



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国网络游戏市场 供需预测及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年中国网络游戏市场供需预测及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/210860.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

第一章、网络游戏相关介绍

第一节、网游定义及分类

- 一、网络游戏的定义
- 二、网络游戏的分类
- 三、网络游戏与单机版游戏对比

第二节、网游发展历程回顾

- 一、世界网络游戏发展史
- 二、网络游戏在中国的发展历程
- 三、网络游戏的主要流派

第二章、国际网络游戏产业

第一节、国际网游概况

- 一、世界网络游戏发展状况
- 二、世界网游市场形成三大阵营
- 三、全球网络游戏产业规模不断扩大
- 四、全球网络游戏玩家规模庞大
- 五、欧美网络游戏市场分析

第二节、美国

- 一、美国网络游戏行业概况
- 二、美国网络游戏消费者行为分析
- 三、网络游戏仍是美国互联网消费主流
- 四、美国成为韩国网游业抢夺热点
- 五、美国网游用户增长情况
- 六、美国网络游戏业发展现状

第三节、日本

- 一、日本的网络游戏行业开始复苏
- 二、日本网络游戏市场发展现状
- 三、日本网游业发展遭遇尴尬境地

第四节、韩国

- 一、韩国网络游戏产业发展路径分析

- 二、韩国网络游戏业规模和发展概况
- 三、2008年韩国新网游停运盘点
- 四、2009年韩国网络游戏出口情况
- 五、2010年韩国出台网络游戏管理新政促发展
- 六、2011年韩国网络游戏业规模简析

第三章、中国网络游戏产业分析

第一节、中国网络游戏产业概况

- 一、中国网络游戏发展动因分析
- 二、中国网络游戏产业发展特点
- 三、我国网络游戏产业持续高速增长
- 四、中国原创网络游戏拓展海外市场
- 五、国内网络游戏行业进入转型时期
- 六、中国大型网络游戏公司发展简况
- 七、中国网络游戏业的组织变革探讨

第二节、2010年中国网络游戏发展回顾

- 一、2010年网络游戏市场机遇与挑战并存
- 二、2010年国内网络游戏市场发展特征
- 三、2010年中国网络游戏出口快速增长
- 四、2010年中国网络游戏行业投融资活跃
- 五、2010年中国网络游戏市场关注度分析

第三节、2011-2012年3月中国网络游戏发展分析

- 一、2011年我国网络游戏行业盘点
- 二、2011年我国网游市场关注度分析
- 三、2012年1-3月网游行业发展状况
- 四、2012年1-3月网络游戏行业盘点

第四节、中国教育网游分析

- 一、中国教育网游业状况
- 二、中国教育网游的策划与研发
- 三、中国教育网游面临的问题
- 四、教育网游存在的认识误区
- 五、教育网游发展需要加强创意

第五节、网络游戏存在的问题

- 一、中国网络游戏市场存在的主要问题
- 二、网络游戏产业发展的威胁分析
- 三、中国网游业发展壮大面临的挑战
- 四、制约中国网游产业发展的瓶颈因素

第六节、促进网游发展的对策

- 一、发展我国网络游戏产业的路径
- 二、推动本土网游产业发展的对策措施
- 三、促进网络游戏产业发展的政策建议
- 四、网游产业应向绿色健康方向发展
- 五、中国网络游戏业发展的五大策略

第四章、网络游戏区域发展概况

第一节、四川

- 一、四川列为国家四大网游动漫发展基地
- 二、四川电信加大对网络游戏业投入
- 三、四川对网络游戏虚拟货币的管理规范
- 四、成都网络游戏新兴力量正在崛起
- 五、成都网络游戏市场发展现状
- 六、成都网游研发企业获日企资金青睐
- 七、成都网络游戏产业发展规划

第二节、上海

- 一、上海有望成为网游硅谷
- 二、上海成为全国第三个网游动漫产业基地
- 三、上海网络游戏销售收入情况
- 四、上海网络游戏出版行业逆势增长
- 五、上海电信推出"游戏新天地"游戏平台
- 六、上海要求网游产品提供"适龄提示"
- 七、上海率先启动制订网游服务地方标准

