



# 2008年中国游戏产业报告

【摘要版】

2008 China Gaming Industry Report  
(Abstract)

中国游戏产业工委 国际数据公司 (IDC)

# 2008 年中国游戏产业报告

(摘要版)

中国人民大学出版社

· 北京 ·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

2008 年中国游戏产业报告 (摘要版) / 中国版协游戏工委, 国际数据公司 (IDC).

北京: 中国人民大学出版社, 2009

ISBN 978-7-300-10504-8

I. 2...

II. ①中... ②国...

III. 互联网络-游戏-产业-研究报告-中国-2008

IV. G899-29

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 047234 号

## 2008 年中国游戏产业报告 (摘要版)

中国版协游戏工委

国际数据公司 (IDC)

---

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京华联印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2009 年 12 月第 1 版
印 张	17 插页 3	印 次	2009 年 12 月第 1 次印刷
字 数	219 000	定 价	158.00 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

# 《2008 年中国游戏产业报告》（摘要版）

## 调查和编制人员名单

支持单位：中华人民共和国新闻出版总署科技与  
数字出版司

主办单位：中国版协游戏工委（GPC）

数据分析：国际数据公司（IDC）

官方网站：中国游戏产业网

专家顾问：寇晓伟 武连峰 宋建新

编委会主任：刘杰华

编委会成员：（按姓氏笔画为序）

马剑锋 王 乐 叶明东 刘 佳 李雪梅  
李 鹏 张可君 张培骞 陈 昊 陈振宇  
郑 南 赵欣毅 贾 昕 高 原 唐 亮  
盖 哲 谭 斌

*Game*

# 目 录

## 第 1 部分 调查介绍

1.1	调查背景 .....	3
1.2	报告术语 .....	5
1.2.1	游戏定义及分类 .....	5
1.2.2	游戏产业链各环节定义 .....	8
1.3	调查方法 .....	11
1.3.1	数据采集方法 .....	11
1.3.2	数据分析方法 .....	12
1.3.3	质量控制方法 .....	12

## 第 2 部分 中国互联网环境

2.1	中国互联网发展概况 .....	17
2.2	中国宽带发展概况 .....	19

## 第3部分 中国游戏产业分析

3.1	中国网络游戏产业状况 .....	23
3.1.1	中国网络游戏用户数 .....	23
3.1.2	中国网络游戏市场实际销售收入与预测 .....	24
3.1.3	中国网络游戏产业的特征与发展趋势 .....	28
3.1.4	中国网络游戏产业发展的驱动和阻碍因素 .....	34
3.2	中国自主研发网络游戏行业状况 .....	37
3.2.1	中国自主研发网络游戏企业数量 .....	37
3.2.2	中国自主研发网络游戏行业从业人数 .....	37
3.2.3	中国自主研发网络游戏数量 .....	38
3.2.4	中国自主研发网络游戏行业的特征与 发展趋势 .....	38
3.2.5	中国自主研发网络游戏行业发展的驱动和 阻碍因素 .....	40
3.3	中国自主研发网络游戏海外市场状况 .....	42
3.3.1	中国自主研发网络游戏进入海外市场的 区域与作品数量 .....	42
3.3.2	中国自主研发网络游戏海外市场实际 销售收入 .....	44
3.3.3	中国自主研发网络游戏海外市场的特征与 发展趋势 .....	44
3.3.4	中国自主研发网络游戏海外市场发展的 驱动和阻碍因素 .....	47
3.4	中国网络游戏产业主流厂商竞争分析 .....	49
3.5	中国手机网络游戏行业状况 .....	64
3.5.1	中国手机网络游戏用户数 .....	64
3.5.2	中国手机网络游戏市场实际销售收入与预测 .....	64

3.5.3	中国手机网络游戏行业的特征与发展趋势 .....	65
3.5.4	中国手机网络游戏行业发展的驱动和 阻碍因素 .....	67
<b>3.6</b>	<b>中国 PC 单机游戏行业状况 .....</b>	<b>69</b>
3.6.1	中国 PC 单机游戏市场实际销售收入与 PC 单机游戏数量 .....	69
3.6.2	中国 PC 单机游戏用户对 PC 单机游戏 类型的选择与获取方式 .....	69
3.6.3	中国 PC 单机游戏行业的特征与发展趋势 .....	71
3.6.4	中国 PC 单机游戏行业发展的阻碍因素 .....	73

