

IT业的营销神话：另一只眼看金山 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/493/2021_2022_IT_E4_B8_9A_E7_9A_84_E8_90_c67_493800.htm 金山是中国软件业的骄傲。经过17年的发展已经今非昔比，在中国软件界，金山也已经成为众多厂商一个不可忽视的对手。本文无意从技术层面上分析金山，只是就金山在市场营销方面的几个经典战役来进行分析，希望能从中窥探金山成功的原因。当然，在此之前，我们还是先从总体层面来解读金山。

一、金山的品牌之路

金山成立于1988年，在1989年推出了DOS下的文字处理软件WPS，改变了中国文字排版的历史。而之后的六七年间，金山止于WPS，专注于WPS的研发。由于市场因素，金山在市场的影響力不是很大。1997年，微软推出了Office97后，金山已经不再是办公软件的霸主，同微软的竞争已经使金山越来越注重市场了。这时，随着个人电脑的普及，金山迎来了个人电脑的春天。应用软件的市场变大了。此后的金山不再仅仅局限于WPS，相反，积极开拓其他领域，先后进入工具软件（金山词霸、金山快译等）、杀毒（金山毒霸）、游戏（剑侠情缘、封神榜等），在2002年和2004年，金山公司先后对自己的事业部门进行了两次调整，已形成办公软件及电子政务、信息安全和工具软件、数字娱乐三大业务群，利用研发总部和营销总部，形成了比较好的内部架构。可以说，金山的这种做法很好地整合了公司资源，为后面金山拓展市场准备了非常好的后劲。如果说前期的多品牌策略为金山后续发展积累了充足的后劲，那么，金山的营销策略则是金山得以腾飞的推进剂。在营销战略上，金山的突出特点有三个

，一个是先声夺人，不模仿其他厂商；一个是广泛利用媒体公众资源，也就是所谓的“造势”，形成良好的效果；而最关键的一个是战略的连续性，金山的每一个营销行动在达到宣传效果的同时，也为金山未来甚至长期的发展扫清障碍。下面我们来看看，自1999年以来至今金山的几个经典市场推广战。

三、经典营销战役 红色正版风暴——赢在操作

背景介绍：红色正版风暴既是中国软件业一个重要里程碑，也是金山公司市场开拓的一个开山之作，金山的手段很简单，就是用低价来开拓市场。将金山的工具软件《金山词霸2000》、《金山快译2000》以每套28元的价格在全国发售。

闪光点一：正版软件的第一次大跳水。之前的正版软件，普遍都是高价格，消费者很难买得起。由于是第一次如此大幅度的降价，所以攒足了公众的眼球。媒体的关注和讨论也是这一行动得以成功的一个关键。

闪光点二：包装到位。虽然是低价，但经过包装，俨然以高档高贵的形象出现在公众面前，很好地维护了产品形象。避免了跳楼货的尴尬。

闪光点三：结合WPS。在产品中，捆绑了WPS2000的限次版。借用限次版，在宣传中将WPS很好地纳入红色正版风暴的宣传中。与WPS2000的市场推广相互辉映。

闪光点四：一炮打响。在此之前，国人提起金山就想起WPS，对金山的了解非常少，但经过正版风暴，金山在全国的知名度达到了前所未有的高度，为后期金山毒霸进入市场积攒了非常好的资本。

金山毒霸公测——赢在时机

背景介绍：在红色正版风暴结束后一段时间，金山推出了金山毒霸的测试版，这一公测持续将近两年的时间，在此期间，推出了金山毒霸全功能测试版（除了在线升级功能外，提供全部功能）。但这一行动已经远远

超出了软件测试的范畴。闪光点：另一种方式占领市场。由于在此阶段，国内的杀毒软件受盗版冲击还相对比较小，且普通公众用正版杀毒软件还是比较困难的。金山推出了毒霸测试版，无疑是用不起正版杀毒的用户的最佳选择。同时，长时间的公测，是一种非常好的宣传。利用这段时间，金山可以加强自己的技术，修补产品的不足。同时，由于是测试版，用户相对要求不高。如果说红色正版风暴赢在操作上，那么毒霸公测则是赢在时机上。因为，这段期间，国内杀毒厂商的技术还不成熟（竞争对手不强），同时，病毒的危害还不是那么大（毒霸经受的考验不是很大），而且，杀毒市场受盗版冲击相对比较小（用户使用测试版几率增大）。这几大方面注定了金山毒霸公测的意义将超过这一行为的本身。

政府采购——赢在主动 背景介绍：随着IT业的发展，政府采购已经成为了一块大肥肉，特别是对于深受盗版之苦的软件厂商而言。而且，在政府采购上，优先考虑国产软件已是一个约定俗成的规矩。但金山的成功却不仅仅是依靠政策。为了争取政府的订单，金山打了几张牌。第一张，民族牌。利用政府扶植民族产业的政策，通过公关宣传，将政府采购金山软件等同于扶植民族产业的一个有力举措。这点，国外软件是比不了的。第二张，安全牌。利用政府办公最为关心的安全问题，借用外国软件容易被窃取机密进行宣传，再结合自身向政府要害部门公开软件源代码等措施，在安全上，彻底压倒了国外软件。奠定了获胜的关键。第三张，实力牌。利用WPS的大旗，向政府显示自身实力。打消政府疑虑，虽然在技术上未必胜过国外软件，但至少，双方打了个平手。第四张，软件牌。为了争取政府订单，金山专门投入力

