



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国网络游戏市场 需求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国网络游戏市场需求及投资前景分析报告》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/278365.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

国内网络游戏行业的发展与上世纪90年代计算机的普及和互联网的规模化扩张密不可分，其发展历程大致可以分为以下五个阶段：

资料来源：公开资料整理

在国内网络用户持续增加，国内网络游戏企业研发能力和运营能力的不断提升的背景下，中国网络游戏市场规模呈现持续快速增长的态势。根据游戏工委2015年《中国游戏产业报告》数据显示，国内游戏整体市场（包括网络游戏市场、移动游戏市场、单机游戏市场等）2015年销售收入达到1,407.00亿元，比2014年增长了22.90%，2009-2015年复合增长率达到24.70%。

2009-2015年中国游戏市场销售收入统计

资料来源：游戏工委

2015年，中国游戏市场销售收入构成如下：客户端网络游戏市场销售收入611.6亿元，网页游戏市场销售收入219.6亿元，移动游戏市场销售收入514.6亿元，其他游戏市场销售收入124.20亿元。2015年中国游戏市场销售收入结构

资料来源：游戏工委

近年来我国自主研发网络游戏的原创力量不断壮大，2006年中国自主研发的网络游戏市场销售收入首次超过引进版网络游戏市场销售收入，扭转国内网络游戏发展初期进口网络游戏占主导地位的局面，自主研发游戏逐渐成为市场发展的主导力量。根据2015年《中国游戏产业报告》数据显示，2015年中国自主研发的网络游戏市场销售收入986.7亿元，比2014年增长35.8%。2009-2015年中国自主研发网络游戏市场销售收入

资料来源：游戏工委

2015年，国家新闻出版广电总局批准出版的游戏约750款。其中客户端游戏占比11.2%，网页游戏占比32.8%，移动游戏占比49.7%，新增移动网络游戏数量占比较高。

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：

## 第一部分 网络游戏行业发展分析

### 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

电子游戏指用户通过电子计算机、移动终端（智能手机、平板电脑等）、专用游戏机等电子终端设备进行娱乐的一种形式，按照游戏运行平台载体的不同，电子游戏可以分成三大类：电脑游戏、移动终端游戏和专用设备游戏。 电子游戏分成三大类：

资料来源：公开资料整理

根据对网络的需求状况不同，电脑游戏、移动终端游戏又可分为网络游戏和单机游戏。

网络游戏是指以电脑、平板电脑、智能手机等载体为游戏平台，以游戏运营商的服务器为处理器，以互联网为数据传输媒介，通过广域网网络传输方式（互联网、通信网络、广电网等）实现多个用户同时参与的游戏产品，以通过对游戏中人物角色或者场景的操作实现娱乐、交流为目的的游戏方式，具有可持续性的个体性多人在线游戏。

单机游戏是相对于网络游戏而言的。一般指游戏的主要玩法只需要一台电脑就能完成的电子游戏，随着网络的普及，许多单机游戏也开始逐渐加强了网络元素和多人模式。

##### 二、网络游戏的分类

网络游戏产品种类繁多，根据目前主流的分类方法，按照游戏提供形式及载体的不同，可将网络游戏主要分为客户端游戏、网页游戏、移动游戏和社交游戏等。 网络游戏的分类：

资料来源：公开资料整理

##### 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、2015年欧美网络游戏市场分析

## 六、2016年全球网络游戏消费调查

### 第二节 美国

- 一、美国网络游戏行业概况
- 二、2016年美国网络游戏消费分析
- 三、美国成为韩国网游业抢夺热点
- 四、2016年美国网游用户增长情况

### 第三节 日本

- 一、日本的网络游戏行业开始复苏
- 二、2016年日本网络游戏调查
- 三、日本网络游戏用户分析
- 四、日本网游业发展遭遇尴尬境地

### 第四节 韩国

- 一、韩国网络游戏业规模和发展概况
- 二、2015年韩国网络游戏市场增长情况
- 三、2016年韩国网络游戏企业集体落户长三角
- 四、2016年韩国游戏公司全年财报汇总
- 五、2016年韩国网游大事回顾
- 六、2016年韩国网络游戏市场出口分析
- 七、2016年韩国网络游戏市场主流游戏分析
- 八、2016年韩国网游产业投资规划分析

