

2018-2024年中国网络游戏行业市场深度调研及投资战略分析报告

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年中国网络游戏行业市场深度调研及投资战略分析报告》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/201806/649887.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

2017 年中国游戏市场实际收入 2036.1 亿元，突破 2000亿元大关，同比增长 23%，相较于 2015、2016 年，增长率有小幅回升。2017 年中国游戏用户规模 5.83 亿人，同比增长 3.1%。自 2014 年开始，游戏用户增长率保持在 3%-5%左右，用户规模增速趋缓。

2008-2017 年中国游戏市场实际销售收入及增速

2008-2017 年中国游戏用户规模及增速

智研咨询发布的《2018-2024年中国网络游戏行业市场深度调研及投资战略分析报告》共三章。首先介绍了中国网络游戏行业市场发展环境、网络游戏整体运行态势等，接着分析了中国网络游戏行业市场运行的现状，然后介绍了网络游戏市场竞争格局。随后，报告对网络游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对网络游戏产业有个系统的了解或者想投资中国网络游戏行业，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：

第一章 行业发展篇

1.1 网络游戏行业发展背景

1.1.1 网络游戏定义与分类

(1) 网络游戏行业定义

1.1.2 网络游戏行业分类

1.1.3 网络游戏行业产业链分析

(1) 网络游戏产业链结构

1) 游戏开发商

2) 游戏运营商

3) 游戏销售商

4) 游戏用户

5) 辅链组成

(2) 网络游戏产业链分析

1) 辐射包容能力

2) 产业链各环节的关系

1.1.4 网络游戏行业发展环境

(1) 行业宏观环境分析

1) 行业政策环境

2) 行业经济环境

3) 行业社会环境

4) 行业技术环境

5) 现有企业的竞争

6) 潜在进入者威胁

7) 供应商议价能力

8) 下游客户议价能力

9) 替代品威胁

10) 竞争情况总结

1.2 网络游戏行业发展分析

1.2.1 中国网络游戏行业发展现状分析

(1) 网络游戏行业发展阶段

(2) 网络游戏行业市场规模

1) 网游行业营收规模

2) 网游行业用户规模

(3) 网络游戏行业供应情况

1) 网游行业上市企业数量

2) 网游产品推出数量

3) 网游用户状况分析

4) 海外市场

(4) 网络游戏辐射带动效应

1.2.2 客户端网游发展现状分析

(1) 客户端网游市场规模

1) 网络游戏客户端用户规模

2) 网络游戏客户端市场规模

(2) 客户端网游研发情况

1) 端游研发投入

2) 端游研发从业人数

(3) 客户端网游盈利情况

(4) 客户端网游用户行为

(5) 客户端网游市场集中度

(6) 客户端网游微端化趋势

- 1) 微端技术的优势
- 2) 微端网游面临的挑战
- 3) 微端网游发展前景预测

1.2.3 网页游戏行业发展现状分析

中国网页游戏市场实际销售规模及增速

(1) 网页游戏行业发展规模

- 1) 网页游戏行业市场规模
- 2) 网页游戏行业用户规模

(2) 网页游戏用户行为分析

- 1) 用户普及度
- 2) 接触时间
- 3) 游戏内容建设
- 4) 热衷度
- 5) 信赖度
- 6) 推广认可度
- 7) 用户付费率
- 8) 自身优势及劣势
- 9) 网页游戏前景

