



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国网络游戏产业市场分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2009年中国网络游戏产业市场分析及发展趋势研究报告》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/41108.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

网络游戏产业是一个新兴的朝阳产业，经历了20世纪末的初期形成期阶段，及近几年的快速发展，现在中国的网络游戏产业处在成长期，并快速走向成熟期的阶段。在中国整个网络经济的发展过程中从无到有，发展到目前成为中国网络经济的重要组成部分。网络游戏产业之所以可以打破在原来中国整个网络经济中的平衡，主要缘于在20世纪末中国网络经济泡沫的破灭，当整个网络经济大受打击的时候，网络游戏却异军突起成为整个网络经济发展的领头羊，得到迅猛的发展。

尽管亚洲及全球都受到了美国金融风暴的袭击，未来面临很大的不确定因素，但全球网络游戏市场未来数年仍将高速增长。2009年全球网络游戏市场规模将达500亿美元，其中亚洲市场为150亿美元，预计未来数年网络游戏市场规模将增加至250亿美元，而中国和日本将成为亚洲地区最大的两个在线游戏市场。随着运营手段的成熟，未来十年研发将成为产业链的核心，呈现出各方拼创意、细节与执行力的竞争格局，在这些方面有能力的企业将能获得脱颖而出的机会。网络游戏企业的核心竞争力在研发，未来网络游戏企业也将把大部分精力和资源放在研发，尤其是策划方面。

2008年第三季度中国网络游戏市场规模同比增长51.9%，环比增长7.7%，达54.7亿元。盛大网络以8.6亿元稳坐游戏榜首，网易、巨人、腾讯、九城分列二至五位，与第二季度相比，前八位的排名没有任何变化，金山则是1.6亿元首次进入前10，排名第九，此外值得注意的是，以研发能力见长的成都梦工厂凭借着出色的表现，以3000万元挤入前十五名。从市场占有率来看，排名前三的运营商占总市场规模的37.3%，比第二季度和第一季度分别下降0.7和1.6个百分点，由此可见第一集团运营的优势正逐步受到蚕食，随着处于第二集团运营商在产品储备、技术研发及运营经验等多方面能力的加强，这一差距还将缩小。中国网络游戏行业竞争的偶然性正在缩小，靠一款产品打天下的时期已过，只有拥有自身优势和特色的企业才拥有更好的发展机会。从近期网游市场的发展来看，腾讯、搜狐和金山三家企业的优势比较突出，会有较大的上升空间。

2008年国产网游发展迅猛，主要原因有两个：一是政策环境、舆论环境转好，二是代理模式的弊端暴露无遗。网络游戏运营商市场格局方面，2008年第二季度盛大、网易、巨人位居行业排名前3位。每一个产业，在其发展成熟的道路中，都必须经历由不规范走向规范的过

程，而这一过程中必将伴随着这样或那样的阻碍因素，中国的网络游戏产业也不例外。因此需加大政府的扶持力度、加快人才培养步伐、重点研发精品网络游戏等。中国游戏市场潜力巨大，在未来几年内，中国将从资金投入、创造产业环境、保护知识产权以及加强对企业引导等方面对国内的游戏企业加以扶持。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了中国互联网协会、国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、各网络游戏门户网站等公布和提供的大量资料，对我国的网络游戏行业进行了全面的分析。报告总结了全球和国内网络游戏产业发展现状，对我国网络游戏市场情况、用户情况、竞争情况、发展前景、投资情况等进行了分析。报告还对网络游戏产业未来发展趋势及发展策略进行了研判，是网络游戏企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

