

产经新闻

责任编辑:刘静
新闻热线:(010)84151603
E-mail:grrbcjxw@sina.com

在当下科幻产业的风口上,从业者要做的,不是一拥而上“割韭菜”,而是要深耕内容创作本身

想象力如何变成真金白银

本报记者 赵昂

在2019中国科幻大会上,南方科技大学科学与人类想象力研究中心发布的《2019年度中国科幻产业报告》数据显示,去年我国科幻产业发展迅速,总产值达到了456.35亿元,是2017年的3.26倍。而在今年上半年,科幻产业总产值达到315.64亿元。

也就是说,如果今年下半年科幻产业依然维持上半年的发展速度,那么2019年科幻产业也应当是一个显著的成长年,更不用说今年有《流浪地球》这个人气IP了。

但是,科幻产业的产值之中,并非都来自国人自己的科幻作品。科幻产业包括文学作品、游戏、电影、电视剧、衍生品等,其中目前产值占比最高的还是电影业。去年科幻电影市场为209.05亿元,占比全部科幻产业的四成五左右,但是在科幻电影市场中,国产科幻片产值仅有33.7亿元,占全部科幻电影市场的16%。

换言之,好莱坞科幻电影依然是科幻电影市场的主要消费品,同理,好莱坞的科幻叙事手法也占据着市场。

今年,尽管《流浪地球》获得了46亿元票房,但《复仇者联盟4》依然仅以4亿元的票房差落后。更为关键的是,从票房来看,国产科幻电影仅有《流浪地球》和《疯狂的外星人》、“两枝独秀”,故事蓝本难以复制,但好莱坞叙事故事下却有多部科幻片位列票房榜前20位。

事实上,这恰恰是当前中国科幻产业面临的挑战。在文学领域有一个观点,即想象力就是“生产力”,科幻领域亦然。从科幻影视剧到因此衍生的各类游戏,从桌游、单机到网游、手游,再到各类衍生消费品,其原始源头是文学或漫画IP。

不论是延续数十年之久的《星球大战》《星际迷航》等太空题材系列,还是DC宇宙和漫威宇宙中的超级英雄,它们都有完整的故事体系和IP特征,背后则是一代代的英语科幻作家。相比之下,中文领域的科幻作家,尽管也不乏优秀者,但数量终归太少,更难言国际上的影响力了。

想象力是能够换成真金白银的,特别是在科幻领域,欧美日发达的科幻产业链已经给我们以很好的启示。但是,包括科幻领域在内,将ACGN文化,即Animation动画、Comic漫画、Game游戏、Novel小说变成真金白银,首先要有好的人物IP和相应故事,有了动漫、小说或游戏中的适宜故事,积累了一定的粉丝群体之后,电影、电视剧和衍生消费品才能成功。

如果仅仅是看到科幻产业火起来,就一拥而上去做看似收益更大的大电影,殊不知一旦电影上突然推出的IP不能吸引受众,科幻片制作投入又过大,沉没的损失就可想而知了。而如果这样的市场现象出现过多,也会影响投资人和消费者对中国科幻产业的信心。

其实,随着中国科技水平的不断提升,特别是在空间探索等领域的进步,值得讲述的中国故事有很多,科幻想象应当是站在当下科学探索和社会思考的前提下进行未来畅想,而不是漫无目的的空想臆想。毕竟,受众很难对与自身毫无联系的空想掏腰包。正因如此,在当下科幻产业的风口上,从业者要做的,不是一拥而上“割韭菜”,而是要深耕内容创作本身。只有优质的想象内容,才能在有效的传播手段下变成真金白银。

产经观察

我国茶园面积及茶叶年产量稳居世界第一

农业农村部种植业管理司司长潘文博介绍



— 茶产业相关从业人口超过亿人

— 所产茶叶中 — 每年有10%以上出口

— 每年出口额16亿美元左右

“双11”来袭:是真情让利还是糖衣炮弹?