第三节、山东

- 一、山东第一家网络游戏公司成立
- 二、山东省网游玩家居全国省市之首

三、山东网游发展迎来新的突破

四、山东发展网游存在困难

第四节、深圳

一、深圳市网游企业简介

二、深圳网游产业迅速崛起

三、深圳网民网络游戏使用情况

第五节、北京

一、北京市网络游戏产业回顾

二、北京网络游戏产业发展现状

三、网游行业知名企业扎堆北京

四、北京市动漫网游行业的政策情况

第六节、其他地区

一、厦门网游开发的特点解析

二、重庆

三、湖南

四、浙江

五、江苏

第五章、网络游戏的研发与销售

第一节、网络游戏研发运营模式分析

一、传统的代理运营模式

二、中外合资运营模式

三、购买技术或合作开发运营模式

四、自主研发运营模式

第二节、网络游戏产品开发及流程

一、网络游戏产品的定位

二、开发新游戏

三、网游的生命周期

四、网游的产品组合与延伸

第三节、网络游戏充值卡销售渠道

一、网上虚拟充值卡

二、充值卡实体

三、手机支付平台

第四节、网络游戏研发与运营价值链分析

一、网络游戏价值链描述

二、游戏研发环节

三、游戏运营环节

第六章、网络游戏运营与盈利分析

第一节、网络游戏运营模式剖析

一、网络游戏制造公司

二、网络游戏运营公司

三、网络游戏代理公司

四、软件销售公司

五、网吧和玩家

第二节、网络游戏界商业运营模式

一、商业模式基本类别

二、专业代理运营企业

三、综合门户企业

四、电信运营企业

五、游戏生产企业

六、合资经营

七、收购核心技术企业

第三节、中国网络游戏收费模式评析

一、计时收费

二、包月收费

三、出售装备收费

四、消耗道具收费

五、收费模式的未来

第四节、网络游戏盈利分析

一、网络游戏的"4赢"模式

二、点卡计费卡收入

三、电信分成收入

四、网络广告收入

五、网游盈利出现新模式

第五节、游戏类型和盈利模式

一、角色扮演类

二、棋牌类游戏

三、休闲对战类

第七章、中国网络游戏用户分析

第一节、中国网络游戏用户基本情况

一、网络游戏用户性别、年龄、学历、职业特征

二、网络游戏用户收入水平与地域分布

三、网络游戏用户游戏年龄构成

四、网络游戏用户主要进行游戏的场所

五、网络游戏用户进行游戏的时间分布

六、不同性别网络游戏用户基本特征分析

七、不同主流用户群体基本特征分析

第二节、中国网络游戏用户游戏偏好分析

一、网络游戏用户对画面类型的偏好

二、网络游戏用户对画面风格的偏好

三、网络游戏用户对MMORPG战斗模式的偏好

四、网络游戏用户对游戏类型的偏好

五、网络游戏用户对收费模式的偏好

六、不同性别网络游戏用户游戏偏好对比

七、不同主流用户群体的偏好对比

第三节、中国网络游戏用户游戏行为分析

一、网络游戏用户接受游戏广告信息的途径

二、网络游戏用户的游戏动机

三、网络游戏用户对服务器的选择

四、网络游戏用户对游戏公会的认知

五、网络游戏用户对网游不满之处及离开原因

六、中国网络游戏用户对网瘾的看法

七、网络游戏用户不同主流群体行为分析

第四节、中国网络游戏用户消费行为研究

- 一、网络游戏用户消费意愿
- 二、网络游戏用户付费方式
- 三、网络游戏用户月度ARPU值
- 四、网络游戏用户道具消费偏好
- 五、网络游戏用户不同ARPU值消费特征分析

第五节、中国网页游戏用户行为研究

- 一、网页游戏用户获取信息渠道
- 二、网页游戏用户选择游戏的标准
- 三、网页游戏用户游戏类型偏好
- 四、网页游戏用户付费模式偏好
- 五、网页游戏用户离开上一个网页游戏的理由

第八章、手机网络游戏产业分析

第一节、手机网游基本概述

- 一、手机网游与PC网游的差异
- 二、手机网游发展对于手游产业链的价值
- 三、手机网游的收费模式解析

第二节、手机网游产业发展概况

- 一、全球移动游戏产业综述
- 二、中国手机网游行业发展现状
- 三、2007年中国手机网络游戏市场运营状况
- 四、2008年中国手机网游市场发展状况分析
- 五、2009年中国手机网游行业发展分析
- 六、2010年中国手机网络游戏市场分析
- 七、2011年中国手机网络游戏市场分析

