

山东2020年将建超过200家“文化创意集市”

中国出版传媒商报讯 8月2日,山东省文化厅官方网站发布山东省文化厅关于印发《山东省文化厅关于在全省开展“文化创意集市”建设实施方案》(以下简称《方案》)的通知。

《方案》指出,力争2016年底前,在山东省建设10家以上条件成熟、功能完备、特色鲜明的“文化创意集市”,形成在全省具有示范引领作用的创意创新模式;到

2020年,建设200家以上“文化创意集市”,建成在全国具有一定影响力的创意创新示范品牌。

“文化创意集市”是集优秀文化传承、文化体验、双创、创客空间、文化创意、文旅融合、产业扶贫等多种概念于一身的文化产业发展新型载体。山东省将通过征集文化创意产品和服务项目;支持各类社会机构开辟文化创意集市空间;鼓励社会力量参与,积极探索运营模式;创新文化产品服务,扩大和引导文化消费;培育创意创新环境,打造特色创意品牌5个方面组织实施。

(闻 创)

观察

VR内容发展三大领域

■周流(龙威尔科技有限公司CEO)

3种视频类VR值得关注。首先,在视频类VR中,有三个小板块:第一类是短视频类(1~5分钟);第二类是大IP,如光线传媒在做的影视级大IP;第三类是VR直播。从2015年开始,由于大量的全景摄像机的设备融入,VR视频类内容会实施量产,所以2016年会是短视频最多、最快的产量年。短视频分为入门级全景摄像机拍摄及发烧级全景摄像机拍摄,主要用于UGC(User Generated Content,指用户原创内容),即个人可以拿着几千块钱的全景摄像机自行拍摄,这类是最优先量产的,也是比较便宜的,像优酷等网站具有搭载该类视频内容的优势,并将UGC平台搭建起来。另外,视频类内容为PGC(Professional Generated Content,专业生产内容)的摄像机来制作的。目前,美国拥有影视级别的全景摄像机,价格上百万且需要定制,所以这就是为什么VR影视发展得非常缓慢的原因。大IP类的VR内容预测要到2018年才会上线。这样一来,内容分发平台在这两年仍旧找不到好的大IP来引爆用户。所以作为内容分发平台,只有一些短视频和一些短的VR制

未来3~5年内,VR行业将会涌现大量的内容投资机会。在我看来,VR行业内容主要包括视频类、游戏类和行业应用。下面是我对VR行业内容发展及时间节点的判断与预测。



作剧,用发烧级的全景摄像机以及专业级的摄像机拍摄。VR直播目前主要在赛事、演唱会等方向比较火爆。但VR直播仍旧存在诸多问题,即虽然画面输出画质良好,但在传输过程中会削减画质的体验,用户体验并没有想象中良好。所以,VR直播在2017年或2018年才会有更好的体验与发展,2016年用户只能看到各种直播的内容出现。

中小型VR游戏可期,大游戏IP有待开发。游戏类VR内容分为两个不同的板块,第一个板块是小游戏。目前,VR游戏以大量的Demo为主,2016年会有一些可以玩的10~15分钟的游戏入驻PC端。此类游戏尚未达到让消费者特别满意的程度。我们预测,VR小游戏类,目前收费的模式比较困难,而且PC端的用户量也不是特别大,也就百万级的用户,所以导致游戏厂商面临一个尴尬的问题,即无法变现,所以大量的VR游戏在做Demo。另外,大游戏的IP,如魔兽级别的大IP游戏爆发的时间节点可能在2018年。所以,目前是大游戏IP的早期投入、投资的阶段,需要1~2年的时间才能看到投资回报,所以大游戏IP并不太适合小公司运作。从时间节点上来看,2016年~2017年,用户能够在各大平台上体验到、接触到的是中小型的游戏,虽然无法成为大的IP,但也算是入门级的VR体验。

