



## 产业 解读

5月21日,腾讯今年主推的重量级游戏《地下城与勇士:起源》(下称《DNF》手游)正式上线,虽然经历了跳票延期、开服即“炸服”的重重状况,但《DNF》手游的热度并未有所减弱,在上线当天就登顶iOS畅销榜。在亮眼成绩的背后,不仅能看出腾讯对相关IP的重视,更能发现腾讯对一款新“爆款”游戏的渴求。

现代快报/现代+记者 邱骅悦

# 《DNF》手游上线登顶 腾讯的新“爆款”指日可待?



《DNF》手游官宣上线“登顶”



《DNF》手游海报



《DNF》手游画面

本版图片来源:《DNF》手游官方微博

## 人气爆棚,开服即“炸服”

对《DNF》老玩家来说,5月21日是一个心情不断重复“大起大落”的日子。就在21日上午9点,历经了多次跳票但始终备受期待的《DNF》手游正式上线。

在很多玩家满怀期待和激动心情第一时间进入游戏后,爆满的服务器和长长的等待队列很快就让玩家的心情开始滑坡,而在经历等待、好不容易挤进服务器后,卡顿、连接中断再次为玩家们的体验蒙上阴影。

鉴于玩家们的重重抱怨,开服不到一小时,官方便发布公告称,服务器波动导致部分用户无法登录,将进行停机更新。这一话题也很快冲上社交媒体热搜榜前列。

不过很多玩家对此表示了理解,虽然开服就“炸服”颇为戏剧性,但这也变相说明了游戏的火爆。有网友称,“说实话,不维护都对不起这游戏的热度”;还有玩家建议官方增加服务器供给,以缓解网络压力。

《DNF》手游官方随即发布公告称,维护完成后,所有玩家均可领取1万金币礼盒×20、复活币礼盒(账号绑定)×3、雷米的援助礼盒(账号绑定)×30和魔界抗疲劳秘药(10点)×1的补偿奖励,将统一在维护当日通过邮件发放。这一“滑跪认错”的形象也让玩家们宽慰不少,经历了“大起大落”后心情也有所回升。

作为腾讯今年主推的重量级游戏,《DNF》手游的开服盛况也证明了它极强的号召力。据此前公布的数据,该游戏预约人数超5000万,社交平台话题热度达到了1.2亿。而在5月20日开放预下载后,《DNF》手游便迅速登顶App Store免费总榜第一,在5月21日正式上线后,继续霸榜第一的位置,并一举拿下动作类和角色扮演类游戏畅销榜第一,罕见地成为当天iOS全平台总榜第一。甚至与其关联的DNF助手也冲上了免费榜第二名。足见游戏的火爆程度。

## “3A”级宣发,哪儿都有你

腾讯对《DNF》手游的投入不仅仅在游戏本身,还能体现在宣发层面。

同样在5月21日这天,很多小伙伴拿起手机打开微信群,会意外发现群中有不少人在复读一句话:“鬼剑士”。话音刚落,手机屏幕就会被随之出现的一个卡通小人用剑划开,这时虚空中会掉下一个礼包,上面写着五个字:DNF 手游。

没错,无论是微信、QQ、搜索引擎还是腾讯旗下的新闻页面,在21日这天无一例外都被《DNF》手游所“攻陷”,可以说是“哪儿都有你”。在如此声势浩大的宣发攻势下,无论是否是游戏玩家,都知道了在今天有这么一款游戏要上线的消息。

而对于一直关注《DNF》手游的玩家来说,这款游

戏的宣发攻势并不局限于现在。早在2024年2月2日,《DNF》手游获取了国家新闻出版署下发的版号,并通过官网、官方微博发布消息,宣布“久等了,这一次真的能打”,并预定于2月29日开启先遣测试的时候,《DNF》手游“蓄谋已久”的宣发攻势就开始了。

