

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

CHINA WATCH

Ce supplément est produit par le China Daily de la République populaire de Chine, qui assume l'entière responsabilité de son contenu.

Les applis de diffusion en direct séduisent 325 millions de Chinois

Par Meng Jing

Le nombre d'utilisateurs d'applications de diffusion vidéo en direct a dépassé 325 millions en Chine, selon un organe de l'industrie informatique soutenu par le gouvernement. Ce résultat est attribué à une technologie Internet plus performante, une plus grande inclination des jeunes à partager leur vie personnelle en ligne et une augmentation de la demande en matière de divertissement bref en temps réel.

Ces utilisateurs représentent 45,8% de l'ensemble des internautes, qui sont près de 710 millions, soit 21 millions de plus qu'il y a six mois, indique un rapport émis le 3 août par le Centre d'information du réseau Internet chinois à Pékin. Les applis sont principalement utilisées pour la diffusion de manifestations sportives, d'émissions de télé-réalité, de jeux en ligne et de concerts, précise le rapport qui porte sur les nouveautés du secteur de l'Internet en Chine.

Feng Yousheng, grand patron de la société Inke dont l'appli de diffusion en direct est très utilisée en Chine, explique que les jeunes sont plus nombreux à profiter de ce type de « divertissement fragmenté » grâce à des connexions Internet plus rapides.

« Plutôt que de dépenser beaucoup d'argent et de temps en allant au cinéma, la génération d'après 1990 regarde des diffusions en temps réel sur son téléphone, échange avec des amateurs d'émissions et se distrait agréablement pendant une pause déjeuner ou en attendant le bus », commente-t-il.

Stimulé par des investissements de capital-risque, le secteur de la diffusion en direct a pris son essor au début de l'année. Sa croissance robuste l'a propulsé devant d'autres applis Internet naissantes, telles que les livraisons alimen-



Plutôt que de dépenser beaucoup d'argent et de temps en allant au cinéma, la génération d'après 1990 regarde des diffusions en temps réel sur son téléphone.

Feng Yousheng

GRAND PATRON DE LA SOCIÉTÉ INKE

taires et les réservations de voyage en ligne. Les 106 applis de diffusion en direct en tout ont obtenu un financement global de 2,37 milliards de yuan (321 millions d'euros) l'an dernier. Tan Shufen, une analyste du Centre d'information du réseau Internet chinois, estime que la progression de ces applis correspond au succès croissant de la diffusion vidéo en Chine.

« Pour la première fois, à la fin de l'année dernière, la diffusion vidéo a dépassé la musique en ligne pour prendre la première place des services de divertissement Internet. Le nombre d'utilisateurs de vidéos en ligne a affiché une croissance soutenue au premier semestre de l'année en cours, 85,7% des 514 millions de spectateurs de vidéos en ligne préférant les regarder sur le petit écran de leur terminal de poche », souligne Mlle Tan.

Compte tenu du succès grandissant de la diffusion en direct, le ministère de la Sécurité publique a intensifié ses efforts visant à resserrer le contrôle du secteur en menant une campagne nationale pour éliminer les contenus pornographiques ou vulgaires du cyberspace.



Un visiteur s'exerçant à un jeu de réalité virtuelle pour vivre une aventure numérique en immersion à 360 degrés. XU KANGPING / FOR CHINA DAILY

L'art de jouer à la réalité virtuelle dans le monde réel

Dans les bars qui servent de la réalité virtuelle sous forme de jeux vidéo, entre copains ou en fratrie, on ne regarde pas à la dépense pour s'amuser et passer de bons moments ensemble. Reportage de MA SI.

Wang Xiaomeng, 27 ans, est devenu nerveux et agité quand lui et son frère Liu Jiahua, 20 ans, se sont retrouvés piégés dans un laboratoire déserté. Avant que le premier ne puisse se saisir de son fusil sous sa ceinture, les ennemis, en rang serré, ont commencé à tirer sur les deux frères. Jiahua a esquivé les tirs pendant que Xiaomeng, à mains nues, rouait l'ennemi de coups. En fait, les deux hommes étaient totalement plongés dans l'aventure numérique offerte par *Raw Data*, un jeu de réalité virtuelle à participants multiples. « C'est 30 minutes de poussée d'adrénaline et de sensations fortes. On s'amuse », dit Xiaomeng.

Pour pratiquer le *Raw Data*, les deux joueurs étaient équipés de casques audio et de contrôleurs de mouvement, qui leur permettaient d'utiliser leur corps et leurs membres comme dans la vie réelle – de se déplacer, de manier une épée, de lancer des grenades et de repousser une rangée de robots. « La frontière entre le réel et le virtuel s'estompe ici », dit Xiaomeng. « C'est une expérience inimaginable ».

Le théâtre en vrai de cette expérience était une pièce de seulement 8 mètres carrés obscurcie par des rideaux noirs. À l'intérieur, Xiaomeng et Jiahua poussaient des cris, donnaient des coups de poing en l'air et faisaient toutes sortes de grimaces incontrôlées pendant le combat. Mais tout au long, les deux frères en savouraient chaque instant.

Pour eux, c'était du temps agréablement passé ensemble, qui leur a coûté 220 yuan (30 euros)

pour l'aventure d'une demi-heure dans un bar à réalité virtuelle (ou VR) de Pékin. Nombreux sont les adeptes du même genre à dépenser sans frémir plusieurs centaines de yuan pour s'offrir de tels plaisirs en VR.

