

2020-2026年中国网络游戏 市场评估与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国网络游戏市场评估与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202005/164297.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2017 年中国游戏市场实际收入 2036.1 亿元，突破 2000 亿元大关，同比增长 23%，相较于 2015、2016 年，增长率有小幅回升。2017 年中国游戏用户规模 5.83 亿人，同比增长 3.1%。自 2014 年开始，游戏用户增长率保持在 3%-5% 左右，用户规模增速趋缓。2019 年中国游戏细分市场占比中国网页游戏市场实际销售规模及增速

中企顾问网发布的《2020-2026 年中国网络游戏市场评估与市场运营趋势报告》共八章。首先介绍了中国网络游戏行业市场发展环境、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，然后介绍了网络游戏市场竞争格局。随后，报告对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中国网络游戏行业，本报告是您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。

报告目录：

第1章：网络游戏行业发展背景19

1.1 网络游戏定义与分类19

1.1.1 网络游戏行业定义19

1.1.2 网络游戏行业分类19

1.2 网络游戏行业产业链分析21

1.2.1 网络游戏产业链结构21

1.2.2 网络游戏产业链组成22

(1) 游戏开发商22

(2) 游戏运营商22

(3) 游戏销售商22

(4) 游戏用户23

(5) 辅链组成23

1.2.3 网络游戏产业链分析23

(1) 辐射包容能力23

(2) 产业链各环节的关系23

1.3网络游戏行业发展环境25

1.3.1行业宏观环境分析25

- (1) 行业政策环境25
- (2) 行业经济环境26
- (3) 行业社会环境29
- (4) 行业技术环境31

1.3.2行业竞争环境分析33

- (1) 现有企业的竞争33
- (2) 潜在进入者威胁33
- (3) 供应商议价能力34
- (4) 下游客户议价能力35
- (5) 替代品威胁35
- (6) 竞争情况总结36

行业发展篇37

第2章：网络游戏行业发展分析38

2.1中国网络游戏行业发展现状分析38

2.1.1网络游戏行业发展阶段38

2.1.2网络游戏行业市场规模38

- (1) 网游行业营收规模38
- (2) 网游行业用户规模39

2.1.3网络游戏行业供应情况40

- (1) 网游行业企业数量40
- (2) 网游产品推出数量40
- (3) 国产网游数量规模40

2.1.4网络游戏行业出口情况41

- (1) 网游行业出口规模41
- (2) 网游行业出口模式42
- (3) 网游行业出口格局43

2.1.5网络游戏辐射带动效应43

2.2客户端网游发展现状分析44

2.2.1客户端网游市场规模44

(1) 行业总体市场规模	44
(2) MMOrpg网游市场规模	44
(3) 休闲类网游市场规模	45
2.2.2客户端网游研发情况	46
(1) 网游研发公司规模	46
(2) 网游研发从业人数	46
(3) 网游推出与运营数量	46
2.2.3客户端网游盈利情况	46
2.2.4客户端网游用户行为	47
2.2.5客户端网游市场集中度	51
2.2.6客户端网游微端化趋势	51
(1) 微端技术的优势	52
(2) 传统端游踏上微端时代	52
(3) 微端网游面临的挑战	52
(4) 微端网游发展前景预测	53
2.3网页游戏行业发展现状分析	53
2.3.1网页游戏行业发展概况	53
2.3.2网页游戏行业发展规模	54
(1) 网页游戏推出数量规模	54
(2) 网页游戏行业市场规模	54
(3) 网页游戏行业用户规模	54
2.3.3网页游戏用户行为分析	55
(1) 用户普及度	55
(2) 接触时间	56
(3) 游戏内容建设	57
(4) 热衷度	58
(5) 信赖度	60
(6) 推广认可度	61
(7) 用户付费率	63
(8) 自身优势及劣势	64
(9) 网页游戏前景	66
2.3.4网页游戏生命周期分析	66

