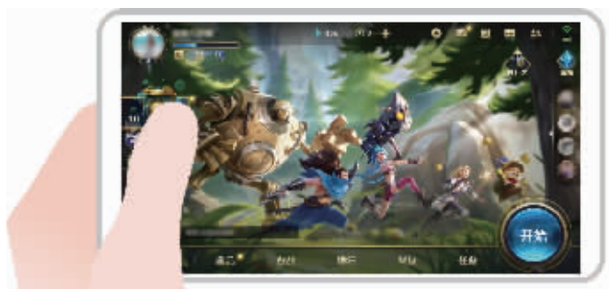
编辑 赵天舒 美编 白杨 责校 池红云 电话:64101673 syzx10@126.com

《英雄联盟》PK《王者荣耀》 腾讯“一鱼两吃”

《英雄联盟》作为一款风靡全球十余年的MOBA游戏,姗姗来迟的手游国服版《英雄联盟手游》终于上线了。经过不到一周的玩家反馈,截至10月12日记者发稿,据不完全统计《英雄联盟手游》全网下载量已接近1400万次,TapTap上评分保持在8.2分,实现了流量与口碑的开门红。因同属腾讯旗下,此次光子工作室群(以下简称“光子”)携《英雄联盟手游》一入场,便被业内外视为与“亲兄弟”天美工作室群(以下简称“天美”)在MOBA手游市场上的正面battle。在这场“家族内斗”的最后,究竟谁更胜一筹?而谁又将成为最大的赢家?



《英雄联盟手游》

在巴西、菲律宾等地区开启内测	2020年6月
在日本、韩国、新加坡地区开启公测	2020年10月
国服版上线,首日App Store预估下载量超40万	2021年10月8日

《英雄联盟手游》在App Store中评分为3.7分,而在TapTap上评分为8.2分。

《王者荣耀》

历年累计收入已经突破100亿美元,成为全球第一款收入破百亿美元的游戏

《王者荣耀》在App Store评分为3.9分,TapTap评分5.7分。

下载量猛增

国庆长假结束的第一天《英雄联盟手游》不删档测试便毫无防备地上线了。得益于数十年积累的庞大粉丝基数,该款手游上线不到1小时,便登上各大应用平台的热榜第一。据北京商报记者不完全统计,上线仅5天,《英雄联盟手游》累计下载量已达到1375万次,直逼1400万次。有意思的是,尽管因延迟上线而遭到众多玩家怒刷差评,但《英雄联盟手游》目前在TapTap上的评分仍然达到8.2分,无疑在流量与口碑上赢得了开门红。

作为全球最热门MOBA端游的手游版,又同为腾讯出品,人们很难不把《英雄联盟手游》与《王者荣耀》进行对比。话题“英雄联盟手游能碾压王者荣耀吗”随之登上微博热搜,阅读次数达到3.4亿,在一个超23万人参与的投票中,过半网友认为《英雄联盟手游》无法超过《王者荣耀》。

“虽然《王者荣耀》最初是模仿的端游《英雄联盟》,但其已经营多年,凭借中国化的人物和简易的操作,几乎吸引了全年龄段的人玩,算得上一款‘全民级’手游。”在玩家文先生看来《王者荣耀》已培养了大部分MOBA手游玩家对“快”“炫”“爽”游戏体验的习惯,而《英雄联盟手游》的操作相对复杂,节奏偏慢,画风和特效也不如《王者荣耀》讨喜,很难满足大批不玩端游的新玩家的需求。

玩家易先生则认为《英雄联盟手游》作为大IP作品,玩法上已经固定,加之推出时间较晚,除了深耕自身绝对优势的细分领域,即LOL端游玩家更看重的竞技性,已没有更好的选择。“这决定了《英雄联盟手游》是竞技品质更高的手游,而王者则已出圈,成为了年轻人的社交工具之一。”

