

2016-2022年中国虚拟物品(游戏)交易行业运营格局与未来前景分析报告

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《2016-2022年中国虚拟物品(游戏)交易行业运营格局与未来前景分析报告》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/238695238695.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国虚拟物品(游戏)交易行业运营格局与未来前景分析报告》首先介绍了虚拟物品(游戏)交易行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章 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

第二章 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 网络游戏市场规模18

2.1.2 端游市场规模20

2.1.3 页游市场规模20

2.1.4 手机游戏市场规模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

第三章 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

第四章 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

第五章 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

第六章 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

第七章 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 Ebay72

7.1.2 IGE76

7.1.3 itembay78

7.1.4 Secondlife78

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 YX93

7.2.3 魔游游95

第八章 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 2012-2015年全球网络游戏市场规模分析18

图表 2 2012-2015年全球端游市场规模分析20

图表 3 2012-2015年全球页游市场规模分析20

图表 4 2012-2015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

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/238695238695.html>