

# 2014-2019年中国网络游戏 市场前景研究与投资潜力研究报告

## 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

《2014-2019年中国网络游戏市场前景研究与投资潜力研究报告》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/E17161RCGS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

### 第一章 2013年中国网络游戏行业发展综述

#### 第一节 网络游戏行业产业链

##### 一、网络游戏行业产业链简介

- (1) 网络游戏开发商
- (2) 网络游戏运营商
- (3) 网络运行渠道商
- (4) 互联网接入提供商

##### 二、网络游戏行业产业链现状

- (1) 上游产业链发展现状
- (2) 中游产业链发展现状
- (3) 下游产业链发展现状

#### 第二节 网络游戏行业盈利模式

##### 一、用户付费的盈利模式

##### 二、海外发行的盈利模式

- (1) 出口网络游戏主要面向东南亚地区
- (2) 出口游戏产品的合作主要采用代理运营的模式

##### 三、广告收入的盈利模式

##### 四、其他衍生品的盈利模式

#### 第三节 网络游戏虚拟物品交易分析

##### 一、非虚拟物品交易用户规模

##### 二、虚拟物品交易类型分析

##### 三、虚拟物品交易方式分析

##### 四、虚拟物品交易分析以及建议

- (1) 虚拟装备价值以及归属法律认定难度较大
- (2) 虚拟货币不是货币
- (3) 虚拟物品监管应分为两步走

### 第二章 2013年中国网络游戏行业市场环境分析

#### 第一节 网络游戏行业政策环境分析

##### 一、网络游戏行业主管部门

## 二、网络游戏行业规范政策

- (1) 《网络游戏管理暂行办法》
- (2) 网络游戏产品的审核标准
- (3) 网络游戏市场监管相关政策
- (4) 对“私服”、“外挂”等违法行为的管理制度
- (5) 对网吧的整治制度
- (6) 保护青少年网络游戏玩家的专项制度

## 三、网络游戏行业扶持政策

- (1) 对产业创新的支持
- (2) 网络游戏宣传平台的建立
- (3) 游戏产业人才培养体系的建立
- (4) 网络游戏产业孵化器的培育
- (5) 精品游戏的鼓励