2.3.5	网页游戏行业盈利状况	67
2.3.6	网页游戏行业竞争分析	67
(1)	网页游戏行业市场格局	67
(2)	网页游戏行业竞争特点	68
(3)	网页游戏行业洗牌开始	68
2.4	移动游戏行业发展现状分析	69
2.4.1	移动游戏行业界定	69
2.4.2	移动游戏产业链分析	69
(1)	移动终端设备制造商	69
(2)	移动游戏开发与发行商	69
(3)	移动游戏独立运营商	70
(4)	移动游戏平台运营商	71
(5)	移动游戏分发渠道商	71
2.4.3	移动游戏市场规模	72
(1)	移动游戏企业数量	72
(2)	移动游戏推出数量	72
(3)	移动游戏用户数量	72
(4)	移动游戏收入规模	72
2.4.4	移动游戏细分市场	73
(1)	移动单机游戏市场	73
(2)	移动网络游戏市场	73
2.4.5	移动游戏用户行为	74
(1)	移动游戏用户基本属性	74
(2)	移动游戏用户参与移动游戏情况	80
(3)	移动单机游戏用户行为	85
(4)	移动网络游戏用户行为	94
2.5	移动游戏行业发展前景分析	105
2.5.1	2020-2026年网游行业预测	105
(1)	网游行业前景预测	105
(2)	端游行业前景预测	105
(3)	页游行业前景预测	106
(4)	移动游戏行业前景预测	106

2.5.22020-2026年网游出口预测107

- (1) 网游海外市场特征107
- (2) 网游出口驱动因素108
- (3) 网游出口阻碍因素109
- (4) 网游出口前景预测109

商业模式篇111

第3章：网络游戏行业商业模式分析112

3.1商业模式创新推动网络游戏发展112

3.1.1商业模式概念及内涵112

3.1.2网游商业模式核心要素113

- (1) 盈利模式113
- (2) 运营模式115
- (3) 营销模式115

3.2国外网络游戏模式分析116

3.2.1美国网络游戏模式116

3.2.2日本网络游戏模式117

3.2.3韩国网络游戏模式118

3.3中国网游商业模式创新119

3.3.1网游商业模式探索与变革119

3.3.2网游行业当前需解决的问题120

- (1) 同质化120
- (2) 付费模式120
- (3) 新用户发掘121
- (4) 营销手段创新121

3.3.3商业模式创新是下一步关键121

3.4网络游戏商业模式变革趋势122

3.4.1商业模式创新的成功因素122

- (1) 网络游戏的内容是基础122
- (2) 网络游戏运营技术是关键122

3.4.2影响商业模式创新的主要方面122

- (1) 外部因素分析122

(2) 内部因素分析	124
3.4.3 商业模式创新的主要方向	124
(1) 网络游戏研发制作水平不断提高	124
(2) 网络游戏技术可控性提高	125
(3) 商业利益与社会责任保持平衡	125
第4章：客户端网游行业商业模式创新与案例分析	125
4.1 客户端网游行业发展模式分析	125
4.1.1 代理运营模式	125
(1) 代理运营模式特点	125
(2) 代理运营模式代表企业	126
(3) 代理运营模式的优劣势	126
(4) 代理运营模式的核心要素	127
1) 渠道体系	127
2) 服务体系	127
4.1.2 自主产权模式	127
(1) 自主产权模式特征	128
(2) 自主产权模式代表企业	128
(3) 自主产权模式的优劣势	129
(4) 自主产权模式的核心要素	130
4.1.3 自主&代理模式	130
(1) 自主&代理模式特点	130
(2) 自主&代理模式代表企业	130
(3) 自主&代理模式的优劣势	131
(4) 自主&代理模式的核心要素	131
4.1.4 综合门户模式	131
(1) 综合门户模式特点	132
(2) 综合门户模式代表企业	132
(3) 综合门户模式的优劣势	132
(4) 综合门户模式的核心要素	133
4.2 客户端网游行业运营模式分析	133
4.2.1 客户端网游联合运营分析	133

