# 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: https://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: sales@chinabaogao.com

联系人:客服

特别说明:本PDF目录为计算机程序生成,页面图表可能存在缺失;格式美观性可能有欠缺,实际报告排版规则、美观;可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 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: https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/238695238695.html