

# 巨人网络管理层生变 吴萌辞任联席总经理

本报记者 陈溢波 吴可仲 北京报道

2022年6月13日,巨人网络(002558.SZ)对外公告,公司联席总经理吴萌因个人原因,已向董事会递交辞呈。吴萌于2020年5月22日被任命为巨人网络联席总经理,这位30来岁的沪上“松江supercl”前高管,就任这一职位已有两年多。

## 仍在巨人网络间接控股子公司任职

吴萌目前持股以及担任职务的公司中,很多实际上都与巨人网络存在关联。

尽管已辞任联席总经理,但天眼查信息显示,吴萌目前持股以及担任职务的公司中,很多都与巨人网络存在关联,并且,一些公司其实是巨人网络间接控股的子公司。

吴萌持有股份的上海中董源投资咨询中心(有限合伙)、上海澎腾投资合伙企业(有限合伙),其股东名单中出现了巨人网络现任总经理刘伟,现任董事屈发兵等高管的名字。

在吴萌目前担任执行董事的北海巨人娱乐有限公司中,全资控股方上海巨人统平网络科技有限公司为巨人网络间接全资控股的子公司。他同时在上海初限网络

## 两次发声背后显露竞争压力

彼时,《原神》在全球上线虽然才短短两三个月,但成绩已然让人啧啧赞叹。

让很多游戏业界人士颇有印象的,是吴萌就任巨人网络联席总经理期间的两次发声。

一次是2021年初,他和上海游戏圈的几位老板以及腾讯的马晓轶,在当时还较为火爆的Clubhouse(一款音频社交软件)上,语音畅聊“如何教大伟哥(米哈游公司创始人之一刘伟)‘做人’(在米哈游面前抬起头来)”,以及这之后的5月,巨人网络公众号公开他在内部一次会议上做的万字分享。

在他这两次发声之前,米哈游于2020年9月底正式推出现象级游戏产品《原神》,一经推出,便惊艳了整个游戏圈。

据报道,《原神》在发布后的

公开信息显示,早在2012年2月,他便任职巨人网络副总裁,负责《球球大作战》等游戏产品的规划及研发工作。2020年1月2日,巨人网络任命其出任公司CEO,全面负责公司业务。

在巨人网络现任管理层中,担任总经理一职的为在公司多年的“老臣”刘伟。

科技有限公司担任总经理一职,但该公司也同样为巨人网络间接全资控股的子公司。

此外,作为《球球大作战》的游戏制作人,吴萌带领团队制作的这款游戏注重游戏内社交的游戏,如今已成为和《征途》一样有名气的招牌游戏产品。

2015年6月,《球球大作战》正式上线。天眼查显示,同年4月,吴萌个人成立了上海巨升网络科技有限公司(以下简称“上海巨升”)。上海巨升旗下有一款名为HeyHey的产品,该产品与游戏社交也有相关性。

天眼查显示,上海巨升完全由

吴萌辞任后,是否有新的人选接任,还是暂不设联席岗位、总经理岗位职责全交由刘伟一人?未来巨人网络的整体发展方向和游戏产品研发规划,是否也会因此



在某展览会上的巨人网络展位。

视觉中国/图

吴萌一人全资控股,目前,他仍是上海巨升的执行董事和法定代表人。该公司2017年年报显示,有社保缴纳信息的有3名员工,但2016年、2018年至2020年,人数则均为0。

此外,吴萌目前仍任职的上海谋瀚网络科技有限公司、上海喜碧

发生改变?

对于上述问题,巨人网络方面未向《中国经营报》记者作出明确回复。该公司人士表示,关于吴萌辞职相关事宜,以公告内容为准。

网络科技有限公司、上海巨手网络科技有限公司,均为上海巨升和巨人移动科技有限公司(以下简称“巨人移动”)合资成立。其中,巨人移动均为这三家公司持股51%的控股股东。而巨人移动则是巨人网络间接全资控股的子公司。

不可怕,真正可怕的都是小公司,因为这就是它的命。大公司想赚钱,但小公司不要命,想赚钱的碰上不要命的,它和你玩命搞,你肯定弄不过它。”

吴萌表示,“我们今天看到一个公司,它做的一个东西很小,你看到了,然后你不当回事,没过多久当你反应过来,但是它已经长大了,然后它会对你产生很大的影响,当你再想发力的时候,发现有点力不从心了。每个浪潮中都会诞生一些优秀的企业,但能穿越周期的企业少之又少,而且会越来越难,稍不留心就会被时代淘汰。这就是先是看不见,接着是看不起,最后就是买不起。”

