

中国网络游戏商业模式可行性研究及发展前景评估研究报告

报告简介

网络游戏，英文名称为Online Game，又称

“在线游戏”，简称“网游”。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。

本报告利用中道泰和长期对网络游戏行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个网络游戏行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国网络游戏行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国网络游戏行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助网络游戏企业、学术科研单位、投资企业准确了解网络游戏行业最新发展动向，及早发现网络游戏行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....准确把握网络游戏行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避网络游戏行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录

第一章 网络游戏相关介绍

第一节 网游定义及分类

一、网络游戏的定义

二、网络游戏的分类

三、网络游戏与单机版游戏对比

第二节 网游发展历程回顾

一、世界网络游戏发展史

二、网络游戏在中国的发展历程

三、网络游戏的主要流派

第二章 国际网络游戏产业

第一节 国际网游概况

一、世界网络游戏发展状况

二、世界网游市场形成三大阵营

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、欧美网络游戏市场分析

六、全球网络游戏消费调查

第二节 美国

一、美国网络游戏行业概况

二、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、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、日本网络游戏调查

三、日本网络游戏用户分析

第四节 韩国

- 一、韩国网络游戏业规模和发展概况
- 二、韩国网络游戏市场增长情况
- 三、韩国网络游戏企业集体落户长三角
- 四、韩国游戏公司全年财报汇总
- 五、韩国网游大事回顾
- 六、韩国网络游戏市场出口分析
- 七、韩国网络游戏市场主流游戏分析
- 八、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 中国网络游戏产业回顾

- 一、中国网络游戏市场发展分析
- 二、中国网络游戏销售情况分析
- 三、中国网络游戏市场发展特点
- 四、中国网络游戏市场盘点

第三节 中国网络游戏市场分析

一、中国网络游戏市场综况

二、中国网游市场解读

三、中国网络游戏销售情况

四、中国网络游戏年度数据分析

五、中国网络游戏市场规模

六、中国网络游戏行业盘点

七、中国网络游戏出口市场分析

八、中国游戏海外并购运作情况

第四节 中国教育网游分析

一、中国教育网游业状况

二、中国教育网游的策划与研发

三、中国教育网游面临的问题

四、教育网游存在的认识误区

五、教育网游发展需要加强创意

第五节 网络游戏存在的问题

一、中国网络游戏市场存在的主要问题

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、网络游戏产业亟需实行分级改革

第六节 促进网游发展的对策

一、网络游戏产业的政策建议

二、引导大学生正确对待网络游戏

三、中国网络游戏业发展的五大策略

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、上海网络游戏销售收入情况

四、上海网络游戏销售收入情况

五、上海网络游戏出版行业逆势增长

六、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、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 中国网络游戏研发力量调查

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 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、中国手机网游行业发展现状

三、中国手机网络游戏市场运营状况

四、中国手机网游市场发展状况分析

五、中国手机网游行业发展分析

第三节 手机网游产业的问题与对策分析

一、手机网络游戏发展面临的问题

二、手机网游发展的制约因素分析

第四节 手机网络游戏行业前景趋势分析

一、社区休闲将成手机网游发展趋势

二、手机网游行业前景广阔

三、未来影响手机网络游戏发展的关键因素

第九章 互联网产业分析

第一节 互联网与网络游戏产业浅析

- 一、网游业成互联网发展的亮点
- 二、互联网门户巨头纷纷试水网游
- 三、网游成互联网门户最赚钱业务
- 四、年中国进入全民网游新时代

第二节 互联网产业发展综述

- 一、中国互联网发展市场分析
- 二、中国互联网广告市场分析
- 三、中国互联网行业发展分析
- 四、中国互联网发展呈现三个新动向
- 五、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、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、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、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、网络游戏营销预测

九、网游公益营销仍处试水阶段

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、维旺迪经营状况

第二节 ea

一、公司简介

二、ea公司经营状况分析

第三节 任天堂(nintendo)

一、公司简介

二、任天堂经营状况分析

第四节 南梦宫万代控股公司

一、公司简介

二、南梦宫万代经营状况分析

第五节 育碧(ubi soft)

一、公司简介

二、育碧经营状况

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、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第二节 巨人网络

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第三节 网易

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第四节 腾讯

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第五节 第九城市

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第六节 完美时空

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第七节 金山

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第八节 网龙

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司经营状况分析

第十三章 2026-2031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、国内网游市场远未达到饱和

三、丰厚回报使风投扎堆投资网络游戏产业

四、广告商扎根网络游戏市场

五、中国禁止外商在中国从事网络游戏运营服务

六、未来网络游戏行业投资热点

第二节 2026-2031年网络游戏产业swot分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节 2026-2031年网络游戏的投资风险分析

一、恶性竞争风险

二、社会风险

三、政策风险

四、虚拟交易平台经营风险

第四节 2026-2031年网络游戏行业投资建议

一、投资时机

二、投资方式及领域

三、运营团队的选择

四、需要注意的问题

第十四章 2026-2031年网游行业发展趋势预测

第一节 2026-2031年全球网游发展前景预测

一、全球大型多人在线游戏市场规模预测

二、亚太在线游戏市场发展预测

三、亚洲将成为全球网络游戏主要市场

第二节 2026-2031年中国网络游戏前景及趋势分析

一、中国网络游戏市场规模增长预测

二、中国网络游戏市场预测

三、中国网络游戏市场发展趋势

四、网络游戏产业发展方向分析

五、网络游戏运营模式将面临变革

六、网络游戏与视频游戏融合趋势分析

七、中国网络游戏用户发展趋势

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

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》

图表目录

- 图表：网络游戏行业生命周期
- 图表：网络游戏行业产业链结构
- 图表：全球网络游戏行业市场规模
- 图表：中国网络游戏行业市场规模
- 图表：中国网络游戏市场占全球份额比较
- 图表：网络游戏行业集中度
- 图表：网络游戏市场价格走势
- 图表：网络游戏行业重要数据指标比较
- 图表：2026-2031年网络游戏行业市场规模预测

图表：2026-2031年网络游戏行业竞争格局预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：937

本文地址：<https://www.51baogao.cn/hulianwang/200902hulianwang.shtml>

在线订购：[点击这里](#)