

## 行业动态

## 2018年我国数字经济规模占GDP比重超1/3

**本报讯** 在近日国新办举办的新闻发布会上,国家互联网信息办公室副主任杨小伟表示,据有关机构测算,2018年我国数字经济规模达到31万亿元,占国内生产总值的比重超过1/3。

工业和信息化部总工程师王新哲介绍,数字经济的通俗定义,即数字的产业化和产业的数字化。2016年在G20杭州峰会期间,我国首次将数字经济列为G20创新增长蓝图中的一项重要议题,峰会通过的《G20数字经济与合作倡议》指出,数字经济是指以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动。

中国信息通信研究院去年12月发布的《G20国家数字经济发展研究报告(2018年)》显示,美国数字经济总量达11.50万亿美元,在G20国家中居首位。2017年的数据显示,各国数字经济占GDP比重最高的3个国家依次为德国、英国和美国。最新统计显示,英国的数字经济已经超越制造业、采矿、发电等工业部门,成为英国最大经济部门。

倪浩

## 我国对信息消费示范城市创建工作进一步规范管理

**本报讯** 近日,工信部印发《信息消费示范城市建设管理办法(试行)》,从申报条件、申报流程、评价指标、示范管理等方面,对信息消费示范城市创建工作进一步规范管理。根据《试行办法》,信息消费示范城市分为综合型信息消费示范城市和特色型信息消费示范城市两大类。工信部相关负责人表示,未来将对信息消费示范城市进行动态管理,实行退出机制。

随着我国经济发展进入新常态,迫切需要发挥消费对促进经济平稳运行的“压舱石”作用。工信部信息化和软件服务业司相关负责人表示,我国信息消费正从“信息的消费”向“信息+消费”转变,从线上为主的消费向线上线下融合的新形态转变。根据信息消费发展的新形势,调整优化了示范城市的评价标准、申报流程、示范内容等。

根据《试行办法》,信息消费示范城市是指积极开展信息消费相关工作,符合信息消费示范城市评价指标体系条件,由工信部授予信息消费示范城市称号的城市。

中国信通院产业与规划研究所大数据与数字经济研究部副主任唐炜表示,《试行办法》将加快推动信息消费示范城市建设,一是有利于协调各方资源,实现统筹推进,发挥信息消费稳增长、促就业、惠民生的作用;二是充分激发各地工作积极性,加快落实党中央、国务院对扩大和升级信息消费各项工作的部署要求,推动形成“上下联动、协同推进”的工作局面;三是推动信息消费示范城市积极发挥示范带动作用,在全国范围内形成良好的发展氛围,进一步扩大和升级信息消费,推动我国经济实现高质量发展,促进形成强大国内市场。

郭倩

## 央企电商联盟将打造统一平台

**本报讯** 近日发布的《中央企业电子商务联盟2018年度发展研究报告》并指出,电子商务已成为服务央企主业高质量发展的重要抓手,在电商化采购、社会化服务、精准扶贫、助力“一带一路”发展方面示范带动作用突出。

据介绍,2019年,央企电商联盟将打造统一平台,深化合作机制,强化资源共享,在标准制定、招标结果复用、智慧物流体系构建、跨境资源共享、商旅管理应用、支付体系建设、大数据公共服务平台、企业联合信用评价、网络信息安全保障、联盟区块链建设等十个领域重点发力,拓展联盟内部合作,强化内生动力,努力推动央企电商高质量协同发展。

《报告》指出,2018年数字经济引领我国电子商务稳步增长,电子商务交易额达31.63万亿元,网上零售额达9.01万亿元,我国稳居全球规模最大、最具活力的电子商务市场地位。中央企业电子商务发展迅速,交易规模不断扩大,知名度和影响力不断增强,特别是央企电商联盟的成立,在央企电商业务协同、资源共享、模式创新方面发挥了积极作用,目前央企电商联盟成员单位已达129家,实现了战略性行业全覆盖。