## 第二节 网络游戏行业经济环境分析

### 一、国家GDP增长分析

### 二、居民收入与消费分析

- (1) 居民收入水平分析
- (2) 居民消费水平分析

### 三、互联网普及程度分析

## 第三节 网络游戏行业网络环境分析

### 一、网民规模

- (1) 总体网民规模
- (2) 宽带网民规模
- (3) 手机网民规模

### 二、网民结构特征

- (1) 性别结构
- (2) 年龄结构
- (3) 学历结构
- (4) 职业结构
- (5) 收入结构
- (6) 城乡结构

### 三、互联网基础资源

(1) 基础资源概述

(2) IP地址

(3) 域名

(4) 网站

(5) 网页

#### 四、网络接入

(1) 上网设备

(2) 上网地点

(3) 上网时间

#### 五、网民网络应用行为

(1) 信息获取

(2) 商务交易

(3) 交流沟通

(4) 网络娱乐

#### 六、网络安全和信任环境

#### 七、手机上网行为分析

(1) 手机上网应用行为

(2) 手机网民规模分析

### 第三章 2013年国际网络游戏行业发展分析

#### 第一节 国际网络游戏产业发展现状分析

一、世界网络游戏产业发展周期

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

#### 第二节 欧美网络游戏行业发展分析

一、欧美网络游戏行业发展概况

二、欧美网络游戏行业发展现状

(1) 美国网络游戏行业发展分析

(2) 英国网络游戏行业发展分析

(3) 法国网络游戏行业发展分析

(4) 德国网络游戏行业发展分析

三、欧美网络游戏行业发展特点

四、欧美网络游戏行业重点企业

### 第三节 韩国网络游戏行业发展分析

一、韩国网络游戏行业发展历程

二、韩国网络游戏行业市场规模

三、韩国网络游戏行业出口规模

四、韩国网络游戏行业发展特点

五、韩国网络游戏行业重点企业

## 第四章 2013年国际网络游戏企业运营分析

### 第一节 ELECTRONIC ARTS公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

### 第二节 ACTIVISION BLIZZARD公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

### 第三节 TAKE-TWO INTERACTIVE公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

### 第四节 UBISOFT公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

#### 第五节 NHN公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

#### 第六节 NCSOFT公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

#### 第七节 CJ INTERNET公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

#### 第八节 NEOWIZ GAMES公司

一、企业发展简况

二、企业经营情况分析

三、企业主营业务分析

四、企业代表游戏及影响力

五、企业最新发展动向分析

### 第五章 2013年中国网络游戏行业发展分析

#### 第一节 网络游戏行业发展历程

一、网络游戏早期孕育阶段

二、网络游戏行业诞生阶段

三、网络游戏探索发展阶段

#### 四、网络游戏行业成熟阶段

#### 五、网络游戏多元发展阶段

### 第二节 网络游戏行业发展现状分析

#### 一、网络游戏行业市场供给分析

##### (1) 网络游戏推出数量

##### (2) 网络游戏地区分布

#### 二、网络游戏行业市场规模分析

##### (1) 网络游戏行业市场规模

##### (2) 行业规模占全球市场比重

#### 三、网络游戏行业市场结构分析

#### 四、网络游戏行业用户规模分析

##### (1) 总体用户规模

##### (2) 用户职业构成

##### (3) 用户收入分布

#### 五、网络游戏行业积极作用分析

### 第三节 网络游戏行业竞争格局分析

#### 一、网络游戏行业竞争现状分析

##### (1) 运营商市场份额

##### (2) 运营商用户份额

#### 二、新网络游戏推出对行业格局影响

#### 三、国内外网络游戏产品竞争力分析

#### 四、网络游戏行业竞争分化趋势

#### 五、网络游戏产品生命周期分析

#### 六、网络游戏运营商营销策略分析

##### (1) 营销策略进化趋势

##### (2) 产品线布局策略分析

#### 七、网络游戏运营商竞争策略分析

##### (1) 腾讯的竞争策略

##### (2) 盛大的竞争策略

##### (3) 网易的竞争策略

##### (4) 完美时空的竞争策略

##### (5) 畅游的竞争策略



## (6) 巨人的竞争策略

### 第四节 网络游戏行业区域市场分析

#### 一、城乡地区大型网络游戏用户特征

- (1) 中国城乡大型网络游戏用户结构
- (2) 中国城乡大型网络游戏用户性别结构
- (3) 中国城乡大型网络游戏用户年龄结构
- (4) 中国城乡网络游戏用户首要使用地点
- (5) 中国城乡大型网络游戏产品使用地点
- (6) 中国城乡大型网络游戏用户花费结构
- (7) 中国城乡网络游戏用户购买地点

#### 二、未成年人网络游戏用户市场

- (1) 中国未成年人网络游戏用户性别
- (2) 中国未成年人网络游戏用户使用地点
- (3) 中国未成年人网络游戏用户主要使用地点
- (4) 中国未成年人网络游戏用户引导

#### 三、网络游戏用户性别特征

- (1) 中国男女网络游戏用户年龄分布
- (2) 中国男女网络游戏用户使用地点

#### 四、六大区域网络游戏市场特征

- (1) 大型网络游戏区域年龄特征
- (2) 大型网络游戏区域使用地点
- (3) 大型网络游戏区域花费特征

#### 五、区域网络游戏市场分析及建议

- (1) 网吧和依附性渠道建设成为游戏运营商争夺农村市场关键渠道
- (2) 农村市场成为运营商开发和政府监管的重点
- (3) 女性网络游戏用户将成为差异化竞争的关键
- (4) 经济落后地区网络游戏监管力度应该进一步加大

