

PlayX4

Informe Feria

12-15 de mayo de 2022

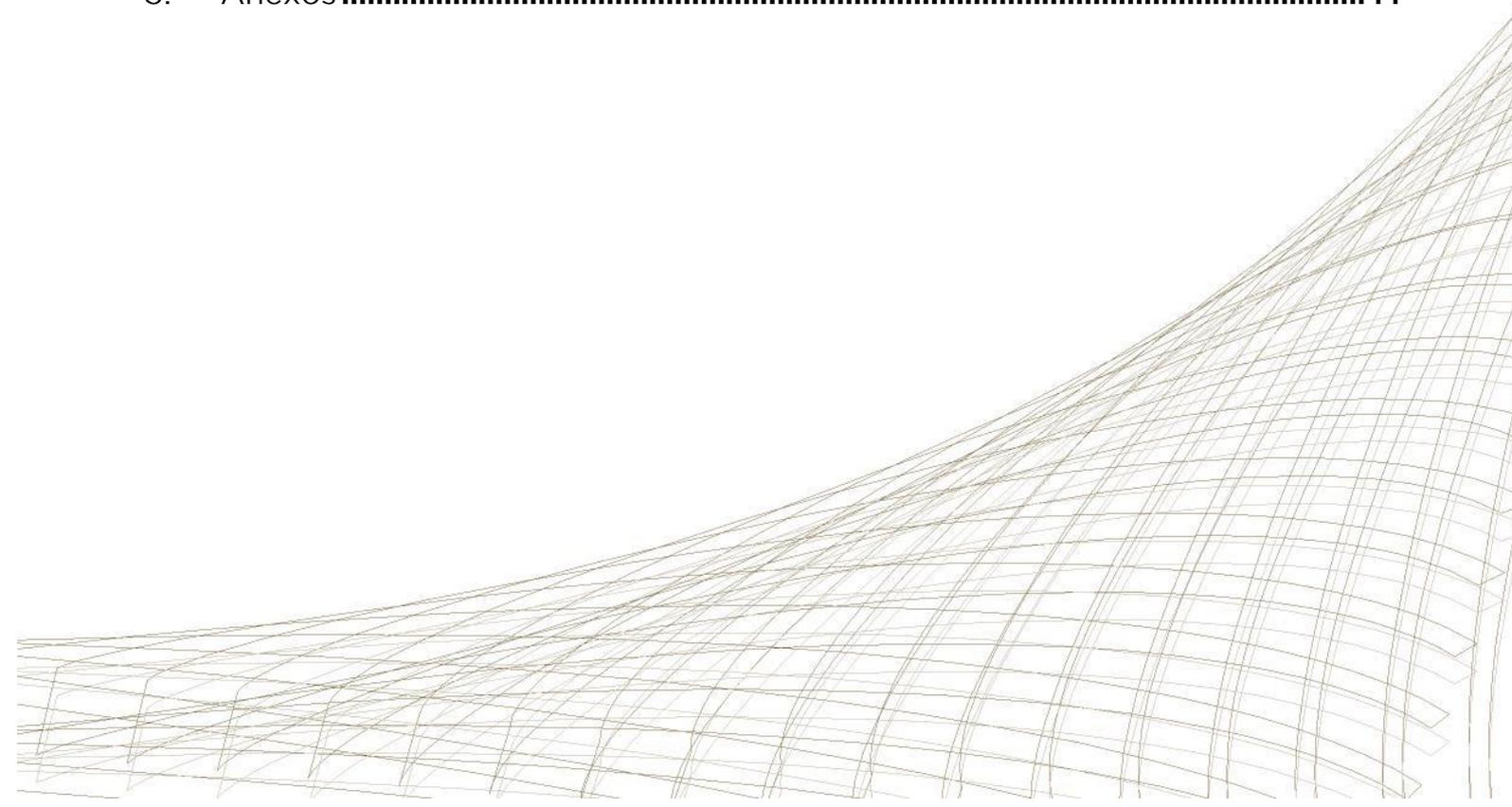
Ángela Sobrino Garcia

Becario del Instituto de Fomento de la Región de Murcia.

