

2007-2008年中国网页游戏 行业发展报告

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

《2007-2008年中国网页游戏行业发展报告》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/J589412PJ0.html>

报告价格：电子版：12000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

2007-2008年中国网页游戏行业发展报告 内容介绍：

2007年中国网页游戏的用户规模为250万人，预计到2008年用户规模将达到900万人，同比增长260%。保守估计，随后的三年中网页游戏的用户以每年500万人左右的速度增长，预计到2010年将突破2000万人，达到2020万人。

报告目录：

Page—5 I.研究方法

Page—5 II. 样本说明

Page—6 III. 概念定义

Page—7 IV. 报告摘要

Page—8 V. 报告正文

Page—8 1. 网络游戏定义和分类

Page—8 1.1. 电子游戏的定义和分类

Page—9 1.2. 网络游戏的定义和分类

Page—9 1.2.1. 大型多人在线游戏

Page—9 1.2.2. 多人在线游戏

Page—9 1.2.3. 平台游戏

Page—10 1.2.4. 网页游戏

Page—11 2. 全球网页游戏发展概述

Page—11 2.1. 2008年2月世界MMOG游戏市场份额

Page—12 2.2. 2007-2012年美国网页游戏广告市场调研市场规模

Page—13 2.3. 2007-2012年美国网页游戏占游戏广告收入比重

Page—14 3. 中国网页游戏市场份额

Page—12 图2- 2 2007-2012年美国网页游戏广告市场调研市场规模

Page—13 图2- 3 2007-2012年美国网页游戏收入占游戏广告收入比重

Page—14 图3- 1 2007-2011年中国网页游戏用户规模

Page—15 图3- 2 2007-2011年中国网页游戏(网页游戏市场分析)市场规模

Page—16 图3- 3 2007-2011年中国网页游戏用户付费率

Page—17 图3- 4 2007-2011年网页游戏付费用户ARPU值

Page—18 图3- 5 2007-2011年中国网页游戏运营商收入构成

Page—19 图3- 6 2007-2011年中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场格局

Page—25 图5- 1 2008年中国网页游戏研发地分布

Page—26 图5- 2 2008年中国网页游戏类型分布

Page—27 图5- 3 2008年中国网页游戏题材分布

Page—33 图7- 1 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

Page—34 图7- 2 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

Page—35 图7- 3 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异

Page—36 图7- 4 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

Page—37 图7- 5 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户职业差异

Page—38 图7- 6 2008年中国网页游戏用户接触网页游戏的时间

Page—39 图7- 7 2008年中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间

Page—40 图7- 8 2008年中国网页游戏用户最常游戏地点

Page—41 图7- 9 2007年中国网络游戏用户主要上网地点

Page—42 图7- 10 2008年中国用户选择玩网络游戏的主要原因

Page—43 图7- 11 2008年中国网页用户离开网页游戏的主要原因

Page—44 图7- 12 2008年中国不同性别的网页游戏用户游戏类型喜好差异

Page—45 图7- 13 2008年中国不同性别的网页游戏用户游戏呈现方式喜好差异

Page—46 图7- 14 2008年中国网页游戏用户玩其他游戏的比例

Page—47 图7- 15 2008年中国不同性别的网页游戏用户评判游戏优劣标准的差异

Page—48 图7- 16 2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户对游戏内置广告接受程

度

Page—49 图7- 17 2008年中国网页游戏用户接受游戏内置广告的条件

Page—50 图7- 18 2008年中国不同性别的网页游戏用户的消费差异

Page—51 图7- 19 2008年中国网页游戏用户最常使用的支付方式

Page—52 图7- 20 2008年中国网页游戏用户最喜欢的收费模式

Page—41 表7- 1 2008年中国网页游戏用户主要游戏地点选择

Page—46 表7- 2 2008年中国网页游戏用户对其他类型网络游戏的選擇情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/J589412PJ0.html>