

见证

WITNESS
VOL 27

一次“政府采购网游”的胎死腹中

“我愿意成为一种声音，对于那些失去声音的人。”

——玛丽·艾伦·马克 (Mary Ellen Mark)



首页 | 新闻如是说 | 中标者如是说 | 落标者如是说

返回游戏频道首页 + 更多见证

“引言

六月底，团中央公布了2012年首批向全国青少年推荐的文化产品，包括六款“健康网游”。以行政手段推荐“健康网游”，这并非首次。八年前，上海政府曾公开招标网游，计划向全市1500所中小学推广。“健康网游”从来就不仅仅是“健康”与否的问题。

新闻如是说

见证
WITNESS

政府出面为学生招标网游，被认为是“化毒为宝”、“变堵为疏”治理网游的一步妙招

“午休或放学后，上海中小学教室里，老师们补课的身影将逐渐消逝，取而代之的可能是学生们开着不同色彩、不同式样的卡丁车，在东方明珠、外滩、滨江大道等8条以上海著名景点为背景的赛道上展开网络赛车游戏。”2005年1月13日，新华网的一篇报道介绍了一款名为《飞越彩虹》的赛车游戏。这款游戏从上海政府的一次招标活动中突围而出，成为首款由政府出面为中小學生采购的网游。

招标由上海市科教党委和上海市教委发起，目的是为上海市中小学的“校校通”工程解决“无米下炊”的尴尬处境。2002年，上海市政府投入20亿元地方财政，建成了覆盖全市1500所中小学的教育局域网，即“校校通”网络。而随后两年，这条造价不菲的通道却始终处于闲置状态。“只有路，没有货。我们此次招标就是一次尝试性的解决之道。”上海市科教党委负责人说。

2004年9月1日，上海市教委面向社会公开招标“中小学动画系列片及网络益智游戏”。此次招标从公布到截止仅半个月期限，而投标作品“必须是未经公开发表的原创动漫游戏作品”，于是出现了不少直接使用“现成品”或改头换面的“翻新货”参与竞标作品。市教委不得不取消“必须原创”的限制，改为“作品可以是原创性、未经发表的，也可以是已公开发表的”。

11月8日，上海市教委正式开标，共有28家厂商的98部动漫及网游作品进入评审阶段。两个月后，2005年1月12日，招标结果最终揭晓，上海上影数码传播有限公司（以下简称“上影数码”）提交的《飞越彩虹》成为中标网游。

在媒体的报道中，政府出面为学生招标网游的行为，被认为是“化毒为宝”、“变堵为疏”治理网络游戏的一步妙招。“一些学生家长表示，学校安装了益智游戏，今后就大可不必为孩子沉溺网吧荒废学业而担心，也不用再去网吧‘捉人堵人’了。”

见证
WITNESS

《飞越彩虹》被称赞为一款弘扬上海本土文化、激发青少年爱国热情的网游，且“无需练级”

“游戏主要以近代以及上世纪80年代和21世纪的上海为背景，结合上海的巨变，将赛道从里弄街道石库门开到外滩，从小弄堂开到滨江大道……让赛车手在比赛的同时，了解不同赛道的历史背景。”在媒体的宣传中，《飞越彩虹》被称赞为一款弘扬上海本土文化、激发青少年爱国热情的网络游戏。

“无需练级”被视为《飞越彩虹》的另一重要特色。上海市科教党委负责人在推荐这款游戏时特别强调：“学生在达到娱乐目的后可随时退出游戏而不至于影响正常的生活和学习。”制作方上影数码的相关负责人也表示：“我们选择制作赛车类游戏就是考虑‘健康第一’……市面上大多数网络游戏盈利模式主要靠玩家‘练级’过程中的时间投入来赚取利润，而‘彩虹赛车’在制作之初就已经放弃这种盈利模式了。”

该负责人介绍说，《飞越彩虹》在研发过程中参考了《极品飞车》系列的精髓，但考虑到少年儿童的身心健康，严格剔除了暴力和软色情等因素。

《飞越彩虹》中标后，上海市政府承诺出资45万元购买其使用权，并通过行政手段向学校和家长推荐，在全市1500所中小学推广安装。上海市科教党委负责人还表示，从新学期开始，上海所有中小学校在中午等休息

上海“校校通”应用精彩纷呈



此次网游招标的目的是为上海市中小学“校校通”工程解决“无米下炊”的尴尬。2002年，上海市政府投入20亿元地方财政，建成覆盖全市中小学的教育局域网。随后两年，这条造价不菲的通道始终处于闲置状态。

此次网游招标的目的是为上海市中小学“校校通”工程解决“无米下炊”的尴尬。2002年，上海市政府投入20亿元地方财政，建成覆盖全市中小学的教育局域网。随后两年，这条造价不菲的通道始终处于闲置状态。



