

科技博客走热

逛过了“社区”，看惯了博客，玩腻了微博，眼下，科技博客渐渐成为“博客族”中最吸引眼球的新成员。

爱范儿、虎嗅、36氦、创见等一批科技博客，凭借快速精准的行业消息和产品信息，以及为创业者提供相关资讯和平台服务等功能迅速积累了大量用户。科技博客功能在社会化网络的推动下，正逐渐向周围领域扩展，日益成为促进创新创业发展的新推手。

“嫁”给科技的博客们

据36氦首席执行官刘成城介绍，他在大学时就开始关注国外科技网站，在上面看到很多有意思、有价值的互联网创业公司信息，而这些当时在国内互联网媒体上看不到。刘成城很兴奋，开始把有价值的内容翻译成中文放到人人网，再后来干脆创办了36氦，成为国内最早的独立科技博客，专门报道早期的互联网创业公司和互联网趋势资讯。

独特的定位让36氦很快填补了国内互联网创业资讯领域的空白，也使刘成城很快获得第一笔融资。从2010年12月8日正式上线至2012年10月，每月有数百万的读者访问36氦网站。在新浪微博、腾讯微博和各大阅读平台上，其读者“粉丝”和订阅用户数超过百万。

“定位于拇指设备的小众讨论，专注于移动互联网产业链各个环节。主要以很强启发性的原创内容，辅以精心挑选并翻译的外电分析，这个博客真有‘范儿’。”这是2009年度搜狐优秀独立

博客奖对爱范儿的评价。

“爱范儿从2008年开始做硬件评测，当时国内科技媒体还较少，我们做了一个爱范儿BBS，很多科技爱好者聚集在一起。与爱范儿创始人Wilson说自己曾经是“学经济的”。就是这位“经济人”创建的爱范儿，如今不仅关注数码产品的评测，还将视野拓展至公司、人物、应用、模式等领域。2012年，爱范儿成为最早进入微信平台的科技博客，4个月，“粉丝”突破5万。

2012年是中国科技博客飞速发展的一年。与刘成城和Wilson的经历不同的是，这一年，一批媒体人也开始从局外观察者变成了局内“操盘手”：《中国企业家》原执行主编李岷创办了虎嗅网；《第一财经周刊》原主笔路轶航拿到第一轮天使投资建立了Pingwest；《新世纪周刊》原记者赵何娟辞职办起了钛媒体；新浪IT频道原编辑靳磊创办了猎云网……这些创业者凭借着自己在传统媒体积累的经验 and 洞察力，敏锐地感知到了当下互联网带来的新机遇，于是纷纷开始创业，建立科技博客，为用户提供优质内容。

走在线下的“服务者”

其实，近几年火起来的科技博客模式，是一个起码有着十几年历史的元老级概念。最初，作为众多博客类型中的一个分支，科技博客大多是由一些资深互联网从业者凭自身兴趣驱动而撰写，赢取名声的意味远远大于以此赚钱

盈利前景待观望

郭涛

的目的。然而，今天的科技博客已经“自成门派”。与早年境遇所不同的是，新一拨科技博客创业公司受到了资本市场的更多关注和青睐，迅速发展成具有一定影响力的新兴媒体。更值得一提的是，这些原本具有媒体属性的新锐们，随着用户的需求日益增多，逐渐开始拓展业务范围，通过举办线下活动、打造服务平台等方式为初创企业或团队提供创新创业服务，从而衍生出科技博客的服务属性。

“服务属性是科技博客得以生存的主要原因。”北京市长城企业战略研究所科技管理部项目经理邵翔认为，在网络新媒体时代，人们获得内容的渠道多种多样，单纯的媒体属性已经不能满足人们的需求；同时，以创新创业为特点的新经济也催生了服务属性的形成。因此，对科技博客服务属性的探索也成为其商业模式探索的重要部分，也是未来科技博客发展的主要方向。

据了解，36氦开放日是中国少有的开放式创业企业推介会之一，在业内的影响力不断提升。从2011年5月起，36氦每月举办一次36氦开放日活动，广泛邀请创业者、投资者、技术人员以及任何对互联网行业感兴趣的人参加。

