

「本土化适配」拥抱海外玩家

「亿游网络」以匠心研发换世界舞台

一脚踏进仙侠之门,开启沉浸式修仙之旅。

云海翻涌,光影通透,风仿佛能透过屏幕吹出来。这份“呼吸感”,是海南本土游戏企业海南元游信息技术有限公司(以下简称乐享元游)用五年时间换来的。历时5年,投入1.5亿元,只为玩家推门那一刻,心里“亮”一下。

“这款游戏从立项到上线,前后打磨五年,世界观、审美、游玩体验,反复调整。”乐享元游海外发行负责人陈晓伟说。光是场景材质、光影和雾效的平衡,就调了一遍又一遍,直到画面通透、有呼吸感。

这些细节,决定了玩家进入游戏的第一印象。

好产品自会说话。2024年12月,《仙遇》上线首日即登顶App Store免费榜,并进入TapTap热门榜Top4,凭借高品质内容迅速赢得市场认可。随后登陆中国港台地区、越南,反响都不错。一款东方仙侠游戏,就这样漂洋过海,圈粉海外玩家。

出海,曾是乐享元游破局的关键。2021年,面对发展瓶颈,企业开始拓展海外市场 and 发行业务。“发行运营的实力,要牢牢握在自己手里,才有话语权。”乐享元游执行总裁王娟说,2023年企业从专注研发成功

宏大的场景,唯美的服装,鲜艳的配色,玩家骑着大象冲锋陷阵。

这是海口亿游网络科技有限公司(以下简称亿游网络)自主研发的游戏《至尊红颜》,今年8月初通过谷歌、苹果平台的审核,并在泰国市场正式上线。

“我们负责游戏内容研发,泰国当地公司代理发行,市场推广全部由合作方负责。”亿游网络联合创始人王国亮说,去年10月,公司就与泰国合作方签定游戏版权代理协议,对方支付了12.5万美元版权费,后续游戏项目收益按20%分成。

作为海南本土高新技术企业,亿游网络已有7款游戏实现出海,发行地区扩展至东南亚、韩国以及中国港澳台地区等。

这家企业由四位海南年轻人合伙创办,早期主要承接App开发、政务系统等信息服务项目,后来试水游戏研发,并成功将三国类、仙侠类游戏输出至东南亚等海外市场。

王国亮是琼海人,初中开始接触游戏,对《梦幻西游》爱不释手。2011年软件工程专业毕业后,他前往广州闯荡,先后在腾讯、三七互娱从事游戏研发运营。2017年回到海南加入亿游网络团队,开拓了市场化的游戏业务。

当时,6人小团队研发了H5游戏《大圣西游》,上线初期市场表现不错。其运营周期超过4年,后因投入成本高,未持续更新宠物、人物、时装等内容,导致玩家流失,竞争力下滑。

国内游戏市场竞争加剧,团队将目光投向海外。2021年,王国亮带领团队开拓海外市场,次年3月首款自研产品《热血三国无双》成功出海至越南,并取得不错的成果。

但出海初期团队缺乏经验,也踩了不少坑。王国亮介绍,早期产品采

转型研运一体,研发、发行、运营全流程自主可控。

游戏出海不是简单投放,而是本地化适配。“要综合考虑文化接受度、用户偏好、付费生态、合规成本。”陈晓伟说,比如中国港澳台、东南亚对仙侠题材有文化底子,适配会顺一些;欧美市场则要在美术表达、新手引导、获客方式上多下功夫。

因家附近网吧老板与父亲相熟,陈晓伟少年时期只需打声招呼报备,便能免费泡在网吧,就此与游戏结缘。单机游戏《仙剑奇侠传》带来的震撼,在他心底埋下东方仙侠的种子。投身仙侠游戏出海运营工作后,他始终认为,应当牢牢守住东方文化内核,在此前提下,对游戏文本、界面、角色塑造、活动策划乃至社区运营沟通,开展全方位的本地化系统适配。

