

网络江湖

刀剑纵横
缔造盛大
英雄传奇



风云际会
导演巨人
再上征途

网络江湖

游戏江湖

陈天桥向左 · 史玉柱向右

梁素娟 刘红强◎编著

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

 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

刀剑纵横
缔造盛大
英雄传奇



风云际会
导演巨人
再上征途

游戏江湖

陈天桥向左 · 史玉柱向右

梁素娟 刘红强◎编著



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

游戏江湖：陈天桥向左，史玉柱向右 / 梁素娟，刘红强编著.
—北京：新世界出版社，2009.3
ISBN 978-7-5104-0137-4

I. 游… II. ①梁… ②刘… III. 计算机网络—游戏—高技术产业—
企业管理—中国—通俗读物 IV. F426.67-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第012873号

游戏江湖：陈天桥向左，史玉柱向右

作 者：梁素娟 刘红强

出 品 人：杨雨前

选题策划：宿春礼 邢群麟

责任编辑：杨艳丽 许长荣

装帧设计：奇文堂·潘峰

版式设计：华夏书网

责任印制：李一鸣 黄厚清

社 址：北京市西城区百万庄大街24号 (100037)

总编室电话：+86 10 6899 5424 6832 6679 (传真)

发行部电话：+86 10 6899 5968 6899 8705 (传真)

本社中文网址：<http://www.nwp.cn>

本社英文网址：<http://www.newworld-press.com>

版权部电子信箱：frank@nwp.com.cn

版权部电话：+86 10 6899 6306

印刷：北京中印联印务有限公司

经销：新华书店

开本：787×1092 1/16

字数：260千字 **印张：**16.25

版次：2009年3月第1版 2009年3月北京第1次印刷

ISBN：978-7-5104-0137-4

定价：29.80元

新世界版图书 版权所有 侵权必究

新世界版图书 印装错误可随时退换

两个人的江湖

2004年夏天，盛大上海总部董事长办公室，陈天桥热情地接待了一位《传奇》老玩家——巨人公司的传奇人物史玉柱。主客之间相处融洽，言谈甚欢。陈天桥为了显示自己的诚意，还特意安排盛大的游戏研发团队与史玉柱见面。

热情招待史玉柱的陈天桥怎么也没有想到，他对面的这个人会成为自己的对手。当时的史玉柱还整天在电视上喊着“送礼就送脑白金”，保健品与网游是“井水不犯河水”。当时不过31岁的陈天桥，中国最年轻首富的光环还未褪去，他忘记了“江湖”中最为实用的一条规则：对手从来都是悄无声息地来。

尤其是像史玉柱这样的“高手”。史玉柱是改革开放以来中国商业发展的标志性人物，将最轰轰烈烈的失败和成功集于一身，是中国商业“邪派”的掌门人，犹如桃花岛上的黄药师。所有行业的老板都不希望他进入，因为只要他一踏入，“行业必然地动山摇”。

这样的“老江湖”进入网游行业，当然懂得“江湖规矩”。当时网游的“老大”是陈天桥和他的盛大，史玉柱年纪虽长陈天桥几岁，但在网游这个“江湖”上，仍是初出茅庐的“后生”。于是，“网游新生”史玉柱决定先去拜会一下业界“大佬”陈天桥。

在史玉柱和陈天桥的首次见面中，四通集团的董事长段永基成为关键人物。段永基多次声称史玉柱和陈天桥是他最欣赏的人，当自称“网游老玩家”的史玉柱提出希望见见陈天桥时，段永基便极力撮合。段永基和陈天桥都没想到，做保健品的史玉柱此行的目的并不单纯。拜见陈天桥后，史玉柱前脚刚走，盛大的一个游戏研发团队后脚就投奔了史玉柱。随后，业界传出消息，史玉柱要做网游。

