# 2013-2017年中国网络游戏行业商业模式创新与投资预测分析报告

## 目 录

*CONTENTS*


第1章：网络游戏行业发展背景.....19
1.1 网络游戏定义与分类.....19
1.1.1 网络游戏行业定义.....19
1.1.2 网络游戏行业分类.....19
1.2 网络游戏行业产业链分析.....21
1.2.1 网络游戏产业链结构.....21
1.2.2 网络游戏产业链组成.....22
（1）游戏开发商.....22
（2）游戏运营商.....22
（3）游戏销售商.....22
（4）游戏用户.....23
（5）辅链组成.....23
1.2.3 网络游戏产业链分析.....23
（1）辐射包容能力.....23
（2）产业链各环节的关系.....23
1.3 网络游戏行业发展环境.....25
1.3.1 行业宏观环境分析.....25
（1）行业政策环境.....25
（2）行业经济环境.....26
（3）行业社会环境.....29
（4）行业技术环境.....31
1.3.2 行业竞争环境分析.....33
（1）现有企业的竞争.....33
（2）潜在进入者威胁.....33
（3）供应商议价能力.....34
（4）下游客户议价能力.....35
（5）替代品威胁.....35
（6）竞争情况总结.....36
行业发展篇 37

第2章：网络游戏行业发展分析.....38
2.1 中国网络游戏行业发展现状分析.....38
2.1.1 网络游戏行业发展阶段.....38
2.1.2 网络游戏行业市场规模.....38
（1）网游行业营收规模.....38
（2）网游行业用户规模.....39
2.1.3 网络游戏行业供应情况.....40
（1）网游行业企业数量.....40
（2）网游产品推出数量.....40
（3）国产网游数量规模.....40
2.1.4 网络游戏行业出口情况.....41
（1）网游行业出口规模.....41
（2）网游行业出口模式.....42
（3）网游行业出口格局.....43
2.1.5 网络游戏辐射带动效应.....43
2.2 客户端网游发展现状分析.....44
2.2.1 客户端网游市场规模.....44
（1）行业总体市场规模.....44
（2）MMOrpg网游市场规模.....44

（3）休闲类网游市场规模.....45
2.2.2 客户端网游研发情况.....46
（1）网游研发公司规模.....46
（2）网游研发从业人数.....46
（3）网游推出与运营数量.....46
2.2.3 客户端网游盈利情况.....46
2.2.4 客户端网游用户行为.....47
2.2.5 客户端网游市场集中度.....51
2.2.6 客户端网游微端化趋势.....51
（1）微端技术的优势.....52
（2）传统端游踏上微端时代.....52
（3）微端网游面临的挑战.....52
（4）微端网游发展前景预测.....53
**2.3 网页游戏行业发展现状分析.....53**
2.3.1 网页游戏行业发展概况.....53
2.3.2 网页游戏行业发展规模.....54
（1）网页游戏推出数量规模.....54
（2）网页游戏行业市场规模.....54
（3）网页游戏行业用户规模.....54
2.3.3 网页游戏用户行为分析.....55
（1）用户普及度.....55
（2）接触时间.....56
（3）游戏内容建设.....57
（4）热衷度.....58
（5）信赖度.....60
（6）推广认可度.....61
（7）用户付费率.....63
（8）自身优势及劣势.....64
（9）网页游戏前景.....66
2.3.4 网页游戏生命周期分析.....66
2.3.5 网页游戏行业盈利状况.....67
2.3.6 网页游戏行业竞争分析.....67
（1）网页游戏行业市场格局.....67
（2）网页游戏行业竞争特点.....68
（3）网页游戏行业洗牌开始.....68
**2.4 移动游戏行业发展现状分析.....69**
2.4.1 移动游戏行业界定.....69
2.4.2 移动游戏产业链分析.....69
（1）移动终端设备制造商.....69
（2）移动游戏开发与发行商.....69
（3）移动游戏独立运营商.....70
（4）移动游戏平台运营商.....71
（5）移动游戏分发渠道商.....71
2.4.3 移动游戏市场规模.....72
（1）移动游戏企业数量.....72
（2）移动游戏推出数量.....72
（3）移动游戏用户数量.....72
（4）移动游戏收入规模.....72
2.4.4 移动游戏细分市场.....73
（1）移动单机游戏市场.....73
（2）移动网络游戏市场.....73
2.4.5 移动游戏用户行为.....74
（1）移动游戏用户基本属性.....74
（2）移动游戏用户参与移动游戏情况.....80
（3）移动单机游戏用户行为.....85
（4）移动网络游戏用户行为.....94
**2.5 移动游戏行业发展前景分析.....105**
2.5.1 2012-2016年网游行业预测.....105
（1）网游行业前景预测.....105

