

三七互娱董事长李逸飞:

未来三年自研产品至少进入五个细分赛道前列

□本报记者 于蒙蒙 张兴旺



公司供图

第二十二届上市公司金牛奖日前在海口举行,三七互娱董事长李逸飞时隔两年再度斩获“年度金牛企业领袖奖”。两年前,李逸飞接受采访时提出两到三年完成10%的市占率目标,结果次年便完成。如今,李逸飞再次接受中国证券报记者专访时有了新的期待,他希望三年后自己公司的产品至少在五个细分赛道上进入前三或前五。

经过多年的发展,三七互娱的研发实力由弱变强,如今正迎来收获期。公司的重要自研产品《荣耀天使》《斗罗大陆3D》(暂用名)将于明年上线,其中《斗罗大陆3D》研发耗资超过1亿元,创下公司单项产品的研发纪录。

当下,李逸飞更希望市场能看到公司的重要蜕变,“原来三七互娱不仅会做MMORPG,也会做卡牌策略游戏,不仅好玩,且美术品质非常高。”

研发亮剑

三七互娱依靠研发起家,近两年却不断扩充研发实力,已今非昔比。

“我们的研发比公司创立时间晚了三、四年,有了一定的积累后才做研发。因为研发需要持续投入,这几年我们走的路虽然比较波折,但在研发上还是坚持了下来。”李逸飞介绍,公司目前研发人员大概有2000人,占全公司人员一半以上。未来两三年,公司研发人员将实现翻倍,扩展到4000人,占公司人员接近三分之二。

三七互娱对研发端作了较大倾斜。李逸飞透露,公司的研发成本和经营规模、利润增速是相匹配的,甚至有些年份的研发成本增速高于利润增速。“要想走下去,成为中国乃至全世界最好的游戏公司之一,研发是最核心和最底层的,我们必须在研发上大力投入资源,吸引更多人才加入,才有可能让这家公司在各个赛道进入前三或前五。”

经过多年的发展,三七互娱的研发进入收获期。10月16日,国家新闻出版总署公布了今年10月份首批国产游戏版号,其中包括三七互娱的重要自研游戏《荣耀天使》手游。华东某券商分析师指出,《荣耀天使》是三七互娱的传统优势品类,已经过多次产品迭代,品质持续提升,上线后有

望突破该品类的新高度。

李逸飞表示,明年公司产品有望实现“多点开花”。《荣耀天使》手游将于明年1月6日上线,现在在做上线的相关预约和准备。他表示,该游戏是公司明年的第一个大作,是最擅长的领域。此外,正在测试的三消结合策略玩法的产品是完全针对海外市场,希望在海外尤其是北美市场打响三七品牌。

三七互娱明年另一大明星产品是《斗罗大陆3D》,该游戏研发费用就高达1亿多元,是公司单项研发投入最高的产品。公司为《斗罗大陆3D》配备了顶尖美术团队,其美术品质定位超越此前全部作品,产品质量预期较高。《斗罗大陆3D》在《斗罗大陆H5》的基础上进行“精品化”迭代,预期将在画面、玩法等方面针对明确的目标用户进行调整优化,进一步满足游戏用户的需求。

“希望市场能看到原来三七互娱不仅会做MMORPG,也会做卡牌策略游戏,不仅好玩,且美术品质非常高。”李逸飞直言。

至少进入五个细分赛道前列

“我认为未来最大的挑战就是要让公司从上到下都坚定地执行精品长线策略,不去追求短期利益。”2018年末,李逸飞在接受中国证券报记者专访时曾指出,只要坚持这个策略,10%的市场份额目标在未来

两到三年就一定能够实现。

李逸飞的这一目标在2019年上半年便达成。2020年上半年,三七互娱国内手机游戏发行业务的市场占有率进一步提升至1051%。

谈及三七互娱近年来发展过程中的变与不变,李逸飞坦言,不变的是创业初心,公司用跑马拉松的精神做企业,不在乎短时间企业发展和个人收益,在乎的是能不能把企业变成被广大消费者认可的企业。

