

VR、电竞、直播兴起

ChinaJoy“式微”乃游戏业新生

今年的ChinaJoy，似乎是有史以来“最冷清”的一届。

老牌游戏厂商越来越低调，“妹子”已不是吸引镜头的最强音。相反，大片有关VR的展出占领展会半壁江山，现场挤满了举着手机直播的人群，网游和页游的风头正被电竞取代。“2016ChinaJoy看起来正‘式微’，但这或许是游戏业的成长和新生。”一位业内人士表示。

青年报 王霞



■ 资讯

宝尊电商携手希杰

本报讯 王霞 近日，韩国CJ（希杰）集团与上海宝尊电商宣布，正式达成战略合作伙伴关系并成立合资公司。其中，宝尊电商将作合资公司的控股方，负责合资公司在中国的运营，同时给予其市场营销、IT技术、客户服务、仓储物流等的全力支持。CJ则负责韩国品牌的选择与引进。宝尊电商董事长仇文彬表示，通过此次合作，CJ集团旗下丰富的产品线及更多韩国品牌嫁接宝尊专业化的电商行业经验和运作能力，可以让中国消费者以合理的价格和便利可靠的官方渠道购买到韩国的流行商品。

搜狗Q2逆势增长 深入布局人工智能

本报讯 王霞 受魏则西事件影响，搜索行业在本年度Q2整体发展均有波动。但据搜狗8月1日公布的2016财年Q2财报显示，截至本年度6月30日，其利润再创新高，非美国通用会计准则下净利润达2.2亿元人民币，同比增长30%；收入也快于行业增速，达11.5亿元人民币，同比增长27%。除持续推进差异化内容生态布局和联手微软必应强化英文搜索外，搜狗还在人工智能领域全面展开研发，并在语音领域取得重要进步。搜狗CEO王小川表示：“搜索本身就是一种AI，随着人工智能时代的到来，搜狗将不断增强自身技术实力的积累。”

VR“踢馆”：“钱”景清晰可见

和往年一样的7月末和4天展期，在与往年一样的期待声中，2016ChinaJoy（以下简称CJ）拉开帷幕。但很遗憾，与往年的摩肩接踵相比，本届CJ似乎略显冷清。

“而且我走遍7个展馆，差点以为误入了VR展览会。”年年来CJ报道的杰克在接受采访时表示。不过，他体验了半天后又感叹，“VR游戏的确好玩。”

“游戏业引入VR时间非常短，但有些已经开始盈利了，比如打僵尸和陨石星球。”暴风魔镜CEO黄晓杰在CJ期间接受小部分媒体的采访时透露，尽管目前很多游戏设置依然简单，但用户并不缺乏消费的动力，“下半年，随着道具、场景等模式的成熟，VR游戏的付费前景将更加广阔。”

其中，黄晓杰非常看好VR秀场，并认为其将“非常赚钱”，

因为该模式“基于与秀场中女生的互动，根据经验，一定有许多男性玩家愿意付费”。

根据今年618大促的数据显示，京东平台中售出的所有VR设备中，有85%来自暴风魔镜。目前，暴风的VR设备的累计销量已达150万台，黄晓杰预计，至今年年底，该数字可能将升至500-1000万台，而国内VR市场总量或将达1000-2000万台。

[延伸阅读]

影视IP 大幅征战游戏圈

无论文学作品还是影视剧作，均视进入游戏圈为另类成功。不仅可以延长火爆周期，“一不小心”还能赚钱。

CJ期间，阳光七星媒体集团宣布正式注资入股南京圣骥网络，这一次，作为阳光七星创始人的杨澜吴征夫妇，将携带30余部国际知名影视IP进军游戏领域。

据圣骥网络CEO傅浩程透露，获得注资后，圣骥将融合游戏、社区、商业，实现“三位一体”的GCC发展战略。“借鉴国外IP发展的先进经验，GCC将不仅有效延伸IP生命周期，更有助于为玩家带来可玩性更高的游戏，获得全方位的娱乐体验。”傅浩程表示。