“千年老二”实力不容小觑

随着《英雄联盟手游》的爆火,光子作为背后的开发团队也再次走到聚光灯下。众所周知,腾讯游戏四大工作室群一直是既独立运营又相互竞争的关系。在多年的内部竞争中,年纪最小的天美凭借着《王者荣耀》等爆款游戏为腾讯贡献了最多的游戏收入,但作为“千年老二”的光子实际也颇具实力。

公开资料显示,光子主要在战术竞技、棋牌、休闲竞技等游戏品类中耕耘,旗下拥有棋牌类游戏《欢乐斗地主》《欢乐麻将》,战术竞技类游戏《和平精英》等多款热门游戏。营收方面,据SensorTower在今年3月的数据《和平精英》上线三年多以来,全球累计收入达到51亿美元,仅2020年就吸金27亿美元,其中有超10亿美元来自海外市场。

在业内看来,光子此时上线《英雄联盟手游》,直接对标天美的营收王牌《王者荣耀》,或许是看重其在海外市场表现疲软。有数据显示,虽然《王者荣耀》很早就推出了国际版,但其有接近99%的营收来自国内和东南亚,只有1%是来自欧美等全球其他国家。而《英雄联盟》在海外却拥趸众多,据SensorTower数据《英雄联盟手游》国际版于2020年10月上线,截至今年7月,其在全球下载量达到4630万次,营收达6470万美元。

“从地区看《英雄联盟手游》海外玩家较多《王者荣耀》的玩家则多在内地。相较而言《英雄联盟》手游版有更大概率成为腾讯手游抢占海外市场的‘王牌’。”财经评论员张雪峰表示。

幕后大佬坐收渔翁之利

“事实上,同为腾讯的‘亲儿子’,光子和天美无论如何竞争,最终的赢家都只有腾讯。”张雪峰直言。

可以看到,无论是此前的QQ与微信,还是如今的《英雄联盟手游》与《王者荣耀》,腾讯一直善于将“内部竞争”发挥到极致。Red-PagodaResources总经理、CGTN科技与企业评论员莫天安曾在公开采访中将腾讯的这种企业文化比喻为鲨鱼窝,“幼鲨之间互斗而存活,这不致命,但能让每个成员都能更快地适应、更强地竞争”。

在业内人士看来,腾讯游戏乃至整个腾讯公司之所以能在行业内傲视群雄,其根源便来自于“内部竞争”。

张雪峰分析指出:“在任何一个行业,竞争都无法避免,但‘内部竞争’则比外部竞争好得多。一是不同团队之间能够取长补短,激发出各自的潜力,共同进步;二是自己的左右手互博,无论哪边赢了,都是自己的。”

财报显示,腾讯在2020年的全年营收为4820.64亿元,同比增长28%;其中,网络游戏板块贡献了1561亿元的营收。而据路透社消息,天美和光子分别为腾讯贡献了42%和29%的游戏收入,占到游戏板块的七成以上。

“不同商业模式、不同理念之间的二元对冲是一种智慧,在关键时刻,还可以舍弃一方来成就另一方。这种二元对冲投资不论是在经济、文化还是政治领域,都十分常见。”张雪峰补充道。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 周阳洋

关注 Market focus

“皮皮鲁与鲁西西”进影院 郑渊洁多IP掘金

作为由作家郑渊洁作品改编而成的首部真人电影《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》自上映以来自然不缺少关注度。据灯塔专业版显示,截至10月12日18时30分,该片累计票房已近5000万元,虽然这放在中国影史票房榜中并不显眼,但在日前的国庆档中,该片居于单片票房排行榜的第三位。值得一提的是,郑渊洁凭借着笔下创造的诸多经典角色与相关作品,早已建立起一个童话帝国,不仅带来丰厚的版税收入,随着向动画、电影、舞台剧等多种形式拓展,也进一步挖掘着红利。

