

一份中国民族游戏产业发展的回顾与思考
一次中国民族游戏人才培养的探索与实践

中国游戏 产业突围

李新科 著

永远的朝阳产业
——游戏产业

人才是产业发展的原动力!



 朝華出版社

永远的朝阳产业——游戏产业

中国游戏产业突围

李新科 著



朝華出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国游戏产业突围/李新科著. —北京:朝华出版社, 2006.1

ISBN 7-5054-1497-6

I.中... II.李... III.游戏—产业—研究—中国

IV.G898

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 160044 号

中国游戏产业突围

作 者 李新科

出 版 人 田 辉

责任编辑 王三石 章 捷

责任印制 赵 岭

封面设计 弓禾碧工作室

出版发行 朝华出版社

地 址 北京市车公庄西路 35 号

邮政编码 100044

电 话 (010)68433166(总编室)

(010)68413840 68433213(发行部)

传 真 (010)88415258(发行部)

印 刷 北京春华腾飞印刷有限责任公司

经 销 全国新华书店

开 本 645×925 毫米 1/16

字 数 170 千字

印 张 15.75

版 次 2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月第 1 次印刷

版 别 平

书 号 ISBN 7-5054-1497-6/G·0865

定 价 29.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

一份中国民族游戏产业发展的回顾与思考

一次中国民族游戏人才培养的探索与实践





本书从世界游戏发展潮流的历史视野和中国经济、文化、教育发展的宏观角度，以大量的事实、翔实的数据为依据，借助哲学、政治、经济、伦理、教育等多种学科的理论成果，在深入分析了中国游戏产业的背景、现状、发展、历史任务和广阔前景之后，提出了“中国游戏产业突围”的重要命题，并揭示了制约中国游戏产业发展的瓶颈——人才问题，得出了“实现中国游戏产业突围，必然首先实现人才突围”的结论。

由于人才培养的重要性，作者专辟人才培养一章，对如何建设中国游戏人才培养机制提出了非常有价值的建议和构想，并以成功培养 5000 名优秀人才的 game 学院为主要案例，着重阐述了如何利用大型职业培训机构解决当前游戏行业人才培养瓶颈问题，为行业提供了富于建设意义的经验。这对于中国游戏产业的发展而言，具有很强的启发和促进作用。

本书内容丰富，论述严密，文采斐然，富于气势，是一部可读性极强的专著。

——编者



目录

第一章 世界游戏产业的发展和未来

第一节 从《宇宙战争》到任天堂 /4

第二节 进军！进军！进军！ /7

1. 新贵的诞生——电脑游戏 /7
2. 异军突起的因特网游戏 /9
3. 欧美韩日之间的较量 /11
4. 游戏产业兴起之后的各国经济 /14

第三节 绿色经济与游戏产业 /17

1. 游戏产业与 GDP /17
2. GDP 与绿色经济 /19
3. 大力发展中国游戏产业的经济学思考 /22

第四节 突围！突围！突围！ /26

1. 40年后，谁主沉浮 /26
2. 起跑线后的中国 /28
3. 杀出一条血路 /31

第二章 中国游戏业发展历史和现实

第一节 姗姗来迟的中国游戏 /36

1. 《仙剑》、《傲世三国》、《联众》……一路走来 /36
2. 谁迟到了——中国游戏面临的双重劣势 /39

第二节 活着，还是死去

——夹缝中的中国游戏产业 /42

1. 中国游戏市场到底有多大 /42
2. 谁在吞噬市场空间 /45
3. 群雄割据，还是苟且偷生
——中国游戏巨头的生存现状 /47

第三节 契机——中国游戏产业发展前瞻 /51

1. 全球同步发展中的游戏产业 /51
2. 游戏：软件业中惟一没有分完的大蛋糕 /52
3. 作为带动行业经济杠杆和经济新亮点的游戏产业 /54
4. 谁是中国游戏的受益者 /55
5. 中国游戏的“红旗”到底能够打多久 /57