“上市之后,大家的收入越来越多,心态上一点没有变化是很难的。”李逸飞表示,如果只做自己擅长的事情,没有迭代和提高,整个公司的竞争力就会慢慢下降,更谈不上创新。而游戏行业处于高速迭代的竞争环境,用户喜好不断变化,公司擅长的产品类型和经营思路也在作出相应改变,以期在新的领域拿出精品。

中国证券报记者注意到,三七互娱已经不再满足于传统优势品类ARPG的成绩,形成了以“MMORPG+SLG”为核心,“SRPG+卡牌MMO+模拟经营+女性向”全线开花,产品矩阵规模“裂变式扩张”。

李逸飞对公司团队充满信心。他直言,公司的核心团队人员年龄处在30岁到40多岁之间,希望三年以后,至少在五个细分赛道上,有自己的产品进入前三或前五。随着用户越来越年轻,希望未来三至五年,在人才上有一些新的90后制作人成长起来。

2020年集成电路设计业销售额预计近4000亿元

□本报记者 吴科任

12月10日,中国半导体行业协会集成电路设计分会理事长魏少军在中国集成电路设计业2020年会上发表主旨演讲时表示,从产业总体发展情况来看,“十三五”期间,中国芯片设计业的销售规模从1325亿元增长到3819亿元,年均复合增长率达到23.6%,是同期全球半导体产业年均复合增长率的近6倍。预计2020年中国集成电路设计业销售额占全球的份额会提升到13%左右,而2015年为6.1%。

对于市场特别关心的国产EDA软件,魏少军表示,继模拟全流程设计工具进入市场参与竞争后,在数字电路流程上形成了系列重要的单点工具。“再经过几年的努力,相信我们也可以拥有自己的数字电路全流程设计工具。”

预计全年销售额增逾两成

魏少军表示,预计2020年全行业销售额为3819.4亿元,同比增长23.8%,同比提升4.1个百分点。按照美元与人民币1:6.8的兑换率,全年销售额约为561.7亿美元,预计在全球集成电路产品销售收入中的占比将接近13%。

其中,长江三角洲地区的增速和销售规模最大,预计2020年销售总额为1599.7亿元,同比增长46.3%;预计珠三角地区2020年实现销售总额1484.6亿元,同比增长17.7%;预计2020年中西部地区的销售总额为409亿元,同比增长41.7%。京津环渤海地区则出现下滑,预计2020年实现销售总额557.2亿元,同比下降11.1%。

对主要城市的集成电路设计产业统计显示,2020年,除了北京和香港外,其它城市的设计业都取得正增长。排在第一名的重庆增长206.1%,第二名南京增长123.1%;所有进入前十的城市的产业增速都超过30%。

从销售规模来看,深圳、上海、北京继续把持前三位。在杭州、无锡和西安的设计业销售规模超过100亿元之后,南京今年的芯片设计产业规模首次超过100亿元,达到147.9亿元。这10个城市的产业规模之和达到3689亿元,占全行业的比重为96.6%。

从产品领域部分情况来看,预计2020年通信芯片的销售规模同比提升46%,达到1647.1亿元;模拟电路的销售规模同比提升24.8%,为163.8亿元;消费类电子的销售规模同比增长10.3%,达到1063.9亿元。

高端芯片领域取得长足进展

魏少军认为,尽管国产通用CPU与世界先进水平相比仍有一些差距,但是已经从十年前的“基本不可用”到今天的“完全可用”,国产CPU的应用开始从专用领域转向公开市场领域,走出了具有里程碑意义的重要一步。

他进一步指出,国产嵌入式CPU已经实现了与国外产品同台竞争,从之前的专用为主发展到今天的通用为主,年销售达到数亿颗。国产半导体存储器实现零的突破,三维闪存和动态随机存储器进入量产,技术接近国际先进水平。国产FPGA芯片全面进入通信和整机市场,在关键时刻起到了决定性的支撑作用。

