

2011-2015年中国网络游戏 行业市场分析与行业调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国网络游戏行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/chuanmei1107/6038271PQ4.html>

【报告价格】 纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】 2011-07-14

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国网络游戏行业市场分析与行业调查报告》共十三章。首先介绍了中国网络游戏行业的概念，接着分析了中国网络游戏行业发展环境，然后对中国网络游戏行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络游戏行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络游戏行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

2009年，中国网络市场继续保持了较好的运行态势，市场规模保持了较为稳定的增长，产品类型不断丰富，海外出口增速加快，市场竞争较为激烈。

2009年中国网络游戏市场规模(仅包括面向玩家的游戏运营收入，不包括海外出口收入和通过其他盈利模式获得收入)为258亿元人民币，同比增长39.5%。其中：国产网络游戏市场规模达到157.8亿元人民币，同比增长41.9%，占总体市场规模的61.2%。

截止到2009年年底，中国市场上共有361款大型网络游戏处于开放测试或者商业化运营阶段，与2008年同期相比增加68款。2009年全年共有115款大型网络游戏产品通过文化部的审查或备案，其中国产游戏80款，进口游戏35款。

第一章 网络游戏相关概述

第一节 网络游戏基本知识

一、网络游戏特点

二、网络游戏的运作形式

三、网络游戏类型

第二节 网络游戏的特性

一、图像类型

二、游戏类型

三、战斗类型

四、美术类型

五、世界观类型

六、在线类型

七、杂项类型

第三节 主流游戏引擎分析

- 一、BigWorld引擎分析
- 二、Lightx引擎分析
- 三、Unreal3引擎分析
- 四、CryEngine引擎分析
- 五、Gamebryo引擎分析
- 六、Havok引擎分析

第四节 世界网络游戏发展历程

- 一、第一代网络游戏（1969年至1977年）
- 二、第二代网络游戏（1978年至1995年）
- 三、第三代网络游戏（1996年至2006年）
- 四、第四代网络游戏（2006年开始）

第五节 中国网络游戏发展史

- 一、网络游戏萌芽阶段
- 二、2D网络游戏阶段
- 三、2.5D网络游戏阶段
- 四、3D网络游戏阶段
- 五、次世代网络游戏阶段

第二章 2010-2011年新经济形势世界网络游戏产业运行态势分析

第一节 2010-2011年世界网络游戏运行环境浅析

第二节 2010-2011年世界网游戏运行总况

- 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

第三节 美国网络游戏行业分析

- 一、美国网络游戏分级管理制度分析
- 二、美国网络游戏消费市场分析
- 三、美国网络游戏市场分析

第四节 韩国网络游戏行业分析

- 一、韩国网络游戏出口分析
- 二、韩国网络游戏在中国市场运营现状分析

三、韩国网络游戏管理新政分析

四、韩国九大游戏公司财报汇总

第五节 日本网络游戏行业分析

一、日本网络游戏发展分析

二、日产网络游戏在中国市场运营分析

第三章 2010-2011年中国网络游戏产业运行态势分析

第一节 2010-2011年我国网络游戏产业运行总况

一、中国网络游戏企业联合运营模式分析

二、中国社交网游的发展分析

三、网络游戏收费模式分析

四、中国网络游戏物品交易分析

五、中国网络游戏的社会影响分析

六、中国网络游戏行业存在问题分析

第二节 2010-2011年中国网络游戏发展运营研究分析

一、中国国产网游发展情况分析

二、中国国产网游出口情况研究

第三节 2010-2011年中国网络游戏运营与研发分析

一、运营与推广的发展

二、产品研发

三、关于境外网游代理

四、研发与运营平衡性分析

第四节 第三代网游与新型网游渠道分析

一、网游渠道变迁分析

二、第三代网游公司与新兴网游渠道商分析

三、网游渠道发展趋势分析

第五节 2010-2011年中国网络游戏产业人才现状分析

一、游戏行业人才需求现状

二、游戏行业高端人才需求分析

三、游戏人才培养机制分析

四、游戏人才流动现状分析

第六节 2010-2011年中国网络游戏变革分析

- 一、政策监管政策分析
- 二、媒体跨业与第四代网游企业分析
- 三、国产网游出口分析
- 四、游戏广告登陆电视传媒分析
- 五、进口网游对国内市场的影响分析
- 六、中国网络游戏收费模式调整分析

