

2017-2022年中国手机游戏行业市场现状分析及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国手机游戏行业市场现状分析及发展前景预测报告》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.huaon.com/detail/291230.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

时代的变化是快速的，由于电子产品的更迭，4G网络的替代，用户的行为与习惯也发生巨大，端游的市场也发生了变化。2001-2004年的初期井喷爆发式，到2005-2008年，端游市场的规模稳定增长，出现寡头竞争的局面。再到2009年至今，仅剩的个位数的寡头无法撼动。越来越多的端游厂商进入手游领域，迎来手游的井喷之年。由于手游行业的浮躁发展“手游的三个月相当于端游的一年”，过去端游10年的发展推算到现在手游的发展，可能手游经历的周期只有2年半左右的时间。

截止2014年9月中国移动游戏厂商达到2182个，同年解散超过300个。截止2014年9月中国移动游戏产品4342个，同年超过1500个产品消失。移动游戏市场，2014年移动游戏市场规模230亿元，腾讯独揽120亿元，龙图游戏22亿元位于第二。AppStore的总收入，2014年AppStore畅销榜TOP5产品获得70%的总收入，TOP15产品获得93%的总收入。多方面显示，手游行业逐步呈现寡头竞争的局面。

2014Q1-2015Q2中国移动游戏数量

2008-2015年中国手机游戏市场销售收入

手游已被绝大多数手机网民接受

2015年中国游戏市场销售收入结构

随着手游市场的规模扩大，用户行为和习惯越来越成熟，用户的需求也越难满足。如何在逆境中生存下来，首先游戏厂商得耐得住寂寞，不要怕失败。成功的公司背后是做了无限次的试错。正如暴雪、史克威尔、顽皮狗等大牌公司，只有不断完善,坚持不懈，有耐性的对待游戏行业本身，才能最后守得住繁华。

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：

第一章 手机游戏相关概述

1.1 手机游戏定义及分类

1.1.1 手机游戏定义

1.1.2 手机游戏分类

1.1.3 手机游戏的特征

1.1.4 手机游戏品种走向

1.2 手机游戏平台及驱动力量

1.2.1 手机游戏的平台种类

1.2.2 手机游戏的驱动力量

第二章 2014-2016年手机游戏产业分析

2015年中国游戏市场用户数量已达5.17亿人，销售收入为1144.8亿元。其中，客户端网络游戏536.6亿元，网页游戏销售收入127.7亿元，手机游戏销售收入为112.4亿元，其他类型游戏收入55亿元。预计中国多数游戏企业已逐步迈入移动互联网化，促使手机游戏呈现“井喷式”增长局面。2015年，中国手机游戏市场实际销售收入274.9亿元人民币，比2013年增长了144.6%。

