

2010年中国网络游戏市场研究预 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

一、报告报价

《2010年中国网络游戏市场研究预测报告》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/F198477TGF.html>

报告价格：纸质版：5600元 电子版：5600元 纸质+电子版：6600元

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年中国网络游戏市场研究预测报告 内容介绍：

金融危机给中国网络游戏行业带来了什么？

金融危机考验中国网络游戏业！

金融危机，使得网游成本再度升高！

金融危机，将降低玩家的支付能力！

金融危机，中国网络游戏将……

盈利模式

网络游戏内置广告的增长如今已经成为网游增长的主要因素之一。2007年中国网络游戏内置广告为0.8亿元，2008年快速增至2.3亿元，增长幅度达到187.5%。预计2009年市场规模将达到4.5亿元。而网络游戏内置广告的独有特性是吸引广告主的主要因素，因为与传统广告相比，游戏内置广告的体验度和记忆度更高，互动性更强，而干扰性更弱……

市场调研

2008年参与调研的男性用户比例高达80.2%，分析认为虽然男女比例差距悬殊，但并不能代表中国网络游戏发展预测

一、2012网络游戏产业发展预测

二、2010网络游戏市场规模预测

三、2011中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场规模预测

第七部分 市场投资

第二十章 网络游戏(网络游戏市场分析)市场投资

第一节 网络游戏的投资性分析

一、赢利性

二、成长性

三、风险性

第二节 风险投资青睐网络游戏

第三节 网络游戏投资机会分析

附录1 网游政策法规分析

1.1 中国网络游戏产业法律现状分析

1.1.1 中国网络游戏产业政策法律环境分析

1.1.2 网络游戏产业主体法律关系分析

1.2 网游相关政策法规

1.2.1 网游“防沉迷系统”开发标准

1.2.2 电子出版物管理规定

1.2.3 《互联网出版管理暂行规定》

附录2 游戏相关介绍

2.1 电子游戏

2.1.1 电子游戏定义

2.1.2 电子游戏类型分类

2.2 网游定义及分类

2.2.1 网络游戏的定义

2.2.2 网络游戏的分类

2.2.3 网络游戏与单机版游戏对比

2.3 网游发展历程回顾

2.3.1 网络游戏发展史

2.3.2 网络游戏在中国的发展历程

2.3.3 网络游戏的主要流派

图表目录

图表1 2008年4季度中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场份额

图表2 2009年1季度中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场份额

图表3 2008年第二季度中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场规模

图表4 2008年网络游戏人气排行榜

图表5 2008年玩家最喜爱游戏

图表6 2008年最期待的新游戏

图表7 2008年最拥有PK价值的游戏

图表8 网络游戏用户年龄构成

图表9 网络游戏用户买点卡的花费

图表10 用户最希望产生的游戏类型

图表 11 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户的收入差异

图表12 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户的学历差异

图表13 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户的年龄差异

图表14 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户的性别差异

图表15 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户的职业差异

图表16 2008年中国网页游戏用户玩其他游戏的比例

图表17 角色扮演类游戏玩家玩游戏的最主要目的

图表18 角色扮演类游戏玩家玩游戏的频率

图表19 角色扮演类游戏玩家玩游戏的主要场所

图表20 角色扮演类游戏玩家最喜欢的游戏故事题材

图表21 不同收入收费网络游戏用户选择网络游戏主要因素

图表22 2008年百度网游行业指数

图表23 2008年网络游戏运营商关注度排行