La cherté de ces jeux s'explique par le coût élevé des gadgets. Par exemple, le jeu Vive de HTC Corp est en vente à 6 888 yuan en Chine. Associés à l'intérêt grandissant des consommateurs pour la VR (c'est-à-dire à la demande en la matière) et à l'offre limitée que représentent les bars où l'on peut jouer, les prix vont vraisemblablement rester élevés pendant un certain temps.

Pour profiter au maximum de l'occasion, des entrepreneurs locaux monétisent la technologie VR. Une recherche sur Dazhong Dianping, le service d'étude commerciale de type Yelp qui est très utilisé en Chine, montre qu'il existe plus de 60 bars VR à Pékin, Shanghai et Guangzhou. « Tout comme le café Internet dans les années 1990, le bar VR est désormais un endroit où les consommateurs ont accès à une immersion dans une aventure numérique à des prix abordables », dit Shen Meng, qui dirige une banque d'investissement spécialisée en Chine. « Avant que les prix des systèmes VR ne commencent à baisser, les bars VR émergeront d'abord en plus grand nombre dans toute la Chine ». Les recettes liées à la VR provenant en Chine des bars, des systèmes, des centres d'aventure et des contenus numériques devraient atteindre cette année 850 millions de yuan selon le bureau d'étude Analysis International.

Mais pour Hu Yuxiang, ancien avocat d'affaires et

directeur général d'Omniland, une jeune pousse pékinoise qui exploite des centres d'aventure VR, l'essence de tels espaces réside dans le potentiel qu'ils offrent en matière de réseau social. « Contrairement aux ordinateurs qui sont conçus pour aider les gens à travailler, les systèmes VR sont destinés à fournir un divertissement aux utilisateurs et à faire en sorte que des personnes venues en groupe s'amuse ensemble. C'est pourquoi les bars VR resteront florissants même après que les systèmes seront devenus abordables. Le désir de participer à des jeux VR avec des amis va attirer les consommateurs ».

Selon M. Hu, les systèmes VR tels que HTC Vive, qui offre une expérience à l'échelle de toute une pièce réservée à cet effet, ont posé les fondations des bars VR. Vive procure une nouvelle forme de divertissement pour lequel les consommateurs sont prêts à payer, estime-t-il.

Omniland a ouvert son premier bar VR dans un grand centre commercial de Pékin en mai dernier. Au cours de son premier mois d'exploitation, le bar a attiré plus de 3 000 consommateurs qui ont payé leur écot. Aujourd'hui, Omniland exploite six bars VR, dont celui où Wang Xiaomeng et son frère ont fait équipe pour affronter leurs ennemis de *Raw Data*. Ce bar a trois petites pièces garnies de rideaux qui contribuent au caractère privé du milieu dans lequel évoluent les joueurs. Sur un côté extérieur, des écrans de télévision LED affichent le monde numérique dans lequel les joueurs sont en pleine immersion, de sorte que les visiteurs savent ce qu'il se passe à l'intérieur.

Au-dessus de la ville, peur du vertige s'abstenir

Par Wang Zhenghua

Les visiteurs d'un gratte-ciel phare de Shanghai peuvent mettre leurs nerfs à l'épreuve en marchant sur le pourtour, en se penchant dans le vide ou en s'asseyant sur la plateforme extérieure de l'un des immeubles les plus hauts de la Chine, à 340,6 mètres au-dessus du sol.

La tour Jinmao, dans le nouveau faubourg de Pudong du quartier des affaires de Lujiazui, a ouvert dernièrement une attraction qui permet aux visiteurs de se promener sur une passerelle de verre à ciel ouvert, à l'extérieur du 88^{ème} étage du bâtiment.

Fixée à la tour haute de 420,5 mètres, la passerelle dite « skywalk » (promenade céleste) fait environ 60 mètres de long et exactement 1,20 mètre de large, sans main courante. Les visiteurs sont harnachés à un système de rail au-dessus de leur tête, qui leur permet de se déplacer librement sur la plateforme. On estime que c'est à une altitude la plus haute du monde que cette attraction en plein air est offerte par une passerelle sans garde-corps, quasiment au sommet d'un gratte-ciel. La Skywalk X de la tour Macao permet aux visiteurs de faire une promenade en plein air de 15 à 20 minutes sur son pourtour extérieur, à 233 mètres – « seulement » – au-dessus du sol.



Les visiteurs profitent de la nouvelle attraction sur un gratte-ciel de Shanghai à 340,6 mètres au-dessus du sol. GAO ERQIANG / CHINA DAILY

L'équipe chargée de l'exploitation de la passerelle de Jinmao affirme que cette attraction de Shanghai offre aux visiteurs une chance de contempler la ville de haut, palpitations assurées mais en toute sécurité.

Xia Ming, 35 ans, qui travaille pour une société

japonaise à Shanghai, adore marcher sur la plateforme de verre, d'où les visiteurs peuvent apercevoir l'île de Chongming par temps clair, dit-on. « Mais je dois m'assurer que le verre blindé sous mes pieds est très solide et que ma ceinture de sécurité ne va pas se détacher ».



Des animateurs d'émissions diffusées en temps réel échangent avec des spectateurs. XU KANGPING / FOR CHINA DAILY