

金山董事长兼代理CEO求伯君率网游新团队首度集体亮相——

# 借力多款游戏大片 年内杀入网游三甲

□时报记者 莫争春

上周,金山软件董事长兼代理CEO求伯君率网游五人新领导团队首度集体亮相,并正式对外发布其2008年网游战略。金山高级副总裁兼网游事业部总经理邹涛表示,“将在4月正式打响金山三大战役第一战,推出《封神榜2》,并在年底重新跻身网游三甲”。

## 求伯君从幕后走向前台

自从去年底雷军卸任了金山CEO之职后,一直由金山董事长求伯君兼代理CEO,至今也有几个月时间。据了解,求伯君大部分时间都是在做技术研发工作,1988年投身开发WPS系统,让金山公司涉足软件领域,网游一直都是雷军关注的业务重心。对于金山未来的业务发展,求伯君表示:“金山定位还是两条腿走路,两手抓,网游基本上占了三分之二左右。”

合适的人选接替,但是不能自己定一个指标,我们只能划定一个方向,但是没有一个人时间表。”对于新CEO人选,求伯君是宁缺勿滥:“我觉得我现在的工作每天就两件事,一个是为了提高我们公司内部员工对公司的一个满意率,另外一个提高我们玩家,或者我们用户对金山的满意率。”在他新任命的网游新管理团队中,除金山高级副总裁邹涛外,“五虎将”还包括金山软件副总裁兼网络游戏事业部副总经理刘鹏,金山软件助理总裁兼网络游戏事业部副总经理朱勇及金山软件网络游戏事业部副总经理湛振阳。

么迫切了。”

## 多款网游大片出击

近几年来,国产游戏势头表现强劲。2007年,以金山、完美、巨人为代表的原创网游企业的相继上市,更是将国产网游推上一个新高潮。据易观国际预计2008年网游市场规模将达158.16亿元,将吸引更多投资者加入网游产业竞争。纵观国内各大企业自主研发企业,本土文化题材逐成主流,武侠、神话和历史本土文化已成首选。业界认为,作为自主研发的领军企业,金山网游利用其多工作室、多产品线的研发优势,并大力国际化的部署,将巩固与扩大其在各细分领域的领先地位,在持续高速增长的中国网游行业抢占先机。



金山董事长兼代理CEO 求伯君

密状态的回合制游戏。游戏题材涵盖中华武侠、神话演义、动作射击等多个方面,游戏模式涉及即时战略与回合制,画面表现形式横跨2D到3D。求伯君表示,经过多年的布局和积蓄,金山也将在2008年迎来网络游戏业务发展机遇最好的一年。而作为网游业务的直接操盘手,邹涛认为,“选择六款游戏进发,我们希望年底能够重新进入国内网游市场前三甲。”

网络广告交易“免费”开路——

# 阿里妈妈 欲给市场重洗牌

国内最大的网络广告交易平台、阿里巴巴集团旗下子公司阿里妈妈日前宣布,自4月1日起,在阿里妈妈网站上产生的C2C包时长广告交易全部免费,阿里妈妈将取消此前8%的技术服务费,同时,用户将能够免费使用阿里妈妈的广告投放和效果评估系统。

络广告市场中占有一席之地。由于数百万的中小站长正是阿里妈妈的机会和最大优势,为了帮助中小站长获得盈收,以更加健康快速的发展,阿里妈妈决定投入巨资实施免费策略,而免费时间并无上限,以保证平台积极创新,加强投放渠道的多元化,实现和对手的差异化竞争。

据悉,目前在阿里妈妈超过90万的广告位中,有超过80%支持包时长付费形式交易;也是目前国内互联网广告计费形式的主导。因此,阿里妈妈此次推出“免费”利器,被业界认为将颠覆了国内目前的网络广告市场的收费模式,对目前由百度、Google和分众等公司占优的网络广告市场有较大冲击,为人熟知的百度联盟、Google AdSense等目前都对用户收取比例不等的手续费。

咨询机构易观国际认为,在阿里妈妈平台上主要集中的是中小网站,而广告主也集中在中小企业上,网络包时长广告交易免费进一步降低了中小企业进入的门槛,更适合跑马圈地,而在阿里妈妈的新规则下,许多过去无法进入市场的资源也将被发掘出来。

## 市场竞争处白热化

## 中国网络广告潜力巨大

互联网媒体测评机构尼尔森发布的2007年度中国网络广告市场规模数据,称中国网络广告的2007年市场规模估算达94亿元,预计2008年网络广告市场增幅不低于50%,将达140亿元。中国的网络广告市场的无限“钱”景让一个高效健康发展的第三方平台成为中国互联网企业的迫切要求。