# 竞逐云游戏:腾讯、米哈游等大厂已纷纷入局

本报记者 李哲 北京报道

今年以来,米哈游、腾讯、网易等游戏大厂接连在云游戏领域布局。

## 云游戏未来已来?

1月10日,《云·原神》在iOS平台开启公测,至今已过去5个月时间。在此期间,《云·原神》经过三次版本更新,逐渐修复部分问题。

近日,记者体验《云·原神》发现,该游戏从下载到安装都非常快速,并且占用手机内存较普通版本《原神》减少很多。《云·原神》初次登陆时仅需进行常规注册,系统加载等待时间较普通版本《原神》也缩短很多。

然而,在进入游戏之后,网络稳定性带来的系统流畅度以及画面渲染质量下降,却给体验者带来不适,比如卡顿延迟甚至无法顺畅进行游戏。

米哈游方面对《云·原神》游戏体验提示称,云游戏的体验对旅行者(玩家)的网络有较高的要求,建议旅行者在网络状况良好时体验云游戏,或者尝试在游戏内的悬浮球中手动将画质切换为高清或标清。云游戏流量消耗较大,建议旅行者全程使用Wi-Fi进行体验。

据悉,云游戏通过将游戏在云端运行、渲染,之后再通过网络传送到用户终端。如此一来,用户只需一个带有屏幕的终端就可以进行游戏,从而减少了游戏加载、下载更新包等环节,降低了对用户终端的性能需求,同时也让开发者可以专注于游戏本身,免去适配不同性能终端的调试过程。

我国5G网络和千兆宽带为云游戏提供了土壤。盛天网络方面

早在今年初,米哈游旗下开放世界冒险游戏《云·原神》就在iOS平台开启公测。近日,腾讯游戏推出首款支持iOS系统的官方云游戏《云·天涯明月刀手游》;网易旗

向记者表示,以千兆网络为代表的“新基建”快速发展,为云游戏的普及推倒了最大的障碍。从发展契机来看,以云游戏为代表的新一代泛娱乐领域成为5G技术的主要“试车场”。云游戏恰如之前的短视频,将在5G技术革新期迎来自己的“黄金时代”,可以说,5G与云游戏是一场相互成就的双向奔赴。

5月17日,工业和信息化部副部长张云明在出席活动中提到,目前我国已建成5G基站近160万个,成为全球首个基于独立组网模式大规模建设5G网络的国家。固定宽带由百兆迈向千兆跨越升级,光纤用户占比由2012年的不到10%提升至2021年的94.3%。

据中国信通院联合IDC发布的《全球云游戏产业深度观察及趋势研判研究报告(2022年)》(以下简称“报告”),2021年,中国云游戏市场收入已达40.6亿元,同比增长93.3%,预计到2025年,云游戏市场收入将达到342.8亿元,自2020年至2025年,年均复合增长率为74.8%。中国已成为全球云游戏产业发展最快、最具活力、市场空间最大的地区之一。

盛天网络方面表示,“元宇宙”的蓬勃发展推动了云游戏产业往纵深处变革。在元宇宙发展的早期,游戏是一股很重要的推进力量。云游戏是目前最接近元宇宙概念的存在,在不少实时性、兼容性、无限开创性等关键特性的理

下的云游戏产品《云·大唐无双》也正式上线。

不过,在业内人士看来,当前云游戏还远未进入真正的成熟期。自媒体人丁道师对《中

念上不谋而合,元宇宙可能是云游戏接下来加快进入新发展阶段的强劲推手。

与此同时,正因为希望实现便捷性与体验性于一身,云游戏的流畅运行对网络质量提出了较高要求。也正因如此,网络环境下降低云游戏的体验感质量。

丁道师表示:“云游戏是玩家通过远程技术在别人的服务器或主机上运行相关的游戏,这个看起来很美,但制约游戏体验的因素较多,哪怕对方的服务器足够强,但如果自身网络带宽不够,想要做到流畅体验是很困难的。一款游戏的基本体验达不到当前本地游戏的效果,对玩家的劝退效果就会很明显。至少现在在我所体验过的云游戏没有一个真正能接近主机游戏这种体验效果。”

