

户外品牌“围攻”珠峰



含氧量,都构成了最严苛的考验。

攀登珠峰不仅是一次极限挑战,更是一次品牌建设和营销的绝佳机会。万光阳直言:“尽管攀登珠峰的消费者寥寥无几,但这一事件在消费者心智中建立了专业度的强认知。能在珠峰生存的装备,必然能征服绝大多数户外场景。同时,珠峰IP自带全球影响力。”

实际上,品牌对“珠峰背书”的运用由来已久。仅在今年,就有骆驼组建喜马拉雅登山队实现珠峰南北坡同时登顶,并在上海 ISPO 展会现场设置珠峰雪山装置。凯乐石全程赞助16岁少年艾力库提从南坡登顶珠峰,拓路者品牌赞助的登山队身着带有八字“拓”标识的登山服登顶珠峰,创下汉字标识首次登顶的纪录。就连羽绒服品牌波司登都来凑热闹,助力滑翔伞飞行员木子身着其羽绒服成功登顶。

“顶级专业给予了品牌升值和提价的空间。”有业内人士直言,“谁不想做下一个始祖鸟呢。”众多全球顶级户外品牌也争先恐后进入国内市场,其中就有猛犸象、巴塔哥尼亚、攀山鼠等热门品牌。值得一提的是,滔搏还在今年5月宣布,已与被称为老人头的挪威高端户外品牌Norrona达成战略合作,

成为其在中国市场的独家运营伙伴。

“珠峰确实是一个品牌图腾。”时尚产业独立分析师、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄指出,“但现在与十年前首次攀登珠峰的新鲜感已经不同了。一方面是大量同质化营销。作为一个户外品牌,如果想传达追求极限的精神无可厚非。但如果所有的户外品牌,包括中小品牌,都去登珠穆朗玛峰就有些同质化了,并没有必要。营销也是需要创意的。”

他进一步指出:“另一方面,品牌也要明确自己的定位和消费客群,大多数消费者并不会攀爬珠峰,对超前配置的产品一定不会感兴趣。现在极限户外浪潮很热,但当潮流过去,很多的品牌和企业可能就没声音了。登峰不应是一场作秀,普罗大众的生活需要严格意义上讲还是轻户外。”

如何“下山”?

户外品牌也有着同样的思考,珠峰,毕竟是小众市场,但更难的是如何“下山”。

“我们的品牌在创立之初就是为攀登者提供高端专业装备的。但随着人们生活水平的提高,我们

希望推动中国登山运动和户外运动的普及。”奥索卡总经理杨建辉表示,“因此,我们从山上走到山下,满足不同群体对户外产品的需求。”

根据《2024 户外运动人群洞察报告》面向户外运动爱好者的调查,近九成受访者表示每月都会进行户外运动,其中每周运动3至6小时的人数最多,可见户外运动已成为许多人的生活“标配”。与之相对应的是,在各大购物中心内,可以看到诸如乐斯菲斯、始祖鸟、萨洛蒙、迪桑特、飞越大地、科隆等知名户外运动品牌的身影。

杨建辉进一步分析道:“对于大部分人群来说,他们不可能去登4千米、6千米以上的山。我们更多的是要喜欢户外运动的大众群体都能穿着半户外的服装。现在的轻户外、城市户外基本上变成了通勤的重要部分。特别是近几年来,男装女装休闲风格都已经户外化。”

“户外赛道扩容是好事,专业与轻户外之间是技术共享而非市场割裂。”万光阳进一步表示,“品牌的核心策略是以硬核认证赋能全品类。”他总结为品牌的核心策略:持续投入极限环境产品研发,保持高山、荒漠、雪山等垂直领域权威性;拓宽场景覆盖,针对“城市户外”推出跨界产品等。

数据显示,今年1月至4月,户外鞋服品类成交额同比增长近50%;从消费水平来看,户外运动爱好者年均消费保持在较高水平,一般在2000元—5000元之间。而据美团、大众点评数据,今年1—4月份,“徒步”相关搜索量同比增幅近100%,笔记攻略数增幅超190%，“徒步一日游”“爬山徒步”等关键词增幅均超过400%。

