

2017-2022年中国网页游戏行业运营现状及市场商机分析报告

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《2017-2022年中国网页游戏行业运营现状及市场商机分析报告》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/youxi/285068285068.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

网页游戏又称Web游戏，无端网游，简称页游。是基于Web浏览器的网络在线多人互动游戏，无需下载客户端，不存在机器配置不够的问题，最重要的是关闭或者切换极其方便，尤其适合上班族。

近几年我国网页游戏发展增速较前几年有所下降，主要是因为手游和主机游戏的竞争。我国网页游戏市场规模在2016年达到342.13亿元，同比增长21.93%。

资料来源：公开资料整理
网页游戏研发商：主营业务为网页游戏产品的开发，将游戏产品输出给网页游戏的运营商，同时根据用户及市场的反馈，为游戏产品提供版本更新和技术支持。网页游戏研发商是页游产业链中的初始推动环节，其研发和创意能力决定了市面上网页游戏产品的质量。目前实力较强的页游研发商一般采用研运一体化的模式，构建自有运营平台，并向客户端游戏、移动游戏等多领域拓展业务。

网页游戏运营商：网页游戏运营商，主要从事网页游戏的销售，包括研究用户需求、反馈指导开发、规范游戏内容并按照规定向政府主管部门报备报批游戏、选择合适的运营平台、制定开服计划、提供客服服务、开发游戏的其他商业价值等。网页游戏运营商既可以运营自主研发的游戏产品，也可以代理运营其他研发商的产品。在运营平台的选择上，网页游戏运营商既可以在自主运营的平台推出游戏，也可以将产品外放，与其他第三方平台进行联运。

网页游戏运营平台：是导入用户的关键环节。网页游戏运营平台目前可大致分为三类：

1. 腾讯页游开放平台。腾讯平台相对于外部平台自成体系，主要通过QQ空间、朋友网、腾讯微博等腾讯系的社交网络平台导入用户，在运营规则、分成比例和营销方式上均与普通联运平台不同。
2. 页游联运平台。页游联运平台数量较多，又可分为两类，一类是非自有流量联运平台，通过联盟广告投放的方式导入用户；另一类是自有流量联运平台，包括视频媒体、音乐播放器、社交网络及流量巨大的综合性互联网企业，这类平台的特点是自有流量巨大，广告资源尚未饱和，会选择通过页游联运实现流量变现。
3. 自主运营平台。

网页游戏运营商自主运营的平台，对于用户导入和后期运营有更精细化的运作。
互联网媒体渠道：即网页游戏的线上推广渠道。页游运营平台，特别是非自有流量的联运平台对于外部线上流量入口的依赖程度较高。广告联盟、垂直媒体、门户网站以及社交网络是主要的流量来源，一般以弹窗广告的形式向用户呈现。由于流量巨大的媒体渠道开始将流量导向自有的页游联运平台，网页游戏流量的获取成本逐渐上涨，目前单个页游玩家的获取成本在15-20元。

其他支撑环节：其他支撑环节包括支付渠道、电信运营商和服务器供应商等。支付渠道目前以网上银行、支付宝、话费充值卡等方式为主。随着移动支付的普及，使用支付宝扫码支付以及微信支付等移动支付方式的 用户比例大幅提升。中国网页游戏产业链 资料来源：公开资料整理
中国报告网发布的《2017-2022年中国网页游戏行业运营现状及市场商机分析报告》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。

第一章网络游戏产业相关概述第一节网络游戏简述一、网络游戏发展演进二、网络游戏推广三、我国网络游戏产业地域特点第二节网络游戏发展动因探析一、软硬件的支持是物质基础二、经济利益是其发展的动力三、大众化的游戏心理是原因四、网络游戏发展的重要支撑点第三节网络游戏的分类一、大型多人在线游戏二、多人在线游戏三、平台游戏四、网页游戏五、手机网游

第二章网页游戏产业简述第一节网页游戏阐述一、网页游戏的开发技术二、网页游戏媒体三、年度代表游戏第二节网页游戏策略分析一、开发策略二、运营策略三、综合策略第三节网页游戏遭遇新的瓶颈第四节网页游戏分类

第三章2016年中国网页游戏产业运行环境分析第一节2016年中国宏观经济环境分析一、中国GDP分析二、消费价格指数分析三、城乡居民收入分析四、社会消费品零售总额五、全社会固定资产投资分析六、进出口总额及增长率分析第二节2016年中国网页游戏产业政策环境分析一、网络游戏产业法律环境解析二、网络游戏开发商与运营商法律关系分析三、网络游戏业法律纠纷主要类型分析四、网游“防沉迷系统”开发标准五、互联网信息服务管理办法六、电子出版物管理规定七、《互联网出版管理暂行规定》第三节2016年中国网页游戏产业社会环境分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析

第四章2016年中国网页游戏产业运行状况综述第一节2016年中国网页游戏产业发展概述一、中国网络游戏市场规模二、中国网页游戏用户规模三、中国网页游戏付费用户ARPU值四、中国网页游戏运营商收入构成第二节2016年中国网页游戏产业运行动态分析一、盛大2010年进军网页游戏二、2016年网页游戏市场的黑马三、2016年网页游戏市场份额调查第三节2016年中国网页游戏存在的问题分析

