

2017年我国游戏市场增速放缓,同时玩家对于产品质量要求提高,优质化成为产品发展方向。

全民手游时代的市场博弈



近日,一组以游戏为主题的广告现身地铁站。视觉中国

本报记者 翟冬冬

茶余饭后一局“农药”,排队等车玩《阴阳师》,朋友圈晒 MVP 次数……2017年,随着多款现象级手游的出现,移动游戏成为全民热议话题。日前,艾瑞、易观等多家分析机构发

腾讯网易双雄争霸

《中国游戏产业报告(2017年1月至6月)》(下称报告)显示,今年上半年中国游戏市场实际销售收入达997.8亿元,收入增量创下自2009年以来所有上半年收入增量的新高,同时我国游戏市场规模首次超越美国,跃居全球第一。

游戏产业越来越受到重视,成为文化产业不可或缺的一部分。中国音数协游戏工委咨询调研部主任郑南表示,游戏作为朝阳产业,激发了互联网行业的内容运作活力,同时移动端增值服务等其他类收入不断增加,构建了互联网产业健康的盈利生态。

报告显示,腾讯和网易发行或代理的移动游戏市场实际销售收入占中国移动游戏市场实际销售收入一半以上。有业内人士称,腾讯和网易共同撑起了中国游戏市场。

对此游戏邦负责人认为,“游戏是产品型行业”,谁的产品能迎合玩家,谁就能脱颖而出。

精品化开启游戏下半场

2017年我国游戏无论是PC端,还是移动端,游戏的用户规模均遭遇了发展瓶颈。陈小欢认为,中国游戏市场规模想要进一步提升需要在精细运营、产品创新、产业融合、国际化发展等方面寻找突破口。

布了2017年移动游戏市场分析报告。该报告显示,相比去年,2017年我国游戏市场增速放缓,同时玩家对于产品质量要求提高,优质化成为未来产品发展方向。

行业集中度不断上升,市场竞争日趋激烈,催生游戏市场的细分化。艾瑞咨询分析师陈小欢介绍,移动游戏成为网络游戏市场中最大的细分市场。硬件的升级促成了这个产业的重点转移,随着用户接入互联网的主要端口从PC端转向移动端,移动游戏市场份额超过端游,市场细分趋势明显。

腾讯和网易注重产品线的多样化与全面化,而其他公司更专注于细分市场。如完美世界专注于自研游戏,空中网专注代理硬核战争模拟、bilibili 专注代理二次元手游等。

针对目前的游戏市场趋势,郑南建议,更多的企业应该充分挖掘自己的优势资源,加强对精准用户营销,并最终为用户提供更多、更优质的功能体验。实现多渠道的融合,集中优质资源在企业日常经营中发挥更重要的作用,建立协同发展商业模式。

人口数量的作用在于释放价值,除了用户数量,还要注重用户转化率。游戏邦负责人表示,这就需要养成游戏消费习惯,将用户从一个体验型玩家变成一个消费型玩家。在人口基数相对稳定阶段,对玩家群体的消费属性进

行深度挖掘成为关键。

腾讯相关人员也认为,随着人口红利的消失,精品化成为必然趋势。

2017年三七互娱凭借强劲的表现,在A股上市游戏企业净利润排名中名列第一。陈小欢认为,三七互娱《永恒纪元》畅销的原因在于,以玩家为出发点,提升游戏品质。同时,游戏运行的流畅、画面精美、玩法有趣也是重要因素。除精品化研发外,精细化运营、经常性的线下沟通等也是这款游戏表现优异的原因。

泛娱乐化成新推手

今年网易《新倩女幽魂》手游凭借和电影《微微一笑很倾城》的联动,斩获大批用户。在电视剧播出期间,手游《新倩女幽魂》稳居App-Store免费总榜前五。月活2亿的《王者荣耀》也积极布局线下市场,推出以王者荣耀为主题的网络综艺,首次在KPL赛事环节引入快消品赞助商,并且推出全新的电竞明星造星体系。

随着众多互联网公司强势进入影视、动漫、游戏等泛娱乐产业,知识产权(IP)成文化产业热点。郑南认为,更多的知识产权(IP)资源撬动了版权经济,出版、影视、动漫、教育等多种业态出现融合趋势。

