

# 2015-2020年中国网页游戏 市场研究与市场供需预测报告

## 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

《2015-2020年中国网页游戏市场研究与市场供需预测报告》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/C97161T2A8.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

### 报告目录

#### 第一章 网络游戏产业相关概述

##### 第一节 网络游戏简述

- 一、网络游戏发展演进
- 二、网络游戏推广
- 三、我国网络游戏产业地域特点

##### 第二节 网络游戏发展动因探析

- 一、软硬件的支持是物质基础
- 二、经济利益是其发展的动力
- 三、大众化的游戏心理是原因
- 四、网络游戏发展的重要支撑点

##### 第三节 网络游戏的分类

- 一、大型多人在线游戏
- 二、多人在线游戏
- 三、平台游戏
- 四、网页游戏
- 五、手机网游

#### 第二章 网页游戏产业简述

##### 第一节 网页游戏阐述

- 一、网页游戏的开发技术
- 二、网页游戏媒体
- 三、年度代表游戏

##### 第二节 网页游戏策略分析

- 一、开发策略
- 二、运营策略
- 三、综合策略

##### 第三节 网页游戏遭遇新的瓶颈

##### 第四节 网页游戏分类

### 第三章2014年中国网页游戏产业运行环境分析

#### 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年中国网页游戏产业政策环境分析

- 一、网络游戏产业法律环境解析
- 二、网络游戏开发商与运营商法律关系分析
- 三、网络游戏业法律纠纷主要类型分析
- 四、网游“防沉迷系统”开发标准
- 五、互联网信息服务管理办法
- 六、电子出版物管理规定
- 七、《互联网出版管理暂行规定》

#### 第三节 2014年中国网页游戏产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

### 第四章2014年中国网页游戏产业运行状况综述

#### 第一节2014年中国网页游戏产业发展概述

- 一、中国网络游戏市场规模
- 二、中国网页游戏用户规模
- 三、中国网页游戏付费用户ARPU 值
- 四、中国网页游戏运营商收入构成

#### 第二节2014年中国网页游戏产业运行动态分析

- 一、盛大2009年进军网页游戏
- 二、2014年网页游戏市场的黑马
- 三、2014年网页游戏市场份额调查

### 第三节 2014年中国网页游戏存在的问题分析

## 第五章 2014年中国网页游戏用户市场特征分析

### 第一节 网页游戏用户特征

- 一、网页游戏用户年龄结构
- 二、网页游戏用户职业结构
- 三、网页游戏用户学历结构
- 四、网页游戏用户收入结构

### 第二节 网页游戏用户行为特征

- 一、网页游戏用户上网地点
- 二、网页游戏用户上网设备

## 第六章 2014年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析

### 第一节 2014年中国网页游戏产品分析

- 一、中国网页游戏研发地分布
- 二、中国网页游戏产品类型分布
- 三、中国网页游戏题材分布
- 四、中国网页游戏实现技术分布
- 五、中国网页游戏支付方式分布

### 第二节 儿童网页游戏市场概论

- 一、用户增长速度惊人，超过预期
- 二、线上与线下结合的赢利模式逐步清晰
- 三、资本关注，热烈追捧
- 四、政策和监管风险大，争议不断
- 五、定位及发展各有不同

## 第七章 2014年中国网页游戏用户行为深度研究分析

### 第一节 2014年中国网页游戏用户基础属性

- 一、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异
- 二、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异
- 三、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异
- 四、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

## 第二节 2009-2014年中国网页游戏用户游戏习惯调研

- 一、中国网页游戏用户主要游戏地点
- 二、中国网页游戏用户接触网页游戏的时间
- 三、中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间
- 四、中国网页游戏用户的游戏频率
- 五、中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率
- 六、中国网页游戏用户的游戏时间分配比例
- 七、中国用户选择玩网页游戏的主要原因
- 八、中国网页用户离开网页游戏的主要原因
- 九、中国网页游戏用户遇到满意网游后的分享意愿

## 第三节 2014年中国网页游戏用户喜好分析

- 一、中国网页游戏用户最喜欢的游戏类型
- 二、中国网页游戏用户最喜欢的游戏制作方式
- 三、中国网页游戏用户判断游戏水准标准
- 四、中国网页游戏用户联合运营服务提供商选择
- 五、中国网页游戏用户选择联合运营服务提供商时的主要考虑因素

## 第四节 2014年中国网页游戏用户消费行为分析

- 一、中国网页游戏用户平均每月游戏支出
- 二、中国用户网页游戏消费支出占游戏消费的比例
- 三、中国网页游戏用户的主要充值途径
- 四、中国网页游戏用户最喜欢的游戏收费模式
- 五、网页游戏用户游戏内置广告接受程度
- 六、中国网页游戏用户接受游戏内广告的条件

