

2018-2023年中国网络游戏产业市场竞争态势调查 与投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国网络游戏产业市场竞争态势调查与投资发展趋势研究报告》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/youxi/307953307953.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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

(1) 中国、日本游戏市场规模全球领先，移动网络游戏细分市场前景良好

数据显示，2016年，中国、日本分别系亚洲最大的两个游戏市场，并且分别为全球第1大、第3大游戏市场，占据全球市场份额的24.5%及12.4%。

中国移动网络游戏市场持续高速发展，现已成为规模最大、增速最快的细分市场

根据统计数据：2014年、2015年、2016年，中国网络游戏市场规模分别为1,144.8亿元、1,407.0亿元、1,655.7亿元，市场规模持续增长。其中，受益于移动支付手段便捷性的不断提高、手机等移动终端的普及率的不断提升和功能的持续完善，移动网络游戏增速尤为迅猛：2014年、2015年及2016年，移动网络市场规模分别达到274.9亿元、514.6亿元、819.2亿元。2012年至2016年，中国移动网络游戏市场规模数据如下所示：

图：2012年至2016年中国移动网络游戏市场规模数据 游戏类型的不断丰富、移动网络游戏门槛的降低、智能手机等移动终端的普及、移动终端功能的不断完善和网络等基础设施的优化推动了移动网络游戏用户的持续增长。2016年，中国移动网络游戏用户数达到5.28亿，同比增长15.9%。在各细分市场中，移动网络游戏已超越客户端游戏、网页游戏，成为规模最大、用户增速最快的细分市场。

日本移动网络游戏市场规模较大且持续增长

根据统计数据，日本移动网络游戏市场收入规模较大，且保持逐年增长：2014年、2015年、2016年，日本移动网络游戏市场规模分别为8,950亿日元、9,250亿日元、9,450亿日元。2012年-2016年日本移动网络游戏市场规模具体如下所示：

图：2012年-2016年日本移动网络游戏市场规模

(2) 轻度游戏受众广泛，是移动网络游戏中用户规模最大的游戏类型之一

与重度游戏相比，休闲游戏等轻度游戏操作简单、更易上手，单次游戏时间占用少，适用的用户范围更广。根据数据，2016年12月，中国轻度游戏（以休闲游戏为主）月活跃用户占据整体移动网络游戏月活跃用户数的47.4%，系移动网络游戏形态分布中占据月活跃用户最多的游戏形态。

另外，休闲游戏付费机制设计较轻，玩家少量付费或者不付费即可获得较好的游戏体验，总体人均付费金额较低。

广泛的用户覆盖、较高的用户活跃度表明，休闲游戏是游戏市场的重要组成部分，广大用户对休闲游戏产品具备较大需求。

（3）游戏市场集中度提升，“强者愈强”的马太效应明显

随着中国网络游戏行业持续发展，市场逐步进入成熟期，对游戏产品的精细化研发及运营提出了更高的要求，单款游戏在内容质量、用户数量、盈利水平方面的深度逐渐提升。头部游戏企业通过对游戏类型、游戏玩法进行持续的投入和创新获取了巨大的市场份额，“强者愈强”的马太效应显著。

在重度游戏领域，单个用户付费水平较高，吸引了大量游戏厂商投入重金进行研发，近年来竞争愈发明显。腾讯、网易、完美等传统端游厂商转型移动网络游戏后，延续端游经营优势，在重度游戏类型如RPG、MMORPG、MOBA、FPS等细分市场展开激烈竞争，行业集中度逐渐提升。

休闲游戏领域也具有类似的效应。在休闲游戏领域，玩法新颖、深刻掌握用户心理、具备较高运营水平的休闲游戏可留存较大规模用户群体，能够获得优异的营收表现。已积累下可观用户规模的休闲游戏研发商，通过服务大规模游戏用户积累了丰富的运营经验、用户数据和较高的知名度，同时可利用其存量用户和用户社交关系推广后续休闲游戏产品，具有一定先发优势。乐元素、巨人网络等休闲游戏市场领先公司，均留存有巨大规模用户。