第四节 敢问路在何方 /61

1. 尊严：自主知识产权下的中国意识 /61
2. 政府积极扶持下的中国优势 /63
3. 本土化的中国策略 /65
4. 国际化潮流中的文化认同——中国制造的必杀技 /67

第三章 经济：中国游戏业发展的梦想

第一节 一个中国梦想的诞生 /71

1. 成长中的中国游戏产业 /71
2. 现实：抵达目标必须逾越的屏障 /73
3. 梦想有多大，成功就有多大 /75

第二节 国产游戏成功之作 /76

1. 《仙剑》：一个真实的神话 /76
2. 金山：一场“游戏”的博弈 /77
3. 盛大：先有联众，才来《传奇》 /79
4. 《大话西游 online》 /81
5. 《傲世三国》 /82

第三节 国产游戏：我与春天有个约会 /85

1. 数字娱乐，必由之路 /85
2. 尚待开掘的中国游戏市场 /86
3. 一个无需证明的优势：人 /87
4. 再见，冬天 /89

第四节 从打压到引导

——游戏产业政策转变背后的宏观视野 /91

1. 政策：游戏产业的晴雨表 /91
2. 绿色经济排头兵：
宏观经济中游戏产业的重要地位 /92
3. 一场革命的来临
——有关“游戏”的哲学、社会学思考 /93

第五节 崛起不是梦想 /96

1. 一流人才、一流游戏、一流企业 /96
2. 中国式崛起 /98
3. 中国游戏：我的未来不是梦 /99

第四章 文化道德：中国游戏业发展的使命

第一节 游戏：谁是真正的玩家 /103

1. 中国游戏人群分析 /103
2. 玩游戏，还是被游戏玩 /104
3. 别国游戏中的精神控制和文化短视 /105

第二节 游戏中的文化殖民与文化侵略 /108

1. 别国游戏中并非误区的“误区” /108
2. 运营别国产品潜藏的文化、道德错位 /110
3. 游戏与话语权力 /111
4. 中国游戏，拿起反抗侵略和殖民的利剑 /113

第三节 游戏是一种文化 /114

1. 游戏与社会教育 /114
2. 游戏与传统文化 /116
3. 游戏与健全人格 /118
4. 没有文化的游戏必然失败 /120

第四节 建立中国游戏的文化道德理想 /122

1. 游戏在道德建设中的重要作用 /122
2. 中国游戏：追回失落的文化之根 /124

第五节 中国游戏的伟大使命 /126

第五章 本土化：中国游戏业发展的出路

第一节 大力发展中国游戏产业 /131

1. 时不我待的形势 /131
2. 本土化：最佳的突破口 /133

第二节 中国游戏产业缺什么 /136

1. 欧美韩日游戏的经典优势 /136
2. 中国游戏相对别国游戏的缺陷 /138
3. 改良, 还是革命 /140

第三节 中国游戏产业突围的策略 /143

1. 争取政策扶持 /144
2. 社会各界的鼎力支持 /145
3. 更新先进技术和设备 /148
4. 争夺中国游戏的话语权力 /149
5. 建立基于中国传统文化的本土化理念 /151
6. 重点开发本土产品 /153
7. 大力发展健康游戏 /155
8. 培养本土人才 /157

第四节 人才, 人才, 还是人才 /160

1. 中国游戏产业的“玄关”在哪里 /160
2. 当务之急: 培养本土的优秀游戏人才 /162

第六章 如何培训急需的游戏人才

第一节 中国游戏人才的定义 /169

1. 拥有高精尖的专门性技术的人才 /170
2. 拥有深厚传统文化知识背景的人才 /171
3. 拥有超强创意能力的人才 /174
4. 拥有敏锐市场洞察力的人才 /175