谈及云游戏对网络质量的要求,盛天网络方面表示,随着基础设施的建设对骨干网的扩容及5G网络基站覆盖加强,预期网络延迟所带来的问题会进一步降低。

此外,记者注意到,通过云端计算方式似乎是降低了对玩家终端设备的性能要求,从而降低用户采购高性能设备的费用,但是云游戏的计费方式与传统网游有着明显不同。

以《云·原神》为例,在该游戏中,“米币”用于云游戏计费。玩家在《云·原神》内启动游戏时即开始计费。计费规则为10米币/分

钟。若玩家账户内有剩余免费时长或生效中的畅玩卡,则按照“畅玩卡-免费时长-米币”的顺序进行扣费。每日登录游戏后,可领取15分钟的免费时长(每日凌晨4时刷新)。免费时长累积上限为600分钟,达到600分钟上限后则无法继续累积。畅玩卡的价格则为60元/30日。如果没有购买畅玩卡,在《云·原神》消费体系中,玩家消费6元可兑换1800云米币,对应3小时的游戏时长。

照此计算,玩家如果通过购买畅玩卡进行游玩,1年的费用便是720元,而这一费用在传统手游《原神》中是不需要支付的。

站在企业的角度,同样希望通过不同方式降低成本,从而吸引更多玩家进入到这一领域。“我们积极探索电商、社交等业务在云游戏平台上的引入,通过增值服务的植入,打造更符合当代年轻消费者付费习惯的商业生态。云游戏相对传统的游戏方式在成本方面具有竞争优势,云游戏的硬件投入具有共享特征,随着用户规模的扩增,单位成本随之降低。”盛天网络方面向记者表示,“云游戏提供便利性和丰富的游戏社交、游戏电商等服务,给用户提供了更好的使用体验,具有独特的价值。云游戏平台形成了社区生态以后,营利模式将多样化,固定成本的约束会逐步降低,从而有更多回馈普通用户的机会。”

## 任期内业绩有增长但上线新游少

在近期国家新闻出版署公布的两批游戏版号获批名单中,均未看到巨人网络的身影。

在当时那份长达万字的内部会议发言实录中,吴萌也“自爆家丑”,点出巨人网络所存在的诸多问题。

诸如巨人网络在史玉柱退休后,公司没人能承担起老板的职责。并且,巨人网络这样的老牌上市游戏企业,或多或少存在一点大公司思维上的“富贵病”,“凡事希望用资源解决问题,这种思维惯性催生懒惰和自大,这种好日子过久了就没有任何危机意识”,“资源只能给你带来惰性,资源多了你的精力就在想着怎么用掉这些资源,实际上忽略了本质,这就是大公司的根本问题。”

看到了这么多的问题,吴萌当时在巨人网络又做了什么?据他自己当时提及,一是让业务更聚焦,“不合适的留一个不留,合适的就全力去做”,二是提升人才密度,“不合适的留一个不留”,但是对优秀的人才又求贤若渴。

从相关数据来看,2019年至2021年,巨人网络的营收分别为25.71亿元、22.17亿元、21.24亿元,整体呈现下降趋势。2022年第一季度,营收额为5.8亿元,而2020年一季度、2021年第一季度,营收额则分别为:6.92亿元、5.67亿元。虽然2022年第一季度较2021年同期有所增长,但无论是任期内的2021年一季度还是2022年一季度数据,均小于他任联席总经理职位前的2020年一季度的营收数据。

但从扣非后净利润指标看,2019年至2021年,该指标值其实在逐年增加,2022年一季度的扣非后净利润数据,也比2020年和2021年同期的该指标数据要高。其中,2021年扣非后净利润为10.55亿元,同比增加15.75%,2022年第一季度该指标值为3.5亿元,同比上涨24.36%。

2021年,巨人网络的研发支出总额占当年总营收的比重达33.58%,也高于2019年和2020年的占比。

## 商业模式仍待探索

上述《报告》显示,当前,云游戏的发展处于“技术成熟走向商业可行”与“商业可行走向商业腾飞”的交替阶段。随着硬件设施的不断完善,云游戏市场的关注度也在提高。

如今,加入云游戏赛道的企业数量、融资额不断攀升。记者了解到,除网易、腾讯、米哈游之外,包括中青宝、三七互娱、盛天网络等游戏公司同样在聚焦云游戏领域。

完美世界方面在2021年财报中提到,面对5G云游戏时代,公司将通过产品快速上云、云游戏plus、云原生游戏以及VR/AR云原生游戏的四步走战略,抢占5G时代游戏新赛道。

