



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008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

《2008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/42209.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

【描述】

网络游戏是指通过信息网络传播和实现的互动娱乐形式，是一种网络与文化相结合的产业。网络游戏中所指的“网络”，不仅仅包括通常所说的计算机国际互联网，它所指的信息网络是包括电信网、移动互联网、有线电视网以及卫星通信、微波通信、光纤通信等各种以IP协议为基础的能够实现互动的智能化网络的互联。因此，网络游戏是网络产业与游戏产业、信息产业与娱乐产业的融合和跨越发展的产物，既是文化产业，又是信息产业。

2007年的中国网游市场，风云突变，新旧交替，这一年我们见证了韩系网游几乎全线溃败；领略了史玉柱从征途到巨人的资本胜利；遭遇了韩国网游屡屡向中国运营伙伴发难的无奈；更多的也发现了中国网络游戏玩家的逐渐成熟。从2007年一季度到三季度，网游市场总体增量约6.4亿，其中，完美时空、金山、巨人、网龙等新企业的增长贡献了新增容量的一半以上。市场迅速扩大与行业内的新企业迅速成长不无关系。目前的网民群体中，玩过网络游戏的网民也已经接近一半（47.0%），其中付费游戏用户平均每月花费金额达到84元。我国在2006至2008年间，网络游戏产业总值将达到221.6亿元。网络游戏所带来的巨大财富效应已是不争的事实。

网络游戏在资本市场上造就的神话正在集中上演，先是在软件领域拼搏了19年的金山，以网络游戏之名成功上市；其后，曾在中国保健品行业大出风头，如今又在中国网游行业再造传奇的“奇人”史玉柱，于2007年11月1日在美国纽约证券交易所为巨人网络敲响上市钟声，本以为已被盛大、网易、九城等先行者瓜分殆尽的网游市场，随着新生力量的迅速崛起，开始重新划分版图。加入了巨人网络、金山、网龙和完美时空的网络游戏上市公司第三季度排名大比拼，盛大以游戏营收6.34亿元(总营收6.56亿元)稳居第一，网易(游戏营收4.69亿元)、巨人网络(营收4.05亿元)、第九城市(营收3.16亿元)随其后。

中国的网络游戏市场将告别2007年，迎来崭新的2008。在2008年里，市场又将发什么了什么变化？哪些网游将唱主角？金山软件、网龙、巨人网络接连上市，这一迅猛的速度不仅在网络游戏行业表现抢眼，在整个资本市场也备受关注。作为一个新兴的文化产业，它们为何在短时间内接连上市？这股上市热潮是否将引发网游市场的重新布局？上市后它们将面临哪

些难题？

【 目录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 网络游戏发展概况 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 1

第二节 网络游戏发展动因探析 2

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 4

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 9

第二章 网络游戏相关行业发展 13

第一节 互联网行业 13

一、2007年互联网用户分析 13

二、中国互联网的产业结构 14

三、移动互联网发展新高潮 14

四、互联网行业融资模式分析 18

第二节 电子游戏产业 21

一、电子游戏的定义 21

二、电子游戏产业的机遇与挑战 22

三、电子游戏产业对青少年的影响 24

第三节 动漫产业 28

一、中国动漫游戏走出国门	28	
二、动漫产业消费主体分析	31	
三、各地动漫产业发展新路	34	
第二部分 国内外行业发展		
第三章 国际网络游戏发展分析	43	
第一节 世界网络游戏发展概况	43	
一、网络游戏发展阶段	43	
二、全球网络游戏市场规模	49	
三、盗版对全球游戏业的影响	51	
第二节 韩国网络游戏市场分析	52	
一、韩国网游在中国市场份额	52	
二、韩国网游公司市场动态	54	
三、韩国网游产业市场变化	55	
四、2007年韩产网络游戏盘点	57	
第三节 日本网络游戏市场状况	59	
一、日本网络游戏市场规模	59	
二、日本网游存在的问题	59	
三、日本家用游戏机上网比率	63	
四、日本游戏北美市场分析	64	
第四节 其他地区网络游戏市场分析	66	
一、2008年欧美新网游分析	66	
二、美国玩家最爱的电脑游戏	70	
第四章 中国网络游戏产业发展分析		71
第一节 中国网络游戏市场发展现状	71	
一、国产网络游戏市场占有率	71	
二、网络游戏企业掀起上市潮	73	
三、网游服务时代的到来	76	
第二节 2007年网络游戏市场盘点	77	
一、2007年网络游戏市场状况	77	
二、2007年二季度网游市场特点	81	

