

# 中国网游:莫让有法可依变成死法难依

阴 本报记者 戴欣平

8月份,文化部出台的《网络游戏管理暂行办法》(以下简称“办法”)正式施行,这也结束了中国网游产业过去无法可依的局面。“办法”的出台,中国网游从业人员表示欢迎,同时也提出了自己的期望。

## 厂商 大势所趋

近年来,中国的网络游戏产业获得了迅猛的发展。一系列负面影响接踵而至:个别网络游戏产品内容粗糙、格调低下,缺乏对未成年人的有效保护手段和措施,导致青少年身染网瘾甚至引发连锁社会问题;一些网络游戏开发商在虚拟货币开发和交易上缺乏管理依据而频频损害消费者权益,在运营过程中出于对利益的狂热追逐而导致自我约束力下降,违规、虚假的丑闻不断曝光等等。因此,出台适应新形势的网络游戏管理新规范,就显得迫在眉睫。

网游从业人员崔先生表示,“办法”首次系统地规范了网络游戏的娱乐内容、市场主体、经营活动、运营行为、管理监督和法律职责做出了明确的规定。他认为,“办法”第一次把网络游戏研发生产、上网运营、虚拟货币发行和交易服务等产业流程与企业行为都纳入管理范

畴,并进行了资格认证的区别对待,对于当下某些国内网游商而言,是一个及时的警醒。”

“办法”规定:不得以随机抽取等偶然方式,诱导网络游戏用户采取投入法定货币或者网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品和服务。对此,崔先生认为,“这一条是很多运营商和玩家都关注的焦点,字面理解,很通俗易懂,就是‘禁止使用法定和虚拟货币来交易’很明显,这会极有力地约束现在在很网络游戏平台存在着某种擦边球行为。这对于规范从业者队伍而言是一件好事。这也是我国网络游戏行业10年以来,第一份专项的系统管理法规。”

据了解,目前业内有些运营商的交易平台在公然运行或私下运行,颇涉雷区。而且博彩方式五花八门。虚拟货币的发行和交易如若不受监管,会带来洗钱、虚假财报等一系列问题,甚至危及法定货币安全和国家财政、金融安全。“办法”规禁止使用法定或虚拟货币交易会有效地制止一些企业为了获利而无视道义地向网游玩家施加压力与进行敛财的行为。对于我们这些比较规范的开发商而言,是一个利好消息,同时也利于网游玩家自身利益的保护。”

另一位从业人员刑先生则认为,“办法”针对网游内容进行管理,会提升国内网游开发商

的准入门槛”。他说:“办法”要求网络游戏运营企业建立自审制度,保障网络游戏内容和经营行为的合法性,这让一些网游在内容开发上必须要考虑得更周全,不能像过去那样随意拷贝他人的成功模式。为网络游戏企业的经营赋予了更多的社会责任和自我审查,对市场运营行为增加了更多的自我监督,迫使企业经营更加规范自觉,对利益追求更加理性。一些并没有什么原创能力的开发商可能就此难以再进入这个市场。”

但是对于“办法”将经营资质的审批权下放到省市文化主管部门的规定,刑先生认为此举在提高行政管理效率的同时,也对地方的管理提出了更高的要求,不然就会出现北京这边管理得比较严格,但是地方却出现了很多在内容上把关标准不一的情况,那反而会派生出网游发展的一个新问题。”

## 用户 欢迎保护

“办法”制定的专家、北京大学文化产业研究院副院长向勇在一次解读中表示,“办法”对一直存在争议的网络游戏虚拟货币和网络实名制等关键问题进行了明确的规定,是从优先保护未成年人的原则和保护消费者权益的原则出发”的条款。

这一分析突出了“办法”对网游玩家权利的保护。其中第21条规定:网游运营企业应当要求网络游戏用户使用有效身份证件进行实名注册,并保存用户注册信息。刑先生认为这是针对“未成年人保护的必然手段,也可以解决暴力、色情、政治等责任追溯的问题,一定程度上有利于建设和谐安全的网络社会。”但是,刑先生也不否认,在如何进行实名制管理上;国内目前还没有更有效的办法。实在是政府监管制度的趋势,是整个互联网发展的要求。但是当运营商手上拿到几百万甚至上千万个用户的真实身份后,会不会出现个人信息泄露”呢?这很难控制,一旦出现,对信息安全的监管而言,是一种更大的伤害。”

网游玩家李先生则认为这一规定没有实际效应:“现在我们在网上注册防沉迷系统,只需要填写正确的身份证号码,姓名随便填什么都能顺利通过防沉迷验证,而一旦实施实名制注册,你的身份证号码与姓名就必须完全正确,那么作为玩家,我们要考虑的问题就是你实行所谓‘实名制’之后,我的一个身份证是否还可以注册多个游戏账号?难道以后网游中就不会再有‘大号’‘小号’的存在了吗?那样的话,网游的娱乐性将大打折扣。如果可以注册多个游戏账号的话,如果其中一个游戏账号出现违规操

作,其他账号会不会受到影响?”

