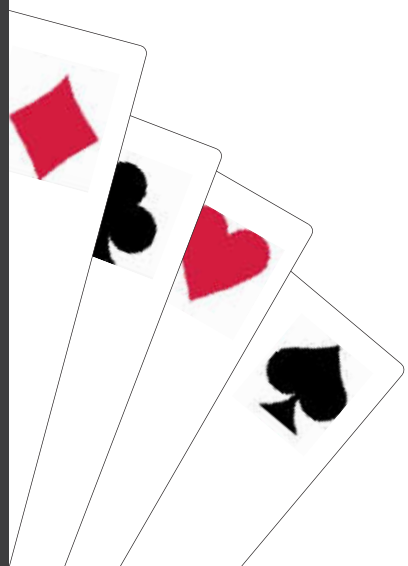


成立一年便称霸游戏市场,2014年上市当天市值为29.4亿港元 20年风云沉浮,联众越线

麻将、斗地主、象棋……如今许多人已习惯在闲暇之余掏出手机,玩上几把棋牌游戏。殊不知这一习惯的养成,少不了曾经“游戏大厅”们的耕耘。

而纵观联众20年来的风云沉浮,也不免令人唏嘘。



1 年少成名

公开资料显示,联众国际成立于1998年。这一年,腾讯在深圳成立,次年阿里巴巴在杭州成立,再过一年百度于北京成立。彼时,马化腾、李彦宏、马云都还是业内不太知名的小辈,而联众创始人鲍岳桥则大名鼎鼎,与求伯君、王江民、简晶、王志东等人同为中国最早成名的一批程序员。

在2000年前后,联众世界风靡一时。作为国内最早的在线游戏平台,成立仅一年时间,联众便称霸游戏市场,最高时占据市场超过85%的份额,当年玩家们一说网游,首先想起的就是联众,与第二名中国游戏中心并称“南中游,北联众”。2003年,联众注册用

户达8000万,其中会员100万,高峰同时在线人数40万人。可作比较的是,那一年搜狐的注册用户为6500万。彼时,腾讯、网易、盛大等如今的游戏界大佬,还都处在孕育阶段。

在接受采访时,鲍岳桥曾坦言,当初创立联众时,一是资金资源不够,借了50万注册;二无行业背景。惟一的优势就是技术资源,创业的几个人都是长期从事产品研发工作。鲍岳桥后来总结称:“当初国内互联网基础薄弱,游戏网站基本处于空白,而中国有特色的棋牌资源丰富,群众基础好,所以选择棋牌类游戏网站作为联众的发展方向。”

3 重整旗鼓

2010年,联众通过MBO(管理层收购)的方式,购回原两大股东海虹、NHN所持有的股份。与此同时,联众还对公司架构进行了调整,并任命原IBM大中华区高管杨庆出任公司联席CEO一职。

重新回归国内股东控股之后,联众的定位从新清晰起来,棋牌游戏+移动端,结合线上线下活动,成为联众复兴的关键,可是此时,当年的小弟腾讯、网易、盛大,如今都已成长为游戏巨头,联众没法在大型游戏市场分一杯羹,也就只能继续在自己最擅长的休闲棋牌市场继续深耕。

联众认为,自己没落最根本的原因,在于其产品没能跟随用户需求及时改变与调整,与其他竞争对手相比缺乏创新能力。为了重振旗鼓,联众开始调整战略模式——棋牌游戏+移动端,结合线上线下活动,成为联众复兴的关键。

2014年6月30日,联众国际于香港联交所主板公开上市,主营业务为棋牌、麻将等休闲游戏,按当天收盘价(3.75港元/股)计算,市值为29.4亿港元。

前文提到的德州扑克,就给联众带来了很好的收益,据联众财报显示,2014年,仅PC端的德州扑克贡献收入(1.17亿元人民币)就占到总收入的24.6%;2015年,这一收入增至1.72亿元,占到总收入的22.4%。

