

2014-2020年中国BOSS 系统市场前景研究与投资战略研究报告

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

《2014-2020年中国BOSS系统市场前景研究与投资战略研究报告》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/yidong/668477F1L7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

第一篇 电信行业现状篇

第一章 2014年全球电信市场发展现状分析

第一节 2014年世界电信业发展综述

一、世界电信业发展特点

二、2014年全球无线市场发展分析

三、2014年全球电信市场发展预测分析

第二节 2014年国际运营商发展分析

一、日韩移动运营商3G发展分析

二、英国电信业务发展分析

三、亚洲电信运营商发展分析

四、肯尼亚移动运营移动转账业务分析

五、南非运营商发展分析

第三节 2014年金融危机影响对全球电信行业的影响

一、终端商和设备商遭受的冲击

二、运营商受到的波及与应对

三、金融危机对全球电信业的影响

四、研究分析机构看经济危机中的全球电信业

第四节 2014-2020年全球移动运营发展预测分析

一、2014年全球电信行业发展趋势

二、2014-2020年全球彩铃业务发展预测

三、2014-2020年全球无线娱乐市场发展预测

四、2014-2020年全球4G用户预测

五、2014-2020年全球手机短信销售额预测

六、2014-2020年美国无线数据营收预测

第二章 2014年中国电信市场发展形势分析

第一节 2014年中国电信业发展分析

一、电信业竞争模式亟待转轨

二、电信运营商重组须重服务

三、电信运营商IPTV业务发展新思

四、重组后中国电信市场格局分析

五、电信重组有利发展无线增值业务

六、电信重组后增值业务优质资源分析

第二节2014年移动运营市场发展情况分析

一、电信重组对移动增值业务的影响

二、中国移动扩大领先优势

第三节2014年中国移动增值市场发展及运营策略分析

一、2008-2014年移动增值市场规模及用户规模

二、中国移动运营策略分析

三、中国联通运营策略分析

四、2014年移动增值业务发展趋势

第四节 2014-2020年中国电信业发展趋势分析

一、移动、宽带、3G发展趋势

二、全业务运营加快融合的步伐

三、电信业创新对社会、经济的影响

第三章2014年中国3G行业发展态势分析

第一节 2014年中国3G市场分析

一、3G牌照发放将引发行业投资热潮

二、3G牌照发放引发的行业竞争分析

三、3G投资规模分析

四、3G手机销售规模

第二节2014年中国3GBOSS系统规划解析

一、3G业务支撑系统的建设

二、业务运营支撑系统现状

三、3G运营支撑系统功能

四、3G业务运营支撑系统建设原则

五、3G业务运营支撑系统规划方案

六、3G业务与运营支撑系统

七、2014年3G建设对产业链的影响

第三节 2014年中国3G行业发展走势分析

- 一、2014年中国3G发展新阶段探讨
- 二、2014年中国3G建设发展走势
- 三、2014年中国3G部署走势及其影响
- 四、2014年中国3G产业发展政策走势
- 五、未来3G发展方向分析

