

互联网巨头加码数实融合 头部电商注重降本增效

■新快报记者 陈学东

转型和重塑贯穿着2022年的互联网行业。

当前,消费互联网进入增长瓶颈期,“超级App”用户增速放缓,互联网巨头们从快速增长期迈向成熟期。国家发改委数据显示,截至7月末,我国移动互联网用户数达14.55亿户。存量市场已经趋于饱和,想继续发展就要有新的突破。

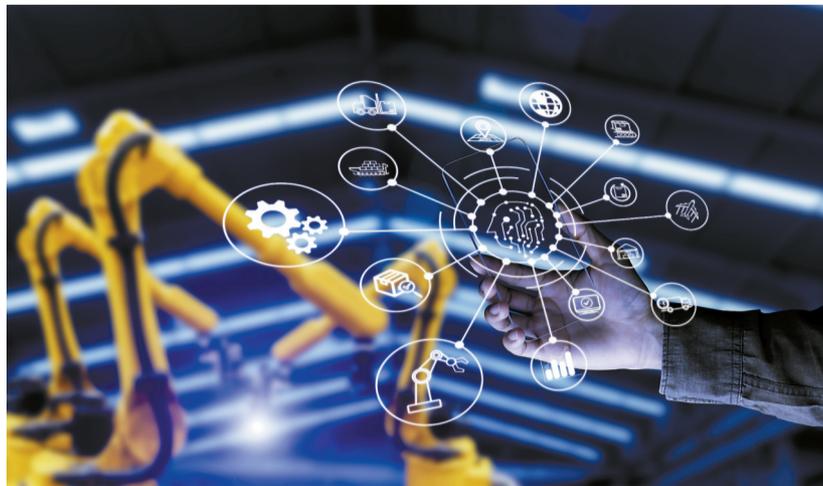
这一年,融合变革,互联网巨头争相投“实”问路,纷纷以实体经济数字化转型为抓手,将数实融合提升到前所未有的战略高度。

向“实”而生

2022年1月份,《“十四五”数字经济发展规划》明确以“数字技术与实体经济深度融合”作为我国数字经济发展的主线,并提出“数字产业化水平显著提升”的发展目标。

数实融合是数字经济的关键落点。今年以来,互联网巨头顺应趋势,深耕数实板块,将消费互联网时代的技术积累与传统企业有机融合,效果显著。

腾讯三季报显示,金融科技及企业服务(数实板块)收入448亿元,同比增长4%,占总收入比例由去年同期的30%增至32%,超过网络游戏板块成为牵引腾讯业绩发展的关键引擎。



阿里巴巴2023财年第二季度财报(即2022年第三季度)显示,报告期内,公司云业务中来自非互联网行业的收入同比增长28%,占该板块收入的58%,主要是金融、电信和公共服务等非互联网行业的数字化需求带动收入强劲增长。

“未来三年内,京东自有品牌将着力打造超过500个产业带品质示范工厂,助推制造业品质升级。”京东自有品牌相关负责人表示,我国制造业正处于结构调整、提质增效的关键时期。但在传统制造企业复杂而漫长的产业链上,很多上游制造商与下游消费者往往“互不相识”。京东自有品牌以直连产销的极短链路,助力工厂效率不断提升。

赛智产业研究院院长赵刚表示,2022年,数实融合是互联网巨头积极布局的重点业务,也是平台经济转型的重要方向之一。

告别“卷”增长

面对往年热闹的618、双11、双12,今年头部电商冷淡了许多。阿里、京东甚至破天荒地首次未公布GMV数据。双12更是成为“鸡肋”无声无息,反而是压轴登场的年货节,头部电商显得高调起来。

同时,头部电商更加注重降本增效,从缩减人力成本和运营开支入手。阿里、京东、拼多多在营销费用上大大

缩减,同时在人员数量上也进行缩减。2022年1月,京东CEO徐雷还曾在其社区团购业务京喜拼拼的年会上说起,下一个十年,京东要做供应链的变革,京喜拼拼在其中的位置很重要。但短短两个月后,京喜拼拼在全国20多个省份关停,仅保留北京、重庆、廊坊等城市。京喜拼拼的收缩也宣告了京东2022年降本增效的开始,省钱、保利润成为京东在这一年的重点。

此外,腾讯同样也在进行降本增效行动。5月,腾讯董事局主席、CEO马化腾与总裁刘炽平专门以“降本增效”为主题,在深圳与公司的管理干部展开了一场战略会。腾讯砍掉了十余款长期亏损且战略价值不高的产品,包括看点App、电商平台小鹅拼拼、数字藏品收藏平台幻核、腾讯Wi-Fi管家、腾讯地图PC版、搜狗搜索App等。

数字零售市场已经进入存量时代,这一年我们比较清楚地看到阿里、腾讯、京东在进行战略收缩,拼多多仍在扩张。另外从头部电商也能窥探出行业其他电商的生存态势。

我们可以看到数字零售“三巨头”各有千秋,却又殊途同归:阿里着力发力新业务,淘特、淘菜菜以后来者身份闯入赛道;京东着眼供应链、物流科技,用技术为自身赋能;拼多多持续深耕农业、注重研发投入,从农业中来,又向农业中去。