行业应用类VR将会大放异彩。我认为行业应用类VR是未来发展机会最多的一类,正如现在各类APP盛行一样,行业应用类VR将会在未来有很好的发展。所以当下是行业应用类VR最好的投资时期。行业应用类VR可以分为两个不同的小板块,一个是To B(企业级服务)的板块,一个是To C(针对消费者市场)的板块。从时间节点上来看,2015年~2016年是To B的行业应用类VR的发展时期,大量的VR技术相对比较成熟,无论是政府还是上市公司,都愿意为To B的VR内容买单,所以近两年有大量的To B行业应用突起。To C的行业应用类VR会在2016年年底至2017年慢慢发展起来。目前,全国To C的VR用户量不超过500万,To C的VR内容平台还没有商机,因此VR平台类企业必须先做起来,之后才有To C的行业应用的机会,所以我预测,行业应用To C模式,在2017年将迎来较好的发展时机。

■中国出版传媒商报记者 蔡 雷

基于VR自主核心技术的VR体验馆。祖玛科技是什么?祖玛科技(北京)有限公司CEO侯明轩强调,祖玛科技首先是一家科技公司,科技的更新一般都是迭代死亡性的,新技术的出现就意味着旧技术所进行的一切可能就是零,“我们需要聚焦科技引领的方向,但公司的盈利和资本,绝对不在科技上。”因此,祖玛科技首先研发了很多品牌原件的技术,同时,还处理目前各VR技术、品牌之间的兼容问题。记者了解到,在技术方面,祖玛科技目前拥有自主研发的无线头盔、跨系统远程实时交互专利、输入输出捕获技术、高效数据流压缩算法、4K视频移动平台高效解码等。在一系列核心技术基础上,祖玛科技用自己的VR软硬件产品打造真正的体验馆,“现在很多线下体验都不是真正的体验,而我们所做的线下体验店定制内容,让体验者身临其境,不会晕。”侯明轩表示,线下体验店如果没有深刻理解VR体验中的自由行走、多人交互、身临其境、电影级内容等,将很快被迭代。据了解,近期在北京王府井将开启第一个祖玛虚拟现实的主题公园,相较于其它线下VR体验馆,在祖玛虚拟现实体验公园中,体验者可以在上千平方米的范围内自由行走,2~24人同时进行交互,并实施全方位动作捕捉。侯明轩介绍,祖玛1.0阶段的VR线下体验馆的盈收将包括门票、水吧、VR产品销售、衍生品、Zoomart生活创意

品等。

始于VR体验馆,最终打造VR共享经济平台。祖玛虚拟现实体验馆只是祖玛VR领域布局的1.0阶段,在侯明轩的规划中,祖玛科技最终将实

聚焦

祖玛科技:演绎VR行业“新淘金故事”

产品首发平台,VR公司生产出产品后可以在这些平台上首发、测评、售卖。在祖玛虚拟现实2.0阶段,祖玛将打造虚拟现实公园,并进行多品牌优质合作,同时,成立与VR相关的基

祖玛科技(北京)有限公司(以下简称“祖玛科技”)是一家致力于打造国内最专业的VR线上线下连锁体验平台的新型科技公司,该公司计划5年内在全球建设大、中、小级祖玛虚拟现实体验馆或生态公园500家以上,众筹平台3个,文创基金3个,孵化器5个及运营管理公司、产品公司、网络公司、VR课堂、售后服务公司等,并成立软硬件开发、营销、项目分包、投资等综合服务平台,打造虚拟现实的生态系统。该公司CEO侯明轩表示,祖玛科技要演绎VR时代的“新淘金故事”,实现虚拟现实“产业+媒体+资本”的互动。

现虚拟现实3.0版本,即祖玛智慧生态。侯明轩认为,虚拟现实为共享经济的入口工具,祖玛智慧生态和Zoomart生活方式将成为投资、体验、测评、共享、孵化、服务、收获的系统产业平台,“VR行业怎么做?我觉得关键是模式,我们拿什么开始,能为行业做什么?我现在做的规划看上去都是在做祖玛自己的东西,但是很快我们将聚焦行业服务,不管是硬件技术、软件内容,还是行业需求,祖玛都会提供一系列的服务,从资本到体验到测评,包括到交易、跟进与转化,我们有这样的规划。”

在祖玛虚拟现实1.0阶段,其主要布局虚拟现实体验馆,拥有一些自有软硬件及自有兼容技术,自建、加盟体验店,同时建设众筹平台、科技

金、孵化平台,并在VR产品代理及加盟、竞技和赛事直播、VR技术外包等方面实现盈收。而在侯明轩所规划的祖玛虚拟现实3.0阶段,则会实现一个良好的祖玛虚拟现实生态系统,成为共享经济的平台,完成产业转化。在该阶段,虚拟现实体验馆或公园的门票和体验均将免费,并由领域盈收转化为非领域盈收。

