

暴雪“自我革命”：老将回归 内部重组

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

微软收购悬而未决、与网易合作分道扬镳……在动视暴雪面临一系列调整、动荡之际，暴雪娱乐宣布迎回出走6年的老将，《魔兽世界》初期的宇宙观构建者Chris Metzen。

另据彭博社报道，暴雪娱乐还提拔了30多年前的联合创始人

老将回归

除了Chris Metzen，另外一员老将也重返“战场”。

12月16日，暴雪娱乐宣布，前游戏设计师Chris Metzen回归，将担任创意顾问。

Chris Metzen是一名游戏设计师、作家、声音演员，最早于1994年加入暴雪，是《魔兽世界》宇宙观的重要创建者。此外，Chris Metzen还曾参与创建了暴雪的另外两大重量级作品——《暗黑破坏神》和《星际争霸》。

2016年，Chris Metzen宣布从暴雪娱乐退休，暴雪为他打造了一座纪念雕像。2020年，Chris Metzen成立桌面游戏公司Warchief Gaming，于去年推出首个项目。

“魔兽”系列制作组总经理John Hight在公告中表示，Chris Metzen回归之初将专注于《魔兽世界》，之后关注范围将扩展到其他项目上。

除了Chris Metzen，另外一员老将也重返“战场”。12月17日，彭博社报道，暴雪提拔了Allen Adham为首席设计官，可监督该公司大部分作品。

Allen Adham是1991年暴雪的联合创始人之一，曾担任执行制作人，是《魔兽世界》最初的首席设计师。2004年，Allen Adham离开暴雪。12年后，他重返该公司，并称：“离开暴雪或许是自己此生犯下的最大错误。”2018年，他进入暴雪的执行领导团队。

暴雪在2022年先后发布了《暗黑破坏神：不朽》和《守望先锋：归来》

Allen Adham，使他有权监督大部分作品。此外，暴雪还进行了改组，任命总经理负责“魔兽”“守望先锋”“暗黑破坏神”等游戏IP，以期更稳定、更有效率地产出作品。

动视暴雪诞生于2008年，在此之前动视和暴雪是两家不同的公司。合并后，动视方面对暴雪运营插手过多，导致暴雪前CEO Mike Morhaime等一众重量级人物出走。

来》，并将于明年发布《暗黑破坏神4》。虽然这些都是旧有IP的续作，但也是暴雪近年来少见的大动作。此前，暴雪已6年没有发布新的原创游戏。

据彭博社文章爆料，暴雪在2021年11月对视频游戏部门进行改组，实行总经理负责制，由各个总经理为“魔兽”“守望先锋”“暗黑破坏神”等游戏IP规划成长路线图，以满足公司方面定期推出更多游戏的期望。文章还称，此前暴雪长期未出新作品，曾引发动视方面高管的不满，并遭到上层更为严格的监督。

该文章进一步指出，近年来，动视方面对暴雪运营插手过多，导致暴雪前CEO Mike Morhaime等一众重量级人物出走。

Mike Morhaime是暴雪的联合创始人之一，他于2018年宣布卸下CEO一职，2019年离开公司，2020年成立新的游戏公司Dreamhaven。

上述暴雪的重大改变发生在母公司动视暴雪面临种种变动之际：动视暴雪历经2021年性骚扰丑闻后，正在重塑企业文化；微软对动视暴雪的收购案因遭到英、美、欧盟等国家和地区的审查，悬而未决；暴雪结束与网易的合作关系，暴雪游戏国服未来去向如何尚未可知。

《中国经营报》记者就老将回归以及暴雪改组一事联系动视暴雪方面采访，截至发稿未获得回应。

动视暴雪再分割？

由于涉及垄断争议，微软对动视暴雪的收购正面临来自监管机构阻碍。

按照2021年营收排名，动视暴雪是全球第七大游戏公司，并且排在它之前的腾讯、索尼、苹果等公司并不是单纯的游戏公司，在游戏之外还有其他业务。这家庞大的游戏厂商在2008年以前尚分属两家不同的公司——动视公司和收购了暴雪的维旺迪游戏。

动视成立于1979年，是一家电子游戏开发商、发行商和经销商，旗下知名IP包括“使命召唤”等；暴雪因旗下“魔兽”“守望先锋”等IP更为中国玩家熟知。

1998年，维旺迪集团收购了暴雪。2007年，维旺迪又收购了动视公司52%的股份，并在2008年推动动视、暴雪合并。2013年，在现任CEO Robert Kotick的主导下，动视暴雪以81.7亿美元的总价回购了约49%的股份，成为独立公司。2016年，动视暴雪以59亿美元完成对手游开发商King的收购。

今年1月，微软公司宣布计划斥资687亿美元收购动视暴雪。目前，动视暴雪的股东包括巴克希尔哈撒韦、领航等机构投资者，以

谁来接手暴雪国服？

在投资者互动平台上，至少十家公司被问及是否打算接下暴雪游戏国服代理。

动视暴雪近期在国内引发的另一场“地震”就是宣告暴雪与网易代理合同到期不续。11月16日，动视暴雪率先在官网宣布，与网易现行代理协议到期后，旗下大部分游戏在中国大陆将停止服务。随后，网易表示接受停止合作的决定。

