

移动游戏联盟：合力谋发展

本报记者 曲晓燕

现如今,在大中城市的地铁或者其他公共交通工具上,乘客们集体低头玩手机的情景已是非常普遍。来自工信部的数据显示,截至今年1月底,我国手机用户数已经突破10亿,居世界第一位。在数量如此巨大的手机用户群体中,移动互联网应用已经成为他们打发碎片化时间的首选,其中,移动游戏无疑是消费者们最为中意的应用之一。

在这种背景下,移动游戏市场迅速扩张,成为继网络游戏之后的又一个互联网“淘金”热点。不过,迅猛扩张的移动游戏市场也产生了不少问题。为了解决这些问题,促进行业的健康和长远发展,4月27日,来自有关政府管理部门、移动游戏产业链各个环节的业界人士齐聚北京,宣告成立移动游戏发展联盟。

移动游戏：下一个金矿

移动游戏是指用户使用移动终端,如智能手机和平板电脑等,通过移动互联网进行的单机游戏和网络游戏。随着全球范围内智能手机和平板电脑出货量的爆发式增长,特别是苹果的iPhone和iPad等优势移动终端的推出和普及,移动游戏在短短几年内,经历了从诞生到火爆的发展阶段。

在移动游戏发展联盟成立仪式上,文化部文化市场司副司长庾祖海在发言中援引了文化部发布的《2011中国网络游戏市场年

度发展报告》,数据显示,2011年移动网游整体市场规模为38.7亿元,同比增长51.2%,成为网络游戏中市场中增长最快的板块。不仅如此,业内人士预测,随着智能手机和平板电脑的进一步普及,移动用户将保持高速增长,移动游戏市场的规模还会继续大幅度提升,增长速度有可能还会提高。

这一判断也得到了移动游戏产业链上相关厂商的赞同。腾讯无线游戏副总李致峰以腾讯无线游戏的发展为例揭示了移动游戏市场规模的急剧扩张:腾讯QQ游戏中心2007年上线,2009年最高同时在线人数超过50万,今年已经达到100万。同时,2007年刚上线时只有31家合作方,今年已经有303家合作方。作为渠道运营商的中国电信游戏基地副总李植则表示,目前随着3G业务和智能手机快速发展和普及,移动互联网真正迎来了爆发式的增长。数据显示,中国目前已经拥有全球领先的移动互联网用户规模,由此可见,中国移动互联网络的时代已经到来了,而移动游戏又是中国移动互联网络业务里面一个非常重要的领域,所以移动游戏市场的增长还有很大的空间。

事实上,不仅是在中国,在全世界范围内,移动游戏都在迎来发展的春天。世界游戏巨头Zynga已经预备将主要的游戏发展平台转向移动互联网领域,知名游戏开发商EA也于去年收购了《愤怒的小鸟》的发行商Chillingo公司,通过并

购快速进入移动游戏领域。与此同时,值得注意的是,由于苹果的APP store、安卓的电子市场等全世界范围内通用平台的推出,移动游戏天生就具有进入国际市场的潜质,这也使得长期以来寻求进入国际市场的我国游戏研发商们有了更好的契机。

以联盟的“合力”推动产业增长

尽管一直处于高速增长期,但是新生的移动游戏行业还是暴露出很多的问题。对此,庾祖海在发言中表示,移动游戏在拥有极大市场潜力的同时,也面临着产业链条脆弱、商业模式不成熟、知识产权保护不力、优秀原创产品缺乏、产品同质化等问题挑战。而人民网无线事业部总监绿森在发言中也表示,到2014年,海外移动应用市值将达到130亿美元,其中移动游戏是最受欢迎的类别。然而,目前中国移动游戏市场上却存在着盗版猖獗、题材同质化严重、合法权益保护不足、内容低俗、缺乏行业标准等问题。

而这也是移动游戏发展联盟致力要解决的问题。对于成立联盟的意义,庾祖海首先表示了政府部门的支持态度,他希望联盟可以增强移动游戏各相关厂商的使命感,从而使中国企业在移动互联网时代不要被国外先进水平和创新拉下太远。同时,他认为

