

<<游戏江湖>>

图书基本信息

书名：<<游戏江湖>>

13位ISBN编号：9787510401374

10位ISBN编号：7510401372

出版时间：2009-3

出版时间：新世界出版社

作者：梁素娟，刘红强 编著

页数：245

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<游戏江湖>>

### 内容概要

网游“江湖”，群雄纷争，谁与争锋？

陈天桥和史玉柱无疑是最闪亮的两颗星。

一个是“中国互动娱乐业第一人”，甫创业就开启了中国网络游戏的繁荣之门；一个是“中国最具争议性的企业家”，一出手即开创了中国网络游戏的免费模式。

两大模式的争锋也凸显了中国网游业的发展与彷徨。

本书全方位介绍了这两个网游历史上里程碑式的人物的传奇历程。

<<游戏江湖>>

作者简介

梁素娟，出生于人杰地灵的中原，毕业于北京大学。  
长期游历于大学校园、外企、民企，供职于图书领域。  
立志开拓书业蓝海，为众多亟待扬帆出海的企业借得东风。  
曾参与策划、出版图书50多种，在企业家传记策划和撰写上有自己独到的见解。

## 书籍目录

陈天桥传奇 第一章 财富新贵：以光的速度奔跑 第一节 邂逅《传奇》，跳起“三人转”  
 第二节 化被动为主动，打响“网吧战役” 第三节 夜半惊醒，又是黑客的冲锋号 第四节  
 最近比较烦，四面潜伏的“私服” 第五节 服务王道，500万建起客服中心 第六节 雄心膨胀  
 ，上市的目的不是为了圈钱 第七节 财富积累只是游戏，5年赚到150亿 附录：陈天桥年谱  
 第二章 商场霸气：只做第一，不做第二 第一节 与韩国人过招，你的就是我的 第二节 棋  
 逢对手，关于“可乐”的巷战 第三节 《征途》凶猛，网游中的“脑白金” 第四节 金山扬  
 言称雄，PK刚刚开始 第五节 两雄争锋，不惧丁磊的门户优势 第六节 网游红海，处处有看  
 不见的敌人 附录：陈天桥的“对手” 第三章 寻找“蓝海”：“网络迪斯尼”之梦 第一节  
 盛大从未说过一直做网络游戏 第二节 易宝宝盒——陈天桥的尴尬 第三节 整合产业链，  
 牵手海信、惠普、长虹 第四节 联姻传统行业——音乐和糖果 第五节 “伏击”新浪，并购  
 的传奇色彩 第六节 越是为用户省钱，我们就越赚钱 第七节 大苦难才能换来大成功 附  
 录：陈天桥解密“家庭娱乐战略”：内容为王，整合 第四章 破茧成蝶：重回网游，再做老大  
 第一节 牵手迪斯尼，回归的信号 第二节 “风云计划”，用20亿召唤精英 第三节 “18计  
 划”，“自挖墙脚”的魄力 第四节 “20计划”，让有能力的人找到空间 第五节 联  
 姻NCsoft，打造“顶级游戏联盟” 第六节 重推盛大文学，资本雄心再起 附录：“18计划”  
 与“20计划” 第五章 管理之道：盛大为什么传奇 第一节 盛大最大的财富是有一个好的团队  
 第二节 我的商业哲学只有一个词——服务 第三节 要做就做到最好——最成功的电子商务系  
 统 第四节 我们不是IT企业，我们是文化企业 第五节 路是自己的，车是租来的，开起来不  
 爽 第六节 我不会下不了手，盛大只用三种人 第七节 盛大每天、每月、每个季度都可能死  
 去 附录：陈天桥语录 第六章 中国商业新偶像：多面陈天桥 第一节 不甘于平庸和寂寞，  
 总想冒尖 第二节 我发财的两大秘诀 第三节 没有眼光就没有一切 第四节 霸气与务实  
 的理想主义者 第五节 成熟的历练，知进更会退 第六节 顾家成就了今天的事业 第七节  
 “红色知本家”的传奇之路 附录：“众说纷纭”陈天桥史玉柱征途 第一章 中国“最著名的  
 失败者”踏上新征途 第一节 资深玩家找到下半辈子的归宿 第二节 网游是最赚钱的行业  
 第三节 史玉柱豪赌《征途》 第四节 研发最适合中国玩家的游戏 第五节 避开3D，做2D  
 游戏的终结者 第六节 一年实现第一，重排网游格局 第七节 业内震惊，执著的史玉柱更“  
 可怕” 附录：踏上“征途” 第二章 15年大起大落，史玉柱的“蹦极” 第一节 创业之前  
 的史玉柱 第二节 汉卡时代的巨人梦想 第三节 巨人大厦的倒塌 第四节 送礼只送脑白  
 金 第五节 再战黄金搭档 第六节 “资本家”史玉柱 第七节 《征途》不改吞钱本色  
 附录：“浮沉”史玉柱 第三章 读透消费者，史玉柱成就无所不能的“系统” 第一节 我就是  
 大玩家 第二节 玩家是最好的老师 第三节 农村包围城市 第四节 集中资源，集中发力  
 第五节 渠道很重要 第六节 央视的《征途》广告 第七节 坚持广告轰炸 第八节  
 把脉网游，细分用户 附录：脑白金软文：两颗生物“原子弹” 第四章 不按常理出牌，打破规  
 则才能成功 第一节 跳过成熟模式，主打免费招牌 第二节 赚有钱人的钱 第三节 极受  
 追捧的游戏“工资” 第四节 让玩家从“烧钱”到“烧时间” 第五节 《巨人》的“美女”  
 战略 第六节 扑朔迷离的《征途》“色情” 第七节 变人性的弱点为财富 附录：史玉柱  
 的创业总结 第五章 做什么都有争议，连还钱都有争议 第一节 业内人士称《征途》前景疑云  
 重重 第二节 韩国的规则不是法律，不是不可打破 第三节 “我自认是个对道德要求比较高  
 的人” 第四节 企业不赢利是最大的不道德 第五节 要用上市证明网游《征途》的成功  
 附录：对道德的回应 第六章 “邪派高手”史玉柱，世上有谁能出其右 第一节 史玉柱的“地  
 头力” 第二节 冒险者生存 第三节 做企业最大的考验是能不能抵制诱惑 第四节 偏执  
 和坚韧 第五节 史玉柱到底有没有商业思想 第六节 一个知识分子的传奇人生 附录：“  
 众说纷纭”史玉柱

