



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国网络游戏市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国网络游戏市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278263.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

网络游戏指以互联网为传输媒介，以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端，以游戏客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有可持续性的个体性多人在线游戏。

2015 年全球网络游戏市场规模将达到 884 亿美元，同比增长 9%。过去五年全球网游基本稳定在 8% 左右。相比于发展时间长，商业模式较为成熟的欧美市场，新兴游戏市场发展速度更快，2015 年中国游戏收入有望超越美国排名全球第一。2012-2017 年全球网游市场规模及增速

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：行业发展篇

1.1 网络游戏行业发展背景

1.1.1 网络游戏定义与分类

（1）网络游戏行业定义

（2）网络游戏行业分类

A、休闲网络游戏：即登陆网络服务商提供的游戏平台后（网页或程序），进行双人或多人对弈的网络游戏。a)传统棋牌类：如纸牌、象棋等，提供此类游戏的公司主要有腾讯、联众、新浪等。b)新形态(非棋牌类)：即根据各种桌游改编的网游如三国杀、UNO牌、杀人游戏，大富翁（地产大亨）等。

B、网络对战类游戏：即玩家通过安装市场上销售的支持局域网对战功能游戏，通过网络中间服务器，实现对战，如CS、星际争霸、魔兽争霸等，主要的网络平台有盛大、腾讯、浩方等。

C、角色扮演类大型网上游戏：即RPG类，通过扮演某一角色，通过任务的执行，使其提升

等级，等到宝物等，如大话西游、传奇等，提供此类平台的主要有盛大等。

D、功能性网游：即非网游类公司发起借由网游的形式来实现特定功能的功能性网游：光荣使命（南京军区开发用于军事训练用途），由简股市气象台（基金与投资机构开发用于收集股市趋势与动态），清廉战士（用于反腐保先教育），学雷锋（盛大出品的教育网游）等。

