

武大MBA维军：电玩连锁连到哪玩到哪 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/158/2021_2022__E6_AD_A6_E5_A4_A7MBA_E7_c70_158842.htm 时针已指向零点，这里却依然热闹非凡。姑娘摇着婀娜身段，敲击鼓点，笑逐颜开；小伙子端着“机枪”，连扣扳机，“敌人”应声而倒；还有人专注投篮，百投不厌……在万达广场一楼的娱乐空间，老板维军笑眯眯地说，每到周末人更多，挤都挤不动。2003年电玩行业已日薄西山，他却高调介入，成为全国“电玩连锁第一人”。两年下来他不但在本土迅速立稳，更冲出湖北，在杭州、哈尔滨开出3家连锁店，而按今年的开店计划表，他又在北京等五六个大城市地图上画了圈。每开一个店的投资，大约在500万元左右。但资金并不是维军担心的瓶颈，“愿意投资的外来资金，排着队呢！”玩玩闹闹的电玩娱乐，竟可玩出这么大的产业？

路边摊打败绅士台球 300万血本无归
来源：www.examda.com 在外贸企业工作多年的维军，下海在老本行内挖到人生的第一桶金。他是个台球爱好者，但找不到一个高档次的下杆之地。维军就想：台球行业不成规模，如能建成高档豪华的台球娱乐室，应能将行业需求全部归于自己旗帜下。起源于英国的台球运动，本来就是高雅和健康的绅士运动，他要让这项运动回归本来面目。“行业规矩，要由我来定！”维军野心勃勃。1996年，他和几个志同道合的朋友筹资300万元，在大智门火车站附近开了家“中英台球馆”。高档地毯，两万多一张的进口球桌，员工中专以上学历，服务精细，定价当然也很高，一小时28元，创下武汉台球室天价，消费一次，没有100元下不来。起初很多人来尝新

，生意还不错，但后来每况愈下，最终只剩一些“铁杆”爱好者光顾，70多张台位每天八成蒙灰。维军反思，自己总想定位在市场最前端，而台球运动进入中国后，已经异化成普通的群众运动，五毛一盘的路边球摊，最受欢迎。自己固守高端，无异缘木求鱼。1998年夏天，维军不得不结束经营，将店面挥泪甩卖，300万元所剩无几。说是“挥泪”，其实只是调侃。虽说亏了300万元，维军心态尚好。“我比较认命，相信自己是个做生意的材料。胜败乃商家常事，而东山再起，定会有时。”

行业谷地遍撒黄金来源：www.examda.com

生意受挫后的维军，1999年考上了武汉大学MBA，积聚力量。同时，他开了家小型电脑公司。周末要上课，平时白天谈生意，晚上学习。维军又是班上年龄最大的学生，还担任班长一职，考试成绩肯定不能差，但工作又十分繁忙，睡觉对于当时的他来说是一件很幸福的事情。读完MBA课程，维军去上海一个外资IT公司任高级管理人员。其间，认识了很多IT界朋友，其中包括游戏机产业上端资源，即设备提供商。出差在香港时，朋友满怀神秘地说，要带他去个“好玩的地方”。到了目的地，他却发现只是个游戏机城。但其中的热闹程度，让他大跌眼镜。“为什么内地的电玩市场奄奄一息呢？”内地的电玩市场，是个没落的市场。机器老旧，让它失去了市场吸引力，老板们偷偷地让游戏涉赌、涉黄以吸引顾客，并容纳未成年人，但这样又遭到监管部门封杀，在社会上也声名狼藉，陷入极度萎缩的局面。而香港、台湾等地的市场，将电玩发展成健康的娱乐项目，这让维军大受启发，能否逆势而上，进军电玩产业？或许行业的低潮，反而是市场契机？这个行业，经历了太灰暗的低潮时期，当投资者来

