

2017-2022年中国网络游戏发展现状与市场前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国网络游戏发展现状与市场前景分析报告》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/314306.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

全球网络游戏市场高速增长，未来增长潜力巨大，随着互联网和计算机技术的快速发展，全球网络游戏市场较快增长。普华永道发布的《2012-2016 年全球娱乐与传媒行业展望》显示，全球网络游戏市场规模已从 2007 年的 78.97 亿美元增长至 2011 年的 167.96 亿美元，增长了 1.13 倍，年均复合增长率为 20.76%，未来几年全球网络游戏行业将继续保持较快发展的态势，预计 2016 年全球网络游戏市场规模将达到 313.94 亿美元。

2007-2016 年全球网络游戏市场规模（单位：亿美元）

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：

第一章网络游戏概述 17

1.1 网络游戏 17

1.1.1 网络游戏定义 17

1.1.2 网络游戏与单机游戏 17

1.1.3 网络游戏产业链 18

1.2 网络游戏的分类 19

1.2.1 主流网络游戏 19

1.2.2 按存在形式分类 20

1.2.3 按地图和人物维度分类 20

1.3 网络游戏行业 20

1.3.1 网络游戏行业主管部门 20

1.3.2 行业主要法律法规及政策 21

第二章 2014-2016年中国网络游戏发展环境分析 27

2.1 中国网络游戏发展的经济环境 27

2.1.1 中国GDP增长分析 27

2.1.2 居民收入与消费分析 27

2.1.3 2016年1-10月宏观经济运行分析 30

- 2.1.4 网络游戏的社会经济作用分析 33
- 2.2 中国网络游戏发展的互联网及通信环境 34
 - 2.2.1 2016年中国互联网基础资源现状概述 34
 - 2.2.2 网游对IDC行业的技术推动作用分析 38
 - 2.2.3 2015年中国手机用户规模全球第一 39
 - 2.2.4 移动通信与传统互联网的融合趋势 42
 - 2.2.5 网络融合的促进作用分析 44
- 2.3 中国网络游戏发展的政策环境 45
 - 2.3.1 《信息产业科技发展“十三五”规划和2020年中长期规划纲要》 45
 - 2.3.2 《2012-2016年电子信息产业调整和振兴规划》 48
 - 2.3.3 2016年中国网游出版审批办法明确 48
 - 2.3.4 2016年金融支持文化产业的政策出台 49
 - 2.3.5 中国网络游戏分级制度的探索 50
- 2.4 中国网络游戏发展的社会环境 52
 - 2.4.1 2016年中国人口现状分析 52
 - 2.4.2 2016年中国网民规模增长趋势分析 54
 - 2.4.3 网络游戏对未成年人的负面影响 58
 - 2.4.4 中国正在加强网络游戏的市场监管 59

第三章 2014-2016年全球网络游戏产业发展现状分析 61

- 3.1 2014-2016年全球网络游戏发展概况 61
 - 3.1.1 2016年全球网络游戏市场规模分析 61
 - 3.1.2 全球网络游戏的市场格局分析 62
 - 3.1.3 全球主要区域网络游戏分级制度介绍 62
 - 3.1.4 2016年3D游戏将主导视频游戏市场 63
- 3.2 2014-2016年全球主要国家网络游戏产业发展分析 64
 - 3.2.1 2016年美国网络游戏消费规模分析 64
 - 3.2.2 2014年美国虚拟物品市场扩大 65
 - 3.2.3 2016年欧洲网络游戏市场规模分析 65
 - 3.2.3 2016年韩国出台网络游戏管理新政 66
 - 3.2.4 韩国网络游戏发展模式及经验总结 66
 - 3.2.5 2016年日本网络游戏产业发展现状分析 71