第四节2014年3G业务运营支撑系统BOSS规划方案

- 一、业务运营支撑系统现状
- 二、3G运营支撑系统功能
- 三、3G业务运营支撑系统的建设原则
- 四、3G业务运营支撑系统规划方案

第二篇 BOSS系统行业篇

第四章2014年BOSS系统基本概述

第一节 BOSS系统的概念

- 一、OSS（运营支持系统）
- 二、BSS（业务支持系统）
- 三、BOSS（综合业务和运营支撑系统）

第二节2014年BOSS系统的结构

- 一、计费及结算系统
- 二、营业、帐务系统
- 三、客户服务系统
- 四、决策支持系统

第三节2014年BOSS系统的功能

- 一、面向多种业务的功能
- 二、面向一般消费者及大众化IP业务的功能
- 三、面向企业和个人用户的数据业务的功能

第四节 NGOSS（下一代运营支持系统）概述

- 一、NGOSS的概念
- 二、NGOSS的提出
- 三、NGOSS的特征
- 四、NGOSS的体系结构

五、NGOSS的方法论及与CORBA的映射

第五节 OSS/BSS与电信运营商的信息化建设

一、竞争格局变化

二、突破口的选择

三、突破策略分析

第六节 电信运营支撑系统中数据系统体系的改进

一、计费系统的数据

二、经分系统的数据

三、几个方面的问题

四、数据体系改进建议

第五章2014年全球BOSS系统发展状况分析

第一节 OSS/BSS国际行业规范的历史与现状

一、早期发展

二、中期发展

三、新一代OSS标准

第二节2014年全球无线运营支持系统计费市场概况

一、整体市场状况

二、潜在的无线计费解决方案市场

三、全球无线OSS市场规模与市场份额

第三节2014年美国固定网OSS保障系统市场分析

一、市场综述

二、竞争分析

三、市场促进因素

四、市场抑制因素

五、OSS市场的发展趋势

六、对中国OSS市场的思考

第四节2014年全球OSS行业对中国的启示分析

一、OSS市场大势概览

二、全球运营商的OSS之痒

三、商用OSS提供商的选择观

四、对运营商和厂商的启示

第六章 2014年中国BOSS系统产业运行环境分析

第一节 2014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年中国BOSS系统政策环境分析

- 一、BSS专业委员会作用
- 二、BSS专业委员会主要会员
- 一、工信部通知明确三大运营商3G业务经营范围
- 二、四川移动BOSS系统Sybase解决方案

第三节 2014年中国BOSS系统社会环境分析

- 一、人口规模与年龄结构分析
- 二、学历结构分析
- 三、零售市场情况分析

第四节 电子产业振兴规划

- 一、电子信息产业现状及面临的形势
- 二、指导思想、基本原则和目标
- 三、产业调整和振兴的主要任务
- 四、政策主要范围与内容
- 五、政策措施
- 六、规划实施

第七章 2014年中国BOSS系统行业发展动态分析

第一节 2014年中国BOSS系统行业发展概况

- 一、运营支撑系统的组成

二、运营支撑系统是电信业发展的关键

三、中国运营支撑系统发展历程

四、运营支撑系统助力全业务运营

第二节2014年电信运营支撑系统现状分析

一、现有系统的支撑能力

二、运营支撑系统的技术体系

三、运营支撑系统发展现状分析

四、运营支撑系统的现状及问题

五、2014年运营支撑系统发展分析

第三节2014年电信运营机制改革对运营支撑系统的影响

一、改革开放30年电信运营支撑系统的发展

二、电信运营机制改革对运营支撑系统的影响

第五节2014年电信重组后业务支撑面临的挑战 分析

一、综合运营与多业务支撑的挑战

二、人才的挑战

三、开发商的挑战

四、业务支撑系统本身的挑战

五、下一代运营环境给OSS系统带来的挑战

六、3G时代OSS系统发展将面临的挑战

第六节2014年电信重组后的运营支撑系统变局

一、电信业务整合方向

二、支撑系统建设思路

第八章2014年电信运营商BOSS系统发展现状及投资分析

第一节 中国电信

一、企业概况

二、中国电信OSS解决方案

三、2014年中国电信BSS系统更新情况

四、2014年项目投资计划

第二节 中国移动

一、企业概况

二、2014年中国移动BOSS建设引入COTS

三、中国移动BOSS开始向SOA迈进

四、2014年项目投资计划

第三节 中国联合网络通信股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 日本NTTDoCoMo公司

一、公司概况

二、公司发展战略

三、公司业务

四、NTTDoCoMo是3G先行者

五、2014年项目投资计划

第五节 日本KDDI电信公司

一、公司概况

二、KDDI3G成功要点分析

三、KDDI3G经营策略分析

四、2014年项目投资计划

第六节 KTF

一、公司3G用户数量分析

二、公司动态

三、2014年公司新动态

第七节 和记黄埔集团

一、公司概况

二、公司电讯发展情况

三、公司3G业务运营状况分析

四、2014年项目投资计划

第八节 沃达丰集团

一、公司概况

二、沃达丰3G增值业务模式

三、2014年集团经营状况

四、2014年项目投资计划

第三篇 BOSS系统行业竞争篇

第九章 2014年中国BOSS系统行业竞争格局分析

第一节 2014年中国BOSS系统行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 2014年中国BOSS系统行业国际竞争力影响因素分析

