

一款名为Pokemon Go(中文译为《口袋妖怪Go》或《精灵宝可梦GO》)的手机游戏,一夜之间风靡全球。微信朋友圈被它刷屏,科技新闻网站尽是它的消息。为了它,不少平时门都不出的宅男宅女,离开沙发走上街头。

结合了目前已经很成熟的LBS(地理位置签到)和AR(增强现实)技术,游戏厂商任天堂和Niantic,成功地将虚拟与现实相结合,为一款拥有巨大人气的过时游戏赋予了新的生命。

当游戏遇上现实 除了打怪升级还能探索世界

本报记者 任志方

早上一出门,发现自己家附近聚集了一群人,盯着手机屏幕来回走动。最近在澳大利亚、美国等国家,经常有人被这种情形吓一跳。这背后,是令全世界玩家疯狂的一款手机游戏,没错,它就是Pokemon Go(中文译为《口袋妖怪Go》或《精灵宝可梦GO》),虽然这款游戏在国内不能玩,但依然阻挡不了它成为微博和朋友圈霸屏话题。

LBS和AR技术赋予一款老游戏新生命

Pokemon Go是任天堂和Niantic公司联合推出的宠物小精灵养成游戏,于北京时间7月6日首发于澳大利亚、新西兰,随后于7月7日在美国上架。据说在7月11日中国区有解锁的迹象,但几个小时之后又被封锁。Pokemon Go需要使用谷歌账号登录,还需要用到谷歌地图的数据信息,再加上游戏刚上线时大量玩家涌入造成的服务器崩溃,中国、韩国等国家被锁定了GPS信息,因此国内玩家暂时还玩不到这款游戏,但这丝毫不影响网友们的热情。

如果仅从游戏脚本来看,它和以往的角色扮演类游戏没什么不同,乐趣无非是打怪升级。但Pokemon GO的创新之处在于,它比一般的手游多了两个属性:LBS和AR(增强现实技术)。在“口袋妖怪”这个超级IP的基础上,游戏开发商又融入基于现实世界探索和捕捉精灵的玩法。强大粉丝号召力加上新的技术元素,给了玩家前所未有的游戏体验。

游戏借助了AR技术,并利用GPS定位玩家位置。游戏中所显示的地图和现实世界进行关联,游戏地图是基于现实世界中的地图而生成的,游戏中的角色位置是基于玩家在现实世界中的地理位置信息而定的。玩家需要走出家门,通过不断地寻找宠物,并将之收入囊中。

当你拿着手机在现实中四处寻觅,如果附近有精灵出没,手机会突然震动,手机屏幕里就会出现融合了虚拟小精灵的现实画面。这时你需要去抓住小精灵。游戏的操作也很有意思,用手指拨动手机屏幕的精灵球,让它落在小精灵的头上,就算抓住了。精灵可能出现在任何地方,因为是一款AR游戏,所以游戏中的界面都是现实中的场景。

截至7月15日,这款游戏在美国苹果手机商店平均日入160万美元,在安卓端,目前美国已经有5.16%的手机用户下载了该游戏,其中60%以上的玩家每天都在玩,平均每人每天使用43分



在澳大利亚悉尼,几个年轻人一起玩“口袋妖怪Go”(图片据新华社)。

钟23秒。作为对比,在中国,能占据用户这么多时间的手机应用目前只有微信。可以说,该游戏已成为美国人的日常。

游戏如此成功,不仅出乎Niantic意料,估计任天堂也是十分震惊的。

对AR的运用并非完全成熟

但是,从严格意义上讲,目前Pokemon GO对AR的运用并非完全成熟,其呈现的只能说是简版AR。

真正的AR需要对用户周围环境的动态映射,也就是说,玩家应该看到沿途的墙面上闪烁的距离标志,或者小精灵在水上破浪而行等与真实世界画面产生互动的虚拟画面,而现在Pokemon Go仅仅将图像识别技术叠加到现实场景,并启动了虚影像,因此宠物小精灵大多只能呆板地“悬浮”在画面中。这样的画面呈现效果与一般重度手游存在明显的差距。

但仅仅如此,带来的新鲜体验已经足以让玩家买单。有专家认为,Pokemon GO的瞬间火爆为AR游戏打开了市场认知,这很有可能推动AR游戏比VR游戏更早得到大规模的普及。

和AR一样重要的还有多年品牌积淀

如果不了解这款手游,你会认为它怎么突然就火了?在Pokemon Go之前,游戏开发商Niantic在2012年也发布过一款基于LBS和AR技术的游戏,名为“Ingress”,但并没有引起这样的轰动。

其实,从最早一代的“口袋妖怪”,到今天的现象级AR手游,其中有长达20年的IP积淀。在智能机发明的10年前,任天堂就已经完成病毒式传播了。作为数代人的童年记忆,“口袋妖怪”其实早已成为一种标记深入人心。作为任天堂的看家大

作,至今为止这款游戏的系列作品已发售了14代。

自1996年在自家掌机GameBoy上推出《口袋妖怪红·绿》以来,这个系列在动画、小说、漫画、电影、桌游等各种媒体平台全方位展开,只要是接触过动漫和游戏的人,想必都知道那只“皮卡皮卡”叫着的黄色老鼠。截至上个月底,这款游戏的全球销量已突破了两亿。

上世纪90年代中期发行时,仅仅“口袋妖怪1代”在美国就有1000万销量,要知道现在美国14岁以下人口总共也就只有6000万。而且1代的知名度还不高,所以当时玩这款游戏的基本都是小孩。算上部分中学生,再排除学龄前的,相当于现在20-30岁的美国人至少五分之一玩过这款游戏。

