

2009-2012年网络游戏行业市场竞争格局与投资咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年网络游戏行业市场竞争格局与投资咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。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，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/3650236502.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

摘要

2008年网络游戏实际销售收入达183.8亿元人民币，比2007年增长76.6%，为电信、IT等行业带来直接收入478.4亿元。2008年中国网络游戏市场规模为207.8亿元，同比增长52.2%。在网络游戏的快速发展中，民族原创网络游戏已连续4年成为市场主导。2008年，总计有15家网络游戏企业自主研发的33款网络游戏作品进入海外市场，实现收益7074万美元。走红海外的游戏当中，都大量运用了中国文化元素。网络游戏收入规模已经远远超过传统的三大娱乐内容产业——电影票房、电视娱乐节目和音像制品发行的收入，已经成为中国互联网经济发展的“火车头”之一。新闻出版总署实施“中国民族网络游戏出版工程”5年来，我国网络游戏原创力量稳步发展，实现了从以进口代理外国游戏为主转变为以自主创新为主，使中国文化元素的原创网络游戏成为市场主导，“中国创造”已经成为我国民族网络游戏出版产业的核心竞争力。2008年，我国网络游戏研发公司已达131家，研发专业人员达24768人，自主研发网络游戏总数达286款，较2007年增长了14.4%；自主研发网络游戏实际销售收入达110.1亿元人民币，比2007年增长了60.0%，占我国网络游戏出版市场总收入的59.9%。我国原创网络游戏已经连续4年牢固占据市场的主导地位。在排名前10位的最受欢迎网络游戏中，自主研发的网络游戏占据了6席，实现了市场价值和用户人数的双突破。我国主要网络游戏企业多为上市公司，现金流充足，从财务报表和服务器端数据来看，金融危机爆发至今，全国主要网络游戏企业增长态势未减，多数企业对网络游戏出版产业的持续发展充满信心。

2009年1季度，中国网络游戏市场规模达61.6亿元，同比增长32.5%，环比增长7.7%，成为国内互联网唯一飘红的细分行业。数据显示，优势企业继续领跑，盛大、腾讯、网易三家企业份额超过10%，共计占比达43.3%，领先优势明显。尽管网游行业在金融危机下一枝独秀，但网络游戏市场规模同比增长率已经持续四个季度下滑，从2007年1季度的133%，到2009年1季度只有32.5%，侧面证明网游产业从高速增长期逐渐趋于平缓。预计2009年网络游戏在中国市场的增长将达70-80%。受年轻消费者的推动，网易、盛大2009年的表现将优于2008年。未来几年网游行业仍将保持良好的发展势头，预计在2012年前，每年的增长率将在20%以上，但再次出现爆炸式增长的可能性不大，预计到2012年整个产业的收入将达到686亿元。从中国网络游戏市场发展的趋势可看出，游戏用户数量和单位用户贡献度是影响行业发展速度的关键：2005年前，网游行业的增长动力主要来自于用户数量的急速膨胀；而到2005年左右，由于用户增长速度已无法支撑行业高速发展，新游戏推广速度远高于用户增长速度，这在当时以计时制收费为主流运营模式的情况下，用户贡献度被稀释，增长率降低；在2005年后增长动力则是通过用户深度挖掘，即通过道具模式拉动用户ARPU值取得的。使用道具模式深度挖掘用户贡献度，虽然可以在短期内提高运营商收入，但从长远角度出发必然会遭遇增长瓶颈，这一局限性已在2008年初现端倪。综合预测2009年网络游戏产业的发展方向认为在用户规模增长空间有限的情况下，充分挖掘网络游戏产业本身价值将

是未来产业发展的主旋律。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、新闻出版总署、中国互联网协会、各网络游戏门户网站等公布和提供的大量资料，对我国的网络游戏行业进行了全面的。报告总结了全球和国内网络游戏产业发展现状，对我国网络游戏市场情况、用户情况、竞争情况、发展前景、投资情况等进行了。报告还对网络游戏产业未来发展趋势及发展策略进行了研判，是网络游戏企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 全球网络游戏行业发展状况