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业的战略、结构和竞争对手

第三节 2014年中国行业运行商竞争分析

第四节 2014年中国BOSS系统企业竞争策略分析

第十章 中国BOSS系统集成商竞争分析

第一节 亚信

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况

四、2014年公司新动态

第二节 朗讯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况

四、2014年发展预测

五、2014-2020年发展战略

第三节 大唐软件

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、发展战略

四、2014年公司新动态

第四节 华为技术有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

五、华为BOSS系统解决方案

第五节 神州数码

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况

第六节 山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 北京思特奇

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、思特奇业务支撑网网管系统解决方案

四、2014年发展状况

第八节 厦门联创微电子股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

五、联创移动BOSS系统

六、2014年助力电信C网系统割接

第九节 IBM

一、企业概况

二、2004-2014年企业营收情况

三、IBM在中国的发展

四、公司产品

五、IBM口碑营销

第十节 CA

一、企业概况

二、2014年经营情况

三、2014年公司动态

第四篇BOSS系统行业前景与投资篇

第十一章 2014-2020年中国BOSS系统发展前景与趋势分析

第一节 2014-2020年中国BOSS系统发展前景分析

一、OSS/BSS系统渐受青睐

二、3G让运营商加大对OSS系统投入

三、OSS/BSS将成为下一代网络管理的首选

第二节 2014-2020年中国运营支撑系统发展趋势分析

一、以科学发展观指导运营支撑系统建设

二、在运营管理中将发挥更为关键的作用

三、运营支撑系统向集中化方向发展分析

四、运营支撑系统向服务化方向发展分析

五、运营支撑系统向标准化方向发展分析

六、电信运营支撑系统的产业链发展趋势

七、运营支撑系统的建设思路

第三节 2014-2020年中国全业务转型过程中的OSS建设方向

一、电信重组与OSS建设

二、OSS的运营模式分析

三、新老系统的演变分析

四、NOC要按业务导向的模式分步骤改造成SOC

五、OSS转型中对原有OSS系统的改

六、统一的多业务融合支撑方案

第四节2014-2020年中国3G和全业务需要端到端的支撑体系

一、通信新时代带来新变化

二、支撑系统为3G和全业务护航

第十二章2014-2020年中国BOSS系统行业投资机会与风险分析

第一节 金融危机给中国企业带来的机遇分析

第二节2014-2020年中国BOSS系统行业投资机会分析

一、金融危机下BOSS系统行业发展机遇分析

二、BOSS系统投资潜力分析

第三节2014-2020年BOSS系统企业战略规划不确定性风险分析

一、市场的不确定性风险

二、技术发展的不确定性风险

三、执行过程的不确定性风险

四、工具方法的局限性风险

第十三章2014-2020年BOSS系统行业发展策略分析

第一节 全业务运营支撑系统发展策略思考

一、新形势下运营支撑系统面临的挑战

二、全业务运营对支撑系统的能力需求

三、运营支撑系统发展策略分析

四、系统建设方案选择

五、全业务运营支撑系统建设需注意的问题

第二节2014-2020年运营支撑系统发展趋势与策略

一、新一代运营支撑系统已成企业核心竞争力

二、面向客户感知构建新一代网管系统

三、科学地建立运维支撑系统

四、多业务实行在线计费

五、网络融合驱使运营支撑系统融合

- 六、融合计费系统势在必行
- 七、建立IT基础设施管理统一平台
- 八、以成本实现话费详单数据高效存储
- 九、“末稍服务”助推运维智能化
- 十、建立多业务运营模式
- 十一、将服务快速推向市场提升竞争力
- 十二、计费系统减少助推融合计费
- 十三、全业务竞争靠的是IT竞争

第三节2014-2020年运营商运营支撑系统发展转型与策略

- 一、全业务驱动运营商运营支撑系统转型
- 二、运营商多思维破解支撑系统转型难题
- 三、运营支撑系统发展要“需求+规划”双驱动

图表目录：（部分）

- 图表：2006-2014年全球电信SP收入规模及增长率
- 图表：2006-2014年全球电信服务商资金投入及预测
- 图表：2014年全球电信服务商资金投入分布
- 图表：2006-2014年欧洲电话月度人均收益情况及预测
- 图表：2006-2014年各月电信业务收入比较
- 图表：2006-2014年固定电话用户各月净增比较
- 图表：2006-2014年移动电话用户各月净增比较
- 图表：2006-2014年互联网用户各月净增比较
- 图表：电信业务收入构成
- 图表：各项业务收入同比增长率
- 图表：2014年固定本地与移动本地通话量比较
- 图表：2007-2014年同期长途电话通话时长构成
- 图表：2008-2014年同期东、中、西部电信业务收入比较
- 图表：2007-2014年同期东、中、西部新增固定电话用户比较
- 图表：2007-2014年同期东、中、西部新增移动电话用户比较
- 图表：2014年电信业务收入排名前十的省份
- 图表：2014年6月固定电话用户排名前十的省份
- 图表：2014年6月移动电话用户排名前十的省份

