

2017-2022年中国客户端网 游产业转移机会与策略建议分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国客户端网游产业转移机会与策略建议分析报告》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.abaogao.com/b/youxi/114382COTM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

客户端游戏，是2012年相对于“网页游戏”所产生的新名词，全称是“客户端游戏”，即是传统的依靠下载客户端，在电脑上进行游戏的网络游戏。

而随着电脑性能的日益强大，游戏的画面、精细度、系统等各方面也迅速发展，因此引发的后果就是游戏客户端文件的庞大。比如《魔兽世界》（WOW）游戏，现在的客户端文件达到了23450M（官方最新客户端）（23.45 G）之多。而相对于多年前的《奇迹》（MU）的客户端557M（不确定统计），已经增加了4000%的体积。这样的传统网络游戏统称为“客户端游戏”。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国客户端网游产业转移机会与策略建议分析报告》共三章。首先介绍了客户端网游相关概念及发展环境，接着分析了中国客户端网游规模及消费需求，然后对中国客户端网游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国客户端网游面临的机遇及发展前景。您若想对中国客户端网游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。

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1章：网络游戏行业发展背景

1.1 网络游戏定义与分类

1.1.1 网络游戏行业定义

1.1.2 网络游戏行业分类

1.2 网络游戏行业产业链分析

1.2.1 网络游戏产业链结构

1.2.2 网络游戏产业链组成

（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

1.2.3 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

1.3 网络游戏行业发展环境

1.3.1 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

1.3.2 行业竞争环境分析

- (1) 现有企业的竞争
- (2) 潜在进入者威胁
- (3) 供应商议价能力
- (4) 下游客户议价能力
- (5) 替代品威胁
- (6) 竞争情况总结

第2章：客户端网游行业发展分析

2.1 中国网络游戏行业发展现状分析

2.1.1 网络游戏行业发展阶段

2.1.2 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

2.1.3 网络游戏行业供应情况

- (1) 网游行业企业数量
- (2) 网游产品推出数量
- (3) 国产网游数量规模

2.1.4 网络游戏行业出口情况

- (1) 网游行业出口规模
- (2) 网游行业出口模式
- (3) 网游行业出口格局

2.1.5 网络游戏辐射带动效应

2.2 网络游戏行业发展趋势分析

2.2.1 网络游戏大行业发展趋势

- (1) 跨平台发展
- (2) 产业链融合明显
- (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) 健康、绿色游戏是未来方向

2.2.2 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

2.3 客户端网游发展现状分析

2.3.1 客户端网游市场规模

- (1) 行业总体市场规模
- (2) MMORpg网游市场规模
- (3) 休闲类网游市场规模

2.3.2 客户端网游研发情况

- (1) 网游研发公司规模
- (2) 网游研发从业人数
- (3) 网游推出与运营数量

2.3.3 客户端网游盈利情况

2.3.4 客户端网游用户行为

2.3.5 客户端网游市场集中度

2.3.6 客户端网游微端化趋势

- (1) 微端技术的优势
- (2) 传统端游踏上微端时代
- (3) 微端网游面临的挑战
- (4) 微端网游发展前景预测

第3章：客户端网游行业商业模式创新与案例分析(ZY WZY)

3.1 客户端网游行业发展模式分析

3.1.1 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
- (4) 代理运营模式的核心要素

1) 渠道体系

2) 服务体系

3.1.2 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

3.1.3 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

3.1.4 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

3.2 客户端网游行业运营模式分析

3.2.1 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

1) “强强联合型”

2) “优势互补型”

3) “业务拓展型”

- (3) 联合运营模式趋势

1) 腾讯模式

2) 盛大模式

3) 未来趋势

(4) 联合运营关键因素

(5) 联合运营风险防范

3.2.2 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

1) “推广宣传型”;

2) “营销渠道型”;

3) “价值再开发型”;

(3) 异业合作方式与项目

1) 网游异业合作的对象

2) 网游与食品业合作

3) 网游与服装业合作

4) 网游与汽车业合作

5) 网游与电子产品合作

6) 网游与信用卡合作

7) 网游与旅游业合作

8) 网游与游戏外设合作

(4) 主要厂商异业合作情况

1) 盛大的异业合作

2) 久游的异业合作

3) 九城的异业合作

4) 完美时空的异业合作

(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

1) “看魔兽喝可乐”及其营销宣传

2) 合作推广后的收益情况

3.3 客户端网游盈利模式变迁与方向

3.3.1 传统盈利模式面临挑战

(1) 第一代：收费模式

1) 主要收费方式

2) 收费模式代表游戏

3) 收费模式存在的弊端

(2) 第二代：免费模式

1) 免费模式特点

2) 免费模式代表游戏

3) 免费模式存在的弊端

3.3.2 新型盈利模式探索与创新

(1) 内置广告模式 (IGA)

