

2009-2012年中国网络游戏 市场投资咨询报告

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

《2009-2012年中国网络游戏市场投资咨询报告》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/7641285FFB.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

2009-2012年中国网络游戏市场投资咨询报告 内容介绍：

第一章 网络游戏行业概述

1.1 网游定义及分类

1.1.1 网络游戏的定义

1.1.2 网络游戏的分类

1.1.3 网络游戏与单机版游戏对比

1.2 网游发展历程回顾

1.2.1 世界网络游戏发展史

1.2.2 网络游戏在中国的发展历程

1.2.3 网络游戏的主要流派

1.3 网络游戏产业政策环境剖析

1.3.1 网络游戏产业法律环境解析

1.3.2 网络游戏开发商与运营商法律关系分析

1.3.3 网络游戏业法律纠纷主要类型分析

1.4 网游相关政策法规

1.4.1 网游“防沉迷系统”开发标准

1.4.2 互联网信息服务管理办法

1.4.3 电子出版物管理规定

1.4.4 《互联网出版管理暂行规定》

第二章 国际网络游戏产业

2.1 国际网游概况

2.1.1 世界网络游戏发展状况

2.1.2 世界网游市场形成三大阵营

2.1.3 全球网络游戏产业规模不断扩大

2.1.4 全球网络游戏玩家规模庞大

2.2 美国

2.2.1 美国网络游戏行业考察行业概况

2.2.2 美国网络游戏消费者行为分析

2.2.3 网络游戏仍是美国互联网消费主流

2.2.4美国成为韩国网游业抢夺热点

2.3日本

2.3.1日本的网络游戏行业开始复苏

2.3.22007年日本在线游戏发展状况

2.3.3日本网络游戏用户分析

2.3.4日本网游业发展遭遇尴尬境地

2.4韩国

2.4.1韩国网络游戏产业发展路径分析

2.4.2韩国网络游戏业规模和发展概况

2.4.32007年韩国网游业呈现衰退隐忧

2.4.42008年韩国网络游戏市场调研市场迎来复苏

第三章中国网络游戏产业分析

3.1中国网络游戏产业概况

3.1.1中国网络游戏发展动因分析

3.1.2中国网络游戏产业区域特点

3.1.3中国网络游戏产业持续高速增长

3.1.4国内网络游戏业跨入转型时期

3.1.5中国大型网络游戏公司发展简况

3.1.6中国网络游戏业的组织变革探讨

3.22006-2007年中国网络游戏产业回顾

3.2.12006年中国网络游戏产业发展的五大策略

第四章网络游戏区域发展概况

4.1四川

4.1.1四川列为国家四大网游动漫发展基地

4.1.2四川电信加大对网络游戏业投入

4.1.3成都网游军团发展强势

4.2山东

4.2.1山东第一家网络游戏公司成立

4.2.2山东省网游玩家居全国省市之首

4.2.32008年山东网游发展迎来新的突破

4.2.4山东发展网游存在困难

4.3上海

- 4.3.1上海有望成为网游硅谷
- 4.3.22006-2007年上海网络游戏产业营业收入情况
- 4.3.3上海成为全国第三个网游动漫产业基地
- 4.3.42008年上海采取三大措施规范网游业发展秩序
- 4.4深圳
 - 4.4.1深圳市网游企业简介
 - 4.4.2深圳网游产业迅速崛起
 - 4.4.3深圳网民网络游戏使用情况
- 4.5厦门
 - 4.5.1厦门网游开发的特点解析
 - 4.5.2厦门网游业进军台湾市场
 - 4.5.3厦门发展动漫网游注重人才培养
- 4.6其他地区
 - 4.6.1北京市
 - 4.6.2重庆市
 - 4.6.3湖南省
 - 4.6.4浙江嘉兴
- 第五章网络游戏的研发与销售
 - 5.1网络游戏研发运营模式分析
 - 5.1.1传统的代理运营模式
 - 5.1.2中外合资运营模式
 - 5.1.3购买技术或合作开发运营模式
 - 5.1.4自主研发运营模式
 - 5.2网络游戏产品开发及流程
 - 5.2.1网络游戏产品的定位
 - 5.2.2开发新游戏
 - 5.2.3网游的生命周期
 - 5.2.4网游的产品组合与延伸
 - 5.3网络游戏充值卡销售渠道
 - 5.3.1网上虚拟充值卡
 - 5.3.2充值卡实体
 - 5.3.3手机支付平台