“自研自发的优势,在于能构建长期能力。”陈晓伟说,研发听得见市场声音,运营参与产品迭代,发行围绕长期价值做决策。压力也实实在在——研发、运营、推广、合规、资金管理,都要自主承担,任何一环短板,都会制约整体效率。自研自发,不是什么都自己做,而是把核心能力握在手里,靠持续内容迭代、深耕IP、跨界联动,为品牌蓄出长效生命力。

用纯分成模式,未收预付版权费遭遇结算难。

踩过坑后,公司调整合作规则,采用独家授权先收版权代理费,上线后再分成的模式。王国亮坦言,这种版权代理游戏出海的模式,让团队可以专注游戏产品研发,风险低,也有利于产品的研发与迭代。

编者按

近年来,海南游戏出海业务蓬勃发展。截至8月29日,海南已有近700款游戏扬帆出海。依托自贸港开放沃土,不同规模的游戏团队,走出了自研自发、版权代理、联合发行、平台赋能等多元化出海路径。本期《海南周刊》封面,以一线游戏从业者的真实经历为切口,解锁独属于海南的游戏出海策略。

海南游戏四海出征

■ 海南日报全媒体记者 王洪旭

贺盟蒙

「一踏式出海」护航中小团队扬帆

张文斌

陪伴赋能与手拉手「摆渡」

玩小霸王游戏机的少年,如今让中国游戏扬帆海外。

张文斌与游戏的缘分始于少年时期。作为海口本地人,他小学时在父母陪伴下接触了小霸王、任天堂游戏机,用父亲的DOS系统电脑玩游戏,初代《仙剑奇侠传》开启了他的电脑游戏之路。

“当时家庭氛围比较开放,写作业后允许用电脑两小时。”张文斌说,当时电脑没有鼠标,只能用键盘操作,但也挡不住他的探索之心。上初中时,市面上外文游戏居多、中文资源极少,他便自学编程开发“菜鸟系列”游戏汉化工具,还和伙伴们运营游戏汉化工作站。

大学学的并非心仪的计算机专业,毕业后张文斌远赴法国跨专业进修多媒体计算机专业,硕士毕业后如愿进入欧洲最大的第三方游戏发行商Microids(米壳游戏),深耕海外游戏发行领域12年,积累了全球行业资源与实操经验。

2020年10月,张文斌依托海南自贸港政策,返乡创立米壳游戏中国分部——海南那棵科技有限责任公司,担任公司总经理。起初,张文斌一心想把国外游戏“引进来”,但受进口版号稀缺、国内玩家消费习惯差异影响,一时间有些“水土不服”。

暗夜已至,暗影丛生。

“你扮演的是一位迷失在雾中的旅行者,循着诡异神秘的拍手声,来到一间藤蔓缠绕、破败不堪的林间小屋。进入小屋后,你便开始探索……”这是海南游戏出海公共服务平台旗下PlayOL,于今年7月在海外推出的精选新游戏《Claps in The Woods》(中文名《林中掌声》)。

这款游戏以“微恐”的氛围,吸引玩家逐步探索,解开

两年后,张文斌果断转型,“引进来”的路不好走,那就让中国好游戏“走出去”。

为此,张文斌聚焦国产独立游戏海外发行,重点布局联合发行、海外代理两大模式;同时启动非商业独立游戏陪跑计划,累计陪跑赋能60余个国内小型游戏研发团队,为项目提供市场定位、技术优化、资源对接等免费指导。

联合发行主要与国内本土发行商分工协作、优势互补,国内发行商负责研发对接与本土市场运营,米壳游戏则包揽海外发行全流程业务。

“联合发行的风险更低、专业性更强。”张文斌说,公司刚转型就诞生了两款标杆级游戏出海作品,与B站联合发行《暗影火炬城》,米壳游戏负责海外实体铁盒、光盘制作及全球渠道销售,合计销量突破百万套。

紧接着,双方又合作了《暖雪》海外发行项目,推动产品深度落地。在游戏出海本地化运营中,张文斌坚持“不改内核、只做适配”的原则。

张文斌认为,海南应依托自贸港政策优势,聚焦游戏发行赛道,打造“国内研发、海南出海”的产业模式。目前,他正积极筹备独立游戏专项投资基金,扶持国产精品研发,助力更多国产独立游戏走向世界。