回顾近些年China joy的参展变化可以看出,从最初的进口端占比最大到今年的游戏、影视、文学和动漫共同参与,“泛娱乐化”已经成为游戏产业的一大趋势,游戏产业从线上走向线下。

郑南认为,当前游戏产业与其他文创领域互动增多,产业链加速整合,并通过联动方式,探索出一个围绕娱乐产业的新模式。但在目前,全产业链的主角依旧是互联网巨头,想要打

通产业链,仍要借助资本的力量进行资源整合。如果说泛娱乐化是游戏产业广度的延伸,那么电竞可以说是游戏产业深度的拓展。游戏邦负责人介绍,联机游戏的本质就是用户PK比照,以前通常是数值比照、排位比照,现在网络的发展使得临场比照成为现实。电竞就是典型的临场比照。

报告显示,移动电子竞技游戏市场实际销售收入达到176.5亿元,同比增长100.6%,占移动游戏市场实际销售收入的三分之一左右。郑南认为,移动电竞游戏表现强劲,成为整体电竞游戏市场增长的主要驱动力。

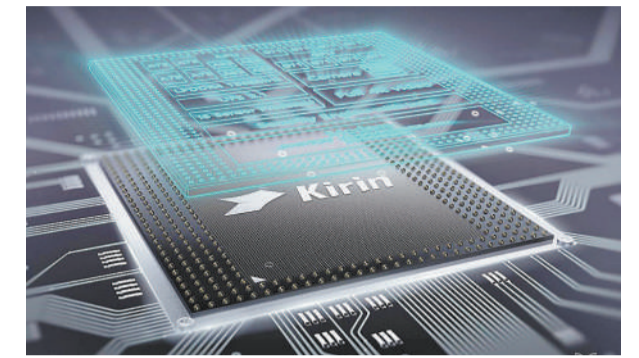
在一系列精品游戏的带动下,移动电竞逐步趋向成熟,开始涉足游戏赛事和直播领域,并向纵深发展,构建起相对完整的移动电子竞技产业链。郑南认为,我国电竞在人才、经验方面还存在一些欠缺,还需要更多产业支持和资本市场投入。

作为一个游戏玩家,郑南告诉科技日报记者,企业应该为玩家提供更有创新性、更优质的游戏产品,这是游戏玩家最迫切的需求。

IT 辣评

点评人:本报记者 王小龙

华为推出AI芯片 人工智能战火烧到硬件领域



柏林当地时间9月2日下午,华为在IFA 2017柏林消费电子展上发布了传闻已久的“人工智能芯片”——麒麟970。华为称其为“全球首款手机AI芯片”。麒麟970采用了台积电的10nm先进工艺,在约一平方厘米的面积内,集成了55亿个晶体管。内置8核CPU、12核GPU,采用了4.5G LTE技术,支持LTE Cat.18通信规格,最大速度可达1.2Gbps,支持语音识别、人脸识别、场景识别等多个人工智能场景的处理。如无意外,麒麟970将在10月16日发布的Mate 10手机上首发。

点评:苹果秋季发布会召开在即,各大手机厂商都在摩拳擦掌。华为很早之前就放出风声,说要搞人工智能芯片。在柏林消费电子展上,这款“传闻中的AI芯片”终于现身。先不论麒麟970的实际性能是否真如华为技术有限公司高级副总裁余承东所说“领先三星、苹果”,它至少表明了人工智能实力大有所成。根据市场分析公司Tractica的数据显示,2015年市场基于深度学习项目的硬件支出达到4.36亿美元,而到2024年这一数字会飙升到415亿美元。除了华为,高通、英特尔、微软、苹果、谷歌等巨头都相继加入,人工智能的“战火”已经烧到硬件领域,而基于AI底层的半导体布局也将进一步促进AI的发展。

