

# 2017-2022年中国网络游戏 市场前景研究与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国网络游戏市场前景研究与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/youxi/114382CGXM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

网络游戏（Online Games），也称为“在线游戏”，通常是指以个人电脑（PC）、平板电脑、智能手机等载体为游戏平台，以游戏运营商服务器为处理器，以互联网为数据传输媒介，必须通过广域网网络传输方式（Internet、移动互联网、广电网等）实现多个用户同时参与的游戏产品，游戏玩家通过操控游戏中的人物角色或者场景实现娱乐、交流的目的。

国内网络游戏收费模式的发展主要经历了以下两个阶段：2005年以前，网络游戏产品以按时长收费为主；2005年以后，以按虚拟道具收费为主，按时长收费为辅。除上述收费模式外，部分网络游戏还采用按交易收费和游戏内置广告收费作为补充。文化部发布的《2012中国网络游戏市场年度报告》显示，国内目前正在开发的网络游戏中，采用虚拟道具收费模式的占95%。

### 网络游戏收费模式简介

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络游戏市场前景研究与行业前景预测报告》共十三章。首先介绍了网络游戏行业市场发展环境、网络游戏整体运行态势等，接着分析了网络游戏行业市场运行的现状，然后介绍了网络游戏市场竞争格局。随后，报告对网络游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对网络游戏产业有个系统的了解或者想投资网络游戏行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 网络游戏概述 17

#### 1.1 网络游戏 17

##### 1.1.1 网络游戏定义 17

##### 1.1.2 网络游戏与单机游戏 17

##### 1.1.3 网络游戏产业链 18

#### 1.2 网络游戏的分类 19

##### 1.2.1 主流网络游戏 19

- 1.2.2 按存在形式分类 20
- 1.2.3 按地图和人物维度分类 20
- 1.3 网络游戏行业 20
- 1.3.1 网络游戏行业主管部门 20
- 1.3.2 行业主要法律法规及政策 21

## 第二章 2014-2016年中国网络游戏发展环境分析 27

- 2.1 中国网络游戏发展的经济环境 27
  - 2.1.1 中国GDP增长分析 27
  - 2.1.2 居民收入与消费分析 27
  - 2.1.3 2016年1-8月宏观经济运行分析 30
  - 2.1.4 网络游戏的社会经济作用分析 33
- 2.2 中国网络游戏发展的互联网及通信环境 34
  - 2.2.1 2016年中国互联网基础资源现状概述 34
  - 2.2.2 网游对IDC行业的技术推动作用分析 38
  - 2.2.3 2016年中国手机用户规模全球第一 39
  - 2.2.4 移动通信与传统互联网的融合趋势 42
  - 2.2.5 网络融合的促进作用分析 44
- 2.3 中国网络游戏发展的政策环境 45
  - 2.3.1 《信息产业发展“十一五”规划和2020年中长期规划纲要》 45
  - 2.3.2 《2014-2016年电子信息产业调整和振兴规划》 48
  - 2.3.3 2016年中国网游出版审批办法明确 48
  - 2.3.4 2016年金融支持文化产业的政策出台 49
  - 2.3.5 中国网络游戏分级制度的探索 50
- 2.4 中国网络游戏发展的社会环境 52
  - 2.4.1 2016年中国人口现状分析 52
  - 2.4.2 2016年中国网民规模增长趋势分析 54
  - 2.4.3 网络游戏对未成年人的负面影响 58
  - 2.4.4 中国正在加强网络游戏的市场监管 59

## 第三章 2014-2016年全球网络游戏产业发展现状分析 61

- 3.1 2014-2016年全球网络游戏发展概况 61

- 3.1.1 2016年全球网络游戏市场规模分析 61
- 3.1.2 全球网络游戏的市场格局分析 62
- 3.1.3 全球主要区域网络游戏分级制度介绍 62
- 3.1.4 2016年3D游戏将主导视频游戏市场 63
- 3.2 2014-2016年全球主要国家网络游戏产业发展分析 64
- 3.2.1 2016年美国网络游戏消费规模分析 64
- 3.2.2 2016年美国虚拟物品市场扩大 65
- 3.2.3 2016年欧洲网络游戏市场规模分析 65
- 3.2.3 2016年韩国出台网络游戏管理新政 66
- 3.2.4 韩国网络游戏发展模式及经验总结 66
- 3.2.5 2016年日本网络游戏产业发展现状分析 71

