

實體零售下滑逆境求存 香港遊戲市場急速數碼化



●即使任天堂是近代遊戲業領航者，如沒有美國市場也不會有今天的發展。

猶記得上世紀80年代，任天堂的「紅白機」和「灰機」先後進駐日本和北美市場時，因主機廠商有把關軟件質素，避免幾乎摧毀北美遊戲產業的「雅達利震盪」(Atari Shock)再次發生，結果為電子遊戲家用市場重注生氣。無論是紅白機跟其後繼的「超任」、來自索尼的PlayStation與世嘉的Dreamcast以至雄霸攜帶平台的Gameboy家族等，皆完全倚重實體遊戲帶或光碟來運作，直至2005年尾，微軟推出Xbox Games Store來為Xbox 360作護航，才正式為家用遊戲機引入網上商店平台。



●《魔物獵人》等頂級遊戲每當推出新作都會大排長龍。

頻寬硬碟起飛推動下載

因有實體版軟件存在，遊戲店無論在全球哪裏都有做生意的機會，始終把主機買回家仍是無法享樂，至少都要有一隻軟件才可。加上周邊商品如手掣、記憶卡、機袋、保護貼、攻略本甚至可愛的遊戲角色公仔等，還有各廠商的主機，遊戲店能售賣的東西可有不少，但流通量遠不如幾乎每周都推陳出新的遊戲軟件，像《魔物獵人》或《Pocket Monsters》等系列每當有新集發售，機迷們都甘願耐心排隊以求把心頭好買回家。更甚的是，為確保遊戲一上市便搶到貨，或想取得限量預購贈品，機迷還會提早幾個月找相熟店家訂購。

然而，隨着網絡頻寬愈來愈大，下載速度亦愈來愈快，遊戲機配備寬頻連接配件已成現今基本規格。連同硬碟成本不斷下降，於2006年尾面世的PS3還只得60GB硬碟，到2013年尾PS4初推出時已是500GB，有足夠條件把整個遊戲下載下來——這裏指的是在實體軟件推出的同時，整個遊戲程式都放到官方網店，這樣便可足不出戶安坐家中「買遊戲」玩。根據海外網站statista.com的資料顯示，近年在美國電子遊戲與電腦遊戲的實體軟件營業額比例過去十多年正在不斷下滑，於2009年實體跟數碼的比例還只是80：20，到2013年拉近至46：54即數碼版已反超前，而2018年更發展至很極端的17：83。人們改變購買方式，把金錢直接支付到廠商經營的網店，首當其衝最受影響的固然是傳統

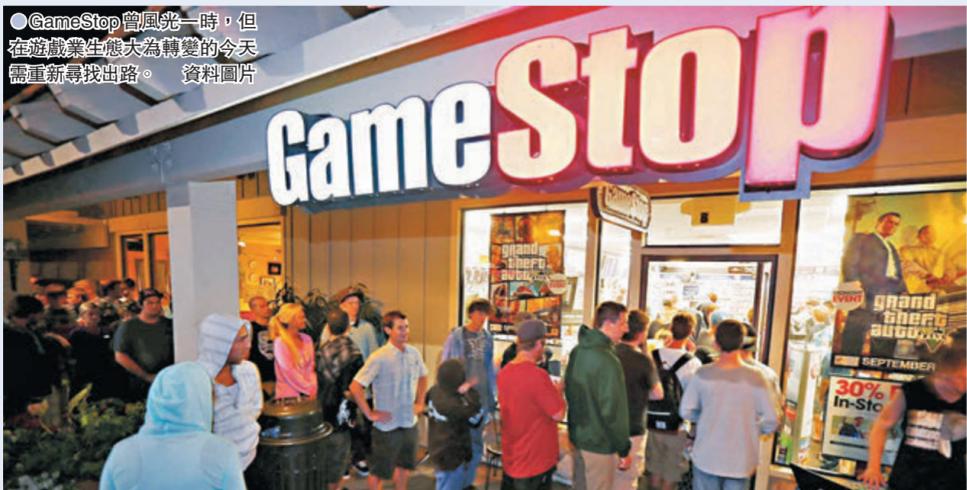


僅花十年，美國實體軟件和數碼軟件的銷售額已互相反轉。

結論：天秤更傾斜向數碼化

事實上，各種因素已反映出，在電子遊戲銷售上只會不斷向數碼化靠攏，還未計規模較細小的廠商不願冒生產和存倉等風險寧推出數碼版遊戲，此消彼長下實體遊戲自然更被邊緣化，進一步損害遊戲零售店的利益。不僅如此，微軟去年更大力推動Game Pass訂閱制度，月花約110餘元即能在家用機和電腦任玩百多款頂級作品，尤其微軟自家製作和友好公司的力作都會在推出首天便可免費玩到，輕鬆省下數百元。長此下去，買遊戲或會成為歷史行為，未來甚至連預先下載都不用，一按掣即可透過雲端技術連上伺服器玩，屆時連主機都不需要擁有，完全數碼化的遊戲環境令實體店的存在價值幾乎變成零。

