

继汉王之后 盛大Bambook价格暴降至499元 电纸书市场再迎降价“血雨腥风”

汉王电纸书降价风
波未平，盛大Bambook降价风潮又起。此次，Bambook从999元直降到499元，将电纸书价格再拉新低，同时纽曼等多家电纸书厂商也开始酝酿降价，电纸书市场再迎“血雨腥风”已无法避免。



大幅降价为出新品？

6月28日，盛大网络在北京召开“一人一锦书”市场新战略发布会，宣布盛大电纸书Bambook从999元直降到499元。会上同时宣布Bambook电纸书用户通过Bambook累计下载书籍突破1000万册。盛大果壳电子CEO郭朝晖表示，盛大将6英寸电子墨水屏带有WiFi的电纸书Bambook带入499元时代，今后还会在这个价位持续推出新品。

Bambook一经宣布降价，就在业内引起一阵喧哗。有分析人士指出，此番降价的源头还在于之前汉王降价引发的连

锁效应。4月份，汉王电纸书刚刚进行了大幅价格下调，降价幅度超过40%，所带来的直接效应就是汉王电纸书的销量大幅增长，一度也让饱受争议的电纸书市场看到“回暖迹象”。

“Bambook此次降价，原因之一可能在于清理库存，同时为新品的推出做好市场铺垫。”易观国际分析师孙培麟表示，Bambook从一开始就扮演了黑马的角色。去年一经推出999元的价格，就瞬间将电纸书价格拉入千元以内，虽然饱受争议，但Bambook一年来的销售情况确实只能用不温不火来形容。再加上汉王大

幅降价所造成的市场压力，推陈出新、清理库存就成为必然选择。有消息透露，Bambook2也将在不久推出，价格应该会在500-600元左右，因此降价后所形成的新价格区间将为新品的推出创造良好的市场空间。

业内跟风频推跳水价

Bambook价格暴降，引发业内同行跟进降价。纽曼副总裁付启敏在微博上开玩笑似地说道：“朝晖兄弟(郭朝晖)一去盛大，就整出这么大动静，这下汉王该着急了……我们怎么办，一咬牙拼了！下周开始488(元)！”

然而，此次业内龙头

汉王并没有出来表态，有接近汉王的相关人士表示，Bambook降价并未对汉王市场占有率产生多大影响，汉王不会在短时间内有跟进降价的行为。

业内人士对于电纸书将遭遇又一轮降价表示担忧。孙培麟分析认为，降价对于各大电纸书厂商产生的影响不一。纽曼、爱国者等品牌，因电纸书并非企业核心产品和竞争力，它们降价只是跟随大流；而此番降价对于汉王等以电纸书作为核心产品的企业打击甚大，这类企业无论是跟随降价还是另谋他法，都将必须面临这一波的冲击。

“电纸书的未来在于

原创内容，盛大高调降价，也是在谋求自己的渠道延伸性更强，让出版社等合作方看到盛大文学在终端等渠道方面的拓展力，以便为日后获得更好的内容资源做准备。”孙培麟表示，汉王面临的形势不容乐观，虽然Bambook在终端领域无法代替汉王，但降价带来的终端销量冲击还是不容忽视；Bambook后面是国内最大的原创文学平台云中书城，而汉王在此核心竞争力方面明显处于劣势。

推动盛大文学上市？

Bambook降价并非盛大在电纸书领域的单纯举动，有分析人士指出，其深远的意义在于推动盛大文学在美上市，并促进其盈利模式的创新。

早在5月份，盛大文学就发布了招股说明书，其中值得注意的是，盛大文学已经连续三年亏损。

招股说明书显示，2008年、2009年和2010年，盛大文学的净营收分别为人民币5300万元、1.346亿元和3.93亿元(约合6000万美元)，年平均增长率达到172.3%。2008年、2009年和2010年，盛大文学的净亏损分别为人民币2250万元、7450万元和5650万元(约合860万美元)。2011年一季度，盛大文学的净营收达到人民币1.387亿元(约合2120万美元)，而2010年同期为人民币4820

