

2020-2026年中国虚拟物品 (游戏) 交易行业前景展望与市场需求预测报告

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年中国虚拟物品（游戏）交易行业前景展望与市场需求预测报告》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/202002/154207.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国虚拟物品（游戏）交易行业前景展望与市场需求预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 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

第二章 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

第三章 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

第四章 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

第五章 虚拟物品（游戏）交易业务商业模式分析

5.1 C2B2C模式

5.1.1 业务模式

5.1.2 营销模式

5.1.3 运营模式

5.2 B2C模式

5.2.1 业务模式

5.2.2 营销模式

5.2.3 运营模式

5.3 C2C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

第六章 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

第七章 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

7.1.1 Ebay

7.1.2 IGE

7.1.3 itembay

7.1.4 Secondlife

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

7.2.2 YX

7.2.3 魔游游

第八章 关于虚拟物品（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

图表目录：

图表 1 2014-2019年全球网络游戏市场规模分析

图表 2 2014-2019年全球端游市场规模分析

图表 3 2014-2019年全球页游市场规模分析

图表 4 2014-2019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 2014-2019年全球虚拟物品（游戏）交易市场规模及预测

图表 8 2014-2019年中国网络游戏市场规模分析

图表 9 2014-2019年中国端游市场规模分析

图表 10 2014-2019年中国页游市场规模分析

图表 11 2014-2019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 2020-2026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

图表 28 游戏虚拟物品种类满意度

图表 29 虚拟交易物品承载游戏类型满意度

图表 30 游戏虚拟物品体验满意度

图表 31 游戏虚拟物品价格满意度

图表 32 游戏虚拟物品获取渠道满意度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/154207.html>