（2）端游行业前景预测.....105
（3）页游行业前景预测.....106
（4）移动游戏行业前景预测.....106
2.5.2 2012-2013年网游出口预测.....107
（1）网游海外市场特征.....107
（2）网游出口驱动因素.....108
（3）网游出口阻碍因素.....109
（4）网游出口前景预测.....109
商业模式篇 111

第3章：网络游戏行业商业模式分析.....112
3.1 商业模式创新推动网络游戏发展.....112
3.1.1 商业模式概念及内涵.....112
3.1.2 网游商业模式核心要素.....113
（1）盈利模式.....113
（2）运营模式.....115
（3）营销模式.....115
3.2 国外网络游戏模式分析.....116
3.2.1 美国网络游戏模式.....116
3.2.2 日本网络游戏模式.....117
3.2.3 韩国网络游戏模式.....118
3.3 中国网游商业模式创新.....119
3.3.1 网游商业模式探索与变革.....119
3.3.2 网游行业当前需解决的问题.....120
（1）同质化.....120
（2）付费模式.....120
（3）新用户发掘.....121
（4）营销手段创新.....121
3.3.3 商业模式创新是下一步关键.....121
3.4 网络游戏商业模式变革趋势.....122
3.4.1 商业模式创新的成功因素.....122
（1）网络游戏的内容是基础.....122
（2）网络游戏运营技术是关键.....122
3.4.2 影响商业模式创新的主要方面.....122
（1）外部因素分析.....122
（2）内部因素分析.....124
3.4.3 商业模式创新的主要方向.....124
（1）网络游戏研发制作水平不断提高.....124
（2）网络游戏技术可控性提高.....125
（3）商业利益与社会责任保持平衡.....125
第4章：客户端网游行业商业模式创新与案例分析.....125
4.1 客户端网游行业发展模式分析.....125
4.1.1 代理运营模式.....125
（1）代理运营模式特点.....125
（2）代理运营模式重点企业.....126
（3）代理运营模式的优劣势.....126
（4）代理运营模式的核心要素.....127
1）渠道体系.....127
2）服务体系.....127
4.1.2 自主产权模式.....127
（1）自主产权模式特征.....128
（2）自主产权模式重点企业.....128
（3）自主产权模式的优劣势.....129
（4）自主产权模式的核心要素.....130
4.1.3 自主&代理模式.....130
（1）自主&代理模式特点.....130
（2）自主&代理模式重点企业.....130

（3）自主&代理模式的优劣势.....131
（4）自主&代理模式的核心要素.....131
4.1.4 综合门户模式.....131
（1）综合门户模式特点.....132
（2）综合门户模式重点企业.....132
（3）综合门户模式的优劣势.....132
（4）综合门户模式的核心要素.....133
**4.2 客户端网游行业运营模式分析.....133**
4.2.1 客户端网游联合运营分析.....133
（1）联合运营模式的产生.....133
（2）联合运营方式及案例.....134
1）“强强联合型”.....134
2）“优势互补型”.....135
3）“业务拓展型”.....137
（3）联合运营模式趋势.....137
1）腾讯模式.....138
2）盛大模式.....138
3）未来趋势.....139
（4）联合运营关键因素.....139
（5）联合运营风险防范.....140
4.2.2 客户端网游异业合作分析.....142
（1）异业合作模式的内涵.....142
（2）异业合作模式的类型.....142
1）“推广宣传型”.....142
2）“营销渠道型”.....142
3）“价值再开发型”.....143
（3）异业合作方式与项目.....144
1）网游异业合作的对象.....144
2）网游与食品业合作.....145
3）网游与服装业合作.....146
4）网游与汽车业合作.....147
5）网游与电子产品合作.....147
6）网游与信用卡合作.....148
7）网游与旅游业合作.....148
8）网游与游戏外设合作.....149
（4）主要厂商异业合作情况.....149
1）盛大的异业合作.....149
2）久游的异业合作.....150
3）九城的异业合作.....150
4）完美时空的异业合作.....151
（5）异业合作模式的效用.....151
（6）异业合作模式前景展望.....152
（7）异业合作经典案例分析.....153
1）“看魔兽喝可乐”及其营销宣传.....153
2）合作推广后的收益情况.....154
**4.3 客户端网游盈利模式变迁与方向.....156**
4.3.1 传统盈利模式面临挑战.....156
（1）第一代：收费模式.....156
1）主要收费方式.....156
2）收费模式代表游戏.....156
3）收费模式存在的弊端.....156
（2）第二代：免费模式.....157
1）免费模式特点.....157
2）免费模式代表游戏.....157
3）免费模式存在的弊端.....157
4.3.2 新型盈利模式探索与创新.....157
（1）内置广告模式(IGA).....158
1）网络游戏的媒介特性.....158
2）IGA运作形式与案例.....158