根据网易方面公布的声明，此次的合作破裂是双方尚在谈判过程中，动视暴雪单方面宣告的。这意味着暴雪游戏在2009年以后，再次需要重新寻找国服代



12月16日，暴雪娱乐宣布，前游戏设计师Chris Metzen回归，将担任创意顾问。图为上海2021ChinaJoy中国国际数码互动娱乐展上，暴雪娱乐的《魔兽世界》吸引众多游戏玩家体验。

及Robert Kotick等个人持有者，他们的持股比例都在10%以下。

不过，微软的现金能否交到上述股东手里还是个未知数。由于涉及垄断争议，微软对动视暴雪的收购正面临来自监管机构的阻碍；英国、欧盟的审查机构没有

直接批准这项收购，而是宣布审查进入更为严苛的第二阶段，美国联邦贸易委员会宣布将提起诉讼来阻止这场收购。

英国竞争和市场管理局曾就该收购案表示：“如果我们发现没有竞争性问题，交易将按计划进

行；如果确实发现竞争性问题，我们将决定如何纠正，比如出售部分业务或完全禁止这项收购。”

未来，动视暴雪是将整体归入微软麾下，还是作为独立公司存在，抑或是再次被拆分，还有待事件后续进展。

争夺云游戏

本报记者 李哲 北京报道

在移动游戏市场触及天花板之际，云游戏正成为众多游戏公司新的发力方向。

当前，不仅腾讯、米哈游等游戏公司聚焦于此，而且中国移动等通讯运营商，以及阿里云等云

服务商也在密切关注这一领域。不过，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。

“从目前情况来看，玩家倾向于在自己的游戏硬件上玩游戏仍是主流，从根本上改变玩家的偏好和观念仍需时间。”盛天

网络(300494.SZ)方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，云游戏是目前最接近元宇宙概念的存在，在实时性、兼容性、无限开创等关键特性的理念上不谋而合，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。

在云游戏市场的份额上，研究公司Omdia预计，微软目前是云游戏市场的主导者，去年占到了全球整个云游戏业务的60%。因此，若微软对动视暴雪的收购成功，对微软游戏库内容的增益效果毋庸置疑。动视暴雪旗下《使命召唤》《魔兽世界》《糖果传奇》等经典IP更是有望出现在云平台上。

与此同时，因为云游戏产品较低的游戏门槛，为游戏公司的宣传提供了天然的土壤。

盛天网络方面表示，云游戏技术运用到发行业务时，具有门槛低、互动强的特点。云游戏玩家无需下载游戏DEMO，平台即点即玩，或参与云平台主播互动安利，玩家试玩满意后可直接跳转购买，转化链路短，宣发效果亦更出色。2021年，《仙剑奇侠传7》等游戏试玩版已陆续登录盛天网络旗下随乐游云游戏平台，引流效果良好。

速途研究院执行院长丁道师则表示，云游戏目前可以理解为一个人口和契机。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。

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。

此前举行的“2022TGA云上先锋杯腾讯先锋云游戏全民公开赛”期间，腾讯互动娱乐副总裁崔晓春表示：“我们通过将云游戏与全民电竞场景进行融合应用，推动新生代电竞变革。腾讯游戏通过自研云游戏技术，让精品游戏内容更容易覆盖多样化场景，并通过大小屏等多屏多端玩法创新，不断探索精品游戏内容创造正向价值的道路，推动行业一起持续健康发展。”

此外，12月12日，米哈游旗下《云·原神》PC版正式公测，让玩家无需下载完整版安装便可开启游玩体验。

如今，虽然云游戏市场仍处于起步阶段，但其发展已经受到关注。据国外媒体报道，美国反垄断监管部门——联邦贸易委员会(FTC)对微软收购动视暴雪案启动诉讼程序，关键原因之一就是云游戏市场。

中国具备最佳土壤

中国信息通信研究院联合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)》显示，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；2020年至2025年，年均复合增长率为74.8%。中国云游戏市场，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。

不过，在丁道师看来，影响云游戏体验的关键在于网络质量。“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。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

短期内仍非主流

“从目前情况来看，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。”盛天网络方面向记者说。

同时，由于云游戏对云端资源的需求，在对本地硬件要求下降的同时，云服务器的费用压力转移到厂商一端，而厂商大多以租赁时长的方式转化这部分支出，如何让玩家感受到支付无感以及游玩无感则是摆在厂商面前的一大挑战。

“我们正积极探索电商、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

会很明显。”丁道师解释道。

网络建设无疑是中国的优势所在。记者了解到，截至9月末，我国5G基站总数达222万个，超额完成年初计划目标。当前，我国5G基站占全球5G基站的60%以上。我国的5G用户已经超过了5亿，用户的渗透率超过30%。

“我国5G网络和千兆宽带为云游戏提供了土壤。”盛天网络方面在接受记者采访时表示，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

的奔赴。

盛天网络方面还提到，“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，在实时性、兼容性、无限开创等关键特性的理念上不谋而合，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，在我国这个全球主要的游戏市场中，游戏公司已经积累了大量的技术储备。记者注意到，当前不仅有腾讯、米哈游、盛天网络等游戏公司聚焦于此，而且还有移动、联通等通讯运营商，以及阿里云等云服务商也在密切关注这一领域。

以满足用户更深层次需求。多家游戏公司人士向记者表示，目前，云游戏平台建设项目正处于研发阶段。

一位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，现在的云游戏基本上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玩家习惯的游戏付费方式存在差异。因此，国内云游戏平台还需探索一个能被游戏玩家广泛接受的商业模式。