

2021-2027年中国网络游戏 行业前景展望与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国网络游戏行业前景展望与发展前景报告》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.cction.com/report/202106/223697.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

在经历了9个月的政策调整后，首批过审游戏版号于2019年12月29日正式公布，并且直至今日，依然保持着节奏按部就班的有序发放。这也给整个中国游戏市场一针有力的强心剂，从而使得2019年Q1中国网络游戏市场规模达679.2亿元，环比上涨6.4%，同比上涨5.6%，为近两年之最。2017Q1-2019Q1中国网络游戏市场规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国网络游戏行业前景展望与发展前景报告》共十三章。首先介绍了网络游戏行业市场发展环境、网络游戏整体运行态势等，接着分析了网络游戏行业市场运行的现状，然后介绍了网络游戏市场竞争格局。随后，报告对网络游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对网络游戏产业有个系统的了解或者想投资网络游戏行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章网络游戏概述

1.1网络游戏

1.1.1网络游戏定义

1.1.2网络游戏与单机游戏

1.1.3网络游戏产业链

1.2网络游戏的分类

1.2.1主流网络游戏

1.2.2按存在形式分类

1.2.3按地图和人物维度分类

1.3网络游戏行业

1.3.1网络游戏行业主管部门

1.3.2行业主要法律法规及政策

第二章2015-2019年中国网络游戏发展环境分析

2.1中国网络游戏发展的经济环境

- 2.1.1中国GDP增长分析
- 2.1.2居民收入与消费分析
- 2.1.32019年宏观经济运行分析
- 2.1.4网络游戏的社会经济作用分析
- 2.2中国网络游戏发展的互联网及通信环境
 - 2.2.12019年中国互联网基础资源现状概述
 - 2.2.2网游对IDC行业的技术推动作用分析
 - 2.2.32019年中国手机用户规模全球第一
 - 2.2.4移动通信与传统互联网的融合趋势
 - 2.2.5网络融合的促进作用分析
- 2.3中国网络游戏发展的政策环境
 - 2.3.1 《信息产业科技发展“十一五”规划和2020年中长期规划纲要》 45
 - 2.3.2 《2015-2019年电子信息产业调整和振兴规划》 48
 - 2.3.32019年中国网游出版审批办法明确
 - 2.3.42019年金融支持文化产业的政策出台
 - 2.3.5中国网络游戏分级制度的探索
- 2.4中国网络游戏发展的社会环境
 - 2.4.12019年中国人口现状分析
 - 2.4.22019年中国网民规模增长趋势分析
 - 2.4.3网络游戏对未成年人的负面影响
 - 2.4.4中国正在加强网络游戏的市场监管

第三章2015-2019年全球网络游戏产业发展现状分析

- 3.12015-2019年全球网络游戏发展概况
 - 3.1.12019年全球网络游戏市场规模分析
 - 3.1.2全球网络游戏的市场格局分析
 - 3.1.3全球主要区域网络游戏分级制度介绍
 - 3.1.42019年3D游戏将主导视频游戏市场
- 3.22015-2019年全球主要国家网络游戏产业发展分析
 - 3.2.12019年美国网络游戏消费规模分析
 - 3.2.22019年美国虚拟物品市场扩大
 - 3.2.32019年欧洲网络游戏市场规模分析