### 第五节 网络游戏行业发展问题分析

#### 一、网络游戏用户防沉迷系统认知

#### 二、网络游戏用户沉迷研究

- (1) 网络游戏沉迷概况
- (2) 中国网络游戏用户沉迷规模

### 三、网络游戏负面内容分析

- (1) 中国网络游戏用户负面内容认可度
- (2) 中国网络游戏产品负面内容分析
- (3) 中国网络游戏产品负面内容造成主体

### 四、网络游戏行业问题分析

### 五、网络游戏行业发展建议

- (1) 防沉迷系统应进一步完善
- (2) 企业应当担当起更多社会责任

## 第六章 中国网络游戏行业出口业务分析

### 第一节 网络游戏行业出口市场分析

#### 一、网络游戏行业出口规模分析

#### 二、网络游戏行业出口市场格局

#### 三、网络游戏出口产品构成分析

#### 四、网络游戏出口方式分析

#### 五、网络游戏出口国家分布

### 第二节 网络游戏出口产业链分析

#### 一、网络游戏出口业务流程

#### 二、网络游戏出口产业链分析

- (1) 海外客户接洽
- (2) 商务谈判阶段
- (3) 游戏出口中介机构

#### 三、网络游戏出口模式优劣分析

- (1) 自建公司独立运营模式
- (2) 产品授权合作运营模式
- (3) 合作研发联合运营模式

### 第三节 网络游戏出口厂商分析

#### 一、完美时空网游出口业务分析

#### 二、游戏蜗牛网游出口业务分析

#### 三、大承网络网游出口业务分析

#### 四、Magic game网游出口业务分析

#### 五、盛大网络网游出口业务分析

## 第七章 2013年中国网络游戏行业细分市场分析

### 第一节 大型网游市场分析

#### 一、大型网游市场发展概况

(1) 定义及分类

(2) 发展概况

#### 二、大型网游市场规模分析

(1) 角色扮演类网游市场规模

(2) 休闲类网游市场规模

#### 三、大型网游市场渗透情况

(1) 用户渗透情况

(2) 产品渗透率

#### 四、大型网游用户使用数量

#### 五、大型网游市场发展趋势

(1) 产品市场将进一步细分

(2) 竞争加剧促使产品质量提高

(3) 产品营销和推广方式的转变

(4) MMOG将向网页游戏渗透

#### 六、大型网游市场发展建议

(1) 提升网络游戏用户产品粘合度转换

(2) 技术和创意成为休闲游戏关键成功要素

(3) 模仿不是中国网络游戏产品的出路

### 第二节 网页游戏市场分析

#### 一、网页游戏概念及分类

(1) 网页游戏概念

(2) 网页游戏分类

#### 二、网页游戏市场规模分析

#### 三、网页游戏用户规模分析

(1) 总体网页游戏用户规模

(2) 分类网页游戏用户规模

#### 四、网页游戏产品市场分析

(1) 产品类型分析

(2) 产品题材分布

## 五、网页游戏运营模式分析

(1) 独立运营模式

(2) 联合运营模式

## 六、网页游戏盈利模式分析

(1) 联合运营盈利模式

(2) 包月VIP盈利模式

(3) 增值盈利模式

## 七、网页游戏市场PEST分析

(1) 政策环境分析

(2) 经济环境分析

(3) 社会环境分析

(4) 技术环境分析

## 八、网页游戏市场机遇与挑战

(1) 网页游戏市场机会

(2) 网页游戏市场问题

## 九、网页游戏市场发展趋势

(1) 未来市场的成长空间巨大

(2) 市场在混战中面临重新洗牌

## 第三节 手机网游市场分析

### 一、手机网游市场发展概况

### 二、手机网游市场发展规模分析

### 三、手机网游市场用户规模分析

### 四、手机网游市场积极因素分析

(1) 移动智能终端普及提高了市场积极性

(2) “终端销售+付费下载”商业模式获得成功

(3) 电信运营商大力推动3G业务

### 五、手机网游市场发展趋势展望

(1) 付费与免费商业模式并存

(2) 提高质量并增强差异性

(3) 积极拓展新兴平台

## 第八章 2013年中国网络游戏行业用户行为分析

### 第一节 大型网游用户行为分析

#### 一、大型网游用户特征

- (1) 大型网游用户性别结构
- (2) 大型网游用户年龄结构
- (3) 大型网游用户游戏年龄
- (4) 大型网游用户网龄结构

#### 二、大型网游使用行为分析

- (1) 大型网游用户使用地点
- (2) 大型网游用户使用频率
- (3) 大型网游用户单次游戏时长
- (4) 大型网游用户信息获取途径
- (5) 大型网游用户游戏设备拥有情况
- (6) 大型网游用户私服使用情况

#### 三、大型网游用户心理认知分析

- (1) 大型网游用户选择新产品原因
- (2) 大型网游用户流失原因

#### 四、大型网游用户单机游戏使用分析

- (1) 大型网游用户使用单机游戏比例
- (2) 大型网游用户使用单机游戏类型
- (3) 大型网游用户使用的大型单机游戏产品
- (4) 使用单机游戏的大型网游用户特征