## 第八章 2014年中国网页游戏产业市场竞争格局分析

### 第一节 2014年中国网页游戏产业竞争现状分析

- 一、网页游戏异军突起
- 二、网页游戏市场竞争加剧
- 三、网页游戏技术竞争力分析

### 第二节 2014年中国网页游戏产业竞争态势分析

- 一、网页游戏同质化严重遭恶性竞争
- 二、网页游戏竞争门槛提高

### 三、网页游戏市场竞争升级

#### 第三节2014年中国网页游戏产业提升竞争力策略分析

## 第九章2014年国外重点网游企业分析运行浅析

### 第一节 维旺迪 ( VIVENDI )

#### 一、企业概况

#### 二、维旺迪经营状况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第二节 EA

#### 一、企业概况

#### 二、EA经营状况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力分析

#### 五、EA转移重心主攻亚洲网游市场

### 第三节 任天堂 ( NINTENDO )

#### 一、企业概况

#### 二、任天堂经营状况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力分析

#### 五、任天堂游戏产业发展的五大成功秘诀

### 第四节 南梦宫万代控股公司 ( NAMCOBANDAIHOLDINGSINC. )

#### 一、企业概况

#### 二、南梦宫万代控股公司经营状况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第五节 育碧 ( UBISOFT )

#### 一、企业概况

#### 二、育碧经营状况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力分析

#### 五、育碧游戏发行计划

### 第十章 2014年中国国内重点网游企业运行状况分析

#### 第一节 盛大

##### 一、企业概况

##### 二、盛大经营状况

##### 三、企业动态分析

##### 四、企业竞争力分析

##### 五、盛大网游推行区域特许经营策略

##### 六、盛大MMORPG游戏介绍

#### 第二节 巨人网络

##### 一、企业概况

##### 二、盛大经营状况

##### 三、企业动态分析

##### 四、企业竞争力分析

##### 五、巨人网络主要网游产品运营状况

#### 第三节 网易

##### 一、企业概况

##### 二、盛大经营状况

##### 三、企业动态分析

##### 四、企业竞争力分析

##### 五、网易推出新网游争抢市场份额

#### 第四节 腾讯

##### 一、企业概况

##### 二、盛大经营状况

##### 三、企业动态分析

##### 四、企业竞争力分析

##### 五、腾讯加大网游市场投入

#### 第五节 第九城市

##### 一、企业概况

##### 二、盛大经营状况



三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、第九城市网游业务保持增长形势分析

第六节 完美时空

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

第七节 金山

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、《剑侠世界》开启金山网游新时代

第八节 网龙

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、网龙全力拓展海外网游市场

第十一章 2015-2020年中国网页游戏行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国网页游戏行业投资环境分析

第二节 2015-2020年中国网页游戏行业投资机会分析

一、网页游戏投资潜力分析

二、网页游戏投资吸引力分析

第三节 2015-2020年中国网页游戏行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第四节 专家建议

## 第十二章2015-2020年中国网页游戏产业发展趋势分析

### 第一节2015-2020年中国网页游戏前景分析

一、网页游戏发展大趋势:交互性加强

二、网页游戏发展三大趋势

三、精品化路线成发展趋势

### 第二节 2015-2020年网页游戏市场趋势分析

一、web游戏品牌化

二、自主研发、独家代理将成为2014年WEB产品趋势

三、web游戏产品的类型更完善

### 第三节2015-2020年中国网页游戏产业盈利预测分析

#### 图表目录：

图表：电子游戏分类

图表：中国网络游戏市场规模

图表：中国网页游戏市场份额占比

图表：中国网页游戏市场规模

图表：中国网页游戏用户规模

图表：中国网页游戏付费用户月度ARPU 值

图表：中国网页游戏运营商收入构成

图表：2000-2008 年中国游戏行业投资案例

图表：2008 年中国游戏行业投资对比分图

图表：网页游戏用户年龄结构

图表：网页游戏用户职业结构

图表：网页游戏用户学历结构

图表：网页游戏用户收入结构

图表：网页游戏用户上网地点

图表：网页游戏用户上网设备

图表：中国网络游戏行业发展阶段

图表：2009年中国网页游戏研发地分布

图表：2008年中国网页游戏产品类型分布

图表：中国网页游戏题材分布

图表：中国网页游戏实现技术分布

图表：中国网页游戏支付方式分布

图表：艾瑞网页游戏用户调研样本来源

图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异

图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

图表：中国网页游戏用户主要游戏地点

图表：中国网页游戏用户接触网页游戏的时间

图表：中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间

图表：中国网页游戏用户的游戏频率

图表：中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率

图表：中国网页游戏用户的游戏时间分配比例

图表：中国用户选择玩网页游戏的主要原因

图表：中国用户选择玩网络游戏的主要原因

图表：中国网页用户离开网页游戏的主要原因1（产品因素）

图表：中国网页用户离开网页游戏的服务因素分析

图表：中国网页用户离开网页游戏的用户因素分析

图表：中国网页游戏用户遇到满意网游后的分享意愿

图表：中国网页游戏用户最喜欢的游戏类型

图表：中国网页游戏用户最喜欢的游戏制作方式

图表：中国网页游戏用户判断游戏水准标准

图表：中国网页游戏用户联合运营服务提供商选择

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/C97161T2A8.html>