## 第 4 部分 中国游戏产业衍生行业分析

<b>4.1</b>	<b>中国网络游戏虚拟物品交易市场状况 .....</b>	<b>77</b>
4.1.1	中国网络游戏虚拟物品交易市场规模 .....	77
4.1.2	中国网络游戏虚拟物品交易市场的特征 .....	78
4.1.3	中国网络游戏虚拟物品交易市场发展的 驱动和阻碍因素 .....	79
<b>4.2</b>	<b>中国网络游戏内置广告行业状况 .....</b>	<b>81</b>
4.2.1	中国网络游戏内置广告市场实际销售收入 .....	81
4.2.2	中国网络游戏内置广告行业的特征和发展 趋势 .....	81
4.2.3	中国网络游戏内置广告行业发展的驱动和 阻碍因素 .....	83

## 第 5 部分 中国整体游戏用户构成分析

<b>5.1</b>	<b>中国整体游戏用户性别构成 .....</b>	<b>89</b>
<b>5.2</b>	<b>中国整体游戏用户年龄构成 .....</b>	<b>90</b>
<b>5.3</b>	<b>中国整体游戏用户职业构成 .....</b>	<b>91</b>

- 5.4 中国整体游戏用户收入构成 ..... 92
- 5.5 中国整体游戏用户受教育程度 ..... 93

## 附 录

- 附录1 中国游戏产业市场分析与预测 2009—2013 纲要 ..... 97
- 附录2 2008 年中国游戏产业年会“金凤凰奖”名单 ..... 103
- 附录3 2008 年度 China Joy 展览会“金翎奖”获奖名单 ..... 112
- 附录4 中国游戏产业管理法律法规(部分) ..... 118
- 附录5 中国游戏产业大事记(2008 年) ..... 199
- 附录6 中国游戏产业大事记(1994—2007 年) ..... 216

*Game*

## 第 1 部分

# 调查介绍

---

● 2008 年中国游戏产业报告(摘要版)

- 1.1 调查背景
- 1.2 报告术语
- 1.3 调查方法

## 1.1 调查背景

《2008年中国游戏产业报告》是在新闻出版总署科技与数字出版司的大力支持下，在中国版协游戏工委（GPC）与国际数据公司（IDC）联合开展中国游戏产业调查活动的基础上，集业内外专业人士之智慧编撰的中国游戏产业蓝皮书。2004年以来，中国版协游戏工委与国际数据公司高度关注中国游戏产业政策与环境，密切跟踪产业发展与创新，科学分析产业现状与趋势，每年开展中国游戏产业调查活动并发表中国游戏产业报告。基于数据广泛翔实，全面反映产业现状，科学预测发展趋势，中国游戏产业报告的权威性、专业性、唯一性日益巩固，被国内外媒体和机构广泛引用，成为各方面专业人士了解和研究中国游戏产业与市场的第一手资料，也是公众了解中国游戏产业的重要参考。

“2008年度游戏产业调查活动”于2008年10月15日启动，至2008年11月23日截止，历时1个多月，分为游戏企业调查活动和游戏用户调查活动两部分，收集调查问卷总计约51万份，经统计分

析，编制成《2008年中国游戏产业报告》及其摘要版。

“中国游戏产业调查活动”和《中国游戏产业报告》的发布工作得到了新闻出版总署科技与数字出版司等主管部门的大力支持，各网络游戏企业、广大游戏用户、有关媒体等也给予了大力支持和配合，同时得到了专家顾问寇晓伟、武连峰、宋建新先生的及时指导。在此，我们表示衷心的感谢！