一向精明的陈天桥没料到史玉柱出手这么“匪夷所思”。面对史玉柱的第一次出手，毫无防备的陈天桥吃了个哑巴亏。史玉柱与陈天桥的“江

湖恩怨”自此开始，游戏江湖因为他们而精彩，网游行业从此多了许多“血雨腥风”。

陈天桥自2001年进入网游行业以来，其在线游戏的注册用户近6000万人，同时在线人数超过60万人，月平均销售额以千万元计，盛大更是拥有65%以上的网游市场占有率。陈天桥俨然是中国互动娱乐产业的领军者，根基稳固。史玉柱想有所突破，只有以“奇招”制胜。既然陈天桥是以“收费”成名，那史玉柱就反其道而行之。史玉柱决心做一个颠覆者，他要將网游的收费模式转换成免费模式。

不过，史玉柱低估了陈天桥的实力。2005年11月底，史玉柱的《征途》还在内测之中。陈天桥“飞鸽传信”得到史玉柱要走“免费路线”的消息后，在12月初突然宣布旗下的三款主打游戏全部转为免费模式。沉着冷静的陈天桥率先发难，打得本想以免费大旗攻占市场的史玉柱措手不及。同年12月底，《征途》仓促上线，再打免费牌，史玉柱先机已失。

前两个回合中，两人各胜一次，算是打了个平手。年少老成的陈天桥看着经历过大起大落的史玉柱，已经切实感受到这个浴火涅槃后的对手的“杀气”。知识分子模样的史玉柱柔中带刚，出招往往出人意料；外表霸道强硬的陈天桥刚中有柔，常用“化骨绵掌”将危机化于无形。两人在游戏领域搏杀，江湖顿时风生水起。

原盛大网络总裁唐骏曾这样评价两人：“陈天桥是很有理想的人，史玉柱属于不折不扣的人。”有理想的陈天桥从来不认为网络游戏是自己的终极目标，他要打造一个跨媒体、跨终端的超级网络娱乐平台，“网络迪斯尼”的梦想一直萦绕在他的脑海里。而执著的史玉柱却说：“我下半辈子就只做网游了！”

史玉柱以剑走偏锋的专注和坚韧杀开血路，陈天桥以多元化战略摧城拔寨。在多元化思想的指导下，盛大开发出上百款游



戏，整合产业上下游企业，把控一个完整的产业链；而专注的史玉柱，不过在《征途》的身边，多加了一个《巨人》而已。陈天桥也许想用“多元化”这张网罩住所有竞争对手，但史玉柱显然是期望“巨人一出，雄霸天下”。

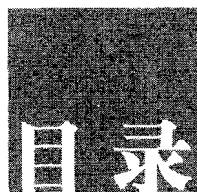
两人实力难分伯仲，盛大的整体收益远超过巨人，但史玉柱的一款游戏收益却顶得上陈天桥的十款。陈天桥胜在全局，而巨人赢在细分。“有人的地方就有江湖，有利益就有争斗。”网游的“江湖利益”——一个巨大的经济蛋糕依然被放在“光明顶”上，陈天桥与史玉柱的江湖争斗在未来必将更加激烈，也更加精彩。

陈天桥
向左



史玉柱
向右

游江湖



陈天桥传奇

第一章 财富新贵：以光的速度奔跑

//005

从50万到150亿，陈天桥只用了5年。他追逐财富的脚步实在太快了，所有人都在感慨他的速度时，他却说：“当我赚到100万的时候对妻子说，挣到1000万就不赚了；当赚到1000万的时候，说到了1亿就不做了。因为我想1亿可能是10年以后的事情，我先承诺着，反正也没什么事，但1亿很快就到了，10亿也到了，100亿也到了。”

