

市场环境明显改善 网游业投融资日趋活跃

本报记者 周志军

得益于《网络游戏管理暂行办法》在过去一年的实施所取得的良好效果,2011年,中国网络游戏行业环境明显改善,网络游戏市场继续保持良好的发展势头。

文化部近日公布的《2011中国网络游戏市场年度报告》(以下简称《报告》)显示,2011年中国网游市场用户规模持续增长、网页游戏及移动游戏发展迅猛、海外出口进一步扩大、投融资行为日趋活跃。其中,最值得关注的是,在经历了连续两年的增速下滑后,2011年中国网络游戏市场增速止跌回升,总规模(包括互联网游戏和移动游戏市场)达到了468.5亿元,同比增长34.4%。《报告》预测,未来几年,中国网络游戏市场将沿着客户端游戏扁平化、网页游戏移动化、移动互联网游戏规范化的趋势发展。

市场增速止跌回升

随着网页游戏、移动互联网游戏等游戏市场新兴细分领域的快速发展和日渐成熟,2011年的中国网游市场在经历了连续两年的增速下滑后,终于止跌回升。据《报告》公布的统计数据 displays,2011年中国网游市场总体规模(包括互联网游戏和移动游戏市场)达到了468.5亿元,同比增长34.4%。其中,互联网游戏为429.8亿元,同比增长33.0%;移动游戏为38.7亿元,同比增长51.2%。尽管互联网游戏的市场份额在整个2011年的网游市场中仍占据主导地位,达到了91.7%。但移动网游的发展态势已毋庸置疑地成为了国内游戏市场进一步增长的后续力量。

据统计,2011年互联网游戏用户总数突破1.6亿人,同比增长33%;其中,网页游戏用户持续增长,规模为1.45亿人,增长率达24%。移动网下载单机游戏用户超过5100万人,增长率达46%;移动网在线游戏用户数量达1130万人,增长率达352%。相对于互联网游戏用户数量增长速度的放

缓,2011年,移动网游游戏用户数量出现了高速的增长。《报告》分析指出,目前,移动网游游戏面临着极好的发展机遇。未来几年,在用户数量增长的推动下,移动网游游戏市场规模将保持高速发展态势。

《报告》显示,自主研发网游产品在质、量上的双赢和国产网游产品在海外市场的良好收益,也成为了2011年我国网游行业的新亮点。据统计,2011年我国自主研发的互联网游戏产品在国内市场运营收入达254.2亿元,同比增长37.3%,比互联网游戏市场34.4%的增长率高了近3个百分点。同时,2011年国产游戏出口规模进一步扩大,收入达到4.03亿美元,同比增长76.0%。出口产品数量增加明显,2011年新增66家公司共计92款网络游戏产品出口海外,数量总数超过150款。

《报告》指出,2011年,网游版权出口模式的营收所占比重有所下滑,但产品数量却有所增加,原因主要在于,一是大型企业越来越倾向于通过设立海外分公司的形式,在海外联合运营或独立运营自研的产品。以完美时空为例,其海外授权收入占其海外市场总收入的比重已经降至1/3左右,但是其海外市场总收入增长了约2000万美元。二是在网页游戏迅猛发展的大背景下,催生了一些以研发网页游戏为主要业务的中小型企业,这些企业多采用版权出口模式进行网游出口。由于网页游戏授权金等费用较客户端游戏更低,出现了采用版权出口模式的产品数量增多,但版权出口营收比重下降的现象。

投融资行为日趋活跃

2011年,虽然整个国际金融资本并不十分活跃,同时,在电子商务等新兴互联网业务的影响下,资本市场对互联网业务的投资重点也有所分散。但整个国内网游市场仍保持良好的发展势头,投融资行为日趋活跃。

《报告》显示,2011年中国网

络游戏业全年公布的投资事件共有25起,总体呈现出两个特点:一是投资主体明显集中。网络游戏行业中的龙头企业,特别是腾讯、盛大等大型企业成为2011年主要的投资主体,25起投资事件中就有16起为腾讯发起或参与的投资。二是跨界投资成为主流。网络游戏公司投资社区、电子商务和网络服务企业已经成为主流,各大企业纷纷实施多元化战略,以网络游戏业务作为核心,向其他互联网领域进行扩张。2011全年公布的融资事件共有26起,其中包括淘米网、人人网在内的3家网络游戏企业上市融资。总体来看,移动网游仍是2011投资者所青睐的领域,网页游戏特别是社交游戏的研发商在融资方面也收获颇丰。