## 【 目 录 】

### 第一部分 行业概述及环境分析

#### 第一章 网络游戏相关介绍及经济环境分析 1

##### 第一节 网络游戏基本知识 1

###### 一、网络游戏的定义 1

###### 二、网络游戏的分类 1

###### 三、我国网络游戏产业地域特点 2

###### 四、网络游戏推广 2

##### 第二节 网络游戏发展动因探析 3

###### 一、软硬件的支持是物质基础 3

###### 二、经济利益是其发展的动力 4

###### 三、大众化的游戏心理是原因 5

###### 四、网络游戏发展的重要支撑点 5

##### 第三节 网络游戏外挂程序的定义特征 7

###### 一、外挂的定义 7

###### 二、外挂的特征 7

###### 三、外挂的分类 10

第四节 中国网络游戏产业法律现状分析	13
一、中国网络游戏产业政策法律环境分析	13
二、网络游戏主体法律关系分析	19
三、中国网络游戏产业主要法律纠纷类型分析	23
第五节 2008-2009年我国经济环境分析	25
一、2008年我国工业生产情况	25
二、2008年我国产品进出口情况	33
三、金融危机对我国经济的影响分析	44
四、2009年我国经济发展预测及其影响因素分析	46

## 第二部分 行业市场发展分析

### 第二章 国际网络游戏产业发展分析 51

#### 第一节 世界网络游戏发展历程 51

- 一、第一代网络游戏（1969年至1977年） 51
- 二、第二代网络游戏（1978年至1995年） 52
- 三、第三代网络游戏（1996年至2006年） 55
- 四、第四代网络游戏（2006年开始） 57

#### 第二节 全球网络游戏市场发展分析 58

#### 第三节 韩国网络游戏市场发展分析 59

- 一、韩国网游产业发展状况 59
- 二、韩国网游在中国的发展 61
- 三、韩国网络游戏中国化道路的挫折 63
- 四、2008年韩国网络游戏出口情况 67

#### 第四节 其他国家网和地区络游戏发展分析 68

- 一、日本网络游戏发展分析 68
- 二、欧洲网络游戏市场分析 71
- 三、美国网络游戏动态 72

### 第三章 中国网络游戏产业发展分析 74

#### 第一节 我国网络游戏发展历程 74

- 一、中国网络游戏发展史 74
- 二、中国网游的八个里程碑 78

三、近十年来我国网络游戏的发展分析	79
第二节 我国网络游戏产业发展分析	89
一、中国网络游戏产业发展现状	89
二、2008年我国网络游戏大盘点	89
三、我国主要游戏企业发展状况	93
四、我国对网络游戏影响分析	95
第三节 中国网络游戏研发分析	96
一、中国网络游戏研发现状及进展	96
二、我国网络游戏研发的问题	99
三、国内网络游戏研发机遇及建议	99
第四节 我国网络游戏市场发展分析	102
一、中国网络游戏销售现状	102
二、2008年2季度我国网络游戏市场规模情况	102
三、2008年3季度中国网络游戏市场规模情况	104
四、2008第3季度主流厂商新增网络游戏情况	106
五、网络游戏虚拟道具C2C市场潜力分析	107
六、中国游戏市场的主体	109
七、2008年中国网络游戏市场发展问题	110
八、我国网络游戏外挂问题分析	114
第五节 我国网络游戏国际化发展分析	116
一、中国网络游戏国际化发展历程	116
二、中国网游国际发展现状	118
三、我国网络游戏产业国外市场发展走势	120
第六节 金融危机对我国网络游戏影响分析	124
一、金融危机对我国网络游戏业的考验探讨	124
二、经济危机对网络游戏行业发展的促进作用	126
三、金融风暴下中国网络游戏出口情况	127
第四章 网络游戏用户分析	130
第一节 我国网络用户状况	130
一、中国核心网络游戏用户的属性特征分析	130
二、网络游戏用户协议监管的法律探讨	132

三、2008年我国网络游戏用户规模情况	134
四、浅谈网络游戏如何满足用户需求	134
五、游戏用户与全体网络游戏用户对游戏内置广告的接受程度	135
六、2008年国内手机网络游戏用户情况	136
第二节 网络游戏用户费用收取分析	137
一、网络游戏付费用户与免费用户对比分析	137
二、网络游戏用户付费潜力分析	137
三、网络游戏用户付费方式探讨	139
第三节 网络游戏消费者特点分析	139
一、网络游戏用户的羊群效应	139
二、我国网游玩家“三高”趋势	142
三、游戏设计与人类的基本欲望	143
四、网游玩家肯玩付费网游人数	146
第四节 2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户的差异分析	147
一、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户职业差异	147
二、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异	147
三、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户学历差异	148
四、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异	149
五、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异	150