实习生 李理达 本报记者 刘静

“互助盖楼领喵币,一起瓜分20亿。”最近这段时间,家住山东的小刘每天起床第一件事,就是将这条求助消息发到各个亲朋好友手中,请他们上客户端帮自己点个助力,为自己的战队赢取消费红包。离“双11”还有一周的时间,小刘冒着被朋友拉黑的危险,日复一日地在微信转发助力请求,至今已赚到19.92元。

在今年天猫“双11”全球狂欢节启动发布会上,天猫总裁、淘宝总裁蒋凡宣布,11月11日当天,来自全世界20万品牌的天猫官方旗舰店将集体推出史上最大折扣,为用户节省至少500亿元。但纷繁复杂的优惠规则,看上去美丽但实际上又没有那么实惠的价格,以及无诚意的套路,仍让不少消费者对“双11”这个号称年度价格最优的购物盛宴产生了疑虑。

玩不转的优惠规则

今年“双11”,主流玩法仍是预售和满减优惠,可这游戏门槛却是越来越高。记者在天猫某家鞋款旗舰店网站看到,店家的优惠细则包含了多种方式:满800减150,满1299减250;加购3款商品即有机会1元清空购物车;随机抽取价值100元的红包;“双11”当天累积实付第一的买家赠送价值6000元的商品,实付累积的前十名将获赠价值2000元的商品。

为了省钱,顾客想尽办法去凑单满减,但最后总是有一部分凑不齐,无论怎么算都逃不出被宰的命运。

除了满减方式,后几种可以说基本仰靠消费者的运气。买多少才算多?幸运红包总共有多少个?买家获得清空购物车机会的概率有多大?这些信息,商家都没有提供,买家无法看到其他消费者的购买情况,要想赢得最高大奖或许只得疯狂“买买买”了。据此,商家设置的优惠活动,其诚意度有待考量。

或许是嗅到了消费者愈发不敏感的购物心态,为调动参与积极性,天猫“双11”今年首次推出了“双11合伙人”计划,通过组队完成任务积累能量值,换取天猫购物红包。于是近



11月4日,北京地铁建国门站入口的一处广告牌。随着11月11日的临近,一场以“年终促销”“购物狂欢”为名的网络促销活动拉开帷幕。各品牌电商在宣传上下足了功夫,从线上到线下,有关“双11”的广告随处可见。

本报记者 王伟伟 摄

期,不少人的通讯软件中都收到了邀请朋友为自己战队助力的链接。点一次还不够,每天都要助力,如果今天的战队在PK中输了,之前积累的能量值将会降到最低。为了不拉队友后腿,小刘只好每天转发助力链接给各种好友,他向记者诉苦,“钱没分多少,欠下的人情都快还不起了”。

看不见的套路

不仅优惠门槛高,某些商家的操作也是套路满满。

虽然自称年度最低价,记者还是从一些商品以往的购买评论中注意到,某些店铺的商品早在“双11”之外的其他购物节活动中就进行过减价优惠,优惠价格基本与“双11”当天的价格相等。而有些店家会在“双11”之前暗地抬高商品的价格,经过所谓的优惠减价后,实际却并未便宜多少。

虽然买家可以通过预付定金减免一定的数额,但难退的预付定金,也是消费者在选购商品时不得

商品却与专柜的同款有着质量上的差别,如此应付的操作,在消费者心里也要大打折扣。

不再好骗的消费者

即使是“双11”,也要货比三家。记者在浏览某家服装品牌的官网与天猫旗舰店时发现,同一件商品,虽然都进行了减价优惠,天猫旗舰店一些产品的价格仍不如官网或者代购划算。比如一条官网标价219元的裙子,旗舰店标价则为224元。

