**巨人网络游戏，企业的责任在哪里?**

**一、 网络游戏现状**

　　网络游戏是一种电子游戏,与人们通常所玩的一般电子游戏不同的是,它是人们通过互联网而进行的一种对抗式?电子游戏。在游戏中,对手不再是单一的由程序员编制的电子动画,还可以是藏在电子动画后面的人,即所谓的玩家。网络游戏的乐趣是人与人之间的对抗,而不仅是人与事先设置的各种程序的对抗,所以网络游戏比普通电子游戏更具生命力,更具诱惑性。

　　中国网络游戏产业的元年是1999年。这一年,国内第一款图形网络游戏《网络创世纪》出现,但当时知道的人并不多。同年,第一款真正意义上的中文网络图形游戏《万王之王》在中国推出,成为中国第一代网络游戏的佳作。接着,戏谷代理的《龙族》、智冠推出的《网络三国》、宇智科通代理的《黑暗之光》、华义的《石器时代》、北京中文之星的《第四世界》、亚联游戏代理的《千年》等众多游戏纷纷亮相。

　　2001年,网易掌门丁磊凭借《大话西游》进军网络游戏市场。2002年,盛大陈天桥代理的韩国游戏《传奇》创造同时在线人数突破50万的纪录,成为当时全世界最大的网络游戏。2003年以后,随着市场环境、竞争格局的变化,网络游戏市场进入史无前例的白热化竞争状态。10年来,网络游戏行业发展迅猛,从最初的几十万玩家增至3000多万,游戏运营商从最初的几家增至现在数百家,而且还有越来越多的投资者不断涌入。

　　根据《2007年中国游戏产业调查报告》?数据,截至2007年12月,中国网络游戏用户数已达4017万,比2006年增长23%,其中,付费网络游戏用户2236万,比2006年增长31.3%。2007年,中国网络游戏市场实际销售收入105.7亿元人民币,比2006年增长61.5%。2007年,中国大型角色扮演类网络游戏市场实际销售收入80.3亿元人民币,比2006年增长51.3%。休闲类网络游戏市场的实际销售收入25.3亿元人民币,与2006年增长105.9%。截至2007年11月,中国网络游戏研发公司数量已达126家,与2006年的93家相比增长35.5%。中国网络游戏研发从业人员数量达到21034人,与2006年的13908人相比增长51.2%。预计在未来的4~5年间,网络游戏将继续保持20%以上的增幅,在2011年整个市场规模将达到401亿元。

　　网络游戏的快速发展,主要得益于中国庞大的用户基数与游戏运营商对用户的深度挖掘。专家认为,网络游戏在未来几年间仍会保持良好的发展势头,但企业间的竞争会加剧。随着时间推进,资本市场会自发洗牌,完成行业的整合和并购。结果,大者愈大,强者愈强,市场份额在前20名以外的企业,生存空间将日趋艰难。互联网数据中心(IDC)的报告显示,2007年中国网游行业前十名运营商的收入之和为97亿元人民币,行业集中度91.8%。网游产业的行业集中度处于很高的水平。截至2007?底,前十名经营商中除久游外,其他九个运营商都已经是上市公司。可以说,中国网游行业已进入垄断竞争阶段,是游戏产业的战国时期。

　　2008年1月17日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布《第21次中国互联网络发展状况统计报告》。数据显示,截至2007年12月31日,我国网民总人数达到2.1亿人,仅以500万人之差次于美国,居世界第二。

　　报告显示,目前中国网民中网络游戏使用率是59.3%,网络游戏用户已经达到1.2亿人,网络游戏用户平均玩网络游戏的时间是7.3小时/周,其中21.3%的网络游戏用户玩网络游戏时长超过10小时/周。

