

2010-2015年中国网络游戏 行业调研及投资发展分析报告

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

《2010-2015年中国网络游戏行业调研及投资发展分析报告》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/U627198OHS.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

2010-2015年中国网络游戏行业调研及投资发展分析报告 内容介绍：

本研究咨询报告主要依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、新闻出版总署、中国互联网协会、各网络游戏门户网站、国内外相关刊物的基础信息以及网络游戏行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界网络游戏市场形成三大阵营

三、全球网络游戏产业规模不断扩大

四、全球网络游戏玩家规模庞大

五、2008年欧美网络游戏市场分析

六、2010年全球网络游戏消费调查

第二节 美国

一、美国网络游戏行业考察行业概况

二、2009年美国网络游戏消费分析

三、美国成为韩国网游业抢夺热点

四、2009年美国网游用户增长情况

第三节 日本

一、日本的网络游戏行业开始复苏

二、2009年日本网络游戏调查

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

第四节 韩国

一、韩国网络游戏业规模和发展概况

二、2008年韩国网络游戏市场调研市场增长情况

三、2009年韩国网络游戏企业集体落户长三角

四、2009年韩国游戏公司全年财报汇总

五、2009年韩国网游大事回顾

六、2009-2010年韩国网络游戏市场调研市场出口分析

七、2009年韩国网络游戏市场调研市场主流游戏分析

八、2009-2012年韩国网游产业投资规划分析

第三章 中国网络游戏产业分析

第一节 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、中国网络游戏玩家规模分析
- 四、中国免费网游成主流消费模式
- 五、中国大型网络游戏公司发展简况

第二节 2007-2008年中国网络游戏产业回顾

- 一、2007年中国网络游戏发展的五大策略

第二部分 细分市场及领域分析

第四章 网络游戏区域发展概况

第一节 四川

- 一、四川列为国家四大网游动漫发展基地
- 二、四川对网络游戏虚拟货币的管理规范
- 三、成都网络游戏新兴力量正在崛起
- 四、成都网游研发企业获日企资金青睐
- 五、成都网络游戏产业发展规划

第二节 上海

- 一、上海有望成为网游硅谷
- 二、上海成为全国第三个网游动漫产业基地
- 三、2007年上海网络游戏销售收入情况
- 四、2008年上海网络游戏销售收入情况
- 五、2008年上海网络游戏出版行业逆势增长
- 六、2009年上海电信推出“游戏新天地”游戏平台
- 七、上海要求网游产品提供“适龄提示”
- 八、上海率先启动制订网游服务地方标准

第三节 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

第四节 深圳

- 一、深圳市网游市场发展现状
- 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 北京

- 一、北京网络游戏产业发展现状
- 二、北京市动漫网游行业的政策情况
- 三、2010年北京网络游戏分级制度将启动

第六节 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、厦门动漫网游高速发展

第七节 其他地区

- 一、重庆市
- 二、湖南省
- 三、浙江杭州
- 四、浙江嘉兴
- 五、江苏常州

第五章 网络游戏的研发与销售

第一节 2009中国网络游戏研发力量调查

- 一、2009年原创网游数量
- 二、三弊端制约网游业
- 三、各地出台政策 建游戏基地扶持产业

第二节 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 网络游戏充值卡销售渠道

第四节 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
- 四、网络游戏推广

第六章 网络游戏运营与盈利分析

第一节 网络游戏运营模式剖析

一、代理运营模式

二、自主研发模式

三、合作经营模式

四、买断版权运营模式

第二节 中国网络游戏的主要盈利模式

一、计时收费模式

二、准免费模式

三、双轨运营模式

第三节 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 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、会员收入