第五章2016年中国网页游戏用户市场特征分析第一节网页游戏用户特征一、网页游戏用户年龄结构二、网页游戏用户职业结构三、网页游戏用户学历结构四、网页游戏用户收入结构第二节网页游戏用户行为特征一、网页游戏用户上网地点二、网页游戏用户上网设备

第六章2016年中国网页游戏产品及儿童网页游戏市场分析第一节2016年中国网页游戏产品分析一、中国网页游戏研发地分布二、中国网页游戏产品类型分布三、中国网页游戏题材分布四、中国网页游戏实现技术分布五、中国网页游戏支付方式分布第二节儿童网页游戏市场概论一、用户增长速度惊人，超过预期二、线上与线下结合的赢利模式逐步清晰三、资本关

注，热烈追捧四、政策和监管风险大，争议不断五、定位及发展各有不同

第七章2016年中国网页游戏用户行为深度研究分析第一节2016年中国网页游戏用户基础属性

一、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异二、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异三、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异四、中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异

第二节2014-2016年中国网页游戏用户游戏习惯调研一、中国网页游戏用户主要游戏地点二、中国网页游戏用户接触网页游戏的时间三、中国网页游戏用户持续玩一款游戏的时间四、中国网页游戏用户的游戏频率五、中国网页游戏用户每天玩网页游戏的频率六、中国网页游戏用户的游戏时间分配比例七、中国用户选择玩网页游戏的主要原因八、中国网页用户离开网页游戏的主要原因九、中国网页游戏用户遇到满意网游后的分享意愿

第三节2016年中国网页游戏用户喜好分析一、中国网页游戏用户最喜欢的游戏类型二、中国网页游戏用户最喜欢的游戏制作方式三、中国网页游戏用户判断游戏水准标准四、中国网页游戏用户联合运营服务提供商选择五、中国网页游戏用户选择联合运营服务提供商时的主要考虑因素

第四节2016年中国网页游戏用户消费行为分析一、中国网页游戏用户平均每月游戏支出二、中国用户网页游戏消费支出占游戏消费的比例三、中国网页游戏用户的主要充值途径四、中国网页游戏用户最喜欢的游戏收费模式五、网页游戏用户游戏内置广告接受程度六、中国网页游戏用户接受游戏内广告的条件

第八章2016年中国网页游戏产业市场竞争格局分析第一节2016年中国网页游戏产业竞争现状分析一、网页游戏异军突起二、网页游戏市场竞争加剧三、网页游戏技术竞争力分析

第二节2016年中国网页游戏产业竞争态势分析一、网页游戏同质化严重遭恶性竞争二、网页游戏竞争门槛提高三、网页游戏市场竞争升级

第三节2016年中国网页游戏产业提升竞争力策略分析

第九章国外重点网游企业分析运行浅析第一节维旺迪（VIVENDI）一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第二节EA一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第三节任天堂（NINTENDO）一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第四节南梦宫万代控股公司（NAMCOBAN DAIHOLDINGSINC.）一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第五节育碧（UBISOFT）一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第十章中国国内重点网游企业运行状况分析第一节盛大一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第二节巨人网络一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第三节网易一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第四节腾讯一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第五节第九城市一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第六节完美时空一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第七节金山一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析

第十一章2017-2022年中国网页游戏行业投资机会与风险分析第一节2017-2022年中国网页游戏行业投资环境分析第二节2017-2022年中国网页游戏行业投资机会分析一、网页游戏投资潜力分析二、网页游戏投资吸引力分析第三节2017-2022年中国网页游戏行业投资风险分析一、市场竞争风险分析二、政策风险分析三、技术风险分析第四节专家建议

第十二章2017-2022年中国网页游戏产业发展趋势分析第一节2017-2022年中国网页游戏前景分析一、网页游戏发展大趋势:交互性加强二、网页游戏发展三大趋势三、精品化路线成发展趋势第二节2017-2022年网页游戏市场趋势分析一、web游戏品牌化二、自主研发、独家代理将成为2016年WEB产品趋势三、web游戏产品的类型更完善第三节2017-2022年中国网页游戏产业盈利预测分析图表目录：图表：电子游戏分类图表：中国网络游戏市场规模图表：中国网页游戏市场份额占比图表：中国网页游戏市场规模图表：中国网页游戏用户规模图表：中国网页游戏付费用户月度ARPU值图表：中国网页游戏运营商收入构成图表：2014-2016年中国游戏行业投资案例图表：2016年中国游戏行业投资对比分图图表：网页游戏用户年龄结构图表：网页游戏用户职业结构图表：网页游戏用户学历结构图表：网页游戏用户收入结构图表：网页游戏用户上网地点图表：网页游戏用户上网设备图表：中国网络游戏行业发展阶段图表：2016年中国网页游戏研发地分布图表：2016年中国网页游戏产品类型分布图表：中国网页游戏题材分布图表：中国网页游戏实现技术分布图表：中国网页游戏支付方式分布图表：艾瑞网页游戏用户调研样本来源图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户性别差异图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户年龄差异图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户受教育程度差异图表：中国网页游戏用户与全体网络游戏用户收入差异（GYFSW）图表详见正文特别说明：中国报告网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/285068285068.html>