

Switch卖不动 任天堂还能全员涨薪?



● ● 主机游戏厂商任天堂的最新财报,印证了席卷全球的消费电子逆风。Switch游戏机进入销售生命周期末期,销量退烧,叠加汇率波动因素,都拖累任天堂业绩。不过,在交出一份并不算亮眼的财报且股价明显走低后,任天堂的员工们反倒迎来了一个意外的好消息:全员涨薪。毕竟在物价飙升和竞争加剧的情况下,这是留住人才最好的方式。● ●

天花板

2月8日开盘,任天堂股价一度暴跌6.9%。在东京早盘交易中,该股出现了三个月来的最大跌幅。此前一天,任天堂公布财年第三季(截至2022年12月底)财报,显示上季度业绩表现不如预期,并下调全年度财务指引。

根据财报,任天堂第三财季营收1901.5亿日元,同比减少25%,市场分析师的预估平均为2402.8亿日元;第三财季净利润1157.8亿日元,较上年同期减少41%,市场预估中值为1559.4亿日元;当季销售净额6382亿日元,较上年同期减少8.3%,市场分析师的预估中值为6879亿日元。

而业绩出现滑坡,Switch的销量低迷要

负主要责任。在硬件方面,Switch三季度共售出1491万台,同比下降21.3%,任天堂表示是由于去年夏季的半导体与其他组件供应短缺影响了主机产能。在到去年12月底的财年前三个季度期间,任天堂共卖出1491万台Switch游戏机,远低于前一年同期的1895万台。

从财报来看,于2017年发售的Switch游戏机已显现老态,销量增速加速下滑。不过本次财报数据更新后,Switch也以1亿2255万台的销量超越了Game Boy,成为史上销量第三高的游戏机。值得一提的是,任天堂总裁还强调Switch没有涨价计划。

互联网游戏、产业时评人张书乐对北京商报记者表示,事实上Switch在硬件性能上一直并不占优,加上其近年来的硬件迭代也并没有太多超体验的升级,这使得用户的购

买激情不再强烈。同时,玩法体验结合掌机、主机以及各种衍生品的Switch在多年发售下,破亿的销量也基本覆盖了任天堂的老用户,并挖掘了一些增量用户。其销量的攀升本质上达到了天花板,后续该逐步为任天堂的新一代(次世代)主机让路。

基于此,任天堂也下调了业绩预期。任天堂预计,截至3月底的本财年营收为4800亿日元,比先前预估的5000亿日元调降4%。任天堂也将本年度软件销售预测从2.1亿份下修至2.05亿份,并把Switch游戏机的年度销售目标从1900万台降至1800万台。

Morningstar分析师Kazunori Ito表示:“财报显示,Switch正以比我们预期的更快的速度奔向生命周期的终点。硬件战略是任天堂下一财年的关键,但目前似乎没有好的措施。”

拼软件

对于投资者、分析师、消费者都高度关心的“何时推出下一代Switch”,任天堂总裁依然采取了回避战术,仅表示他相信市场对于Switch的需求仍然强劲。

东洋证券分析师Hideki Yasuda解读称,在供应充足的背景下年末假日季的销售数据也不强,现在很清楚Switch的发展势头是向下的。

对于接下来一年的预期,Yasuda认为任天堂将会借着《塞尔达传说2:王国之泪》等爆款游戏发行一并推出特别版主机。如果2023年能准备两个特别版主机,整体的销量有机会拉到2000万台以上,反之要保持1800万也很不容易。

不过,主机销量的增速下滑,也许对任天堂的影响不大。张书乐指出,游戏主机的盈利模式本就是硬件不赚钱甚至可以低于成本销售,靠游戏软件的销量真正获得巨大营收,庞大的Switch主机用户群体、每年都有超级爆款的游戏推出,都能让任天堂获得巨额收益。

财报显示,Switch软件累计销量达到9亿9430万份。任天堂去年11月推出的《宝可梦朱/紫》获得玩家追捧,累计销量突破了2000万份,获得了Switch总畅销榜第七位的成绩。与之相比,《斯普拉遁3》和《宝可梦塔3》销量略输一筹,这两款游戏分别卖出了1031万份和104万份。

