

陈天桥: 互联网游戏的淘金传奇

■本报见习记者 张文静



陈天桥

31岁就成为中国首富、最年轻的央视年度经济人物、中国互联网产业的先驱者,将这些标签集于一身的盛大网络创始人陈天桥,一度被媒体称为“主流暴富的创业神话”。

■ 言论

网络游戏: 盘整进行时

■ 艾林

据 EnfoDesk 易观智库产业数据库的数据,2013年中国网络游戏的整体市场规模高达842亿,占整个游戏产业市场规模的52%以上。其中,客户端游戏规模为551亿,网页游戏规模为169亿,移动游戏规模为120亿。在这之中,最主要的增长点在于移动游戏领域。据易观智库预计,2014年移动游戏的市场规模将超过200亿。

网络游戏行业在中国真正发展始于2000年,迄今为止不过短短的十几年时间,但其发展速度和市场潜力却非常惊人,产业规模远超电影和动漫产业。在中国互联网市场中,网络游戏是最大的商业模式,也是截至目前互联网市场中最可见也最成熟的变现模式。因此,网络游戏领域也成为了众多企业竞相厮杀的战场。

2004年~2007年,网络游戏在疯狂跃进式的发展造就了十家以上的上市企业,完美世界、搜狐畅游、巨人网络、盛大游戏等客户端游戏领域巨头企业占得先机,形成群雄割据之势。2009年~2011年,网络游戏的增长点则源于网页游戏所带来的热潮。此时,由于大型客户端网络游戏增长放缓成为行业共识,网络游戏主要厂商越来越重视对网页游戏的投资和开发。网页游戏无需下载客户端,只需打开浏览器就能玩,而且无需完整、大量的空闲时间要求,因而可以发掘众多上班族和学生等潜在玩家。在这个时期,网页游戏得到了飞速发展,市场规模迅速扩大。

随着智能手机终端的高度普及和3G、4G等移动网络的快速建设,2012年开始,网络游戏厂商和资本市场都看到了移动游戏市场的巨大潜力。大量创业型研发团队涌入移动游戏市场试水,2013年迎来移动游戏市场的爆发。传统PC端企业也于2013年纷纷立项移动游戏产品。时至今日,转型已经不再是PC端游戏厂商的口号,而是其依靠产品与营销正在执行的过程,即PC端游戏企业向移动端迁移的过程。2014年,传统的PC端企业大量新产品上线,而在产品研发、品牌资源、经典IP方面的优势都将在这一过程中发挥巨大的优势,将对目前的中国移动游戏市场格局产生重要影响,网络游戏市场围绕移动游戏进入“盘整年”。

盘整意味着大量创业型研发团队被淘汰。在2012年初行业看到移动游戏市场的价值之后,2013年初大量的创业团队在资本的趋动下进入这一市场。2013年下半年成为初创业团队新产品推向市场的一个密集期,在经过了几个月的市场检验之后,大量的低品质产品被淘汰。另外,随着2014年PC端大厂的进入,用户成本的走高,将有大量的创业团队被市场淘汰出去。

盘整会促使渠道高度集中,话语权增强。中国的移动互联网经过了3~4年跑马圈地阶段,移动游戏经过了一年多的爆发式增长,截至2013年底,以BAT和360为代表的互联网巨头企业基本已经占据了移动互联网的入口。至2014年,以360手机助手、91手机助手为代表的大型渠道将更加集中,移动游戏必须依赖于这些大型渠道才能得到面向用户的机会,因此这些大型渠道商的话语权也将在2014年得到加强。

纵观中国的网络游戏市场,经过了2004年~2007年客户端游戏、2009年~2011年网页游戏所带来的热潮,至2013年迎来移动游戏市场的爆发,而移动游戏的发展与更新迭代速度远快于端游市场。对于移动游戏领域来说,2014年是进入红海的一年,围绕着移动游戏,网络游戏市场的盘整处于进行时。

