2020-2026年中国虚拟物品(游戏)交易行业深度研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国虚拟物品(游戏)交易行业深度研究与投资策略报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/25-348717.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国虚拟物品(游戏)交易行业深度研究与投资策略报告》共八章。首先介绍了虚拟物品(游戏)交易行业市场发展环境、虚拟物品(游戏)交易整体运行态势等，接着分析了虚拟物品(游戏)交易行业市场运行的现状，然后介绍了虚拟物品(游戏)交易市场竞争格局。随后，报告对虚拟物品(游戏)交易做了重点企业经营状况分析，最后分析了虚拟物品(游戏)交易行业发展趋势与投资预测。您若想对虚拟物品(游戏)交易产业有个系统的了解或者想投资虚拟物品(游戏)交易行业，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章虚拟物品交易概述
1.1虚拟产品概念
1.2虚拟产品类别
1.2.1按虚拟产品种类分类
1.2.2按虚拟产品行业应用分类
1.2.3按虚拟产品用途&功能分类
1.2.4按虚拟产品虚拟化程度分类
1.3虚拟产品的价值
1.4虚拟产品的特征

第2章全球虚拟物品交易业务发展现状
2.1全球游戏市场规模分析
2.1.1网游戏市场规模
2.1.2端游市场规模
2.1.3页游市场规模
2.1.4手游戏市场规模
2.2全球虚拟物品(游戏)市场发展概况
2.2.1虚拟物品(游戏)交易渠道

2.2.2虚拟物品(游戏)交易平台
2.2.3虚拟物品(游戏)交易产品
2.2.4虚拟物品(游戏)产品载体
2.2.5虚拟物品(游戏)交易终端
2.2.6虚拟物品(游戏)交易服务商
2.3全球虚拟物品(游戏)交易主要国家发展情况
2.3.1美国
2.3.2韩国
2.3.3日本
2.3.4主要投资兼并事件
2.4全球虚拟物品(游戏)交易市场规模及预测

第3章中国虚拟物品交易业务发展现状
3.1中国虚拟物品(游戏)交易市场基础环境分析
3.1.1网游戏市场规模分析及预测
3.1.2端游市场规模分析及预测
3.1.3页游市场规模分析及预测
3.1.4手游戏市场规模分析及预测
3.2中国虚拟物品(游戏)交易市场发展状况
3.2.1虚拟物品(游戏)交易渠道
3.2.2虚拟物品(游戏)交易平台
3.2.3虚拟物品(游戏)交易产品
3.2.4虚拟物品(游戏)产品载体
3.2.5虚拟物品(游戏)交易终端
3.2.6虚拟物品(游戏)交易服务商
3.3中国虚拟物品(游戏)交易市场竞争
3.3.1虚拟物品(游戏)服务商市场竞争格局
3.3.2虚拟物品(游戏)交易平台市场竞争格局
3.3.3虚拟物品(游戏)交易渠道市场竞争格局
3.3.4虚拟物品(游戏)交易产品市场竞争格局
3.4中国虚拟物品(游戏)交易市场发展驱动力及阻力
3.4.1中国虚拟物品(游戏)交易市场发展驱动力

3.4.2中国虚拟物品(游戏)交易市场发展阻力
3.5中国虚拟物品(游戏)交易市场规模预测
3.5.1中国虚拟物品(游戏)交易市场规模分析及预测
3.5.2中国虚拟物品(游戏)交易细分市场规模分析及预测

第4章虚拟物品(游戏)交易产业链分析
4.1产业链组成
4.2产业链关键厂商价值分析
4.2.1游戏开发商
4.2.2游戏运营商
4.2.3虚拟物品交易服务提供商
4.2.4玩家
4.2.5代练

