



经典
实战版

思路决定出路

丁磊PK朱骏：魔兽之争背后的商业生存秘密

——> 做有思路的创始人，跟有思路的老板！ <——

PK

SILU JUEDING CHULU

——> 郭海东◎著 <——

不谋全局者，不足以谋一域；不谋万世者，不足以谋一时
—— 创始人的思路决定企业的出路 ——

动作可以慢，但战略一定要正确，看准了再跟上去，这样风险比较小，这样别人犯过的错误就不会再犯。

—— 丁磊

拿下（《魔兽世界》）代理权的时候，我们赚了1.3亿美金，之后，我把一部分股份卖给EA公司又赚了1.7亿美金，魔兽游戏100万用户同时在线又赚了一个多亿美金。现在九城抛掉魔兽，不做了，按照合同，我也还是会赚到一笔钱。

—— 朱骏

北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

万卷出版公司

思路决定出路

丁磊PK朱骏：魔兽之争背后的商业生存秘密


做有思路的创始人，跟有思路的老板！



经典实战版

郭海东/著

北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

 万卷出版公司

© 郭海东 2009

图书在版编目(CIP)数据

思路决定出路/郭海东著. —沈阳: 万卷出版公司,
2009. 10
ISBN 978-7-5470-0339-8

I. 思… II. 郭… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 185180 号

出版发行: 北方联合出版传媒(集团)股份有限公司
万卷出版公司
(地址:沈阳市和平区十一纬路 29 号 邮编:110003)

印刷者: 廊坊市兰新雅彩印有限公司

经销者: 全国新华书店

幅面尺寸: 166mm × 235mm

字数: 180 千字

印张: 12.5

出版时间: 2009 年 11 月第 1 版

印刷时间: 2009 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑: 赵旭

特约策划: 俞根勇

装帧设计: 灵拓传媒

ISBN 978-7-5470-0339-8

定 价: 25.00 元

联系电话: 024—23284090

邮购热线: 024—23284050

传 真: 024—23284448

E-mail: vpc_tougao@163.com

网 址: <http://www.chinavpc.com>



前言

“话说天下大势，分久必合，合久必分。”想必大家都知道这是我国经典长篇小说《三国演义》的第一句吧。而这一句经典台词用到这里，我想也是很贴切的。中国网络游戏一转眼已经走过了十个风风雨雨的年头了，而在这说长不长说短也不短的年头里，中国网络游戏可以说发生了翻天覆地的变化。

追溯到 20 世纪的最后一年，当网络游戏这个新鲜名词出现在中国互联网上，很多网民都还一头雾水，不知道这是一个什么东西，很少有人去关注去了解，而网络游戏就像一个爹不亲娘不爱的小孩子，蜷缩在互联网的角落里，缩成一团，默默地期待着哪天有人能发现它的价值，让它一鸣惊人，风靡互联网。

大部分人都很难想象到这一点，网络游戏犹如雨后春笋般地在 21 世纪开头的几年迅速发展起来了，伴随着网络游戏的快速发展，相关产业网络游戏制造商、网络游戏运营商、代理商也就应运而生，而这时网络游戏在中国互联网上的基本体系和框架也就形成了，网络游戏终于形成了一个属于自己的区域，可以使自己大展手脚的天地。

很难解释游戏为何如此吸引人，可能是人类的天性吧，游戏这个东西很少有人不喜欢，而大家在厌倦了和智能对战的枯燥后，网络游戏就出现在了人们面前，新颖的玩法、玩家的互动都深深吸引了一大批人投入这个新兴的游戏行列中来，而网络游戏产业也悄然变成互联网上一个遍地是金子的产业了。

有人说中国网络游戏发展速度之快世界上无人可比，也有人说中国网络游戏远落后于世界先进水平。其实这两种说法并不冲突，发展速度快是

因为我们起点低,所以少走弯路直奔主题;而落后世界先进水平也是事实,技术、创意和运营手段等方面的差距是很明显的,这是不得不承认的。然而虽然我们落后,但是很多人都不甘落后,奋起直追,学习国外先进技术,引领国内的游戏企业走出了自己的道路,在一定程度上和国外在游戏市场上分庭抗礼,争夺市场。