第三节、手机网游产业的问题与对策分析

- 一、手机网络游戏发展面临的问题
- 二、手机网游发展的制约因素分析
- 三、3G时代手机网游的出路探讨

第四节、手机网络游戏行业前景趋势分析

- 一、中国手机网络游戏市场发展预测
- 二、社区休闲将成手机网游发展趋势

- 三、手机网游行业前景广阔
- 四、手机网络游戏行业的3G机遇分析
- 五、未来影响手机网络游戏发展的关键因素

第九章、互联网产业分析

第一节、互联网与网络游戏产业浅析

- 一、互联网、游戏和网络游戏关系辩论
- 二、网游业成互联网发展的亮点
- 三、互联网门户巨头纷纷试水网游
- 四、中国进入全民网游新时代

第二节、互联网产业发展综述

- 一、2010年中国互联网发展市场分析
- 二、2011年中国互联网行业发展分析
- 三、2011年中国移动互联网市场规模
- 四、中国互联网发展呈现三个新动向
- 五、互联网行业未来的发展趋势

第三节、互联网发展存在的问题及建议

- 一、互联网发展存在的问题
- 二、无线互联网应用中面临的瓶颈
- 三、互联网知识产权立法存在的问题及对策
- 四、发展互联网产业的政策思路
- 五、助推中国互联网产业健康发展的手段

第十章、网络游戏产业竞争与营销

第一节、网游业竞争形势分析

- 一、外部环境转好网游业进入资本竞争时代
- 二、中国网络游戏运营商竞争力分析
- 三、2008年网游业人才竞争成焦点
- 四、2009年网络游戏市场竞争加剧
- 五、2010年网络游戏市场井喷竞争加剧
- 六、网络游戏行业恶性竞争问题分析
- 七、3D研发力将决定网游国际市场竞争力

八、未来网络游戏市场竞争趋势分析

第二节、网络游戏业的主要竞争力量

- 一、主要竞争力量简析
- 二、新进入者的竞争威胁
- 三、现有网络游戏产商之间的竞争
- 四、替代产品或服务的竞争威胁
- 五、购买者的讨价还价压力
- 六、供应商的讨价还价压力
- 七、其他利益相关者的相对力量竞争

第三节、网游企业竞争行为选择

- 一、"五力模型"和"价值链模型"的再认识
- 二、基于产业价值链的企业竞争部位选择模型
- 三、企业竞争部位选择模型的构建
- 四、企业竞争部位选择及网络游戏产业链的演变

第四节、网络游戏营销分析

- 一、中国网络游戏营销状况
- 二、网络游戏市场的营销模式探讨
- 三、网络游戏渠道建设与整合营销解析
- 四、网络游戏成隐性营销新乐土
- 五、网游明星营销成为新时尚
- 六、新型网吧传媒成网络游戏推广重要渠道
- 七、百度网游报告渐成网游营销推广参考依据
- 八、网游运营商应加强深度营销

第十一章、国外重点网游企业分析

第一节、维旺迪（VIVENDI）

- 一、公司简介
- 二、2009年维旺迪经营状况
- 三、2010年维旺迪经营状况
- 四、2011年维旺迪经营状况

第二节、EA

- 一、公司简介

二、2009财年艺电经营状况

三、2010财年艺电经营状况

四、2011财年艺电经营状况

第三节、任天堂（NINTENDO）

一、公司简介

二、2009财年任天堂经营状况

三、2010财年任天堂经营状况

四、2011财年任天堂经营状况

五、任天堂游戏产业发展的五大成功秘诀

第四节、南梦宫万代控股公司（NAMCO BANDAI HOLDINGS INC.）

一、公司简介

二、2009财年南梦宫万代经营状况

三、2010财年南梦宫万代经营状况

四、2011财年南梦宫万代经营状况

第五节、育碧（UBI SOFT）

一、公司简介

二、2008-09财年育碧经营状况

三、2009-10财年育碧经营状况

四、2010-11财年育碧经营状况

第十二章、国内重点网游企业分析

第一节、巨人网络

一、公司简介

二、2009年巨人网络经营状况

三、2010年巨人网络经营状况

四、2011年巨人网络经营状况

五、巨人网络在成都建游戏研发基地

第二节、网易

一、公司简介

二、2009年网易经营状况

三、2010年网易经营状况

四、2011年网易经营状况

五、网易魔兽遭遇网络游戏前置审批难题

第三节、腾讯

- 一、公司简介
- 二、2009年腾讯经营状况
- 三、2010年腾讯经营状况
- 四、2011年腾讯经营状况

第四节、第九城市

- 一、公司简介
- 二、2009年第九城市经营状况
- 三、2010年第九城市经营状况
- 四、2011年第九城市经营状况
- 五、九城收购两家网游公司扩充研发能力