有人指出,目前国内网络广告市场狼烟四起,竞争格局处于白热化状态,但远未到最后整合成型阶段。作为网络广告业的两大黑马,以颠覆者身份出现的阿里妈妈不可忽视的一个有力对手是试图“将楼宇广告的做法拷贝到互联网广告”的分众。过去一两年中,分众曾经先后收购了好耶、科思世通等等六家网络广告代理公司,今年1月又和日本电通出资成立网络广告公司电众数码,并且考虑收购网络广告代理公司华扬联众。

阿里妈妈总经理吴泳铭表示:网络广告将是互联网的未来最重要的盈利模式之一,但目前中国的网络广告市场并未充分竞争,阿里妈妈和阿里巴巴、淘宝一样,现在的模式与市场成型模式都是不一样的,都是在摸着石头过河。中国网络广告市场的空白点还很多,同时市场潜力也巨大。对阿里妈妈这样的新兴平台来说,唯有抓住web2.0、长尾广告、媒体细分等,才能在网

和阿里妈妈一样,分众的江南春认为,分众将引领互联网产业广告模式的改变。而对于被视为“蓝海”的网络广告,赛迪顾问分析师何潇认为,阿里妈妈优势关键的因素在于阿里巴巴可以提供品牌,而其原已成型的B2B、C2C业务可以提供客户,支付宝还可以提供成熟的信用体系,这都给其他企业设立了一道门槛。

时报记者 陆俊

## 行业动态

# 东芝推出 易用媒体解决方案

日前,东芝在其春季新品上市说明会上展示了一举展示了Portégé R500系列、Portégé R502,以及全新Satellite M300系列、Portégé M800系列、Satellite L310系列的四款新品笔记本。据了解,本次东芝新品的一大亮点就是主打产品外观上的变化,同时,性能和配置方面都有很多改变和提升,并从产品线划分上充分满足了不同用户的使用需求。

全新笔记本电脑易用媒体解决方案——东芝“EasyMedia”。东芝凭借自身的优势将硬件与软件进行整合,大幅优化笔记本电脑的多媒体使用性能。EasyMedia的问世旨在为用户带来随心娱乐、随行连接,随意使用的全新、全方位使用体验。

另外,东芝还推出了

陈碧珊

# 爱国者以妙笔点开奥运大门

日前,爱国者一款集数字水印技术和光学感应技术于一体的高科技英语速成工具——妙笔在广州隆重发布。据了解,爱国者“妙笔”技术相继进驻奥林匹克博物馆、故宫博物院,以及应用于有声奥运志愿者语言培训、奥运海报、图书出版业和音像出版业。这项技术具有即点即读的功能,通过点触特殊印刷册上的文字图片,即可以播放语音、音乐,丰富读者的视听感受。



爱国者借奥运营销提高品牌美誉度。

华旗资讯助理总裁、妙笔事业部总经理李卫伟向记者表示,这是一种十分易用的人机交互技术,在几乎不增加书籍印刷成本的情况下,还具有安全性高、载体简单友好的特点,为连接平面印刷媒体和数字媒体搭建了一座完美桥梁。

球第一部体育营销圣经《奥林匹克大逆转》的妙笔版,现在已经全面上市。据介绍,在技术上,“妙笔”采用了爱国者自主研发的数字水印技术,在书中植入了肉眼看不到的水印编码,妙笔就能够通过自身的识别感应器,将这些编码准确地识别出来,通过一系列运算解码过程,将此编码对应的声音调节并播放出来。

巩固国内市场,借助奥运继续向全球推广品牌。”李卫伟表示,奥运会搭建起的科技体验平台,是爱国者产品走向世界的难得机遇。李卫伟认为,服务于北京奥运会志愿者的英语培训是妙笔的应用领域之一,它可以实现用8种不同的语言,对教材上的单词或者句子进行发声朗读,对语言学习者的口语与听力进行训练,为志愿者语言水平的提高提供硬件基础。

超过3万名国外记者和大量的国外游客将来到中国,面对这一市场化的需求,爱国者“妙笔”还开发了城市导游功能,外地游客可以通过“妙笔”点击导游手册,即可听到由自己的母语所介绍的当地餐饮、住宿等信息,还可以了解到景点、历史等方面更多的内容。

## 全力打造产品美誉度

“2008年我们的重点是

全力打造一个有特色高水平的奥运提供了强有力的技术支持。

另外,在2008年北京奥运会到来之际,预计全球有

许贤新