



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国网页游戏发展前景及投资盈利预测报告(2012-2017年)

一、调研说明

《中国网页游戏发展前景及投资盈利预测报告(2012-2017年)》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/216254.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

中国游戏研究与游戏产业发展迅速，但是游戏市场在研发、发行、培训等多方面都还不成熟，支撑游戏产业的核心技术缺乏，需要进一步发展计算机图形学技术、虚拟现实技术、软件工程技术，形成独立完整的网络游戏产业链。

网页版小游戏的发展时间不长，而且也一直未收到广泛关注，当时中国大陆比较知名的小游戏网站基本是以收集大量的小游戏并摆列在网站上为卖点。这些网站收集的小游戏多达2万到5万款。由2007年底开始，网页游戏的市场日趋火爆，网页小游戏作为小游戏的一个重要组成部分也受到了广泛的关注。另外像SNS社交网站的迅速崛起，而体积较小，休闲和娱乐性很强的小游戏，尤其是Flash小游戏就成了SNS网站最热门的选择。

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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第一章 网页游戏相关概述 11

第一节 网页游戏基础概述 11

一、网页游戏范围界定与特点 11

二、网页游戏媒体 11

三、网页游戏的开发技术 12

第二节 网页游戏类别与发展情况 13

一、策略类 13

二、宠物养成类 14

三、网页MMORPG类 14

第三节 网页游戏发展的优势 15

第二章 2012年中国网页游戏运行态势分析 17

第一节 2012年中国网页游戏业热点聚焦 17

一、265G荣获SNS及WEBGAME大会最佳网页游戏媒体 17

二、第五届网页游戏高峰论坛完美闭幕 17

三、网页游戏取代客户端成玩家首选 17

四、十大最新网页游戏推介 18

第二节 2012年中国网页游戏运行现状综述 21

| | |
|----------------------------|----|
| 一、中国网络游戏市场进入新的高增长周期 | 21 |
| 二、中国网络游戏面临多重挑战的成熟阶段 | 22 |
| 三、网络游戏内置广告价值不断彰显 | 23 |
| 四、网页游戏成为网络游戏市场新的亮点 | 24 |
| 五、网页游戏的创新 | 27 |
| 六、网页游戏与客户端游戏用户高度重合 互补特性显著 | 28 |
| 第三节 2012年中国网页游戏用户群剖析 | 29 |
| 一、玩家数量倍数增长 | 29 |
| 二、用户消费总额快速增加 | 31 |
| 三、游戏类型趋于均衡，游戏可玩性为玩家关注焦点 | 32 |
| 第四节 2012年中国网页游戏企业动态分析 | 33 |
| 一、盛大游戏布局"轻网游" 将推《传奇》和《魔界2》 | 33 |
| 二、2012网页游戏迎来"品牌元年" | 33 |
| 三、网页游戏品牌合作成亮点 "主题+品牌"引领新模式 | 34 |
| 四、千橡并购网页游戏厂商，加强社区用户粘性 | 35 |
| 第五节 2012年中国网页游戏发展中存在的问题分析 | 35 |
| | |
| 第三章 2012年中国网页游戏产业链分析 | 36 |
| 第一节 产业链结构 | 36 |
| 一、网页游戏开发商 | 36 |
| 二、网页游戏运营商 | 36 |
| 第二节 上游供需分析 | 36 |
| 一、监管政策有待进一步落实 | 36 |
| 二、网页游戏开发团队鱼龙混杂，产品同质化严重 | 38 |
| 第三节 下游供需分析 | 38 |
| 一、网页游戏有效满足了玩家需求空白 | 38 |
| 二、直销模式逐渐普及，传统渠道边缘化 | 39 |
| 第四节 行业盈利模式分析 | 39 |
| 一、道具付费模式 | 39 |
| 二、广告模式 | 39 |
| | |
| 第四章 2012年中国网页游戏市场深度剖析 | 40 |

