

竞争升级 出海游戏如何寻找“新蓝海”



从游戏厂商的出海元年2018年开始,五年之后,中国的游戏出海,已经从“蓝海”变成了“红海”。中国音数协游戏工委发布的《2022年中国游戏出海情况报告》显示,在全球游戏市场规模下降的大环境下,2022年中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为173.46亿美元,同比下降3.7%,出现了2018年来首次出现下降。海外竞争加剧、监管机制趋严、汇率波动变化等也给游戏企业出海带来了新问题。

出海还是出局?如何更有效依据数据提升应对行业变化的能力?近日,“以数据驱动新增长,赋能游戏出海新篇章”的线下研讨会在北京举行,对于游戏出海以及买量、获客等问题进行了讨论。相关产业界的人士认为,需要秉持一种开放的心态,从红海中寻找蓝海;而从广告营销的角度来看,机器学习或将成为一种有效方式。

从“红海”中寻找“蓝海”

“出海”和“出局”依旧是很多企业“To Be or Not to Be”的生存选择题。“红海”还是“蓝海”?

以出海营收之王SLG策略类游戏为例,智明星通市场经理王静认为SLG竞争十分激烈,毫无疑问是“红海”。因其付费点位比较靠后,iOS打开隐私保护之后,对投资方来说影响是非常大的,其买量单价也有明显上升。在用户圈层相对固定的情况下,该品类游戏获得增量增长也是比较困难。

游戏的海外市场无疑是“红海”,但是找准新的定位点之后,“红海”也可能变“蓝海”。在成都无敌勇士市场总监张嘿嘿看来,对于“红海”还是“蓝海”的回应取决于游戏开发者。“‘红海’是肯定的,大家都在往外走,出海会变得越来越寻常,但大家如果能找到自己的微创新的定位点,就可以弄出‘蓝海’的战略来。”

Moloco大中华区产品专家Jim Guo表示,长期以来一直存在一些机会,如把一些其他平台的成熟玩法手游化,或者是去拓展一些其他的平台上的机会,比如说CTV或者一个手游做页游和多端的融合,这些还是有机会点可以去探索的。

从游戏发行策略来看,买量是中国游戏厂商出海不可回避的一个话题,通过市场营销方式来获得一些新增用户。可以看到的是,在获客越来越难的情况下,游戏厂商正不断调整自己的策略,以更加灵活的方式应对市场竞争。副玩法、混合变现等逐渐成为游戏厂商获取流量的选择。通过在游戏里加入其他小游戏的副玩法帮助游戏企业转亏为盈;多策略混合变

现也成为全球头部手游收入增长和长期盈利的主流趋势。

Moloco大中华区新客业务高级总监Bruce Li也分享了一些对于游戏出海趋势的观察分析:从OS(操作系统)来看,与IOS相比,今年上半年安卓的增速非常显著的。联网电视(CTV)是一个非常大的新领域。“我们最近的观察,很多国内的开发者越来越关注像拉美、中东还有东南亚这样的T3市场。”

以机器学习应对流量、隐私挑战

越来越多的游戏厂商开始驶向海外。根据中国音数协游戏工委发布的《2022年中国游戏出海情况报告》,出海游戏收入构成方面,中国移动游戏的出海游戏收入前三名国家分别为美国、日本、韩国;海外发行商数据变化方面,日本、英国、德国移动游戏市场中的海外发行商数据均出现增长,韩国方面的数据则连续两年下降。

获客作为摆在游戏开发者面前最重要的问题,不得不考虑个人隐私安全意识不断提升之后,如何更好认识和触达用户。2021年4月,苹果在iOS 145系统中引入了新的隐私防护措施,在ATT政策之下,如没有得到用户许可App或者广告主将无法追踪用户;一年之后,谷歌宣布称将引入一项新的安卓用户隐私保护措施,以限制第三方应用程序随意收集个人信息。

Bruce Li认为,从广告营销的视角来看,在相关隐私政策的影响下,能够拿到的数据会越来越少,谁能提供更好的一站式服务,谁就更具有竞争优势。“机器学习平台带来的是

技术方面的革新,能够做到更好的回收。同时,针对隐私保护带来的挑战,机器学习的模型就决定了可以用相对少的数据找到更好的用户。”

流量日益增多但获客难度却不断增大,也成为游戏出海企业需要回答的问题。当被问及今年游戏出海面临的挑战时,张嘿嘿就曾表示:“流量现在已经不是万能的,但没有流量是万万不能的,酒香也怕巷子深。”