- 3.2.32019年韩国出台网络游戏管理新政
- 3.2.4韩国网络游戏发展模式及经验总结
- 3.2.52019年日本网络游戏产业发展现状分析

第四章2015-2019年中国网络游戏产业发展现状分析

4.1中国网络游戏产业发展概述2017Q1-2019Q1中国游戏用户规模数据来源：公开资料整理

- 4.1.1中国网络游戏行业发展周期性分析
- 4.1.2中国网络游戏行业盈利模式
- 4.1.32015-2019年中国网游画面的变迁分析
- 4.22019年中国网络游戏市场发展现状分析
- 4.2.12019年中国网络游戏市场规模分析
- 4.2.22019年中国网络游戏产品特色分析
- 4.2.3中国网络游戏的竞争格局分析
- 4.2.42019年中国网络游戏市场份额分析
- 4.32019年中国网络游戏发展现状分析
- 4.3.12019年2季度网络游戏市场规模分析
- 4.3.22019年2季度网络游戏市场集中度分析
- 4.3.32019年2季度主要网络游戏网站分析
- 4.3.42019年2季度网络游戏广告投入分析
- 4.42019年中国网络游戏出口现状分析
- 4.4.1中国网络游戏出口产业链分析
- 4.4.2中国网络游戏出口主要模式分析
- 4.4.32019年中国网络游戏出口规模分析
- 4.4.42019年中国网络游戏出口市场份额分析
- 4.4.52019年中国网络游戏企业出口案例统计
- 4.52015-2019年中国儿童青少年网游市场发展现状分析
- 4.5.12015-2019年中国儿童网络游戏产品分析
- 4.5.2中国儿童青少年网游市场的兴起分析
- 4.5.32019年儿童青少年网游市场调研分析
- 4.5.4中国儿童青少年网游市场发展特征分析
- 4.5.5儿童青少年网游的市场监管体系分析
- 4.62015-2019年中国网络游戏市场发展动态分析

- 4.6.1中国网络游戏出版自主研发实力分析
- 4.6.22019年《魔兽世界》事件的影响分析
- 4.6.32019年中国启动网络游戏两大工程
- 4.6.42019年免费网游成主流消费模式
- 4.72019年中国网络游戏行业主要投资事件分析
- 4.7.1主要投资事件列表
- 4.7.2中青宝创业板上市
- 4.7.3北极光投资联易互动
- 4.7.4泛城科技获得风险投资
- 4.7.5178游戏投资3DMGAME
- 4.7.6中国网络游戏企业加速海外收购
- 4.8中国网络游戏产业存在的问题及对策分析
- 4.8.1中国网络游戏市场发展难点分析
- 4.8.2中国网络游戏产业发展的威胁分析
- 4.8.3中国网络游戏产业发展的对策分析
- 4.8.4儿童青少年网游市场的监管措施分析

第五章2019年中国网页游戏市场发展现状分析

- 5.1网页游戏相关概述
- 5.1.1网页游戏定义
- 5.1.2网页游戏分类
- 5.2中国网页游戏的运营和盈利模式分析
- 5.2.1中国网页游戏运营模式分析
- 5.2.2中国网页游戏盈利模式分析
- 5.2.3运营模式和盈利模式的创新分析
- 5.32015-2019年中国网页游戏市场发展环境分析
- 5.3.1网页游戏发展的技术推动因素分析
- 5.3.2网页游戏行业的投资现状分析
- 5.3.32019年中国网页游戏自律组织成立
- 5.3.42019年网页游戏“金页奖”公布
- 5.42015-2019年中国网页游戏市场发展特征分析
- 5.4.12015-2019年中国网页游戏市场规模分析

- 5.4.22019年中国网页游戏用户规模分析
- 5.4.3手机WAP游戏将成市场亮点
- 5.4.4网页游戏的媒体价值分析
- 5.4.5大型网络游戏与网页游戏融合
- 5.4.62019年中国网页游戏发展趋势分析
- 5.5中国网页游戏市场存在的问题及对策分析
 - 5.5.1网页游戏技术研发中存在的问题
 - 5.5.2网页游戏市场运营中存在的问题
 - 5.5.3网页游戏市场宣传中存在的问题
 - 5.5.4中国网页游戏市场开发对策分析

