

Rynek gier przeglądarkowych w Polsce odnotowuje ogromny wzrost, co pokazuje, jak bardzo Polacy pokochali nowy typ rozrywki. Prosta obsługa, atrakcyjny interfejs i dostęp do społeczności czynią niekiedy gry browserowe bardziej atrakcyjnymi od standardowych gier PC.

Sukces nowej platformy gier przeglądarkowych 337.com jest dowodem niesamowitego potencjału polskiego rynku gier.

Polski rynek gier internetowych stanowi obecnie obszar rywalizacji wszystkich światowych producentów. Apetyt na gry polskich graczy nie został jeszcze zaspokojony, a każda gra z nową fabułą i będąca dobrą modyfikacją poprzedniej wersji może liczyć na tysiące rejestracji dziennie. Na rosnące zainteresowanie grami wskazuje eksplodująca ilość serwisów publikujących artykuły, relacje i recenzje, a także fankluby i strony linkujące do samych gier internetowych. W 2 tygodnie po premierze gier DDTank i Immortal King portalu 337.com, informacje na ich temat, artykuły i zdjęcia znalazły się na ponad 60 polskich stronach i serwisach prasowych dedykowanych grom internetowym. Obie gry przyniosły portalowi ponad 10 milionów rejestracji w Niemczech i Brazylii, a 337.com liczy na zwielokrotnienie tej liczby integrując gry z następnymi rynkami w Europie.

Obecny rok jest najbardziej dochodowym okresem dla wydawców i deweloperów gier przeglądarkowych na świecie. W Niemczech strony poświęcone grom browserowym są odwiedzane chętniej niż dotychczasowe serwisy rozrywkowe portale oferujące ściąganie muzyki. Mając do dyspozycji rynek 23 milionów graczy, niemieccy wydawcy wykorzystują możliwości ekspansji na wszystkie rynki europejskie. Bigpoint, Travian, Playa Games, Gameforge, czy InnoGames w krótkim okresie zdominowali polski rynek graczy, oferując polskie wersje gier i pomoc techniczną w języku polskim. Przy ogromnych sumach przeznaczanych na reklamy internetowe pozostało już bardzo niewiele internautów, którzy surfując w sieci nie natknęliby się na banner zachęcający do gry w Grepolis, Farmaramę, czy Kapi Hospital. Wszystkie gry posiadają swój cykl życia i zmiany na pozycjach wiodących odbywają się dość często, ale w ciągu ostatnich miesięcy to niemieckie Shakes and Fidget i Farmerama były w Polsce najpopularniejsze.

Z rozwojem sektora gier internetowych związane jest także zjawisko stopniowego odejścia od typowych gier PC i konsoli. Producenci tradycyjnych gier zaczynają reagować na niekorzystny trend, konstruując społeczności wokół gier i umożliwiając grę on-line. Gry internetowe przynajmniej w początkowym okresie wymagają mniejszego wydatku niż gry na PC, a także są dostępne ad hoc. Istnieje więc możliwość dokładnego zapoznania się z fabułą i przetestowania funkcjonalności, zanim podejmiemy decyzję o zakupie pierwszych „dóbr wirtualnych”. Wzmocnienie zasobów armii lub wyposażenie farmy w nowy sprzęt wiąże się niekiedy z tzw. mikrotransakcją, możliwą do wykonania przelewem lub za pomocą SMS. Jest bardzo prawdopodobne, że mobilny dostęp do ulubionych pozycji za sprawą telefonów z platformą Android, ogromnie zmieni obecny układ sił na rynku gier. Czy jesteśmy świadkami narodzin epoki konwergencji i wszechobecności gier? Na przykład portal 337.com z bogatą i aktualizowaną bazą gier mogą stać się wkrótce nowymi platformami do ściągania aplikacji. Pakiety internetowe oferowane przez operatorów będą wykorzystywane jako nowy model komunikacji, w którym budowanie relacji między abonentami przeniesie się z wiadomości tekstowych do gier, takich jak pojedynki strzeleckie (DDTank), konstruowanie mitycznych armii (Immortal King) czy uprawianie farmy (Happy Harvest). Jest jedynie kwestią czasu aby bazy kontaktów w naszych smartfonach stały się internetową społecznością naszych partnerów do gier internetowych.

Beijing ELEX Technology Co.