



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015中国网络游戏行业市场分析及投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2011-2015中国网络游戏行业市场分析及投资前景预测报告》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/185149.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

### 目录

#### 第一章 网络游戏相关注释 1

##### 第一节 网络游戏基本知识 1

###### 一、网络游戏特点 1

###### 二、网络游戏的运作形式 1

###### 三、网络游戏类型 2

##### 第二节 网络游戏的特性 3

###### 一、图像类型 3

###### 二、游戏类型 3

###### 三、战斗类型 3

###### 四、美术类型 4

###### 五、世界观类型 4

###### 六、在线类型 4

###### 七、杂项类型 5

##### 第三节 主流游戏引擎分析 5

###### 一、BIGWORLD引擎分析 5

###### 二、LIGHTX引擎分析 5

###### 三、UNREAL3引擎分析 5

###### 四、CRYENGINE引擎分析 6

###### 五、GAMEBRYO引擎分析 6

###### 六、HAVOK引擎分析 6

##### 第四节 世界网络游戏发展历程 7

###### 一、第一代网络游戏（1969年至1977年） 7

###### 二、第二代网络游戏（1978年至1995年） 9

###### 三、第三代网络游戏（1996年至2006年） 13

###### 四、第四代网络游戏（2006年开始） 15

##### 第五节 中国网络游戏发展史 15

###### 一、网络游戏萌芽阶段 15

###### 二、2D网络游戏阶段 16

###### 三、2.5D网络游戏阶段 17

四、3D网络游戏阶段 18

五、次世代网络游戏阶段 19

第二章 世界网络游戏产业运行态势 22

第一节 世界网络游戏运行环境浅析 22

第二节 世界网游戏运行总况 23

一、世界网络游戏发展状况 23

二、世界网游市场形成三大阵营 24

三、全球网络游戏产业规模不断扩大 25

四、全球网络游戏玩家规模庞大 25

第三节 美国网络游戏行业 26

一、美国网络游戏分级管理制度 26

二、美国网络游戏消费市场 26

三、美国网络游戏市场 27

第四节 韩国网络游戏行业 30

一、2010年韩国网络游戏出口 30

二、韩国网络游戏在中国市场运营现状 30

三、韩国网络游戏管理新政 31

四、韩国九大游戏公司财报汇总 32

第五节 日本网络游戏行业 35

一、日本网络游戏发展 35

二、日产网络游戏在中国市场运营 37

第三章 中国网络游戏产业运行态势 39

第一节 我国网络游戏产业运行总况 39

一、中国网络游戏企业联合运营模式 39

二、中国社交网游的发展 45

三、网络游戏收费模式 45

四、中国网络游戏物品交易 46

五、中国网络游戏的社会影响 48

六、中国网络游戏行业存在问题 49

第二节 中国网络游戏发展运营研究 56

一、	国产网游发展情况	56
二、	国产网游出口情况研究	58
第三节	中国网络游戏运营与研发	59
一、	运营与推广的发展	59
二、	产品研发	60
三、	关于境外网游代理	61
四、	研发与运营平衡性	61
第四节	第三代网游与新型网游渠道	62
一、	网游渠道变迁	62
二、	第三代网游公司与新兴网游渠道商	63
三、	网游渠道发展趋势	64
第五节	中国网络游戏产业人才现状	65
一、	游戏行业人才需求现状	65
二、	游戏行业高端人才需求	65
三、	游戏人才培养机制	66
四、	游戏人才流动现状	66
第六节	中国网络游戏变革	70
一、	政策监管政策	70
二、	媒体跨业与第四代网游企业	71
三、	国产网游出口	71
四、	游戏广告登陆电视传媒	72
五、	进口网游对国内市场的影响	72
六、	中国网络游戏收费模式调整	73
第七节	中国网络企业海外并购战略	75
一、	国内网游运营商海外收购现状	75
二、	海外并购的战略意图	76
三、	海外并购的趋势	77
四、	海外并购的关键要素	77
第四章	中国网络游戏市场深度剖析	78
第一节	中国网络游戏市场运行透析	78
一、	中国游戏市场的主体	78