另一边,电商平台的“双11”大战尚未拉开序幕,实体商场已经抢先开启了狂欢模式,优惠力度也并不比线上小。这对顾客来说,意味着有更多的选择与比价余地。

此外,随着极简主义、实用主义等理性消费观念的兴起,越来越多的人在面对数字诱惑时,能够保持清晰的头脑,再低的折扣也不为所动,优先考虑商品的实用价值与自身需要程度。

月收入8000元的张扬,在今年“双11”活动上,就显得理智很多,“冲动消费是魔鬼。去年‘双11’差不多花了我两个月的工资,买了好多不需要的东西,钱付完就后悔了,可大部分都是预先付了定金,没法退。今年我给自己设了个最高预算,只买最需要的东西,其他的一律不看”。

实质上,“双11”也越来越脱离原本打造全年最划算购物节的宗旨了。精明的商家,力图变着花样,用眼花缭乱的数字障眼法,掳走消费者的钱。除了“双11”,“双12”“618”“七夕节”“99节”“38节”,任何能拿来庆祝的节日,都可以成为商家短期增大其销售量、平台追求业绩指标的助推手。长此以往,消费者将不再轻易上钩。

经济学家宋清辉在接受本报记者采访时指出,商家的预售策略,恰好抓住了消费者占小便宜的心理,继而吸引他们进行更多的冲动消费。“双11”之前,一些商家暗地涨价,到“双11”当天再降价的这些做法,实际上已经涉嫌消费欺诈,建议消费者尽量避开在“双11”当天购物,应理性消费,拒绝“限量”“秒杀”等一些营销噱头。

随着理性消费逐渐成为主流,一些消费者对“双11”越来越不关心,基本已经厌倦了数字游戏和狂欢。“双11”购物节越来越成为一场商家与消费者之间的利益博弈,为保全自身的利益,费尽心思地周旋于套路与反套路之间。希望以后类似的情况能多点真诚,少点套路,让消费者直接了当地“买买买”。



上海:“夜经济”成为提升城市活力新引擎

豫园老街明灯高挂(10月27日摄)。

近年来,上海多措并举优化夜间经济发展环境,文化旅游部门发布了百余家夜间开放的文化旅游场所,绿化市容部门升级了上海浦江两岸的灯光景观,并举办露天电影进公园活动吸引人气,交通部门还延长了相关地铁线路和站点的运营时间,多家博物馆推出“博物馆夜游”活动,一批影院和书店通宵开放……据上海市商务发展研究中心监测,在为期一个月的2019上海购物节期间,晚上七点以后的夜间营业额同比增幅达22.6%。“夜经济”已成为上海提升城市活力新引擎。

新华社记者 刘颖 摄

当现实穿搭与虚拟穿搭相互开始渗透,游戏理念与现实情感也有了互通,虚拟服饰行业会受到越来越多的关注

虚拟服饰隐藏着宝藏

业设备,还有一部分隐藏的消费区,即虚拟服饰。

“<英雄联盟>盲僧的皮肤‘龙瞳’最贵时候上万元吧。”95后玩家关冬告诉《工人日报》记者,“<和平精英>128元一套衣服,还不包括配套的背包和降落伞。”从关冬发来的截图中,记者看到,这些游戏无论是端游还是手游,都会有出售虚拟服饰或装备的“商城”页面,不仅仅是游戏人物有服装,人物使用的道具还有皮肤销售,而这些服饰,皮肤,普遍一周更新一次,限量版的一月更新一次,难怪烧钱。

像关冬这样花钱较少的,在《qq飞车》里买车也花了2000多元。<qq炫舞>玩家才是真的大佬,特别是女生,烧钱那叫一个凶。”关冬说。

记者调查发现,现在女性游戏玩家市场发展迅猛,根据弗若斯沙利文报告,中国女性手机游戏的市场规模按收益计,复合年增长率为101.6%,由2013年19亿元上升至2018年411亿元。预计2022年,市场规模将达到958亿元。

女性玩家市场崛起,不仅仅是女性玩家日益增

多,在消费层面,女性玩家在游戏里的投入也十分可观。手游《恋与制作人》上线不足一个月,安装量破700万,90%以上的玩家为女性。综合多方数据对比推测,《恋与制作人》月流水或在2亿到3亿人民币之间,单日最高流水更是在2000万元左右。