不止于“玩”的价值 游戏企业助推产业升级

近些年,数字经济发展迅速,生产方式、生活方式和治理方式等社会方面随之发生深刻变革。作为数字经济的重要组成部分,游戏产业的价值也被重估。

对于国内的游戏行业来说,如何因势利导地推动产业高质量发展,是一道必须面对的重要课题。而从过往单一的娱乐属性,到眼下在数字文保、工业仿真、智慧城市、影视创作等领域大放异彩,个中企业正在通过游戏科技促进多个不同产业释放数字经济新动能,给出了积极的应答。

■新快报记者 梁茹欣

不止于“玩”的价值

提及游戏,许多人的第一印象可能是酣畅淋漓的竞技、画风精美的立绘、逼真的特效等。作为互动性极强的数字载体,游戏的作用远不止于提供“玩”这一项。

在传递文化符号方面,游戏技术能以更多元、更新颖的方式展现传统文化的魅力所在。市面上的许多游戏,几乎都能看到现代科技和经典文化的碰撞与融合。如网易的《逆水寒》于2020年就尝试用数字化的形式,将《牡丹亭》《花木兰》《天仙配》等戏曲文化引入游戏之中,让玩家可以在宋代勾栏瓦舍之间,身临其境聆听来自现代著名戏曲表演艺术家的唱演;三七互娱的模拟经营游戏《叫我大掌柜》,可以看到《闹天宫》《白良关》《走麦城》《长坂坡》等京剧经典剧目的元素。

当下,面对国内游戏市场饱和、用户流量红利天花板渐至,游戏企业出海愈加普遍。根据《2021年中国游戏产业报告》,2021年我国自主研发游戏海外销售市场营收达180.13亿美元,比2020年增加了25.63亿美元,同比增长16.59%。作为游戏大省,广东在此抢占了一席之地。据《2021广东游戏产业报告》显示,

2021年广东省网络游戏出口营收规模预计达到389.2亿元,同比增长率为22.6%。

伴随着游戏出海的还有文化。在游戏创作与宣传的过程中巧妙加入中国元素,是多数国产游戏出海的选择。这意味着,当不同国家地区的文化差异尚难以跨越时,游戏很可能率先充当起了中国文化传播先行者的角色。不同于简单的文化符号陈列,部分游戏已经开始将中国文化独有的思想内涵、文化底蕴等内容融合到游戏的世界观、美术等方面。如《王者荣耀》国际版内含多个中国文化元素皮肤、中国文化元素英雄,以及传统节日文化、服饰文化等元素。米哈游在《原神》里构建了一个具有东方奇幻美的璃月地区等。

运用前沿创新科技赋能产业

7月,中国科学院自然科学史研究所王彦雨课题组发布《游戏技术——数实融合进程中的技术新集群》提到,游戏和技术互相促进,在彼此共生中形成新的社会生产力。并通过测算发现,游戏技术对于芯片产业、高速通信网络产业、AR/VR产业分别有着14.9%、46.3%、71.6%的科技进步贡献率。

中国音像与数字出版协会常务副理



事长兼秘书长敖然指出,游戏产业作为数字经济重要组成部分,重新审视游戏技术,不仅能进一步释放游戏技术的价值,也能更好地引导相关产业的健康可持续发展,具有重要的研究和现实意义。

可以看到的是,在数字文保、工业仿真、智慧城市、影视创作等领域,当前的游戏技术胜任起数实融合社会下一代重要基础设施的作用。譬如,集物理模拟、3D建模、实时渲染等优势于一身的游戏引擎不仅是游戏工业化的底层工具和核心技术,还能运用于虚拟影视制作、自动驾驶、工业仿真测试、数字孪生等广泛的产业中。以网易为例,从2007年开始就启动了自主引擎研发,并陆续推出NeoX、Messiah等自研引擎,并在众多游戏中获得了市场验证。旗下的《新倩女幽魂》曾以数字技术成功

还原了龙门石窟中的标志性石刻卢舍那大佛;《大话西游2》在游戏中“复刻”了秦陵地宫,让玩家在虚拟世界中参与修复兵马俑等。

伴随着“元宇宙”概念的兴起,不少游戏企业加快在优质赛道的前瞻性布局。此前,三七互娱投资了华南脑控(广东)智能科技有限公司,后者为一家专注于脑机智能技术研究与应用的的人工智能企业。这一投资被业界解读为三七互娱在元宇宙产业的布局再落一子。在影视剧中人类通过脑机接口实现大脑和电脑直接互动的情节,或许在不久的将来成为现实。

而可以肯定的是,企业近些年孜孜不倦地通过游戏科技助推前沿技术突破,促进传统实体产业降本增效,最终也将增益数字经济,反哺到实体经济身上。