目前，爱范儿主要举办的线下活动包括爱创会、爱范会等。爱创会通过开放式交流，为创业者们营造一个分享创业项目、交流创业经验、获取创业启动资金的平台。

较之前两者，虎嗅网等后起之秀的线下活动还在起步阶段，目前主要针对新媒体营销案例进行广泛交流，提高虎嗅网在新媒体营销领域的影响力。

创新创业新推手

“科技博客之所以能够迅速引爆，一方面是因为新经济时代的催生，另一方面在于它本身的优势。”申胤认为，这些优势具体表现在：内容生成迅速、丰富，编辑制作流程简单、快捷，定位精准，传播方式及渠道多样化，经营压力相对较小。“总而言之，科技博客诞生之初，就不是以取代大门户和传统媒体为目的，而是为小众群体提供资讯和服务，在依托自身优势的基础上逐渐贯穿企业成长的整个链条，已经成为创业服务业的有机组成部分，是促进创新创业发展的新推手。”申胤表示。

不过，在有些专家看来，科技博客要想走向辉煌仍需时日。“尽管我国科技博客发展得如火如荼，但仍处于市场

培育初期，暂未形成较为成熟的商业模式，盈利前景不甚明朗。”北京市长城企业战略研究所科技管理部经理邵翔表示，目前我国大部分科技博客都已经获得了一定的风险投资，但按照一般的互联网产品规律，在3年内如果不能实现盈利，则顺利成长的可能性很小。

“36氦通过线下活动近期实现了营收平衡，而其他诸如虎嗅、爱范儿、钛媒体等科技博客商业模式尚不清晰，还未实现盈利。”邵翔认为，未来科技博客的商业模式主要有以下几种。

一是可以探索服务路径，向新型孵化器迈进。目前，科技博客已经具备了孵化器的部分功能，如提供投融资服务、数据信息、项目推介等，可以从一定程度上帮助企业度过“死亡谷”。如36氦现已被中关村国家自主创新示范区评为创新型孵化器，采用“网络媒体+融资平台+线下活动”的方式，帮助创业企业推广产品、提供投融资对接与交流；创业者以“媒体+创业大赛+基金”的方式，定期举办黑马大赛、创业沙龙、项目展示等活动。

二是可以创新投融资方式，探索创业项目公众募资的新通道。目前，诸如天使汇等互联网众筹平台也开始在我国兴起，但投资主体仍是专业投资人。科技博客一方面拥有精准的受众群体，可以更加有效地聚集资本，提高投融资成功率；另一方面可以依托自身社会化的特性，扩大投资主体。因此，科技博客可以参考众筹平台的运行方式或与之开展深度合作，探索线上线下展示投资一体化的集成解决方案，打通创业项目公众募资的新通道。

三是可以逐渐向周边领域扩展，打造完整独立的全媒体网络。如向企业用户扩展，利用建立的网络和数据库，收取服务费；打造线上线下投融资服务平台，收取中介费用；自身参与投资，获取股权分红等。但形成这样一个全媒体网络，在策略得当的情况下，仍然需要大量资本的支持，否则很难实现转型。

“科技博客的商业模式创新目前主要聚集在创业服务领域，我认为在创新领域科技博客也将大有作为。”邵翔表示，随着企业社交化进程的推进，企业的组织边界日益模糊，通过社交网络在全社会甚至世界范围内进行有效的创新资源配置已经成为众多创业企业的最佳选择，这对科技博客来讲无疑是一个重要的发展契机。可以预见，创新服务将成为科技博客发展的主要方向。

网络音频

“双十一”：新旧商业形态的“短兵相接”

周俊生

毫无疑问，“双十一”时下已成了网络消费“嘉年华”。虽然它的创意来自美国shop.org网站2005年首创的“网络星期一”，但在中国消费市场的“簇拥”下，这项电商创意所产生的效应已经远远超过其发源地。不难看到，在“双十一”里，新旧两种商业形态的竞争，出现了向电商倾斜的格局。互联网重构了商业形态，而“双十一”则摆开了两者“短兵相接”的战场。许多实体店主担心，一边倒的博弈趋势是否会迅速蔓延，以至成为365天里的常态？

传统零售商担心不能掌握核心客户，门店会沦为“线下体验馆”而加速用户流失，不是杞人之忧。事实上，只有2.5万名员工的淘宝网，为900万网店商家服务，它借助网络迅速扩张的优势是传统商业模式难以企及的。而实体店无法克服的门店成本，也会成打价格战的掣肘。

可以肯定的是，电商改变大众消费习惯是不可逆的趋势。网购的便捷性与价格优势，对实体店形成了难以反抗的钳制，也会影响着市场格局走向。但对电商来说，抢占到商品流量优势，未必就能“大获全胜”。前几年“双十一”中泛滥的超卖、慢递，甚至货不对板的纠纷若难以妥善解决，先有营销架子而无用户体验提升，消费者是否会折返到实体店，则不得而知。而服务品质，也注定是两种商业形态之争的另一个重要“据点”。

