

2009年中国网络游戏行业发展研究及前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国网络游戏行业发展研究及前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/8646886468.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容提示

通过对网络游戏行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以“数据+图表+论述”的形式，对网络游戏行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对网络游戏行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及网络游戏行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况.....等，并对网络游戏行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对网络游戏行业的发展影响，报告最后还对网络游戏行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前网络游戏行业的发展现状和趋势，把握网络游戏行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上网络游戏行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业和投资机构进行投资决策的重要参考依据。

目录

第一部分 行业概述及环境分析 8

第一章 网络游戏相关介绍及经济环境分析 8

第一节 网络游戏基本知识 8

一、网络游戏的定义 8

二、网络游戏的分类 8

三、我国网络游戏产业地域特点 8

四、网络游戏推广 9

第二节 网络游戏发展动因探析 10

一、软硬件的支持是物质基础 10

二、经济利益是其发展的动力 11

三、大众化的游戏心理是原因 11

四、网络游戏发展的重要支撑点 12

第三节 网络游戏外挂程序的定义特征	13
一、外挂的定义	13
二、外挂的特征	13
三、外挂的分类	16
第四节 中国网络游戏产业法律现状分析	19
一、中国网络游戏产业政策法律环境分析	19
二、网络游戏主体法律关系分析	25
三、中国网络游戏产业主要法律纠纷类型分析	28
第五节 2008-2010年我国经济环境分析	31
一、2008-2010年我国工业生产情况	31
二、2008-2010年我国产品进出口情况	40
三、金融危机对我国经济的影响分析	50
四、2010年我国经济发展预测及其影响因素分析	55
第二部分 行业市场发展分析	61
第二章 国际网络游戏产业发展分析	61
第一节 世界网络游戏发展历程	61
一、第一代网络游戏（1969年至1977年）	61
二、第二代网络游戏（1978年至1995年）	63
三、第三代网络游戏（1996年至2006年）	66
四、第四代网络游戏（2006年开始）	68
第二节 全球网络游戏市场发展分析	69
第三节 韩国网络游戏市场发展分析	69
一、韩国网游产业发展状况	69
二、韩国网游在中国的发展	70
三、韩国网络游戏中国化道路的挫折	71
四、2008年韩国网络游戏出口情况	75
第四节 其他国家网和地区络游戏发展分析	76
一、日本网络游戏发展分析	76
二、欧洲网络游戏市场分析	78
三、美国网络游戏市场消费	79
第三章 中国网络游戏产业发展分析	81
第一节 我国网络游戏发展历程	81
一、中国网络游戏发展史	81
二、中国网游的八个里程碑	85
三、近十年来我国网络游戏的发展分析	86

第二节 我国网络游戏产业发展分析 93

- 一、中国网络游戏产业发展现状 93
- 二、2008年我国网络游戏大盘点 98
- 三、我国主要游戏企业发展状况 101
- 四、我国传统文化对网络游戏影响分析 103

第三节 中国网络游戏研发分析 104

- 一、中国网络游戏研发现状及进展 104
- 二、我国网络游戏研发的问题 105
- 三、国内网络游戏研发机遇及建议 105

第四节 我国网络游戏市场发展分析 109

- 一、中国网络游戏销售现状 109
- 二、2008年我国网络游戏市场规模情况 110
- 三、2009年中国网络游戏市场规模情况 111
- 四、2008第3季度主流厂商新增网络游戏情况 112
- 五、网络游戏虚拟道具C2C市场潜力分析 113
- 六、中国游戏市场的主体 114
- 七、2008年中国网络游戏市场发展问题 115
- 八、我国网络游戏外挂问题分析 115

第五节 我国网络游戏国际化发展分析 127

- 一、中国网络游戏国际化挑战 127
- 二、我国网络游戏产业国外市场发展走势 128

第六节 金融危机对我国网络游戏影响分析 130

- 一、金融危机对我国网络游戏业的考验探讨 130
- 二、经济危机对网络游戏行业发展的促进作用 130
- 三、金融风暴下中国网络游戏出口情况 131

第四章 网络游戏用户分析 134

第一节 我国网络用户状况 134

- 一、中国核心网络游戏用户的属性特征分析 134
- 二、网络游戏用户协议监管的法律探讨 136
- 三、2009年我国网络游戏用户规模情况 138
- 四、浅谈网络游戏如何满足用户需求 139
- 五、游戏用户与全体网络游戏用户对游戏内置广告接受程度 141
- 六、2010年国内手机网络游戏用户情况 142

