

深度解读

游戏机产销在上海自贸区解禁——

谁将获得市场开放红利

子 夜

“感谢自贸区新政,终于有望买到行货游戏机了。”“福利来了。”“原来之前玩的游戏机都是非法的!”

1月6日,上海自贸区设立满百日当天,一项业界期待已久的解禁令的降临,令股市、游戏机厂商、媒体和玩家应声沸腾——自贸区内将允许外资企业从事游戏游艺设备的生产和销售,通过文化主管部门内容审查的游戏游艺设备可面向国内市场销售。

这意味着一道长达13年的禁令的解除,也意味着一个潜在用户达4000万、规模近千亿元的市场的开启。中国游戏市场在自贸区的开放,对于外国家用游戏机厂商和本土厂家来说,有着怎样的意义?对普通的中国家庭来说,又有何具体的影响?

关键词一:44号通知

2000年6月,国务院办公厅转发7部门《关于开展电子游戏经营场所专项治理意见的通知》即“44号通知”,开始了针对国内游戏机市场的治理:面向国内的电子游戏设备及其零、附件生产、销售即行停止,任何企业、个人不得再从事

面向国内的电子游戏设备及其零、附件的生产、销售活动。

当年这纸禁令的出台,有着多种因素的考量。首先,像游戏机这样的文化产品,与一般商品不同,其内容可能附带价值传播的问题。其次,游戏主要面对的群体是青少年,而青少年沉迷游戏的新闻屡见报端,家长和社会均存有担忧。

这则通知正式关闭了中国游戏机市场的大门。十几年间,有关解禁的风闻多次传出,但一直未能取得实质性进展。那些在如今可能被归入“谣言”之列的传闻,却每每引发业界上市公司股票上涨。

上海自贸区的设立带来了希望。类似“解禁”的描述在文化部于2013年9月27日发布的有关通知中就曾出现。1月6日发布的决定给出了进一步明确的说法。

关键词二:自贸区

业内专家提示称,此次解禁有一个大前提:在上海自贸区范围内。

话分两面,外资游戏机厂商们确实获得了准入许可,但并不能利用现成的规模效益优势,简单地将目前的产品推

向中国国内市场。

中国厂商是否也被完全排除在外?就目前的情况看,如果中国厂商想要进入市场,可行的办法之一是寻找合资伙伴。多数本土厂商因而处于观望状态。

大前提之外还有一个条件:通过文化主管部门内容审查——针对青少年的防沉迷等问题仍需解决,机器进来了,内容也得过关。就主要外国游戏厂商的产品来看,主打益智的任天堂的游戏相对容易过关,微软和索尼则并不乐观。如《侠盗飞车》系列、《战地》系列、《生化危机》系列等含有大量血腥、暴力元素的游戏产品,可能较难满足条件。

中投顾问文化行业研究员蔡灵认为,面对外资进入,依然需要保持谨慎,上海自贸区先开放一部分影响范围较小的文化领域,然后逐渐开放其他领域,目的之一是防止对国内文化企业产生较大冲击。

关键词三:千亿市场

那么,这个被厂商虎视眈眈的游戏机市场究竟有多大?一位业内人士称,如果按照三口之家估算的话,4亿家庭中的10%如果购买游戏机产品,就足以

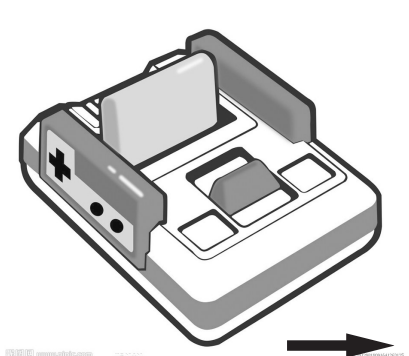
缔造一个近千亿的庞大市场。谁将抢得头彩,已成为业界关注的焦点。

媒体将聚光灯主要打向了“三巨头”:微软、索尼、任天堂。不难发现,过去几年间,“三巨头”都曾呼吁中国开放游戏机市场。

解禁消息的发布,使任天堂公司1月8日的股价猛增10%以上,达到约915元,创下52周以来最高纪录,几乎是去年2月份最低值的两倍。不过,根据外媒消息,针对本次解除游戏机禁令,任天堂的回应相当低调:暂无进入中国电玩游戏市场的计划。

目前同样尚无动作的索尼,股价应声上涨了1.39%。2012年,该公司已在广东设立了在中国的首家分公司。当时,该公司主要开展动漫业务,也将电子游戏商务纳入了视野之内。

走出第一步的是微软。前不久,微软闻风而动,与国内游戏厂商百视通共同出资7900万美元组建了合资公司,目的正是推出使用Xbox技术的家用游戏终端。值得注意的是,该合资企业是上海自贸区第一批正式注册企业。因此,百视通也被外界认为是游戏机禁令解除的最大本土受益者。