## 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、中国网络游戏产业区域特点
- 三、中国网络游戏玩家规模分析
- 四、中国免费网游成主流消费模式
- 五、中国大型网络游戏公司发展简况

### 第二节 2015年中国网络游戏产业回顾

- 一、2015年中国网络游戏市场发展分析
- 二、2015年中国网络游戏销售情况分析
- 三、2015年中国网络游戏市场发展特点

#### 四、2015年中国网络游戏市场盘点

#### 第三节 2016年中国网络游戏市场分析

- 一、2016年中国网络游戏市场综况
- 二、2016年中国网游市场解读
- 三、2016年中国网络游戏销售情况
- 四、2016年中国网络游戏年度数据分析
- 五、2016年中国网络游戏市场规模
- 六、2016年中国网络游戏行业盘点
- 七、2016年中国网络游戏出口市场分析
- 八、2016年中国游戏海外并购运作情况
- 九、2016年中国游戏市场五大变革

#### 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、私服外挂成为网游业发展的阻碍因素
- 四、网络游戏产业亟需实行分级改革

#### 第六节 促进网游发展的对策

- 一、网络游戏产业的政策建议
- 二、引导大学生正确对待网络游戏
- 三、中国网络游戏业发展的五大策略

### 第二部分 网络游戏细分市场及领域分析

#### 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、四川对网络游戏虚拟货币的管理规范

三、成都网络游戏新兴力量正在崛起

四、成都网游研发企业获日企资金青睐

五、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、2015年上海网络游戏销售收入情况

五、2015年上海网络游戏出版行业逆势增长

六、2016年上海电信推出"游戏新天地"游戏平台

七、上海要求网游产品提供"适龄提示"

八、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

## 第四节 深圳

一、深圳市网游市场发展现状

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、北京网络游戏产业发展现状

二、北京市动漫网游行业的政策情况

三、2016年北京网络游戏分级制度将启动

## 第六节 厦门

一、厦门网游开发的特点解析

二、厦门网游业进军台湾市场

三、厦门动漫网游高速发展

## 第七节 其他地区

一、重庆市

二、湖南省

三、浙江杭州

四、浙江嘉兴

## 五、江苏常州

### 第五章 网络游戏的研发与销售

#### 第一节 2016中国网络游戏研发力量调查

##### 一、2016年原创网游数量

##### 二、三弊端制约网游业

##### 三、各地出台政策 建游戏基地扶持产业

#### 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

#### 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

随着高速网络的普及，我国网络游戏产业发展迅速，已成为信息产业和文化产业的重要组成部分。近年来，我国网络游戏产业不断优化资源配置，产业链逐渐完善，已经成为推动我国信息产业蓬勃发展的重要动力之一。

网络游戏行业产业链的主链条包括游戏开发商、游戏运营商、游戏渠道商、电信运营商及游戏玩家。产业的辅助链条包括开发服务厂商、计算机软硬件厂商、网络安全厂商、网络硬件厂商、集成商与服务商、软件平台厂商等。网络游戏行业产业链： 资料来源：公开资料整理

##### 二、游戏研发环节

游戏开发商是指组织研发团队进行游戏软件程序的开发，经过多轮测试加以完善后形成可商业化运营的产品版本，产品上线运营之后，持续进行后续开发以不断推出更新版本的活动。

游戏开发商是网络游戏产品开发的主体，包括游戏开发计划，组织策划、程序、美术、测试等一系列工作，是游戏知识产权的拥有者，通过授权或者代理研发为用户提供网络游戏产品。游戏开发商有两种类型，一种是开发游戏产品同时也从事游戏运营，还通过代理运营、联合运营或受托开发等方式扩宽盈利渠道；另一种是专注于游戏产品开发，自身较少参与游戏运营，通过代理运营、联合运营的方式向游戏运营商收取授权金和收入分成或接受运营商委托开发游戏产品。