（4）VR、AR、LBS 等新兴技术的兴起为游戏行业提供了新的发展空间，游戏行业与VR、AR 等新兴技术行业互相促进，实现发展共赢

随着科技的发展，网络速度、手机等移动终端的计算能力等迅速提升，智能手机摄像头及GPS、加速计等手机微机电系统（MEMS）传感器快速发展，为原有游戏行业提供了新的发展方向和发展空间。2016 全球爆款游戏《Pokémon Go》即是在移动网络技术提升的大背景下，将传统卡通形象IP 与LBS、AR 技术融合从而研发出的创新之作。

游戏是VR、AR 等新兴技术应用较为广泛的领域。据2017FMI 发布的《FMI全球AR 和VR 市场报告》，2017 年游戏行业有望占据AR 和VR 应用领域的三分之一。报告显示，2016 年全球AR 和VR 市场规模达到5.176 亿美元，年复合增长率预计为42.2%，到2025 年市

场规模将达到1,200 亿美元。AR、VR 等新兴技术为游戏产品提供了新的人机交互方式，提升了游戏产品的沉浸感和真实感，重塑了游戏产品的表现形式和发展方向。而游戏、娱乐、媒体、智能手机及科技公司对AR 和VR 等新兴技术的应用也推动了相关技术的迅速发展。

(5) 游戏、动画、漫画、影视等娱乐产业展现融合趋势

近年来，游戏、动画、漫画、影视等文化娱乐产业展现出融合趋势，各行业领先企业的产业链横向扩张举措增多。当前，全球IP 相关产业链主要存在下述运营模式：以某个IP 的单载体（如小说、漫画）为起点，衍生出其他形式IP 产品。这种方式在日本发展时间较长，日本ACG 产业链中即存在围绕同一IP 创作、生产的不同载体的IP 内容及衍生产品。在IP 创作之初即构架出一个总体的大世界观或故事背景，然后在该框架内分别创作漫画、动画、游戏、小说等各种载体的作品。虽然IP 产业链运营模式有所差异，但是核心均为通过不同载体形式塑造优质IP，围绕IP 创作游戏、动漫、影视、小说等不同载体的内容，在为用户提供优质精神食粮及丰富感官体验的同时实现IP 价值变现，反哺前期IP 塑造阶段的创作投入，形成产业闭环。

借鉴美国、日本等较成熟市场的经验，随着游戏、动画、漫画、影视行业的融合，行业内的领先企业也常常通过组成企业联合（如日本的“制作委员会”模式），或向上下游扩张的方式形成跨产业链巨头（如万代南梦宫、株式会社角川、Disney）等方式，形成合纵连横，打通IP 全产业链。

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2023年中国网络游戏产业市场竞争态势调查与投资发展趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。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。