第四章 2014-2016年中国网络游戏产业发展现状分析 73

4.1 中国网络游戏产业发展概述 73

4.1.1 中国网络游戏行业发展周期性分析 73

4.1.2 中国网络游戏行业盈利模式 74

4.1.3 2014-2016年中国网游画面的变迁分析 75

4.2 2016年中国网络游戏市场发展现状分析 76

2008-2017 年中国网络游戏市场销售收入及预测（单位：亿元）

4.2.1 2016年中国网络游戏市场规模分析 76

4.2.2 2016年中国网络游戏产品特色分析 77

4.2.3 中国网络游戏的竞争格局分析 78

4.2.4 2016年中国网络游戏市场份额分析 81

4.3 2016年中国网络游戏发展现状分析 84

4.3.1 2016年三季度网络游戏市场规模分析 84

4.3.2 2016年三季度网络游戏市场集中度分析 84

4.3.3 2016年三季度主要网络游戏网站分析 86

4.3.4 2016年三季度网络游戏广告投入分析 87

4.4 2016年中国网络游戏出口现状分析 88

4.4.1 中国网络游戏出口产业链分析 88

4.4.2 中国网络游戏出口主要模式分析 91

4.4.3 2016年中国网络游戏出口规模分析 93

4.4.4 2016年中国网络游戏出口市场份额分析 93

4.4.5 2016年中国网络游戏企业出口案例统计 94

4.5 2014-2016年中国儿童青少年网游市场发展现状分析 95

4.5.1 2014-2016年中国儿童网络游戏产品分析 95

4.5.2 中国儿童青少年网游市场的兴起分析 96

4.5.3 2016年儿童青少年网游市场调研分析 98

4.5.4 中国儿童青少年网游市场发展特征分析 101

4.5.5 儿童青少年网游的市场监管体系分析 103

4.6 2014-2016年中国网络游戏市场发展动态分析 103

4.6.1 中国网络游戏出版自主研发实力分析 103

4.6.2 2013年《魔兽世界》事件的影响分析 104

4.6.3 2010年中国启动网络游戏两大工程 105

4.6.4 2010年免费网游成主流消费模式 106

4.7 2016年中国网络游戏行业主要投资事件分析 108

4.7.1 主要投资事件列表 108

- 4.7.2 中青宝创业板上市 109
- 4.7.3 北极光投资联易互动 109
- 4.7.4 泛城科技获得风险投资 109
- 4.7.5 178游戏投资3DMGAME 110
- 4.7.6 中国网络游戏企业加速海外收购 111
- 4.8 中国网络游戏产业存在的问题及对策分析 112
 - 4.8.1 中国网络游戏市场发展难点分析 112
 - 4.8.2 中国网络游戏产业发展的威胁分析 114
 - 4.8.3 中国网络游戏产业发展的对策分析 115
 - 4.8.4 儿童青少年网游市场的监管措施分析 117

第五章 2016年中国网页游戏市场发展现状分析 119

- 5.1 网页游戏相关概述 119
 - 5.1.1 网页游戏定义 119
 - 5.1.2 网页游戏分类 119
- 5.2 中国网页游戏的运营和盈利模式分析 119
 - 5.2.1 中国网页游戏运营模式分析 119
 - 5.2.2 中国网页游戏盈利模式分析 121
 - 5.2.3 运营模式和盈利模式的创新分析 122
- 5.3 2014-2016年中国网页游戏市场发展环境分析 122
 - 5.3.1 网页游戏发展的技术推动因素分析 122
 - 5.3.2 网页游戏行业的投资现状分析 123
 - 5.3.3 2010年中国网页游戏自律组织成立 124
 - 5.3.4 2012年网页游戏“金页奖”公布 125
- 5.4 2014-2016年中国网页游戏市场发展特征分析 126
 - 5.4.1 2014-2016年中国网页游戏市场规模分析 126
 - 5.4.2 2016年中国网页游戏用户规模分析 127
 - 5.4.3 手机WAP游戏将成市场亮点 128
 - 5.4.4 网页游戏的媒体价值分析 128
 - 5.4.5 大型网络游戏与网页游戏融合 128
 - 5.4.6 2016年中国网页游戏发展趋势分析 129
- 5.5 中国网页游戏市场存在的问题及对策分析 130
 - 5.5.1 网页游戏技术研发中存在的问题 130
 - 5.5.2 网页游戏市场运营中存在的问题 131

