

高科技行业调薪幅度稳居榜首

中国出版传媒商报讯 日前,国内最大的人力资源服务商前程无忧发布《2015 离职与调薪调研报告》。报告显示,从2014年各行业实际调薪幅度来看,在全行业整体调薪幅度下降的情况下,高科技行业以小幅增长的姿态稳居榜首,从各行业2015年预计的调薪幅度来看,2015年预计高科技行业也仍然处于领跑地位,调薪幅度为9.4%。

随着电子商务、移动互联、大数据、智能机器人等新技术的大规模应用,高科技行业再次迎来较多发展机会,企业对优秀人才的需求加大,促使高科技行业人员的薪酬水平呈现出水涨船高的状态,势必通过具有竞争

力的调薪幅度来保留优秀人才。伴随互联网金融、P2P、无抵押贷款、众筹等多元化模式的兴起,银行、保险、券商等传统金融机构也积极转型和应对变革。

虽然预计2015年整体调薪幅度有所下滑,但从不同职能人员调薪幅度来看,预计2015年技术研发类员工的调薪幅度依然相对最高,为10.3%。除此之外,预计2015年采购物流以及业务销售类员工的调薪幅度相对最低,同为6.4%。在诸多行业面临洗牌、转型、升级的情况下,企业间的竞争压力逐年增加,只有依赖于技术研发人员卓越的创新力,企业才能快速做出反应,调整产品战略方向。因此,在调薪政策上适当给予此类人才更多的倾斜,也能有效地吸引和激励技术研发类人员,更好地支持企业未来的战略发展。(晓雪)

●特别报道

HTML5 标准于 10 月 28 日正式发布,基于互联网、移动互联网的各种开发应用自此统一格式,不再分版本和终端,这意味着相关应用的开发成本将大大缩减,1 个星期的时间发布一款 APP 成为可能。目前,业界推断,这将迎来移动游戏开发的更大热潮,移动端搜索的需求也将随之大涨,跨平台营销成为趋势……



HTML5 引发产业变革

中国出版传媒商报记者 晓雪

任何的标准都可以折射一种文化,HTML5 也不例外。它体现出我们对文字、标题、视频和音频的偏好:我们喜欢把各种内容组织成列表,我们还喜欢看图片,我们希望任何事情都能具备动画和互动能力——每个字、每个标签、每个结构元素。HTML5 的所有内容都可以由代码解读,也都可以由用户来旋转和操纵。

HTML 的实质就是大批的标签。但 HTML5 却成了一种“结缔组织”,负责将多种多样的其他技术粘合在一起,包括音频、视频、图片、文字、标题、引文、开放式画布、3D 图像、电子邮件地址等。它可以让你知道这些内容的存在,并提供各种渠道将其融入同一个页面。

12 月 5 日,以页游平台 51wan 起家的新

娱兄弟,继作价 5 亿元被四川圣达并购后,在 HTML5 领域也有了新动向,由其创立的国内首家 HTML5 游戏平台低调上线。据观察,目前该平台已经收录了近百款 HTML5 小游戏和免费 HTML5 网页游戏。微信小游戏《困住神经猫》,创造了 3 天拥有 500 万用户和 1 亿次访问量的奇迹,并让 HTML5 游戏重新走入了人们的视野。

HTML5 打造移动游戏新生态

11 月 19 日,白鹭引擎主办的首届 HTML5 移动游戏大会在北京国际会议中心召开,众多精英汇聚一堂,共同探讨 HTML5 移动游戏未来的诸多可能。

HTML5 移动游戏的优势是简化产品开发工作流程,减少用户在各个环节的流失,降低用户的进入门槛,催生更多应用场景,从而真正调动移动产业各方共同推动 HTML5 移动游戏的发展,并打破产业链各方存在的壁垒,让 HTML5 为开发、发行、渠道和用户创造真正价值。

在首届 HTML5 移动游戏大会上,专注于移动互联网综合数据服务的创业公司 Talkingdata 发布了《2014 年 HTML5 游戏发展趋势报告》。报告显示,2014 年手游市场份额预估为 380 亿元,2013 年移动互联网用户规模为 3.2 亿,2014 年预计达 10.7 亿,人口红利促进了移动游戏市场份额的迅速增长。HTML5 游戏用户占比提升,预计 2014 年达 23%。虽增速较快但仍有大量手游用户未接触过 HTML5 游戏,加之新增移动网民向移动游戏用户的持续转化,HTML5 游戏未来有较大用户增长空间。