(3) 网页游戏生命周期分析

(4) 网页游戏行业盈利状况

1.2.4 移动游戏行业发展现状分析

(1) 移动游戏行业界定

(2) 移动游戏产业链分析

- 1) 移动终端设备制造商
- 2) 移动游戏开发与发行商
- 3) 移动游戏独立运营商
- 4) 移动游戏平台运营商
- 5) 移动游戏分发渠道商

(3) 移动游戏市场规模

- 1) 移动游戏用户数量
- 2) 移动游戏收入规模
- (4) 移动游戏细分市场
- (5) 移动游戏发展现状

(6) 移动游戏题材分布

(7) 移动游戏类型分布

1.2.5 移动游戏行业发展前景分析

(1) 网游行业前景

1) 网游行业前景预测

2) 端游行业前景预测

3) 页游行业前景预测

4) 移动游戏行业前景预测

(2) 网游出口市场预测

1) 网游出口驱动因素

2) 网游出口前景预测

第二章 商业模式篇

2.1 网络游戏行业商业模式分析

2.1.1 商业模式创新推动网络游戏发展

(1) 商业模式概念及内涵

(2) 网游商业模式核心要素

1) 盈利模式

2) 运营模式

3) 营销模式

2.1.2 国外网络游戏模式分析

(1) 美国网络游戏模式

(2) 日本网络游戏模式

(3) 韩国网络游戏模式

2.1.3 中国网游商业模式创新

(1) 网游商业模式探索与变革

(2) 网游行业当前需解决的问题

1) 同质化

2) 付费模式

3) 新用户发掘

4) 营销手段创新

(3) 商业模式创新是下一步关键

2.1.4 网络游戏商业模式变革趋势

(1) 商业模式创新的成功因素

1) 网络游戏的内容是基础

2) 网络游戏运营技术是关键

(2) 影响商业模式创新的主要方面

1) 外部因素分析

2) 内部因素分析

(3) 商业模式创新的主要方向

1) 网络游戏研发制作水平不断提高

2) 网络游戏技术可控性提高

3) 商业利益与社会责任保持平衡

2.2 客户端网游商业模式创新与案例分析

2.2.1 客户端网游行业发展模式分析

(1) 代理运营模式

1) 代理运营模式特点

2) 代理运营模式代表企业

3) 代理运营模式的优劣势

(2) 代理运营模式的核心要素

(3) 自主产权模式

1) 自主产权模式特征

2) 自主产权模式代表企业

3) 自主产权模式的优劣势

4) 自主产权模式的核心要素

(4) 自主&代理模式

1) 自主&代理模式特点

2) 自主&代理模式代表企业

3) 自主&代理模式的优劣势

4) 自主&代理模式的核心要素

(5) 综合门户模式

1) 综合门户模式特点

2) 综合门户模式代表企业

3) 综合门户模式的优劣势

4) 综合门户模式的核心要素

2.2.2 客户端网游行业运营模式分析

(1) 客户端网游联合运营分析

1) 联合运营模式的产生

2) 联合运营方式及案例

3) 联合运营模式趋势

4) 联合运营关键因素

5) 联合运营风险防范

(2) 客户端网游异业合作分析

- 1) 异业合作模式的内涵
- 2) 异业合作模式的类型
- 3) 异业合作方式与项目
- 4) 主要厂商异业合作情况
- 5) 异业合作模式的效用
- 6) 异业合作模式前景展望
- 7) 异业合作经典案例分析

2.2.3 客户端网游盈利模式变迁与方向

(1) 传统盈利模式面临挑战

- 1) 第一代：收费模式
- 2) 第二代：免费模式

(2) 新型盈利模式探索与创新

- 1) 内置广告模式 (IGA)
- 2) 双向收费模式
- 3) 道具交易收费模式
- 4) 信用卡机制
- 5) 周边产品盈利模式
- 6) 其它创新盈利模式分析