5.5.3 网页游戏市场宣传中存在的问题 132

5.5.4 中国网页游戏市场开发对策分析 132

第六章 2016年中国手机游戏市场发展现状分析 134

6.1 手机游戏简介 134

6.1.1 手机游戏定义 134

6.1.2 手机游戏的分类 134

6.1.3 手机游戏盈利模式 137

6.1.4 手机游戏推广渠道 137

6.2 2014-2016年中国手机游戏市场发展现状分析 138

6.2.1 中国手机游戏发展的影响因素分析 138

6.2.2 2014-2016年中国手机游戏市场规模分析 140

6.2.3 2016年中国手机游戏用户规模分析 141

6.2.4 中国手机游戏网站竞争格局分析 144

6.2.5 中国手机游戏开发人才需求热 145

6.3 2014-2016年中国手机游戏市场发展动态分析 146

6.3.1 2014年中国手游企业积极开发国际市场 146

6.3.2 2009年中国手游“金游奖”公布 148

6.3.3 2016年中国手机游戏市场成熟度分析 149

6.4 2014-2016年中国手机游戏发展存在的问题及对策 150

6.4.1 手机游戏品质成市场发展瓶颈 150

6.4.2 手机游戏市场的监管问题 150

6.4.3 中国手机游戏产业发展的建议 152

第七章 2016年中国大型网络游戏消费者调研分析 155

7.1 2016年中国大型网络游戏用户分析 155

7.1.1 中国大型网络游戏用户规模及分布 155

7.1.2 中国网络游戏用户城乡分布 156

7.2 2016年中国大型网络游戏用户特征 156

7.2.1 中国大型网络游戏用户性别结构 156

7.2.2 中国大型网络游戏用户年龄结构 157

7.2.3 中国大型网络游戏用户职业结构 158

7.2.4 中国大型网络游戏用户收入结构 158

- 7.2.5 中国大型网络游戏用户游戏年龄 159
- 7.2.6 中国大型网络游戏用户网龄结构 160
- 7.3 2016年中国大型网络游戏使用行为分析 160
 - 7.3.1 中国大型网络游戏用户使用地点 160
 - 7.3.2 中国大型网络游戏用户首先使用地点 161
 - 7.3.3 中国大型网络游戏用户使用时间 161
 - 7.3.4 中国大型网络游戏用户信息获取途径 162
- 7.4 2016年中国大型网络游戏用户产品使用行为 163
 - 7.4.1 中国大型网络游戏用户玩伴数量 163
 - 7.4.2 中国大型网络游戏用户使用原因 163
 - 7.4.3 中国大型网络游戏用户选择新产品原因 164
 - 7.4.4 中国大型网络游戏使用目的 165
 - 7.4.5 中国大型网络游戏产品用户流失因素 166
- 7.5 2016年中国大型网络游戏用户消费行为分析 166
 - 7.5.1 中国大型网络游戏用户消费构成 166
 - 7.5.2 中国大型网络游戏用户花费 167
 - 7.5.3 中国大型网络游戏付费用户消费来源 167
 - 7.5.4 中国大型网络游戏用户收入结构 168
 - 7.5.5 中国大型网络游戏用户付费模式偏好 168
 - 7.5.6 中国大型网络游戏用户消费方式 169
- 7.6 2016年中国网络游戏产品调研分析 170
 - 7.6.1 中国网络游戏运营商MMOG用户规模 170
 - 7.6.2 中国大型网络游戏类型用户渗透 170
 - 7.6.3 中国网络游戏用户使用MMOG数量分析 171
 - 7.6.4 中国大型网络游戏单用户使用寿命分析 172
 - 7.6.5 中国大型网络游戏产品渗透率 172

第八章 2016年中国网页游戏用户调研分析 174

- 8.1 2016年中国整体网页游戏用户属性特征 174
 - 8.1.1 整体网页游戏用户性别特征 174
 - 8.1.2 整体网页游戏用户年龄特征 174
 - 8.1.3 整体网页游戏用户职业特征 175
 - 8.1.4 整体网页游戏用户学历特征 176
 - 8.1.5 整体网页游戏用户收入特征 176

- 8.2 2016年中国整体网页游戏用户行为特征 177
 - 8.2.1 网页游戏用户信息获取渠道 177
 - 8.2.2 网页游戏用户使用设备 178
 - 8.2.3 网页游戏用户使用地点 179
- 8.3 2016年中国整体网页游戏互联网背景特征 180
 - 8.3.1 用户网页游戏使用年限 180
 - 8.3.2 用户整体游戏使用年限 181
 - 8.3.3 网页游戏用户游戏类型重合状况 181
 - 8.3.4 网页游戏用户互联网使用年限 182
 - 8.3.5 网页游戏用户互联网服务使用 183
- 8.4 2016年中国社交网页游戏用户特征 184
 - 8.4.1 社交网页游戏用户性别结构 184
 - 8.4.2 社交网页游戏用户年龄结构 184
 - 8.4.3 社交网页游戏用户职业结构 185
 - 8.4.4 社交网页游戏用户收入结构 186
 - 8.4.5 社交网页游戏产品使用形式 186
 - 8.4.6 社交网页游戏用户使用网站 187
 - 8.4.7 社交网页游戏产品使用次数和时间 188
 - 8.4.8 社交网页游戏用户花费 189
 - 8.4.9 社交网页游戏信息获取渠道 191
 - 8.4.10 社交网页游戏使用地点 191
 - 8.4.11 社交网页游戏用户使用设备 192
 - 8.4.12 社交网页游戏用户浏览器使用状况 193
- 8.5 2016年中国社交网页游戏用户背景 194
 - 8.5.1 社交网页游戏用户与其它电脑游戏重合度 194
 - 8.5.2 社交网页游戏用户网页游戏年龄 195
 - 8.5.3 社交网页游戏用户总体游戏年龄 195
 - 8.5.4 社交网页游戏广告状况 196
 - 8.5.5 社交类网站用户使用功能 197
 - 8.5.6 社交网页游戏用户网站黏合度 198
- 8.6 2016年中国大型网页游戏用户行为状况 198
 - 8.6.1 大型网页游戏用户性别结构 198
 - 8.6.2 大型网页游戏用户年龄结构 199
 - 8.6.3 大型网页游戏用户职业结构 200
 - 8.6.4 大型网页游戏用户收入结构 200

- 8.6.5 大型网页游戏用户登录次数 201
- 8.6.6 大型网页游戏用户使用时间 201
- 8.6.7 大型网页游戏用户使用原因 202
- 8.6.8 大型网页游戏用户花费状况 202
- 8.6.9 大型网页游戏信息获取渠道 203
- 8.6.10 大型网页游戏用户浏览器使用状况 204
- 8.6.11 大型网页游戏生命周期 204
- 8.6.12 大型网页游戏产品放弃原因 205
- 8.6.13 大型网页游戏用户题材偏好 206
- 8.6.14 大型网页游戏用户类型偏好 206
- 8.6.15 大型网页游戏用户与其他电脑游戏重合度 207
- 8.6.16 大型网页游戏用户网页游戏年龄 208
- 8.6.17 大型网页游戏用户游戏年龄 209
- 8.6.18 大型网页游戏互联网使用年限 209
- 8.6.19 大型网页游戏用户互联网使用状况 209

