

2013年游戏业：

多端开花 百家争鸣

张书乐

中国网络游戏行业经历了10余年的发展,从最初的客户端网游一家独大,随着游戏平台的变迁和终端设备的用户迁移,不同终端对应不同游戏类型,不同游戏类型越来越趋向于多元化,不同游戏类型又对应着不同的用户群体。可以说,2013年,网络游戏行业正进入多端开花、企业百家争鸣的局面。

从资本市场情况来看,由于A股市场在IPO政策上的限制,以及美股市场普遍对于游戏企业估值偏低,多家游戏企业集中于去年下半年在港股上市融资。与此同时,由于游戏概念股的火热,A股市场出现了疯狂一时的游戏并购风潮。

从游戏终端角度来看,多端竞争已经成为行业的主旋律。客户端游戏凭借成熟的商业模式和稳定的用户群体,保持较为平缓的增长,网页游戏依靠联运模式,依然在2013年保持快速增长;最为抢眼的是,移动游戏在智能移动人口红利的带动下,在2013年进入了爆发期。

移动游戏开始整体“趋重”

据中国版协游戏工委、CNG中新游戏研究联合发布的《2013Q3中国移动游戏产业报告》显示,在苹果移动应用商店中国区畅销榜TOP100中,移动游戏“重度化”发展时期已经开始。以角色扮演类、即时战略类、动作类为代表的更为复杂化的“重度化”移动游戏数量比例明显上升,分别达到30.4%、15.5%、13.8%。

“在很大程度上,手机游戏的发展并没有如年前预计的那样走向轻游戏,这主要是和手机游戏广泛存在的盗版问题以及竞争加剧有关。”业内人士分析称:“智能手机性能的提升,3G、4G网络的普及和推广,也为手机游戏向重度化发展提供了空间。”对此,艾瑞咨询亦分析称,2013年手机游戏中市场,大部分用户集中于休闲类轻度游戏,高流水

产品以卡牌类中度游戏为主,而用户付费则以重度手游为主,2014年移动游戏将出现重度游戏的高速发展。

“对于手机游戏厂商来说,腾讯依托移动QQ和微信等社交平台打造了《天天爱消除》、《天天连萌》、《天天酷跑》、《节奏大师》等数个过亿用户的轻游戏后,其实轻游戏的路已经很窄了。”业内人士指出:“没有社交网络资源的手机游戏厂商想要生存下去,就必须从简单游戏变成复杂游戏,长时间黏住用户。”

与此同时,一直被视作是轻游戏典范的网页游戏,也开始向“重”游戏方向发展。为了摆脱同质化的瓶颈,网页游戏一方面拓展自己的游戏品类,另一方面,网页游戏也在性能上逐步缩短和客户端游戏的距离,如近期火爆的《傲剑2》,其人物动作、场景画面制作已经十分接近客户端网游,而又保持“打开网页即可游戏”的轻游戏特性,从而获得玩家青睐。

正是在这种追赶的压力下,占游戏产业52.8%产值份额的客户端网游尽管今年的新增游戏数量较往年有所减少,只有250余款,但其在精品化、重度化上已经走得更深入。

有版权、有内容的游戏趋多

客户端游戏、网页游戏和手机游戏集体向重度化靠拢也导致了另一个结果——游戏厂商对内容的需求变得越发强烈。

2013年11月29日,文化部表示,为贯彻落实文化部8月出台的《网络文化经营单位内容自审管理办法》,对于网络游戏,采取审查备案制度不变,但优化流程设计的措施。其中对于国产网络游戏,文化部不再进行实质性内容审查。同时为了简化报审报流程,文化部文化市场司还将于2014年初启动“文化市场技术监管与服务平台”的试运行工作,届时网络游戏报审报工作将全面实现无纸化简易流程,预计受理时间

将缩短一半。

国产网游不再进行实质性内容审查,无疑刺激了游戏厂商创造更丰富游戏内容的激情。“审批时间变短,不再进行实质性内容审查,最大的受益者是国内游戏厂商,这将让企业更灵活把握市场变化,大大降低中间成本。”业内人士认为:“特别是当下,游戏重度化趋势加剧,必须有强大的内容承载进行支撑。”

提升内容承载,最直接有效的手段是同游戏玩家喜闻乐见的文学、动漫产品进行版权合作。完美世界推出的《圣斗士星矢OL》即依靠国内“80后”玩家对《圣斗士星矢》的儿时情结,快速晋升客户端网游一线阵营;而搜狐畅游的《新天龙八部》则在众多武侠改编游戏中杀出,营造出了全新的“浪漫武侠”风情。在页游和手游领域,这样的版权合作也开始初见成效,如年初走红的手游《我叫MT》,继承了同名动漫的相关内容,并通过向经典游戏《魔兽世界》致敬而备受玩家好评。腾讯游戏在2013年1月,宣布获得《火影忍者》、《航海王》、《龙珠》、《阿拉蕾》等11部经典漫画的电子版发行权,并已推出页游《火影忍者OL》。