《飞越彩虹》中标后，上海市政府承诺以行政手段向学校和家长推荐，在全市1500所中小学推广安装。然而，当2005年暑期结束，新学期开始时，这款“健康网游”却销声匿迹了。

时间一律不得再安排教学，取而代之的将是播放中标的动画片，以及让学生玩中标网游《飞越彩虹》。

然而，当2005年暑期结束，学生们迎来新的一学期时，这款“健康网游”却销声匿迹了。

中标者如是说

见证 WITNESS 45万元拨款并不多，重要的是1500所中小学的庞大市场，以及媒体宣传所带来的潜在商机

“参加竞标的目的很简单，就是为了能把这款赛车游戏做出来，实现商业化。”当年参与《飞越彩虹》研发的李健（化名）说。

《飞越彩虹》的开发商是上影数码旗下的上影数码软件有限公司（以下简称“上影数码软件”），公司成立于2004年，由一支40多人的研发团队组成。李健说，投资方最初计划投入1000万元，以两年时间开发一款网游，但最后仅到位了一半资金。

上影数码软件成立之初的研发项目是一款FPS类型的网络游戏，公司以5万美元购买了LithTech引擎的授权，花数月时间开发出一个包含数张地图的demo，但并未继续下去。公司管理层认为FPS在当时的网游市场上过于小众，且缺乏成熟的商业模式，决定重新调整方向。

得知上海市教委公开招标网游的消息后，上影数码软件决定利用这一机会，转型开发休闲类赛车网游。研发团队制作了一段CG和一个原始的试玩版本，拿去参加竞标，这就是后来的《飞越彩虹》。

“如果中标，除了45万元拨款，还会有媒体的曝光，而且可以在学校里树立自己的品牌形象，今后推广起来就比较方便。”李健说。四十五万元拨款并不多，对于这支40多人的研发团队来说，仅能维持一个多月的运营。公司真正看重的是上海1500所中小学这块潜在市场。

2005年1月，招标结果揭晓，《飞越彩虹》成为了中标者。“新闻说游戏可以玩了，其实只是一个很简单的版本，就是一辆很简单的车子在很简单的赛道上跑，点缀了一些景观的贴图。”李健说。

见证 WITNESS 他们觉得还行，可我们很清楚，那根本不能算是游戏，以游戏的角度来看，完全不具备可玩性

上海市教委敦促上影数码软件在2005年暑假之前，拿出一款可以实际运行的完整游戏。2005年4月，研发团队提交了《飞越彩虹》的一个新版本，包括八条已基本完成的赛道。

“他们觉得还行，可我们很清楚，那根本不能算是游戏，以游戏的角度来看，完全不具备可玩性。”李健说。

《飞越彩虹》是这支研发团队开发的第一款赛车游戏，由于缺乏经验，加之对所使用的物理引擎并不熟悉，导致游戏中出现了很多问题。“比如车开起来很别扭，开直线没问题，但拐弯的时候就会发生很多怪异的现象。操控的手感也很烂，赛车之间的互动很少。美术风格也有点怪，场景是写实的，人物和车辆是Q版的。”

公司管理层另有打算，他们提交给政府的是游戏的“缩水”版本，“道具减少，赛道减少，车辆减少，各方面都缩点水”，而未来主攻的是游戏的商业版本。商业版本预计开发10个月，计划于2005年年底进行测试。

2005年夏天，由于上影数码的后续投入出现状况，《飞越彩虹》项目被迫搁浅。“我们也讨论过，如果这个游戏再拖两个月就能做出来，就算一两个月不拿工资也没什么。”李健说，“可经费迟迟下不来，大家无心工作，有一种绝望的感觉，就散掉了。”

直到李健离开上影数码软件时，这笔45万元的政府拨款仍未到位，国内首款政府采购的“学生网游”就此胎死腹中。

落标者如是说

见证 WITNESS 传统教育软件厂商缺乏对游戏的理解，而传统的游戏厂商不懂教育，也不愿投钱在教育游戏上

政府出资理单，帮助游戏进驻校园，这对以学生为受众的厂商来说颇具吸引力。刘云（化名）的公司正是冲着这个难得的推广机会参与了此次竞标，最后却铩羽而归。

刘云早前拥有丰富的单机游戏开发经验，他认为教育游戏是一块有待开拓的潜力市场——传统的教育软件厂商缺乏对游戏的理解，做出的产品往往缺少互动性和娱乐性，无法吸引孩子的兴趣；而传统的游戏厂商不懂教育，也不愿意投钱在这块低回报的市场上。