第二节 人才培养的三种途径 /177

第三节 企业自主培养人才 /180

1. 企业自主培养的利与弊 /180

2. 企业培养人才能否挑起中国游戏产业大梁 /182

第四节 大学教育培养人才 /184

1. 大学软件教育概况 /184
2. 大学教育培养人才的缺陷 /186
3. 刚刚起步的大学游戏专业 /188

第五节 职业培训（游戏学院）培养人才 /190

1. 一种行之有效的教育机制 /191
2. 以社会需求与中国游戏发展大业为教育宗旨 /194
3. 理论与实践相结合的教育方法 /195
4. 互动教学、因材施教的灵活性与实用性 /197
5. 科学合理的课程设置 /199
6. 广阔的发展前景与市场预期 /201
7. 游戏人才培养的长远之计 /202

附录一

1. 世界游戏产业发展大事记 /205
2. 中国游戏产业发展大事记 /207
3. 对中国游戏产业发展有影响的企业、产品、人物介绍 /210
4. 中国游戏产业相关的政策法规 /218

附录二

1. 汇众益智（游戏学院）简介 /223
2. 汇众益智发展大事记 /224
3. 汇众益智（游戏学院）所获荣誉一览 /225
4. 游戏学院课程体系 /226
5. 汇众益智（游戏学院）战略合作单位一览 /231

参考资料 /235

后 记 /237

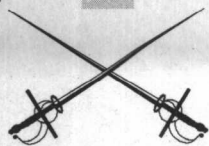
The background of the page is a traditional Chinese ink wash painting. It depicts a misty landscape with several trees, some with dense foliage and others bare. In the lower left, a small, dark figure of a person is visible, possibly walking or standing near a body of water. The overall style is soft and atmospheric, typical of classical Chinese art.

第一章

世界游戏产业的 发展和未来

毋庸讳言，休闲娱乐已经成为我们这个时代的一个重要特征，而电子游戏也已经成为当今人们休闲娱乐最为流行的一个部分。不管是电视游戏、手机游戏，还是电脑网络游戏，人们对于电子游戏的热衷早已远远超出了对传统玩具的痴迷和喜爱。高科技的运用，使游戏产业给人们带来了丰富多彩，引人入胜的互动娱乐体验，让用户体验与享受着无穷的乐趣。进入 21 世纪，电子游戏荟萃传统视听数码娱乐的精华，集高科技、娱乐性、交互性、叙事性、竞技性、仿真性等诸多娱乐要素之大成，已经成为当今电子娱乐产业的前沿和先锋产业。2005 年，世界两大玩具展——纽伦堡玩具展和纽约玩具展再一次开场。在这两个全球性的玩具展中，人们并不惊奇地发现，富含科技含量的玩具日趋流行，而越是经济高速发展或高度发达的地方，越是科技普及的地方，如北美、欧洲、日本等，其电脑游戏市场就越被看好。与此同时，香港贸发局在对 2005 年举行的香港玩具展调查时也发现，买家对电脑游戏的热衷呈明显的上升趋势，而且这个速度出奇地快，几乎大多数游戏及其附加产值都出现了几十倍、几百倍的几何级增长。

用于非功利的纯粹娱乐消费的时间和资金支出的增多，实际上是社会进步的表征，我们理应为此感到欣喜！但是，令我们感到惋惜的是，对比发展迅速的世界游戏产业，我们中国游戏产业的发展水平明显滞后。无论在技术、创意、人力资源、政策扶持



上，都远远赶不上欧美、韩国、日本等游戏产业大国，甚至我们这个拥有着 13 亿人口的巨大市场，大部分的游戏市场份额却被外国游戏产业的巨舰占领着！在我们高喊着“中华民族伟大复兴”口号的时候，请问，在信息产业和游戏产业领域，我们的民族自信何在？！我们的民族尊严何在？！我们的民族希望何在？！

近一百年以前，中国革命的先行者孙中山曾言：“世界大势，浩浩荡荡；顺之则昌，逆之则亡。”当信息时代夹着经济发展的大势汹涌而来，经济、科技发展双重滞后的中国游戏产业的发展 and 未来，路在何方？