第九章 2016年中国手机游戏用户调研分析 211

- 9.1 2016年中国手机游戏用户基本属性分析 211
 - 9.1.1 手机游戏用户性别分布 211
 - 9.1.2 手机游戏用户年龄分布 211
 - 9.1.3 手机游戏用户所在区域分布 212
 - 9.1.4 手机游戏用户教育程度 214
 - 9.1.5 手机游戏用户个人月收入分布 215
 - 9.1.6 手机游戏用户职业分布 215
- 9.2 2016年中国手机游戏用户参与游戏的属性分析 217
 - 9.2.1 手机游戏用户使用的手机品牌分布 217
 - 9.2.2 手机游戏用户黏性分析 217
 - 9.2.3 手机游戏用户活跃程度及流失原因 219
 - 9.2.4 手机游戏用户每月的手机上网花费 220
 - 9.2.5 手机游戏用户参与手机游戏的时间分析 221
 - 9.2.6 手机游戏用户参与手机游戏的场所分析 222
- 9.3 2016年中国手机网络游戏用户使用行为分析 222
 - 9.3.1 用户不选择手机网络游戏的原因分析 222
 - 9.3.2 用户偏好的手机游戏风格和题材 223

- 9.3.3 用户获知手机网络游戏的渠道 224
- 9.3.4 手机网游用户付费对比 225
- 9.3.5 手机网游用户月均消费 226
- 9.3.6 单款手机网络游戏费用支付意愿 228
- 9.3.7 手机网游用户的支付方式 228
- 9.3.8 用户每天参与手机网游的时间段分布 229
- 9.3.9 用户单个手机网游周期 230
- 9.3.10 手机网游用户态度对比分析 230
- 9.3.11 用户最期望的手机网络游戏功能 231
- 9.3.12 用户期望的手机网络游戏附属功能 232
- 9.3.13 手机网游用户在线活动研究 233
- 9.3.14 3G对于手机网游带来的影响 234

第十章 2014-2016年国外网络游戏重点企业分析 236

- 10.1 动视暴雪 (Activision Blizzard) 236
 - 10.1.1 公司简介 236
 - 10.1.2 2016年暴雪并购动视分析 237
 - 10.1.3 2016年公司经营情况分析 237
 - 10.1.4 2016年动视暴雪游戏业务市场分析 239
 - 10.1.5 2016年暴雪战网游戏平台将整合 240
- 10.2 任天堂 (NINTENDO) 241
 - 10.2.1 公司简介 241
 - 10.2.2 2016年公司经营情况 242
 - 10.2.3 2016年任天堂谷歌联手推出游戏 243
 - 10.2.4 2016年全球游戏机排行榜分析 243
- 10.3 育碧 (Ubi Soft Entertainment) 244
 - 10.3.1 公司简介 244
 - 10.3.2 2014-2016年公司经营情况 245
 - 10.3.3 2016年育碧推出环保游戏包装 246
 - 10.3.4 2016年育碧中国市场发展计划 247
- 10.4 美国EA公司 247
 - 10.4.1 公司简介 247
 - 10.4.2 2016年公司成为世界500强企业 248
 - 10.4.3 2016年公司经营情况 249

10.4.4 2016年度公司新作发售计划 250

10.4.5 EA中国市场开发计划 251

第十一章 2014-2016年中国网络游戏重点企业分析 252

11.1 中青宝网 252

11.1.1 公司简介 252

11.1.2 2016年公司经营情况分析 253

11.1.3 中青宝网游出版核心竞争力分析 254

11.1.4 2016年公司经营计划 255

11.2 上海盛大网络 256

11.2.1 企业简介 256

11.2.2 2016年公司经营情况分析 258

11.2.3 2016年盛大网络游戏业务发展分析 258

11.2.4 2016年盛大与两企业结盟联合营销 259

11.3 北京完美时空 260

11.3.1 公司简介 260

11.3.2 2016年企业经营情况分析 263

11.3.3 2016年完美时空加大内容投入 264

11.3.4 完美时空的精品化路线分析 265

11.3.5 完美时空海外市场表现分析 266

11.4 网易公司 266

11.4.1 企业简介 266

11.4.2 网易游戏发展历程分析 267

11.4.3 2016年公司经营情况分析 268

11.5 第九城市 268

11.5.1 公司简介 268

11.5.2 第九城市发展历程分析 269

11.5.3 2016年公司经营情况 271

11.5.4 2016年第九城市三大战略部署分析 273

11.6 网龙 274

11.6.1 公司简介 274

11.6.2 2016年公司经营情况 277

11.6.3 公司未来发展展望 279

11.7 金山 281

- 11.7.1 公司简介 281
- 11.7.2 金山网游发展历程分析 281
- 11.7.3 2016年公司经营情况 284

第十二章 2017-2022年中国网络游戏产业发展前景 286

- 12.1 2017-2022年中国网络游戏市场规模预测 286
 - 12.1.1 中国网络游戏市场规模预测 286
 - 12.1.2 2017-2022年中国网游出口规模预测 287
- 12.2 2017-2022年中国网络游戏发展趋势分析 288
 - 12.2.1 游戏创新和市场细分 288
 - 12.2.2 与其他文化产业的融合 288
 - 12.2.3 网游衍生品的发展契机 288