虽然现在国内市场还是国外游戏占据着主导地位,《魔兽世界》等游戏风靡网络,而《魔兽世界》的代理权转会在在中国网游市场引起的轩然大波我们也应该重视起来,这是一个相当危险的信号,我们的市场不能让国外公司和产品控制起来。然而我们的游戏公司和游戏不能光靠政策的保护和维持,而要自强,锻炼自己的核心竞争力,这样才能“御敌国门之外”,掌握市场主动权。

“忽如一夜春风来,千树万树梨花开。”中国网络游戏的发展,必须靠自己的努力和创新,面对日益强劲的国外压力,我们必须武装自己,俗话说得好,“肥水不流外人田”,中国游戏市场的钱还是自己赚的好,总不能便宜了外人。要做到这点,就必须要求国内网络游戏企业要加快成长步伐,迅速强大起来,成为一方霸主。这样才能使得中国网络游戏占据中国市场,这样才有可能冲出中国,走向世界!

“冲出中国,走向世界!”这话说起来简单,做起来却是难以想象的艰难。“冲出中国,走向世界!”对于更多的企业来说似乎也有些遥远。现实的问题是该如何让企业逐步地发展壮大起来。

那么,一个企业怎样才能发展壮大呢?

时下流行这样一句话——“思路决定出路”,企业的发展也是同样的道理。一个企业从创立的那天起,它的经营、发展状况都跟创业者的经营思路有着最直接的关系。在当今这个竞争异常激烈的时代里,企业要想在竞争中立于不败之地,仅靠不舍昼夜的埋头苦干精神是绝对不够的。这更需要企业经营者的智慧。只有想到了才可能做到,如果连想都想不到,那么就只有跟在别人屁股后面走的份了。如果一个企业没有卓尔不群的大智慧做指导,那么也必将无法创造出卓尔不群的大业绩。可见,企业经营者的思路对企业的发展起着决定性的作用。

对于那些准备创业和正在创业的人,请牢记这句话——创始人的思路决定你的出路。



目录

前 言	1
第一章 创始人首先要了解行业大势	1
第一节 创业首先要了解行业大势——话说中国网游现状	1
第二节 把握好时机和市场环境——暴雪正式进军中国	7
第三节 企业发展,创始人是关键——从“九城”创始人朱骏说起	12
第四节 企业影响行业——从网易谈判“星际争霸2”,看游戏的未来	17
第二章 “魔兽”代理第一次争夺战	25
第一节 核心竞争力的确定是创始人的事——得“魔兽”者得天下	25
第二节 抓住企业的利润来源——看“九城”不惜血本,攥牢“魔兽”	30
第三节 利益是个好东西——“暴雪”“九城”联姻	34
第四节 企业间没有真正的朋友——九城 VS 网易,博弈战开始打响	37
第三章 “九城”统治下的魔兽世界	41
第一节 失误可以有,但不要致命的——九城服务器之忧	41
第二节 真正的上帝——霸王条款何其多,玩家怨声载道	45
第三节 失民心者失天下——九城“殇”魔兽,玩家免惶惶	49
第四节 时刻都是危险的——失去魔兽,九城“钱途”何在	54
第四章 没有永远的敌人	58
第一节 不要当别人的战利品——“网易”“九城”自相残杀,谁是背后渔翁?	58

第二节	基业长青的基因——“九城”绝地反击，“暴雪”融化在夏季？	63
第三节	只有一种逮住老鼠的猫——“暴雪”“网易”握手言和	68
第四节	内核是重要的——魔兽“改嫁”网易成就网游新格局	72
第五章	生于忧患，死于安乐	78
第一节	下一站——回顾九城，展望网易	78
第二节	战略布局是命根——网易：我们不用九城的二手服务器	84
第三节	改比死好——弊端众多，玩家纷纷叫苦	91
第四节	没有危险是最大的危险——天下虽安，忘战必危	96
第六章	创始人如何决定企业走向	104
第一节	风险永远是和利益正相关的 ——暴雪为何宁可冒风险也非要中断九城代理魔兽？	104
第二节	不要忘记自己的身份——“暴雪”的暴利梦还能做多久？	110
第三节	舵手的作用——“九城”的后魔兽时代	116
第四节	拿什么托付给你——“网易”拿下“魔兽”代理权能否笑到最后？	124
第五节	创始人决定企业未来——中国网游市场究竟谁主沉浮？	131
第七章	鸡蛋放同一个篮子里？	138
第一节	真正的赢家只有一个——“魔兽世界”到底让谁成了“魔兽”？	138
第二节	羊毛不会出在牛身上——玩家承受“战争”费用	145
第三节	放在一起总是危险的	150
第四节	内容渠道之争	156
第五节	创新是唯一的出路	162
第八章	走自己的路，做擅长的事	170
第一节	“魔兽代理之争”让我们学到了什么？	170
第二节	路是走出来的	177
第三节	雅虎与阿里巴巴联姻，谁壮大了谁？	183
第四节	创新、整合与协作——中国企业未来发展之路	190

