

投资风向

移动广告开支飙升 互联网商业化起步

据统计,2011年的全球移动广告开支为14亿美元,2012年这一数字为41亿美元,今年该数字则有望达到73亿美元,成为历史上的最高点,并且这些广告费基本上花在了苹果移动生态系统(iOS)上。在移动互联网时代,移动广告收入的大幅增长反映出人们正越来越多地使用移动互联网,而移动互联网经过2011年的疯狂、2012年的理性后似乎也让人看到了其商业化的曙光。

移动广告走势看涨

苹果发布截至2013年3月30日的第二财季财报数据显示,该季公司营收同比增长11%,但净利润同比下滑18%,是该公司10年来首次录得盈利下跌。不过,财报也显示,在苹果436.03亿美元营收中,国际销售额所占比例为66%,其中大中华区营收为82.13亿美元,而去年同期为76.37亿美元。以营收环比增长率来看,大中华区在所有地区中处于领先。

据统计,在移动广告领域,广告主每支出1美元,就有75美分花在了iOS系统上。另外iOS系统广告点击率要比其他移动平台高很多。安卓智能手机CPM广告平均价格为0.5美元,而iPhone的这一价格为0.65-0.88美元,iPodTouch为0.74-0.98美元,i-Pad最高达0.82-1.16美元。

社交网站同作为移动互联网时代的入口之一。近日,Twitter方面也传来好消息,其与法国阳狮集团(Publicis)旗下星传媒体(Starcom MediaVest Group)签订了一项为期数年、价值数亿美元的广告协议,宝洁、沃尔玛、微软和可口可乐等星传媒体的客户,可以优先挑选Twitter广告位、优先使用Twitter的调查、数据以及新产品。Twitter此举可谓是为向传统媒体领域迈出一大步。市场研究机构eMarketer的数据显示,Twitter全球广告营收预计今年将会较2012年的2.883亿美元翻番,达到5.828亿美元。

2012年移动互联网的商业化快速发展,其中67%收入来自应用,33%应用来自广告。全球移动互联网的流量已快速增长到互联网总流量的13%。目前,移动互联网的收入主要寄望于广告植入、传统推广、流量分成、电商等,付费下载则非常冷清,绝大多数用户都没有形成付费习惯。而更让多数开发者不淡定的是,靠移动广告带来的收入也有下滑趋势。

商业化尚需时日

进入2013年,国内移动互联网的商业化问题更加迫切。根据艾媒咨询的一项调查,有超过60%的应用开发者表示在盈利模式问题上遭遇较大挑战,同时有57%的开发者表示在推广环节方面也困难重重。

经纬创投已投资50多家移动互联网公司,友盟、陌陌、Camera360、海豚浏览器、名片全能王、口袋购物等多家知名移动互联网公司,背后都闪现着这家基金的身影。这些公司都有着庞大的用户基数,但营收的潜能都还没有得到足够的释放。

值得欣慰的是,随着多个千万级移动应用的出现,非游戏货币化模式发展得比想象中要快,一些国际品牌已经愿意投放移动广告了。”某IT权威人士此前表示,移动互联网竞争越来越激烈,同时也伴随着渠道的整合以及流量和运营的精细化。在大数据时代,创业者依然可以通过已有的公开数据挖掘用户需求,找到创业方向。

创业者的机会即为投资人的机会。据悉,相较于APP(移动应用软件)的规模,投资人更看重用户的活跃度,只有活跃度高的APP才有更大的发展前景可以挖掘。对那些有一定用户量的APP们来说,找个巨头做靠山或不失为一种选择。

征 稿

本版邮箱:
www.wei@tom.com
《IT风潮》版期待撰稿,栏目设置如下:
e流行:以故事形式述说IT时尚
投资风向:IT行业、公司投资机会
数码时尚:数码时尚产品趋势
新品集锦:提供一个涉新的窗口
网络消费:网购心得、经历、故事
图片新闻:精品新闻图片
来稿请以电子版形式。

e流行

游戏业七年之痒 产品大战一触即发

□本报实习记者 傅嘉

自2005年微软推出XBOX360以来,游戏主机行业的格局已经维持长达9年之久。随着今年初索尼率先发难,宣布四季度发售次世代游戏主机PS4,游戏业也即将进入到一个新的行业周期。此次更新换代,基本将奠定未来七年游戏业的大势走向、理念设计和视觉极限。和以往不同,此刻的游戏业需要面临更多的“场外选手”,手机厂商、社交网络、网游都成为游戏主机业新的大敌。一向以软件为核心竞争力,以向用户输出最高级别娱乐体验的游戏主机业,未来的走势多多少少有点飞花渐欲迷人眼。