第十三章 2017-2022年中国网络游戏投资分析 290

- 13.1 2017-2022年中国网络游戏投资风险分析 290
 - 13.1.1 政策风险 290
 - 13.1.2 市场风险 290
 - 13.1.3 技术风险 291
 - 13.1.4 知识产权保护风险 291
- 13.2 2017-2022年中国网络游戏投资建议 291
 - 13.2.1 积极开发女性用户市场 291
 - 13.2.2 自主创新是关键 292
 - 13.2.3 农村消费市场的拓展 292

图表目录：

- 图表 1 电脑游戏及网络游戏的分类 17
- 图表 2 网络游戏产业链示意图 18
- 图表 3 2012-2016年中国GDP增长趋势图 27
- 图表 4 2012-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 28
- 图表 5 2012-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 28
- 图表 6 2012-2016年中国城镇居民家庭恩格尔系数 28
- 图表 7 2012-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 29
- 图表 8 2012-2016年中国社会消费品零售总额情况 29

图表 9	2012-2016年中国居民消费价格涨跌幅度	30
图表 10	2016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度	30
图表 12	2012-2015年中国IPv4地址资源变化情况	35
图表 13	2016年中国分类域名数	35
图表 14	2016年中国分类CN域名数	36
图表 15	2012-2015年中国网站规模变化趋势图	36
图表 16	2011-2016年中国网页规模变化	37
图表 17	2016年中国网页数分类及增长情况	37
图表 18	2012-2016年中国国际出口带宽变化情况	38
图表 19	2016年中国主要骨干网络国际出口带宽数	38
图表 20	2012-2016年中国移动电话用户规模 and 比例增长趋势图	40
图表 21	2013-2016年中国移动电话用户月度净增比较	41
图表 22	2012-2016年中国移动分组数据用户月度增长情况	41
图表 23	2016年中国各省移动电话用户、普及率统计	41
图表 24	传统互联网与移动通信网的劣势列表	43
图表 25	移动互联网的融合发展示意图	43
图表 26	固网、移动网、广电网和互联网的大融合趋势	44
图表 27	移动互联网终端的融合示意图	45
图表 28	中国信息产业科技发展的15大重点技术列表	46
图表 29	2012-2016年中国人口数量增长趋势图	52
图表 30	2016年中国人口城乡构成比例	53
图表 31	2012-2016年中国城市人口增长趋势图	53
图表 32	2016年中国人口数性别及年龄构成	53
图表 33	2016年中国人口受教育情况	54
图表 34	2011-2016年中国网民规模增长趋势图	54
图表 35	2016年中国各省互联网宽带接入用户增长情况统计	55
图表 36	中国互联网普及率的三个梯队	56
图表 37	2016年中国各省网民规模及增速统计	57
图表 38	2016年中国各省人均GDP与互联网普及率相关性分析	58
图表 39	2011-2016年全球网络游戏市场规模增长趋势图	61
图表 40	2011-2016年美国网络游戏消费规模增长趋势图	64
图表 41	2011-2016年美国网络游戏消费结构比较	64
图表 42	2011-2016年欧洲网络游戏市场规模增长趋势图	65
图表 43	网络游戏生命周期示意图	73
图表 44	2011-2016年中国网络游戏市场规模增长趋势图	77

- 图表 45 2016年中国网络游戏市场规模构成比例图 77
- 图表 46 2013-2016年中国网络游戏产品分类市场规模 78
- 图表 47 2016年中国网络游戏题材分布及代表作品 78
- 图表 48 中国网络游戏市场竞争格局图 79
- 图表 49 中国原创网络游戏市场竞争格局图 80
- 图表 50 中国网络游戏企业上市公司及代表游戏 80
- 图表 51 中国主要网游非上市公司及代表游戏 81
- 图表 52 2016年中国上市网游企业市场份额图 82
- 图表 53 2016年中国网络游戏市场份额统计 82
- 图表 54 2013-2016年Q3中国网络游戏市场规模增长趋势图 84
- 图表 55 2013-2016年Q3中国网络游戏运营商收入份额变化趋势图 84
- 图表 56 2016年Q3中国网络游戏市场份额 85
- 图表 57 2016年Q3中国网络游戏重点企业市场规模统计 85
- 图表 58 2012Q4-2016Q3中国网络游戏主要网站月度覆盖人数统计 86
- 图表 59 2012Q4-2016Q3中国网络游戏主要网站月度覆盖人数趋势图 86
- 图表 60 2016年Q3中国主要游戏资讯网站月度有效浏览时间 87
- 图表 61 2013-2016年Q3中国游戏运营商分季度广告投放规模趋势图 87
- 图表 62 2012-2016Q3中国单个网络游戏产品广告投放金额统计 88
- 图表 63 中国网络游戏出口流程图 89
- 图表 64 中国网络游戏出口中介机构服务流程 90
- 图表 65 网络游戏出口三种模式比较 91
- 图表 66 2016年中国网络游戏出口主要运营商市场份额 93
- 图表 67 2016年中国网络游戏企业出口案例比例 94
- 图表 68 2013-2016年中国儿童青少年游戏搜索指数增长趋势图 97
- 图表 69 2016年中国大型网游与儿童青少年游戏指数对比 98
- 图表 70 2016年Q3中国儿童青少年游戏运营商关注度分布 98
- 图表 71 2016年Q3中国主要儿童青少年网游网站关注人群年龄结构对比 99
- 图表 72 2016年Q3中国儿童青少年游戏关注度排列 100
- 图表 72 2016Q3中国赛尔号游戏关注人群重合度 100
- 图表 72 2016Q3中国赛尔号与摩托尔庄园关注人群性别结构 101
- 图表 73 2016年中国网络游戏行业投资并购事件列表 108
- 图表 74 中国网页游戏盈利模式 121
- 图表 75 2016年度网页游戏“金页奖”名单 126
- 图表 76 2013-2016年Q3中国网页游戏市场规模分季度增长趋势图 126
- 图表 77 2013-2016年Q3中国网页游戏在网游市场中的份额 127

