

# 2015-2020年中国网络游戏 市场运营状况分析及投资评估报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国网络游戏市场运营状况分析及投资评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/ruanjian1502/D57198BBX2.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-02-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国网络游戏市场运营状况分析及投资评估报告》共十二章。首先介绍了中国网络游戏行业市场发展环境、中国网络游戏整体运行态势等，接着分析了中国网络游戏行业市场运行的现状，然后介绍了中国网络游戏市场竞争格局。随后，报告对中国网络游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对网络游戏产业有个系统的了解或者想投资网络游戏行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

网络游戏玩家与互联网行业发展具有高度关联性，互联网用户数量的持续增长从根本上推动了我国网络游戏行业的持续发展。

## （1）国内网民规模庞大，基础设施建设成为未来发展动力

网络游戏与互联网行业发展具有高度关联性，经济的快速发展为互联网用户持续增长提供基础。随着网络游戏产品的适用范围大幅扩展，以及用户获取渠道被拓宽，使得中国游戏产业能够从人口红利中获益，推动中国网络游戏用户数量继续增长。根据中国互联网络信息中心发布的第33次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，2013年，中国网民数量已达到6.18亿，较上一年增长3.7%，位居世界第一位，普及率为45.8%。

2005-2013年中国网民规模和互联网普及率（亿人）

数据来源：中国互联网络发展状况统计报告

尽管中国的网民规模和普及率持续快速发展，但互联网普及率与发达国家相比还处于较低水平，特别是中西部地区的普及率仍低于全球平均水平，未来通过政府和互联网业界的努力以及技术的发展，互联网基础设施建设正在逐步完善，网络接入以及上网终端的费用逐渐下降，中国互联网网民数量仍有较大的提升空间，网络游戏产业也将成为其中一个主要的受益行业。

## （2）多类型网络游戏的发展推动用户规模增长

2013年，客户端网络游戏、网页游戏、移动网络游戏的用户规模分别达到1.5亿人、3.3亿人、3.2亿人，较上一年的增幅分别为8.6%、21.2%、248.5%。移动网络游戏、网页游戏已经成为网络游戏行业发展新的驱动力之一，用户规模将保持快速增长的态势。

2008-2013年中国客户端、网页游戏及移动网络游戏用户规模（亿人）

数据来源：游戏工委

## （3）网络游戏付费用户规模持续增长带动市场规模扩大

随着网络游戏企业的产品精品化趋势明显，游戏品质不断提高，产品生命周期不断延长，网络游戏玩家付费意愿逐渐增强，付费习惯不断强化。根据游戏工委数据统计，2012年中国网络游戏付费用户数达到8959.4万人，比2011年增加35.1%。网络游戏玩家付费意愿的增强直接带动网络游戏市场规模进入迅速增长的通道。

2008-2012年中国网络游戏付费用户规模（万人）

数据来源：游戏工委

报告目录：

## 第一章 中国网络游戏行业发展环境1

### 第一节 网络游戏行业及属性分析1

#### 一、行业定义1

#### 二、国民经济依赖性1

#### 三、行业类型属性2

### 第二节 经济发展环境3

#### 一、中国经济发展阶段3

#### 二、2009-2015年中国经济发展状况5

#### 三、经济结构调整35

#### 四、国民收入状况44

## 第二章 中国网络游戏生产现状分析46

### 第一节 网络游戏行业总体规模46

### 第二节 网络游戏产能概况49

#### 一、2010-2014年产能分析49

##### 1、2010年我国网络游戏市场分析49

##### 2、2011年我国网络游戏市场分析49

##### 3、2012年我国网络游戏市场分析50

##### 4、2013年我国网络游戏市场分析51

##### 5、2014年我国网络游戏市场分析51

#### 二、2014-2020年产能预测53

### 第三节 网络游戏市场容量概况54

#### 一、2011-2014年市场容量分析54

##### 1、2011年我国网络游戏市场容量分析54

##### 2、2012年我国网络游戏市场容量分析62

3、2013年我国网络游戏市场容量分析72

4、2014年我国网络游戏市场容量分析75

二、2014-2020年市场容量预测76

第二部分 市场发展分析78

第三章 2014年中国市场分析78

第一节 我国整体市场规模78

一、总量规模78

二、增长速度78

三、各季度市场情况79

第二节 市场结构分析79

一、网络游戏市场结构79

二、PC网络游戏市场结构80

三、手机网络游戏市场结构81

四、区域市场结构82

第四章 2014-2015年中国网络游戏市场供需监测分析83

第一节 需求分析83

第二节 供给分析91

第三节 市场特征分析92

第五章 2014-2015年中国网络游戏市场竞争格局与厂商市场竞争力评价97

第一节 竞争格局分析97

第二节 主力厂商市场竞争力评价97

一、主要厂商竞争力97

二、技术创新99

三、产品创新100

四、商业模式创新100

第六章 我国网络游戏行业供需状况分析101

第一节 网络游戏行业市场需求分析101

第二节 网络游戏行业供给能力分析102

第三节 网络游戏行业进出口贸易分析104

第三部分 市场竞争分析107

第七章 网络游戏行业竞争绩效分析107

第一节 网络游戏行业总体效益水平分析107

第二节 网络游戏行业产业集中度分析	108
第三节 网络游戏行业不同企业绩效分析	109
第八章 2014-2015年网络游戏市场趋势预测分析	111
第一节 国际市场趋势预测分析	111
第二节 国内市场趋势预测分析	111
第九章 我国网络游戏行业投融资分析	113
第一节 我国网络游戏行业外资进入状况	113
第二节 我国网络游戏行业合作与并购	114
第三节 网络游戏行业投融资分析	115
一、市场增速止跌回升	115
二、投融资行为日趋活跃	116
三、轻游戏增长态势明显	117
第十章 网络游戏产业投资前景研究	119
第一节 产品定位策略	119
一、市场细分策略	119
二、目标市场的选择	123
第二节 产品开发策略	125
第三节 渠道销售策略	126
一、销售模式分类	126
二、销售方式	127
第四节 服务策略	128
第十一章 我国网络游戏行业重点企业分析	132
第一节 腾讯公司	132
一、公司基本情况	132
二、公司经营与财务状况	133
第二节 上海盛大网络发展有限公司	139
一、公司基本情况	139
二、公司经营与财务状况	143
第三节 网易公司	147
一、公司基本情况	147
二、公司经营与财务状况	153
第四节 上海巨人网络科技有限公司	158

一、公司基本情况	158
二、公司经营与财务状况	161
第五节 金山软件有限公司	166
一、公司基本情况	166
二、公司经营与财务状况	167
第四部分 行业发展预测与投资分析	173
第十二章 2015-2020年年中国网络游戏产业投资分析	173
第一节 投资环境	173
一、资源环境分析	173
二、市场竞争分析	174
三、政策环境分析	175
第二节 投资机会分析	176
第三节 投资前景及对策分析	179
第四节 投资趋势预测	182
一、市场供需发展趋势	182
二、未来发展展望	183

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

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监测数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1502/D57198BBX2.html>