第5章虚拟物品(游戏)交易业务商业模式分析
5.1C2B2C模式
5.1.1业务模式
5.1.2营销模式
5.1.3运营模式
5.2B2C模式
5.2.1业务模式
5.2.2营销模式
5.2.3运营模式
5.3C2C模式
5.3.1业务模式
5.3.2营销模式
5.3.3运营模式
5.4大运营模式对比分析

第6章虚拟物品(游戏)交易市场用户研究
6.1虚拟物品(游戏)目标用户群体定位
6.1.1目标用户基本用户特征定位

6.1.2目标用户终端及通信特征定位
6.2虚拟物品(游戏)目标用户产品定位
6.2.1目标用户游戏类型偏好
6.2.2目标用户游戏载体偏好(网游、页游、端游、手游)
6.2.3目标用户虚拟物品(游戏)偏好
6.3虚拟物品(游戏)目标用户渠道购买行为
6.3.1平台渠道购买行为
6.3.2专业渠道购买行为
6.3.3代理、批发渠道购买行为
6.3.4个人渠道购买行为
6.4虚拟物品(游戏)目标用户付费价格
6.4.1按游戏虚拟物品下用户付费意愿及价格
6.4.2按游戏种类条件下用户付费意愿及价格
6.4.3按游戏获取渠道下用户付费意愿及价格
6.4.4按游戏载体终端下用户付费意愿及价格
6.5虚拟物品(游戏)目标用户满意度
6.5.1游戏虚拟物品种类满意度
6.5.2虚拟交易物品承载游戏类型满意度
6.5.3游戏虚拟物品体验满意度
6.5.4游戏虚拟物品价格满意度
6.5.5游戏虚拟物品获取渠道满意度

第7章典型虚拟物品(游戏)交易服务商案例研究
7.1国外典型虚拟物品交易服务平台
7.1.1Ebay
7.1.2IGE
7.1.3itembay
7.1.4Secondlife
7.1.5其他
7.2中国典型虚拟物品交易服务平台
7.2.1淘宝网
7.2.2YX

7.2.3魔游游

第8章虚拟物品(游戏)交易市场发展趋势分析
8.1虚拟物品(游戏)交易产品发展趋势
8.2虚拟物品(游戏)交易应用发展趋势
8.3虚拟物品(游戏)交易终端发展趋势
8.4虚拟物品(游戏)交易渠道发展趋势
8.5虚拟物品(游戏)交易服务商发展趋势
8.6虚拟物品(游戏)商业模式发展趋势
8.7虚拟物品(游戏)投资机会分析

部分图表目录：

图表1 2013-2019年全球网络游戏市场规模分析
图表2 2013-2019年全球端游市场规模分析
图表3 2013-2019年全球页游市场规模分析
图表4 2013-2019年全球手游戏市场规模分析
图表5 全球虚拟物品(游戏)交易终端
图表6 主要投资兼并事件
图表7 2018-2021年全球虚拟物品(游戏)交易市场规模及预测
图表8 2013-2019年中国网络游戏市场规模分析
图表9 2013-2019年中国端游市场规模分析
图表10 2013-2019年中国页游市场规模分析
图表11 2013-2019年中国手游戏市场规模分析
图表12 中国虚拟物品(游戏)交易平台市场份额
图表13 中国虚拟物品(游戏)交易终端
图表14 2018-2021年中国虚拟物品(游戏)交易市场规模分析及预测
图表15 目标用户基本用户特征定位
图表16 目标用户终端及通信特征定位
图表17 目标用户游戏类型偏好
图表18 目标用户游戏载体偏好
图表19 目标用户虚拟物品(游戏)偏好
图表20 平台渠道购买行为

图表21 专业渠道购买行为
图表22 代理、批发渠道购买行为
图表23 个人渠道购买行为
图表24 按游戏虚拟物品下用户付费意愿及价格
图表25 按游戏种类条件下用户付费意愿及价格
图表26 按游戏获取渠道下用户付费意愿及价格
图表27 按游戏载体终端下用户付费意愿及价格
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/25-348717.html