(3) 客户端网游盈利模式趋势

- 1) 网游增值服务业盈利模式分析
- 2) 盈利模式发展趋势分析
- 3) 未来可发展的盈利模式

2.2.4 客户端网游营销模式与策略

(1) 客户端网游营销渠道格局

- 1) 行业主要营销渠道
- 2) 渠道格局变化趋势

(2) 客户端网游典型营销策略

- 1) 客户端网游营销模式
- 2) 客户端网游整合营销
- 3) 客户端网游营销创新策略

2.2.5 客户端网游几大成功案例解析

(1) 《征途》

- 1) 游戏特色分析

2) 游戏目标群体

3) 游戏盈利模式

4) 游戏运营模式

5) 游戏营销模式

(2) 《传奇》

1) 游戏特色分析

2) 游戏目标群体

3) 游戏盈利模式

4) 游戏运营模式

5) 游戏营销模式

(3) 《梦幻西游》

1) 游戏特色分析

2) 游戏目标群体

3) 游戏盈利模式

4) 游戏运营模式

5) 游戏营销模式

(4) 《魔兽世界》

1) 游戏特色分析

2) 游戏目标群体

3) 游戏盈利模式

4) 游戏运营模式

5) 游戏营销模式

(5) 《穿越火线》

1) 游戏特色分析

2) 游戏目标群体

3) 游戏盈利模式

4) 游戏运营模式

5) 游戏营销模式

(6) 《泡泡堂》

1) 游戏特色分析

2) 游戏目标群体

3) 游戏盈利模式

4) 游戏运营模式

5) 游戏营销模式

2.3 网页游戏行业商业模式创新与案例分析

2.3.1 网页游戏行业运营模式分析

(1) 网页游戏运营模式概述

(2) 网页游戏联运模式分析

1) 网页游戏联合运营特征

2) 网页游戏联合运营现状

3) 网页游戏联合运营关键

4) 网页游戏联合运营风险

5) 网页游戏联合运营趋势

(3) 网页游戏独代模式分析

1) 网页游戏独代介绍

2) 网页游戏独代运营趋势

(4) 网页游戏自产自营模式

1) 网页游戏自产自营优势

2) 网页游戏资产自营风险

3) 网页游戏自产自营趋势

2.3.2 网页游戏行业盈利模式及前景

(1) 网页游戏行业盈利模式

1) 点卡(VIP月卡)销售

2) 道具及增值服务

3) 内置广告

4) 异业合作

(2) 网页游戏产业链盈利路径

1) 网页游戏平台环节

2) 网页游戏支付系统

3) 网页游戏广告环节

4) 网页游戏终端环节

(3) 网页游戏盈利存在的问题

1) 盈利模式单一

2) 同质化竞争激烈

3) 风险投资乏力

(4) 网页游戏行业盈利对策

1) 模式创新势在必行

2) 多种模式相互整合

3) 增强产业链的延伸

(5) 网页游戏行业盈利前景

- 1) 免费模式市场稳定
- 2) 内置广告有待开发
- 3) 社区化运营前景看好
- 4) 手机终端“蓝海”空间

2.3.3 网页游戏行业营销模式分析

- (1) 网页游戏厂商渠道争夺
- (2) 网页游戏主要营销手段
 - 1) CPS：按照用户消费情况分成
 - 2) CPT（包括垂直门户）
 - 3) CPC：点击付费
 - 4) CPM：弹窗
 - 5) SEM：搜索引擎广告
 - 6) 其它新型营销手段
- (3) 网页游戏营销主要问题
 - 1) 充分重视开测前的预热
 - 2) 充分重视开测时的炒作
 - 3) 选择有实力的网络广告联盟
 - 4) 争取知名媒介的联运渠道合作
 - 5) 游戏活动炒作，人推人模式
 - 6) 保持网页游戏更新频率
- (5) “开心农场”成功解析
 - 1) 游戏主要特色
 - 2) 游戏运营业绩
 - 3) 游戏目标群体
 - 4) 游戏运营模式
 - 5) 游戏盈利模式
 - 6) 游戏营销模式
- (6) “摩尔庄园”成功解析
 - 1) 游戏主要特色
 - 2) 游戏运营业绩
 - 3) 游戏目标群体
 - 4) 游戏运营模式
 - 5) 游戏盈利模式
 - 6) 游戏营销模式

