

2009-2012年中国网络游戏 产业运行态势及投资前景咨询报告

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年中国网络游戏产业运行态势及投资前景咨询报告》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/N938271VRC.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年中国网络游戏产业运行态势及投资前景咨询报告 内容介绍：

第一章 2008-2009年世界网络游戏产业运行态势分析

第一节2008-2009年世界网络游戏产业发展概况

- 一、浅谈国外网络游戏的本地化运作分析
- 二、世界网游市场形成三大阵营
- 三、国外网络游戏在中国分析

第二节2008-2009年世界网络游戏产业市场分析

- 一、全球网络游戏产业规模分析
- 二、全球网络游戏玩家规模分析
- 三、世界网络游戏市场增长分析

第三节 2009-2012年世界网络游戏产业发展趋势分析

- 一、世界在线游戏市场规模预测
- 二、2010年亚太地区网游市场前景预测
- 三、亚洲将成为世界网络游戏主要市场

第二章2008-2009年世界网络游戏产业主要国家运行态势分析

第一节 美国

- 一、美国网络游戏行业考察行业概况
- 二、美国网络游戏消费者行为分析
- 三、网络游戏仍是美国互联网消费主流
- 四、美国成为韩国网游业抢夺热点

第二节 日本

- 一、日本的网络游戏行业开始复苏
- 二、日本在线游戏发展状况
- 三、日本网络游戏用户分析
- 四、日本网游业发展遭遇尴尬境地

第三节 韩国

- 一、韩国网络游戏产业发展路径分析
- 二、韩国网络游戏业规模和发展概况
- 三、2007年韩国网游业呈现衰退隐忧

四、2008年韩国网络游戏市场调研市场迎来复苏

第三章 2008-2009年国外重点网游企业分析

第一节 维旺迪 (VIVENDI)

一、公司简介

二、2007-2009财年维旺迪经营状况

第二节 EA

一、公司简介

二、2007-2009财年EA公司经营状况分析

第三节 任天堂 (NINTENDO)

一、公司简介

二、2007-2009财年任天堂经营状况分析

三、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 (NAMCO BANDAI HOLDINGS INC.)

一、公司简介

二、2007-2009财年南梦宫万代经营状况分析

第五节 育碧 (UBI SOFT)

一、公司简介

二、2007-2009财年育碧经营状况

第四章 2008-2009年中国网络游戏产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国网游政策法规分析

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、电子出版物管理规定

六、《互联网出版管理暂行规定》

第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、信息技术产业运行形势分析

第三节 2008-2009年中国网络游戏产业社会环境分析

第五章 2008-2009年中国网络游戏产业运行形势分析

第一节2008-2009年中国网络游戏产业概况

- 一、中国网络游戏发展动因分析
- 二、中国网络游戏产业区域特点
- 三、中国网络游戏产业持续高速增长
- 四、国内网络游戏业跨入转型时期
- 五、中国大型网络游戏公司发展简况
- 六、中国网络游戏业的组织变革探讨