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。

1.1 网络游戏行业发展背景

1.1.1 网络游戏定义与分类

(1) 网络游戏行业定义

(2) 网络游戏行业分类

1.1.2 网络游戏行业产业链分析

(1) 网络游戏产业链结构

(2) 网络游戏产业链组成

1) 游戏开发商

2) 游戏运营商

3) 游戏销售商

4) 游戏用户

5) 辅链组成

(3) 网络游戏产业链分析

1) 辐射包容能力

2) 产业链各环节的关系

1.1.3 网络游戏行业发展环境

(1) 行业宏观环境分析

1) 行业政策环境

2) 行业经济环境

3) 行业社会环境

4) 行业技术环境

(2) 行业竞争环境分析

1) 现有企业的竞争

2) 潜在进入者威胁

3) 供应商议价能力

4) 下游客户议价能力

5) 替代品威胁

6) 竞争情况总结

1.2 网络游戏行业发展分析

1.2.1 中国网络游戏行业发展现状分析

(1) 网络游戏行业发展阶段

(2) 网络游戏行业市场规模

1) 网游行业营收规模

2) 网游行业用户规模

(3) 网络游戏行业供应情况

- 1) 网游行业企业数量
- 2) 网游产品推出数量
- 3) 国产网游数量规模
 - (4) 网络游戏行业出口情况
- 1) 网游行业出口规模
- 2) 网游行业出口模式
- 3) 网游行业出口格局
 - (5) 网络游戏辐射带动效应
- 1.2.2客户端网游发展现状分析
 - (1) 客户端网游市场规模
 - 1) 行业总体市场规模
 - 2) MMORpg网游市场规模
 - 3) 休闲类网游市场规模
 - (2) 客户端网游研发情况
 - 1) 网游研发公司规模
 - 2) 网游研发从业人数
 - 3) 网游推出与运营数量
 - (3) 客户端网游盈利情况
 - (4) 客户端网游用户行为
 - (5) 客户端网游市场集中度
 - (6) 客户端网游微端化趋势
 - 1) 微端技术的优势
 - 2) 传统端游踏上微端时代
 - 3) 微端网游面临的挑战
 - 4) 微端网游趋势预测
- 1.2.3网页游戏行业发展现状分析
 - (1) 网页游戏行业发展概况
 - (2) 网页游戏行业发展规模
 - 1) 网页游戏推出数量规模
 - 2) 网页游戏行业市场规模
 - 3) 网页游戏行业用户规模
 - (3) 网页游戏用户行为分析
 - 1) 用户普及度
 - 2) 接触时间
 - 3) 游戏内容建设

4) 热衷度

5) 信赖度

6) 推广认可度

7) 用户付费率

8) 自身优势及劣势

9) 网页游戏前景

(4) 网页游戏生命周期分析

(5) 网页游戏行业盈利状况

(6) 网页游戏行业竞争分析

1) 网页游戏行业市场格局

2) 网页游戏行业竞争特点

3) 网页游戏行业洗牌开始

1.2.4移动游戏行业发展现状分析

(1) 移动游戏行业界定

(2) 移动游戏产业链分析

1) 移动终端设备制造商

2) 移动游戏开发与发行商

3) 移动游戏独立运营商

4) 移动游戏平台运营商

5) 移动游戏分发渠道商

(3) 移动游戏市场规模

1) 移动游戏企业数量

2) 移动游戏推出数量

3) 移动游戏用户数量

4) 移动游戏收入规模

(4) 移动游戏细分市场

1) 移动单机游戏市场

2) 移动网络游戏市场

(5) 移动游戏用户行为

1) 移动游戏用户基本属性

2) 移动游戏用户参与移动游戏情况

3) 移动单机游戏用户行为

4) 移动网络游戏用户行为

1.2.5移动游戏行业趋势预测分析

(1) 2018-2023年网游行业预测

- 1) 网游市场现状调研
- 2) 端游市场现状调研
- 3) 页游市场现状调研
- 4) 移动游戏市场现状调研
- (2) 2018-2023年网游出口预测
- 1) 网游海外市场特征
- 2) 网游出口驱动因素
- 3) 网游出口阻碍因素
- 4) 网游出口趋势分析