1.1.2 网络游戏行业产业链分析

（1）网络游戏产业链结构

（2）网络游戏产业链组成

1) 游戏开发商

2) 游戏运营商

3) 游戏销售商

4) 游戏用户

5) 辅链组成

（3）网络游戏产业链分析

1) 辐射包容能力

2) 产业链各环节的关系

1.1.3 网络游戏行业发展环境

（1）行业宏观环境分析

1) 行业政策环境

2) 行业经济环境

3) 行业社会环境

4) 行业技术环境

（2）行业竞争环境分析

1) 现有企业的竞争

2) 潜在进入者威胁

3) 供应商议价能力

4) 下游客户议价能力

5) 替代品威胁

6) 竞争情况总结

1.2 网络游戏行业发展分析

1.2.1 中国网络游戏行业发展现状分析

（1）网络游戏行业发展阶段

（2）网络游戏行业市场规模

1) 网游行业营收规模 2013-2018年中国网络游戏市场规模及增速

2) 网游行业用户规模

(3) 网络游戏行业供应情况

1) 网游行业企业数量

2) 网游产品推出数量

3) 国产网游数量规模

(4) 网络游戏行业出口情况

1) 网游行业出口规模

2) 网游行业出口模式

3) 网游行业出口格局

(5) 网络游戏辐射带动效应

1.2.2 客户端网游发展现状分析

(1) 客户端网游市场规模

1) 行业总体市场规模

2) MMORpg网游市场规模

3) 休闲类网游市场规模

(2) 客户端网游研发情况

1) 网游研发公司规模

2) 网游研发从业人数

3) 网游推出与运营数量

(3) 客户端网游盈利情况

(4) 客户端网游用户行为

(5) 客户端网游市场集中度

(6) 客户端网游微端化趋势

1) 微端技术的优势

2) 传统端游踏上微端时代

3) 微端网游面临的挑战

4) 微端网游发展前景预测

1.2.3 网页游戏行业发展现状分析

(1) 网页游戏行业发展概况

(2) 网页游戏行业发展规模

1) 网页游戏推出数量规模

2) 网页游戏行业市场规模

3) 网页游戏行业用户规模

(3) 网页游戏用户行为分析

1) 用户普及度

2) 接触时间

3) 游戏内容建设

4) 热衷度

5) 信赖度

6) 推广认可度

7) 用户付费率

8) 自身优势及劣势

9) 网页游戏前景

(4) 网页游戏生命周期分析

(5) 网页游戏行业盈利状况

(6) 网页游戏行业竞争分析

1) 网页游戏行业市场格局

2) 网页游戏行业竞争特点

3) 网页游戏行业洗牌开始

1.2.4 移动游戏行业发展现状分析

(1) 移动游戏行业界定

(2) 移动游戏产业链分析

1) 移动终端设备制造商

2) 移动游戏开发与发行商

3) 移动游戏独立运营商

4) 移动游戏平台运营商

5) 移动游戏分发渠道商

(3) 移动游戏市场规模

1) 移动游戏企业数量

2) 移动游戏推出数量

3) 移动游戏用户数量

4) 移动游戏收入规模

(4) 移动游戏细分市场

1) 移动单机游戏市场

2) 移动网络游戏市场

(5) 移动游戏用户行为

1) 移动游戏用户基本属性

2) 移动游戏用户参与移动游戏情况

3) 移动单机游戏用户行为

4) 移动网络游戏用户行为

1.2.5 移动游戏行业发展前景分析

(1) 2013-2016年网游行业预测

1) 网游行业前景预测

2) 端游行业前景预测

3) 页游行业前景预测

4) 移动游戏行业前景预测

(2) 2013-2016年网游出口预测

1) 网游海外市场特征

2) 网游出口驱动因素

3) 网游出口阻碍因素

4) 网游出口前景预测

第2章：商业模式篇

2.1 网络游戏行业商业模式分析

2.1.1 商业模式创新推动网络游戏发展

(1) 商业模式概念及内涵

(2) 网游商业模式核心要素

1) 盈利模式

2) 运营模式

3) 营销模式

2.1.2 国外网络游戏模式分析

(1) 美国网络游戏模式

(2) 日本网络游戏模式

(3) 韩国网络游戏模式

2.1.3 中国网游商业模式创新

(1) 网游商业模式探索与变革

（2）网游行业当前需解决的问题

- 1) 同质化
- 2) 付费模式
- 3) 新用户发掘
- 4) 营销手段创新

（3）商业模式创新是下一步关键

2.1.4 网络游戏商业模式变革趋势

（1）商业模式创新的成功因素

- 1) 网络游戏的内容是基础
- 2) 网络游戏运营技术是关键

（2）影响商业模式创新的主要方面

- 1) 外部因素分析
- 2) 内部因素分析

（3）商业模式创新的主要方向

- 1) 网络游戏研发制作水平不断提高
- 2) 网络游戏技术可控性提高
- 3) 商业利益与社会责任保持平衡

2.2 客户端网游行业商业模式创新与案例分析

2.2.1 客户端网游行业发展模式分析

（1）代理运营模式

- 1) 代理运营模式特点
- 2) 代理运营模式代表企业
- 3) 代理运营模式的优劣势
- 4) 代理运营模式的核心要素

（2）自主产权模式

- 1) 自主产权模式特征
- 2) 自主产权模式代表企业
- 3) 自主产权模式的优劣势
- 4) 自主产权模式的核心要素

（3）自主&代理模式

- 1) 自主&代理模式特点
- 2) 自主&代理模式代表企业

3) 自主&代理模式的优劣势

4) 自主&代理模式的核心要素

(4) 综合门户模式

1) 综合门户模式特点

2) 综合门户模式代表企业

3) 综合门户模式的优劣势

4) 综合门户模式的核心要素

2.2.2 客户端网游行业运营模式分析

(1) 客户端网游联合运营分析

1) 联合运营模式的产生

2) 联合运营方式及案例

3) 联合运营模式趋势

4) 联合运营关键因素

5) 联合运营风险防范

(2) 客户端网游异业合作分析

1) 异业合作模式的内涵

2) 异业合作模式的类型

3) 异业合作方式与项目

4) 主要厂商异业合作情况

5) 异业合作模式的效用

6) 异业合作模式前景展望

7) 异业合作经典案例分析

2.2.3 客户端网游盈利模式变迁与方向

(1) 传统盈利模式面临挑战

1) 第一代：收费模式

2) 第二代：免费模式

(2) 新型盈利模式探索与创新

1) 内置广告模式(IGA)

2) 双向收费模式

3) 道具交易收费模式

4) 信用卡机制

5) 周边产品盈利模式

6) 其它创新盈利模式分析

(3) 客户端网游盈利模式趋势

1) 网游增值服务业盈利模式分析

2) 盈利模式发展趋势分析

3) 未来可发展的盈利模式

2.2.4 客户端网游营销模式与策略

(1) 客户端网游营销渠道格局

1) 行业主要营销渠道

2) 渠道格局变化趋势

(2) 客户端网游典型营销策略

1) 客户端网游营销模式

2) 客户端网游整合营销

3) 客户端网游营销创新策略

2.2.5 客户端网游几大成功案例解析

(1) 《征途》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(2) 《传奇》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(3) 《梦幻西游》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(4) 《魔兽世界》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(5) 《穿越火线》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(6) 《泡泡堂》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

