



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国网页游戏市场 运行动态及投资前景预测分析报 告

一、调研说明

《2010-2014年中国网页游戏市场运行动态及投资前景预测分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/150274.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

摘要

网页游戏最先起源于德国，又称Web游戏，是利用浏览器玩的游戏，它不用下载客户端，任何地方任何时间任何一台能上网的电脑就可以快乐的游戏，尤其适合上班一族。

网页游戏不单单停留在网页表现形式上，它还将会向手机WAP和手机客户端图形网游（j2me）方式联合发展，是跨平台的，两个平台访问的是同一服务器，离线后，玩家可以通过手机继续进行且资料库共享……具备了精锐魅力的网页游戏前途不可限量

还有很重要的一点是网页游戏比传统网络游戏更具获益空间,网页游戏恰恰获得的是网民中有支付能力的玩家。白领玩家的特点是工作压力大，玩游戏的时间和精力少，但荷包中有足够的钞票，舍得给其所看中的网络娱乐方式投钱

尽管网页游戏应用的是服务器端脚本编写，但是它的运行还是需要一定的客户端技术支持的,比如网页浏览器，或者浏览器上常用的一些插件,如Flash. 最新的网页游戏典型应用是大型多人在线角色扮演游戏(MMORPG:Massive Multiplayer Online Role-Playing Game)。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国网页游戏行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区网页游戏市场的发展状况、网页游戏消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国网页游戏市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对网页游戏未来发展趋势进行了研判，是网页游戏生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前网页游戏行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国网页游戏产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节 2009-2010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 2009-2010年中国网页游戏产业社会环境分析

第二章 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

第三章 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

第四章 2009-2010年中国网页游戏产业运行状况综述

第一节 2009-2010年中国网页游戏产业发展概述

一、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

第二节 2009-2010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、2010 年网页游戏市场的黑马

三、2009年网页游戏市场份额调查

第三节 2009-2010年中国网页游戏存在的问题分析

第五章 2008.8-2009.5月中国网页游戏用户监测数据分析

第一节 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度覆盖人数

第二节 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度访问次数

第三节 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度浏览页面数

第四节 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度浏览时间

第五节 2008.8-2009.5 中国网页游戏与网络游戏用户指标变化对比分析

一、运营商宣传策略对网页游戏用户的影响

二、游戏本身特点对网页游戏用户的影响

三、游戏用户使用行为差异对网页游戏用户的影响

第六章 2009 年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析

第一节 2009 年中国网页游戏产品分析

一、2009 中国网页游戏研发地分布

二、2008-2009 年中国网页游戏产品类型分布

三、2009 年中国网页游戏题材分布

四、2009 年中国网页游戏实现技术分布

五、2009 年中国网页游戏支付方式分布

第二节 2009年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 2009-2010年中国网页游戏用户行为深度研究分析

第一节 2009-2010年中国网页游戏用户基础属性

- 一、年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 2009-2010 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 2009-2010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 2009-2010 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的接受程度
- 六、中国网页游戏用户接受游戏内广告的条件

第八章 2009-2010年中国网页游戏产业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国网页游戏产业提升竞争力策略分析

第九章 2009-2010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 2009-2010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 2010-2014年中国网页游戏产业发展趋势分析

第一节 2010-2014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 2010年网页游戏市场趋势分析

一、2010年web游戏品牌化

二、自主研发、独家代理将成为2010年WEB产品趋势

三、web游戏产品的类型更完善

第三节 2010-2014年中国网页游戏产业盈利预测分析

第十二章 2010-2014年中国网页游戏行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2014年中国网页游戏行业投资环境分析

第二节 2010-2014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 2010-2014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 专家投资建议

图表名称：部分

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 2000-2008 年中国游戏行业投资案例

图表 2008 年中国游戏行业投资对比分图

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度覆盖人数

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度访问次数

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度浏览页面数

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏月度浏览时间

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏与网络游戏用户指标变化对比分析

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏运营商互联网广告投放情况

图表 2008.8-2009.5 中国迅雷用户网络游戏客户端下载总量

图表 2008.8-2009.5 中国网页游戏用户平均单次游戏浏览页面数

图表 中国网络游戏行业发展阶段

图表 2009 中国网页游戏研发地分布

图表 2008、2009 年中国网页游戏产品类型分布

图表 2009 年中国网页游戏题材分布

图表 2009 年中国网页游戏实现技术分布

图表 2009 年中国网页游戏支付方式分布

图表 2009 年艾瑞网页游戏用户调研样本来源

图表 2009 年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

图表 2009 年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

图表 2009 年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 2009 年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

图表 2009 年中国网页游戏用户主要游戏地点

图表 2009 年中国网页游戏用户接触网页游戏的时间

图表 2009 年中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间

图表 2009 年中国网页游戏用户的游戏频率

图表 2009 年中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率

图表 2009 年中国网页游戏用户的游戏时间分配比例

图表 2009 年中国用户选择玩网页游戏的主要原因

图表 2009 年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的接受程度
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
图表 略。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/150274.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。