(7) “热血三国”成功解析

- 1) 游戏主要特色
- 2) 游戏运营模式
- 3) 游戏盈利模式
- 4) 游戏营销模式

(8) “商业大亨”成功解析

- 1) 游戏主要特色
- 2) 游戏目标群体
- 3) 游戏运营模式
- 4) 游戏盈利模式
- 5) 游戏营销模式

2.4 移动游戏行业商业模式创新与案例分析

2.4.1 移动游戏运营模式分析

(1) 移动游戏联合运营模式

- 1) 移动游戏联合运营现状分析
- 2) 移动游戏联合运营存在问题
- 3) 联合运营模式的突破

(2) 移动游戏独立运营分析

- 1) 独立运营条件与要求
- 2) 独立运营现状与厂商
- 3) 独立运营未来趋势

2.4.2 移动游戏盈利模式与创新

(1) 移动游戏盈利模式变革

- 1) 下载收费
- 2) 购买游戏时间(点卡)
- 3) 套餐收费
- 4) 游戏内付费
- 5) 道具收费
- 6) 内置广告
- 7) 周边产品

(2) 移动游戏支付模式发展

- 1) 电信运营商短信计费
- 2) 充值卡类支付
- 3) 第三方支付
- 4) 银联支付

(3) 移动游戏盈利模式创新

2.4.3 移动游戏营销模式与策略

(1) 移动游戏业务渠道变革

1) 移动游戏业务主要渠道

2) 移动游戏业务渠道变革

(2) 移动游戏精细化营销策略

1) 精细化营销创新策略

2) 产业合作创新策略

3) 客户研究创新策略

4) 产品整合创新策略

5) 营销手段创新策略

6) 渠道拓展创新策略

2.4.4 移动游戏几大成功案例解析

(1) 《愤怒的小鸟》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

(2) 《植物大战僵尸》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

(3) 《捕鱼达人》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

(4) 《水果忍者》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

2.5 网络游戏领先企业运营模式分析

2.5.1 客户端网络游戏领先企业运营模式分析

(1) 腾讯控股有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司发展战略演进

4) 公司盈利模式创新

5) 公司产品推广模式

6) 公司人力资源战略

7) 公司经营情况分析

8) 公司经营优劣势分析

9) 公司并购整合情况

10) 公司最新发展动向

(2) 广州网易计算机系统有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司发展战略演进

4) 公司盈利模式创新

5) 公司产品推广模式

6) 公司经营情况分析

7) 公司经营优劣势分析

8) 公司最新发展动向

(3) 北京畅游时代数码技术有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司人力资源战略
- 7) 公司经营情况分析
- 8) 公司经营优劣势分析
- 9) 公司最新发展动向

(4) 金山软件有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析
- 7) 公司并购整合情况

(5) 网龙网络有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司人力资源战略
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司最新发展动向

2.5.2 网页游戏领先企业运营模式分析

(1) 北京万维天空科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司经营情况分析
- 4) 公司经营优劣势分析

(2) 苏州市蜗牛电子有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司产品推广模式

- 5) 公司人力资源战略
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司最新发展动向

(3) 北京新娱兄弟网络科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司运营模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司最新发展动向

(4) 苏州尚娱科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司人力资源战略
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析
- 7) 公司资本运作情况

(5) 千橡互动集团有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司经营情况分析
- 5) 公司经营优劣势分析
- 6) 公司并购整合情况
- 7) 公司资本运作情况
- 8) 公司最新发展动向

(6) 厦门游家网络有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司经营情况分析

5) 公司经营优劣势分析

6) 公司资本运作情况

2.5.3 移动游戏领先企业运营模式分析

(1) 杭州斯凯网络科技有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司发展战略分析

4) 公司盈利模式分析

5) 公司推广模式分析

6) 公司经营优劣势分析

7) 公司资本运作情况

(2) 北京新浪互联信息服务有限公司

1) 1.公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司盈利模式分析

4) 公司推广模式分析

5) 公司经营情况分析

6) 公司经营优劣势分析

(3) 北京掌趣科技股份有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司组织结构分析

4) 公司发展战略分析

5) 公司盈利模式分析

6) 公司推广模式分析

7) 公司经营情况分析

8) 公司经营优劣势分析

9) 公司并购整合情况

10) 公司最新发展动向

(4) 北京数字顽石无线科技有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司盈利模式分析

4) 公司经营情况分析

5) 公司经营优劣势分析

(5) 北京掌上明珠信息技术有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司经营情况分析
- 4) 公司经营优劣势分析
- 5) 公司最新发展动向

(6) 广州拉阔网络科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司盈利模式分析
- 4) 公司推广模式分析
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析

(7) 北京当乐信息技术有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司推广模式分析
- 4) 公司经营情况分析
- 5) 公司经营优劣势分析
- 6) 公司资本运作情况

(8) 中国移动游戏基地

- 1) 基本情况
- 2) 游戏业务介绍
- 3) 游戏合作伙伴情况
- 4) 游戏业务发展思路
- 5) 游戏业务优劣势分析

(9) 中国电信游戏运营中心

- 1) 基本情况
- 2) 游戏业务介绍
- 3) 游戏业务发展情况
- 4) 游戏合作伙伴情况
- 5) 专注于Android游戏发展
- 6) 游戏业务发展思路
- 7) 游戏业务优劣势分析