《和平精英》推出的火箭少女粉色系限量服装和枪械皮肤,一经推出就引发了女性玩家的疯狂购买,200元一身衣服,再200元买一个枪械皮肤,对人民币玩家来说,这只是小钱。《qq炫舞》真正算得上是烧钱游戏的代表作了,游戏中的各种宠物、典藏、皮肤全部需要人民币充值购买,一件玩家穿的衣服动辄就要几千甚至上万元。

虚实结合是发展方向

对于这种花钱在游戏里买虚拟服饰的行为,许多消费者表示不理解。但业内人士认为,游戏里的虚拟服饰是用户个性的表达和展示,是游戏中玩家的自我个性时尚意识慢慢觉醒。基于虚拟服

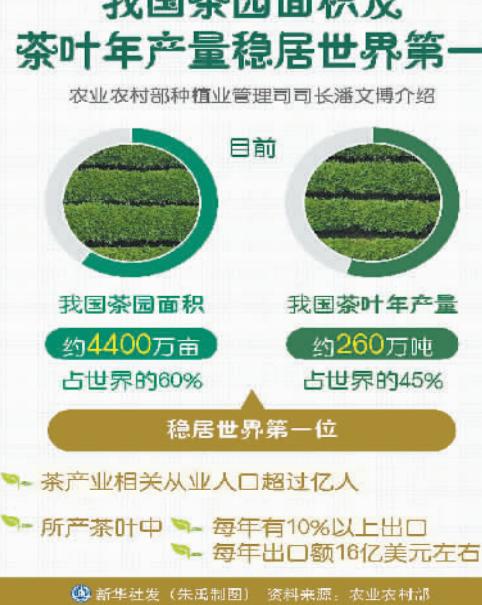
饰产业的未来发展前景,许多服装设计专业的人才也开始投身虚拟服饰设计中来,他们不仅设计人物服饰,还会参与设计装备皮肤,更多游戏商家在虚拟设计投入开发经费的同时,也在积极备战实体服饰品牌的推广。

腾讯旗下另一游戏《天涯明月刀ol》早于《qq炫舞》与北服开展合作,作为一款国风游戏,《天涯明月刀ol》的虚拟服饰具有明显的国风特点,除了开发出明纱、星砂绸、画雨缎等精美材质,该游戏虚拟服饰设计师还将京剧、云锦、苏绣等非遗绝艺融入了服装设计中。现在这些国风虚拟服饰不仅在游戏里圈钱,游戏之外,更衍生出实体服饰,成立了独立品牌,虚实结合创造出更大的价值。

一些国际奢侈品大牌也开始和游戏商开展联名,推出虚拟服饰和皮肤,将品牌元素和设计糅合到游戏中,游戏角色穿上带有品牌logo的虚拟服饰,让真实的游戏玩家体验感更强,对品牌也有宣传作用。比如《英雄联盟》和LV推出联名人物皮肤,游戏玩家为了追求“限量”“奢侈”火速充值购买,“买不起大牌的实体衣服,买个游戏衣服也很有面子。”关冬认为。

就连故宫博物院也不甘落后,之前《王者荣耀》与周年的甄姬皮肤“游园惊梦”就是出自故宫之手,受到玩家欢迎。《奇迹暖暖》四周年时也和故宫开始了服装联名,不仅是清宫服装进入游戏,就连国宝“紫漆描金山水床”,也被植入游戏中,古色古香。

或许,《qq炫舞》虚拟偶像时装周大秀真正宣告了虚拟服饰跃进现实。当现实穿搭与虚拟穿搭相互开始渗透,游戏理念与现实情感也有了互通,虚拟服饰行业会受到越来越多的关注,对这座隐藏宝藏的开发,我们可以有更多期待。



新华社发(朱洪利 摄) 资料来源:农业农村部