

# 2015-2020年中国网络游戏 行业市场态势分析及行业前景调研分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2015-2020年中国网络游戏行业市场态势分析及行业前景调研分析报告》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.bosidata.com/ruanjian1502/5012851Y8H.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-02-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国网络游戏行业市场供需分析及行业前景调研分析报告》共十四章。首先介绍了中国网络游戏行业的概念，接着分析了中国网络游戏行业发展环境，然后对中国网络游戏行业市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国网络游戏行业面临的机遇及趋势预测。您若想对中国网络游戏行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

2014年中国游戏市场实际销售总值为1144.8亿元，同比增长37.7%。其中端游收入为608.9亿元，占比53.2%。

中国游戏细分市场实际销售收入

资料来源：博思数据整理

2014年度中国游戏产业年会于17日至19日在海口召开，会上发布了《2014年中国游戏产业报告》，对全年国内游戏行业进行了深入解析。其中，提及2014全年中国游戏市场（包括网络游戏市场、移动游戏市场、单机游戏市场等）实际销售收入达到1144.8亿元人民币，比2013年增长了37.7%。

按游戏类型划分，端游收入608.9亿元，网页游戏(微博)收入202.7亿元，移动游戏销售收入274.9亿元，社交游戏57.8亿元，单机游戏0.5亿元。其中，移动游戏销售收入首次超越页游。

2014年中国游戏市场用户数量约为5.17亿人，与去年同比增长了4.6%；移动游戏用户数量约为3.58亿人，同比增长15.1%

报告目录：

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

二、网络游戏的分类

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、欧美网络游戏市场分析

## 第二节、美国

- 一、美国网络游戏行业概况
- 二、美国网络游戏消费者行为分析
- 三、网络游戏仍是美国互联网消费主流
- 四、美国成为韩国网游业抢夺热点
- 五、美国网游用户增长情况
- 六、美国网络游戏业发展现状

## 第三节、日本

- 一、日本的网络游戏行业开始复苏
- 二、日本网络游戏市场发展现状
- 三、日本网游业发展遭遇尴尬境地

## 第四节、韩国

## 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、中国网络游戏产业发展特点
- 三、我国网络游戏产业持续高速增长
- 四、中国原创网络游戏拓展海外市场
- 五、国内网络游戏行业进入转型时期
- 六、中国大型网络游戏公司发展简况
- 七、中国网络游戏业的组织变革探讨

### 第二节、2013年中国网络游戏发展回顾

- 一、2013年网络游戏市场机遇与挑战并存
- 二、2013年国内网络游戏市场发展特征
- 三、2013年中国网络游戏出口快速增长
- 四、2013年中国网络游戏行业投融资活跃

## 五、2013年中国网络游戏市场关注度分析

### 第三节、2014年中国网络游戏发展分析

#### 第四节、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、中国网游业发展壮大面临的挑战

##### 四、制约中国网游产业发展的瓶颈因素

#### 第五节、促进网游发展的对策

##### 一、发展我国网络游戏产业的路径

##### 二、推动本土网游产业发展的对策措施

##### 三、促进网络游戏产业发展的政策建议

##### 四、网游产业应向绿色健康方向发展

##### 五、中国网络游戏业发展的五大策略

## 第四章、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、2009年规范网络游戏管理新文件出台

#### 五、2010年我国出台新政规范网络游戏市场

#### 六、2011年文化部继续加强网络游戏市场管理

#### 七、2011年中国正式实施网络游戏防沉迷系统实名认证

### 第二节、网游相关政策法规

#### 一、网游“防沉迷系统”开发标准

#### 二、互联网信息服务管理办法

#### 三、电子出版物管理规定

#### 四、《互联网出版管理暂行规定》

## 第五章、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、四川电信加大对网络游戏业投入

#### 三、四川对网络游戏虚拟货币的管理规范

四、成都网络游戏新兴力量正在崛起

五、成都网络游戏市场发展现状

六、成都网游研发企业获日企资金青睐

七、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、上海网络游戏出版行业逆势增长

五、上海电信推出“游戏新天地”游戏平台

六、上海要求网游产品提供“适龄提示”

七、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

三、山东网游发展迎来新的突破

四、山东发展网游存在困难

## 第四节、深圳

一、深圳市网游企业简介

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、北京市网络游戏产业回顾

二、北京网络游戏产业发展现状

三、网游行业知名企业扎堆北京

四、北京市动漫网游行业的政策情况

## 第六节、其他地区

一、厦门网游开发的特点解析

二、重庆

三、湖南

四、浙江

五、江苏

## 第六章、网络游戏的研发与销售

### 第一节、网络游戏研发运营模式分析

#### 一、传统的代理运营模式

#### 二、中外合资运营模式

#### 三、购买技术或合作开发运营模式

#### 四、自主研发运营模式

### 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

#### 一、网上虚拟充值卡

#### 二、充值卡实体

#### 三、手机支付平台

### 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

#### 二、游戏研发环节

#### 三、游戏运营环节

## 第七章、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、网络游戏制造公司

#### 二、网络游戏运营公司

#### 三、网络游戏代理公司

#### 四、软件销售公司

#### 五、网吧和玩家

### 第二节、网络游戏界商业运营模式

#### 一、商业模式基本类别

#### 二、专业代理运营企业

#### 三、综合门户企业

#### 四、电信运营企业

#### 五、游戏生产企业

六、合资经营

七、收购核心技术企业

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“赢”模式

二、点卡计费卡收入

三、电信分成收入

四、网络广告收入

五、网游盈利出现新模式

第五节、游戏类型和盈利模式

一、角色扮演类

二、棋牌类游戏

三、休闲对战类

第八章、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

二、网络游戏用户收入水平与地域分布

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

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

第九章、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、2010年中国手机网络游戏市场发展现状

四、2011年中国手机网游市场发展状况分析

五、2012年中国手机网游行业发展分析

六、2013年中国手机网络游戏市场分析

七、2014年中国手机网络游戏市场分析

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、3G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、中国手机网络游戏市场发展预测