图表：2007-2014年固定电话用户各月净增比较

图表：2004-2014年移动分组数据用户发展情况

图表：2006-2014年互联网拨号和宽带用户各月净增比较

图表：2014年1-6月固定本地与移动本地通话量比较

图表：2014年1-6月长途电话通话时长

图表：2014年1-6月电信业务收入构成

图表：IPTV产业链示意图

图表：视频推送节点功能示意图

图表：2014年电信业务结构

图表：2014年中国移动与中国联通GSM用户发展状况

图表：2014年电信重点公司分行业盈利预测

图表：2007-2014年6月移动用户月度数据

图表：2005-2014年中国移动增值服务市场规模及增长

图表：2008年移动增值服务各组分市场收入份额

图表：2005-2014年中国移动增值用户规模

图表：2014年中国主要移动增值服务用户规模

图表：国内的3G建设将会加速发展

图表：3G将带来丰富多彩的应用

图表：3G给运营商带来新的盈利增长

图表：运营商重组及3G牌照发放预测

图表：2008-2014年3G受益公司时间序列

图表：国内的3G建设将会加速发展

图表：3G将带来丰富多彩的应用

图表：3G给运营商带来新的盈利增长

图表：运营商重组及3G牌照发放预测

图表：2008-2014年3G受益公司时间序列

图表：国外运营商3G品牌发展策略

图表：3G在中国的发展需求

图表：国内3G发牌后三年每年3G投资规模及细分预测

图表：2010-2014年3G项目投资规模预测

图表：2008-2014年中国的3G用户数量发展预测

图表：3G运维需求分析框架

图表：3G网络结构

图表：3G业务构架

图表：3GBOSS计费体系结构

图表：2008-2014年3G投资CAPEX预测

图表：2010-2014年3G基站扩建规模需求预测

图表：2010-2014年3G基站设备价格需求预测

图表：2010-2014年3G基站设备市场规模预测

图表：2010-2014年3G基站升级投资市场规模预测

图表：2010-2014年核心网络设备投资预测

图表：2010-2014年3G核心网络设备市场规模预测

图表：基于OSX的综合OSS和业务系统结构

图表：多层组件结构模型

图表：全球按照地区划分的无线用户渗透率

图表：按照地区划分的用户市场—潜在市场规模与实际市场规模

图表：全球按地区划分的不同公司类型的整体市场收入

图表：全球按照收入划分的公司市场份额

图表：OSS的电信运营支持系统概括

图表：美国的固定网OSS服务保障市场的增长趋势

图表：美国的固定网OSS服务保障市场的各细分市场(2000年)

图表：美国的固定网OSS服务保障的市场集中度

图表：运营支撑系统组成

图表：中国电信运营支撑系统的发展阶段

图表：eTOM框架模型示意图

图表：运营支撑系统技术体系现状

图表：1979-2014年中国电信行业运营机制改革历程

图表：1994-2014年中国电信运营企业改革历程

图表：“融合OSS”要求更好的整合架构

图表：OSS系统向下一代网络与业务的转变过程

图表：2014年电信重组方案图解

图表：重组前电信业格局

图表：重组后电信业格局

图表：2014年三大运营商重组后情况分析

图表：未来3G运营商细分市场运营策略分析

图表：2006-2014年中国电信收购C网设备投资支出分析与预测

图表：2006-2014年中国移动未来投资计划分析与预测

图表：中国联合通信股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中国联合通信股份有限公司经营收入走势图

图表：中国联合通信股份有限公司盈利指标走势图

图表：中国联合通信股份有限公司负债情况图

图表：中国联合通信股份有限公司负债指标走势图

图表：中国联合通信股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中国联合通信股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2006-2014年中国联通并网后电信设备投资支出分析与预测

图表：NTTDoCoMo发展战略

图表：2001-2008年NTTDoCoMo3G用户的发展走势

图表：截止2008年6月日本3G用户市场份额

图表：NTTDoCoMo业务体系发展

图表：上海贝尔阿尔卡特流媒体解决方案

图表：华为业务领域

图表：2002-2014年华为经营业绩

图表：华为公司业务发展客户需求

图表：未来3-5年华为公司的网络逻辑架构图

图表：华为技术有限公司主要经济指标走势图

图表：华为技术有限公司经营收入走势图

图表：华为技术有限公司盈利指标走势图

图表：华为技术有限公司负债情况图

图表：华为技术有限公司负债指标走势图

图表：华为技术有限公司运营能力指标走势图

图表：华为技术有限公司成长能力指标走势图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司经营收入走势图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司盈利指标走势图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司负债情况图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司负债指标走势图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：厦门联创微电子股份有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门联创微电子股份有限公司经营收入走势图