业内人士认为,在国际资本市场不稳定的情况下,2011年的中国网游业投融资行为仍表现活跃,并且网游市场增速止跌回升,这与网游主管部门近年来一系列管理调控措施的有效实施密不可分。据了解,作为网络游戏行业主管部门,2011年,文化部分别从完善政策、内容管理、未成年人保护、行业组织建设、执法监督等环节入手,在加强市场监管、规范行业秩序等方面开展了一系列扎实有效的工作。一方面加快开展《网络游戏管理暂行办法》政策评估工作,以网络文化建设与管理、移动网络文化市场管理等课题研究提高政府对行业管理的针对性和前瞻性。另一方面,继续加强对网络游戏内容的管理,促进网络游戏内容审查工作的规范化建设,本着坚持“未成年人保护优先”的原则,在全行业实施“网络游戏未成年人家长监护工程”,并

积极引导网页游戏行业规范自律联盟,开展“反低俗、扬正气、促和谐”主题行动。

对于2012年我国网络游戏市场的管理重点和思路,文化部有关负责人表示,将进一步细化和完善网络游戏虚拟货币及虚拟道具、移动网络游戏等管理政策,并将严格执行“网络游戏未成年人家长监护工程”,进一步落实实名认证制度,保持对网络游戏低俗宣传的高压态势。同时,将积极开展网络游戏文化评论,加快巩固和完善游戏评论机制,加快推动严肃游戏的生产传播以及网络游戏的国际交流与合作。据悉,2012年,文化部还将组织编撰《网络文化市场管理政策培训教材》,并分类开展网络文化管理部门及经营单位业务培训。

“轻”游戏增长态势明显

事实上,自2010年8月《网络游戏管理暂行办法》从试点实施到正式实施以来,国内网络游戏行业的市场发展秩序已经有了明显的改观,取得了一定的成效。特别是《网络游戏管理暂行办法》中明确规定了政府、企业和消费者三者之间的权利义务关系,建立起了网络游戏在管理和经营方面的规范,这些规范给整个行业带来了新的稳定的发展局面,成为我国网游市场进一步持续健康增长的保证。

对于中国网游市场未来的发展,《报告》分析认为,未来几年仍将是中国网络游戏发展的机遇期,预计到2015年末,中国网络游戏市场规模将超过1000亿元,年均复合增长率将超过20%。从产



治理逾十载,屡打难禁

根除垃圾短信须多管齐下

钟 云

北京的短信诈骗情况更为严重,立案数量是广州的两倍多。全国短信诈骗案件10万多起,经济损失达40多亿元。”

国内网络安全厂商奇虎360公布的数据显示,2011年全年,奇虎360手机卫士拦截短信总量突破100亿条,其中冒充亲友欺诈、中奖钓鱼诈骗、虚假慈善捐款等恶意欺诈短信占比高达24%。而全国10亿手机用户面临的垃圾短信总量已超过千亿条。“对于诈骗短信,一般人不会相信,但据抓获的犯罪分子供述,发一万条短信就有五六人上当。”陈伟才表示。

显然,垃圾短信已经不单单是一种普遍存在的骚扰,其衍生的欺诈、勒索等犯罪问题,已经成为危害民众财产隐私安全的一大毒瘤。

治理垃圾短信收效甚微

事实上,近十年来治理垃圾短信的声音从未间断,但却收效甚微,因为牵扯到的地方利益集团众多,短时间内很难“快刀斩乱麻”。

对此,有业内专家认为,对于运营商来说,其自律不应该只停

品结构看,未来几年,互联网游戏仍将占主体地位,客户端游戏也将继续保持较为稳固的市场份额。同时,《报告》预计到2013年,手机网民数量将超过PC网民,网页游戏和移动网游等“轻量级”游戏高速增长态势将进一步巩固,且增长速度或将远超客户端游戏。