- (1) 联合运营模式的产生133
- (2) 联合运营方式及案例134
 - 1) “强强联合型”134
 - 2) “优势互补型”135
 - 3) “业务拓展型”137
- (3) 联合运营模式趋势137
 - 1) 腾讯模式138
 - 2) 盛大模式138
 - 3) 未来趋势139
- (4) 联合运营关键因素139
- (5) 联合运营风险防范140
- 4.2.2客户端网游异业合作分析142
 - (1) 异业合作模式的内涵142
 - (2) 异业合作模式的类型142
 - 1) “推广宣传型”142
 - 2) “营销渠道型”142
 - 3) “价值再开发型”143
 - (3) 异业合作方式与项目144
 - 1) 网游异业合作的对象144
 - 2) 网游与食品业合作145
 - 3) 网游与服装业合作146
 - 4) 网游与汽车业合作147
 - 5) 网游与电子产品合作147
 - 6) 网游与信用卡合作148
 - 7) 网游与旅游业合作148
 - 8) 网游与游戏外设合作149
 - (4) 主要厂商异业合作情况149
 - 1) 盛大的异业合作149
 - 2) 久游的异业合作150
 - 3) 九城的异业合作150
 - 4) 完美时空的异业合作151
 - (5) 异业合作模式的效用151

- (6) 异业合作模式前景展望152
- (7) 异业合作经典案例分析153
- 1) “看魔兽喝可乐”及其营销宣传153
- 2) 合作推广后的收益情况154
- 4.3客户端网游盈利模式变迁与方向156
- 4.3.1传统盈利模式面临挑战156
- (1) 第一代：收费模式156
- 1) 主要收费方式156
- 2) 收费模式代表游戏156
- 3) 收费模式存在的弊端156
- (2) 第二代：免费模式157
- 1) 免费模式特点157
- 2) 免费模式代表游戏157
- 3) 免费模式存在的弊端157
- 4.3.2新型盈利模式探索与创新157
- (1) 内置广告模式(IGA)158
- 1) 网络游戏的媒介特性158
- 2) IGA运作形式与案例158
- 3) IGA模式运作效果分析159
- 4) IGA模式发展中的阻碍159
- (2) 双向收费模式159
- 1) 双向收费模式特点159
- 2) 双向收费模式运作情况159
- 3) 双向收费模式运作效果160
- 4) 双向收费模式发展中的障碍160
- (3) 道具交易收费模式160
- 1) 道具交易收费模式特点160
- 2) 道具交易收费模式运作情况160
- 3) 道具交易收费模式运作效果161
- 4) 道具交易收费模式发展中的障碍161
- (4) 信用卡机制162
- 1) 信用卡机制特点162

- 2) 信用卡机制运作情况162
- 3) 信用卡机制运作效果162
- 4) 信用卡机制面临的风险162
 - (5) 周边产品盈利模式163
- 1) 周边产品模式特点163
- 2) 周边产品模式运作情况163
- 3) 周边产品模式发展前景164
- 4) 周边产品模式面临的风险165
 - (6) 其它创新盈利模式分析166
- 1) CD-KEY收费166
- 2) 地图区域收费166
- 3) 客户端收费166
- 4) 角色创建收费166
- 5) 人物死亡收费167
- 4.3.3客户端网游盈利模式趋势167
 - (1) 网游增值服务业盈利模式分析167
- 1) 从政策角度分析167
- 2) 从用户需求角度分析167
 - (2) 盈利模式发展趋势分析172
- 1) 盈利模式多元化细分172
- 2) 多种盈利模式并存发展172
- 3) 媒体化与IGA进一步发展173
- 4) 休闲游戏实行社区化收费173
 - (3) 未来可发展的盈利模式173
- 1) 合作分成173
- 2) 以租代卖174
- 3) 玩家互助模式174
- 4) 技术平台代理174
- 4.4客户端网游营销模式与策略174
- 4.4.1客户端网游营销渠道格局174
 - (1) 行业主要营销渠道175
 - (2) 渠道格局变化趋势175