《报告》指出,当前数字经济时代加快到来,产业互联网强势崛起,2018年我国电子商务B2B平台服务营收规模为819亿元。其中,规模以上B2B交易平台营收规模474亿元左右,中小企业B2B平台服务营收规模稳步增长,达到345亿元。B2B电子商务成为消费互联网向产业互联网转化的切入点。在此背景下,中央企业电子商务一端连接着丰富的互联网技术资源,一端连接企业内部复杂的供应链管理系统,是消费互联网与产业互联网两大板块的天然连接通道,有望迎来新的发展机遇。

## 进口游戏版号开闸 游戏业春天来临

戈清平

一次性对30款进口游戏发放版号,国家新闻出版广电总局4月初的这一次公示,让游戏从业者们倍感“春天”的温暖。

“已经有14个月没有公示进口游戏的审批名单了。过去,我们四处打听,都无法获得确切的消息,这一次公示我们都不太敢相信。”一位游戏从业人士表示。

实际上,今年年初游戏版号就已经开闸,只不过当时只是针对国产游戏。游戏产业时评人张书乐表示,国产游戏已经开始审批,进口游戏的审批只是迟早的问题。在他看来,整个游戏版号的审批正在依次依序进行。

随着进口游戏版号发放的进一步放开,也意味着整个游戏行业开始吹响加速回暖的号角。

## 大厂领衔30款进口游戏版号

从国家新闻出版广电总局的网站上看到,此次公示的进口游戏版号共有30款,其中22款移动游戏,5款客户端游戏,3款主机游戏(包括2款Xbox主机游戏《极限竞速7》《超神跑者》,一款PS4主机游戏《仰冲异界》)。

与今年年初无游戏大厂入围不同,此次获批的游戏版号中有了诸如腾讯、网易、盛趣游戏(原盛大游戏)、完美世界、百度多酷科技、游族、掌趣科技、巨人网络等的身影。

张书乐认为,随着大厂加入游戏版号审批序列,意味着整个游戏行业开始回暖。

国金证券最新的研报也指出,进口游戏版号的恢复,给整个游戏行业吃了一颗“定心丸”。2019年将是游戏行业集中度提高,公司持续分化的一年。受益的主要是两类公司:第一是“腾讯系”优质内容开发商,代表是世纪华通;第二是具备鲜明特色的垂直开发商和发行商,代表是B站。“内容为王”和“垂直品类为王”的逻辑将同时成立,缺乏特色的公司将举步维艰。

实际上,去年由于版号审批暂停、人口红利消退等原因,游戏行业增速出现放缓。然而,随着今年版号审批重新恢复,截至目前相关机构已下发十批,共计892款游戏版号,行业回暖态势明显。

在这30款游戏中,移动游戏占据了大部分,显示出移动互联网时代,在碎片化时间中,移动游戏依然大受玩家欢迎。

不过,对于国内的游戏企业而言,拥有高IP价值的移动游戏一直不多。“在此次过审名单中,有游族制作的《权力的游戏:凛冬将至》这款预热已久的全球发行IP手游巨作,希望这款游戏能够打开国产手游高IP值的突破口。”张书乐表示。

虽然移动游戏占据了版号发放的大部分,但在张书乐看来,此次获得游戏版号亮点的倒不是移动游戏,而是3款主机游戏。这3款游戏是最让骨灰级玩家,特别是喜爱国产游戏主机玩家感到兴奋的。“毕竟到目前为止,国



戈清平/摄

行主机的游戏总量依然偏少,不少玩家只能通过购买海外光碟版在国产主机上运行,来获得最新的游戏体验。”

## 通过审批方式筛选精品游戏

过去一年,不仅进口游戏审批受限,国产游戏版号发放也处于封闭状态,业内充斥着游戏行业将被严密监管的声音。

实际上,游戏版号审批发放与中央机构调整有一定关系,更与中央通过趋严审批的方式筛选精品游戏的策略有关。“在精品化的设定下,不管何种渠道、平台的游戏审核,都会有总量的控制,这是自上而下推动游戏产业进入精品化阶段的必要措施。”张书乐认为,过去几年单靠游戏公司自行的推动,过程缓慢而且变数太多,而由监管层面的筛选则具有更快、更强的特性。

