

# 听涛茶舍

Lifestyle

■ 观潮

## 游戏经济令人期待

文/程实

经济学泰斗凯恩斯曾有过这么一句经典名言:“经济学的思想无论对错,都比人们想象的有力量。那些自以为己不受任何一种经济学思想支配的人,其实可能就是某个已故暨阙经济学家的思想俘虏”。对于我们身边头戴棒球帽、身穿嘻哈装、脚蹬耐克鞋的新新人类而言,成为经济学家的思想俘虏也许是件很郁闷的事,但事实就是,在商业利益驱动的经济社会中,潮流的走向中必然蕴含着经济助力。

要说流行走向,就不能不提现在如火如荼中天的“魔兽世界”,这款由暴雪公司出品的大型网络游戏继在欧美、日韩掀起了一股前所未有的魔兽狂潮之后,迅速在中国受到了众多玩家的追捧和青睐。

新新人类之所以钟爱魔兽世界这样的网络游戏,很重要的一个原因就是这种构建于网络平台之上的虚拟世界就像是与世隔绝的世外桃源。其实在网络游戏之内,玩家们无时无刻不面临着五花八门的经济学问题。

首先,玩家碰到的第一个经济学问题就是选择。与现实中选择的无形化相比,游戏玩家在虚拟世界中经常遇到窗口模式的有形化选择。以魔兽世界为例,玩家在创造角色之时不仅需要正义的联盟、邪恶的部落之间选择,还要在人类、精灵、兽人、亡灵等八大种族,战士、法师、术士等九大职业之间选择。选择的多样化必然带来了机会成本,在初始选择的效用递减到机会成本之下时,玩家往往不会放弃游戏,而是选择新的角色重新开始新鲜的体验,这从某种程度上给网络游戏运营的持久性提供了保障。

其次,玩家碰到的第二个经济学问题是分工。古典经济学家在解释经济增长时总是会将分工理论作为核心命题。在网络游戏之中,朴素的古典经济理论也被玩家们贯彻得极为彻底。在魔兽世界里,要想探索危险的游戏领域,打败恐怖的游戏魔王,玩家们需要组成种族、职业互补性极高的游戏队伍,在游戏过程中各司其责,充分利用专业化分工带来的整合优势。这种游戏分工增强了玩家互动,给网络游戏的趣味性、参与性提供了保障。

最后,玩家碰到的第三个经济学问题是分配。分配理论一直是经济学家最关心的命题之一。在网络游戏中,玩家对战利品、虚拟货币等经济产品的分配运用的是一套公平、有效的分配原则,即按劳分配基础上的按需分配。游戏中最根本的经济法则则是多劳多得,越是努力的游戏玩家越是能够成为富甲一方的虚拟富翁。这种制度经济学意义上的有效分配原则营造了公平、自由的游戏环境,为网络游戏的吸引力提供了保障。

在网络游戏之外,两大经济关键词也是引人注目。一个关键词是商业营销。与IT行业一样,网络游戏在诞生之时对营销概念也是置若罔闻,但随着网络经济概念的兴起,营销策略逐渐被网络游戏所吸收。在魔兽世界成功之中,品牌效应、广告效应、联合效应等一系列营销策略就得到了充分运用,第九城市不惜重金引入世界顶尖游戏厂商的游戏产品是一个重要的战略手段,业内“暴雪出品,必属精品”的口碑为魔兽世界在数百年网游中脱颖而出奠定了基础。而且,魔兽世界在运营之前和之中在各类媒体和专业网站都做足了广告,并邀请青少年喜爱的青春偶像SHE团体作为游戏形象代言,为魔兽世界成为时尚代名词创造了条件。

网络游戏之外的另一经济关键词是地下经济。虚拟物品的现实交易由于安全性、合法性的争论一直备受非议。对于魔兽世界,由于生产厂商暴雪公司的明令禁止,虚拟物品现实交易就成了经济学中所谓的地下经济。地下经济是市场外部性的必然反映,当市场不能承载具有供需欲望的商品交易时,黑市就应运而生了。因此,网络游戏之外的地下经济是游戏市场的自然衍生,它在虚拟经济和实体经济之间架构了一座潜在的桥梁,掀起了网络游戏现实化的“盖头”。