3）IGA模式运作效果分析.....159
4）IGA模式发展中的阻碍.....159
（2）双向收费模式.....159
1）双向收费模式特点.....159
2）双向收费模式运作情况.....159
3）双向收费模式运作效果.....160
4）双向收费模式发展中的障碍.....160
（3）道具交易收费模式.....160
1）道具交易收费模式特点.....160
2）道具交易收费模式运作情况.....160
3）道具交易收费模式运作效果.....161
4）道具交易收费模式发展中的障碍.....161
（4）信用卡机制.....162
1）信用卡机制特点.....162
2）信用卡机制运作情况.....162
3）信用卡机制运作效果.....162
4）信用卡机制面临的风险.....162
（5）周边产品盈利模式.....163
1）周边产品模式特点.....163
2）周边产品模式运作情况.....163
3）周边产品模式发展前景.....164
4）周边产品模式面临的风险.....165
（6）其它创新盈利模式分析.....166
1）CD-KEY收费.....166
2）地图区域收费.....166
3）客户端收费.....166
4）角色创建收费.....166
5）人物死亡收费.....167
4.3.3 客户端网游盈利模式趋势.....167
（1）网游增值服务业盈利模式分析.....167
1）从政策角度分析.....167
2）从用户需求角度分析.....167
（2）盈利模式发展趋势分析.....172
1）盈利模式多元化细分.....172
2）多种盈利模式并存发展.....172
3）媒体化与IGA进一步发展.....173
4）休闲游戏实行社区化收费.....173
（3）未来可发展的盈利模式.....173
1）合作分成.....173
2）以租代卖.....174
3）玩家互助模式.....174
4）技术平台代理.....174
**4.4 客户端网游营销模式与策略.....174**
4.4.1 客户端网游营销渠道格局.....174
（1）行业主要营销渠道.....175
（2）渠道格局变化趋势.....175
4.4.2 客户端网游典型营销策略.....175
（1）客户端网游营销模式.....175
1）行业传统营销模式.....175
2）行业创新营销模式.....177
（2）客户端网游整合营销.....178
1）网络游戏营销困境.....178
2）整合营销特点分析.....178
3）整合营销案例分析.....178
4）整合营销模型构建.....179
（3）客户端网游营销创新策略.....181
1）根据玩家需求打造服务.....181
2）结合生命周期推广.....183
3）游戏销售渠道策略.....185

4）游戏活动营销策略.....186
5）游戏潜在价值发掘策略.....187
**4.5 客户端网游几大成功案例解析.....187**
4.5.1 《征途》.....187
（1）游戏特色分析.....187
（2）游戏运营业绩.....187
（3）游戏目标群体.....188
（4）游戏盈利模式.....188
（5）游戏运营模式.....188
（6）游戏营销模式.....188
4.5.2 《传奇》.....191
（1）游戏特色分析.....191
（2）游戏运营业绩.....191
（3）游戏目标群体.....191
（4）游戏盈利模式.....191
（5）游戏运营模式.....192
（6）游戏营销模式.....192
4.5.3 《梦幻西游》.....192
（1）游戏特色分析.....192
（2）游戏运营业绩.....192
（3）游戏目标群体.....193
（4）游戏盈利模式.....193
（5）游戏运营模式.....193
（6）游戏营销模式.....193
4.5.4 《魔兽世界》.....194
（1）游戏特色分析.....194
（2）游戏运营业绩.....194
（3）游戏目标群体.....194
（4）游戏盈利模式.....194
（5）游戏运营模式.....195
（6）游戏营销模式.....195
4.5.5 《穿越火线》.....195
（1）游戏特色分析.....195
（2）游戏运营业绩.....195
（3）游戏目标群体.....195
（4）游戏盈利模式.....196
（5）游戏运营模式.....196
（6）游戏营销模式.....196
4.5.6 《泡泡堂》.....196
（1）游戏特色分析.....196
（2）游戏运营业绩.....197
（3）游戏目标群体.....197
（4）游戏盈利模式.....197
（5）游戏运营模式.....198
（6）游戏营销模式.....198
**第5章：网页游戏行业商业模式创新与案例分析.....199**
**5.1 网页游戏行业运营模式分析.....199**
5.1.1 网页游戏运营模式概述.....199
5.1.2 网页游戏联运模式分析.....200
（1）网页游戏联合运营特征.....200
（2）网页游戏联合运营现状.....200
1）与SNS网站联合运营.....200
2）与门户网站联合运营.....201
3）与传统网游企业联合运营.....201
（3）网页游戏联合运营关键.....202
（4）网页游戏联合运营风险.....203
（5）网页游戏联合运营趋势.....204
5.1.3 网页游戏独代模式分析.....204
（1）网页游戏独代介绍.....204