第六章2019年中国手机游戏市场发展现状分析

- 6.1手机游戏简介
 - 6.1.1手机游戏定义
 - 6.1.2手机游戏的分类
 - 6.1.3手机游戏盈利模式
 - 6.1.4手机游戏推广渠道
- 6.22015-2019年中国手机游戏市场发展现状分析
 - 6.2.1中国手机游戏发展的影响因素分析
 - 6.2.22015-2019年中国手机游戏市场规模分析
 - 6.2.32019年中国手机游戏用户规模分析
 - 6.2.4中国手机游戏网站竞争格局分析
 - 6.2.5中国手机游戏开发人才需求热
- 6.32015-2019年中国手机游戏市场发展动态分析
 - 6.3.12019年中国手游企业积极开发国际市场
 - 6.3.22019年中国手游“金游奖”公布
 - 6.3.32019年中国手机游戏市场成熟度分析
- 6.42015-2019年中国手机游戏发展存在的问题及对策
 - 6.4.1 手机游戏品质成市场发展瓶颈
 - 6.4.2 手机游戏市场的监管问题
 - 6.4.3 中国手机游戏产业发展的建议

第七章2019年中国大型网络游戏消费者调研分析

7.12019年中国大型网络游戏用户分析

7.1.1中国大型网络游戏用户规模及分布

7.1.2中国网络游戏用户城乡分布

7.22019年中国大型网络游戏用户特征

7.2.1中国大型网络游戏用户性别结构

7.2.2中国大型网络游戏用户年龄结构

7.2.3中国大型网络游戏用户职业结构

7.2.4中国大型网络游戏用户收入结构

7.2.5中国大型网络游戏用户游戏年龄

7.2.6中国大型网络游戏用户网龄结构

7.32019年中国大型网络游戏使用行为分析

7.3.1中国大型网络游戏用户使用地点

7.3.2中国大型网络游戏用户首先使用地点

7.3.3中国大型网络游戏用户使用时间

7.3.4中国大型网络游戏用户信息获取途径

7.42019年中国大型网络游戏用户产品使用行为

7.4.1中国大型网络游戏用户玩伴数量

7.4.2中国大型网络游戏用户使用原因

7.4.3中国大型网络游戏用户选择新产品原因

7.4.4中国大型网络游戏使用目的

7.4.5中国大型网络游戏产品用户流失因素

7.52019年中国大型网络游戏用户消费行为分析

7.5.1中国大型网络游戏用户消费构成

7.5.2中国大型网络游戏用户花费

7.5.3中国大型网络游戏付费用户消费来源

7.5.4中国大型网络游戏用户收入结构

7.5.5中国大型网络游戏用户付费模式偏好

7.5.6中国大型网络游戏用户消费方式

7.62019年中国网络游戏产品调研分析

7.6.1中国网络游戏运营商MMOG用户规模

7.6.2中国大型网络游戏类型用户渗透

- 7.6.3中国网络游戏用户使用MMOG数量分析
- 7.6.4中国大型网络游戏单用户使用寿命分析
- 7.6.5中国大型网络游戏产品渗透率

第八章2019年中国网页游戏用户调研分析

8.12019年中国整体网页游戏用户属性特征

8.1.1整体网页游戏用户性别特征

8.1.2整体网页游戏用户年龄特征

8.1.3整体网页游戏用户职业特征

8.1.4整体网页游戏用户学历特征

8.1.5整体网页游戏用户收入特征

8.22019年中国整体网页游戏用户行为特征

8.2.1网页游戏用户信息获取渠道

8.2.2网页游戏用户使用设备

8.2.3网页游戏用户使用地点

8.32019年中国整体网页游戏互联网背景特征

8.3.1用户网页游戏使用年限

8.3.2用户整体游戏使用年限

8.3.3网页游戏用户游戏类型重合状况