第五节、完美时空

- 一、公司简介
- 二、2009年完美时空经营状况
- 三、2010年完美时空经营状况
- 四、2011年完美时空经营状况
- 五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

第六节、金山

- 一、公司简介
- 二、2009年金山软件公司经营状况
- 三、2010年金山软件公司经营状况
- 四、2011年金山软件公司经营状况

第七节、网龙

- 一、公司简介
- 二、2009年网龙经营状况
- 三、2010年网龙经营状况
- 四、2011年网龙经营状况

第十三章、网络游戏投资分析

第一节、网络游戏产业投资概况

- 一、中国网游进入资本时代

- 二、国内网游市场远未达到饱和
- 三、丰厚回报使风投扎堆投资网络游戏产业
- 四、广告商扎根网络游戏市场
- 五、浙江民资进入网络游戏领域
- 六、中国禁止外商在中国从事网络游戏运营服务
- 七、未来网络游戏行业投资热点

第二节、网络游戏产业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第三节、网络游戏的投资风险分析

- 一、恶性竞争风险
- 二、社会风险
- 三、政策风险
- 四、并购风险
- 五、虚拟交易平台经营风险

第四节、网络游戏的投资建议

- 一、投资时机
- 二、投资方式及领域
- 三、运营团队的选择
- 四、需要注意的问题

第十四章、网游发展趋势预测

第一节、全球网游发展前景预测

- 一、全球大型多人在线游戏市场规模预测
- 二、亚太在线游戏市场发展预测
- 三、亚洲将成为全球网络游戏主要市场

第二节、中国网络游戏前景及趋势分析

- 一、中国网络游戏市场发展前景展望
- 二、2012-2016年中国网络游戏行业预测分析
- 三、中国网络游戏市场发展趋势

四、网络游戏运营模式将面临变革

第十五章、网游政策法规分析

第一节、网络游戏产业政策环境剖析

- 一、网络游戏产业法律环境解析
- 二、网络游戏开发商与运营商法律关系分析
- 三、网络游戏业法律纠纷主要类型分析
- 四、2009年规范网络游戏管理新文件出台
- 五、2010年我国出台新政规范网络游戏市场
- 六、2011年文化部继续加强网络游戏市场管理
- 七、2011年中国正式实施网络游戏防沉迷系统实名认证

第二节、网游相关政策法规

- 一、网游"防沉迷系统"开发标准
- 二、互联网信息服务管理办法
- 三、电子出版物管理规定
- 四、《互联网出版管理暂行规定》

附录：2010年热门网络游戏介绍

附录一：2010年最受欢迎网络游戏排行

附录二：2010年十大新锐网络游戏排行

附录三：2010年十大最受期待网游排行

图表目录：

- 图表 网络游戏与单机版游戏比较
- 图表 中国网络游戏的发展生命周期划分
- 图表 全球网络游戏产业规模与增长率
- 图表 全球主要国家网络游戏产业规模
- 图表 《子午线59》封面照
- 图表 《无尽的任务》封面照
- 图表 《网络创世纪》封面照
- 图表 《模拟人生》封面照
- 图表 《激战》封面照
- 图表 美国热门游戏网站TOP10