另外，辅助网络游戏产品开发的软件开发服务商主要是为游戏的研发提供基础的支持服务，包括美工、程序、音乐音效的代工开发、游戏引擎的授权、游戏题材内容的授权等。

### 三、游戏运营环节

游戏运营是指搭建游戏上线运营的软硬件环境，为玩家提供网络游戏服务，通过道具收费、时间收费等模式获取运营收入的活动。

游戏运营商是连接网络游戏开发商与游戏玩家之间的桥梁，主要负责向游戏开发商购取运营权，搭建游戏平台，进行游戏推广，实时管理游戏虚拟社区以及进行客户服务等工作。目前，游戏运营商取得游戏产品运营权利的方式主要有自主研发、代理运营、联合运营和委托开发，具体情况如下：游戏运营商取得游戏产品运营权利的方式：

资料来源：公开资料整理

随着未来网络游戏市场的发展，网络游戏市场未来的激烈竞争对游戏运营商的运营能力提出了越来越高的要求，包括：渠道资源的整合能力、市场推广能力、玩家行为分析能力、客服能力、品牌影响力等方面，此外，游戏运营商还需要适应快速变化的市场，适时根据产品和市场的特点制定不同的运营方案。

### 四、网络游戏推广

## 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、代理运营模式

二、自主研发模式

三、合作经营模式

四、买断版权运营模式

### 第二节 中国网络游戏的主要盈利模式

一、计时收费模式

二、准免费模式

三、双轨运营模式

### 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、会员收入

##### 三、电信分成收入

##### 四、增值服务收入

##### 五、网游盈利出现新模式

#### 第五节 游戏类型和盈利模式及趋势

##### 一、盈利模式

##### 二、竞争态势

##### 三、未来趋势及特征

#### 第七章 2016年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

##### 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和标准

##### 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、2014年中国手机网络游戏市场运营状况
- 四、2015年中国手机网游市场发展状况分析
- 五、2016年中国手机网游行业发展分析
- 六、手机网游迈入"大国时代"

#### 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、4G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、社区休闲将成手机网游发展趋势

##### 二、手机网游行业前景广阔

##### 三、手机网络游戏行业的3G机遇分析

##### 四、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、网游业成互联网发展的亮点

#### 二、互联网门户巨头纷纷试水网游

#### 三、网游成互联网门户最赚钱业务

#### 四、年中国进入全民网游新时代

### 第二节 互联网产业发展综述

#### 一、2014年中国互联网发展市场分析

网络游戏与互联网行业发展具有高度关联性，经济的快速发展为互联网用户持续增长提供基础。随着网络游戏产品的适用范围大幅扩展，以及用户获取渠道被拓宽，使得中国游戏产业能够从人口红利中获益，推动中国网络游戏用户数量继续增长。根据中国互联网络信息中心发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2015年底，中国网民数量已达到6.88亿，位居世界第一位，普及率为50.30%。2005-2015年中国网民规模和互联网普及率

数据来源：中国互联网络发展状况统计报告

尽管中国的网民规模和普及率持续快速发展，但互联网普及率与发达国家相比还处于较低水平，特别是中西部地区的普及率仍低于全球平均水平，未来通过政府和互联网业界的努力以及技术的发展，互联网基础设施建设正在逐步完善，网络接入以及上网终端的费用逐渐下降，中国互联网网民数量仍有较大的提升空间，网络游戏产业也将成为其中一个主要的受益行业。

#### 二、2015年中国互联网广告市场分析

#### 三、2016年中国互联网行业发展分析

#### 四、中国互联网发展呈现三个新动向

#### 五、互联网行业投资量下降但前景仍看好

#### 六、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

## 第三部分 网络游戏产业竞争格局

### 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、联合运营成趋势 网游进入资本竞争时代
- 二、2016年中国网络游戏运营商竞争力分析
- 三、网游人才竞争激烈跳槽成风
- 四、2016年网络游戏市场竞争加剧
- 五、网络游戏行业恶性竞争问题分析
- 六、3D研发力将决定网游国际市场竞争力
- 七、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
- 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、2016年预测网络游戏营销预测
- 九、网游公益营销仍处试水阶段 能走多远拭目以待

## 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、2015财年维旺迪经营状况
- 三、2016年维旺迪经营状况

### 第二节 EA

- 一、公司简介
- 二、2015财年EA公司经营状况分析
- 三、2016财年EA公司经营状况分析

### 第三节 任天堂 (NINTENDO)

- 一、公司简介
- 二、2015财年任天堂经营状况分析
- 三、2016财年任天堂经营状况分析

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

- 一、公司简介
- 二、2015财年南梦宫万代经营状况分析
- 三、日本南梦宫万代公司拟3年内在 中国建10所娱乐设施

### 第五节 育碧 (UBI SOFT)

- 一、公司简介
- 二、2015财年育碧经营状况
- 三、2016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 盛大