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Seúl

ÍNDICE

1.	Perfil de la feria	3
1.1.	Ficha técnica.....	3
1.2.	Sectores y productos presentados.....	4
1.3.	Actividades de promoción de la feria.....	4
1.4.	Procedimiento para participación de expositores.....	5
2.	Descripción y evolución de la feria.....	6
2.1.	Perfil de la feria	6
2.2.	Datos estadísticos de participación.....	6
3.	Tendencias y novedades presentadas	9
3.1.	Productos.....	9
3.2.	Actividades paralelas	9
4.	Valoración	10
4.1.	Del evento en su conjunto.....	10
4.2.	Participación española y recomendaciones.....	10
5.	Anexos	11



1. Perfil de la feria

1.1. Ficha técnica

Nombre oficial de la feria: Play x4

Fechas de celebración del evento: 12-15 de mayo 2022

Horario: 10:00-18:00

Fechas de la próxima edición: mayo 2023

Frecuencia: Anual

Lugar de celebración: Korea International Exhibition Center KINTEX, 217-59, Kintekseu-ro, Daehwa-dong, Ilsanseo-gu, Goyang-si, Gyeonggi-do. Hall 7, 7 y 8. (Online: PlayX4 Twitch Channel).



Cómo llegar: Para llegar desde el aeropuerto internacional de Incheon, se pueden abordar un “limo bus”, utilizando la línea 7400. Desde el aeropuerto de Gimpo, el mismo servicio ofrece la línea 7300. El precio es de 8.000 KRW desde Incheon y 3.000 KRW desde Gimpo. Si se opta por el metro, la parada más cercana es Daehwa (línea 3, salidas 1 y 2). El ticket varía entre 1.000 y 1.800 KRW según punto de partida.

Director/Organizador: KINTEX, Gyeonnggi Content Agency

Precios de entrada:

-El precio de entrada in situ era de 3.000 KRW (2,23€) para adultos y 1.000 KRW (0,74€) para menores.

-La entrada era gratuita en los casos de: pre-registro, grupo de 6 o más visitantes, mayores de 65 años, minusvalía, preescolares, familias con hijos y personas de mérito nacional.

1.2. Sectores y productos presentados

Plataformas de juego:

- Ordenador
- Móvil
- Consola
- AR (Realidad Aumentada)
- VR (Realidad Virtual)
- Arcade (máquinas recreativas)
- Productos (equipos y accesorios informáticos)
- Juegos de mesa

Géneros:

Rol, disparos, acción, puzzle, simulación, aventura, estrategia, deporte, etc.

1.3. Actividades de promoción de la feria

Patrocinadores: Ministerio de cultura, deportes y turismo y Agencia de Contenidos Creativos de Korea(KOCCA)

Otros datos de interés:

Página web: <https://www.playx4.or.kr>

Email: playx4@kintex.com

Teléfonos: 031-995-8162, 031-995-8168

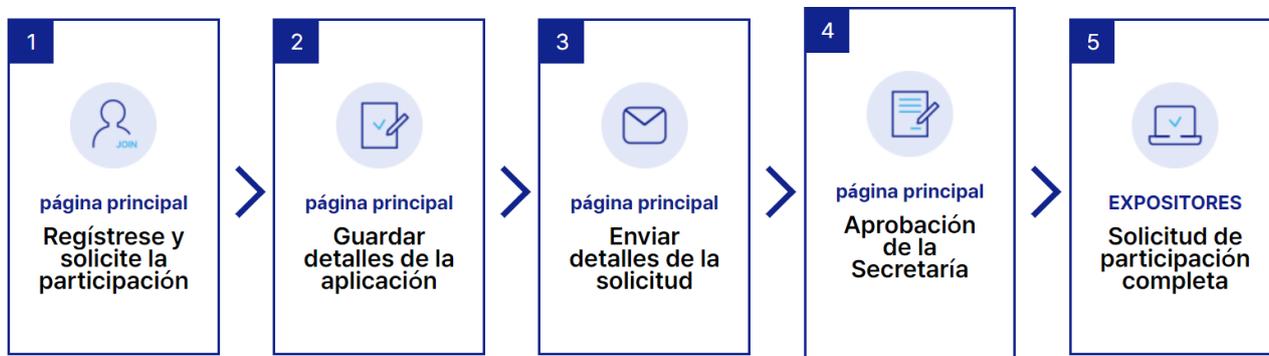
Redes sociales:

@playx4_2022 

@OfficialPlayx4 

@PlayX4 

1.4. Procedimiento para participación de expositores



Precio del stand:

Participación	Formato de reunión	Oferta	Incluye:	Depósito de participación
Offline	Reunión presencial / Matching empresarial previo	Cabina de 3x3, Internet inalámbrico, TV, mesa de reuniones, silla, gráfico de contenido de pared	-Coincidencia de negocios -Servicio de interpretación (inglés, chino y japonés) -Contenido de los expositores, introducción al directorio	Participación en el stand: 200.000 KRW Participación en la zona de reunión común: 50.000KRW
Online	Reunión online, no presencial / Prebusiness Matching	Soporte de coincidencia de negocios online las 24 horas.		Participación online: 50.000 KRW

2.Descripción y evolución de la feria

2.1. Perfil de la feria

PlayX4 es una feria centrada en el sector de los videojuegos; dentro de Corea no es la feria más importante de este sector, siendo superada por la G-STAR en Busan. Aun así, es la feria más importante de este tipo dentro del área metropolitana de Seúl. La última edición presencial fue celebrada en 2018.

Debido a la pandemia de COVID-19, el evento PlayX4 2021 solo fue presentado de manera online. A pesar de esto, el evento atrajo a 329 empresas (de las cuales 142 eran coreanas) y contó con la participación de 187 compradores de países de todo el mundo.

2.2. Datos estadísticos de participación

Este año los visitantes de todo el mundo tenían la posibilidad de asistir al evento en persona o participar de forma online. Según el gobierno de la provincia de Gyeonggi, 76.029 personas asistieron a la exposición.

La Play Expo 2022 consolidó su posición como el "espectáculo de juegos integral más grande del área metropolitana" al presentar no solo juegos para dispositivos móviles/PC, sino también juegos de diversos géneros, como consolas, salas de juegos y juegos independientes. En particular, este año, se llevaron a cabo varios eventos familiares, como concursos de juegos, conferencias sobre carreras, concursos de disfraces y desfiles, y actuaciones callejeras para que los visitantes disfrutaran.

Participaron compañías globales de juegos de consola como Neowiz, Daewon Media Game Lab, H2 Interactive, Bandai Namco Entertainment Korea...

Microsoft participó en un stand independiente a gran escala presentando una nueva visión de juego denominada "Game Pass" que permite disfrutar de varios juegos en ordenador y en consolas Xbox mediante suscripción

mensual, compatible con servicios de juegos en la nube permitiendo así su uso en dispositivos móviles.

Kakao Games acudió con su nuevo juego “Eternal Return” que combina los modos de juego Battle Royale, MOBA y Survival.

Empresas de componentes, como SmartPC Sarang, exhibieron distintas piezas de PC como CPU, placa principal, además de ordenadores portátiles, etc. También, algunos productos seleccionados estuvieron disponibles para su compra a un precio más bajo del habitual.