第一章 创始人首先要了解行业大势

导语：如果我们的战略是面向社区开一个杂货店，那么，我们就只能赚一个社区的钱；如果我们的战略是面向全市开一个零售店，那么，我们就可以赚一个城市的钱；以此类推，如果我们的战略是面向全世界的市场，那么，我们就可以赚全世界人民的钱。

第一节 创业首先要了解行业大势

——话说中国网游现状

21 世纪的到来，国内外科技经济的发展突飞猛进。而中国互联网也在这发展的大潮里，迅速成长了起来。网民人数与日俱增，而网络游戏作为网上娱乐方式，越来越受到各年龄层网民的欢迎和追捧，而不玩网络游戏的人很可能被周围朋友笑落伍。作为一个新生的产业，网络游戏持续热门起来了。

作为新的休闲娱乐方式的网络游戏，越来越受到网民的关注和青睐，并且作为新兴产业网络游戏也有着其独特的自身发展规律和轨道。国内网

游市场发展现状也具有很独特的特点。

作为网络游戏的发展，是与网络和计算机软硬件的发展分不开的，只有后者有好的发展才能更好地促进网络游戏的进一步提升和发展。因为一方面，网络游戏无论是从开发阶段还是到运行阶段，对其所依靠的计算机的配置要求很高。最重要的是游戏开发阶段所使用的设备一般都是配置极高的、带有很先进的图形加速器的工作站，而且对运行游戏的服务器来说也有相当高的要求，否则肯定无法应付游戏上市后众多玩家使用时所产生的巨大负荷。而在另一方面，作为网络游戏的消费者，玩家同时也要及时地更新自己的电脑，以便更好地享受游戏所带来的乐趣。游戏画面和效果越来越华丽，功能越来越强大。所以，在计算机方面，基本没有影响网络游戏发展的问题。

国内网络游戏的发展从这几年来看，作为行业的主力军，游戏开发商的创新开发能力已经到了一定的瓶颈期，其结果在市场上反映出来的情况就是本土的游戏产品很难和国外产品进行较量和竞争，一直处于下风状态。所以市场上一有新的网游产品上市，大家很自然就想到了是国外产品中国代理。当然，这和我国目前网络游戏市场的运营模式有着很大的关联，国外产品在市场上占据主导地位，严重制约着国内网游产品的开发和市场占有率。就拿我们的近邻韩国来说，韩国目前有近一千家开发商，我们在数量上就相差甚远。而且制作水平和国外相差不多的就更是寥寥数家，在质量上相比差距就更是明显了。

对于网络游戏的内容来说，主题一般有三种材料来源，一种是对流传已久的神话、志怪小说和文学素材进行加工和改造；第二种是用想象虚构一个全新的故事结构，也就是天马行空地想象出全部游戏里的框架场景，没有任何历史根据可查，纯粹是一个幻想出来的游戏世界；第三种就是竞技类游戏，把流行全球的运动制作成游戏，让玩家身临其境地去体验。以现在市场上正在运营的网络游戏为例，第一种游戏内容目前是我国游戏生产厂商的不二之选。由此及彼可以想到，把我国浩如烟海的神话、经典文

学作品通过夸张的想象进行加工和改编，用另一种角度把大家了解、熟悉的故事镶嵌在游戏中，这样的方式让广大玩家在熟悉故事主题的同时也体验到新鲜感和不一样的感觉。所以，从网络游戏材料挑选的方面来看，我国发展网络游戏的条件是相当的优越，但是要看如何去发掘了。

