

· 速读 ·

30亿

## 2016年全球网民将达30亿

据市场研究机构波士顿咨询公司最新报告显示,到2016年世界网民数量将达到30亿,约占全球总人口的45%。报告还称,移动电子产品将成为宽带上网的最重要组成部分。

“2016年移动电子产品将占到所有宽带连接设备总数的80%,其中二十国集团中互联网消费者所蕴藏的价值为1.9万亿美元,平均下来每个互联网家庭为5000美元。”该报告如是显示。据悉,此报告是通过全球1.5万家中小型企业进行调查后撰写的。

同时,该公司发布的一份宣言称,商业模式将在未来五年中发生变化,并推荐企业建立数字化资产负债对照表,以方便各公司负责人在线处理业务。

111万人次

## 春节支付宝转账超百万次

春节期间来自支付宝方面的数据显示,今年春节7天假期,通过支付宝网站进行的转账付款超过111万人次,同比去年春节假期增长了75%。这111万人次转账付款总金额近6亿元,单笔平均金额约为500多元。

据了解,支付宝用户除了在假期中在网上发红包之外,有超过50万人还通过支付宝还了节前大采购留下的信用卡账单,人数比去年春节增加了178%,还款笔数超过60万笔,比去年增加了192%。目前,支付宝支持为24家银行信用卡还款。

数据亦显示,手机支付交易额比去年春节大涨7倍,其中每天约有20万人直接通过手机支付宝充值话费。

13.24亿美元

## 雅虎第四财季营收下滑13%

据悉,雅虎近日发布了截至去年12月31日的2011财年四季度财报。报告显示,雅虎四季度营收为13.24亿美元,比上年同期的15.25亿美元下滑13%;雅虎四季度净利润为2.96亿美元,比上年同期的3.12亿美元下滑5%。

截至2011年12月31日,雅虎持有25.3亿美元的现金、现金等价物以及有价债券投资,比截至2010年12月31日的36.29亿美元减少10.99亿美元。

雅虎预计,2012财年一季度营收为11.7亿美元到12.6亿美元,运营利润为1.05亿美元到1.55亿美元。

139亿美元

## 英特尔第四财季营收涨21%

近日据英特尔公布的2011财年四季度财报显示,其四季度营收为139亿美元,比去年同期的115亿美元增长21%。净利润为34亿美元,比去年同期的32亿美元增长6%。英特尔2011财年营收和净利润均创下历史最高纪录。

据了解,2011全年,英特尔的净利润为129亿美元,营收为540亿美元,比去年同期的436亿美元增长24%。

英特尔预计,2012财年一季度营收为128亿美元,上下浮动5亿美元,汤森路透分析师预期为127.7亿美元。据悉,当日,英特尔股价在纳斯达克常规交易中上涨0.24美元,报收于25.63美元,涨幅为0.95%。

6万

## 微软WP手机应用量破6万

据了解,微软Windows Phone Marketplace仅用25天就新增1万款应用,使该平台一年时间即突破6万款应用大关。

据了解,微软在一年前推出Windows Phone 7操作系统,希望与苹果iOS和谷歌Android操作系统竞争。目前该系统的业绩主要归功于诺基亚Lumia 800手机,据悉,这款手机已于去年圣诞节前在英国热销。

除此之外,微软Windows Phone Marketplace的应用提交速度也明显加快,目前平均每天新增约400款应用。

商报记者 魏蔚/整理

## 微博抢食短信拜年市场

交互式传播覆盖数亿网民

尽管逾300亿条发送量让短信继续稳坐拜年市场头把交椅,但以微博、微信为代表的互联网新媒体继续扮演抢镜角色。相关数据显示,春节假期期间,腾讯、新浪等微博运营商拜年信息量均过千万条,覆盖数亿网民。

## “老传统”叫座不叫好

自兴起以来,短信一直稳坐拜年市场头把交椅,龙年春节也不例外。相关统计数据显示,今年春节期间拜年短信继续上涨至300多亿条。业内人士保守估计运营商能从中获利30亿元。

尽管拥有如此丰厚的市场,但这一传统拜年方式在今年遭遇不少质疑,大量群发、转发以及抄袭引发群众反感,甚至产生“垃圾短信”问题。“心情可以理解,但有些转发的拜年短信署名都没改,多少有些诚意不足。”魏女士向记者反映。



据悉,针对垃圾拜年短信、大量信息同时爆发引发通信阻塞等问题,不少地区运营商不得不采取控制用户群发短信数量等措施。

“而微博等新兴的互联网拜年方式有效地弥补了上述不足”,有营销专家认为,拜年也是一种情感营销,双方需要获知诚意,微博等在形式上保障新颖的同时,“@某某”、图文并茂甚至视频链接等方式也能充分表达市民情感。

