

中国 电子游戏行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2024-2031年）

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《中国 电子游戏行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202412/735704.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业相关定义

电子游戏（electronic Games）又称电玩游戏，是指所有依托于电子设备平台而运行的交互游戏，狭义的时候称视频游戏。根据运行媒介的不同分为五类：主机游戏（狭义的，此处专指家用机游戏，又称视频游戏控制台）、掌机游戏、街机游戏、电脑游戏及手机游戏。在国外有时包括用于赌博的老虎机和柏青哥以及弹珠台。完善的电子游戏在20世纪末出现，改变了人类进行游戏的行为方式和对游戏一词的定义，属于一种随科技发展而诞生的文化活动。电子游戏也可代指“电子游戏软件”。利用电子设备为媒介进行游戏活动的行为。始于20世纪60年代末的美国，刚开始在街机或者是视频游戏控制台（家用控制台，掌上控制台）上发展，后来出现了个人计算机和移动设备平台上的游戏。电子游戏主要由传统游戏活动的继承性游戏：如足球、棒球、国际象棋的电子游戏，组字和数字的游戏。也具有传统游戏所不具有的功能：幻想世界的冒险、战争、格斗等。

二、行业市场规模

电子游戏作为互联网经济产业重要分支，行业发展高度依赖中国互联网的发展，与互联网的普及程度也息息相关。受益于整个互联网产业的增长，在过去很长一段时间里我国游戏行业呈现出快速发展的态势。近一两年来，游戏产业的人口红利逐渐减退，行业逐渐进入平稳发展的阶段。

根据游戏工委（GPC）、中国游戏产业研究院联合发布的《中国游戏产业报告》，2020年至2022年，中国电子游戏市场实际销售收入分别为2786.87亿元、2965.13亿元和2658.75亿元，同比变化20.71%、6.40%和-10.33%。2023年，国内电子游戏市场实际销售收入3029.64亿元，同比增长13.95%，首次突破3000亿关口。2024年1-6月，国内游戏市场实际销售收入1472.67亿元，同比增长2.08%，增长趋势平缓。

数据来源：《中国游戏产业报告》，观研天下数据中心整理

其中小程序游戏进入发展新阶段，为游戏行业带来新的增量空间。2023年，小程序游戏数量攀升，多款优秀产品脱颖而出，拓展了原有应用场景下未被挖掘到的新用户圈层，便捷的入口能够更加精准有效的吸引到目标玩家，碎片化的玩法与轻便的体验带来更化的游戏方式，满足了用户的轻度、碎片娱乐需求，为游戏行业带来新的增量空间。

三、行业供应情况

长期以来，我国整个游戏行业游戏研发商数量众多，游戏产品特别是网页游戏和移动游戏由于技术门槛较低，开发周期较短且资金投入较少，导致市场上大部分游戏产品缺乏创意，游戏类型、题材跟风抄袭严重，同质化现象突出，影响游戏玩家的游戏体验。随着游戏产业的人口红利逐渐减退，游戏行业显现出承压蓄力的态势，行业整体已进入存量竞争的阶段，用户消费习惯更为理性，产品质量成为用户甄选内容的重要准则。因此，近年来，我国游戏行

业逐渐转向高质量、精品化发展，更加注重用户体验。

据伽马数据测算，国内移动游戏流水TOP50产品中，新品选择自研自发的比例不断升高，即便发行实力较强的企业能够代理产品数量也在快速减少，发行新品多以自研为主，主要游戏公司研发费用率亦逐步提升。此外，各游戏厂商重磅游戏研发周期也在逐步拉长，近期精品游戏如完美世界《幻塔》、腾讯《暗区突围》开发周期均为三年，已可对标部分海外3A游戏。米哈游的《原神》开发时间超过3年，初始研发投入超过1亿美元，该产品在全球各市场均收获了较高评价与市场表现，在2021年位列全球手游收入榜第三位。从各大厂商对产品研发方面的持续高额的投入可以看出，优质游戏内容质量已在行业竞争中扮演愈发重要的角色。