5.4网络游戏研发与运营价值链分析

5.4.1网络游戏价值链描述

5.4.2游戏研发环节

5.4.3游戏运营环节

第六章网络游戏运营与盈利分析

6.1网络游戏运营模式剖析

6.1.1网络游戏制造公司

6.1.2网络游戏运营公司

6.1.3网络游戏代理公司

6.1.4软件销售公司

6.1.5网吧和玩家

6.2网络游戏界商业运营模式

6.2.1商业模式基本类别

6.2.2专业代理运营企业

6.2.3综合门户企业

6.2.4电信运营企业

6.2.5游戏生产企业

6.2.6合资经营

6.2.7收购核心技术企业

6.3中国网络游戏收费模式评析

6.3.1计时收费

6.3.2包月收费

6.3.3出售装备收费

6.3.4消耗道具收费

6.3.5收费模式的未来

6.4网络游戏盈利分析

6.4.1网络游戏的“4赢”模式

6.4.2点卡计费卡收入

6.4.3电信分成收入

6.4.4网络广告收入

6.4.5网游盈利出现新模式

6.5游戏类型和盈利模式

6.5.1角色扮演类

6.5.2棋牌类游戏

6.5.3休闲对战类

第七章网络游戏用户分析

7.1中国网游用户基本情况

7.1.1网游用户的职业分布

7.1.2网游用户的年龄特征

7.1.3网游用户的文化程度

7.1.4网游用户的性别特征

7.1.5网游用户的地域分布

7.1.6网游用户的收入情况

7.2中国网游用户的行为状况

7.2.1网游用户的主要电信服务商

7.2.2网游用户的游戏时间

7.2.3网游用户主要游戏地点

7.2.4网游用户服务器选择方式

7.2.5网游用户的主要游戏目的及影响游戏选择的因素

7.2.6网游用户上网方式

7.3中国网游用户的消费行为

7.3.1网游用户游戏月消费情况

7.3.2网游用户能够承受的月最高付费额

7.3.3网游用户发生过的虚拟物品交易金额

7.3.4网游用户能够承受的虚拟物品交易金额上限

7.3.5网游用户的游戏花费主要来源

7.3.6网游用户游戏点卡及软件购买地点

7.4中国网游用户的行为偏好

7.4.1网游用户最喜欢的游戏收费模式

7.4.2网游用户最喜欢的游戏类型

7.4.3网游用户在游戏中最喜欢做的事

7.4.4网游用户最喜欢的游戏活动

7.4.5网游用户最认同的游戏宣传途径

7.4.6网游用户最喜欢的大中型休闲游戏系统

- 7.4.7 网游用户最关注的大中型休闲游戏因素
- 7.4.8 网游用户最认同的大中型休闲游戏升级方式
- 7.4.9 最吸引网游用户的大中型休闲游戏帮派功能

第八章手机网络游戏产业分析

8.1 手机网游基本概述

- 8.1.1 手机网游与PC网游的差异
- 8.1.2 手机网游发展对于手游产业链的价值
- 8.1.3 手机网游的收费模式解析

8.2 手机网游产业发展概况

- 8.2.1 全球移动游戏产业综述
- 8.2.2 中国手机网游发展概述
- 8.2.3 2007年中国手机网络游戏发展呈现三个新动向

9.2.4 互联网行业投资量下降但前景仍看好

9.2.5 互联网行业未来的发展趋势

9.3 互联网发展存在的问题及建议

- 9.3.1 互联网发展存在的问题
- 9.3.2 无线互联网应用中面临的瓶颈
- 9.3.3 互联网知识产权立法存在的问题及对策
- 9.3.4 发展互联网产业的政策思路
- 9.3.5 助推中国互联网产业健康发展的手段

第十章网络游戏产业竞争与营销

10.1 网游业竞争形势分析

- 10.1.1 网游业恶性竞争加剧面临转型
- 10.1.2 外部环境转好网游业进入资本竞争时代
- 10.1.3 2007年中国网络游戏运营商竞争力分析
- 10.1.4 2008年网游业人才竞争成焦点

10.2 网络游戏业的主要竞争力量

- 10.2.1 主要竞争力量简析
- 10.2.2 新进入者的竞争威胁
- 10.2.3 现有网络游戏产商之间的竞争
- 10.2.4 替代产品或服务的竞争威胁
- 10.2.5 购买者的讨价还价压力