三、电信分成收入

四、增值服务收入

五、网游盈利出现新模式

第五节 游戏类型和盈利模式及趋势

一、盈利模式

二、竞争态势

三、未来趋势及特征

第七章 2009年中国网络游戏用户分析

第一节 中国网络游戏用户基本情况

一、网络游戏用户性别、年龄、学历、职业特征

三、网络游戏用户游戏年龄构成

四、网络游戏用户主要进行游戏的场所

五、网络游戏用户进行游戏的时间分布

六、不同性别网络游戏用户基本特征分析

七、不同主流用户群体基本特征分析

第二节 中国网络游戏用户游戏偏好分析

- 一、网络游戏用户对画面类型的偏好
- 二、网络游戏用户对画面风格的偏好
- 三、网络游戏用户对MMORPG战斗模式的偏好
- 四、网络游戏用户对游戏类型的偏好
- 五、网络游戏用户对收费模式的偏好
- 六、不同性别网络游戏用户游戏偏好对比
- 七、不同主流用户群体的偏好对比

第三节 中国网络游戏用户游戏行为分析

- 一、网络游戏用户接受游戏广告信息的途径
- 二、网络游戏用户的游戏动机和标准
- 三、网络游戏用户对服务器的选择
- 四、网络游戏用户对游戏公会的认知
- 五、网络游戏用户对网游不满之处及离开原因
- 六、中国网络游戏用户对网瘾的看法
- 七、网络游戏用户不同主流群体行为分析

第四节 中国网络游戏用户消费行为研究

- 一、网络游戏用户消费意愿
- 二、网络游戏用户付费方式
- 三、网络游戏用户月度ARPU值
- 四、网络游戏用户道具消费偏好
- 五、网络游戏用户不同ARPU值消费特征分析

第五节 中国网页游戏用户行为研究

- 一、网页游戏用户获取信息渠道
- 二、网页游戏用户选择游戏的标准
- 三、网页游戏用户游戏类型偏好
- 四、网页游戏用户付费模式偏好
- 五、网页游戏用户离开上一个网页游戏的理由

第八章 手机网络游戏产业分析

第一节 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 手机网游产业发展概况

一、全球移动游戏产业综述

二、中国手机网游发展呈现三个新动向

五、互联网行业投资量下降但前景仍看好

六、互联网行业未来的发展趋势

第三节 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

第三部分 产业竞争格局

第十章 网络游戏产业竞争与营销

第一节 网游业竞争形势分析

一、联合运营成趋势 网游进入资本竞争时代

二、2009年中国网络游戏运营商竞争力分析

三、网游人才竞争激烈跳槽成风

四、2009年网络游戏市场竞争加剧

五、网络游戏行业恶性竞争问题分析

六、3D研发力将决定网游国际市场竞争力

七、未来网络游戏市场竞争趋势分析

第二节 网络游戏业的主要竞争力量

一、主要竞争力量简析

二、新进入者的竞争威胁

三、现有网络游戏产商之间的竞争

四、替代产品或服务的竞争威胁

五、购买者的讨价还价压力

六、供应商的讨价还价压力

七、其他利益相关者的相对力量竞争

第三节 网游企业竞争行为选择

- 一、“五力模型”和“价值链模型”的再认识
- 二、基于产业价值链的企业竞争部位选择模型
- 三、企业竞争部位选择模型的构建
- 四、企业竞争部位选择及网络游戏产业链的演变

第四节 网络游戏营销分析

- 一、中国网络游戏营销状况
- 二、网络游戏市场的营销模式探讨
- 三、网络游戏渠道建设与整合营销解析
- 四、网络游戏成隐性营销新乐土
- 五、网游明星营销
- 六、新型网吧传媒成网络游戏推广重要渠道
- 七、百度网游报告渐成网游营销推广参考依据
- 八、2010年预测网络游戏营销预测
- 九、网游公益营销仍处试水阶段 能走多远拭目以待

第十一章 国外重点网游企业分析

第一节 维旺迪 (VIVENDI)

- 一、公司简介
- 二、2007财年维旺迪经营状况
- 三、2008年维旺迪经营状况
- 四、2009年维旺迪经营状况
- 五、维旺迪完成瘦身计划、扩在华游戏市场

第二节 EA

- 一、公司简介
- 二、2007财年EA公司经营状况分析
- 三、2008财年EA公司经营状况分析
- 四、2009财年第四财季EA公司经营状况分析
- 五、2010财年第二季度 EA公司经营状况分析
- 六、EA公布2011财年新作发售表

第三节 任天堂 (NINTENDO)

- 一、公司简介
- 二、2007财年任天堂经营状况分析
- 三、2008财年任天堂经营状况分析

四、2009财年任天堂经营状况分析

五、2010财年前三季度任天堂经营状况

第四节 南梦宫万代控股公司 (NAMCO BANDAI HOLDINGS INC.)