于是，2002年，刘云创办了一家教育游戏软件公司，组建一支30多人的研发团队，以2D游戏引擎开发单机和联网类教育游戏。两年内，他们开发了13款面向小学生的教育游戏，包括9款家庭单机版和4款校园网络版。这些游戏大多为RPG类型，玩家扮演不同的角色，在游戏场景内探险，以完成任务和收集要素等方式，将所学的知识串联起来。



开发商称，选择制作赛车游戏是考虑“健康第一”，且参考了《极品飞车》的精髓。事实上，《飞越彩虹》只是项目转型的产物，竞标时仅提供了一段CG和一个极为原始的版本。（配图与实际游戏无关）



“绝大多数孩子，家长管得严，很少有机会玩游戏，所以他们很能够接受教育游戏。”刘云说。他创办的一家教育游戏软件公司也参与了此次竞标，却铩羽而归。

“我们那时候调查下来，只有2%的小学生经常接触主流游戏。绝大多数孩子，家长管得严，很少有机会玩游戏，所以他们很能够接受这些教育游戏。有的孩子升上高年级后，还会把低年级的游戏翻出来玩。”刘云说。

有一年寒假，他请来60名小学生参与产品测评。十天时间，每天玩一两个小时，孩子们通过这些游戏学习从未接触过的知识。在最后的测验中，他们的平均成绩达到了80分。

见证 WITNESS 政府越俎代庖，既无法保证结果的最优化，也无法保证资源被花在了该花的地方

然而，市场对教育游戏的接受度却并不高。刘云认为，这一方面是由于家长和老师对游戏有抵触心理，对教育又过于急功近利，只关心所购买的软件能否与孩子的短期成绩直接挂钩；另一方面，教育游戏自身也缺乏有效的推广和销售渠道。

2004年，刘云的公司陷入困境。第一期投入大多花在了研发上，后续资金未能落实，市场推广无力展开。就在这时，他听说上海政府正在组织学生网游的招标活动。

“就算中标，也是象征意义多于实际意义。政府拿45万采购，1500所学校免费使用，分摊下来，一所学校只有300块。不管对于我们竞标企业，还是对于学校来说，都没有任何可操作性。”刘云说。

不过，他觉得这是打开校园市场的一次宝贵的机会，于是将公司开发的四款单机类与平台类教育游戏重新包装后，拿去参加竞标。平台类教育游戏主要面向学校，教师可以按照教学任务的不同，使用编辑器自行创建游戏场景，学生在课堂上四人一组，协作学习。

“大家都觉得（中标）应该没问题。我们的产品很成熟，针对性也很强。”刘云说。而最后中标的却是上影数码的《飞越彩虹》。

刘云不服气，他认为这次招标对于投标产品的要求过于模糊，“标准很空泛，而且缺少监督”。在上海教委的招标公告中，对于投标网游的要求是：“将中国的民族文化，少儿多元智能教育以及生动有趣的情节融入游戏，使其既具民族风格又充溢雅趣，真正达到寓教于乐。”有报道称，上海教育主管部门组织了一批教育专家与德育专家进行评选，还邀请学生代表试玩和评价游戏。

“产品好不好谁说了算？最终用户才应该是真正的招标方。”刘云说，“政府扶持的问题在于，你没法保证把钱花在了该花的地方，拿到钱的往往不是真正做事的。”

健康游戏忠告

抵制不良游戏，拒绝盗版游戏。
注意自我保护，谨防受骗上当。
适度游戏益脑，沉迷游戏伤身。
合理安排时间，享受健康生活。

中国政府大力推广“绿色游戏”、“健康游戏”始于2004年，国务院《关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》的发布。这之后，全国各地掀起了一场以保护未成年人为主旨的波澜壮阔的运动。

结束语

中国政府大力推广“绿色游戏”、“健康游戏”始于2004年。2004年2月，《中共中央国务院关于进一步加强对未成年人思想道德建设的若干意见》的发布，成为一道分水岭。在这之后，全国各地掀起了一场以保护未成年人为主旨的波澜壮阔的运动。

从2004年上海政府以45万元采购学生网游，到2008年原信息产业部以4170万元采购“绿坝·花季护航”软件，尽管这两次政府采购的目的和规模完全不同，但均是在“保护未成年人”的旗帜下。

政策的制定，归根结底是不同利益相互博弈的结果；政策的执行，是不同利益的分配与再分配的过程；而政策的制定者和执行者，本身也在寻求着自身利益的最大化。当游戏行业的规模发展至今天的数百亿，未成年人的利益很容易被淹没在众多更为强势的利益的相互博弈之中，或是成为它们的博弈工具。



见证 WITNESS

下期预告

VOL.28 发生在“奇迹国”的故事

奇迹！奇迹！奇迹！奇迹国充满了奇迹！
而他们最伟大的奇迹，是可以保护他们的人民，在任何时候都不会有伤亡。
他们把这个奇迹，亲切地称为：
“失踪”。

——《奇迹国战记》