



进击的 手机游戏

安之

尽管互联网巨头们“漫天撒钱”的方向集中于移动互联网平台上的生活应用方向，但一只眼睛看未来，一只眼睛看现在，从目前移动互联网的发展状态来看，商业模式最成熟、最能直接从消费者口袋里掏钱的依然是手机游戏。从这个角度来说，手机游戏在当下仍是移动开放舞台上的主角，借助巨头们的渠道、流量和分发能力，“愤怒的小鸟效应”在各个平台上一再上演，带来了一个个日进斗金的“传奇”。

从目前来看，手机游戏有两个看得见的方向。一是强版权游戏的兴盛。比如360日前宣布，根据迪士尼最新3D动画电影《冰雪奇缘》改编的同名手游将在360手机助手首发。双方还将建立包括移动游戏等方面的其他合作。迪士尼将提供旗下的游戏版权，而360也将协调各类平台资源，推动迪士尼游戏的分发与运营，360手游中心总监姜祖望甚至将2014年称为“版权游戏元年”。

究其原因，一方面移动互联网的飞速发展，使移动端的版权游戏不但能为版权方带来可观的二次收益，也使它们逐渐将移动互联网看做推广和营销的一大渠道，更愿意给出授权。而对于制作和分发来说，“搭船出海”显然也是争取“眼球”的有效方式，而版权方的重视也将为游戏提供更好的质量控制。

如果将强版权游戏视为“亲生子”，那么让中小开发者惦念的始终是自己的产品作为“抱养儿”，在开放平台上所能获得的“待遇”。阿里巴巴手游平台日前宣布，将收入比例调整为2:8，平台只拿20%分成，语音未落，便有100多家内容提供商蜂拥而上，而360也传出消息，单款游戏月流水50万元以下，3个月内平台不分成。激烈竞争的游戏平台为了拉拢开发者，在政策上都给出了各种优惠，而无论是提高开发者比例，还是渠道零分成，其实显示出的都是渠道对中小开发者的重视程度，它们对用户碎片时间争夺的“野心”也更加明确。

应该说，这两个方向都在为手机游戏带来更好的未来，毕竟从行业发展来看，合作方式的多元化与手机游戏整体质量的提升正相关，而只有手机游戏质量过关，才能让行业真正寻找到持续健康发展的机会。



手机游戏是移动开放舞台上的主角。图为随处可见的“玩家”。



进入2014年，移动互联网开放平台成为热点话题。左图 玩家在体验开发的一款赛车游戏。

移动开放平台重购产业生态

本报记者 徐红

在1月16日召开的2014腾讯移动开放战略大会上，腾讯首席运营官任宇昕表示，应用宝平台成为腾讯移动开放唯一入口，并明确非独代应用与开发者分成3:7。

腾讯此举用意很明显，利用腾讯旗下微信、QQ等多个社交平台，抢占移动互联网市场先机，拉拢更多合作伙伴加入应用宝开放平台中，共同

打造全新的产业生态。

为了更好地帮扶开发者，腾讯想尽办法发挥自身的聚合、跨屏、社交等优势，增强开放平台的开放能力。比如为初创型中小企业打造一体化拎包入住的“温棚式”创业基地、为开发者专属定制流量解决方案提供最高级别的云服务，分享腾讯关系链资源等，并且通过100亿元产业

基金、千万元IPO配套资金等相关服务的帮扶，来营造移动互联网生态环境。

开放平台成为移动互联网发展的必然趋势，而移动互联网的开放性正在重新构建互联网生态系统。移动开放平台的竞争的加剧，背后蕴含着哪些深意？围绕产业生态体系构建的开放平台将为开发者带来哪些机会？

助力开发者成长

“自从宣布开放平台的2年多时间，腾讯的开放更多集中在PC端，帮助了数百万注册开发者、上千万人实现就业机会，并为开发者创造50亿元收入。”任宇昕表示，当腾讯开发平台转向移动化后，应用宝在2014年日分发量要突破1亿元，未来两年希望整个腾讯开放平台为第三方开发者实现总收益超过100亿元。