(来源：《新京报》)

移动互联网平台模式成功的条件

胡世良

移动互联网发展到今天，平台开放的商业模式已经成为主流，各个垂直领域都出现了平台型服务商。平台模式为合作参与者和客户提供了一个合作与交易的软硬件相结合的环境，通过双边市场效应和平台的集群效应，形成符合定位的平台分工。在这个平台上，众多参与者通过明确的分工，都可以作出自己的贡献。

但平台模式要健康运营、取得成功，应具备以下几个必要条件：一、具有开放性特征。也就是对合作伙伴开放，合作伙伴越多，平台就越有价值。二、具有双边市场和网络外部性特征。作为双边市场的平台模式，平台企业为买卖双方提供服务，促成交易，而且买卖双方任何一方数量越多，就越能吸引另一方数量的增长，其网络外部性特征就能充分显现，卖家和买家越多，平台就越有价值。三、市场中有大量(潜在)买家和卖家需要对接，也就是说平台要具有聚合力。四、平台企业具有至少一项对于行业来讲是稀缺的且具有竞争力的核心能力或核心应用，包括资金、品牌、关键技术、渠道以及核心应用。五、平台企业与其合作伙伴没有直接的竞争关系，二者应当具有不同的盈利模式和市场目标。六、通过开放平台扶持合作伙伴。平台企业通过打造开放平台、扶持合作伙伴等策略，能为合作伙伴和第三方开发者带来利益。(来源：中国信息产业网)

做好“八个带头”，主流网站责无旁贷

吴定平

在前不久召开的主题为“网聚正能量，共筑中国梦”的中国网络媒体论坛上，国家互联网信息办公室主任鲁炜强调，主流新闻网站和重点商业网站作为传播正能量的主力军，要充分发挥引领作用，带头把方向、带头抓管理、带头扬正气、带头树新风、带头守法纪、带头探规律、带头谋发展、带头建队伍，汇聚正能量，共筑中国梦。鲁炜主任提出的这“八个带头”，不仅是对十八大精神的贯彻落实，也是主流新闻网站和重点商业网站的自身责任所在。作为全国互联网网站中的“大哥大”，主流网站和重点商业网站应自觉在牢牢把握正确的政治方向、坚持传播正能量等方面，做好示范和带头作用。

要求主流新闻网站和重点商业网站带头汇聚正能量，共筑中国梦，并不是说从此之后网络媒体就不能有批评监督的负面声音，也不是说互联网就必须“一片和谐”，而是指网络媒体应站在党和人民的立场，多做有益于国家民族社会进步的客观报道。在贬的同时，更要有扬；在曝光阴暗面的同时，更注意多给人以鼓励、温暖和阳光。毕竟，后者才是人类社会不断向前的精神食粮。(来源：新华网)

(木岩整理)

动感地带

第十届蒙特利尔国际游戏峰会举行

本报讯 加拿大当地时间11月12日至13日，第十届蒙特利尔国际游戏峰会举行。作为2013—2014年度中加友好文化交流年的重要活动之一，本届游戏峰会特邀中国担任主宾国，这是该峰会创办以来首次确定主宾国。中国文化产业协会组织腾讯、盛大、淘米以及深圳墨麟、上海宝山科技园、天津灵然创智等国内品牌游戏企业和单位参展，受到国际游戏业界广泛关注。

在11月12日本届峰会举行的主宾国招待会上，中国文化产业协会与加拿大魁北克数字联盟签署战略合作协议，双方

决定在资源互补、信息共享等方面展开合作。中国文化产业协会会长张斌表示，魁北克数字联盟集中了加拿大众多优秀数字媒体企业，中国文化产业协会与魁北克数字联盟的合作，直接为两国文化产业搭建搭建了国际化合作交流平台，为各自企业在技术、资金和市场方面提供了更多优势互补机会。

11月13日，中国文化产业协会有关人士在峰会论坛发表了题为“中国游戏产业的成长与机遇”的演讲，向国际业界同仁介绍了中国游戏产业发展现状和未来发展方向。(李义)

盛大联合中青宝拟成立自贸区首家网游公司

本报讯 (记者周志军)日前，盛大游戏与中青宝在上海共同宣布，拟在上海自贸区合资成立网络游戏公司。成立后的这家公司或将成为上海自贸区首家网游公司，而《战争世界》将是这家合资公司的第一个项目。