第一节2012年中国网页游戏产业发展概述 40

一、中国网络游戏市场规模 40

二、中国网页游戏用户规模 44

三、中国网页游戏付费用户ARPU值 46

四、中国网页游戏运营商收入构成 47

第二节2012年中国网页游戏产业运行动态分析 50

一、盛大进军网页游戏对产业的影响 50

二、中国主要网游研发费用状况 51

三、2012年网页游戏市场份额调查 54

第三节2012年中国网页游戏存在的问题分析 54

第五章2012年中国网页游戏用户监测数据分析 57

第一节 2012年中国网页游戏资讯网站排行分析 57

第二节 2012年中国网页游戏日均上线时间分析 58

第三节 2012年中国网页游戏推广渠道及用户认可情况分析 59

第四节 2012年中国网页游戏付费状况调研 61

第五节 中国网页游戏与网络游戏用户指标变化对比分析 62

一、运营商宣传策略对网页游戏用户的影响 62

二、游戏本身特点对网页游戏用户的影响 63

三、游戏用户使用行为差异对网页游戏用户的影响 63

第六章 2012年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析 65

第一节2012年中国网页游戏产品分析 65

一、中国网页游戏研发地分布及技术状况 65

二、中国网页游戏产品类型分布 67

三、中国网页游戏题材分布 68

四、国内主要网页游戏及收入排名 69

五、网页游戏测试节点 69

六、中国网页游戏生命周期分析 70

七、中国网页游戏支付方式分布 70

第二节 2012年中国儿童网页游戏市场点评 71

一、用户增长速度惊人，超过预期 71

- 二、线上与线下结合的赢利模式逐步清晰 71
- 三、资本关注，热烈追捧 72
- 四、政策和监管风险大，争议不断 72
- 五、定位及发展各有不同 72

第七章 2012年中国网页游戏竞争新格局透析 74

第一节 2012年中国网页游戏竞争总况 74

- 一、网页游戏市场竞争升级 74
- 二、2012年Q2中国网页游戏产品广告投放情况 74
- 三、国际巨头挺进中国市场 75

第二节 2012年中国网页游戏行业竞争力分析 76

- 一、2012上半年中国网页游戏产品开服情况 76
- 二、网页游戏开发缺乏技术壁垒，同质化竞争削弱议价能力 77
- 三、行业门槛低，潜在进入者众多 78

第三节 2012年中国网页游戏替代品竞争力分析 78

- 一、大型客户端游戏 78
- 二、手机网络游戏市场规模占比逐渐提高 79

第四节 2012年中国网页游戏竞争主体分析 81

- 一、商业模式创新成为竞争焦点 81
- 二、发展策略决定竞争成败 84

第八章 2012年国外重点网游企业分析运行浅析 86

第一节 维旺迪 (VIVENDI) 86

- 一、企业概况 86
- 二、维旺迪经营状况 86
- 三、企业动态分析 87
- 四、企业竞争力分析 88
- 五、未来发展战略分析 88

第二节 EA 89

- 一、企业概况 89
- 二、EA经营状况 89
- 三、企业动态分析 90

| | |
|---|-----|
| 四、企业竞争力分析 | 93 |
| 五、EA转移重心主攻亚洲网游市场 | 93 |
| 第三节 任天堂 (NINTENDO) | 94 |
| 一、企业概况 | 94 |
| 二、任天堂经营状况 | 94 |
| 三、企业动态分析 | 94 |
| 四、企业竞争力分析 | 95 |
| 五、任天堂游戏产业发展的五大成功秘诀 | 96 |
| 第四节 南梦宫万代控股公司 (NAMCO BANDAI HOLDINGSINC.) | 100 |
| 一、企业概况 | 100 |
| 二、南梦宫万代控股公司经营状况 | 100 |
| 三、企业动态分析 | 101 |
| 四、企业竞争力分析 | 105 |
| 五、未来发展战略分析 | 106 |
| 第五节 育碧 (UBISOFT) | 106 |
| 一、企业概况 | 106 |
| 二、育碧经营状况 | 106 |
| 三、企业动态分析 | 107 |
| 四、企业竞争力分析 | 109 |
| 五、育碧游戏发行计划 | 109 |
| | |
| 第九章 2012年中国国内重点网游企业运行状况分析 | 110 |
| 第一节 盛大 | 110 |
| 一、企业概况 | 110 |
| 二、盛大经营状况 | 110 |
| 三、企业动态分析 | 112 |
| 四、企业竞争力分析 | 115 |
| 五、主要游戏品种 | 116 |
| 六、主要游戏规划 | 117 |
| 第二节 巨人网络 | 118 |
| 一、企业概况 | 118 |
| 二、巨人网络经营状况 | 119 |