开放平台移动化是大势所趋，相比传统互联网巨头各自开辟属于自己的“山头”不同，移动开放平台，就是通过开放自身接口，将底层能力、资源提

供给第三方调用，产生新的应用，并且该应用能够统一运行在这个平台上。高德地图开放平台产品总监房芳表示，就地图开放平台而言，可以提供给广大开发者兴趣点搜索，基于位置的搜索等基本信息，包括地址、经纬度、感兴趣的商业信息等。高德地图开放平台还开放了比较专业的传统地理编码服务和出行服务，同时还开放了数据分析功能。

所以说，对于追求盈利的开发者来说，开放平台具有相当大的吸引力，开发者可以自由地调用开放平台上的数据。据腾讯提供的数据，2013年年收益超过

1亿元的开发者达到10家，26款应用月流水超过1000万元，100多款应用月流水超过100万元。过去两年间，腾讯为第三方创造的总收益已超过50亿元。

不过，对于开发者而言，与开放平台合作，诚然能够让困扰于初创团队及个人开发者的开发成本、资源甚至推广渠道等问题得到有效解决，但盈利并非如此简单。调查显示，45.4%的移动开发者通过移动应用获得的年收入为1万元以下，盈利规模较低。这其中，第三方开放平台的综合能力起到了重要的作用。专家表示，开放平台的接口便利与否，后续服务质量如何，以及开放能力都会影响到开发者的产品的运营能力。除了慎选平台外，应用程序的持续运营能力，以及个性化需求和用户体验也是关键所在。

重新编织生态网

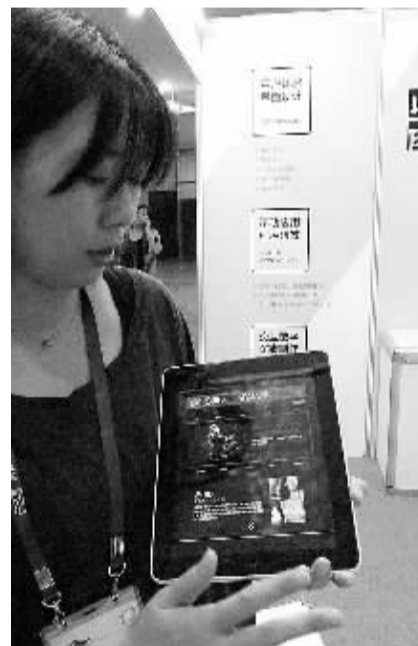
眼下的移动互联网产业环境并不令人乐观，商业模式不清、盈利难、移动广告收入乏力，一直是全球面对的共同问题。此时，平台的力量便显现出来。为构建完整的生态体系，获得新的竞争优势，全球各大互联网公司开始竞相推出自己的开放平台战略，以期实现与开发者长期合作，共同获利，实现整个生态圈的繁荣。

亚马逊作为开放平台的倡导者和先行者，开始向移动开放平台发力。推出了移动游戏社交平台，开放API接口供开发者使用，还开放了移动广告API(应用编程接口)，允许开发者在应用内投放显示广告。据悉，亚马逊已经有40%的交易额来自于开放平台。

良好的“钱景”使移动开放平台在国内也受到追捧。京东商城、苏宁易

购、当当网等直营B2C巨头也将开放平台提高到企业战略层面。2013年8月，京东开放平台上线，9月，苏宁易购开放平台上线。此前，淘宝、奇虎360、UC优视、人人网、豌豆荚等企业也都不同程度开放了自家的平台。他们深知，移动开放平台打破了业务层面的边界，无论是BAT，还是“小字辈们”，在移动互联网时代都重新站在了同一起跑线上，重新编织产业生态网。