## 章节摘录

陈天桥传奇第一章 财富新贵：以光的速度奔跑第一节 邂逅《传奇》，跳起“三人转”陈天桥不喜欢被员工称作“老板”，因为他期望所有的员工把他看做一个普通人，而不是盛大的“神”。但是，不管陈天桥内心是否承认，在盛大创业初期，尤其是在代理《传奇》游戏这件事情上，陈天桥惊人地表现出他的“灵光”。

1999年11月16日，陈天桥放弃高薪和稳定的工作，投身于网络行业。

他以50万元的启动资金和弟弟、妻子一起创立了盛大网络有限责任公司，推出网上虚拟社区。

在经历了大多数公司都未能幸免的互联网寒冬之后，陈天桥敏锐地捕捉到了“网络游戏”这个日后让盛大迅速崛起的机会。

复旦经济系毕业的陈天桥坚定地认为，网络游戏是实现互联网赢利的最好选择。

他说：“娱乐永远是人类的本能需求，网络游戏模拟了真实世界里的人际交流，帮助人们实现在现实中无法满足的需求。

只要在网络上找到乐趣，用户就愿意付钱。

”日后的成功证明他的观点是正确的，但在当时来说，他的合作伙伴中华网并不认同这种看法。

2000年1月，盛大创业启动资金即将用完的时候，陈天桥拿到了盛大第一笔300万美元风险投资合同。

不过，如同所有的蜜月期都短暂得令人想念一样，盛大与中华网的合作仅维持了一年多。

2001年5月，中华网承诺投资盛大的300万美元中还有100万美元没有到账，合作裂缝已然产生。

其中原因就是对未来发展方向的见解不同。

中华网要求盛大维持做网络虚拟社区的运营现状，而陈天桥主张放弃现有的运营模式，开发新的业务发展方向。

新的业务发展方向在哪儿？

陈天桥自己也不知道。

此时，正巧韩国的一家游戏开发商Wemade带着《传奇》游戏来到上海，他们期望将这款在韩国卖得并不怎么样的二流游戏“嫁”到中国，以拓展新的发展空间。

起初，他们找到上海市动画协会，协会的人将这款游戏推荐给陈天桥。

陈天桥拿到游戏，先动手玩了起来，游戏是韩文版本，陈天桥不懂韩文，费了一番周折后登陆设在意大利的服务器，玩起了英文版本。

很快，他被这款叫《传奇》的游戏迷住了。

他断定这款游戏在中国一定有广阔的市场。

于是，陈天桥向中华网递交了一份厚厚的申请报告，申请代理运营《传奇》游戏，希望中华网尽快将那100万美元到账。

此时的中华网还未从互联网冬天的阴影中走出来，他们被网络烧钱泡沫吓怕了。

中华网给陈天桥的答复是：坚决不同意。

这让陈天桥很着急，经过几轮磋商，中华网最终给陈天桥留下30万美元后与盛大分道扬镳。

而这30万美元中包括固定资产，陈天桥的流动资金只有10万美元。

“我的心里从小就愿意承受风险，我的个性是大赌、大输、大赢。

”陈天桥如此评价自己。

2001年7月14日，盛大和《传奇》海外版权持有商Actoz（Wemade的合作伙伴）以每年30万美元的价格签约，合同期2年，除了版权运营费，每月上缴收入的27%为提成，陈天桥几乎压上了所有的钱。

