

# 2015-2022年中国虚拟物品 (游戏)交易行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2022年中国虚拟物品(游戏)交易行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1509/6138274RNA.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国虚拟物品(游戏)交易行业市场分析与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了虚拟物品(游戏)交易行业相关概述、中国虚拟物品(游戏)交易产业运行环境、分析了中国虚拟物品(游戏)交易行业的现状、中国虚拟物品(游戏)交易行业竞争格局、对中国虚拟物品(游戏)交易行业做了重点企业经营状况分析及中国虚拟物品(游戏)交易产业发展前景与投资预测。您若想对虚拟物品(游戏)交易产业有个系统的了解或者想投资虚拟物品(游戏)交易行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国拥有全世界最庞大的游戏用户群体，在虚拟世界中也持续推进着我过游戏产业的持续增长；用户群体在游戏世界中同时扮演着消费者和生产者二者合一的角色。虚拟物品交易需求便促成了一个又一个交易平台的产生和崛起。

## 报告目录：

### 第1章 虚拟物品交易概述 10

#### 1.1 虚拟产品概念 10

#### 1.2 虚拟产品类别 10

##### 1.2.1 按虚拟产品种类分类 10

##### 1.2.2 按虚拟产品行业应用分类 11

##### 1.2.3 按虚拟产品用途&功能分类 11

##### 1.2.4 按虚拟产品虚拟化程度分类 13

#### 1.3 虚拟产品的价值 14

#### 1.4 虚拟产品的特征 15

### 第2章 全球虚拟物品交易业务发展现状 18

#### 2.1 全球游戏市场规模分析 18

##### 2.1.1 网游戏市场规模 18

##### 2.1.2 端游市场规模 20

##### 2.1.3 页游市场规模 20

##### 2.1.4 手游戏市场规模 21

#### 2.2 全球虚拟物品(游戏)市场发展概况 22

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 2.2.1 虚拟物品(游戏)交易渠道       | 22 |
| 2.2.2 虚拟物品(游戏)交易平台       | 22 |
| 2.2.3 虚拟物品(游戏)交易产品       | 24 |
| 2.2.4 虚拟物品(游戏)产品载体       | 24 |
| 2.2.5 虚拟物品(游戏)交易终端       | 25 |
| 2.2.6 虚拟物品(游戏)交易服务商      | 25 |
| 2.3 全球虚拟物品(游戏)交易主要国家发展情况 | 26 |
| 2.3.1 美国                 | 26 |
| 2.3.2 韩国                 | 27 |
| 2.3.3 日本                 | 28 |
| 2.3.4 主要投资兼并事件           | 28 |
| 2.4 全球虚拟物品(游戏)交易市场规模及预测  | 29 |

### 第3章 中国虚拟物品交易业务发展现状 31

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 3.1 中国虚拟物品(游戏)交易市场基础环境分析   | 31 |
| 3.1.1 网游戏市场规模分析及预测         | 31 |
| 3.1.2 端游市场规模分析及预测          | 32 |
| 3.1.3 页游市场规模分析及预测          | 33 |
| 3.1.4 手游戏市场规模分析及预测         | 33 |
| 3.2 中国虚拟物品(游戏)交易市场发展状况     | 34 |
| 3.2.1 虚拟物品(游戏)交易渠道         | 34 |
| 3.2.2 虚拟物品(游戏)交易平台         | 35 |
| 3.2.3 虚拟物品(游戏)交易产品         | 36 |
| 3.2.4 虚拟物品(游戏)产品载体         | 36 |
| 3.2.5 虚拟物品(游戏)交易终端         | 36 |
| 3.2.6 虚拟物品(游戏)交易服务商        | 37 |
| 3.3 中国虚拟物品(游戏)交易市场竞争       | 37 |
| 3.3.1 虚拟物品(游戏)服务商市场竞争格局    | 37 |
| 3.3.2 虚拟物品(游戏)交易平台市场竞争格局   | 38 |
| 3.3.3 虚拟物品(游戏)交易渠道市场竞争格局   | 38 |
| 3.3.4 虚拟物品(游戏)交易产品市场竞争格局   | 39 |
| 3.4 中国虚拟物品(游戏)交易市场发展驱动力及阻力 | 39 |

- 3.4.1 中国虚拟物品(游戏)交易市场发展驱动力 39
- 3.4.2 中国虚拟物品(游戏)交易市场发展阻力 40
- 3.5 中国虚拟物品(游戏)交易市场规模预测 41
- 3.5.1 中国虚拟物品(游戏)交易市场规模分析及预测 41
- 3.5.2 中国虚拟物品(游戏)交易细分市场规模分析及预测 41

## 第4章 虚拟物品(游戏)交易产业链分析 42

- 4.1 产业链组成 42
- 4.2 产业链关键厂商价值分析 42
- 4.2.1 游戏开发商 42
- 4.2.2 游戏运营商 42
- 4.2.3 虚拟物品交易服务提供商 42
- 4.2.4 玩家 43
- 4.2.5 代练 43

## 第5章 虚拟物品(游戏)交易业务商业模式分析 45

- 5.1 C2B2C模式 45
- 5.1.1 业务模式 45
- 5.1.2 营销模式 45
- 5.1.3 运营模式 46
- 5.2 B2C模式 47
- 5.2.1 业务模式 47
- 5.2.2 营销模式 48
- 5.2.3 运营模式 50
- 5.3 C2C模式 50
- 5.3.1 业务模式 50
- 5.3.2 营销模式 50
- 5.3.3 运营模式 53
- 5.4 大运营模式对比分析 57