2.3 网页游戏行业商业模式创新与案例分析

2.3.1 网页游戏行业运营模式分析

(1) 网页游戏运营模式概述

(2) 网页游戏联运模式分析

1) 网页游戏联合运营特征

2) 网页游戏联合运营现状

3) 网页游戏联合运营关键

4) 网页游戏联合运营风险

5) 网页游戏联合运营趋势

(3) 网页游戏独代模式分析

1) 网页游戏独代介绍

2) 网页游戏独代经营效益

3) 网页游戏独代运营趋势

(4) 网页游戏自产自营模式

1) 网页游戏自产自营优势

2) 网页游戏资产自营风险

3) 网页游戏自产自营现状

4) 网页游戏自产自营趋势

2.3.2 网页游戏行业盈利模式及前景

(1) 网页游戏行业盈利模式

1) 点卡(VIP月卡)销售

2) 道具及增值服务

3) 内置广告

4) 异业合作

(2) 网页游戏产业链盈利路径

1) 网页游戏平台环节

2) 网页游戏支付系统

3) 网页游戏广告环节

4) 网页游戏终端环节

(3) 网页游戏盈利存在的问题

1) 盈利模式单一

2) 同质化竞争激烈

3) 风险投资乏力

(4) 网页游戏行业盈利对策

1) 模式创新势在必行

2) 多种模式相互整合

3) 增强产业链的延伸

(5) 网页游戏行业盈利前景

1) 免费模式市场稳定

2) 内置广告有待开发

3) 社区化运营前景看好

4) 手机终端"蓝海"空间

2.3.3 网页游戏行业营销模式分析

(1) 网页游戏厂商渠道争夺

(2) 网页游戏主要营销手段

1) CPS: 按照用户消费情况分成

2) CPT (包括垂直门户)

3) CPC: 点击付费

4) CPM: 弹窗

5) SEM: 搜索引擎广告

6) 其它新型营销手段

(3) 网页游戏营销主要问题

(4) 《七雄争霸》营销创新案例

(5) 网页游戏行业营销建议

1) 充分重视开测前的预热

2) 充分重视开测时的炒作

3) 选择有实力的网络广告联盟

4) 争取知名媒介的联运渠道合作

5) 游戏活动炒作, 人推人模式

6) 保持网页游戏更新频率

2.3.4 网页游戏几大成功案例解析

(1) "开心农场"成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

(2) "摩尔庄园"成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

(3) "热血三国"成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

(4) "商业大亨"成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

2.4 移动游戏行业商业模式创新与案例分析

2.4.1 移动游戏运营模式分析

(1) 移动游戏联合运营模式

1) 移动游戏联合运营现状分析

2) 移动游戏联合运营存在问题

3) 联合运营模式的突破

(2) 移动游戏独立运营分析

1) 独立运营条件与要求

2) 独立运营现状与厂商

3) 独立运营未来趋势

2.4.2 移动游戏盈利模式与创新

(1) 移动游戏盈利模式变革

1) 下载收费

2) 购买游戏时间(点卡)

3) 套餐收费

4) 游戏内付费

5) 道具收费

6) 内置广告

7) 周边产品

(2) 移动游戏支付模式发展

1) 电信运营商短信计费

2) 充值卡类支付

3) 第三方支付

4) 银联支付

(3) 移动游戏盈利模式创新

2.4.3 移动游戏营销模式与策略

(1) 移动游戏业务渠道变革

1) 移动游戏业务主要渠道

2) 移动游戏业务渠道变革

(2) 移动游戏精细化营销策略

1) 精细化营销创新策略

2) 产业合作创新策略

3) 客户研究创新策略

4) 产品整合创新策略

5) 营销手段创新策略

6) 渠道拓展创新策略

2.4.4 移动游戏几大成功案例解析

(1) 《愤怒的小鸟》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

(2) 《植物大战僵尸》

1) 价值主张

- 2) 目标群体
- 3) 分销渠道
- 4) 客户关系
- 5) 资源配置
- 6) 成本结构
- 7) 盈利模式

(3) 《捕鱼达人》

- 1) 价值主张
- 2) 目标群体
- 3) 分销渠道
- 4) 客户关系
- 5) 资源配置
- 6) 成本结构
- 7) 盈利模式

(4) 《水果忍者》

- 1) 价值主张
- 2) 目标群体
- 3) 分销渠道
- 4) 客户关系
- 5) 资源配置
- 6) 成本结构
- 7) 盈利模式

2.5 网络游戏领先企业运营模式分析与借鉴

2.5.1 客户端网络游戏领先企业运营模式分析

(1) 腾讯控股有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司人力资源战略
- 7) 公司经营情况分析