图表：厦门联创微电子股份有限公司盈利指标走势图

图表：厦门联创微电子股份有限公司负债情况图

图表：厦门联创微电子股份有限公司负债指标走势图

图表：厦门联创微电子股份有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门联创微电子股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略…………

nbsp; h - 0 P 年全球网络游戏市场规模增长趋势图 61

图表 40 2003-2014年美国网络游戏消费规模增长趋势图 64

图表 41 2003-2014年美国网络游戏消费结构比较 64

图表 42 2003-2014年欧洲网络游戏市场规模增长趋势图 65

图表 43 网络游戏生命周期示意图 73

图表 44 2003-2014年中国网络游戏市场规模增长趋势图 77

图表 45 2014年中国网络游戏市场规模构成比例图 77

图表 46 2008-2014年中国网络游戏产品分类市场规模 78

图表 47 2014年中国网络游戏题材分布及代表作品 78

图表 48 中国网络游戏市场竞争格局图 79

图表 49 中国原创网络游戏市场竞争格局图 80

图表 50 中国网络游戏企业上市公司及代表游戏 80

图表 51 中国主要网游非上市公司及代表游戏 81

图表 52 2014年中国上市网游企业市场份额图 82

图表 53 2014年中国网络游戏市场份额统计 82

图表 54 2010-2014年Q1中国网络游戏市场规模增长趋势图 84

图表 55 2010-2014年Q1中国网络游戏运营商收入份额变化趋势图 84

图表 56 2014年Q1中国网络游戏市场份额 85

图表 57 2014年Q1中国网络游戏重点企业市场规模统计 85

图表 58 2010Q4-2010Q1中国网络游戏主要网站月度覆盖人数统计 86

图表 59 2010Q4-2010Q1中国网络游戏主要网站月度覆盖人数趋势图 86

图表 60 2014年Q1中国主要游戏资讯网站月度有效浏览时间 87

图表 61 2010-2014年Q1中国游戏运营商分季度广告投放规模趋势图 87

图表 62 2010-2010Q1中国单个网络游戏产品广告投放金额统计 88

图表 63 中国网络游戏出口流程图 89

图表 64 中国网络游戏出口中介机构服务流程 90

图表 65 网络游戏出口三种模式比较 91

图表 66 2014年中国网络游戏出口主要运营商市场份额 93

图表 67 2014年中国网络游戏企业出口案例比例 94

图表 68 2008-2014年中国儿童青少年游戏搜索指数增长趋势图 97

图表 69 2014年中国大型网游与儿童青少年游戏指数对比 98

图表 70 2014年Q1中国儿童青少年游戏运营商关注度分布 98

图表 71 2014年Q1中国主要儿童青少年网游网站关注人群年龄结构对比 99

图表 72 2014年Q1中国儿童青少年游戏关注度排列 100

图表 72 2010Q1中国赛尔号游戏关注人群重合度 100

图表 72 2010Q1中国赛尔号与摩托尔庄园关注人群性别结构 101

图表 73 2014年中国网络游戏行业投资并购事件列表 108

图表 74 中国网页游戏盈利模式 121

图表 75 2014年度网页游戏“金页奖”名单 126

图表 76 2010-2014年Q1中国网页游戏市场规模分季度增长趋势图 126

