

# 2010年中国网页游戏调查报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2010年中国网页游戏调查报告》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/76412852TB.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

2010年中国网页游戏调查报告 内容介绍：

本报告旨在为有意投资国网页游戏行业考察行业的投资者服务，报告对国网页游戏行业考察行业2009年运行情况进行了详尽的描述和分析，并对行业以后的运行情况进行了预测。本报告完成于2010年5月，共3万多字，70多页，75个图表，分四章。报告的主要观点有：

中国网页游戏近两年发展迅速，尽管在用户规模上与传统网络游戏还存在很大差距，但在我国整体网络游戏用户增长速度趋于放缓的情况下，网页游戏却持续增长，已经成为带动网络游戏发展的新生力量。与此同时，网页游戏出现了一些问题：首先，由于网页游戏的进入门槛相对于传统网络游戏低，主要以中小企业为主，其自身原创力不足，抄袭、复制问题严重，导致盲目量产、同质化现象严重；其次，在发展过程中，企业缺乏清晰的盈利模式，忽视社会责任和行业发展状况，仅仅考虑短期利益；第三，由于产品品质和服务等原因，造成个人用户生命周期短，更新换代速度过快，用户黏性低；最后，网页游戏中类似色情、暴力、赌博等方面的内容，也会对用户的行为产生负面影响，众多因素决定了政府和企业对网页游戏市场了解的迫切需求。

网页游戏联合运营模式指网页游戏开发商与运营商合作运营一款游戏产品的商业模式，其本质是利用彼此的资源互补。开发商提供产品支持，而联合运营的合作方则主要提供运营以及用户开发支持。联合运营益处明显，一方面可以整合资源，降低风险，提高企业的灵活性；另一方面，将一款网页游戏交给多个平台同时运营，不管对于网页游戏开发和运营公司，还是网页游戏本身来说，都是一个快速营销的手段和方式。

和整体网民相比，网页游戏用户对互联网应用的使用率更高，尤其是跟游戏相关的网络文学、网络视频、网上支付等应用，使用率远高于整体网民。这和网页游戏以浏览器为载体的特性相关。基于这一特点，网页游戏运营商不仅能针对用户群开展多元化的互联网应用营销，还可将网页游戏的联合运营伙伴扩展到搜索、社交、门户网站等更多的领域。抓住网页游戏用户的主要特征，细分用户市场，将有利于网页游戏厂商拓展产业链，实现立体运营。

