

专访完美世界高级副总裁兼发言人、新加坡国立大学商学院华北校友会秘书长 王雨蕴：大爱的世界才完美

■ 见习记者 刘兴



(图片由受访者提供)

睡袋文化

《公益时报》：2004年，你加入到初创的完美世界，应该说见证了完美世界由白手起家到崛起壮大的全过程。简要回顾这段历程，有哪些事让你印象深刻？

王雨蕴：与完美世界一同经历成长的这十几年，印象深刻的事太多，从来不是一帆风顺，成功不是靠幸运。刚进入完美世界时，我从市场组建开始做起，一点点招人，一个人带着团队跑市场。做的第一款产品是《完美世界》，那年带着“水木年华”上了春晚，并且做了全国高校的巡演。但是没有人知道在这光环下，我们正面临着资金无法为继的窘况。直到最后一刻，前线发来消息说“我们可以活下来了”。

还有一件事印象深刻，就是公司做第二款产品《武林外传》的时候，当时我找到投资《武林外传》影视剧的老板，开始刚一谈就遭到了拒绝，后来好不容易谈妥了条件，当公司研发团队组建起来准备做这个产品时，对方却反悔了。我当时就说“誓死也要把合同签回来”。我跑到对方那里，在烈日下等了将近两个小时。他说“你进去坐会吧”，我说“不，我就在门口等你”。那个老头儿，对我

叫他“老头儿”，他自己开车，到工体转了两圈，看我还在那儿站着，特别无奈，他说“你上来”，我说“你看一眼合同”，他说“合同我不看了，随便你怎么写，我签”。

《公益时报》：这段创业历程对你有着怎样的影响？

王雨蕴：这些经历铸就了现在的我：我想去做的事情，没有做不成的，我就是这样自信，除非我不想做。十年前的我，虽然不了解这个行业，那又怎么样！首先我会发现这是完全不同的世界，其次我其实挺热爱游戏行业的，虽然我不是玩家。这十多年，我感觉自己像一条奔腾的河流，一直在找寻大海的方向，或许一开始只是一条小溪，但是渐渐找到方向后，会加速，就像河流有时平缓，有时湍急。

《公益时报》：今天的文创产业环境变了，公司的地位也不一样了，你觉得如何传承发扬创业时期的那种精神？

王雨蕴：文创与各个行业的融合在不断地深化。文创的本质是与人对话，与人产生共鸣。这正是未来社会经济发展中，几乎每一个产业都必须的诉求。对完美世界这样一个技术性、研发性的文创企业来讲，创新力永远都是第一位。《完美世界》能够活下来并成功出口海外市场，就是因为它

在游戏的草莽时代，她初涉江湖即带领一支新组建的运营团队在市场前沿左冲右突，为公司在红海交锋中赢得了一线生机；在文创的盛世之年，她在政商学的界别转换中闲庭信步，以大爱链接各方资源，树立公司品牌形象，培养数字文创人才。对于认识她的人来说，她是传奇般的存在；对于不认识她的人来说，她是风云中的传说；公司和她朝夕相处的人，会叫她“雨姐”；大山深处的两个孩子，则唤她为“妈妈”。她是王雨蕴，完美世界高级副总裁兼发言人、中国致公党党员、北京市人大代表、新加坡国立大学商学院华北校友会秘书长。

2004年，王雨蕴加入完美世界。当时公司尚在初创期，王雨蕴以招人组建市场团队开始做起，彼时的游戏圈正值草莽纷争白热化，这对非游戏玩家的王雨蕴来说，其市场开拓难度之大可想而知，公司第一款产品《完美世界》甚至一度因资金不足陷入寸步难行的境地。就在公司上下一筹莫展濒临绝望的时刻，前线传来了消息，“我们可以活下来了”。“活下来”意味着就在那一刻，游戏上线人数达到了30万，这是一款游戏得以生存的底线。《完美世界》“活了”，但困难、挫折并没有就此戛然而止。公司推第二款产品《武林外传》时，投资人中途临时变卦，王雨蕴在烈日下苦等2个小时，硬是把合同签了回来。直至第三款游戏《诛仙》推出，三款重磅产品让完美世界终于奠定了研发实战经验，走上发展“快车道”，并以奇迹般地崛起态势，终至鼎足于今天的文创产业之林。

时至今日，文创产业已告别草莽生长时代，行业产值高达3.5万亿元，正逐步向国民经济支柱性产业迈进。而今天的完美世界也早已度过了草创期，成为国内最大的影游综合体，位列中国文化企业30强。其推出过180多款游戏产品，已发展到海外100多个国家和地区，一度占中国网络游戏出口总额的40%；参与创作及发行的优秀影视作品100多部，《失恋33天》《北京青年》《老有所依》曾作为国礼赠与巴西、阿根廷两国的元首政要。