　　其中,青少年网络游戏比例惊人,网民的年龄越小,玩网络游戏的比例越高。在18岁以下的网民中,有73.7%的青少年网民都玩过网络游戏。

　　大批低收入、低学历的网民沉醉于网络游戏。有收入,但收入在500元以下的人群玩网络游戏的最多,比例为68.1%。另外,学历越低,玩网络游戏的比例越高。硕士及以上学历网民玩网络游戏的比例为38.6%,初中以下学历网民玩网络游戏的比例已经上升到了71%。

中小学生玩网络游戏的问题一直是社会关注的热点。报告对中小学生玩网游做了调查,发现目前中小学生玩网络游戏的规模已经达到3682万人,占到总体中小学生的17%,占中小学生网民人数的73.1%。游戏时间是平均每周3.3个小时,每周游戏时间超过10个小时的占中小学生网络游戏用户的5.5%

**二、 史玉柱其人**

　　从巨人汉卡到巨人大厦,从脑白金到黄金搭档,巨人创立者史玉柱是具有传奇色彩的创业者之一。他1989年从深圳?学研究生毕业,随即下海创业。在深圳研究开发M6401桌面中文电脑软件。1991年巨人高科技集团成立,注册资金1.19亿元。1995年被列为《福布斯》中国大陆富豪榜第8位。盛极一时的巨人由于巨人大厦资金周转问题而使集团全线崩溃,史玉柱也因此成为无数企业家引以为诫的失败典型,一夜之间负债2.5亿元。2000年,史玉柱自称和原班底人马在上海及江浙创业,做的是“脑白金”业务。他表示:“老百姓的钱,我一定要还。”并定下了2000年年底还钱的时间表。2004年,上海征途网络科技有限公司正式成立。2007年,巨人网络集团有限公司成为在美国发行规模最大的中国民营企业。

　　2001年,史玉柱当选“CCTV中国经济年度人物”;2004年,史玉柱当选安徽黄山区人大代表;2006年,史玉柱当选“IT十大风云人物”、“2006年度中国游戏行业新锐人物”、“2006年度中国游戏产业最具影响力人物奖”;2007年,史玉柱当选“2007最具影响力企业领袖”、“2007十大影响力精英”;2008年12月20日,史玉柱获“中国改革开放30年创新人物”称号。

**三、 巨人网游**

　　上海巨人网络科技有限公司成立于2004年11月18日,是一家以网络游戏为发展起点,集研发、运营、销售为一体的综合性互动娱乐企业。于2007年11月在美国纽约交易所挂牌上市。《征途》成为全球第三款同时在线人数超过100万的网络游戏,巨人网络也一举成为中国第一家登陆纽交所的IT企业、在美国发行规模最大的中国民营企业、中国市值最大的网游企业。

　　从招股说明书看,《征途》虽然2004年底才开始开发,2006年4月公开测试,2007年7月正式商业运营,却有着快速成长的用户群。截至2007年第三季度,《征途》平均同时在线人数达到48万人,同比增长77.6%;活跃付费用户131.8万人,同比增长88.9%。

　　和陈天桥2001年依靠30万美元代理韩国游戏《传奇》起家相比,巨人网络的发展显得沉稳些。其第一款游戏《征途》,是依靠史玉柱在保健品市场赚得的巨额资金和从盛大挖来的《英雄年代》研发团队自行研发设计的。到公开上市时,巨人网络又增加了《巨人》、《征途ONLINE》(《征途》收费版)两款自主研发的游戏,所以在运营上,公司有相当大的主动权,而且服务成本更低。

　　根据史玉柱的说法,《征途》要靠没钱的人来撑人气,赚有钱人的钱,以“100个人陪一个人玩”。因此,在营销策略上,巨人网络首先全力抢占二、三级城市网吧市场。对于网络游戏,网吧是一个重要市场,在一线大城市,随着电脑的普及,网吧业即使不萎缩也难有发展,而且这些市场早已被盛大、网易等厂商占据。而在电脑还不普及的二、三级城市,网吧市场具有很大的拓展空间,依靠史玉柱在保健品行业的营销网络,《征途》可以迅速建立起强大的营销队伍,将海报地毯式地铺设到各个网吧中,快速抢占市场份额。