第一节 邂逅《传奇》，跳起“三人转”/006

第二节 化被动为主动，打响“网吧战役”/008

第三节 夜半惊醒，又是黑客的冲锋号/010

第四节 最近比较烦，四面潜伏的“私服”/013

第五节 服务王道，500万建起客服中心/015

第六节 雄心膨胀，上市的目的不是为了圈钱/018

第七节 财富积累只是游戏，5年赚到150亿/020

附录：陈天桥年谱/023

第二章 商场霸气：只做第一，不做第二

//025

在与韩国Actoz公司长达一年的纠纷中，陈天桥没有任何妥协，以至于韩国媒体只能表示“对中方‘盛大’的霸气行为，我

陈天桥的财富传奇始于1999年，当时他只有27岁。在短短几年内，他从一个默默无闻的程序员成长为中国首富。他的成功故事被广泛传颂，成为许多人的榜样。然而，他的成功之路并非一帆风顺，他经历了无数的挑战和困难。尽管如此，他始终保持着对梦想的执着追求，最终实现了他的财富梦想。



国游戏公司无可奈何”，在与九城的“魔兽之争”中，陈天桥轻松抽身离去，霸气初显；史玉柱携《征途》横空出世，来势汹汹，陈天桥以“多点开花”对史玉柱的“单兵作战”；面对金山的谨慎前行，陈天桥却放开手脚，大步流星；对于网易的传统门户优势，陈天桥以创新制敌。这一切都将陈天桥“做娱乐帝国舍我其谁”的野心彰显无疑。

第一节 与韩国人过招，你的就是我的/026

第二节 棋逢对手，关于“可乐”的巷战/028

第三节 《征途》凶猛，网游中的“脑白金”/031

第四节 金山扬言称雄，PK刚刚开始/034

第五节 两雄争锋，不惧丁磊的门户优势/036

第六节 网游红海，处处有看不见的敌人/038

附录：陈天桥的“对手”/041

第三章 寻找“蓝海”：“网络迪斯尼”之梦

//043

早在2000年，陈天桥在得到中华网的风险投资时，就已经制定出要做“网络迪斯尼”的发展规划。陈天桥依靠网络游戏迅速崛起，“网络迪斯尼”之梦一直萦绕在他的脑海里，他要打造一个跨媒体、跨终端的超级网络娱乐平台。虽有易宝宝盒的失手，但依然不能阻止陈天桥的脚步；牵手海信、惠普、长虹，共建新型家庭娱乐中心，让网游这个新兴行业与传统的音乐、糖果行业联手，出手并购门户网站新浪……陈天桥要大家知道：盛大不只做网络游戏。

第一节 盛大从未说过一直做网络游戏/044

第二节 易宝宝盒——陈天桥的尴尬/046

第三节 整合产业链，牵手海信、惠普、长虹/049

第四节 联姻传统行业——音乐和糖果/051

第五节 “伏击”新浪，并购的传奇色彩/054

第六节 越是为用户省钱，我们就越赚钱/056

游
对
江
海
陈
天
桥
向
左
史
玉
柱
向
右

第七节 大苦难才能换来大成功/059

附录：陈天桥解密“家庭娱乐战略”：内容为王，整合/062

第四章 破茧成蝶：重回网游，再做老大

//065

转型是痛苦的，“霸气”的陈天桥认识到“网络迪斯尼”的步子迈得太大、太急，他需要冷静一下。于是，陈天桥决定重回网游。2007年的“风云计划”，让网游行业又见陈天桥，“风云”过后，是“18计划”、“20计划”，两个计划分别侧重于游戏的研发和运营，针对的对象是盛大内部员工，陈天桥“自挖墙脚”，体现的是罕有的心胸和魄力，再与国际网游开发商NCsoft联姻，强强联手后的盛大又重推原创文学，为网游提供素材。网游老大的气息已扑面而来。

第一节 牵手迪斯尼，回归的信号/066

第二节 “风云计划”，用20亿召唤精英/068

第三节 “18计划”，“自挖墙脚”的魄力/070

第四节 “20计划”，让有能力的人找到空间/073

第五节 联姻NCsoft，打造“顶级游戏联盟”/076

第六节 重推盛大文学，资本雄心再起/078

附录：“18计划”与“20计划”/081

第五章 管理之道：盛大为什么传奇

//083

2001年，陈天桥就提出：“盛大最好的财富是我们培养了一批骨干队伍。这个优秀的团队，兢兢业业，反应速度一流。”随着盛大的成长，陈天桥又提出以“人性、乐趣、和谐”为核心价值观的“游戏式管理”概念。陈天桥让“管理”变成“游戏”，他的口号是：“要像管理游戏一样管理公司，像服务用户一样服务员工。”没有哪个企业家会否定这样的观点：优秀的人才