文/李允峰

“假如”这个词时常浮现在股民心里。行情从998点返身向上的时候,据说有家营业部的一位投资者忍受不了刚刚卖出股票就又上涨的现实,把自己的性命搭上了。我想,他那一刻肯定是想:假如没有卖,那该有多好啊!不要说你不爱做假如的设想,夜深人静的时候,面对四年的熊市,该有多少人发出假如没有炒股就好了的感叹。钟情于“假如”,是不少股民每月每年都在发生的事,所以谁也别嘲笑谁。笔者也在这一波行情前离开了股市,并且忍受了10%的亏损。我有时也爱“假如”,假如自己不是在1050点就看好股市,假如不是在7月初而是在7月底看好股市,自己那笔资金肯定要升幅不小了。无奈的是,由于达到了妻

文/田野

伴随着前三甲排定座次,“2005快乐中国蒙牛酸酸乳超级女声”圆满落幕。我们姑且可以不去理会“玉米”、“凉粉”等超女歌迷之间永无休止的纷争,但“超级女声”在05年夏季的“超级火爆”却不得不引起我们的关注。

无法躲避的“超女”

事实上,在这个炎热的夏天,我们根本无法躲避“超级女声”,因为在超级女声的背后有一组让人唾舌的“天文数字”:全国报名人数达15万;广州赛区决赛时,约有2.1亿中国电视观众将频道转向湖南卫视,中国电视的收视纪录由此被不断刷新;到8月中旬观众数量已突破4亿,平均收视率超过中央电视台“春节晚会”,稳居同时段全国所有节目第一名;百余家媒体争相报道;baidu相关网页达344万条,加上错误输入的“超级女生”188万条,相关信息超过500万条……

超级女声“霸占”了4亿观众的周末,也带给观众茶余饭后源源不断的谈资,成就了大家一周的快乐。同时,群众的快乐也成就了“超级女声”的各方缔造者。据业内人士介绍,“超级女声”是由上海天娱传媒有限公司策划,蒙牛乳业冠名,湖南卫视承办的一档以音乐选秀为外壳的娱乐互动节目,掌上灵通则是观众与节目短信互动环节的无线增值服务提供商。其中,上海天娱是湖南广电集团控股公司,全权负责“超级女声”的一切商业运作。

出乎想象的“钱途”

从目前的情况来看,冠名企业蒙牛乳业以约1亿元左右的投入将换来20多亿元的销售额,而其刚刚公布的中报已经取得了

■ 视点

## 关于“超级女声”



文/余赟

长沙某电信营业厅,一名男子冲到工作人员面前:“我要一万张神州行!”“要这么多卡干什么?”“给李宇春发短信投票!”英国时间中午1点半,平时见面不多的一群中国留学生准时聚集到一台电脑前,一边叽咕喳喳的争论,一边等着遥远祖国腹地传来熟悉的开场白……

熙熙攘攘的王府井大街上,一群年轻人举着“支持张靓颖”的牌子,恳求素不相识的行人为他们钟爱的“超女”投上一票。

2005年的夏天,许多中国人在为什么疯狂?——“超级女声”。

“虽然在英国,‘超级女声’我们场场不落。幸亏现在网络发达了,可以在线直播。别的节目只有几千人在线看,超级女声你猜有多少人同时看?11万!”刚回国探亲的一位朋友兴奋的谈论起这个节目。

“我可是个‘玉米’,从小就希望能像李宇春那样活的帅气、洒脱,可惜岁月不饶人,社会不饶人,我 cannot 循规蹈矩地活着。可她做到了,从她身上我看到了自己儿时的梦

■ 杂谈

## 莫钟情于“假如”

严格控制了的10%的损失底线,钱被收回了。因此,即使面对着如火如荼的大盘,我也不看盘,不上论坛,努力坚守自己的原则:错过了的机会,就不要后悔;安心等待。至于损失掉的10%,我会想方设法通过别的途径来弥补上。

