

# 新游公测“宝可梦”还有多少金可挖

## 新游热度登榜单首位

皮卡丘、妙蛙种子、小火龙、杰尼龟……这些人们耳熟能详的“宝可梦”角色伴随着手游《宝可梦大探险》的公测，于5月13日再一次出现在玩家面前。

公开资料显示，《宝可梦大探险》由网易、The Pokémon Company、GAME FREAK inc.合作开发，是一款以方块造型的宝可梦为主角的休闲收集对战手游。2021年2月9日，《宝可梦大探险》正式通过进口游戏审批，获得版号。随后在4月16日《宝可梦大探险》启动删档计费测试，并持续至4月24日。

自删档计费测试结束后，《宝可梦大探险》的热度便处于日益上升的趋势，并在启动公测的两天前，实现全网预约数突破1000万。而随着此次全平台公测，该游戏的热度进一步爆发。据TapTap的数据显示，截至5月13日16时，《宝可梦大探险》在Android游戏榜中的热门榜和新品榜均位居首位，与此同时，在iOS游戏榜上《宝可梦大探险》同样也登上了热门榜的首位。针对当下的市场反馈，北京商报记者联系《宝可梦大探险》方面，但截至发稿未得到回应。

游戏玩家方安向记者表示：“宝可梦”可以算是一个伴随着自己成长的IP，从最初观看动漫到体验多款游戏产品，至今已体验大量“宝可梦”的相关产品，因此在《宝可梦大探险》此前发布即将公测的消息后，便一直关注着上线时间，并在5月12日开启预下载



时便率先下载了游戏，只为了能在第一时间进行体验。

## 多元改编显吸金力

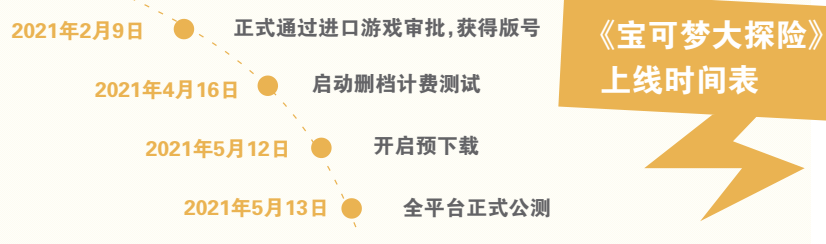
《宝可梦大探险》较高的热度，不止体现出该游戏的市场影响力，更证明了IP“宝可梦”强大的市场号召力和吸金力。

据Statista发布的数据显示，从1996年发

布至今，人们在“宝可梦”上进行的各项业务支出消费已达到约1000亿美元，这一数字不仅超过“Hello Kitty”“小熊维尼”“米老鼠”“星球大战”等IP，更几乎是人们在“漫威电影宇宙”“超级马里奥”“哈利·波特”三个IP上实现的支出消费总和，成为全球最赚钱的IP。

“宝可梦”所积累的市场影响力与该IP多年来的运营密不可分。”数字文创产业智库研究员李杰表示：“宝可梦”最初在赢得市场

继今年2月通过审批获得版号后，5月13日，手游《宝可梦大探险》终于开启全平台公测，据TapTap的数据显示，该游戏在Android游戏和iOS游戏的热门榜中均居于首位。《宝可梦大探险》展现出的高热度，也再一次证明了IP“宝可梦”的市场价值，且该IP已成为全球极具吸金力的IP之一，并实现在游戏、影视等多个领域进行多元化改编。随着更多产品的出现，也令人们好奇“宝可梦”究竟还有多少金可以挖。



和受众后，持续打造多元化的产品，除了游戏外，不仅动漫影视作品再一次加深了人们对该IP的印象，此后“宝可梦”还赶上了卡牌收藏的风潮，以及当下越发受到重视的衍生产品的打造，让IP的品牌形象更为立体。

值得注意的是，“宝可梦”在进行IP开发的过程中，也不乏爆款产品的出现，以2016年上线的游戏《精灵宝可梦GO》为例，上线一个月全球下载量便突破亿次，并实现半年内吸