“流量越来越多,这意味着你的选择比之前多得多,但同时大R越来越少了。流量的复杂性是现在所有人面对的问题。”Moloco大中华区总经理朱筱筱进一步说到,大部分的用户现在在App里有将近三分之二的使用时间其实已经是在开放的互联网,而非各大类媒体中的头部媒体(Hero Apps)构筑的“围墙花园”内。通过更高端的机器学习从而高效获客、解锁新的增长空间是最重要的因素。“今天的出海者进入的是一个广阔的海域,而机器和人工智能的力量可以让出海者们突破桎梏,实现增长。”

朱筱筱补充,机器学习和AI之间更多的是互为助力而不是互相颠覆。希望在不远的将来AI技术能够帮助机器学习模型更加的准确、稳定和透明。

游戏作为一个工业化的产品,ChatGPT无疑将会发挥非常重要的作用。但同时,Bruce Li提示:“AI会减轻很多分析和归纳方面的工作,但是我们要小心AI所提供的东西是不是真实有效的,这就要求我们需要依靠自己的专业度做出判断。最后做决定的一定是一个人,而不是AI来帮人做决定。

供稿:《21世纪经济报道》

ITMT 快报

高通推视频协作一站式解决方案

当地时间6月14日,高通技术公司推出高通智能视频协作平台套件,该套件支持OEM厂商轻松设计并部署可提供卓越视频、音频和定制化终端侧AI功能的视频会议产品,为企业、医疗、教育和家庭环境带来引人入胜的沉浸式虚拟会议体验。高通智能视频协作平台套件作为一站式解决方案,提供专为视频会议而设计的软硬件必备特性,助力客户快速设计并部署从企业视频协作系统和小型会议室视频协作系统,到数字白板、触控控制器和家用个人终端的多样化视频会议产品。

高通VC5智能视频协作平台通过专为企业环境开发的即用型或定制化AI音视频特性,实现先进视频会议体验。利用软硬件深度优化的参考设计,快速推出一体化的会议室视频协作系统。

高通VC3智能视频协作平台提供先进的视频会议功能,包括支持多个超高清摄像头、Wi-Fi 6E和先进的AI音视频特性,为需要常规功能和特性的终端打造出色体验。从小型会议室视频协作系统和视频会议摄像头到USB视频设备和个人终端,为各种用途的视频会议产品的设计和部署提供极致的灵活性。

高通VC1智能视频协作平台面向触控控制器、会议室调度器和平板电脑等高质量视频会议配件而设计的解决方案,集成强大的计算性能、稳健可靠的连接和多媒体功能,可节省开发时间和成本。

综合

人工智能大模型电视“长虹超脑”开启公测

6月15日,搭载“长虹超脑”人工智能系统的部分电视产品面向用户正式公测。

据介绍,“长虹超脑”是依托多模态交互、语义理解及意图识别、大数据等技术构建起的人工智能超脑系统,具备能感知、能理解、能学习三大核心能力。可应用于生活百科知识,学习教育辅助,文档创作生成,甚至图片设计等专业领域及个性化服务。搭载于长虹电视上,以数字形象“长虹小白”的形式与用户交互,执行指令,并实现用户意图。

搭载“长虹超脑”的电视,实现了深度交互、内容多元、场景丰富等全方位升级,并且其理解能力将呈几何级数提升,“知识面”也将显著扩大。从原来覆盖30多个领域的“百事通”,成为真正无所不能的“事事通”;基于AI大模型,长虹将进一步赋能电视在影音娱乐、学习辅导、家庭健康、知识百科、智慧办公等领域提供更强大的用户体验;也将进一步满足用户在不同生活场景下的需求,让电视成为家庭的智能中心,服务于用户的美好生活。

“这次AI大模型‘长虹超脑’面向用户进行公测是一个重要的里程碑,它标志着智能电视又迈上了一个新的台阶,为智能显示行业的发展注入新的生机与活力。”行业观察人士指出。据了解,本月20日,长虹将在线举行行业首家人工智能大模型电视发布会,介绍长虹超脑产品并进行演示体验,长虹电视视频号等同步直播。

作为人工智能电视领域的领跑者,长虹率先成立国内家电行业首个人工智能实验室,引领智慧显示革命。目前,长虹已经在智慧家庭、智能制造、智能终端等多领域,成熟应用人工智能,同时协同物联网、5G、区块链等技术系统提升用户体验与运营效率。