即使在今天看来，当时陈天桥选择代理《传奇》游戏也是个不折不扣的赌博行为。

但陈天桥别无选择，在没有任何一个模式能够证明互联网能挣钱的情况下，陈天桥只好凭直觉选择了网络游戏。

在付完韩国公司的首付款后，盛大的钱只够给员工开两个月的工资。

陈天桥一方面等着韩国公司将游戏汉化，一方面为公测积极做准备。

两个月的公测期将是公司生死存亡的关口，当时所有人都做好了破釜沉舟的准备，如果在测试期内不能吸引足够的玩家，就不能收费运营，那么盛大就不会有新的收入，公司将面临倒闭。

## &lt;&lt;游戏江湖&gt;&gt;

但是，要想保证公测顺利，达到预期目标，便需要盛大继续出钱添置更多的服务器，需要公司投入一大笔资金来做保障，但此时陈天桥最缺的就是钱。

面对资金的缺乏，陈天桥表现出他不同于常人的一面。

陈天桥先是拿着与韩国方面签订的合约，找到浪潮、戴尔这两个国内著名的服务器厂商，告诉他们：“我要运作韩国人的游戏，申请试用机器两个月。”

服务器厂商一看的确是国际正规合同，盛大以前也还是信誉不错的客户，将来恐怕还会成为潜在大客户，于是就同意先租服务器给盛大。

然后陈天桥又拿着服务器的单子，以同样的方式与中国电信谈，结果不言而喻。

陈天桥用自己跳起的“三人转”游戏，用“空手套白狼”手法，博得了两个月的免费生存空间。

2001年9月28日，这是个值得纪念的日子，《传奇》开始了两个月的游戏测试期。

测试结果镇住了所有人，连陈天桥自己都一度怀疑自己的眼睛，以为看错了数字：2001年11月28日公测结束，《传奇》同时在线人数突破40万大关。

这是个了不起的数据，它意味着每天都有几十万人在为盛大创造着惊人的经济价值。

由此，陈天桥的财富积累传奇正式开始。

第二节化被动为主动，打响“网吧战役”所有的事情都不可能一帆风顺，扬帆起航的盛大《传奇》游戏很快就遇到了麻烦。

这场麻烦被陈天桥日后定义为“一场劫难”。

盛大公司在游戏运营初期将《传奇》的游戏卡业务交给育碧公司操作，由其负责建设游戏卡销售的网络渠道。

但育碧公司的销售工作未能随着《传奇》的火暴而迅速跟进，开始出现游戏玩家买不到卡，许多省市甚至出现点卡断货的情况。

玩家怨声四起，盛大却只能干着急。

另外，育碧公司的销售渠道过于传统，回款期很长，盛大的现金回流很慢。

对于高速发展的盛大来说，这些都是极大的障碍。

在这种情况下，陈天桥决定与育碧分手，建立自己的销售渠道。

陈天桥说：“我们的渠道创新是被逼出来的。”

终止与育碧公司的合作后，我们不得不自己去开拓渠道。

”这是一步险棋。

2001年底，《传奇》的同时在线人数已经超过20万人，全国所有的省市已经铺开，每天的供货量是非常大的，这时候突然与主销售商分裂，自己另起炉灶，在最短的时间内完成辐射全国进而流畅地进入每个玩家的消费终端，这是一个非常大的工程。