- 二、中国网络游戏市场特点 78
- 三、中国网游市场规模 80
- 四、我国网络游戏外挂问题 80
- 五、网络游戏虚拟道具CC市场潜力 81
- 第二节 中国网络游戏市场份额现状 82
  - 一、中国网络游戏行业市场占有率 82
  - 二、中国网页游戏市场份额 82
  - 三、网游多机种市场份额发展 82
  - 四、多种网络游戏类型市场份额 83
  - 五、中国网游市场份额趋势 83
- 第三节 中国网络游戏各细分市场网游排行 84
  - 一、2DMMORPG类游戏 84
  - 二、3DMMORPG类游戏 84
  - 三、Q版MMORPG类游戏 85
  - 四、魔幻题材MMORPG类游戏 86
  - 五、武侠题材MMORPG类游戏 86
  - 六、神话题材MMORPG类游戏 87
  - 七、历史题材MMORPG类游戏 88
  - 八、大型休闲类网络游戏 89
- 第四节 网络游戏玩家关注运营厂商 90
  - 一、网游行业格局变动 90
  - 二、网游企业关注度 90
- 第五章 中国网游运营模式与发展思考 92
  - 第一节 中国网络游戏行业运营模式 92
    - 一、代理运营模式 92
    - 二、特许加盟运营模式 92
    - 三、用虚拟换现实运营模式 94
    - 四、游戏时间免费运营模式 96
  - 第二节 网络游戏与动漫产业联合运营新模式 97
    - 一、游戏行业与动漫行业联系 97
    - 二、S-ACG概念 97

三、S-ACG模式发展	97
第三节 中国网络游戏产业发展思路	98
一、营建自主品牌	98
二、完善管理机制	99
三、掌握技术核心	99
四、开拓海外市场	101
第四节 中国网络游戏营利模式转型	102
一、ARPU模式现状	102
二、ARPU值利弊	103
三、付费率新模式	105
第五节 中国网络游戏转型	105
一、多元化	105
二、分众化	106
三、理性化	107
第六节 中国网络游戏商业模式变革	107
一、现有商业模式	107
二、游戏公司转型	111
三、商业模式变革趋势	112
四、“三网合一”给游戏行业的机遇	114
五、SNS游戏模式的机遇	114
第六章 中国网页游戏领域	116
第一节 网页游戏介绍	116
一、网页游戏的定义	116
二、网页游戏开发技术分类	117
三、网页游戏市场的特点	117
第二节 中国网页游戏运行现状综述	119
一、网页游戏品牌	119
二、网页游戏产品运作模式趋势	120
三、网页游戏产品的类型	121
四、网页游戏市场发展趋势	123
第三节 中国网页游戏玩家消费情况	124

- 一、游戏玩家的信息渠道研究 124
- 二、中国网页游戏玩家对不同游戏的喜好 125
- 三、中国网页游戏玩家对不同游戏类型的 128
- 四、中国网页游戏玩家选择付费的情况 129
- 五、中国网页游戏玩家放弃游戏的因素研究 130

#### 第四节 中国网页游戏风险与机遇 131

- 一、行业风险 131
- 二、政策与社会环境风险 132
- 三、国外市场机遇 133

#### 第五节 未来中国网页游戏行业发展趋势 134

- 一、我国网页游戏发展前景 134
- 二、市场份额发展趋势 135
- 三、市场格局发展趋势 135
- 四、游戏模式发展趋势 137

### 第七章 中国网络游戏玩家调查研究 139

#### 第一节 中国网络游戏玩家的基本情况 139

- 一、网络游戏玩家整体特征比较研究 139
- 二、网络游戏玩家不同性别差异情况 139
- 三、网络游戏不同玩家群体特征研究 142

#### 第二节 中国网络游戏玩家个体差异性研究 144

- 一、网络游戏玩家对游戏喜好调查研究 144
- 二、网络游戏玩家不同性别游戏爱好情况不同 145
- 三、网络游戏玩家不同群体的喜好程度 146

#### 第三节 中国网络游戏玩家游戏行为 147

- 一、中国网络游戏玩家行为特征研究 147
- 二、中国网络游戏玩家行为因素研究 148

#### 第四节 中国网络游戏玩家消费行为 155

- 一、中国网络游戏玩家消费行为特征 155
- 二、中国网络游戏玩家消费状况研究 156

### 第八章 中国手机游戏领域 160



第一节 中国手机市场发展	160
一、中国手机市场特点	160
二、手机市场用户关注	161
三、手机功能关注	165
四、国产手机现状与发展策略	170
五、2006-2010年国内手机产量统计	173
第二节 手机游戏市场发展	174
一、全球手机游戏市场发展趋势	174
二、中国手机游戏市场概况	178
三、2009年中国手机游戏市场发展	178
四、中国手机游戏市场发展阶段	179
五、中国手机游戏市场影响因素	182
六、中国手机游戏用户群体	186
第三节 3G手机与手机游戏发展	188
一、3G手机的相关定义	188
二、3G手机游戏产业前景	189
三、3G手机游戏产业同类产品对比	190
四、3G游戏风险	191
第九章 国外重点网游企业运营状况	194
第一节 维旺迪 (VIVENDI)	194
一、企业概况	194
二、维旺迪经营状况	195
三、企业动态	195
四、企业竞争力	196
五、未来发展战略	197
第二节 EA	198
一、企业概况	198
二、EA经营状况	199
三、企业动态	200
四、企业竞争力	201
五、EA转移重心主攻亚洲网游市场	201