而对于第二种故事结构的游戏制作方式，欧美在这方面已经抢占先机，占尽优势，并且欧美方面不仅电脑技术处于领先地位，相比之下在创意方面也比我们想得多一些，能够放飞思维，没有约束地创造网游主题。创意思维方面的不足取决于东西方文化和历史的差异，并不是创作人员的能力差异，所以从创意思维这方面来说国内外游戏厂商还是有一较高下的机会。因此国内游戏厂商要在这方面有所突破的话，就必须甩掉约束，抛开固有思维，用创意去打动广大玩家，冲出一条路来。用创意思维来配合游戏制作水平的提升，探索出一条适合本土网游走的道路，与国外网游产品一争高下。

第三种竞技类游戏是我国本土网络游戏的拿手强项，我国有着丰富多彩的群众竞技类游戏，在人们的日常生活中有着很大的影响力。联众世界在这方面就做得很是成功，他将人们平时面对面的游戏移植到了互联网上，让天南海北的人们在一起打牌、下棋，轻松娱乐益智其乐无穷。竞技类的游戏不在意情节或者发展的过程，结果和实际操作时的斗智斗勇，是这类游戏的两大主要关注点。和前两者游戏内容对比来说，竞技类游戏容易上手，适合各个年龄阶段的玩家，并且带有很强的益智因素，所以深受广大玩家的喜爱。

从客观的角度说，国外的网络游戏产业的发展历史要比中国早些年，而且在技术水平以及研发网络游戏的观念上面也要比国内先进许多，就拿暴雪公司出品的《魔兽世界》来说，我想其每个忠实玩家都能随口说出它许多的优点。游戏里有着宏大的历史背景，甚至详细到每个任务都是它历史的一部分。而且游戏的画面制作精良，每个小细节都考虑得很周到，可以说是达到了尽善尽美的地步。毕竟这个游戏花费了暴雪四年的时间来开

发和完善。《魔兽世界》讲究操作，制作精良，职业平衡等优点数不胜数，可以称得上是一款相当经典的网络游戏。而作为国内的网游厂商往往急功近利者占据了大半，总是认为花费太多时间在游戏的开发上是浪费，总是觉得差不多了就急火火地推向市场，但在经过玩家的检测时就显露很多问题，做得不完善的地方太多了，市场反映肯定不好。这样反而更加浪费了金钱，浪费了时间，还出力不讨好，没有好的效果和收益。网游企业制作游戏是个慢工出细活的过程，将一个游戏做得尽善尽美才有可能长久保持它的生命力，才能在激烈的市场竞争中站住脚，才能从中有所收获。

目前，就中国网络游戏市场现有的经营模式可以分为四部分，即游戏生产商、游戏代理商、游戏销售商和终端用户，还有些人认为应该也加入游戏硬件提供商、互联网运营商、网络游戏媒体这三大块。

在这个巨大的产业链条中，首当其冲获利最大的就是电信运营商。从三大门户网站上的调查可以发现，网民用于阅读新闻时事浏览网页基本上不会超过两个小时，而玩游戏，最少要用三至四个小时。而网络游戏每增加一块钱的收入，电信运营商就能增加六倍的附加收入。

而后，计算机硬件经销商正在利用网络游戏业获得新的销售增长点，获得更大的利润增长空间。因为网络游戏对计算机的硬件要求较高，所以玩家为了体验游戏带来的无限乐趣，会更容易投入资金来更新自己的计算机设备，从而更加符合游戏的要求。

网络游戏运营商是处于这个产业链条中心的关键位置，网络游戏所需要的是运营商不间断为玩家提供服务，由此运营商就成了这个产业链的中心点，其他链条上所有的环节都直接和他发生关系。例如游戏开发商、渠道销售商、用户都围绕在运营商的身边。就目前市场来看，一直保持超过二十万人同时在线的游戏运营商只有盛大、网易和九城三家游戏运营代理商，这个市场依然有很大的潜力以供进一步的挖掘和开发，还有很大的空间来培养多个优秀的网络游戏运营商，新浪、搜狐等也都早已盯住了这块有很大吸引力并且利润丰厚的市场。

作为新兴的产业，网络游戏所带来的利益增长点，随着其自身的发展，也进一步地带动其周边产业的快速发展和利润增长速度。这个方面欧美和日本发展得相当成熟，许多游戏中的形象也早已产品化和市场化。