第七节 2010-2011年中国网络企业海外并购战略分析

- 一、国内网游运营商海外收购现状分析
- 二、海外并购的战略意图分析
- 三、海外并购的趋势分析
- 四、海外并购的关键要素分析

第四章 2010-2011年中国网络游戏市场深度剖析

第一节 2010-2011年中国网络游戏市场运行透析

- 一、中国游戏市场的主体
- 二、中国网络游戏市场特点
- 三、中国网游市场规模分析
- 四、我国网络游戏外挂问题分析
- 五、网络游戏虚拟道具CC市场潜力分析

第二节 2010-2011年中国网络游戏市场份额现状分析

- 一、中国网络游戏行业市场占有率分析
- 二、中国网页游戏市场份额分析
- 三、网游多机种市场份额发展分析
- 四、多种网络游戏类型市场份额分析
- 五、中国网游市场份额趋势分析

第三节 2010-2011年中国网络游戏各细分市场网游排行

- 一、2DMMORPG类游戏分析
- 二、3DMMORPG类游戏分析
- 三、Q版MMORPG类游戏分析
- 四、魔幻题材MMORPG类游戏分析
- 五、武侠题材MMORPG类游戏分析
- 六、神话题材MMORPG类游戏分析

七、历史题材MMORPG类游戏分析

八、大型休闲类网络游戏分析

第四节 2010-2011年中国网络游戏玩家关注运营厂商分析

一、网游行业格局变动分析

二、网游企业关注度分析

第五章 2010-2011年中国网游运营模式与发展思考

第一节 2010-2011年中国网络游戏行业运营模式分析

一、代理运营模式分析

二、特许加盟运营模式分析

三、用虚拟换现实运营模式分析

四、游戏时间免费运营模式分析

第二节 网络游戏与动漫产业联合运营新模式分析

一、游戏行业与动漫行业联系分析

二、S-ACG概念分析

三、S-ACG模式发展分析

第三节 中国网络游戏产业发展思路分析

一、营建自主品牌分析

二、完善管理机制分析

三、掌握技术核心分析

四、开拓海外市场分析

第四节 中国网络游戏营利模式转型分析

一、ARPU模式现状

二、ARPU值利弊分析

三、付费率新模式分析

第五节 中国网络游戏转型分析

一、多元化分析

二、分众化分析

三、理性化分析

第六节 中国网络游戏商业模式变革分析

一、现有商业模式分析

二、游戏公司转型分析

三、商业模式变革趋势分析

四、“三网合一”给游戏行业的机遇分析

五、SNS游戏模式的机遇分析

第六章 2010-2011年中国网页游戏领域分析

第一节 网页游戏介绍

一、网页游戏的定义

二、网页游戏开发技术分类

三、网页游戏市场的特点

第二节 2010-2011年中国网页游戏运行现状综述

一、2010-2011年网页游戏品牌分析

二、2010-2011年网页游戏产品运作模式趋势

三、网页游戏产品的类型分析

四、网页游戏市场发展趋势

第三节 2010-2011年中国网页游戏玩家消费情况分析

一、游戏玩家的信息渠道研究

二、中国网页游戏玩家对不同游戏的喜好

三、中国网页游戏玩家对不同游戏类型的调研

四、中国网页游戏玩家选择付费的情况调研

五、中国网页游戏玩家放弃游戏的因素研究

第四节 2010-2011年中国网页游戏风险与机遇分析

一、行业风险分析

二、政策与社会环境风险分析

三、国外市场机遇分析

第五节 未来中国网页游戏行业发展趋势分析

一、我国网页游戏发展前景

二、市场份额发展趋势

三、市场格局发展趋势

四、游戏模式发展趋势

第七章 2010-2011年中国网络游戏玩家调查研究

第一节 2010-2011年中国网络游戏玩家的基本情况分析

一、网络游戏玩家整体特征比较研究

二、网络游戏玩家不同性别差异情况

三、网络游戏不同玩家群体特征研究

第二节 2010-2011年中国网络游戏玩家个体差异性研究

一、网络游戏玩家对游戏喜好调查研究

二、网络游戏玩家不同性别游戏爱好情况不同

三、网络游戏玩家不同群体的喜好程度调研

第三节 2010-2011年中国网络游戏玩家游戏行为调研

一、中国网络游戏玩家行为特征研究

二、中国网络游戏玩家行为因素研究

第四节 2010-2011年中国网络游戏玩家消费行为调研

一、中国网络游戏玩家消费行为特征

二、中国网络游戏玩家消费状况研究

第八章 2010-2011年中国手机游戏领域分析

第一节 2010-2011年中国手机市场发展分析

一、中国手机市场特点

二、手机市场用户关注分析

三、手机功能关注分析

四、国产手机现状与发展策略

五、国内手机产量统计

第二节 手机游戏市场发展分析

一、全球手机游戏市场发展趋势

二、中国手机游戏市场概况

三、中国手机游戏市场发展分析

四、中国手机游戏市场发展阶段分析

五、中国手机游戏市场影响因素分析

六、中国手机游戏用户群体分析

第三节 3G手机与手机游戏发展分析

一、3G手机的相关定义

二、3G手机游戏产业前景分析

三、3G手机游戏产业同类产品对比

四、3G游戏风险分析

第九章 2010-2011年中国网络游戏竞争态势分析

第一节 中国网络游戏竞争状况发展演变

- 一、国内网络游戏竞争影响因素
- 二、网络游戏竞争核心
- 三、中国网络游戏行业竞争格局情况分析

第二节 2010-2011年中国网络游戏产业竞争焦点分析

- 一、国内网游行业竞争竞争力分析
- 二、国内网游人才争夺状况分析

第三节 2010-2011年中国网络游戏行业中小企业经营状况分析

- 一、中小网游企业生存状况分析
- 二、中小网游企业商业模式分析
- 三、中小网游企业内部管理状况分析
- 四、中小网游企业融资渠道分析

第十章 2010-2011年国外重点网游企业运营状况分析

第一节 维旺迪（VIVENDI）

- 一、企业概况
- 二、维旺迪经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、未来发展战略分析

第二节 EA

- 一、企业概况
- 二、EA经营状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力分析
- 五、EA转移重心主攻亚洲网游市场

第三节 任天堂（NINTENDO）

- 一、企业概况
- 二、任天堂经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、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（NAMCOBANDAIHOLDINGSINC.）