## 第五章 手机网络游戏产业分析 152

### 第一节 我国手机市场发展分析 152

一、2008年我国移动电话产量统计	152
二、2008年全球手机市场发展分析	158
三、2008年6月手机市场用户消费分析	161
四、2008年上半年中国手机生产销售分析	169
五、2008年7月手机市场态势分析	175
六、2008年3季度我国手机市场分析	186
七、2008年手机市场品牌调查分析	190
第二节 中国手机网游市场分析	207
一、手机游戏市场驱动力分析	207
二、中国手机网游发展现状	209

三、手机网游发展的价值	212
四、2008手机网络游戏发展形势	213
五、2008年手机网络游戏市场分析	215
六、影响玩家进入手机网游主要因素	219
第三节 手机网游存在的问题分析	220
一、游戏内容问题	220
二、游戏终端问题	221
三、网络质量问题	221
四、上网费用问题	222
五、游戏用户体验问题	223
六、手机游戏暗流问题	223
第四节 手机网游与PC网游的对比分析	225
一、用户对比分析	226
二、开发设计对比	226
三、营运和渠道建设对比	227
第五节 手机网游发展前景与趋势	228
一、手机网络游戏发展机遇与前景分析	228
二、手机网游产业链发展趋势	234
三、2009年手机网游的新机遇	235
四、未来手机网游市场发展趋势	235
五、2009-2012年手机网游发展趋势	237

### 第三部分 行业竞争分析

第六章 网络游戏产业竞争分析	241
第一节 中国网游市场竞争现状	241
一、我国网游业竞争现状	241
二、2008年Q3网游企业市场占有率比较	243
三、我国网游行业竞争问题	246
四、2008年国产网游市场竞争分析	247
五、2008-2009年中国回合制网游市场竞争分析	248
第二节 中国网游竞争力分析	249
一、中国网游产业竞争优势	249



二、未来十年网游业核心竞争力分析	251
三、中国网络游戏市场竞争力情况	252
第三节 中国网游并购竞争分析	254
一、网游并购竞争历史	254
二、中国网络游戏业并购现状	260
三、网络游戏行业并购竞争走势	263

## 第七章 国内重点网游企业分析 266

### 第一节 盛大 266

一、公司概况	266
二、2008年公司经营情况	268
三、2008年3季度公司财务分析	269

### 第二节 网易 272

一、公司简介	272
二、公司主要业务	275
三、2008年3季度公司经营情况	276

### 第三节 第九城市 281

一、公司简介	281
二、2008年3季度公司经营情况	282
三、公司发展新动态	282
四、未来公司发展战略	283

### 第四节 金山 285

一、公司简介	285
二、公司新动态	289
三、2008年公司财务数据	292

### 第五节 巨人网络 296

一、公司简介	296
二、2008年3季度公司经营情况	308
三、2008-2009年公司新动态	312

### 第六节 网龙 313

一、公司简介	313
二、公司发展历程	314

三、2008年公司财务数据	318
四、公司管理策略	321
五、2008年度前3季度公司业绩	325
第七节 完美时空	327
一、公司简介	327
二、主要游戏简介	329
三、2008年3季度公司经营情况	331
四、公司的优劣势分析	336
五、公司战略布局及竞争优势	342
第八节 腾讯	343
一、公司简介	343
二、2008年公司财务数据	344
三、2008年腾讯网游经营情况	352
第九节 久游网	355
一、公司简介	355
二、2008年公司上市计划及其进展	358
三、公司新动态	360

#### 第四部分 行业趋势、策略及投资分析

#### 第八章 网游发展机遇与趋势 363

##### 第一节 网游发展前景与机遇 363

- 一、我国网络游戏行业发展前景分析 363
- 二、经济危机下网络游戏发展机遇分析 365
- 三、网络游戏人才机遇分析 370

##### 第二节 网游产业发展趋势分析 371

- 一、未来中国网络游戏产业发展趋势 371
- 二、2009年中国网络游戏产业新趋势 372
- 三、未来5年网络游戏业发展重要方向 375
- 四、中国网络游戏研发费用发展趋势 375
- 五、网络游戏场所向家庭转移的趋势分析 377
- 六、网游竞技化发展趋势分析 378