## 微博拜年传播力惊人

“即便在数据方面,才诞生两年多的微博也不落

下且增势凶猛”,腾讯微博相关人士告诉记者,至大年初一,腾讯微博拜年话题量就已经突破了800万条,比去年同时话题量上升逾400%,与春节相关的信息则多达1700万余条。而整个春节假期,直接涉及拜年的话题远超1000万条,比去年同时话题量上升近500%,与春节相关的信息则多达2300万余条。据悉,其他微博平台的拜年话题数量也均大幅增长。

“较之其他拜年方式,微博拜年更具有扩散性。”上述腾讯人士表示,腾讯微博粉丝量前11位的博主

(均在微博上拜年)听众数均超过2000万,按照这个基础来看,影响人群就已超过2亿。如果按照平均每人拥有50位听众来计算,1000万条拜年微博影响人群即超过5亿,加上二次传播,影响人群大大扩散,微博拜年影响力十足。

大众传播专家告诉记者,微博新媒体在丰富远程拜年的含义,“短信也就是互祝吉祥,而微博平台的发散性和即时性可以提供更丰富的话题交流”。据悉,截至记者发稿前夕,仅腾讯微博年俗话题量即达到3747万余条。根据腾讯微博发起的过年习俗投票数据显示,近24%的网友知道初一拜年习俗,20%的网友了解三十晚上熬一宿的习惯,其他年俗习惯知者甚少,只有0.74%的网友知道初六送穷神的习俗。

“传统春节习俗正在被遗忘。不过通过微博集结讨论的形式,春节传统正在以互联网新渠道逐步回归。”大众传播专家如是感慨。

商报记者 张绪旺/文  
暴帆/摄

玩家数量将超7500万 市场规模冲击78亿元

## 页游凶猛仍难破两瓶颈

2012年网页游戏将是网游重要支柱。易观国际最新预测报告显示,玩网页游戏(以下简称“页游”)的玩家数量年内将突破7500万人,将为之花费78亿元,为今年网游行业贡献14%的收入。不过分析亦指出,困扰行业多年的内容同质化和人才缺乏问题依旧未解,将拖累页游发展。

这个预测——网页游戏在今年就有望达到78亿元市场规模。而与营收增势相匹配,页游用户也将在今年有望增加2000万人,突破7500万,并在未来保持增长姿态。

“从数据上看,网页游戏增长远超预期,一批网页游戏进入成熟期,营收稳定”,易观国际分析师玉轶如是说。

## 两大顽疾依旧待解

尽管网页游戏市场规模每年成倍增长,但易观的报告也指出页游的增速正在下滑。这一方面是基于自然规律,另一方面是网页游戏市场环境变得越来越复杂,内容同质化和人才两大问题依旧严重,拖累页游增速。

事实上,在端游主导

时代,这两大问题就一直存在,前者引发网游公司之间对产品抄袭的争吵,后者更是引发裁员和挖脚矛盾频发的罪魁祸首。

之前有从业人士为记者分析了页游“低成本、可观收入”的低门槛之道:研发平均成本不到端游的1/10,联运模式免掉端游动辄千万元的营销费用,低薪酬小团队作战又砍掉近9/10人力成本。该人士认为,这种低门槛是种双刃剑效果,一方面降低了创业者创新成本,但也鼓动了创业者抄近路的想法。“去创新还是去模仿,只有他们自己知道。”

这就难怪易观国际分析认为过去几年网页游戏市场“渠道为王”,同类产

品多,必须抢先挂靠强势的推广和销售平台。而分析师玉轶认为,市场前景被广泛认可后,网页游戏将走向内容为王,只有真正优秀的产品才能上位,产品和渠道平台双重增加使得赚快钱变得越来越难。

“与哪个渠道合作都只是商业谈判的问题”,神雕网络CEO郑可也认为,网页游戏竞争目前最关键的是有快的节奏和好的产品,破解竞争中的同质化问题。

而游戏春秋CEO陈澍也从页游团队投资层面认为,不管何种游戏类型和运营模式,最大的区别在游戏本身的控制器、时间、偏好、倾向等这类小小的差别。

而对于人才问题,多位行业人士指出,任何一个行业都存在人才流动,市场潜力大的页游对人才争夺显得更为激烈,对恶意挖脚、恶意裁员等不良行业现象除了企业自律还需要相关制度法规加强监督。

商报记者 张绪旺