　　为了拉动人气,史玉柱出了一记怪招——不仅游戏免费,还给玩家发“工资”,在线时间长的玩家每月最多“工资”可达100元。免费玩游戏,还能领“工资”,这对于二、三线市场的玩家有着巨大的吸引力。此外,《征途》还不定期举行抽奖活动,奖金最高达5000元。2007年11月巨人上市时,史玉柱又策划了送虚拟股票、当巨人股东等活动。

　　巨人网络依靠“农村包围城市”汇聚了“没钱的人来撑人气”,但领“工资”的玩家显然不是史玉柱想要的有钱人。在免费游戏中,游戏商主要通过销售装备等增值服务获得收入。但与其他厂商不同的是,巨人利用现实生活中平常人想做“超人”的欲望,在游戏中设置了更多卖点,吸引高端玩家掏钱,使游戏的商业化更为彻底。

　　在收费游戏中,玩家要获得更高的级别和装备,主要依靠持续的时间投入,游戏时间多的玩家往往级别较高、装备较好。在免费的《征途》等游戏中,史玉柱不仅设置了不同的装备,还增加了造装备的材料这一环节,要打造装备必须先买材料,装备分级别,材料也分三六九等,要想在游戏中威风八面就要花钱购买。很多游戏中,玩家打怪(杀掉怪物)时可以获得装备,《征途》却把这些装备装进了“密银宝箱”。

　　每个周末,《征途》游戏里都会刷出一批名叫“吉祥三宝”的怪物,杀掉怪物后玩家有100%的几率得到“密银宝箱”,打开宝箱有可能爆出好装备,但开宝箱的钥匙只有在网络商店里才能买到,1把钥匙1元钱。《征途》2008年2月推出“密银宝箱”,3月的财务报表就显示营业额为1.8亿元,专业人士估计最起码1/3的收入来源于开宝箱。

征途中的钱币分为银币和金币,银币是在游戏中获得的,金币是用人民币买的。任务一般是不花钱的,有一些任务是花银币获得经验的,还有一些任务是可以获得银币的,而好的装备只能用金币购买。征途中的装备有很多属性,这些属性是随机生成的,如果想打造一个所有属性都对自己有用的装备概率是很小的,而且装备不能交易,如果打造了一个自己不需要的装备,即使对别人有用也不可以交易给别人,基本就相当于浪费了。每件装备从免费到上千元不等,每个人物最多可以穿11件装备,而且不能保证你每次都会打造出好属性,那就要再接着打造,这些都需要钱。

《征途》中有类似赌球的“国战竞猜”,每次下注封顶10万个“紫金丹”(一种游戏道具)来赌两个虚拟国度之间战争的胜负,由于赔率高达20~60倍,对玩家有很大的吸引力,但买一瓶“紫金丹”需要10文金子。由于《征途》对下注征收10%的税收,所以下一次注其实需要11文金子。此外,在《征途》中还可以购买保险:玩家只要投入足够的人民币,就可以在游戏里达到天下无敌的境界。

《征途》中还有一个有奖竞猜的功能,游戏中随机刷出0到9十个数字中的一个,玩家来押大小,也可以押个别数字,这个功能一度非常火爆。《征途》对这个功能的解释是根据国家法律,投注金额在一定数量以下不算赌博。征途的有奖竞猜功能对每个玩家的单日投注金额限制在国家规定范围内,因此不算赌博。

史玉柱宣布要将《巨人》打造为一款美女玩家最多的网络游戏,“《巨人》男女玩家比例至少要达到6比4,让所有男玩家都找到游戏里的‘太太’”。根据新的游戏规则,在游戏中,男玩家可以抱女玩家。而女玩家只要携带身份证到全国各地的巨人网络办事处现场认证,符合“五官端正、身材匀称”八字标准,便认可为“美女”,同时获得6000元的游戏充值。