#### 第四章 2014-2016年中国网络游戏产业发展现状分析 73

- 4.1 中国网络游戏产业发展概述 73
- 4.1.1 中国网络游戏行业发展周期性分析 73
- 4.1.2 中国网络游戏行业盈利模式 74
- 4.1.3 2014-2016年中国网游画面的变迁分析 75
- 4.2 2016年中国网络游戏市场发展现状分析 76
- 4.2.1 2016年中国网络游戏市场规模分析 76
- 2011-2015年Q1-Q3中国网络游戏市场规模
- 4.2.2 2016年中国网络游戏产品特色分析 77
- 4.2.3 中国网络游戏的竞争格局分析 78
- 4.2.4 2016年中国网络游戏市场份额分析 81
- 4.3 2016年中国网络游戏发展现状分析 84
- 4.3.1 2016年2季度网络游戏市场规模分析 84
- 4.3.2 2016年2季度网络游戏市场集中度分析 84
- 4.3.3 2016年2季度主要网络游戏网站分析 86
- 4.3.4 2016年2季度网络游戏广告投入分析 87
- 4.4 2016年中国网络游戏出口现状分析 88
- 4.4.1 中国网络游戏出口产业链分析 88
- 4.4.2 中国网络游戏出口主要模式分析 91

4.4.3	2016年中国网络游戏出口规模分析	93
4.4.4	2016年中国网络游戏出口市场份额分析	93
4.4.5	2016年中国网络游戏企业出口案例统计	94
4.5	2014-2016年中国儿童青少年网游市场发展现状分析	95
4.5.1	2012-2016年中国儿童网络游戏产品分析	95
4.5.2	中国儿童青少年网游市场的兴起分析	96
4.5.3	2016年儿童青少年网游市场调研分析	98
4.5.4	中国儿童青少年网游市场发展特征分析	101
4.5.5	儿童青少年网游的市场监管体系分析	103
4.6	2014-2016年中国网络游戏市场发展动态分析	103
4.6.1	中国网络游戏出版自主研发实力分析	103
4.6.2	2016年《魔兽世界》事件的影响分析	104
4.6.3	2016年中国启动网络游戏两大工程	105
4.6.4	2016年免费网游成主流消费模式	106
4.7	2016年中国网络游戏行业主要投资事件分析	108
4.7.1	主要投资事件列表	108
4.7.2	中青宝创业板上市	109
4.7.3	北极光投资联易互动	109
4.7.4	泛城科技获得风险投资	109
4.7.5	178游戏投资3DMGAME	110
4.7.6	中国网络游戏企业加速海外收购	111
4.8	中国网络游戏产业存在的问题及对策分析	112
4.8.1	中国网络游戏市场发展难点分析	112
4.8.2	中国网络游戏产业发展的威胁分析	114
4.8.3	中国网络游戏产业发展的对策分析	115
4.8.4	儿童青少年网游市场的监管措施分析	117
第五章 2016年中国网页游戏市场发展现状分析 119		
5.1	网页游戏相关概述	119
5.1.1	网页游戏定义	119
5.1.2	网页游戏分类	119
5.2	中国网页游戏的运营和盈利模式分析	119

