

## C2 HTML5迎来变现契机

当人们乐于接受技术新趋势之后，如何让趋势变成“现实”和“现金”更为重要。HTML5亦然，用于应用开发基础工具的发布会让人期待HTML5框架下网页应用的加速变现。

## C3 中国奢侈品网购正进入状态

去年上半年，中国奢侈品网购交易规模同比增长58%，达到135亿元。在尚品网CEO赵世诚看来，“奢侈品网购正在进入一个良性发展的阶段，新的竞争格局正在形成”。

## C4 UC提速游戏战略：分成3亿追击腾讯

在2012年之前，UC的游戏业务九游平台已经潜伏三年，曾因市场份额与腾讯数度交锋的UC正在加紧完善这件新武器。“打造全国乃至全球领先的移动游戏开放平台”，UC这样谋划：今年给游戏合作伙伴分成3亿元。

# 盛大游戏不认“唱衰论”：我们没事儿 称端游和手游决定未来竞争走向



## ■ 业绩瘤痒

被揪住说事的还是业绩。财报显示，盛大游戏去年四季度1.72亿美元的净营收被搜狐畅游的1.74亿美元超越。一时间对于“江湖座次生变”、“盛大四年从第一滑落第四”的指摘此起彼伏。

加上早先CTO陈峰的离职以及近年来外界对盛大整体布局的微词，盛大游戏遭遇的负面声音比200万美元（与畅游相比）的业绩差距大了太多。

不过盛大游戏内部并非外界呈现的那样“翻了天”。在与记者的交流中，负责媒介沟通和危机公关的盛大基层公关人员坦言：“确实并未刻意为此做什么应对。”

盛大游戏方面特意提醒记者注意整体市场格局。截至目前，国内主要网游厂商盛大游戏、网易、畅游世界等均已公布了2012年四季度及全年财务报告。从全年总体营收情况来看，2012年游戏市场格局未变。腾讯列第一，网易和盛大游戏分列第二、第三名，第四名则是畅游。

商业战场有个亘古不变的话题：各说各有理的数字游戏面前，短时间的东西代表着经不起考验。这或许是盛大游戏看轻这200万美元差距的最大原因。按照易观国际分析师薛永峰的判断，盛大游戏和搜狐畅游短期内不会拉开差距，最大的可能是两者交替前进。

但有不良症状就需把脉开药。薛永峰称，未来一段时间“很大的一个变量”集中在畅游旗下“第七大道”和盛大游戏2013

年主推的《时空裂痕》的表现上。

## ■ 页游浮沉

这是一个有趣的对比，“第七大道”是畅游的网页游戏子公司，而《时空裂痕》是盛大游戏最长袖善舞的大型客户端类网游，前者通常被认为是畅游抢到的香饽饽，并以此才能在业绩上绝杀盛大游戏，而后者通常被描述为盛大游戏的固步自封。

不过，事情还是没有表面上那么简单，被竞争对手置于关键位置的网页游戏至少在当事人眼里不再呼风唤雨。

“网页游戏都存在着产品生命周期短、风险高、利润率低等隐患”，盛大游戏方面认为这类游戏的通病依旧存在。而从公司运维角度讲，盛大游戏也不会投入最主要精力去追逐。

该公司公关负责人刘红鹰告诉记者，从产品角度讲，网页游戏不适合大公司狠力去做，即便腾讯和畅游也是通过收购中小企业实现网页游戏业务增长。另一个方式是做联运平台，但术业有专攻，盛大游戏确实错过了打造页游平台的最佳时期。

在盛大游戏的基因里，更适合专注游戏产品本身，而不像腾讯、畅游、百度、360这些具备媒体性质的通用平台能把网页游戏玩得很好。

网页游戏的渗透速度或许决定了前述差距的出现，但盛大方面并不紧张。按照该公司的判断，近几年来被视为吸金器的网页游戏遭遇瓶颈，2013年网页游戏市

场的增长速度将放缓似乎是不可避免的。

值得注意的是，盛大游戏对网页游戏依旧留了一手，根据张向东在财报会议上的计划，将对所有盛大游戏品牌推出网页版本或者微型客户端版本。刘红鹰则将之描述为“从产品体验出发的行为”，而非“直接杀入网页游戏市场”。

## ■ 守正端游

事实上，看淡页游红海并不能帮助盛大游戏夺回霸主地位，在前文趋势判断下，盛大游戏需要主动出击，在与记者的交流中，该公司对大型客户端网游的情有独钟依然浓郁，这或许是他们的“守正”之旅。

从代理《传奇》发家，盛大在大型客户端网游上收获颇丰。但在一些媒体的分析中，该公司2012年新产品拓展不太理想，一直靠着原有的《热血传奇2》、《传奇世界》、《龙之谷》等上线已久的游戏支撑。值得注意的是，其直接PK对手搜狐畅游的营收主力也仍然是《天龙八部》等运营多年的老品牌，这似乎成为游戏巨头共同的尴尬。

过去三年被称为大型客户端网游的瓶颈期。不过，官方数据显示，2012年客户端游戏市场实际销售收入为451.2亿元，同比增长23%，与早前40%—50%的年均增速相比不能相提并论，但较2010年的行业低谷（曾出现季度负增长）已有大幅回暖。

盛大游戏也将“端游回潮”视为大势所趋。该公司认为，客户端网络游戏仍然是未来竞争的制胜点。艾瑞咨询发布的

## ■ 逐鹿手游

盛大游戏的新增长点在哪里？刘红鹰认为是移动游戏。“已经投资多个移动网游团队，盛大自己也在研发。”

有意思的是，盛大的移动游戏业务采取了曲线策略，与之海外市场拓展联系密切。财报信息披露，盛大游戏去年四季度海外市场环比增长高达61.3%，最大功劳归结于手机游戏《百万亚瑟王》上。这是盛大游戏于去年年末推出的最新手游，目前只在韩国成功上线，并计划于今年上半年在中国台湾、香港和内地及新马等国家和地区陆续推出。

按照张向东的规划，产品之外，盛大游戏计划推出PC与手机互通的功能，以手机实现大型游戏的社区化，并开发诸如安全账号等新功能。

显然，在移动游戏领域，不论是产品还是缔造平台，盛大游戏都不想重演网页游戏的遗憾。

不过，新领域依旧有老对手，网易CEO丁磊也在近期财报会议上透露将在今年上半年让大家“看到一些移动游戏”，畅游也宣布将于2013年展开手机游戏的布局，畅游总裁兼首席运营官陈德文表示，目前也开了两条独立业务线开发独立游戏，并希望和游戏厂商合作，争取2013年和2014年能实现快速推出移动产品，这还没算上已经早早发兵的最大对手腾讯。

对于盛大游戏而言，看轻短期业绩浮沉固然心态端正，但真正决胜未来绝非轻而易举。

北京商报记者 张绪旺