回顾世界游戏产业 40 余年的发展历程，也许能让我们得到启示。

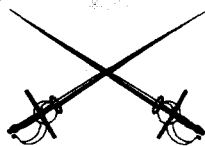
第一节

从《宇宙战争》到任天堂

1961年，美国麻省理工学院的学生开发了一个名为《Space War》（中文译名《宇宙战争》）的电子游戏软件，运行在 DEC 公司生产的 PDP-1 大型机上。这在世界玩具史和世界游戏史上，可谓具有划时代的意义。它是人类首套电子游戏软件，并从此揭开了一个娱乐产业发展的序幕。在 40 余年之后，电子游戏产业作为一个革命性的文化、经济因素，将成为超过电影、电视等传统娱乐行业的新兴娱乐产业，并担负着改变传统娱乐行业的结构的历史使命，占据着促进世界各国经济发展和改变人类娱乐生活、革新流行文化的重要地位。

史上第一个电子游戏《宇宙战争》(Space War)诞生不久,电子游戏就如同雨后春笋,蓬勃发展起来,各种基于大型机设计的电子游戏层出不穷,令人目不暇接。1966年,拥有Genesis(MD)、MD-CD、Saturn(SS)、Dream cast(DC)四代游戏主机的雄厚实力的日本世嘉公司(SEGA)成立,称雄一时;1972年,Magnavox推出第一台大型游戏机Odyssey100……然而,正当基于大型机的电子游戏方兴未艾之时,Atari突如其来地在1974年成功地将大型游戏机Pong转型为供家庭娱乐的Home Pong,催生了电视游戏,并奇迹般地创下了接近4000万美金的销售额。短短十几年的时间,电视游戏就迅速代替了大型机电子游戏在市场上的主导地位,并在电脑尚未普及的时代长期扮演着家用游戏市场的主角。

在那个时代,任天堂的发迹和扩张,几乎是一个不可不说的神话。1983年7月,任天堂公司推出世界第一款家用电视游戏机FamilyComputer,自此垄断了世界电视游戏市场20年。1985年,日本任天堂公司(Nintendo)的8位游戏机NES(Nintendo Entertainment System)在纽约上市。随后,《超级任天堂》(Super NEC)诞生,Game boy advance出世,GameCube曝光,其声势之大,受众之多,影响之广泛,流行之快速,连当年的迪斯尼乐园也叹为观止。任天堂的经典巨作《超级玛丽》(Super Mario Bros)、《勇者斗恶龙》(Dragon Quest)、《最终幻想》(Final Fantasy),几乎成了流行文化的一个标志。没有玩过任天堂游戏的,对任天堂不甚了解的,不能说是社会的异类,但在日本和欧美,至少要被视作泥古不化的古董,不可与论。由于其历史之辉煌、对世界游戏史发展影响之深远,以及在电子游戏开发方面积累的大量经验和独特的开发经营理念,任天堂直到现在还是游戏行业的巨



头，在世界游戏产业领域里，其掌上游戏机名列第一，在电视游戏主机中名列第三。在电脑、网络游戏蓬勃发展的时代，任天堂仍然有足够的实力与索尼、微软“三国鼎立”，共同瓜分全球大部分的游戏市场。

与任天堂形成惨烈对比的是，由于经营不善，当年催生出电视游戏的巨头 Atari 已于 2000 年宣布终结电视游戏机业务；而 2000 年 Sony PS2 甫一上市，就将传统游戏的巨头 DC 一举击败，最终迫使 SEGA 于 2001 年宣布退出电视游戏机硬件市场，宣布定位为单纯的游戏软件开发商。

也许并非 Atari 经营不善，也也许并非 DC 实力下降，他们在市场上的落败，可能更多地显示着一个新的游戏时代的来临。历史可以造就电视游戏，但是，历史同样可以淡忘它。中国有句古话：“盛极必衰。”《老子》也有句名言：“物极必反。”电视游戏在走过它的辉煌之后，势必将风光不再，其领导地位也将历史性地被游戏中的新贵——基于微型计算机的电脑游戏——取而代之！