### 第三节 任天堂 (NINTENDO) 202

#### 一、企业概况 202

#### 二、任天堂经营状况 202

#### 三、企业动态 203

#### 四、企业竞争力 203

#### 五、任天堂游戏产业发展的五大成功秘诀 206

### 第四节 南梦宫万代控股公司 (NAMCOBANDAIHOLDINGSINC.) 208

#### 一、企业概况 208

#### 二、南梦宫万代控股公司经营状况 209

#### 三、企业动态 209

#### 四、企业竞争力 210

#### 五、未来发展战略 210

### 第五节 育碧 (UBISOFT) 210

#### 一、企业概况 210

#### 二、育碧经营状况 212

#### 三、企业动态 212

#### 四、企业竞争力 213

#### 五、育碧游戏发行计划 213

## 第十章 中国重点网游企业运行状况 214

### 第一节 盛大 214

#### 一、企业概况 214

#### 二、盛大经营状况 214

#### 三、企业动态 215

#### 四、企业竞争力 217

#### 五、盛大网游推行区域特许经营策略 217

#### 六、盛大MMORPG游戏介绍 219

### 第二节 巨人网络 219

#### 一、企业概况 219

#### 二、巨人经营状况 220

#### 三、企业动态 220

#### 四、企业竞争力 221

五、巨人网络主要网游产品运营状况	221
第三节 网易	221
一、企业概况	221
二、网易经营状况	222
三、企业动态	222
四、企业竞争力	222
五、网易推出新网游争抢市场份额	223
第四节 腾讯	223
一、企业概况	223
二、经营状况	224
三、企业动态	224
四、企业竞争力	224
五、腾讯加大网游市场投入	225
第五节 第九城市	225
一、企业概况	225
二、经营状况	226
三、企业动态	226
四、企业竞争力	227
五、第九城市网游业务保持增长形势	227
第六节 完美时空	228
一、企业概况	228
二、经营状况	228
三、企业动态	229
四、企业竞争力	230
五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷	230
第七节 金山	231
一、企业概况	231
二、经营状况	231
三、企业动态	232
四、企业竞争力	232
五、《剑侠世界》开启金山网游新时代	232
第八节 网龙	234

一、企业概况 234

二、经营状况 235

三、企业动态 235

四、企业竞争力 235

五、网龙全力拓展海外网游市场 236

## 第十一章 2011-2015年中国网络游戏行业战略行业战略 237

### 第一节 2010-2011年中国网络游戏环境 237

一、市场规模 237

二、竞争格局 238

三、分化趋势 238

四、生命周期 242

五、估值水平 243

六、监管政策 244

### 第三节 2010-2011年中国网络游戏行业领域 246

一、美国上市的中国网游企业现状 246

二、风险与机遇 248

三、网游企业上市前景 249

### 第四节 中国网络游戏行业资本市场 251

一、中国网络游戏行业资本市场现状 251

二、网络游戏兴奋点 252

### 第五节 2011-2015年中国网络游戏风险 253

一、免费运营游戏风险 253

二、风险对策建议 256

三、政策风险 258

## 第十二章 2011-2015年中国网络游戏行业发展趋势及预测 260

### 第一节 2011-2015年中国网络游戏营销预测 260

一、SNS平台营销模式预测 260

二、网络视频平台营销模式预测 262

三、电视平台营销模式预测 264

### 第二节 2011-2015年中国主流市场网游画面预测 265

- 一、目前国内网络游戏产品画面格局 265
- 二、未来国内网络游戏画面格局预测 267
- 第三节 2011-2015年中国网络游戏流行类型趋势 267
  - 一、动作类游戏趋势 267
  - 二、休闲类游戏趋势 268
- 第四节 现阶段网络游戏投资可行性分析 270
- 第五节 网页游戏、网络游戏、手机游戏发展前景比较 274

通过《2011-2015中国网络游戏行业市场分析及投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/185149.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](http://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。