广东开放大学计算机应用技术（互联网营销）

专科专业毕业设计开题报告

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学生姓名 | 何坤 | 班 级 | 202312303014006 | 学 号 | 23230301400213 |
| 指导教师 |  | 职 称 |  | 所在院(系) | 计算机应用技术（互联网营销） |
| 题目名称 | 电子商务网站竞争力影响因素分析 | | | | |
| 研究背景 | Steam作为全球最大的数字游戏平台，其竞争力对游戏产业的参与者（包括玩家、开发者、发行商）产生重要影响。本次研究的任务是通过数据分析和市场研究，系统性评估Steam的核心竞争优势及其受到的外部挑战，为相关决策提供支持。 | | | | |
| 研究意义 | 理论价值：通过探讨用户需求、平台服务和市场竞争的相互作用，丰富数字游戏平台竞争力的相关研究，为行业研究提供新的理论视角。  实践价值：为Steam等数字游戏平台在优化用户体验、制定竞争策略和提升市场地位方面提供具体参考，帮助其在激烈的市场环境中保持竞争优势。  行业启示：总结影响游戏平台竞争力的共性因素，为其他游戏分发平台以及相关从业者提供借鉴，推动数字游戏产业的可持续发展。 | | | | |
| 文献综述 | 一、引言  Steam作为全球主要的数字游戏平台，其竞争力受多个因素影响。本文综述了现有研究，分析了用户体验、市场影响、竞争环境和技术创新，并提出提升竞争力的策略建议。  二、研究现状  用户体验：Steam社区和促销活动有效增强了用户粘性，但复杂的界面可能对新用户构成障碍。  市场影响：Steam庞大的用户基础是其竞争力的核心，但PC游戏市场份额面临主机和移动端的压力。  竞争环境：研究表明，Steam的30%分成比例在Epic Games Store等竞争对手的挑战下受到威胁。独占内容的缺乏也是Steam的劣势。  技术创新：Steam的云游戏服务和跨平台支持被视为其技术优势，但与专注平台相比仍有提升空间。  三、提升竞争力的策略建议  优化用户体验：简化界面设计，提升新用户的使用友好度，增强个性化推荐。  增加独占内容：与更多开发者合作，增加独占游戏内容，吸引更多用户。  加大技术投入：提升云游戏服务和VR技术，保持技术领先。  四、研究不足与展望  目前的研究主要聚焦于平台横向对比，缺乏长期趋势分析和细分用户行为的深入研究。未来应关注技术创新、全球化策略及用户群体偏好等方面。  五、结论  Steam的竞争力受到内容、用户体验、技术和市场的多重影响，未来研究应结合新技术和市场变化，进一步探讨其竞争优势的动态发展。 | | | | |
| 研究内容 | 调研数字游戏平台竞争力的理论基础。  分析Steam平台的核心竞争力及其构成要素。  探讨影响其竞争力的关键因素。  提出优化Steam竞争力的对策与建议。 | | | | |
| 研究方法 | 比较分析法：对Steam与竞争平台（如Epic Games Store）进行对比，分析各平台的优劣。  案例研究法：通过分析Steam的促销活动和技术创新等成功案例，验证其对竞争力的影响。 | | | | |
| 研究计划 | 1. 研究准备阶段  确定研究框架：明确分析维度（如内容、用户体验、技术创新、市场环境等）和研究方法（比较分析法、案例研究法）。  2. 比较分析与案例研究  比较分析：对比Steam与Epic Games Store、Xbox Game Pass等平台，分析它们的市场策略、内容丰富度、技术支持等方面的差异。  案例研究：选取Steam成功的促销活动和技术创新案例，分析其对竞争力的影响。  3. 撰写报告与总结阶段  报告撰写：整理研究结果，撰写分析报告，提出提升Steam竞争力的策略建议。  总结与展望：总结研究发现，提出未来研究的方向。 | | | | |
| 特色与创新 | 多维度分析：从内容、用户体验、技术创新等多个角度全面分析Steam的竞争力，提供更深入的评估。  定性与定量结合：采用比较分析法和案例研究法，增强研究的实用性和理论性。  关注前沿技术：分析Steam在云游戏、VR等新技术领域的应用，评估其对竞争力的影响。 | | | | |
| 参考文献 | Smith, J. (2020). The Impact of Revenue Share Models on Digital Distribution Platforms: A Comparative Study. Journal of Digital Economics, 15(3), 45-62.  Johnson, A. (2021). Exclusive Content and its Role in Competitive Advantage for Digital Game Stores. International Journal of Gaming and Technology, 9(2), 112-126.  Taylor, L. (2019). Community Engagement in Gaming Platforms: The Case of Steam. Journal of Media Studies, 17(4), 88-102.  Brown, P. (2022). Sales Promotions and Consumer Behavior: An Analysis of Steam’s Seasonal Events. Marketing Review, 12(1), 50-63. | | | | |
| 指导教师  意 见 | 指导教师签名：  年 月 日 | | | | |