

2018年中国游戏行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国游戏行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/314909314909.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

中国游戏市场产生过街机、端游、页游、手游 4 个细分板块。从游戏市场的发展阶段来说，街机基本上已经消亡，而端游、页游、手游目前仍在玩家的闲暇时间中扮演着各自的角色，以下一一分析端游、页游、手游的发展历程。

客户端网络游戏（90 年代末-至今）。客户端网络游戏属于 PC 游戏的一类，PC 端上还有单机游戏以及通过网页游玩的网页游戏。但 PC 兴起之初单机游戏市场由于没有有效的版权保护，盗版问题使国内厂商盈利成为问题。因此厂商开始转向客户端网络游戏。

二十一世纪初期，中国端游进入了比较正式的发展阶段。《石器时代》、《魔力宝贝》、《传奇》、《千年》、《奇迹》的引进丰富了玩家的游戏体验。同时国产网游如《梦幻西游》、《大话西游》、《剑侠情缘》、《天骄》等产品的推出也让端游的发展走向了一个新的高度，但这一时期的端游均以 2D 为主。直到 2005 年，第九城市引进《魔兽世界》才正式宣告 3D 端游时代的来临。进入 2010 年，随着手游与页游的快速崛起，端游市场增速开始放缓，预计未来将进入平稳区间，增长更多源自于用户的 APRU 值、付费率以及电子竞技端的增长。图：客户端游戏发展历程

网页游戏（2007 年-至今）。网页游戏又称 Web 游戏，无端网游，简称页游，是基于 Web 浏览器的网络在线多人互动游戏，无需下载客户端。真正意义上的页游产生于 2007 年，最早期的页游是盛大《纵横天下》、猫扑网《猫游记》、上海维莱《部落战争》等游戏，这时期的页游大多是 SLG 模拟策略为主。2009 年开始页游逐步呈现出多样化的发展趋势，ARPG 类开始崭露头角，而到 2011 年新上市的游戏数量中 ARPG 游戏类型产品已经完全压倒性地超越了 SLG。也是在这一年，几乎无数的研发商一边倒的向 ARPG 方向发展，经过几年的 flash 技术的沉淀和发展，页游迎来最辉煌的时期。

从运营模式来看，在页游发展的初期，运营模式与端游相似，主要是自产自销或是代理运营为主，这一时期页游市场百家争鸣，而 2008 年《热血三国》开启的联合运营的模式则使页游运营成为资本、用户、产品、人才等各方面综合实力的竞争，业内开始洗牌。2012 年 37wan 通过成功拿下页游大作《龙将》、《神曲》、《秦美人》，实现迅速扩张，奠定行业联运平台一哥的地位。随着手游的快速崛起，页游市场出现负增长，预计未来业内持续洗牌，但最后依然会留下少数几家页游大厂以及一群核心玩家，形成一个相对稳定的局面。

图：网页游戏发展历程

移动游戏（2003 年-至今）。国内移动游戏起步于 2003 年。在 2003 年至 2009 年间，国内尚处于功能机年代，其中又大致划分为初创年代电信运营商一统天下，2005 年第三方门户网站加入、允许第三方支付、进入 Freewap 时代，以及手机终端厂商三个时期。这一时期的手游产品大多是单机游戏，收费模式主要是付费解锁关卡或者部分内置道具收费，与玩家间的联动仅部分游戏可以通过蓝牙联机实现。

2009年起，手机市场逐步迎来智能机时代，国内开始出现基于各类操作系统的智能机论坛，这些论坛成为玩家寻找游戏的入口，并提出了应用商店的概念。2012年，国内手游行业终于迎来爆发期，市场规模的急剧扩大，使得大量资本开始涌入手游，更是有诸如《我叫MT》、《王者之剑》、《时空猎人》、《刀塔传奇》等现象级产品不断涌现。而进入2016年，《皇室战争》、《王者荣耀》等实现玩家间即时对抗的游戏的诞生，标志着手游市场走向成熟。

图：手游发展历程

观研天下发布的《2018年中国游戏行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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家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 风险性
- 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 2016-2017年游戏行业发展现状
 - 3.2.1 2016-2017年我国游戏行业市场规模
 - 3.2.2 2016-2017年我国游戏行业发展分析
 - 3.2.3 2016-2017年中国游戏企业发展分析

3.3 区域市场调研

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2016-2017年重点省市市场调研

3.4 游戏细分产品/服务市场调研

随着通信网络升级、智能移动设备加速迭代/渠道下沉、手游研发更加精进、买量发行愈发深入，移动游戏市场份额仍有一定的上升空间，移动游戏未来仍是中国游戏产业的主旋律。

2016-2017H1中国游戏细分领域市场规模占比

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2016-2017年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场趋势分析

3.5 游戏产品/服务价格分析

3.5.1 2016-2017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 2016-2017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 2016-2017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 2016-2017年游戏行业供给分析

5.1.2 2018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 2016-2017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

2016-2017H1中国游戏产业市场规模及环比变化

5.3.2 2018年游戏行业领域需求量预测

(1) 2018年游戏行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018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 游戏上游行业调研

7.2.1 游戏产品成本构成

7.2.2 2016-2017年上游行业发展现状

7.2.3 2018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 游戏下游行业调研

7.3.1 游戏下游行业分布

7.3.2 2016-2017年下游行业发展现状

7.3.3 2018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
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 经营状况分析
 - 10.1.5 2018年发展规划
- 10.2 百度
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 经营状况分析
 - 10.2.5 2018年发展规划
- 10.3 阿里巴巴
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 经营状况分析
 - 10.3.5 2018年发展规划
- 10.4 美图

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 经营状况分析

10.4.5 2018年发展规划

10.5 优酷土豆

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 经营状况分析

10.5.5 2018年发展规划

10.6 东方爱智信息技术有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 经营状况分析

10.6.5 2018年发展规划

10.7 触控科技有限公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 产品/服务特色

10.7.4 经营状况分析

10.7.5 2018年发展规划

10.8 美团

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 产品/服务特色

10.8.4 经营状况分析

10.8.5 2018年发展规划

10.9 美国艺电公司

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 经营状况分析

10.9.5 2018年发展规划

10.10 gameloft

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 经营状况分析

10.10.5 2018年发展规划

第十一章 2018年游戏行业行业前景调研

11.1 2018年游戏市场趋势预测

11.1.1 2018年游戏市场发展潜力

11.1.2 2018年游戏市场趋势预测展望

11.1.3 2018年游戏细分行业趋势预测分析

11.2 2018年游戏市场发展趋势预测

11.2.1 2018年游戏行业发展趋势

11.2.2 2018年游戏市场规模预测

11.2.3 2018年游戏行业应用趋势预测

11.2.4 2018年细分市场发展趋势预测

11.3 2018年中国游戏行业供需预测

11.3.1 2018年中国游戏行业供给预测

11.3.2 2018年中国游戏行业需求预测

11.3.3 2018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年游戏行业投资前景及防范
 - 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 游戏行业投资规划建议研究

- 13.1 游戏行业投资前景研究
 - 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 游戏行业投资规划建议研究
 - 13.4.1 2017年游戏行业投资规划建议
 - 13.4.2 2018年游戏行业投资规划建议
 - 13.4.3 2018年细分行业投资规划建议

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 行业投资策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

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 2016-2017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

图表详见报告正文（BGZQJP）

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/314909314909.html>