对此,杨建辉也表示:“我们也在更多地研发满足城市性户外和郊游性户外的产品特征。这种产品在韩国等国家开发得比较早,中国其实刚开始起步。我们希望能成为广大户外爱好者的泛户外品牌。”

但在程伟雄看来,国际户外品牌在国内能够被信任,有培育多年的背景,既有稳定的用户群体,又培育了相应的圈层,有品牌精神和产品口碑。反观国内品牌,经过了几年的发展,虽然也有很多成功的案例,但能沉淀多少?中国户外品牌还需要时间,需要差异化发展。

供稿:《21世纪经济报道》作者:易佳颖

公告

刘振亮:

本委受理的你与青岛玖业管理咨询有限公司劳动争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字〔2024〕第10212号仲裁决定书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛西海岸新区长江中路359号203室)领取仲裁决定书,逾期不领取,即视为送达。

特此公告

青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁委员会

2025年8月5日

公告

青岛有顶天餐饮服务有限公司:

本委已受理杨彩艳与你公司劳动争议一案(青黄劳人仲案字〔2025〕第4327号)。因向你单位直接、邮寄送达相关法律文书不成,故依法向你公司公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2025年9月23日9点30分开庭审理此案,地址为青岛市黄岛区长江中路359号202室。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会

2025年8月5日

公告

青岛中泰企服网络服务有限公司:

本委受理的金战友与你单位劳动报酬纠纷一案已审理终结。现依法向你单位公告送达青黄劳人仲案字〔2025〕第1970号仲裁决定书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛黄岛区水灵山路188号8号楼307房间)领取仲裁决定书,逾期不领取,即视为送达。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会

2025年8月5日

公告

青岛安居客装饰工程有限公司:

申请人戴长民与你单位劳动争议一案(青黄劳人仲案字〔2025〕第21715号),因向你单位直接、邮寄送达不成,现依法向你单位公告送达应诉通知书、申请书副本、开庭通知等法律文书,自公告之日起经过30日即视为送达。提交答辩书的期限为公告送达期满后10日内,本委定于2025年9月17日14时30分在本委仲裁庭公开开庭审理此案,屈时不到庭,本委将缺席开庭(地址:青岛市黄岛区水灵山路188号8号楼307室,联系电话:0532-85162195)。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会

2025年8月5日

公告

青岛中塘家装饰工程有限公司:

申请人李连杰、高绪龙、石正伟诉你单位劳动报酬等争议案(青黄劳人仲案字〔2025〕第3254、5081、3343号),因向你单位直接、邮寄送达相关法律文书不成,现依法向你单位公告送达应诉通知书、申请书副本、开庭通知等法律文书。自公告之日起经过30日即视为送达,提交答辩书的期限为公告送达期满后10日内。本委定于2025年9月3日9时30分在本委仲裁庭308室公开开庭审理此案,屈时不到庭,本委将缺席开庭(地址:青岛市黄岛区水灵山路188号8号楼308室,联系电话:0532-58953781)。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会

2025年8月5日

通知

青岛公交集团莱西巴士有限责任公司(以下简称公司)控股股东青岛公交集团有限责任公司决定:定于2025年8月20日在青岛市市南区香港中路73号旺角大厦809会议室,就取消公司董事会、变更董事和取消公司监事会、监事召开公司全体股东大会,请全体股东准时出席,逾期视为自动放弃表决权,特此通知。

联系人:张冬伟,联系电话:0532-85873591。

青岛公交集团有限责任公司

2025年8月5日

“珠峰背书”

海拔8848.86米的珠穆朗玛峰,不仅是地球物理高度的制高点,更是极端环境的试炼场。如零下40℃的极寒、每秒20米的狂风、低至海平面30%的

从“不敢想”到“必考题”,中国游戏厂商闯关3A游戏

“记得二十年前,微软找到网易,说Xbox平台很好,你们什么时候能在我们Xbox平台上开发主机游戏?我们只能尴尬而不失礼貌地笑笑”。在7月31日的ChinaJoy同期论坛上,网易雷火市场及营销总经理黄卓发表演讲时提到。

黄卓回忆称:“由于中国当时没有主机市场,意味着厂商需要开发针对海外、尤其是欧美市场的3A产品,而3A游戏的‘三高’(高预算、高工艺、高品质)属性,像三座大山,彼时的中国游戏开发者难以企及。”但自从《黑神话:悟空》爆火“出圈”后,选择走3A游戏这条“独木桥”的厂商越来越多了。

