

2017-2022年中国网页游戏 产业深度调研与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国网页游戏产业深度调研与投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/201611/23-219454.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

报告目录

第一章网页游戏相关概述1

第一节网页游戏基础概述1

一、网页游戏范围界定与特点1

二、网页游戏媒体4

三、网页游戏的开发技术5

第二节网页游戏类别与发展情况7

一、策略类7

二、宠物养成类7

三、网页MMORPG类8

第三节网页游戏发展的优势8

第二章2016年中国网页游戏运行态势分析11

第一节2016年中国网页游戏业热点聚焦11

一、265G荣获SNS及WEBGAME大会最佳网页游戏媒体11

二、第五届网页游戏高峰论坛完美闭幕12

三、网页游戏取代客户端成玩家首选13

四、十大最新网页游戏推介14

五、2016年度中国游戏产业年会 十年回望齐聚首15

第二节2016年中国网页游戏运行现状综述18

一、2016年国内游戏产业规模831.7亿元 页游127亿18

二、中国网络游戏面临多重挑战的成熟阶段20

三、网络游戏内置广告价值不断彰显22

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24

六、网页游戏与客户端游戏用户高度重合 互补特性显著25

第三节2016年中国网页游戏用户群剖析26

- 一、玩家数量倍数增长26
- 二、用户消费总额快速增加26
- 三、游戏类型趋于均衡，游戏可玩性为玩家关注焦点27

第四节2016年中国网页游戏企业动态分析28

- 一、盛大游戏布局“轻网游”将推《传奇》和《魔界2》28
- 二、2012年网页游戏迎来“品牌元年”29
- 三、网页游戏品牌合作成亮点“主题+品牌”引领新模式29
- 四、千橡并购网页游戏厂商，加强社区用户粘性30