31岁就成为中国首富、最年轻的央视年度经济人物、中国互联网产业的先驱者,将这些标签集于一身的盛大网络创始人陈天桥,一度被媒体称为“主流暴富的创业神话”。

2010年以后,陈天桥逐渐从盛大“隐退”,开始了海外考察的生活。这个立志打造“网络迪斯尼”“娱乐帝国梦”的偶像派企业家似乎正在远离互联网江湖,业内也有不少将近年来盛大地位的动摇归因于陈天桥。但不可否认的是,对于中国互联网游戏行业来说,陈天桥和他的盛大网络就如同那款让盛大一度如日中天的游戏一样,始终是个传奇。

试水互联网

陈天桥的互联网之路起步于1999年,那时距离他提前一年从复旦大学经济系毕业已过去了六年。这期间,陈天桥先后在上海陆家嘴集团和一家证券公司工作。

陈天桥曾经在媒体接受采访时表示,当时是“直觉告诉我互联网是非常有前途的”。他认为,一个企业要赢利需要的是资金和物流,而物流是比资金更难解决的问题,电话线不能代替物流与配送,只有数码娱乐产品,比如卡通、游戏,才可以通过电话线来传输。于是,在适逢资本疯狂涌入互联网领域的1999年,陈天桥毅然辞去了工作,一头扎进互联网的滚滚热浪中。

1999年11月,陈天桥以50万元注册资本注册了盛大网络发展有限公司,并推出了中国第一个图形化网络虚拟社区游戏《网络硅谷》。《网络硅谷》实际上是一种类似于网络游戏的互动社区。在这个社区中,用户饿了需要种地,然后再把收获的东西做成食品销售,只有这样才能在社区内生存。

短短几个月内,这款虚拟社区游戏就为盛大积累了100万左右的注册用户。同时,在2000年1月,盛大获得了中华网300万美元的风险投资。

遇到《传奇》

陈天桥的真正发迹是从一款名为《传奇》的

网络游戏开始的,而与《传奇》的相遇正得益于陈天桥敏锐的商业嗅觉。

《传奇》是一款由韩国游戏开发商 Wemade Entertainment 公司制作,由 Actoz 公司负责海外发行的网络游戏。2001年,Actoz 带着《传奇》来到上海寻找合作伙伴,敏锐的陈天桥与之一拍即合。2001年6月29日,盛大网络和 Actoz 公司正式签订授权协议,盛大以30万美元的版权费和27%的分成,取得《传奇》的运营权。

那时的陈天桥心里清楚,这30万美元是盛大最后的资本,支付完版权费后,盛大剩下的资金仅够维持公司运转一个月。可是,正是这个大胆的决定,让盛大绝处逢生,并一步步走入了辉煌。

2001年9月,《传奇》投入公测。在艰难谈判之后,盛大从中国电信取得了公测期免费的带宽和服务器。同年11月底,《传奇》开始收费,并迅速登上各软件销售排行榜的首位。

盛大的进入成功地改变了游戏产业的格局。2001年11月,盛大进入游戏行业的时候,中国网络游戏市场80%以上的份额都在经营日本 JSS 公司的《石器时代》的华义、经营中华游戏网《金庸群侠传》的智冠等中国台湾游戏运营商手中。仅仅用了一年半的时间,盛大的《传奇》就占到了中国网络游戏68%的市场份额。

2002年,盛大收入和净利润分别达到了3.26亿元和1.39亿元,而2003年这两项数字较上年又翻了近一倍,分别达到6.33亿元和2.73亿元。当时,在仅仅拥有100多名员工的盛大,《传奇》每天的收入突破了100万元,这是个让人兴奋的数字。

快节奏是陈天桥的惯用招数。他曾经斥资近20亿元,仅用43天即成功收购中国最大门户网站新浪19.5%的股票,成为新浪最大股东,颠覆了中国互联网的格局。在此之前,盛大就已经先后收购了北美、日本以及国内的近10家公司。2004年,盛大的扩张步伐进一步加快,创下了2个月内完成6次资本运作的纪录。

