2018-2024年中国网页游戏行业市场深度调研及未来发展趋势报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国网页游戏行业市场深度调研及未来发展趋势报告》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：https://www.chyxx.com/research/201804/634238.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

游戏消费用户数量超4成，整体消费水平较强。样本群体中，在游戏中进行消费的群体占到总样本比重的42.8%，其中，13.1%样本年游戏消费水平在百元以内，11.2%消费水平在100-1000元区间，8.0%样本消费能力较强，年游戏消费水平在1000元以上。从平均值来看，样本年平均游戏消费水平在500元以上，远高于17年中国游戏市场ARPU349.2元，这主要由于样本群体整体收入水平较高（月收入1万以上人口占比60.0%），且多为年轻群体（80后和90后占比72.6%），游戏消费意愿较强所致。
过去一年游戏消费水平

游戏消费多元化，游戏付费玩家不局限于单款游戏。从游戏消费数量来看，2017年为2款及以上游戏充值样本占21%，人数多于仅为一款游戏充值样本，后者仅占总样本13.8%，反映了样本中充值玩家中多样化游戏消费观占主流，其背后是游戏品类日益增多，畅销爆款更新迭代加快以及玩家游戏消费意愿日益增强。另外，超5成样本从不充值，反应游戏消费市场仍存在较大前景空间，未来ARPU值增长是促进游戏市场增长的主要动力。
过去一年消费的游戏数量

智研咨询发布的《2018-2024年中国网页游戏行业市场深度调研及未来发展趋势报告》共十五章。首先介绍了中国网页游戏行业市场发展环境、网页游戏整体运行态势等，接着分析了中国网页游戏行业市场运行的现状，然后介绍了网页游戏市场竞争格局。随后，报告对网页游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网页游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对网页游戏产业有个系统的了解或者想投资中国网页游戏行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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
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、2017年欧美网络游戏市场分析
六、2017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、2017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、2017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、2017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、2017年韩国网络游戏市场增长情况
三、2017年韩国网络游戏企业集体落户长三角
四、2017年韩国游戏公司全年财报汇总
五、2017年韩国网游大事回顾
六、2017年韩国网络游戏市场出口分析
七、2017年韩国网络游戏市场主流游戏分析
八、2017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 2017年中国网络游戏产业回顾
一、2017年中国网络游戏市场发展分析
二、2017年中国网络游戏销售情况分析
2017 年中国网络游戏海外收入同比增长50.6%

三、2017年中国网络游戏市场发展特点
四、2017年中国网络游戏市场盘点
第三节 2017年中国网络游戏市场分析
一、2017年中国网络游戏市场综况
二、2017年中国网游市场解读
三、2017年中国网络游戏销售情况
四、2017年中国网络游戏年度数据分析
五、2017年中国网络游戏市场规模
六、2017年中国网络游戏行业盘点
七、2017年中国网络游戏出口市场分析
八、2017年中国游戏海外并购运作情况
九、2017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、2017年上海网络游戏销售收入情况
五、2017年上海网络游戏出版行业逆势增长
六、2017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、2017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 2018中国网络游戏研发力量调查
一、2017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
二、游戏研发环节
三、游戏运营环节
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 2017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、2013年中国手机网络游戏市场运营状况
四、2017年中国手机网游市场发展状况分析
五、2017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、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、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、2017年中国互联网发展市场分析
二、2017年中国互联网广告市场分析
三、2017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、2017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、2017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、2017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、2017财年维旺迪经营状况
三、2017年维旺迪经营状况
第二节 EA
一、公司简介
二、2017财年EA公司经营状况分析
三、2018财年EA公司经营状况分析
第三节 任天堂（NINTENDO）
一、公司简介
二、2017财年任天堂经营状况分析
三、2018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、2017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、2017财年育碧经营状况
三、2018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、2017年盛大网络经营状况
三、2017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、2017年盛大进军网页游戏
第二节 巨人网络
一、公司简介
二、2017年巨人网络经营状况
三、2017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、2017年网易经营状况
三、2017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、2017年腾讯经营状况
三、2017年腾讯经营状况
第五节 第九城市
一、公司简介
二、2017年第九城市经营状况
三、2017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、2017年完美时空经营状况
三、2017年完美时空经营状况分析
四、2017年完美时空网络游戏发展亮点
第七节 金山
一、公司简介

二、2017年金山经营状况
三、2017年金山软件经营状况分析
第八节 网龙
一、公司简介
二、2017年网龙经营状况
三、2017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 2018-2024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、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、网络娱乐成民资新宠 浙商投10亿打造新盛大
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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年网游行业发展趋势预测
第一节 2018-2024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 2018-2024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、2017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(ZYGXH)
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、2017年文化部将发布实施《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》 (ZYGXH)

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201804/634238.html