1) 网络游戏的媒介特性

2) IGA运作形式与案例

3) IGA模式运作效果分析

4) IGA模式发展中的阻碍

(2) 双向收费模式

1) 双向收费模式特点

2) 双向收费模式运作情况

3) 双向收费模式运作效果

4) 双向收费模式发展中的障碍

(3) 道具交易收费模式

1) 道具交易收费模式特点

2) 道具交易收费模式运作情况

3) 道具交易收费模式运作效果

4) 道具交易收费模式发展中的障碍

(4) 信用卡机制

1) 信用卡机制特点

2) 信用卡机制运作情况

3) 信用卡机制运作效果

4) 信用卡机制面临的风险

(5) 周边产品盈利模式

1) 周边产品模式特点

2) 周边产品模式运作情况

3) 周边产品模式发展前景

4) 周边产品模式面临的风险

(6) 其它创新盈利模式分析

- 1) CD-KEY收费
- 2) 地图区域收费
- 3) 客户端收费
- 4) 角色创建收费
- 5) 人物死亡收费

3.3.3 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

- 1) 从政策角度分析
- 2) 从用户需求角度分析

(2) 盈利模式发展趋势分析

- 1) 盈利模式多元化细分
- 2) 多种盈利模式并存发展
- 3) 媒体化与IGA进一步发展
- 4) 休闲游戏实行社区化收费

(3) 未来可发展的盈利模式

- 1) 合作分成
- 2) 以租代卖
- 3) 玩家互助模式
- 4) 技术平台代理

3.4 客户端网游营销模式与策略

3.4.1 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

3.4.2 客户端网游典型营销策略

(1) 客户端网游营销模式

- 1) 行业传统营销模式
- 2) 行业创新营销模式

(2) 客户端网游整合营销

- 1) 网络游戏营销困境
- 2) 整合营销特点分析
- 3) 整合营销案例分析

4) 整合营销模型构建

(3) 客户端网游营销创新策略

1) 根据玩家需求打造服务

2) 结合生命周期推广

3) 游戏销售渠道策略

4) 游戏活动营销策略

5) 游戏潜在价值发掘策略

3.5 客户端网游几大成功案例解析

3.5.1 《征途》

(1) 游戏特色分析

(2) 游戏运营业绩

(3) 游戏目标群体

(4) 游戏盈利模式

(5) 游戏运营模式

(6) 游戏营销模式

3.5.2 《传奇》

(1) 游戏特色分析

(2) 游戏运营业绩

(3) 游戏目标群体

(4) 游戏盈利模式

(5) 游戏运营模式

(6) 游戏营销模式

3.5.3 《梦幻西游》

(1) 游戏特色分析

(2) 游戏运营业绩

(3) 游戏目标群体

(4) 游戏盈利模式

(5) 游戏运营模式

(6) 游戏营销模式

3.5.4 《魔兽世界》

(1) 游戏特色分析

(2) 游戏运营业绩

- (3) 游戏目标群体
- (4) 游戏盈利模式
- (5) 游戏运营模式
- (6) 游戏营销模式

3.5.5 《穿越火线》

- (1) 游戏特色分析
- (2) 游戏运营业绩
- (3) 游戏目标群体
- (4) 游戏盈利模式
- (5) 游戏运营模式
- (6) 游戏营销模式

3.5.6 《泡泡堂》

- (1) 游戏特色分析
- (2) 游戏运营业绩
- (3) 游戏目标群体
- (4) 游戏盈利模式
- (5) 游戏运营模式
- (6) 游戏营销模式

部分图表目录：

图表1：网络游戏分类

图表2：网络游戏分类（按游戏方式分）

图表3：网络游戏研发运营方式

图表4：端游、页游与移动游戏研发运营方式比较

图表5：端游、页游与移动游戏用户偏好比较

图表6：中国网络游戏产业链图

图表7：网络游戏政策法规分类

图表8：网络游戏监管政策

图表9：2010-2016年3季度中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表10：2006-2016年城镇居民可支配收入（单位：元）

图表11：2006-2016年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表12：2008-2016年9月我国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表13：2008-2016年9月我国手机网民规模及占网民比例
图表14：2009-2016年9月使用各类终端上网的网民规模变化趋势
图表15：客户端网络游戏研发从业人数（单位：万人，%）
图表16：网游行业现有企业的竞争分析
图表17：网游行业潜在进入者威胁分析
图表18：网游开发商议价能力分析
图表19：网游行业玩家议价能力分析
图表20：网游行业替代品威胁分析
图表21：网游行业五力分析结论
图表22：中国网络游戏发展阶段
图表23：2003-2016年中国网络游戏市场规模增长趋势（单位：亿元，%）
图表24：2010-2016年我国网络游戏用户规模（单位：亿人）
图表25：2010-2016年我国国产自主研发游戏数量（单位：款）
图表26：2006-2016年中国网络游戏出口增长趋势（单位：百万美元，%）
图表27：中国与韩国网络游戏出口规模比较分析（单位：亿元，%）
图表28：中国网游厂商出口业务市场份额
图表29：网络游戏对相关产业的贡献（单位：亿元）
图表30：2017-2022年我国端游行业销售收入增长趋势及预测（单位：亿元）
图表31：2017-2022年我国MMORpg游戏销售收入增长趋势及预测（单位：亿元）
图表32：2017-2022年我国休闲类网络游戏行业销售收入增长趋势及预测（单位：亿元）
图表33：中国PC大型网络游戏用户性别结构（单位：%）
图表34：中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户性别结构
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/114382COTM.html>