8.3.4网页游戏用户互联网使用年限

8.3.5网页游戏用户互联网服务使用

8.42019年中国社交网页游戏用户特征

8.4.1社交网页游戏用户性别结构

8.4.2社交网页游戏用户年龄结构

8.4.3社交网页游戏用户职业结构

8.4.4社交网页游戏用户收入结构

8.4.5社交网页游戏产品使用形式

8.4.6社交网页游戏用户使用网站

8.4.7社交网页游戏产品使用次数和时间

8.4.8社交网页游戏用户花费

8.4.9社交网页游戏信息获取渠道

8.4.10社交网页游戏使用地点

- 8.4.11社交网页游戏用户使用设备
- 8.4.12社交网页游戏用户浏览器使用状况
- 8.52019年中国社交网页游戏用户背景
- 8.5.1社交网页游戏用户与其它电脑游戏重合度
- 8.5.2社交网页游戏用户网页游戏年龄
- 8.5.3社交网页游戏用户总体游戏年龄
- 8.5.4社交网页游戏广告状况
- 8.5.5社交类网站用户使用功能
- 8.5.6社交网页游戏用户网站黏合度
- 8.62019年中国大型网页游戏用户行为状况
- 8.6.1大型网页游戏用户性别结构
- 8.6.2大型网页游戏用户年龄结构
- 8.6.3大型网页游戏用户职业结构
- 8.6.4大型网页游戏用户收入结构
- 8.6.5大型网页游戏用户登录次数
- 8.6.6大型网页游戏用户使用时间
- 8.6.7大型网页游戏用户使用原因
- 8.6.8大型网页游戏用户花费状况
- 8.6.9大型网页游戏信息获取渠道
- 8.6.10大型网页游戏用户浏览器使用状况
- 8.6.11大型网页游戏生命周期
- 8.6.12大型网页游戏产品放弃原因
- 8.6.13大型网页游戏用户题材偏好
- 8.6.14大型网页游戏用户类型偏好
- 8.6.15大型网页游戏用户与其他电脑游戏重合度
- 8.6.16大型网页游戏用户网页游戏年龄
- 8.6.17大型网页游戏用户游戏年龄
- 8.6.18大型网页游戏互联网使用年限
- 8.6.19大型网页游戏用户互联网使用状况

第九章2019年中国手机游戏用户调研分析

- 9.12019年中国手机游戏用户基本属性分析

- 9.1.1手机游戏用户性别分布
- 9.1.2手机游戏用户年龄分布
- 9.1.3手机游戏用户所在区域分布
- 9.1.4手机游戏用户教育程度
- 9.1.5手机游戏用户个人月收入分布
- 9.1.6手机游戏用户职业分布
- 9.22019年中国手机游戏用户参与游戏的属性分析
- 9.2.1手机游戏用户使用的手机品牌分布
- 9.2.2手机游戏用户黏性分析
- 9.2.3手机游戏用户活跃程度及流失原因
- 9.2.4手机游戏用户每月的手机上网花费
- 9.2.5手机游戏用户参与手机游戏的时间分析
- 9.2.6手机游戏用户参与手机游戏的场所分析
- 9.32019年中国手机网络游戏用户使用行为分析
- 9.3.1用户不选择手机网络游戏的原因分析
- 9.3.2用户偏好的手机游戏风格和题材
- 9.3.3用户获知手机网络游戏的渠道
- 9.3.4手机网游用户付费对比
- 9.3.5手机网游用户月均消费
- 9.3.6单款手机网络游戏费用支付意愿
- 9.3.7手机网游用户的支付方式
- 9.3.8用户每天参与手机网游的时间段分布
- 9.3.9用户单个手机网游周期
- 9.3.10手机网游用户态度对比分析
- 9.3.11用户最期望的手机网络游戏功能
- 9.3.12用户期望的手机网络游戏附属功能
- 9.3.13手机网游用户在线活动研究
- 9.3.143G对于手机网游带来的影响