- 图表 78 2016年中国网页游戏用户规模及使用比例对比 127
- 图表 79 手机游戏在移动互联网发展中的地位 134
- 图表 80 手机游戏按不同标准进行分类 135
- 图表 81 手机游戏按接入方式分类 135
- 图表 82 手机游戏按内容主要分类 136
- 图表 83 手机游戏的平台以及主推的厂商 137
- 图表 84 2012-2016年Q3中国手机游戏市场规模增长趋势图 141
- 图表 84 2012-2016Q3年中国手机游戏市场规模分季度统计 141
- 图表 85 2013-2016年中国手机游戏用户规模增长趋势图 142
- 图表 86 2012-2016年中国手机游戏活跃用户规模增长趋势图 143
- 图表 87 手机网游活跃用户占手机游戏活跃用户比例 143
- 图表 88 2012-2016年第四届中国手机游戏“金游奖”评选结果 148
- 图表 89 2013-2016年中国大型网络游戏用户规模 155
- 图表 90 2016年中国大型网络游戏用户地域分布 156
- 图表 91 2016年中国大型网络游戏用户性别构成 157
- 图表 92 2016年中国大型网络游戏用户年龄结构 157
- 图表 93 2016年中国大型网络游戏用户年龄结构 158
- 图表 94 2016年中国大型网络游戏用户收入结构 159
- 图表 95 2016年中国大型网络游戏用户游戏年龄分布 159
- 图表 96 2016年中国大型网络游戏用户网龄构成 160
- 图表 97 2016年中国大型网络游戏用户游戏地点选择 161
- 图表 98 2016年中国大型网络游戏用户首选游戏地点 161
- 图表 99 2016年中国大型网络游戏单次游戏使用时间分布 162
- 图表 100 2016年中国大型网络游戏用户游戏信息获取途径 162
- 图表 101 2016年中国大型网络游戏用户游戏玩伴数量 163
- 图表 102 2016年中国大型网络游戏用户产品选择要素 164
- 图表 103 2016年中国大型网络游戏用户新产品更换要素 165
- 图表 104 2016年中国大型网络游戏用户游戏目的 165
- 图表 105 2016年中国大型网络游戏用户产品放弃因素 166
- 图表 106 2016年中国大型网络游戏用户付费构成 167
- 图表 107 2016年中国付费网络游戏用户花费结构 167
- 图表 108 2016年中国付费网络游戏用户花费来源 168
- 图表 109 2016年中国付费网络游戏用户收入结构 168
- 图表 110 2016年中国大型网络游戏用户消费偏好 169
- 图表 111 2016年中国大型网络游戏用户消费渠道 169

图表 112	2016年中国大型网络游戏运营商用户比例	170
图表 113	2016年中国大型网络游戏用户常用游戏类型	171
图表 114	2016年中国大型网络游戏用户游戏使用数量	171
图表 115	2016年中国大型网络游戏用户产品更换周期	172
图表 116	2016年中国大型网络游戏产品用户渗透率	172
图表 117	2016年中国网页游戏用户性别结构	174
图表 118	2016年中国网页游戏用户年龄结构	175
图表 119	2016年中国网页游戏用户职业结构	175
图表 120	2016年中国网页游戏用户学历结构	176
图表 121	2016年中国网页游戏用户收入结构	177
图表 122	2016年中国网页游戏用户信息获取渠道	177
图表 123	2016年中国网页游戏用户使用设备	178
图表 124	2016年中国网页游戏用户主要设备	179
图表 125	2016年中国网页游戏用户使用地点	179
图表 126	2016年中国网页游戏用户主要使用地点	180
图表 127	2016年中国网页游戏用户网页游戏年限	180
图表 128	2016年中国网页游戏用户总体游戏使用年限	181
图表 129	2016年中国网页游戏用户其它游戏类型渗透率	181
图表 130	2016年中国网页游戏用户其他游戏类型使用率	182
图表 131	2016年中国网页游戏用户网龄结构	183
图表 132	2016年中国网页游戏用户互联网服务使用比较	183
图表 133	2016年中国社交网页游戏用户性别结构	184
图表 134	2016年中国社交网页游戏用户年龄结构	185
图表 135	2016年中国社交网页游戏用户职业结构	185
图表 136	2016年中国社交网页游戏用户收入结构	186
图表 137	社交网页游戏产品按使用形式分类	186
图表 138	2016年中国社交网页游戏用户游戏使用类型	187
图表 139	2016年中国社交网页游戏网站使用排名	187
图表 140	2016年中国社交网页游戏登录频率	188
图表 141	2016年中国社交网页游戏使用时间	189
图表 142	2016年中国社交网页游戏花费比例情况	189
图表 143	2016年中国社交网页游戏花费状况	190
图表 144	2016年中国社交网页游戏付费意愿	190
图表 145	2016年中国社交网页游戏用户信息获取渠道	191
图表 146	2016年中国社交网页游戏用户使用地点	192