### 第二节 网页游戏用户行为分析

#### 一、网页游戏用户结构特征

- (1) 网页游戏用户性别结构
- (2) 网页游戏用户年龄结构
- (3) 网页游戏用户职业结构
- (4) 网页游戏用户学历结构
- (5) 网页游戏用户收入结构

#### 二、网页游戏用户行为特征

- (1) 网页游戏用户信息获取渠道
- (2) 网页游戏用户使用设备

(3) 网页游戏用户使用地点

### 三、网页游戏互联网背景特征

(1) 用户网页游戏使用年限

(2) 用户整体游戏使用年限

(3) 网页游戏用户游戏类型重合状况

(4) 网页游戏用户互联网使用年限

(5) 网页游戏用户互联网服务使用

### 四、网页游戏用户行为总结

(1) 网页游戏用户特征总结

(2) 网页游戏用户行为特征总结

## 第三节 手机网游用户行为分析

### 一、手机网游用户基本属性分析

(1) 手机网游用户性别比例

(2) 手机网游用户年龄分布

(3) 手机网游用户职业分布

(4) 手机网游用户受教育程度分布

(5) 手机网游用户个人收入分布

### 二、手机网游用户终端使用情况分析

(1) 用户对网络游戏功能的购买需求

(2) 用户上网流量套餐使用情况分析

(3) 用户3G使用情况分析

(4) 用户使用手机上网时间及频率

### 三、手机网游用户基本行为分析

(1) 手机网游客户端下载渠道

(2) 手机网游用户支付方式情况

(3) 手机网游用户付费情况分析

(4) 手机网游用户黏性情况分析

(5) 手机网游用户参与时间和地点情况

### 四、手机网游用户心理及推广方式分析

(1) 手机网游用户偏好的游戏风格及题材

(2) 用户参与手机网游的限制因素分析

(3) 用户对参与手机网游口碑营销态度

(4) 用户对游戏运营商的期望及要求

(5) 用户参与手机网游的动机分析

## 第九章 2013年中国网络游戏行业运营商经营分析

### 第一节 腾讯控股有限公司（运营商）

一、企业发展简况分析

二、企业

三、企业主营业务结构

四、企业代表游戏及影响力

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

### 第二节 趣游北京）科技有限公司网页游戏）

一、企业发展简况

二、企业业务经营情况

三、企业代表游戏及影响力

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

六、企业最新发展动向

### 第三节 当乐网

一、企业发展简况

二、企业业务经营情况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

五、企业最新发展动向

## 第十章 2014-2019年中国网络游戏行业投资分析

### 第一节 网络游戏行业投资现状分析

一、网络游戏行业投资规模分析

二、网络游戏行业投资轮次分析

三、网络游戏行业投资阶段分析

四、网络游戏行业投资地区分析

五、网络游戏行业币种投资分析

## 第二节 网络游戏行业创业投资分析

### 一、网络游戏行业IPO市场规模

- (一、完美时空
- (二、巨人网络
- (三、第九城市
- (四、网龙
- (五、中青宝网

### 二、网络游戏行业投资并购分析

### 三、网络游戏行业典型投资案例

- (一、蓝港在线获2500万美元投资
- (二、蜗牛电子获440万美元投资
- (三、风云网络获1000万美元投资
- (四、漫游谷获启明创投与思伟投资首轮投资
- (五、175网络科技获深创投集团投资
- (六、宣逸互动获146万美元投资
- (7) 极光互动获1464万美元投资
- (8) 迅游网络获达晨创投的首轮融资

