

出版社投资网络游戏可行性探索

●施高翔 朱凤琴

摘要: 网络游戏发展日趋成熟, 市场利润很可观。新兴的数字出版日益受到行业重视。本文剖析出版单位从事网络游戏行业的优势, 从网游研发、网游出版、网游运营角度出发, 分析投资网络游戏的可行性, 如何规避投资风险等等, 为从事网游的出版单位提供一些参考意见。

关键词: 网络游戏 出版社 投资

一、网络游戏基本运作模式

网络游戏的基本运作模式包括研发、出版、运营三个阶段。与此对应, 网络游戏从业者包括游戏研发商、出版商和运营商, 这三种角色可由不同的企业分别来承担, 也可由一家企业承担其中两种至全部角色。

1. 游戏研发。主要包括游戏策划、主程序设计和美工设计等环节, 其中, 策划是核心环节。因此, 一个好的游戏研发团队, 游戏主策划人员是灵魂, 他要有敏锐的市场嗅觉, 策划出好的游戏脚本和实施方案, 并主导程序员和美工的工作: 指导主程序设计人员根据策划方案来设计游戏的引擎, 完善游戏功能; 指导美工根据策划的要求完成人物和场景的设计。策划人员要参与游戏研发全过程, 以保证游戏的研发没有偏离策划的主题, 并按预定目标在完成研发工作。游戏制作完毕, 需要在研发公司内部进行封闭测试, 并根据测试中发现的问题对游戏进行多次修改和调整。题材的新颖、主程序的流畅、场景人物的精美都是玩家选择游戏考虑的因素。

2. 游戏出版。根据新闻出版总署的规定, 网游上线运营前需要正式出版。出版由有网络游戏出版权的出版社或游戏运营公司先向属地省市新闻出版局申请, 经审核后报新闻出版总署审批。申请网游版号时需要注意以下几点: 开发者、出版者、运营者

的资质资料要齐全; 游戏的内容、防沉迷系统要严格按照总署规定来完成; 屏蔽词汇需要从安监部门索取最新的屏蔽词汇库; 出版者和研发者要有对后期增加的内容符合总署相关规定的保证书等。其中, 涉及版权引进的游戏还需要办理著作权合同备案登记。

3. 游戏运营。目前网游运营模式主要有以下几种: 代理运营模式、自主研发模式、联合运营模式、合作经营模式及控股运营模式。代理运营和自主研发是现阶段国内客户端游戏最为常见的商业运营模式, 同时也是最为成功的商业运营模式之一。

(1) 代理运营。是指运营商获得研发商开发的游戏产品的代理权, 进行相应的本地化和产品化改造后, 通过自己的运营获得利益。运营商向研发商按比例分成。

(2) 自主研发模式。即自己研发产品并由自己运营。自主研发具有不少优势, 除可自己运营外, 还可以通过技术转让、产品输出及合作运营等方式, 灵活经营。相比代理运营模式, 自主研发模式无疑具备有更多的自主性及利益最大化优势。当然, 这种模式投入大, 研发周期长, 风险也大。

(3) 联合运营模式。网游产业发展到页游时代, 研发和运营所需要的资本大大减少, 用户规模不断缩小及分化, 因此在进入到页游时代后, 出现了一种新式的运营模式——联合运营模式并开始风靡。

这种模式通常是由产品的开发方提供联合运营的产品授权,然后由联合运营的另一方提供运营所需要的其他资源(如用户资源、服务器带宽、本地推广等),然后进行联合运营,并共享所获利益。这种模式特别适合投入较小、技术要求不高的小型产品,因为资源整合的关系,该模式特别受到了许多传统IT公司以及各类具备人气的传统互联网站点的欢迎,同时也造就了一批页游公司。现在,这种模式也逐渐被传统大型网游企业所关注。

(4) 合作经营模式。这是国内网游市场中曾经出现过的模式,主要形式为国外的企业注资或共同投资在国内成立独立的合资公司,合作经营某个特别的项目。但随着国内政策的变更给此模式带来的一系列困难,这种模式的发展前景不容乐观。

(5) 产品买断和公司控股经营模式。随着国内网游市场进入门槛的不断拔高,产业逐渐进入网游寡头垄断的阶段,盛大、网易和腾讯三巨头占据着整个网游产业大部分的市场份额,致使产品买断经营和公司控股经营模式逐渐浮出水面。与代理运营和自主研发不同,这种模式往往可以保证产品的开发团队的相对稳定,让专注于游戏开发的团队和公司继续做自己擅长的工作,而这些商业巨头购买公司大部分股权,游戏所有权属于商业巨头,由它来制定游戏策略运营游戏,将游戏产品的商业化做到最大化,而开发商占的股权较少,只分得其中少部分利润。这是属于强强联合的优势市场竞争手段。

二、出版社为什么要进入网络游戏运营

网络游戏是数字出版业的主流业务之一,市场份额大,利润高。2010年网游市场收入达到323亿元,比2009年增长了26.3%,占数字出版业的32%。而同期数字图书市场收入7.1亿元,仅占数字出版业7.1%。对于这块主流数字出版业务,具有网络游戏出版权的出版社如果只是停留在出版环节而不投资进入网络游戏开发和运营环节,在目前没有技术、没有营销等核心人才竞争力的情况下,所获

得的利润极少,进入不了主流数字出版业。出版社投资网络游戏有以下几点优势:

1. 出版资源

出版社有深厚的文化底蕴,有丰富的图书资源,这其中就蕴含着优秀的题材,这些题材可以改编成网络游戏脚本。同时,出版社可与游戏研发公司合作,将优秀的游戏正式出版。

2. 人才优势

拥有网络出版权的出版社均配备有合格的网络出版编辑和营销人才,这些人才均经过长期正规的职业培训,有丰富的从业经验。而且出版社的人才队伍相对一般公司要稳定很多。

3. 企业信誉

传统的出版社均是事业单位,具有完善的组织架构,经营规范。在目前改制为国有独资企业后,出版社仍保留着原有良好的企业信誉,内部管理规范,做事有自律性,严格遵守国家的有关法规和规范。因此给人以信任感。出版社投资研发网络游戏,在市场上容易得到玩家的认可,并受到运营商的青睐。

4. 出版权

出版社拥有网络游戏出版权,内部有规范的游戏审核流程,经出版社审核通过的游戏,基本上能通过上级主管部门的审核,并能顺利获得游戏版号,减少了游戏研发和运营中的政策风险。

5. 资金保证

具有实力投资游戏的出版社一般具有较为雄厚的资金实力。经出版社研究投资的游戏项目,均会准备足够的资金用于开发、运营和营销等。与临时组成的研发团队或是一般社会企业相比,出版社对游戏投资是有保证的。

三、出版社如何运营网络游戏

1. 网络游戏类型的选择

出版社可根据自身经济实力投资不同类型的网络游戏。小型的出版社可以投资网页游戏,这种游戏投入相对较小,开发成本约100万~150万元。对

美工、技术等的要求相对较低,研发周期短,一款游戏6个月左右即可完成。加上测试、后期完善等时间,一般9个月至1年就可正式上线运营。由于玩家大多为上班族,有一定的经济基础,他们的充值愿望较强烈,游戏可较快盈利,但寿命普遍不长。大型的出版集团因资本充足,可以投资客户端游戏。这种游戏投入较大,一般在1000万元以上。对策划、美工、技术的要求较高,研发团队人数较多,研发周期长,一般需要二三年。但这种游戏寿命较长,玩家的忠诚度高。

2. 风险如何规避

投资游戏的风险首先是在研发阶段,风险包括研发团队特别是核心成员的稳定,以及游戏质量的保证;其次是出版阶段的风险,游戏的出版均需经上级主管部门审核,存在因不符合管理规定上的要求而不能出版的风险;再次是在运营阶段的风险,存在是否能找到合适的运营商以及营销策略是否得当,运营中发现的程序上的BUG是否能及时修改等风险。

出版社投资游戏自然应尽量规避这些风险。规避的办法是扬长避短,尽量做自己擅长和熟悉的部分。笔者分析过已上线游戏成功与不成功的原因,发现不成功的游戏很大部分原因是研发的问题。第一个问题,在研发阶段,有不少策划人员没有考虑到游戏运营中需要用到的技术问题,如客服人员分析玩家充值习惯的技术、合服技术、掉包处理技术等,造成运营阶段可用营销手段匮乏,游戏吸引不了玩家长久玩下去。第二个问题,是研发团队的管理。研发负责人需要管理好团队,充分把握好游戏研发进度,能让团队按策划方案相互协作,才能设计出一款合格的游戏。游戏运营后,根据市场情况游戏需要经常作出修改,以符合玩家最新的要求。如团队无法稳定维持,修改就没人来做,导致一款游戏的寿命缩短。因此,出版社尽量不要直接组织自己的研发团队,团队的管理和维持成本均很高。

运营阶段的风险出版社也可规避。国内运营平

台已有几百家,而且还在快速增长。平台虽有不少,但游戏运营上比较集中在几大平台。这些平台已有一套完善而成熟的游戏营销模式,而且因知名度高,在这些平台上运营的游戏成功率相对较高。因此,出版社在初期投资游戏时,可将投资的游戏交给这些平台运营,只需谈好利润分成比例、运营的基本要求等即可,出版社并不需要自己专人负责运营,既减少了风险,又节省了自己运营需要的一套团队维持及设备投入、维护等费用。并且,按照目前游戏行业的惯例,平台运营一款游戏需要先支付给游戏投资人一笔版权使用费,这同样可减少出版社的投资风险。

3. 出版社投资游戏模式选择

网游行业对于出版社来说是个新兴行业。通过以上分析,笔者建议出版社目前进入游戏行业的模式可采取自主研发的模式,即先投资购买已设计好的或是已有可行性策划方案的游戏,游戏经正式内测通过后,由出版社出版,然后交由合适的平台运营。这种模式规避了研发和运营两个阶段的风险,将风险降到了最低。同时投入资金量不多,预期收益较明确,做到了风险可控及最小化。经过一段时间的探索,出版社也可参与到运营环节,自己建立平台,除运营自己的游戏外,还可运营其他的游戏,这又可成为出版社一项新的业务和利润来源。

参考文献

- [1] 百度数据研究中心. 2010年网游行业报告 [R/OL], <http://wenku.baidu.com/view/3e286cd033d4b14e852468a6.html>.
- [2] 艾瑞咨询集团. 2009-2010中国网页游戏行业发展报告简版 [R/OL], <http://www.microbell.com/Upfile2008/200806/2008626111659456.pdf>.
- [3] 中国电子商务研究中心. 中国网络游戏产业法律现状分析 [R/OL], <http://b2b.toocle.com/detail--5576831.html>.
- [4] 百度数据研究中心. 网络游戏运营模式研究 [R/OL], <http://wenku.baidu.com/view/5ad31121dd36a32d73758168.html>.

(本文作者单位:厦门大学出版社)