

案例 86：盛大网络游戏：开创盛大模式

中国的网络游戏市场从 1998 年开始起步以来，一直鲜有赢利的先例。

1999 年 11 月成立、2001 年 3 月才进军网络游戏市场的上海盛大网络有限公司改变了这种局面。2001 年 7 月盛大代理了一款韩国游戏《传奇》，2002 年凭借《传奇》的出色表现，上海盛大年营业收入达到 4 亿元，占据网络游戏市场份额高达 40% 以上。

盛大通过一款韩国游戏《传奇》实现了奇迹，但让盛大获得成功的绝不仅仅是游戏本身，在实现奇迹的过程中，盛大独创的营销模式功不可没——这种模式已被称为盛大模式。

盛大通过代理开发商的软件，快速获得了质量相对优良的产品；通过向游戏玩家收费，找到了以往网络游戏依靠网络广告、电信分成等赢利模式之外的新赢利模式，这种直接面向终端消费者的模式，无疑更为稳定可靠；通过渠道扁平化，盛大提高了销售终端的覆盖率和控制力度；盛大还向传统行业学习，通过向游戏玩家提供优质的售后服务，从而让玩家建立起忠诚度。

2003 年只用了 5 个月就实现了 2.7 亿元营收，而盛大网络代理的《泡泡堂》、自主开发的《传奇世界》都获得了极大的成功。2003 年 9 月，盛大同时在线用户突破 100 万。显然，盛大奇迹还将继续下去。