据《上海证券报》

日本研发出光控可再生黏合剂

据新华社东京6月15日电 日本物质材料研究机构14日发布新闻公报说,该机构研发团队研发出一种可反复黏合和剥离的黏合剂,用完之后还能将基材和黏合剂还原到原始状态后分别回收。这种可再生黏合剂可望广泛应用于电子设备、医疗仪器等的生产和修理。

公报说,研究人员注意到咖啡酸在波长不同的紫外线照射下能发生可逆的交联反应和脱交联反应,利用这一特点,他们研发出一种含咖啡酸的高分子材料。将这种材料涂布到基板上后,用波长365纳米的紫外线照射,材料就会发生交联反应,生成不溶于溶剂的预涂黏合层。

这种预涂黏合层在常温下没有黏性,可以在阴暗的室温环境下保存两年而性能不会下降。使用时只要令其接近热源,就能反复黏合和剥离。实验显示,黏合和剥离反复30次以上后,材料黏合强度仍与初次使用时一样。使用完毕后,用波长254纳米的紫外线照射,材料就会发生脱交联反应,恢复到和涂布前相同的状态,黏合剂和基板能分别回收再利用。

银河麒麟、中标麒麟愈发成熟,欧拉、龙蜥开源社区相继面世

中国服务器操作系统“百花齐放”

随着全球数字化转型的加速,数字经济成为社会发展的主引擎,以5G、智算中心为代表的新兴基础设施不断建设,持续推动着中国服务器及服务器操作系统的发展。

在红帽(Red Hat)公司停止支持CentOS Linux8后,中国服务器操作系统产业度过了关键空窗期,新的产业格局逐渐成型。

经过数十年的探索,中国操作系统发展成绩被业界认可,银河麒麟、中标麒麟、统信UOS、红旗Linux等操作系统愈发成熟,欧拉、龙蜥、OpenCloudOS等开源社区相继面世,大量国内服务器操作系统正呈“百花齐放”之盛况,迅速崛起。

国产操作系统加速创新发展

《2022年中国操作系统发展研究报告》显示,2023年起国产操作系统创新发展将开启加速模式,国产操作系统通用新增市场在2024年将达到341亿元的规模。在此背景下,国内服务器操作系统产业迎来了老朋友、新玩家。日前,浪潮信息在全国巡展南京站,正式发布了服务器操作系统KOS,并称这是一款“面向智算

时代的服务器操作系统”,基于KOS的云原生、人工智能、虚拟化,在开发效率、运行效率和扩展性上得到了增强。

“自从十年前浪潮信息研究关键应用主机开始,我们就有了自己的研发KI专用操作系统的团队。我们的基础软件、系统软件里面一直有自研的操作系统,只是没有把操作系统当作一个独立的产品在通用市场上进行发布。”浪潮信息副总裁张东表示:“浪潮信息提出‘以应用为导向,以系统设计为中心,建立多元异构算力融合、软硬协同优化’的技术发展路线,软件特别是基础软件产品,是实现这一技术路线的关键环节。”

生态建设是操作系统产业核心

当下,人工智能、大数据、物联网等技术迅猛发展,用户的计算场景更加多元,计算类型更加复杂多样,多CPU、多AIPU共存已然成为长期趋势,将会显著增加硬件管理的复杂性。但这也给服务器操作系统创新提供了更多的应用场景,对多元芯片、异构算力的支持,将成为赢得市场与用户的基本特性。

“得生态者得天下”,生态建设实际上

也早已被公认为是操作系统产业的核心。而服务器操作系统向下驱动底层硬件,向上链接各类数据库、中间件与业务应用,处于行业生态体系的中坚位置,其产业链条不仅长而且广,生态建设需要投入更多的资源。

对此,张东认为,开源操作系统生态建设有两个要点,一个是人才,另一个是伙伴,前者决定了生态的潜力,后者决定了生态的活力。以KOS为例,浪潮信息一方面是做好龙蜥社区生态,提升开发者数量和下载规模,另一方面就是基于覆盖云、数、边、超的整机产品线及强大的上下游伙伴生态,进一步加强合作伙伴生态建设。

开源已成为科技领域创新的重要模式,正在激发中国乃至全球的创新活力,持续赋能数字经济发展。特别是在信息产业“缺芯少魂”的背景下,开源技术正在加速推进中国操作系统的发展进程。

开放原子开源基金会理事长孙文龙表示,部分国产操作系统已实现产业生态的快速构建和商业开机的规模部署,充分利用、参与、支持开源,是实现操作系统技术创新和产业繁荣的有效路径。

综合

遗失杨富强青钓002号渔业船舶国籍登记证书,声明作废。

遗失杨富强青钓002号渔业船舶检验登记证书,声明作废。