6月中旬,网易雷火发布了买断制单机游戏《归唐》的首支预告片,7月底,《明末:渊虚之羽》《影之刃零》两款3A单机游戏先后走红。在近日一场采访中,世纪华通首席战略官方辉提到,关于3A游戏,内部已经开始进行一些想法的探讨。

以往被认为投资大、回报不多的3A游戏,厂商却在用真金白银下注。方辉认为,不能抛开竞争态势单纯比较品类投资回报率,爆款网游回报率高,但目前的环境也没有多少游戏能做成爆款。黄卓认为,中国游戏想要在全球化上更进一步,3A游戏是“必考题”,国内游戏厂商已在品质工艺等方面练就了硬功夫,可以去施展软实力了。

从“不敢想”到“必考题”

中国游戏行业在过去十多年里发生了翻天覆地的变化,已经有能力做3A游戏了,无论是资金还是制作水平。

黄卓将做3A游戏比喻成做汽车,“20年前让中国的车厂去做一系列和海外顶级品牌同档竞争的产品,大家都不知道从哪里下手,游戏行业也是一样。今天,设计一台高端汽车没那么难了,同样,开发一款3A游戏也没那么难了,至少该怎么做都已经有了非常清晰的体系化认知。”

高工艺是游戏制作中最关键的一部分。当年,中国很多产业都已入门、会做了,但体系化的工业能力积累还很初级,国内厂商没有能力去做顶级的高端产品,体系和配套都跟不上。

经过了20多年的研发体系积累,黄卓认为:“我们对于现今各种主流的游戏研发技术工艺、研发管线配置,都了如指掌。做什么类型的项目、该用什么类型的技术方案、如何做出来……这些现在都不是问题,只是如何把产品和体验做好做精的问题,而在当年,这些都是问题。”

中国游戏厂商的资金也充裕了。黄卓以网易为例指出,2024年网易的游戏业务收入是836亿元,而2005年这个数字是人民币13.8亿元,20年间增长

了60倍。如果说20年前,厂商被“高预算限制了想象力”,那么今天,中国厂商做3A游戏不再是空中楼阁。

“三高”里,黄卓认为高品质是最难的,游戏是一个文化产品,并不是将产品的硬指标做到了就可以了。“市面上那么多游戏,玩家为什么要选择你的作品?一定是你的游戏要提供足够独特的体验价值,要有‘神’。”他认为,能把“神”做出来,是“软实力”的表现,这也是玩家能感知、能共鸣的独特魅力。

做出“神”,是目前做3A的游戏企业都在挑战的一个点,包括网易的《归唐》。黄卓在会上透露,团队会通过数字技术重现恢弘的河西史诗,这一游戏得到了甘肃省文化和旅游厅的支持,为游戏开发提供了覆盖甘肃省12个地级市、2个自治州的历史文化遗产数据扫描和史料考据。若游戏出圈,预计也会像《黑神话:悟空》带动山西文旅一样,带动甘肃文旅和传统文化。

《2024年中国游戏出海研究报告》显示,2024年中国自主研发游戏的海外销售收入达到185.57亿美元(接近人民币1300亿元),与2024年中国国内游戏市场实际销售收入3257.83亿元人民币相比,已经是四成的体量。

行业热度下的ROI迷思

7月24日,国产3A游戏《明末:渊虚之羽》正式发售,登陆Steam等多平台。这款游戏由成都灵泽科技研发,融合古蜀文明,如三星堆、金沙遗址等相关元素,结合《山海经》《华阳国志》等典籍里的神话故事进行改编。

发售前,游戏在Steam愿望单突破百万,多家媒体预测其将成2025热门新游,然而该游戏发售一天后,因优化、价格等问题,评价呈现两极分化,遭遇滑铁卢,游戏制作方也因游戏优化表现未达预期等原因公开致歉。

就在两天后,7月26日,3A单机武侠游戏《影之刃零》在北京举办了一场大型线下试玩活动,随后在游戏圈刷屏,引发了不少讨论。这款游戏由北京灵游坊开发,腾讯也曾参与投资,从反馈来看,游戏武术动作设计等获得了不少赞美。有游戏投资人表示,这或许是村里“下一个研究生”,卖点很突出。