电影票房近5000万

《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》的上映,不仅吸引着孩子们的目光,也让“90后”“80后”甚至是“70后”的家长们掀起一场回忆之旅。

据灯塔专业版显示,截至10月12日18时30分《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》的累计票房已达4922万元,观影总人次则达到了128万。尽管从表面上看,该片尚未过亿元的票房表现并不突出,可在近期上映的“儿童向”影片中,该片的累计票房则居于前列,且是2021年国庆档中同类影片票房最高的作品。

作为故事的原著作者,郑渊洁无疑也随着影片的上映受到由四面八方汇聚而来的关注,同时“皮皮鲁与鲁西西”相关作品已为郑渊洁带来丰厚的收益。

公开资料显示,仅是原著《罐头小人》这一部作品,就已自1985年起多次出版,累计销量超过千万册,同时还被改编为舞台剧作品,上演了数百场。与此同时《皮皮鲁总动员》系列图书的总销量更是早已过了亿册的级别,其中在2011年联合国评选世界十大图书时《皮皮鲁总动员》系列图书的总销量便已达到近4亿册,而背后的读者群则超过了3亿。

即使到了当下,打开包括京东、当当在内的多个电商平台,搜索童书热门作家,郑渊洁的名字仍屡屡出现,同时《皮皮鲁传》(漫画版)等图书也在动漫卡通书、儿童文学书等相关类别上排名前列。

诸多IP同步改编布局

当然,郑渊洁的童话帝国不仅只有“皮皮鲁与鲁西西”,舒克、贝塔、大灰狼罗克……一系列经典角色与相关作品同样也是郑渊洁笔下的知名IP,同样为其带来不菲的收入。

以中国作家富豪榜为例,该榜单自2006年诞生以来,郑渊洁便持续居于榜单前列,并多次成为榜首,数据显示,每年的版税收入达到数千万元,成为名副其实的“童话大王”,收获来自各地的粉丝与读者。此前郑渊洁还曾对外透露,当时每天都能一袋子一袋子地收到来信,为了好好收藏买了10套房子,用于存放这些信件。

值得注意的是,如今郑渊洁的童话帝国早已不限于图书领域,动画、真人电影的上线均证明着相关IP在尝试多元化运营,从而挖掘更大的空间,而由郑渊洁之子郑亚旗担任CEO的北京皮皮鲁总动员文化科技有限公司(以下简称“皮皮鲁公司”)便是幕后的主要推手之一。

据皮皮鲁公司官网显示,该公司于2012年成立,拥有郑渊洁作品的独家全版权,并在成立当年年底获得北极光A轮融资。随后在2016年和2020年,皮皮鲁公司则分别完成了B轮和C轮融资。截至目前,该公司围绕皮皮鲁、鲁西西、舒克、贝塔、大灰狼罗克等郑渊洁童话人物、故事进行品牌开发、运营,业务主要涉及出版、影视、授权、新媒体等领域。

数字文创产业智库研究员李杰认为,儿童内容市场中,童书是一个较大的领域,尤其是在“二孩”“三孩”逐渐放开后,有不少声音认为空间会进一步扩大,但存在的一个现实情况是图书可以给多个孩子反复利用,重复购买率并不如外界想象得那么可观,因此围绕IP衍生开发是一个拓展方向。

欲掘金多元市场

围绕着IP布局,现阶段这一童话帝国也已有了自己的目标。

郑亚旗曾在公开场合表示,“我们的内容实际上跟漫威的特点很像——郑渊洁一共有400多个故事,共涉及700多个人物形象,主角、故事之间的关联性很强,并且适合各年龄层观众观看,受众广泛,内容改编性强”。

与此同时,据媒体报道,目前《魔方大厦》《舒克贝塔之五角飞碟》等项目都在筹备当中。而在皮皮鲁公司官网公布的IP合作案例中,银行压岁金、交通一卡通、邮票、灯会、手机主题等也都是授权领域。