- 图表 147 2016年中国社交网页游戏最常用使用地点 192
- 图表 148 2016年中国社交网页游戏用户使用设备 193
- 图表 149 2016年中国社交网页游戏用户主要使用设备 193
- 图表 150 2016年中国社交网页游戏用户浏览器使用情况 194
- 图表 151 2016年中国社交网页游戏用户对其它游戏渗透率 194
- 图表 152 2016年中国社交网页游戏用户使用其它游戏的类型 195
- 图表 153 2016年中国社交网页游戏用户网页游戏年龄 195
- 图表 154 2016年中国社交网页游戏用户总体游戏年龄 196
- 图表 155 2016年中国社交网页游戏的广告比例 196
- 图表 156 2016年中国社交网页游戏用户对广告的印象 197
- 图表 157 2016年中国社交网站功能使用情况 197
- 图表 158 2016年中国社交网页游戏用户网站黏合度 198
- 图表 159 2016年中国大型网页游戏用户性别结构 199
- 图表 160 2016年中国大型网页游戏用户年龄结构 199
- 图表 161 2016年中国大型网页游戏用户职业结构 200
- 图表 162 2016年中国大型网页游戏用户收入结构 200
- 图表 163 2016年中国大型网页游戏用户登录次数 201
- 图表 164 2016年中国大型网页游戏使用时间 201
- 图表 165 2016年中国社交网页游戏用户网站黏合度 202
- 图表 166 2016年中国大型网页游戏用户花费比例 202
- 图表 167 2016年中国大型网页游戏花费状况 203
- 图表 168 2016年中国大型网页游戏用户信息获取渠道 204
- 图表 169 2016年中国大型网页游戏用户浏览器使用情况 204
- 图表 170 2016年中国大型网页游戏单用户生命周期 205
- 图表 171 2016年中国大型网页游戏放弃原因 206
- 图表 172 2016年中国大型网页游戏用户题材偏好 206
- 图表 173 2016年中国大型网页游戏用户类型偏好 207
- 图表 174 2016年中国大型网页游戏用户对其它游戏渗透率 207
- 图表 175 2016年中国大型网页游戏用户使用其它游戏的类型 208
- 图表 176 2016年中国大型网页游戏用户网页游戏年龄 208
- 图表 177 2016年中国大型网页游戏用户总体游戏年龄 209
- 图表 178 2016年中国大型网页游戏用户网龄 209
- 图表 179 2016年中国大型网页游戏用户互联网使用状况 210
- 图表 180 2016年中国手机用户性别分布 211
- 图表 181 2016年中国手机用户年龄分布 212

- 图表 182 2016年中国手机游戏用户省份分布变化 213
- 图表 183 2016年中国手机游戏用户地域分布 213
- 图表 184 2016年中国手机游戏用户学历分布 214
- 图表 185 2016年中国各学历层次手机游戏用户职业分布情况 214
- 图表 186 2016年中国手机游戏用户收入分布 215
- 图表 187 2016年中国手机游戏用户职业分布 216
- 图表 188 2016年中国手机游戏用户各职业区域分布 216
- 图表 189 2016年中国手机游戏用户使用手机品牌变化情况 217
- 图表 190 2016年中国手机游戏用户使用单机和网游的频率 218
- 图表 191 2016年中国手机游戏用户单机和网游日均游戏时长对比 218
- 图表 192 2016年中国手机游戏用户活跃程度 219
- 图表 193 2016年中国手机游戏用户不玩游戏的原因 219
- 图表 194 2016年中国手机游戏用户流量包月情况 220
- 图表 195 2016年中国手机游戏用户月度上网资费分布 221
- 图表 196 2016年中国手机游戏用户游戏时间选择情况 221
- 图表 197 2016年中国手机游戏用户游戏地点选择 222
- 图表 198 2016年中国手机游戏用户使用手机网络游戏情况 223
- 图表 199 2016年中国手机游戏用户不玩手机网游的原因 223
- 图表 200 2016年中国手机网游用户最喜欢的游戏风格对比 224
- 图表 201 2016年中国手机网游用户最喜欢的游戏题材对比 224
- 图表 202 2016年中国手机网游用户获得网游信息的渠道 225
- 图表 203 2016年中国手机网游用户付费情况 225
- 图表 204 2016年中国手机网游用户各职业付费情况 226
- 图表 205 2016年中国手机网游付费用户月均消费情况 227
- 图表 206 2016年中国手机网游用户各职业月均消费情况 227
- 图表 207 2016年中国手机网游用户可接受的月度消费金额 228
- 图表 208 2016年中国手机网游用户支付方式选择 228
- 图表 209 2016年中国手机网游潜在用户喜欢的付费方式 229
- 图表 210 2016年中国手机网游用户游戏时段分布 229
- 图表 211 2016年中国手机网游用户单个游戏持续时间变化 230
- 图表 212 2016年中国手机网游用户选择一款网游的原因 231
- 图表 213 2016年中国手机网游用户放弃一款网游的原因 231
- 图表 214 2016年中国手机网游用户期望的游戏功能 232
- 图表 215 2016年中国手机网游用户期望的游戏附属功能 233
- 图表 216 2016年中国手机网游用户参加在线活动时段的选择 233