其实开放平台本身就是在建设一个生态环境。但到底它是枝叶茂盛，还是杂草丛生，这要取决于平台的开放能力和服务水平。而未来的移动开放平台，一定能更好地满足人们各式各样生活需求，还有媒体需求、电商需求、生活服务需求等。同时，还可以走出中国，把合作伙伴的很多应用带到广阔的全球市场。



图为开发者在展示利用开放平台开发的一款软件产品。本版照片均为亦不凡摄



三招防网络钓鱼诈骗

本报记者 陈静

随着互联网金融的火爆，各类病毒及网络钓鱼诈骗随之活跃起来，黑客往往会利用购买火车票、打折促销、综艺节目中奖等设下陷阱，通过钓鱼网站或诈骗短信使网民上当，用户在上网或使用手机时格外提高警惕。

记者就此采访了互联网安全厂商瑞星的安全专家唐威，他表示，从目前的监控看，网民们这段时间主要应注意3点。一是车票代付款需谨慎隐私泄露。目前许多第三方交易平台都出现“网银代付www.12306.cn网购火车票”等服务，声称可帮助没有网银或者不方便使用网银的网民提供代付款服务。但在使用时，网民需要把自己的12306账号密码提供给店家，这样网民在12306网站上填写的真实姓名、身份证号、手机号等隐私信息都面临泄露风险。该类信息无论是被转卖给“黑中介”还是垃圾信息推送者，都将为网民带来严重困扰。二是小心伪基站短信发“假年货”。所谓“伪基站短信”，即通过技术手段，假冒其他电话号码(如运营商的10086)发送短信。临近春节，推送“折扣年货”链接以及“博彩”网站链接的伪基站信息更加猖獗，伪基站短信中推送的链接往往都是钓鱼网站。三是《我要上春晚》中奖诈骗卷土重来。

对此，瑞星建议网民应注意以下事宜：尽量使用官方公布的正规付款渠道购买火车票，避免使用车票代付款业务；收到带有链接的短信时应立刻提高警惕并核对网址，切勿轻易点开不认识的网址；中奖类信息不要轻信，目前网上流传的所有带有“场外中奖”字样的网站几乎全部是钓鱼网站。同时，网民应尽可能安装手机和电脑安全软件，并将其升级到最新版本。

联通抢先试水O2O

推WO+高德地图公众服务平台

本报讯 广东联通与高德近日联合在广州发布了“WO+高德地图公众服务平台”及“WO+生活馆”、“WO+高德地图能力SDK包”、“沃乐活客户端”等系列产品。据悉，这是运营商首次联合互联网企业发布公众服务平台。而高德地图作为国内最主流的地图平台也正式进入公众应用市场，开启由位置向生活服务的转向。双方将以O2O为突破口，为商家、开发者、用户提供更精准、更高品质的服务。

据介绍，在整合了联通和高德优势资源的“WO+高德地图公众服务平台”，商家可以通过这一平台完成入驻、产品与服务发布，同时能够通过该平台构建CRM系统。此外，平台商家还可以通过用户会员统计、优惠验证等数据的深度挖掘，结合高德地图的专业定位能力，实现优惠信息定向推送等精准营销。而用户则可以通过联通的3000余家营业厅和高德地图手机应用进入“WO+生活馆”，只需凭一张“沃通卡”，就可全方位地享受到旅游、美食、购物、娱乐、影视等众多特色优惠生活服务，体验到一个高品质的移动生活社区。(袁玮)

[我财经]

中国经济网评论员杨晨：

微信阿里互拆墙脚 侵蚀互联网金融发展

支付宝绑定快的，微信联手嘀嘀，互联网巨头介入的打车软件战争已经打响。支付宝联合“快的打车”近日宣布，再追加5亿元提高奖励幅度，只要乘客用支付宝钱包付打车钱，乘客每单奖励10元，而司机每单奖励15元。中国经济网评论员、康宏中国首席经济学家杨晨表示，互联网金融这个行业目前还没形成清晰的运营盈利模式，行业竞争方面也没有制定出相关规则，如果两个竞争对手在没有达成默契的情况下互拆墙脚，只能侵蚀整个行业的发展。