4.4.2 客户端网游典型营销策略175

(1) 客户端网游营销模式175

1) 行业传统营销模式175

2) 行业创新营销模式177

(2) 客户端网游整合营销178

1) 网络游戏营销困境178

2) 整合营销特点分析178

3) 整合营销案例分析178

4) 整合营销模型构建179

(3) 客户端网游营销创新策略181

1) 根据玩家需求打造服务181

2) 结合生命周期推广183

3) 游戏销售渠道策略185

4) 游戏活动营销策略186

5) 游戏潜在价值发掘策略187

4.5 客户端网游几大成功案例解析187

4.5.1 《征途》187

(1) 游戏特色分析187

(2) 游戏运营业绩187

(3) 游戏目标群体188

(4) 游戏盈利模式188

(5) 游戏运营模式188

(6) 游戏营销模式188

4.5.2 《传奇》191

(1) 游戏特色分析191

(2) 游戏运营业绩191

(3) 游戏目标群体191

(4) 游戏盈利模式191

(5) 游戏运营模式192

(6) 游戏营销模式192

4.5.3 《梦幻西游》192

(1) 游戏特色分析192

- (2) 游戏运营业绩192
- (3) 游戏目标群体193
- (4) 游戏盈利模式193
- (5) 游戏运营模式193
- (6) 游戏营销模式193

4.5.4 《魔兽世界》 194

- (1) 游戏特色分析194
- (2) 游戏运营业绩194
- (3) 游戏目标群体194
- (4) 游戏盈利模式194
- (5) 游戏运营模式195
- (6) 游戏营销模式195

4.5.5 《穿越火线》 195

- (1) 游戏特色分析195
- (2) 游戏运营业绩195
- (3) 游戏目标群体195
- (4) 游戏盈利模式196
- (5) 游戏运营模式196
- (6) 游戏营销模式196

4.5.6 《泡泡堂》 196

- (1) 游戏特色分析196
- (2) 游戏运营业绩197
- (3) 游戏目标群体197
- (4) 游戏盈利模式197
- (5) 游戏运营模式198
- (6) 游戏营销模式198

第5章：网页游戏行业商业模式创新与案例分析199

5.1 网页游戏行业运营模式分析199

5.1.1 网页游戏运营模式概述199

5.1.2 网页游戏联运模式分析200

- (1) 网页游戏联合运营特征200

(2) 网页游戏联合运营现状	200
1) 与SNS网站联合运营	200
2) 与门户网站联合运营	201
3) 与传统网游企业联合运营	201
(3) 网页游戏联合运营关键	202
(4) 网页游戏联合运营风险	203
(5) 网页游戏联合运营趋势	204
5.1.3 网页游戏独代模式分析	204
(1) 网页游戏独代介绍	204
(2) 网页游戏独代经营效益	204
1) 齐游网页游独代	204
2) 趣游页游独代	204
3) 新浪网页游独代	205
4) 腾讯页游独代	205
5) 37wan页游独代	205
(3) 网页游戏独代运营趋势	205
5.1.4 网页游戏自产自营模式	205
(1) 网页游戏自产自营优势	206
(2) 网页游戏资产自营风险	206
(3) 网页游戏自产自营现状	206
1) 游族	206
2) 动网	206
3) 第七大道	206
(4) 网页游戏自产自营趋势	207
5.2 网页游戏行业盈利模式及前景	207
5.2.1 网页游戏行业盈利模式	207
(1) 点卡(VIP月卡)销售	207
(2) 道具及增值服务	209
(3) 内置广告	209
(4) 异业合作	210
5.2.2 网页游戏产业链盈利路径	210
(1) 网页游戏平台环节	211

(2) 网页游戏支付系统	212
(3) 网页游戏广告环节	212
(4) 网页游戏终端环节	213
5.2.3 网页游戏盈利存在的问题	213
(1) 盈利模式单一	213
(2) 同质化竞争激烈	213
(3) 风险投资乏力	214
5.2.4 网页游戏行业盈利对策	214
(1) 模式创新势在必行	214
(2) 多种模式相互整合	214
(3) 增强产业链的延伸	215
5.2.5 网页游戏行业盈利前景	217
(1) 免费模式市场稳定	217
(2) 内置广告有待开发	217
(3) 社区化运营前景看好	217
(4) 手机终端“蓝海”空间	217
5.3 网页游戏行业营销模式分析	218
5.3.1 网页游戏厂商渠道争夺	218
5.3.2 网页游戏主要营销手段	218
(1) CPS：按照用户消费情况分成	218
(2) CPT(包括垂直门户)	218
(3) CPC：点击付费	218
(4) CPM：弹窗	219
(5) SEM：搜索引擎广告	219
(6) 其它新型营销手段	219
5.3.3 网页游戏营销主要问题	219
5.3.4 《七雄争霸》营销创新案例	220
5.3.5 网页游戏行业营销建议	222
(1) 充分重视开测前的预热	222
(2) 充分重视开测时的炒作	222
(3) 选择有实力的网络广告联盟	222
(4) 争取知名媒介的联运渠道合作	223