- 5.2.1 中国网页游戏运营模式分析 119
- 5.2.2 中国网页游戏盈利模式分析 121
- 5.2.3 运营模式和盈利模式的创新分析 122
- 5.3 2014-2016年中国网页游戏市场发展环境分析 122
  - 5.3.1 网页游戏发展的技术推动因素分析 122
  - 5.3.2 网页游戏行业的投资现状分析 123
  - 5.3.3 2016年中国网页游戏自律组织成立 124
  - 5.3.4 2016年网页游戏“金页奖”公布 125
- 5.4 2014-2016年中国网页游戏市场发展特征分析 126
  - 5.4.1 2014-2016年中国网页游戏市场规模分析 126
  - 5.4.2 2016年中国网页游戏用户规模分析 127
  - 5.4.3 手机WAP游戏将成市场亮点 128
  - 5.4.4 网页游戏的媒体价值分析 128
  - 5.4.5 大型网络游戏与网页游戏融合 128
  - 5.4.6 2016年中国网页游戏发展趋势分析 129
- 5.5 中国网页游戏市场存在的问题及对策分析 130
  - 5.5.1 网页游戏技术研发中存在的问题 130
  - 5.5.2 网页游戏市场运营中存在的问题 131
  - 5.5.3 网页游戏市场宣传中存在的问题 132
  - 5.5.4 中国网页游戏市场开发对策分析 132

## 第六章 2016年中国手机游戏市场发展现状分析 134

- 6.1 手机游戏简介 134
  - 6.1.1 手机游戏定义 134
  - 6.1.2 手机游戏的分类 134
  - 6.1.3 手机游戏盈利模式 137
  - 6.1.4 手机游戏推广渠道 137
- 6.2 2014-2016年中国手机游戏市场发展现状分析 138
  - 6.2.1 中国手机游戏发展的影响因素分析 138
  - 6.2.2 2014-2016年中国手机游戏市场规模分析 140
  - 6.2.3 2016年中国手机游戏用户规模分析 141
  - 6.2.4 中国手机游戏网站竞争格局分析 144

- 6.2.5 中国手机游戏开发人才需求热 145
- 6.3 2014-2016年中国手机游戏市场发展动态分析 146
  - 6.3.1 2016年中国手游企业积极开发国际市场 146
  - 6.3.2 2016年中国手游“金游奖”公布 148
  - 6.3.3 2016年中国手机游戏市场成熟度分析 149
- 6.4 2014-2016年中国手机游戏发展存在的问题及对策 150
  - 6.4.1 手机游戏品质成市场发展瓶颈 150
  - 6.4.2 手机游戏市场的监管问题 150
  - 6.4.3 中国手机游戏产业发展的建议 152

## 第七章 2016年中国大型网络游戏消费者调研分析 155

- 7.1 2016年中国大型网络游戏用户分析 155
  - 7.1.1 中国大型网络游戏用户规模及分布 155
  - 7.1.2 中国网络游戏用户城乡分布 156
- 7.2 2016年中国大型网络游戏用户特征 156
  - 7.2.1 中国大型网络游戏用户性别结构 156
  - 7.2.2 中国大型网络游戏用户年龄结构 157
  - 7.2.3 中国大型网络游戏用户职业结构 158
  - 7.2.4 中国大型网络游戏用户收入结构 158
  - 7.2.5 中国大型网络游戏用户游戏年龄 159
  - 7.2.6 中国大型网络游戏用户网龄结构 160
- 7.3 2016年中国大型网络游戏使用行为分析 160
  - 7.3.1 中国大型网络游戏用户使用地点 160
  - 7.3.2 中国大型网络游戏用户首先使用地点 161
  - 7.3.3 中国大型网络游戏用户使用时间 161
  - 7.3.4 中国大型网络游戏用户信息获取途径 162
- 7.4 2016年中国大型网络游戏用户产品使用行为 163
  - 7.4.1 中国大型网络游戏用户玩伴数量 163
  - 7.4.2 中国大型网络游戏用户使用原因 163
  - 7.4.3 中国大型网络游戏用户选择新产品原因 164
  - 7.4.4 中国大型网络游戏使用目的 165
  - 7.4.5 中国大型网络游戏产品用户流失因素 166