第二节 网络游戏用户费用收取分析 143

- 一、网络游戏付费用户与免费用户对比分析 143

- 二、网络游戏用户付费潜力分析 144
- 三、网络游戏用户付费方式探讨 144
- 第三节 网络游戏消费者特点分析 145
 - 一、网络游戏用户的羊群效应 145
 - 二、我国网游玩家“三高”趋势 146
 - 三、游戏设计与人类的基本欲望 146
 - 四、网游玩家肯玩付费网游人数 150
- 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 150
 - 一、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户职业差异 150
 - 二、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异 151
 - 三、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户学历差异 152
 - 四、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异 153
 - 五、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异 154
- 第五章 手机网络游戏产业分析 156
 - 第一节 我国手机市场发展分析 156
 - 一、2008-2010年第一季度我国移动电话产量统计 156
 - 二、2008年全球手机市场发展分析 164
 - 三、2009年全球手机市场发展分析 166
 - 四、2008年6月手机市场用户消费分析 168
 - 五、2008年上半年中国手机生产销售分析 175
 - 六、2008年7月手机市场态势分析 180
 - 七、2008年3季度我国手机市场分析 189
 - 八、2008年手机市场品牌调查分析 224
 - 第二节 中国手机网游市场分析 240
 - 一、手机游戏市场驱动力分析 240
 - 二、中国手机网游发展现状 241
 - 三、手机网游发展的价值 242
 - 四、2008手机网络游戏发展形势 243
 - 五、2008年手机网络游戏市场分析 245
 - 六、影响玩家进入手机网游主要因素 249
 - 第三节 手机网游存在的问题分析 251
 - 一、游戏内容问题 251
 - 二、游戏终端问题 252
 - 三、网络质量问题 252
 - 四、上网费用问题 252

五、	游戏用户体验问题	253
六、	手机游戏暗流问题	253
第四节	手机网游与PC网游的对比分析	253
一、	用户对比分析	253
二、	开发设计对比	254
三、	营运和渠道建设对比	254
第五节	手机网游发展前景与趋势	256
一、	手机网络游戏发展机遇与前景分析	256
二、	手机网游产业链发展趋势	260
三、	2009年手机网游的新机遇	260
四、	未来手机网游市场发展趋势	261
五、	2009-2012年手机网游发展趋势	262
第六章	网络游戏产业竞争分析	265
第一节	中国网游市场竞争现状	265
一、	我国网游业竞争现状	265
二、	2008年Q3网游企业市场占有率比较	266
三、	我国网游行业竞争问题	269
四、	2008年国产网游市场竞争分析	270
五、	2008-2009年中国回合制网游市场竞争分析	272
第二节	中国网游竞争力分析	275
一、	中国网游产业竞争优势	275
二、	未来十年网游业核心竞争力分析	277
三、	中国网络游戏市场竞争力情况	277
第三节	中国网游并购竞争分析	280
一、	网游并购竞争历史	280
二、	中国网络游戏业并购现状	285
三、	网络游戏行业并购竞争走势	287
第七章	国内重点网游企业分析	291
第一节	盛大	291
一、	公司概况	291
二、	2009年公司经营情况	291
三、	2009年3季度公司财务分析	293
第二节	网易	297
一、	公司简介	297
二、	公司主要业务	302

三、2009年3季度公司经营情况	310
第三节 第九城市	313
一、公司简介	313
二、2009年3季度公司经营情况	313
三、公司发展新动态	316
四、未来公司发展战略	317
第四节 金山	317
一、公司简介	317
二、公司新动态	318
三、2009年公司财务数据	319
第五节 巨人网络	320
一、公司简介	320
二、2009年3季度公司经营情况	321
三、公司新动态	326
第六节 网龙	327
一、公司简介	327
二、公司发展历程	329
三、2009年公司财务数据	333
四、公司管理策略	333
五、2009年度前3季度公司业绩	334
第七节 完美时空	335
一、公司简介	335
二、主要游戏简介	336
三、2009年3季度公司经营情况	337
四、公司的优劣势分析	341
五、公司战略布局及竞争优劣势	343
第八节 腾讯	344
一、公司简介	344
二、2009年公司财务数据	346
三、2009年腾讯网游经营情况	347
第九节 久游网	353
一、公司简介	353
二、2008年公司上市计划及其进展	355
三、公司新动态	358
第四部分 行业趋势、策略及投资分析	360