- 8) 公司经营优劣势分析
- 9) 公司并购整合情况
- 10) 公司资本运作情况
- 11) 公司最新发展动向

(2) 上海盛大网络发展有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析
- 7) 公司并购整合情况
- 8) 公司资本运作情况
- 9) 公司最新发展动向

(3) 广州网易计算机系统有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司并购整合情况
- 9) 公司资本运作情况
- 10) 公司最新发展动向

(4) 完美世界(北京)网络技术有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司人力资源战略

- 7) 公司经营情况分析
- 8) 公司经营优劣势分析
- 9) 公司并购整合情况
- 10) 公司资本运作情况
- 11) 公司最新发展动向

(5) 上海巨人网络科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司人力资源战略
- 7) 公司经营情况分析
- 8) 公司经营优劣势分析
- 9) 公司并购整合情况
- 10) 公司资本运作情况
- 11) 公司最新发展动向

(6) 北京畅游时代数码技术有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司人力资源战略
- 7) 公司经营情况分析
- 8) 公司经营优劣势分析
- 9) 公司并购整合情况
- 10) 公司最新发展动向

(7) 金山软件有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进

- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析
- 7) 公司并购整合情况

(8) 网龙网络有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司人力资源战略
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司最新发展动向

2.5.2 网页游戏领先企业运营模式分析

(1) 趣游(北京)科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司盈利模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司人力资源战略
- 7) 公司经营情况分析
- 8) 公司经营优劣势分析
- 9) 公司最新发展动向

(2) 北京万维天空科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司经营情况分析
- 4) 公司经营优劣势分析

(3) 苏州市蜗牛电子有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务

- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司产品推广模式
- 5) 公司人力资源战略
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司最新发展动向

(4) 北京新娱兄弟网络科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司运营模式创新
- 5) 公司产品推广模式
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司最新发展动向

(5) 苏州尚娱科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司人力资源战略
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析
- 7) 公司资本运作情况

(6) 千橡互动集团有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司经营情况分析
- 5) 公司经营优劣势分析
- 6) 公司并购整合情况
- 7) 公司资本运作情况
- 8) 公司最新发展动向

(7) 厦门游家网络有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略演进
- 4) 公司经营情况分析
- 5) 公司经营优劣势分析
- 6) 公司资本运作情况

2.5.3 移动游戏领先企业运营模式分析

(1) 北京空中信使信息技术有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略分析
- 4) 公司盈利模式分析
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析
- 7) 公司并购整合情况
- 8) 公司资本运作情况
- 9) 公司最新发展动向

(2) 杭州斯凯网络科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司发展战略分析
- 4) 公司盈利模式分析
- 5) 公司推广模式分析
- 6) 公司经营情况分析
- 7) 公司经营优劣势分析
- 8) 公司并购整合情况
- 9) 公司资本运作情况
- 10) 公司最新发展动向

(3) 北京新浪互联信息服务有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务

3) 公司盈利模式分析

4) 公司推广模式分析

5) 公司经营情况分析

6) 公司经营优劣势分析

(4) 北京掌趣科技股份有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司组织结构分析

4) 公司发展战略分析

5) 公司盈利模式分析

6) 公司推广模式分析

7) 公司经营情况分析

8) 公司经营优劣势分析

9) 公司并购整合情况

10) 公司最新发展动向

(5) 北京数字顽石无线科技有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司盈利模式分析

4) 公司经营情况分析

5) 公司经营优劣势分析

6) 公司资本运作情况

7) 公司最新发展动向

(6) 北京掌上明珠信息技术有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

3) 公司经营情况分析

4) 公司经营优劣势分析

5) 公司最新发展动向

(7) 广州拉阔网络科技有限公司

1) 公司发展历程

2) 公司产品与服务

- 3) 公司盈利模式分析
- 4) 公司推广模式分析
- 5) 公司经营情况分析
- 6) 公司经营优劣势分析

(8) 北京当乐信息技术有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司推广模式分析
- 4) 公司经营情况分析
- 5) 公司经营优劣势分析
- 6) 公司资本运作情况