量研发专门用于政府办公的软件《金山政鹰》，而国外厂商，一方面对国内实际不了解，另一方面，在这方面不够灵活，优势不够明显（至少在后续服务上），所以这张牌，国外软件又不是对手。第五张，宣传牌。为了继续争取更多的订单，金山均会对每次成功的政府采购进行宣传。当然，还有在办公软件上，金山在国内基本没有什么对手。所以，只要打掉国外软件，获得政府的订单便是自然而然的事了。由于这几张牌，基本削弱了国外软件的相对技术优势。政府采购的成功，一方面为金山带来丰厚的利润，另一方面，也为扩大金山在国内的影响力创造了条件。

网游创新——赢在文化
背景介绍：剑侠情缘、封神榜作为国内首家民族网游，为金山创下了不菲的业绩，其内容的趣味更是吸引了很多18-25岁的少年以及他们的父辈。闪光点：文化底蕴，以中国的侠文化，加之大家熟悉的历史时期——宋朝，历史上产生的岳飞这样的英雄，又是众多武侠小说的背景时代，各门各派大家都十分熟悉，而且采取了五行的相生相克，来决定五大门派的个性，相对于西方游戏；更易受熟读金庸古龙的中国玩家的欢迎。

网游推广——赢在健康
背景介绍：随着互联网的广泛兴起，网络游戏也蓬勃发展，但由于管理不到位，所以对网络游戏，公众给的评价多数是比较负面的。在这个时候，力推网络游戏，无疑会影响金山的形象，但同时，作为线上业务的一块肥肉，又不能轻易放弃。针对此种情况，金山打出“健康牌”。利用共青团在青少年中的威望以及家长对共青团的信任，通过跟共青团的合作，来证明金山的网络游戏是健康，利于青少年的。此招一出，大大降低了家长不准孩子玩金山的网络游戏的概率。

在线杀毒——赢在口号

背景介绍：随着互联网的普及和广泛应用，各家软件厂商均在积极开拓网上业务，特别是在杀毒厂商之间，在线杀毒的竞争更是激烈。在2004年年底，金山以“全民围剿，新春无毒”的口号，免费开放在线杀毒业务10天。由于此时的病毒已经是非常猖狂，广大电脑用户深受其苦，而由于各种原因，不少用户使用的是盗版软件，出于对盗版的怀疑和对正版的信任，加之媒体的宣传推广，所以在这10天，金山的在线杀毒十分火爆。为金山攒足了人气。这是国内杀毒厂商第一次免费开放在线杀毒业务。金山这招，堪称经典。第一、证明公司实力。在线杀毒在免费开放期间，没有出现问题，证明了金山公司在硬件和软件方面是到位的。第二、为公司积累信息。由于用户来自全国各地，通过杀毒，金山可以轻易搜集到需要耗费大量人力物力才能搜集到的信息。对于病毒发展趋势、病毒资料等等，金山可以坐收囊中。第三、不会招致付费用户的不满。由于是在当月最后10天，而且一早就声明了结束时间，且付费用户并不会有什么损失。所以付费用户基本不会有什么意见。这点，对于稳定顾客群也有着非常重要的作用。第四、培养潜在客户。让用户免费使用，一旦用户使用过程中觉得满意，则非常有可能成为公司的客户。而且经过这样的宣传，金山的在线杀毒业务相信会成为不少考虑使用在线杀毒用户的首选。

毒霸2005推广——赢在策划

背景介绍:在推出毒霸2005的时候,金山通过联合多家网站提供免费下载试用的方式进行宣传和推广,半个多月后公布毒霸2005使用方案。毒霸2005的推出是一个精心设计的策划方案。精妙处一：首先，在2005推出之前，金山进行了在线杀毒免费开放。这一方面，宣传金山的杀毒；另一方面，也可

以为新毒霸搜集必要的信息；精妙处二：公测。通过将免费、可以升级的全功能毒霸免费下载，吸引广大网友的好奇心。增加毒霸的人气，同时，迟迟不公布最后使用期限，也是一石二鸟的计策。一让网友无法确定使用时间，增加使用人数，二是将主动权捏在手里，可以随时终止服务。精妙处三：在吊足了大家的胃口之后，金山出乎意料地推出了“使用免费、服务有偿”的毒霸2005使用方案。卖足了关子之后才让毒霸正式登场，是一场非常成功的商业炒作。四、对金山的再认识从红色正版风暴、毒霸公测、政府采购、网络游戏、在线杀毒、毒霸2005推广这些中，我们看到了一家成功企业。我认为，金山成功主要在三方面。第一点、职能架构设置合理，资源利用率高。我们可以看出，目前的金山所设涉及的业务已经非常广，基本软件业都有涉及。如果没有一个好的职能架构，抛开发挥员工积极性不说，单就公司内部管理，就足以使公司焦头烂额。而由于部门设置合理，资源分配到位，使得金山才可以屡屡掀起市场波澜，创造一个个销售奇迹。第二点、制定战略具有连贯性，确保了最大化收益。可以说，金山的任何行动的立足点都没有变，那便是扩大公司影响，从而更好地为公司培养潜在客户。在这样一种指导思想下，金山制定的不少行动都非常具有连贯性，很好地保证了宣传效果。第三点、关注市场，积极探索新的卖点。金山成功的重要一点就是不跟在人后面，从红色正版风暴到“全民围剿，新春无毒”，再到“使用免费、服务有偿”等等，均是金山首创。这是金山所采取的市场行为得以进行炒作扩大影响的一个重要因素。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