



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国网络游戏内置广告行业 发展报告

# 一、调研说明

《2008年中国网络游戏内置广告行业发展报告》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/41139.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

报告亮点：

（一） 报告对游戏内置广告这一新兴的广告形式进行深入研究，阐述了游戏内置广告的特点，帮助企业和投资者全面了解和把握游戏广告市场的发展特征和趋势

（二） 使用艾瑞的网游研究模型对游戏内置广告市场走势进行研究，通过借鉴中国网游产业、网络广告、网络经济等行业的发展规模综合分析，得出内置广告的相关市场数据，为投资者制定战略提供参考。

（三） 对游戏内置广告的媒体价值进行分析，找出对行业影响最大的外力因素，特别将政策因素作为重点分析，为运营商提供参考。

（四） 从市场的成长性和发展策略进行分析，对未来市场的发展做出定性和定量的预测，从中分析投资机会，评估盈利前景，并给出市场意见和建议。

### 【 目录 】

附录一：正式版报告目录

Page3——I. 研究方法

Page4——II. 概念定义

Page6——III. 报告摘要

Page7——IV. 报告正文

Page7——1. 游戏内置广告的定义及分类

Page7——1.1. 网络广告的分类

Page7——1.1.1. 按网络媒体类型分类

Page7——1.1.2. 按广告形式分类

Page9——1.2. 游戏内置广告的定义

Page9——1.3. 游戏内置广告的分类

Page9——1.3.1. 国外的分类方式

Page10——1.3.2. 国内的分类方式

Page14——2. 网络游戏媒体价值分析

Page14——2.1. 网络游戏媒体流量特征分析

Page14——2.1.1. 网络游戏媒体流量分析

Page16——2.1.2. 网络游戏媒体黏性分析

Page19——2.2. 网络游戏用户属性分析

Page19——2.2.1. 网络游戏用户基本属性

Page23——2.2.2. 网络游戏用户消费属性

Page27——2.2.3. 网络游戏用户广告属性

Page31——3. 海外游戏广告发展概况

Page31——3.1. 2006-2011年全球游戏广告市场规模

Page32——3.2. 2007-2012年美国游戏广告市场分析

Page33——3.3. 2007-2012年美国游戏内置广告市场收入结构

Page34——4. 中国网络游戏内置广告市场发展概况

Page34——4.1. 中国游戏内置广告行业生命周期分析

Page35——4.2. 中国游戏内置广告市场规模

Page36——5. 中国游戏内置广告行业产业链分析

Page36——5.1. 游戏内置广告行业产业链构成

Page37——5.2 游戏内置广告行业产业链各环节分析

Page37——5.2.1. 广告主：对IGA接受程度有待提高

Page37——5.2.2 网络游戏开发商：游戏是艺术品或是商品？孰轻孰重困扰研发者

Page37——5.2.3 网络运营商：内置广告加大运营风险 双刃剑效应明显

Page37——5.2.4. 网络游戏玩家：完全接受IGA尚需时日

Page39——法律声明

附录二：正式版报告图目录

page10	——图1- 1 电子游戏分类
page12	——图1- 2 标准Banner的IGA广告案例
page12	——图1- 3 定制道具/NPC/场景的IGA广告案例
page14	——图2- 1 2004.12-2007.12 中国网络游戏用户数量发展趋势
page15	——图2- 2 2002-2007年中国网络游戏活跃用户规模
page16	——图2- 3 网络游戏用户每周玩网游的频率
page17	——图2- 4 网络游戏用户每次玩游戏的时长
page18	——图2- 5 不同频度网游用户每次玩网游的时长状况
page19	——图2- 6 网络游戏用户的年龄分布特征
page20	——图2- 7 网络游戏用户的教育状况
page21	——图2- 8 网络游戏用户的职业状况
page22	——图2- 9 网络游戏用户的个人月收入
page23	——图2- 10 网络游戏用户的每月可自由支配花费
page24	——图2- 11 网络游戏用户预购/拥有的商品状况
page25	——图2- 12 网络游戏用户拥有购买主导权的商品
page26	——图2- 13 网络游戏用户的消费特征
page27	——图2- 14 网络游戏用户获取感兴趣信息的途径
page28	——图2- 15 网络游戏用户偏好的获取信息的方式
page29	——图2- 16 网络游戏用户对游戏内广告的态度
page30	——图2- 17 网络游戏用户的广告态度划分
page31	——图3- 1 2006-2011年美国IGA市场规模
page32	——图3- 2 2007-2012美国游戏广告市场收入结构
page33	——图3- 3 2007-2012年美国游戏内置广告市场收入结构
page34	——图4- 1 2007-2013年中国游戏内置广告市场发展趋势
page35	——图4- 2 2007-2011年中国游戏内置广告市场规模
page36	——图5- 1 游戏内置广告产业链图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41139.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](http://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。