从以上也可以看出,由皮皮鲁、鲁西西、舒克、贝塔、大灰狼罗克等数百个角色组成的童话帝国,并不只想握住儿童内容市场,也想在更大的受众群体和市场中获得关注度。

“目前郑渊洁笔下的内容基本仍是面向儿童受众,其他年龄层的消费大多是基于孩子的需求,从而引发家长的关注并消费。”李杰认为,郑渊洁的主要市场仍在于儿童市场,而在拥有内容后,运营IP也是一个具有专业度的领域,也是能否让内容具有更长久生命力的关键因素之一,这是后续需要持续加强的领域。

北京商报记者 郑蕊

(上接1版)

龙头企业开办职业教育获鼓励

《意见》也将支持高水平学校和大中型企业共建双师型教师培养培训基地,同时,支持企业技术骨干到学校从教,推进固定岗与流动岗相结合、校企互聘兼职的教师队伍建设改革。

据了解,为强化职教领域的师资建设,教育部在此前已启动实施职业院校教师素质提高计划,对相关教师和校长进行培训。“在‘十三五’期间我们完成了国家培训41.4万人次,省级培训28.41万人次,已经超额完成指标任务。”黄小华表示。而在深化职业院校的三教改革方面,教育部也已展开两批364个国家级团队立项建设,覆盖31个省区市,300多所职业院校,建立了229个省级团队,1200个校级团队。

而在此前北京市教委印发的《北京市“十四五”时期教育改革和发展规划(2021-2025年)》中,同样提及了职业院校老师要向“双师型”发展的方向。具体来看,职业教育适应性明显增强,“双师型”教师比例达到82%,国际一流的职业院校和特色高水平专业建设取得明显进展,高素质技术技能人才供给能力显著提升,基本建成现代职业教育与培训体系。

此外,北京还将探索把行业企业从业经历作为认定教育教学能力、取得专业课教师资格的必要条件。健全职业院校教师与企业工程技术人员、高技能人才的双向聘用机制,完善职务聘任、晋升办法等。

在改进教学内容与教材上《意见》提出,要完善“岗课赛证”综合育人机制,按照生产实际和岗位需求设计开发课程,开发模块化、系统化的实训课程体系,提升学生实践能力。深入实施职业技能等级证书制度,完善认证管理办法,加强事中事后监管。及时更新教学标准,将新技术、新工艺、新规范、典型生产案例及时纳入教学内容。把职业技能等级证书所体现的先进标准融入人才培养方案。

职教专业目录更新 北京建设百个骨干专业

无疑,对职业教育来说,2021年堪称新的发展节点。溯源来看,教育部曾于今年3月印发《职业教育专业目录(2021年)》(以下简称《目录》),将职业教育设置19个专业大类、97个专业类、1349个专业。该新版《目录》同样是按照“十四五”国家经济社会发展和2035年远景目标对职业教育的要求,将专业设置对接现代产业体系。

而为贴合新版《目录》的要求,各地开始对职业院校的专业设置进行调整。以北京为例,据北京市教育委员会二级巡视员王东江介绍,为优化北京的职教资源分配,提升职教国际化水平,北京市将针对新版《目录》,采用“撤、并、调整、新增、建设合作”五个一批原则,梳理职业院校的专业现状,强化职业教育服务高精尖产业、城市运行与管理和高品质的民生需求。

此外,记者也从《北京市“十四五”时期教育改革和发展规划(2021-2025年)》中发现,在职业教育领域,普通高中与中等职业教育协调发展,学生自主学习和发展的能力显著增强。北京将重点加强养老、护理、学前教育、托育、家政服务、健康管理、轨道交通、城市运行、非遗传承等专业人才培养。并深入推进育人方式、办学模式、管理体制和保障机制改革,重点建设12所有特色、高水平的高等职业学校和100个左右骨干特色专业,探索开发与国际先进标准相对接、体现北京特色和水平的职业教育课程体系。