顶金出世 混战争霸

游戏机自上世纪六十年代由美国雅达利提出产业理念并最终将产品成型以来,市场份额急剧扩大,开启了一种新娱乐方式,电子游戏也被冠以“第九艺术”美誉。在随后几年,由于雅达利的战略失误,美国游戏市场陷入一片死寂,经济处于腾飞时期的日本抓住机会,成功掠夺了其市场份额和行业主导地位。

随后的20多年中,日本涌现出了诸如任天堂、索尼、世嘉等业内硬件巨头。也出现了诸如SQUARESOFT、NAMCO、CAPCOM等游戏软件商。任天堂的FC,在国内有一个路人皆知的称号叫做红白机,大陆对其产品的仿制,可以被视为电子游戏的“山寨”鼻祖。

上世纪九十年代,是日本游戏产业的“黄金十年”,整个产业利润高昂,吸引了大批新企业参与。在产业资本推动的背后,日本的游戏业规模急剧膨胀,由业内主导的TGS(东京电玩展)也成为业内最具代表性的展览,业内最重要的新闻均在展会期间释放。

和PC领域不同,游戏的平台极为封闭且固定,主要由硬件商主导产业走向。而在不断更新换代的电子领域,硬件商经营策略的如何决定了公司未来的业绩,稍有不慎极有可能丢失市场份额。由于在卡带ROM向CDROM转型的过程中出现战略失误,游戏业曾



网络消费

爱网购 不怕维权 是买家 也能是卖家

□蒋洁琼

如果说女人天生就是购物奴隶,享受购物后满手大小精美包装袋以及拆开包装、剪下吊牌的满足感,享受购买每一件满足自己美感的物件陈列在家中的愉悦感,享受以“巨划算”价格购买到生活必需品的成就感,那么作为被奴役的当事人中的一名,我也算乐在其中。如今,电子商务发展迅速,网购使我不外出购物,也能享受购物的众多感官福利,何乐而不为?

七年前,当“宅”还没有被用得像如今这么疲惫的时候,我是大学里众宅女中小小的一名,在淘宝网上看中一件迷彩图案的短棉服,注册淘宝、下载并登陆支付宝、网上银行付款这一系列环节屡挫不顺,想放弃却又想象了无数次自己穿上后的样子,终于坚持支付成功并满意的穿上了这件衣服,自此开始了我的“网购生涯”。

每个人购物的诉求不同,就服装而言,年轻人兜儿里没多少钱,衣服更新换代的速度也快,通过分类查找、销量推荐和自己看购买过的用户评论筛选,容易在网上淘到满意的衣服。而对于品牌和品质要求很高的东西,可以选择网络品牌代购,在新品刚上柜的时候,代购可能比专柜便宜不少。

如果不是新品,则很容易买到仿品。我常去网购的网站有淘宝网、当当网、

经的老大任天堂在上世纪90年代中期将行业老大的地位拱手让给了索尼。而彼时,依靠旗下的游戏机PlayStation(PS)的强势崛起,索尼的盈利能力达到了历史高峰。

然而这一切在本世纪初终于出现拐点。出于客厅战略的需要,在PC桌面领域已经形成绝对竞争力的微软决定进军游戏领域并推出XBOX品牌游戏机。至此,日本厂商对硬件的垄断格局被一举打破。虽然在XBOX一代时期,因为各种原因微软在此业务上亏得一无完肤,但比尔盖茨在接受采访时表示,XBOX仅仅是进入游戏业的一张门票,微软并不计较这些“小钱”并准备再玩一次(指推出下一代主机)。