## 第三节 2014-2019年中国网络游戏行业投资机会与风险分析

### 一、网络游戏行业发展趋势分析

- (一、网络游戏行业发展趋势
- (二、网络游戏行业发展前景预测
- (三、网络游戏行业用户规模预测

### 二、网络游戏行业投资机会分析

### 三、网络游戏行业投资风险分析

- (一、政策风险
- (二、行业风险

## 【图表目录】

图表：部分类型网络游戏简况



图表：网络游戏分类

图表：网络游戏产业链结构图

图表：中国中小型网络游戏开发商介绍

图表：中国网络游戏运营模式介绍

图表：中国网络游戏运营商分类介绍

图表：中国主要网络游戏运营商情况概览

图表：中国网络游戏运营商代表游戏产品情况

图表：网络游戏行业的服务流程

图表：中国网络游戏收费模式介绍

图表：2006-2013年中国网络游戏虚拟货币市场规模（单位：亿元，%）

图表：2006-2013年中国网络游戏海外销售收入情况（单位：万美元，%）

图表：2006-2013年中国网络游戏海外销售数量情况（单位：款，%）

图表：2013年中国非虚拟物品交易情况（单位：%）

图表：2013年中国非虚拟物品交易类型情况（单位：%）

图表：2013年中国非虚拟物品交易渠道（单位：%）

图表：1999-2013年中国GDP增长情况（单位：万亿元，%）

图表：2009年Q1-2013年Q3国内生产总值及其同比增速（单位：亿元，%）

图表：2001-2013年中国城乡居民人均收入及其增长情况（单位：元，%）

图表：1999-2013年城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务支出统计表（单位：元）

图表：2006-2013年农村居民家庭人均教育文化娱乐服务支出统计表（单位：元）

图表：2006-2013年中国互联网普及率（单位：%）

图表：2002-2013年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表：2009-2013年中国宽带网民规模（单位：万人）

图表：2009-2013年中国手机网民规模（单位：万人）

图表：2009-2013年网民性别结构对比（单位：%）

图表：2009-2013年网民年龄结构对比（单位：%）

图表：2009-2013年网民学历结构对比（单位：%）

图表：2009-2013年网民职业结构对比（单位：%）

图表：2009-2013年网民收入结构对比（单位：元，%）

图表：2009-2013年网民城乡结构对比（单位：%）

图表：2009-2013年互联网基础资源对比（单位：个，Mbps，%）

图表：2006-2013年中国IPv4地址资源变化情况（单位：个，%）

图表：2013年中国分类域名数（单位：个，%）

图表：2013年中国分类CN域名数（单位：个，%）

图表：2006-2013年中国网站规模变化（单位：个，%）

图表：2006-2013年网页规模变化情况（单位：亿个，%）

图表：2013年网民上网设备（单位：%）

图表：2013年网民上网地点（单位：%）

图表：2009-2013年网民平均每周上网时长（单位：小时）

图表：2013年网民工作/业余上网（%）

图表：2009-2013年各类网络应用使用率及增长率（单位：万，%）

图表：2009-2013年搜索引擎用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年网络新闻用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年网络购物用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年网上支付用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年旅行预订用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年即时通信用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年博客用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年社交网站用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年网络游戏用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年网络文学用户对比（单位：万人，%）

图表：2009-2013年网络视频用户对比（单位：万人，%）

图表：2013年上半年网络安全环境（单位：%）

图表：2013年手机网民网络应用（单位：%）

图表：2008-2013年上半年手机上网网民规模及增速（单位：万人，%）

图表：国际网络游戏的发展阶段

图表：2013年美国网络游戏行业市场结构（单位：%）

图表：2013年英国网络游戏行业市场结构（单位：%）

图表：2013年法国网络游戏行业市场结构（单位：%）

图表：2013年德国网络游戏行业市场结构（单位：%）

图表：欧美著名游戏公司

图表：2006-2013年韩国网络游戏行业市场规模及增长情况（单位：亿元；%）

图表：2006-2013年韩国网络游戏行业出口额及增长情况（单位：亿美元，%）

图表：韩国著名游戏公司

图表：2006-2013年EZ公司营业收入净利润率（单位：%）

图表：2006-2013年UBISOFT公司营业收入净利润率（单位：%）

图表：欧美网络游戏和中韩网络游戏的特点对比

图表：中国网络游戏的历史演变

图表：2006-2013年中国网络游戏数量统计（单位：个）

图表：2006-2013年中国网络游戏市场规模及增速（单位：亿元，%）

图表：2003-2013年中国网络游戏市场规模占全球市场规模比重（单位：亿美元，%）

图表：2008-2013年中国网络游戏行业产品市场份额（单位：%）

图表：2003-2013年中国互联网网络游戏用户规模（单位：万人，%）

图表：2013年中国大型网络游戏用户职业构成情况（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏用户收入分布情况（单位：%）

