

2024-2030年中国网络游戏行业市场现状调查及发展趋势研判报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国网络游戏行业市场现状调查及发展趋向研判报告》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://www.chyxx.com/research/1155218.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解网络游戏行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国网络游戏行业市场现状调查及发展趋向研判报告》（以下简称《报告》）。报告对中国网络游戏市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保网络游戏行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年网络游戏行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能网络游戏从业者抢跑转型赛道。

网络游戏，又称“在线游戏”，简称“网游”。指以互联网为传输媒介，以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端，以游戏客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有可持续性的个体性多人在线游戏。

据统计，截至2023年上半年我国网络游戏产业销售收入为1420.3亿元，其中客户端游戏收入持续走高，为329.4亿元，同比增长7.17%，网页游戏延续了下滑走势，收入为23.9亿元，同比下降11.87%，移动游戏回暖势头强劲，收入为1067.1亿元，同比下降3.41%。

腾讯公司作为中国最大的互联网综合服务提供商，也是中国服务用户最多的互联网企业。腾讯公司的业务最为人熟知的就是腾讯QQ和微信，是中国注册用户最多的即时交流平台。而在目前的游戏市场，作为中国游戏产业两大巨头，腾讯公司是其他网络游戏公司最主要的竞争对手。

未来，中国游戏产业将继续保持健康规范发展态势，推出更多深植中华文化根脉，汲取中华文化滋养的精品佳作，在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中，积极融入数字经济发展新浪潮，以高品质立足于全球市场，更好地向世界阐释中国特色、中国精神和中国智慧，为推进我国社会主义文化强国建设做出更多的贡献。

《2024-2030年中国网络游戏行业市场现状调查及发展趋向研判报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是网络游戏领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 网络游戏行业发展背景

1.1 网络游戏定义与分类

1.1.1 网络游戏行业定义

1.1.2 网络游戏行业分类

1.2 网络游戏行业产业链分析

1.2.1 网络游戏产业链结构

1.2.2 网络游戏产业链组成

(1) 游戏开发商

(2) 游戏运营商

(3) 游戏销售商

(4) 游戏用户

(5) 辅链组成

1.2.3 网络游戏产业链分析

(1) 辐射包容能力

(2) 产业链各环节的关系

1.3 网络游戏行业发展环境

1.3.1 行业宏观环境分析

(1) 行业政策环境

(2) 行业经济环境

(3) 行业社会环境

(4) 行业技术环境

1.3.2 行业竞争环境分析

(1) 现有企业的竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 供应商议价能力

(4) 下游客户议价能力

(5) 替代品威胁

(6) 竞争情况总结

第二章 客户端网游行业发展分析

2.1 中国网络游戏行业发展现状分析

2.1.1 网络游戏行业发展阶段

2.1.2 网络游戏行业市场规模

(1) 网游行业营收规模

(2) 网游行业用户规模

2.1.3 网络游戏行业供应情况

(1) 网游行业企业数量

(2) 网游产品推出数量

- (3) 国产网游数量规模
- 2.1.4 网络游戏行业出口情况
 - (1) 网游行业出口规模
 - (2) 网游行业出口模式
 - (3) 网游行业出口格局
- 2.1.5 网络游戏辐射带动效应
- 2.2 网络游戏行业发展趋势分析
 - 2.2.1 网络游戏大行业发展趋势
 - (1) 跨平台发展
 - (2) 产业链融合明显
 - (3) 游戏种类日趋多元
 - (4) 跨领域竞争与合作
 - (5) “微创新”成重要推动模式
 - (6) 健康、绿色游戏是未来方向
 - 2.2.2 网络游戏细分市场发展趋势
 - (1) 客户端游戏发展趋势
 - (2) 网页游戏发展趋势
 - (3) 移动游戏发展趋势
- 2.3 客户端网游发展现状分析
 - 2.3.1 客户端网游市场规模
 - (1) 行业总体市场规模
 - (2) MMORpg网游市场规模
 - (3) 休闲类网游市场规模
 - 2.3.2 客户端网游研发情况
 - (1) 网游研发公司规模
 - (2) 网游研发从业人数
 - (3) 网游推出与运营数量
 - 2.3.3 客户端网游盈利情况
 - 2.3.4 客户端网游用户行为
 - 2.3.5 客户端网游市场集中度
 - 2.3.6 客户端网游微端化趋势
 - (1) 微端技术的优势
 - (2) 传统端游踏上微端时代
 - (3) 微端网游面临的挑战
 - (4) 微端网游发展前景预测

第三章 客户端网游行业商业模式创新与案例分析

3.1 客户端网游行业发展模式分析

3.1.1 代理运营模式

- (1) 代理运营模式特点
- (2) 代理运营模式代表企业
- (3) 代理运营模式的优劣势
- (4) 代理运营模式的核心要素

1) 渠道体系

2) 服务体系

3.1.2 自主产权模式

- (1) 自主产权模式特征
- (2) 自主产权模式代表企业
- (3) 自主产权模式的优劣势
- (4) 自主产权模式的核心要素

3.1.3 自主&代理模式

- (1) 自主&代理模式特点
- (2) 自主&代理模式代表企业
- (3) 自主&代理模式的优劣势
- (4) 自主&代理模式的核心要素

3.1.4 综合门户模式

- (1) 综合门户模式特点
- (2) 综合门户模式代表企业
- (3) 综合门户模式的优劣势
- (4) 综合门户模式的核心要素

3.2 客户端网游行业运营模式分析

3.2.1 客户端网游联合运营分析

- (1) 联合运营模式的产生
- (2) 联合运营方式及案例
- 1) “强强联合型”
- 2) “优势互补型”
- 3) “业务拓展型”