据了解,2011年,国内客户端游戏市场已经出现了“微端”形式的产品(即客户端大小小于100MB),用户只需要花数分钟下载客户端,就能够进入游戏进行试玩体验,后续的游戏内容在后台继续下载。与以往用户需要下载1GB以上大小的客户端相比,“微端”形式的游戏产品大幅降低了用户的进入门槛。《报告》认为,未来几年,在研发技术、网络环境等多方因素的带动下,客户端游戏将逐步向“云端”发展,即不需要用户下载客户端即可进行游戏,这将大大改变现有行业内对传统客户端游戏的定位,也为客户端游戏重新抢占市场份额打下了良好的基础。

同时,随着技术的不断完善,三网融合进程的逐步推进,广电网游戏的发展将迎来一个新的契机。由于目前国内电视的普及率远远高于电脑,广电网游戏拥有更加广泛的受众基础。以体感游戏为代表的广电网游戏,可将娱乐与运动有机结合,使用户在娱乐的同时达到锻炼身体的目的,适合全家共同娱乐。《报告》称,随着网络基础环境的进一步完善,未来还将出现依托游戏业务,以电视为载体的集上网、游戏、视频通话为一体的网络平台。

网络音频

倪正东(清科集团创始人)

互联网投资长期向好

2011年互联网领域投资火热,投资案例数及总投资金额创下历史新高,全年发生276起投资,较2010年增幅达120.8%;投资金额32.99亿美元,较上年增长359.5%。然而,从大批电商企业因资金链断裂而退出市场,以及数家知名电商赴美上市遥遥无期来看,电商行业从去年下半年起就弥散着一种悲观情绪。面对市场的这种悲观,倪正东在日前召开的第二届中国互联网投资大会暨电子商务投融资高峰论坛上表示,虽然2012年互联网投融资环境可能不及2011年,但仍长期看好互联网领域的发展。

他坦言,今年,电子商务行业的总体估值较去年偏低,但这并不代表创投对电商失去信心。业界对电子商务领域的关注度仍然高涨,去年电商领域的疯狂投资只是估值和节奏的问题。同时他指出,目前电商远未进入收获期,而涉及社交游戏、手机游戏的都已经开始进入收获期。

马云(阿里巴巴集团董事长)

广告砸不出来品牌

马云近日在其公司内部博客上发言称,品牌不等于广告,广告砸出来的只是知名度,品牌是口碑相传的,是有文化内涵的,绝不是广告砸得出来的。

“广告只会把你的成本越砸越高,高到客户买不起。”马云解释说,在没有明确谁是客户,你能给客户带来什么独特的价值,没有一个可持续的质量、团队、文化的时候,广告只会给你带来知名度,光有知名度往往带来的只是增加成本,而不是效益。

李开复(创新工场CEO)

移动游戏最容易变现

在近日召开的2012年第七届艾瑞年度高峰会议上,李开复指出,移动互联网的成长是传统互联网的三倍左右,它最好的时代仍在未来。在未来的两三年,移动游戏将是一个重要的值得聚焦的平台。

据他介绍,截至今年3月,中国的移动互联网设备达到了7300万台,今年底将可能达到1.3亿台的规模,这个增长速度显然是传统互联网所不能比拟的。他指出,进入到移动互联网大众时代之后,移动用户的扩散速度将是传统桌面互联网的3倍,移动互联网流量巨大,而流量变现是一个需求,所以,移动游戏或将成为其变现的最好方式,成为新一波货币化的载体。

但就目前来说,国内游戏经过十几年的发展,同质化问题开始出现,很多游戏产品都只是做了一个“整容”手术,本质却没有变化。他认为,随着网游同质化现象的日益凸显,网游瓶颈论也随之诞生,若想良性循环,可持续地发展下去,创新是必然趋势。

马化腾(腾讯公司CEO)

无微博不门户

在近日举办的2012中国IT领袖峰会上,马化腾认为“无微博不门户”,随着微博发展出现越来越多新形态,相关的互联网企业在这方面进行大量投入不可避免,否则,未来会吃大亏。