- 三、企业动态分析 120
- 四、企业竞争力分析 121
- 五、巨人网络主要网游产品运营状况 122
- 第三节 网易 124
 - 一、企业概况 124
 - 二、网易经营状况 124
 - 三、企业动态分析 126
 - 四、企业竞争力分析 127
 - 五、网易推出新网游争抢市场份额 129
- 第四节 腾讯 131
 - 一、企业概况 131
 - 二、腾讯经营状况 131
 - 三、企业动态分析 132
 - 四、企业竞争力分析 134
 - 五、腾讯加大网游市场投入 134
- 第五节 第九城市 136
 - 一、企业概况 136
 - 二、第九城市经营状况 136
 - 三、企业动态分析 137
 - 四、企业竞争力分析 137
 - 五、第九城市网游业务分析 138
- 第六节 完美世界 138
 - 一、企业概况 138
 - 二、完美时空经营状况 139
 - 三、企业动态分析 141
 - 四、企业竞争力分析 142
 - 五、完美时空主要游戏品种分析 143
- 第七节 金山 144
 - 一、企业概况 144
 - 二、金山经营状况 144
 - 三、企业动态分析 146
 - 四、企业竞争力分析 147

五、《剑侠世界》开启金山网游新时代 148

第八节 网龙 148

一、企业概况 148

二、网龙经营状况 148

三、企业动态分析 150

四、企业竞争力分析 151

五、网龙全力拓展海外网游市场 151

第十章2012-2015年中国网页游戏产业发展趋势分析 152

第一节2012-2015年中国网页游戏前景分析 152

一、网页游戏发展大趋势:交互性加强 152

二、网页游戏发展三大趋势 152

三、精品化路线成发展趋势 153

四、儿童网页游戏发展前景 153

第二节 2012-2015年网页游戏市场趋势分析 155

一、web游戏品牌化 155

二、自主研发、独家代理将成为WEB产品趋势 155

三、web游戏产品的类型更完善 156

四、网页游戏市场的多元化 游戏题材多样化 156

第三节2012-2015年中国网页游戏产业盈利预测分析 157

第四节 2012-2015年中国网页游戏运营提出几点建议 158

一、重视外部运营 158

二、发挥联合运营的作用 159

三、选择谁做联运或宣传对象 159

第十一章2012年中国网页游戏投资环境分析 161

第一节 2012年中国宏观经济环境分析 161

一、中国GDP分析 161

二、消费价格指数分析 161

三、社会消费品零售总额 164

四、全社会固定资产投资分析 166

五、工业经济增长分析 168

第二节 2012年中国网页游戏产业政策环境分析 170

- 一、网络游戏产业法律环境解析 170
- 二、网络游戏开发商与运营商法律关系分析 174
- 三、网络游戏业法律纠纷主要类型分析 177
- 四、网游“防沉迷系统”开发标准 178
- 五、互联网信息服务管理办法 180
- 六、电子出版物管理规定 183
- 七、《互联网出版管理暂行规定》 197