三、2007年三季度网游上市公司排名	82
四、2007中国网游在盘整中上扬	83
五、2007年中国网络游戏年终分析	91
六、2007年中国网游悲壮现象分析	94
第三节 2007年各类型网游产品分析	102
一、2007年度网游产品主角分析	102
二、2007年度卡通网络游戏纵览	109
三、2007武侠网络游戏简评	111
四、2007免费网络游戏扫描	112
第四节 中国网络游戏存在的问题分析	114
一、缺人才少创意制约网游产业	114
二、虚拟交易是网游行业的软肋	115
三、行业暴利引太多的入场者	116
四、网络游戏的运营问题分析	117
第三部分 国内市场运行	
第五章 中国网络游戏市场运行分析	121
第一节 网络游戏的运营分析	121
一、网络游戏价值链	121
二、游戏运营环节的子环节	122
三、游戏运营环节的核心能力	123
四、游戏运营企业的收入模式	123
第二节 网络游戏研发分析	124
一、游戏研发环节的子环节	124
二、游戏研发环节的风险承担方式	124
三、游戏研发环节的核心能力	125
四、网游市场拉动自主研发	125
五、网络游戏题材的变化	128
第三节 休闲网络游戏发展分析	130
一、休闲网游市场现状	130
二、休闲网游发展进入新阶段	134
三、休闲网游市场增长点分析	137

第四节 中国网游区域市场分析	137
一、北京网游产业发展分析	137
二、上海成为全国网游产业高地	140
三、深港合建动画基地发展分析	141
四、四川在中国网游中的地位	142
五、台湾少儿打网络游戏行为调查	143
六、广州网游动漫产业规范将出台	144
第六章 中国手机网络游戏市场分析	145
第一节 中国手机市场现状	145
一、2007年1-10月产量统计	145
二、中国手机产业带来的商机	150
三、国产手机厂商受困渠道高压	155
四、手机市场发展趋势分析	157
第二节 中国手机网游市场分析	160
一、手机游戏市场驱动力分析	160
二、中国手机网游发展现状	162
三、手机网游发展的价值	163
四、2007年手机网游排行分析	164
第三节 手机网游存在的问题分析	166
一、游戏内容缺乏特色	166
二、终端不统一	166
三、网络质量不稳定	166
四、上网费用高	167
五、手机游戏暗流潜动	168
第四节 手机网游发展前景分析	170
一、手机网游有望成为投资热点	170
二、手机网游不收费将成未来主流	171
三、手机网游将进入高速发展期	171
四、3G时代下手机网游产业链分析	173
五、2010年手机网游收入预测	177