关于腾讯国际化的问题,马化腾指出,一定要往外面看,赚外面的钱,进入国际市场,这也是做好国际化的关键一步。他还表示,在网络游戏产品、文化产业方面进行投资,也是腾讯近年来的一个新思路。

(周志军 整理)

“吊丝”走红网络折射年轻人新困惑

许晓青

于希旸

继“宅男”“恐龙”“凤凰男”之后,在互联网的“全民造词”热潮中,“吊丝”横空出世。这个早前诞生于足球运动员李毅网上贴吧中的称呼,逐步演变成成为当代年轻人自嘲时使用频率最高的新名词之一。

“我是吊丝,我怕谁!”“吊丝注定没有爱情吗?”“女吊丝必备攻略……”一段时间以来,“吊丝”这个读来不太优雅的词在网上悄然走好,它与缺乏“第一桶金”、没有显赫家世、前途迷茫等年轻人的生活状态联系在一起。网上自称“吊丝”者相当一部分是在梳理工科大学生,也有部分女生自称属于这一群体。

在一些网络论坛里,“吊丝”也有前辈同道,唱着《一无所有》的崔健、“顾主”的扮演者葛优等形象,都被列为“吊丝”的生活写照。最近热播的电视剧《北京爱情故事》中,青年演员张译扮演的“北漂”石小猛,奋斗过、沉沦过,迷途知返,但最后空手而归,也被归入广义上的“吊丝”群体。2011年出品的一部德国搞笑情景剧索性被中国网友直接译成了《绝世女吊丝》。

“这个词在很大程度上是用来自嘲的,其实现实生活中,未必每个人的境遇都那么糟,这个词还往往和情感上的挫折联系在一起,用来发泄。”女大学生李韵说。

在网络世界里,“吊丝”是与“高、富、帅”的男生、“白、富、美”的女生形成鲜明对比的一个群体。曾担任文学社团负责人的女大学生沈逸超认为,作为近年来方兴未艾的“网络造词”浪潮的组成部分,词汇本身往往也是现实的投射,“吊丝”从一定程度上折射出当下年轻人的金钱观、成功观等,探究其深层次原因不可一概而论。

“‘吊丝’的称呼,是部分年轻人对现实生活的一种解构,在升学、就业、婚恋、赡养等社会压力倍

增的今天,通过网上的造词,很快就能引起小众的共鸣,这是年轻人所选择的一种心理释放方式,甚至具有‘疗伤’的功能。”复旦大学社会学系教授于海这样分析。

于海说,过去在计划经济时代,个人的发展主要是集体化、趋同化的;但如今在市场经济的大潮中,一部分人先富起来,当上一代人的经济实力和社会地位上拉开差距,导致他们的“二代”更易体会到社会发展过程中的强烈反差和“挫折感”。

复旦大学传播学系副教授朱春阳认为,“吊丝”这个词与其对立的“高富帅”一起出现并流行,折射出时下年轻人的某种“集体焦虑”。通过互联网的传播,又进一步放大、加深了这样的焦虑。也有一些网友担忧,自嘲式的“吊丝”现象,与社会上对“一夜成名”“拜金主义”等所谓的价值取向有关,而“吊丝”们整天无可奈何、无所事事,“埋头”抱怨的生活状态也不宜提倡。

对此于海分析,从社会学角度看,不必对“吊丝”现象过分担忧,互联网给了每个人表达工具,个性化的表达是一种趋势,恰恰通过自我解嘲、通过情绪化的表达,可以释放年轻人的压力,具有特殊的“治愈”效果。

尽管时下“吊丝”这个词出现频率较高,但一些语言学领域的专家认为这个词在网络语言的新陈代谢中,也很可能会逐步被淡化,直到被新的词汇取代。

国内著名的语林“啄木鸟”、《咬文嚼字》杂志主编郝铭鉴曾多次指出,语言本来就是需要新陈代谢、不断发展的,一些好的网络语言将会被吸收进语言体系中,也有一些尽管走红一时,但又很快就会被人们忘掉。

“吊丝”的语言生命力有多强,人们也在拭目以待。(据新华社)