

僅表面風光 0.15%玩家支撐50%收入

你玩手遊 手遊玩你

近期手機遊戲股大熱，隨着手機、平板電腦等流動裝置普及，手遊近年已取代傳統電視或電腦遊戲，主宰遊戲市場。然而，手遊生產商接連獲巨額投資或風光上市的背後，整個手遊市場其實正朝非常不健康的方向發展，除了少數成功爆紅的手遊，收不回成本者舉目皆是，可謂一仗功成萬骨枯。

■香港文匯報記者 李鍾洲、余家昌

紐約市場研究中心 SuperData 估計，現時蘋果公司 iOS 平台上的手遊，平均每次安裝成本(CPI)為 2.73 美元(約 21 港元)，而且呈上升趨勢。相反，由每名玩家每月產生的手遊收入，只有 1.96 美元(約 15 港元)。要宣傳新的手遊，並在應用程式(app)商店上架，往往需要巨額投資，而且無法擔保玩家一定會有興趣，遑論花錢購買。因此，手遊生意是一場豪賭，蝕本收場例子多不勝數，業界部分經營數字更可以用「嚇人」來形容。

敗在便宜 靠「課金」收回成本

現時在 iOS 或 Google Android 平台上的手遊，都以免費為主，即使收費，售價也大多是在 6.99 美元(約 54 港元)或以下，遠低於傳統電視或電腦遊戲軟件。問題是，手遊定價永遠不可能與傳統電玩看齊，因為無論有多精彩多吸引，玩家都不會願意為「區區一隻手機遊戲」支付 40 至 50 美元(約 310 至 388 港元)。

這意味開發商須透過其他渠道收回成本。傳統植入廣告模式雖然穩定，但收益始終有限，於是愈來愈多開發商傾向在手遊中，加入付費購買虛擬物品功能(in-App Purchase, 日本稱為「課金」)，例如一些降低遊戲難度、讓遊戲進行得更順暢的物品，甚或鎖上一些遊戲應有基本功能，逼玩家付錢「解封」。

「課金」對開發商提高收入而言，確能起立桿見影之效，例如以賽車及運動遊戲見稱的藝電(EA)，旗下手遊部門去年收入就按年增長 26%。社交遊戲《Farmville》開發商 Zynga 稱，部分玩家每年花逾 1 萬美元(約 7.76 萬港元)購買虛擬產品，非常誇張。不過，開發商依賴「課金」變相扭曲業界生態，市場分析機構 Swrve 報告就指出，現時全球手遊玩家多達數以億計，但其實是靠 0.15% 玩家，支撐 50% 「課金」收入。

「免費午餐」關鍵：留住死忠玩家

換言之，正因為有這一批被業界稱為「鯨魚」的玩家(即高消費玩家)，其他玩家才能有「免費午餐」吃。Swrve 總裁雷諾茲表示，由於絕大多數手遊玩家都習慣不付錢，意味開發商必須，亦只能抓住一小撮死忠玩家，但這長遠並非好事，「玩家是非常流動的，他們有很多選擇，要留住他們將會愈來愈困難。」

Candy Crush 開發商上市 24 美元招股價划算

智能手機遊戲《Candy Crush Saga》開發商 King Digital Entertainment 周三將在美國上市，預料發行 2,220 萬股，招股價 21 至 24 美元，集資額介乎 4.66 億至 5.33 億美元(約 36.2 億至 41.4 億港元)，令公司市值可望增至最多 76 億美元(約 590 億港元)。《華爾街日報》指，King 的招股價相當於預測市盈率的 9 至 10.5 倍，較競爭對手更划算。

截至上月，Candy Crush 在全球有約 9,700 萬名每日活躍玩家，在全球多個遊戲程式下載榜穩佔榜首。遊戲推出至今一年多，截至去年第三季，銷量佔 King 總銷售 78%，並佔公司去年 19 億美元(約 147.4 億美元)總收入的 3/4。

不過，Candy Crush 預訂量於去年第四季開始下滑，拖累公司收入按季跌 3%，外界擔心其使用量已見頂。

King 新推出的《Farm Heroes Saga》每日用戶僅 2,000 萬，靠單一遊戲成功的 King 業績可能受威脅。

外界擔心 King 或步對手 Zynga 後塵，上市逾兩年市值即蒸發一半。然而《華爾街日報》引述銀行人士分析指，King 收入今年料增長 30%，招股價的預測市盈率亦低於對手，如在東京上市的 GungHo 為 11.9 倍。此外，Zynga 上市時，旗下遊戲佔流動裝置下載量僅 34%，King 則高達 73%，兩者相距甚遠。



■莫克

Google 前高層撈過界 研發 RPG

全球電子遊戲業方興未艾，不少人都希望分一杯羹。科技網站 VentureBeat 早前披露，Google Play 前全球營銷主管莫克已拉攏多名業界資深人士，組成遊戲工作室「Unspoken Tales」，希望闖出一片天地，計劃研發新的角色扮演遊戲(RPG)，為用家帶來新一代流動體驗。