支付宝在KFC试点“靠脸吃饭” 刷脸支付或成移动支付新战场



9月1日,支付宝宣布在杭州万象城的肯德基KPRO餐厅上线刷脸支付,不用手机,通过刷脸即可支付。这开启了刷脸支付的正式商用。当前,包括支付宝、京东、苏宁、招商银行等互联网公司和银行都在尝试刷脸支付,未来或许刷脸又会成为新时尚。

点评:移动互联网时代,支付手段越来越丰富。没带现金?没关系,可以刷卡。卡也没带?那就刷手机吧。没网络,没流量?甭担心,还可以刷二维码。什么?连手机也没带?那就直接刷脸吧。刷脸支付的落地为消费者提供了一种更为便捷的选择,现在你可以完全脱离设备的束缚,靠本身完成支付。也正是基于这样的原因,从互联网公司到银行,从零售领域到金融领域,都在试水刷脸支付。不过可以预见的是,在未来三年内,二维码支付仍是主流,刷脸支付则会成为一种有益的补充。同时,大众对隐私的担忧也是各大支付平台必须直面的问题。

第二个十年,云计算迈入托管服务时代

行业观察

本报记者 王小龙

“10年间,云计算已从概念成为实际的信息服。”原中国信息产业部部长吴基传日前在苏州举行的云计算大会上表示,云计算已无处不在,有需求的地方就有云计算服务商。未来10年,云计算还将由实际服务进入深度智能服务。

吴基传所言不虚。近年来,我国云计算产业规模保持着超过30%的年均增长率,围绕云计算产业发展、技术创新、应用推广、数据中心布局、安全保障等方面的政策环境基本形成。企业上云意识不断增强,越来越多的企业开始采用云计算方式部署应用。中国互联网络信息中心的一项数据显示,截至2016年年底,调研企业中应用云计算的比例达21.4%,比2015年提高50%,应用企业数量呈增长趋势。

上云易 整合难

不过,问题也随之而来。电子商务、移动办公等“互联网+”业务迫使企业纷纷革新传统IT架构,构建私有云,或者大量引入公有云。不少企业在“云”化之后,基础资源的利用效率有所提高,但与此同时,管理这些复杂的混合云,在云端快速、便捷的部署、配置及管理企业应用也成了IT运维的新难题。

“这反映出当前云托管市场还不够成熟。”神州数码集团高级副总裁、云业务负责人张赐安指出。

ner首次发布全球公共云托管服务提供商(MSP)魔力象限,亚洲地区仅一家公司上榜。相关市场预测,到2021年云托管服务市场将达到767亿美元,按中国市场3%份额估算也将达到150亿元。“越来越多的企业需要进行数字化转型,希望有专门的服务提供商来帮助他们实现云转型,提供从咨询到迁移、从部署到监控的以及运维支持的全周期服务。”

“对普通公司而言,要实现相应标准的运维成本极高,很不现实。传统云计算服务商在提供解决方案、架构、迁移等服务方面缺乏相关经验。因此,只能通过专业的MSP来实现。预计到2018年,这一比例将高达75%以上。”张赐安说。

2017是MSP元年

2017年开始,云计算发展将进入第二个十年。过去十年,出现了AWS亚马逊云、微软Azure云、谷歌云、IBM公有云、Oracle公有云等几家国际公有云厂商以及国内的阿里云、腾讯云等一批本地公有云厂商。数据中心在全球各地拔地而起。而新的十年将是一个“多云”的时代,基于云托管服务的IT运营管理自动化将成为新宠。

今年4月,知名调研公司451 Research与微软联合发布的一份研究报告指出,2017年,64%的IT企业将从服务提供商处购买管理平台;66%的IT企业计划今年采用和部署托管私有云;而57%的IT企业期望与托管服务提供商(MSP)和托管主机提供商(MHP)合作,以便开展混合云和多云项目。2017年将是MSP元年。上述报告称,企业组织在借助基于云的应

用程序支持业务流程方面变得越成熟,就会越倾向于迁移到一种统一的集成云平台。随着全新云端交付模式的形成,专注公有云托管服务的提供商,将迎来全新的发展机遇,属于MSP的时代已经到来。

