

2019-2025年中国网络游戏行业市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国网络游戏行业市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/383090.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

网络游戏又称“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。网络游戏区别于单机游戏而言的，是指玩家必须通过互联网连接来进行多人游戏。一般指由多名玩家通过计算机网络在虚拟的环境下对人物角色及场景按照一定的规则进行操作以达到娱乐和互动目的的游戏产品集合。而单机游戏模式多为人机对战。随着社会现代化、电子化程度的不断推进，在物质层面日益得到满足的基础上，人们对于精神娱乐层面的需求不断提高，网络游戏基于其故事性、社会性和交流特性，已经成为当代人群休闲娱乐的主要方式之一，网络游戏的市场规模亦在不断扩大。

2017年我国网络游戏用户规模达到了4.4亿，同比增长5.98%。预计2018年中国网络游戏用户将达到4.7亿人左右。

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。

报告目录：

第一章 网络游戏相关介绍

1.1 网游定义及分类

1.1.1 网络游戏的定义

1.1.2 网络游戏的分类

1.1.3 网络游戏与单机版游戏对比

1.2 网游发展历程回顾

1.2.1 世界网络游戏发展史

1.2.2 网络游戏在中国的发展历程

1.2.3 网络游戏的主要流派

第二章 国际网络游戏产业分析

2.1 国际网游产业发展概况

2.1.1 全球网游市场发展焦点

2.1.2 全球游戏市场整体态势

2.1.3 全球网游市场发展分析

2.1.4全球网络游戏市场格局分析

2.1.5全球网游市场用户规模分析

2.2美国

2.2.1美国网游市场发展现状

2.2.2美国网络游戏用户付费状况

2.2.3美国网游市场主要特点分析

2.2.4美国网络游戏开发创新案例

2.2.5美国网络游戏管理经验剖析

2.3日本

2.3.1日本游戏市场整体现状

2.3.2日本网络游戏市场处境不佳

2.3.3日本网游业着力深耕中国业务

2.3.4日企积极开发境外网游市场

2.4韩国

2.4.1韩国网络游戏市场规模分析

2.4.2韩国网络游戏业的政策管制

2.4.3韩国网络游戏业发展现状综述

2.4.4韩国新网络游戏减少

2.4.5韩国网游行业试行免费服务

2.4.6韩国网游业海外市场寻求发展空间

2.4.7韩国网游企业发力中国市场

2.5其他国家或地区

2.5.1欧洲

2.5.2俄罗斯

2.5.3越南

2.5.4新加坡

2.5.5中国台湾

2.5.6拉丁美洲

第三章 中国网络游戏产业分析

3.1中国网络游戏产业发展概况

3.1.1中国网络游戏发展动因分析

3.1.2中国网络游戏产业发展特点

3.1.3中国网络游戏产业持续高速增长

3.1.4中国原创网络游戏拓展海外市场

3.1.5中国网络游戏产业价值链解析

3.2中国网络游戏发展分析

3.2.1中国网络游戏市场规模

2017年我国网络游戏规模突破了2000亿！从2014年的1145亿元至2017年的2031亿元，每年增长率都超过20%。预计2018年我国网络游戏市场规模将达到2350亿左右。