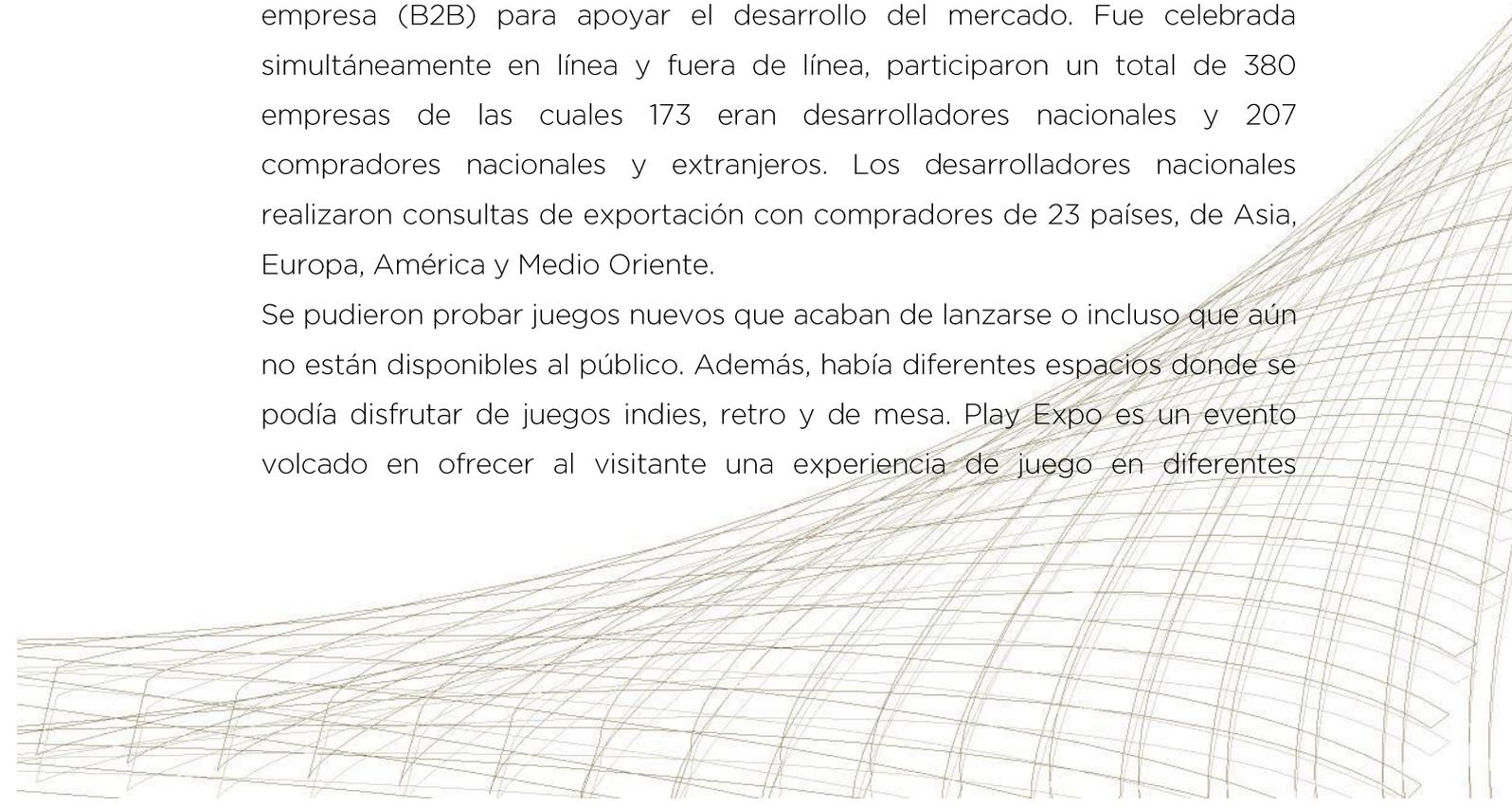
Es reseñable también la presencia de empresas de accesorios como Micronics (teclados, ratones, etc) y Xenix, que contaba con sillas gaming oficiales de Kakao y de prestigiosos clubes de fútbol españoles como Real Madrid y FC Barcelona. TP-Link presentó varios productos de red inalámbrica para jugadores.

El festival de deportes electrónicos de Gyeonggi se llevó a cabo en el escenario especial, que consistió en una competición de deportes electrónicos para discapacitados. El número total acumulado de espectadores del festival de deportes electrónicos de Gyeonggi, que se transmitió en vivo y en línea, fue de 45.229 personas.

