网上中国

透视VR产业的“冰与火”

本报记者 **卢泽华**

12月20日，在北京举办的一场发布会上，暴风集团推出了自己的新款VR（虚拟现实）产品。

2016年被称为VR产业发展元年，但随着暴风魔镜裁员风波等事件相继发生，曾经野蛮生长的VR产业出乎意料地陷入低潮期。如今，在“寒冬”中坚持，以此守望“春天”的到来，已经成为VR产业的主基调。

寒冬之困：发展元年陷入低谷

对于“VR将是下一个风口”的论断，无论是硬件制造商还是互联网从业者都深信不疑。然而，与2016年初掀起的VR“资本热”相比，下半年，VR这个“风口”吹来的却是阵阵寒风。

日前，国内VR行业领军企业暴风魔镜被传大规模裁员。据公开报道显示，这次裁员的比例约在40%-50%之间。一石激起千层浪，由此带来的VR产业“寒冬论”甚嚣尘上。在暴风魔镜裁员风波热度未减之际，另一家业内闻名的VR内容制作公司米多娱乐，也传出拖欠工资的新闻。虽然该公司就此进行了澄清，却仍让不景气的VR行业蒙上一层阴影。

事实上，曾经的业内明星企业频频传出裁员、欠薪等负面新闻并非无迹可寻，其背后表现的是整个VR行业泡沫的破裂。早在今年5月份，VRZINC创始人刘云就表示，在国内，70%的VR硬件创业公司都在过去的一年内倒闭。2014年，中国共有200多家做VR头盔的公司，2015年只剩下60多家。

从最初的火爆追捧，到如今的集体萧条，中国VR产业的发展犹如过山车般跌宕起伏。当然，这一年对于VR从业者来说，并不全是坏消息。最新数据显示，2016年国内VR设备在线销量达每月100万元，较2015年增长近10倍。这说明，虽然因基数太小，销量数字的增长无法对冲整体行业的衰退，但VR消费市场的迅猛增长也是一个不争的事实。

雾里看花：在尝试中摸索

打开国内某第三方电商平台，输入“VR眼镜”，页面显示的产品价格大多在50元以内。而据记者了解，目前国际大厂商的VR设备售价折合人民币后，大都在千元以上。

国内外VR产品价格上的“天壤之别”，显示出国内VR从业者的不同思路。相对于国外产品主打产品质量和科技含量，国内制造商更希望通过低价策略迅速打开市场。然而，亲民的价格虽然让VR设备销量节节攀升，但质量低下、体验不佳的弊端也逐渐显现出来。

今年9月份，由中国电子技术标准化研究院发布的《2016年虚拟现实产业发展白皮书》细数当下VR产业的发展问题，包括硬件技术的局限、软件可用性差、应用领域有限、效果不够理想等，可谓一针见血。

缺乏核心技术是国内VR设备的一大短板。有专家表示，目前国内VR企业的底层设备大多来自国外，由于没有自主知识产权，很多VR设备的制造相当于“只做了个壳”。内容资源的贫乏也是VR产业发展的一大痛点，受限于内容开发成本的高昂及相关人才的短缺，目前VR设备只能收看少数视频或玩点简单游戏，这无疑从内容源头上限制了VR产业的发展。

VR产业的疲态，可以从敏锐的资本市场上一探究竟。数字显示，2016年一季度，VR行业融资总规模达8.16亿元，共有18家创业公司获得融资。而第二季度后，新获得融资的创业公司仅5家。失去了资本“输血”的支持，又缺乏“造血”能力的VR产业，面临寒冬似乎也在情理之中。

眺望春天：寻脉融合之道

入住酒店之前，旅客可以选择VR选房服务，只需在订单页面点选“我要选房”，就能身临其境般感知房间内的720度全景以及室外风景，从而筛选出自己喜欢的房间。

若在几年前，这一幕只会发生在科幻影片的场景当中。如今，这项服务却变成了现实。日前，在2016携程UED设计大会上，携程展示了其运用创新技术研发出的VR选房服务，引起了现场观众的兴趣。

不同于专业VR设备制造商或内容制作商所面临的困境，2016年，京东、华为、小米、爱奇艺、携程等国内各大行业翘楚纷纷布局VR产业，由此催生出VR产业“冰火两重天”的景象。

相比直接面对消费者市场，基于融合理念的“VR+”似乎更具竞争力。如今， VR与房地产、教育、文化旅游等诸多行业进行结合，由此产生的VR购物、VR卖车等服务也多获好评。对于这些行业巨头而言，既有开发VR技术的资金实力，也有迅速到达消费者的固有途径，而其运营模式和赢利模式都比现在直接面对消费者要明确得多。因此，寻脉融合之道，实现从VR到“VR+”的转变，是摆在VR从业者面前的一个亟待破解的命题，也是VR产业由寒冬走向暖春的必经之路。

在暴风集团首席执行官冯鑫看来，寒冬是每个行业都会经历的，而VR技术的进步以及用户量的成倍增长，也为VR产业的复苏贡献了底气。因此，他对VR产业的未来发展依旧保持着充分的信心。“寒冬过后就是春天，暴风集团希望成为推动VR从寒冬进入春天的公司。”冯鑫说。