“这些游戏并不是简单地改编经典,在游戏里,还能看到许多经典里没有的内容,而且这些新的剧情和更加绚丽的动作、画面,都是和版权方进行了有效沟通,甚至是原作者直接授意的结果。”业内人士指称:“国内游戏已经开始逐步告别过去那种漠视版权的拿来主义,并开始依靠知识产权,对自己目标游戏领域里的侵权游戏进行打击。”

顺着这条道路,国内游戏厂商势必进入创造更加有内容的游戏产品的新领域,这对于规避“山寨”风险和深层次吸引玩家意义极大。而这也正是一直以来网游主管部门倡导企业开发原创网游产品所需要的根本。

占据客厅,游戏业开始新征程

随着2013年8月22日国务院正式

批准设立上海自由贸易试验区,国内游戏市场也开始发生变化,其中最为业界关注的无疑是国内游戏厂商将直面任天堂、索尼和微软等国外公司研发的家用游戏机的挑战。为此,部分国内游戏公司已经开始了行动,并增设了新的电玩部门,开始尝试为家用游戏机设计产品。据悉,完美世界的首款家用机网游《射雕ZERO》已在筹备当中。

而更多的游戏公司则继续将注意力投放在现有的客户端游戏、网页游戏和手机游戏上,并以更为复杂化、内容化的新游戏对抗游戏机市场。“和游戏机打擂台只是一个方面,目前国内游戏市场布局已很成熟,不至于游戏机一来就丢盔弃甲。”业内人士称:“国内游戏公司更主要的目的是进军新的屏幕——电视。”

可以说,2013年各游戏企业延续了已经开始多年的多屏战略。2013年,腾讯、盛大、搜狐畅游、完美时空、金山、巨人等传统客户端游戏公司在网页游戏和手机游戏这两大新兴游戏领域获得了极好的战绩,如《传奇》、《星辰变》、《梦幻诛仙》等老牌游戏更是靠手机版本来吸引用户。同时,《我叫MT》这类手机游戏亦开始谋划推出电脑版。随着在重度化上达成共识,端游、页游和手游之间的界限势必变得愈来愈模糊,一款游戏在多种屏幕上运行,或将成为大势。

而智能电视的日渐流行,则让电视作为新的一屏开始被游戏公司所看重。一些热门手机游戏已经开始通过安卓系统进入到了智能电视之中。更大的屏幕,更高效的硬件环境也使得智能电视可以承载更多更高质量的重度化游戏。“不能将电视这个客厅最大的存在物拱手相让,谁占据了客厅,谁就拥有游戏行业的话语权。”某游戏研发人员认为,“2013年是智能电视推广年,也是智能电视游戏的储备年,2014年将会是智能电视游戏占领客厅的一年。”



移动游戏在智能移动人口红利的带动下,在2013年进入了爆发期。图为玩家在2013腾讯游戏嘉年华体验最新款的移动游戏。 本报记者 周志军 摄



2013年各游戏企业延续了已经开始多年的多屏战略,2014年或将会是智能电视游戏占领客厅的一年。 本报记者 周志军 摄

移动社交,2013年的繁花确实热闹

解 语

刚刚过去的2013年,社交无疑在移动互联网世界上演了一场大腕云集、场面火爆的“年度大戏”。腾讯微信发展速度惊人:用户数从0到1亿,历经14个月;从1亿到2亿,用了半年;从2亿到3亿,只花了大约4个月;截至2013年10月,微信全球用户数已经超过6亿。迅猛的增长势头以及用户数的渗透率还会越来越高,更重要的是,它的意义不仅止于人与人之间的社交需求,在此基础上实现的电子支付、电子商务等,才是更大、更诱人的蛋糕。于是,各方力量都盯紧了移动社交这个入口。

去年10月,阿里巴巴董事长马云在微信朋友圈里发帖称:“我和微信的缘分分了,3天后有事‘来往’找我。”从此一心一意扶持阿里自己的“孩子”——

“来往”,与微信展开正面竞争。而就在“来往”诞生前不久,中国电信联合网易发布了新一代移动即时通信社交产品“易信”,凭借跨网免费短信、免费电话留言等差异化特色,强势加入移动社交大战。再加上盛大的“youni”、酷6新推的“短酷”,以及一直坚持着的米聊、陌陌,2013年的移动社交领域可谓热闹非凡。