第四部分 行业消费者分析

第七章 网络游戏用户分析 179

第一节 中国人口及收入情况 179

一、中国人口情况 179

二、消费者收入水平 182

三、居民消费价格指数 190

第二节 网络游戏消费者特点分析 195

一、网络游戏用户的羊群效应 195

二、我国网游玩家“三高”趋势 199

三、游戏设计与人类的基本欲望 199

四、网游玩家肯玩付费网游人数 202

第三节 2007中国网络游戏消费者调查 203

一、中国网络游戏玩家基本情况 203

二、中国网游用户的行为状况 204

三、中国网游用户的消费状况 205

四、中国网游用户的行为偏好 206

第五部分 行业竞争分析

第八章 网络游戏市场竞争分析 209

第一节 中国网游市场竞争现状 209

一、网游市场竞争日趋激烈 209

二、网游成互联网竞争焦点 210

三、网游并购大战一触即发 210

四、人才成了稀缺资源 217

第二节 中国网游市场竞争格局 218

一、网络游戏竞争出现混战 218

二、网游进入资本竞争时代 219

三、2007年国产网游称雄市场 222

四、网游竞争的市场导向分析 222

第三节 手机网游与PC网游的比较分析 225

一、用户量数据比较 225

二、市场规模和增长速度比较 226

三、普及性及娱乐性比较	226
四、用户群体分析比较	227
五、终端分析比较分析	228
第九章 网络游戏优势企业分析	230
第一节 盛大	230
一、公司概况	230
二、公司网游之路	231
三、公司最新动态	232
四、公司财务分析	234
第二节 网易	235
一、公司简介	235
二、公司网游的自主研发	239
三、2007年公司财务数据	240
第三节 第九城市	246
一、公司简介	246
二、公司经营情况	247
三、公司发展策略	247
第四节 金山	250
一、公司简介	250
二、公司经营情况	253
三、公司网游“淘金”战略	254
四、2007年公司财务数据	259
第五节 巨人网络	264
一、公司简介	264
二、公司上市的影响	277
三、公司的未来走向	279
四、公司精品战略	283
第六节 网龙	285
一、公司简介	285
二、公司财务数据	287
三、公司管理策略	290

第七节 完美时空	294
一、公司简介	294
二、主要游戏简介	296
三、公司经营情况	297
四、公司的优劣势分析	302

第八节 腾讯	307
一、公司简介	307
二、公司动态	308
三、公司财务数据	309

第九节 久游网	317
一、公司简介	317
二、公司上市之路的艰难	320
三、2008年公司发展策略	321

第六部分 行业趋势分析

第十章 网络游戏发展趋势及前景预测 325

第一节 未来网络游戏市场预测	325
一、网游虚拟财产保护任重道远	325
二、2008年亚洲网游市场规模预测	327
三、2010年我国网游市场规模预测	328

第二节 网络游戏发展趋势分析 329

一、“免费”将成主流	329
二、自主研发全面提速	329
三、网络游戏社区化	330
四、手机与IPTV游戏的机遇	330

第三节 网络游戏未来走向 330

一、网络游戏媒体化	330
二、企业终将采取“平台”战略	333
三、网游呈“泛娱乐化”趋势	334
四、网游2.0发展趋势	335
五、网络游戏走向时尚化	337

第七部分 行业策略分析

第十一章 网络游戏赢利模式及发展策略分析 341

第一节 网络游戏赢利模式分析 341

一、网络游戏的受益者分析 341

二、平台化运营模式的影响 344

三、网络游戏收费方式及统计 346

四、网络游戏广告发展分析 347

第二节 网络游戏盈利模式的变化 350

一、网络游戏向大片借东风 350

二、2007年免费模式超八成 351

三、巨人网络“征途模式”风行 354

第三节 网游营销策略分析 355

一、融合创新的互动商业艺术 355

二、网游专业渠道的出路 358

三、网游文化中的美女效应 360

四、网游的大众推广策略 361

第四节 网络游戏产品开发策略分析 362

一、认识网游产品 362

二、网游的产品组合与延伸 367

三、网游的生命周期 368

四、网络新游戏开发 370

第十二章 网络游戏市场投资分析 377

第一节 网络游戏投资环境分析 377

一、经济环境 377

二、政策环境 387

第二节 我国网络游戏产业的SWOT分析 395

一、优势 395

二、劣势 395

三、机会 396

四、威胁 397

第三节 网游行业投资机会分析 399

一、网游将成为传媒的进军领域	399
二、儿童虚拟世界营销前景广阔	401
三、网页游戏发展前景分析	404
四、教育游戏前景远大	406
第四节 网络游戏的投资性分析	408
一、网络游戏产业赢利性	408
二、网络游戏的成长性	409
三、网络游戏的风险性	409
四、网络游戏的投资策略	410