图表 国内主要大型角色扮演游戏（MMORPG）示意图

图表 2006-2010年中国网络游戏市场规模及增长情况

图表 2006-2010年中国网络游戏产品海外出口规模

图表 2010年网络游戏市场运营商关注度TOP10

图表 2010年大型网络游戏品牌关注度TOP3

图表 2010年大型网络游戏品牌关注度TOP4-10

图表 2010年网游市场不同类型产品关注度份额走势

图表 2010年网游市场不同画质产品关注度份额走势

图表 2010年网游市场不同产地产品关注度份额走势

图表 2011年网络游戏运营商关注度排行

图表 网游玩家分省比例

图表 网络游戏价值链的基本框架

图表 网络游戏研发流程

图表 大陆及港台部分优秀网络游戏制作公司或运营公司名单

图表 开始实行包月卡后点卡消费量

图表 最终幻想中Potion回复药的现实饮料

图表 可口可乐与XBOX品牌合作广告

图表 2009年中国网络游戏用户性别比例

图表 2009年中国网络游戏用户年龄分布

图表 2009年中国网络游戏用户学历构成

图表 2009年中国网络游戏用户职业构成

图表 2009年中国网络游戏用户收入水平

图表 2009年中国网络游戏用户居住地级分布

图表 2009年中国网络游戏用户游戏年龄构成

图表 2009年中国网络游戏用户主要进行游戏的场所

图表 2009年中国网络游戏用户接触网络游戏时间

图表 2009年不同性别网络游戏用户的年龄差异

图表 2009年不同性别网络游戏用户学历对比

图表 2009年不同性别网络游戏用户收入对比

图表 2009年不同性别网络游戏用户游戏年龄

图表 2009年不同主流用户群体性别对比

图表 2009年不同主流用户群体地域属性对比

图表 2009年不同主流用户群体游戏场所对比

图表 2009年中国网络游戏用户对画面类型的偏好

图表 2009年中国网络游戏用户对画面风格的偏好

图表 2009年中国网络游戏用户对MMORPG战斗模式的偏好

图表 2009年中国网络游戏用户对游戏类型的偏好

图表 2009年中国网络游戏用户对收费模式的偏好

图表 2009年不同性别网络游戏用户对游戏类型的偏好

图表 2009年不同性别用户对收费模式偏好的对比

图表 2009年不同主流用户群体对游戏类型的偏好对比

图表 2009年不同主流用户群体对收费模式的偏好对比

图表 2009年中国网络游戏用户接受游戏广告信息的途径

图表 2009年中国网络游戏用户的游戏动机

图表 2009年中国网络游戏用户选择游戏的标准

图表 2009年中国网络游戏用户的游戏行为偏好

图表 2009年中国网络游戏用户青睐的游戏内外活动

图表 2009年中国网络游戏用户对服务器的选择

图表 2009年中国网络游戏用户对游戏公会的认知

图表 2009年中国网络游戏用户对网游不满之处

图表 2009年中国网络游戏用户离开前一个网络游戏的原因

图表 2009年中国网络游戏用户对网瘾的看法

图表 2009年不同主流人群游戏广告接受差异

图表 2009年不同主流人群游戏动机差异

图表 2009年不同主流人群选择游戏的标准差异

图表 2009年不同主流人群游戏中进行活动差异

图表 2009年中国网络游戏用户消费意愿

图表 2009年中国网络游戏用户付费方式

图表 2009年中国网络游戏用户月度ARPU值

图表 2009年中国网络游戏用户在服务满意情况下愿意消费的月ARPU值

图表 2009年中国网络游戏用户道具消费偏好

图表 2009年不同ARPU值用户职业构成

图表 2009年不同ARPU值用户游戏动机

图表 2009年不同ARPU值用户游戏类型偏好

图表 2009年不同ARPU值用户消费偏好

图表 2009年不同ARPU值用户消费期望

图表 2009年中国网页游戏用户获取信息渠道

图表 2009年中国网页游戏用户选择游戏的标准

图表 2009年中国网页游戏用户游戏类型偏好

图表 2009年中国网页游戏用户付费模式偏好

图表 2009年中国网页游戏用户离开上一个网页游戏的理由

图表 全球移动游戏市场收入

图表 全球移动游戏用户数量比重

图表 中国手机网络游戏规模

图表 手机游戏细分市场营收比例

图表 中国手机网络游戏市场销售收入预测

图表 2009年中国手机网民收入水平比例表

图表 中国互联网市场规模

图表 中国互联网市场结构

图表 中国互联网基础服务市场结构

图表 中国互联网应用服务市场结构

图表 网络游戏核心运营商竞争力排名

图表 2010年新游数量VS2009年新游数量

图表 游戏类型方面2010VS2009

图表 中国大陆新游类型2010VS2009

图表 2010年新游测试VS2009年新游测试

图表 网络游戏产业主要竞争力量

图表 十大最受欢迎的网络游戏

图表 中国网络游戏用户最期待的网络游戏

图表 网游《赤壁》截图

图表 网游《仙剑奇侠传OL》截图

图表 中国网络游戏竞争格局（按产品结构）

图表 2005-2009年维旺迪集团主要财务数据

图表 2008-2009年维旺迪集团各部门收入情况

图表 2008-2009年维旺迪集团各部门EBITA情况

图表 2009-2010年维旺迪综合损益表

图表 2009-2010年维旺迪不同部门收入细分情况

图表 2009-2010年维旺迪不同地区收入细分情况