另外,游戏还衍生出的动漫、玩具等周边产品,也积攒了大量人气。“宠物小精灵”是80后、90后童年里几部最经典的动画片之一。“口袋妖怪剧场1”在美国票房8000万,是海外票房最高的日本电影,目前还没有日本电影业超过这个纪录。

巨大的人气奠定了Pokemon Go成功的基础,当游戏上线后短短3天时间,相关话题在谷歌搜索量就突破3200万次,Twitter平台的话题量也在短短2天内达到了190多万。游戏的火爆带动任天堂股价在不到一周内上升93%,市值也达到了370亿美元,几乎与日本消费电子巨头索尼持平。

甚至精明的商家也在其中发现了商机,游戏中有一个道具叫“诱饵模块”,作用是吸引“藏宝点”附近的精灵。纽约的一家披萨店通过在店内使用道具“诱饵模块”,成功吸引了不少玩家,其营业额也大幅提升。

除此之外,Pokemon Go也给移动互联网带来了启发,其核心精髓可以拓展到其他应用领域,如广告、直销甚至是移动电商等领域。

玩家说他新眼光重新探索了世界

Pokemon Go称得上是现有AR类手游的巅峰制作,它把最新奇的一面展现给你,让你感觉看到了全世界。对于玩家来说,这款游戏的魅力在于它与现实生活结合,让玩家必须真正走出门,探索周边特殊建筑与景点。除了能够收集心仪的小精灵,在使用过程中还能发现很多日常生活忽视的特殊建筑与景点,了解它们的背景;即便来到陌生的地方也可透过这款游戏探索未知的环境,可说是这款游戏最大的魅力之一。

正如一位加拿大玩家分享游戏体验时说的那样,“在寻找精灵的途中,我用新眼光重新探索了各个街道,甚至找到了一些我不曾知道的小巷。从最初的几分钟到后来的几小时,我在多伦多街道上的停留时间越来越长。作为一名旁观者,寻找游戏精灵很容易,但是游戏背后的文化背景真的是另外一个世界。在过去几天,我对多伦多的了解胜过之前的好几年。这就是Pokemon Go的魅力所在。”

不过,游戏和现实交汇,也给玩家带来了安全隐患。日前,美国密苏里州警方Facebook发文称,在当地有带着武器的罪犯守在Pokemon Go的补给点等着无辜玩家到来,然后实施犯罪,这些劫匪通过这种方式抢劫了11人后才被抓。而Pokemon Go在加拿大正式上架短短两天,已爆出色魔利用该游戏犯案。一名年仅19岁女子上周与一个陌生男子相约合力捕捉宠物小精灵期间,遭对方袭击。

尽管玩家们并没有把这些问题归咎于任天堂和Niantic,但是AR现实增强游戏可能给用户带来潜在伤害的问题,却可能会将他们推上风口浪尖。

电磁波对儿童的伤害大于成人?

近日,法国国家卫生安全署公布了一份调查,称无线电设备产生的电磁波辐射对儿童的伤害大于成人,过度接触无线电波可能对儿童认知力产生不利影响。

对电磁波辐射污染,我们并不陌生,但它会危及认知功能的说法却鲜有耳闻。事实真的如此吗?

相比成人,儿童的各方面机能尚未发育完全,在“遁于无形”的电磁波面前,他们会不会受到更大的伤害呢?

“一般认为,人的认知能力是指通过心理活动(如形成概念、知觉、判断或想象)获取知识。在一般情况下,电磁辐射不会影响人的思维活动。”中国环境科学研究院气候变化影响中心研究员杨新兴说。

杨新兴指出,也有研究表明电磁波会对儿童大脑产生一定影响。电磁波进入人脑,作用于植物性神经,就会破坏生理机制的平衡。如果大脑受到有害物质的影响,孩子的头脑就变得不灵活。

电磁波是如何影响儿童大脑的呢?有资料指出,电磁波会直接作用于脑的中枢——间脑。间脑由视丘和视丘下部构成,视丘是脑内所有神经的汇集地,视丘下部则是植物性神经的中枢,与左脑关系密切并控制着大脑的意识。电磁波一旦破坏了有着如此重要作用的视丘和视丘下部,大脑皮层的语言中枢就无法正常运转。

杨新兴表示,无论是成人或儿童,就家庭电磁波防护而言,做到两点即可:一是远离辐射源,例如,远离运行的微波炉、电磁炉等;二是减少照射时间。控制和减少被电磁波照射的时间,可以减少伤害。

针对儿童使用移动设备,杨新兴提示,目前我国尚无对儿童产品的辐射标准,也没有相关实验数据。在日常生活中,家长要尽可能减少儿童接受电磁波辐射的机会。

机器人送外卖 送餐只需30分钟

未来几个月,英国伦敦街头尝试用机器人来送外卖。

最近,一家外卖公司与科技公司合作开发了这款外卖机器人,并决定在英国伦敦进行测试。食物会被放置在机器人内部的一个隔离室中,当机器人到达送货地点之后,顾客可以通过验证码来打开机器人取出食物。这些机器人的速度可达每小时6.4公里,送餐服务全程只需30分钟。

这款机器人配备了摄像头、感应器和其他技术,能够自动绕过地面上的障碍物,它们通常走在人行道上,以免造成交通阻碍。顾客无需担心外卖被别人拿走。如果有人试图偷走外卖,操作人员会与之进行对话,并将机器人的地点发送给警察局。同时,机器人装备的9个摄像头会拍下小偷的脸,并且机器人在整个过程中都是封闭的,只有顾客能够通过密码来打开它。

虽然它们是完全自主驱动的,但仍有操作人员会在控制中心进行远程操纵,以防它们在送餐途中迷路或遇到困难。通过应用软件,顾客可以随时追踪机器人的位置。当外卖到达时,顾客也会收到短信提示。

新知