

谷歌频频外部合作减少广告宿敌

中国出版传媒商报讯 谷歌已签署了其有史以来最大规模的跨媒体广告协议,与全球第四大广告集团法国阳狮集团(Publicis)旗下子公司MediaVest合作,数字平台的影响力日益凸显。合作内容包括,MediaVest承诺将在YouTube,以及谷歌所属网站和移动应用程序上投放数千万媒体元的广告,谷歌负责监测这些广告的有效性,同时出具消费者数字产品行为报告。MediaVest首席执行官Brian Terkelsen表示,多年来,数字世界已经为广告做好了准备。“这是一个重要时刻,我们

●深度报道

智能手机已经彻底改变了全球游戏市场,移动网络是当下最主流的技术。受此影响,研究机构预测,到2025年,全球移动网络能够创造大约110亿美元的巨大市场(包括多个行业,不限于游戏),同时形成一个成熟的移动技术标准。Digi-Catital是一家致力于游戏、手机应用、数字媒体及服务、通讯科技的投资机构,业务遍及美国、亚洲(主要是中日韩三国)及欧洲各国。此前不久,Digi-Catital推出2013年第三季度全球游戏投资报告,对当下热门的游戏领域及市场分布作了翔实而系统的分析。

游戏成手机应用主流

移动网络设备、移动订阅、移动数据开发以及移动应用程序将获得迅速增长。游戏产业将逐渐向免费和双人游戏模式转型,而一些大型游戏企业的收入有望实现10到20倍的增长。

手机游戏成为手机应用使用、下载和收入的主流。在IOS,安卓系统平板电脑及智能手机用户中,手游消费占据43%的比重,在平板电脑使用中更占据高达67%的比例。2013年,在移动应用收入贡献率中,手游的比重已经从2010年的40%增长到72%,在手机下载量中占据的比重是40%。与其他手机应用相比,手游的货币化率是4倍。

截至2013年第三季度,移动领域的兼并重组取得了实质性增长,超过30亿美元,接近于2012年全年的平均水平。手机游戏、网络游戏领域涌现出一个规模830亿美元的游戏市场。2013年第三季度游戏业的兼并重组同比增长1%,达到33亿美元,平均每项交易的规模同比增长12%,达到4580万美元。游戏相关领域的兼并重组事件主要由手游(占交易总金额的45%,交易总规模的29%)和相关技术公司占据。

2013年第三季度的游戏产业已经经历了2012年的下滑中得到复苏,但是,仍旧低于2011年20亿美元的纪录。在游戏投资市场存在一个显著的投资“鸿沟”。社交游戏巨头Zynga上市之后的悲观表现,使很多计划投资游戏行业的风险投资商完全撤出了游戏市场;投资需求与供给方面存在不协调,资本市场没有很好地利用游戏的长线投资,特别是在手游领域;2013年不管是私募基金,还是公募市场,明显存在着对游戏产业的估值不当。

亚洲游戏产业更具潜力

2013年第三季度10大游戏并购事件中的8宗买家都来自中日韩三国,跟2012年的情况很相似;今天快速增长的企业可能会成为明天的行业整合者。PS4和Xbox等主机游戏公司2013年第四季度会扭转主机游戏(电视游戏)下滑的局面,但是问题依然会存在。主机游戏市场继续下滑,即便任天堂公司推出了新升级版的Wii U,依然难挡颓势;索尼PS4和微软Xbox

●趋势

YouTube近半访问量来自手机

中国出版传媒商报记者 晓雪

研究者发现,手机和平板电脑的用户很难长时间沉浸于某种东西,但YouTube似乎是个例外。日前,谷歌公司对外发布信息说,旗下视频网站YouTube的服务正在迅速走向移动化,“小屏幕使得YouTube的访问流量与去年相比增长了25%~40%之间,而2011年,仅有6%的用户通过手访问YouTube”。谷歌声称。谷歌并不是唯一一个在移动战略上迅速作出反应的公司,但却最快获得了1亿手机用户。