据了解，新成立后的合资公司将专业从事游戏的服务贸易拓展，涉及金融服务、商贸服务、专业服务、文化服务、社会服务等多个领域。双方表示将抢占先机，利用自贸区机遇，深入推进全球化战略，促进网游商业模式转型升级。盛大游戏CEO张向东认为，自贸区是我国政府推动经济转型的重要一步，也是中国进一步对外开放，融入经济全球化的一个重要载体，这将给包括网游产业在内的互联网文化产

业带来很多新的视野和发展机会。

值得注意的是，由于上海自贸区才刚刚起步，尚未开放网络游戏运营等服务，诸多细则也未公布，因此，中青宝此次携手盛大，首先将突破口设于游戏服务贸易业务。“合资公司不会涉及网络游戏运营等明令禁止的领域，而是会从事游戏的服务贸易、金融信贷、商贸服务等多个基础领域。”中青宝CEO李瑞杰表示，后续双方将在题材、研发、程序、美术等各方面进行整合，拓展网络游戏特别是移动游戏在全球的份额。张向东还表示，尽管自贸区暂未开放网络游戏运营，但中国网游产业已经是一条相当成熟的产业链，在这条产业链的上下游各个环节，有很多事情可以做，大有可为。

淘米投资开发手游业务

本报讯 11月11日，国内知名儿童娱乐公司上海淘米宣布投资成立一家新公司，该公司将专注主流手游市场。

此次，淘米剥离原移动游戏事业部班底，独立组建新手游公司，负责移动游戏产品的研发、运营、发行工作。据了解，手游业务新公司邀请陈闯加盟担任CEO，全面负责日常业务。伴随新公司的成立，淘米将全面整合现有的移动端游戏业务，启用全新手游业务品牌——手游游戏。

淘米研发的ARPG大作《疾风勇者传》也将作为新公司首款手游重点推

“双十一”北京欢乐谷网上送福利

本报讯 刚刚过去的“双十一光棍节”，北京欢乐谷通过网上官方微博举办的“光棍11·11”随手拍”活动，为广大家单身青年送福利。不少北京欢乐谷的“粉丝”通过拍下类似“1111”的场景照片，并配以简短的微博文字发送到相应的微博网站，赢得了北京欢乐谷单次门票以及年卡等多重好礼。

如今提到“光棍节”一词，已没了讽刺的意味，更多的人开始融入这一因网络购物而兴起的新节日。为了满足京城众

出。据介绍，这是一款日式动漫风格的联网多人动作RPG，典型日漫人物设定配合架空的剧情，将经典动作RPG游戏重现手机网络时代。游戏采用虚拟摇杆控制，人物可全地图八向自由移动，突破了传统动作游戏的横版局限，游戏还独创了高速移动中同步发招形式，以及绚丽的技能特效，是一部新派动作手游力作。

据悉，陈闯加盟后的淘米公司将开展一系列的拆分整合工作，预计年底前完成。(白炜)

多单身朋友的欢乐心愿，今年，北京欢乐谷还特别在11月11日这天为单身男女青年们打造了一场别出心裁的“欢乐运动会”，当天吸引了众多观众的积极参与。

据悉，2013年11月16日至2014年3月15日，北京欢乐谷将实施冬季运营，开园时间调整为10:00至17:30，冬季运营期间的票价也调整为160元/人。春节期间，北京欢乐谷还将推出更多优惠活动，让广大京城市民可以畅玩欢乐谷，感受冬日温暖。(木岩)

中韩七企业组电竞战略联盟

欲共同做大中国电竞赛“蛋糕”

本报记者 周志军 文/图

电子竞技并不是一个新鲜的事物，如今越来越多的人开始看好电竞产业这块“大蛋糕”，并积极投入其中。

11月11日，“为中国电子竞技梦想护航——七大跨领域产业战略联盟”新闻发布会在上海举行，由上海七煌信息科技联合中国数码文化、华奥星空、中国联通、凤凰新媒体、小马奔腾影业以及韩国CJ集团旗下的OGN电视台，共7家跨领域产业的代表企业组成的电子竞技战略联盟正式成立。成立仪式上，联盟各企业代表表示，按照目前的发展趋势，中国电子竞技产业在未来10年内会逐步成型。对此，联盟各企业成员将共同致力于切实改善目前国内电竞产业生存与发展环境，在电子竞技赛事举办、赛事直播、影视剧制作、体育娱乐等领域深入合作，逐步提升其产业社会认可度和影响力，推动电竞产业稳步发展。