侯明轩讲述了一个新的淘金故事:虚拟现实市场正如海中的一座金岛,大家都想前去淘金(当下VR硬件、软件商和行业应用方),但祖玛科技没有去做淘金的工作,而是制造了一艘专为淘金者和交易者服务的船(虚拟现实生态公园),提供工具和运输,换取淘金者淘到的部分黄金(金融平台),同时在船上设立了各种展

新锐观察

猪八戒网:共享经济平台需广泛配置资源

■中国出版传媒商报记者 春 雷

8月8日,在猪八戒网迎来发展的第十个年头之际,猪八戒网“八月八免单日”活动开启。据了解,此次“八月八免单日”期间猪八戒网实施大力度的免单特惠。其中,包括平面设计、开发建站、营销推广、文案策划、动画视频、工业设计、建筑设计等600细分品类的服务均拥有免单名额,同时派送1亿元创业红包。

“八月八免单日”作为猪八戒网截至目前规模最大、影响力最广的一次创业免单活动,力图继续搅热全民创业的热潮,也成为猪八戒网首次创造的网络电商节日。那么,猪八戒网“造节”的背景是什么?其创意有哪些?未来,猪八戒网发展规划有哪些?

共享经济平台的发展,不能走折扣促销的老路。猪八戒网创始人、CEO朱明跃表示,猪八戒网早在2006年就开始了共享经济的探索,“猪八戒网一直做的都是服务业的平台化交易,网站理念认为创业者应该专注于自己的核心业务,学会更多利用平台的力量和资源。猪八戒网本质上做的事情是把人的专业技能进行共享。”

在朱明跃看来,像猪八戒网这样的共享经济平台,完全不能按照传统电商平台的模式来发展。这主要表现在两个方面:首先,共享经济平台的交易链条是后置的。在传统电商平台,产品标准,下单就意味着成交,只要完成支付和物流即可。而在猪八戒网、滴滴这样的共享平台,下单意味着交易刚刚开始,标志着买卖双方建立起关系。其次,传统电商的马太效应很明显。绝大多数订单被头部商家带走,因为它们消化能力强,服务效率高。但是滴滴平台不可以,在猪八戒网平台也可以。因为在共享经济平台上,需要尽可能广泛地配置资源。

“我们决定造这个节的时候就发现,完全不能走传统电商造节的老路。传统电商造节的基本逻辑就是打折促销。但是在服务交易领域,交易本身是非标准的,下单是交易的开始,而且一个商家即便通过价格这把屠刀吸引了大量的买家下单,商家也服务不过来。”

通过调查,朱明跃及其团队发现,在猪八戒网上,很多优质的商家都是

通过一个订单的切入,服务该企业一辈子,从而建立起长期合作关系。那么,如何在买卖双方之间建立关系?“我们就进行免单活动,第一个单免了,企业一辈子的服务关系就建立起来。这是服务产业、尤其是面向企业的To B服务产业的生意本质。”

线下实体园区提供企业全生命周期服务。猪八戒网本身是一个网络超级孵化器,已在线上孵化了上万家企业。除了线上孵化之外,目前猪八戒网也开始打造线下孵化模式。“线下孵化的方式主要是以园区为主,以订单导入、订单撮合、订单交易为核心的全国首家O2O实体园区,具有为企业持续输血功能,解决政府和企业创新驱动、转型升级等深层次需求。”据了解,猪八戒网线下孵化园区为入园企业提供全生命周期服务的同时,提供八戒知识产权、八戒财税、八戒印刷、八戒金融等生态链服务。此外,还自上而下联合建设的“互联网+”创新创业服务平台,设立创新创业服务券,双向惠及订单供需双方,保障入园企业的成长与发展。“与线上平台相同,猪八戒网线下园区的盈利模式也主要以钻井业务和平台上的增值服务为主。只有保障当地创业者及中小微企业盈利,更多购买平台上的会员产品、收费服务,猪八戒网才能真正的获取利润。”朱明跃说。