第十章2015-2019年国外网络游戏重点企业分析

10.1动视暴雪

10.1.1公司简介

- 10.1.2暴雪并购动视分析
- 10.1.3公司经营情况分析
- 10.1.4动视暴雪游戏业务市场分析
- 10.1.5暴雪战网游戏平台将整合
- 10.2任天堂（NINTENDO）
- 10.2.1公司简介
- 10.2.2公司经营情况
- 10.2.3任天堂谷歌联手推出游戏
- 10.2.4全球游戏机排行榜分析
- 10.3育碧（UbiSoftEntertainment）
- 10.3.1公司简介
- 10.3.2公司经营情况
- 10.3.3育碧推出环保游戏包装
- 10.3.4育碧中国市场发展计划
- 10.4美国EA公司
- 10.4.1公司简介
- 10.4.2公司成为世界500强企业
- 10.4.3公司经营情况
- 10.4.4度公司新作发售计划
- 10.4.5EA中国市场开发计划

第十一章中国网络游戏重点企业分析

- 11.1中青宝网
- 11.1.1公司简介
- 11.1.2公司经营情况分析
- 11.1.3中青宝网游出版核心竞争力分析
- 11.1.4公司经营计划
- 11.2上海盛大网络
- 11.2.1企业简介
- 11.2.2公司经营情况分析
- 11.2.3盛大网络游戏业务发展分析
- 11.2.4盛大与两企业结盟联合营销

11.3 北京完美时空

11.3.1 公司简介

11.3.2 企业经营情况分析

11.3.3 完美时空加大内容投入

11.3.4 完美时空的精品化路线分析

11.3.5 完美时空海外市场表现分析

11.4 网易公司

11.4.1 企业简介

11.4.2 网易游戏发展历程分析

11.4.3 公司经营情况分析

11.5 第九城市

11.5.1 公司简介

11.5.2 第九城市发展历程分析

11.5.3 公司经营情况

11.5.4 第九城市三大战略部署分析

11.6 网龙

11.6.1 公司简介

11.6.2 公司经营情况

11.6.3 公司未来发展展望

11.7 金山

11.7.1 公司简介

11.7.2 金山网游发展历程分析

11.7.3 公司经营情况

第十二章 2021-2027年中国网络游戏产业发展前景

12.1 2021-2027年中国网络游戏市场规模预测

12.1.1 中国网络游戏市场规模预测

12.1.2 2021-2027年中国网游出口规模预测

12.2 2021-2027年中国网络游戏发展趋势分析

12.2.1 游戏创新和市场细分

12.2.2 与其他文化产业的融合

12.2.3 网游衍生品的发展契机

第十三章2021-2027年中国网络游戏投资分析

13.12021-2027年中国网络游戏投资风险分析

13.1.1政策风险

13.1.2市场风险

13.1.3技术风险

13.1.4知识产权保护风险

13.22021-2027年中国网络游戏投资建议

13.2.1积极开发女性用户市场

13.2.2自主创新是关键

13.2.3农村消费市场的拓展

部分图表目录：

图表1电脑游戏及网络游戏的分类

图表2网络游戏产业链示意图

图表32015-2019年中国GDP增长趋势图

图表42015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表52015-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表62015-2019年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表72015-2019年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表82015-2019年中国社会消费品零售总额情况

图表92015-2019年中国居民消费价格涨跌幅度

图表102019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表122012-2015年中国IPv4地址资源变化情况

图表132019年中国分类域名数

图表142019年中国分类CN域名数

图表152012-2015年中国网站规模变化趋势图

图表162015-2019年中国网页规模变化

图表172019年中国网页数分类及增长情况

图表182012-2015年中国国际出口带宽变化情况

图表192019年中国主要骨干网络国际出口带宽数

图表202015-2019年中国移动电话用户规模和比例增长趋势图

图表212015-2019年中国移动电话用户月度净增比较

图表222015-2019年中国移动分组数据用户月度增长情况

图表232019年中国各省移动电话用户、普及率统计

图表24传统互联网与移动通信网的劣势列表

图表25移动互联网的融合发展示意图

图表26固网、移动网、广电网和互联网的大融合趋势

图表27移动互联网终端的融合示意图

图表28中国信息产业科技发展的15大重点技术列表

图表292015-2019年中国人口数量增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223697.html>