（2）网页游戏独代经营效益.....204
1）齐游网页游独代.....204
2）趣游页游独代.....204
3）新浪网页游独代.....205
4）腾讯页游独代.....205
5）37wan页游独代.....205
（3）网页游戏独代运营趋势.....205
5.1.4 网页游戏自产自营模式.....205
（1）网页游戏自产自营优势.....206
（2）网页游戏资产自营风险.....206
（3）网页游戏自产自营现状.....206
1）游族.....206
2）动网.....206
3）第七大道.....206
（4）网页游戏自产自营趋势.....207
**5.2 网页游戏行业盈利模式及前景.....207**
5.2.1 网页游戏行业盈利模式.....207
（1）点卡(VIP月卡)销售.....207
（2）道具及增值服务.....209
（3）内置广告.....209
（4）异业合作.....210
5.2.2 网页游戏产业链盈利路径.....210
（1）网页游戏平台环节.....211
（2）网页游戏支付系统.....212
（3）网页游戏广告环节.....212
（4）网页游戏终端环节.....213
5.2.3 网页游戏盈利存在的问题.....213
（1）盈利模式单一.....213
（2）同质化竞争激烈.....213
（3）风险投资乏力.....214
5.2.4 网页游戏行业盈利对策.....214
（1）模式创新势在必行.....214
（2）多种模式相互整合.....214
（3）增强产业链的延伸.....215
5.2.5 网页游戏行业盈利前景.....217
（1）免费模式市场稳定.....217
（2）内置广告有待开发.....217
（3）社区化运营前景看好.....217
（4）手机终端“蓝海”空间.....217
**5.3 网页游戏行业营销模式分析.....218**
5.3.1 网页游戏厂商渠道争夺.....218
5.3.2 网页游戏主要营销手段.....218
（1）CPS：按照用户消费情况分成.....218
（2）CPT(包括垂直门户).....218
（3）CPC：点击付费.....218
（4）CPM：弹窗.....219
（5）SEM：搜索引擎广告.....219
（6）其它新型营销手段.....219
5.3.3 网页游戏营销主要问题.....219
5.3.4 《七雄争霸》营销创新案例.....220
5.3.5 网页游戏行业营销建议.....222
（1）充分重视开测前的预热.....222
（2）充分重视开测时的炒作.....222
（3）选择有实力的网络广告联盟.....222
（4）争取知名媒介的联运渠道合作.....223
（5）游戏活动炒作，人推人模式.....223
（6）保持网页游戏更新频率.....224
**5.4 网页游戏几大成功案例解析.....224**
5.4.1 “开心农场”成功解析.....224

