

2018-2024年中国网页游戏行业市场分析预测及发展趋势研究报告

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分析预测及发展趋势研究报告》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/201804/634247.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上，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

随着样本家庭整体月收入从5000元以下提高至5万以上水平，游戏零消费群体占比从60.54%下降至52.35%，游戏消费群体消费结构亦发生巨大变化：家庭整体月收入水平为3万以下时，游戏年充值额在100元以内占比最高，占总样本比重12.26%；家庭整体月收入水平为3-5万时，游戏年充值额在100-1000元内居多，占总样本比重14.53%；家庭月收入水平为5万以上时，游戏年充值额1万以上群体占比7.48%，提升明显，充值额在100元以内占比明显下降。背后反映收入水平对游戏消费观念的重要影响，高收入群体游戏消费观较为成熟，整体消费水平较高。另外，各收入群体零消费人群占比均高于50%，其背后并不是低收入导致消费能力的缺乏，而是游戏消费意识仍有待进一步培养，未来游戏消费水平仍有非常巨大提升空间。

不同家庭所有成员总收入（元）人群的游戏充值额分布

智研咨询发布的《2018-2024年中国网页游戏行业市场分析预测及发展趋势研究报告》共十二章。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 网页游戏产业简述

第一节 网页游戏阐述

一、网页游戏的开发技术

二、网页游戏媒体

三、年度代表游戏

第二节 网页游戏策略分析

一、开发策略

二、运营策略

三、综合策略

第三节 网页游戏遭遇新的瓶颈

第四节 网页游戏分类

第二章 网络游戏产业相关概述

第一节 网络游戏简述

一、网络游戏发展演进

二、网络游戏推广

三、我国网络游戏产业地域特点

第二节 网络游戏发展动因探析

一、软硬件的支持是物质基础

二、经济利益是其发展的动力

三、大众化的游戏心理是原因

四、网络游戏发展的重要支撑点

第三节 网络游戏的分类

一、大型多人在线游戏

二、多人在线游戏

三、平台游戏

四、网页游戏

五、手机网游

第三章 2014-2017年中国网页游戏产业运行环境分析

第一节 2014-2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2014-2017年中国网页游戏产业政策环境分析

- 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、网游“防沉迷系统”开发标准
- 五、互联网信息服务管理办法
- 六、电子出版物管理规定
- 七、《互联网出版管理暂行规定》

第三节 2014-2017年中国网页游戏产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第四章 2014-2017年中国网页游戏产业运行状况综述

第一节 2014-2017年中国网页游戏产业发展概述

一、中国网络游戏市场规模

2017 年中国网络游戏海外收入同比增长50.6%

2010-2018年中国网页游戏产品数量及预测

- 二、中国网页游戏用户规模
- 三、中国网页游戏付费用户ARPU 值
- 四、中国网页游戏运营商收入构成

第二节 2014-2017年中国网页游戏产业运行动态分析

- 一、盛大进军网页游戏
- 二、2017年网页游戏市场的黑马
- 三、2017年网页游戏市场份额调查

第三节 2014-2017年中国网页游戏存在的问题分析

第五章 2014-2017年中国网页游戏用户市场特征分析

第一节 网页游戏用户特征

- 一、网页游戏用户年龄结构
- 二、网页游戏用户职业结构
- 三、网页游戏用户学历结构
- 四、网页游戏用户收入结构

第二节 网页游戏用户行为特征

- 一、网页游戏用户上网地点
- 二、网页游戏用户上网设备

第六章 2014-2017年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析

第一节 2014-2017年中国网页游戏产品分析

- 一、中国网页游戏研发地分布
- 二、中国网页游戏产品类型分布
- 三、中国网页游戏题材分布
- 四、中国网页游戏实现技术分布
- 五、中国网页游戏支付方式分布

第二节 儿童网页游戏市场概论

- 一、用户增长速度惊人，超过预期
- 二、线上与线下结合的赢利模式逐步清晰
- 三、资本关注，热烈追捧
- 四、政策和监管风险大，争议不断
- 五、定位及发展各有不同

第七章 2014-2017年中国网页游戏用户行为深度研究分析

第一节 2014-2017年中国网页游戏用户基础属性

- 一、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异
- 二、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异
- 三、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异
- 四、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

第二节 2014-2017年中国网页游戏用户游戏习惯调研

- 一、中国网页游戏用户主要游戏地点
- 二、中国网页游戏用户接触网页游戏的时间
- 三、中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间
- 四、中国网页游戏用户的游戏频率
- 五、中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率
- 六、中国网页游戏用户的游戏时间分配比例
- 七、中国用户选择玩网页游戏的主要原因
- 八、中国网页用户离开网页游戏的主要原因
- 九、中国网页游戏用户遇到满意网游后的分享意愿

第三节 2014-2017年中国网页游戏用户喜好分析

- 一、中国网页游戏用户最喜欢的游戏类型
- 二、中国网页游戏用户最喜欢的游戏制作方式
- 三、中国网页游戏用户判断游戏水准标准
- 四、中国网页游戏用户联合运营服务提供商选择
- 五、中国网页游戏用户选择联合运营服务提供商时的主要考虑因素