XBOX进军游戏领域的时点,正是日本游戏机产业最顶峰阶段。索尼坐拥PS2这样的巨无霸主机几乎占据了家用主机的七成份额,任天堂虽然在主机领域惨败,但在掌机领域凭借GAME BOY系列产品的畅销,仍然维持了相当高昂的利润增长,但随着时间推进,日本经济恶劣、人口老龄化、业内企业缺乏创新等一系列消极因素集中爆发。风水轮流转,欧美企业时隔多年后再度把持了游戏业的话语权。

这个业界巨大的分水岭始于最近一代主机中,2005年末微软先发制人率先发售了自己的次世代主机XBOX360,任天堂在痛定思痛后决定放弃主流市场而推出了WII,而当时业内的霸主索尼则动作迟缓,直到一年之后才推出PS3。PS3由于售价高昂和理念偏差导致了市场恶评如潮,使得占据了天时地利的XBOX360掠夺走了巨大市场份额。

多年过去,这一代主机大战已经可以盖棺定论,任天堂在非主流领域取得了巨大的成功,但同样付出了失去主流市场认可的代价,股价一路走高又在近年迅速暴跌;索尼的PS3与PS2的战绩对比失败已成定局,但其核心软件仍然有强大竞争力;微软XBOX360不仅积累了巨大的市场份额和良好的口碑,更将整个欧美的游戏软件商带回了业内的主流位置,成为这一代主机大战中最大的赢家。



轮回时刻 狼烟再起

江山代有才人出,各领风骚数百年。考虑到游戏主机行业的周期性,一般主机的更新周期都在7年左右,而今年恰恰是新的“轮回年”。

任天堂已经在去年推出了WII的次世代主机WIIU,但由于不再面对主流核心用户而主打低端用户,其实际价值已被主流市场逐渐摒弃。近年来游戏主机行业的集中度提高迅猛,主机行业的主机对决基本就决定在PS4和XBOX8(暂名)上。已经在前期吃尽苦头的索尼这次来了个态度大反转,早在今年2月在主机外形还没确定的情况下,就迫不及待地公布了PS4的主机规格和手柄设计。而据美国媒体报道,微软会在今年5月召开发布会正式公布Xbox8。

从目前已知的信息来看,游戏主机的架构已经逐渐开放,此次两大主机均采用了类似电脑的X86架构,方便了开发者的开发。PS4的产品设计几乎都是对PS3的一次全面修正,针对PS3的内存过低,公司此次采用了8GB DDR5内存;PS3前期手柄有瑕疵,此次手柄集成了触控、语音识别;前期设计功能太花哨,此次能取消的接口全部取消,仅仅突出游戏功能。业内有人士评论称,此次PS4有点矫枉过正的味道,在网络化已成大背景的趋势下,索尼过于执著于单纯的游戏领域恐将对其业务开展不利。

反观XBOX8,从名字便可以看出其承载的意义非凡,它并不是一款传统的游戏机,它是微软WIN8大战略的一分子,需要借助寄生于XBOX的网络平台XBOXLIVE业务去整合微软的PC、

Surface、WindowsPhone等全产业链。据此来看,微软的野心确实令业内胆寒,XBOX8仅仅是一个入口而已,从一开始布局游戏业开始,比尔盖茨就没有将XBOX当成一部单纯的游戏主机看待,而是整合产业链的一个工具。在高度信息化的今天,这个目标不再变得虚无缥缈,近年来的微软的软硬件产品如Surface、SmartGlass都在以此目标而努力。

另外,不得不提的是微软在XBOX360后期推出的革命性体感设备kinect,这个小小的摄像头体感设备,不仅仅将WII的低端体感拉下神坛,更使得微软赢得了新的一片蓝海,种种迹象显示,kinect2.0将是微软下一代主推力推的一部分。

根据索尼和微软的计划,两部主机最快将在今年第四季度发售,游戏主机将迎来久违的更新换代潮。

宿敌未消 新敌再涌

过往来看,游戏产业更多的是内部的竞争,而外部的势力从来没有像现在一样如此带来游戏主机业的不安。这些敌人是谁?是苹果三星这样的手机厂商;是facebook这样社交网络商;还是暴雪、腾讯这样的网络游戏运营商。在2005年、2006年,iPhone尚未发售、社交网络不成气候、网络游戏整体游戏质量无法和主机游戏质量想媲美。但这一切在近年来发生改变,主机游戏需要巨大的持续时间消耗和用户黏着,这在今天的碎片化时代多少显得有些不合时宜。