第一节 世界网络游戏发展历程

一、第一代网络游戏（1969年至1977年）

二、第二代网络游戏（1978年至1995年）

三、第三代网络游戏（1996年至2006年）

四、第四代网络游戏（2006年开始）

第二节 全球网络游戏市场发展

第三节 韩国网络游戏市场发展

一、韩国网游产业发展状况

二、韩国网游在中国的发展

三、韩国网络游戏中国化道路的挫折

四、2008年韩国网络游戏出口情况

第四节 其他国家网和地区络游戏发展

一、日本网络游戏发展

二、欧洲网络游戏市场

三、美国网络游戏动态

第二章 我国网络游戏行业发展状况

第一节 我国网络游戏发展历程

一、中国网络游戏发展史

二、中国网游的八个里程碑

三、近十年来我国网络游戏的发展

第二节 我国网络游戏产业发展

一、中国网络游戏产业发展现状

二、2008年我国网络游戏大盘点

三、我国主要游戏企业发展状况

四、我国传统文化对网络游戏影响

第三节 中国网络游戏研发

一、中国网络游戏研发现状及进展

二、我国网络游戏研发的问题

三、国内网络游戏研发机遇及建议

第四节 我国网络游戏市场发展

一、中国网络游戏销售现状

二、2008年1季度我国网络游戏市场规模情况

三、2008年2季度我国网络游戏市场规模情况

四、2008年3季度中国网络游戏市场规模情况

五、2008第4季度主流厂商新增网络游戏情况

六、2009第1季度主流厂商新增网络游戏情况

七、2008年中国网络游戏市场发展问题

八、我国网络游戏外挂问题

第五节 我国网络游戏国际化发展

一、中国网络游戏国际化发展历程

二、中国网游国际发展现状

三、我国网络游戏产业国外市场发展走势

第三章 金融危机对网络游戏行业影响

第一节 金融危机对网络游戏行业影响

一、2008年金融风暴对网络游戏融资影响

二、2008年金融风暴对我国网络游戏影响

三、金融风暴对风险投资影响

四、金融风暴对网络游戏上市公司影响

第二节 网络游戏行业应对金融危机策略

一、网络游戏发展策略

二、金融风暴中网络游戏企业生存策略

三、网络游戏企业应对金融风暴策略

第四章 网络游戏用户

第一节 我国网络用户状况

一、中国核心网络游戏用户的属性特征

二、网络游戏用户协议监管的法律探讨

三、2008年我国网络游戏用户规模情况

四、浅谈网络游戏如何满足用户需求

五、游戏用户与全体网络游戏用户对游戏内置广告接受程度

六、2008年国内手机网络游戏用户情况

第二节 网络游戏用户费用收取

一、网络游戏付费用户与免费用户对比

二、网络游戏用户付费潜力

三、网络游戏用户付费方式探讨

第三节 网络游戏消费者特点

一、网络游戏用户的羊群效应

二、我国网游玩家“三高”趋势

三、游戏设计与人类的基本欲望

四、网游玩家肯玩付费网游人数

第四节 2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户的差异

一、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户职业差异

二、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

三、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户学历差异

四、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

五、2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

第五章 手机网络游戏产业

第一节 我国手机市场发展

一、2008年我国移动电话产量统计

二、2008年全球手机市场发展

三、2008年手机市场用户消费

四、2008年中国手机生产销售

五、2008年手机市场品牌调查

第二节 中国手机网游市场

一、手机游戏市场驱动力

二、中国手机网游发展现状

三、手机网游发展的价值

四、2009年手机网络游戏发展形势

五、2008年手机网络游戏市场

六、影响玩家进入手机网游主要因素

第三节 手机网游存在的问题

一、游戏内容问题

二、游戏终端问题

三、网络质量问题

四、上网费用问题

五、游戏用户体验问题

六、手机游戏暗流问题

第四节 手机网游与PC网游的对比

一、用户对比

二、开发设计对比

三、营运和渠道建设对比

第二部分 行业竞争格局

第六章 网络游戏产业竞争

第一节 中国网游市场竞争现状

一、我国网游业竞争现状

二、2008年网游企业市场占有率比较

三、我国网游行业竞争问题

四、2008年国产网游市场竞争

五、2008-2009年中国回合制网游市场竞争

第二节 中国网游竞争力

一、中国网游产业竞争优势

二、未来十年网游业核心竞争力

三、中国网络游戏市场竞争力情况

第三节 中国网游并购竞争

一、网游并购竞争历史

二、中国网络游戏业并购现状

三、网络游戏行业并购竞争走势

第七章 网络游戏企业竞争策略

第一节 网络游戏市场竞争策略

一、2009年网络游戏市场增长潜力

二、2009年网络游戏主要潜力品种

三、现有网络游戏产品竞争策略

四、潜力网络游戏品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略

