

游戏洋企在华陷入“两年就撤”魔咒

“两年就撤”魔咒难破解

有数据显示,2014年中国游戏市场用户数量约达到5.17亿人,比2013年增长了4.6%。游戏市场实际销售收入达到1144.8亿元,比2013年增长了37.7%,庞大的中国玩家数量和消费能力成为了吸引海外游戏进入中国市场的最主要原因。

然而,北京商报记者通过查阅公开资料发现,无论是海外行业巨头,还是新兴热点公司,进入中国后,往往不到两年便会黯然退出国内市场。

曾推出《德州扑克》、《珍宝岛》等游戏的社交游戏领域领袖Zynga,2014年全年亏损接近2.26亿美元,Zynga首席执行官唐·马德里克在证实Zynga中国分公司已关闭的消息后,也表示其中国产品包括四季度末上线的《FarmVillage》的市场表现都未能达到公司预期,而关闭中国分公司,此举将帮助公司每年节约700万美元成本。

除了美国游戏公司,日本游戏公司进驻中国市场后,也没有持续在本土的辉煌。日本老牌游戏公司SEGA在2005年正式成立北京分公司,在尝试从门户转变为产品的发展战略后,也没有改变2007年全面推出在华网游运营的命运。另一家日本社交网络游戏公司GREE在中国手游市场的强有力竞争下也没能逃脱“两年就撤”的魔咒。

外资决策层经验判断失误

是什么原因直接导致海外游戏公司在进入中国市场后,反而整个公司经

在海外游戏公司看来,中国是一个拥有巨大潜力的市场,但事与愿违,多数公司都难逃“两年就撤”魔咒。日本老牌游戏公司Sega以及社交游戏巨头GREE等游戏洋企均是不到两年便退出了中国市场,而Zynga、Konami、EA等公司在中国也纷纷裁员或是解散。那么,海外游戏公司来中国的原因是什么?又为何频频陷入在中国两年折戟的怪圈?

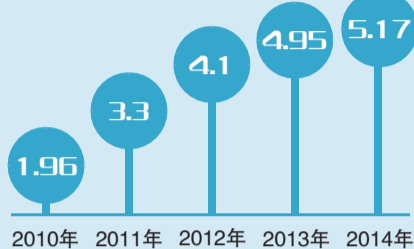
营出现问题,不得不弃车保帅,撤出中国市场?

体制和管理要负绝大部分责任。业内人士指出,以手游为例,中国游戏公司的策略多是广撒网,即组建多支团队,开展多个项目,研发时间短,见效快,只要其中某个游戏能获得良好的市场反应,那么游戏公司就是盈利的。而海外游戏公司则不然,在大公司层层报备的体制之下,很多游戏光是立项就花了将近半年的时间,一个普通的策划在提出游戏想法之后,需要经过层层审核,还要通过海外的数据评测和总部认可方能成行。而此时的国内,半年时间,一款不算太成功的游戏就已经可以收回成本了。

大多数海外游戏公司的总部没有给中国多少决策权,上下级的开发思路和理

近五年国内游戏市场用户规模

单位:亿人



念是不对等的,甚至会出现不懂市场甚至不懂业务的高管。曾有业内人士指出,Konami的日本管理层普遍不了解中国市场的打法,特别主观地认为Konami是一个强势品牌,认定“皇帝的女儿不愁嫁”。而且海外游戏公司内部职务过份细分,公司的沟通链条过于繁复,加上冗长的内部流程,多方面的不灵活影响了研发的效率。国内团队用10个人、3个月左右就可以做出手游的DEMO,但对于海外游戏公司,则得用3-4倍的时间和人力。

海外移植内容不够本土化

和其他无数公司倒闭的原因一样,水土不服是众多海外游戏在华遇到的根本问题。在境界游戏CEO朱家亮看来,产品的差异化是造成水土不服的关键所在,东

西方文化的差异导致了游戏用户的习惯在本质上的不同。将海外成功的游戏移植到中国运作,从玩法、题材、文化等方面来看,都不能适应中国市场。

中国游戏市场比较特殊,朱家亮介绍,中外游戏的核心玩法不同,中国游戏用户是从端游、页游发展起来的群体,喜好社交网络游戏,他们试图在网络里满足社交需求,多以外挂或操作简单的形式作为补充在真实生活中满足不了的需求、发泄等,追求自我放松和成就感。而美国、日本的游戏用户多以单纯玩游戏为主,他们享受的是游戏本身,追求的是钻研核心玩法带来的游戏刺激,并非衍生品。

从游戏产品来看,海外玩家与中国玩家偏好也不同。尤其是日本游戏公司,除了《海贼王》、《七龙珠》等动漫改编的游戏同样被中国市场熟知并认可外,中国玩家对日本其他的大多数游戏IP都不熟悉,也不愿意尝试。

除了《部落冲突》等世界经典游戏外,其他本土化的海外游戏在中国也一律不良。在朱家亮看来,“日本本土的游戏相对小众,日本玩家从小玩掌机、家用机之类的游戏,接受的游戏类型比较广泛,偏好家用机游戏的延伸类,游戏榜单多以问答类、弹珠类游戏机时代的游戏为主;而中国玩掌机、游戏机的用户很少,更多选择的是《全面突击》、《魔兽世界》等端游的延伸。这也就如同《致青春》中国回忆的是中国大学校园生活,而非日本与美国,他们并不会感同身受”。

北京商报记者 卢扬 陈丽君/文 代小杰/制表



大视野 大传播 大格局
High Horizon Wide Spread Big Pattern

- ◆ 一份中国与全球化的报纸
- ◆ 一份商务与新生活的报纸
- ◆ 一份教您挣钱与花钱的报纸
- ◆ 一份关于财富与知识的报纸

一个电话 轻松订阅

订阅电话: 400-630-1663 全年优惠订阅价: **180元**

- 国内刊号: CN11-0104
- 国内发行代号: 1-110
- 国外发行代号: D4003
- 地址: 北京市朝阳区和平里西街21号商报大楼
- 电话: 400-630-1663 010-84277808
- 网址: www.bbtnews.com.cn