HTML5 是移动游戏行业一次新的机遇,但是这次机遇到底能够带来多大的利益,毫无疑问是各方企业都关注的核心。HTML5 移动游戏由于可以带来更多的分

发渠道,可以存在于更多应用场景,并且让开发和推广成本大幅缩减,因此相比于当前应用开发模式,HTML5 在盈利和增长上拥有更大潜力。当然,共建 HTML5 移动游戏的开发与盈利生态,除了需要开发商提供优质内容,还需要行业各方提供支持。

众所周知,目前手游的发展已经遇到瓶颈,行业之中有近 90% 的开发商没有实现盈利,或者盈利艰难,这并非完全是产品同质化、市场竞争白热化所导致的,其背后另一个重要原因是移动游戏的开发、发行模式固化,一定程度限制了整体市场的更进一步发展。未来移动游戏的发展趋势,是微端和无端。而这就是 HTML5 移动游戏的机会,也是行业在谋求变革的环境下,各个相关方的一次机会。

HTML5 移动游戏能在浏览器、社交应用、渠道平台等各个应用场景,在没有客户端的情况下,让用户进入并体验游戏,其超低的进入门槛,极其简单的用户进入流程,使得游戏拥有多元化的推广分发渠道和方式,能够在极短时间形成规模效应。更重要的是,HTML5 游戏平台的推出,标志着 HTML5 移动游戏在开发技术方面已经全面走向成熟,接下来需要的仅仅只是在内容方面的突破。

更简单的产品开发流程,用户在多个

应用场景更轻易体验到游戏内容,游戏分发覆盖更多的应用场景、渠道和平台,这一切都在催生新的产业生态的出现。毫无疑问,只要行业真正开始支持 HTML5 移动游戏的发展,那么未来这个各方受益的生态系统,将会很快形成。最后,将是移动游戏市场又一轮高速增长和规模突破。

此外,HTML5 技术也在被大量的具有媒体属性的网站有效利用,比如凤凰时尚。在新媒体形式不断涌现的时代中,凤凰时尚始终坚持自己的坐标,为网友提供优质、阅读内容。凤凰时尚独家策划的手机 HTML5 页面,不仅拥有业内点击率最高的明星街拍专题,还凭借出色的策划和推广能力,在与众多品牌跨界合作的同时,为网友带来更快速、更丰富的时尚资讯。

凤凰时尚发力移动深度解析栏目《一张图说经典》,与 DIOR、Gucci、BURBERRY、Louis Vuitton 等国际知名品牌合作,在移动时代中构建品牌经典,在潮流中解读明星示范。此外,秀场报道栏目《Live Fashion》在大秀结束 4 小时内推出 HTML5 图文迷你秀场总结,刷新业界时效新标准。不仅如此,凤凰时尚将这一特点运用于热点事件报道。如 2014 年 11 月金马奖,凤凰时尚是唯一快速推出手机 HTML5 浏览的时尚媒体。

两家中国企业。与此同时,微软、雅虎和 AOL(美国在线)的份额却在不断下滑。微软从去年的 2.84% 降至今年的 2.72%,雅虎从 2.83% 降至 2.36%,AOL 从 0.93% 降至 0.81%。

Facebook 今年将拿下 18.4% 的移动广告市场份额。该公司两年前刚刚进入这一行业,并转型为以移动平台为主的企业。凭借着中国这个全球第二大移动广告市场的增长,阿里巴巴和百度的份额分别同比增长 288% 和 96%,阿里巴巴今年将以 6.2% 的份额超过百度的 5.1%。

(晓雪)

为,应当根据读者阅读习惯的变化,以及电子设备的不同特点对数字内容进行再加工,使内容的呈现方式更加多样化。目前,方正电子已开发出一款针对性设计制作工具:即方正飞翔交互式创意设计工具,融音频、视频、全景、幻灯片等多种互动功能于一体,表现形式丰富,且互动性更强,能够为读者提供更加舒适的阅读体验。

针对图书的发行,杨斌谈到,目前行业遇到的第一个挑战其实是电子商务对实体书店的冲击,对此,书店应当积极转型,引入新的业态,例如将线下纸质图书的发行与线上数字图书的发行结合起来,打通线上线下的关系。(一鸣)

国内 HTML5 应用生态

当前 HTML5 的技术应用非常广泛,从网站到平台再到应用,不但无缝连接了 PC 网站与移动互联网,更让很多传统的 PC 网站起死回生。微信朋友圈的营销以及各种活动宣传都开始以 HTML5 的形式,使得的互动性与娱乐性大为提高。

HTML5 是在 HTML 大标准下的再生,HTML5 整个版本经历了很长的时间,从 2004 年开始进行草稿定式到 2006 年 W3C 加入到整个标准的制作过程中,到 2008 年提出第一稿,到 2014 年正式定稿,对于整个生态的影响是什么?移动互联网的未来围绕 HTML5 将会进行什么样的变革? 值得人们期待。