魏少军表示,“十三五”期间,我国芯片设计生态环境也不断改善。通过“芯火创新基地”的建设,着力提升重点产品自给率,探索以国家芯火创新平台为依托,以高校、科研院所和各类企业协同支撑,“芯机联动”的集成电路设计产业技术创新机制。工信部先后在深圳、南京、上海、北京、杭州、无锡、合肥、厦门、西安和成都十个城市批准建立了10家芯火创新基地。目前,已有深圳芯火创新基地通过工信部的验收。

魏少军介绍,“十三五”期间,我国芯片设计业的研发水平不断提高,在产业持续进步的同时,芯片设计技术的提升也可圈可点。根据最新消息,在明年召开的ISSCC会议上,中国大陆的论文数量达到21篇,将比2020年增长40%。

抓住全球供应链重组机遇

“尽管我们进步很快,但‘需求旺盛、供给不足’仍将是我国集成电路面临的长期挑战。”魏少军认为,中国芯片设计业的发展与需求相比还存在很大差距。

魏少军续指,产业长期可持续发展的根基不牢,2020年设计业取得成绩的背后有其特殊性;产品创新严重不足。设计技术取得较大进步,但是在产品创新上的建树还依然不足,总体上尚未摆脱跟随和模仿,大多数情况下是跟在别人后面亦步亦趋,产品创新能力不强、竞争乏力弱。

研发投入严重不足和人才短缺严重也是当前我国芯片设计业发展面临的两大挑战。魏少军介绍,预计2020年我国芯片设计业的从业人员规模大约为20万人,人均产值为191万元,人均劳动生产率与上年持平。

魏少军分享了关于更好推动芯片设计业发展的四点思考。一是要抓住全球供应链重组这个重要机遇,积极拓展市场空间,夯实客户基础。

二是推动设计业发展要遵循产业发展规律。任何急功近利的做法对这个产业都是有害的。必须尊重产业发展的客观规律,认真分析产业的现状,避免低水平重复。

三是集成电路产业不是露在地面的金矿,需要长期的耕耘,也需要包括资本在内的不断浇灌呵护。

四是某些国家对我国实施的种种限制势必对行业的发展造成干扰。我们既不要低估外界的压力,更不能高估自己的能力。沉下心来再干10年,中国集成电路设计业一定能够取得丰硕的成果。

盈趣科技董事长林松华:

深耕智能制造 积极对外赋能

□本报记者 杨洁

在第22届上市公司金牛奖颁奖典礼上,盈趣科技获得2019年度金牛最具投资价值奖,盈趣科技董事长林松华获得2019年度金牛企业领袖奖。林松华在接受中国证券报记者专访时表示,在智能制造的浪潮中,盈趣科技早在2007年便布局开发UMS联合管理系统,对工业4.0、智能制造都有领先的理解和应用实践,这也是公司长期获得国际知名制造企业客户信任的重要竞争力体现。

盈趣科技2018年1月在深交所上市,公司以自主创新的UDM模式(也称为ODM智能制造模式)为基础,形成了高度信息化、自动化的智能制造体系,为客户提供智能控制部件、创新消费电子等产品的研发、生产,并为中小型企业提供智能制造整体解决方案。

中小企业重视“智能制造”

中国证券报:公司的UDM模式如何满足5G工业互联网时代的智能制造需求?

林松华:公司2007年布局开发了UMS联合管理系统,在长期服务国际知名企业客户的经营过程中,形成了自主创新的“UMS系统+ODM智能制造体系”的UDM业务模式。

UDM模式下,在产品研发环节,公司协同客户完善了电子电路设计、结构设计、软件设计、外观设计、可生产性设计等多方面的研发分工;在采购环节,UMS将下达给供应商的订单同步至UMS供应商协同平台;在生产环节,公司向客户开放实时的生产数据及质量检测数据,实现数据实时共享,大幅增加生产过程的透明度、可追溯性与客户体验感;在售后环节,客户可通过产品身份认证信息,在产品全生命周期追溯产品质量。

除UMS联合管理系统外,我们还开发了ITTS测试系统与数据采集系统,再加上工业测试机器人,形成了一个工业智能制造的解决方案。经过多年的实践和验证,2015



图为盈趣科技车间生产线

公司供图

年我们把这套解决方案独立出来,在服务自身智能制造的同时,也为其他中小企业提供以上述技术为核心的智能制造解决方案。

中国证券报:企业客户对智能制造的意愿是怎样的?