一、公司简介

二、2008财年南梦宫万代经营状况分析

三、日本南梦宫万代公司拟3年内在中国建10所娱乐设施

第五节 育碧 (UBI SOFT)

一、公司简介

二、2008-2009财年育碧经营状况

三、2009-2010财年上半年育碧经营状况

四、2010年育碧重回中国 将推出全新网游

第十二章 国内重点网游企业分析

第一节 盛大

一、公司简介

二、2007年盛大网络经营状况

三、2008年盛大网络经营状况

四、2009年盛大网络经营状况

五、盛大网络变身全能型选手 版权问题成其最大风险

六、盛大拟开发全新概念网络游戏平台

七、2010年盛大进军网页游戏

第二节 巨人网络

一、公司简介

二、2007年巨人网络经营状况

三、2008年巨人网络经营状况

四、2009年度巨人网络经营状况分析

五、巨人网络主要网游产品运营状况

六、2009年巨人网络“赢在巨人”计划进展情况

七、巨人网络拟在成都建游戏研发基地

八、巨人网络酝酿网络游戏联合运营模式

第三节 网易

一、公司简介

二、2007年网易经营状况

三、2008年网易经营状况

四、2009年网易公司经营状况分析

五、网易魔兽遭遇网络游戏前置审批难题

六、网易网游市场份额增长3.6% 受魔兽推动

第四节 腾讯

一、公司简介

二、2007年腾讯经营状况

三、2008年腾讯经营状况

四、2009年腾讯经营状况

五、2009年网络游戏运营商腾讯取代盛大成为第一

第五节 第九城市

一、公司简介

二、2007年第九城市经营状况

三、2008年第九城市经营状况

四、2009年前三季度第九城市经营状况

五、九城收购两家网游公司扩充研发能力

六、九城试水联合运营 开辟新的发展道路

第六节 完美时空

一、公司简介

二、2007年完美时空经营状况

三、2008年完美时空经营状况

四、2009年第三季度完美时空经营状况分析

五、完美时空2100万美元收购日本网游运营商

六、2009年完美时空网络游戏发展亮点

第七节 金山

一、公司简介

二、2007年金山经营状况分析

三、2008年金山经营状况

四、2009年金山软件经营状况分析

第八节 网龙

一、公司简介

二、2007年网龙经营状况分析

三、2008年网龙经营状况

四、2009年网龙经营状况

第四部分 行业投资及趋势预测

第十三章 2010-2015年网络游戏投资策略探讨

第一节 网络游戏产业投资概况

一、中国网游进入资本时代

二、国内网游市场规模预测

二、亚太在线游戏市场发展预测

三、亚洲将成为世界网络游戏主要市场

第二节 2010-2015年中国网络游戏前景及趋势分析

一、中国网络游戏发展趋势

第十五章 网游政策法规分析

第一节 网络游戏产业政策环境剖析

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、新闻出版总署“八大”监管措施 规范网络游戏产业

五、2010年文化部将发布实施《网络游戏管理办法》

第二节 网游相关政策法规

一、互联网信息服务管理办法

二、电子出版物管理规定

三、《互联网出版管理暂行规定》

附录：2009-2010年热门网络游戏介绍

附录一：2009年最受欢迎网络游戏排行

附录二：2009年十大新锐网络游戏排行

附录三：2009年十大最受期待网游排行

附录四：2010年十大最受期待网游排行

图表目录

图表：电子游戏及网络游戏分类表

图表：网络游戏技能系别及特点分析

图表：我国网络游戏的发展生命周期

图表：网易开发的《天下2》宣传海报

图表：2006-2012年世界网络游戏市场规模

图表：2003-2011年欧洲网络游戏市场规模有预测

图表：2003-2009年美国电脑网络游戏消费趋势

图表：日本国内网络游戏玩家层分布图

图表：日本网络游戏用户职业分布

图表：日本网络游戏用户年龄分布

图表：日本网络游戏用户游玩时间分布