金8.32亿美元，此后还连续多年持续登上热门游戏榜。李杰认为，持续不断推出衍生产品加强了“宝可梦”IP的曝光度，而爆款产品的出现则令“宝可梦”IP进一步强化了受众基础。

## 瞄准需求延长生命力

尽管“宝可梦”的吸金力已有目共睹，但也并非所有推出的相关产品均得到市场内所有受众的认可。

以此次公测的《宝可梦大探险》为例，截至北京商报记者发稿时，该游戏在TapTap上的评分为5.6分，在部分玩家表示出对该游戏的认可，认为满足当下休闲玩家需求的同时，也有另一部分玩家发出了缺少可玩性、体验不佳的声音。

游戏行业分析师赵勇表示，从IP的角度而言，“宝可梦”相关游戏不会缺少市场空间和玩家基础，这让游戏作品获得了天然的优势，同时也被赋予了较高的期待，但连续多年的运营以及大量产品的持续产出，令玩家对相关产品的熟悉度已经较高，如何持续维持创新度和较好的体验感便成为一项挑战。

在业内人士看来，按照当下的发展趋势，“宝可梦”的IP生命力还存有较长的时间，而若要持续延长，优质产品必不可少。“人们对于‘宝可梦’的喜爱度仍保持在较高的水平，后续需要抓住人们的需求与喜好变化，预判市场变化走势，持续产出优质产品来满足市场，提升IP的活跃度和影响力。”李杰如是说。

北京商报记者 郑蕊

# 盛行的机器人竞赛究竟什么来头

随着STEM教育的兴起，越来越多的家长开始给孩子报名乐高、编程等相关课程。5月13日，北京商报记者接到多位家长的反映，孩子在参加机构举办的机器人比赛时，遭到不公平待遇并被取消了成绩。同时，整个房山赛区学员的成绩均未在比赛当天得到认可。记者在调查后发现，当事学生参加的RA机器人大赛并不在教育部发布的竞赛白名单中，属于机构组织的民间社会竞赛。有相关业内人士透露，培训机构搞此类比赛，主要是为了促进课程和硬件的销售，不具备权威性，获奖的用处并不大。

## 被取消的成绩

日前，北京商报记者接到多位家长的爆料，称自己的孩子参加了某机构举办的RA机器人大赛，但在赛后被当场取消了成绩。“到当天下午第二轮比赛结束的时候，组委会的表态还是承认成绩有效，我们和孩子一直等到下午6点多，最后得到的结果是成绩暂时无法公布，不能颁奖”，家长李女士告诉记者，比赛共持续了一整天，在上午的比赛中，裁判并没有指出用具存在问题，直到比赛最后，裁判组才突然表示，用具不合格，不能公布成绩和进行颁奖。同时，李女士所在的玛酷机器人房山校区所有选手的成绩均未在当场得到公布和认可。

“这件事对孩子影响还是挺大的，小朋友们都觉得这么努力为什么连上台都不行，甚至有好几个小朋友已经不想继续在机构学了。”李女士在接受采访时说道。据调查，培训机构“玛酷机器人”是本次RA机器人大赛的承办单位，机构里大部分具备参赛资格的学员都报了名，并交纳了1280元的报名费用。

“比赛的规章制度和章程都没有纸质版的”“家长不清楚比赛规则”“比赛的细则一直在群里说过，赛前的集训孩子和老师都是按照要求来，上午没有异议，下午就成了不符合规定，这很不负责任”……对于此次比赛的结果，多位家长向北京商报记者表达了自己的不满。

针对家长的疑问，北京商报记者联系了玛酷机器人房山校区负责人，该负责人表示，整个比赛过程确实在赛事规则的沟通环

节上存在一些纰漏，导致校区的方案没有得到赛事组的认可，校区学员成绩也没能在当场公布。上周日我们重新组织了一次颁奖仪式，总部那边的运营经理和校区的人一起完成了颁奖。”然而，此次颁奖并未得到家长认可，不少家长依旧要求总部给出比赛说明，并恢复孩子比赛的相关成绩。