第二章商业模式篇

2.1网络游戏行业商业模式分析

2.1.1商业模式创新推动网络游戏发展

- (1) 商业模式概念及内涵
- (2) 网游商业模式核心要素
- 1) 盈利模式
- 2) 运营模式
- 3) 营销模式

2.1.2国外网络游戏模式分析

- (1) 美国网络游戏模式
- (2) 日本网络游戏模式
- (3) 韩国网络游戏模式

2.1.3中国网游商业模式创新

- (1) 网游商业模式探索与变革
- (2) 网游行业当前需解决的问题
- 1) 同质化
- 2) 付费模式
- 3) 新用户发掘
- 4) 营销手段创新

(3) 商业模式创新是下一步关键

2.1.4网络游戏商业模式变革趋势

- (1) 商业模式创新的成功因素
- 1) 网络游戏的内容是基础
- 2) 网络游戏运营技术是关键
- (2) 影响商业模式创新的主要方面

1) 外部因素分析

2) 内部因素分析

(3) 商业模式创新的主要方向

1) 网络游戏研发制作水平不断提高

2) 网络游戏技术可控性提高

3) 商业利益与社会责任保持平衡

2.2客户端网游行业商业模式创新与案例分析

2.2.1客户端网游行业发展模式分析

(1) 代理运营模式

1) 代理运营模式特点

2) 代理运营模式代表企业

3) 代理运营模式的优劣势

4) 代理运营模式的核心要素

(2) 自主产权模式

1) 自主产权模式特征

2) 自主产权模式代表企业

3) 自主产权模式的优劣势

4) 自主产权模式的核心要素

(3) 自主&代理模式

1) 自主&代理模式特点

2) 自主&代理模式代表企业

3) 自主&代理模式的优劣势

4) 自主&代理模式的核心要素

(4) 综合门户模式

1) 综合门户模式特点

2) 综合门户模式代表企业

3) 综合门户模式的优劣势

4) 综合门户模式的核心要素

2.2.2客户端网游行业运营模式分析

(1) 客户端网游联合运营分析

1) 联合运营模式的产生

2) 联合运营方式及案例

3) 联合运营模式趋势

4) 联合运营关键因素

5) 联合运营风险防范

(2) 客户端网游异业合作分析

- 1) 异业合作模式的内涵
- 2) 异业合作模式的类型
- 3) 异业合作方式与项目
- 4) 主要厂商异业合作情况
- 5) 异业合作模式的效用
- 6) 异业合作模式前景展望
- 7) 异业合作经典案例分析

2.2.3 客户端网游盈利模式变迁与方向

(1) 传统盈利模式面临挑战

- 1) 第一代：收费模式
- 2) 第二代：免费模式

(2) 新型盈利模式探索与创新

- 1) 内置广告模式 (IGA)
- 2) 双向收费模式
- 3) 道具交易收费模式
- 4) 信用卡机制
- 5) 周边产品盈利模式
- 6) 其它创新盈利模式分析

(3) 客户端网游盈利模式趋势

- 1) 网游增值服务业盈利模式分析
- 2) 盈利模式发展趋势分析
- 3) 未来可发展的盈利模式

2.2.4 客户端网游营销模式与策略

(1) 客户端网游营销渠道格局

- 1) 行业主要营销渠道
- 2) 渠道格局变化趋势

(2) 客户端网游典型营销策略

- 1) 客户端网游营销模式
- 2) 客户端网游整合营销
- 3) 客户端网游营销创新策略

2.2.5 客户端网游几大成功案例解析

(1) 《征途》

- 1) 游戏特色分析
- 2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(2) 《传奇》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(3) 《梦幻西游》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(4) 《魔兽世界》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(5) 《穿越火线》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

