

# 解禁期临近 乐逗股价重挫

在中概股在美国资本市场不景气的环境下，国内手游发行商乐逗过去一周里也遭遇了股价的接连下跌，盘中一度触底，收盘报10.5美元，较上市之时的发行价15美元下跌了30%。对此，乐逗游戏回应主因是股票解禁期临近。不过，手游市场泡沫已然开始破灭，产品“短命魔咒”依然未能破除，业界建议投资者谨慎持有乐逗股票。

据美股行情显示，乐逗游戏在过去一周里连续三个交易日大幅下跌，从15.31美元跌至10.5美元，盘中最低时还触及10.17美元，打破52周以来的交易价格新低。

对于股价重挫，乐逗游戏向北京商报记者回应称主要原因是股票解禁期临近。

“恰逢乐逗股票2月3日解禁日，股票解禁往往让投资者担心公司内部的持股人和原始股东会大量套现股票，因此投资者一般会抢先把股票卖出，导致股价下跌。不过，目前乐逗游戏多名占股份额较大的上市前股东及公司高管未将普通股转为ADR，也就是说，昨日解禁后也无法卖出，因此乐逗不存在大股东解禁期抛售股票的风险。”乐逗相关负责人如是说道。

除此之外，美股不景气以及中概股遇阻也是重要原因。就在前不久，同为手游发行商的中国手游



相比上市初的意气风发，乐逗游戏正遭遇资本市场的唱衰。

CMGE遭遇美国做空机构的做空，此事也影响了不少投资者对游戏发行商的信心。

然而，不可否认的事实是，手游市场增速已在放缓，自2013年初爆炸式发展的手游泡沫，从2014年起开始渐趋破灭。不同于端游、页游，手游产品生命周期较短，短命魔咒是摆在手游研发商、发行商、渠道商等产业链各方面前的共同难题。而就手游产品自身来说，轻度游戏的生命周期往往又要短于中重度游戏。

从乐逗游戏的产品线来看，目前占比最多的还是休闲类轻度游戏，包括对收入有关键作用的《水果忍者》、《神庙逃亡2》等经典产品，因此如何破解短命魔咒也是乐逗要面临的重要考验。

为此，乐逗游戏自去年起已开始向中重度游戏方向发力。与此同时，乐逗游戏在上月借力热门综

艺节目IP发行了《奔跑吧兄弟：跑男来了》，上线首日收入及DAU（日活跃用户数）破百万。乐逗游戏还和美国艺电合作经典端游《龙游世纪》的手游版《龙腾世纪：英雄—中国版》。除此之外，昨日，乐逗游戏还一举拿下了海外游戏大作《纪念碑谷》安卓版的中国市场独家代理权。

易观智库分析师薛永锋在接受北京商报记者采访时指出，相比以前的狂热，手游现在的市场环境变差，泡沫基本破灭，这从最近资本市场的表现也可见一斑，因此乐逗游戏股价表现欠佳并不意外。

随着手游发行成本越来越大，虽然手游发行商的整体格局落听，集中在乐逗、中国手游、中青龙图、飞流、触控、昆仑等近10家厂商，但彼此的竞争却并未减弱，谁能更胜一筹，将取决于产品内容。

北京商报记者 吴辰光 曲忠芳

## · 谁有话说 · 搜狐网总编辑陈朝华： 媒介融合发展迎来黄金十年

“未来十年，是媒介融合发展的黄金十年。最新的学界观点认为，媒介融合分为四个层次，整合的新闻产品、多才多艺的专业人士、多平台的推送方式和积极的受众。”在日前的搜狐新闻客户端5.1上线发布会上，首次亮相的搜狐网总编辑陈朝华如此解读了搜狐新闻未来的发展方向。他指出，搜狐新闻客户端5.1版的发布，将让这四个层次得到更彻底的融通。

在搜狐看来，移动端信息和资讯内容消费向多端进发，包括“头部阅读”、“尾部阅读”和sns（社交平台）的链式传播模式。所谓“头部阅读”就是新闻阅读，也是刚性需求，包括陈朝华的加盟、强化搜狐编辑部建设，就是要满足这种刚性需求的。“尾部阅读”则要通过PGC（专业生产内容）模式完成。目前，搜狐已经有多个频道完成了这种PGC改革，这些内容同时输送到搜狐网、手机搜狐网、搜狐新闻客户端等各个端口。