图表目录

图表：2006年10月-2007年10月我国互联网用户	13
图表：2007年全国基础电信企业互联网接入用户增长趋势图	14
图表：2006-2012年全球网络游戏市场规模	50
图表：2012年全球网络游戏市场份额地区比重	50
图表：日本网络游戏市场规模变化	61
图表：日本拥有游戏主机的日本用户上网情况	63
图表：美国电脑游戏排行榜前10名	70
图表：2007年1-9月三大网游公司收入比较	78
图表：2007年一季度网游市场份额	79
图表：2007年二季度网游市场份额	79
图表：2007年三季度网游市场份额	80
图表：2007年网游市场增量比重图	80
图表：中国大陆玩家最喜欢的3D网络游戏前10位	106
图表：中国大陆玩家最喜欢的2D网络游戏前10位	108
图表：网络游戏价值链的整体框架	121
图表：网络游戏研发流程	122
图表：2007年上半年中国休闲网游市场运营商市场份额	131
图表：2007年上半年国内主要运营商休闲网游收入	131
图表：《劲舞团》占久游网整体网游收入的比例	132
图表：2007年1-10月移动电话产量全国统计	145
图表：2007年1-10月移动电话产量北京市统计	145

图表：2007年1-10月移动电话产量天津市统计	145
图表：2007年1-10月移动电话产量辽宁省统计	146
图表：2007年1-10月移动电话产量上海市统计	146
图表：2007年1-10月移动电话产量江苏省统计	147
图表：2007年1-10月移动电话产量浙江省统计	147
图表：2007年1-10月移动电话产量福建省统计	147
图表：2007年1-10月移动电话产量山东省统计	148
图表：2007年1-10月移动电话产量湖北省统计	148
图表：2007年1-10月移动电话产量广东省统计	148
图表：2007年1-10月移动电话产量广西地区统计	149
图表：2007年1-10月移动电话产量贵州省统计	149
图表：2007年1-10月移动电话产量内蒙古地区统计	149
图表：中国手机产业生命周期	150
图表：2007年大陆手机产量在全球比例变化	150
图表：近五年中国手机市场成长趋势	151
图表：2007-2009年中国手机产量趋势	151
图表：2007年大陆手机市场外资/内资品牌市占率变化	152
图表：2007年中国市场手机品牌市场份额变化	152
图表：2007年手机市场ASP变化情况	153
图表：2007-2009年TD手机销量预测	153
图表：中国主要手机PCB制造商	155
图表：2007年手机渠道市场份额分布	156
图表：手机网游发展阶段	163
图表：中国手机网游市场最具投资价值企业前10位	165
图表：中国手机网游企业投资价值指标详解	165
图表：手机网游产业链	174
图表：手机网游发展周期	175
图表：手机网游的一些推动因素	176
图表：2006年全国各地区人口统计	179
图表：2007年一季城镇单位就业人员劳动报酬统计	182
图表：2007年二季城镇单位就业人员劳动报酬统计	183
图表：2007年三季城镇单位就业人员劳动报酬统计	183