据透露，借助阳光七星与好莱坞深入广泛的合作关系，国际知名的30多个电影IP将会被授权给圣骥网络进行游戏开发。已披露首批授权的包括作为1997年《泰坦尼克号》上映二十周年献礼的全球超级IP项目《泰坦尼克密码》、由《尖峰时刻》系列电影总制片人亚瑟·萨金斯基担任总制片人的电影《天堂卫士》、中国的超级英雄电影《水滸英雄谱》、中美合拍动作电影《美女特战队》及动画萌宠电影《福犬归家路》等。



直播正劲：“这是个平台生意”

尽管CJ的Showgirl“穿得越来越多”，但这些妹子们今年也没闲着，许多人拿起手机开始直播。而实际上，如今正火爆的直播，最早便起源于网络游戏，斗鱼、xiongmaoTV等则是最早一批直播平台。

“直播从游戏领域进入大众视野后，具备了更强的工具属性、媒体属性和社交属性。”爱奇艺联席总裁徐伟峰在接受

采访时表示。本届CJ期间，爱奇艺旗下奇秀直播公布其两项计划，面向直播公会开放合作的“合伙人计划”和面向个人用户打造明星主播的“培训计划”，并将其品牌口号将更改为“快乐随我每一秒”。

徐伟峰认为，直播“说到底还是个平台生意”。

“从本质上看，直播是视频的一种，而视频这个大品类一

定要依赖平台才能生存和发展，所以，平台越强，对于流量的支撑便越大，聚集的优质直播力量便会越多。”徐伟峰坦言，“因此，直播作为一个独立品类兴起后，虽然源于游戏领域，但并非像游戏领域所认为的‘可以成为一个产品’，最终，直播要做大做强进入更广泛的大众领域，还是要回到平台。”

电竞回归：致力于成为“大众狂欢”

即便你玩过所有手游和页游的小游戏，可能你也不是重度游戏用户。真正的玩家，在电竞领域。

“部分数据表明，从去年开始整个端游市场已经触底，基本不会再下降。”盛大网络董事长兼CEO赖春临在CJ前夕接受采访时表示，虽然手机和页游很方便，但仅限于轻量级的游戏，“重量级的游戏甚至VR游戏无法在手机上产生更好的互动”。

不过此前，电竞尽管黏度更高，但普遍被认为太专业导致普适性娱乐不强。赖春临对此并不认同，“回溯中国电竞的发展史，最早的推动者并非运

营商，而是网吧。但网吧承担的是基础的个人赛事参与，第三方和顶级赛事才会承担部分或者全部专业级别的竞赛。”

显然，针对大众玩家的赛事具备更加广阔的前景，“泛娱乐化的电竞将会获得更好的出路。”赖春临在CJ前夕透露，钛度科技创始人兼CEO李晓峰将正式成为盛大首席电竞，“和盛大网络一起再战电竞江湖”。与此同时，“亿万梦想 快乐电竞”作为盛大网络电竞品牌理念也首度被公开，旨在服务99%的大众用户，推动实现大众电竞玩家的狂欢。

但赖春临同时指出，大众电竞的打造并非易事，“首先，产

品本身的玩法很重要，所以商家要不断保持产品研发的能力；其次，土壤的培育，包括用户的积累和平台的支持，都对发展有巨大影响；最后，具备观赏性。泛娱乐化的时代，再专业和顶级的赛事，如果不具备观赏性，那么就无法真正进入大众视野，俘获大众用户的心。”

据国际电子竞技联盟与世界电子竞技大赛CJ期间在沪组织的一场业内讨论显示，电竞目前正显示出向传统体育看齐、建立国际性规范等5大趋势。有观点认为，随着VR和AR技术的加入，未来数字世界和真实竞技运动的差别将越来越小。