李先生认为,要想对网游玩家进行管理,应该有更好的办法;简单地用实名制来管理,我认为弊大于利。”

而基于实名制,“办法”中针对用户权益还有规定:网络游戏经营单位在网络游戏用户合法权益受到侵害或者与网络游戏用户发生纠纷时,对经审核真实的实名注册用户,网络游戏经营单位负有向其依法举证的责任。这一条进一步提升

了对网游用户的权益保护,这也是针对目前国内网游产业漠视用户利益现状而有的放矢的管理条款。

但是,崔先生表示,“这一条款听起来很不错,但是执行起来很难,因此现在很多游戏运营商都通过自己的注册条款,在遇到用户纠纷后轻松地推诿举证责任,因此要真正落实地给用户提供权益保障,还是要彻底解决运营商‘霸王条款’的问题,否则这个有法可依就会变成死法难依。”



# 中国网游市场 用户数量增长迅速 内容服务需要提升

经过10年的发展,中国的网络游戏行业已经进入到成熟期,超过300亿元人民币的市场规模以及近3亿的用户规模使其成为中国互联网的支柱产业之一。但随着网络游戏行业的成熟,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《2010年中国网络游戏用户调研报告》显示,一些问题也渐渐浮出水面。

## 中国网络游戏用户构成

2010年中国活跃大型网络游戏用户规模为1.1亿人,比2009年增长4069万人,增长率为58.7%。其中腾讯的网络游戏用户占到总体用户的50.4%,较2009年的44.2%提升6.2个百分点;网易与盛大的用户比例分别为35.7%和15.9%,位列第二与第三位。女性在大型网络游戏用户中占26.9%,男性比例为73.1%。

大型网络游戏用户中,10-19岁年龄段用户群体最大,用户比例达42.4%,20-29岁以及30-39岁年龄段用户比例分别为37.5%和15.8%。学生构成最大网络游戏用户群体,比例占到40.7%。企业职员构成第二大用户群体,用户比例为22.8%。

PSP在大型网络游戏用户中的渗透率最高,比例达75.2%,任天堂以23.5%居第二位,NDS和X-Box360的用户渗透率均在21%以上。

中国大型网络游戏用户2010年平均每月游戏花费为99元。在付费网络游戏用户中,有31%的用户进行过非官方虚拟货币交易,较2009年的24.9%有所提升。中国大型网络游戏的非官方交易物品以虚拟货币为主,虚拟装备居第二位,用户比例分别为81.9%和68%。

## 细分市场是竞争关键点

CNNIC2010年网络游戏用户调研报告对用户分群研究后发现,不同类型的游戏用户,其在游戏目的、游戏喜好、游戏行为方面均有明显差别,简单的根据用户属性进行对应游戏开发已经难以满足细分市场发展的需要,抓住用户在游戏过程中的行为和意识特征,更有利于开发满足差异化需求的游戏产品。因此,在游戏数量逐步丰富的情况下,不可能再推出“全用户”产品,如何提升产品的针对性来抓住用户才是未来竞争的关键。

产品线单一对于游戏公司是一个重大隐患。2009年网易取代九城获得《魔兽世界》的代理权,对于90%的收入都依赖《魔兽世界》的九城而言无疑受到巨大损害,而这个事件也为其其他运营商敲响了警钟,即单一依靠一款游戏盈利的风险巨大,而多款游戏产品的互补可以有效降低风险。除了游戏

数量,在游戏类型的多元化方面,也存在由于产品类型单一而引起的用户流失。2010年(劲舞团)用户流失较为明显,而主要依赖其盈利的久游网已经意识到多产品线运营的重要性,宣布加大研发力度,计划推出多款MMORPG游戏,以避免单一产品运营风险;另一方面,类似空中网等厂商也同时注重代理与研发共同发展的模式,加强抵抗风险的能力。

## 重视跨平台、跨终端 游戏发展

随着移动互联网的发展和三网融合的推进,跨网、跨平台、跨终端的网络应用均有较大的挖掘空间,网络游戏厂商也应当提前布局跨平台的游戏业务。当用户的碎片时间逐渐增多后,在特定时间、特定地点选择契合需要的网络游戏成为跨平台网络游戏发展的驱动力,为玩家提供随时随地的游戏体验,是值得网络游戏厂商重视的问题。以空中网为例,其在开发网络游戏产品时较为重视游戏对多终端多系统平台的覆盖,提出手机游戏+互联网游戏的跨平台服务,正是迎合跨平台趋势的业务布局。

网络游戏产品平台化优势明显,主要原因是“平台化”模式在目前中国网络游戏环境下的适应性更强。从用户方面分析,用户增速放缓以及游戏产

品的增多导致产品间竞争加剧,而对于自身资金雄厚、渠道建设较为完善的企业而言;“平台化”将更多的产品纳入平台上并进行用户和渠道的共享,则可有效地规避上述问题,但这种平台需要用户量、渠道和资金作为基础,并不适用于所用网络游戏企业,因此提升市场竞争力应分步骤有选择地开展营销,避免盲目地进行平台化运营。