图表：日本网络游戏用户游戏机种选择

图表：日本网络游戏用户使用电脑的CPU配置

图表：日本网络游戏用户玩家选用的显卡

图表：日本网络游戏吸引人处

图表：日本网络游戏用户不玩某款网游的原因

图表：2009年5月5日-5月11日日本游戏关注榜top

图表：《永恒之塔》宣传海报

图表：《七龙珠OL》宣传海报

图表：《炽焰帝国2》游戏截图

图表：《Tera》宣传海报

图表：《突袭》宣传海报

图表：《Fifa OL2》游戏截图

图表：《劲舞团英语》游戏截图

图表：《汉字房》游戏截图

图表：2007年主要网游企业市场占有率分布图

图表：2008年Q3主要网游企业市场占有率分布图

图表：2008年前三季度主要网游企业市场占有率分布图

图表：2001-2007年网络游戏市场规模分析

图表：2007年Q2-2008年Q3中国网络游戏行业创投市场月度投资规模

图表：2010年2月中国移动互联网行业创投市场二级行业投资规模

图表：2010年2月中国移动互联网行业创投市场中外资投资规模

图表：2009年网游运营商关注度TOP

图表：2009年百度十大网游运营商指数

图表：2009年十大网游运营商关注度占比变化

图表：2009年中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场实力矩阵

图表：2008-2009年网络游戏运营商市场份额分布图

图表：2004年度中国网络游戏用户最期待的网络游戏（灰色标记为国产网络游戏）

图表：供应商提供网络游戏运行的物质平台示意图

图表：2005年Q1-2007年Q4盛大净收入变化趋势情况

图表：2005年Q1-2007年Q4盛大净收入变化趋势情况

图表：2005年Q1-2007年Q4盛大游戏收入变化趋势情况

图表：2005年Q1-2007年Q4盛大游戏收入比例变化趋势情况

图表：2005年Q1-2007年Q4盛大其它收入变化趋势情况

图表：2005年Q1-2007年Q4盛大毛利及毛利率变化趋势情况

图表：2008年第四季度盛大公司合并财务数据

图表：2007年与2008年第四季度盛大公司合并财务数据比较

图表：2008年第四季度至2009年第四季度盛大网络集团合并财务报告摘要

图表：2008年与2009年盛大网络集团合并财务报告摘要

图表：2004-2008年盛大上市以来营业收入构成及增长

图表：2009第4季度中国网游市场调研市场主要厂商(网游市场主要厂商市场分析)市场份额

图表：2006年Q1-2008年Q4九城营收趋势

图表：2006年Q2-2008年Q4九城网游业务运营趋势

图表：2006年Q2-2008年Q4九城毛利率变化趋势

图表：2006年Q2-2008年Q4九城运营费用变化趋势

图表：2006年Q2-2008年Q4九城净利润变化趋势

图表：2007年Q2-2009年Q4金山总营收增长趋势图

图表：2007年Q2-2009年Q4金山网游营收增长趋势图

图表：2007年Q2-2009年Q4金山网游营收增长趋势图

图表：2007年全年网龙主要游戏收入份额示意图

图表：2006年Q4-2007年Q4网龙季度营收增长示意图

图表：电子游戏分类

图表：2003-2013年中国网络游戏(网络游戏市场分析)市场规模增长趋势及预测

图表：2007-2013年中国网页游戏(网页游戏市场分析)市场规模增长趋势及预测

图表：2008-2013年中国游戏(游戏出口数据)出口业务(游戏出口业务市场分析)市场规模增长趋势及预测

图表：2007-2012年中国手机游戏(手机游戏市场分析)市场规模增长趋势及预测

图表：不同类型网游玩家在线时间

图表：不同类型网游玩家在线人数

图表：网络游戏模式分布

图表：网游网站行业访客数增长趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/U627198OHS.html>