今天我们可以重新认识互联网界的这一移动化转型。社交网站Facebook发布的2013年第二季度的数据显示:在其11.7亿用户总量中,每月有8.19亿手机用户(约占73%),而去年第二季度的数据显示,手机用户为5.43亿,在9.55亿用户总量中约占56%;2011年第二季度的这一组数字分别为3.25亿美元,7.39亿用户中的43%;2010年第二季度的这一组数字是1.55亿,4.82亿中的32%。需要指出的是,这组数字是指用户至少有一次用手机登陆Facebook,但其他时候可能主要使用桌面登陆。Facebook的广告收入41%来自手

one2013年第四季度会发布新品振兴主机游戏市场;

网游市场的转型正在扰乱整个市场,最鲜明的特征就是手机游戏和在线游戏的成长和裂变速度将比以往任何时候都快。

手机游戏和在线游戏2012年的收入总额为310亿美元,约占全球视频游戏收入的49%份额,2016年,预计这一数字会增加到480亿美元,占全球视频游戏收入的比例也将超过一半,达到57%。

做出这一预测的依据来自未来用户市场也将发生巨大变化:首先,苹果、谷歌公司将继续扩大手机和平板电脑市场,使相应的APP下载量会超过650亿;日本游戏开发商GREE和移动游戏巨头DeNA将加速手机社交网站战略(用户量超过1.7亿);美国社交游戏公司Zynga以及美国最大的休闲游戏开发商Big Fish Games将分别推动社交游戏和休闲游戏的迅速发展(用户量有望超过10亿);全球最大的游戏开发商以及游戏发行商,世界第一个第三方游戏发行商动视暴雪(Activision Blizzard)扩大大型在线游戏(MMO)市场(订阅量超过1000万);中国的腾讯公司以及韩国的Nexon、NCSoft游戏公司将推动免费的大型在线游戏市场;任天堂、索尼、微软会推动家庭主机游戏市场(预计销售量已经超过了1.7亿台);包括中国微信、韩国Kakao Talky以及日本LINE在内的免费聊天软件大大推动了虚拟运营商市场(用户量超过4.5亿)。

游戏已具有有效盈利模式

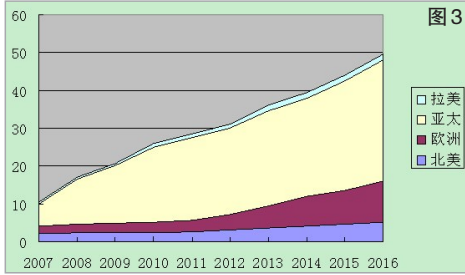
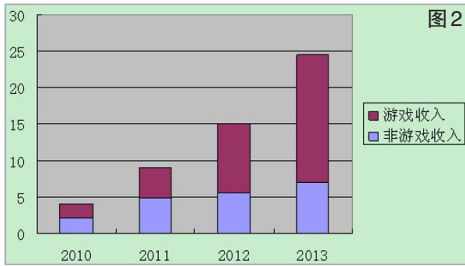
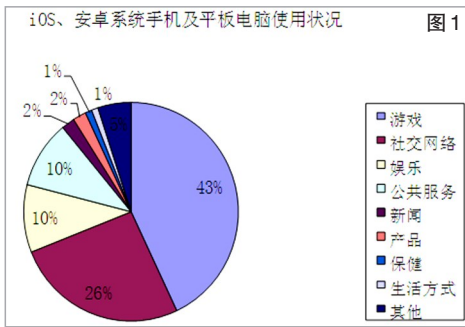
大型游戏公司的收入每年都以100%的速度增长;在苹果应用商店,已经形成了付费、免费、虚拟商品、广告等多种盈利方式;《魔兽世界》每月的收费是12.99美元到14.99美元之间;Facebook平台最大的游戏公司King主要靠出售虚拟商品赚钱;日本DeNA公司靠虚拟商品和广告赚钱;韩国Nexon公司也是靠销售虚拟商品。

受移动互联网驱动,网游产业未来的发展更快。Gartner报告称,展望2025年,决定未来经济的12大颠覆技术,排在第一位的便是移动互联网。预计,到2025年时,移动互联网每年创造的价值可以达到1100亿美元。

从大众行业和消费者投资来看,网游产业未来的潜力无限。全球智能手机获得成熟发展,日渐达到高峰,从系统、功能、性能、语言等各个角度来看,智能手机已经非常成熟。智能手机、平板电脑从2008年到2017年,年均增长率达到37%,数据流量从2010年到2018年年均增长率将达到62%。

