

2009-2013 年中国网络游 戏行业前景预测与投资咨询分析报告

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

《2009-2013年中国网络游戏行业前景预测与投资咨询分析报告》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/8738271Y4Q.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

2009-2013年中国网络游戏行业前景预测与投资咨询分析报告 内容介绍：

由于网络游戏出版产业属于虚拟经济，消费门槛低，定位于大众化娱乐，在此次国际金融危机中，中国网络游戏产业并没有感受到“寒冬”的一丝寒意。从网游企业的财务报表和服务器端数据看，全国主要网络游戏企业的增长态势并未减弱，再加上主要企业多为上市公司，拥有充足的现金流，因此，多数企业对网络游戏出版产业的持续发展充满信心，中国网络游戏产业发展被普遍看好。2008年中国网络游戏出版产业的实际销售收入达183.8亿元，比2007年增长了76.6%。预计到2013年，中国网络游戏出版市场未来数年仍将高速增长。2009年世界网络游戏市场规模将达500亿美元，其中亚洲市场为150亿美元，预计未来数年网络游戏市场规模将增加至250亿美元，而中国和日本将成为亚洲地区最大的两个在线游戏市场。中国网络游戏产业在经历了10年的发展后，目前，一线运营产品已经累计达到近300款之巨；国内网络游戏用户数4936万，其中付费用户更是达到3042万，成为全球用户最多、发展最快的网游市场。网络游戏产业是一个新兴的朝阳产业，在经历了20世纪末的初期形成期阶段，及近几年的快速发展，现在中国的网络游戏产业处在成长期，并快速走向成熟期的阶段。

本报告详尽描述了中国网络游戏市场形成三大阵营

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

2.3.2 2008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

2.4.3 韩国网游业呈现衰退隐忧

2.4.4 2008年韩国网络游戏市场调研市场迎来复苏

第三章 2008-2009年中国网络游戏产业整体运行分析

3.1 2008-2009年中国网络游戏产业运行综述

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

3.2 2006-2008年中国网络游戏产业回顾

3.2.1 2006年中国网络游戏广告发展的五大策略

第四章 2008-2009年中国网络游戏区域发展运行新格局

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

4.2.3 2008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

4.3.2 2006-2007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

4.3.4 2008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 2008-2009年中国网络游戏的研发与销售渠道分析

5.1 2008-2009年中国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 2008-2009年中国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 2008-2009年中国网络游戏充值卡销售渠道分析

- 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 2008-2009年中国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 2008-2009年中国网络游戏运营与盈利分析

6.1 2008-2009年中国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 2008-2009年中国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 自有产权企业
 - 6.2.3 专业代理运营企业
 - 6.2.4 综合门户企业
 - 6.2.5 电信运营企业
 - 6.2.6 合资经营
 - 6.2.7 收购核心技术企业
- 6.3 2008-2009年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 2008-2009年中国网络游戏盈利分析
 - 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 2008-2009年中国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 2008-2009年中国网络游戏用户群全面调研
 - 7.1 2008-2009年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 2008-2009年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 2008-2009年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 2008-2009年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 网游用户在游戏中的最喜欢做的事
 - 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 2008-2009年中国手机网络游戏产业运行分析
 - 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 2008-2009年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综述
- 9.2.1 2007年中国互联网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
- 9.3 2008-2009年中国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 2008-2009年网络游戏产业竞争与营销解析
- 10.1 2008-2009年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 2008-2009年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 2008-2009年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 2008-2009年网络游戏营销分析
- 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 2008-2009年国外重点网游企业分析运行浅析

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财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 EA转移重心主攻亚洲网游市场

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 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

11.4.2 2007财年南梦宫万代控股公司经营状况分析

11.4.3 2008财年南梦宫万代控股公司经营状况分析

11.4.4 2008年南梦宫万代《坦克大战》网游版面世

11.5 育碧 (UBISOFT)