游戏中赫赫有名的“天上人间”休闲中心被设计得灯火阑珊,内部装修非常精致。游戏人物要求接受“异性服务”,一位身材火辣穿着性感比基尼的游戏美女在豪华洗浴中心给游戏人物“做按摩”。而这名性感美女居然?是一名玩家,属于另一个团队,被安排在该休闲中心提供服务。整个浴池中不断有玩家申请“异性服务”,并在按摩过程中和性感美女聊天打趣。

**四、 相关法律规定**

为了规范我国网络游戏市场,我国有关部门已经先后制定了一些规章,对加强我国网络游戏市场管理起到了一定的作用。

2000年9月25日国务院颁布了《互联网信息服务管理办法》。《办法》第十五条规定,互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有下列内容的信息:①反对宪法所确定的基本原则的;②危害国家安全,泄露国家秘密,颠覆国家政权,破坏国家统一的;③损害国?荣誉和利益的;④煽动民族仇恨、民族歧视,破坏民族团结的;⑤破坏国家宗教政策,宣扬邪教和封建迷信的;⑥散布谣言,扰乱社会秩序,破坏社会稳定的;⑦散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的;⑧侮辱或者诽谤他人,侵害他人合法权益的;⑨含有法律、行政法规禁止的其他内容的。

2002年11月15日国务院颁布了《互联网上网服务营业场所管理条例》,该条例第十四条列出了互联网上网服务营业场所经营单位和上网消费者不得利用互联网上网服务营业场所制作、下载、复制、查阅、发布、传播或者以其他方式使用含有十个方面内容的信息,其中九个方面与《互联网信息服务管理办法》第十五条规定基本一致,补充的一条是:危害社会公德或者民族优秀文化传统的。

新闻出版总署、中央文明办、教育部、公安部、信息产业部、团中央、全国妇联、中国关心下一代工作委员会于2007年4月15日联合发布了《关于保护未成年人身心健康实施网络游戏防沉迷系统的通知》。通知指出,针对未成年人过度沉迷于网络游戏,并对身心健康造成不利影响的情况,制定《网络游戏防沉迷系统开发标准》,目的是向未成年人普及健康游戏时间概念;对不健康游戏时间内的游戏收益进行削减;科学控制游戏的间隔时间,使未成年人获得充分的休息、学习时间;使未成年人不再依赖于“长时间在线”来获取收益,促进他们养成健康的游戏习惯;以信息提示、警示方式提醒未成年人健康使用游戏。网络游戏防沉迷系统及配套的《网络游戏防沉迷系统实名认证方案》于2007年7月16日起正式投入使用。

定义未成年人累计在线游戏时间3小时以内的为“健康”游戏时间。定义未成年人累计在线游戏3小时之后,再持续下去的2小时游戏时间为“疲劳”游戏时间。定义未成年人累计在线游戏时间超过5小时的为“不健康”游戏时间。

网络游戏使用者最为注重游戏中的收益,这也是导致未成年人长时间沉迷网络游戏的重要原因之一。如果未成年人无法靠长时间在线获得收益,则会失去持续在线的乐趣。因此,需要根据在线时间的不同对未成年人的收益进行限制,超过健康游戏时间后持续在线时间越长则收益越少,直至降为零。

为保障未成年人适度使用网络游戏并有足够的时间休息和学习,对未成年人使用网络游戏的间隔时间、收益进行限制和引导。

然而,该系统刚刚运行时,网上就有玩家推出了一份《反防沉迷系统》详细攻略。一些网游迷申请几个账号,轮流使用,每个账号玩三个小时;?的则转换服务器,因为受限制的游戏基本上都是“官方”服务器的,私人建立的网游服务器则没有限制;还有少量网游迷甚至直接登录某游戏在国外的服务器,躲避防沉迷系统。自称骨灰级玩家揭露:“真正有网瘾的大多数是自制力较差的青少年,他们只需要借用一个朋友或者亲人的身份证,填写对方的姓名、身份证号,就可以以成年人的身份玩了。而且这套防沉迷系统本身也存在可笑的漏洞,目前魔兽在内地一共有九大区,每个区里有几十个服务器。可在这几百个服务器里,只有寥寥几个是有防沉迷系统的。”并且国内的网游分级却并未启动,网游用户实名制也收效甚微,因此造成了法律自身困顿无能的尴尬。