一、企业概况

二、南梦宫万代控股公司经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、未来发展战略分析

第五节 育碧（UBISOFT）

一、企业概况

二、育碧经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、育碧游戏发行计划

第十一章 2010-2011年中国国内重点网游企业运行状况分析

第一节 盛大

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、盛大网游推行区域特许经营策略

六、盛大MMORPG游戏介绍

第二节 巨人网络

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、巨人网络主要网游产品运营状况

第三节 网易

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、网易推出新网游争抢市场份额

第四节 腾讯

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、腾讯加大网游市场投入

第五节 第九城市

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、第九城市网游业务保持增长形势分析

第六节 完美时空

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

第七节 金山

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、《剑侠世界》开启金山网游新时代

第八节 网龙

一、企业概况

二、盛大经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、网龙全力拓展海外网游市场

第十二章 2011-2015年中国网络游戏行业投资战略分析

第一节 2010-2011年中国网络游戏投资环境分析

第二节 中国网络游戏投资可行性分析

一、市场规模分析

二、竞争格局分析

三、分化趋势分析

四、生命周期分析

五、估值水平分析

六、监管政策分析

第三节 2010-2011年中国网络游戏行业投资领域分析

一、美国上市的中国网游企业现状分析

二、风险与机遇分析

三、网游企业上市前景分析

第四节 中国网络游戏行业资本市场分析

一、中国网络游戏行业资本市场现状

二、网络游戏投资兴奋点分析

第五节 2011-2015年中国网络游戏投资风险

一、免费运营游戏风险分析

二、风险对策建议

三、政策风险分析

第十三章 2011-2015年中国网络游戏行业发展趋势及预测

第一节 2011-2015年中国网络游戏营销预测

一、SNS平台营销模式预测

二、网络视频平台营销模式预测

三、电视平台营销模式预测

第二节 2011-2015年中国主流市场网游画面预测

一、目前国内网络游戏产品画面格局分析

二、未来国内网络游戏画面格局预测

第三节 2011-2015年中国网络游戏流行类型趋势分析

一、动作类游戏趋势分析

二、休闲类游戏趋势分析

图表目录：（部分）

图表：美国电脑网络游戏消费趋势

图表：美国网络游戏行业统计数据

图表：中国网络游戏用户收入分布

图表：中国网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表：中国网络游戏用户的消费心态

图表：电子游戏分类

图表：中国网络游戏市场规模

图表：中国网页游戏市场规模

图表：中国游戏出口业务市场规模

图表：中国手机游戏市场规模

图表：2010年2DMMORPG关注度TOP10