第二节2008-2009年中国网络游戏产业回顾

- 一、网络游戏广告市场收入规模研究
- 二、中国网络游戏用户规模分析
- 三、网络游戏销售情况分析
- 四、2008年网络游戏主要场所继续向家庭转移

第三节2008-2009年中国教育网游分析

- 一、中国教育网游的策划与研发
- 二、中国教育网游面临的问题
- 三、中国教育网游的前景看好

第四节2008-2009年中国网络游戏存在的问题分析

- 一、网络游戏市场发展的障碍
- 二、网络游戏产业发展的威胁分析
- 三、私服外挂成为网游业发展的阻碍因素
- 四、中国网络游戏发展的对策分析

一、网络游戏产业发展的总体方案

- 二、网络游戏产业的政策建议
- 三、引导大学生正确对待网络游戏
- 四、中国网络游戏业发展的五大策略

第六章 2008-2009年中国网络游戏的研发与销售分析

第一节2008-2009年网络游戏研发运营模式分析

- 一、传统的代理运营模式
- 二、中外合资运营模式
- 三、购买技术或合作开发运营模式
- 四、自主研发运营模式

第二节2008-2009年中国网络游戏产品开发及流程

一、网络游戏产品的定位

二、开发新游戏

三、网游的生命周期

四、网游的产品组合与延伸

第三节2008-2009年中国网络游戏充值卡销售渠道

一、网上虚拟充值卡

二、充值卡实体

三、手机支付平台

第四节2008-2009年中国网络游戏研发与运营价值链分析

一、网络游戏价值链描述

二、游戏研发环节

三、游戏运营环节

第七章 2008-2009年中国网络游戏运营与盈利分析

第一节2008-2009年网络游戏运营模式剖析

一、网络游戏制造公司

二、网络游戏运营公司

三、网络游戏代理公司

四、软件销售公司

五、网吧和玩家

第二节2008-2009年网络游戏界商业运营模式

一、商业模式基本类别

二、专业代理运营企业

三、综合门户企业

四、电信运营企业

五、游戏生产企业

六、合资经营

七、收购核心技术企业

第三节2008-2009年中国网络游戏收费模式评析

一、计时收费

二、包月收费

三、出售装备收费

四、消耗道具收费

五、收费模式的未来

第四节2008-2009年中国网络游戏盈利分析

一、网络游戏的“4赢”模式

二、点卡计费卡收入

三、电信分成收入

四、网络广告收入

五、网游盈利出现新模式

第五节2008-2009年中国游戏类型和盈利模式分析

一、角色扮演类

二、棋牌类游戏

三、休闲对战类

第八章 2008-2009年中国网络游戏用户调研分析

第一节2008-2009年中国网游用户基本情况

一、网游用户的职业分布

二、网游用户的年龄特征

三、网游用户的文化程度

四、网游用户的性别特征

五、网游用户的地域分布

六、网游用户的收入情况

第二节2008-2009年中国网游用户的行为状况

一、网游用户的主要电信服务商

二、网游用户的游戏时间

三、网游用户主要游戏地点

四、网游用户服务器选择方式

五、网游用户的主要游戏目的及影响游戏选择的因素

六、网游用户上网方式

第三节2008-2009年中国网游用户的消费行为分析

一、网游用户游戏月消费情况

二、网游用户能够承受的月最高付费额

三、网游用户发生过的虚拟物品交易金额

四、网游用户能够承受的虚拟物品交易金额上限

五、网游用户的游戏花费主要来源

六、网游用户游戏点卡及软件购买地点

第四节2008-2009年中国网游用户的行为偏好分析

- 一、网游用户最喜欢的游戏收费模式
- 二、网游用户最喜欢的游戏类型
- 三、网游用户在游戏中最喜欢做的事
- 四、网游用户最喜欢的游戏活动
- 五、网游用户最认同的游戏宣传途径
- 六、网游用户最喜欢的大中型休闲游戏系统
- 七、网游用户最关注的大中型休闲游戏因素
- 八、网游用户最认同的大中型休闲游戏升级方式
- 九、最吸引网游用户的大中型休闲游戏帮派功能