图表 77 2010-2014年Q1中国网页游戏在网游市场中的份额 127

图表 78 2014年中国网页游戏用户规模及使用比例对比 127

图表 79 手机游戏在移动互联网发展中的地位 134

图表 80 手机游戏按不同标准进行分类 135

图表 81 手机游戏按接入方式分类 135

图表 82 手机游戏按内容主要分类 136

图表 83 手机游戏的平台以及主推的厂商 137

图表 84 2004-2014年Q1年中国手机游戏市场规模增长趋势图 141

图表 84 2010-2010Q1年中国手机游戏市场规模分季度统计 141

图表 85 2007-2014年中国手机游戏用户规模增长趋势图 142

图表 86 2004-2014年中国手机游戏活跃用户规模增长趋势图 143

图表 87 手机网游活跃用户占手机游戏活跃用户比例 143

图表 88 2010-2014第四届中国手机游戏“金游奖”评选结果 148

图表 89 2008-2014年中国大型网络游戏用户规模 155

- 图表 90 2014年中国大型网络游戏用户地域分布 156
- 图表 91 2014年中国大型网络游戏用户性别构成 157
- 图表 92 2014年中国大型网络游戏用户年龄结构 157
- 图表 93 2014年中国大型网络游戏用户年龄结构 158
- 图表 94 2014年中国大型网络游戏用户收入结构 159
- 图表 95 2014年中国大型网络游戏用户游戏年龄分布 159
- 图表 96 2014年中国大型网络游戏用户网龄构成 160
- 图表 97 2014年中国大型网络游戏用户游戏地点选择 161
- 图表 98 2014年中国大型网络游戏用户首选游戏地点 161
- 图表 99 2014年中国大型网络游戏单次游戏使用时间分布 162
- 图表 100 2014年中国大型网络游戏用户游戏信息获取途径 162
- 图表 101 2014年中国大型网络游戏用户游戏玩伴数量 163
- 图表 102 2014年中国大型网络游戏用户产品选择要素 164
- 图表 103 2014年中国大型网络游戏用户新产品更换要素 165
- 图表 104 2014年中国大型网络游戏用户游戏目的 165
- 图表 105 2014年中国大型网络游戏用户产品放弃因素 166
- 图表 106 2014年中国大型网络游戏用户付费构成 167
- 图表 107 2014年中国付费网络游戏用户花费结构 167
- 图表 108 2014年中国付费网络游戏用户花费来源 168
- 图表 109 2014年中国付费网络游戏用户收入结构 168
- 图表 110 2014年中国大型网络游戏用户消费偏好 169
- 图表 111 2014年中国大型网络游戏用户消费渠道 169
- 图表 112 2014年中国大型网络游戏运营商用户比例 170
- 图表 113 2014年中国大型网络游戏用户常用游戏类型 171
- 图表 114 2014年中国大型网络游戏用户游戏使用数量 171
- 图表 115 2014年中国大型网络游戏用户产品更换周期 172
- 图表 116 2014年中国大型网络游戏产品用户渗透率 172
- 图表 117 2014年中国网页游戏用户性别结构 174
- 图表 118 2014年中国网页游戏用户年龄结构 175
- 图表 119 2014年中国网页游戏用户职业结构 175
- 图表 120 2014年中国网页游戏用户学历结构 176
- 图表 121 2014年中国网页游戏用户收入结构 177