（1）游戏主要特色.....224
（2）游戏运营业绩.....224
（3）游戏目标群体.....224
（4）游戏运营模式.....224
（5）游戏盈利模式.....225
（6）游戏营销模式.....225
5.4.2 “摩尔庄园”成功解析.....225
（1）游戏主要特色.....225
（2）游戏运营业绩.....226
（3）游戏目标群体.....226
（4）游戏运营模式.....226
（5）游戏盈利模式.....227
（6）游戏营销模式.....227
5.4.3 “热血三国”成功解析.....227
（1）游戏主要特色.....227
（2）游戏运营业绩.....227
（3）游戏目标群体.....228
（4）游戏运营模式.....228
（5）游戏盈利模式.....228
（6）游戏营销模式.....228
5.4.4 “商业大亨”成功解析.....228
（1）游戏主要特色.....228
（2）游戏运营业绩.....229
（3）游戏目标群体.....229
（4）游戏运营模式.....229
（5）游戏盈利模式.....229
（6）游戏营销模式.....229
**第6章：移动游戏行业商业模式创新与案例分析.....231**
**6.1 移动游戏运营模式分析.....231**
6.1.1 移动游戏联合运营模式.....231
（1）移动游戏联合运营现状分析.....231
（2）移动游戏联合运营存在问题.....231
（3）联合运营模式的突破.....232
6.1.2 移动游戏独立运营分析.....232
（1）独立运营条件与要求.....232
（2）独立运营现状与厂商.....232
（3）独立运营未来趋势.....234
**6.2 移动游戏盈利模式与创新.....234**
6.2.1 移动游戏盈利模式变革.....234
（1）下载收费.....235
（2）购买游戏时间(点卡).....235
（3）套餐收费.....235
（4）游戏内付费.....235
（5）道具收费.....236
（6）内置广告.....236
（7）周边产品.....236
6.2.2 移动游戏支付模式发展.....236
（1）电信运营商短信计费.....236
（2）充值卡类支付.....237
（3）第三方支付.....237
（4）银联支付.....237
6.2.3 移动游戏盈利模式创新.....237
**6.3 移动游戏营销模式与策略.....238**
6.3.1 移动游戏业务渠道变革.....238
（1）移动游戏业务主要渠道.....238
1）终端内置渠道.....238
2）运营商渠道.....238
3）WAP/WEB推广.....238
4）应用商店推广.....238

5）平面媒体.....238
（2）移动游戏业务渠道变革.....239
6.3.2 移动游戏精细化营销策略.....239
（1）精细化营销创新策略.....239
（2）产业合作创新策略.....240
1）游戏产业良性生态圈模型.....241
2）产业合作创新策略建议.....242
（3）客户研究创新策略.....243
1）新型客户消费模型.....243
2）销售平台立体化整合建议.....244
3）产品服务定制化设计建议.....245
（4）产品整合创新策略.....246
（5）营销手段创新策略.....247
1）立体化整合营销模式.....247
2）立体化整合营销创新建议.....247
（6）渠道拓展创新策略.....248
1）社会化渠道整合模式.....248
2）渠道拓展创新建议.....248
**6.4 移动游戏几大成功案例解析.....249**
6.4.1 《愤怒的小鸟》.....249
（1）价值主张.....249
（2）目标群体.....249
（3）分销渠道.....249
（4）客户关系.....250
（5）资源配置.....250
（6）成本结构.....250
（7）盈利模式.....250
6.4.2 《植物大战僵尸》.....250
（1）价值主张.....251
（2）目标群体.....251
（3）分销渠道.....251
（4）客户关系.....251
（5）资源配置.....251
（6）成本结构.....251
（7）盈利模式.....251
6.4.3 《捕鱼达人》.....252
（1）价值主张.....252
（2）目标群体.....252
（3）分销渠道.....252
（4）客户关系.....252
（5）资源配置.....252
（6）成本结构.....253
（7）盈利模式.....253
6.4.4 《水果忍者》.....253
（1）价值主张.....253
（2）目标群体.....253
（3）分销渠道.....254
（4）客户关系.....254
（5）资源配置.....254
（6）成本结构.....254
（7）盈利模式.....254
**第7章：网络游戏重点企业运营模式分析与借鉴.....255**
**7.1 客户端网络游戏重点企业运营模式分析.....255**
7.1.1 腾讯控股有限公司.....255
（1）公司发展历程.....255
（2）公司产品与服务.....256
1）即使通信平台.....256
2）媒体平台.....256
3）互联网增值服务.....256