看好电竞这块“蛋糕”

近10年来，我国参与电子竞技的人数和竞技水平逐年提高。据有关统计数据，目前中国电竞玩家人数已达4亿，电竞赛事正逐渐成为年轻人关注的主流，许多有潜力的爱好者怀揣着电竞职业梦，希望能有机会站上世界级电竞赛事的舞台为国争光。同时，各类国家级和世界性的大型电子竞技赛事也先后在中国举办，电竞参赛选手不断涌现，各类电竞赛事日渐丰富。

就在此次七大跨领域产业电竞战略联盟成立的前一天，11月10日，为期5个月的2013NEST全国电子竞技大赛在上海刚刚落下帷幕，中国电竞界的顶尖选手联袂奉献了一场场巅峰对决。据了解，今年的NEST全国电子竞技大赛包括“英雄联盟”“DOTA2”“星际争霸2”“魔兽争霸3”“FIFA2013”5个

项目，比赛共吸引了4000名职业、业余电竞玩家参与。最终，高达74万元的总奖金各归其主。

“经过10余年的发展，我国电子竞技水平与韩国、美国相比已不相上下。中国选手在国际赛事中屡夺桂冠。”有关业内人士表示，中国电子竞技运动的受众群体广泛，市场发展空间巨大。而此次电竞联盟的成立，则意味着今天中国电子竞技产业的价值和发展前景已经越来越多的获得了其他各个不同产业伙伴的认同和支持，甚至打破国际赛事上的竞争关系，达成跨国合作。

联盟成立的当天，CJ集团代表金继洪也专程从韩国赶来参加了启动仪式，他表示，中国电子竞技市场正在快速增长，希望这次合作能达成中韩在电竞领域合作新的里程碑，促进中韩电竞产业合作经验的交流。

正面“包装”还需跟进

的确，电子竞技赛事如今已经拥有了颇具规模的受众群体，这在2013NEST全国电子竞技大赛决赛的首日比赛现场亦可见一斑。在首场“英雄联盟”战队OMG对阵IG的比赛时，现场2000多个观众位置座无虚席，到场的观众大多都有自己喜欢的战队或选手，并为他们的每一次精彩表现而欢呼。而在外场同时进行的比赛则显得更为激烈刺激，几乎每一位电竞选手身后都站着诸多熟悉他们的玩家“粉丝”，现场不时传来热烈的欢呼。

然而，由于缺乏成熟的盈利模式，在拥有众多受众的情况下，我国电竞产业目前在商业效益方面的收益表现并不理想，多数电竞俱乐部仅靠投资人凭爱好投钱维持经营，大多数电竞职业选手收入不稳定，“圈内热，圈外

冷”的现象明显。

“电竞赛在文化娱乐领域的商业价值不容小觑。事实上，在韩国以及其他一些国家，我们发现，电竞行业所辐射出来的包括电竞选手本身的价值、赛事直播、周边商品贩售、广告赞助以及游戏销售等部分的价值都已经非常可观了。”作为已经在音乐、影视、体育等行业有着多年成功造星经验和资源的企业，中国数码文化总裁许东棋认为，中国电竞业目前之所以存在“圈内热，圈外冷”的现象，除了存在社会认可度还需要继续提升的问题之外，有效的商业化包装也亟须跟进。“所谓包装，其实就是通过某些精心的市场呈现，让更多受众感受到电竞行业正面的东西。我们要像栽培影视歌明星艺人一样来栽培电竞明星选手，对优秀的电竞战队和选手进行多元化有效的呈现，让圈外人透过我们

的包装，更正面地看待电竞行业和电竞从业者。”他说。

据许东棋介绍，中国数码文化明年将联手小马奔腾影业筹划以电子竞技为题材的大型电影，目前一些相关的筹备工作已经启动。而从今年年底开始，一些电竞题材的微电影就会陆续推出。上海七煌信息科技董事长孙博文表示，七煌也将联合中国数码文化一起打造属于中国自己的电竞明星，积极参与电竞题材影视剧筹拍工作等。

“只有产业链各方的力量结合起来，共同朝着同一目标迈进，形成成熟的商业运作模式，才能让电子竞技真正形成产业并蓬勃地发展起来。可以预见，此次中韩七家企业的跨界整合将为国内电子竞技产业的发展注入新的动力，有助于国内电竞赛事未来的发展更趋于有组织化、规模化和规范化。”许东棋说。



中韩七企业电竞战略联盟成立仪式现场