.84亿元,同比增长9.80%;营业收入达到2,612.45亿元,同比增长16.18%;净利息收益率(NIM)为2.67%,同比提升27个BP,继续保持行业领先水平;成本收入比57.60%,同比下降7.04个百分点,平均总资产回报率(ROA)0.57%,同比提升2个BP。

邮储银行的资产负债规模也实现了平稳发

展。截至2018年末,该行总资产规模达到9.52万亿元,较上年末增长5.59%;负债规模突破9万亿元,达到9.04万亿元,较上年末增长5.36%;其中存款余额863万亿元,较上年末增长7.00%。在英国《银行家》“2018年全球银行1000强”排名中,邮储银行按资产总额排名第21位。

同时,邮储银行业务结构持续优化。全行贷款总额首次突破4万亿元,达4.28万亿元,较上年末增长17.82%。贷款占总资产比重达到44.94%,存贷比达到了49.53%,较上年末提升4.57个百分点,实现了上市之初承诺的“力争三年存贷比达到50%左右”目标。

另外,邮储银行还大方派出了拟每10股派1.937元(含税)的“红包”,派息总额约156.96亿元(含税),占净利润30%。

拨备前利润高速增长 资产质量领跑同行

邮储银行年报显示,该行拨备前利润同比增长高达39.91%,在当前的环境下实属难得。同时拨备覆盖率达到346.80%,是行业平均水

平近两倍,较上年末提升22.03个百分点。

据了解,邮储银行始终奉行审慎的风险偏好,主动前瞻研判,充分考虑未来宏观经济形势,前瞻性地计提贷款减值准备,提高未来风险抵补能力。充足的拨备和“一大一小”的贷款组合模式使得邮储银行能够从从容应对未来的机遇与挑战,为高质量发展和持续回报股东提供了有力保障。

风险管理方面,邮储银行有效夯实内控合规管理基础,建立健全风险监测预警工作机制,制定并实施打好防范化解重大风险攻坚战三年规划。深入开展银行业市场乱象整治工作,狠抓资产质量管控,全面摸排风险底数,及时处置和化解风险。

干净的资产负债表一直是邮储银行的最大亮点之一。据年报显示,该行不良贷款率0.86%,远低于行业平均水平。不良+关注类贷款比例1.49%,不到行业平均水平1/3。

相较于目前监管要求逾期90天以上贷款纳入不良,邮储银行采取更加审慎稳健的风险政策,进一步突出风险管理的前瞻性,不良贷款与逾期90天以上贷款比例达到1.33,逾期60天以上贷款已基本全部纳入不良,逾期30天以上贷款纳入不良比重也已达97%,继续保持行业优秀的资产质量水平。

同时,得益于稳健的盈利能力和有效的成本管控,依靠内源资本补充,邮储银行资本充足率提升了1.25个百分点,达到13.76%,抵御风险能力进一步增强。

履行国有大行责任担当 服务实体质效显著

今年2月11日,国家监管部门公布邮储银行机构类型列为“国有大型商业银行”。邮储银行积极履行国有大行责任担当,深化金融供给侧结构性改革,充分发挥自身资源禀赋,以服务实体经济为本,为超过1/3的中国人口提供金融服务。截至2018年末,该行个人贷款总额首次突破2万亿元,达到2.32万亿元。

“三农”、民营、小微普惠业务既是国家鼓励的重点,又是行业转型的方向,与邮储银行服务社区、服务中小企业、服务“三农”的定位和

特色高度契合。

2018年,邮储银行加大乡村振兴服务力度,涉农贷款余额1.16万亿元,较上年末新增1,072.86亿元,增长10.18%;积极支持民营企业及小微企业发展,普惠小微企业贷款户数145.77万户,余额5,449.92亿元,居同业前列;助力打赢精准脱贫攻坚战,金融精准扶贫贷款余额(含已脱贫人口贷款)938.58亿元,较上年末新增322.94亿元,增速达52.46%;以满足最广大人民群众的金融服务需求为目标,个人经营性贷款余额5,571.26亿元,小额贷款余额约7.81万元,真正做到支农支小;住房按揭贷款余额1.42万亿元,2018年发放住房贷款85万笔,笔均均为47万元,切实服务刚性住房需求。