##### 第三节 网游市场趋势分析 381

一、未来全球网络游戏市场走势及受美国金融风暴的影响	381
二、未来全球网络游戏市场营销趋势	381
三、未来中国网络游戏市场趋势	384
四、我国网游市场跨界营销新趋势	388
第四节 2009年中国网游产业发展趋势调查分析	389
一、2009年网游产业发展趋势调查概述	389
二、2009年网游产业运营模式发展趋势调查	390
三、2009年网游产业并购整合趋势调查	391
四、2009年网游产业人才竞争趋势调查	392
五、2009年网游产业内置广告趋势调查	393
六、2009年网游产业国际化发展趋势调查	394

## 第九章 网络游戏发展策略与投资分析 396

### 第一节 网络游戏发展策略分析 396

一、推动我国网络游戏产业发展策略分析	396
二、网络游戏应对全球金融危机的策略及措施	398
三、网络游戏自主研发策略分析	400

### 第二节 网络游戏投资分析 402

一、中国网络游戏投资现状及走势	402
二、网络游戏快速发展带来的投资机会	404
三、金融危机给网游业带来的投资机遇	406
四、中国网游业投资价值及趋势	407

## 附录

附录：2008年中国网络游戏年度风云榜	410
---------------------	-----

## 图表目录

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况	26
图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况	27
图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况	27
图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况	28
图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况	28

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况	29
图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况	29
图表：2008年2月工业增加值增长速度	29
图表：2008年3月工业增加值增长速度	30
图表：2008年4月工业增加值增长速度	30
图表：2008年5月工业增加值增长速度	30
图表：2008年6月工业增加值增长速度	31
图表：2008年7月工业增加值增长速度	31
图表：2008年8月工业增加值增长速度	31
图表：2008年9月工业增加值增长速度	32
图表：2008年10月工业增加值增长速度	32
图表：2008年11月工业增加值增长速度	33
图表：2008年1-10月我国按贸易方式进口总值	35
图表：2008年1-10月我国按贸易方式出口总值	35
图表：2008年1-10月我国进口总值	36
图表：2008年1-10月我国出口总值	36
图表：2008年7月我国进出口商品构成表	37
图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表	37
图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴	37
图表：2008年7月我国前十位出口市场	38
图表：2008年7月我国前十位进口来源地	38
图表：2008年8月我国进出口商品构成表	38
图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表	39
图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴	39
图表：2008年8月我国前十位出口市场	39
图表：2008年8月我国前十位进口来源地	40
图表：2008年9月我国进出口商品构成表	40
图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表	41
图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴	41
图表：2008年9月我国前十位出口市场	41
图表：2008年9月我国前十位进口来源地	42
图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表	42

图表：2008年10月我国进出口商品构成表	42
图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴	43
图表：2008年10月我国前十位出口市场	43
图表：2008年10月我国前十位进口来源地	44
图表：2008年11月我国进出口总值简要情况表	44
图表：2006-2012年全球网络游戏市场规模	58
图表：2012年全球网络游戏市场份额地区比重	59
图表：2003-2011年欧洲网络游戏市场规模	72
图表：2003-2011年全球网络游戏市场规模	80
图表：2007年网络游戏运营商收入市场份额	85
图表：2007年中国网络游戏运营商市场规模对比	88
图表：2006-2008年中国网络游戏市场规模走势	103
图表：2008年5-6月某网游企业充值笔数	104
图表：2008年第3季度中国网络游戏市场主要厂商市场份额	105
图表：休闲网游玩家购买游戏内道具的方式	108
图表：2008年网络游戏用户个人收入情况	130
图表：2008年不同月收入网络游戏用户平均每月游戏消费金额	131
图表：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户对游戏内置广告接受程度	136
图表：2009年网游玩家预期在网游增加的花费	138
图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户的职业差异	147
图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户的收入差异	148
图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异	149
图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异	150
图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异	151
图表：2008年1-11月移动电话产量全国统计	152
图表：2008年1-11月移动电话产量吉林省统计	152
图表：2008年1-11月移动电话产量江苏省统计	153
图表：2008年1-11月移动电话产量福建省统计	153
图表：2008年1-11月移动电话产量广东省统计	153
图表：2008年1-11月移动电话产量重庆市统计	154
图表：2008年1-11月移动电话产量北京市统计	154
图表：2008年1-11月移动电话产量浙江省统计	154