图表：2010年3DMMRPG关注度TOP10

图表：2010年Q版MMORPG关注度TOP10

图表：2010年魔幻题材MMORPG关注度TOP10

图表：2010年武侠题材MMORPG关注度TOP10

图表：2010年神话题材MMORPG关注度TOP10

图表：历史题材MMORPG关注度TOP10

图表：2010年大型休闲网游关注度TOP10

图表：2010年网游运营商关注度TOP10

图表：2010年十大网游运营商指数

图表：2010年十大运营商关注度占比变化

图表：2007-2012年中国网页游戏市场规模

图表：中国网页游戏玩家信息渠道分布

图表：中国网页游戏玩家对不同游戏的选择

图表：中国网页游戏玩家对不同游戏的选择

图表：中国网页游戏玩家选择付费的情况调研

图表：中国网页游戏玩家放弃游戏的因素研究

图表：中国网络游戏用户的性别比例统计

图表：中国网络游戏玩家的平均年龄分布

图表：中国网络游戏玩家的学历情况统计

图表：中国网络游戏玩家的工作及职业分析

图表：中国网络游戏玩家的收入情况统计

图表：中国网络游戏玩家所在地级别研究

图表：中国网络游戏玩家的年龄分布情况

图表：玩家主要进行网络游戏的场所统计

图表：玩家进行网络游戏的时间分布情况

图表：网络游戏玩家不同性别实际年龄情况研究

图表：网络游戏玩家不同性别学历情况分析

图表：网络游戏玩家不同性别收入情况研究

图表：网络游戏玩家不同性别的实际年龄分布

图表：网络游戏不同玩家群体性别情况研究

图表：网络游戏不同玩家群体居住地分布

图表：网络游戏不同玩家群体游戏场所情况研究

图表：中国网络游戏玩家对2D、3D类型的喜好程度

图表：中国网络游戏玩家对游戏风格的喜好研究

图表：中国网络游戏玩家对游戏模式的喜好研究

图表：中国网络游戏玩家对不同类型的游戏喜好程度

图表：中国网络游戏玩家对游戏收费情况的调查

图表：网络游戏玩家不同性别对游戏类型的喜好不同

图表：网络游戏玩家不同性别对收费模式喜好不同

图表：网络游戏不同玩家群体对游戏类型的喜好不同

图表：网络游戏不同玩家群体对收费情况的调研

图表：中国网络游戏玩家接受广告的途径不同

图表：中国网络游戏玩家进行游戏的动机不同

图表：中国网络游戏玩家不同游戏的选择标准

图表：中国网络游戏玩家的游戏喜好行为调研

图表：中国网络游戏玩家对游戏活动性的调研

图表：中国网络游戏玩家对不同服务器的喜好调研

图表：中国网络游戏玩家对游戏社团组织的调研

图表：中国网络游戏玩家对游戏的不足性认知程度调研

图表：中国网络游戏玩家放弃网络游戏的因素调研

图表：中国网络游戏玩家对上网有瘾的调研

图表：网络游戏玩家对广告接受程度调研

图表：网络游戏玩家游戏动机调研

图表：网络游戏玩家选择游戏的因素研究

图表：网络游戏玩家活动性的程度调研

图表：中国网络游戏玩家消费情况研究

图表：中国网络游戏玩家接受付费的程度

图表：中国网络游戏玩家每月消费金额统计

图表：中国网络游戏玩家对服务满意的月消费情况

图表：中国网络游戏玩家购买游戏道具的情况

图表：不同消费群体的玩家职业分布

图表：不同消费群体玩家的消费动机研究

图表：不同消费群体玩家的游戏类型喜好调研

图表：不同消费群体玩家的消费喜好程度

图表：不同消费群体的玩家消费范围研究

图表：手机市场品牌份额分布图

图表：手机用户对手机颜色偏好

图表：手机用户对于手机板式偏好

图表：手机用户对于手机功能的偏好

图表：手机价格关注饼状图

图表：用户对手机广告宣传的可信度看法

图表：略……

更多图表见报告正文

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1107/6038271PQ4.html>