移动社交究竟有着怎样的魅力?网易CEO丁磊说,目前国内移动即时通信市场发展程度还不够,远没有饱和,竞争不充分,用户和市场都需要更多的选择,新一代年轻群体更需要新潮与个性化的沟通方式,这是易信的机会,易信“誓不放弃”。马云则坦言,“来往”挑战微信,虽然是“蚂蚁拱大象”,但也是一场“必打之仗”。“来往”正式推出之后,便定位于熟人社交,马云亲自上阵,亮出了内部强推、名人效应等招数,上线后一个月即发展了1000万用户。而兼具电信运营商和互联网公司背景的易信,也通过跨网免费短信和免费电话留言的特色功能以及注册送流量的营销手段吸引客户,截至去年10月底,用户数已突破3000万。

除了“来往”和“易信”这两个最具实力的挑战者之外,其他参与者也是不遗余力。2013年9月,视频网站酷6网推出移动社交新应用“短酷”,主打以多张照片聚合成短视频的微视频移动社交特色。11月,陌陌科技CEO唐岩在其微博上宣布,陌陌注册用户数已突破8000万,而且已经“扭亏为盈”了。总之,微信当然有资本笑傲江湖,但对后来者来说仍然有机会,移动社交这场大戏正在上演,越往后,越好看。

当然,不想沦为目睹别人“说闹”的多余看客,就必须寻找差异化的竞争优势,打造属于自己的独特价值。其实,移动社交本就不是一个可以标准化的产品。有人喜欢沉淀的强关系,有人喜欢创建新的社交关系,没有一款产品能够适合所有人。因此,只有找准自己的差异特色,并根据目标客户的需求及时调整,持续改善产品的使用体验,方能在这场“大戏”中担当重要角色,而不是成为一个看客。以“来往”为例,它着重强调安全性和私密性,让用户能够在安全、私密的前提下,建立自己的社交圈。比如敲门功能,用户可以向陌生人

设置3个问题,只有答对两个或以上问题的陌生人才能够加好友;比如“阅后即焚”功能,点击按住说话,发送成功后,只要对方阅读了,这段语音就会消失;“扎堆”功能则利用淘宝现有的数亿用户,吸引他们到“来往”平台上展开话题讨论。这些差异化的特色能否提高“来往”的渗透率还不说好说,但这个方向无疑是正确的。对于“易信”而言,独特的电信运营商背景,为其打造差异化特点提供了得天独厚的条件。事实上,跨网免费短信、免费电话留言功能,正是目前“易信”最大的卖点所在。然而,来自用户的反馈却普遍是“并不好用”。既然手握“杀手锏”,为何不下功夫把体验做得更好?与此同时,正如丁磊所言,满足共同兴趣爱好下的“强社交需求”,岂不是距离成功更近了一步?

展望2014年,在移动互联网社交领域,打败微信的不可能是另一个微信,而是一个全新的甚至是颠覆性的东西。当然,市场需要的也未必是打败,而是千姿百态,玩的人多了,玩的方式多了,这个市场才会更有活力,每个参与的企业也才更有生命力。

首都版权产业联盟发起打击盗版“清源行动”

本报讯 (记者白炜)2013年12月31日,首都版权产业联盟在北京宣布,从2014年开始针对网络侵权行为实施“清源行动”,呼吁国内互联网顶尖的广告联盟断开对盗版网站的广告支持,从收入源头打击盗版网站。百度联盟、搜狗联盟等国内互联网广告联盟,率先响应“清源行动”的号召。

近些年来,网络上长期活跃着数以万计涉嫌侵权盗版的中小网站,其中比较典型的是一些视频网站。这些网站虽然规模很小,但数量众多,隐蔽性强,流动性大,监管难度较高。虽经多次清理,但收效不大。它们擅自传播的作品几乎囊括了目前所有的影视作品。在网络搜索引擎的作用下,这些网站的作用被无限放大,因而成为网络侵权盗版的重灾区,不仅严重地侵害了权利人的合法权益,也对正常的网络版权秩序形成严重的冲击和破坏。