第三节 2012年中国网页游戏产业社会环境分析 200

- 一、中国人口规模及结构分析 200
- 二、中国互联网、电脑普及应用情况 202
- 三、中国人口教育程度 211

第十二章 2012-2015年中国网页游戏产业发展趋势分析 212

第一节 2012年中国网页游戏投资概况 212

- 一、网页游戏投资环境分析 212
- 二、网页游戏投资价值研究 216

第二节 2012-2015年中国网页游戏投资热点分析 217

- 一、具有研发及运营能力的新兴企业受到资本市场的青睐 217
- 二、传统游戏运营商及社区网站巨头加大并购力度 224

第三节 2012-2015年中国网页游戏投资风险预警 224

- 一、政策风险 224
- 二、竞争风险 225

第四节 2012-2015年中国网页游戏投资汇总 227

- 一、网页游戏开发 227
- 二、网页游戏运营 228

【图表目录】

图表 1 网页游戏开发技术比较 13

图表 2 客户端游戏、网页游戏、平台游戏和社区游戏占比(2005-13) 22

图表 3 游戏公司最新推出的网页游戏、社区游戏和手机游戏 23

图表 4 2011年中国网页游戏用户年龄结构分布 29

图表 5 2011年中国网页游戏用户性别分布 29

图表 6 2011年中国网页游戏用户学历结构分布 30

图表 7 2011年中国网页游戏用户就业情况 30

图表 8 2011年中国网页游戏获得用户支持的常见因素 31

图表 9 网络游戏分类构成介绍 41

图表 10 2005-2013年中国网络游戏市场的总规模及同比增速 42

图表 11 2010-2012年二季度中国网络游戏用户付费市场规模 43

图表 12 2010-2012年二季度中国网络游戏企业收入市场规模 43

图表 13 2005-2012年中国网络游戏市场竞争格局分析 44

图表 14 2008-2012年上半年中国网页游戏用户规模增长趋势图 45

图表 15 2007-2012年上半年中国网页游戏市场销售规模增长趋势 45

图表 16 2007-2012年中国网页游戏付费用户月度ARPU 值 46

图表 17 2011年网页游戏平台年度排名 47

图表 18 2011年网页游戏产品年度排名表 48

图表 19 2011年网页游戏网盟年度排名表 49

图表 20 2011年网页游戏市场格局与投资关系分析 49

图表 21 2011年Q4中国网页游戏市场收入构成图 50

图表 22 2009-2013年网易研发费用占总收入比例 52

图表 23 2009-2013年研发费用占总收入比例 52

图表 24 2009-2013年研发费用占总收入比例 52

图表 25 2009-2013年研发费用占总收入比例 53

图表 26 2009-2013年研发费用占总收入比例 53

图表 27 2005-2013年中国网页游戏市场份额情况 54

图表 28 2012上半年中国十大增长速度最快的游戏资讯网站排行榜 57

图表 29 2012上半年中国十大有效浏览时长增速最快游戏资讯网站排行榜 58

图表 30 2011-2012年上半年中国网页游戏用户日均游戏时间对比 59

图表 31 2012年中国网页游戏常见推广方式出现率对比 60

图表 32 2012年中国网页游戏常见推广方式认可度对比 60

图表 33 2012年中国网页游戏用户付费情况 61

图表 34 2012年中国网页游戏市场中用户反映强烈的问题 63

图表 35 中国网页游戏区域分布情况 65

图表 36 Webgame的技术分类 65

图表 37 网页游戏画面三大技术分类 66

图表 38 2012年上半年中国常见网页游戏类型普及程度 67

图表 39 中国网页游戏题材分布 68

图表 40 中国网页游戏主要类型和代表作 68

图表 41 国内主要网页游戏及收入排名 69

图表 42 网页游戏测试节点 69

图表 43 中国不同类型网页游戏生命周期对比 70

图表 44 2012年Q2中国网页游戏广告投放额前十产品 75

图表 45 2012年上半年中国网页游戏开服数量月度增长趋势图 76

图表 46 2012年上半年中国网页游戏产品开服数量前十五位对比 76

图表 47 2008-2012年客户端端网游市场占有率 78

图表 48 2008-2013年中国手机游戏市场规模增长趋势及预测图 79

图表 49 2010-2011年第四季度中国手机游戏用户规模增长情况 80

图表 50 2008-2013年中国手机游戏仍然以单机游戏为主 80

图表 51 社交网站离开游戏肯定会损失用户 81

图表 52 社交网站与社交游戏相辅相成 82

图表 53 网络游戏市场规模增速放慢，网游企业将目光投向网页游戏 83

图表 54 2011年中国主要游戏公司海外业务收入及占比统计表 84

图表 55 2009-2012年维旺迪营收情况 86

图表 56 2009-2012年维旺迪资产情况 86

图表 57 EA 2011-2013年总收入额预测对比 89

图表 58 盛大游戏净收入及同比增速(2009-13E) 110

图表 59 几款主打游戏的收入贡献比例 (%) (2009-12E) 111

图表 60 盛大游戏销售及营销费用占总收入的比例(2009-13E) 111

图表 61 盛大游戏研发费用占总收入比例(2009-13E) 112