陈天桥向左
史玉柱向右

业成功的基石。这就是陈天桥的管理之道，也是盛大如此传奇的原因所在。

第一节 盛大最大的财富是有一个好的团队/084

第二节 我的商业哲学只有一个词——服务/086

第三节 要做就做到最好——最成功的电子商务系统/089

第四节 我们不是IT企业，我们是文化企业/091

第五节 路是自己的，车是租来的，开起来不爽/093

第六节 我不会下不了手，盛大只用三种人/095

第七节 盛大每天、每月、每个季度都可能死去/098

附录：陈天桥语录/101

第六章 中国商业新偶像：多面陈天桥

//105

1998年，25岁的陈天桥面对上司的提拔，说出“谢谢您，但那不是我的理想”时，就注定他将成为“传奇”。陈天桥很现实，这让他成为财富宠儿；陈天桥是个理想主义者，他固执而又霸道，不会轻易改变自己的观点；随着阅历的增加，他学会了取舍之道，业界流传的陈天桥“三进三退”的故事，为他的经历增添了不少色彩；他又是个顾家的男人，与锥芊芊的美满婚姻令人羡慕；他还是一位“红色知本家”……多面陈天桥成了商业新偶像。

第一节 不甘于平庸和寂寞，总想冒尖/106

第二节 我发财的两大秘诀/108

第三节 没有眼光就没有一切/111

第四节 霸气与务实的理想主义者/113

第五节 成熟的历练，知进更会退/116

第六节 顾家成就了今天的事业/118

第七节 “红色知本家”的传奇之路/120

附录：“众说纷纭”陈天桥/123



史玉柱征途

第一章 中国“最著名的失败者”踏上新征途

//129

拥有21年游戏经历的史玉柱声称找到了自己的归宿——网络游戏，史玉柱要借一款名为《征途》的游戏涉足网游市场。2006年《征途》正式上线，到2007年已经实现同时在线人数第一。这就是重返IT界的史玉柱给大家的“惊喜”，他回到“老本行”还想当老大。业界看着这个曾经中国“最著名的失败者”一副“王者归来”的架势，开始感到了“紧张”。史玉柱的专注和执著让他能在跌倒后迅速崛起，他的新“征途”又会带来怎样的精彩呢？

第一节 资深玩家找到下半辈子的归宿/130

第二节 网游是最赚钱的行业/132

第三节 史玉柱豪赌《征途》/134

第四节 研发最适合中国玩家的游戏/136

第五节 避开3D，做2D游戏的终结者/138

第六节 一年实现第一，重排网游格局/140

第七节 业内震惊，执著的史玉柱更“可怕”/143

附录：踏上“征途”/146

第二章 15年大起大落，史玉柱的“蹦极”

//147

1989年，史玉柱借来4000元创业，运作巨人汉卡，掘出第一桶金；1993年，巨人公司推出中文手写电脑等多种产品，成为中国第二大民营高科技企业；1995年，史玉柱在《福布斯》中位列第8；1997年，巨人大厦的倒塌，让他成为中国内地“首负”；2000年，史玉柱携脑白金东山再起；2005年，史玉柱推出的网游《征途》开