游戏主导了手机应用使用、下载和收入主流。从图1可以看出,用户使用iOS、安卓系统的手机及平板电脑的主要用途是

游戏,占比高达43%。另外,需要指出的是,全球手机应用收入最高的5个国家包括美国、中国、日本、韩国、英国。全球手机应用/游戏收入状况中,游戏业务的货币贡献率是其他移动应用类型的4倍(见图2)。



从长远来看,移动游戏最终会向免费商业模式转型,据Gartner预测,到2016年,全球移动应用下载量会超过3000亿,2012年这一数字还不到500亿,年均增长率将达到63%。全球移动应用的收入规模也将快速增长,从2010年的不足50亿美元到2016年将超过700亿美元,其中,付费下载模式占比达到45%,其他55%的收入由移动应用直接购买和广告模式。

亚洲网游行业的潜力将超过欧洲,目前这一趋势已经十分明显。据普华永道(PWC)公司预测,从2012年到2016年,在移动游戏和在线游戏两股力量推动下,全球视频游戏市场的规模将达到830亿美元,在2012年480亿基础上实现了57%的增长。一直强势增长的主机游戏将停止增长。亚洲和欧洲将在整个移动游戏和在线游戏市场占据87%的份额,其中中国的占比为32%,欧洲为21%,韩国为12%,日本为10%,北美仍然是重要市场(见图3)。

中日韩三国的游戏行业的国内增长势头将带来巨大的市场规模,目前的峰值是2亿用户,单个用户收入(ARPU)会降低,游戏业务的成本效益会显著提高,利润率会超过50%,使得企业加大在海外市场的重

看到了关于广告透明度的全新水准,开启了一次更高水准的合作。”

分析师认为,数字化转移趋势将在未来几年内加速数字视频业务,使其观众量达到一个新的临界点,同时,也将逐渐削弱传统电视广告等业务的重要性。

同时,谷歌与Facebook两大巨头宣布它们将在旗下广告运营业务部分进行合作。谷歌与Facebook是科技领域竞争最为激烈的两大对手,双方都围绕网络广告及社交媒体进行竞争。很明显,该协议将惠及双方。不过,此举可能意味着在一个日益复杂的互联网广告环境下,双方将达成一个更为协作性的立场。

(晓雪)

●公司成长

在创建3年之后,Pinterest迎来了业务蒸蒸日上的时刻,在商业层面击败了很多其他受欢迎的互联网公司。Pinterest刚刚筹集了2.25亿美元资金,其估值为38亿美元——15倍于《华盛顿邮报》,两倍于《纽约时报》,也超过流媒体音乐网站Spotify。

Pinterest获得如此高的估值,部分原因可能是其80%女性的用户都是女性,而且都居住在美国中西部各州。在一个男性占主导地位的资本世界,Pinterest显得十分突兀却耀眼。另一个原因可能是Pinterest到目前为止的仍旧平庸的收入模式,从这一点来说,它仍然处于初级阶段。每当Pinterest想筹集更多的资金时,都会面临两种声音:一种认为它是社交媒体的时尚风潮,另一种声音认为它存在着泡沫现象——。不过,Pinterest始终不像美国另两家服务类网站Snapchat和Instagram,它们没有收入,依然拥有价值数百万美元的估值。

Pinterest在很大程度上提供了Facebook之外的另一种社交媒体的生存样本。许多女性朋友,到了结婚和组建家庭的年龄,开始把Pinterest作为重要的社交网络,她们每天花费几个小时,获得关于购物的些许灵感。如果试图把社交网络当成电子商务引擎的话,这未尝不是一件好事。

来自DMR和Digiday两大公司的有关统计显示,Pinterest一些数据让业界震惊,这些数据也成为众多投资机构如富达投资(Fidelity Investments)、Andreessen Horowitz、FirstMark资本、Bessemer Venture Partners、Valiant Capital Managemen追捧Pinterest的原因。投资者们都相信,Pinterest是一个价值可以达到数十亿美元的公司;