中国移动游戏企业应当增强责任感,把社会效益摆在首位,也要加强创新,在移动游戏领域赶超国外领先企业的水平。而作为一种“合力”的形式,参与联盟的企业也应当加强协作,达成共识,充分发挥各自的优势,共同推进行业发展。绿森在介绍发展联盟的功能时表示,联盟是在文化部的指导下,由游戏开发商、游戏运营商、电信运营商、终端制造商、行业研究机构、媒体机构及周边企业等产业链各方自愿加入的非营利性组织。联盟的宗旨是促进移动行业游戏内企业遵守国家法律法规,遵守社会道德和社会责任,为政府和企业间搭建沟通的平台,维护成员单位的合法权益。积极推进行业自律,加强自身管理,促进产业发展,加强移动游戏产业链各方的交流与合作,促进移动游戏行业的健康、可持续发展。

对于这种“合力”的形式,企业也表示了赞同。李致峰表示,2009年以后,中国的移动互联网产业非常的火热,很多企业投身这个领域。但到了今年上半年,这种非常狂热的气氛有所回落,趋于理性,盲目的投入也逐渐变成了冷静的布局。在这样的市场环境和机遇下,联盟的成立可以说对中国的移动游戏产业具有里程碑式的意义。如果整个行业比较萎靡,没有发展的话,一两个企业也不会形成气候。这进一步说明了联盟的重要性。正因如此,

当天与会的多家企业都呼吁业内企业在完成各自业绩和绩效的同时,多考虑一下游戏内容的绿色和健康,多考虑一下行业的可持续发展。

而针对目前整个移动游戏行业所处的发展阶段,移动联合会副理事长王鸿冀认为,目前的移动游戏已经进入精品竞争的时代。在这个阶段,加强游戏的创意和艺术性,以及版权保护等问题是企业尤其要关注的两个重点。如果想在这两方面有所作为,需要类似发展联盟这样的组织来推动良好的行业发展大环境的形成。

与此同时,作为网络游戏的主管部门,文化部也正在研究制定专门的移动游戏管理政策,着重解决移动游戏内容审查备案方式滞后、运营监管不力等问题,同时积极促进移动游戏与动漫、音乐等产业的结合,与传统网络游戏、网页游戏的结合,与健康、教育等应用领域的结合,为移动游戏市场的发展营造良好的政策环境。

以联盟的形式推动行业自律,推动产业创新,是近年来我国互联网领域的一个新现象,不仅标志着企业长远发展的战略眼光,也是有关政府部门在规范市场、扶持产业发展方面的新举措。而采用“合力”的方式谋求产业的长远发展,能否为一个行业带来全新的发展契机,则有待时间的考验。



4月28日,游戏“愤怒的小鸟”创始人皮特·韦斯特巴卡现身在杭州举行的第八届中国国际动漫节。他在动漫节举办的“微访谈”上介绍了“愤怒的小鸟”的“成功秘笈”,并提及下一步在中国发展的计划。

新华社发(龙巍 摄)

“抄袭”纠纷频发

互联网企业凸显创新力不足

贾远琨 杜 放

纷争暴露企业创新力不足

业内人士认为,网易、腾讯两家公司在游戏、门户、电邮及移动增值业务上有很多重合,竞争由来已久,其间二者在很多业务的形态上,都曾借鉴过对手或第三方产品的设计。

华东政法大学知识产权学院教授何敏认为,目前,尽管仅仅依据用户界面、外观感受相似,还不能判断腾讯属于侵权行为,但在此类纠纷的背后,互联网行业必须认识到,创新力是企业的生命线,唯有创新才能够让企业在商战中立于不败之地。

“纠纷频发反映出国内互联网企业的确缺乏创新力,行业龙头理应借创新带动整个产业的发展,但现实情况是,一些企业一直热衷于维护封闭的在线服务平台,对新出现的网络服务采取抄袭、借鉴的手法。”复旦大学副教授朱春阳认为,在市场发展初期,模仿有一定必要性,但由于缺乏持续地创新,长此以往终将被取

网络音频

创新是互联网最重要的软实力

曹国伟(新浪网CEO)