隨着美國著名遊戲零售連鎖店GameStop早前被沽空機構看淡經營前景而遭受狙擊，令外界如夢初醒地得悉遊戲店的生意並不如當年般好，這門生意甚至出現步入黃昏、將被取締的跡象。然而，電子遊戲生意在全球的營業額屢創新高，跟零售商的狀況各走極端，問題核心是顧客的遊玩平台已改變，購買渠道也不同，在數碼化便利下，堆起一疊二疊遊戲來玩的場面正逐漸消失，於是實體店在困局中求變，令現今香港遊戲市場趨向數碼化。



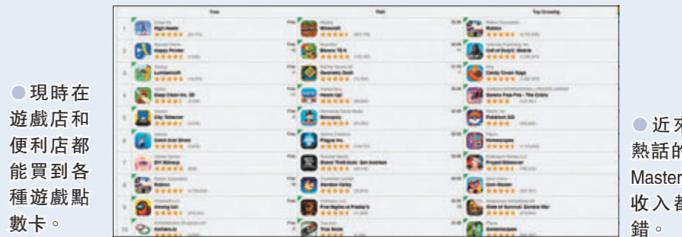
●GameStop曾風光一時，但在遊戲業生態大為轉變的今天需重新尋找出路。

●部分手機遊戲在遊戲中的商店中設「課金」內容。

●現在很多人都玩手機遊戲，直接從網上商店下載，不再需要外出買遊戲碟了。



●現時在遊戲店和便利店都能買到各種遊戲點數卡。



●近來成為熱話的《Coin Master》每天收入都很不錯。

零售店舖。

手提電話鯨吞大片市場

與此同時，隨着蘋果和Android這兩大智能電話系統各據一方，顛覆了人們使用手提電話的習慣。從一次過購買整個遊戲的遊玩方式演變為「免費入場、付費購買道具或抽蛋」的經營模式，對大部分用戶可看待成不用錢便可任玩，不過開發商絕不做賠本生意，因這些「課金」(日文漢字，意指付費)遊戲內的隨機機制會引導玩家自願地乖乖付錢，務求買到或抽到心頭好，而「支持」程度亦可分為坊間所說的「輕課」、「重課」、「廢課」等。儘管市場上只有寥寥數款的最熱門遊戲可吸盡玩家金錢，但那個數以十億計日圓的「課金」金額確很

驚人，所以不少軟件商都寧願以小博大，嘗試在開發門檻較低、較有機會變鳳凰的手提電話遊戲市場拚搏。

對於傳統遊戲店，人們把手上資本都投放到手提電話遊戲上，自然減少在實體遊戲上的花費。店舖極其量只能在這群人客購買點數卡(為手提電話遊戲賬戶充值要「課金」)時賺取些微利潤。另外，除了愈來愈多人選購數碼版遊戲和手提電話吃掉遊戲市場一大部分外，過去一年PS4軟件銷售情況較三、四年前差，尤其新主機PS5推出前夕至現在的約半年裏，玩家欠缺動力消費在舊平台上，同時也無法購得新機，單論PS家族在市場上的人氣較過往幾年已差了一截。

香港數碼銷售追平實體

從海外市場數據已知實體銷售早被數碼下載追過，那香港又怎樣？筆者對不願透露身份的S先生進行訪問，據從事遊戲發行事業有多年經驗的他表示，拿七年前PS4剛在本港推出和今時今日相比，已是完全兩個世界。「單計數碼銷售，目前營業額已較PS4初期上升至至少

70%至80%。那時一款遊戲的實體版和數碼版比例約為8：2，如今則是6：4甚至各佔一半。其實這數字在PS4並不算很高，因有些國家或地區數碼版銷量在實體版之上，換言之數碼銷售在香港可說是增加了150%！」