## 7.5 2016年中国大型网络游戏用户消费行为分析 166

### 7.5.1 中国大型网络游戏用户消费构成 166

### 7.5.2 中国大型网络游戏用户花费 167

### 7.5.3 中国大型网络游戏付费用户消费来源 167

### 7.5.4 中国大型网络游戏用户收入结构 168

### 7.5.5 中国大型网络游戏用户付费模式偏好 168

### 7.5.6 中国大型网络游戏用户消费方式 169

## 7.6 2016年中国网络游戏产品调研分析 170

### 7.6.1 中国网络游戏运营商MMOG用户规模 170

### 7.6.2 中国大型网络游戏类型用户渗透 170

### 7.6.3 中国网络游戏用户使用MMOG数量分析 171

### 7.6.4 中国大型网络游戏单用户使用寿命分析 172

### 7.6.5 中国大型网络游戏产品渗透率 172

## 第八章 2016年中国网页游戏用户调研分析 174

### 8.1 2016年中国整体网页游戏用户属性特征 174

#### 8.1.1 整体网页游戏用户性别特征 174

#### 8.1.2 整体网页游戏用户年龄特征 174

#### 8.1.3 整体网页游戏用户职业特征 175

#### 8.1.4 整体网页游戏用户学历特征 176

#### 8.1.5 整体网页游戏用户收入特征 176

### 8.2 2016年中国整体网页游戏用户行为特征 177

#### 8.2.1 网页游戏用户信息获取渠道 177

#### 8.2.2 网页游戏用户使用设备 178

#### 8.2.3 网页游戏用户使用地点 179

### 8.3 2016年中国整体网页游戏互联网背景特征 180

#### 8.3.1 用户网页游戏使用年限 180

#### 8.3.2 用户整体游戏使用年限 181

#### 8.3.3 网页游戏用户游戏类型重合状况 181

#### 8.3.4 网页游戏用户互联网使用年限 182

#### 8.3.5 网页游戏用户互联网服务使用 183

### 8.4 2016年中国社交网页游戏用户特征 184

- 8.4.1 社交网页游戏用户性别结构 184
- 8.4.2 社交网页游戏用户年龄结构 184
- 8.4.3 社交网页游戏用户职业结构 185
- 8.4.4 社交网页游戏用户收入结构 186
- 8.4.5 社交网页游戏产品使用形式 186
- 8.4.6 社交网页游戏用户使用网站 187
- 8.4.7 社交网页游戏产品使用次数和时间 188
- 8.4.8 社交网页游戏用户花费 189
- 8.4.9 社交网页游戏信息获取渠道 191
- 8.4.10 社交网页游戏使用地点 191
- 8.4.11 社交网页游戏用户使用设备 192
- 8.4.12 社交网页游戏用户浏览器使用状况 193
- 8.5 2016年中国社交网页游戏用户背景 194
- 8.5.1 社交网页游戏用户与其它电脑游戏重合度 194
- 8.5.2 社交网页游戏用户网页游戏年龄 195
- 8.5.3 社交网页游戏用户总体游戏年龄 195
- 8.5.4 社交网页游戏广告状况 196
- 8.5.5 社交类网站用户使用功能 197
- 8.5.6 社交网页游戏用户网站黏合度 198
- 8.6 2016年中国大型网页游戏用户行为状况 198
- 8.6.1 大型网页游戏用户性别结构 198
- 8.6.2 大型网页游戏用户年龄结构 199
- 8.6.3 大型网页游戏用户职业结构 200
- 8.6.4 大型网页游戏用户收入结构 200
- 8.6.5 大型网页游戏用户登录次数 201
- 8.6.6 大型网页游戏用户使用时间 201
- 8.6.7 大型网页游戏用户使用原因 202
- 8.6.8 大型网页游戏用户花费状况 202
- 8.6.9 大型网页游戏信息获取渠道 203
- 8.6.10 大型网页游戏用户浏览器使用状况 204
- 8.6.11 大型网页游戏生命周期 204
- 8.6.12 大型网页游戏产品放弃原因 205