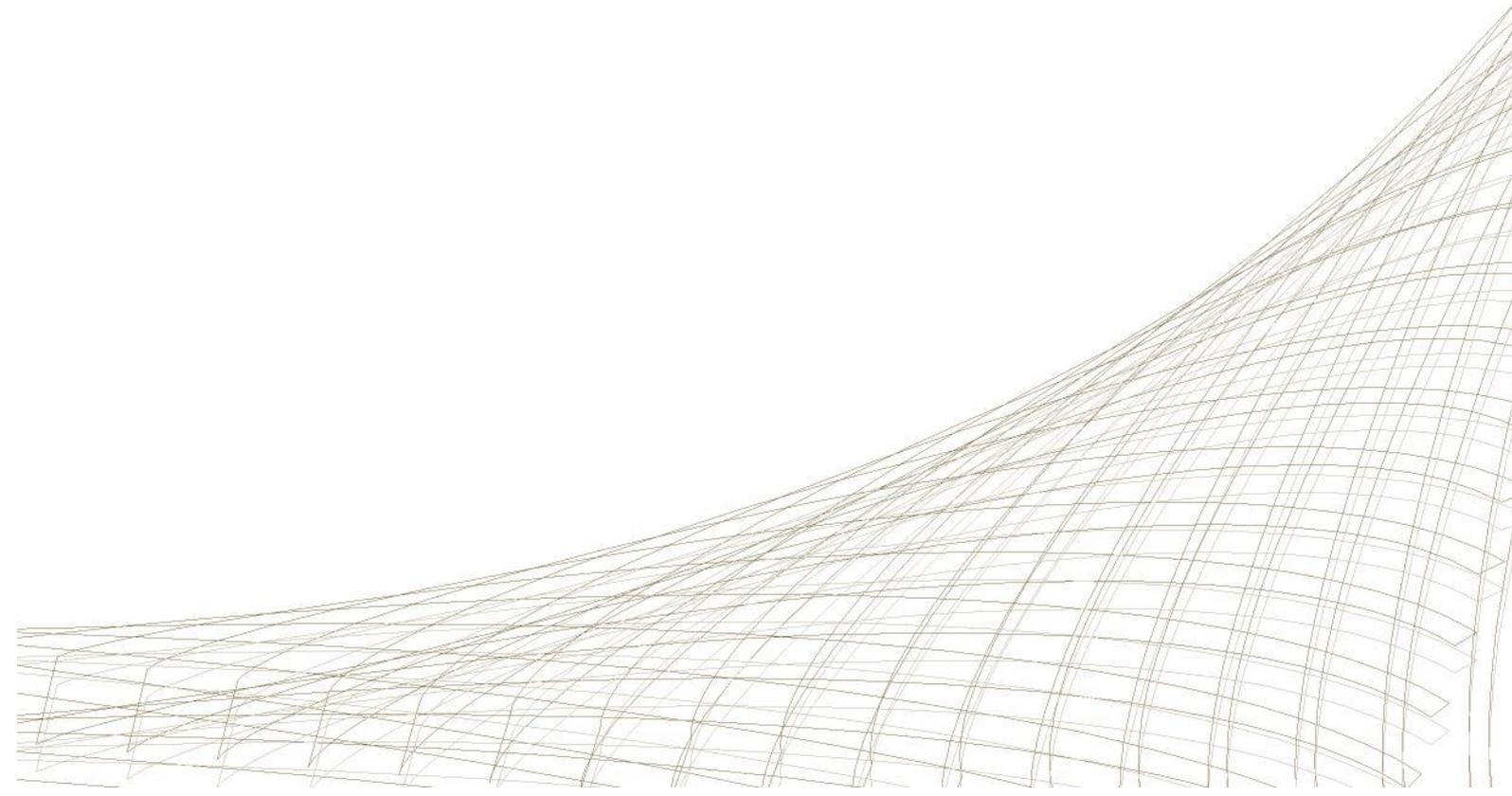
También hubo competiciones de deportes electrónicos como “Kart Rider Rush Plus”, The King of Fighters 15” o “League of Legends”, que fueron llevadas a cabo en el escenario principal y en el estadio especial.

Por otro lado, se celebró una conferencia de exportación de empresa a empresa (B2B) para apoyar el desarrollo del mercado. Fue celebrada simultáneamente en línea y fuera de línea, participaron un total de 380 empresas de las cuales 173 eran desarrolladores nacionales y 207 compradores nacionales y extranjeros. Los desarrolladores nacionales realizaron consultas de exportación con compradores de 23 países, de Asia, Europa, América y Medio Oriente.