## 1.2 报告术语

---

### 1.2.1 游戏定义及分类

#### 1.2.1.1 电子游戏的定义

电子游戏在业界一般作为所有游戏作品的统称，指用户通过电子设备（如电脑、游戏机等）进行游戏的一种娱乐方式，运行于电子设备上的游戏内容属于电子出版物或互联网出版物的一类。

#### 1.2.1.2 电子游戏的分类

电子游戏有多种分类方式，按照游戏运行平台的不同，可以分成三大类：电脑（PC）游戏、手机游戏和专用游戏设备游戏。这三类游戏的共同特点是都需要游戏硬件和游戏内容的支持。

##### （1）电脑（PC）游戏的定义与分类。

电脑游戏指用户通过运行在电脑上的游戏软件与电脑或者其他

用户进行交互游戏的娱乐方式。按照游戏运行对于网络环境的需求状况，电脑游戏可以分成单机游戏与网络游戏两种。

单机游戏指以独立的计算机软硬件设备为依托，主要供单人或利用IPX/SPX协议供有限数量的用户在局域网中玩的游戏，是电子出版物的一种。按照游戏内容，单机游戏可以分为动作游戏(ACT)、角色扮演(RPG)、第一人称射击(FPS)、冒险游戏(AVG)、策略游戏(SLG)以及运动游戏(SPT)等类型。

网络游戏也称网络游戏出版物，通常指以PC为游戏平台，利用TCP/IP协议，以互联网为依托，可以多人同时参与，通过人与人之间的互动达到娱乐目的的游戏方式。本报告中所指的网络游戏即基于PC平台的网络游戏。网络游戏有两种存在形式：一是必须连接到互联网才能玩，在单机状态下不能玩，这种形式的游戏有的需要下载相关内容或软件到客户端，有的则不需要。二是必须在客户端安装软件，此软件使游戏既可以通过互联网同其他人联机玩，也可以脱网单机玩。

按照游戏内容可将网络游戏分为大型角色扮演类网络游戏、大中型休闲网络游戏和棋牌网络游戏三种类型。

- 大型角色扮演类网络游戏(MMORPG)。大型角色扮演类网络游戏使所有的用户都存在于一个大的虚拟世界中，用户可以使用拥有不同特点的角色体验虚拟生活，游戏本身是持续发展的。通常用户创造和操控一个游戏主角，游戏主角通过赢得战斗、完成任务累积一定的经验值(experience)后提升等级，获得金钱和高级装备，同时游戏主角学习到新的魔法和技能，属性(attribute)增强，能力由弱变强，用户融入游戏情节中，视自己为游戏故事的一部分。角色的属性通常包括生命(health point, HP)、魔法值(magic point, MP)、力量(power)等。市场上比较著名的大型角色扮演类游戏如《魔兽世界》、《梦幻西游》、《征途》等。

- 大中型休闲网络游戏。大中型休闲网络游戏与角色扮演类游戏的主要区别在于采用平台竞技方式进行游戏，游戏以“局”的形式存在，每局游戏参与的用户数量相对较少。一局游戏在一段时间内结束，此类游戏以纯粹娱乐为主，不强调剧情。通常游戏用户不需要为玩游戏而付费，但游戏中的虚拟物品需要花钱购买。此类游戏主要包括休闲竞技类（可联机对战的休闲游戏，如《泡泡堂》、《QQ堂》等）、体育竞技类（以体育竞技为题材的游戏，如《跑跑卡丁车》、《街头篮球》等）、音乐舞蹈类（如《劲乐团》、《劲舞团》等）。

- 棋牌网络游戏。棋牌游戏本属于休闲游戏，但是由于棋牌游戏将生活中的棋牌类游戏（包括麻将）移植到网络上，与大中型休闲网络游戏有很大的不同，同时在中国市场上已形成了独特的一个网络游戏分支，因此棋牌网络游戏成为单独的一个网络游戏分类。市场上比较著名的有联众游戏平台及QQ游戏平台。