- 10.2.6 供应商的讨价还价压力
- 10.2.7 其他利益相关者的相对力量竞争
- 10.3 网游企业竞争行为选择
 - 10.3.1 “五力模型”和“价值链模型”的再认识
 - 10.3.2 基于产业价值链的企业竞争部位选择模型
 - 10.3.3 企业竞争部位选择模型的构建
 - 10.3.4 企业竞争部位选择及网络游戏产业链的演变
- 10.4 网络游戏营销分析
 - 10.4.1 中国网络游戏营销状况
 - 10.4.2 网络游戏市场的营销模式探讨
 - 10.4.3 网络游戏渠道建设与整合营销解析
 - 10.4.4 网络游戏成隐性营销新乐土
 - 10.4.5 网游明星营销成为新时尚
- 第十一章 国外重点网游企业分析
 - 11.1 维旺迪 (VIVENDI)
 - 11.1.1 公司简介
 - 11.1.2 2007 财年维旺迪经营状况
 - 11.1.3 2008 年维旺迪经营状况
 - 11.1.4 2009 年上半年维旺迪经营状况
 - 11.2 EA
 - 11.2.1 公司简介
 - 11.2.2 2007 财年 EA 公司经营状况分析
 - 11.2.3 2008 财年 EA 公司经营状况分析
 - 11.2.4 2009 财年 EA 公司经营状况
 - 11.2.5 2010 财年第一季度 EA 公司经营状况
 - 11.3 任天堂 (NINTENDO)
 - 11.3.1 公司简介
 - 11.3.2 2007 财年任天堂经营状况分析
 - 11.3.3 2008 财年任天堂经营状况分析
 - 11.3.4 2009 财年任天堂经营状况
 - 11.3.5 2010 财年第一季度任天堂经营状况
 - 11.3.6 任天堂游戏产业发展的五大成功秘诀

11.4南梦宫万代控股公司 (NAMCOBANDAIHOLDINGSINC.)

11.4.1公司简介

11.4.22007财年南梦宫万代经营状况分析

11.4.32008财年南梦宫万代经营状况分析

11.4.42009财年南梦宫万代经营状况

11.4.52010财年第一季度南梦宫万代经营状况

11.5育碧 (UBISOFT)

11.5.1公司简介

11.5.22007-2008财年育碧经营状况分析

11.5.32008-09财年育碧经营状况

11.5.42009-10财年育碧经营状况

第十二章国内重点网游企业分析

12.1盛大

12.1.1公司简介

12.1.22007年盛大网络经营状况

12.1.32008年盛大网络经营状况

12.1.42009年上半年盛大网络经营状况

12.1.5盛大网游推行区域特许经营策略

12.1.6盛大MMORPG游戏介绍

12.2巨人网络

12.2.1公司简介

12.2.22007年巨人网络经营状况

12.2.32008年巨人网络经营状况

12.2.42009年上半年巨人网络经营状况

12.2.5巨人网络主要网游产品运营状况

12.3网易

12.3.1公司简介

12.3.22007年网易经营状况

12.3.32008年网易经营状况

12.3.42009年上半年网易经营状况

12.4腾讯

12.4.1公司简介

- 12.4.22007年腾讯经营状况
- 12.4.32008年腾讯经营状况
- 12.4.42009年上半年腾讯经营状况
- 12.5第九城市
 - 12.5.1公司简介
 - 12.5.22007年第九城市经营状况
 - 12.5.32008年第九城市经营状况
 - 12.5.42009年上半年第九城市经营状况
- 12.6完美时空
 - 12.6.1公司简介
 - 12.6.22007年完美时空经营状况
 - 12.6.32008年完美时空经营状况
 - 12.6.42009年上半年完美时空经营状况
 - 12.6.5完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷
- 12.7金山
 - 12.7.1公司简介
 - 12.7.22007年金山经营状况分析
 - 12.7.32008年金山经营状况
 - 12.7.42009年上半年金山经营状况
- 12.8网龙
 - 12.8.1公司简介
 - 12.8.22007年网龙经营状况分析
 - 12.8.32008年网龙经营状况
 - 12.8.42009年上半年网龙经营状况
- 第十三章网络游戏投资分析
 - 13.1网络游戏产业投资概况
 - 13.1.1中国网游进入资本时代
 - 13.1.2国内网游市场规模预测
 - 14.1.22010年亚太地区网游市场前景预测
 - 14.1.3亚洲将成为世界网络游戏主要市场
 - 14.2中国网络游戏前景及趋势分析
 - 14.2.12011年中国网游发展趋势

14.2.4网络游戏运营商发展趋势

14.2.5网络游戏销售渠道发展趋势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/7641285FFB.html>