第九章 2008-2009年中国手机网络游戏产业分析

第一节2008-2009年手机网游基本概述

- 一、手机网游与PC网游的差异
- 二、手机网游发展对于手游产业链的价值
- 三、手机网游的收费模式解析

第二节2008-2009年手机网游产业发展概况

- 一、全球移动游戏产业综述
- 二、中国手机网游发展概述
- 三、中国手机网游发展格局分析

第一节 四川

- 一、四川列为国家四大网游动漫发展基地
- 二、四川电信加大对网络游戏业投入
- 三、成都网游军团发展强势

第二节 山东

- 一、山东第一家网络游戏公司成立
- 二、山东省网游玩家居全国省市之首
- 三、2008年山东网游发展迎来新的突破
- 四、山东发展网游存在困难

第三节 上海

- 一、上海有望成为网游硅谷
- 二、2006-2007年上海网络游戏产业营业收入情况

三、上海成为全国第三个网游动漫产业基地

四、2008年上海采取三大措施规范网游业发展秩序

第四节 深圳

一、深圳市网游企业简介

二、深圳网游产业迅速崛起

三、深圳网民网络游戏使用情况

第五节 厦门

一、厦门网游开发的特点解析

二、厦门网游业进军台湾市场

三、厦门发展动漫网游注重人才培养

第六节 其他地区

一、北京市

二、重庆市

三、湖南省

四、浙江嘉兴

第十二章 2008-2009年中国重点网游企业运行竞争力分析

第一节 盛大

一、公司简介

二、2007-2009年盛大网络经营状况

三、盛大网游推行区域特许经营策略

四、盛大MMORPG游戏介绍

第二节 巨人网络

一、公司简介

二、2007-2009年巨人网络经营状况

三、巨人网络主要网游产品运营状况

第三节 网易

一、公司简介

二、2007-2009年网易经营状况

第四节 腾讯

一、公司简介

二、2007-2009年腾讯经营状况

第五节 第九城市

一、公司简介

二、2007-2009年第九城市经营状况

第六节 完美时空

一、公司简介

二、2007-2009年完美时空经营状况

三、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

第七节 金山

一、公司简介

二、2007-2009年金山经营状况分析

第八节 网龙

一、公司简介

二、2007-2009年网龙经营状况分析

第十三章 2008-2009年中国互联网产业运行态势分析

第一节 2008-2009年中国互联网与网络游戏产业浅析

一、互联网、游戏和网络游戏关系辩论

二、网游业成互联网发展的亮点

三、互联网门户巨头纷纷试水网游

四、网游成互联网门户最赚钱业务

第二节 2008-2009年中国互联网产业发展综述

一、中国互联网发展呈现三个新动向

二、互联网行业投资量下降但前景仍看好

三、互联网行业未来的发展趋势

第三节 2008-2009年中国互联网发展存在的问题及建议

一、互联网发展存在的问题

二、无线互联网应用中面临的瓶颈

三、互联网知识产权立法存在的问题及对策

四、发展互联网产业的政策思路

五、助推中国互联网产业健康发展的手段

第十四章 2009-2012年中国网络游戏产业发展趋势预测分析

第一节 2009-2012年中国网络游戏前景及趋势分析

一、2011年中国网游发展趋势

二、网络游戏产业市场盈利预测分析

三、网络游戏竞争格局预测分析

第三节2009-2012年中国网络游戏流行趋势分析

第十五章2009-2012年中国网络游戏投资分析

第一节2009-2012年中国网络游戏投资概况

一、中国网游进入资本时代

二、国内网游发展态势

图表 2007年中国网络游戏市场收入

图表 全球移动游戏用户数量比重

图表 网游《纵横天下》宣传照

图表 2007年中国互联网用户接入方式构成图

图表 2007年中国互联网用户人均月访问时长分布

图表 2007年中国互联网用户消费总规模

图表 中国B2B电子商务(B2B电子商务市场分析)市场交易规模发展情况

图表 2008-2009年中国互联网网站页面浏览量构成统计

图表 2008-2009年中国互联网用户人均月访问时长分布

图表 2008-2009年中国互联网用户人均月网站访问次数分布

图表 2008-2009年中国互联网用户人均月页面浏览数分布

图表 2008-2009年中国互联网有效受众规模统计

图表 2008-2009年中国互联网用户消费总规模统计

图表 2008-2009年中国互联网用户人均月度互联网消费

图表 2008-2009年中国互联网用户人均半年互联网消费

图表 2008-2009年中国互联网用户消费互联网消费结构

图表 2007网络游戏核心运营商竞争力排名

图表 网络游戏产业主要竞争力量

图表 2007年十大最受欢迎的网络游戏

图表 2008年中国网络游戏用户最期待的网络游戏

图表 网游《赤壁》截图

图表 网游《仙剑奇侠传OL》截图

图表 2002-2007年我国网络游戏(网络游戏竞争力)竞争格局(按产品结构)

图表 2008-2009年上半年网龙综合损益表(未审计)

图表 2008-2009年上半年网龙雇员人数情况

图表 2008-2009年上半年网龙网络游戏用户情况