陈朝华认为，随着移动互联网的快速崛起，未来十年，是媒介融合发展的黄金十年，搜狐新闻客户端5.1正是由此而生的，技术的进步让客户端变得更加聪颖，能够从海量的信息中筛选出优质的内容，让优质内容在移动互联网时代得到更好的价值回归。

谈到融合，除了新闻客户端本身外，自媒体也将共享不小的力量。搜狐认为，有质量的自媒体将会提供值得信赖的资讯内容。搜狐新闻客户端App、WAP端手机搜狐网、PC端搜狐网三端打通之后，新升级的推荐引擎将充分利用这一优势，加强编辑经验值的权重，提升优质内容的识别能力和推荐能力，在个性化内容的推送上，也将更加精准。

对用户而言，大数据推送引擎、全量化的自媒体内容，进一步满足个性化阅读需求；对于自媒体而言，则可以借此获得更多展示、更精准的用户，避免优质内容被埋没。

借助新上线的搜狐自媒体平台，搜狐新闻客户端入驻的自媒体将升级成“媒体账号”进行管理，更多媒体、自媒体都可以申请加入，生产的内容会在PC、WAP、搜狐新闻客户端三端同时呈现，保证自媒体品质的同时，打造更完善的自媒体生态。

北京商报记者 吴辰光

## 产品对对碰

回顾过去一周，一些手机厂商频频出大招。无论是魅族发布的魅蓝对小米的咄咄逼人，还是摩托罗拉的卷土重来，搅局中高端市场，一时间，让节前的手机市场再次热闹起来。这些产品之间将上演一场大碰撞。

### 魅蓝



VS

### 红米2



近日，魅族全新产品魅蓝面世，同样是699元的定位无疑对准了小米的红米2。在配置方面，魅蓝处处以红米2作为比较对象。5英寸屏幕、8.9mm机身厚度、120g重量、2610mAh电池等参数均将红米2比得“一无是处”。同时，魅族还宣布携手海尔、阿里巴巴共同打造智能生态圈。看得出来，原本就视小米为死敌的魅族大有死磕之势。

红米手机2代是小米低端机红米的升级产品，红米算是国产低端机中的经典产品，也是众多国产厂商在千元以下市场较劲的主要对象。4.7英寸屏幕、高通骁龙四核芯片、800万像素摄像头、133g重量、2200mAh锂离子电池，售价仅699元，其他厂商往往会比对着这一项项参数进行升级和改进。

**点评：**黄章和他的魅族从未如此高调过，在近5个月的时间里，魅族一改以往一年一机的风格，频频扩充产品线，从MX4到MX4 Pro，到魅蓝，再到未来的智能家居，生态圈的建立或许让魅族有了更多的底气与死敌小米抗衡。不过，在快速扩张的同时，魅族接下来或许要应对的，既是自己遇到过的也是小米曾经遭遇过的产能问题。但随着小米日渐成熟，黄章近乎极端的做法能否让魅族跟上市场节奏需要时间来检验。

### Moto X



VS

### Mate 7



在联想完成收购3个月后，摩托罗拉携四款产品重返中国。其中，价格在3000元左右的Moto X吸引了不少的注意。此次摩托罗拉强调选择的权利，而这个权利并非是制造者选择的权利，而是交给消费者选择的权利。Moto X主打个性化定制服务，不仅是多样的后壳选择，还有个性化的体验设置。

这款在市场上已卖到脱销的产品使华为在3000元档位的手机市场稳占一席之地。Mate 7的全金属机身时尚设计、6英寸大屏幕、4100mAh大容量电池、指纹识别功能，在当下手机同质化相当严重的市场上可谓博得了不少眼球，尤其续航能力大大提升，即便用户玩命地上网，Mate 7的电量也能撑下一天来。

**点评：**实际上，3000元价位的手机产品有很多，摩托罗拉也没有刻意针对某一家厂商的产品。但Mate 7近来的强势无疑成为这一价位产品的标杆，以至于不得不让业界来如此衡量新晋者。或许，对于摩托罗拉来说，经历过两次易主，又在中国缺席了重要的几年智能手机发展年代后，此次卷土重来最大的考验就是品牌。当苹果开始强势回归、国产厂商也纷纷发力中高端市场时，3000元左右的价格能否再次让人们想起那个熟悉的摩托罗拉，将是个考验。