为了破解众多中小网站群体性参与侵权盗版活动这个难题,近年来,国家版权局和北京市版权局为此进行了大量、深入的调研后发现,这些经常参与侵权盗版的网站有两个明显的特征:一是这些网站中至少有一半以上是未经ICP登记或视听许可的网站。对此,北京市版权局曾尝试建立快速反应机制,予以迅速清理并取得了一些成绩。二是这些中小侵权盗版网站大都隶属于某个网络广告联盟。它们通过在网站上提供侵权盗版文学、音乐、影视作品等获取网络流量,再借助流量从广告联盟取得一定的收入。然而,广告联盟均是利益结合体,它们只关心网站流量的大小,根本不会干涉联盟成员的实际经营活动。正是因为如此,侵权盗版网站才得以生存。“所以,要整治这些涉嫌侵权的中小网站,首先就要断绝其经济来源,由此便可以从源头上遏制涉嫌侵权网站的存在,从而起到规范网络作品传播秩序,正本清源的目的。”首都版权产业联盟秘书长韩志宇表示:“我们呼吁所有的网络广告推广联盟履行广告组织应尽的责任,积极参与网络广告清源行动,加强内部自律管理,制止参与侵权活动的网站获得广告收入。”

国家版权局相关负责人表示,“清源行动”为版权保护提供了很好的思路和具体的解决办法,在不断探索和实践的过程中,要将“清源行动”推广至整个互联网行业,以推动网络正版内容的传播和分享,完善版权创新及版权交流新秩序。

上视携手盛大开展网络文学写作教育

本报讯 近日,上海视觉艺术学院和盛大文学联合创办的“国内首个网络文学本科专业”正式成立。上海视觉艺术学院校长龚学平及盛大集团总裁、盛大文学董事长兼CEO邱文友共同完成了专业成立的启动仪式,并为中国作家协会副主席、上海市作家协会主席、复旦大学教授王安忆,中国作协副主席、上海市作家协会副主席叶辛,以及起点中文网白金作家唐家三少等颁发了兼职教授聘书。

据悉,网络文学专业成立后,学校将整合双方的优质资源组建师资队伍,着力培养优秀的网络文学作家。课程设置除了高等院校必修的基础课程外,还融合了国内外实用、前瞻性的课程。课程教材将由业内专家及网络文学知名作家等共同编撰。

据介绍,新成立的网络文学专业将于2月进行生源面试,并根据6月全国统一高考分数,进行首批网络文学本科专业学生的录取工作。条件成熟时,将开办面向社会和未来的网络文学院,双方将探讨并实施举办网络作家高级研修班,筹拍由优秀网络文学作品改编的微电影、电视剧等项目。

(于帆)

春运抢票需谨防“山寨”购票网站

本报讯 随着今年假日的确定和春运大潮的来临,目前,不少人已经开始通过网络订购春节期间的票务,但与此同时,一些无资质代理、“山寨”网站、钓鱼网站和假冒网站诈骗消费者购票款的事件也频频发生。

据了解,目前,网络购票的诈骗方式有冒充火车站内部工作人员,以“票到付款”“代理费低”等为诱饵,在网上发布代购火车票的信息,借机诈骗;有仿冒客服电话,开始让消费者在网络上操作屡出故障,然后提示拨打标红的假客服热线,由话务员一步步诱骗令消费者将费用汇入其私人账户;或是把铁道部购票官方网站域名12306中的“1”改成“i”等手段诱使消费者因看错网站名称而上当。不仅如此,更让消费者防不胜防的还有“山寨”网站,克隆知名票务经营商官方或代理网站网址,实质是“钓鱼”或“挂马”的非法黑客网页,让购票者电脑中毒,盗取购票者个人重要信息。

对此,网络安全专家建议,消费者选择在网上购票时,应选择铁道部或航空公司的官方或有票务代理资质的网站,尽量不要贪图便宜,去找那些无资质的网络代理。有代理票务资质的航空购票网站,必须具有中国航空运输协会颁发的认证资格证书,消费者可以登录航协官网地址进行查询验证。同时,专家指出,针对“山寨”购票软件泛滥的市场乱象,用户应学会自行甄别“山寨”软件,选择安全、正规的渠道下载正版官方应用可以有效规避安全风险。另外,消费者网上购票,要认真核对网站的地址准确无误,不要随意点击网站和网站的链接,更不要直接点击对方发来的付款链接。

(周志军)

▼ 作为国家“核高基”项目新华社金融信息平台的重要载体、上海国际金融中心建设的重大基础工程,中国金融信息中心1月1日在上海浦东陆家嘴正式启用,璀璨的蓝宝石造型与东方明珠塔交相辉映,成为陆家嘴金融城一处新景。

中国金融信息中心是新华社与上海市政府签订的全面战略合作备忘录的重要内容之一。大厦建筑面积近7万平方米,于2009年5月奠基,2012年7月底完成结构封顶。作为新华08上海总部的营运场所,中国金融信息中心将集金融资讯采集、发布、数据挖掘、价格研究、指数产品研发等多重功能于一身,实时滚动向全球发布金融信息和数据。

新华社记者 刘颖 摄

