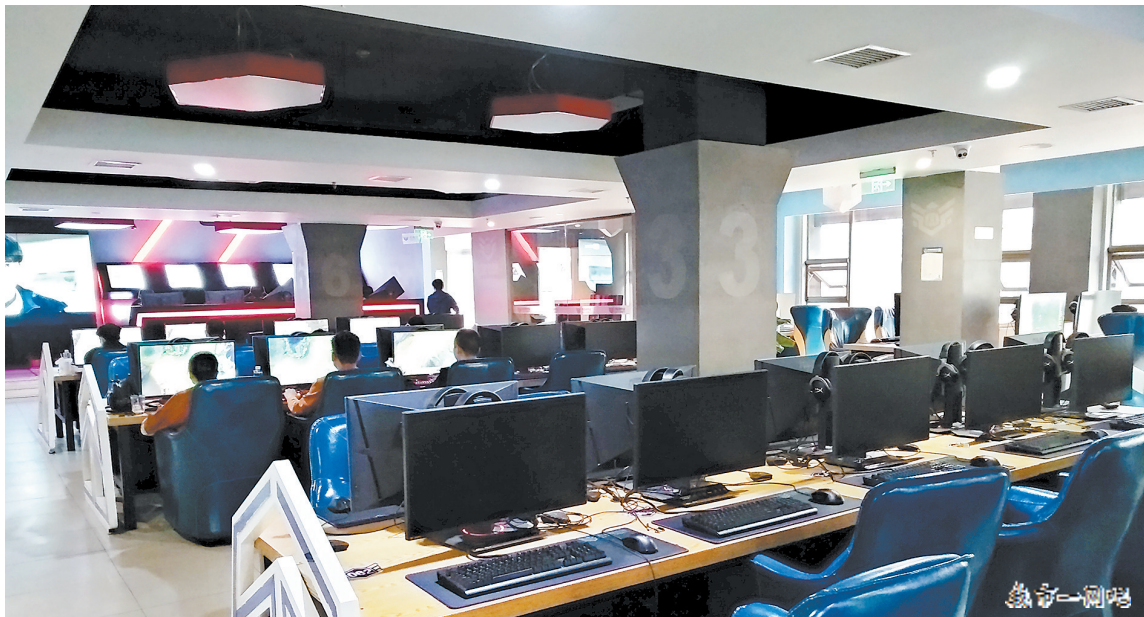


“微利时代”催生多元化发展路径 网吧转型能否实现“华丽转身”

近日,一则中国IG战队获得全球电竞比赛冠军的新闻刷爆微信朋友圈。自2003年电子竞技成为体育竞赛项目,电竞开始逐渐发展成为产业,催生出不少经济。另一方面,网吧收益却逐年降低。随着新网吧不断崛起,市场竞争愈发激烈,我市部分网吧利用电竞平台,试图打造集娱乐与休闲的场所。



□记者 王依娜

现状分析

投入大回报慢 活动不见起色

近几年,看似降低的经营成本和爆满的入座率,加之经营条件的放开,许多人跨行开网吧。极少玩网游的吕香明便是其中之一。三年前,她接手了刚翻新的重金属网吧。自接手以来,入座率持续下跌。去年,她将电脑台数从原本188台缩减到96台,平均入座率也仅有30%。

“受电脑配置更新换代和新网吧崛起等因素影响,一般网吧两年就需要更换设备或者翻新。生意刚有点起色,钱又投进网吧装修里了。”网鱼网咖永康店店长叶祥辉说。

除了用户上网费用,服务台零食供应消费也是网吧收入的一部分。但外卖网络的完善和奶茶店疯狂扩张,打破了网吧消费场所的封闭性,直接锐减饮料、方便面等产品的销量。

此次中国IG战队拿下的全球电竞比赛冠军含金量高,刺激了部分网吧经济。然而,网络世界日新月异,英

雄联盟已走过八个年头,受众范围大不如前。为了改善网吧经营情况,叶祥辉还曾找国邦奔驰4S店举办英雄联盟挑战赛。几场比赛下来,参与者都是那几位熟面孔,网咖无法得到预期的回报,比赛没有再举行下去。

吕香明则跟大多数网吧经营者一样,给获胜的英雄联盟玩家相应的网费回报。据她统计,活动搞了之后,网吧收益同样没有起色。

积极探索

注重服务品质 培养电竞人才

作为杰拉电竞馆的负责人,胡志学与一些跨行开网吧的人不同,他在网吧经营上更具有全局观和专业性。

走进杰拉电竞馆,只见服务台与电脑区中间隔着一张吧台,上面放着各类棋具和游戏机。翻看游戏机,里面有着许多80后校园时代盛行的小游戏,诸如拳皇、赛亚人等。“有的顾客反映市区没有什么有趣的娱乐场所,因此我希望打造一个集休闲与娱乐的地方。若晚上无处去,不妨就来这里