美国女性互联网用户中1/5都在Pinterest上拥有账户,这个数字是50万;丝芙兰(Sephora)在Pinterest的粉丝量是其Facebook粉丝量的15倍。

Pinterest在零售导购流量中占25%。Pinterest推荐最多的家庭用品和家具,在社交流量中占60%的份额。Pinterest用户平均每个账单的花费在140美元到180美元之间,而Facebook和Twitter平均每个账单花费分别为80美元和60美元。Pinterest还有成长空间,目前只有约7000万用户,而Twitter每月有2.15亿活跃用户……

从更广泛的意义上来说,Pinterest是一个以女性为主的网站,它无需盲目扩张,大众流行和影响力都不应该是它的目的。从另一个层面来说,优秀的投资者不一定只能投资自己亲自使用的媒体产品,如果他们能感觉到这个产品的好,别人也同样会感知。毫无疑问,有很多男性投资者都把Pinterest简单地理解为一个图片剪贴簿而嗤之以鼻,直到他们看到了Pinterest的用户数据,看到了挣钱的迹象,才改变了自己的想法。错过了Pinterest早期投资的风险资本家想必现在都很后悔。

(一鸣)

图片分享网站Pinterest估值大增

表1 全球游戏行业代表性投资

领域	时间	投资对象	投资者	投资额度
游戏相关技术	9.30	twitch	Thrive Capital, WestSummit Capital, 华山资本, T2	2000万美元
大型在线游戏	9.27	CLOUDSona	KICKstarter众筹	2000万美元
游戏相关技术	9.19	GIGYA	Greenspring Associates, Mayfield Fund, DAG Ventures等联合投资	2500万美元
手机游戏	6.19	Gamevil	新股公开发行	8000万美元
手机游戏	4.08	日本游戏开发者	美国游戏开发商KABAM	5000万美元

表2 全球游戏行业代表性兼并重组

领域	时间	收购目标	收购者	交易额
游戏相关技术	Q3	上海盛展\天津盛景	盛大游戏	8.115亿美元
手机游戏	7.8	手机游戏商Blackflip(70%)	玩具制造商Hasbro	1.12亿美元
手机游戏	6.27	广州要玩娱乐	大唐电信	2.78亿美元
社交/休闲游戏	4.9	杭州边锋	浙报传媒	5亿美元
手机游戏	3.28	芬兰 Supercell(16.7%)	Index Ventures, Atomico Partners以及IVP	1.3亿美元
手机游戏	3.26	日本 GungHo(24.9%)	软银	2.65亿美元

●数据

手机已成英国青年第一屏幕

最新的研究数据表示,近一半的18~34岁的英国年轻人把手机当作第一个和最重要的屏幕。由Weve、Vodafone、O2、EE组成的联合营销网络进行的调查研究发现,46%的18~34岁的年轻人说,手机是他们的“第一屏”,手机排在笔记本电脑和台式机前面(30.6%),遥遥领先电视(12.4%)。并且,在18到34岁之间的生命旅程中,手机也成为他们最重要的媒体设备。

仅有5.8%的该年龄组受访者把平板电脑作为最重要的终端。该研究还发现,出

于获得在线内容的需求,45%的18~34岁的受访者会选择手机,而43%的受访者会选择笔记本电脑或PC机。

在对更广泛的年龄组——18~55岁人群调查时发现,PC或笔记本电脑被视为“第一屏幕”,39.8%的受访者把台式机作为最重要的屏幕,而选择智能手机为“第一屏幕”的占28%,位居第二。电视排在第三位,27%的人将电视当作最重要的屏幕。5%的受访者认为平板电脑是“第一屏幕”。

只有四分之一的18~55岁年龄组受访者表示,如果他们想访问互联网,手机会成为首选设备;近三分之二的受访者会使用PC机或笔记本电脑。

Weve首席执行官David Sear认为,这项研究表明了人们对新技术的接受度,很明显,年轻人总是高于其他年龄组。“消费者的行为方式真正发生了转移,那些现在还在看电视的人其实是在听电视,通常都是一边听着电视一边玩手机,或者在社交网站追踪某个热门电视剧。”Weve和其他三家Vodafone、O2以及EE宣布,他们已经在为80%的英国手机用户服务。

(一鸣)