从产业面观察,对主机游戏业的担心目前仍有些杞人忧天,在这一代主机中,行业诞生了多项可以载入历史的世

界纪录:《光环》、《使命召唤 现代战争2》相继成为世界最畅销的娱乐产品,游戏业的总产值也超过了电影业。就行业地位来说,在欧美制作商的努力下,游戏业的地位正处于历史上最风光的时期,而行业内的精品也多是主机平台的游戏。而据业内人士推测,在PS4和XBOX8发售初期,两家仍可取得超过1000万台的销售成绩。

但不得不让人警示的另一个问题是,游戏主机还有无存在的必要?在整个产业链打通的今天,游戏主机已经变得越来越像PC,单独的设计还有无必要的争论在业内四起。从历史看,如果失去上游厂商的把控,游戏产业必将陷入混乱,雅达利过于纵容软件商导致美国游戏业的崩溃便是一例。以此看来,游戏主机的产业格局在短期不会发生变化。但也并不能排除再过七年以后,游戏主机是否存在仍是一个未知数。近年来,云游戏的概念在逐步兴起,随着网络条件的成熟,全部在云端进行游戏并不是奢望。在本代主机中,由于游戏可以安装到主机自带的硬盘,光驱的作用已被无比削弱,媒介变化的背后,就是产业格局变化的前景。

在各方虎视眈眈的背景下,游戏业即将迎来一个新的周期,这可能是一个产业的新征程,也可能是游戏主机产业的最后一程,在目前的情况下,传统的游戏格局和思路正在渐渐老去,新的游戏主机将带给人们怎样的娱乐方式,将颠覆怎样的产业格局,还需要时间去检验。但这个曾经群雄逐鹿的战场,如今只剩下两家在厮杀,多多少少显得有些凄凉。

据

此来看,微软的野心确实令业内胆寒,XBOX8仅仅是一个入口而已,从一开始布局游戏业开始,比尔盖茨就没有将XBOX当成一部单纯的游戏主机看待,而是整合产业链的一个工具。在高度信息化的今天,这个目标不再变得虚无缥缈,近年来的微软的软硬件产品如Surface、SmartGlass都在以此目标而努力。

另外,不得不提的是微软在XBOX360后期推出的革命性体感设备kinect,这个小小的摄像头体感设备,不仅仅将WII的低端体感拉下神坛,更使得微软赢得了新的一片蓝海,种种迹象显示,kinect2.0将是微软下一代主动力推的一部分。

根据索尼和微软的计划,两部主机最快将在今年第四季度发售,游戏主机将迎来久违的更新换代潮。

宿敌未消 新敌再涌

过往来看,游戏产业更多的是内部的竞争,而外部的势力从来没有像现在一样如此带来游戏主机业的不安。这些敌人是谁?是苹果三星这样的手机厂商;是facebook这样社交网络商;还是暴雪、腾讯这样的网络游戏运营商。在2005年、2006年,iPhone尚未发售、社交网络不成气候、网络游戏整体游戏质量无法和主机游戏质量想媲美。但这一切在近年来发生改变,主机游戏需要巨大的持续时间消耗和用户黏着,这在今天的碎片化时代多少显得有些不合时宜。

从产业面观察,对主机游戏业的担心目前仍有些杞人忧天,在这一代主机中,行业诞生了多项可以载入历史的世

数码时尚

彩电业兴起极简风

□本报记者 陈静

日前,创维、海信等国内主流彩电企业都发布新品,仅有6个按键的遥控、追求操作的极致简单成为主流企业的趋势。

此前,在互联网技术推动下,彩电企业纷纷推出智能电视,但是其大而全的设计思路更像是一场科技炫富,语音识别、卡拉OK等功能基本上成为摆设,不是IT高手,好像连电视都不会玩了,而此次在主流企业的带动下,简单易用或将成为国内彩电行业的新趋势。