按照产地可将网络游戏分为自主研发游戏与代理引进游戏两种类型。

按照游戏存在形式也可将网络游戏分为客户端游戏和网页游戏两种类型。

- 客户端游戏，即用户玩游戏的电脑中需要安装游戏的客户端软件。目前客户端游戏主要有大型角色扮演类游戏与休闲网络游戏两大类。

- 网页游戏（web game），即用户可以直接通过互联网浏览器玩的网络游戏，不需要安装任何客户端软件。目前网页游戏主要有策略游戏及角色扮演游戏两大类。

## （2）手机游戏的定义与分类。

手机游戏指以手机为运行平台的游戏方式。按照表现形式可将手机游戏分为短信游戏、Wap 游戏、嵌入式游戏、Java 游戏和

Brew 游戏；按照游戏模式可将其分为单机游戏与网络游戏。

### (3) 专用游戏设备游戏的定义与分类。

专用游戏设备游戏是指以专为游戏设计的计算机设备为运行平台的游戏方式，包括商用游戏机（Arcade）游戏、电视游戏机（Game Console）游戏和掌机（Handheld game console）游戏三种类型。

## 1.2.2 游戏产业链各环节定义

- 网络游戏用户。本报告把网络游戏用户定义为在一年中每月至少玩一次网络游戏的用户。网络游戏用户一定是互联网用户，网络游戏用户中部分为付费用户，其他为免费用户。

- 网络游戏出版运营商。出版运营网络游戏，为网络游戏用户提供游戏平台和服务，直接发行游戏收费的包月卡或点卡的厂商，如盛大、网易、九城、联众等。多数网络游戏出版运营商与各地电信运营商及游戏开发商是一种合作关系，也有些厂商既是网络游戏出版运营商，又是网络游戏开发商或电信运营商。

- 网络游戏开发商。直接开发网络游戏的厂商，如国产原创网络游戏的开发商等。现在更多的是网络游戏开发商同时也是网络游戏出版运营商，如盛大、网易等。

- IDC（internet data center）提供商。为网络游戏出版运营商提供服务器托管、带宽租用、服务器租用等 IDC 服务的厂商，如天府热线、北京电报局、世纪互联等。

- 电信运营商。提供基础电信业务的公司，如中国电信及各地分公司、中国移动、中国联通。有很多电信公司已经开始同网络游戏出版运营公司合作或单独成立公司运营网络游戏，如四川电信、

上海热线、深圳电信、重庆电信等。

- 中国自主研发网络游戏调查的网络游戏开发公司或团队。有一款或一款以上自主开发的网络游戏，处于开发阶段的网络游戏至少已达到演示阶段；独立的程序或美工外包公司需有一款或一款以上成功合作案例，该案例所涉及的产品应至少达到可演示阶段。手机网络游戏开发公司、纯 web 网络游戏开发公司与纯网络游戏运营公司暂不列入调查范围。

中国自主研发网络游戏调查的网络游戏开发公司所处地区划分如下：

北京地区：北京

上海地区：上海

江浙地区：杭州、苏州

福建地区：福州、厦门

广东地区：广州、深圳、珠海

川渝地区：成都、重庆

其他地区：西安、武汉、中国香港、中国台湾

- 游戏出版市场。本报告中定义的游戏出版市场有两种衡量尺度：游戏用户数和游戏出版市场销售收入。游戏用户数是指互不重叠的、在一年中每月至少玩一次游戏的用户总数量。游戏出版市场销售收入是以货币衡量的所有付费用户每年玩游戏的直接花费的总和。这里的直接花费是指购买包月卡、点卡、虚拟物品等的直接花费，不包括游戏用户的上网费用、电话费用、购买相关软件和资料的费用。直接花费可以通过实卡方式购买，也可以通过虚拟卡（通过网上银行等购买点卡或者包月卡）方式获得。

- 游戏内置广告（in-game advertisement, IGA）。在游戏中出现的商业广告，它以游戏用户群为基础，通过设定条件，在游戏中适当的时间、适当的位置出现。与普通的商业广告不同，这种广告

所借助的载体是网络游戏这种新平台。

- ARPU 值。游戏用户每月平均贡献的收益。通常，ARPU 的计算方法为： $\text{ARPU (元/月)} = \text{游戏企业月总收入} / \text{游戏企业月付费用户数}$ 。