

Dertien jaar lang mochten bedrijven als Microsoft en Nintendo geen spelcomputers verkopen in China. Nu dat verbod is opgeheven wagen de partijen alsnog hun geluk op de gigantische Chinese markt. Waarschijnlijk te laat.

SPEL BEDERF

“Microsoft begint later dit jaar met de verkoop van zijn Xbox-spelcomputer in China”. Het leest als een belegen krantenkop, maar toch is het nieuws vers van de pers. In september moeten de eerste Xbox-en in de schappen liggen in steden als Peking en Shanghai. De nieuwsaankondiging is een direct gevolg van het opheffen van het verkoopverbod voor spelcomputers door de Chinese regering. Die ban gold sinds 2000. ‘Peking’ meende lange tijd dat de apparaten een slechte invloed hebben op kinderen, maar beseft nu dat ze is ingehaald door de realiteit.

De Chinese jeugd is immers massaal aan het gamen geslagen. Niet op een spelcomputer thuis, maar op hun mobieltjes, iPads of in een van de duizenden internetcafés.

“De lancering van de Xbox One is een belangrijke mijlpaal voor ons en de sector”, zei Microsoft in een verklaring. Het Amerikaanse bedrijf investeerde direct na bekendmaking van opheffing van het verbod in september vorig jaar bijna een kwart miljard dollar in het Chinese BestTV New Media. Met deze partij wil het Amerikaanse bedrijf later dit

jaar de gameconsole aan de man proberen te brengen in China. Dat zal gebeuren via de nieuwe vrijhandelszone in Sjanghai, de enige plek waar de productie is toegestaan.

Microsoft is niet de enige partij die zijn kansen nu waagt in China. Ook de andere twee grote spelcomputerfabrikanten, Sony en Nintendo, stappen in. De drie concerns vochten wereldwijd al heftig om de gunst van spelletjesliefhebbers, nu wacht een reprise van die concurrentiestrijd in één van de grootste consumentenmarkten ter wereld. De vraag is of de massale marketingoffensieven van de grote gamebedrijven effect gaan hebben.

Want spelcomputers mogen dan officieel in de ban zijn geweest, in het land dat kopiëren en piraterij lijkt te hebben uitgevonden, zijn de grote merken al jaren overal via parallelle handelskanalen te koop. De officiële opheffing van de ban zal waarschijnlijk niet tot een plotse run op spelcomputers leiden. Zeker niet omdat Microsoft, Nintendo en Sony vooral geld verdienen met de verkoop van spelletjes. Die kosten tientallen dollars en dat

is een moeilijke propositie aangezien op vrijwel elke straathoek illegale kopieën van spelletjes worden aangeboden. Dvd's en cd-roms met soms wel honderden spellen, kosten vaak evenveel als één legaal spel in de winkel.

En zelfs in zo'n omgeving zijn Chinese gamers niet massaal bezig met spelcomputers. Niet dat Chinezen niet van gamen houden. Integendeel. Maar jongeren spelen liever met vrienden of online in internetcafés of in de publieke ruimte zoals in de metro.

MOBIELE SPRINT

De mobiele gamesector is het snelste groeiende segment in de lucratieve gamemarkt in China, de op twee na grootste ter wereld. In het laatste kwartaal van vorig jaar waren er meer dan 550 miljoen smartphones en tablets in gebruik in China. Uit onderzoek van de Chinezen blijkt dat bijna elke gebruiker wel eens een spelletje speelt op zijn of haar mobiele apparaat.

In 2013 groeide de hele online-gamemarkt in China met 36 procent, waarbij het mobiele segment



bijna verdubbelde, zo blijkt uit een rapport van het Chinese ministerie van Cultuur. Dat is big business voor de grote beursgenoteerde gamebedrijven in China. Zeven internetbedrijven (waaronder Tencent, NetEase, Sohu, Changyou en Shanda) realiseerden vorig jaar gezamenlijk 86,7 miljard yuan aan winst, waarbij ruim 54 miljard yuan (circa 10 miljard euro) werd behaald met games.

Dat groeiperspectief biedt ongekende kansen voor de ontwikkelaars van mobiele games, zoals het