图表：2013年中国网络游戏运营商市场份额（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏运营商用户规模（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏用户同时使用游戏数量（单位：%）

图表：2007-2013年中国网络游戏覆盖用户TOP20

图表：2006Q1-2009Q3各大网游公司季度收入趋势（单位：千元）

图表：中国大型网络游戏用户产品更换周期

图表：网络游戏大作排行榜（单位：万人）

图表：中国主流游戏产品列表（以运营商排列）

图表：2008-2013年城乡大型网络游戏用户比例（单位：%）

图表：2013年城乡网络游戏用户性别结构（单位：%）

图表：2013年城乡网络游戏用户年龄结构（单位：%）

图表：2013年城乡网络游戏用户首要使用地点（单位：%）

图表：2013年城乡网络游戏用户使用地点比较（单位：%）

图表：2013年城乡网络游戏用户性别结构（单位：%）

图表：2013年城乡地区网络游戏用户花费渠道（单位：%）

图表：2013年未成年网络游戏用户性别结构（单位：%）

图表：2013年未成年网络游戏用户使用地点（单位：%）

图表：2013年未成年网络游戏用户性别结构（单位：%）

图表：2013年未成年网络游戏用户父母了解情况（单位：%）

图表：2013年未成年网络游戏用户父母网络游戏态度（单位：%）

图表：2013年未成年网络游戏用户学校态度（单位：%）

图表：2013年不同性别网络游戏用户年龄分布（单位：%）

图表：2013年不同性别网络游戏用户使用地点（单位：%）

图表：2013年大型网络游戏区域年龄特征（单位：%）

图表：2013年大型网络游戏区域使用地点（单位：%）

图表：2013年大型网络游戏区域年龄特征（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏用户沉迷系统认知（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏用户沉迷情况（单位：%）

图表：2013年中国网络游戏沉迷用户规模（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏负面内容认可率（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏负面内容构成（单位：%）

图表：2013年中国大型网络游戏负面内容造成主体（单位：%）

图表：2005-2013年中国网络游戏出口市场规模（单位：百万美元，%）

图表：2009年中国网游厂商出口业务市场份额（单位：%）

图表：2013年中国网络游戏出口产品构成（单位：%）

图表：2013年部分网络公司出口游戏及出口地区

图表：中国网络游戏产品出口业务流程

图表：网络游戏出口中介机构服务流程

图表：《完美世界》出口一览

图表：《武林外传》出口一览

图表：《诛仙》出口一览

图表：《热舞派对》出口一览

图表：游戏蜗牛出口产品一览

图表：Magic game执行案例一览

图表：盛大网络产品出口一览

图表：2009年中国大型网游产品渗透情况（单位：%）

图表：2009年中国大型网游产品用户渗透率（单位：%）

图表：2009年中国网络游戏用户大型游戏使用数量（款，%）

图表：2007-2013年中国网页游戏市场规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2007-2013年中国网页游戏用户规模及增长情况（单位：万人，%）

图表：2013年4月止中国分类网页游戏用户规模（单位：万人，%）

图表：2008-2009年中国网页游戏产品类型分布（单位：%）

图表：2009年中国网页游戏产品题材分布（单位：%）

图表：2006-2013年中国手机游戏（单机和网游）市场规模（单位：亿元，%）

图表：2009-2013年中国手机单机游戏和网络游戏市场规模（单位：亿元，%）

图表：2006-2013年中国手机游戏用户规模（单位：万人，%）

图表：2006-2013年中国手机网游用户规模（单位：万人，%）

图表：2013年中国大型网游用户性别构成（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户年龄构成（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户游戏年龄（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户网龄构成（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户游戏地点（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户使用频率（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户单次游戏使用时间（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户游戏信息获取途径（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户游戏设备拥有情况（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户的游戏设备（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户游戏产品选择要素（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户游戏产品放弃要素（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户使用单机游戏的比例（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户使用单机游戏类型（单位：%）

图表：2013年中国大型网游用户使用单机游戏名称（单位：%）

图表：2013年使用单机游戏的大型网游用户性别结构（单位：%）

图表：2013年使用单机游戏的大型网游用户年龄结构（单位：%）

图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/E17161RCGS.html>