(9) 中国移动游戏基地

- 1) 基本情况
- 2) 游戏业务介绍
- 3) 游戏业务发展规模
- 4) 游戏合作伙伴情况
- 5) 游戏业务发展思路
- 6) 游戏业务优劣势分析

(10) 中国电信游戏运营中心

- 1) 基本情况
- 2) 游戏业务介绍
- 3) 游戏业务发展情况
- 4) 游戏合作伙伴情况
- 5) 专注于Android游戏发展
- 6) 游戏业务发展思路
- 7) 游戏业务优劣势分析

第3章：投资机会篇

3.1 网络游戏商业模式变革趋势与投资机会分析

3.1.1 网络游戏行业发展趋势分析

(1) 网络游戏大行业发展趋势

- 1) 跨平台发展

- 2) 产业链融合明显
- 3) 游戏种类日趋多元
- 4) 跨领域竞争与合作
- 5) "微创新"成重要推动模式
- 6) 健康、绿色游戏是未来方向

(2) 网络游戏细分市场发展趋势

- 1) 客户端游戏发展趋势
- 2) 网页游戏发展趋势
- 3) 移动游戏发展趋势

3.1.2 网络游戏行业发展机会与挑战分析

(1) 网络游戏行业有利与不利因素分析

- 1) 行业有利因素分析
- 2) 行业不利因素分析

(2) 网络游戏行业机会与挑战分析

- 1) 行业机会分析
- 2) 行业挑战分析

3.1.3 网络游戏行业投资机会与风险

(1) 网络游戏行业投资价值分析

(2) 行业投资情况

- 1) 网游行业投资规模
- 2) 网游行业投资特点
- 3) 网游行业投资热点

(3) 未来几年网游行业投资预测

- 1) 外围企业进入网游市场
- 2) "国家队"进入网游市场

(4) 网络游戏行业投资机会分析

- 1) 中小规模网络游戏开发商
- 2) 综合或垂直网络游戏运营平台商
- 3) 虚拟货币交易平台商
- 4) 与网络游戏相关的行业服务提供商

(5) 网络游戏行业投资风险提示

- 1) 政策风险

2) 行业风险

(6) 网络游戏行业投资建议

1) 投资时机的选择

2) 投资方式及领域

3) 需要注意的问题

图表目录：

图表1：网络游戏分类

图表2：网络游戏分类（按游戏方式分）

图表3：网络游戏研发运营方式

图表4：端游、页游与移动游戏研发运营方式比较

图表5：端游、页游与移动游戏用户偏好比较

图表6：中国网络游戏产业链图

图表7：网络游戏政策法规分类

图表8：网络游戏监管政策

图表9：2010-2014年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表10：城镇居民可支配收入（单位：元）

图表11：农村居民人均纯收入（单位：元）

图表12：2009-2015年我国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表13：2009-2015年我国手机网民规模及占网民比例

