

# 2018-2024年中国游戏行业市场发展动向调查及投资发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国游戏行业市场发展动向调查及投资发展趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/311898311898.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### (1) 人口红利消失，人均消费能力提升带动行业继续高速发展

移动互联网人口红利消失，移动游戏用户数增长趋缓。2014年以前，移动互联网普及为整个移动互联网产业带来巨大的人口红利，移动游戏用户数随之呈现爆发式增长，同比增速一直维持在50%以上，带动整体行业快速增长。2015年以后移动游戏用户人数增速趋缓，2017年第二季度移动游戏活跃设备规模环比增速仅为1%，移动游戏人口红利逐渐消失。

图：2014年以前移动游戏用户数快速增长图：移动游戏活跃设备规模增速开始放缓

资料来源：观研天下整理

人均消费能力维持高速增长，驱动移动游戏行业保持50%以上增速。目前我国移动互联网用户占据总体互联网用户比例达到95.1%，进一步提升空间有限，移动游戏用户消费能力提升带来的ARPU值提升成为行业增长新的驱动力。2013年国内移动游戏ARPU值仅为36.26元，2016年我国移动游戏市场ARPU值达到155.15元，三年实现逾4倍增长。2016年移动游戏市场规模同比增长59%，市场规模达到819.2亿元，2017年上半年仍保持了58%的高速增长，移动游戏市场潜力仍然巨大。

图：移动游戏ARPU值保持高速增长

图：ARPU值增长驱动移动游戏高速增长

资料来源：观研天下整理

移动游戏ARPU值提升潜力较大，移动游戏市场规模仍有142%的增长空间。在移动终端渗透率和移动用户渗透率提升空间不大的情况下，市场规模天花板的高度更多的取决于消费能力（ARPU值）的上升空间。假设移动互联网潜在渗透率从45%提升至50%，移动游戏用户占移动互联网用户比例从76%提升至85%，则潜在移动用户数约为6.16亿人。2016年全球移动游戏市场ARPU值约为322元，国内端游ARPU值约为373元。假设国内移动游戏ARPU值能达到全球平均水平322元，预计在中国移动游戏市场潜在规模约为1982亿元，距离2016年819亿元的市场规模仍然有142%的增长空间。

图：国内移动游戏潜在市场规模约为1981.86亿元

资料来源：观研天下整理

### (2) 竞争格局：流量、产品、公司向头部集中趋势明显

从产业生命周期的角度来说，在成长期到成熟期的过渡阶段，整体行业竞争加剧、壁垒凸显、市场集中度提升。移动游戏行业向头部集中趋势明显：微信、微博等超级APP占据大量的用户时间，并且成为用户获取游戏信息最主要的渠道；公司层面，网易、腾讯占据了近七成的市场份额，产品层面，收入排名前十的游戏占据了超过一半的市场份额。

图：头部APP占据大量用户时间 图：用户获取游戏信息的渠道 资料来源：观研天下整理

从流量的角度来看，微信、QQ等头部APP把持大量用户时间，仅微信就占据了接近四分之一的用户时间。与此同时，头部APP也成为游戏用户获得游戏资讯的最主要的渠道，约45.6%的用户表示获取游戏信息的主要方式是通过微信、QQ、微博等APP。

图：腾讯和网易占据近七成的市场份额

图：收入排名前十的游戏占据总收入的56.30% 资料来源：观研天下整理

从公司的角度来看，2016年腾讯系的游戏占据46%的市场规模，网易系的产品占据了20%的市场规模，两者占据了近七成的市场份额，寡头格局稳定。从产品的角度来看，2017年上半年，收入排行榜前十的产品占据了56.20%的市场份额，头部产品吸金能力惊人。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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 游戏行业发展综述