第八章 网游发展机遇与趋势 360

第一节 网游发展前景与机遇 360

- 一、我国网络游戏行业发展前景分析 360
- 二、经济危机下网络游戏发展机遇分析 361
- 三、网络游戏人才机遇分析 362

第二节 网游产业发展趋势分析 364

- 一、未来中国网络游戏产业发展趋势 364
- 二、2009年中国网络游戏产业 368
- 三、中国网络游戏研发费用发展趋势 370
- 四、网络游戏场所向家庭转移的趋势分析 372
- 五、网游竞技化发展趋势分析 373

第三节 网游市场趋势分析 374

- 一、未来全球网络游戏市场走势及受美国金融风暴的影响 374
- 二、未来全球网络游戏市场营销趋势 376
- 三、未来中国网络游戏市场趋势 378
- 四、我国网游市场跨界营销新趋势 378

第四节 2009年中国网游产业发展趋势调查分析 379

- 一、2009年网游产业发展趋势调查概述 379
- 二、2009年网游产业运营模式发展趋势调查 380
- 三、2009年网游产业并购整合趋势调查 381
- 四、2009年网游产业人才竞争趋势调查 382
- 五、2009年网游产业内置广告趋势调查 383
- 六、2009年网游产业国际化发展趋势调查 384

第九章 网络游戏发展策略与投资分析 386

第一节 网络游戏发展策略分析 386

- 一、推动我国网络游戏产业发展策略分析 386
- 二、网络游戏应对全球金融危机的策略及措施 387
- 三、网络游戏自主研发策略分析 390

第二节 网络游戏投资分析 392

- 一、中国网络游戏投资现状及走势 392
- 二、网络游戏快速发展带来的投资机会 394
- 三、金融危机给网游业带来的投资机遇 397
- 四、中国网游业投资价值及趋势 398

附录 401

附录：2008年中国网络游戏年度风云榜 401

- 图表1：工业增值增长速度（2008年8月） 36
- 图表2：城镇固定资产投资情况（2008年1-8月） 36
- 图表3：社会消费品零售总额（2008年8月）单位：亿元 38
- 图表4：居民消费价格分类指数（2008年8月） 38
- 图表5：商品零售价格分类指数（2008年8月） 38
- 图表6：2008年前10个月我对主要贸易伙伴进出口总值表 48
- 图表7：全国进出口简要情况表 金额单位：亿美元 52
- 图表8：2009年7月日本在线游戏网站独立访问人数TOP5 83
- 图表9：2003-2011年欧洲网络游戏市场规模 83
- 图表10：2003-2009年美国电脑网络游戏消费趋势 85
- 图表11：中国网络游戏市场销售收入（2009-2014） 114
- 图表12：休闲网游玩家购买游戏内道具的方法 118
- 图表13：2008年网络游戏用户个人收入情况 139
- 图表14：2008年不同月收入网络游戏用户平均每月游戏消费金额 139
- 图表15：2008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 146
- 图表16：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户职业差异 155
- 图表17：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异 156
- 图表18：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异 157
- 图表19：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异 158
- 图表20：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异 160
- 图表21：2008年移动电话产量全国统计 161
- 图表22：2009年移动电话产量全国统计 161
- 图表23：2010年第一季度移动电话产量全国统计 161
- 图表24：2008年移动电话产量吉林省统计 161
- 图表25：2009年移动电话产量吉林统计 161
- 图表26：2010年第一季度移动电话产量吉林统计 162
- 图表27：2008年移动电话产量江苏省统计 162
- 图表28：2009年移动电话产量江苏统计 162
- 图表29：2010年第一季度移动电话产量江苏统计 162
- 图表30：2008年移动电话产量福建省统计 162
- 图表31：2009年移动电话产量福建统计 162
- 图表32：2010年第一季度移动电话产量福建统计 163
- 图表33：2008年移动电话产量广东省统计 163
- 图表34：2009年移动电话产量广东统计 163
- 图表35：2010年第一季度移动电话产量广东统计 163