“八戒城市”打造O2O服务综合体。2016年,猪八戒网提出“百城双

创”战略,打造“八戒城市”项目。猪八戒网目前正逐步与国内120座城市进行洽谈,挑选36座城市实现落地。在各个城市打造一个O2O服务综合体,主要包括三个方面:第一,搭建云端服务平台,方便政府机构、中小微企业向全球购买服务;第二,打造全国独有的O2O众创空间,线上线下订单孵化当地创业企业;第三,建立企业全生命周期的服务体系,线上线下贯通,形成一个严密的企业发展生态系统。截至目前,猪八戒网已成功与昆明、长沙、乌鲁木齐、四川乐山、浙江慈溪等多地达成战略合作协议,各地园区正在筹备落地运营中。

深入二三线城市,实现线上线下服务联动。“未来,一定是共享经济平台快速发展的阶段。”朱明跃表示,猪八戒网会不断完善平台服务生态,为创业者提供一站式服务。提升服务品质的同时,大力发展八戒金融、八戒财税、八戒印刷、八戒HR、八戒公装等钻井业务,助力更多的创业者和传统企业的转型升级。同时,在线下,猪八戒网会逐渐向二三线城市发展,通过在当地打造创业园区,集聚当地优质文创企业,融合政府及企业优质资源,实现线上线下联动,提高创业成功率,从而培育出一大批优质企业和企业家。据悉,除此之外,猪八戒网还将打造八戒农业,通过互联网、共享平台,帮助农村脱贫致富。

(上接第13版)

发展 VR行业内容缺失,文化内容厂商拥有巨大机遇。

“内容”是推动VR行业升级的关键,这一观点已经成为各方人士的普遍共识。根据《中国VR行业研究报告》,目前国内的VR产业发展集中在硬件设备领域,各种硬件产品层出不穷,而与之相对应的是内容极度缺失,这让VR行业处于一个尴尬的境地。北京师范大学新闻传播学院执行院长喻国明表示:“VR最重要的特点是技术搭台、文化唱戏。技术一旦达到一定程度之后,其本身就不是最重要的,能否呈现出一种在VR平台上的文化多样性、想象力、侵入感的产品则更为重要。”宋洋认为,VR是未来视觉迭代的趋势,其对于拉近不同领域、形成跨界生态并在中间地带产生更宽广的商用空间会有巨大的促进作用,影响力远超手机,“但目前整个VR行业仍处于1.0阶段,大家普遍关心硬件制造和销售。其实,VR的核心竞争力仍来自内容。”

据了解,在VR内容制作上,国内目前已经有追光动画、兰亭数字等影视制作公司关注VR内容的探索,此外,财新传媒拍摄出国首部VR纪录片《山村里的幼儿园》等。但《中国VR行业研究报告》显示,当前VR内容多为小型团队进行开发,游戏策划、对战数值等都有着各种问题,这使得整个VR内容无亮点重复开发,内容的乏善可陈,降低了用户的粘性。大型互动式的网游尚未产生,没有大量优质的原创VR内容,无法激活用户兴趣。因此,VR产业想要真正发展起来,必须保证足够量的优质内容,结合硬件发展,形成自己的产业链。

VR行业整体内容的欠缺,为不少文化内容生产厂商带来了机遇。北京龙威尔科技有限公司专注于VR内容集聚平台,该公司CEO周流认为,在未来3~5年内,中国将拥有大量的VR内容投资机会,主要包括视频类、游戏类和行业应用类。而目前,不少文化传媒类公司已经看到了VR内容制作的蓝海市场,幻维世界(北京)网络科技有限公司是一家VR领域的全产业链生态公司,该公司CEO刘蕊表示,“去年我们看到无论是移动端还是PC端,VR在内容方面都是很匮乏的,精品内容更是稀缺。所以我们一直追求IP、追求品牌,通过精品内容向用户传达VR的真正乐趣,让用户了解VR、喜欢VR,幻维世界一直以此为宗旨在做很多事情。”据悉,在涉足VR的上市公司中,文化传媒类公司也成为主力之一。据统计,截至目前已有近20家文化传媒类公司发布涉足VR的相关信息,主要通过入股、成立共同研发实验室、VR内容制作等方式切入,其中华策影视、光线传媒、奥飞娱乐更是频频入股相关公司,布局VR生态的打造。