图表24 2008年上半年中国互联网有效受众规模

图表25 2008年上半年中国互联网用户互联网消费

图表26 2008年上半年中国互联网用户互联网消费

图表27 2004-2008年中国互联网(互联网市场分析)市场规模

图表28 2006-2009年手机网游运营商市场收入规模及预测

图表29 深圳网络游戏及相关产品的年销售额

图表30 国内优秀的网络游戏企业商业模式评定

图表31 网络游戏运作形式分析

图表32 2008年调研参与用户性别比例

图表33 2008年调研参与用户的年龄分布

图表34 2008年调研参与用户首次接触网游至今时长

图表35 2008年调研参与用户的受教育程度

图表36 2008年调研参与用户的地域分布TOP

图表37 2008年调研参与用户的收入情况

图表38 2008年调研参与用户的就业情况

图表39 2008年不同性别网络游戏用户的年龄差异

图表40 2008年不同性别网络游戏用户的网游年龄差异

图表41 2008年不同性别网络游戏用户的受教育程度差异

图表42 2008年不同性别网络游戏用户的个人月收入差异

图表43 2008年不同性别网络游戏用户的就业情况差异

图表44 2008年调研参与用户平均每天游戏时长

图表45 2008年不同性别网络游戏用户平均每天游戏时长差异

图表46 2008年不同年龄网络游戏用户的平均每天游戏时长差异

图表47 2008年不同学历网络游戏用户的平均每天游戏时长差异

图表48 2008年不同职业网络游戏用户的平均每天游戏时长差异

图表49 2008年不同月收入网络游戏用户的平均每天游戏时长差异

图表50 2008年调研参与用户平均单款游戏持续投入时间

图表51 2008年不同性别网络游戏用户平均单款游戏持续投入时间

图表52 2008年不同年龄网络游戏用户的平均单款游戏持续投入时间

图表53 2008年不同学历网络游戏用户的平均单款游戏持续投入时间

图表54 2008年不同职业网络游戏用户的平均单款游戏持续投入时间

图表55 2008年不同月收入网络游戏用户的平均单款游戏持续投入时间

图表56 2008年调研参与用户的游戏目的

图表57 2008年不同性别网络游戏用户的游戏目的

图表58 2008年不同年龄网络游戏用户的游戏目的

图表59 2008年不同游戏每日时长用户的游戏目的

图表60 2008年不同游戏每日时长用户的游戏目的

图表61 2008年不同金额单次游戏内最高消费用户的游戏目的

图表62 2008年调研参与用户选择游戏时的考虑因素

图表63 2008年不同性别网络游戏用户选择游戏时的考虑因素

图表64 2008年不同年龄网络游戏用户选择游戏时的考虑因素

图表65 2008年不同游戏每日时长用户选择游戏时的考虑因素

图表66 2008年调研参与用户离开某款游戏的原因

图表67 2008年不同性别网络游戏用户离开某款游戏的原因

图表68 2008年不同每日游戏时长用户离开某款游戏的原因

图表69 2008年不同就业情况用户选择游戏时的考虑因素

图表70 2008年调研参与用户了解游戏信息的主要途径

图表71 2008年不同性别用户了解游戏信息的主要途径

图表72 2008年调研参与用户经常购买或阅读的游戏专业杂志

图表73 2008年不同性别用户经常购买或阅读的游戏专业杂志

图表74 2008年调研参与用户最认同的游戏收费模式

图表75 2008年不同性别网络游戏用户最认同的游戏收费模式

图表76 2008年不同年龄网络游戏用户最认同的游戏收费模式

图表77 2008年不同受教育程度网络游戏用户最认同的游戏收费模式

图表78 2008年不同每日游戏时长网络游戏用户最认同的游戏收费模式

图表79 2008年游戏内每月不同消费额用户最认同的游戏收费模式

图表80 2008年调研参与用户平均每月游戏消费金额

图表81 2008年不同性别网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表82 2008年不同年龄网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表83 2008年不同受教育程度网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表84 2008年不同就业情况网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表85 2008年不同月收入网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表86 2008年调研参与用户一年内单次最高游戏支出