“2016中国新发现”长春采访活动启动

由人民日报海外网主办、中国一汽和如新中国赞助的“2016中国新发现”全媒体系列采访活动于12月21日奔赴吉林长春，正式开启收官之旅。

图为21日上午，一汽解放汽车有限公司副总经理金锋在解放卡车厂总装车间生产线接受记者专访。

谢 明摄

网络直播授课

云中漫笔

网络直播『清流』能否多一些

刘 峣

在网上直播数学课也能成网红？这事儿还真发生了。

最近，在某网络直播平台上讲数学课的“老教授”杨世显火了一把。自称“不讲课就难受”的杨老师，从6月份开始直播大学数学课，帮助学子解疑释惑。不到半年，就收获了10万多人的关注。直到走红网络，人们才发现，杨老师其实还不到40岁，只是因为有白化病，才被网友认成了“老教授”。从长江师范学院辞职读博后，杨世显难戒“课瘾”，便到直播平台上讲课解馋，没想到竟颇受追捧。

数学课直播为何走红？一是新奇，看似枯燥的大学数学课也能登上直播平台，大家都想看看名堂、凑凑热闹；二是魅力，作为老师的杨世显，授课风格就颇受学生喜爱，而作为“主播”，他有热情、有激情，更有与其他主播不同的个性。在直播平台纷纷主打“游戏+美女”的今天，杨老师的数学课宛如一股清流，给网友带来了与众不同的感受。有的网友说，听了杨老师讲课，自己连游戏都不想打了。原来直播不只有庸俗的娱乐，还有这样的正能量。

一段时间以来，网络直播平台问题频出，被暴力、色情和诈骗等所困扰。有的女主播打色情“擦边球”，遭到处理后依旧我行我素；有人直播“现场扶贫”，却被揭穿是“假慈善”，把发出的钱又要了回来。尽管相关部门多次出台相关规定，打击直播平台上的违法违规行为，但相关内容仍未根除。直播平台的乱象，让很多网友花大钱、寒了心，甚至对直播敬而远之。在各方资本热投直播行业的今天，这显然不利于网络直播平台的长远和健康发展。

在此背景下，大学数学课的爆红或许对直播行业有些启示意义。低俗猎奇的内容虽然会给直播平台带来暂时的经济收益，但长远来看，一旦走入内容低俗化和高度同质化的死胡同，直播行业的泡沫就有破裂的可能。因此，鼓励更多像杨老师这样的正能量主播进入平台，制作更多健康的、服务性的内容，是具有可操作性和可持续性的转型选择。

事实上，也正是在实践的过程中，直播平台的角色和作用不断凸显出来。近日，全国多地出现重度雾霾天气，按照规定，不少中小学生都停课回家。不过，有了网络直播，老师可以在教室上课，学生可以在家里看直播。“停课不停学”的做法让人点赞，也让人看到了直播技术蕴含的巨大能量。

网络直播热浪滚滚，由此也沉积了不少泥沙污垢。希望有更多“清流”，给网络直播降降温，让它更澄澈。

中国气象部门携手微博 天气预警直达用户手机

本报电（记者**聂传清**）在日前举办的首届气象微博影响力研讨会上，中国气象局公共气象服务中心等8家机构宣布首批入驻气象微博内容众创平台，向用户精准推送重要天气信息。同时，作为微博在气象领域的运营方，天气通宣布启动对气象领域专业用户的扶持计划，鼓励专业人士在微博上开展气象科普活动。

入驻气象微博内容众创平台的机构包括中国气象局公共气象服务中心、北京市气象局、天津市气象局、广东省气象局、江苏省气象局、河北省气象局、黑龙江省气象局和广州市气象局。合作机构在微博上发布的信息，可以在微博同城频道向本地用户精准曝光，重要天气信息还可以直接推送到辖区内天气通用户的手机上。这将进一步提高天气信息的传播效率，对极端天气的预警尤为重要。

中国气象局相关负责人表示，气象微博的蓬勃发展，离不开全社会的大胆实践、公众的积极参与、技术手段的进步、市场需求的推动和从业者的勤奋耕耘，希望气象领域的政务微博和专业人士继续发挥引领作用，开创气象微博的新局面。

怀化打造“互联网+”扶贫模式

本报电（**宝文**）日前，2016年万橙·中国怀化冰糖橙农业扶贫暨“互联网+扶贫+电商”对口帮扶新闻发布会在北京人民大会堂举行。此次发布会围绕冰糖橙农业扶贫，多角度探索“互联网+扶贫+电商”的企业对口帮扶模式。

怀化是中国冰糖橙的发源地，也是中国冰糖橙的核心产区，主要集中在洪江市和麻阳县，产量占全国的80%。为帮助冰糖橙种植农户实现快速脱贫，地方农产品服务型企业——万橙公司采用“互联网+”模式，将电子商务做到田间地头，迅速通过渠道建设和产品建设互为补充的特点，将怀化冰糖橙推出湘西，铺向全国，走向世界。