方辉负责世纪华通集团内部的投资,对游戏行业的趋势也有一些观察,他表示,未来国内游戏行业会看到一些变化,其中一点是,会出现很多3A级单机游戏,类似《黑神话:悟空》这样的产品会越来越多。

在方辉看来,这些3A游戏并非靠数值进行商业化,而是追求纯粹的游戏玩法,给用户更好的

体验。在采访中提及世纪华通对3A游戏的想法,方辉表示,内部已经开始探讨,但还未到研发这一步。

大厂、初创为什么都开始扎堆想做3A了?去年,在讨论《黑神话:悟空》能不能带动3A游戏的崛起时,游戏投资人吴奕过去,不抱期望。3A游戏动辄投入几亿,又是一个买断制的单机游戏形式,最后销量能有多少、能不能回本都是未知数,而即便“出圈”,对应的净利润相比大厂手游来说收益差也巨大。

不过,对于记者关于3A游戏的ROI(投资回报率)问题,方辉认为,并不能单纯比较品类的投入成本和回报率,也要看行业的竞争态势,例如虽然爆款网络游戏回报率很高,但在目前的环境下,也没有多少游戏能成为爆款,能挣到90亿元(《黑神话:悟空》预估的销售收入)的游戏也很稀少。

“网络游戏已经是一个红海市场,进去做也不一定挣钱,如果团队没有数值或者玩法的创新,做10款成本偏低的网游也不赚钱。”方辉认为,要不要考虑做3A游戏,最后还是要看游戏公司的基因,以及团队是否有信仰、能力和耐心,坚持打磨多年将产品做出来,其中也涉及管理层的战略问题,并没有好坏之分。

时隔一年,吴奕表示,在3A游戏领域,ROI不高的情况依然存在,不过从供给侧来看他观察到三个变化。

一方面,一些中层干部有意创业制作单机游戏,或者参与到3A游戏的开发了,原因一个是被《黑神话:悟空》的成功激励,其次,大厂立项仍旧是收缩状态,相对年轻的核心策划也很难有晋升机会和立项机会,不如“搏一搏”。

另外,吴奕发现,有很多非游戏的跨界厂商愿意涉足买断制游戏、高品质游戏开发,譬如动画公司艺画开天,甚至AI概念公司图森未来,他们都自带资金和IP。一些外资游戏发行方和基金也在积极参与中国单机项目,如505Games、Neowiz、集英社等日韩欧美头部企业,也包括一直在支持中国单机事业的索尼中国之星计划。

从刚刚发布的报告来看,国内主机市场的增长很快。《2025年1—6月中国游戏产业报告》显示,2025年上半年,游戏行业迎来近四年来最陡峭的一个增长,其中,中国主机游戏市场实际销售收入10.3亿元,同比增长接近30%。

报告认为,这一显著增长主要得益于2024年现象级作品《黑神话:悟空》的余热犹在,以及进口主机游戏新品的热销。主机游戏市场虽小,但增长迅猛,为国产3A提供了更有利的土壤。

据《第一财经日报》作者:刘晓洁

施工通告

因污水整治工程施工需要,自2025年7月25日至2025年9月24日占用李段路(南宅小学-崂山路)段部分车行道封闭施工。

施工单位应在施工段前后设置交通警示标志,现场设置安全员,帮助途经施工路段行人、车辆安全通过,规范施工,避免噪音扰民。

特此通告

青岛市崂山区交通运输局
青岛市公安局交通管理支队崂山区大队
2025年8月1日

招标公告

依据《中华人民共和国招标投标法》、国务院《物业管理条例》、《山东省物业管理条例》和《青岛市物业管理条例》等相关规定,青岛海创置业有限公司对九水东路以南、汉川路以西、建水路以北地块项目前期物业管理服务进行公开招标,总建筑面积327685平方米;地上建筑面积168385平方米;地下建筑面积159300平方米。

1.投标企业资格要求:具有独立法人资格,经营范围有效;物业企业信用等级(企业信用等级截图日期为招标公告发布日期以后的截图)。

2.有意参加此次投标的单位,报名时须提供以下原件资料:法定代表人身份证明和法人身份证原件或法定

2025年8月5日