## 第6章 虚拟物品(游戏)交易市场用户研究 59

- 6.1 虚拟物品(游戏)目标用户群体定位 59

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 6.1.1 目标用户基本用户特征定位            | 59 |
| 6.1.2 目标用户终端及通信特征定位           | 59 |
| 6.2 虚拟物品(游戏)目标用户产品定位          | 60 |
| 6.2.1 目标用户游戏类型偏好              | 60 |
| 6.2.2 目标用户游戏载体偏好(网游、页游、端游、手游) | 61 |
| 6.2.3 目标用户虚拟物品(游戏)偏好          | 61 |
| 6.3 虚拟物品(游戏)目标用户渠道购买行为        | 62 |
| 6.3.1 平台渠道购买行为                | 62 |
| 6.3.2 专业渠道购买行为                | 63 |
| 6.3.3 代理、批发渠道购买行为             | 63 |
| 6.3.4 个人渠道购买行为                | 64 |
| 6.4 虚拟物品(游戏)目标用户付费价格          | 65 |
| 6.4.1 按游戏虚拟物品下用户付费意愿及价格       | 65 |
| 6.4.2 按游戏种类条件下用户付费意愿及价格       | 66 |
| 6.4.3 按游戏获取渠道下用户付费意愿及价格       | 66 |
| 6.4.4 按游戏载体终端下用户付费意愿及价格       | 67 |
| 6.5 虚拟物品(游戏)目标用户满意度           | 68 |
| 6.5.1 游戏虚拟物品种类满意度             | 68 |
| 6.5.2 虚拟交易物品承载游戏类型满意度         | 69 |
| 6.5.3 游戏虚拟物品体验满意度             | 69 |
| 6.5.4 游戏虚拟物品价格满意度             | 70 |
| 6.5.5 游戏虚拟物品获取渠道满意度           | 71 |

## 第7章 典型虚拟物品(游戏)交易服务商案例研究 72

|                    |    |
|--------------------|----|
| 7.1 国外典型虚拟物品交易服务平台 | 72 |
| 7.1.1 Ebay         | 72 |
| 7.1.2 IGE          | 76 |
| 7.1.3 itembay      | 78 |
| 7.1.4 Secondlife   | 78 |
| 7.1.5 其他           | 92 |
| 7.2 中国典型虚拟物品交易服务平台 | 93 |
| 7.2.1 淘宝网          | 93 |

7.2.2 YX 93

7.2.3 魔游游 95

第8章 博思数据关于虚拟物品(游戏)交易市场发展趋势分析 97

8.1 虚拟物品(游戏)交易产品发展趋势 97

8.2 虚拟物品(游戏)交易应用发展趋势 97

8.3 虚拟物品(游戏)交易终端发展趋势 98

8.4 虚拟物品(游戏)交易渠道发展趋势 99

8.5 虚拟物品(游戏)交易服务商发展趋势 99

8.6 虚拟物品(游戏)商业模式发展趋势 101

8.7 虚拟物品(游戏)投资机会分析 104

图表目录:

图表 1 2012-2014年全球网络游戏市场规模分析 18

图表 2 2012-2014年全球端游市场规模分析 20

图表 3 2012-2014年全球页游市场规模分析 20

图表 4 2012-2014年全球手游戏市场规模分析 21

图表 5 全球虚拟物品(游戏)交易终端 25

图表 6 主要投资兼并事件 28

图表 7 2012-2015年全球虚拟物品(游戏)交易市场规模及预测 30

图表 8 2012-2015年中国网络游戏市场规模分析 31

图表 9 2012-2015年中国端游市场规模分析 32

图表 10 2012-2015年中国页游市场规模分析 33

图表 11 2012-2015年中国手游戏市场规模分析 33

图表 12 中国虚拟物品(游戏)交易平台市场份额 35

图表 13 中国虚拟物品(游戏)交易终端 36

图表 14 2015-2022年中国虚拟物品(游戏)交易市场规模分析及预测 41

图表 15 目标用户基本用户特征定位 59

图表 16 目标用户终端及通信特征定位 59

图表 17 目标用户游戏类型偏好 60

图表 18 目标用户游戏载体偏好 61

图表 19 目标用户虚拟物品(游戏)偏好 61

图表 20 平台渠道购买行为 62

图表 21 专业渠道购买行为 63

图表 22 代理、批发渠道购买行为 63

图表 23 个人渠道购买行为 64

图表 24 按游戏虚拟物品下用户付费意愿及价格 65

图表 25 按游戏种类条件下用户付费意愿及价格 66

图表 26 按游戏获取渠道下用户付费意愿及价格 66

图表 27 按游戏载体终端下用户付费意愿及价格 67

图表 28 游戏虚拟物品种类满意度 68

图表 29 虚拟交易物品承载游戏类型满意度 69

图表 30 游戏虚拟物品体验满意度 69

图表 31 游戏虚拟物品价格满意度 70

图表 32 游戏虚拟物品获取渠道满意度 71

图表 33 收费标准：（目前担保交易免手续费） 94

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1509/6138274RNA.html>