第五节2016年中国网页游戏发展中存在的问题分析31

第三章2016年中国网页游戏产业链分析33

第一节产业链结构33

- 一、网页游戏开发商33
- 二、网页游戏运营商34

第二节上游供需分析35

- 一、监管政策有待进一步落实35
- 二、网页游戏开发团队鱼龙混杂，产品同质化严重35

第三节下游供需分析37

- 一、网页游戏有效满足了玩家需求空白37
- 二、直销模式逐渐普及，传统渠道边缘化38

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41

第四章2016年中国网页游戏市场深度剖析43

第一节2016年中国网页游戏产业发展概述43

- 一、中国网络游戏市场规模43
- 二、中国网页游戏用户规模43
- 三、中国网页游戏付费用户ARPU值44
- 四、中国网页游戏运营商收入构成45

第二节2016年中国网页游戏产业运行动态分析47

一、盛大进军网页游戏对产业的影响47

二、中国主要网游研发费用状况48

三、2016年网页游戏市场份额调查52

第三节2016年中国网页游戏存在的问题分析52

第五章2016年中国网页游戏用户监测数据分析55

第一节2016年中国网页游戏资讯网站排行分析55

第二节2016年中国网页游戏日均上线时间分析55

第三节2016年中国网页游戏推广渠道及用户认可情况分析56

第四节2016年中国网页游戏付费状况调研58

第五节中国网页游戏与网络游戏用户指标变化对比分析60

一、运营商宣传策略对网页游戏用户的影响60

二、游戏本身特点对网页游戏用户的影响61

三、游戏用户使用行为差异对网页游戏用户的影响61

第六章2016年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析64

第一节2016年中国网页游戏产品分析64

一、中国网页游戏研发地分布及技术状况64

二、中国网页游戏产品类型分布64

三、中国网页游戏题材分布65

四、国内主要网页游戏及收入排名66

五、网页游戏测试节点66

六、中国网页游戏生命周期分析67

七、中国网页游戏支付方式分布68

第二节2016年中国儿童网页游戏市场点评68

一、用户增长速度惊人，超过预期68

二、线上与线下结合的赢利模式逐步清晰68

三、资本关注，热烈追捧69

四、政策和监管风险大，争议不断69

五、定位及发展各有不同69

第七章2016年中国网页游戏竞争新格局透析71

第一节2016年中国网页游戏竞争总况71

一、网页游戏市场竞争升级71

二、2016年中国网页游戏产品广告投放情况71

第二节2012年中国网页游戏行业竞争力分析72

一、2016年中国网页游戏产品开服情况72

二、网页游戏开发缺乏技术壁垒，同质化竞争削弱议价能力74

三、行业门槛低，潜在进入者众多74

第三节2016年中国网页游戏替代品竞争力分析75

一、大型客户端游戏75

二、手机网络游戏市场规模提高75

第四节2012年中国网页游戏竞争主体分析76

三、商业模式创新成为竞争焦点76

四、发展策略决定竞争成败77

第八章2016年国外重点网游企业分析运行浅析78

第一节维旺迪（VIVENDI）78

一、企业概况78

二、维旺迪经营状况78

三、企业动态分析78

四、企业竞争力分析79

五、未来发展战略分析79

第二节EA80

一、企业概况80

二、EA经营状况80

三、企业动态分析80

四、企业竞争力分析80

五、EA转移重心主攻亚洲网游市场81

第三节任天堂（NINTENDO）81

一、企业概况81

二、任天堂经营状况82

三、企业动态分析82

四、企业竞争力分析83

五、任天堂游戏产业发展成功秘诀84

第四节南梦宫万代控股公司85

一、企业概况85

二、南梦宫万代控股公司经营状况85

三、企业动态分析85

四、企业竞争力分析86

五、未来发展战略分析86

第五节育碧 (UBISOFT) 87

一、企业概况87

二、育碧经营状况87

三、企业动态分析88

四、企业竞争力分析88

五、育碧游戏发行计划88

第九章2012年中国国内重点网游企业运行状况分析89

第一节盛大89

一、企业概况89

二、盛大经营状况89

三、企业动态分析90

四、企业竞争力分析90

五、主要游戏品种91

六、主要游戏规划91

第二节巨人网络93

一、企业概况93

二、巨人网络经营状况93

三、企业动态分析94

四、企业竞争力分析94

五、巨人网络主要网游产品运营状况95

第三节网易96

一、企业概况96

二、网易经营状况96

三、企业动态分析96

- 四、企业竞争力分析97
- 五、网易推出新网游争抢市场份额98
- 第四节腾讯98
 - 一、企业概况98
 - 二、腾讯经营状况99
 - 三、企业动态分析99
 - 四、企业竞争力分析100
 - 五、腾讯加大网游市场投入101
- 第五节第九城市102
 - 一、企业概况102
 - 二、第九城市经营状况103
 - 三、企业动态分析103
 - 四、企业竞争力分析103
 - 五、第九城市网游业务分析104
- 第六节完美世界105
 - 一、企业概况105
 - 二、完美时空经营状况105
 - 三、企业动态分析106
 - 四、企业竞争力分析107
 - 五、完美时空主要游戏品种分析108
- 第七节金山108
 - 一、企业概况108
 - 二、金山经营状况109
 - 三、企业动态分析109
 - 四、企业竞争力分析109
 - 五、《剑侠世界》开启金山网游新时代110
- 第八节网龙111
 - 一、企业概况111
 - 二、网龙经营状况111
 - 三、企业动态分析111
 - 四、企业竞争力分析112
 - 五、网龙全力拓展海外网游市场113

第十章2017-2022年中国网页游戏产业发展趋势分析114

第一节2017-2022年中国网页游戏前景分析114

一、网页游戏发展大趋势:交互性加强114

二、网页游戏发展三大趋势114

三、精品化路线成发展趋势116

四、儿童网页游戏发展前景116

第二节2017-2022年网页游戏市场趋势分析118

一、web游戏品牌化118

二、自主研发、独家代理将成为WEB产品趋势118

三、web游戏产品的类型更完善119

四、网页游戏市场的多元化 游戏题材多样化119

第三节2017-2022年中国网页游戏产业盈利预测分析121

第四节2017-2022年中国网页游戏运营提出几点建议125

一、重视外部运营125

二、发挥联合运营的作用125

三、选择谁做联运或宣传对象125

第十一章2016年中国网页游戏投资环境分析127

第一节2016年中国宏观经济环境分析127

一、中国GDP分析127

二、消费价格指数分析127

三、社会消费品零售总额129

四、全社会固定资产投资分析129

五、工业经济增长分析131

第二节2012年中国网页游戏产业政策环境分析132

一、网络游戏产业法律环境解析132

二、网络游戏开发商与运营商法律关系分析133

三、网络游戏业法律纠纷主要类型分析135

四、网游“防沉迷系统”开发标准136

五、互联网信息服务管理办法138

六、电子出版物管理规定141

七、《互联网出版管理暂行规定》141

第三节2016年中国网页游戏产业社会环境分析141

- 一、中国人口规模及结构分析141
- 二、中国互联网、电脑普及应用情况142
- 三、中国人口教育程度143

第十二章2017-2022年中国网页游戏产业发展趋势分析

第一节2016年中国网页游戏投资概况144

- 一、网页游戏投资环境分析144
- 二、网页游戏投资价值研究145

第二节2017-2022年中国网页游戏投资热点分析146

- 一、具有研发及运营能力的新兴企业受到资本市场的青睐146
- 二、传统游戏运营商及社区网站巨头加大并购力度148

第三节2017-2022年中国网页游戏投资风险预警151

- 一、政策风险151
- 二、竞争风险151

第四节2017-2022年中国网页游戏投资汇总152

- 一、网页游戏开发152
- 二、网页游戏运营152

部分图表目录

图表 1：各类开发技术比较6

图表 2：网页游戏优势10

图表 3:265G最佳网页游戏媒体证书12

图表 4：2016最新网页游戏简介14

图表 5:网络游戏用户比例25

图表 6：2007-2016年中国网页游戏用户付费市场规模统计27

图表 7：中国网页游戏类型结构28

图表 8：2010-2016年中国网络游戏市场规模统计43

图表 9：2010-2016年中国网页游戏用户数量及预测44

图表 10：2007-2016年中国网页游戏用户年度ARPU值统计45

图表 11：2004-2016年中国网络游戏广告主数量46

图表 12：2004-2016年中国网络游戏广告投放天次47

图表 13：2016年游戏市场份额调查52
图表 14：2016年1-2月游戏资讯网站影响力排名55
图表 15：中国网页游戏用户日均游戏时间对比56
图表 16：网页游戏常见推广方式出现率对比57
图表 17：网页游戏常见推广方式认可度对比58
图表 18：网页游戏用户单款游戏持续时间59
图表 19：中国网页游戏用户付费情况60
图表 20：中国网页游戏用户玩其他游戏的比例61
图表 21：中国网页游戏用户离开网页游戏的原因62
图表 22：中国不同性别的网页游戏用户游戏类型喜好差异63
图表 23：2016年中国网页游戏研发地分布64
图表 24：2016年中国网页游戏产品类型分布65
图表 25：2012年国内主要网页游戏及收入排名66
图表 26：2016年中国网页游戏支付方式分布68
图表 27：2004-2016年中国网络游戏广告投放金额72
图表 28：2012-2016年中国网页游戏产品开服情况73
图表 29：2016年中国网页游戏平台开服数量TOP2074
图表 30：移动游戏用户规模75
更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/201611/23-219454.html>