图表14：2009-2015年使用各类终端上网的网民规模变化趋势

图表15：客户端网络游戏研发从业人数（单位：万人，%）

图表16：网游行业现有企业的竞争分析

图表17：网游行业潜在进入者威胁分析

图表18：网游开发商议价能力分析

图表19：网游行业玩家议价能力分析

图表20：网游行业替代品威胁分析

图表21：网游行业五力分析结论

图表22：中国网络游戏发展阶段

图表23：中国网络游戏市场规模增长趋势（单位：亿元，%）

图表24：我国网络游戏用户规模（单位：亿人）

图表25：我国国产自主研发游戏数量（单位：款）

图表26：2009-2015年中国网络游戏出口增长趋势（单位：百万美元，%）

图表27：中国与韩国网络游戏出口规模比较分析（单位：亿元，%）

图表28：中国网游厂商出口业务市场份额

图表29：网络游戏对相关产业的贡献（单位：亿元）

图表30：2011-2016年我国端游行业销售收入增长趋势及预测（单位：亿元）

图表31：2011-2016年我国MMORpg游戏销售收入增长趋势及预测（单位：亿元）

图表32：2011-2016年我国休闲类网络游戏行业销售收入增长趋势及预测（单位：亿元）

图表33：中国PC大型网络游戏用户性别结构（单位：%）

图表34：中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户性别结构

图表35：中国PC大型网络游戏用户年龄结构

图表36：中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户年龄结构

图表37：中国PC大型网络游戏用户职业结构

图表38：中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户职业结构

图表39：中国PC大型网络游戏用户收入结构

图表40：中国小型休闲棋牌网络游戏用户收入结构

图表41：中国PC大型网络游戏用户学历结构

图表42：中国小型休闲棋牌网络游戏用户学历结构

图表43：微端网游市场份额（单位：亿元）

图表44：中国网页游戏市场规模（单位：亿元，%）

图表45：2011-2015年中国网页游戏用户规模变化趋势（单位：亿人）

图表46：网页游戏用户在游戏用户中的普及率（单位：%）

图表47：网页游戏用户接触网页游戏时间（单位：%）

图表48：中国常见网页游戏类型普及度（单位：%）

图表49：中国大型网络游戏与网页游戏用户认可情况（单位：%）

图表50：网页游戏用户日均游戏时间比较（单位：%）

图表51：网页游戏用户同时参与游戏数量分布（单位：%）

图表52：网页游戏整体信赖度（单位：%）

图表53：常见网页游戏受质疑度（单位：%）

图表54：网页游戏常见推广方式出现率对比（单位：%）

图表55：网页游戏常见推广方式认可度对比（单位：%）

图表56：网页游戏用户单款游戏持续时间（单位：%）

图表57：中国网页游戏用户付费情况（单位：%）

图表58：网页游戏获得用户支持的常见因素（单位：%）

图表59：网页游戏市场中用户反映强烈的问题（单位：%）

图表60：中国网页游戏行业所处生命周期

图表61：中国移动游戏收入规模（单位：亿元，%）

图表62：中国移动游戏收入结构（单位：亿元，%）

图表63：移动游戏用户性别比例

图表64：移动游戏用户年龄分布

图表65：移动游戏用户地区（省份）分布

图表66：移动游戏用户地域分布

图表67：移动游戏用户学历分布

图表68：移动游戏用户收入分布

图表69：移动游戏用户职业分布

图表70：移动游戏用户常用上网方式

图表71：移动游戏用户月度流量使用情况

图表72：移动游戏用户月度流量费用

图表73：移动游戏用户包月流量使用周期

图表74：移动游戏用户游戏开发商品牌关注度

图表75：移动游戏用户游戏时间分布

图表76：移动游戏用户游戏地点分布

图表77：移动游戏用户游戏类型偏好

图表78：移动游戏用户（iOS）游戏类型偏好

图表79：移动单机游戏用户周平均下载量情况分布

图表80：移动单机游戏用户每日用于游戏的时间分析

图表81：移动单机游戏用户每次游戏时长分析

图表82：移动单机游戏用户付费分布情况

图表83：移动单机游戏用户拒绝付费原因分析

图表84：移动单机游戏用户月均付费额度分析

图表85：移动单机游戏用户周度下载付费游戏数量

图表86：移动单机游戏用户单款游戏付费额分析

图表87：移动单机游戏用户计费模式认可度分析

图表88：移动单机游戏用户付费方式选择分析

图表89：移动游戏用户内嵌广告接受度

图表90：移动游戏用户对内嵌广告内容的偏好

图表91：移动网络游戏用户喜爱的手机网游题材

图表92：移动网络游戏用户终端平台接受网游差异对比

图表93：移动网络游戏用户参与游戏的原因分析

图表94：移动网络游戏用户不玩手机网游原因分析

图表95：移动网络游戏用户放弃一款网游的原因分析

图表96：移动网络游戏用户玩一款网游持续时间

图表97：移动网络游戏用户每日玩网游时长

图表98：移动网络游戏用户玩一款网游持续时间

图表99：移动网络游戏用户最感兴趣的网游功能

图表100：移动网络游戏用户喜爱的在线活动

图表101：移动网络游戏用户喜爱的互动方式

图表102：移动网络游戏用户付费额度分析

图表103：移动网络游戏用户支付方式分析

图表104：移动网络游戏用户客服满意度分析

图表105：2016-2022年我国网络游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表106：2016-2022年我国客户端网络游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表107：2016-2022年我国页游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表108：2016-2022年我国手机移动游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表109：商业模式结构图

图表110：盈利模式流程图

图表111：近年来美国相关娱乐产业政策

图表112：韩国网络游戏产业政策

图表113：我国网络游戏商业模式发展阶段

图表114：影响网游商业模式创新的政策法规因素

图表115：代理运营模式优劣势分析

图表116：端游行业自主产权模式代表企业特色

图表117：自主产权模式优劣势分析

图表118：自主&代理模式优劣势分析

图表119：端游行业自主产权模式代表企业分析

图表120：自主&代理模式优劣势分析

……略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278263.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。