数据来源：伽马数据，观研天下数据中心整理

从我国自主研发游戏来看，2023年，中国自主研发游戏国内市场实际销售收入2563.75亿元，同比增长15.29%。几款长线运营、多年处于头部位置的游戏产品收入保持稳定，同时，2022—2023年正式上线的新产品市场表现同样出色，共同带动了自研游戏实销收入的显著增长。2024年上半年，国内自主研发游戏国内市场实际销售收入1177.36亿元，同比减少3.32%，主因是部分头部产品收入下降较为明显。

数据来源：《中国游戏产业报告》，观研天下数据中心整理

从海外来看，2023年，中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为163.66亿美元，这也是中国自研游戏出海收入连续第4年超过千亿元人民币的规模，但是同比下降了5.65%，这表明复杂的国际形势、激烈的海外竞争和成熟市场的隐私政策变动等因素，增加了我国游戏出海的成本和难度。

数据来源：《中国游戏产业报告》，观研天下数据中心整理

四、行业市场需求情况

在游戏需求方面，中国电子游戏行业的用户规模庞大，且持续增长。截至2023年，中国游戏用户规模达6.68亿人，同比增长0.61%。随着游戏新品数量增加，游戏用户规模稳中有升，达到历史新高点。但我国游戏用户规模处于存量市场阶段的趋势并未改变。

随着移动互联网的普及和智能手机等终端设备的广泛应用，越来越多的用户开始接触和玩电子游戏。根据中国音像与数字出版协会游戏工委发布的数据，中国游戏用户数量已经达到数亿级别，并且仍在不断增长。这一庞大的用户基数为电子游戏行业的发展提供了坚实的基础。

。

数据来源：《中国游戏产业报告》，观研天下数据中心整理

在年龄分布上，电子游戏行业需求主体以90后、95后人群为主，30岁以下人群占到近五成

，这部分年轻用户为电子游戏生态提供了群众基础。根据不同电子游戏类型来看，目前国内移动端游戏消费者支出占比最大，其次为客户端和网页端，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

四、行业竞争格局

中国电子游戏行业的市场参与者众多，包括国内外知名游戏厂商以及众多中小型游戏开发商和运营商。其中，腾讯、网易等国内游戏巨头占据了较大的市场份额，拥有强大的研发、运营和推广能力。同时，米哈游、三七互娱、完美世界、巨人网络、游族网络、盛趣游戏、蜗牛游戏等国内游戏厂商也在不断发展壮大，凭借各自独特的游戏产品和市场策略，在游戏市场中占据了一席之地。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 电子游戏行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国 电子游戏 行业发展概述

第一节 电子游戏 行业发展情况概述

- 一、 电子游戏 行业相关定义
- 二、 电子游戏 特点分析
- 三、 电子游戏 行业基本情况介绍
- 四、 电子游戏 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、 电子游戏 行业需求主体分析

第二节 中国 电子游戏 行业生命周期分析

一、 电子游戏 行业生命周期理论概述

二、 电子游戏 行业所属的生命周期分析

第三节 电子游戏 行业经济指标分析

一、 电子游戏 行业的赢利性分析

二、 电子游戏 行业的经济周期分析

三、 电子游戏 行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球 电子游戏 行业市场发展现状分析

第一节 全球 电子游戏 行业发展历程回顾

第二节 全球 电子游戏 行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲 电子游戏 行业地区市场分析

一、亚洲 电子游戏 行业市场现状分析

二、亚洲 电子游戏 行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲 电子游戏 行业市场前景分析

第四节 北美 电子游戏 行业地区市场分析

一、北美 电子游戏 行业市场现状分析

二、北美 电子游戏 行业市场规模与市场需求分析

三、北美 电子游戏 行业市场前景分析

第五节 欧洲 电子游戏 行业地区市场分析

一、欧洲 电子游戏 行业市场现状分析

二、欧洲 电子游戏 行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲 电子游戏 行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界 电子游戏 行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球 电子游戏 行业市场规模预测

第三章 中国 电子游戏 行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对 电子游戏 行业的影响分析

第三节 中国 电子游戏 行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对 电子游戏 行业的影响分析

第五节 中国 电子游戏 行业产业社会环境分析

第四章 中国 电子游戏 行业运行情况

第一节 中国 电子游戏 行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国 电子游戏 行业市场规模分析