下棋,打发零碎时间。”胡志学说。

今年,巴黎街猛增3家新网吧,竞争加剧。多家网吧打起价格战,试图吸引客户。胡志学却不以为然,仍专心致力于服务品质的提升。

“不少人来到网吧,网管收钱后就玩手机,体验并不好。我还专门带员工去看一些服务做得很好的商家,培养她们的服务意识。平常,客户进门主动迎接,生日当天还能送祝福套餐。”胡志学说。

面对电竞行业迅猛发展,胡志学还培养了不少电竞人才,出战全国性赛事。他介绍,自电竞成了体育项目后,一些城市每年都会举办电竞比赛,像温州已经举办了十几届。前不久,他们几位网吧负责人一起跟相关部门讨论了这件事情,得到了大力支持,只是由于集结全市上百家网吧相对困难,项目还未真正落实。

发展路径

多种转型方向 新型网吧崛起

“网吧融合餐饮,利润太薄。相比

之下跟宾馆酒店合作,打造电竞酒店的可能性更高。”在关注电竞领域发展外,胡志学仍在寻找更多网吧转型出路。

记者也了解到,电竞酒店已在不少一线城市尝到甜头,甚至有电竞玩家连住20多天,只为享受网吧级配置的游戏体验,还能随时休息。其间,电竞酒店因满足了玩家额外的消费需求,从中获利。

从经营角度来看,网吧更像是机器使用平台。经营者可以用批发价购得高价机器,通过收取使用者费用来平衡收支。在此基础上,网吧可以通过投入新型技术设备来刺激消费,诸如VR网吧等方式的诞生。逼真的体验感,新颖的操作方式,VR技术革新了游戏。

“现在虚拟现实技术在普及化,大部分VR机器是在商场里‘摆摊’。我曾问过一家商场里VR游戏机的价格,一次得冲200元才能玩,很多人听了价格扭头就走了。网上报道的国内最早一批VR网吧,有的收费是十分钟十元,价格更加合理些。希望永康也能引入这样的机器,方便广大爱好者。”市民黄石森说。

架构管理新体系 塑造美学新高度 鹏程装饰高端品牌墅造大宅设计面市



墅造大宅设计部的茶道会客

□记者 应柳依

穿过简约的玻璃大门,富有对称感的墅造大宅设计logo便跃入眼帘,左转进入会客厅,一张可容纳十余人的中式茶桌大气地置于厅内。在茶桌的背后,两扇大门相对而立,一个私密

性的酒庄藏匿于此。另一侧,推开两扇对称隐形门,再度豁然开朗,一张中式圆桌色泽古朴,灯光点缀明亮通透,几处细微装饰为墙面锦上添花,古色古香的韵味瞬间溢满整个餐厅,也为简单的柴米油盐染上了一丝典雅……安排合宜的中式元素,几处暗藏的“机

关”设计,均一一呈现厚实的东方文化气质,使空间散发着宁静致远的人文气韵。没有多余的装点,就已让人嗅到暗涌的庄重气息。

在墅造大宅的二楼,几间办公室“躲”在隐隐绰绰的屏风后,静静伫立间似有恍入山间密林、归于自然之感。“墅造大宅的设计部办公室均安置了茶台,且造型不一,充分体现了设计师的个人魅力以及性格特征。”鹏程装饰墅造大宅设计总经理厉鹏飞说,为了尽快了解客户需求,墅造大宅用茶道拉近了彼此的距离,在轻松愉悦的氛围中完成对未来家的设定。

“会客环境都如此充满设计感,我相信把家交给墅造大宅设计,会打造出更符合家人审美的温馨港湾。”近日,来自我市玫瑰园小区的业主徐女士在参观完鹏程装饰高端品牌墅造大宅后,不由得发出如此感叹。

“墅造大宅设计,顾名思义,即专为别墅、排屋等大户房型设计,这个单独的品牌提炼,意味着鹏程装饰将进驻更为高端、精品的领域,不局限于框

架之中、不自我设限、不定位特定风格、不反覆循环套用,以使用者模式为出发,坚持一种量身定制的思维,打造更为个性的精品大宅。”厉鹏飞始终认为,好房子,不在于房价增值,而在生活增值。

目前,墅造大宅设计人员架构创新采用了“3+2”模式:由三名90后+两名85后的核心年轻团队成员组成,并且各自领军授命,分任“首席架构师”“首席品牌官”“首席客户官”“首席外交官”以及“首席颜值官”,管理团队、宣传、接待、外联、内务等工作。秉持着为更多大宅塑造灵魂的愿景,鹏程装饰高端品牌墅造大宅设计一经面市就有着明确的价值观,即拒绝回扣,用专业代替营销,从而进一步完善“设计专家、施工大师、服务高手”的企业理念。

几盏茶毕,徐女士在与设计师经过了细致的家装探讨后,当场拍板下了订单。“希望把家交给你们后,能还给我一个传承的经典作品。”徐女士对未来家充满了期待。