4）网络游戏.....256
（3）公司发展战略演进.....257
（4）公司盈利模式创新.....257
（5）公司产品推广模式.....258
（6）公司人力资源战略.....258
（7）公司经营情况分析.....259
1）主要经济指标.....259
2）盈利能力分析.....259
3）运营能力分析.....260
4）偿债能力分析.....260
5）发展能力分析.....261
（8）公司经营优劣势分析.....261
（9）公司并购整合情况.....262
（10）公司资本运作情况.....262
（11）公司最新发展动向.....262
7.1.2 上海盛大网络发展有限公司.....263
（1）公司发展历程.....263
（2）公司产品与服务.....264
（3）公司发展战略演进.....265
（4）公司盈利模式创新.....265
（5）公司经营情况分析.....266
1）利润分析.....266
2）资产负债分析.....266
3）现金流量分析.....267
4）主要指标分析.....267
（6）公司经营优劣势分析.....268
（7）公司并购整合情况.....268
（8）公司资本运作情况.....269
（9）公司最新发展动向.....269
7.1.3 广州网易计算机系统有限公司.....269
（1）公司发展历程.....269
（2）公司产品与服务.....270
（3）公司发展战略演进.....271
（4）公司盈利模式创新.....271
（5）公司产品推广模式.....272
（6）公司经营情况分析.....272
1）利润分析.....272
2）资产负债分析.....272
3）现金流量分析.....273
4）主要指标分析.....273
（7）公司经营优劣势分析.....274
（8）公司并购整合情况.....274
（9）公司资本运作情况.....275
（10）公司最新发展动向.....275

……另有5家企业分析。

**7.2 网页游戏重点企业运营模式分析.....304**
7.2.1 趣游(北京)科技有限公司.....304
（1）公司发展历程.....305
（2）公司产品与服务.....305
（3）公司发展战略演进.....307
（4）公司盈利模式创新.....308
（5）公司产品推广模式.....308
（6）公司人力资源战略.....308
（7）公司经营情况分析.....308
（8）公司经营优劣势分析.....310
（9）公司最新发展动向.....310
7.2.2 北京万维天空科技有限公司.....310

（1）公司发展历程.....310
（2）公司产品与服务.....311
（3）公司经营情况分析.....311
（4）公司经营优劣势分析.....312

……另有5家企业分析。

**7.3 移动游戏重点企业运营模式分析.....327**
7.3.1 北京空中信使信息技术有限公司.....327
（1）公司发展历程.....327
（2）公司产品与服务.....328
（3）公司发展战略分析.....328
（4）公司盈利模式分析.....328
（5）公司经营情况分析.....329
1）利润分析.....329
2）资产负债分析.....330
3）现金流量分析.....330
4）主要指标分析.....330
（6）公司经营优劣势分析.....332
（7）公司并购整合情况.....332
（8）公司资本运作情况.....332
（9）公司最新发展动向.....332
7.3.2 杭州斯凯网络科技有限公司.....333
（1）公司发展历程.....333
（2）公司产品与服务.....334
（3）公司发展战略分析.....334
（4）公司盈利模式分析.....334
（5）公司推广模式分析.....334
（6）公司经营情况分析.....335
1）利润分析.....335
2）资产负债分析.....335
3）现金流量分析.....336
4）主要指标分析.....336
（7）公司经营优劣势分析.....337
（8）公司并购整合情况.....337
（9）公司资本运作情况.....337
（10）公司最新发展动向.....338

……另有8家企业分析。

**投资机会篇 372**

**第8章：网络游戏商业模式变革趋势与投资机会分析.....373**
**8.1 网络游戏行业发展趋势分析.....373**
8.1.1 网络游戏大行业发展趋势.....373
（1）跨平台发展.....373
（2）产业链融合明显.....373
（3）游戏种类日趋多元.....373
（4）跨领域竞争与合作.....374
（5）“微创新”成重要推动模式.....374
（6）健康、绿色游戏是未来方向.....374
8.1.2 网络游戏细分市场发展趋势.....374
（1）客户端游戏发展趋势.....374
（2）网页游戏发展趋势.....375
（3）移动游戏发展趋势.....377
**8.2 网络游戏行业发展机会与挑战分析.....378**
8.2.1 网络游戏行业有利与不利因素分析.....378

（1）行业有利因素分析.....378
（2）行业不利因素分析.....378
8.2.2 网络游戏行业机会与挑战分析.....379
（1）行业机会分析.....379
（2）行业挑战分析.....380
**8.3 网络游戏行业投资机会与风险.....381**
8.3.1 网络游戏行业投资价值分析.....381
8.3.2 2012年行业投资情况.....381
（1）网游行业投资规模.....381
（2）网游行业投资特点.....382
（3）网游行业投资热点.....382
8.3.3 未来几年网游行业投资预测.....383
（1）外围企业进入网游市场.....383
（2）“国家队”进入网游市场.....383
8.3.4 网络游戏行业投资机会分析.....383
（1）中小规模网络游戏开发商.....384
（2）综合或垂直网络游戏运营平台商.....384
（3）虚拟货币交易平台商.....384
（4）与网络游戏相关的行业服务提供商.....384
8.3.5 网络游戏行业投资风险提示.....384
（1）政策风险.....384
（2）行业风险.....385
8.3.6 前瞻网络游戏行业投资建议.....385
（1）投资时机的选择.....385
（2）投资方式及领域.....385
（3）需要注意的问题.....386