#### 1.1 游戏行业定义及分类

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要产品分类

##### 1.1.3 行业主要商业模式

#### 1.2 游戏行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

##### 1.2.2 游戏行业在国民经济中的地位

##### 1.2.3 游戏行业生命周期分析

###### (1) 行业生命周期理论基础

###### (2) 游戏行业生命周期

#### 1.3 中国游戏行业经济指标分析

##### 1.3.1 赢利性

##### 1.3.2 成长速度

##### 1.3.3 附加值的提升空间

- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 游戏行业运行环境分析

- 2.1 游戏行业政治法律环境分析
  - 2.1.1 行业管理体制分析
  - 2.1.2 行业主要法律法规
  - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 游戏行业经济环境分析
  - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
  - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
  - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 游戏行业社会环境分析
  - 2.3.1 游戏产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 游戏产业发展对社会发展的影响
- 2.4 游戏行业技术环境分析
  - 2.4.1 游戏技术分析
  - 2.4.2 游戏技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国游戏行业运行分析

- 3.1 我国游戏行业发展状况分析
  - 3.1.1 我国游戏行业发展阶段
  - 3.1.2 我国游戏行业发展总体概况
  - 3.1.3 我国游戏行业发展特点分析
- 3.2 2015-2017年游戏行业发展现状
  - 3.2.1 2015-2017年我国游戏行业市场规模
  - 3.2.2 2015-2017年我国游戏行业发展分析
  - 3.2.3 2015-2017年中国游戏企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
  - 3.3.1 区域市场分布总体情况

### 3.3.2 2015-2017年重点省市市场分析

## 3.4 游戏细分产品/服务市场分析

### 3.4.1 细分产品/服务特色

### 3.4.2 2015-2017年细分产品/服务市场规模及增速

### 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

## 3.5 游戏产品/服务价格分析

### 3.5.1 2015-2017年游戏价格走势

### 3.5.2 影响游戏价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

### 3.5.3 2018-2024年游戏产品/服务价格变化趋势

### 3.5.4 主要游戏企业价位及价格策略

## 第四章我国游戏行业整体运行指标分析

### 4.1 2015-2017年中国游戏行业总体规模分析

#### 4.1.1 企业数量结构分析

#### 4.1.2 人员规模状况分析

#### 4.1.3 行业资产规模分析

#### 4.1.4 行业市场规模分析

### 4.2 2015-2017年中国游戏行业财务指标总体分析

#### 4.2.1 行业盈利能力分析

#### 4.2.2 行业偿债能力分析

#### 4.2.3 行业营运能力分析

#### 4.2.4 行业发展能力分析

## 第五章我国游戏行业供需形势分析

### 5.1 游戏行业供给分析

#### 5.1.1 2015-2017年游戏行业供给分析

#### 5.1.2 2018-2024年游戏行业供给变化趋势

#### 5.1.3 游戏行业区域供给分析

### 5.2 2015-2017年我国游戏行业需求情况

#### 5.2.1 游戏行业需求市场

#### 5.2.2 游戏行业客户结构

### 5.2.3 游戏行业需求的地区差异

## 5.3 游戏市场应用及需求预测

### 5.3.1 游戏应用市场总体需求分析

#### (1) 游戏应用市场需求特征

#### (2) 游戏应用市场需求总规模

### 5.3.2 2018-2024年游戏行业领域需求量预测

#### (1) 2018-2024年游戏行业领域需求产品/服务功能预测

#### (2) 2018-2024年游戏行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业游戏产品/服务需求分析预测

## 第六章 游戏行业产业结构分析

### 6.1 游戏产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国游戏行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国游戏行业产业链分析

### 7.1 游戏行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 游戏上游行业分析

#### 7.2.1 游戏产品成本构成

#### 7.2.2 2015-2017年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对游戏行业的影响

## 7.3 游戏下游行业分析

### 7.3.1 游戏下游行业分布

### 7.3.2 2015-2017年下游行业发展现状

### 7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势

### 7.3.4 下游需求对游戏行业的影响

## 第八章我国游戏行业渠道分析及策略

### 8.1 游戏行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对游戏行业的影响

#### 8.1.3 主要游戏企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 游戏行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 游戏行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国游戏营销概况

#### 8.3.2 游戏营销策略探讨

#### 8.3.3 游戏营销发展趋势

## 第九章我国游戏行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 游戏行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