从代理到自主研发

在狂飙突进式的发展中,问题也随之而

来。由于市场上私设服务器行为的泛滥,技术支持无法保证,盛大的用户怨声载道,盛大与 Actoz 的合作不再如此前那般顺利。2003年2月,这家韩国公司宣布中止与盛大的合作,并找到另一家公司代理《传奇3》。

形势危急,盛大再一次对经营方向做出重大调整:从一家网络游戏代理商转变为主营自主产权产品的开发商,放弃了以网络游戏运营为主的经营模式。

2002年4月,盛大宣布投资4000万元组建研发部门。不到两年的时间里,这个研发部门扩大到了200人。2003年,盛大自主研发的《传奇世界》被国际知名研究机构IDG评为最受欢迎的民族软件。此后,盛大又推出了国内首部自主研发的三维游戏《神迹》以及《梦幻国度》《三国豪侠传》等,占领玩家市场。同时,盛大也在收购和参股韩国、美国、日本的开发公司。

盛大从代理商到开发商的转变,与陈天桥发展民族游戏软件的坚定信念是分不开的。他始终认为,中国互联网游戏企业只有做好自主研发,才能提高在产业链中的竞争地位,同时也会使网络游戏产业更加健康。

盛大经营模式的改变也伴随着人事的调整。2004年1月,陈天桥辞去总裁职务,出任盛大网络发展有限公司董事长,同时邀请被称为“打工皇帝”的原微软中国总裁唐峻担任总裁。

2004年5月13日,盛大在美国纳斯达克股票交易所上市。一周后,其股票交易价从11美元冲上17美元高位,盛大网络市值达到65亿元人民币,陈天桥所持有的盛大网络股票市值也高达50亿元人民币。陈天桥被国外媒体称为“中国互动娱乐业第一人”。

“离开”盛大的日子

2010年以后,陈天桥逐渐“离开”了盛大。而正是在这段日子里,盛大也发生了急剧的变化。前盛大游戏董事长兼 CEO 谭群钊、总裁凌海、盛大文学 CEO 侯小强、酷6创始人李善友等大批职业经理人离开。盛大业务也在急剧下滑,丧失了游戏行业宝座位置。

在今天,中国互联网产业最火的三家公司是被人称为“BAT”的百度、阿里巴巴和腾讯。相比之下,曾经的首富陈天桥和他的盛大网络,仿佛锋芒不再。

其实,从2009年起,盛大网络便逐渐从传统的互联网公司转变为互联网投资控股公司,以互联网为核心,以文化产业为依托。从那时起,公司的具体业务和板块逐渐开始交给年轻的创业团队来运作。在陈天桥看来,自己的“离开”是一种放手,他希望能给更多年轻人机会。

在“出走”的这几年来,陈天桥也并没有闲着,而是马不停蹄地考察国外市场。陈天桥认为,中国互联网的繁荣依然是中国庞大的国内市场,中国互联网还没能走出国门,走向世界。“为何国外一个很小的团队做一个产品一开始就用24国语言,全世界都可以用。我想亲自出去看看。”陈天桥表示。

似乎风光不再的盛大正在做着陈天桥认为更有意义的事情。近些年来年轻人耳熟能详的格瓦拉、墨迹天气、虾米音乐、暴走漫画等企业都来自盛大的投资和培育。其实,实际现金持有量逼近40~50亿美元的盛大,仍然位列中国互联网公司前三名,拥有着不俗的实力。而对于刚过不惑之年的陈天桥来说,他的传奇之路远未终止。

史玉柱和他的巨人网络



史玉柱

穿着运动服到纽约证券交易所上市敲锣的,史玉柱是第一人。

成立于2004年的巨人网络,在“营销狂人”史玉柱的带领下,于2007年11月1日正式登陆美国纽约证券交易所,上市首日开盘价为18.25美元,超过发行价17.7%,融资约为10.5亿美元。这使得巨人网络不仅一举成为中国最大的网络游戏公司,也跃升为在美国发行规模最大的中国民营企业。时值中国本土网游崛起的黄金时代,凭借一款《征途》,史玉柱和他的巨人网络迅速站上了那个群雄逐鹿时代的巅峰,