游戏行业分析师卫明野也认为,主机业务往往都是依靠硬件低利润销售、软件高回报盈利的模式来争夺市场。主机涨价相当于用主机的销售额去补主机游戏的空,但两者间的强关联性作用下,主机涨价无疑透支了游戏产品的未来。如果硬件失去价格上的竞争优势,品牌就必须花更大力气去夯实平台独占游戏的产品库。

对于业绩下滑以及游戏开发,北京商报记者联系了任天堂,但截至发稿还未收到回复。不过,任天堂方面曾于2021年公开表示,研发经费已提至8.8亿美元,达有史以来最高水平,上一财年,任天堂研发投入同比增长10.7%,海外研发团队也持续增加。

加薪留人

市场上,任天堂的主要竞争对手是PlayStation制造商索尼集团和Xbox制造商微软。当任天堂苦苦挣扎时,其竞争对手索尼将截至3月份的年度PS5销量目标提高了100万台,至1900万台。

在张书乐看来,接下来的争斗点,在于便携式和掌机水准、游戏体验的逆袭。他指出,相比而言,特别强调性能支撑的微软Xbox和索尼PS主机,在硬件性能提升速度不再的情况下,反而比任天堂低性能、合家欢的Switch更容易受到冲击。

“但在游戏主机的盈利模式一致下,三分天下的三大游戏主机厂商,本身受到友商的冲击并不明显,反而是被填补掌机空白的手游异军突起,抢走了一定的市场份额。”张书乐坦言。

尽管财报与展望不佳,任天堂仍决定为日本员工加薪一成。任天堂透露,将从4月起把全体员工的基本工资统一上调10%。新人职工工资也上调约10%,另外还有定期加薪。

据日本共同社报道,任天堂截至2022年9月底共有2765名员工。合同工、返聘工和临时工也同样加薪10%。

社长古川俊太郎在召开记者会表示:“全球规模的物价上涨持续,日常生活感到的负担增加。从长期确保优秀人才的角度来看也很有意义。”

值得一提的是,在物价飙升和人才争夺战的背景下,日本不少企业纷纷宣布今年加薪。日本电产的负责人就今春加薪的理由列举了销售持续扩大的业务环境,以及物价高涨等社会形势。公司已提出方针,到2025年要实现工资较2020年度平均上涨三成。

加薪潮流还扩大到了制造业以外。运营休闲服装店“优衣库”的迅销将把日本国内集团员工年收入最多上调约四成。永旺在国内集团企业工作的约40万名计工时工为对象,将把时薪平均上调7%。

北京商报记者 方彬楠 赵天舒

Focus

ChatGPT植入浏览器 微软打响“搜索大战”

ChatGPT和小冰争C位

和ChatGPT的万众瞩目相比,早就植入必应的小冰略显冷清。打开PC版必应国内版,一个黑头发圆眼睛的小女孩藏在网页左侧,它的名字叫小冰,是微软(亚洲)互联网工程院人工智能小冰团队在2014年推出的一个对话机器人。小冰“诞生”时,小冰团队隶属于微软,现小冰公司CEO李笛是必应中国搜索引擎负责人。

必应内置对话机器人也不是从ChatGPT开始的。2021年3月,小冰公司宣布,即日起微软必应搜索内置小冰。小冰在必应搜索中,将向用户提供基于对话上下文的搜索交互体验。那时,小冰公司已经从微软分拆,是一家独立实体,但微软继续保持对小冰公司的投资权益。这种关系类似于现在的微软和ChatGPT。

现在小冰公司经常强调,小冰是一个人工智能框架,少女小冰只是这个框架孵化出的一个AI Being,用户依然可以在必应国内版与少女小冰进行互动,不过2月8日北京商报记者与其互动时,并没有获得让人惊艳的用户体验。

当北京商报记者提出“你和ChatGPT有什么区别”时,小冰回复:“我已经开始升级啦,期待一下吧!”当再被问到“你是第一代?”小冰依然这样回答。

北京商报记者将同样的问题抛给李笛,得到的回答聚焦在两点,技术和成本。

科技圈的热度依然被ChatGPT承包。北京时间2月8日,微软推出由ChatGPT支持的最新版人工智能搜索引擎Bing(必应)和Edge浏览器,但预览人数有限。这是否跟ChatGPT官网瘫痪有关,目前尚不可知,但可以肯定的是,微软、谷歌、百度在传统业务和AI赛道鏖战正酣。按照ChatGPT的发展轨迹以及三家公司的业务重叠性,将聊天机器人植入搜索引擎大概率是标配。鉴于使用ChatGPT对国内用户存在门槛,必应也不是国内主流搜索引擎,国产ChatGPT们还有窗口期,至于这股风潮能不能持续到下个月,用户的热情只是催化剂之一。