- (5) 游戏活动炒作，人推人模式223
- (6) 保持网页游戏更新频率224
- 5.4网页游戏几大成功案例解析224
 - 5.4.1“开心农场”成功解析224
 - (1) 游戏主要特色224
 - (2) 游戏运营业绩224
 - (3) 游戏目标群体224
 - (4) 游戏运营模式224
 - (5) 游戏盈利模式225
 - (6) 游戏营销模式225
 - 5.4.2“摩尔庄园”成功解析225
 - (1) 游戏主要特色225
 - (2) 游戏运营业绩226
 - (3) 游戏目标群体226
 - (4) 游戏运营模式226
 - (5) 游戏盈利模式227
 - (6) 游戏营销模式227
 - 5.4.3“热血三国”成功解析227
 - (1) 游戏主要特色227
 - (2) 游戏运营业绩227
 - (3) 游戏目标群体228
 - (4) 游戏运营模式228
 - (5) 游戏盈利模式228
 - (6) 游戏营销模式228
 - 5.4.4“商业大亨”成功解析228
 - (1) 游戏主要特色228
 - (2) 游戏运营业绩229
 - (3) 游戏目标群体229
 - (4) 游戏运营模式229
 - (5) 游戏盈利模式229
 - (6) 游戏营销模式229

第6章：移动游戏行业商业模式创新与案例分析231

6.1移动游戏运营模式分析231

6.1.1移动游戏联合运营模式231

- (1) 移动游戏联合运营现状分析231
- (2) 移动游戏联合运营存在问题231
- (3) 联合运营模式的突破232

6.1.2移动游戏独立运营分析232

- (1) 独立运营条件与要求232
- (2) 独立运营现状与厂商232
- (3) 独立运营未来趋势234

6.2移动游戏盈利模式与创新234

6.2.1移动游戏盈利模式变革234

- (1) 下载收费235
- (2) 购买游戏时间(点卡)235
- (3) 套餐收费235
- (4) 游戏内付费235
- (5) 道具收费236
- (6) 内置广告236
- (7) 周边产品236

6.2.2移动游戏支付模式发展236

- (1) 电信运营商短信计费236
- (2) 充值卡类支付237
- (3) 第三方支付237
- (4) 银联支付237

6.2.3移动游戏盈利模式创新237

6.3移动游戏营销模式与策略238

6.3.1移动游戏业务渠道变革238

- (1) 移动游戏业务主要渠道238
 - 1) 终端内置渠道238
 - 2) 运营商渠道238
 - 3) WAP/WEB推广238
 - 4) 应用商店推广238

- 5) 平面媒体238
 - (2) 移动游戏业务渠道变革239
- 6.3.2移动游戏精细化营销策略239
 - (1) 精细化营销创新策略239
 - (2) 产业合作创新策略240
- 1) 游戏产业良性生态圈模型241
- 2) 产业合作创新策略建议242
 - (3) 客户研究创新策略243
- 1) 新型客户消费模型243
- 2) 销售平台立体化整合建议244
- 3) 产品服务定制化设计建议245
 - (4) 产品整合创新策略246
 - (5) 营销手段创新策略247
- 1) 立体化整合营销模式247
- 2) 立体化整合营销创新建议247
 - (6) 渠道拓展创新策略248
- 1) 社会化渠道整合模式248
- 2) 渠道拓展创新建议248
- 6.4移动游戏几大成功案例解析249
- 6.4.1《愤怒的小鸟》249
 - (1) 价值主张249
 - (2) 目标群体249
 - (3) 分销渠道249
 - (4) 客户关系250
 - (5) 资源配置250
 - (6) 成本结构250
 - (7) 盈利模式250
- 6.4.2《植物大战僵尸》250
 - (1) 价值主张251
 - (2) 目标群体251
 - (3) 分销渠道251
 - (4) 客户关系251