对于互联网企业来说,创新是核心竞争力甚至是生命力所在。互联网行业10年造就一个公司,如果你能生存10年就是一个百年老店,所以每一个互联网公司都必须创新。

但创新首先应该符合互联网行业,符合时代发展的趋势。以新浪微博的功能发展为例,新浪微博在两年时间从0做到3亿用户,一定程度上是因为符合趋势。我们过去发现两个趋势,一个是客户的使用越来越终端化,终端的搜索越来越实用化,微博是跟移动终端联系最多的产品,每一个上网的用户达到了随时随地上网的目的。

同时,创新还应该基于客户的理解。比如新浪微博手机客户端几乎每个月都有更新,这些创新很大程度上从微博上、从用户的反馈得到。在新浪微博刚刚发布的时候,有跟国外产品不一样的地方,比如有评论功能、有回复功能等,这些功能都是为了中国用户使用的特性和需求,这也是微博在中国走红的一个重要原因。

当然,创新是一个需要有勇气的事情,在互联网领域如果不颠覆自己的话就会被颠覆,每家企业都需要不断地创新,不断地颠覆自己的产品,才能走在行业的前列,保持一定的竞争力。

中国的“科技银行”还缺乏灵魂

叶檀(著名经济评论人)

大规模的风险投资和灵活的利率,使得美国硅谷银行成为美国高科技企业的依靠之一。相比之下,中国目前的“科技银行”,既不能与风投结合,也没有市场的利率,只是扶持高科技企业愿望下的产物,有科技银行之名无科技银行之实。

国内科技银行大致思路分为以下三种:一是在现有商业银行内设立科技支行,给予一定优惠政策;二是在国家层面设立科技发展银行,新设一家全国性政策性银行;三是充分调动地方政府积极性,利用地方政府信用设立独立区域性科技银行。

上述三种思路没有触及问题的核心,要让科技银行发挥作用,地方的财政优惠政策只是很不重要的方面,重要的是发展当地的风险投资市场,给予科技银行相对灵活的利率,以及允许投资股权的混业经营模式没有相对灵活的利率,科技企业的高风险不能转化为银行的高溢价;没有股权投资,银行不可能享受资本市场的溢价;没有科技银行与风投公司的合作,科技银行两个翅膀折了一个。任何金融改革,政策优惠都是次要的,重要的是让金融机构建立正确的定价机制,有企业、投资界、银行三方认可且符合规则的赢利模式。目前国内的高科技银行,形神都不具备。

中国高科技初创企业解决融资困境,首先要大力发展风险投资,发展多层次证券市场,而后通过科技银行拾遗补漏。如果在利率、股权投资、质押担保等方面无法取得突破,高科技银行就是花瓶,中看不中用。

创业者要先学会讲故事

杰克·多西(“推特”联合创始人)

对于“推特”的创业过程,如果问我的最大的收益是什么,那就是我学会了怎样成为一名优秀的讲述者,我知道了故事的力量。

在我看来,如果你想推出一款产品,同时这个产品与人们的需求息息相关,那么你就要设身处地为用户去考虑,从用户的角度来设计故事。我们花了很多时间写所谓的用户需求描述,如果你能写好它,那么关于这些产品的所有设计、优化以及协调自然也就落实了。你能编辑这个故事,并能引发公司各个层面的人与这个故事的共鸣;你要不断思考这个故事,看是否需要加入新的元素。

在我们每天要做的许多事中,可能只有一两件是最重要的。为了更好地“讲故事”,我们需要集中精力全力以赴,要不断吸收信息,筛选出有意义的。我最为关注的首先是团队,我们要吸纳最好的人员,这样才会有好的故事、角色,一切都是为了团队凝聚力。说到底,我们是一群为了一个共同目标努力的人,如果不能步调一致,我们将分崩离析。这么混乱的公司所研发的产品,谁会用呢?