或许,有做生意的老板对咱股说,损失个一两千元算什么,假如不是一时疏忽,那笔10多万元的生意就不会泡汤了;也或许,比尔·盖茨说,你10多万算什么,我防止了一个

小小的失误,就能减少损失几十亿美元。当然了,喜欢抬杠的人还会说,这些假如都不足一提,假如希特勒的妈妈不是听了医生不要堕胎的劝告,第二次世界大战就不会发生了。

行情一好起来,投资者就住往变得浮躁起来。有不少高手在论坛上说,这波行情没有20%的收益,就不要炒股了。许多人也被一会儿“牛市要来了”,一会“还要破点”的言论误导得迷失了方向,但心里却痒痒的,牙也咬得

## 草根撑起摇钱树

元。短信费用的大头是参与投票后向观众发送的有关“超级女声”及湖南卫视节目的信息费,基本服务费为6元,定制之后会在一个月内存发送15条“超女”花絮,每条1元。从投票数来看,在长沙赛区决赛当晚,观众累计奉上了超过27万张短信选票。进入总决赛之后,这一数字一路飙升,10进8达到200万张,6进5达300万张,5进3约500万张,3强决赛实现进一步突破。由于观众投票情况无法统计,具体数额难以准确计算。2004年“超级女声”的短信总收入约1300万元,而今年这个数字将至少翻番。这些短信收入将在天娱公司、湖南卫视、电信运营商以及掌上灵通四方之间分配。有预测指出,决赛期间湖南卫视能从每场比赛短信收入中分得200万元以上,7场比赛能获得超过1400万元收入。

震撼之后的“追问”

毫无疑问,“超级女声”对社会各界都有超乎寻常的震撼力,这种震撼力也使得各方都在努力探寻其成功背后的原因。从最直观的角度来看,“超级女声”的成功源于它调动了国内外数亿普通人的积极性和参与热情。“超级女声”的所有环节都尽量为老百姓提供参与的平台,自始至终都在实践“平民娱乐”理念,也正是群众的支持,造就了“超女”的辉煌。“超级女声”无门槛的大众参与方式和民众投票决定选手去留的淘汰方式,增强了节目的互动性,体现了一种“全民快乐”的娱乐方式。这种独特的表现形式融合预选赛阶段的超强互动参与性、复

赛决赛阶段的残酷淘汰性,构成了“超级女声”品牌成功的重要因素。整个过程中,选手和观众都在平等地参与游戏。

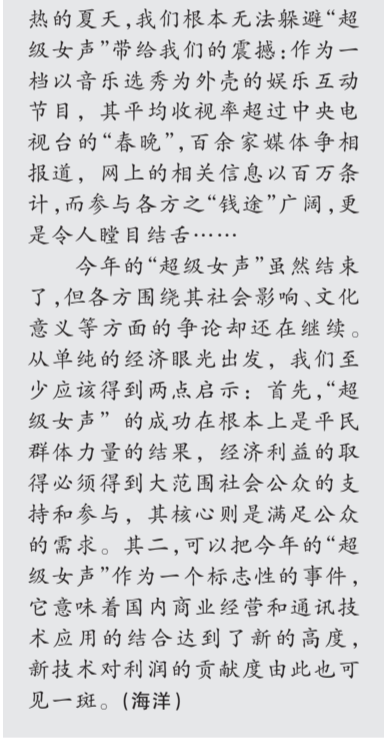
不过,国内的互动选秀节目不单“超女”一家,“超级女声”的成功与蒙牛乳业的鼎力支持密不可分。2005年年初,蒙牛提出今年的销售目标是100亿元,而实现这个目标重要的一点就是“蒙牛酸酸乳”的销售利润。为了实现这个目标,除正常广告外,蒙牛希望借助一个大事件来推广其产品,他们选中的大事件就是“超级女声”。此次活动蒙牛不惜血本,在央视各套全面开花,借助中央电视台的宣传效果,辅以各地卫星电视,将宣传的效果成倍放大。同时,蒙牛通过销售渠道,向市场投放20亿袋印有超女比赛信息的酸酸乳产品,配合网络宣传,蒙牛进行了集中的促销及公关造势活动。蒙牛利用“超级女声”将高附加值的产品有效推给了消费者,“超级女声”利用蒙牛的产品加强了与社会公众的联系,“企业搭台,节目唱戏”的格局促成了“双赢”。