而在中国，这方面还在刚刚起步的阶段。中国邮政历史上第一本网络游戏套册——《传奇世界》珍藏版邮票套册于2003年5月28日在全国同步上市。受到游戏爱好者的大力支持和追捧。在外界看来红火的网络游戏所拥有的绝对不止这些拥护者，其攫取利益的手已经伸向服饰、纪念品、文化出版传媒等领域，游戏带领着周边产品的发展已经深入人心。在这方面做得比较出色的腾讯公司就充分利用自身优势，开发围绕自身的游戏周边产品，在服饰、游戏公仔、饰品挂件等方面有着巨大的收获。而盛大在这个方面也有着很早的开发，2002年，一本《传奇官方宝典》让盛大打开了出版业的市场，获得了不俗的市场反响和影响力。

在这个网络游戏迅猛发展的今天，如何利用游戏产业的影响力，打开市场，占领市场已经是每个游戏运营商要仔细思考的问题和要解决的头等大事。

虽然2009年全球经济受金融危机影响，但网络游戏却呈现异常坚挺的增长趋势，而这种情况正是网络游戏低廉的性价比占据了上风的结果。据不完全统计，目前中国网游玩家数量已突破5500万，付费用户达80%以上，整体呈现高增长态势。网游玩家数量不断上涨，说明了越来越多的人都喜欢在虚拟世界里驰骋纵横，还有很大一部分人，每天有固定的时间去玩游戏，每月为游戏花费的金钱不是个小数目，而游戏已经成为生活中的一部分，和吃饭睡觉一样，成为每天必做的事情。

为什么网络游戏有如此之大的吸引力？也许很多人都说不清，只知道自己很喜欢去玩，好像控制不住一样。而我认为这里面最重要的原因有两点：一方面在网络游戏这个虚拟的世界里，人们往往能够忘记现实中的自己，而去扮演另一个“自己”心仪的角色，不用顾忌现实生活中的种种限制和顾虑。另一方面，好奇心理支配着大部分玩家，希望体验新鲜事物，

了解未知世界。在游戏过程中，玩家可以从中不断地获得由升级带来的快感和满足感。网络游戏成了众多玩家缓解压力和体验刺激的主要手段。

现如今在网络游戏铺天盖地的宣传和推广攻势下，甚至已经潜移默化地影响了一代年轻人的娱乐方式，一步一步地取代了原来传统的娱乐方式，成为年轻人群里时尚的谈话语题。

任何事物总会带来双面作用。有它有利的方面，伴随而生的就有它不利的方面。目前网络市场发展迅速，规模越来越庞大，玩家人数不断增加，面对这种情况最高兴的莫过于网络游戏运营商和那些能从中获取利润的相关产业。但也正是网游玩家的不断增多，问题也随之与日俱增。

从“3·15消费投诉网”上面的数据显示，随着玩家维权意识的不断增强，2008年，与网络游戏相关的投诉高达44227宗，比2007年增加了467.7%。调查显示，消费者对网游的投诉主要包括所玩网络游戏的服务器质量差、游戏频繁停机掉线、黑客盗号、长时间维护无法登录等几大常见问题，其中有部分玩家对账号物品丢失无法追回、网游运营商客户服务人员态度恶劣、被不明原因擅自封停账号等感到不满。

产生这些问题的原因有各方面，但是导致网络游戏消费维权困难的原因却主要有三方面：一是网游市场发展还不成熟；二是与之相关的互联网法律监管制度还不完善；三是游戏玩家还是普遍缺乏维权意识。很多情况是玩家在权益受到伤害时，大部分不知道如何维护自己的正当权益。

再者，据有关资料显示，我国二十二岁以下的网络游戏用户占到了总体的52.5%；专科及以下学历网络游戏用户占到了整体的77.1%；无收入群体占到三成，而有收入的用户群体也主要集中在一千零一到两千元收入区间。因此，“三低现象”即低龄化、低学历、低收入是我国网络游戏用户的明显特点。在国内的一些舆论看来，网络游戏难登大雅之堂，主要是由于其低门槛的进入标准和容易对自制力较差的青少年造成危害，很多青少年沉迷于网络游戏之中无法自拔，严重影响身心健康和学业发展。而且在年长的一代人看来，玩网络游戏是不务正业的表现，还有对青少年沉

