

2016-2022年中国网页游戏市场分析及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国网页游戏市场分析及投资策略研究报告》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/186760.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

网页游戏又称Web游戏，无端网游，简称页游。是基于Web浏览器的网络在线多人互动游戏，无需下载客户端，不存在机器配置不够的问题，最重要的是关闭或者切换极其方便，尤其适合上班族。

前一代网页游戏自上个世纪90年代后没落，到06年再次以全新面貌兴起后，经过了近3年的磨合，已经形成了一个颇具影响力的游戏产业。虽然在09年之前，网页游戏的迅速兴起带来了不少对这个产业的负面影响。但是在2009年的刚开始，网页游戏又迎来了一个新的阶段，在gebulin可以看到，全新的09年里网页游戏新品产出率明显降低，这并不是一个坏消息，反而是一个令人振奋的消息，看看新品游戏就知道我这样说的理由了。无论从画面还是游戏可玩性上，网页游戏都有了长足的提高。

网页游戏界可谓精品不断，只要出来一款新游戏就一定有其独具匠心的地方，然而也就是因为各网页游戏开发商把更多的精力放在了游戏质量上，从而导致了游戏出品缓慢。出的慢是一个好现象。 2011-2018年中国网页游戏市场规模

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 网络游戏产业相关概述

第一节 网络游戏简述

- 一、网络游戏发展演进
- 二、网络游戏推广
- 三、我国网络游戏产业地域特点

第二节 网络游戏发展动因探析

- 一、软硬件的支持是物质基础
- 二、经济利益是其发展的动力
- 三、大众化的游戏心理是原因
- 四、网络游戏发展的重要支撑点

第三节 网络游戏的分类

- 一、大型多人在线游戏
- 二、多人在线游戏
- 三、平台游戏

四、网页游戏

五、手机网游

第二章 网页游戏产业简述

第一节 网页游戏阐述

一、网页游戏的开发技术

二、网页游戏媒体

三、年度代表游戏

第二节 网页游戏策略分析

一、开发策略

二、运营策略

三、综合策略

第三节 网页游戏遭遇新的瓶颈

第四节 网页游戏分类

第三章 2015年中国网页游戏产业运行环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015年中国网页游戏产业政策环境分析

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

四、网游“防沉迷系统”开发标准

五、互联网信息服务管理办法

六、电子出版物管理规定

七、《互联网出版管理暂行规定》

第三节 2015年中国网页游戏产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章2015年中国网页游戏产业运行状况综述