但也是从那一个时刻起,巨人再未能摆脱《征途》光环下的阴影。

巨人网络上市之后,持股1.4%的史玉柱仅其股票市值一项,个人财富就达190亿元人民币。在此之前,史玉柱在2007年胡润百富榜上排名第15位,身价为280亿元,而排名第4的黄光裕财产为450亿元。史玉柱以470亿元的身价,隆重地迎来了他的又一个春天。

作为一个几度起落的企业家来说,史玉柱传奇般的生涯早已为大众所熟知。史玉柱进入游戏产业的那段往事,如今也已经成为了一个传说——巨人集团濒临之际,在被购买楼花者讨债讨债的史玉柱,一个人躲在房间里,鸵鸟主义般在游戏世界里寻求解脱。而一直在盛大游戏里面游荡的史玉柱,终于在2003年找到了“感觉”,他又拾起了商业冒险的激情。

史玉柱在2004年组建巨人网络。2005年,巨人网络推出了其第一款也是最为成功的一款游戏——《征途》。公开资料显示,《征途》2004年投入研发,2005年正式上线,一年后突破在线人数100万,峰值210万,创下当时中国网游在线人数的纪录。《征途》的成功,除了其本身优良的品质外,更得益于史玉柱的“不二法门”——市场营销。

网络游戏以点卡的形式收费是当时网络游戏行业的普遍做法。为了占领市场,史玉柱打破了游戏规则——抛弃了点卡,《征途》采用了游戏免费而游戏中的道具收费的商业模式。这一商业模式产生了深远的影响,时至今日,它仍然是大多数的游戏所采用的商业模式。据说,这种创新和史玉柱当初自己花钱买点卡玩盛大的游戏的经历有关。无论事实是否如此,此举着实改

变了网游市场的进程,逼迫对手盛大游戏宣布其当时最火爆的《传奇II》网游全面免费。《征途》的商业模式,直接刺激了整个网游产业,市场跳跃发展:2006年,网游市场规模突然跃升到了78亿元,远远超过了2005年的55.2亿元和2004年39.1亿元的常态增长率。

在随后的几年中,《征途2》《绿色征途》《征途怀旧版》等一系列续作相继推出,与《征途》一脉相承,每年为巨人贡献非常可观的利润,却未能实现本质的飞跃。巨人近年来营收尽管一直增长,但增速已经明显趋缓,营收增长率从2011年的40%滑落到如今不足10%。这显然不是史玉柱想要的结果。

2014年7月21日,巨人网络宣布,完成了与其母公司巨人投资签订的并购协议。由此,巨人网络完成了私有化交易成为了一家私营公司,并于2014年7月18日正式摘牌。如今,在纽约证券交易所,已看不到这家公司的踪影。公司股价定格于2014年7月18日收盘时的11.92美元,市值显示为28.7亿美元。上市近7年,巨人网络市值损失了近一半。昔日的竞争对手腾讯,市值接近1400亿美元,百度的市值也超过600亿美元,而巨人网络目前总市值仅为30亿美元。

一个上市公司选择私有化,主要是为了避开繁重的监管政策,从而将管理层的精力更多地集中到公司的发展前景上。移动互联网正在迅速发展,PC端网游面临挑战,手机游戏成为移动互联网盈利模式的渐增长点。巨人网络也在积极布局手游市场,有分析认为摆在巨人网络面前的唯一出路就是奋起直追,在手游市场分一杯羹。(艾林整理)

■ 案例

即使对于那些非游戏玩家来说,《魔兽世界》也不是一个陌生的名字。这款受到年轻人热捧的游戏,曾经让国内游戏开发及运营商第九城市(以下简称九城)一时声名鹊起,并成功在纳斯达克上市。然而,正如俗话说,“天下没有不散的筵席”。2009年,在九城取得《魔兽世界》中国独家代理权仅仅五年后,九城及其掌舵人朱骏却不得不与其说再见。