第二节 网络游戏企业竞争策略

一、金融危机对网络游戏行业竞争格局的影响

二、金融危机后网络游戏行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国网络游戏市场竞争趋势

四、2009-2012年网络游戏行业竞争格局展望

五、2009-2012年网络游戏行业竞争策略

六、2009-2012年网络游戏企业竞争策略

第八章 网络游戏重点企业竞争

第一节 盛大

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 网易

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 第九城市

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 金山

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 巨人网络

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 网龙

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 完美时空

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 腾讯

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 久游网

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第九章 网络游戏行业发展趋势

第一节 网游发展前景与机遇

一、我国网络游戏行业发展前景

二、经济危机下网络游戏发展机遇

三、网络游戏人才机遇

第二节 手机网游发展前景与趋势

一、手机网络游戏发展机遇与前景

二、手机网游产业链发展趋势

三、2009年手机网游的新机遇

四、未来手机网游市场发展趋势

五、2009-2012年手机网游发展趋势

第三节 网游产业发展趋势

一、未来中国网络游戏产业发展趋势

二、2009年中国网络游戏产业新趋势

三、未来5年网络游戏业发展重要方向

四、中国网络游戏研发费用发展趋势

五、网络游戏场所向家庭转移的趋势

六、网游竞技化发展趋势

第四节 2009年中国网游产业发展趋势调查

一、2009年网游产业发展趋势调查概述

二、2009年网游产业运营模式发展趋势调查

三、2009年网游产业并购整合趋势调查

四、2009年网游产业人才竞争趋势调查

五、2009年网游产业内置广告趋势调查

六、2009年网游产业国际化发展趋势调查

第十章 未来网络游戏行业发展预测

第一节 2009-2012年国际网络游戏市场预测

一、2009-2012年全球网络游戏行业收入预测

二、2009-2012年全球网络游戏市场需求前景

三、2009-2012年全球网络游戏市场投资预测

第二节 2009-2012年国内网络游戏市场预测

一、2009-2012年国内网络游戏行业收入预测

二、2009-2012年国内网络游戏市场需求前景

三、2009-2012年国内网络游戏市场投资预测

四、2009-2012年国内网络游戏行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十一章 网络游戏行业投资现状

第一节 2008年网络游戏行业投资情况

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资

五、2008年分地区投资

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度网络游戏行业投资情况

一、2009年1季度总体投资及结构

二、2009年1季度投资规模情况

三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资

五、2009年1季度分地区投资

六、2009年1季度外商投资情况

第十二章 网络游戏行业投资环境

第一节 经济发展环境

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境

- 一、2009年网络游戏行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第四节 电子产业信息振兴规划

- 一、电子产业信息振兴规划概述
- 二、电子产业信息振兴规划细则
- 三、电子产业信息振兴规划三大任务
- 四、电子产业信息振兴规划六大工程
- 五、电子产业信息振兴规划十项措施
- 六、电子产业信息振兴规划的意义与作用
- 七、电子产业信息振兴规划对网络游戏行业的影响

第十三章 网络游戏行业投资机会与风险

第一节 网络游戏行业投资效益

- 一、2008-2009年网络游戏行业投资状况
- 二、2009-2012年网络游戏行业投资效益
- 三、2009-2012年网络游戏行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年网络游戏行业的投资方向
- 五、2009-2012年网络游戏行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素