万元。2011年一季度，盛大文学的净亏损额减少到人民币370万元(约合60万美元)，而2010年同期净亏损为人民币1530万元。

“盛大文学之所以选择海外上市，原因之一可能在于，海外更看重上市公司发展模式和盈利前景。”孙培麟分析，看似盛大文学连年亏损，但实际上原创文学的市场潜力在海外是被十分看好的。

盛大文学的主要营收来源于网站上的付费阅读和向使用社区工具的用户收取费用，并与其他销售渠道商达成营收分成协议，包括电纸书生产厂商和无线运营商。此外，还向在线游戏公司和电视及电影制作公司授权一些内容版权，并在网站上出售广告。盛大文学线下出版业务也占很大比例，通过连锁和在线书店，以及批发方式销售图书，进而获得营收。数据显示，2010年，以营收来计算，盛大文学在中国在线文学市场占据了71.5%的市场份额，前景极为看好。

“一旦盛大文学成功上市，通过上市获得的资金就可以迅速投入到原创内容的建设以及相关终端产品的推广上。因此，Bambook未来在国内电纸书市场上还有很大的潜力。”孙培麟称。

商报记者 陈杰/文
盛大官网/图

动态

“用呼啦圈做的笛子”挑战吉尼斯纪录

商报讯(记者 郑洁)用下水管道做的乐器，用小军鼓做的提琴、胡琴，用呼啦圈做的笛子演奏《快乐的女战士》、《梁祝》，用针管做的活塞笛演奏《野蜂飞舞》、《枉凝眉》……近日，中国杂技团有限公司举行了其总工程师王建民的创新乐器品析会。这些深具环保理念的创新道具和乐器将挑战吉尼斯世界纪录，



未来中国杂技团有限公司还将以创新乐器为契机尝试创新乐器杂技节

另据王建民透露，他计划用活塞笛来挑战“野蜂飞舞”的笛子演奏速度的吉尼斯世界纪录：“目前网上查到的最快速度是一个美国人，170多拍(每分钟)，我用这个可以吹到210多拍(每分钟)。”

据悉，多家经纪公司和多位经纪人也纷纷表示王建民的创新乐器“具有现实的商业开发价值”。

王建民/供图

上海电影节“最佳后期制作企业”揭晓

商报讯(记者 蒋梦惟)近日，在上海电影节“艺恩2011电影产业颁奖典礼”上，2010-2011年度电影产业奖各项大奖揭晓。视点特艺(北京)数字技术有限公司捧起了“最佳后期制作企业”的桂冠。

该奖甄选了2010年5月至2011年5月于内地上映的影片涉及的后期制作公司，根据影片的后期制作技术水准、团队服务水平、服务价格等指标确认入围名单，并结合对电影制片人及导演调研的

评价结果确认最终获奖企业。据介绍，有五家入围的后期制作公司参与了“最佳后期制作企业”最后的角逐，通过专家评估并综合enbase娱乐决策智库及用户调研数据，最终视点特艺是拥有

96年好莱坞影视后期专业制作经验的Technicolor特艺集团在中国的合资公司。近年来，视点特艺公司先后制作了《集结号》、《非诚勿扰》、《唐山大地震》、《山楂树之恋》等作品的后期特效。

《妈妈咪呀!》中文版登陆北京



商报讯(记者 郑洁)8月12日，全新《妈妈咪呀!》中文版将揭开重重面纱登陆北京。作为至今仍然稳居百老汇最卖座排行榜前十名的常青音乐剧，《妈妈咪呀!》这部经典作品已经在世界各地巡演超过12年，拥有13个语言版本、数以千万的热心观众和高达140亿元的票房成绩，被誉为21世纪百老汇音乐剧当之无愧的代表作。它在北京的票房表现无疑值得期待。

《妈妈咪呀!》中文版主创介绍道，虽然采取的是与原版完全不同的语言，但中文版延续了《妈妈咪呀!》全球统一的制作标准，从整体的灯光、舞台效果，演员唱腔、动作和精确到厘米的走位，都有极其严格的规定。在此期间，英方金牌音乐总监马丁对演员的每一个音符都进行仔细把控，舞蹈总监莉亚更是将“魔鬼训练”贯彻到底，每天安排固定的体能训练，带领所有演员在半小时内完成100个仰卧起坐、40个往返跑和50个俯卧撑。

《妈妈咪呀!》官网/供图