

游戏科技为数实融合添动力

■ 本报记者 钱颖

科技发展促进了电子游戏的诞生,而游戏科技也成为新的科技生产力,正在不断拓展价值创造的新边界,促进数字经济高速发展。

在日前举办的2023年中国国际数字娱乐产业大会上,中国音像与数字出版协会理事长孙寿山表示,游戏作为一种内容与科技紧密交融的产品,其发展变革的过程必然是与科技创新的进程同频共振的。科技创新是游戏产业发展的有力推手,也是游戏产品开发、市场模式演变、企业管理提效的催化剂,推动了游戏产业的蓬勃发展与迭代升级。

游戏科技,是指运用计算机科学、人工智能、图形学等技术,创造出具有高度交互性、沉浸感和创造力的虚拟世界的科技。

“从AlphaGo到OpenAI公司的大语言模型,这些标志性事件的背后,都离不开游戏的推动。”腾讯互动娱乐副总裁张巍表示,随着外溢效应的释放和积累,游戏技术正在成为数实融合的重要

工具箱和推进器。如在民用航空领域,由腾讯与南航联手打造的我国首个完全自研的全动飞行模拟机视景系统,为飞行员重建了一个和物理世界几乎无异的拟真世界,可为超过8万民航飞行员提供更高效、更安全的飞行训练。在尖端装备领域的突破中,我们看到了游戏科技作为数字生产力的巨大价值和可能性。

游戏产业在虚拟现实、增强现实和人工智能等数智技术驱动下,也为实体经济注入了新的动力和活力。《2022年中国游戏产业报告》指出,当前用于游戏研发和运营的各种技术,在助力5G、芯片、人工智能、AR/VR等前沿产业发展中起到了重要作用。而且跨行业应用于智慧城市、文旅文保、医疗健康、工业生产等各个方面,帮助实体产业数字化转型,推

动数实融合。

“通过数字技术的应用和创新,游戏产业推动实体经济向着网络化、数字化、智能化的方向发展,助力实体经济实现创新增长。”完美世界游戏CEO鲁晓寅表示,完美世界正在与行业伙伴一起携手合作,为生态共建和实体经济的发展提供支持。例如在文旅领域,涵盖了餐饮、住宿、交通、零售、文化消费等多个实体产业。用擅长的“数字+内容”赋能,帮助企业做数字化转型创新,吸引更多消费者,提升实体经济竞争力。

在弘扬传统文化方面,网络游戏也提供了新载体。有关报告显示,2012年至2022年的10年间,超过4成的国产游戏传播了中华优秀传统文化。张巍介绍说,网络游戏是全球Z世代的主要娱乐和社交方式,也是极具包容力的文化

容器。全球玩家们曾在《皇室战争》中感受过故宫的“文化年货”,也在《使命召唤手游》中体验过南京的非遗剪纸。通过天然落地的优势,网络游戏丰富了不同文化的对话方式,也增进了彼此理解和亲近的可能。

鲁晓寅表示,借助数智技术,可以将祖国壮丽的山川河流、丰富的人文风情以及珍贵的文物古迹与产品深度融合,从而令传统文化、非遗技艺在游戏的数字世界中得以焕发新生。

世纪华通总裁谢斐表示,游戏行业需要打造长期的优质IP,而非一次性的收割。公司曾围绕《传奇》游戏打造了IP共享模式,发动国内所有相关产业链企业,形成集研发、发行、渠道、美术外包、大数据分析、支撑服务等于一体的产业集群,共同做大市场。



炎炎夏日,在新疆霍尔果斯公路口岸,一辆辆牵引车、自卸车和新能源小轿车排队陆续驶出国门。越来越多的国产商品车通过霍尔果斯口岸出境,远销哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、俄罗斯等“一带一路”沿线国家。

新华社记者 丁磊 摄

沙河打造玻璃价格指数

本报讯(记者 谢雷鸣)国家发改委价格监测中心副主任刘五星在近日举办的中国(沙河)玻璃价格指数发布会上表示,我国玻璃产量多年来稳居全球第一,规模优势突出。而沙河市平板玻璃区域产能居全国前列,既引领了我国平板玻璃产业发展的方向,也是市场信息生产、交互、传播的高地。

据悉,在玻璃生产中,浮法玻璃是最主流的平板玻璃产品,产量占平板玻璃总量的70%左右。其中,华北地区产能占比最大,沙河玻璃在华北的占比又是重中之重。

依托强大的平板玻璃市场基础,一批高质量玻璃深加工企业已在沙河形成集聚效应,玻璃产业实现稳健发展。

河北省邢台市副市长李亚林表示,沙河市玻璃产业是“小县大产业”的典型,指数的编制和发布将进一步把“中国玻璃城”沙河打造成全国玻璃行业的信息中心、定价中心和交易中心,对提升沙河玻璃的市场竞争力、维护沙河玻璃的行业优势地位具有重要作用。