3.2.2中国网络游戏市场结构

3.2.3国产网络游戏发展状况

3.2.4中国网络游戏市场管理

3.2.5网络游戏衍生市场发展状况

3.3中国网络游戏发展分析

3.3.1中国网络游戏市场规模分析

3.3.2中国网游市场关注度分析

3.3.3中国网络游戏市场发展态势

3.3.4中国热点网络游戏产品盘点

3.3.5上半年中国网络游戏市场规模

3.3.6上半年中国网络游戏市场热点

3.4中国网络游戏进出口状况分析

3.4.1中国网络游戏进出口状况

3.4.2中国网络游戏进出口状况

3.4.3中国网络游戏出口的运营模式

3.4.4中国国产网络游戏的出口特征

3.4.5国产网络游戏出口的驱动因素

3.4.6国产网络游戏出口的阻碍因素

3.4.7国产网络游戏出口的趋势分析

3.5中国网络游戏产业存在的问题

3.5.1中国网络游戏发展中的主要问题

3.5.2中国网络游戏业面临的威胁分析

3.5.3中国网游业发展壮大面临的挑战

3.5.4中国网络游戏业存在的六大症结

3.6促进中国网游产业发展的对策

3.6.1发展我国网络游戏产业的路径

3.6.2推动本土网游产业发展的对策措施

3.6.3促进网络游戏产业发展的政策建议

3.6.4网游产业应向绿色健康方向发展

3.6.5中国网络游戏业发展的五大策略

第四章 网络游戏产业区域发展分析

4.1北京市

4.1.1北京市网游产业研发状况剖析

4.1.2北京市网游产业发展现状分析

4.1.3北京市网游产业主要特点

4.1.4北京网游业出口成绩显著

4.1.5北京成立专门机构监管网游业

4.2上海市

4.2.1上海市网游产业成功因素分析

4.2.2上海市网游产业发展回顾

4.2.3上海市网游产业发展现状

4.2.4上海市网游产业研发状况

4.2.5上海市积极扶持网游产业发展

4.2.6上海市出台网游产业服务标准

4.3成都市

4.3.1成都市网游产业发展概况

4.3.2成都网游产业发展回顾

4.3.3成都网游产业发展分析

4.3.4成都市规范网游行业管理

4.4浙江省

4.4.1浙江省网游产业发展概况

4.4.2杭州网游产业面临良好发展环境

4.4.3杭州出台网游产业金融扶持政策

4.5福建省

4.5.1福建省网游产业布局状况

4.5.2福建省网游行业发展现状

4.5.3福建网游行业面临的困境

4.5.4福州市网游行业竞争主体

4.5.5福州网游业海外出口创佳绩

4.5.6厦门网游产业市场规模现状

4.6其他地区

4.6.1河南省

4.6.2海南省

4.6.3深圳市

第五章 网络游戏的研发与销售分析

5.1 网络游戏研发运营模式分析

5.1.1 传统的代理运营模式

5.1.2 中外合资运营模式

5.1.3 购买技术或合作开发运营模式

5.1.4 自主研发运营模式

5.2 网络游戏产品开发及流程

5.2.1 网络游戏产品的定位

5.2.2 开发新游戏

5.2.3 网游的生命周期

5.2.4 网游的产品组合与延伸

5.3 网络游戏充值卡销售渠道

5.3.1 网上虚拟充值卡

5.3.2 充值卡实体

5.3.3 手机支付平台

5.4 网络游戏研发与运营价值链分析

5.4.1 网络游戏价值链描述

5.4.2 游戏研发环节

5.4.3 游戏运营环节

第六章 网络游戏运营与盈利分析

6.1 网络游戏运营模式剖析