### 一、公司简介

### 二、2015年盛大网络经营状况

### 三、2016年盛大网络经营状况

### 四、盛大网络变身全能型选手 版权问题成其最大风险

### 五、盛大拟开发全新概念网络游戏平台

### 六、2016年盛大进军网页游戏

## 第二节 巨人网络

### 一、公司简介

### 二、2015年巨人网络经营状况

### 三、2016年度巨人网络经营状况分析

### 四、巨人网络主要网游产品运营状况

## 第三节 网易

### 一、公司简介

### 二、2015年网易经营状况

### 三、2016年网易公司经营状况分析

### 四、网易魔兽遭遇网络游戏前置审批难题

### 五、网易网游市场份额增长3.6% 受魔兽推动

## 第四节 腾讯

### 一、公司简介

### 二、2015年腾讯经营状况

### 三、2016年腾讯经营状况

## 第五节 第九城市

### 一、公司简介

### 二、2015年第九城市经营状况

### 三、2016年第九城市经营状况

### 四、九城收购两家网游公司扩充研发能力

## 第六节 完美时空

### 一、公司简介

### 二、2015年完美时空经营状况

### 三、2016年完美时空经营状况分析

### 四、2016年完美时空网络游戏发展亮点

## 第七节 金山

### 一、公司简介

### 二、2015年金山经营状况

### 三、2016年金山软件经营状况分析

## 第八节 网龙

### 一、公司简介

### 二、2015年网龙经营状况

### 三、2016年网龙经营状况

## 第四部分 网络游戏行业投资及趋势预测

### 第十三章 2016-2022年网络游戏投资策略探讨

#### 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、未来网络游戏行业投资热点

#### 第二节 2016-2022年网络游戏产业SWOT分析

##### 一、优势

##### 二、劣势

##### 三、机会

##### 四、威胁

#### 第三节 2016-2022年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、虚拟交易平台经营风险

#### 第四节 2016-2022年网络游戏行业投资建议

##### 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 2016-2022年网游行业发展趋势预测



## 第一节 2016-2022年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 2016-2022年中国网络游戏前景及趋势分析

### 一、中国网络游戏市场规模增长预测

### 二、2016-2022年中国网络游戏市场预测

### 三、中国网络游戏市场发展趋势

### 四、网络游戏产业发展方向分析

### 五、网络游戏运营模式将面临变革

### 六、网络游戏与视频游戏融合趋势分析

### 七、中国网络游戏用户发展趋势

## 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、新闻出版总署“八大”监管措施 规范网络游戏产业

#### 五、文化部将发布实施《网络游戏管理办法》

### 第二节 网游相关政策法规

#### 一、互联网信息服务管理办法

#### 二、电子出版物管理规定

#### 三、《互联网出版管理暂行规定》

## 图表目录：

图表：电子游戏及网络游戏分类表

图表：网络游戏技能系别及特点分析

图表：我国网络游戏的发展生命周期

图表：网易开发的《天下2》宣传海报

图表：2006-2016年全球网络游戏市场规模

图表：2003-2016年欧洲网络游戏市场规模有预测

图表：2003-2016年美国电脑网络游戏消费趋势

图表：日本国内网络游戏玩家层分布图

图表：日本网络游戏用户职业分布

图表：日本网络游戏用户年龄分布

图表：日本网络游戏用户游玩时间分布

图表：日本网络游戏用户游戏机种选择

图表：日本网络游戏用户使用电脑的CPU配置

图表：日本网络游戏用户玩家选用的显卡

图表：日本网络游戏吸引人处

图表：日本网络游戏用户不玩某款网游的原因

图表：《永恒之塔》宣传海报

图表：《七龙珠OL》宣传海报

图表：《炽焰帝国2》游戏截图

图表：《Tera》宣传海报

图表：《突袭》宣传海报

图表：《Fifa OL2》游戏截图

图表：《劲舞团英语》游戏截图

图表：《汉字房》游戏截图

图表：2015年主要网游企业市场占有率分布图

图表&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278365.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。