图表：2007年一季各地区城镇单位就业人员劳动报酬统计	183
图表：2007年二季各地区城镇单位就业人员劳动报酬统计	184
图表：2007年三季各地区城镇单位就业人员劳动报酬统计	186
图表：2007年一季各地区农村居民平均每人现金收入统计	187
图表：2007年二季各地区农村居民平均每人现金收入统计	188
图表：2007年三季各地区农村居民平均每人现金收入统计	189
图表：2007年1月居民消费价格分类指数	190
图表：2007年2月居民消费价格分类指数	191
图表：2007年3月居民消费价格分类指数	191
图表：2007年4月居民消费价格分类指数	192
图表：2007年5月居民消费价格分类指数	192
图表：2007年6月居民消费价格分类指数	193
图表：2007年7月居民消费价格分类指数	193
图表：2007年8月居民消费价格分类指数	194
图表：2007年9月居民消费价格分类指数	194
图表：2007年10月居民消费价格分类指数	195
图表：2007年1-10月消费者信心指数	195
图表：网游企业境外上市一览	214
图表：2007年三季度盛大公司财务数据	235
图表：2007年三季度网易公司流动资产表	240
图表：2007年三季度网易公司非流动资产表	240
图表：2007年三季度网易公司流动负债表	241
图表：2007年三季度网易公司长期应付账款表	241
图表：2007年三季度网易公司利润表	242
图表：2007年三季度网易公司经营活动现金流量表	243
图表：2007年三季度网易公司筹资活动现金流量表	244
图表：2007年三季度网易公司收入表	244
图表：2007年三季度网易公司营业税表	245
图表：2007年三季度网易公司净收入表	245
图表：2007年三季度网易公司销售成本表	245
图表：2007年三季度网易公司毛利率表	246
图表：2007年三季度金山软件公司收益表	259

图表：2007年三季度金山软件公司网络游戏产品状况	259
图表：2007年三季度金山软件公司网络安全产品状况	260
图表：2007年三季度金山软件公司收益成本表	260
图表：2007年三季度金山软件公司毛利表	261
图表：2007年三季度金山软件公司溢利表	261
图表：2007年三季度金山软件公司股息表	262
图表：2007年三季度金山软件公司非流动资产表	262
图表：2007年三季度金山软件公司流动资产表	263
图表：2007年三季度金山软件公司流动负债表	263
图表：2007年三季度金山软件公司非流动负债表	264
图表：2007年三季度金山软件公司股东权益表	264
图表：2007年三季度网龙公司收益表	287
图表：2007年三季度网龙公司毛利表	287
图表：2007年三季度网龙公司溢利表	287
图表：2007年三季度网龙公司每股赢利表	288
图表：2007年三季度网龙公司其他收益表	288
图表：2007年三季度网龙公司储备表	289
图表：2007年三季度网龙公司网络游戏收益表	290
图表：2007年三季度网龙公司网络游戏同步用户表	290
图表：完美时空主要产品	295
图表：完美时空角色扮演游戏市场份额	296
图表：中国休闲游戏市场图	306
图表：2007年三季度腾讯公司非流动资产表	309
图表：2007年三季度腾讯公司流动资产表	310
图表：2007年三季度腾讯公司股东权益表	310
图表：2007年三季度腾讯公司非流动负债表	310
图表：2007年三季度腾讯公司流动负债表	311
图表：2007年三季度腾讯公司收入成本表	311
图表：2007年三季度腾讯公司毛利表	311
图表：2007年三季度腾讯公司经营盈利表	312
图表：2007年三季度腾讯公司除税前盈利表	312
图表：2007年三季度腾讯公司期内盈利表	312

图表：2007年三季度腾讯公司持有人的每股赢利表	312
图表：2007年三季度腾讯公司现金流量表	313
图表：2007年三季度腾讯公司主要业务收入表	314
图表：2007年三季度腾讯公司股权变动表	314
图表：2007年三季度腾讯公司其他收益净额表	315
图表：2007年三季度腾讯公司按性质划分的开支表	315
图表：2007年三季度腾讯公司即期税项表	315
图表：2007年三季度腾讯公司除税前盈利表	316
图表：2007年三季度腾讯公司每股盈利表	316
图表：2007年三季度腾讯流动资金表	317
图表：久游网业务表	318
图表：久游网发展优势	319
图表：久游网商业模式	319
图表：1999年8月-2007年10月工业增加值月度同比增长率	378
图表：1999年8月-2007年10月社会消费品零售总额月度同比增长率	379
图表：1999年1-8月-2007年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率	381
图表：1999年8月-2007年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率	382
图表：1999年8月-2007年10月居民消费价格指数	383
图表：1999年8月-2007年10月工业品出厂价格指数	385
图表：1999年8月-2007年10月货币供应量月度同比增长率	387
图表：2007年全国宏观经济预警指数	387

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42209.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。