Unspoken Tales 將集中研發類似《暗黑破壞神》(Diablo)系列的動作 RPG，可讓多名玩家同時參與，玩家亦可在網上合作，預計後年推出首個遊戲。莫克表示，他們研發的遊戲極具娛樂性，遊戲發燒友現時不會在流動裝置找到相同體驗。

愛「參考」忽視創意 毀遊戲業

手機遊戲風行，衝擊傳統電子遊戲，昔日遊戲業龍頭日本任天堂業績倒退，遊戲機 WiiU 及 3DS 銷情慘淡。傳統遊戲機式微，但手遊產品售價低、用家期待也低，其模式並不鼓勵提升產品質素與創意，開發商甚至索性「參考」已有的當紅作品，長遠更可能摧毀整個遊戲業。

3 倍銷量 收入僅傳統遊戲一半

手機用家早已習慣免費下載遊戲，況

且手機及板腦畫質好，加上觸屏容易操控，和傳統打機享受差別不大，甚至把傳統打機比下去。然而手遊收入不及傳統電玩，Pokemon X 及 Y 版是最暢銷任天堂 3DS 遊戲，全球賣出 1,045 萬套，銷售額 4.18 億美元(約 32.4 億港元)。去年最暢銷 iOS 及 Android 遊戲是 Minecraft，雖賣出 3,300 萬個，但收入僅 2.31 億美元(約 17.9 億港元)。

由於市場充斥廉價手機遊戲，其他開發商都不願投入太多成本，以致遊戲質

素每況愈下，抄襲情況普遍。有「神抄」之稱的《神魔之塔》自不在話下，就連《Candy Crush Saga》，也是明顯複製自有 10 多年歷史的寶石方塊《Bejeweled》。《Despicable Me: Minion Rush》是「可愛版」《Temple Run》。

老牌遊戲商藝電(EA)重推經典遊戲《Dungeon Keeper》(地城守護者)手機版，但加入虛擬交易，更被指破壞原裝風味。

■傳統電玩《Pokemon X 及 Y 版》賣出 1,045 萬套，銷售額 32.4 億港元。
■iOS 及 Android 遊戲《Minecraft》賣出 3,300 萬套，收入僅 17.9 億港元。



■手機遊戲風行衝擊傳統電子遊戲，昔日龍頭任天堂業績倒退，旗下 WiiU 及 3DS 銷情慘淡。



《2048》踢走《Flappy Bird》 全球爆紅

手機遊戲《Flappy Bird》早前紅遍全球，但疑因抄襲任天堂《仔寶兄弟》被迫下架，不過機迷還有其他選擇，因為方塊數字遊戲《2048》近日成功上位，它和《Flappy Bird》一樣，遊戲規則簡單，但要「爆機」並不容易，而且不少人一玩上癮，game over 之後不斷 try again，成為機迷新寵。

《2048》開發者是 19 歲的意大利少年奇魯利，以蘋果 iPhone 遊戲《Threes》及《1024》為模版，他為增加遊戲耐玩度，將棋盤擴大並調整操作模式。《2048》不賣弄音效動畫，畫面只是一個 4x4 方格棋盤。

遊戲開始時，其中兩格會有數字「2」或「4」。視乎在電腦或手機板上玩，玩家可用方向鍵或觸屏，操作所有方塊朝同一方向移動。當相同數字連在一起，便會相加成更大數字，而空白方格會隨機出現「2」或「4」；若非相同數字則無法相加。

面世一周即現多篇攻略

玩家由「2」一直加到出現「2048」便算贏；若所有方格都有數字、無法移動，但加不到 2048 就算輸。令人沉迷的是，出現「2048」後遊戲還可繼續下去挑戰「4096」。《2048》面世約一周，網上已湧現多篇攻略，有網民建議將大數字與小數字分置斜對角，在大數字那角進行合成，以騰出空間讓方塊移動。

部分玩家為增遊戲刺激及難度，自創多個改良版放上網，包括多人對戰模式，以及讓玩家同時操控 4 個棋盤的「4D」模式。

有片睇：youtu.be/WV-pdMYlvpg

全球遊戲市場年增長 13.7% 亞太最強

遊戲業近年成為全球新興產業，市場研究公司「透明度市場研究」針對遊戲業的研究顯示，全球遊戲業在 2011 年至 2015 年間的年均複合增長率(CAGR)達 13.7%，按區域劃分以亞太區增長最快。隨着遊戲日新月異及互聯網用戶激增，預料未來數年全球對電子遊戲的需求將有增無減。

該公司預測全球遊戲市場總值將由 2011 年的 705 億美元(約 5,469 億港元)，大幅增至明年的 1,179 億美元(約 9,147 億港元)。

遊戲業得以蓬勃發展，主因是用戶人數增速驚人，愈來愈多消費者視電子遊戲為最佳互動娛樂，用家年齡層遍及 5 至 50 歲。

整個行業可按不同因素劃分成不同板塊，若按組成部分可分為軟件、硬件和基礎技術提供。硬件市場包含遊戲機、手提電腦、手提電話及平板電腦等，但軟件市場才是業界金蛋。遊戲業壯大除因流動裝置普及和提供更大支援外，在網上廉價供應的數以百萬計不同種類遊戲亦是關鍵。