短短几个月时间里,《DNF》手游的宣发方面涵盖了电竞、音乐会、整活、互动小游戏等多个方向,更邀请迪丽热巴作为游戏代言人,与李小龙展开联动,打造“DNF 西装节”等活动,不断尝试让《DNF》手游的话题“出圈”,使其流量不局限于游戏这一垂直领域,而是能够被更多人看到。

可以说,腾讯在《DNF》手游宣发渠道上面的投入,已能够比肩当下“3A”级游戏的宣发水准。

## 曾经的网游常青树,能否为腾讯赢来“下一春”?

无论是开发还是宣发投入,都可以看出《DNF》手游当之无愧成为今年腾讯旗下最重量级的游戏IP。为什么如此看重《DNF》手游以至于要让它站C位?因为《DNF》曾占住了C位。

一方面,《DNF》本身就是一款现象级的爆款网游,更在风靡多年后始终屹立不倒,成为腾讯游戏旗下的一棵网游常青树。

从2008年开始,《DNF》正式叩开国门,开启了超过15年的运营历程。当时的网络平台上,MMORPG网络游戏逐渐成为主流,FPS游戏也逐渐站稳了脚跟,但动作游戏并不常见,尤其是横版过关动作游戏。对很多曾在街机时代大玩《双截龙》《恐龙快打》《吞食天地》等经典游戏的玩家而言,横版过关动作游戏是再熟悉不过的朋友,更是难以割舍的情怀。

因此当结合了2D像素风、横板格斗、搓招连击等特点的《DNF》登录国服后,立刻受到了很多喜爱动作游戏玩家的追捧。《DNF》也成为2008年最火的网游之一。在一段时间里,《DNF》与《CF》《LOL》一起并称为腾讯游戏产品“三驾马车”,并一度创造了月均流水接近10亿元的成绩。

历经了15年,《DNF》陪伴了很多玩家走过从青春年少到成家立业时光。一些曾经在阿拉德大陆历险的少年少女,如今已有不少奔波在工作岗位之上,忙于家庭内外。纵然曾经爱过,但对不少人来说,随着年龄的增长他们早已不再关注游戏这一垂直领域的新鲜事。

如今《DNF》手游积极地破圈宣发,正有试图引导老玩家们回流的意味,腾讯显然希望借着《DNF》的

光,再次为自己的游戏阵营打造一款新的爆款、游戏常青树。

另一方面,《DNF》手游的成功与否,也关系到腾讯游戏的战略投入方向。

就在5月14日,腾讯公布2024年第一季度业绩。在季节性因素的助推以及多款新游戏的强劲表现下,腾讯游戏本土市场流水达到了351亿元,同比增长3%。摩根士丹利、高盛等多家投资机构持乐观态度,预计《地下城与勇士:起源》将成为推动腾讯游戏市场持续增长的关键力量。

这一预测不仅反映了市场的看好,更代表了腾讯对《DNF》手游的期望:对于腾讯而言,旗下上一款爆款产品还是此前的《王者荣耀》《和平精英》。面对网易一个接一个投放新鲜IP、爆款IP,腾讯感受到的压力也与日俱增,也因此更加迫切地渴望打造新的“爆款级”产品,使自己的产品线获得突破。

众望之下,《DNF》手游的首日成绩也证明了自身实力的不俗。根据DataEye研究院预估,《DNF》手游iOS首日收入大概率会在3000万人民币以上,算上安卓,首日扣除平台分成收入预计超过1个亿。此外,汇丰环球预计,《DNF》手游首年收入有望达58亿元,相当于腾讯游戏本土市场收入的4%,并认为2025年该游戏收入可能进一步上升至110亿元。而富瑞预计,腾讯第二季起游戏收入可以重新增长,并预期《DNF》手游一年可为腾讯带来60亿元人民币流水。

虽然开服的成绩颇为亮眼,但《DNF》手游最终能否肩负起腾讯期望的爆款目标,还有待时间的验证。