迷现象的深恶痛绝，致使很多父母对于自己的孩子玩网络游戏是坚决制止。而且很多关于网络游戏的负面报道使得很多人视其为洪水猛兽，从而坚决抵制。也给网络游戏的发展造成了一定的阻碍作用。

从目前网游市场偏低端的用户结构来看，不仅对市场长远发展造成了不良的影响，而且同时对网游市场的监督管理提出了更高的要求。低龄化、低学历的用户群体普遍有着缺乏行为约束力的表现，从而会更容易受到外界影响阻碍自身的发展，而以构造虚拟世界的网络游戏产品，对他们产生的影响会尤为持久和明显。

由此说来，面对我国网络游戏市场的现状，用“几多欢喜几多愁”来形容，在我看来最为贴切不过。

第二节 把握好时机和市场环境

——暴雪正式进军中国

众所周知，暴雪公司作为世界上最优秀的游戏制作公司之一，其出品的多款经典单机游戏受到中国玩家的大力追捧，在中国声名大噪，忠实追随者与日俱增。2005年4月26日正式与九城展开合作，九城取得暴雪公司出品的全球瞩目的网络游戏《魔兽世界》中国大陆代理权，暴雪公司强势登陆中国市场。

暴雪娱乐公司是全球最具影响力的娱乐软件开发商和发行商。自从1994年“暴雪”品牌正式创立以来，公司迅速成长为全球最受欢迎的电脑游戏开发商。通过强调精益求精的游戏设计和其乐无穷的娱乐体验，暴雪公司一直享有无与伦比的口碑和市场好评。暴雪娱乐在十多年时间中不断推出一款又一款“最畅销游戏”，凭借《魔兽世界》、《魔兽争霸三：混乱之治》、《暗黑破坏神二》和《星际争霸》等一系列震撼作品，连续获得多项“年度游戏大奖”。在全球有数百万痴迷于暴雪的忠实玩家，为其不断

发展和壮大提供了坚实的基础。使暴雪在近几年来一直占据游戏制造商的领先地位，而其每一个动作都能够引起业界和广大玩家的热烈关注。暴雪这个名字可以说是炙手可热的一块“金字招牌”。

2004年4月28日，广大玩家经过了千呼万唤的等待，暴雪公司倾力制作、耗资巨大、历时四年的《魔兽世界》终于完成了。继北美、欧洲、韩国之后，正式开始在中国开始限量公开测试，这也就意味着，由维旺迪旗下暴雪公司开发的，第九城市担任中国大陆代理的《魔兽世界》中文版的准备工作已经完成，这款游戏即将在中国上市。

作为《魔兽世界》的中国唯一代理商，第九城市用“一个世界在等待……”这样一句话诠释了国内广大玩家对《魔兽世界》的期望和期盼。事实上，从另一个方面，也表达了第九城市对这款游戏寄予了很大的希望。

从网络媒体和平面媒体都可以轻松了解到，《魔兽世界》在全球各地的运营都取得了空前的成功，一举成为全球最热门的网络游戏之一。2004年11月23日，《魔兽世界》正式在北美开服运营，就在运营第一天就有了超过二十万个注册账号，让暴雪不得不在一天之内连开三十四组服务器，才能满足蜂拥而至的玩家的需求，避免了服务器爆满而产生的问题。

确实，从九城的厚望，以及暴雪公司总裁布鲁斯·海克的亲临上海的重视，这两件事情上就可以看出些许端倪，《魔兽世界》的登陆必将对中国网络游戏市场的现有格局产生巨大影响。

从以上情况可以看出，《魔兽世界》的面世，将会对国内网络游戏产生巨大冲击。随着《魔兽世界》的上市，国内其他网游运营商将会和他们旗下代理的网络游戏与之来一场激烈的面对面的网游竞争大战。而已经在美国纳斯达克上市的第九城市将有可能凭借《魔兽世界》与中国网游运营界的老牌强者一决高下。

对于中国网络游戏的现有格局，有可能要面临重新洗牌的危险局面。而作为目前中国网游市场的老大盛大来说，第九城市签下《魔兽世界》的

代理，将会对其领军的网游市场带来较大冲击。而盛大还陷在收购新浪股票的谈判之中，暂时无法脱身拿出应对的办法来。因此，在这样的局面下，甚至有人将《魔兽世界》戏称为盛大“杀手”。