## 利用口碑效应 开展社会化营销

虽然2010年网络游戏运营商高价邀请一线明星代言的案例增多,但CNNIC调研数据显示,游戏代言人对游戏用户的影响最小。朋友口碑成为大型网络游戏用户选择游戏产品时的首要影响因素,比例占到69.1%。“朋友介绍”在用户获取游戏信息中的作用日益重要,这也体现了社会化营销对于网络游戏营销的重要性。网络游戏具有独特的虚拟社区环境,本身就带有社会化媒体的性质,网络游戏运营商对游戏产品的宣传,应当充分利用游戏社区和其它互联网社交应用相结合的方式,来实现游戏内外的联动宣传效应。口碑传播的基础是社交网络,因此社会化营销成为网络游戏宣传的重要途径。网络游戏公司应当注重通过社会化口碑营销推广游戏产品。

除了游戏研发和运营,还有一个重要因素容易受到网络游戏运营商的忽视,即网络游戏服务。网络游戏服务是区别于游戏线上活动、游戏内容开发之外的,为保障用户游戏体验而提供的“周边”服务,其中技术保障和客户服务是服务重点。CNNIC分析网络游戏用户流失的原因发现:“游戏安全性

低”和“客户服务质量低”成为导致用户流失的前两项因素。网络游戏作为一种特殊的体验经济,给用户提供的体验并不限于游戏内容本身,尤其是当游戏产品数量增多,内容趋于同质化时,技保和客服这样的游戏周边体验显得尤为重要。(摘自CNNIC《2010年中国网络游戏用户调研报告》)

## 简明新闻

### 第十届织交会10月举办

本报讯 由中国国际贸易促进会纺织行业分会、中国毛纺织行业协会和东莞市人民政府主办,东莞市大朗镇人民政府、东莞市毛纺织行业协会承办的第十届中国(大朗)国际毛织产品交易会(简称“织交会”)将于2011年10月29日至11月1日,在广东省东莞市大朗镇举办。第十届“织交会”的举办及其产业发展历程是中国毛纺织时尚产业的一个里程碑,不仅体现“织交会”在中国服装产业历年辛勤耕耘取得的成就,也标志着“织交会”和中国毛纺织时尚产业将步入一个新的发展阶段。(龚松梅)

### SonicWALL推出 SSLVPN5.5固件

本报讯 SonicWALL公司近日宣布推出针对其安全远程访问(SRA)系列的SSL VPN 5.5固件。该新版固件通过引入Spike Licensing,使网络管理员能够在灾难期间迅速且自动增加其远程访问解决方案的并行用户数量,显著增强了SonicWALL市场领先的SSL VPN技术。与此同时,SonicWALL还提供了新功能来继续改进Web应用防火墙(WAF)技术,以帮助公司满足PCI合规要求并部署具有先进Web应用安全功能的外向(outbound)数据丢失防护(DLP)解决方案。(王婷)

### LSI推出CacheVaultFlash 高速缓存保护技术

本报讯 日前LSI公司宣布推出一款MegaRAID CacheVault技术,用于为LSI MegaRAID 6Gb/s SATA+SAS RAID控制卡提供基于闪存的高速缓存保护功能。MegaRAID CacheVault采用固态硬盘NAND闪存,能够在电源发生故障的时候自动将高速缓存数据转移到闪存中,从而为存储在RAID控制器缓存中的数据提供强大的保护。CacheVault技术避免了采用锂离子电池的麻烦,节约硬件维护成本,从而实现更环保、总体成本更低的高速缓存保护解决方案。(章瑜)

### 美普思科技推陈出新

本报讯 美普思科技公司近日携手业界领先的开发工具制造商Lauterbach GmbH 共同宣布,TRACE32调试器现已支持MIPS32TM M14K和M14Kc处理器内核。M14K内核采用先进的程序代码压缩技术,可提供1.5 DMIPS/MH的高性能,并减少程序代码容量达35%,显著节省成本。Lauterbach现在将其发展成熟、高端的TRACE32调试解决方案扩展至支持获奖的M14K内核系列。Lauterbach全球销售和营销经理Norbert Weiss表示,通过TRACE32,现在许多利用MIPS内核开发产品的设计人员将能使用从bootstrap程序代码到中断常规程序和驱动程序的完整调试功能。(王学文)

### HP参与三大运营商启动 多省桌面端虚拟化试点测试

本报讯 近日,三大运营商集团启动了涉及多省的桌面端虚拟化试点,计划针对OA平台、柜面、运维中心以及呼叫中心4个场景联合相关解决方案厂商进行批量试点。据悉,相关招标文件已经发布,目前HP等多个厂商正积极配合运营商测试及评估各个虚拟桌面方案。针对虚拟桌面技术,惠普可以提供一站式整体解决方案。惠普拥有完备的产品线与服务,对于虚拟桌面技术,惠普可以提供从服务器、存储、网络设备、软件、客户端到咨询服务的全线方案与服务,满足用户一站式服务需求。(三木)