第二节 影响网络游戏行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响网络游戏行业运行的有利因素
- 二、2009-2012年影响网络游戏行业运行的稳定因素
- 三、2009-2012年影响网络游戏行业运行的不利因素
- 四、2009-2012年我国网络游戏行业发展面临的挑战
- 五、2009-2012年我国网络游戏行业发展面临的机遇

第三节 网络游戏行业投资风险及控制策略

- 一、2009-2012年网络游戏行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年网络游戏行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年网络游戏行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年网络游戏行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年网络游戏同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年网络游戏行业其他风险及控制策略

第十四章 网络游戏行业投资战略研究

第一节 网络游戏行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国网络游戏品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、网络游戏实施品牌战略的意义

三、网络游戏企业品牌的现状

四、我国网络游戏企业的品牌战略

五、网络游戏品牌战略管理的策略

第三节 网络游戏行业投资战略研究

一、2009年互联网行业行业投资战略

二、2009年网络游戏行业投资战略

三、2009-2012年网络游戏行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：2006-2012年全球网络游戏市场规模

图表：2012年全球网络游戏市场份额地区比重

图表：2003-2011年欧洲网络游戏市场规模

图表：2003-2011年全球网络游戏市场规模

图表：2008年网络游戏运营商收入市场份额

图表：2008年中国网络游戏运营商市场规模对比

图表：2006-2008年中国网络游戏市场规模走势

图表：2008年中国网络游戏市场主要厂商市场份额

图表：休闲网游玩家购买游戏内道具的方式

图表：2008年网络游戏用户个人收入情况

图表：2008年不同月收入网络游戏用户平均每月游戏消费金额

图表：2008年中国网页游戏用户与全体网络游戏用户对游戏内置广告接受程度

图表：2009年网游玩家预期在网游增加的花费

图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户的职业差异

图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户的收入差异

图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异

图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异

图表：2008年网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异

图表：2008年1-12月移动电话产量全国统计

图表：2008年1-12月移动电话产量吉林省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量江苏省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量福建省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量广东省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量重庆市统计

图表：2008年1-12月移动电话产量北京市统计

图表：2008年1-12月移动电话产量浙江省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量江西省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量湖北省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量广西区统计

图表：2008年1-12月移动电话产量四川省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量天津市统计

图表：2008年1-12月移动电话产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量上海市统计

图表：2008年1-12月移动电话产量山东省统计

图表：2008年1-12月移动电话产量贵州省统计

图表：2000-2008年全球手机市场销售规模及增长速度

图表；2008年全球市场主要品牌结构

图表：2008年最受用户关注的前十款手机排行榜

图表：2008年最受关注产品排行榜

图表：对排行榜前五款产品喜爱的用户调查

图表：用户对前五款产品的喜爱度对比

图表：对排行榜前五款产品的用户购买情况调查

图表：手机市场用户想买与已购用户比值

图表：2005-2008年手机产量及增长率

图表：2005-2008年中国手机产量及增长率

图表：2005-2008年中国手机内销量及增长率

图表：2005-2008年中国手机外销量及增长率

图表：2008年中国手机市场销售情况 190

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2008年与2008年最受用户关注的十大手机品牌排名对比

图表：2008年Q1-Q4诺基亚关注比例走势

图表：2008年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势

图表：2008年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜

图表：手机网游发展阶段

图表：中国手机网游市场最具投资价值企业前10位

图表：中国手机网游企业投资价值指标详解

图表：2003-2011年中国网络游戏市场规模及增长率

图表：2005-2011年中国手机游戏市场规模及增长率

图表：手机游戏市场与网络游戏市场差异

图表：手机网游产业链

图表：手机网游发展周期

图表：手机网游的一些推动因素

图表：2008年中国网络游戏运营商市场规模柱型图

图表：2008年中国网络游戏运营商市场规模份额圆型图

图表：网游企业境外上市一览

图表：2008年底网络游戏运营商现金储备一览

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/3650236502.html>