图表 62 盛大游戏的主要授权游戏 113

图表 63 自2011年来授权/自营游戏的封闭测试和开放测试 114

图表 64 盛大游戏游戏列表 118

图表 65 巨人网络净收入及同比增速(2009-13E) 119

图表 66 巨人网络几款主打游戏的收入贡献比例 (%) (2009-12E) 119

图表 67 销售及营销费用占总收入的比例(2009-13E) 120

图表 68 巨人网络游戏列表 123

图表 69 网易12 年1 季度净收入构成(人民币，百万) 124

图表 70 网易净收入及同比增速(2009-13E) 125

图表 71 网易网络游戏净收入同比增速(2009-13E) 125

图表 72 网易网络游戏收入中各款主打游戏的贡献比例(2009-12E) 126

图表 73 网易《梦幻西游》扩展包 127

图表 74 《梦幻西游》的收入和占比(2004-12E) 127

图表 75 网易其他三款游戏的收入及占比(2009-12E) 128

图表 76 网易游戏列表 130

图表 77 2010Q2-2012Q2腾讯总收入变化情况 134

图表 78 2010Q2-2012Q2腾讯总收入结构变化情况 135

图表 79 《诛仙》和《完美世界2》的收入及合计占比(2007-12E) 139

图表 80 完美世界其他经营活动收入及占比(2008-12E) 140

图表 81 完美世界净收入及同比增速(2009-13E) 140

图表 82 《诛仙》、《完美世界2》和《神魔大陆》对国内收入的贡献比例(%) (2009-12E) 141

图表 83 2012 年6 月海外市场的游戏授权和运营 142

图表 84 完美世界收购的海外游戏开发商 142

图表 85 完美世界游戏列表 143

图表 86 2012年2季度国内生产总值分产业分析 161

图表 87 全国居民消费价格涨幅跌 162

图表 88 7月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 163

图表 89 7月居民消费价格分类别环比涨跌幅 164

图表 90 社会消费品零售总额分月同比增长速度 165

图表 91 2012年7月份社会消费品零售总额主要数据 165

图表 92 固定资产投资（不含农户）同比增速 166

图表 93 规模以上工业增加值同比增长速度 168

图表 94 2012年7月份规模以上工业生产主要数据 169

图表 95 2011年年末人口数及其构成 201

图表 96 2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 201

图表 97 2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 202

图表 98 2008.12-2012.6中国网民规模和互联网普及率 203

图表 99 2010.6-2012.6非网民不使用互联网的原因 203

图表 100 手机上网网民规模 204

图表 101 网民上网设备 205

图表 102 2009.12-2012.6使用各类终端上网的网民规模 205

图表 103 2012年城镇和农村网民上网设备比较 206

图表 104 网民使用电脑上网场所 206

图表 105 网民平均每周上网时长 207

图表 106 2011.12-2012.6网民性别结构 207

图表 107 2011.12-2012.6网民年龄结构 208

图表 108 2011.12-2012.6网民学历结构 208

图表 109 2012.6网民职业结构 209

图表 110 2011.12-2012.6网民个人月收入结构 209

图表 111 2011.12-2012.6网民城乡结构 210

图表 112 2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 211

图表 113 2012年4-7月全球主要经济体PMI走势情况 212

图表 114 1990-2012年中国出口增速变化趋势图 213

图表 115 2012年下半年中国工业增加值下行风险 214

图表 116 2012年下半年中国GDP季度同比走势及预测 214

图表 117 2009-2012年主要经济指标预测表 214

图表 118 2008-2011年网页游戏投资成本增长趋势 218

图表 119 2008-2011年网页游戏研发与运营投资成本同比增幅情况 218

图表 120 2008-2011年网页游戏研发与运营总成本投资构成 219

图表 121 2008-2011年网页游戏研发与运营企业成本投资比例情况 219

图表 122 2008-2011年网页游戏研发公司增减趋势 219

图表 123 2008-2011年网页游戏研发与运营企业成本趋势 220

图表 124 2008-2011年网页游戏从业人员增减变化趋势 220

图表 125 2008-2011年网页游戏研发与运营人员增长趋势 221

图表 126 盈利模式分析 228

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/216254.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。