图表：2008年1-11月移动电话产量江西省统计	155
图表：2008年1-11月移动电话产量湖北省统计	155
图表：2008年1-11月移动电话产量广西区统计	156
图表：2008年1-11月移动电话产量四川省统计	156
图表：2008年1-11月移动电话产量天津市统计	156
图表：2008年1-11月移动电话产量辽宁省统计	157
图表：2008年1-11月移动电话产量上海市统计	157
图表：2008年1-11月移动电话产量山东省统计	157
图表：2008年1-11月移动电话产量贵州省统计	158
图表：2000-2008年全球手机市场销售规模及增长速度	159
图表：2008年H1全球市场主要品牌结构	160
图表：2008年6月最受用户关注的前十款手机排行榜	162
图表：2008年6月上半月最受关注产品排行榜	163
图表：2008年6月下半月最受关注产品排行榜	163
图表：对排行榜前五款产品喜爱的用户调查	165
图表：用户对前五款产品的喜爱度对比	166
图表：对排行榜前五款产品的用户购买情况调查	167
图表：手机市场用户想买与已购用户比值	168
图表：2005年H1～2008年H1手机产量及增长率	169
图表：2008年H1重点品牌手机产量份额	170
图表：2005年H1～2008年H1手机内销量及增长率	171
图表：2008年H1重点品牌手机内销量份额	171
图表：2005年H1～2008年H1手机外销量及增长率	172
图表：2008年H1重点品牌手机外销量份额	173
图表：2005～2008年中国手机产量及增长率	173
图表：2005～2008年中国手机内销量及增长率	174
图表：2005～2008年中国手机外销量及增长率	174
图表：2008年7月最受用户关注的15大手机品牌排行榜	176
图表：2008年6月与7月音乐手机与智能手机关注比例对比	177
图表：2008年7月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布	178
图表：2008年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布	179
图表：2008年7月不同价位手机关注比例分布	180

图表：2008年6月与7月不同价位手机关注比例对比	181
图表：2008年7月不同价位音乐手机与智能手机关注比例对比	182
图表：2008年7月不同像素拍照手机关注比例分布	183
图表：2008年6月与7月不同像素拍照手机关注比例对比	184
图表：2008年7月音乐手机与智能手机像素分布状况对比	185
图表：2008年1-9月中国手机市场各月销售情况	186
图表：2008年Q3中国手机市场品牌竞争结构	187
图表：2008年Q3中国手机市场主要功能手机TOP10型号	188
图表：2008年Q3中国手机市场零售渠道竞争结构	189
图表：2008年中国手机市场销售情况	190
图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜	191
图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜	191
图表：2008年与2007年最受用户关注的十大手机品牌排名对比	194
图表：2008年Q1-Q4诺基亚关注比例走势	195
图表：2008年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势	196
图表：2008年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度	197
图表：2008年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度	198
图表：2008年Q2索尼爱立信与其他手机品牌的搜索人群重合度	199
图表：2008年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜	200
图表：2008年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜	201
图表：2008年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜	202
图表：2008年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜	203
图表：2008年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜	204
图表：2008年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜	205
图表：2008年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜	206
图表：2008年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜	207
图表：手机网游发展阶段	210
图表：中国手机网游市场最具投资价值企业前10位	211
图表：中国手机网游企业投资价值指标详解	211
图表：2003-2011年中国网络游戏市场规模及增长率	216
图表：2005-2011年中国手机游戏市场规模及增长率	217
图表：手机游戏市场与网络游戏市场差异分析	218