第一节2015年中国网页游戏产业发展概述

一、中国网络游戏市场规模 2011-2018年中国网络游戏市场规模

二、中国网页游戏用户规模

三、中国网页游戏付费用户ARPU 值

四、中国网页游戏运营商收入构成 2011-2015年我国网页游戏销售收入

第二节2015年中国网页游戏产业运行动态分析

一、盛大2009年进军网页游戏

二、2015年网页游戏市场的黑马

三、2015年网页游戏市场份额调查

第三节2015年中国网页游戏存在的问题分析

第五章2015年中国网页游戏用户市场特征分析

第一节 网页游戏用户特征

一、网页游戏用户年龄结构

二、网页游戏用户职业结构

三、网页游戏用户学历结构

四、网页游戏用户收入结构

第二节 网页游戏用户行为特征

一、网页游戏用户上网地点

二、网页游戏用户上网设备

第六章 2015年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析

第一节2015年中国网页游戏产品分析

一、中国网页游戏研发地分布

二、中国网页游戏产品类型分布

三、中国网页游戏题材分布

四、中国网页游戏实现技术分布

五、中国网页游戏支付方式分布

第二节 儿童网页游戏市场概论

一、用户增长速度惊人，超过预期

二、线上与线下结合的赢利模式逐步清晰

三、资本关注，热烈追捧

四、政策和监管风险大，争议不断

五、定位及发展各有不同

第七章 2015年中国网页游戏用户行为深度研究分析

第一节 2015年中国网页游戏用户基础属性

一、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

二、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

三、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异

四、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

第二节 2009-2015年中国网页游戏用户游戏习惯调研

一、中国网页游戏用户主要游戏地点

二、中国网页游戏用户接触网页游戏的时间

三、中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间

四、中国网页游戏用户的游戏频率

五、中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率

六、中国网页游戏用户的游戏时间分配比例

七、中国用户选择玩网页游戏的主要原因

八、中国网页用户离开网页游戏的主要原因

九、中国网页游戏用户遇到满意网游后的分享意愿

第三节 2015年中国网页游戏用户喜好分析

一、中国网页游戏用户最喜欢的游戏类型

二、中国网页游戏用户最喜欢的游戏制作方式

三、中国网页游戏用户判断游戏水准标准

四、中国网页游戏用户联合运营服务提供商选择

五、中国网页游戏用户选择联合运营服务提供商时的主要考虑因素

第四节 2015年中国网页游戏用户消费行为分析

一、中国网页游戏用户平均每月游戏支出

二、中国用户网页游戏消费支出占游戏消费的比例

三、中国网页游戏用户的主要充值途径

四、中国网页游戏用户最喜欢的游戏收费模式

五、网页游戏用户游戏内置广告接受程度

六、中国网页游戏用户接受游戏内广告的条件

第八章 2015年中国网页游戏产业市场竞争格局分析

第一节 2015年中国网页游戏产业竞争现状分析

- 一、网页游戏异军突起
- 二、网页游戏市场竞争加剧
- 三、网页游戏技术竞争力分析

第二节 2015年中国网页游戏产业竞争态势分析

- 一、网页游戏同质化严重遭恶性竞争
- 二、网页游戏竞争门槛提高
- 三、网页游戏市场竞争升级

第三节 2015年中国网页游戏产业提升竞争力策略分析

第九章 2015年国外重点网游企业分析运行浅析

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

第十章 2015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

第十一章2015-2020年中国网页游戏行业投资机会与风险分析

第一节2015-2020年中国网页游戏行业投资环境分析

第二节 2015-2020年中国网页游戏行业投资机会分析

一、网页游戏投资潜力分析

二、网页游戏投资吸引力分析

第三节 2015-2020年中国网页游戏行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第四节 专家建议

第十二章2016-2022年中国网页游戏产业发展趋势分析

第一节2016-2022年中国网页游戏前景分析

一、网页游戏发展大趋势:交互性加强

二、网页游戏发展三大趋势

三、精品化路线成发展趋势

第二节 2016-2022年网页游戏市场趋势分析

一、web游戏品牌化

二、自主研发、独家代理将成为2015年WEB产品趋势

三、web游戏产品的类型更完善

第三节2016-2022年中国网页游戏产业盈利预测分析（AK WZY）

图表目录：

图表：电子游戏分类

图表：中国网络游戏市场规模

图表：中国网页游戏市场份额占比

图表：中国网页游戏市场规模

图表：中国网页游戏用户规模

图表：中国网页游戏付费用户月度ARPU 值

图表：中国网页游戏运营商收入构成

图表：2000-2015年中国游戏行业投资案例

图表：2015 年中国游戏行业投资对比分图

图表：网页游戏用户年龄结构

图表：网页游戏用户职业结构

图表：网页游戏用户学历结构

图表：网页游戏用户收入结构

图表：网页游戏用户上网地点

图表：网页游戏用户上网设备

图表：中国网络游戏行业发展阶段

图表：2015年中国网页游戏研发地分布

图表：2015年中国网页游戏产品类型分布

图表：中国网页游戏题材分布

图表：中国网页游戏实现技术分布

图表：中国网页游戏支付方式分布

图表：艾瑞网页游戏用户调研样本来源

图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

- 图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异
- 图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异
- 图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异
- 图表：中国网页游戏用户主要游戏地点
- 图表：中国网页游戏用户接触网页游戏的时间
- 图表：中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间
- 图表：中国网页游戏用户的游戏频率
- 图表：中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率
- 图表：中国网页游戏用户的游戏时间分配比例
- 图表：中国用户选择玩网页游戏的主要原因
- 图表：中国用户选择玩网络游戏的主要原因
- 图表：中国网页用户离开网页游戏的主要原因1（产品因素）
- 图表：中国网页用户离开网页游戏的服务因素分析
- 图表：中国网页用户离开网页游戏的用户因素分析
- 图表：中国网页游戏用户遇到满意网游后的分享意愿
- 图表：中国网页游戏用户最喜欢的游戏类型
- 图表：中国网页游戏用户最喜欢的游戏制作方式
- 图表：中国网页游戏用户判断游戏水准标准
- 图表：中国网页游戏用户联合运营服务提供商选择
- 图表：中国网页游戏用户选择联合运营服务提供商时的主要考虑因素
- 图表：中国网页游戏用户平均每月游戏支出
- 图表：中国用户网页游戏消费支出占游戏消费的比例
- 图表：中国网页游戏用户的主要充值途径
- 图表：中国网页游戏用户最喜欢的游戏收费模式
- 图表：网页游戏用户游戏内置广告接受程度
- 图表：中国网页游戏用户接受游戏内广告的条件
- 图表：中国网页游戏用户判断游戏水准标准

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/186760.html>