图表87 2008年不同性别网络游戏用户一年内单次最高游戏支出

图表88 2008年不同年龄网络游戏用户一年内单次最高游戏支出

图表89 2008年不同受教育程度网络游戏用户一年内单次最高游戏支出

图表90 2008年不同就业情况网络游戏用户一年内单次最高游戏支出

图表91 2008年不同月收入网络游戏用户一年内单次最高游戏支出

图表92 2008年调研参与用户网络游戏支出费用来源

图表93 2008年不同性别网络游戏用户游戏支出费用来源

图表94 2008年不同年龄网络游戏用户游戏支出费用来源

图表95 2008年不同学历网络游戏用户游戏支出费用来源

图表96 2008年不同就业情况网络游戏用户游戏支出费用来源

图表97 2008年不同月收入网络游戏用户游戏支出费用来源

图表98 2008年调研参与用户最喜欢的网络游戏类型

图表99 2008年不同性别网络游戏用户最喜欢的网络游戏类型

图表100 2008年不同性别网络游戏用户最喜欢的网络游戏类型

图表101 2008年不同受教育程度网络游戏用户最喜欢的网络游戏类型

图表102 2008年不同收入网络游戏用户最喜欢的网络游戏类型

图表103 2008年不同游戏时间网络游戏用户最喜欢的网络游戏类型

图表104 2008年不同平均单月游戏消费网络游戏用户最喜欢的网络游戏类型

图表105 2008年调研参与用户选择网页游戏时的主要考虑因素

图表106 2008年不同性别网络游戏用户选择网页游戏时的主要考虑因素

图表107 2008年调研参与用户最喜欢的网页游戏类型

图表108 2008年不同性别网络游戏用户最喜欢的网页游戏类型

图表109 2008年调研参与用户下载手机游戏的主要途径

图表110 2008年不同性别用户下载手机游戏的主要途径

图表111 2008年调研参与用户选择手机游戏时的主要考虑因素

图表112 2008年不同性别用户选择手机游戏时的主要考虑因素

图表113 2008年调研参与用户在网络游戏中喜欢做的事

图表114 2008年不同性别用户在网络游戏中喜欢做的事

图表115 2008年调研参与用户最喜欢的网络游戏活动

图表116 2008年不同性别用户最喜欢的网络游戏活动

图表117 2008年调研参与用户的网络服务商

图表118 2008年调研参与用户玩游戏的时间段

图表119 2008年调研参与用户选择游戏服务器时的考虑因素

图表120 2008年调研参与用户加入游戏社团的情况

图表121 2008年调研参与用户对游戏视频的关注度

图表122 2008年调研参与用户对游戏异业合作的感兴趣程度

图表123 2008年调研参与用户最感兴趣的周边

图表124 2008年调研参与用户升级电脑的方式

图表125 2008年调研参与用户未来一年电脑升级预算

图表126 2008年调研参与用户在游戏时采取的健康保护措施

图表127 2008年调研参与用户对自我状态的形容

图表128 2008年调研参与用户最认同的交流方式

图表129 2008年盛大公司总净营收

图表130 2008年盛大公司来自于MMORPG游戏的营收

图表131 2008年盛大公司来自于休闲游戏的营收

图表132 2008年盛大公司净利润

图表133 2008年盛大公司总净营收

图表134 2008年第九城市总营收

图表135 2008年第九城市在线游戏运营收入趋势图

图表136 2008年第九城市利润趋势图

图表137 2008年第九城市费用趋势图

图表138 2008年第九城市净利润趋势图

图表139 2008年第九城市净利率趋势图

图表140 2008年金山软件总营收

图表141 2008年金山软件净利润

图表142 2008年金山软件网游业务营收

图表143 2008年金山在软件业务的收入

图表144 2008年金山毒霸营收
图表145 2008年网龙净利润
图表146 2008年网龙总营收
图表147 2008年网龙第四季度网络游戏平均同步用户
图表148 2008年网龙销售及市场推广费用
图表149 2008年网龙行政开支
图表150 2008年网龙开发成本增长
图表151 2008年网龙员工数据
图表152 2008年巨人第四季度净营收
图表153 2008年巨人第四季度毛利润环比增长
图表154 2008年巨人第四季度网络游戏1活跃付费账户
图表155 2008第四季度网络游戏1平均付费用户收入
图表156 巨人网络2008财年主营业务成本
图表157 巨人网络2008年第四季度的运营总费用
图表158 完美时空2008年第四季度营业收入
图表159 完美时空2008年第四季度营业收入
图表160 完美时空2008年第四季度净利润
图表161 完美时空2008年营业收入
图表162 完美时空2008年营业利润
图表163 完美时空2008年净利润
图表164 搜狐2008年第四季度总收入
图表165 搜狐2008年度总收入
图表166 搜狐2008年度第四季度在线游戏收入
图表167 搜狐2008年度在线游戏收入

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/F198477TGF.html>