

2018年中国互联网文化行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国互联网文化行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/342019342019.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

（一）行业特有的经营模式

1、运营模式

由于行业的特殊属性，互联网文化产品及内容主要通过网络信息进行传播，不存在实物交割、物流运输的情形。

游戏产品目前的运营模式包括自主开发运营和授权运营，根据是否存在合作运营商的差异将自主开发运营模式细分为自主开发运营模式-独立运营（以下简称“独立运营”模式）和自主开发运营模式-合作运营（以下简称“合作运营”模式）。独立运营模式下，公司自主研发并独立运营产品，拥有游戏的完整版权；合作运营模式下，公司作为游戏开发商与合作运营商（一般为APP 应用商店的运营方）合作运营游戏，游戏开发商负责产品的研发和版本更新，同时提供服务器和带宽服务，合作运营商拥有客户资源，负责产品推广及运营，双方共同分担运营费用；授权运营则是游戏开发商主要负责产品研发，授权运营商负责全部运营工作，并承担所有运营费用。

2、收费模式

不同的运营模式下的收费模式也不尽相同。独立运营模式下，游戏开发商通过充值平台，如支付宝、微信等收取客户款项；合作运营模式下，合作运营商收取玩家的充值款，再依照协议与开发商进行分成；而授权运营模式下，通常情况授权运营商会在运营公司游戏之初，向游戏开发商支付一笔一次性的授权金，同时定期就收取到的玩家充值款按照约定的分成比例支付给开发商。

（二）行业周期性、区域性及季节性特征

1、周期性

受益于互联网技术以及移动终端技术的发展，互联网用户数量逐年增加，带动了国内互联网文化尤其是ACGN 市场规模的持续上扬态势。由于网络游戏、动漫等均属于低成本的大众休闲娱乐消费产品，客户消费水平基本不会受到国家宏观经济波动的影响，因此行业不存在明显的周期性。

2、区域性

通常经济越发达的地区，居民对新鲜文化的接受度越高，文化需求也更强烈，因此二次元文化的普及率也相对较高。此外，由于二次元文化产品的传播高度依赖互联网和计算机，其受众的消费能力取决于收入水平，因此市场的区域性分布与经济发达程度、人口密度以及硬件设施水平密切相关。因此，总体来看，行业普及程度与当地经济发展情况密切相关，市场相对集中在经济较为发达、人口密集的城市和地区。

3、季节性

移动游戏的消费主要为个人休闲娱乐消费，整体来看并无明显季节性特征。不过受用户购买行为特征影响，节假日期间游戏收入规模会有所增长。

（三）行业技术水平及发展趋势

1、互联网技术发展带动移动游戏开发及运营技术的飞速提升

随着互联网信息技术的飞速进步，PC 与移动终端的硬件设备和系统水平不断提升，移动游戏在开发设计技术和运营技术等方面都有了较大进步。

在移动游戏开发方面，呈现出以下几点趋势：

资料显示：公开资料整理

在移动游戏运营技术方面，首先，大型服务器技术的进步使得服务器的承载量增大，能够容纳数量更多的玩家同时在线，性能更稳定安全；其次，游戏云计算技术，尤其是云服务器应用为移动游戏运营商提供大容量、高速率的储存、计算和网络服务，有利于提高游戏运营商的综合运营能力；最后，大数据技术在游戏运营数据挖掘方面的应用，有助于构建玩家数字全景画像和玩家的全生命周期管理、满足玩家个性化娱乐体验需求，打造“云+生态”的移动游戏运营模式。

2、IP 运营模式全面贯通文化产业环节链条

在文化产业中，IP 可以借助其他形式的娱乐产品向上下游行业延伸，贯通文化产业链条，最终实现价值最大化。在国际上，文化产业注重实现单一内容产品的IP 化和IP 全产业链运营。如美国的迪士尼公司，多年来对旗下IP 资源的精心经营，拥有多款深入人心的知名IP。其主营业务涵盖动漫、影视、游戏、图书等，迪士尼主题乐园更是迪士尼多款IP 日积月累的重要成果。而在日本，则更多地以动漫作为文化产业的起点，通过融合影视、游戏、图书、杂志及与动漫有关的动漫周边产品等，形成了贯穿“漫画出版—动画制作播出—版权授权—动漫周边产品生产及销售—部分动漫作品外销授权—成功动漫产品深度开发”的产业链，发展成为其国民经济最重要的支柱产业之一。