创维4月23日发布了简单易用的云电视操作系统——天赐系统,遥控器只有六个按键,可跨界融合电视、互联网影视、资讯、第三方应用等内容,手机可作为“第二屏”提供相关资讯并可替代遥控器。

创维集团彩电事业部总裁刘棠枝认为,国内彩电厂商此前一直在大力推广智能电视,但一个尴尬现实是智能电视激活率偏低,而其主要原因就是操作复杂。他说,“此次创维发布天赐系统,不仅是为了解决智能电视操作复杂的问题,更是为创维今后转型为硬件和内容提供商提供基础。”

据悉,天赐操作系统带来四大变革,如配备了简单的六键操控,将操控体验做到更极致,以及当使用全悬浮式UI时,不论进行任何操作,之前的操作都不会被打断。采用跨界融合云平台,将电视节目与互联网影视融合、视频资源与各类资讯融合、核心功能与第三方应用融合。

而海信日前发布的智能电视VI-DAA TV,也是以简单为原则。据了解,

界纪录:《光环》、《使命召唤 现代战争2》相继成为世界最畅销的娱乐产品,游戏业的总产值也超过了电影业。就行业地位来说,在欧美制作商的努力下,游戏业的地位正处于历史上最风光的时期,而行业内的精品也多是主机平台的游戏。而据业内人士推测,在PS4和XBOX8发售初期,两家仍可取得超过1000万台的销售成绩。

但不得不让人警示的另一个问题是,游戏主机还有无存在的必要?在整个产业链打通的今天,游戏主机已经变得越来越像PC,单独的设计还有无必要的争论在业内四起。从历史看,如果失去上游厂商的把控,游戏产业必将陷入混乱,雅达利过于纵容软件商导致美国游戏业的崩溃便是一例。以此看来,游戏主机的产业格局在短期不会发生变化。但也并不能排除再过七年以后,游戏主机是否存在仍是一个未知数。近年来,云游戏的概念在逐步兴起,随着网络条件的成熟,全部在云端进行游戏并不是奢望。在本代主机中,由于游戏可以安装到主机自带的硬盘,光驱的作用已被无比削弱,媒介变化的背后,就是产业格局变化的前景。

在各方虎视眈眈的背景下,游戏业即将迎来一个新的周期,这可能是一个产业的新征程,也可能是游戏主机产业的最后一程,在目前的情况下,传统的游戏格局和思路正在渐渐老去,新的游戏主机将带给人们怎样的娱乐方式,将颠覆怎样的产业格局,还需要时间去检验。但这个曾经群雄逐鹿的战场,如今只剩下两家在厮杀,多多少少显得有些凄凉。

据

此来看,微软的野心确实令业内胆寒,XBOX8仅仅是一个入口而已,从一开始布局游戏业开始,比尔盖茨就没有将XBOX当成一部单纯的游戏主机看待,而是整合产业链的一个工具。在高度信息化的今天,这个目标不再变得虚无缥缈,近年来的微软的软硬件产品如Surface、SmartGlass都在以此目标而努力。

另外,不得不提的是微软在XBOX360后期推出的革命性体感设备kinect,这个小小的摄像头体感设备,不仅仅将WII的低端体感拉下神坛,更使得微软赢得了新的一片蓝海,种种迹象显示,kinect2.0将是微软下一代主推力推的一部分。

根据索尼和微软的计划,两部主机最快将在今年第四季度发售,游戏主机将迎来久违的更新换代潮。

过往来看,游戏产业更多的是内部的竞争,而外部的势力从来没有像现在一样如此带来游戏主机业的不安。这些敌人是谁?是苹果三星这样的手机厂商;是facebook这样社交网络商;还是暴雪、腾讯这样的网络游戏运营商。在2005年、2006年,iPhone尚未发售、社交网络不成气候、网络游戏整体游戏质量无法和主机游戏质量想媲美。但这一切在近年来发生改变,主机游戏需要巨大的持续时间消耗和用户黏着,这在今天的碎片化时代多少显得有些不合时宜。

从产业面观察,对主机游戏业的担心目前仍有些杞人忧天,在这一代主机中,行业诞生了多项可以载入历史的世