图表 122 2014年中国网页游戏用户信息获取渠道 177

图表 123 2014年中国网页游戏用户使用设备 178

图表 124 2014年中国网页游戏用户主要设备 179

图表 125 2014年中国网页游戏用户使用地点 179

图表 126 2014年中国网页游戏用户主要使用地点 180

图表 127 2014年中国网页游戏用户网页游戏年限 180

图表 128 2014年中国网页游戏用户总体游戏使用年限 181

图表 129 2014年中国网页游戏用户其它游戏类型渗透率 181

图表 130 2014年中国网页游戏用户其他游戏类型使用率 182

图表 131 2014年中国网页游戏用户网龄结构 183

图表 132 2014年中国网页游戏用户互联网服务使用比较 183

图表 133 2014年中国社交网页游戏用户性别结构 184

图表 134 2014年中国社交网页游戏用户年龄结构 185

图表 135 2014年中国社交网页游戏用户职业结构 185

图表 136 2014年中国社交网页游戏用户收入结构 186

图表 137 社交网页游戏产品按使用形式分类 186

图表 138 2014年中国社交网页游戏用户游戏使用类型 187

图表 139 2014年中国社交网页游戏网站使用排名 187

图表 140 2014年中国社交网页游戏登录频率 188

图表 141 2014年中国社交网页游戏使用时间 189

图表 142 2014年中国社交网页游戏花费比例情况 189

图表 143 2014年中国社交网页游戏花费状况 190

图表 144 2014年中国社交网页游戏付费意愿 190

图表 145 2014年中国社交网页游戏用户信息获取渠道 191

图表 146 2014年中国社交网页游戏用户使用地点 192

图表 147 2014年中国社交网页游戏最常用使用地点 192

图表 148 2014年中国社交网页游戏用户使用设备 193

图表 149 2014年中国社交网页游戏用户主要使用设备 193

图表 150 2014年中国社交网页游戏用户浏览器使用情况 194

图表 151 2014年中国社交网页游戏用户对其它游戏渗透率 194

图表 152 2014年中国社交网页游戏用户使用其它游戏的类型 195

图表 153 2014年中国社交网页游戏用户网页游戏年龄 195

- 图表 154 2014年中国社交网页游戏用户总体游戏年龄 196
- 图表 155 2014年中国社交网页游戏的广告比例 196
- 图表 156 2014年中国社交网页游戏用户对广告的印象 197
- 图表 157 2014年中国社交网站功能使用情况 197
- 图表 158 2014年中国社交网页游戏用户网站黏合度 198
- 图表 159 2014年中国大型网页游戏用户性别结构 199
- 图表 160 2014年中国大型网页游戏用户年龄结构 199
- 图表 161 2014年中国大型网页游戏用户职业结构 200
- 图表 162 2014年中国大型网页游戏用户收入结构 200
- 图表 163 2014年中国大型网页游戏用户登录次数 201
- 图表 164 2014年中国大型网页游戏使用时间 201
- 图表 165 2014年中国社交网页游戏用户网站黏合度 202
- 图表 166 2014年中国大型网页游戏用户花费比例 202
- 图表 167 2014年中国大型网页游戏花费状况 203
- 图表 168 2014年中国大型网页游戏用户信息获取渠道 204
- 图表 169 2014年中国大型网页游戏用户浏览器使用情况 204
- 图表 170 2014年中国大型网页游戏单用户生命周期 205
- 图表 171 2014年中国大型网页游戏放弃原因 206
- 图表 172 2014年中国大型网页游戏用户题材偏好 206
- 图表 173 2014年中国大型网页游戏用户类型偏好 207
- 图表 174 2014年中国大型网页游戏用户对其它游戏渗透率 207
- 图表 175 2014年中国大型网页游戏用户使用其它游戏的类型 208
- 图表 176 2014年中国大型网页游戏用户网页游戏年龄 208
- 图表 177 2014年中国大型网页游戏用户总体游戏年龄 209
- 图表 178 2014年中国大型网页游戏用户网龄 209
- 图表 179 2014年中国大型网页游戏用户互联网使用状况 210
- 图表 180 2014年中国手机用户性别分布 211
- 图表 181 2014年中国手机用户年龄分布 212
- 图表 182 2014年中国手机游戏用户省份分布变化 213
- 图表 183 2014年中国手机游戏用户地域分布 213
- 图表 184 2014年中国手机游戏用户学历分布 214
- 图表 185 2014年中国各学历层次手机游戏用户职业分布情况 214