(6) 《泡泡堂》

1) 游戏特色分析

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏盈利模式

5) 游戏运营模式

6) 游戏营销模式

2.3 网页游戏行业商业模式创新与案例分析

2.3.1 网页游戏行业运营模式分析

(1) 网页游戏运营模式概述

(2) 网页游戏联运模式分析

1) 网页游戏联合运营特征

2) 网页游戏联合运营现状

3) 网页游戏联合运营关键

4) 网页游戏联合运营风险

5) 网页游戏联合运营趋势

(3) 网页游戏独代模式分析

1) 网页游戏独代介绍

2) 网页游戏独代经营效益

3) 网页游戏独代运营趋势

(4) 网页游戏自产自营模式

1) 网页游戏自产自营优势

2) 网页游戏资产自营风险

3) 网页游戏自产自营现状

4) 网页游戏自产自营趋势

2.3.2 网页游戏行业盈利模式及前景

(1) 网页游戏行业盈利模式

1) 点卡(VIP月卡)销售

2) 道具及增值服务

3) 内置广告

4) 异业合作

(2) 网页游戏产业链盈利路径

1) 网页游戏平台环节

2) 网页游戏支付系统

3) 网页游戏广告环节

4) 网页游戏终端环节

(3) 网页游戏盈利存在的问题

1) 盈利模式单一

2) 同质化竞争激烈

3) 风险投资乏力

(4) 网页游戏行业盈利对策

1) 模式创新势在必行

2) 多种模式相互整合

3) 增强产业链的延伸

(5) 网页游戏行业盈利前景

1) 免费模式市场稳定

2) 内置广告有待开发

3) 社区化运营前景看好

4) 手机终端“蓝海”空间

2.3.3 网页游戏行业营销模式分析

(1) 网页游戏厂商渠道争夺

(2) 网页游戏主要营销手段

1) CPS：按照用户消费情况分成

2) CPT（包括垂直门户）

3) CPC：点击付费

4) CPM：弹窗

5) SEM：搜索引擎广告

6) 其它新型营销手段

(3) 网页游戏营销主要问题

(4) 《七雄争霸》营销创新案例

(5) 网页游戏行业营销建议

1) 充分重视开测前的预热

2) 充分重视开测时的炒作

3) 选择有实力的网络广告联盟

4) 争取知名媒介的联运渠道合作

5) 游戏活动炒作，人推人模式

6) 保持网页游戏更新频率

2.3.4 网页游戏几大成功案例解析

(1) “开心农场”成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

(2) “摩尔庄园”成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

(3) “热血三国”成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

(4) “商业大亨”成功解析

1) 游戏主要特色

2) 游戏运营业绩

3) 游戏目标群体

4) 游戏运营模式

5) 游戏盈利模式

6) 游戏营销模式

2.4 移动游戏行业商业模式创新与案例分析

2.4.1 移动游戏运营模式分析

(1) 移动游戏联合运营模式

1) 移动游戏联合运营现状分析

2) 移动游戏联合运营存在问题

3) 联合运营模式的突破

(2) 移动游戏独立运营分析

1) 独立运营条件与要求

2) 独立运营现状与厂商

3) 独立运营行业前景调研调研

2.4.2 移动游戏盈利模式与创新

(1) 移动游戏盈利模式变革

- 1) 下载收费
- 2) 购买游戏时间(点卡)
- 3) 套餐收费
- 4) 游戏内付费
- 5) 道具收费
- 6) 内置广告
- 7) 周边产品

(2) 移动游戏支付模式发展

- 1) 电信运营商短信计费
- 2) 充值卡类支付
- 3) 第三方支付
- 4) 银联支付

(3) 移动游戏盈利模式创新

2.4.3 移动游戏营销模式与策略

(1) 移动游戏业务渠道变革

- 1) 移动游戏业务主要渠道
- 2) 移动游戏业务渠道变革

(2) 移动游戏精细化营销策略

- 1) 精细化营销创新策略
- 2) 产业合作创新策略
- 3) 客户研究创新策略
- 4) 产品整合创新策略
- 5) 营销手段创新策略
- 6) 渠道拓展创新策略

2.4.4 移动游戏几大成功案例解析

(1) 《愤怒的小鸟》

- 1) 价值主张
- 2) 目标群体
- 3) 分销渠道
- 4) 客户关系
- 5) 资源配置
- 6) 成本结构
- 7) 盈利模式

(2) 《植物大战僵尸》

- 1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

(3) 《捕鱼达人》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

(4) 《水果忍者》

1) 价值主张

2) 目标群体

3) 分销渠道

4) 客户关系

5) 资源配置

6) 成本结构

7) 盈利模式

2.5 网络游戏领先企业运营模式分析与借鉴

2.5.1 客户端网络游戏领先企业运营模式分析

(1) 腾讯控股有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(2) 上海盛大网络发展有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(3) 广州网易计算机系统有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(4) 完美世界(北京)网络技术有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(5) 上海巨人网络科技有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(6) 北京畅游时代数码技术有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(7) 金山软件有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(8) 网龙网络有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