## “民间竞赛”盛行背后

谈及参与比赛的初衷，不少家长都表示，希望能够通过比赛来锻炼孩子，也有家长表示，除了锻炼孩子，也希望比赛能够让孩子的简历更好看，能对孩子未来的升学有帮助。但实际上，像RA机器人大赛这样由企业机构主办的竞赛，未得到官方的认可，并不在教育部的竞赛白名单当中。

北京商报记者也从教育部发布的《2020—2021学年面向中小学生的全国性竞赛活动名单》中发现，得到官方认可的自然科学素养类竞赛共21项，主办单位多为科协等第三方学会和中心，未出现任何由企业牵头主办的竞赛。且教育部也明确要求，面向中小学生的全国性竞赛必须坚持公益性，不得以盈利为目的。竞赛主办方、承办方不得向学生、学校收取任何费用。

而那些收取报名费的民间社会竞赛，显然不能得到官方的认可。而对于此次RA机器人大赛收取的上千元报名费，玛酷机器人房山校区负责人也在解释中表示，1280元报名费中包括了300元的学生电子档案费用，剩下的980元是物料费，涉及到场地、人力、服装等多方面的成本。

相比之下，民间社会竞赛不仅含金量不

如官方竞赛，参加比赛的费用还比官方竞赛高出一大截。这不禁让人思索，究竟是出于何种原因，让这些非官方竞赛在机构和家长群体中依旧受追捧？对此，一位不愿透露姓名的业内人士表示，一些培训机构搞此类比赛，主要是为了促进硬件和课程的销售。“一般机构会指定自家的硬件作为参赛用具，借此来卖货，或者把课程包装整合一下，作为赛事课程卖给学生。”

同时，在调查中，北京商报记者也发现，目前很多家长对于国内竞赛的认知还存在较大信息差，不少家长在不了解比赛含金量和意义的时候，就已经在机构报了名，参加完才意识到比赛的用处并不大。

## 应避免盲目跟风

实际上，从近几年的教育部政策来看，减少竞赛项目，减弱竞赛在升学中的影响已成趋势。但从国内竞赛的整体环境来看，还有待改善。有业内人士就表示，机构组织的非官方竞赛，如果课程设计确实能帮助学生学到东西，锻炼学生的硬件操控和编程能力，还是有一定意义的；但如果赛事设计纯粹是教学生如何操控乐高，不需要编程和开发，只按动机器开关就行，那就没什么意思了”。上述从业者表示。

中国教育科学研究院研究员储朝晖在接受采访时也指出，目前国内竞赛存在的问题较为复杂。由于目前官方是按照白名单的模式来管理竞赛，且要求不能收费，这就导致有一些做得不错的竞赛中断了。同时，一些专业的评价机构在现有的竞赛要求下，生存空间也比较狭窄。”储朝晖表示，从机构角度来看，给非官方的专业评价机构提供生存空间的矛盾还没有解决，这导致部分白名单的竞赛没人参赛，而过去做得好的，得到认可但没能进入白名单的竞赛却做不下去了。

此外，对于热衷参加民间社会竞赛的家长，储朝晖也提出了相应建议：“首先家长需要破除功利心态，尽可能不要将其作为升学等方面的依据；其次不要跟风，要以孩子的兴趣和能力为主。家长应该更多地把竞赛看成了解孩子发展的一个参考。”

北京商报沸调查小组

# 多类新“工种”受追捧 老龄化催生养老行业招聘潮

北京商报讯(记者 蒋梦雅 杨卉)第七次全国人口普查披露的我国老龄化情况，让人们再次关注到了养老服务巨大的人才缺口问题。5月13日，北京商报记者梳理发现，在多个招聘网站上，带有“养老”这一关键词的岗位俨然成为了不少企业急需的“香饽饽”。