11.5.1 公司简介

11.5.2 2007年3月-2008年3月育碧经营状况分析

11.5.3 2008年3月-2008年6月育碧经营状况分析

11.5.4 2008财年育碧游戏发行计划

第十二章 2008-2009年中国国内重点网游企业运行状况分析

12.1 盛大

12.1.1 公司简介

- 12.1.2 2007年盛大网络经营状况
- 12.1.3 2008年上半年盛大网络经营状况
- 12.1.4 盛大网游推行区域特许经营策略
- 12.1.5 盛大MMORPG游戏介绍
- 12.2 巨人网络
 - 12.2.1 公司简介
 - 12.2.2 2007年巨人网络经营状况
 - 12.2.3 2008年上半年巨人网络经营状况
 - 12.2.4 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
 - 12.3.2 2007年网易经营状况
 - 12.3.3 2008年上半年网易经营状况
 - 12.3.4 2008年网易推出新网游争抢市场份额
- 12.4 腾讯
 - 12.4.1 公司简介
 - 12.4.2 2007年腾讯经营状况
 - 12.4.3 2008年上半年腾讯经营状况
 - 12.4.4 2008年腾讯加大网游市场投入
- 12.5 第九城市
 - 12.5.1 公司简介
 - 12.5.2 2007年第九城市经营状况
 - 12.5.3 2008年上半年第九城市经营状况
 - 12.5.4 2008年第九城市网游业务保持高速增长
- 12.6 完美时空
 - 12.6.1 公司简介
 - 12.6.2 2007年完美时空经营状况
 - 12.6.3 2008年上半年完美时空经营状况
 - 12.6.4 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
 - 12.7.2 2007年1-12月金山经营状况分析

12.7.3 2008年上半年金山经营状况分析

12.7.4 《剑侠世界》开启金山网游新时代

12.8 网龙

12.8.1 公司简介

12.8.2 2007年1-12月网龙经营状况分析

12.8.3 2008年上半年网龙经营状况分析

12.8.4 网龙全力拓展海外网游市场

第十三章 2009-2013年中国网络游戏投资潜力及风险规避指引

13.1 2009-2013年中国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 国内网游发展趋势预测分析

14.1 2009-2013年全球网游发展前景预测

14.1.1 世界在线游戏市场规模预测

14.1.2 2010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 2009-2013年中国网络游戏前景及趋势分析

14.2.1 2012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

第十五章 2008-2009年中国网游政策法规分析

15.1 2008-2009年网络游戏产业政策环境剖析

15.1.1 网络游戏产业法律环境解析

15.1.2 网络游戏开发商与运营商法律关系分析

15.1.3 网络游戏业法律纠纷主要类型分析

15.2 2008-2009年网游相关政策法规

15.2.1 网游“防沉迷系统”开发标准

15.2.2 互联网信息服务管理办法

15.2.3 电子出版物管理规定

15.2.4 《互联网出版管理暂行规定》

图表目录

图表 1 日本网络游戏用户年龄构成图

图表 2 2007-2008年中国网络游戏出版产业销售收入对比图

图表 3 2007年下半年网游玩家分省比例

图表 4 网络游戏周期分析

图表 5 大陆及港台部分优秀网络游戏制作公司或运营公司名单

图表 6 国内优秀的网络游戏企业商业模式评定

图表 7 2008年中国网络游戏用户职业分布

图表 8 2008年中国网游用户的年龄分布

图表 9 2008年中国网游用户的文化程度状况

图表 10 2008年中国网游用户的性别比例

图表 11 2008年中国网游用户的地域分布

图表 12 2008年中国网络游戏用户同时玩网络游戏数量状况

图表 13 2008年网游用户的游戏时间

图表 14 2008年中国网游用户玩网络游戏时间段状况

图表 15 2008年网游用户主要游戏地点

图表 16 2008年网游用户服务器选择

图表 17 2008年网游用户的主要游戏目的

图表 18 2008年网游用户的主要游戏选择的因素

图表 19 2008年中国网络游戏用户对网络游戏满意度

图表 20 2008年中国网游用户上网方式

图表 21 2008年网游用户能够承受的月最高付费额

图表 22 2008年中国网络游戏用户交易状况

图表 23 2008年网游用户游戏点卡及软件购买地点

图表 24 2008年网游用户最喜欢的游戏收费模式

图表 25 2008年网游用户最喜欢的游戏类型

图表 26 2008年网游用户最喜欢的网络游戏类型

图表 27 2008年网游用户在游戏中最喜欢做的事

图表 28 2008年网游用户最喜欢的游戏活动

图表 29 2008年网游用户最认同的游戏宣传途径

图表 30 2008年最受欢迎的网络游戏

图表 31 2008年网游用户最选择网络游戏关注因素

图表 32 手机网游厂商介绍

图表 32 手机网游市场上的产品介绍

图表 33 2008年关注度前十位中国网络游戏运营商排名图

图表 34 网络游戏产业竞争力模型

图表 35 2004年度十五佳最受欢迎的网络游戏

图表 36 2004年度中国网络游戏用户最期待的网络游戏

图表 37 我国网络游戏市场份额地区比重预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/8738271Y4Q.html>