2.5.2 网页游戏领先企业运营模式分析

(1) 趣游(北京)科技有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(2) 北京万维天空科技有限公司

- 1) 公司发展历程
- 2) 公司产品与服务
- 3) 公司经营情况分析
- 4) 公司经营优劣势分析

(3) 苏州市蜗牛电子有限公司

- 1) 企业概况
- 2) 主营业务情况分析
- 3) 公司运营情况分析
- 4) 公司优劣势分析

(4) 北京新娱兄弟网络科技有限公司

- 1) 企业概况
- 2) 主营业务情况分析
- 3) 公司运营情况分析
- 4) 公司优劣势分析

(5) 苏州尚娱科技有限公司

- 1) 企业概况
- 2) 主营业务情况分析
- 3) 公司运营情况分析
- 4) 公司优劣势分析

(6) 千橡互动集团有限公司

- 1) 企业概况
- 2) 主营业务情况分析
- 3) 公司运营情况分析
- 4) 公司优劣势分析

(7) 厦门游家网络有限公司

- 1) 企业概况
- 2) 主营业务情况分析
- 3) 公司运营情况分析
- 4) 公司优劣势分析

2.5.3 移动游戏领先企业运营模式分析

(1) 北京空中信使信息技术有限公司

- 1) 企业概况
- 2) 主营业务情况分析
- 3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(2) 杭州斯凯网络科技有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(3) 北京新浪互联信息服务有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(4) 北京掌趣科技股份有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(5) 北京数字顽石无线科技有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(6) 北京掌上明珠信息技术有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(7) 广州拉阔网络科技有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(8) 北京当乐信息技术有限公司

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(9) 中国移动游戏基地

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

(10) 中国电信游戏运营中心

1) 企业概况

2) 主营业务情况分析

3) 公司运营情况分析

4) 公司优劣势分析

第三章投资机会篇

3.1 网络游戏商业模式变革趋势与投资机会分析

3.1.1 网络游戏行业发展趋势分析

(1) 网络游戏大行业发展趋势

1) 跨平台发展

2) 产业链融合明显

3) 游戏种类日趋多元

4) 跨领域竞争与合作

5) “微创新”成重要推动模式

6) 健康、绿色游戏是未来方向

(2) 网络游戏细分市场发展趋势

1) 客户端游戏发展趋势

2) 网页游戏发展趋势

3) 移动游戏发展趋势

3.1.2 网络游戏行业发展机会与挑战分析

(1) 网络游戏行业有利与不利因素分析

1) 行业有利因素分析

2) 行业不利因素分析

(2) 网络游戏行业机会与挑战分析

1) 行业机会分析

2) 行业挑战分析

3.1.3 网络游戏行业投资机会与风险

(1) 网络游戏行业投资价值分析

(2) 行业投资情况

1) 网游行业投资规模

2) 网游行业投资特点

3) 网游行业投资热点

(3) 未来几年网游行业投资预测

1) 外围企业进入网游市场

2) “国家队”进入网游市场

(4) 网络游戏行业投资机会分析

1) 中小规模网络游戏开发商

2) 综合或垂直网络游戏运营平台商

3) 虚拟货币交易平台商

4) 与网络游戏相关的行业服务提供商

(5) 网络游戏行业行业前景调研提示

1) 政策风险

2) 行业风险

(6) 网络游戏行业投资建议

1) 投资时机的选择

2) 投资方式及领域

3) 需要注意的问题

图表目录：

图表1：网络游戏分类

图表2：网络游戏分类（按游戏方式分）

图表3：网络游戏研发运营方式

图表4：端游、页游与移动游戏研发运营方式比较

图表5：端游、页游与移动游戏用户偏好比较

图表6：中国网络游戏产业链图

图表7：网络游戏政策法规分类

图表8：网络游戏监管政策

图表9：2015-2017年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表10：城镇居民可支配收入（单位：元）

图表11：农村居民人均纯收入（单位：元）

图表12：2015-2017年我国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

(GYWWJP)

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/307953307953.html>