Se pudieron probar juegos nuevos que acaban de lanzarse o incluso que aún no están disponibles al público. Además, había diferentes espacios donde se podía disfrutar de juegos indies, retro y de mesa. Play Expo es un evento volcado en ofrecer al visitante una experiencia de juego en diferentes



plataformas. En este sentido difiere de G-Star, que está más centrada en juegos para dispositivos móviles.



3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Productos

La Agencia de contenido de Gyeonggi (en adelante, Gyeongconjin) operó el stand de la 'Universidad Gyeonggi Gotgem' y preparó un evento publicitario para presentar el negocio de Gyeongconjin para difundir una cultura de juego saludable.

En el evento se podían probar desde consolas como Xbox Game Pass y Nintendo Switch hasta varios tipos de juego independientes para móviles o experiencias de Realidad Virtual.

En cuanto a los productos que se expusieron durante la feria, los principales desarrollos se daban en los campos de realidad virtual y realidad aumentada. El objetivo principal de los avances es conseguir que sea más "funcional", reduciendo el tamaño de los dispositivos y mejorando su conectividad, de manera que puedan ser programados desde el teléfono móvil. Se mostraron productos novedosos de hardware para el rendimiento de ordenadores y accesorios variados.

3.2. Actividades paralelas

Como ya se ha comentado tuvo lugar una conferencia de exportación de empresa a empresa (B2B). Gyeonggi-do ayudó a las empresas nacionales a desarrollar mercados en el extranjero a través de diversos apoyos como la consulta en línea las 24 horas, el soporte de interpretación, la producción de videos promocionales para desarrolladores nacionales y promociones de medios en el extranjero.

Cabe destacar la notable presencia de todo lo relacionado con el mundo cosplay mediante programas de entretenimiento, videojuegos, concursos de disfraces y de baile.

Las zonas que más resaltaron en esta feria fueron: el área de juegos recreativos por su gran tamaño y capacidad de atracción al público ya que disponían de diversas máquinas arcade, muy populares en el mercado coreano. Por otro lado, destacó el festival de eSport, que también atrajo a un gran número de personas tanto de manera online

como presencial. En cuanto a videojuegos los stands de mayor tamaño fueron los de las compañías Rulicon y Xbox (Microsoft), ambos aprovecharon la ocasión para mostrar sus novedades.

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

PlayX4 no ha dejado de ganar importancia en los últimos años, en especial en esta última edición por su vuelta a la presencialidad después de cuatro años. Por ello, es importante seguir de cerca la evolución de este evento porque puede volverse imprescindible para conseguir acuerdos en Corea.

Este año el nivel de participación en la feria no alcanzó los niveles deseados debido a la demora en la decisión de realizar Play Expo offline como consecuencia de la pandemia, por lo que fue difícil reclutar empresas participantes.

A pesar de todo, la feria consiguió tener un final exitoso dadas las circunstancias y atrajo a un gran número de visitantes, sobre todo durante el fin de semana.

4.2. Participación española y recomendaciones

Corea G-STAR sigue siendo la feria de referencia en el sector de los videojuegos; por esta razón, en caso de darse la oportunidad de viajar a Corea, quizá sea más conveniente asistir a ella en lugar de PlayX4.

Las empresas españolas con más interés en acudir a esta feria serán las que tengan un interés fundamentado en el mercado coreano y puedan aprovechar las oportunidades que presentan los últimos desarrollos en realidad virtual y aumentada, tanto buscando socios para proyectos de innovación conjunta como introduciendo productos propios. Sin perjuicio de los que quieran introducir un buen producto en el mercado de juegos para móviles y ordenador, plataformas que están muy consolidadas en el país pero que a su vez son extremadamente competitivas.

5. Anexos

Mapa de la feria:



Vista general de la feria:



Stand de accesorios para ordenador



Zona de juegos de arcade



Zona de juegos retro



Escenario e-Sport



Stand de Rulicon



Stand Microsoft Xbox