谁会脱颖而出

目前,Gartner的公共云MSP象限有20家企业入围,如果按照80%的市场被这20家企业占据来计算,那么平均每家企业在2021年的营收将达30多亿美元。

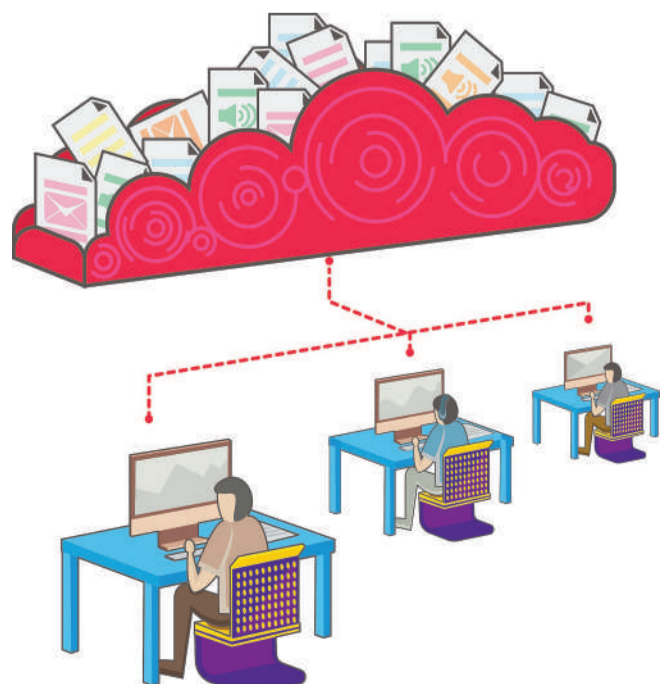
如此巨大的市场,必然少不了有一番厮杀。各大云计算巨头及服务提供商已经纷纷瞄准MSP市场,进行卡位、布局。此前,IBM就宣布要打造MSP管理服务联盟,提供相应解决方案及服务;Oracle也公开宣布将开放首批MSP;AWS、阿里云等云计算服务巨头也没闲着,纷纷推出MSP云计算管理服务专业认证。

在收购云角30%股权后,神州数码也在近期宣布将以MSP为核心,结合定制化公有云、特定区域或特定用户的混合云服务,打造“一中心带两

翼”的整合云服务战略。神州云计算不仅将IDC、ISP、ICP多方通信牌照等重要资质收入囊中,也成为目前中国市场上唯一同时获得3A(AWS、Azure、Aliyun)TOP级合作伙伴身份的公司。

两个月前,首家入围Gartner全球公共云托管服务提供商(MSP)魔力象限的亚洲企业Bespin Global(贝斯平云科技)宣布完成了上亿元的A轮融资。

那么,下一个会是谁?



两大线上音乐巨头“互掐” 版权冲突可能只是开始



今年8月,音乐平台版权之争再起波澜。8月10日晚,网易云音乐在官方微博发布题为《关于版权,我有一些话想跟大家说》长微博,称被迫下架部分歌曲。随后在8月23日,腾讯音乐起诉网易云音乐侵权。8月24日早,网易云音乐起诉腾讯音乐旗下酷我音乐侵权。

点评:在线音乐版权一直都是个热门话题,这段时间更是火得不行。起因是从8月开始,两大互联网巨头的“互掐”。经过多年的发展,在线音乐这个最具历史感的互联网产品,已从群雄逐鹿变成了两强争霸。腾讯音乐财大气粗,在版权领域一家独大,手里握着索尼、华纳、环球等多家唱片公司的独家版权和版权总代理。网易云音乐懂音乐、懂情怀,依靠社区和优质乐评短时间内吸引了大量粉丝。可如此快速的发展,让腾讯音乐感到了危机,施压是自然而然的事情,以后还会更加频繁。在这样的背景下,网易云音乐也不肯善罢甘休,除了打官司外,也开始重金购买独家版权。两家拼得头破血流,音乐版权费也跟着水涨船高。看到它们“相互伤害”,最开心的莫过于那些大唱片公司。辣评君觉得,独家版权对整个行业来说真是个毒药,只会让整个行业越来越烧钱。要尊重版权,更要健康地发展,要实现这个目标还得试试新的玩法。

(本版图片除标注外来源于网络)