官网被挤爆

一夜间,微软市值暴涨超800亿美元至1.99万亿美元,按实时汇率计算,微软市值涨了差不多一个京东。

新的Edge浏览器增加可以聊天与写作的必应。新版必应基于OpenAI新款语言模型运行,比ChatGPT更先进,可轻松切换到人工智能聊天模式,并且能帮助微软利用网络知识与OpenAI技术进行智能对接。微软CEO萨蒂亚·纳德拉将这次植入定义为“搜索引擎迎来了新的时代”。

打开新界面,用户会发现,新必应的一种搜索模式,是将传统搜索结果与

AI注释并排显示,而另一种模式是让用户直接与AI聊天机器人对话,用户可以在和ChatGPT一样的聊天界面中向其提问。

微软预计在未来几周内向数百万人推出访问权限,并推出该体验的移动版本,微软还希望将必应体验带到所有浏览器,而不局限于Edge。不过,在新版必应上线的当天,微软对预览人数做了限制,或许这与ChatGPT又一次宕机有关系。

“最近一小时内人们蜂拥至我们的网站,但我们的(网络)资源是有限的”这句话在北京时间2月7日深夜出现在ChatGPT官网。类似的事情在1月也曾发生,两天宕机五次都不意外。

“ChatGPT运用了大模型的训练方法,这种方法初步验证了一种新范式的价值,并且打破了此前的瓶颈,这意味着一系列激动人心的创新能力将被释放。但它本质上还是一个单点技术。在过去很多年里,很多人会用小冰和各种对话AI做比较,说我们的对话质量没有那么高。其实不是技术的问题。小冰框架内有很多模型在同时运转,通过‘过滤’,防止对话跑偏,造成伦理道德等等问题。另外在社交场景中,对话不是最终目的,是为了完成更深层的价值”,李笛解释。

在成本方面,李笛算了一笔账:“小冰框架当前所支撑的对话交互量,一天就达到14个人类一辈子的对话交互量。若使用ChatGPT的方法,每天成本将高达3亿元,一年成本将超过1000亿元。”

AI企业造狂欢

从2022年12月ChatGPT火爆至今,李笛始终强调的一点是实验室技术与产品化框架之间的区别。用户不在乎这些,他们的兴奋点在于交互流畅、使用门槛高不高、需不需要付费、自己的工作会不会被代替。

一段公关从业者和ChatGPT的对话,近期正在朋友圈刷屏。问公关会被AI取代吗,ChatGPT回答:公关不会被AI取代。因为,综合分析历史上的所有公关事件,我们很容易发现:背锅是公关的核心竞争力,但AI不具备这个能力。所以,公关是不多的几

个将不会被AI取代的职业之一。

嬉笑过后,这种态度鲜明、有问必答的交互模式背后,其实藏着看不见的隐患,成本、伦理是最主要的两方面。

用户的担忧还可能出现在ChatGPT+广告、法律咨询……时,不过股价连涨的ChatGPT概念股正忙着狂欢。

据不完全统计,仅这两天针对ChatGPT相关业务表态的企业就包括科大讯飞、宇信科技、奇安信、360、四维图新、易点天下等。

比如奇安信,2月7日奇安信人工智能研究院负责人表示,公司正在基于ChatGPT相关技术和自身积累的海量安全知识和数据,训练奇安信专有的类ChatGPT安全大模型。在这一点上,虎符智库研究员李建平表示,ChatGPT是把双刃剑,既可以是提升效率的工具,解答人们的各种问题、创造出大学水平论文,甚至编写代码,同时也可能被绕过安全机制,用于实施有害的活动。

科大讯飞在互动平台上表示,科大讯飞在预训练模型方面有坚实的基础技术积累,且已向认知智能领域陆续开源了六大类、超过40个通用领域的系列中文预训练语言模型。

“大家需要一次狂欢,不管这股风会不会停,什么时候停,他们没想过ChatGPT的Bug吗?不关心ChatGPT的商业模式可行吗?可能考虑更多的是证明自己的技术,这难论对错”,一位AI从业者告诉北京商报记者。

北京商报记者 魏蔚