

中国网页游戏趋势预测及投资盈利预测报告（2012-2017年）

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《中国网页游戏趋势预测及投资盈利预测报告（2012-2017年）》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/ruanjian1502/057504HUBI.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2015-02-12

【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

【内容介绍】

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。

【最新目录】

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、投资策略决定竞争成败	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发展现状	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、儿童网页游戏趋势预测	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前景预警	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：<http://www.bosidata.com/ruanjian1502/057504HUBI.html>