# 图表目录

图表1：网络游戏分类.....19
图表2：网络游戏分类(按游戏方式分).....20
图表3：网络游戏研发运营方式.....20
图表4：端游、页游与移动游戏游研发运营方式比较.....21
图表5：端游、页游与移动游戏用户偏好比较.....21
图表6：中国网络游戏产业链图.....21
图表7：网络游戏政策法规分类.....25
图表8：网络游戏监管政策.....26
图表9：2010-2012年中国国内生产总值分季度同比增长速度(单位：%).....27
图表10：2006-2012年城镇居民可支配收入(单位：元).....27
图表11：2006-2012年农村居民人均纯收入(单位：元).....29
图表12：2008-2012年我国网民规模与互联网普及率(单位：万人，%).....29
图表13：2008-2012年我国手机网民规模及占网民比例.....30
图表14：2009-2012年使用各类终端上网的网民规模变化趋势.....31
图表15：客户端网络游戏研发从业人数(单位：万人，%).....32
图表16：网游行业现有企业的竞争分析.....33
图表17：网游行业潜在进入者威胁分析.....33
图表18：网游开发商议价能力分析.....34
图表19：网游行业玩家议价能力分析.....35
图表20：网游行业替代品威胁分析.....36
图表21：网游行业五力分析结论.....36
图表22：中国网络游戏发展阶段.....38
图表23：2003-2012年中国网络游戏市场规模增长趋势(单位：亿元，%).....39
图表24：2010-2012年我国网络游戏用户规模(单位：亿人).....39
图表25：2010-2012年我国国产自主研发游戏数量(单位：款).....41
图表26：2006-2009年中国网络游戏出口增长趋势(单位：百万美元，%).....42
图表27：2008年中国与韩国网络游戏出口规模比较分析(单位：亿元，%).....42

图表28：中国网游厂商出口业务市场份额.....43
图表29：2012年网络游戏对相关产业的贡献(单位：亿元).....44
图表30：2011-2016年我国端游行业销售收入增长趋势及预测(单位：亿元).....44
图表31：2011-2016年我国MMOrpg游戏销售收入增长趋势及预测(单位：亿元).....45
图表32：2011-2016年我国休闲类网络游戏行业销售收入增长趋势及预测(单位：亿元).....45
图表33：2012年中国PC大型网络游戏用户性别结构(单位：%).....47
图表34：2012年中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户性别结构.....47
图表35：2012年中国PC大型网络游戏用户年龄结构.....48
图表36：2012年中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户年龄结构.....48
图表37：2012年中国PC大型网络游戏用户职业结构.....49
图表38：2012年中国PC小型休闲棋牌网络游戏用户职业结构.....49
图表39：2012年中国PC大型网络游戏用户收入结构.....50
图表40：2012年中国小型休闲棋牌网络游戏用户收入结构.....50
图表41：2012年中国PC大型网络游戏用户学历结构.....51
图表42：2012年中国小型休闲棋牌网络游戏用户学历结构.....51
图表43：微端网游市场份额(单位：亿元).....53
图表44：2010-2012年中国网页游戏市场规模(单位：亿元，%).....54
图表45：2011-2012年中国网页游戏用户规模变化趋势(单位：亿人).....54
图表46：2012年网页游戏用户在游戏用户中的普及率(单位：%).....56
图表47：2012年网页游戏用户接触网页游戏时间(单位：%).....56
图表48：2012年中国常见网页游戏类型普及度(单位：%).....57
图表49：2012年中国大型网络游戏与网页游戏用户认可情况(单位：%).....58
图表50：2010与2011年网页游戏用户日均游戏时间比较(单位：%).....59
图表51：2012年网页游戏用户同时参与游戏数量分布(单位：%).....59
图表52：2012年网页游戏整体信赖度(单位：%).....60
图表53：2012年常见网页游戏受质疑度(单位：%).....61
图表54：2012年网页游戏常见推广方式出现率对比(单位：%).....61
图表55：2012年网页游戏常见推广方式认可度对比(单位：%).....62
图表56：2012年网页游戏用户单款游戏持续时间(单位：%).....63
图表57：2012年中国网页游戏用户付费情况(单位：%).....64
图表58：2012年网页游戏获得用户支持的常见因素(单位：%).....65
图表59：2012年网页游戏市场中用户反映强烈的问题(单位：%).....66
图表60：中国网页游戏行业所处生命周期.....67
图表61：2007-2012年中国移动游戏收入规模(单位：亿元，%).....72
图表62：2012年中国移动游戏收入结构(单位：亿元，%).....74
图表63：2012年移动游戏用户性别比例.....75
图表64：2012年移动游戏用户年龄分布.....76
图表65：2012年移动游戏用户地区(省份)分布.....77
图表66：2012年移动游戏用户地域分布.....77
图表67：2012年移动游戏用户学历分布.....78
图表68：2012年移动游戏用户收入分布.....79
图表69：2012年移动游戏用户职业分布.....80
图表70：2012年移动游戏用户常用上网方式.....81
图表71：2012年移动游戏用户月度流量使用情况.....81
图表72：2012年移动游戏用户月度流量费用.....82
图表73：2012年移动游戏用户包月流量使用周期.....82
图表74：2012年移动游戏用户游戏开发商品牌关注度.....83
图表75：2012年移动游戏用户游戏时间分布.....84
图表76：2012年移动游戏用户游戏地点分布.....84
图表77：2012年移动游戏用户游戏类型偏好.....85
图表78：2012年移动游戏用户(iOS)游戏类型偏好.....86
图表79：2012年移动单机游戏用户周平均下载量情况分布.....87
图表80：2012年移动单机游戏用户每日用于游戏的时间分析.....88
图表81：2012年移动单机游戏用户每次游戏时长分析.....88
图表82：2012年移动单机游戏用户付费分布情况.....89
图表83：2012年移动单机游戏用户拒绝付费原因分析.....90
图表84：2012年移动单机游戏用户月均付费额度分析.....90
图表85：2012年移动单机游戏用户周度下载付费游戏数量.....91
图表86：2012年移动单机游戏用户单款游戏付费额分析.....92