不容忽视的另一个因素是,通讯技术的发展为超级女声的顺利进展提供了基本的条件支持。广电网、电信网、互联网,这三张网在“超级女声”的造星运动上产生了强大的合力。2002年1月,中央电视台、中国移动合作推出“2002年春节联欢晚会”短信互动;当年,这项在中国市场开创性的业务就取得了100万元人民币的收益。3年之后,“超级女声”的短信收入将其远远抛在身后。而互联网在默默扩大“超级女声”影响力的同时,也把全国分散的“超迷们”整合到了一起,形成了群体的规模效应。因此,可以在某种程度上说,2005年夏季的“超级女声”宣告了一个多媒体综合经营时代的到来,我们正在从一个单纯的媒介时代走向交流时代。

《品味咖啡香》

作者: 张希

人民邮电出版社 2005年8月第一版



法体会到的感觉。

张靓颖、何洁、李宇春、周笔畅等等进入到最后总决赛的“超女们”,每一个人都有自己独特的角色特征,代表了不同的性格类型。这样,电视机前的观众都可以根据自己的需要选择她们其中的某一个,将自己的情绪带入到她们的命运中,“虚拟”地体会她们在比赛中的感受。当你看到选手站在PK台上等待大众评委的选择时,你是否也会下意识的握紧拳头替你喜欢的选手担心呢?如果是,恭喜你,你已经进入角色了。

同样,之所以要举行海选,消除门槛让无数普通女孩能够参与,就是要让观众更容易的与她们产生认同。看吧,她和我一样没有背景、普普通通,来自于草根阶层,我为什么不投上一票,帮助她梦想成真呢?

“超级女声”为观众提供了这一体验产品,并充满了感性的力量,使观众留下了难以忘却的愉悦记忆。而观众也以短信的低廉价格购买了这一体验产品,消费了它所带来的独特感觉。可想而知,这种买卖关系是何等的容易建立,又是何等的受人欢迎。这场体验经济的盛宴,享受的是普通老百姓,赚钱的是“超女”主办方,何乐而不为了?

下次机会。也有投资者会说,既然知道自己错了,为什么不返身重新进入市场?是啊,快速认错有快速认错的好处。但笔者的习惯是,当发现出现投资错误让自己受伤,那就等伤口愈合了,没有情绪了,再重新捕捉下次机会。有时候,伤疤需要时间,而没有等伤疤好了,再揭开伤疤,往往会导致流更多的血。所以,我在等,等自己恢复不再假设的那种平和的投资心态。

芸芸众生中,钟情于“假如”,懊恼于“假如”的人大有人在。尽管喜欢“假如”的人那么多,但世界上能够“假如”的事情却一件也没有。认清了这个现实,和我一样吧!偶尔假如一下也就罢了,千万别沉浸在那种懊恼的情绪里。毕竟,明天的机会在等待着我们用平和的心态去实现它。