记者了解到,中国(沙河)玻璃价格指数选择玻璃价格相对平稳

的2019年为基期,采集销售环节中贸易商与玻璃深加工企业之间的现货成交价格进行编制。从近期走势看,下游及贸易商阶段性补货,指数上涨,在补库阶段性完成之后,玻璃价格将有可能承压下落。此外,指数运行与郑商所玻璃期货合约走势基本趋同,玻璃价格在期货市场与现货市场的表现上互有领先。这既体现了期货市场价格发现功能,也体现了现货市场回归产业实际的价值。指数将发挥好现货市场价格工具的作用,助力玻璃产业平稳有序运行。

智能手机市场分化明显

■ 刘畅

市场调研机构Counterpoint最新研究显示,2023年第二季度,全球智能手机市场销量同比下降8%,环比下降5%,已连续八个季度出现下滑。

市场分析人士认为,这意味着全球智能手机市场已度过快速增长阶段,产品结构开始分化。其中,中低端产品需求下滑严重,高端产品市场表现更为强劲。

分品牌看,三星以22%的市场份额位列第一位,这主要得益于Galaxy A系列的强劲表现;苹果排名第二位,创下了17%的第二季度市场份额新高;小米通过更新产品组合,以12%的市场份额排名第三位;OPPO和vivo分别以10%和8%的市场份额继续维持第四位、第五位的位置。

分区域看,全球所有地区的手机销量均出现收缩,美国、西欧和日本等市场跌幅最大,年降幅均达两位数,中国、印度和中东非市场的跌幅相对较小。

批发价在600美元以上的中高端产品销量实现逆势增长,这是近期智能手机领域最大的亮点。数据显示,2023年第二季度,高端手机对整个市场的贡献达到历史最高水平,本季度销量占比超过20%。Counterpoint分析称,随着更多消费者追求卓越体验,加上许多主要地区提供便捷的消费金融政策,高端手机市场并未受到太多限制的影响,高端手机市场成为本季度唯一实现增长的市场。

高端手机市场的强劲表现,确保全球智能手机营收额免遭重创,这是各大品牌进行市场扩张和技术创新的重要原因之一。与此同时,随着消费者需求的不断提升和消费水平的不断提高,高端化已成为智能手机发展的必然趋势,高端手机市场逐渐成为“新战场”。以国产品牌为例,华为、OPPO、荣耀等厂商纷纷布局“直屏旗舰+折叠屏旗舰”的双旗舰策略,在丰富自身产品组合的同时,满足了消费者对高端产品的需求。

为更好挖掘高端手机市场,各大品牌除了需要不断研发新技术提高产品竞争力、为用户打造更好体验之外,提升品牌服务水平、优化线下门店同样是走好“高端之路”不可或缺的重要环节。

此外,人工智能技术的快速发展也将为智能手机行业创造更多可能性。无处不在的设备、海量的数据、多元化的场景等将给智能手机行业提供新方向,也将带来全新的挑战。如何用好人工智能技术将成为智能手机行业面临的新课题。

农业贸易百问

烟台预制菜品牌如何走向国门?

■ 韩啸 龚冰

烟台是全国食品工业产业集群示范区,“中国鲁菜之都”,是全国农产品国际贸易竞争力最强的地级市之一,烟台苹果、莱阳梨、大樱桃、海参等农特产品驰名中外,农产品出口居全国地级市首位;烟台苹果品牌连续13年蝉联中国果业第一品牌;烟台水产品出口占全国的1/15;全国5家白羽肉鸡上市企业,烟台占4席。在传统农产品出口海外的基础上,近几年烟台通过“政府搭台,企业唱戏,农民参与”的模式,在预制菜国际贸易方面表现突出,其实践经验对于探索预制菜走向国门具有借鉴意义。

政府顶层设计 搭建产业平台

烟台市预制菜品牌能够远销海外,主要得益于政府的高度重视和引导。烟台市政府高度重视预制菜国际品牌培育,出台《关于加快推进烟台预制菜产业高质量发展的实施意见(2022—2025)》等指导性文件,将预制菜产业列入“9+N”产业集群培育工程和16条重点产业链,实施链长、链办、链主企业

联动推进机制,致力于打造“链主+骨干+园区+基地”的预制菜产业布局,实施品牌培育计划,做强企业国际品牌影响力。各区县也积极响应落实,如莱阳市(烟台县级市)通过组建莱阳市预制菜产业发展联盟、扩建1000亩预制菜产业园区、举办预制菜产业政银企合作对接会等方式,为预制菜产业搭建起“软硬件”平台。

企业对接标准 打造国际品牌

品牌是预制菜企业最具价值的资产之一,也是核心竞争力的体现。烟台市以标准化优质产品为支撑,以优势龙头企业为依托,着力打造预制菜品牌,推动预制菜产业高质量发展。当地企业长期面向海外市场,企业从建立之初就严把品质标准,通过各类国际质量认证,与国际标准全面接轨,建立起较完善的食品安全生产体系,成功将中国加工农产品“卖全球”。例如,喜旺通过学习国外技术、经验,依靠严格食品生产标准,在肉制品行业,成为第一家海外建厂的中国企业,其中喜