二、社区休闲将成手机网游发展趋势

三、手机网游行业前景广阔

四、手机网络游戏行业的3G机遇分析

五、未来影响手机网络游戏发展的关键因素

第十章、互联网产业分析

第一节、互联网与网络游戏产业浅析

一、互联网、游戏和网络游戏关系辩论

二、网游业成互联网发展的亮点

三、互联网门户巨头纷纷试水网游

四、中国进入全民网游新时代

第二节、互联网产业发展综述

一、2013年中国互联网发展市场分析

二、2014年中国互联网行业发展分析

三、2014年中国移动互联网市场规模

四、中国互联网发展呈现三个新动向

五、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

## 第十一章、网络游戏产业竞争与营销

### 第一节、网游业竞争形势分析

一、外部环境转好网游业进入资本竞争时代

二、中国网络游戏运营商竞争力分析

三、2008年网游业人才竞争成焦点

四、2009年网络游戏市场竞争加剧

五、2010年网络游戏市场井喷竞争加剧

六、网络游戏行业恶性竞争问题分析

七、3D研发力将决定网游国际市场竞争力

八、未来网络游戏市场竞争趋势分析

### 第三节、网游企业竞争行为选择

### 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、网游明星营销成为新时尚

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、网游运营商应加强深度营销

## 第十二章、国内重点网游企业分析

### 第一节、巨人网络

一、公司简介

二、2011年巨人网络经营状况

三、2012年巨人网络经营状况

四、2013年巨人网络经营状况

五、巨人网络在成都建游戏研发基地

### 第二节、网易

一、公司简介

二、2011年网易经营状况

三、2012年网易经营状况

四、2013年网易经营状况

## 五、网易魔兽遭遇网络游戏前置审批难题

### 第三节、腾讯

#### 一、公司简介

#### 二、2011年腾讯经营状况

#### 三、2012年腾讯经营状况

#### 四、2013年腾讯经营状况

### 第四节、第九城市

#### 一、公司简介

#### 二、2011年第九城市经营状况

#### 三、2012年第九城市经营状况

#### 四、2013年第九城市经营状况

#### 五、九城收购两家网游公司扩充研发能力

### 第五节、完美时空

#### 一、公司简介

#### 二、2011年完美时空经营状况

#### 三、2012年完美时空经营状况

#### 四、2013年完美时空经营状况

#### 五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

### 第六节、金山

#### 一、公司简介

#### 二、2011年金山软件公司经营状况

#### 三、2012年金山软件公司经营状况

#### 四、2013年金山软件公司经营状况

### 第七节、网龙

#### 一、公司简介

#### 二、2011年网龙经营状况

#### 三、2012年网龙经营状况

#### 四、2013年网龙经营状况

## 第十三章、网络游戏投资分析

### 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、丰厚回报使风投扎堆投资网络游戏产业
- 四、广告商扎根网络游戏市场
- 五、浙江民资进入网络游戏领域
- 六、中国禁止外商在中国从事网络游戏运营服务
- 七、未来网络游戏行业投资热点

## 第二节、网络游戏产业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

## 第三节、网络游戏的投资前景分析

- 一、恶性竞争风险
- 二、社会风险
- 三、政策风险
- 四、并购风险
- 五、虚拟交易平台经营风险

## 第四节、网络游戏的投资建议

- 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、网游发展趋势预测

### 第一节、全球网游趋势预测分析

- 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、中国网络游戏前景及趋势分析

- 一、中国网络游戏市场趋势预测展望
- 二、2014-2020年中国网络游戏行业预测分析
- 三、中国网络游戏市场发展趋势
- 四、网络游戏运营模式将面临变革

图表目录：

图表：2011-2013年中国网络游戏行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2013年中国网络游戏行业亏损企业数量趋势图

图表：2011-2013年中国网络游戏行业销售规模增长分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业利润规模增长分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业资产规模增长分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业工业总产值增长分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业销售利润率增长分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业销售毛利率增长分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业资产利润率增长分析

图表：2014-2020年中国网络游戏行业盈利能力预测分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业成本费用结构变动趋势

图表：2011-2013年中国网络游戏行业销售成本分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业销售费用分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业管理费用分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业财务费用分析

图表：2011-2013年中国网络游戏行业出口交货值分析

图表：企业一概况分析

图表：企业一竞争优势走势

图表：企业一经营状况

图表：企业一发展战略

图表：企业二概况分析

图表：企业二竞争优势走势

图表：企业二经营状况

图表：企业二发展战略

图表：企业三概况分析

图表：企业三竞争优势走势

图表：企业三经营状况

图表：企业三发展战略

图表：企业四概况分析

图表：企业四竞争优势走势

图表：企业四经营状况

图表：企业四发展战略

图表：企业五概况分析

图表：企业五竞争优势走势

图表：企业五经营状况

图表：企业五发展战略

图表：网络游戏行业发展方向及投资机会分析

图表：2014-2020年中国网络游戏行业市场规模预测

图表：2014-2020年中国网络游戏行业供给预测

图表：2014-2020年中国网络游戏行业需求预测

图表：2014-2020年中国网络游戏行业价格指数预测

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监测数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1502/5012851Y8H.html>