林松华:我国中小企业和企业家是很愿意在这方面去投入的,甚至有时候还比较激进,我们反而会同他们按部就班,注重投入产出比。实际上,跟我们合作的一些企业已经在智能制造过程中获得了收益。

我们的智能制造整体解决方案业务主要聚焦电子、光伏、卫浴及塑胶四个行业,在快速光衰处理设备、智能物流AGV及UMS联合管理系统等产品的拓展上取得了较好的成效。

智能家居更关注系统稳定性

中国证券报:物联网消费电子近年来竞争激烈,尤其是苹果、华为、小米等消费电子公司纷纷布局物联网产品。跟他们相比,公司的竞争优势在哪里?

林松华:在万物互联的时代,很多企业

都会洞察到这个商机,一定会投入大量的资源去做。在民用物联网领域,我们有两块业务,一是汽车电子,二是智能家居。智能家居领域其实是很大的,产品品类也非常多,要想做好,是很有挑战性的。我们庆幸盈趣科技很早就布局了智能家居这一块业务,所以我们能做到“人性化、真智能”。

在我看来,市面上很多智能家居产品都是“小智能、伪智能”,或者叫“体验智能”,并没有达到真正的智能。我认为,整个系统的稳定性非常重要,因为在一个智能家居场景,比如我家,有将近400个智能终端,每天即便有一个出现不良,也会影响我的使用体验,这是不能接受的,因此要关注智能家居系统稳定性。我们是基于过去在工业互联网系统上的经验来投入到民用物联网产品上,经过长时间不断的压力测试,我很自信我们的系统稳定性。

另外,我们跟很多公司的定位不同,盈趣科技对智能家居的定位是打造“买得起的奢侈”。我们希望面向相对高端的市场,因此对整个产品线性能提出更高的要求。

中国证券报:你认为的“真智能”是怎

样的,是否已经实现?

林松华:比如像我家,我开车回家,在车离家大概还有40多米的时候,家里的车库门感应到我要回家,就会把门打开。门打开的同时,灯也会打开,电梯也相应落到负一层等我。这个场景,完全不用你做任何动作,是已经实现的“真智能”。

C2M激发创造力

中国证券报:怎么看待C2M模式?

林松华:消费者直连制造商和生产商这个模式,能把过程中一些环节砍掉,节省了很多成本,能够让消费者用比较低的成本买到较高质量的产品。同时,这也能让消费者深度参与到产品设计制造的过程,更能满足消费者的个性化需求,激发出整个制造过程的创造力。对于制造企业,把消费者的创造力融入进来,满足消费者的个性化需求,也能迫使自己去提升管理水平、制造能力、质量管控等。我认为未来C2M的市场还是非常广阔的。

盈趣科技过去一直是ToB,做工业互联网的市场,但我们也希望成为民用物联网领域的领导者,就是ToC,也会应用一些C2M模式来制造产品。我们开发了全球第一款物联网打印机,同时也跟京东等合作,开发创新消费电子产品。去年以来,我们开发了两个类似C2M模式的产品系统。

中国证券报:公司生产智能控制部件产品、创新消费电子产品、健康环境产品、汽车电子产品等数十种品类,请问多元产品线如何规划管理,能否带来协同效应?

林松华:从产品角度看,产品与产品之间存在很多共性,差不多百分之六七十的制造都是共性的事。解决制造基础的技术问题,这个是盈趣必须要掌握的。另外,很多产品组件化、模块化的部分很多,比较容易实现多元协同管理。一般我们一个产品品类只做一家客户,不希望客户在盈趣科技内部还要相互竞争。我们只要做好、做精就可以了。