旺烤肠已连续多年在Costco等主流超市稳居同类产品销量第一,成为进军加拿大等发达国家建工厂、拓市场、学技术、创品牌的典范。

再如,莱阳市依托“莱阳梨”“莱阳芋头”等国家地理标志保护产品,以及特色优质农产品区域品牌集群,高标准打造了一批预制菜产业高地和产业集群。目前,莱阳市预制菜产品已出口至亚、欧、非30多个国家和地区,2022年出口额6.4亿美元。同时,莱阳预制菜企业正逐步将自有生产基地和“订单式”标准化基地拓展到全国,并通过订单基地将“莱阳标准”输送到其他省市。

农民深度参与 构建利益联结

农民深度参与预制菜产业链全程,与“政企”构建起稳定的利益联结机制,形成三方共创共享、共荣共生良性生态圈。预制菜出口有效带动农民增收,农民增收则激励其增加优质农产品供给的积极性和主动性,并促进劳动力等生产要素向预制菜出口企业和生产领域流动,极大优化了农业资源的重

服務匯聚 誠信天下



中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahklt.com



廣告

港专三名诉讼代理人荣膺WIPR 2023知识产权领导者称号

本报讯 英国著名知识产权媒体WIPR(World Intellectual Property Review,世界知识产权评论)近日发布2023知识产权领导者榜单。港专总经理吴玉和、总经理助理熊延峰、法律部经理温大鹏荣登榜单。

WIPR研究团队通过历时4个月的调查访问,征询超过12000名知识产权专业人士的意见,考察每位候选律师的工作情况,包括职业历史、专业能力、典型案例以及参与社会活动(如写作、授课,更多影响到未来的IP从业者)等多方

面的考量,最终评选出知识产权领导者榜单。

WIPR是全球领先的知识产权从业人员的一站式指南,及时提供知识产权领域关于商业运作和执法的现状及面临挑战等方面的新闻和分析。WIPR致力于为企业、知识产权从业人员等提供针对最值得关注的知识产权事件专业、快捷的分析,其评论在世界范围内具有广泛影响。

(来源:中国专利代理(香港)有限公司)

中国车企“出海”路上有风景也有风浪

■ 本报记者 江南

中国车企“走出去”近来可谓一路高歌,从2021年出口量突破200万辆,到2022年突破300万辆,再到2023年有望超过400万辆。但“出海”路上,其实有风景也有风浪。

“中国车企想在国际市场上站稳脚跟,需要加大科技创新投入,积极做好海外专利布局,充分运用国际化手段增强核心竞争力。”在近日由广州贸促会和中国贸促会商法中心共同举办的2023企业合规国际论坛汽车行业分论坛上,广东省汽车智能网联发展促进会常务副会长熊双玲表示。

世界知识产权组织(WIPO)今年2月发布的报告显示,2022年全球汽车行业提交的专利申请数量增长两位数,达19.6%。在这份显示出全球汽车行业在新技术和节能减排方面进步的成绩单中,中国车企的表现却不尽如人意,全年提交的申请量增长率仅为个位数。

在国际专利体系方面,2022年汽车行业PCT国际专利申请7689件,其中日本丰田1792件,排名第一,其次是日产626件、本田324件。而中国车企中,PCT专利申请量最多的比亚迪仅有253件、奇瑞218件,中国车企远远落后于日本。

熊双玲介绍,中国车企在“走出去”时,经常遇到的知识产权侵权风险有以下5类:一是专利侵权风险,即海外交易过程中,未经专利权人允许,因制造、销售、使用、许诺销售专利等行为而导致侵犯他人专利权的风险;二是知识产权尽调风险,例如海外投资并购中,因尽职调查不完善,出现知识产权瑕疵等风险;三是知识产权权属风险,例如与当地合作商共同开发和制造汽车,未划分背景知识产

权和前景知识产权而引发的权属纠纷风险;四是合同条款约定风险,例如海外技术许可合作中,未针对改进技术的知识产权权属、专利侵权责任承担、知识产权权利维持及费用承担等进行合理约定而引发后续合作纠纷风险;五是合同违约风险,例如违反保密条款导致知识产权成果被泄露等方面的风险。

由于新能源汽车电池、自动驾驶等新技术与传统燃油车存在众多差异,新能源车企面临的挑战更加严峻。

广汽埃安新能源汽车公司副总经理曹卫兵介绍说,公司坚持以持续的科技创新为引领,全面打造“纯电+智能网联”全栈自研能力。目前,公司拥有超1100名研发人员,布局900余项国内发明专利。

“如何突破所面临的法律挑战,平衡经营发展与合规需求,是新能源车企的重要发展课题。”曹卫兵说,公司逐步建立健全合规管理体系,从组织体系、制度体系、运行体系、保障体系着手,全面加强合规管理,筑牢合规“护城河”,为公司高质量发展保驾护航。具体而言,该公司在反垄断、数据安全、知识产权等领域重点进行合规建设,强化重点业务领域的合规管理水平。

此外,中国车企“出海”还面临一系列挑战,比如一些地区市场属地化现象较为严重,贸易壁垒明显增多等。

熊双玲建议,中国车企应加快海外知识产权布局,制定海外专利布局策略,选择合适的专利申请途径。此外,还要通过完善的尽职调查降低知识产权侵权风险,提高标准意识,合理规避技术壁垒。