图表：手机网游产业链	231
图表：手机网游发展周期	232
图表：手机网游的一些推动因素	233
图表：2008年Q3中国网络游戏运营商市场规模柱型图	244
图表：2008年Q3中国网络游戏运营商市场规模份额圆型图	245
图表：网游企业境外上市一览	257
图表：2007年底网络游戏运营商现金储备一览	264
图表：2006-2008年网易季度总营收以及环比增长率	277
图表：2006-2008年网易季度运营利润以及环比增长率	279
图表：2008年三季度金山软件公司收益表	292
图表：2008年三季度金山软件公司网络游戏产品状况	292
图表：2008年三季度金山软件公司网络安全产品状况	292
图表：2008年三季度金山软件公司收益成本表	293
图表：2008年三季度金山软件公司毛利表	293
图表：2008年三季度金山软件公司溢利表	293
图表：2008年三季度金山软件公司简明收益表	294
图表：2008年三季度金山软件公司非流动资产表	294
图表：2008年三季度金山软件公司流动资产表	295
图表：2008年三季度金山软件公司流动负债表	295
图表：2008年三季度金山软件公司非流动负债表	295
图表：2008年三季度金山软件公司股东权益表	296
图表：2006-2008年巨人网络公司总收入环比图	309
图表：2006-2008年巨人网络公司网游收入环比图	310
图表：2006-2008年巨人网络公司总营收、毛利、毛利率情况	310
图表：2006-2008年巨人网络公司总营收、运营费用、运营费用率环比图	311
图表：2006-2008年巨人网络公司运营利润、运营利润率环比图	311
图表：2008年三季度网龙公司收益表	318
图表：2008年三季度网龙公司毛利表	318
图表：2008年三季度网龙公司溢利表	319
图表：2008年三季度网龙公司每股赢利表	319
图表：2008年三季度网龙公司其他收益表	320
图表：2008年三季度网龙公司储备表	320



图表：2007年三季度网龙公司网络游戏同步用户表	321
图表：网龙公司网络游戏于不同期间的最高同步用户及平均同步用户数目	327
图表：完美时空主要产品	328
图表：完美时空角色扮演游戏市场份额	329
图表：中国休闲游戏市场图	341
图表：2008年三季度腾讯公司非流动资产表	344
图表：2008年三季度腾讯公司流动资产表	344
图表：2008年三季度腾讯公司股东权益表	345
图表：2008年三季度腾讯公司非流动负债表	345
图表：2008年三季度腾讯公司流动负债表	346
图表：2008年三季度腾讯公司收入成本表	346
图表：2008年三季度腾讯公司毛利表	346
图表：2008年三季度腾讯公司经营盈利表	347
图表：2008年三季度腾讯公司除税前盈利表	347
图表：2008年三季度腾讯公司期内盈利表	347
图表：2008年三季度腾讯公司持有人的每股赢利表	348
图表：2008年三季度腾讯公司现金流量表	348
图表：2008年三季度腾讯公司主要业务收入表	349
图表：2008年三季度腾讯公司股权变动表	349
图表：2008年三季度腾讯公司其他收益净额表	350
图表：2008年三季度腾讯公司按性质划分的开支表	350
图表：2008年三季度腾讯公司即期税项表	351
图表：2008年三季度腾讯公司除税前盈利表	351
图表：2008年三季度腾讯公司每股盈利表	352
图表：2007-2008年腾讯的业绩分析	353
图表：2006-2008年腾讯互联网增值业务付费用户数量走势	353
图表：2007-2008年腾讯网络游戏营收的增长情况	354
图表：2008年中国网络游戏市场份额排名	355
图表：久游网业务表	356
图表：久游网发展优势	357
图表：久游网商业模式	357
图表：2008年玩家网游场所分布情况	377

图表：2009年网游产业运营模式倾向情况	390
图表：2009年网游产业企业并购趋势	391
图表：2009年网游产业企业人才竞争趋势	392
图表：2009年网游产业企业内置广告趋势	393
图表：2009年网游产业企业国际化发展趋势	394
图表：我国部分股份公司对网络游戏企业的持股情况	406

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41108.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](http://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。