- (5) 资源配置251
- (6) 成本结构251
- (7) 盈利模式251
- 6.4.3 《捕鱼达人》 252
 - (1) 价值主张252
 - (2) 目标群体252
 - (3) 分销渠道252
 - (4) 客户关系252
 - (5) 资源配置252
 - (6) 成本结构253
 - (7) 盈利模式253
- 6.4.4 《水果忍者》 253
 - (1) 价值主张253
 - (2) 目标群体253
 - (3) 分销渠道254
 - (4) 客户关系254
 - (5) 资源配置254
 - (6) 成本结构254
 - (7) 盈利模式254

第7章：网络游戏领先企业运营模式分析与借鉴255

7.1客户端网络游戏领先企业运营模式分析255

7.1.1腾讯控股有限公司255

- (1) 公司发展历程255
- (2) 公司产品与服务256
- 1) 即使通信平台256
- 2) 媒体平台256
- 3) 互联网增值服务256
- 4) 网络游戏256
 - (3) 公司发展战略演进257
 - (4) 公司盈利模式创新257
 - (5) 公司产品推广模式258

(6) 公司人力资源战略258

(7) 公司经营情况分析259

1) 主要经济指标259

2) 盈利能力分析259

3) 运营能力分析260

4) 偿债能力分析260

5) 发展能力分析261

(8) 公司经营优劣势分析261

(9) 公司并购整合情况262

(10) 公司资本运作情况262

(11) 公司最新发展动向262

7.1.2上海盛大网络发展有限公司263

(1) 公司发展历程263

(2) 公司产品与服务264

(3) 公司发展战略演进265

(4) 公司盈利模式创新265

(5) 公司经营情况分析266

1) 利润分析266

2) 资产负债分析266

3) 现金流量分析267

4) 主要指标分析267

(6) 公司经营优劣势分析268

(7) 公司并购整合情况268

(8) 公司资本运作情况269

(9) 公司最新发展动向269

7.1.3广州网易计算机系统有限公司269

(1) 公司发展历程269

(2) 公司产品与服务270

(3) 公司发展战略演进271

(4) 公司盈利模式创新271

(5) 公司产品推广模式272

(6) 公司经营情况分析272

- 1) 利润分析272
- 2) 资产负债分析272
- 3) 现金流量分析273
- 4) 主要指标分析273
 - (7) 公司经营优劣势分析274
 - (8) 公司并购整合情况274
 - (9) 公司资本运作情况275
 - (10) 公司最新发展动向275
- 7.2网页游戏领先企业运营模式分析304
 - 7.2.1趣游(北京)科技有限公司304
 - (1) 公司发展历程305
 - (2) 公司产品与服务305
 - (3) 公司发展战略演进307
 - (4) 公司盈利模式创新308
 - (5) 公司产品推广模式308
 - (6) 公司人力资源战略308
 - (7) 公司经营情况分析308
 - (8) 公司经营优劣势分析310
 - (9) 公司最新发展动向310
 - 7.2.2北京万维天空科技有限公司310
 - (1) 公司发展历程310
 - (2) 公司产品与服务311
 - (3) 公司经营情况分析311
 - (4) 公司经营优劣势分析312
- 7.3移动游戏领先企业运营模式分析327
 - 7.3.1北京空中信使信息技术有限公司327
 - (1) 公司发展历程327
 - (2) 公司产品与服务328
 - (3) 公司发展战略分析328
 - (4) 公司盈利模式分析328
 - (5) 公司经营情况分析329
 - 1) 利润分析329