近年来，随着“互联网+”时代的发展，通过游戏、动漫、影视、文学、音乐等娱乐形式协同打造同一个优质IP，逐步成为了IP主流运营模式。优质的IP容易产生较高的用户转化率，在产品上线初期，通过IP 的宣传和推广，能够迅速吸引受众眼球，提升产品的市场关注度，导入大量用户。此外，优质的IP 还能够延长产品的生命周期，提高粉丝和用户对该IP 的认同感，维持客户忠诚度。

在我国，当前主要 IP 运营手段是外购IP 再进行简单的形式变更，如将已有的IP 在电视剧、小说、移动游戏等形式中做单次改变。此种IP 运营模式仅对IP 进行价值链的一次增值，未能包含IP 的全产业链环节。IP 本身具有一定的粉丝基础和较高的话题性，热门IP 能有效整合线上渠道、线下渠道和衍生商品渠道资源，因此，随着IP 全产业链运营的模式逐渐成熟，由自主原创IP 辐射向动漫、影视、游戏、文学的情况会逐步增加，形成原创IP 向全文化产业链内容辐射，以优质IP 作为内容产业融合的纽带，透过其巨大的粉丝效应，通过不同渠道的内容建设，能进一步增强粉丝黏性，同时加强游戏与文学、影视等传统文化产品的相互融合，使其运营合作更加紧密，互为上下游，为游戏产品、影视作品、动漫周边产

品等后续开发提供盈利保证。

3、内容“精品化”及运营“精细化”

资料显示：公开资料整理

因此，互联网文化行业中，为客户提供精品化的内容以及优质的服务对企业发展有重要影响。

互联网文化市场竞争激烈，产品同质化现象严重，用户偏好也处在不断变化过程当中，对企业运营的精细化水平提出了更高的要求。企业需要对所处的市场和客户进行分析，准确地把握市场动态和客户需求，并制定行之有效的策略，最终实现转化。其中，数据分析是精细化运营的驱动力，同时也是企业核心竞争力的重要组成部分，如在移动游戏运营过程中，对不同平台的新增用户、活跃用户、留存率、付费率、转化率等各个环节进行全方位分析，并将其数据化，分析不同平台用户的活跃程度及消费行为，指导企业后续运营策略；此外，创新且有深度化的内容也可将用户从市场的千篇一律中解放出来，降低用户的审美疲劳。

4、移动游戏效果端游化

随着技术发展，移动游戏引擎不断进步，移动游戏的研发技术和运营技巧正整体接近客户端游戏。当前市面已有数款移动游戏产品如网易的《阴阳师》、《天下》、腾讯的《王者荣耀》、《崩坏3》等游戏，无论是从画面细节、场景渲染，或是动作连接、人物表情等诸多方面都做到十分精细，体现了能与客户端游戏媲美的优秀的产品品质，吸引了众多对画面、打击感有诉求的玩家。同时，与电脑端相比，移动端也具有移动便捷、游戏时间碎片化等优势，未来市场规模巨大。

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国互联网文化行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互联网文化行业发展概述

第一节 互联网文化行业发展情况概述

一、互联网文化行业相关定义

二、互联网文化行业基本情况介绍

三、互联网文化行业发展特点分析

第二节 中国互联网文化行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网文化行业产业链条分析

三、中国互联网文化行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国互联网文化行业生命周期分析

一、互联网文化行业生命周期理论概述

二、互联网文化行业所属的生命周期分析

第四节 互联网文化行业经济指标分析

一、互联网文化行业的赢利性分析

二、互联网文化行业的经济周期分析

三、互联网文化行业附加值的提升空间分析

第五节 国中互联网文化行业进入壁垒分析

一、互联网文化行业资金壁垒分析

二、互联网文化行业技术壁垒分析

三、互联网文化行业人才壁垒分析

四、互联网文化行业品牌壁垒分析

五、互联网文化行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网文化行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网文化行业发展历程回顾