错综复杂的机械谜题,推动剧情发展;Play-OL评分9.9分,试玩评分4颗星,备受海外玩家喜欢。

自2025年4月上线以来,PlayOL已推动300余款这样的小游戏成功发行至全球192个国家和地区,覆盖数字休闲、休闲益智、休闲竞技等多元品类,累计注册用户2000万以上,日活用户68万左右。

在海南游戏出海公共服务平台公共关系总监督盟蒙看来,PlayOL不仅链接开发者与全球玩家,还具备面向中小游戏团队的“全链路出海基建能力”,它本质上不是单纯的分发渠道,而是把“合规—本地化—发行—支付—数据”五件事打包成平台能力的“万能适配器”。

贺盟蒙的日常工作主要是对接各类游戏初创团队,处理出海实操难题。“对接最多的,就是5至10人的中小微初创团队、独立制作人。”贺盟蒙说,这些团队往往研发能力很强,能产出不错的游戏Demo,但缺少法务、海外运营、渠道、合规的配套人员,懂做游戏但不懂怎么出海,他们是海南游戏出海公共服务平台重点服务对象。

贺盟蒙分析,初创团队游戏出海,最容易踩合规坑、本地化适配坑和资金与渠道坑。

如何避坑,平台给出了全链条解决方案。每一次对接游戏企业,贺盟蒙都会耐心细致地介绍——

合规方面,平台委托第三方专家团队进行审核,上线前做前置预审,对照目标市场法规做好内容风险排查,让企业合规传输海外游戏数据;本地化方面,配备多语言文化专家,不只翻译文本,还可提供角色形象、玩法节奏、付费模式的修改建议;技术方面,PlayOL作为“万能适配器”,可实现游戏“零代码改造”一键出海;结算方面,平台对接海外第三方支付渠道,实行统一代收结算,企业次月即可拿到上月营收。

小团队研发的产品,也能顺利出海。目前整体达到预期,不少团队借助平台扶持实现从0到1的突破。图

记者观察

海南游戏出海“加速跑”

■ 海南日报全媒体记者 王洪旭

一款游戏从海南出海,轻点鼠标,一键就能覆盖全球192个国家和地区,让广大海外玩家在线游玩。

这不是想象,而是海南游戏出海的日常。

数据最有说服力。今年上半年,全国自研游戏海外收入123.72亿美元,同比增长超三成。海南正是这股浪潮中的“加速跑”选手:截至2026年8月29日,全省已部署上线近700款游戏。截至今年5月,海南游戏出海公共服务平台旗下PlayOL已推出游戏300多款,累计海外用户突破2000万,今年前5个月澄迈游戏出海营收达5.67亿元;海口复兴城已集聚了一批游戏出海企业,其中亿游网络有7款游戏实现出海。

海南凭什么?答案就在自贸港政策红利和产业生态里。游戏出海三大痛点:数据出境慢、合规成本高、海外对接难。海南对症下药——在全国率先开展游戏出海业务,三大运营商国际通信出入口局落户海口;再加上零关税、15%低税率、人员流动便利、金融开放等政策红利,为游戏企业出海插上了翅膀。

更实在的是“保姆式”服务。澄迈PlayOL提供本地化翻译、文化合规审查、跨境支付结算一站式服务,帮企业提前研判东南亚文化习俗。海口复兴城给新入驻企业发免费算力券、提供最长2年办公免租期,还设立1亿元专项产业投资基金。

游戏出海的全链路,海南已经跑通了。海南游戏行业协会会长唐尧认为,当前海南游戏出海进入了“加速期”,甚至在某些环节已经具备了一些先发优势;过去几年,重点做的是验证场景、跑通流程,并初步建成了出海平台,推进游戏从海南“系统出海”,助力企业以更低成本、更高效率走出去。

国内游戏从海南出海,扬帆海外,正当其时。图

游戏《至尊红颜》海报。

游戏《暖雪》海报。

游戏《林中掌声》海报。

游戏《仙遇》海报。

游戏《至尊红颜》在泰国上线海报(经AI处理)。本版图片均由受访者提供



扫一扫看视频