当时，盛大的销售队伍并不强大，并且很多销售人员都是销售传统产品转行而来的，对网络游戏产品的销售毫无经验，可以说，当时盛大的危险系数非常高。

如果三天之内新的销售系统不能立即投入使用，《传奇》之前积累的信誉有可能在一夜之间全部毁灭。

很多人都为陈天桥捏了一把汗，陈天桥自己却显得胸有成竹，他早已注意到当时并不为网游运营商所重视的网吧。

实际上，网吧对于网游产业来说，不仅是用户的游戏场所，更可以看做是运营商进行游戏推广的重要渠道。

点卡的销售、游戏广告、玩家互动等多种市场活动，在网吧进行都是最好的选择。

在陈天桥看来，网吧应该是网游运营商的必争之地，是建设销售渠道最为理想的地点。

事实证明了陈天桥的远见，随着网游市场的发展，网吧已经成为网游产业链条中跨越发行渠道、销售以及终端游戏消费的特殊环节。

能否有效地抓住网吧这一特殊渠道，对众多网游运营商来说已是成败的关键。

后来有媒体说，选择网吧作为销售渠道的建设中心是基于陈天桥的灵机一动，这一点被陈天桥明确否认。

他说：当时选择网吧作为核心销售渠道，绝对不是一时的心血来潮，而是基于盛大对网络游戏的了解



## &lt;&lt;游戏江湖&gt;&gt;

和对网吧非常周密的市场调查，要不然盛大绝对不敢轻易赌这个局。

道理很简单，盛大输不起。

网吧战略是不是陈天桥先提出来的，已经不重要了，重要的是这个战略使盛大踢开了高速发展前最为难缠的一块绊脚石。

于是盛大开始和各地的网吧协会联系，希望通过网吧的渠道来摆脱困境。

2002年夏，陈天桥在成都找到了知音，隶属于四川电信的天府热线控制着成都众多网吧，与天府热线的合作使盛大抓住了救命稻草。

当时的网吧中，打局域网游戏的玩家占大多数。

网吧的老板们除了赚点机时费，就没钱可赚了。

陈天桥说服这些网吧：“用互联网游戏代替局域网游戏，你们代卖点卡，大家的收益都会更多。”

在现实的利益面前，天府热线控制的成都网吧很快接受了《传奇》。

仅一年后，这次合作就使天府热线的年度收入翻番。

按照这一思路，盛大开始和其他地区的网吧协会取得联系，上海、武汉等游戏重镇纷纷落入盛大囊中。

到2003年，盛大在内地30余个大中城市开辟了41个服务区，共231组游戏服务器群组，服务器总数超过3000台，所需要使用的带宽超过7000M，有数千家分布在全国各地的网吧分销商。

除了在销售渠道上的成功，盛大还依赖于其建设完美的电子商务系统。

在盛大的《传奇》之前，没有任何一家游戏运营商在网吧销售游戏点卡，他们所依赖的还是传统的软件零售店。

但是，陈天桥认为，网吧多位于居民小区或大学附近，顾客与网吧业主住在同一小区，容易形成常客关系，所以彼此的了解要远大于顾客与位于市中心的电脑城软件零售店店主。

在这一背景下，盛大做了一个线上销售系统，开发出一个叫做“E-sales”的网络营销系统，实现数据信息流和资金流的网上互动。

各地的网吧就像印钞机一样，不断地向上海的盛大总部输送利润，以至于在2002年盛大的收入竟然占到了整个中国网络游戏市场9亿多元人民币的60%，而网吧充值的销售份额占据盛大网络总销售额的65%。

就这样，凭借对多个城市几乎所有网吧的垄断，盛大一举坐上了中国网络游戏运营的头把交椅。

## 后记

一本著作的完成需要许多人的默默奉献，闪耀的是集体的智慧。

其中铭刻着许多艰辛的付出，凝结着许多辛勤的劳动和汗水。

本书在策划和写作过程中，得到了许多同行的关怀与帮助，及许多老师的大力支持，在此向他们致以诚挚的谢意：李伟、蔡亚兰、王杰、周珊、齐红霞、张保文、杜莉萍、姚晓维、张乃奎、李伟军、何瑞欣、黄文平、陈艳、常娟、潘静、柳絮恒、葛颖炜、王治伟、付志宏、剪鑫、安鑫、李琳、欧红梅、王巧、范云满、张璐璐、但加玉、张雪、李奇清、王静、彭丽丽、姚迪雷、张艳红、杨婧、欧阳勇富、廉勇、朱夏楠、黄克琼、王非庶、罗婷婷、李卫平、杨艳利、徐春艳、金望久、李敏、陆晓飞、王艳明、杨英、杜慧、杨秉慧、武敬敏、廖瑶瑶等。

阅读是一种享受，写作这样一本书的过程更是一种享受。

在享受之余，我们心中也充满了感恩。

因为在写作过程中，我们不仅得到同行的帮助，还借鉴了其他人智慧的精华。

相信你们劳动的价值不会磨灭，因为它给读者朋友们带来了宝贵的精神财富。



## <<游戏江湖>>

### 编辑推荐

《游戏江湖:陈天桥向左·史玉柱向右》讲述了：刀剑纵横，缔造盛大，英雄传奇；风云际会，导演巨人，再上征途。

陈天桥刀过竹解，以攻为守，睥睨天下；史玉柱剑走偏锋，寻隙而动，突破重围，一个是网游霸主，一个是IT枭雄，当盛大之盾遭遇巨人之矛，谁将笑傲江湖。

陈天桥传奇：财富新贵：以光的速度奔跑；商场霸气：只做第一，不做第二；寻找“蓝海”：“网络迪斯尼”之梦；破茧成蝶：重回网游再做老大；管理之道：盛大为什么传奇……史玉柱征途：中国“最著名的失败者”踏上新征途；15年大起大落，史玉柱的“蹦极”；读透消费者，史玉柱成就无所不能的“系统”；不按常理出牌，打破规则才能成功；做什么都有争议，连还钱都有争议……

<<游戏江湖>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>