第二节 全球互联网文化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网文化行业地区市场分析

一、亚洲互联网文化行业市场现状分析

二、亚洲互联网文化行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网文化行业市场前景分析

第四节 北美互联网文化行业地区市场分析

一、北美互联网文化行业市场现状分析

二、北美互联网文化行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网文化行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网文化行业地区市场分析

一、欧盟互联网文化行业市场现状分析

二、欧盟互联网文化行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网文化行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网文化行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网文化行业市场规模预测

第三章 中国互联网文化产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品互联网文化总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网文化行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网文化产业社会环境发展分析

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

五、消费观念分析

第四章 中国互联网文化行业运行情况

第一节 中国互联网文化行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网文化行业市场规模分析

第三节 中国互联网文化行业供应情况分析

第四节 中国互联网文化行业需求情况分析

第五节 中国互联网文化行业供需平衡分析

第六节 中国互联网文化行业发展趋势分析

第五章 中国互联网文化所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网文化所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网文化所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互联网文化所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国互联网文化市场格局分析

第一节 中国互联网文化行业竞争现状分析

一、中国互联网文化行业竞争情况分析

二、中国互联网文化行业主要品牌分析

第二节 中国互联网文化行业集中度分析

一、中国互联网文化行业市场集中度分析

二、中国互联网文化行业企业集中度分析

第三节 中国互联网文化行业存在的问题

第四节 中国互联网文化行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网文化行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国互联网文化行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网文化行业消费特点

第二节 中国互联网文化行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网文化行业成本分析

第四节 互联网文化行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国互联网文化行业价格现状分析

第六节 中国互联网文化行业平均价格走势预测

一、中国互联网文化行业价格影响因素

二、中国互联网文化行业平均价格走势预测

三、中国互联网文化行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网文化行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网文化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网文化市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互联网文化市场规模分析

四、华东地区互联网文化市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区互联网文化市场规模分析
- 四、华中地区互联网文化市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区互联网文化市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网文化行业竞争情况

第一节 中国互联网文化行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国互联网文化行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国互联网文化行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 互联网文化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网文化行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网文化行业未来发展前景分析

一、互联网文化行业国内投资环境分析

二、中国互联网文化行业市场机会分析

三、中国互联网文化行业投资增速预测

第二节 中国互联网文化行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网文化行业市场发展预测

一、中国互联网文化行业市场规模预测

二、中国互联网文化行业市场规模增速预测

三、中国互联网文化行业产值规模预测

四、中国互联网文化行业产值增速预测

五、中国互联网文化行业供需情况预测

第四节 中国互联网文化行业盈利走势预测

一、中国互联网文化行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网文化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网文化行业投资风险与营销分析

第一节 互联网文化行业投资风险分析

一、互联网文化行业政策风险分析

二、互联网文化行业技术风险分析

三、互联网文化行业竞争风险

四、互联网文化行业其他风险分析

第二节 互联网文化行业企业经营发展分析及建议

一、互联网文化行业经营模式

二、互联网文化行业销售模式

三、互联网文化行业创新方向

第三节 互联网文化行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网文化行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网文化行业品牌战略分析

- 一、互联网文化企业品牌的重要性
- 二、互联网文化企业实施品牌战略的意义
- 三、互联网文化企业品牌的现状分析
- 四、互联网文化企业的品牌战略
- 五、互联网文化品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网文化行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网文化行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国互联网文化行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网文化行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国互联网文化行业定价策略分析

第三节 中国互联网文化行业营销渠道策略

一、互联网文化行业渠道选择策略

二、互联网文化行业营销策略

第四节中国互联网文化行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互联网文化行业重点投资区域分析

二、中国互联网文化行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/342019342019.html>