**五、 有关《征途》的争议**

2006年9月,中国青少年网络协会根据《中国青少年网络协会绿色游戏评定标准》对《征途》等几款游戏进行了综合评定,该报告指出,由于在“暴力度”、“恐怖度”、“社会道德度”等方面存在严重问题,《征途》游戏为唯一一款评定为危险级的游戏,并希望政府主管部门能及时要求《征途》的运营公司加以改正,以免造成整个游戏产业都滑向只顾经济效益、完全不顾社会效益和政治导向的地步。

2006年6月,北京家长代表给新闻出版总署写了一封措辞激烈的信,信中说:“在许多网络游戏产品中,暴力行为贯穿始终,引发玩家对网络游戏的顽强追求和严重依赖,以至现实中犯罪、打骂父母、与外界不交流、辍学等事件屡屡发生。一些网络游戏简直就是地狱,玩家则是囚犯玩家,为了网络游戏的升级废寝忘食地奋斗。目前,青少年犯罪呈两位数上升,这与网络游戏对青少年的毒害是分不开的。它造成了千千万万青少年道德品质败坏,给千千万万个家庭带来了灾难,引发了社会的不和谐。”

在信中,家长表示,一些媒体把“网瘾”大范围出现的原因归咎于家长,但事实上恰恰是这些带有唯心主义意识形态的网络游戏使一大批年轻人沉迷其中。“网络游戏公司千方百计地把玩家往火坑里推,大把大把地捞钱,才造成今天‘网瘾队伍’的迅猛壮大”。

有人指出,《征途》瞄准的是“有钱成人”,但推广过程中却一直紧盯农民子弟。在文化生活相对匮乏的农村,沉迷于《征途》这样的网络游戏,对广大农家子弟的精神毒害后果可能更加严重。

在“免费”的幌子下,一些没有经济能力的学生玩家受影响最大。许多玩家也都是抱着玩玩看的心态去尝试的。待到感觉不妙想“全身”而退时,却发现早已身陷其中不能自拔。有人甚至是花掉了父母给的学费,大多数学生则通过节衣缩食来满足充值的需要。当学生玩家们深陷种网络消费陷阱,每天脑子里想的已不再是学习、考试,而是如何弄到更多的金钱去满足自己对网络游戏的充值需要。为了满足需要而偷窃、抢劫,最终走上了违法犯罪的道路。与此同时,一些玩家装备竞赛的恶性循环不能自拔。这也是《征途》抓住青年人对未来世界的一种想象,从而以虚拟世界逐渐取代他们的现实世界,最终以一种心理置换的方式让其沉溺其中。

批评者认为,《征途》正在触及道德底线。游戏,本是一种消遣方式,但通过游戏制作者赋予“胜负”、“强弱”、“荣辱”等价值观后,游戏便成为一种“教化”工具。这种“教化”,既包括对结果的引导,也包括追求结果的过程、手段的选择、时间的投入方式、时间段的选择、游戏环境的取舍、对待自身身心健康的关照等多方面。社会永远需要多元文化价值观充斥其间,游戏中过分夸大“斗争”、“弱肉强食”、“金钱至上”,没有温情存在的空间。最可怕的是,《征途》传播一种暴力文化,教导玩家如果对人有仇恨该怎么解决,是一种金钱至上、强权至上的价值观。这和我们在现实世界里提倡的价值观完全颠倒,这种影响是潜移默化的,无论是对未成年人还是对成年人,行为规则都会产生变化。