- 图表36：2009年移动电话产量重庆市统计 163
- 图表37：2010年第一季度移动电话产量重庆市统计 164
- 图表38：2008年移动电话产量北京市统计 164
- 图表39：2009年移动电话产量北京市统计 164
- 图表40：2010年第一季度移动电话产量北京市统计 164
- 图表41：2008年移动电话产量浙江省统计 154 164
- 图表42：2009年移动电话产量浙江省统计 164
- 图表43：2010年第一季度移动电话产量浙江省统计 164
- 图表44：2008年移动电话产量江西省统计 • 165
- 图表45：2009年移动电话产量江西统计 165
- 图表46：2010年第一季度移动电话产量江西统计 165
- 图表47：2008年移动电话产量湖北省统计 165
- 图表48：2009年移动电话产量湖北统计 165
- 图表49：2010年第一季度移动电话产量湖北统计 165
- 图表50：2008年移动电话产量四川省统计 166
- 图表51：2009年移动电话产量四川省统计 166
- 图表52：2010年第一季度移动电话产量四川省统计 166
- 图表53：2008年移动电话产量天津市统计 166
- 图表54：2009年移动电话产量天津市统计 166
- 图表55：2010年第一季度移动电话产量天津市统计 166
- 图表56：2008年移动电话产量辽宁省统计 167
- 图表57：2009年移动电话产量辽宁省统计 167
- 图表58：2010年第一季度移动电话产量辽宁省统计 167
- 图表59：2008年移动电话产量上海市统计 167
- 图表60：2009年移动电话产量上海市统计 167
- 图表61：2010年第一季度移动电话产量上海市统计 167
- 图表62：2008年移动电话产量山东省统计 168
- 图表63：2009年移动电话产量山东省统计 168
- 图表64：2010年第一季度移动电话产量山东省统计 168
- 图表65：2008年移动电话产量贵州省统计 168
- 图表66：2009年移动电话产量贵州省统计 168
- 图表67：2010年第一季度移动电话产量贵州省统计 168
- 图表68：2000-2008年全球手机市场销售规模及增长速度 169
- 图表69：2008年H1全球市场主要品牌结构 170
- 图表70：2008年6月最受用户关注的前十款手机排行榜 173

- 图表71：2008年6月最受关注产品排行榜 174
- 图表72：2008年6月下半月最受关注产品排行榜 175
- 图表73：对排行榜前五款产品喜爱的用户调查 177
- 图表74：用户对前五款产品的喜爱度对比 178
- 图表75：对排行榜前五款产品的用户购买情况调查 178
- 图表76：手机市场用户想买与已购用户比值 179
- 图表77：2005年H1～2008年H1手机产量及增长率 181
- 图表78：2008年H1重点品牌手机产量份额 181
- 图表79：2005年H1～2008年H1手机内销量及增长率 182
- 图表80：2008年H1重点品牌手机内销量份额 182
- 图表81：2005年H1～2008年H1手机外销量及增长率 183
- 图表82：2008年H1重点品牌手机外销量份额 184
- 图表83：2005～2008年中国手机产量及增长率 184
- 图表84：2005～2008年中国手机内销量及增长率 185
- 图表85：2005～2008年中国手机外销量及增长率 185
- 图表86：2008年7月最受用户关注的15大手机品牌排行榜 185
- 图表87：2008年6月与7月音乐手机与智能手机关注比例对比 186
- 图表88：2008年7月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 187
- 图表89：2008年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布 188
- 图表90：2008年7月不同价位手机关注比例分布 188
- 图表91：2008年6月与7月不同价位手机关注比例对比 189
- 图表92：2008年7月不同价位音乐手机与智能手机关注比例对比 190
- 图表93：2008年7月不同像素拍照手机关注比例分布 191
- 图表94：2008年6月与7月不同像素拍照手机关注比例对比 191
- 图表95：2008年7月音乐手机与智能手机像素分布状况对比 192
- 图表96：2008年1-9月中国手机市场各月销售情况 194
- 图表97：2008年Q3中国手机市场品牌竞争结构 195
- 图表98：2008年Q3中国手机市场主要功能手机TOP10型号 196
- 图表99：2008年Q3中国手机市场零售渠道竞争结构 197
- 图表100：2008年中国手机市场销售情况 198
- 图表101：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜 198
- 图表102：2008年中国市场最受用户关注的10大手机品牌排行榜 200
- 图表103：2008年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势 201
- 图表104：2008年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 201
- 图表105：2008年第3季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 202