盛天网络方面则表示,2021年,其研发的随乐游云游戏平台正式上线,这是基于易乐游核心服务以及盛天云计算技术构建的新一代云游戏平台,可在台式计算机、平板电脑、互联网电视和手机上使用,满足新时代玩家即点即玩的游戏需求。

记者以投资者身份致电三七互娱方面,该公司人士表示,三七互娱投资建设的5G云游戏平台建设项目目前正处于研发阶段。

某游戏公司人士向记者表示:“云游戏和VR、AR、5G等技术是有依存关系的,现阶段,云游戏同手游、端游产品从玩法来说是几乎相同的,基本现在的云游戏是以现有游戏进行云化之后的产物。”

记者了解到,尽管云游戏受到企业和资本关注,但其目前的商业化成熟度还不高。当前云游戏对玩家体验的提升有限,高品质内容相对缺乏,较传统游戏而言,还未形成绝对优势;此外,云游戏市场付费的方式也与当前玩家习惯的游戏付费方式存在差异。因此,国内云游戏平台

然而,具体到游戏产品层面,其新游表现却乏善可陈。在巨人网络2021年年报中,巨人网络提到了目前在研的多部作品,包括《龙与世界的尽头》(原名《代号:放置大陆》)、《原始征途》、《Super Sus》和《Dead 4 Returns》(原名《代号:GAIA》)。

尽管《龙与世界的尽头》《原始征途》都拿到了版号,但在第三方APP数据分析平台蝉大师官网上,记者并没有查到这两款产品的任何信息,也未查到《Dead 4 Returns》的相关信息。巨人网络方面告诉记者,这几款产品还没有正式上线。

至于《Super Sus》,以其在泰国市场的表现来看,在iOS端,免费聚会游戏榜中实时排名第8、免费动作游戏榜中排名第47,畅销聚会游戏榜中排名第22,畅销动作游戏榜中排名第156。

但值得注意的是,蝉大师官网显示,《Super Sus》的研发商和发行商均为PI PRODUCTIONS私人有限公司。而公开信息显示,PI PRODUCTIONS是一家位于英国、成立于2015年的独立制作公司,并没有看到巨人网络的身影。对此,截至发稿,巨人网络方面并未向记者作出回应。

以iOS端中国大陆地区的情况为例,目前根据蝉大师官网的信息,由巨人网络开发的仍在架的APP共有7个。其中,大多数为已经上架了好几年的游戏,最新上架的一款游戏为2020年8月上架的《街篮2》。这7款产品中,排名较前的仅有《球球大作战》以及于2017年10月上架的《月圆之夜》。在iOS中国大陆地区,付费策略游戏榜实时排名中,《月圆之夜》排在第一,在畅销策略游戏榜实时排名中,则位列第190名。

此外,在近期国家新闻出版署公布的两批游戏版号获批名单中,均未看到巨人网络的身影。

还需探索一个能被游戏玩家广泛接受的商业模式。

盛天网络方面向记者表示:“从目前来看,玩家倾向于在自己的游戏硬件上玩游戏仍是当前主流,从根本上改变玩家的偏好和观念仍需时间。云游戏短期内与本地游戏并不是完全的替代关系,而是拓展了优质游戏内容的用户群,为用户提供了更多便利和更好的服务。一是没有合适硬件的用户可以体验更好的游戏内容,这一类的用户会率先接受云游戏;二是云游戏提供的随时随地、多端接入的便利性让游戏用户有更多的方式可以选择;三是云游戏提供的丰富游戏服务和社区氛围可以满足用户更深层的需求。”

此外,上述《报告》认为,云游戏未来商业化模式发展可能会向云试玩方向倾斜。主要是因为云试玩广告模式简化了游戏的推广流程,降低了游戏的体验门槛,同时,其对游戏新增注册转化率及推广转化率都有明显的提升作用,商业模式清晰且已验证成功。

而对于云游戏在当前时期的发展状态,丁道师表示:“云游戏目前更多地还停留在体验阶段,或者可以理解为一个入口和契机。通过云游戏初步感受游戏魅力,然后再下决心购买一台主机或者高配置PC。”

对于云游戏未来的发展,上述游戏公司人士表示:“云游戏的快速发展,还取决于VR设备、5G网络建设等其他方面因素的影响,如果没有其他配套支持,云游戏同现在的手游、端游是没有实质区别的。基础设施方面的发展达到要求,并且价格方面也可以接受的情况下,云游戏这类应用产品才能得到快速发展。”