图表 217 2016年中国手机网游用户期望的在线活动	234
图表 218 2016年中国手机网游用户对目前网速的满意度对比	235
图表 219 2016年中国手机网游用户对3G带来影响的看法	235
图表 220 1991-2016年暴雪娱乐公司发展历程	236
图表 221 2013-2016年动视暴雪公司收入及盈利统计	237
图表 222 2013-2016年动视暴雪公司分业务销售收入	238
图表 223 2013-2016年动视暴雪公司分部门销售收入	238
图表 224 2013-2016年动视暴雪公司分区域销售收入	238
图表 225 2013-2016年动视暴雪公司分平台业务销售收入	238
图表 226 2013-2016年动视暴雪公司资产负债统计	239
图表 227 任天堂发展历程	241
图表 228 2012-2016年任天堂公司收入及盈利统计	242
图表 229 2015年天堂公司分区域经营情况统计	242
图表 230 2016年天堂公司分区域经营情况统计	242
图表 231 2012-2016年任天堂公司资产负债统计	243
图表 232 2016年全球最具价值品牌游戏机排行榜	244
图表 233 2012-2016年育碧公司收入及盈利统计	245
图表 234 2012-2016年育碧公司区域销售收入分布	245
图表 235 2012-2016年育碧公司按平台划分游戏销售收入	245
图表 236 2012-2016年育碧公司按业务划分销售收入	246
图表 237 2012-2016年育碧公司资产负债统计	246
图表 238 2016年美国EA公司开发的游戏数量统计	249
图表 239 2012-2016年美国EA公司收入及盈利统计	249
图表 240 2012-2016年美国EA公司资产负债统计	250
图表 241 2016年度美国EA公司新作发售计划	250
图表 242 2011-2016年中青宝网发展历程	253
图表 243 2016年深圳市中青宝网网络科技股份有限公司主营业务分行业情况表	254
图表 244 2016年深圳市中青宝网网络科技股份有限公司主营业务分渠道情况表	254
图表 245 2011-2016年盛大集团发展历程	256
图表 246 2013-2016年盛大集团经营情况统计	258
图表 247 2016年盛大集团主营业务分行业营业收入统计	258
图表 248 2012-2016年完美时空发展历程	261
图表 249 2016年完美时空分业务营业收入情况统计	263
图表 250 2016年完美时空分业务营业成本统计	263
图表 251 2013-2016年完美时空资产负债表	264

图表 252	2013-2016年完美时空利润表	264
图表 253	2013-2016年完美时空主要财务指标	264
图表 254	2013-2016年网易公司资产负债统计	268
图表 255	2013-2016年网易公司主营业务收入分行业统计	268
图表 256	2013-2016年网易公司盈利统计	268
图表 257	2012-2016年第九城市收入及盈利统计	272
图表 258	2013-2016年第九城市分业务营业收入	272
图表 259	2012-2016年第九城市资产负债统计	272
图表 260	2016年第九城市已经取得中国大陆经营许可的游戏列表	273
图表 261	2011-2016年网友发展历程	275
图表 262	2012-2016年网龙公司收入及盈利统计	277
图表 263	2016年网龙公司分区域销售收入	278
图表 264	2013-2016年度网龙公司网络游戏用户规模统计	279
图表 265	2011-2016年金山软件及其网络游戏发展历程	281
图表 266	2012-2016年金山软件公司分业务销售收入	284
图表 267	2012-2016年金山软件公司分业务收入及盈利	284
图表 268	2012-2016年金山软件公司分业务资产负债表	285
图表 269	2017-2022年中国网络游戏市场规模预测	286
图表 270	2017-2022年中国网络游戏市场规模增长趋势预测	286
图表 271	2017-2022年中国网络游戏出口规模预测	287
图表 272	2017-2022年中国网络游戏出口规模增长趋势预测	287

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/314306.html>