中国手机游戏游戏销售收入

2.1 2014-2016年国外手机游戏产业概况

2.1.1 全球手机游戏市场发展概况

2.1.2 全球手机游戏市场发展动态

2.1.3 欧洲手机游戏市场发展状况

2.1.4 韩国手机游戏市场发展现状概述

2.2 2014-2016年中国手机游戏产业发展分析

2.2.1 我国手机游戏产业链基本形成

2.2.2 2014年我国手机游戏用户规模状况

2.2.3 2015年我国手机游戏用户规模状况

2.2.4 2016年我国手机游戏用户规模状况

2.2.5 2016年我国手机游戏行业发展形势

2.3 4G时代中国手机游戏业的发展分析

2.3.1 全面剖析4G对手机游戏发展的影响

2.3.2 4G时代手机游戏进入新一轮探索期

2.3.3 我国智能手机游戏市场爆发式发展

2.3.4 4G时代手机游戏发展面临的考验

2.4 2014-2016年中国手机游戏盈利模式分析

2.4.1 手机游戏产业链及收费模式

2.4.2 手机游戏收费模式效果分析

2.4.3 手机游戏免费增值模式渐成趋势

2.4.4 中国手机游戏盈利模式不成熟

2.5 中国手机游戏产业存在的主要问题

2.5.1 政府扶植和监管政策缺乏

2.5.2 手机游戏盈利模式相对单一

2.5.3 手机游戏同质化严重

2.5.4 手机游戏开发成本高

2.5.5 手机上网流量资费较高

2.6 中国手机游戏产业发展对策

2.6.1 亟需建立法律法规制度

2.6.2 手机游戏发展应得到扶植

2.6.3 政府及企业应沟通合作

2.6.4 对移动运营商的建议

第三章 2014-2016年中国手机游戏市场分析

3.1 2014-2016年手机游戏市场发展的促进因素

3.1.1 手机网民的扩大

3.1.2 智能终端的普及

3.1.3 移动互联网的发展

3.1.4 游戏平台的使用

3.2 2014-2016年手机游戏市场的发展

3.2.1 2014年我国手机游戏市场规模状况

3.2.2 2015年我国手机游戏市场规模状况

3.2.3 2016年我国手机游戏市场发展分析

3.3 手机游戏市场的瓶颈及发展对策

3.3.1 国内手机游戏市场品质成发展瓶颈

3.3.2 手机游戏市场的监管引导不能缺位

3.3.3 手机游戏市场迅速扩大的两大阻碍

3.3.4 手机网游企业的市场突围策略

第四章 2014-2016年中国手机游戏消费者分析

4.1 中国手机游戏用户基本属性分析

4.1.1 性别结构

4.1.2 年龄结构

4.1.3 学历结构

4.1.4 收入结构

4.1.5 职业结构

4.2 中国手机游戏用户参与游戏的属性分析

4.2.1 手机游戏用户选择智能手机原因分析

4.2.2 手机游戏用户（Java用户）更换手机意愿分析

4.2.3 手机游戏用户平板电脑持有情况

4.2.4 手机游戏用户上网的情况

4.2.5 手机游戏用户游戏开发商品牌认可程度

4.2.6 手机游戏用户游戏时间与地点分析

4.3 中国手机单机游戏用户行为分析

4.3.1 手机单机游戏用户游戏类型偏好

4.3.2 手机单机游戏用户周平均下载量情况分布

4.3.3 手机单机游戏用户游戏黏性分析

4.3.4 手机单机游戏用户付费分布情况

4.3.5 手机单机游戏用户拒绝付费原因分析

4.3.6 手机单机游戏用户月付费额度分析

4.3.7 手机单机游戏用户付费频率分析

4.3.8 手机单机游戏用户单款游戏付费额分析

4.3.9 手机单机游戏用户付费方式选择分析

4.3.10 手机单机游戏用户内嵌广告认可度分析

4.4 中国手机网络游戏用户行为分析

4.4.1 手机网络游戏用户偏好的题材分布

4.4.2 手机网络游戏用户终端平台接受网游差异对比

4.4.3 手机网络游戏用户参与游戏的原因分析

4.4.4 手机网络游戏用户流失原因分析

4.4.5 手机网络游戏用户游戏黏性分析

4.4.6 手机网络游戏用户最感兴趣的网游功能

4.4.7 手机网络游戏用户喜爱的在线活动

4.4.8 手机网络游戏用户喜爱的互动方式

4.4.9 手机网络游戏用户付费额度分析

4.4.10 手机网络游戏用户支付方式分析

4.4.11 手机网络游戏用户客服满意度分析

第五章 2014-2016年中国手机游戏移动运营商及政策影响分析

5.1 中国移动

5.1.1 中国移动与韩国SK电讯合作开发手机游戏

5.1.2 中国移动推出轻度联网功能手机游戏

5.1.3 中国移动推出奥运题材竞技手机游戏

5.1.4 中国移动发布手机游戏政策

5.2 中国联通

5.2.1 联通发布国内首款PSP游戏智能手机

5.2.2 中国联通手机游戏平台正式上线

5.2.3 联通携手移动推出首个手机游戏融合计费平台

5.3 相关政策对手机游戏产业的影响

5.3.1 第三代公众移动通信网络频率收费标准出台

5.3.2 三大运营商4G资费标准分析

5.3.3 电信运营商4G上网卡资费政策现状

5.3.4 电信运营商政策对手机游戏厂商的影响

第六章 2014-2016年中国手机游戏重点企业分析

6.1 中国手游娱乐集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2 北京北纬通信科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3 深圳中青宝互动网络股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4 成都博瑞传播股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.5 北京掌趣科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6 北京摩卡世界科技有限公司(嘭傲)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.7 顽石互动(北京)网络科技有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七章 手机游戏投资分析及发展预测

7.1 手机游戏投资分析

7.1.1 手机游戏行业掀起投资热潮

7.1.2 网游企业积极投资手机游戏市场

7.1.3 手机游戏存在的投资风险

7.1.4 手机游戏产业投资建议

7.2 手机游戏产业发展前景分析

7.2.1 手机游戏未来开发方向

7.2.2 中国智能手机游戏市场未来发展促进因素

7.2.3 中国手机游戏市场趋势展望

7.2.4 2016-2021年中国手机游戏市场规模预测(AK HT)

部分图表目录：

图表：手机游戏按表现形式分类

图表：2016年中国手机游戏用户规模状况

图表：2014-2015年中国手机游戏用户规模状况

图表：2013-2016年中国手机网络游戏用户规模状况

图表：手机游戏产业链

图表：2016年手机上网网民规模

图表：2016年中国手机游戏市场规模状况

图表：2012-2015年中国手机游戏市场规模状况

图表：2012-2016年中国手机网络游戏用户规模状况

图表：2016年中国手机游戏市场规模状况

图表：2016年中国手机游戏用户性别结构情况

图表：2016年中国手机游戏用户年龄分布情况

图表：2016年中国手机游戏用户学历分布情况

图表：2016年中国手机游戏用户收入分布情况

图表：2016年中国手机游戏用户职业分布情况

图表：手机游戏用户选择iPhone原因分析

图表：手机游戏用户选择Android手机原因分析

图表：手机游戏用户选择WindowsPhone原因分析

图表：手机游戏用户（JAVA用户）更换手机意愿

图表：手机游戏用户（JAVA）更换手机时间

图表：手机游戏用户拥有平板电脑情况

图表：手机游戏用户常用上网方式

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291230.html>