游戏企业应把网络游戏当做一个完整的社会生活方式去看待和经营,要有高度的责任感和使命感。当成千上万的玩家们把网络游戏当做自己的另一种生活方式,就提供给了游戏公司作为虚拟世界的政府管理数百万人喜怒哀乐的机会,第一次使一个公司有机会把自己的价值观、行为准则和文化理念在千百万人中传播,感受着真实政府的权威和成就感。善用这种权力,来传播健康积极的价值观和行为准则,就成为游戏企业最基本的社会责任。网络游戏通过各种现代技术来改变游戏玩家的心理状态,进而将他们控制在游戏中。因此一旦游戏公司没有法律约束,他们就可以肆无忌惮地依靠这种“洗脑巫术”来营利,而反过来还可以利用市场逻辑来为之辩护。

但也有人并不认同《征途》触及道德底线的说法,在他们看来,有时在现实社会中被认为不道德的行为,到了虚拟社会就不再是不道德了,比如杀人。有时在现实中被认为道德的,可能到了游戏里成为不道德的了。虚拟的游戏社会,那是另外一个世界,和现实生活不一样。没有必要要求一款网络游戏能够带来全体玩家精神世界和道德观的显著提升,衡量史玉柱是不是有社会责任感,主要还是要看他是不是依法赚取利润、依法纳税、在公司里和生活中注意环保、积极支持慈善事业,等等。至于个别玩家是否会走火入魔,不应该是用来苛责史玉柱的问题。在现代公民社,从观众到读者,从股民到游戏玩家,都必须逐渐学会为自己的行为负责。

史玉柱也认为,关于社会责任和商人逐利,追求利润是一个企业的第一要务。不赚钱就是在危害社会。企业不营利是最大的不道德。在运营企业时,应该第一不能违法,第二要尽量做大家认可的东西。

史玉柱认为网络游戏本质上属娱乐行业。好玩的网游往往使人流连忘返,未成年人不具备判断力和自制力,难免沉迷其中。但是《征途》里未成年玩家人数比例已控制在0.5%范围内,远低于40%的行业平均水平。以下是《征途》中采用的预防措施:其一,未满18岁未成年人不能注册;其二,登录界面标识禁止未成年人进入;其三,在游戏中发现玩家有未成年人行为,GM劝其离开或踢出游戏;其四,游戏内容按照成年人喜欢的方式设计。并且提供带有提醒功能的宠物。史玉柱亲自执笔致信全国玩家,呼吁“中国成年玩家,奉劝身边未成年人远离网游”。他还建议国家给游戏分级,认为分级会解决这些问题。如果实施游戏分级,《征途》将直接申请为三级游戏,让未成年人远离《征途》。

争论还会持续下去,因为,网络游戏到底如何影响玩家的心智人格(包括短期影响和长期影响),乃至社会的价值观,如何真正有效地防沉迷(包括青少年和成人玩家),如何建立一套科学、有效的监管体系,都需要进行有针对性的更深入的研究。但无论如何,这是一个摆在我们面前迫切需要思考和解决的问题。

　　（资料来源:《2007年中国游戏产业调查报告》,新浪网,2008年10月31日;《第21次中国互联网络发展状况统计报告》,新华网,2008年1月17日;张春燕:《巨人网络野蛮人入侵》,《北大商业评论》,2008年第1期;高炜:《变人性的弱点为财富:“缺德”的征途,赚钱的征途》,《数字商业时代》,2007年第10期;丁晓磊:《史玉柱:黑暗“征途”》,《中国企业家》,2007年第15期;刘秀英:《网游“征途”被列为“危险级”》,《少年儿童研究》,2006年第11期;白泽明:《网游产业发展应该设道德底线》,《数码世界》,2004年第6期;陈建光:《征途科技:网游“脑白金”》,《商界》,2007年第10期;等等。)

**思考题**

**1. 网络游戏有哪些利益相关者?**

**2. 网络游戏对利益相关者有哪些积极的影响?有哪些消极的影响?**

**3. 企业在游戏产品开发和促销上应该怎样做才算尽到了社会责任?**

**4. 经济利益和社会责任冲突时,企业应该怎么办?**