目录 //5





始内测，两年后该游戏同时在线人数第一，2007年11月，巨人网络在纽约交易所上市，一夜间，巨人网络造就了21个亿万富翁、186个百万和千万富翁……

第一节 创业之前的史玉柱/148

第二节 汉卡时代的巨人梦想/150

第三节 巨人大厦的倒塌/152

第四节 送礼只送脑白金/154

第五节 再战黄金搭档/157

第六节 “资本家”史玉柱/159

第七节 《征途》不改吞钱本色/162

附录：“浮沉”史玉柱/165

第三章 读透消费者，史玉柱成就无所不能的“系统”//167

《征途》不同于保健品，脑白金的营销方式是否适用于网游？史玉柱给出了肯定答案。在众人的质疑声中，史玉柱让《征途》开始了脑白金之路。以人为本，玩家是最好的老师，发掘农村市场，实现“农村包围城市”，集中力量，打开渠道，“恶俗”或者“惊人”，只要广告能让人记住，就是成功……这些似曾相识的招数再次被史玉柱搬出来，结果大获全胜。史玉柱能将一套模式发挥得“无所不能”，核心只有一个：他将消费者研究透了。

第一节 我就是大玩家/168

第二节 玩家是最好的老师/170

第三节 农村包围城市/172

第四节 集中资源，集中发力/175

第五节 渠道很重要/177

第六节 央视的《征途》广告/179

第七节 坚持广告轰炸/181

第八节 把脉网游，细分用户/183

附录：脑白金软文：两颗生物“原子弹”/186

第四章 不按常理出牌，打破规则才能成功

//191

变化多端是史玉柱的特点，他习惯打破规则，不按常理出牌。当收费游戏一统天下之时，史玉柱高举“免费网游”的大旗，破冰而出，当业界纷纷效仿，史玉柱又出人意料地宣布重返收费模式；别人唯恐自己的产品存在政策不允许的地方，史玉柱却大胆地说自己的游戏应该划为“三级”。数次出手，数次令业界行家目瞪口呆，所有网游厂商都被史玉柱的奇招怪式打懵了。大家都晕头转向了，史玉柱却在乐呵呵地数钱。

第一节 跳过成熟模式，主打免费招牌/192

第二节 赚有钱人的钱/194

第三节 极受追捧的游戏“工资”/197

第四节 让玩家从“烧钱”到“烧时间”/199

第五节 《巨人》的“美女”战略/201

第六节 扑朔迷离的《征途》“色情”/204

第七节 变人性的弱点为财富/206

附录：史玉柱的创业总结/209

第五章 做什么都有争议，连还钱都有争议

//213

史玉柱要做网络游戏，要做《征途》，在很多业内人士看来，简直是个笑话：网游市场已被瓜分，3D成为网游潮流，《征途》却偏做2D，研发、运营、管理团队略显稚嫩，史玉柱“半路出家”，做网游没有任何经验……史玉柱在争议中上路，他打破了以往的网游规则，用事实证明了自己。史玉柱在争议中频频出

陈天桥向左 史玉柱向右

招，又在争议中“安静”地挣钱，难怪业内人士最热衷的事是：一边痛骂史玉柱，一边又不忘拿本子记下他的“绝技”。

- 第一节 业内人士称《征途》前景疑云重重/214
- 第二节 韩国的规则不是法律，不是不可打破/215
- 第三节 “我自认是个对道德要求比较高的人”/217
- 第四节 企业不赢利是最大的不道德/219
- 第五节 要用上市证明网游《征途》的成功/221
- 附录：对道德的回应/224

第六章 “邪派高手”史玉柱，世上有谁能出其右 //227

史玉柱在商界频出“怪招”，他的瞬间反应能力、决断能力和思维突破能力都高人一等。敢于冒险，勇于开拓，“史大胆”史玉柱的创业史简直就是一个冒险故事。面对诱惑，十年前史玉柱栽了，十年后他没有让历史重演。偏执、坚韧的史玉柱，奉行的是“实用至上、执行第一、标准程序化、破坏性创新”的商业思想。当他穿着一身白色运动装出现在正式场合时，越来越注重精神追求和人文关怀的“邪派高手”史玉柱看起来却像个知识分子。