6.1.1 网络游戏制造公司

6.1.2 网络游戏运营公司

6.1.3 网络游戏代理公司

6.1.4 软件销售公司

6.1.5 网吧和玩家

6.2 网络游戏界商业运营模式

6.2.1 商业模式基本类别

6.2.2 专业代理运营企业

6.2.3 综合门户企业

6.2.4 电信运营企业

6.2.5 游戏生产企业

6.2.6 合资经营

6.2.7收购核心技术企业

6.3中国网络游戏收费模式评析

6.3.1计时收费

6.3.2包月收费

6.3.3出售装备收费

6.3.4消耗道具收费

6.3.5收费模式的未来

6.4网络游戏盈利分析

6.4.1网络游戏的“4赢”模式

6.4.2点卡计费卡收入

6.4.3电信分成收入

6.4.4网络广告收入

6.4.5网游盈利出现新模式

6.5游戏类型和盈利模式

6.5.1角色扮演类

6.5.2棋牌类游戏

6.5.3休闲对战类

第七章 中国网络游戏用户分析

7.1中国网络游戏用户基本情况

7.1.1网络游戏用户性别、年龄、学历、职业特征

7.1.2网络游戏用户收入水平与地域分布

7.1.3网络游戏用户游戏年龄构成

7.1.4网络游戏用户主要进行游戏的场所

7.1.5网络游戏用户进行游戏的时间分布

7.2中国网络游戏用户游戏偏好分析

7.2.1网络游戏用户对画面类型的偏好

7.2.2网络游戏用户对画面风格的偏好

7.2.3网络游戏用户对游戏类型的偏好

7.2.4网络游戏用户对收费模式的偏好

7.3中国网络游戏用户游戏行为分析

7.3.1网络游戏用户接受游戏广告信息的途径

7.3.2网络游戏用户的游戏动机与行为偏好

7.3.3网络游戏用户对服务器的选择

7.3.4网络游戏用户对游戏公会的认知

- 7.3.5网络游戏用户对网游不满之处及离开原因
- 7.3.6网络游戏用户对账号安全产品的使用及付费意愿
- 7.4中国网络游戏用户消费行为研究
 - 7.4.1网络游戏用户消费意愿
 - 7.4.2网络游戏用户付费方式
 - 7.4.3网络游戏用户月度ARPU值
 - 7.4.4网络游戏用户道具消费偏好
- 7.5中国网页游戏用户行为研究
 - 7.5.1游戏用户对网页游戏的认知态度
 - 7.5.2网页游戏用户了解网页游戏的途径
 - 7.5.3网页游戏用户对网页游戏的选择标准
 - 7.5.4网络游戏用户对网页游戏类型的选择
 - 7.5.5网络游戏用户可以接受网页游戏的付费模式
- 7.6中国网络游戏总体及区域用户结构分析
 - 7.6.1网络游戏用户结构总体概况
 - 7.6.2区域用户年龄结构分析
 - 7.6.3区域用户收入结构分析
 - 7.6.4区域用户学历结构分析

第八章 互联网游戏产业分析

- 8.1互联网游戏分类
 - 8.1.1客户端游戏
 - 8.1.2网页游戏
- 8.2互联网游戏市场规模分析
 - 8.2.1互联网游戏总体市场规模
 - 8.2.2客户端游戏市场规模状况
 - 8.2.3网页游戏市场规模状况
- 8.3网页游戏行业发展解析
 - 8.3.1中国网页游戏发展迅速
 - 8.3.2中国网页游戏发展历程回顾
 - 8.3.3中国网页游戏市场发展特征
- 8.4互联网游戏发展存在的问题及建议
 - 8.4.1互联网游戏市场存在的主要问题
 - 8.4.2网页游戏行业发展的制约因素
 - 8.4.3我国网页游戏开发路线探析