3.1 网络游戏商业模式变革趋势与投资机会分析 (ZY GXH)

3.1.1 网络游戏行业发展趋势分析

(1) 网络游戏大行业发展趋势

- 1) 跨平台发展
- 2) 硬件破局为VR游戏创造发展机遇
- 3) 游戏种类日趋多元
- 4) 跨领域竞争与合作
- 5) “微创新”成重要推动模式
- 6) 移动电子竞技游戏将取得快速发展
- 7) 健康、绿色游戏是未来方向

(2) 网络游戏细分市场发展趋势

- 1) 客户端游戏发展趋势
- 2) 网页游戏发展趋势
- 3) 移动游戏发展趋势

3.1.2 网络游戏行业有利与不利因素分析

(1) 行业有利因素分析

(2) 行业不利因素分析

3.1.3 网络游戏行业投资机会与风险

(1) 网络游戏行业投资价值分析

(2) 行业区域和特点及投资现状

1) 网游行业地域投资分析

2) 网游行业投资特点

(3) 未来几年网游行业投资预测

1) 外围企业进入网游市场

2) “国家队”进入网游市场

(4) 网络游戏行业投资机会分析

1) 中小规模网络游戏开发商

2) 综合或垂直网络游戏运营平台商

3) 虚拟货币交易平台商

4) 与网络游戏相关的行业服务提供商

(5) 网络游戏行业投资风险提示

1) 政策风险

2) 行业风险

(6) 网络游戏行业投资建议

1) 投资时机的选择

2) 投资方式及领域

3) 需要注意的问题 (ZY GXH)

图表目录：

图表：商业模式结构图

图表：盈利模式流程图

图表：近年来美国相关娱乐产业政策

图表：韩国网络游戏产业政策

图表：我国网络游戏商业模式发展阶段

图表：影响网游商业模式创新的政策法规因素

图表：代理运营模式优劣势分析

图表：端游行业自主产权模式代表企业特色

图表：自主产权模式优劣势分析

图表：自主&代理模式优劣势分析

图表：端游行业自主产权模式代表企业分析

图表：自主&代理模式优劣势分析

图表：联合运营产业链

图表：网游企业联合运营的三种模式

图表：优势互补联合运营模式的营销特点

图表：“价值再开发型”分类

图表：网游异业合作的对象

图表：网游与食品业部分合作案例

图表：网游与服装业部分合作案例

图表：网游与汽车业部分合作案例

图表：网游与电子产品部分合作案例

图表：网游与信用卡部分合作案例

图表：网游与旅游业部分合作案例

图表：网游与游戏外设部分合作案例

图表：盛大异业合作部分合作案例

图表：久游异业合作部分合作案例

图表：九城异业合作部分合作案例

图表：完美时空异业合作部分合作案例

图表：可口可乐公司销售收入和利润（单位：百万美元）

图表：网络游戏广告形式

图表：网络游戏周边产品市场规模预测（单位，亿美元）

图表：竞技挑战族玩家特征

图表：时尚休闲族玩家特征

图表：安逸闯关族玩家特征

图表：团队精神族玩家特征

图表：轻松求伴族玩家特征

图表：轻松求伴族玩家特征

图表：网游行业主要营销渠道分析

图表：网游整合营销基本思路

图表：网游整合营销实施的整体模型

图表：网络游戏营销策略分类

图表：网游销售渠道

图表：游戏活动营销策略分析

图表：《魔兽世界》点卡类型与收费标准（单位：元，点）

图表：网页游戏运营细分（单位：%）

图表：网页游戏运营市场细分（单位：%）

图表：传统网络游戏产业链

图表：网页游戏产业链

图表：摩尔庄园游戏特色

图表：拉阔部分游戏

图表：移动游戏主要盈利模式

图表：精细化营销创新策略分析

图表：游戏产业良性生态圈模型

图表：产业合作创新策略分析

图表：手机游戏客户消费模型

图表：移动游戏产品服务定制化设计

图表：移动游戏立体化整合营销模型

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201806/649887.html>