到时，设备供应商十分愕然：“市场这么差，你还敢投资？”2003年，维军找到广东番禺一个模拟机的老板，他过去业绩在国内首屈一指，但2000年后受国家限制，业绩变差。维军对他说，社会对娱乐产业有需求，电玩服务商不能缺席，他准备发展绿色电玩。听罢他的分析，这名供应商十分振奋，立刻表态：我先免费给你100万元的精华机台。维军笑了，他的算盘没有落空：行业谷地，成本果然最低。基本没有花钱，他就引进了国内最好的游戏机。多方位包装锻造现代娱乐企业来源：www.examda.com 说起导游，你一定不会陌生，但“游导”，会是什么职业呢？经过一整年的酝酿，2004年7月“神采飞扬”在武汉万达商城一楼开张，维军立志将电玩锻造成阳光健康的娱乐运动。他将自己的顾客群体定位于18到30岁的青年，并杜绝未成年人入内。他大量选择了国内外最新的运动系列机器，比如跳舞机、篮球机、打鼓机、开车等，作为主流精华机型，营造一种动感飞扬的气氛。企业形象方面，他进行了一整套规划，要让人们对电玩的作坊形象，转变到朝气蓬勃的娱乐企业上来。过去的电玩业，只是摆个收银台，靠好机器设备，不声不响等着卖牌子。而他专门成立市场推广部，进行品牌建设，找米下锅。开业之初，他组织了一场跳舞机比赛，以电视宣传及丰厚礼品为“诱饵”，上百名专业玩家报名参加，而观众多达数百号人。当比赛在万达广场上举办时，青年人手舞足蹈，围观者人声鼎沸。网络游戏比赛并不鲜见，但这是电玩行业首次大型活动，引起了轰动。维军还和目标顾客趋同的知名品牌开展互动。比如向江汉路周边麦当劳、KTV城、健身会所赠送有价赠券，吸引顾客前来体验，和强手联合，提高知名度。而这也能让

这些店面的顾客得到附加服务，自然一拍即合。在特定节假日，维军会将设备摆放到新世界百货的店堂，让顾客免费玩耍。每当此时，排队候机的人便站了长长一条，神采飞扬就这样在高端客户中悄悄建立知名度。游戏是人的天性，是“征服欲”和“占有欲”的体现。自从有了体验，很多人会“欲罢不能”。在神采飞扬，很多电玩机器多都是国内外最先进的产品，原创设备占了1/3，不少顾客起初都很陌生，这里便诞生了全国最新鲜的职业“游导”。“游戏王子”和“游戏公主”专门教顾客如何打游戏。一款游戏赛车“头文字D”，成本价高达8万多元，与一台富康轿车相当。其技术含量非常高，操作多有讲究。起初，那些机器生意十分冷清，后来公司加强游导训练，让他们告知游戏的精华，失去信心者再度恢复兴趣。现在，许多顾客都迷上了这款游戏的风驰电掣的感觉。维军是个理性的人，相信数据。每隔一段时间，它会对每台设备的营业情况做数据分析，并据此调整经营。上机率低的机台，要么大幅度优惠促销，要么淘汰。搭乘连锁快车高速扩张来源：www.examda.com 现在，有件事让维军非常高兴。那就是，神采飞扬可以和国际零售业巨头沃尔玛享受同样最低的租金待遇。上个月，他和大连万达方面签订合同，享受全国连锁摩尔商城万达广场的主力店待遇，今年内将在北京、沈阳、宁波、南昌开设神采飞扬分店。与万达结缘，纯属巧合。2004年，维军正在满大街寻找门面时，一个朋友在万达一楼1000多平方米的服装店难以为继，正想转让。当时维军就觉得真是天时地利人和啊。按行业惯例，考虑成本，电玩业一般不将店设立在一楼门面，而维军觉得，一楼更便于打造品牌，毅然接下这个铺面。开业后，维军果

然闹得水响，生意十分火爆，店面不够，又扩大到1500平方米。到2005年春节时，更是人山人海，顾客要等几个小时，才有机会上机一戏。这一切，都被万达方面看在眼里。原来，沃尔玛底下的首层商铺，人气一直不太旺，而神采飞扬加入后，搅动了“一池春水”，将一楼完全激活，炒热了周边其他餐饮、精品店商铺的销售。鉴于此，万达逐步降低了神采飞扬的租金，目前仅相当于同等地段商铺的1/3。哈尔滨万达开业，也邀请神采飞扬加盟。果然，原本稍显沉闷的一楼变得生机勃勃。作为娱乐类主力店，万达方面还会进行免费宣传。维军说，跟着连锁巨头走，依靠其整体实力，借助其寻找好的地理位置，是低成本扩张的捷径。眼下，维军正和苏宁电器合作，拟进行捆绑式拓展，“首先要攻占武昌的大学生市场”。维军的“神采飞扬”已申请商标注册，首开电玩业品牌注册先河。维军相信，三到五年后，神采飞扬的实力将非常强大，“企业上市是我的梦想”。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com