发布会现场，国美在线、京东集团、真的有料、中信国安社区等线上线下渠道也宣布和万橙达成战略合作，调动资源打造万橙品牌。

万橙，脱身于湖南省洪江市万紫万红合作社，深具地方产业转型的代表性，是湘西广大农户利用市场资源，自力更生、自主脱贫的一次尝试，代表湘西大地种植农户的心声和诉求。

作者纷纷自立门户

漫画业版权“蛋糕”怎么分

本报记者 **彭训文**

近日，国内知名漫画家夏达公开发表一篇名为《就到这里吧，我受够了》的头条文章，宣布不再与已合作10年、有着“中国漫画梦之队”之称的夏天岛动漫公司续约，并控诉该公司通过签订不平等合约压榨作者等种种行径。

其实，这已经不是漫画作者第一次“叫屈”了。随着漫画业从纸媒直接跃升至互联网时代，漫画所包含的影视改编权、电子版权、动画改编权、游戏改编权等版权利益水涨船高。同时，漫画业遵循的仍是旧的分配制度。版权“蛋糕”怎么分？对于刚刚起步的中国漫画行业而言，变革才刚刚开始。

漫画作者用脚投票

首先说说这次事件的两个主人公。夏达是国内影响力和吸金能力都很强的漫画家，此前签约夏天岛漫画经纪公司，代表作有中国风浓郁的《子不语》和《长歌行》等，近年来以超百万的版税收入屡登中国漫画作家富豪榜。

不过，夏达对此却在微博长文中披露，签约10年来，她没有从夏天岛拿到过一分钱的聘雇工资和签约金以及股权或任何形式的其他额外分成，所有收入都来自于作品刊载平台给的稿费、版税以及作品授权金，而且这些钱夏天岛公司都会抽走一部分。

夏达矛头所指的夏天岛公司，创始人是有着“中国内地漫画第一人”之称的姚非拉。早在20多年前，他就开始发表自己创作的漫画《梦里人》，随后这部漫画被中央电视台改编为电视动画片，开创了中国漫画改编动画的先河。随后，他成立了夏天工作室，网罗了夏达、猪乐桃、喵呜、于彦舒等一批优秀的年轻漫画家，每年产出大量优质作品，被动漫迷们誉为“中国漫画梦之队”。就在今年8月，夏天岛公司获得2500万元的融资，市场对其估值为5亿元。

然而近年来，该公司旗下的签约作者猪乐桃、于彦舒、邓秋婷、姜晓晨等接连出走，原因不尽相同。按照邓秋婷的说法，她和该公司签约后，自己负责创作，夏天岛负责版权经纪，双方五五开分成。合约同时规定，作者在签约期间所创作的漫画版权也归属公司。

在漫画业还属于纸媒时代的几年前，作者们对这样的条款并没有多少疑虑。然而，随着近年来国家政策的扶持与社会资金的发展紧密结合，中国原创动漫迎来黄金时代，漫画所包含的影视改编权、电子版权、动画改编权、游戏改编权等版权利益水涨船高，作为核心群体的作者更是大受资本追捧。而像夏天岛这样的漫画经纪公司仍然执行老的利益分配制度，作者们自然纷纷选择用脚投票，遵循市场规律了。

构建产业生态圈路还长

在中国经济大发展的背景下，近年来国内文化消费和内容消费市场迅速发展。此前发布的《中国原创动漫大数据报告》显示，2016年泛二次元（即漫画）用户预计达到2亿人。得益于产业链的不断完善，中国动漫产业总产值在2016年有望实现30%的增长。原创动漫产业正在形成以内容创作、维度延展、商业变现、发展助力为四大核心内容的产业生态圈。

当然，对正在起步的中国动漫产业来说，要实现更多的商业变现，需要包括作者、经纪公司等各方的努力。在这种情势下，与其闹个两败俱伤，不如大家各退一步。

对于夏天岛这样的漫画经纪公司而言，既然漫画市场已经由纸媒时代向互联网时代急速转变，公司未来定位已经十分艰难，为什么不在公司股权和版权利益分配方面给予主动让步？而这方面像A4漫业、漫铠公司都已经先行一步。

对于夏达这样的知名漫画作者来说，既可以把漫画的经纪权委托给经纪公司，自己潜心创作，又可以选择“单飞”，将创作和营销一肩双挑。既然掌握了内容创作的核心环节，漫画作者就有权利做这样的选择。

那么，在各大互联网动漫平台迅速发展的今天，中国动漫产业的生态圈究竟该由谁来主导建立呢？有业内人士认为，由网络平台来直接购买和培育优秀作者及其作品、将作者与作品运营深度捆绑、让作者全程参与作品的商业化运作，应该才是中国动漫今后前进的方向。

不管怎么说，动漫产业如今的“蛋糕”很大，但是怎么分好是一个难题。对于局中各方来说，这个博弈过程应该还将持续一段时间。

漫画家夏达作品《长歌行》