上世纪80年代
随着改革开放的深入,外国游戏机及其山寨版逐渐进入中国家庭。



上世纪90年代 国产游戏机崛起
拥有一台小霸王学习机,成为很多孩子的童年梦想——打着学习电脑的幌子玩游戏。



2000年 禁令
电子游戏被扣上“电子海洛因”的帽子,旋即遭禁。



2000年至2013年 “水货”当道
13年间,随着“水货”游戏机市场一起壮大的还有各种游戏平台。游戏甚至获得了“第九艺术”的美誉。

读 词

韩国文化乐享卡——如何补贴低收入人群

杰 夕

有青少年,则可申请5万韩元的额外补贴,每个家庭最多可以申请5个青少年补贴名额。

文化乐享卡的申领程序非常简单,可以直接通过网络申请办理。没有上网条件者,也可以在居住地附近的居民中心申请领取。

支持内容:文化乐享卡支持的文化消费内容非常多样化,包括电影、戏剧、音乐剧、音乐会等各类舞台演出,展览展示会,音像制品以及图书等多种内容。

在全国范围内加盟文化乐享卡项目的演出、电影观看场所和音像制品、书店等文化机构,持卡人可以使用该卡直接进行结算。在网上使用时,也可在加盟的网上商店直接进行结算。

此外,卡片中存入的资金在到期未使用的情况下无法兑换现金或作他用的规定,保证了乐享卡真正被申领者用于文化消费。

立法背景:特别值得关注的是,文化乐享卡制度是建立在一系列文化立法基础上的。

2013年末,韩国政府出台了一系列文化法案,这些法案的共同特点之一便是强调保障国民的文化权利。《文化基本法》首次对国民文化权进行了明确规定,通过保障国民自由参与文化艺术创作、参与文化艺术活动的权利,为形成“以需求者为中心的文化政策”提供了法律依据和基础。《地方文化振兴法》、《激活文化艺术援助法》、《大众文化艺术产业发展法》3项法案则从不同角度诠释了韩国政府的决心。

前身:文化乐享卡是在之前推行的“文化利用券(又称文化代金券)”“体育利用券”“旅游利用券”的基础上形成的。新的“文化乐享卡”将三者合并,形成“一卡通”发放给民众。自2010年推行以来,文化利用券制度在韩国国内取得了巨大成功。据统计,截止到2013年底,文化利用券的申领人数超过160万人,利用率超过90%,为“文化乐享卡”打下了良好基础。

自韩国总统朴槿惠宣布“文化隆盛”为其政府三大执政纲领之一,韩国文化主管部门推出了一系列新政。无论是其法律法案的制定,还是文化惠民政策的出台,无不突出对文化“疏外”阶层的关注。

文化“疏外”阶层一词在韩国专指由于经济、社会、自然等原因无法或很难参与文化生活的人群。这一人群主要是基本生活保障金领取者和低收入阶层。在韩国政府针对文化“疏外”阶层推出的各种措施中,发放“文化乐享卡”被外界认为是普及面最广、效率最高的方式。

文化乐享卡将于2014年2月开始向文化“疏外”阶层发放。

发放方式:文化乐享卡以家庭为单位发放,每个家庭每年可获得10万韩元(约合人民币570元)补贴,如果家庭中



文化乐享卡将此前文化、旅游等方面的利用券进行了整合。

观“7D影院”:噱头大于内容

禾 泽

反究究竟如何?

经营者:观影模式超酷 是商机

2013年上海国际科学与艺术展上的3部7D电影长度从7至12分钟不等,均为卡通电影。这些影片成为该展的热门项目,数千人排队等待观影。因场次限制,最后只有约500人观看到影片。

7D影院的经营者大多认为,新鲜、刺激的7D影院很可能受到年轻人的追捧。美国旧金山一家7D影院的经营者说,7D效果让观众感到自己就是电影的一部分,这是一种超酷的观影模式。他非常看好7D影院的市场前景。

观众:像在打游戏 价格偏高

澳大利亚昆士兰州一家7D影院

海外政策解析

富布莱特学者项目、留学、文化中心——

美国亚太“再平衡”的三个软实力注脚

孙成昊

项目作为外交政策的一部分,而在教育交流领域,富布莱特学者项目于1946年就已经成立。

富布莱特项目是美国对外教育交流的典范,其宗旨是让学者体验在美国的学习生活,进而推广美国的价值观。值得注意的是,来自亚太地区的学者的数量以及在项目总人数中的比重均呈上升趋势。此外,美国主导的类似国际教育项目还有海外教师培训、组织其他国家的教师赴美国交流等形式。

美国国务院的官员将这一类交流活动看作有效的“打基础”工具,可以借此将美国的观点灌输给全球的年轻人。

留学:加大吸收亚洲生源力度

美国依旧是全球最具吸引力的留学目的国。目前,美国已经认识到吸引亚洲留学生对其经济和外交的重要性。美国的政策制定者可能会将加强教育吸引力纳入美国亚太“再平衡”战略的一部分,从战略高度重视教育在其竞争力中发挥的作用。

的27位观影评论者中,有18位观众觉得很棒,7位感觉一般,2位觉得乏味。给予好评的观众认为,7D影院带来很多新鲜有趣的尝试,观影过程中充满欢笑,很值得带着孩子一起看。