存款立行是银行业不变的规律,核心存款的获取和定价能力,是银行决胜未来的关键所在。邮储银行依托“自营+代理”模式,不断巩固核心负债优势。截至2018年末,该行存款余额达到8.63万亿元,其中个人存款7.47万亿元,存款占总负债比重为95.43%,个人存款占总存款比重86.56%,两项指标均居行业首位。储蓄存款市场占有率10.96%,居行业第四位。存款付息率为1.42%,持续保持行业较优水平。

明确“12345”方针 加快转型发展步伐

1898年邮政汇兑开办,1919年开办储金业务。2019年,是邮储开办储金业务100周年,也是邮储银行纳入大行序列的第一年。

百年积淀的邮储银行如何继续发挥其固有优势并深化转型,以迎接新时代的挑战?在新一届董事会的带领下,对未来发展又将如何布局?从该行年报发布的董事会及高级管理层致辞,可窥见一斑,昭示了其作为国有大行,在新时代新起点上深化转型的决心和广阔的发展前景。

年报致辞显示,邮储银行将明确“12345”方针,即:坚持转型发展这条主线,巩固县域网点优势,打造城乡“双轮驱动”战略格局,坚持服务社区、中小企业、“三农”的三大定位,强化总部引领、风险管理、信息科技、人才队伍四大支撑,推进特色化、综合化、轻型化、智能化、集

约化“五化”转型,全力打造“最受信赖、最具价值的大型零售商业银行”。

邮储银行方面表示,将突出五个“坚持”,即“坚持以服务实体经济为立业之本、发展之基”“坚持以风控筑基为经营发展的生命线”“坚持以改革创新为持续发展的源动力”“坚持以开放协同构造差异化竞争特色”“坚持以专业价值成就基业长青”。

在服务实体经济方面,邮储银行将以推进供给侧结构性改革为主线,发挥资金和渠道优势,不断加大对国民经济的支持力度;全力服务乡村振兴战略,加快探索有特色、商业可持续的“三农”金融发展道路;充分借助遍及城乡的近4万个网点,紧抓县域消费升级市场机遇,把更多金融资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节,为超过全国1/3人口的广大客户提供优质基础金融服务;按照“扩量降本”思路,加大对民营、小微企业的支持力度,提高民营、小微企业信贷占比。

在风险防控上,邮储银行将坚持审慎的风险偏好,深化全面、全程、全员的风险管理体系,健全业务管理、风险合规、内审监察的“三道防线”,全面加强二级分行及以下机构内控体系建设,加强风险管控长效机制建设,强化关键领域风险防控,牢牢守住不发生系统性风险底线。

此外,邮储银行将以科技赋能,加快数字化转型步伐,加大信息科技投入,深化大数据应用,持续推进网点转型升级,实现“互联、共享、智慧、创新”;借助庞大邮政网络积极拓展金融业务,共享客户资源,提升综合竞争力和交叉销售能力;继续深化与战略投资者以及大型优质核心企业的合作,实现线上线下、金融与场景的无缝融合,切实将网络优势转化为竞争优势;搭建各尽其才、全面进步、科学激励的职业发展平台,完善以岗位价值评估和绩效考核为基础的具有市场竞争力的激励体系,让人才活力充分迸发。

邮储银行表示,其将坚持新发展理念,扛起国有大行责任,全面开启高质量发展新局面,为深化金融供给侧结构性改革作出应有贡献,以优异成绩向新中国成立七十周年献礼!



邮储银行充分发挥网络优势,为客户提供便捷、优质的金融服务。