前言1

目录2

图表4

第一章 网页游戏调查背景

一、网页游戏研究背景

二、网页游戏研究范畴

三、网页游戏研究名词定义

四、网页游戏用户调查方法

第二章 主要研究发现

第三章 网页游戏(网页游戏市场分析)市场环境分析

一、中国网页游戏用户规模

1 网页游戏分类概述

2 总体网页游戏用户规模

3 分类型网页游戏用户规模

二、网页游戏运营模式

1 运营模式分析

2 盈利模式分析

三、网页游戏PEST分析

1 政策环境

2 经济环境

3 社会环境

4 技术环境

四、网页游戏机遇与挑战

1 网页游戏市场机会

2 网页游戏市场问题

第四章 网页游戏用户行为调查

一、整体网页游戏用户属性特征

1 整体网页游戏用户属性

2 整体网页游戏用户行为特征

3 整体网页游戏互联网背景特征

二、社交网页游戏用户行为状况

1 社交网页游戏用户特征

2 社交网页游戏产品使用形式

3 社交网页游戏用户使用网站

4 社交网页游戏产品使用行为

5 社交网页游戏用户背景

6 社交网页游戏广告状况

7 社交类网站用户使用功能

8 社交网页游戏用户网站黏合度

### 三、大型网页游戏用户行为状况

1 大型网页游戏用户特征

2 大型网页游戏用户使用行为

3 大型网页游戏生命周期

4 大型网页游戏产品放弃原因

5 大型网页游戏用户题材偏好

6 大型网页游戏用户类型偏好

7 大型网页游戏用户背景

8 大型网页游戏互联网使用状况

### 四、单机网页游戏用户行为状况

1 单机网页游戏用户特征

2 单机网页游戏产品用户使用行为

3 单机网页游戏用户背景

4 单机网页游戏互联网使用状况

### 五、网页游戏用户行为总结

1 网页游戏用户特征总结

2 网页游戏用户行为特征总结

### 图表

图 1 网络游戏分类介绍

图 2 网页游戏用户性别结构

图 3 网页游戏用户年龄结构

图 4 网页游戏用户职业结构

图 5 网页游戏用户学历结构

图 6 网页游戏用户收入结构

图 7 网页游戏用户信息获取渠道

图 8 网页游戏用户使用设备

图 9 网页游戏用户主要设备

图 10 网页游戏用户使用地点

图 11 网页游戏用户主要使用地点

图 12 网页游戏用户网页游戏年限

图 13 网页游戏用户总体游戏使用年限

图 14网页游戏用户其它游戏类型渗透率  
图 15网页游戏用户其他游戏类型使用率  
图 16网页游戏用户网龄结构  
图 17网页游戏用户互联网服务使用比较  
图 18社交网页游戏用户性别结构  
图 19社交网页游戏用户年龄结构  
图 20社交网页游戏用户职业结构  
图 21社交网页游戏用户收入结构  
图 22社交网页游戏用户游戏使用类型  
图 23社交网页游戏网站使用情况  
图 24社交网页游戏登录频率  
图 25社交网页游戏使用时间  
图 26社交网页游戏花费比例情况  
图 27社交网页游戏花费状况  
图 28社交网页游戏付费意愿  
图 29社交网页游戏用户信息获取渠道  
图 30社交网页游戏用户使用地点  
图 31社交网页游戏最常用使用地点  
图 32社交网页游戏用户使用设备  
图 33社交网页游戏用户主要使用设备  
图 34社交网页游戏用户浏览器使用情况  
图 35社交网页游戏用户对其它游戏渗透率  
图 36社交网页游戏用户使用其它游戏的类型  
图 37社交网页游戏用户网页游戏年龄  
图 38社交网页游戏用户总体游戏年龄  
图 39社交网页游戏的广告比例  
图 40社交网页游戏用户对广告的印象  
图 41社交网站功能使用情况  
图 42社交网页游戏用户网站黏合度  
图 43大型网页游戏用户性别结构  
图 44大型网页游戏用户年龄结构  
图 45大型网页游戏用户职业结构

图 46大型网页游戏用户收入结构  
图 47大型网页游戏用户登录次数  
图 48大型网页游戏使用时间  
图 49大型网页游戏使用原因  
图 50大型网页游戏用户花费比例  
图 51大型网页游戏花费状况  
图 52大型网页游戏用户信息获取渠道  
图 53大型网页游戏用户浏览器使用情况  
图 54大型网页游戏单用户生命周期  
图 55大型网页游戏放弃原因  
图 56大型网页游戏用户题材偏好  
图 57大型网页游戏用户类型偏好  
图 58大型网页游戏用户对其它游戏渗透率  
图 59大型网页游戏用户使用其它游戏的类型  
图 60大型网页游戏用户网页游戏年龄  
图 61大型网页游戏用户总体游戏年龄  
图 62大型网页游戏用户网龄  
图 63大型网页游戏用户互联网使用状况  
图 64单机网页游戏用户性别结构  
图 65单机网页游戏用户年龄结构  
图 66单机网页游戏用户职业结构  
图 67单机网页游戏用户收入结构  
图 68单机网页游戏用户登录次数  
图 69单机网页游戏用户信息来源  
图 70单机网页游戏用户对其它游戏渗透率  
图 71单机网页游戏用户使用其它游戏的类型  
图 72单机网页游戏用户网页游戏年龄  
图 73单机网页游戏用户游戏年龄  
图 74单机网页游戏用户网龄  
图 75单机网页游戏用户互联网使用状况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/76412852TB.html>