- 8.6.13 大型网页游戏用户题材偏好 206
- 8.6.14 大型网页游戏用户类型偏好 206
- 8.6.15 大型网页游戏用户与其他电脑游戏重合度 207
- 8.6.16 大型网页游戏用户网页游戏年龄 208
- 8.6.17 大型网页游戏用户游戏年龄 209
- 8.6.18 大型网页游戏互联网使用年限 209
- 8.6.19 大型网页游戏用户互联网使用状况 209

## 第九章 2016年中国手机游戏用户调研分析 211

- 9.1 2016年中国手机游戏用户基本属性分析 211
  - 9.1.1 手机游戏用户性别分布 211
  - 9.1.2 手机游戏用户年龄分布 211
  - 9.1.3 手机游戏用户所在区域分布 212
  - 9.1.4 手机游戏用户教育程度 214
  - 9.1.5 手机游戏用户个人月收入分布 215
  - 9.1.6 手机游戏用户职业分布 215
- 9.2 2016年中国手机游戏用户参与游戏的属性分析 217
  - 9.2.1 手机游戏用户使用的手机品牌分布 217
  - 9.2.2 手机游戏用户黏性分析 217
  - 9.2.3 手机游戏用户活跃程度及流失原因 219
  - 9.2.4 手机游戏用户每月的手机上网花费 220
  - 9.2.5 手机游戏用户参与手机游戏的时间分析 221
  - 9.2.6 手机游戏用户参与手机游戏的场所分析 222
- 9.3 2016年中国手机网络游戏用户使用行为分析 222
  - 9.3.1 用户不选择手机网络游戏的原因分析 222
  - 9.3.2 用户偏好的手机游戏风格和题材 223
  - 9.3.3 用户获知手机网络游戏的渠道 224
  - 9.3.4 手机网游用户付费对比 225
  - 9.3.5 手机网游用户月均消费 226
  - 9.3.6 单款手机网络游戏费用支付意愿 228
  - 9.3.7 手机网游用户的支付方式 228
  - 9.3.8 用户每天参与手机网游的时间段分布 229

- 9.3.9 用户单个手机网游周期 230
- 9.3.10 手机网游用户态度对比分析 230
- 9.3.11 用户最期望的手机网络游戏功能 231
- 9.3.12 用户期望的手机网络游戏附属功能 232
- 9.3.13 手机网游用户在线活动研究 233
- 9.3.14 3G对于手机网游带来的影响 234

## 第十章 2014-2016年国外网络游戏重点企业分析 236

- 10.1 动视暴雪 ( Activision Blizzard ) 236
  - 10.1.1 公司简介 236
  - 10.1.2 2016年暴雪并购动视分析 237
  - 10.1.3 2016年公司经营情况分析 237
  - 10.1.4 2016年动视暴雪游戏业务市场分析 239
  - 10.1.5 2016年暴雪战网游戏平台将整合 240
- 10.2 任天堂 ( NINTENDO ) 241
  - 10.2.1 公司简介 241
  - 10.2.2 2016年公司经营情况 242
  - 10.2.3 2016年任天堂谷歌联手推出游戏 243
  - 10.2.4 2016年全球游戏机排行榜分析 243
- 10.3 育碧 ( Ubi Soft Entertainment ) 244
  - 10.3.1 公司简介 244
  - 10.3.2 2016年公司经营情况 245
  - 10.3.3 2016年育碧推出环保游戏包装 246
  - 10.3.4 2016年育碧中国市场发展计划 247
- 10.4 美国EA公司 247
  - 10.4.1 公司简介 247
  - 10.4.2 2016年公司成为世界500强企业 248
  - 10.4.3 2016年公司经营情况 249
  - 10.4.4 2016年度公司新作发售计划 250
  - 10.4.5 EA中国市场开发计划 251