- 图表106：2008年第3季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 203
- 图表107：2008年第3季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布 204
- 图表108：2008年第3季度最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布 205
- 图表109：2008年第3季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 206
- 图表110：2008年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势 207
- 图表111：2008年第3季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 208
- 图表112：2008年第3季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布 209
- 图表113：2008年第3季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 209
- 图表114：2008年第3季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 210
- 图表115：2008年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区 211
- 图表116：2008年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区 212
- 图表117：2008年第3季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 213
- 图表118：2008年第3季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 214
- 图表119：2008年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布 215
- 图表120：2008年7月-9月音乐手机与智能手机用户关注比例走势 216
- 图表121：2008年第3季度不同像素手机关注比例分布 217
- 图表122：2008年7月-9月不同像素手机关注比例走势 218
- 图表123：2008年第3季度不同价位区间手机关注比例分布 218
- 图表124：2008年7月-9月不同价位手机关注比例走势 219
- 图表125：2008年第3季度整体手机市场价格指数走势 221
- 图表126：2008年第3季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 221
- 图表127：2008年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 222
- 图表128：2008年第3季度整体手机市场均价走势 223
- 图表129：2008年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比 224
- 图表130：2008年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比 225
- 图表131：2008年第3季度主流厂商产品均价对比 226
- 图表132：2008年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比 227
- 图表133：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 229
- 图表134：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜 229
- 图表135：2008年与2007年最受用户关注的十大手机品牌排名对比 232
- 图表136：2008年Q1-Q4诺基亚关注比例走势 233
- 图表137：2008年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势 234
- 图表138：2008年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度 235
- 图表139：2008年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度 236
- 图表140：2008年Q2索尼爱立信与其他手机品牌的搜索人群重合度 237

- 图表141：2008年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜 238
- 图表142：2008年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 239
- 图表143：2008年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜 239
- 图表144：2008年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜 240
- 图表145：2008年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜 241
- 图表146：2008年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜 242
- 图表147：2008年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜 243
- 图表148：2008年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜 244
- 图表149：2008年中国手机游戏用户流量包月情况 255
- 图表150：2008年中国手机游戏用户每月手机上网资费分布 255
- 图表151：近几年手机网游行业部分投资案例 260
- 图表152：手机网游近期并购一览表 265
- 图表153：2006Q1-2008Q3中国网络游戏市场规模 271
- 图表154：2008年Q3网络游戏运营商市场规模份额TOP10 272
- 图表155：中国回合制网游市场预测 277
- 图表156：2005-2009年TOP15运营商新发布回合制游戏数量 279
- 图表157：网游企业境外上市一览表 289
- 图表158：2009年盛大公司财务状况 297
- 图表159：2009年网龙公司财务数据 单位：千元 324
- 图表160：2009年网龙公司财务数据 单位：千元 338
- 图表161：2009年腾讯公司财务数据 单位：千元 351
- 图表162：总收入 352
- 图表163：增值业务收入 353
- 图表164：移动增值业务 353
- 图表165：网络广告营收 354
- 图表166：毛利 355
- 图表167：运营利润 355
- 图表168：2007-2008年腾讯的业绩分析 356
- 图表169：2006-2008年腾讯互联网增值业务付费用户数量走势 356
- 图表170：2007-2008年腾讯网络游戏营收的增长情况 357
- 图表171：2008年中国网络游戏市场份额排名 357
- 图表172：久游网业务表 359
- 图表173：久游网发展优势 359
- 图表174：久游网商业模式 360
- 图表175：2008年玩家网游场所分布情况 377

图表176：2009年网游产业运营模式倾向情况 385

图表177：2009年网游产业企业并购趋势 387

图表178：2009年网游产业企业人才竞争趋势 387

图表179：2009年网游产业企业内置广告趋势 388

图表180：2009年网游产业企业国际化发展趋势 389

图表181：我国部分股份公司对网络游戏企业的持股情况 401

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/8646886468.html>