也有观众认为,7D影院的噱头大于内容,令人失望。澳大利亚昆士兰州一位给予差评的观众认为,完全没有想象中那样令人兴奋,与在游戏厅打游戏没有太大区别。

还有人认为,观影价格偏高,长度为8分钟的电影收费达15美元,超出了普通消费者的承受范围。

专家:噱头营销大于内容

有专家认为,市面上的7D影院更多是一种营销手段,4D、5D、6D、7D电影其

闻确实不如当年的禁令来得震撼。十几年间,那些主机的铁杆粉丝找到了“水货”,包括我在内的更多人则已经习惯了没有游戏机的日子。逐渐地,国人有了更多样的数字娱乐手段:电脑游戏、网络游戏以及手机、平板等移动终端游戏。因此,游戏市场这块大蛋糕,实际上已经被各路食客瓜分。虽然从严格意义上来讲,游戏机市场仍是一块完整的、且新鲜出炉的蛋糕,但撇开游戏的话,游戏机也就完全不具价值。

无论如何,解禁带来的信息量和引发的期待远远超出了游戏机领域。实际上,除了游戏机产销解禁之外,上海自贸区还给很多产业开了绿灯。今后,在上海自贸区,除了可以逛游戏机旗舰店,说不定还能进洋医院看病、请外国律师打官司。

外媒观察

英国《金融时报》网站:解除禁令的决定最初是在2013年宣布的,新政策将允许外商投资企业将其在上海自贸区工厂生产的产品在中国销售。这一解禁之举有望向微软、任天堂和索尼等企业打开一个从2000年封闭至今的市场。

报道认为,之前的禁令未能阻止个人电脑、互联网和手机游戏在

任天堂日本公关经理称:“这仅意味着刚开始了一步。”

根据2013年12月的中国游戏产业年会发布的数据,2013年中国视频游戏市场规模较2012年增长38%,达到831.7亿元人民币。

美国《商业周刊》:中国不太可能给外来游戏机制造商提供很大的发展机会。因为中国的游戏机

外媒读解禁

中国快速崛起,这一切催生了一个估计每年价值140亿美元的市场。

路透社网站:中国游戏机销售禁令于2000年实施,目的是为了禁止青少年沉迷游戏,但长期以来游戏机产品在中国市场还是可以通过非法渠道获得。

任天堂称,最新规定与2013年9月时的情况相比变化不大。中国政府当时称计划解除游戏机禁令。

市场已经很长时间未对外开放。

与任天堂、微软和索尼公司推出的昂贵游戏机相比,中国的游戏迷们已经找到了更简单、更便宜的替代品。游戏机禁令使中国公司能有机会开发免费的网络游戏,以扩大市场份额。如腾讯公司,由于它的免费游戏大受欢迎,现在已经成为世界上最有价值的网络公司之一。

(刘传 整理)

实都是一个模式:4D影院是将影院座椅进行了技术升级,增加了摇摆功能,5D是在4D的基础上加入了更多感官因素,6D增加了气味效果,7D增加了互动。

笔者还了解到,目前国内市面上的7D影院的主要设备就是座椅,6位座椅的价格在8万元左右,影片方面则是通过引进国外的一些短片,自行设计游戏与其配套。此外,有些影院原本就是4D、5D电影院,只是一家突然把名字改成“7D影院”,为了竞争,其他影院也都跟风改名。

3—6D是什么

3D:即人们熟悉的立体电影,需要佩戴特殊眼镜观看。

4D:本质是一种“环境互动3D电影”。影院配有活动座椅,根据电影情节起伏、摆动,营造出境感受。

5D:加入了更多情境特效,刺激观众的视觉、听觉、触觉等多个感官,在影院再现影片所涉及的环境细节。影片视角一般为第一人称。

6D:在5D的观影环境基础上增加了气味释放。

心体验最新科技产品,并且通过讨论、网聊、文化演出、比赛和展览等方式了解美国文化理念及其创造性和多样性。与此同时,中心还配有专门的教育顾问,可以咨询留学美国的相关事宜,巧妙地把文化和教育二者的吸引力结合,形成合力。

同时,美国进一步鼓励公共组织和私人举办文化交流活动,增加亚洲地区各国机构和民众与美国文化组织接触的机会,所有这些举措都会加强美国文化多样性和丰富性的吸引力。其中的典型例子就是“舞蹈外交”,如美国国务院和当地合作伙伴共同发起“舞蹈连线”活动。2013年,美国巴特里舞蹈团正是通过这个活动出访东南亚国家。同样是去年,来自西雅图的光谱舞团也在美国国务院和布鲁克林音乐学院的支持下前往南亚。美国舞者在活动中化身民间外交家,实现美国在当地改变形象、增强亲和力的目的。

美国的文化外交对象既针对精英,也针对大众,其目标也十分明确:第一,传播美国价值观;第二,迎合所在国家或地区的兴趣;第三,怀着交流和互相尊重的态度带去快乐、信息或经验;第四,打开美国外交人员和所在国之间的大门;第五,除官方形式外,体现另一种美国在东道国的存在形态;第六,培育长期关系,结成良好纽带。总之,美国软实力攻势在多个领域的铺开,将给世界提出新的课题。