樊功臣(搜狐副总裁,搜狐快站负责人):HTML5 全力打造搜狐快站

搭载了 HTML5 的搜狐快站可以用无孔不入来形容,从苹果系统到安卓系统,可以在微信、微博及各种搜索引擎上使用,甚至可以在谷歌眼镜及苹果眼镜上使用。

搜狐快站在健康类、教育类及汽车类的合作商家有七八万家,快站使用 HTML5 技术搭建的 APP 网站,力求简洁的同时功能也在不断完善,后台的驱动力量也非常大,同时跟各平台的融合性也在不断提高。快站技术体现在新闻客户端中的 HTML5 的比重也在增大。目前快站已经跟微信公众号打通,跟百度直达号做了深度合作,跟 360 包括周围各种各样的流量渠道进行打通,区别于依附在百度或者腾讯上面的一个营销站点,快站搭建的站点是一个完整的独立站点。

甘勋(百度直达号技术团队负责人):HTML5 实现跨平台服务商家

百度在多年以前就开始研究与布局移动端包括 HTML5 以及 CSS,去年在百度世界发布的轻应用也使用 HTML5 技术,用户在百度首页点击某个链接,就会进入到 HTML5 的应用或者 Web 站,用户在获取信息的同时也能直接获取服务。

能够通过跨平台的方式直接连接服务和商家,HTML5 是最优化的解决方式。通过搜索入口直接让用户连接到应用本身,这就解决了现在大部分移动应用及一些站点分发需要中转才能使用的问题,把这件事情直接通过搜索关联起来,分发等各种应用都不再是问题。

所有的应用需要让更多的人使用你的服务或使用你的应用。百度做搜索是流量的入口。商家的价值主要分为 4 类:即广拉新、高转化、强留存、易开通。直达号是企业百度官方移动平台的官方服务号,直接关联商家的应用,直接使用用户关联到企业。百度直达号也是流量的入口,现在在移动端有 15 款用户过亿的应用,包括地图、文库、魔图等移动端应用,把直达号和 15 款用户过亿的 APP 结合起来,这些移动端就成为连接 HTML5 应用的入口。

程小永(微信海 CEO):HTML5 运营与营销

这两年业内流行一种说法:用口碑的力量,用一个点落实到每一个人身上,把每个人当成传播的弧线和向外传播辐射的基点。HTML5 有这个特点,它是一个网页,而不是 APP(无法互通,两堵墙隔在中间)。

我们做事更多从商用层面考虑,围绕目标客户也就是广大传统企业的商业需要出发,他们最普遍的需求就是建站是冲着开发市场。

怎么让传统企业用得更好? 当我们把所有 HTML5 的应用做得最简单的时候,每个应用甚至包括餐饮应用做到只有发优惠券、发红包功能时,依然还是有人不会用,这是让我们特别痛苦的一件事情。我作为一个非技术出身的企业用技术去推动这个行业的发展,却发现有些东西的生态根本不完整。我们做的技术产品怎样让用户更好地使用,是我们这两年一直在思考的问题。

微信是粉丝经济,如果一个微信公众号只有 5 个粉丝,你怎么玩? 基于所有的思考我们做了很多尝试,到最后我们又做了一个在线教育产品教企业客户怎么把我们所做的应用玩得更好。比如“分享有礼”这个应用怎么玩才能玩得更好、更出彩,怎么玩才能达到 100 万的 PV 量。

有一对年轻夫妇做了一个小生意,在咖啡厅教人画画,场地是跟咖啡厅合作的。我问你怎么招生? 他们说从来没发过传单,从来没有给百度送过钱,他们干好了一件事,那就是把公众账号运营到了

极致,所有的招生、宣传、分享、粉丝经济做得特别好。

HTML5 对于移动端来说是一个技术的革新,把 APP 之间互相不通的情况有意识地打破。但是我们发现这个过程还是很慢,也不知道未来这件事到底能不能成功。我一直对移动互联网的理解是,移动互联网是连接线上和线下的,而不是虚拟的连接。HTML5 在做虚拟的连接,像 PC 时代的 WWW.COM,移动端通过二维码把线上线下连接起来,这是 O2O 为什么火的原因,线上线下形成了闭环。基于此我们做了一个线下粉丝的投放平台,即粉丝分发平台,主要用于微信公众账号运营,每天给我们的客户能带去四五万的有效粉丝量。做法比较简单,就是大资本投入,给餐厅铺设免费的 Wi-Fi,通过用户上网截留。同时,我们针对餐饮企业做了一个更简单轻便的 HTML5 应用,包括 APP 产品等,让他们更好地服务自己的客户,让自己的上菜率、订座率得到提高。