通过上层的指挥棒,游戏公司必须按照要求来打造游戏,这也让有文化内涵,且让玩家喜闻乐见的精品游戏浮出水面。

同时,游戏作为文化领域最重要的表现形式之一,在对外交流方面也发挥了重要作用。“游戏的进口和出口都很相似,这本身属于一种泛娱乐或文化的交流范畴。互通有无、进行对比,也能刺激国产游戏品质的进一步提升。”张书乐表示,目前主流游戏大厂在传承文化的路线上做得普遍不错。

上述游戏人士也表示,静待多日的进口游戏版号审批给他们增添了巨大信心。“虽然发放版号的时间拖得

有点长,但现在至少放开了,说明国家对游戏行业还是非常支持的,我们将加大运营力度,推广好产品。”

## 一边进口一边“出海”

与美国、韩国等网游强国相比,虽然我国网游行业有了长足进步,但仍存在不小差距。引进国外优秀游戏对提升我国网游产业有巨大帮助,也是文化交流的重要载体。“可以预见,下一步,我国还会加大进口游戏审批的力度,游戏玩家将有机会接触到世界上更好的游戏。”张书乐表示。

在引进的同时,一些游戏公司也加大了“出海”的步伐。在近期举办的2019年上海网络出版管理工作会议上,盛趣游戏展示了与南海博物馆合作的艺术游戏《南海更路簿》,这是国内首次将非物质文化遗产《更路簿》完美融入游戏中,这款游戏的海外发行计划覆盖整个南海区域,成为我国走向世界的文化符号。

此外,巨人网络游戏海外业务副总裁王炜表示,巨人网络将在2019年加大“出海”力度,目前已在硅谷组建发行团队,将在欧美开展发行业务,重点关注和当地开发团队的合作,通过投资、代理和收购的模式建立双赢的伙伴关系。除了欧美地区外,日本、韩国和东南亚也是巨人网络重点关注的海外市场。

“2019年,巨人的出海目标是在今年下半年在海外陆续推出主机、PC和移动产品,希望今年能够在发行上积累经验、增加营收。”王炜说。

## 环球资源2019年春季系列展开幕

**本报讯** 4月11日,环球资源2019年春季系列展在香港亚洲国际博览馆拉开帷幕,现场设立超过9000个展位。此次春季系列展设立包括消费电子展、移动电子展及Launchpad(环球资源创客展)、环球资源Lifestyle展和环球资源时尚产品展四大展会。其中,环球资源电子展包括消费电子展以及移动电子展两部分。

此次展会规模为历年之最,同比增长8%,其中消费电子展同比增长5%,来自100多个国家和地区的参展商中,62%的参展商来自深圳。环球资源电子展总裁黄谭伟称,去年约有65000名买家参与展会采购,预计今年的买家数量将同比持平。

在环球资源电子展中,现场超过7500个参展商展出热门电子产品。其中,消费电子展云集3900个展位,产品涵盖家用电器、户外电子、汽车电子、电竞产品、智能生活、电子元器件、商用电子、安防产品、计算机产品及配件。

随着人工智能技术日臻成熟,音响市场开始快速崛起。此次展会首次设立全新音响产品馆,重点展示创新音响、耳机、音频系统及配件等,音响馆现场逾500个展位。另外,环球资源联合中国电子音响行业协会打造中国音响科技生态链展示区,其中,华为、国光电器、北京声智科技等行业知名企业聚焦展示音响产品关键技术,如高清音频无线传输、智能音响结构处理、真无线立体声(TWS)以及声场处理等。

“Start Make Sell(创客工作坊)是我们展会期间特意设立的创客空间。”黄谭伟说,“这是为了服务产业供应链的上下游,给全球高新技术企业提供展示新技术、新材料、新功能的平台,以此更好地促进企业与采购商交易洽谈。”

据了解,此次环球资源电子展期间将同时举办专题研讨会,围绕“音频产品的未来”“智慧互联·智慧生活”和“智库采购与生产”等主题展开。本届春季系列展将从4月11日持续到4月30日。

李红波