成长壮大起来的完美世界，在市场争锋的同时，也展现出了不一样的责任担当。汶川、玉树、雅安地震期间，公司第一时间组织捐款共计650万元，帮助灾区人民抗震救灾、共建家园。2013年，在王雨蕴的助推下，公司正式设立“完美世界员工公益基金”，从最早期的公益助学、万人签名公益活动，到后来的风华爱心希望小学捐赠、金羽翼残障儿童艺术康复服务中心捐赠、自闭症儿童艺术能力开发，再到近期云南边境村镇进行长期教育扶贫，完美世界开展了多维度的公益活动。同时，以“员工公益基金”为基点，完美世界开始构建社会责任圈层，并在今年成立了企业社会责任推进委员会，力求更加系统地扩展企业社会责任的边界。

而就在开展云南教育扶贫期间，王雨蕴开始资助云南金平县的两兄弟，鼓励他们为梦想坚定前行。对于兄弟俩来说，她就是“妈妈”一样的存在。后来，王雨蕴还动员新加坡国立大学的校友，分别领养家里有困难的留守儿童。而作为中国致公党党员，王雨蕴还在今年致公党组织的援藏交流活动中，为西藏洛扎县的孩子们众筹了200盏太阳能阅读灯——“心灯”，约2万元善款，并将“心灯”送达海拔3500多米、地势偏远的洛扎县各乡小学，极大地改善了当地的学习环境。

在2018中国公益年会前夕，年会嘉宾王雨蕴接受《公益时报》记者专访，在阐述完美精神、完美责任的同时，也让我们领略了完美世界的公益文化。

是一款世界级的创新产品。时至今日，我们一直保持着这种创新精神、奋斗精神。公司各个项目组每个人都会有个睡袋，上项目的时候没有人回家，困了累了就在办公室睡。公司大楼里还没有小卖部，又忙又饿的时候可以到小卖部买东西吃，我们的员工卡能够通用，加班的员工可以自己拿完东西记账、结账。

我们也会营造宽松的创新土壤，维护好这种创作的氛围。公司二楼有个健身房，上班的任何时间你都可以来用，健身的时候只要刷一下卡，就会扣除你的工作时间，然后出来刷一下卡，再续上你的工作时间。只要每天满足工作时间，任何一个时间段，你都可以去做你想要去做的事情。我们的办公环境相对很开放，比如养小宠物的、养花的，养什么的都有。每天你爱穿什么来上班，就穿什么上班。

完美世界的责任圈

《公益时报》：完美的世界，还应有完美的担当。我了解到在2013年，完美世界设立了专项公益基金，也就是“完美世界员工公益基金”，这一基金是怎么运作的？

王雨蕴：员工公益基金每年会有固定的启动资金放在里

面。同时，员工往里面捐款多少，公司就匹配多少。我们的公益活动包括常规的公益操作，比如我们跟外交部扶贫办一起做扶贫，每年定期去云南支教等。另外，有些重大紧急事件则是按项目来运作，我们会号召全公司捐款，员工捐多少，企业配捐多少，“员工公益基金”代表整个公司和员工对外进行公益活动。

《公益时报》：完美世界是如何推动基金有效运转的？

王雨蕴：围绕“员工公益基金”，完美世界的社会责任体系包括三层：第一是核心圈，就是企业的产品和员工。产品层面，我们打造正能量的产品，倡导健康上网，抵制低俗、暴力，打造绿色网游；员工层面，利用我们的员工关系部、工会、各种俱乐部、各种特有的福利等，实现对员工的关怀。第二个圈层是我们的消费者和供应商，我们对全球的玩家，对整个链条上的合作伙伴——供应商，也在尽可能提供帮助以及资源链接。第三是最外层的圈子，也是最大的一个圈子。在做好了自己的事情、做好了行业里的事情之后，你才有能力和资格做行业之外覆盖面更广的事情。

我认为这三层做好了，才是一个真正的、健全的企业CSR系统。我们在2016年成立企业社会责任部，连续两年

发布了企业社会责任报告，回应利益相关方的关切。今年，我们又成立了企业社会责任推进委员会，旨在以公益为基点，更加系统地扩展企业社会责任的边界。

《公益时报》：感觉完美世界的公益内涵相当丰富啊。

王雨蕴：对于企业来说，公益不仅仅是捐赠，完美世界的公益就是要链接更多利益相关方，帮助社会资源与受助群体找到相匹配的助力方式，增进受助社群价值网络的塑造，让他们更好地融入到主流的社会价值网络中。

比如今年致公党举行的援藏活动期间，我就发现西藏很多人是因病致贫，其中有个孩子的妈妈得了甲状腺，因为离省城太远，她没有办法去县城医治，后来我们几个党员一起资助她，帮她做了手术。然后我们进一步延伸，连接北京999呼叫中心，成立了一套医疗体系，包括一整套完善措施，下到西藏乡镇一级卫生院，用3~6个月的时间教会他们使用设备，并且能够自行操作进行基础治疗。这就是我们一直倡导推进的公益方式，因为企业捐赠是有限的，要合理利用资源，通过一套体系帮助他们获得长期成长的要素，这样做意义才更大。

(下转15版)