图表 186 2014年中国手机游戏用户收入分布 215

图表 187 2014年中国手机游戏用户职业分布 216

图表 188 2014年中国手机游戏用户各职业区域分布 216

图表 189 2014年中国手机游戏用户使用手机品牌变化情况 217

图表 190 2014年中国手机游戏用户使用单机和网游的频率 218

图表 191 2010年中国手机游戏用户单机和网游日均游戏时长对比 218

图表 192 2014年中国手机游戏用户活跃程度 219

图表 193 2014年中国手机游戏用户不玩游戏的原因 219

图表 194 2014年中国手机游戏用户流量包月情况 220

图表 195 2014年中国手机游戏用户月度上网资费分布 221

图表 196 2014年中国手机游戏用户游戏时间选择情况 221

图表 197 2014年中国手机游戏用户游戏地点选择 222

图表 198 2014年中国手机游戏用户使用手机网络游戏情况 223

图表 199 2014年中国手机游戏用户不玩手机网游的原因 223

图表 200 2014年中国手机网游用户最喜欢的游戏风格对比 224

图表 201 2014年中国手机网游用户最喜欢的游戏题材对比 224

图表 202 2014年中国手机网游用户获得网游信息的渠道 225

图表 203 2014年中国手机网游用户付费情况 225

图表 204 2014年中国手机网游用户各职业付费情况 226

图表 205 2014年中国手机网游付费用户月均消费情况 227

图表 206 2014年中国手机网游用户各职业月均消费情况 227

图表 207 2014年中国手机网游用户可接受的月度消费金额 228

图表 208 2014年中国手机网游用户支付方式选择 228

图表 209 2014年中国手机网游潜在用户喜欢的付费方式 229

图表 210 2014年中国手机网游用户游戏时段分布 229

图表 211 2014年中国手机网游用户单个游戏持续时间变化 230

图表 212 2014年中国手机网游用户选择一款网游的原因 231

图表 213 2014年中国手机网游用户放弃一款网游的原因 231

图表 214 2014年中国手机网游用户期望的游戏功能 232

图表 215 2014年中国手机网游用户期望的游戏附属功能 233

图表 216 2014年中国手机网游用户参加在线活动时段的的选择 233

图表 217 2014年中国手机网游用户期望的在线活动 234

- 图表 218 2014年中国手机网游用户对目前网速的满意度对比 235
- 图表 219 2014年中国手机网游用户对3G带来影响的想法 235
- 图表 220 1991-2014年暴雪娱乐公司发展历程 236
- 图表 221 2008-2014年动视暴雪公司收入及盈利统计 237
- 图表 222 2008-2014年动视暴雪公司分业务销售收入 238
- 图表 223 2008-2014年动视暴雪公司分部门销售收入 238
- 图表 224 2008-2014年动视暴雪公司分区域销售收入 238
- 图表 225 2008-2014年动视暴雪公司分平台业务销售收入 238
- 图表 226 2008-2014年动视暴雪公司资产负债统计 239
- 图表 227 任天堂发展历程 241
- 图表 228 2010-2014财年任天堂公司收入及盈利统计 242
- 图表 229 2010财年天堂公司分区域经营情况统计 242
- 图表 230 2010财年天堂公司分区域经营情况统计 242
- 图表 231 2010-2014财年任天堂公司资产负债统计 243
- 图表 232 2014年全球最具价值品牌游戏机排行榜 244
- 图表 233 2010-2014财年育碧公司收入及盈利统计 245
- 图表 234 2010-2014财年育碧公司区域销售收入分布 245
- 图表 235 2010-2014财年育碧公司按平台划分游戏销售收入 245
- 图表 236 2010-2014财年育碧公司按业务划分销售收入 246
- 图表 237 2010-2014财年育碧公司资产负债统计 246
- 图表 238 2010财年美国EA公司开发的游戏数量统计 249
- 图表 239 2006-2014财年美国EA公司收入及盈利统计 249
- 图表 240 2006-2014财年美国EA公司资产负债统计 250
- 图表 241 2014年度美国EA公司新作发售计划 250
- 图表 242 2003-2014年中青宝网发展历程 253
- 图表 243 2014年深圳市中青宝网网络科技股份有限公司主营业务分行业情况表 254
- 图表 244 2014年深圳市中青宝网网络科技股份有限公司主营业务分渠道情况表 254
- 图表 245 1999-2014年盛大集团发展历程 256
- 图表 246 2008-2014年盛大集团经营情况统计 258
- 图表 247 2014年盛大集团主营业务分行业营业收入统计 258
- 图表 248 2004-2014年完美时空发展历程 261
- 图表 249 2014年完美时空分业务营业收入情况统计 263

- 图表 250 2014年完美时空分业务营业成本统计 263
- 图表 251 2008-2014年完美时空资产负债表 264
- 图表 252 2008-2014年完美时空利润表 264
- 图表 253 2008-2014年完美时空主要财务指标 264
- 图表 254 2007-2014年网易公司资产负债统计 268
- 图表 255 2007-2014年网易公司主营业务收入分行业统计 268
- 图表 256 2007-2014年网易公司盈利统计 268
- 图表 257 2005-2014年第九城市收入及盈利统计 272
- 图表 258 2007-2014年第九城市分业务营业收入 272
- 图表 259 2005-2014年第九城市资产负债统计 272
- 图表 260 2014年第九城市已经取得中国大陆经营许可的游戏列表 273
- 图表 261 1999-2014年网友发展历程 275
- 图表 262 2005-2014年网龙公司收入及盈利统计 277
- 图表 263 2014年网龙公司分区域销售收入 278
- 图表 264 2008-2014年度网龙公司网络游戏用户规模统计 279
- 图表 265 1989-2014年金山软件及其网络游戏发展历程 281
- 图表 266 2006-2014年金山软件公司分业务销售收入 284
- 图表 267 2006-2014年金山软件公司分业务收入及盈利 284
- 图表 268 2006-2014年金山软件公司分业务资产负债表 285
- 图表 269 2014-2020年中国网络游戏市场规模预测 286
- 图表 270 2014-2020年中国网络游戏市场规模增长趋势预测 286
- 图表 271 2014-2020年中国网络游戏出口规模预测 287
- 图表 272 2014-2020年中国网络游戏出口规模增长趋势预测 287

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/668477F1L7.html>