2) 资产负债分析330

3) 现金流量分析330

4) 主要指标分析330

(6) 公司经营优劣势分析332

(7) 公司并购整合情况332

(8) 公司资本运作情况332

(9) 公司最新发展动向332

7.3.2杭州斯凯网络科技有限公司333

(1) 公司发展历程333

(2) 公司产品与服务334

(3) 公司发展战略分析334

(4) 公司盈利模式分析334

(5) 公司推广模式分析334

(6) 公司经营情况分析335

1) 利润分析335

2) 资产负债分析335

3) 现金流量分析336

4) 主要指标分析336

(7) 公司经营优劣势分析337

(8) 公司并购整合情况337

(9) 公司资本运作情况337

(10) 公司最新发展动向338

投资机会篇372

第8章：网络游戏商业模式变革趋势与投资机会分析373（）

8.1网络游戏行业发展趋势分析373

8.1.1网络游戏大行业发展趋势373

(1) 跨平台发展373

(2) 产业链融合明显373

(3) 游戏种类日趋多元373

(4) 跨领域竞争与合作374

(5) “微创新”成重要推动模式374

(6) 健康、绿色游戏是未来方向	374
8.1.2 网络游戏细分市场发展趋势	374
(1) 客户端游戏发展趋势	374
(2) 网页游戏发展趋势	375
(3) 移动游戏发展趋势	377
8.2 网络游戏行业发展机会与挑战分析	378
8.2.1 网络游戏行业有利与不利因素分析	378
(1) 行业有利因素分析	378
(2) 行业不利因素分析	378
8.2.2 网络游戏行业机会与挑战分析	379
(1) 行业机会分析	379
(2) 行业挑战分析	380
8.3 网络游戏行业投资机会与风险	381
8.3.1 网络游戏行业投资价值分析	381
8.3.2 2019年行业投资情况	381
(1) 网游行业投资规模	381
(2) 网游行业投资特点	382
(3) 网游行业投资热点	382
8.3.3 未来几年网游行业投资预测	383
(1) 外国企业进入网游市场	383
(2) “国家队”进入网游市场	383
8.3.4 网络游戏行业投资机会分析	383
(1) 中小规模网络游戏开发商	384
(2) 综合或垂直网络游戏运营平台商	384
(3) 虚拟货币交易平台商	384
(4) 与网络游戏相关的行业服务提供商	384
8.3.5 网络游戏行业投资风险提示	384
(1) 政策风险	384
(2) 行业风险	385
8.3.6 网络游戏行业投资建议	385
(1) 投资时机的选择	385
(2) 投资方式及领域	385

(3) 需要注意的问题386 ()

图表目录：

图表1：网络游戏分类19

图表2：网络游戏分类(按游戏方式分)20

图表3：网络游戏研发运营方式20

图表4：端游、页游与移动游戏研发运营方式比较21

图表5：端游、页游与移动游戏用户偏好比较21

图表6：中国网络游戏产业链图21

图表7：网络游戏政策法规分类25

图表8：网络游戏监管政策26

图表9：2010-2019年中国国内生产总值分季度同比增长速度(单位：%)27

图表10：2006-2019年城镇居民可支配收入(单位：元)27

图表11：2006-2019年农村居民人均纯收入(单位：元)29

图表12：2008-2019年我国网民规模与互联网普及率(单位：万人，%)29

图表13：2008-2019年我国手机网民规模及占网民比例30

图表14：2009-2019年使用各类终端上网的网民规模变化趋势31

图表15：客户端网络游戏研发从业人数(单位：万人，%)32

图表16：网游行业现有企业的竞争分析33

图表17：网游行业潜在进入者威胁分析33

图表18：网游开发商议价能力分析34

图表19：网游行业玩家议价能力分析35

图表20：网游行业替代品威胁分析36

图表21：网游行业五力分析结论36

图表22：中国网络游戏发展阶段38

图表23：2003-2019年中国网络游戏市场规模增长趋势(单位：亿元，%)39

图表24：2010-2019年我国网络游戏用户规模(单位：亿人)39

图表25：2010-2019年我国国产自主研发游戏数量(单位：款)41

图表26：2006-2019年中国网络游戏出口增长趋势(单位：百万美元，%)42

图表27：2019年中国与韩国网络游戏出口规模比较分析(单位：亿元，%)42

图表28：中国网游厂商出口业务市场份额43

图表29：2019年网络游戏对相关产业的贡献(单位：亿元)44

图表30：2020-2026年我国端游行业销售收入增长趋势及预测(单位：亿元)44

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164297.html>