梁延俊(UC 浏览器内核研发团队负责人):HTML5 混合原生态模式成主流

很多 APP 开发都是 HTML5 混合原生态开发来去做一些应用,各取所长,通过实际需要取得一个平衡点。这种模式其实是 HTML5 与游戏开发者发生关联产生的结果,目的是如何更利地去做一些开发。

现在 HTML5 混合原生态的模式已经是一个主流,以后也会有更多探索用这种方式开发里面的应用,包括小说、视频、阅读器等等。比如,小说翻页的时候对于功能的要求比较高,小说的搜索、书架可能更追求的是内容快速更新,以后这部分功能可能会用 HTML5 的页面去做。

张东(HTML5 民间开发者):HTML5 技术满足企业更高需求

2013 年~2014 年,随着手机移动端的爆棚式增长,企业的服务需求也在改变,到目前为止,随着 HTML5 技术的成熟,有很多优秀的建站产品问世。在这个过程中,我们首先要了解用户在空闲的时候会拿手机干什么,每个年龄段有什么样的需求,老用户和新用户的区别在哪里,这些都是我们需要分析的问题。对于一个商户的开发来说,首先是用户体验,这是最重要的一点,用户体验抓住用户的需求,让用户在极短的时间内完成他所需要做的一些事情,这是最关键的。

其次是有特色的服务,包括开发指导,有一些比较流行的服务,在没有强大技术支撑的情况下,你照样可以去建站服务以及互联网方面的服务,这些通过搜狐快站等产品就可以完成。基本上,哪家产品能够提供更多的便利,提供的指导更多,节省成本,有稳定的服务与网络支持,就会选择哪家产品。搜狐快站这样的建站产品,通过一个简单的推动就可以实现某个功能、一些交互式及某些特殊的效果,并且有完善的 CMS(内容管理系统)以及电商系统等,在这种情况下可以看到,快站针对互联网全网营销考虑得比较多。

HTML5 越发火热,相信在接下来的发展中越会得到更广泛的应用,从 SEO(搜索引擎优化)抓到到平台再到应用的整条产业链会诞生出千万级甚至亿元级的企业,使得 HTML5 在创业圈和投资圈迅速火热,因此,关注 HTML5 的人会越来越多。

我认为,HTML5 未来会有更广泛的应用,将改变未来移动互联网时代的视听新体验,同时也是一个非常重要的发展方向。无论是 Web APP 还是轻应用或者是轻游戏方面,在超级 APP 的崛起之下,HTML5 的发展未来前景广阔,现在是广大建站者必须真正考虑用 HTML5 的时候了。

●公司动态

百度阿里数字广告居全球三四名

中国出版传媒商报讯 据美国市场研究公司 eMarketer 测算,百度和阿里巴巴两大中国企业的全球数字广告市场份额已经超过了多数美国同行,正在追赶谷歌和 Facebook 两大市场领头羊。

eMarketer 的数据显示,今年的全球数字广告开支为 1460 亿美元,百度占比为 4.68%。阿里巴巴以 4.66% 的份额紧随其后。这些数据包含了桌面广告和移动广告,但去掉了流量获取成本——也就是内容发布商为了获取流量而支付的费用。

创新科技改变数字图书未来

中国出版传媒商报讯 11 月 29 日至 30 日,深圳迎来一场国际文化盛会——由联合国教科文组织、深圳读书月组委会等共同主办的 2014 全球图书会议在深圳图书馆举行,来自十多个国家和地区的嘉宾与国内专家、业内人士等共同聚焦“数字图书和未来科技”。这是联合国教科文组织第二次在深圳举办关于图书的国际会议。

国家新闻出版广电总局原副局长、中国出版协会常务副理事长邹书林,联合国教科文组织战略规划助理总干事汉斯,深圳市委常委、宣传部部长王京生,全球文

化网络首席玛达沙希,国家新闻出版广电总局数字出版司司长张毅君,国家信息中心常务副主任杜平等出席活动。北京北大方正电子有限公司董事长、总裁杨斌应邀出席会议,并在分组研讨中分享了对数字内容出版与发行的独家观点。

针对数字内容的出版,杨斌指出,现在数字图书的销售还处在一个比较低的状态,数字图书内容的创作也仍处在初级阶段,呈现方式还有待多样化、多元化,与此同时,数字图书的出版也面临着“自出版”这一新兴趋势的挑战。

就数字图书的内容创作而言,杨斌认