杨晨说，不管是从马云角度还是马化腾角度，都暴露出他们缺乏企业责任感和责任心。尽管目前消费者提前受益了，的哥们也受益了，但这只是蝇头小利，在这个行业没有真正起来之前，这样的竞争令人担忧。建议这两位行业老大联手制定业务标准，否则一旦这其中的一家倒了，另一家必定形成垄断，最后倒霉的还是消费者。(中国经济网记者 刘晓琴)

更多信息请扫描二维码



本版编辑 徐红

面向全球传播—— 中华网立志打造国家门户

本报记者 秦海波

作为国内首家赴美上市的网络公司，中华网china.com曾一度风光无限。但随着新浪、搜狐、网易和腾讯等门户网站的崛起，中华网未能找到适合自己的盈利模式和增长点，一直处于持续亏损状态。2011年10月，中华网在美国纳斯达克退市。中华网china.com何去何从，备受业界关注。直至2013年10月，中国国际广播电台(CRI)旗下的国广环球传媒控股有限公司，宣布全资收购中华网，并注入优质资源。

经过数月的业务整合和改版，以“新理念 新战略 新媒体”为主题的中华网多语种全媒体平台启动仪式，近日在北京举行。中文中华网及包括中华网英文站、俄文站、日文站等11个多语种分站在内的全新中华网正式上线，这标志着中华网加入国广控股大家庭后的

“多语种、全媒体、多终端”全新战略正式启动，中华网由此开启新里程。

中国国际广播电台台长王庚年表示，多语种平台的中华网，可以向世界各国介绍我国改革开放、科学发展的成果和社会和谐、世界和平理念，也可以让我们学习借鉴各国文化交流、受众传播的规律和经验。另外，通过中华网多语种建设，可以全方位、立体化打造国际台国际传播能力，是国际台实现传统媒体转型发展，以及建设现代综合新型国际传媒集团的重要一步。国际广播电台副总编辑马为公说得更直接，国内目前还没有拥有全球影响力的传媒集团，收购整合中华网后，国际台将依托中华网及其china.com域名，着力打造“中华云”平台和“中华网”品牌，使中华网形成全媒体、多语种综合品牌，成

为真正代表中国名声和形象的多语种国家级门户网站。“让china.com成为对外传播的国家品牌，这是我们的目标。”马为公说。

据了解，自2013年10月开始，中华网开启多语种分站建设，分批次实现先覆盖周边国家再辐射至全球的国际化传播战略，使海外受众第一时间了解中国的新闻动态、社会民生、经济发展、历史文化、城市变化等。此次上线的中华网多语种分站包括英文站、俄文站、日文站、西班牙文站、菲律宾文站等11个分站，内容涵盖新闻资讯、财经贸易、旅游文化等众多领域，“学中文”等产品服务也将为全球用户开启新视野。

在中华网董事长、国广控股总裁汪方怀看来，中华网加入国广控股短短几个月，双方积极整合资源，已呈现出新的活

力。2014年，中华网把移动以及多平台融合作为发展重点。借助现有的军事、新闻和用户资源，大力发展新闻客户端产品、论坛客户端产品以及作为内容提供商与更多展示设备终端的融合合作，如TV端产品。中华网将开发整合多种移动应用产品，如移动视频通信、手机与大屏实时交互技术、移动邮箱支撑系统等，构建多语种移动应用产品的本土传播渠道，分阶段实现多内容多语言适配多媒体多终端的全球传播格局。

正如王庚年所说，如果说2011年1月18日成立CIBN，标志着国际台全面进入新媒体领域，那么2014年1月18日中华网多语种全媒体平台的启动，则标志着国际台向“多媒体融合、全媒体发展、多语种传播、全球化布局”的新媒体战略制高点迈出了关键一步。