第九章 移动网络游戏产业分析

9.1手机网游基本概述

9.1.1手机网游与PC网游的差异

9.1.2手机网游发展对于手游产业链的价值

9.1.3手机网游的收费模式解析

9.2移动游戏市场发展分析

9.2.1全球手机游戏市场发展概况

9.2.2中国移动游戏总体市场规模

9.2.3中国下载单机游戏市场规模

9.2.4中国移动网在线游戏市场规模

9.2.5中国移动游戏运营商平台市场格局

9.3移动网络游戏发展分析

9.3.1移动网络游戏用户规模状况

9.3.2移动网络游戏格局分析

9.3.3手机游戏市场形势解析

9.4移动网游产业存在的问题与前景趋势分析

9.4.1手机网络游戏发展面临的问题

9.4.2移动网游市场发展的制约因素分析

9.4.3G时代手机网游的出路探讨

9.4.4移动网络游戏市场发展的驱动力

9.4.5未来手机游戏的发展趋势

第十章 网络游戏产业竞争与营销分析

10.1网游业竞争形势分析

10.1.1中国网络游戏行业竞争格局概况

10.1.2中国网络游戏企业竞争结构

10.1.3中国网络游戏细分市场竞争分析

10.1.43D研发力将决定网游国际市场竞争力

10.1.5未来网络游戏市场竞争趋势分析

10.2网络游戏业的主要竞争力量

10.2.1主要竞争力量简析

10.2.2新进入者的竞争威胁

10.2.3现有网络游戏产商之间的竞争

10.2.4替代产品或服务的竞争威胁

- 10.2.5购买者的讨价还价压力
- 10.2.6供应商的讨价还价压力
- 10.2.7其他利益相关者的相对力量竞争
- 10.3网游企业竞争行为选择
- 10.3.1“五力模型”和“价值链模型”的再认识
- 10.3.2基于产业价值链的企业竞争部位选择模型
- 10.3.3企业竞争部位选择模型的构建
- 10.3.4企业竞争部位选择及网络游戏产业链的演变
- 10.4网络游戏营销分析
- 10.4.1中国网络游戏营销状况
- 10.4.2网络游戏市场的营销模式探讨
- 10.4.3网络游戏渠道建设与整合营销解析
- 10.4.4新型网吧传媒成网络游戏推广重要渠道
- 10.4.5网页游戏营销模式再度升级

第十一章 国外重点网游企业分析

11.1维旺迪（Vivendi）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

11.2EA

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

11.3任天堂（Nintendo）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

11.4南梦宫万代控股公司（NAMCOBANDAIHoldingsInc.）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.5育碧 (Ubisoft)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十二章 国内重点网游企业分析

12.1巨人网络

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.2网易

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.3腾讯

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.4第九城市

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.5完美时空

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.6金山

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.7 网龙

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十三章 网络游戏产业投资分析

13.1 网络游戏产业投资概况

13.1.1 中国网游进入资本时代

13.1.2 在华外商网游产业投资政策

13.1.3 网络游戏行业投融资状况

13.1.4 上半年网络游戏行业投融资现状

13.1.5 网页游戏市场投资机会显现

13.1.6 未来网络游戏投资机会分析

13.2 网络游戏产业SWOT分析

13.2.1 优势

13.2.2 劣势

13.2.3 机会

13.2.4 威胁

13.3 网络游戏的投资风险分析

13.3.1 恶性竞争风险

13.3.2 社会风险

13.3.3 政策风险

13.3.4 并购风险

13.3.5 虚拟交易平台经营风险

13.4 网络游戏的投资建议

13.4.1 投资时机

13.4.2 投资方式及领域

13.4.3 运营团队的选择

13.4.4 需要注意的问题

第十四章 网游产业发展前景预测

14.1 网游市场发展前景预测

14.1.1 全球网络游戏市场前景展望

14.1.2 中国网络游戏市场前景分析

14.1.3 对中国网络游戏行业前景预测

14.2 网络游戏市场发展趋势探讨

14.2.1 中国网络游戏市场发展走势

14.2.2 中国网游市场趋势影响因素

14.2.3 中国网游市场区域趋势预测

14.2.4 网络游戏运营模式将面临变革

第十五章 网游产业政策法规分析（AK LF）

15.1 网络游戏产业政策环境剖析

15.1.1 网络游戏产业法律环境解析

15.1.2 网络游戏开发商与运营商法律关系分析

15.1.3 网络游戏业法律纠纷主要类型分析

15.2 中国网游产业政策实施概况

15.2.1 我国出台新政规范网络游戏市场

15.2.2 文化部继续加强网络游戏市场管理

15.2.3 中国实施网络游戏防沉迷系统实名认证

15.2.4 网络游戏市场主要政策汇总

15.2.5 国家出台未成年人网游成瘾防治方案

15.3 网游相关政策法规

15.3.1 网游“防沉迷系统”开发标准

15.3.2 互联网信息服务管理办法

15.3.3 电子出版物管理规定

15.3.4 互联网出版管理暂行规定

15.3.5 网络游戏管理暂行办法

图表目录：

图表 网络游戏与单机版游戏比较

图表 中国网络游戏的发展生命周期划分

图表 日本各家游戏公司的中国网络相关业务

图表 中韩网游规模对比

图表 韩国各类型游戏的市场份额

图表 中国网络游戏产业价值网络示意图

图表 中国移动网游戏产业价值网络示意图

图表 中国网络游戏市场生态示意图

图表 中国网络游戏市场规模及增长情况

图表 中国网络游戏用户数量分类增长情况

图表 中国网络游戏市场结构

图表 中国互联网游戏市场产品结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/383090.html>