## 第十一章 2014-2016年中国网络游戏重点企业分析 252

11.1 中青宝网	252
11.1.1 公司简介	252
11.1.2 2016年公司经营情况分析	253
11.1.3 中青宝网游出版核心竞争力分析	254
11.1.4 2016年公司经营计划	255
11.2 上海盛大网络	256
11.2.1 企业简介	256
11.2.2 2016年公司经营情况分析	258
11.2.3 2016年盛大网络游戏业务发展分析	258
11.2.4 2016年盛大与两企业结盟联合营销	259
11.3 北京完美时空	260
11.3.1 公司简介	260
11.3.2 2016年企业经营情况分析	263
11.3.3 2016年完美时空加大内容投入	264
11.3.4 完美时空的精品化路线分析	265
11.3.5 完美时空海外市场表现分析	266
11.4 网易公司	266
11.4.1 企业简介	266
11.4.2 网易游戏发展历程分析	267
11.4.3 2016年公司经营情况分析	268
11.5 第九城市	268
11.5.1 公司简介	268
11.5.2 第九城市发展历程分析	269
11.5.3 2016年公司经营情况	271
11.5.4 2016年第九城市三大战略部署分析	273
11.6 网龙	274
11.6.1 公司简介	274
11.6.2 2016年公司经营情况	277
11.6.3 公司未来发展展望	279
11.7 金山	281
11.7.1 公司简介	281
11.7.2 金山网游发展历程分析	281

11.7.3 2016年公司经营情况 284

第十二章 2017-2022年中国网络游戏产业发展前景 286

12.1 2017-2022年中国网络游戏市场规模预测 286

12.1.1 中国网络游戏市场规模预测 286

12.1.2 2017-2022年中国网游出口规模预测 287

12.2 2017-2022年中国网络游戏发展趋势分析 288

12.2.1 游戏创新和市场细分 288

12.2.2 与其他文化产业的融合 288

12.2.3 网游衍生品的发展契机 288

第十三章 2017-2022年中国网络游戏投资分析 290 (ZY LII)

13.1 2017-2022年中国网络游戏投资风险分析 290

13.1.1 政策风险 290

13.1.2 市场风险 290

13.1.3 技术风险 291

13.1.4 知识产权保护风险 291

13.2 2017-2022年中国网络游戏投资建议 291

13.2.1 积极开发女性用户市场 291

13.2.2 自主创新是关键 292

13.2.3 农村消费市场的拓展 292 (ZY LII)

图表目录：

图表 1 电脑游戏及网络游戏的分类 17

图表 2 网络游戏产业链示意图 18

图表 3 2012-2016年中国GDP增长趋势图 27

图表 4 2012-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 28

图表 5 2012-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 28

图表 6 2012-2016年中国城镇居民家庭恩格尔系数 28

图表 7 2012-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 29

图表 8 2012-2016年中国社会消费品零售总额情况 29

- 图表 9 2012-2016年中国居民消费价格涨跌幅度 30
- 图表 10 2016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度 30
- 图表 12 2012-2015年中国IPv4地址资源变化情况 35
- 图表 13 2016年中国分类域名数 35
- 图表 14 2016年中国分类CN域名数 36
- 图表 15 2012-2015年中国网站规模变化趋势图 36
- 图表 16 2011-2016年中国网页规模变化 37
- 图表 17 2016年中国网页数分类及增长情况 37
- 图表 18 2012-2015年中国国际出口带宽变化情况 38
- 图表 19 2016年中国主要骨干网络国际出口带宽数 38
- 图表 20 2012-2016年中国移动电话用户规模和比例增长趋势图 40
- 图表 21 2013-2016年中国移动电话用户月度净增比较 41
- 图表 22 2012-2016年中国移动分组数据用户月度增长情况 41
- 图表 23 2016年中国各省移动电话用户、普及率统计 41
- 图表 24 传统互联网与移动通信网的劣势列表 43
- 图表 25 移动互联网的融合发展示意图 43
- 图表 26 固网、移动网、广电网和互联网的大融合趋势 44
- 图表 27 移动互联网终端的融合示意图 45
- 图表 28 中国信息产业科技发展的15大重点技术列表 46
- 图表 29 2012-2016年中国人口数量增长趋势图 52
- 图表 30 2016年中国人口城乡构成比例 53

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/114382CGXM.html>