



■ Switch 推出後風靡全球。 資料圖片

Switch 成救命稻草

直至 2005 年底，微軟推出 Xbox Games Store 正式為家用遊戲機引入網上商店平台。不過隨着網絡頻寬和下載速度的升級，加上手機遊戲愈來愈普及，現時玩家可足不出戶安坐家中買 Game 玩。

本港電玩銷售 數碼追平實體

有多年遊戲發行經驗的S先生表示，拿7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早在實體版之上，換言之數碼銷售在香港可說是增加了150%！」在地球另一端的美國，遊戲零售商GameStop早幾年正是受實體軟件銷量下滑影響，無法維持原有的龐大零售點數量，故在去年3月便



■ 手遊用各種套路吸引用戶課金。

購得心頭好，進一步打擊實體遊戲的銷情。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，已較過往幾年差了一截。

疫情持續已過一年，市民紛紛在家避疫，在家「打機」成為熱門消閒方式，電玩市場在疫境下一片好景，帶挈電子遊戲生意在全球的營業額屢創新高。不過，在數碼化便利之下，玩家的遊玩平台有所改變，導致實體遊戲零售商的經營情況走向另一個極端。以往堆起一疊二疊遊戲來玩的場面正逐漸消失，現今本港遊戲市場趨向數碼化，實體遊戲店也在困局中求變，轉售日系動漫玩具、點數卡等其他遊戲產品，分散單賣遊戲的風險。



■ 本港機舖熱銷
Switch及其遊戲。

滿堂紅，連機袋和充電器等配件都五花八門，為店舖帶來可觀盈利。當時風靡全港的「動物森友會」推出限定主機，不但一上市即炒貴幾千，更有機友通宵排隊買機。

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入貨 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。」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，當手機遊戲有大型活動，玩家要大量「課金」時，每人動輒花數千元「抽蛋」也是等閒事。



Switch 搭配 Labo 套件
有多種玩法。

電子遊戲銷售不斷向數碼化靠攏，近年來新興的各款手遊也來到遊戲市場分一杯羹。據調查機構 Sensor Tower 商店情報數據顯示，今年 4 月全球手遊收入相較去年同期增長 10.8%，達到 72 億美元。與此同時，手遊的消費模式也有轉變，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，例如透過「首儲優惠」、「限定禮包」及抽獎等手法，無孔不入地向玩家推銷並引誘玩家持續課金，「支持」程度亦可分為坊間所說的「輕課」、「重課」及「廢課」等。

遊戲數碼化 機舖逆求存

手遊漸興起 課金套路多