(3) 联合运营模式趋势

- 1) 腾讯模式
- 2) 盛大模式
- 3) 未来趋势

- (4) 联合运营关键因素
- (5) 联合运营风险防范
- 3.2.2 客户端网游异业合作分析
 - (1) 异业合作模式的内涵
 - (2) 异业合作模式的类型
 - 1) “推广宣传型”
 - 2) “营销渠道型”
 - 3) “价值再开发型”
 - (3) 异业合作方式与项目
 - 1) 网游异业合作的对象
 - 2) 网游与食品业合作
 - 3) 网游与服装业合作
 - 4) 网游与汽车业合作
 - 5) 网游与电子产品合作
 - 6) 网游与信用卡合作
 - 7) 网游与旅游业合作
 - 8) 网游与游戏外设合作
 - (4) 主要厂商异业合作情况
 - 1) 盛大的异业合作
 - 2) 久游的异业合作
 - 3) 九城的异业合作
 - 4) 完美时空的异业合作
 - (5) 异业合作模式的效用
 - (6) 异业合作模式前景展望
 - (7) 异业合作经典案例分析
 - 1) “看魔兽喝可乐”及其营销宣传
 - 2) 合作推广后的收益情况
- 3.3 客户端网游盈利模式变迁与方向
 - 3.3.1 传统盈利模式面临挑战
 - (1) 第一代：收费模式
 - 1) 主要收费方式
 - 2) 收费模式代表游戏
 - 3) 收费模式存在的弊端
 - (2) 第二代：免费模式
 - 1) 免费模式特点

2) 免费模式代表游戏

3) 免费模式存在的弊端

3.3.2 新型盈利模式探索与创新

(1) 内置广告模式 (IGA)

1) 网络游戏的媒介特性

2) IGA运作形式与案例

3) IGA模式运作效果分析

4) IGA模式发展中的阻碍

(2) 双向收费模式

1) 双向收费模式特点

2) 双向收费模式运作情况

3) 双向收费模式运作效果

4) 双向收费模式发展中的障碍

(3) 道具交易收费模式

1) 道具交易收费模式特点

2) 道具交易收费模式运作情况

3) 道具交易收费模式运作效果

4) 道具交易收费模式发展中的障碍

(4) 信用卡机制

1) 信用卡机制特点

2) 信用卡机制运作情况

3) 信用卡机制运作效果

4) 信用卡机制面临的风险

(5) 周边产品盈利模式

1) 周边产品模式特点

2) 周边产品模式运作情况

3) 周边产品模式发展前景

4) 周边产品模式面临的风险

(6) 其它创新盈利模式分析

1) CD-KEY收费

2) 地图区域收费

3) 客户端收费

4) 角色创建收费

5) 人物死亡收费

3.3.3 客户端网游盈利模式趋势

(1) 网游增值服务业盈利模式分析

- 1) 从政策角度分析
- 2) 从用户需求角度分析

(2) 盈利模式发展趋势分析

- 1) 盈利模式多元化细分
- 2) 多种盈利模式并存发展
- 3) 媒体化与IGA进一步发展
- 4) 休闲游戏实行社区化收费

(3) 未来可发展的盈利模式

- 1) 合作分成
- 2) 以租代卖
- 3) 玩家互助模式
- 4) 技术平台代理

3.4 客户端网游营销模式与策略

3.4.1 客户端网游营销渠道格局

- (1) 行业主要营销渠道
- (2) 渠道格局变化趋势

3.4.2 客户端网游典型营销策略

(1) 客户端网游营销模式

- 1) 行业传统营销模式
- 2) 行业创新营销模式

(2) 客户端网游整合营销

- 1) 网络游戏营销困境
- 2) 整合营销特点分析
- 3) 整合营销案例分析
- 4) 整合营销模型构建

(3) 客户端网游营销创新策略

- 1) 根据玩家需求打造服务
- 2) 结合生命周期推广
- 3) 游戏销售渠道策略
- 4) 游戏活动营销策略
- 5) 游戏潜在价值发掘策略

3.5 客户端网游几大成功案例解析

图表目录：部分

图表1：网络游戏产业链各环节关系

图表2：我国网络游戏发展历程

图表3：2018-2023年我国游戏产业销售收入走势

图表4：2023年我国游戏产业细分格局

图表5：2018-2023年我国网络游戏销售收入走势

图表6：2018-2023年我国网络游戏细分产业销售收入统计

图表7：2018-2023年我国自主研发网络游戏销售收入走势

图表8：2018-2023年我国游戏用户规模数量统计

图表9：2023年中国上市游戏企业证券市场分布

图表10：2023年中国上市游戏企业地区分布

图表11：2023年中国国产游戏出版类型分布

图表12：2023年中国进口游戏出版类型分布

图表13：2023年中国国产游戏出版地区分布

图表14：2018-2023年我国不同类型网络游戏用户渗透率分析

图表15：2018-2023年我国自主研发网络游戏海外市场实际销售收入走势

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1155218.html>