- 第一节 史玉柱的“地头力”/228
- 第二节 冒险者生存/230
- 第三节 做企业最大的考验是能不能抵制诱惑/233
- 第四节 偏执和坚韧/236
- 第五节 史玉柱到底有没有商业思想/238
- 第六节 一个知识分子的传奇人生/240
- 附录：“众说纷纭”史玉柱/244

陈天桥向左
史玉柱向右



2004年8月10日，盛大网络在美国纳斯达克上市，年仅31岁的陈天桥拥有90亿人民币，一跃成为中国首富，上演了中国商业史上的传奇。

说是传奇，并非没有可复制之处。美国东部时间2008年12月1日，盛大公布了2008年第三季度财务报告。报告显示，该季度净营业收入创下历史新高，达到9.37亿元人民币（1.37亿美元）。这个数据将主要对手巨人、网易甩在身后。陈天桥表示：“公司核心战略的坚定实施使公司的各项业务保持了良好的增长势头。即使全球经济面临低潮，我们仍将致力于提供更加多元化的内容，增强服务，从而更好地提升用户的体验，推动行业的发展。”

一语揭示了陈天桥保留传奇的秘密武器：多元化。经过多年的市场培育，中国网游市场已经进入了细分的多元化市场，角色扮演类、休闲游戏类、即时战略类、模拟经营类等不同形式的游戏服务将在长时间内并重发展，这需要企业在多元化中追求多重变化，在多变中寻求自身的突变，而这个突变，就是要走多元化合作发展路线。

领航中国网游多年的陈天桥深谙此道，在他眼里，网游只是一个点，游戏来源于文学，而文学则来源于作品。如果把这个产业链做好，就更能夯实盛大自身的游戏基础实力。基于此，陈天桥在2008年7月正式成立了盛大文学公司。由此，盛大游戏、盛大在线和盛大文学三部分组成的多元化盛大逐渐形成，“企业集团化，事业部企业化，项目部创业化”的企业新战略逐渐显现成效。

陈天桥是一个精明的人，他总能想到别人还没来得及想到的地方。陈天桥不但要吃肉，肉汤他也不准备给他人留下。多元化的发展让盛大注重以攻为守，当他的攻击四面开花时，防御更细节化，让对手感觉无从下手。

在自身多元化发展的同时，陈天桥始终专注于原创网络游戏的研究及客户的感受。“满足用户的需求”一直都是盛大的服务标准。在扶持原创网游的过程中，用户的新需求不断被挖掘出来，由此，盛大

不断推出新的游戏内容和服务，其自身的竞争力得到迅速加强。

陈天桥为人谨慎，精于计算，喜欢全局的控制感。他既注重全局的平衡，又能缜密计算每个细节。从盛大开始运营《传奇》开始，焦虑就从未离开过他。陈天桥时时都在提防对手的进攻，稍有不慎就有致命危险。用他自己的话说，“盛大是从最初的每天都可能倒闭，到每周都可能倒闭，到每月都可能倒闭，终于走到今天的每年都可能倒闭”。正是有了这样的危机意识，在对手出招之前，陈天桥的防守其实早已布置妥当，因此盛大总能一次次转危为安。

网络游戏从来都不是陈天桥的终极目标，他希望能打造出一个跨媒体、跨终端的超级互动娱乐平台。在这个平台上，用户不仅可以在电脑、手机上，甚至在电视上也能享受盛大提供的各种产品与服务。陈天桥以网络游戏起家，他比任何人都要了解网游产业的短处，做大平台也许是他防御攻击的最强武器。

经过几年历练，现在的陈天桥总给人一种“绵里藏针”的感觉。陈天桥自己也说“盛大不断走向成熟，对自己的信心也越来越足”。这样的话语，谦虚中透着骄傲。年轻的陈天桥曾经靠着闯劲创造了发展奇迹；成熟后的陈天桥更懂得如何在对手面前发力，未来的他将会再创造什么样的传奇呢？让我们拭目以待。

陈天桥向左

史玉柱向右