#### 9.1.2 游戏行业企业间竞争格局分析

#### 9.1.3 游戏行业集中度分析

#### 9.1.4 游戏行业SWOT分析

### 9.2 中国游戏行业竞争格局综述

#### 9.2.1 游戏行业竞争概况

- (1) 中国游戏行业竞争格局
- (2) 游戏行业未来竞争格局和特点
- (3) 游戏市场进入及竞争对手分析

#### 9.2.2 中国游戏行业竞争力分析

- (1) 我国游戏行业竞争力剖析
- (2) 我国游戏企业市场竞争的优势
- (3) 国内游戏企业竞争能力提升途径

#### 9.2.3 游戏市场竞争策略分析

### 第十章 游戏行业领先企业经营形势分析

#### 10.1 腾讯

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.2 百度

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.3 阿里巴巴

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.4 美图

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第十一章 2018-2024年游戏行业投资前景

#### 11.1 2018-2024年游戏市场前景

##### 11.1.1 2018-2024年游戏市场发展潜力

- 11.1.2 2018-2024年游戏市场发展前景展望
- 11.1.3 2018-2024年游戏细分行业发展前景分析
- 11.2 2018-2024年游戏市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2018-2024年游戏行业发展趋势
  - 11.2.2 2018-2024年游戏市场规模预测
  - 11.2.3 2018-2024年游戏行业应用趋势预测
  - 11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国游戏行业供需预测
  - 11.3.1 2018-2024年中国游戏行业供给预测
  - 11.3.2 2018-2024年中国游戏行业需求预测
  - 11.3.3 2018-2024年中国游戏供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 市场整合成长趋势
  - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
  - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
  - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2018-2024年游戏行业投资机会与风险

- 12.1 游戏行业投融资情况
  - 12.1.1 行业资金渠道分析
  - 12.1.2 固定资产投资分析
  - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2018-2024年游戏行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 细分市场投资机会
  - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2018-2024年游戏行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 游戏行业投资战略研究

### 13.1 游戏行业发展战略研究

#### 13.1.1 战略综合规划

#### 13.1.2 技术开发战略

#### 13.1.3 业务组合战略

#### 13.1.4 区域战略规划

#### 13.1.5 产业战略规划

#### 13.1.6 营销品牌战略

#### 13.1.7 竞争战略规划

### 13.2 对我国游戏品牌的战略思考

#### 13.2.1 游戏品牌的重要性

#### 13.2.2 游戏实施品牌战略的意义

#### 13.2.3 游戏企业品牌的现状分析

#### 13.2.4 我国游戏企业的品牌战略

#### 13.2.5 游戏品牌战略管理的策略

### 13.3 游戏经营策略分析

#### 13.3.1 游戏市场细分策略

#### 13.3.2 游戏市场创新策略

#### 13.3.3 品牌定位与品类规划

#### 13.3.4 游戏新产品差异化战略

### 13.4 游戏行业投资战略研究

#### 13.4.1 2017年游戏行业投资战略

#### 13.4.2 2018-2024年游戏行业投资战略

#### 13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 游戏行业研究结论

### 14.2 游戏行业投资价值评估

### 14.3 游戏行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议

图表：游戏行业主要产品分类  
图表：单纯出售模式  
图表：广告模式  
图表：收入组合模式（“带路鸡”模式）  
图表：持续推出更新附属功能模式  
图表：月租费模式  
图表：二次运用模式  
图表：平台媒合模式  
图表：代为开发模式  
图表：授权模式  
图表：APP产业链图谱  
图表：产品生命周期  
图表：行业生命周期  
图表：周期阶段  
图表：中国超美国成第一手机大国  
图表：游戏市场涉及人群  
图表：三大智能手机平台盗版app比例  
图表：2017年TOP500各分类个数占比  
图表：2017年TOP500各分类下载量占比  
图表：移动应用上线趋势  
图表：移动互联网用户机龄分布变化  
图表：2015-2017年我国游戏行业市场规模  
图表：2017年全球APP商店下载量分析  
图表：2017年全球APP商店营收情况分析  
图表：分地域看热点垂直领域用户增长情况  
更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/311898311898.html>