图表 2010-2011年维旺迪综合损益表

图表 2010-2011年维旺迪不同部门收入细分情况

图表 2007-2009财年艺电综合损益表

图表 2007-2009财年艺电不同游戏平台净收入细分情况

图表 2008-2009财年艺电不同地区净收入情况

图表 2009-2010财年艺电综合损益表

图表 2009-2010财年艺电不同游戏平台净收入细分情况

图表 2009-2010财年艺电不同地区净收入细分情况

图表 2010-2011财年艺电综合损益表

图表 2010-2011财年艺电不同平台上产品销售情况

图表 2010-2011财年艺电不同地区销售情况

图表 2008-2009财年任天堂综合损益表

图表 2009-2010财年任天堂综合损益表

图表 2009-2010财年任天堂不同地区经营情况

图表 2009-2010财年任天堂不同产品的经营情况

图表 2010-2011财年任天堂综合损益表

图表 2010-2011财年任天堂不同地区经营情况

图表 2010-2011财年任天堂不同产品的经营情况

图表 2008-2009财年南梦宫万代综合损益表

图表 2008-2009财年南梦宫万代不同部门净销售额和营业利润情况

图表 2008-2009财年南梦宫万代不同地区净销售额和营业利润情况

图表 2009-2010财年南梦宫万代综合损益表

图表 2009-2010财年南梦宫万代不同部门净销售额情况

图表 2009-2010财年南梦宫万代不同地区净销售额情况

图表 2010-2011财年南梦宫万代综合损益表

图表 2010-2011财年南梦宫万代不同部门的经营情况

图表 2010-2011财年南梦宫万代不同地区的经营情况

图表 2007/08-2008/09财年育碧综合损益表

图表 2008/09-2009/10财年育碧主要财务数据

图表 2009/10-2010/11财年育碧综合损益表

图表 2009/10-2010/11财年育碧不同业务部门的销售情况

图表 2009/10-2010/11财年育碧不同地区的销售情况

图表 2007-2009年巨人网络综合损益表

图表 2006-2010年巨人网络综合损益表

图表 2010年巨人网络公司各部门雇佣人数情况表

图表 2010年巨人网络公司无形资产情况表

图表 2011年巨人网络综合损益表

图表 2008-2009年网易公司综合损益表

图表 2006-2010年网易公司综合损益表

图表 2009-2010年网易公司各项业务毛利润情况表

图表 2010年网易公司各部门雇佣人数情况表

图表 2011年网易公司综合损益表

图表 2008-2009年腾讯综合损益表

图表 2009年腾讯不同部门主要财务数据

图表 2008-2009年腾讯不同地区主要财务数据

图表 2009-2010年腾讯公司综合损益表

图表 2009-2010年腾讯公司分部经营情况表

图表 2009-2010年腾讯公司在世界各地投资经营情况表

图表 2010年腾讯公司经营数据情况表

图表 2011年腾讯公司主要会计数据及财务指标

图表 2011年腾讯公司主营业务分部情况

图表 2008-2009年第九城市综合损益表

图表 2008-2010年第九城市综合损益情况表

图表 2009-2010年第九城市其他支出情况表

图表 2010-2011年第九城市综合损益情况表

图表 完美时空大事记

图表 2008-2009年完美时空合并损益表

图表 2008-2010年完美时空公司综合损益情况表

图表 2008-2010年完美时空公司不同业务收入情况表

图表 2008-2010年完美时空公司在不同地区收入情况表

图表 2009-2010年完美时空公司无形资产情况表

图表 2011年完美时空综合损益情况表

图表 2008-2009年金山合并损益表

图表 2009年金山不同业务部门主要营业数据

图表 2008-2009年金山不同地区部门主要营业数据

图表 2009-2010年金山软件有限公司综合损益情况表

图表 2010年金山软件有限公司经营分部资料情况表

图表 2009-2010年金山软件有限公司来自外界客户收入情况表

图表 2010-2011年金山软件有限公司综合损益情况表（未经审计）

图表 2008-2009年网龙简明综合损益表

图表 2008-2009年各季度网龙网络游戏用户情况

图表 2008-2009年网龙不同地区销售收入情况

图表 2009-2010年网龙网络有限公司综合损益情况表

图表 2009-2010年网龙网络有限公司中国和海外收入情况对比表

图表 2010-2011年网龙网络有限公司综合损益情况表

图表 2011年网龙网络有限公司主要收益分业务情况（未经审核）

图表 2012-2016年全国网络游戏销售收入预测

图表 2012-2016年我国自主研发网络游戏销售收入预测

图表 2012-2016年我国网络游戏用户预测

图表 健康游戏时间标准的划分

图表 在线时间的游戏收益划分

图表 2010年最受欢迎网络游戏排行

图表 2010年十大新锐网游排行

图表 2010年十大最受期待网游排行

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/210860.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。