“我们认为市场接受度大大出乎了我们的意料。在北美，去年11月推出以来，已经卖出了七十五万套，这个数字是我们预期数字的两倍。在欧洲，两周前的一个周五，一天卖出的总量差不多达到原来欧洲整个市场的数额。”布鲁斯·海克描述了《魔兽世界》在欧美的火暴程度。

正是因为如此火暴全球的市场反响，在中国大陆代理权还尚未尘埃落定的时候，围绕着《魔兽世界》中国大陆运营权，包括盛大、网易在内的多家大公司也都曾展开过激烈的争夺，出人意料的是九城在重重包围的情况下，顺利突围而出。第九城市费出九牛二虎之力拿下运营权后，作为除盛大外唯一在纳斯达克上市的国内网游公司，第九城市也对这款能在2005年威胁盛大网游老大地位的撒手铜寄予了极大希望。

对于中国的网络游戏市场，暴雪公司总裁布鲁斯·海克毫不掩饰充满了期待之情。“中国的网游市场如此之大，如此复杂，将是北美市场和欧洲市场的几倍。”“中国是网络游戏最大的一个市场，中国的市场也代表着暴雪未来发展的方向。”布鲁斯·海克话语之中丝毫不吝啬对中国网游市场的看好。

布鲁斯·海克坦言，自己将会亲自到上海的网吧去体会一下中国玩家的乐趣。显然，虽然盛大、网易等公司已经占据了中国网游市场不容忽视的一席之地，但是在布鲁斯·海克眼中，这里仍然是有极大开发潜力的市场。

尽管对《魔兽世界》将会对中国网络游戏市场所引起的影响持保守态度，但是布鲁斯·海克在中国市场的投资方面上却没有停止脚步。

“我对中国市场的业务发展情况感到非常的满意。我们是游戏的提供者、制作者，而第九城市是负责在游戏和客户之间搭建非良好合作关系的运营者。如果有人问我们是否会追加投资，我的回答是肯定的，中国网络

游戏未来的市场上将会有我们源源不断提供的、更多高质量的、一流的产品。”

布鲁斯·海克表示，暴雪公司追加对中国市场的投资将是毫无疑问的，这对暴雪也是个很好的发展机遇。而中国玩家数量众多并且非常成熟，正是吸引其进入中国市场的最主要原因。

而且除了网络游戏，暴雪公司也看上了中国游戏的周边市场。鉴于整个网络游戏产业之中，会产生与游戏相关的一些周边产业，如出版物越来越受到重视，暴雪公司必然会将触角伸向这些相关地带。

布鲁斯·海克称，目前暴雪就在积极考虑和筹备关于《魔兽世界》出版物的计划，并要在不久的将来在出版方面做一些推广活动；而且除了出版物，暴雪也在考虑将在中国架设 battle-net（单机游戏战网）的计划。

另外布鲁斯·海克还透露，目前其公司还将对大量已开发的游戏进行电视版本的改造，如《星际争霸》、《魔兽争霸》、《魔兽世界》等，并会在接下来的时间里计划要开发一些全新的、适合电视和个人电脑的游戏。在未来的几年内，暴雪公司将继续不断地在中国市场上推出新的产品，其中网络游戏和电脑游戏将是其中的重头戏。

暴雪公司总裁布鲁斯·海克对中国市场的覬覦显然是有根有据的。根据我国信息产业部发布的《2004 年度中国游戏产业年报》显示，近年来，中国网游产业迅速发展，2004 年中国网络游戏市场价值达二十四点七亿元人民币，比上年增长 47.9%，并且预计 2009 年中国网络游戏市场价值将达到一百零九点六亿元。套用布鲁斯·海克的话来说则是，仅仅是中国网络游戏玩家的数量已经让他们十分震惊了。

布鲁斯·海克称，2004 年北美网络玩家的数量，就是网上注册用户为一百八十万至两百万，欧洲大约在一百万左右，而中国市场在 2004 年已经达到一千九百万。到 2005 年，有理由相信玩家数量将会有 20% 的增长，增加到两千二百万至两千三百万，这个数字差不多是北美的十倍，欧洲的二十倍，中国的网络游戏市场有巨大的开发潜力。