北京商报记者在多个招聘网站中搜索“养老”后发现，对应出现的工作需求量均达万条。具体来说，除了护工、保姆等需求量较大的常规岗位外，一些平台还出现了针对老年人的陪聊师、养老规划师、广场舞教师、健康评估师、营养师等新兴职业。而且，有的涉老职业“薪酬”也十分可观。以针对老年人的互联网老年版产品负责人为例，在某平台上，这一职业的薪资待遇普遍能达每月15k-45k、13薪起。

与此同时，北京商报记者还从BOSS直聘获悉，2021年以来，仅该平台养老产业相关岗位数量就同比增长50%，其中涨幅最大的岗位包括养老护工、保姆、养老社区物业管理员、助教、导医等，薪资涨幅最大的岗位包括(养老院)客房服务员、护工、导购、营养师等。某养老机构负责人向记者介绍，目前，养老服务业的工种已愈发细化、多元化，一家养老机构除了服务、管理、财务等常规岗位外，还会设置至少20多个岗位，如老年评估师等都是近年新增的“技术工种”。

其实，对于养老服务业涌现的招工潮，教育机构有着最直接的感受。据业内人士透露，近年来，校企合作办养老培训学校或开设相关专业已越来越常见，这类生源的数量，以及毕业生对口就业率增长迅猛。北京优护万家养老服务集团副总经理、教育培训事业部负责人杨晓丹就告诉北京商报记者，如今已有一批企业会在学生毕业前就到校挑选人才。

招工需求增长、职业结构变化的背后，映射了养老服务需求的常变常新。

据上述业内人士透露，受疫情等多方面因素影响，智慧养老、医养结合、老年文娱消费等概念快速在养老服务业“走红”，不仅涉老企业有意加强这类产品的供给，一些“业外”企业也跃跃欲试，准备试水增加一些主要面向银发族的服务项目。

以智慧养老为例，在中关村大健康服务

平台主任迟胜看来，近年来老年人的“触网率”明显提高，他们越来越能接受一些线上的购买、支付模式，而这也催生了行业对人工智能等高端人才的需求。数据显示，有企业在招聘负责人工智能技术在养老领域内的应用与研究岗位时，就提出应聘者应具备计算机应用人工智能相关专业博士及以上学历。此外，这类职务的薪酬也相对偏高，基本月薪都在30k-60k。

另一方面，当下老年人的娱乐生活也解锁了很多新玩法，而这也直接体现在了相关行业的人才需求上。北京商报记者查找发现，部分招聘平台甚至开设了“广场舞专场”等页面，公开招聘各类相关岗位。近几年我们在课程设置上也会重点关注老年人的精神文化需求。”杨晓丹称：“除了生活护理和生活照护类的基础课，养老服务管理人才培养时还会开设老年人心理辅导、老年活动组织和策划等课程。”

养老服务“新工种”的出现，除了给求职者带来了更多选择，也为行业留下了新的考题。

“目前行业内热门的新职业都是跟着社会热点和新需求产生的岗位，还没有形成相对稳定的体系，不论是培训环节还是用人机制，都还处于摸索状态”，杨晓丹称。上述业内人士更直言，这些职位并没有相对应的执业标准和具体的评价体系，从业者的从业要求、晋升机制等都没有可参考的依据，容易出现人才质量参差不齐的情况。

值得一提的是，在部分招聘平台，北京商报记者还发现一些企业“蹭”人口老龄化的热点来发布招聘信息，吸引求职者的注意力。虽然这类工作可通过搜索“养老”等关键词出现，但真正的职位其实是各类地推、销售等。

还有养老机构负责人告诉北京商报记者，养老服务人才流动性大、一线护理人员紧缺仍是目前全行业最头疼的问题。虽然这几年各界都做了不少尝试，试图将人才留在养老领域，但真正为老年人提供服务的一线服务人员，如护理员、看护等缺口还是很大，专门为老年人服务的岗位，不仅对医疗康复专业技能要求更高、工作量更大、薪酬也相对较低，所以很多人也都跳槽到家政、月嫂等相对“性价比”更高的行业中了。”有养老机构负责人直言。