2016年开始,联众国际不再于财报中披露PC端德州扑克的收入情况,只公布用户每月活跃用户数(MAU),2015年至2017年,在联众平台上玩德州扑克的活跃玩家从58.6万一度增至82.2万,却又在去年掉回了57.8万。

经过几年发展,联众的战略取得成功,依靠在移动端和棋牌游戏市场的持续发力扭亏为盈。只不过机会与危机并存,在众多因涉嫌赌博而倒下的在线棋牌平台中,联众似乎一直是最幸运的那个,甚至在玩家口中口碑一直不错,当“斗地主”成为全民健身的一项运动之后,联众也开始热衷举办各种与棋牌游戏相关的赛事。

4 棋牌涉赌

事实上,联众正处于转型期,2017年公司引入了更多的游戏功能,并扩展了线上线下锦标赛产品。据了解,联众旗下联盟电竞在2017年于华南设立旗舰电子竞技平台——深圳电竞场馆,联盟电竞还计划在美高梅卢克索赌场酒店设立全球旗舰电子竞技场馆。同时,联众的WPT(全球顶级扑克赛事品牌世界扑克巡回赛)于2017年首次进入巴西、印度和日本市场。

除联众外,近年来不少棋牌游戏公司也开始向电竞和棋牌赛事靠拢,电竞行业更是进入爆发期。艾媒咨询数据显示,2017年中国电竞市场规模突破650亿元,行业进入爆发期,大量资本涌入电竞产业链上游,行业发展驱动力转移,竞争加剧。业界认为,“棋牌游戏类平台的生存压力或是涉赌的主要导火索”。

按照公安部的通报,联众国际自2010年起便已涉赌,从时间上看正是其脱离NHN,重整旗鼓的初期。尽管公司公告将涉赌事件定义为“若干雇员涉嫌从事不合法活动”,但正如一位网友所说:“棋牌游戏与赌博之间的界限,薄如片纸,一捅就破。”

此外,值得注意的是,4月19日界面曾报道称,文化和旅游部市场司对即将出台的“棋牌类网络游戏管理”政策做出重要提示,要求各平台立即停止德州类游戏的下载,并于6月1日前全面终止德州类游戏的运营。与此同时,文化和旅游部也不再受理德州类游戏的备案及变更。

若这一消息最终得到证实,不仅意味着联众及其它以德州为主体收入的游戏平台将受到影响,可能还将波及整个棋牌休闲类游戏的生存和发展。

■综合每日经济新闻、中国经济网等

2 迷失方向

1999年,联众世界以500万元将79%的股权卖给了中公网。2001年联众1000万美元将公司79%股份卖与海虹控股时,业务发展还很有前景,年盈利3000万,2003年坐拥2亿注册用户,1500万月活,这在当时的中国互联网公司里,也算得上十分成功的企业了。凭借早期不俗的表现,2004年韩国NHN集团1亿美元高价买走了联众超过50%的股份,创始人和海虹控股当时都套现不少。

然而,情况逐渐出现了变化,先是以盛大为代表的角色扮演类大型网络游戏崛起,取代了联众主营棋牌类网络游戏的地位,更多游戏玩家将时间用于大型端游而不是休闲游戏。

接着,腾讯推出的QQ游戏异军突起,短短一年时间,就将联众从休闲游戏市场第一的宝座上挤下来。随后在端游市场,腾讯逐步超越盛大、网易,成为大型端游市场的第一名。

为重新夺回昔日的江湖地位,2006年,当时在任的鲍岳桥曾宣布联众更换新标识,并宣布公司“瘦身”计划——对于联众的非核心业务,全部采取外包合作模式运行。

但那年的腾讯仍然平稳增长。据21世纪经济报道,2006年第三季度,腾讯“QQ游戏”门户小型网络休闲游戏最高同时在线人数已经达到256万,当时联众同时在线为50万人。至此,联众似乎败局已定。