■ 荐书

《怎样和媒体打交道》

作者: (美) 萨莉·斯图尔特

中信出版社 2005年8月第一版



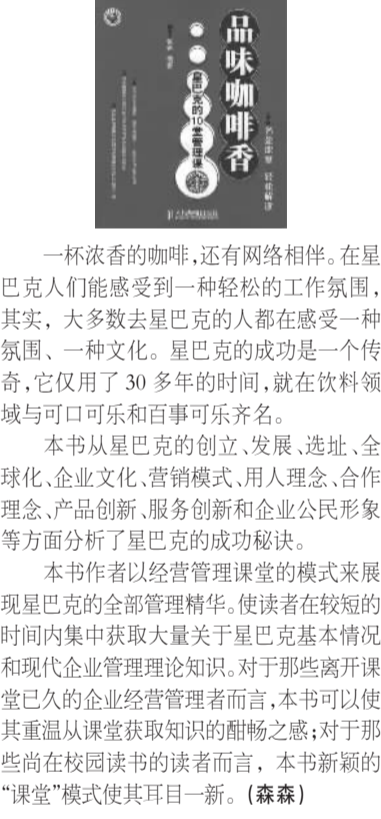
如何处理和媒体的关系曾让许多大公司 and 知名人士头疼不已,确实,有了媒体的理解和支持,企业和个人的品牌形象将扶摇直上;而一旦成为媒体的攻击对象,他们所有的努力和希望都可能在一夜之间被粉碎。在信息化、网络化的现代社会里,可以毫不夸张地说:成也媒体,败也媒体。

本书的作者根据自己多年的媒体从业经验和心得,总结了在不同情况下应对媒体的各种行之有效的策略,以及设计公关计划并有效执行的专家建议。对于如何制定成功的战术应对媒体的采访,在出现负面报道时进行有效的危机管理,成功规划关键信息点,回答任何问题的ABC模板,设计精彩的宣传资料袋,理解记者的思想和行为,告诉你永远也不要对记者说的十句话,如何避免在媒体面前出现致命的错误等等一系列媒体公关问题,作者都提出了自己独到的见解。(普惠)

《品味咖啡香》

作者: 张希

人民邮电出版社 2005年8月第一版



一杯浓香的咖啡,还有网络相伴。在星巴克人们能感受到一种轻松的工作氛围,其实,大多数去星巴克的人都在感受一种氛围、一种文化。星巴克的成功是一个传奇,它仅用了30多年的时间,就在饮料领域与可口可乐和百事可乐齐名。

本书从星巴克的创立、发展、选址、全球化、企业文化、营销模式、用人理念、合作理念、产品创新、服务创新和企业公民形象等方面分析了星巴克的成功秘诀。

本书作者以经营管理课堂的模式来展现星巴克的全部管理精华。使读者在较短的时间内集中获取大量关于星巴克基本情况和现代企业管理理论知识。对于那些离开课堂已久的企业经营管理者而言,本书可以使其重返从课堂获取知识的酣畅之感;对于那些尚在校园读书的读者而言,本书新颖的“课堂”模式使其耳目一新。(森森)

■ 幽默

## 跌停板

股嫂偶感风寒,发烧甚重。股友前来探视。股嫂诉苦道:“我的体温在38至40度之间横向整理多日,怎么办呀?”股友安慰道:“久盘必跌,暂且忍耐。”

二日后,股友电话询问病情,股嫂答道:“昨夜成功向下突破,一度撞到跌停板(36度)。”股友惊呼:“万幸!若无跌停板,股嫂体温不知跌到何处见底?恐怕我再难见到股嫂啦!”(金顺颐)

## 忌讳

张三和李四等人正在打扑克,王五过来想参与,被张三严辞拒绝。无奈,王五只得悻悻离去。李四觉得张三这样做太绝情,于是问张三为何要这般对王五?张三非常气愤地说,他这个人太痞!打输了牌总不肯洗!总要别人来代劳!李四不解,问他为何会这样耍赖?张三余怒未消道,他说他是股民,最忌讳的就是“洗牌”……(叶青)

## 结婚证书

一对新人在领取结婚证书时,新郎对新娘说:“这是我的一张永远无法解套的股票。”

新娘嫣然一笑,说:“这是我的一份永远也不知它价值几何的权证。”(李想)

## 黑嘴与狗嘴

一位雍容华贵的女股民去街头报摊购阅证券小报,她带的小狗也凑热闹地用嘴去叨报纸。摊主生气地说:“太太,管管你的狗嘴!”女股民大声训斥小狗道:“不许你乱叨脏东西,那上面尽是黑嘴的唾沫星儿!”(李想)