第四节 2017年中国网页游戏用户消费行为分析

- 一、中国网页游戏用户平均每月游戏支出
- 二、中国用户网页游戏消费支出占游戏消费的比例
- 三、中国网页游戏用户的主要充值途径
- 四、中国网页游戏用户最喜欢的游戏收费模式
- 五、网页游戏用户游戏内置广告接受程度
- 六、中国网页游戏用户接受游戏内广告的条件

第八章 2014-2017年中国网页游戏产业市场竞争格局分析

第一节 2014-2017年中国网页游戏产业竞争现状分析

- 一、网页游戏异军突起
- 二、网页游戏市场竞争加剧
- 三、网页游戏技术竞争力分析

第二节 2014-2017年中国网页游戏产业竞争态势分析

- 一、网页游戏同质化严重遭恶性竞争
- 二、网页游戏竞争门槛提高
- 三、网页游戏市场竞争升级

第三节 2014-2017年中国网页游戏产业提升竞争力策略分析

第九章 2014-2017年国外重点网游企业分析运行浅析

第一节 维旺迪 (VIVENDI)

- 一、企业概况
- 二、维旺迪经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、未来发展战略分析

第二节 EA

- 一、企业概况
- 二、EA经营状况
- 三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、EA转移重心主攻亚洲网游市场

第三节 任天堂 (NINTENDO)

一、企业概况

二、任天堂经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、任天堂游戏产业发展的五大成功秘诀

第四节 南梦宫万代控股公司 (NAMCOBANDAIHOLDINGSINC.)

一、企业概况

二、南梦宫万代控股公司经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、未来发展战略分析

第五节 育碧 (UBISOFT)

一、企业概况

二、育碧经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、育碧游戏发行计划

第十章 2014-2017年中国国内重点网游企业运行状况分析

第一节 盛大

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、盛大网游推行区域特许经营策略

六、盛大MMORPG游戏介绍

第二节 巨人网络

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、巨人网络主要网游产品运营状况

第三节 网易

- 一、企业概况
- 二、盛大经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、网易推出新网游争抢市场份额

第四节 腾讯

- 一、企业概况
- 二、盛大经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、腾讯加大网游市场投入

第五节 第九城市

- 一、企业概况
- 二、盛大经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、第九城市网游业务保持增长形势分析

第六节 完美时空

- 一、企业概况
- 二、盛大经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

第七节 金山

- 一、企业概况
- 二、盛大经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、《剑侠世界》开启金山网游新时代

第八节 网龙

- 一、企业概况
- 二、盛大经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析

五、网龙全力拓展海外网游市场

第十一章 2018-2024年中国网页游戏行业投资机会与风险分析

第一节 2018-2024年中国网页游戏行业投资环境分析

第二节 2018-2024年中国网页游戏行业投资机会分析

一、网页游戏投资潜力分析

二、网页游戏投资吸引力分析

第三节 2018-2024年中国网页游戏行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第四节 专家建议

第十二章 2018-2024年中国网页游戏产业发展趋势分析(ZYGXH)

第一节 2018-2024年中国网页游戏前景分析

一、网页游戏发展大趋势:交互性加强

二、网页游戏发展三大趋势

三、精品化路线成发展趋势

第二节 2018-2024年网页游戏市场趋势分析

一、web游戏品牌化

二、自主研发、独家代理将成为2017年WEB产品趋势

三、web游戏产品的类型更完善

第三节 2018-2024年中国网页游戏产业盈利预测分析(ZYGXH)

图表目录：

图表 电子游戏分类

图表 中国网络游戏市场规模

图表 中国网页游戏市场份额占比

图表 中国网页游戏市场规模

图表 中国网页游戏用户规模

图表 中国网页游戏付费用户月度ARPU 值

图表 中国网页游戏运营商收入构成

图表 2000-2017年中国游戏行业投资案例

图表 2017年中国游戏行业投资对比分图

图表 网页游戏用户年龄结构

图表 网页游戏用户职业结构

图表 网页游戏用户学历结构

图表 网页游戏用户收入结构

图表 网页游戏用户上网地点

图表 网页游戏用户上网设备

图表 中国网络游戏行业发展阶段

图表 2017年中国网页游戏研发地分布

图表 2017年中国网页游戏产品类型分布

图表 中国网页游戏题材分布

图表 中国网页游戏实现技术分布

图表 中国网页游戏支付方式分布

图表 艾瑞网页游戏用户调研样本来源

图表 中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

图表 中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

图表 中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异

图表 中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

图表 中国网页游戏用户主要游戏地点

图表 中国网页游戏用户接触网页游戏的时间

图表 中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间

图表 中国网页游戏用户的游戏频率

图表 中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率

图表 中国网页游戏用户的游戏时间分配比例

图表 中国用户选择玩网页游戏的主要原因

图表 中国用户选择玩网络游戏的主要原因

图表 中国网页用户离开网页游戏的主要原因1（产品因素）

图表 中国网页用户离开网页游戏的服务因素分析

图表 中国网页用户离开网页游戏的用户因素分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201804/634247.html>