1999年8月,放弃国外工作回到上海的朱骏,创立了国内第一个网络虚拟社区Gamenow,并于2000年改版为第九城市。2002年,在朱骏的带领下,九城开始进军网络游戏行业。同年7月,九城与韩国 Webzen 公司合作,成为网络游戏《奇迹》在中国地区的独家代理运营商。次年2月,《奇迹》开始正式商业化运营,游戏注册用户达到1500万,同时在线人数达到了30万。在网络游戏专业门户网站17173于2004年进行的中国网络游戏市场调查,《奇迹》包揽了所有7项排行榜的第一名,成为中国大陆玩家最喜欢的网络游戏。

然而,使九城真正迎来辉煌的还是2004年4月,九城与继任旗下的暴雪娱乐签署中国战略合作协议,取得了世界顶级网络游戏《魔兽世界》在中国大陆地区独家代理运营权。2004年12月15日,九城依靠《魔兽世界》的大受欢迎在纳斯达克正式挂牌,募资1.03亿美元。2005年4月,《魔兽世界》全面公测,6月正式开始商业化运营,九城成为了国内游戏玩家瞩目的中心。在代理《魔兽世界》期间,朱骏充分显示了自己善于做热点新闻营销的特点,在网游的推广上做了很多大胆尝试。

早在2005年1月,九城就与可口可乐中国建立了战略联盟合作伙伴关系,将《魔兽世界》与可口可乐捆绑在了一起。打《魔兽世界》游戏可以兑换可乐,或者喝可乐可以获得游戏点卡的营销做法让这款游戏迅速进入游戏玩家的视野。朱骏还利用游戏中的配乐专门做过《魔兽世界》音乐会,然后将音乐会的所有门票收入都捐给了5·12汶川地震灾区,这使得《魔兽世界》与网络游戏的形象完全被颠覆了。甚至包括后来投资上海申花足球俱乐部,都被朱骏认为是推广《魔兽世界》的有效方式。

朱骏的努力没有白费,《魔兽世界》让九城尝到了成功的甜头。在最好的时候,这款游戏创造了108万人同时在线的纪录,其收入占到了九城总收入的90%以上。这个数字让九城又喜又忧,因为一旦失去了《魔兽世界》,九城将遭遇严峻的考验。2009年,这个严峻的时刻到来了。

代理合同到期后,开发商暴雪公司向九城提出了很高的代理条件,这让朱骏很难接受。最终,《魔兽世界》被网易拿下,而这成为了九城利润逐渐下滑的转折点。

对于绝大部分收入来自《魔兽世界》的九城来说,把所有鸡蛋放在同一个篮子里的做法曾带来了丰厚的回报,也使其陷入了深深的迷茫。在后《魔兽世界》时代,九城能否找到这个辉煌时期的替代品,又如何能在快速发展的国内网游市场分一杯羹,是朱骏无法回避的问题。

如今,重整旗鼓的朱骏正在谋求转型。今年3月19日,九城与中兴成立的合资公司中兴九城发布了家庭娱乐主机 FunBox,这是一款电视盒子和游戏主机二合一的产品。中兴九城公司总经理赵静在接受媒体采访时表示:“我们并不认为自己的产品是一款简单的盒子产品,严格意义上讲,它更是一个家庭娱乐主机。在我们的产品中,游戏、视频通话等功能会让用户感受到其与其他盒子完全不同的魅力。”

不过,在转型的路上,游戏依然是九城的主业。目前,由九城控股的 Red 5 公司开发的游戏《火爆》成为了九城和朱骏投入的重点。这款游戏能否替代《魔兽世界》给九城带来下一个辉煌,让我们拭目以待。



朱骏

本版照片来自百度图片

九城与《魔兽世界》的故事

■ 本报见习记者 张文静