另一方面，作為可帶出街玩的主機，Switch儘管在實體銷售上表現非常亮眼，不過其數碼版軟件的營業額也相當可觀，因把經常都玩的作品下載到主機裏，就無須在開機玩數分鐘執拾過實物後，又要轉換另一遊戲來玩，免卻意外跌掉遊戲卡的風險。所以，不少港人都選購《動物森友會》數碼版，把另一遊玩時間較長之作長插在主機裏。

在地球另一端的美國，GameStop幾年正是受實體軟件銷



●即將踏入第五個年頭的Switch憑充滿心思的宣傳保持十足活力。

量下滑影響，無法維持原有的龐大零售點數量，故在去年3月便公布一年內需關閉約300間店舖，但最終手起刀落的則多達逾1,000間(預計今年3月31日前完成)，反映出實體遊戲店的經營困難程度。

店舖開拓新客源求出路

Switch在推出的這四年間大紅大紫，主機、遊戲和周邊配件賣個滿堂紅，及時打救在PS4後期需掙扎求存的傳統遊戲店。向來娛樂市場一旦出現壟斷就不會有好結果，尤其在Switch未推出前，顧客的家用機唯一選擇便只有PS4，假若消費者對它不感興趣，加上其遊戲多屬較硬派的動作冒險或開放世界類型，輕量家用難有共鳴。所以，路向相對較貼近群眾、擁有大量吸引角色和具名氣IP的Switch便成為本地零售店的救命稻草，主機賣斷市軟件廣獲追捧，就連機袋和充電器等配件都五花八門，為店舖帶來可觀盈利。

西九龍區一間老字號遊戲店的店長A小姐，不諱言Switch未推出前其遊戲零售營業額可用「每況愈下」來形容。「以每年推出新一集的《FIFA足球》為例，2014年時最低限度我都會進貨100隻來賣，之後的集數竟連80隻、甚至50隻都賣不去，令我只能大減入貨量。到Switch推出市場，即使PS4作品未至於完全無人買，但營業額確是縮減很多，這導致一些過往總會入幾隻來試水溫的冷門作品，如今一隻也不敢拿來賣。」她坦承若非什麼都能製造話題的Switch及時出現，不少遊戲店早已關門大吉。

在實體遊戲銷售方面，A小姐指出Switch即使有人買數碼版但對整體影響不大，而PS4方面因網店常有優惠，簇新的作品發售不久便減價，甚至免費送給訂閱服務會員，對店舖仍未售出的存貨構成重大壓力。幸好她的店舖多年前已有售賣日系動漫玩具，一直有捧場客，某程度攤分了單純只賣遊戲的風險。有些店舖也會售賣大量點數卡，當手提電話遊戲有大型活動，玩家要大量「課金」時，每人動輒花數千元「抽蛋」也是等閒事。

Switch的誕生與其他周邊產品生意，成為不少本港遊戲店的還魂丹。



●Switch的誕生與其他周邊產品生意，成為不少本港遊戲店的還魂丹。

新冠肺炎成加速劑

撇除數碼版遊戲愈來愈受歡迎不提，於過去一年全球在新冠肺炎疫情下，遊戲行業也成為重災區，不少開發商都因「在家工作」和「封城」而嚴重影響製作進度，原打算催谷新機的作品都只有延期，令兩代主機的新舊交替變得更漫長。但正因為疫情，人們即使不出外都需要娛樂，這令數碼版遊戲銷量進一步上升，或加強了玩家未來繼續支持數碼下載的動力。另外，所有零售產品都可經由電子商貿渠道購得，像亞馬遜等電商巨頭股價已翻幾番，玩家也可選擇繼續擁有實體遊戲碟——當然，能賺他們的錢還不是遊戲店，而是電商。



●疫情促使電子商貿爆發，買實體遊戲也變得簡單輕鬆。



●不單止PS5，連Xbox Series XIS都受到晶片不足拖累。

晶片不足影響出機

目前PlayStation和Xbox陣營都推出新主機不久，原為大力推動銷售的黃金期，即使數碼下載是主流，但始終仍有忠實擁抱擁實體光碟。但替PS5和Xbox Series X|S這些新機供應晶片的AMD早前宣布，因產能問題無法供應足夠晶片，導致今年6月前都不會有更多主機供給市場。加上為數不少的主機被英美等地炒家囤積，熱愛打機者無法用原價購得心頭好，進一步打擊實體遊戲的銷情。