图表87：2012年移动单机游戏用户计费模式认可度分析.....93
图表88：2012年移动单机游戏用户付费方式选择分析.....93
图表89：2012年移动游戏用户内嵌广告接受度.....94
图表90：2012年移动游戏用户对内嵌广告内容的偏好.....95
图表91：2012年移动网络游戏用户喜爱的手机网游题材.....95
图表92：2012年移动网络游戏用户终端平台接受网游差异对比.....96
图表93：2012年移动网络游戏用户参与游戏的原因分析.....97
图表94：2012年移动网络游戏用户不玩手机网游原因分析.....98
图表95：2012年移动网络游戏用户放弃一款网游的原因分析.....98
图表96：2012年移动网络游戏用户玩一款网游持续时间.....99
图表97：2012年移动网络游戏用户每日玩网游时长.....100
图表98：2012年移动网络游戏用户玩一款网游持续时间.....100
图表99：2012年移动网络游戏用户最感兴趣的网游功能.....101
图表100：2012年移动网络游戏用户喜爱的在线活动.....102
图表101：2012年移动网络游戏用户喜爱的互动方式.....102
图表102：2012年移动网络游戏用户付费额度分析.....103
图表103：2012年移动网络游戏用户支付方式分析.....104
图表104：2012年移动网络游戏用户客服满意度分析.....104
图表105：2012-2016年我国网络游戏行业规模预测(单位：亿元，%).....105
图表106：2012-2016年我国客户端网络游戏行业规模预测(单位：亿元，%).....106
图表107：2012-2016年我国页游戏行业规模预测(单位：亿元，%).....106
图表108：2012-2016年我国手机移动游戏行业规模预测(单位：亿元，%).....107
图表109：商业模式结构图.....113
图表110：盈利模式流程图.....115
图表111：近年来美国相关娱乐产业政策.....116
图表112：韩国网络游戏产业政策.....118
图表113：我国网络游戏商业模式发展阶段.....119
图表114：影响网游商业模式创新的政策法规因素.....123
图表115：代理运营模式优劣势分析.....126
图表116：端游行业自主产权模式重点企业特色.....129
图表117：自主产权模式优劣势分析.....129
图表118：自主&代理模式优劣势分析.....131
图表119：端游行业自主产权模式重点企业分析.....132
图表120：自主&代理模式优劣势分析.....132

……另有184个图表。

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！