我最关注的另外一点是内外部交流,包括我们在做什么,为什么要做,目标是什么,什么会是这样目标等。外部交流就是产品,就是给这个世界讲故事。我们要把所有内容灌入这个产品,我们要告诉人们这个产品能用来做什么,它是如何融入生活的,这才是最有力度的故事。

(周志军 整理)

动感地带

2012年第一季度网游市场达112.6亿元

本报讯 据EnfoDesk易观智库《2012年第一季度中国网络游戏市场季度监测》数据显示,2012年第一季度中国网络游戏市场规模达112.6亿元,实现环比增长9.5%,同比增长33.0%。

EnfoDesk易观智库数据显示,第一季度属于传统旺季,厂商的推广扎堆,带动市场整体上扬。市场增长主要来自各厂商的主力产品,春节前后玩家在线人次以及在线市场均有明显变化。第一季度市场具体特征如下:腾讯系游戏领跑。腾讯旗下游戏产品在一季度继续保持领跑态势,预计第一季度该游戏的收入在13.2亿元左右。同时腾讯系其他游戏产品收入均排名靠前,领先优势明显。各厂商目前营收的主

力依旧是运营情况较为稳定的老产品,虽然对于新产品的研发或者代理的步伐保持不变,但是从本季度的情况看,想要挑起大梁,仍然尚待时日。随着端游市场的震荡结束,市场的竞争趋向更深层次的挖掘。同时本年度腾讯、畅游、盛大等主力厂商推出以产品为核心的战略布局,端游市场下一轮竞争已然开启。

在经历了2011年的转型探索之后,中国客户端网络游戏市场开始进入新的探索创新阶段,变革将成为未来几年内的关键词。EnfoDesk易观智库预计2012年第二季度,由于学生群体开学、用户需求回落等因素影响,客户端网游市场增长速度将略有降低。

(易 观)

《风声》变成网游被华谊起诉索赔

本报讯 据《中国之声》报道,电影《风声》以其曲折的剧情给受众留下深刻印象,可是出品人华谊兄弟发现,一时间,《风声》在线游戏、《风声》桌面游戏等网络游戏“风起云涌”,于是为维护自己的著作权,华谊兄弟向动漫公司索赔50万。5月2日,北京东城法院开庭审理此案。

原告华谊兄弟起诉称,他们对《风声》的剧照、人物形象、服装造型、剧情,还有电影名称、字体设计都享有著作权。

华谊兄弟发现被告广州千骐动漫有限公司未经他们的授权公然在其经营的《风声》在线游戏、桌面游戏、纸牌游戏中使用了原告电影名称的字体设计、电影剧照、人物形象、人物名称、剧情等已构成对华谊兄弟的

著作权侵权,被告北京市新华书店、王府井书店也未经原告授权销售了这个侵权产品获取非法利益,并且做虚假宣传,依法应该承担连带责任,原告就请求判令两被告停止侵权,公开赔礼道歉并且赔偿经济损失50万元。

千骐动漫公司代理人完全不认可侵犯原告的著作权,他们表示开发《风声》游戏是由麦家授权的,就跟原告拍电影也是得到麦家授权从小说改编而来一样,游戏中文名字风声是麦家起的。被告还强调,千骐动漫公司已经将“风声”注册为商标,开发游戏是对商标的使用。此外,游戏中绘画是手绘,与电影中的人物形象并不相同,如果侵权也是侵犯了演员的肖像权。

(孙 莹)

竞游ECL2012第二赛季报名启动

本报讯 进入5月,由中国电竞中心主办的竞游ECL2012第二赛季报名开启,报名选手可以通过中心官方网站竞游网查看比赛规则并进行报名。

据了解,经过第一赛季的调试,第二赛季比赛中星际争霸2项目赛制有所调整,由原来以俱乐部为单位的报名参赛方式调整为个人报名参赛方式。据主办方介绍,这样调整的原因是基于第一赛季众多无俱乐部身份的个人选手希望参赛的强烈呼声,让更多电竞爱好者有一试身手的机会。而赛事的另一项网络游戏重

头实况足球第二赛季报名刚启动一天,即得到实况足球迷的积极响应,报名人数突破百人。据悉,第二赛季仍然沿用第一赛季赛制和电信两大赛区,每周通过单场淘汰方式产生周冠军,每两周在周冠军中决出一个线下赛名额的方式进行。主办方表示,考虑到报名人数过多,第二赛季采取分时段控制人数上限的报名方式,单周报名人数最多200人,每周五当周报名截止的方式仍然沿用。同时,另外两大网游项目DOTA和反恐精英也将于近日启动报名工作。

(杨浩鹏)

(据新华网)