

線上遊戲拼人氣 優勝劣敗進化論

國內線上遊戲這兩三年來突然成爲倍受矚目的數位內容產業之一，預估今年遊戲業者營收可望達到 60 億元台幣，若再加上已扣除的通路成本，產值應當在百億以上，而這還不包含網咖、電信公司等週邊收益。線上遊戲除了在台灣走紅，全球的龍頭韓國也預估，2005 年產值將突破 5 兆韓圓（約合台幣 1,450 億元），而中國大陸今年產值也將超過台灣，看起來，線上遊戲的確是項耀眼的新興產業！

線上遊戲有項特性-玩家會往熱鬧的地方集中，就像入口網站出現集中現象是一樣的，因爲線上遊戲最好玩的是人與人的互動，好玩的遊戲自然能吸引多數玩家去玩，而玩家間熱烈的互動，導致良性的加乘效果，又吸引更多的玩家投入。相對的，弱勢的遊戲當就會因爲人少互動不起來而加速玩家流失，而陷入惡性循環。

因此，套用「80/20 法則」的說法：「80%的玩家會集中在 20%的遊戲」，所以「80%的營收會集中在 20%的遊戲」。整體來看，遊戲業者以及推出的遊戲產品數量雖多（目前市面上大約有 5、60 款線上遊戲），但真正能賺錢的，卻如鳳毛麟角。根據了解，目前市面前兩名的遊戲「同時上線人數」都號稱超過 10 萬人，但排名第 10 的遊戲卻可能還不到 1 萬人，大多數的遊戲都只在 1 至 3 千人上下，人氣差距之大可見一斑。然而，想經營線上遊戲，權利金（付給研發廠商）、硬體設備、機房頻寬、人事管銷等成本一定得花，當營收不足以支撐成本時，就會造成營運困難。在去年(2002)暑假時，線上遊戲公司曾如雨後春筍般冒出，遊戲產品也是百花齊放，但是，今年暑假卻是遊戲軟體產業接受考驗的關鍵時刻，推出的遊戲數量雖多，競爭氣氛卻像在期末考，考不好的廠商勢必就面臨慘遭當掉淘汰的惡運。

傅鏡暉

現職：優邦數位科技顧問

學歷：政治大學政研所碩士

經歷：電腦玩家雜誌主編

超視、民視新聞部記者

大宇資訊節目部主任

大宇全球網路科技創意總監

新藝術遊戲學苑講師

著有線上遊戲產業 Happy 書