一、影响中国 电子游戏 行业市场规模的因素

二、中国 电子游戏 行业市场规模

三、中国 电子游戏 行业市场规模解析

第三节 中国 电子游戏 行业供应情况分析

一、中国 电子游戏 行业供应规模

二、中国 电子游戏 行业供应特点

第四节 中国 电子游戏 行业需求情况分析

一、中国 电子游戏 行业需求规模

二、中国 电子游戏 行业需求特点

第五节 中国 电子游戏 行业供需平衡分析

第五章 中国 电子游戏 行业产业链和细分市场分析

第一节 中国 电子游戏 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、 电子游戏 行业产业链图解

第二节 中国 电子游戏 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对 电子游戏 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对 电子游戏 行业的影响分析

第三节 我国 电子游戏 行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国 电子游戏 行业市场竞争分析

第一节 中国 电子游戏 行业竞争现状分析

一、中国 电子游戏 行业竞争格局分析

二、中国 电子游戏 行业主要品牌分析

第二节 中国 电子游戏 行业集中度分析

一、中国 电子游戏 行业市场集中度影响因素分析

二、中国 电子游戏 行业市场集中度分析

第三节 中国 电子游戏 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国 电子游戏 行业模型分析

第一节 中国 电子游戏 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国 电子游戏 行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 电子游戏 行业SWOT分析结论

第三节 中国 电子游戏 行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国 电子游戏 行业需求特点与动态分析

第一节 中国 电子游戏 行业市场动态情况

第二节 中国 电子游戏 行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 电子游戏 行业成本结构分析

第四节 电子游戏 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 电子游戏 行业价格现状分析

第六节 中国 电子游戏 行业平均价格走势预测

一、中国 电子游戏 行业平均价格趋势分析

二、中国 电子游戏 行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国 电子游戏 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 电子游戏 行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 电子游戏 行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 电子游戏 行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国 电子游戏 行业区域市场现状分析

第一节 中国 电子游戏 行业区域市场规模分析

一、影响 电子游戏 行业区域市场分布的因素

二、中国 电子游戏 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 电子游戏 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 华东地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 华东地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 华东地区 电子游戏 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 华中地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 华中地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 华中地区 电子游戏 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 华南地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 华南地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 华南地区 电子游戏 行业市场规模预测

第五节 华北地区 电子游戏 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 华北地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 华北地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 华北地区 电子游戏 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 东北地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 东北地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 东北地区 电子游戏 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 西南地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 西南地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 西南地区 电子游戏 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 电子游戏 行业市场分析

(1) 西北地区 电子游戏 行业市场规模

(2) 西北地区 电子游戏 行业市场现状

(3) 西北地区 电子游戏 行业市场规模预测

第十一章 电子游戏 行业企业分析 (随数据更新有调整)

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国 电子游戏 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 电子游戏 行业未来发展前景分析

- 一、 电子游戏 行业国内投资环境分析
- 二、中国 电子游戏 行业市场机会分析
- 三、中国 电子游戏 行业投资增速预测

第二节 中国 电子游戏 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 电子游戏 行业规模发展预测

一、中国 电子游戏 行业市场规模预测

二、中国 电子游戏 行业市场规模增速预测

三、中国 电子游戏 行业产值规模预测

四、中国 电子游戏 行业产值增速预测

五、中国 电子游戏 行业供需情况预测

第四节 中国 电子游戏 行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国 电子游戏 行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国 电子游戏 行业进入壁垒分析

一、 电子游戏 行业资金壁垒分析

二、 电子游戏 行业技术壁垒分析

三、 电子游戏 行业人才壁垒分析

四、 电子游戏 行业品牌壁垒分析

五、 电子游戏 行业其他壁垒分析

第二节 电子游戏 行业风险分析

一、 电子游戏 行业宏观环境风险

二、 电子游戏 行业技术风险

三、 电子游戏 行业竞争风险

四、 电子游戏 行业其他风险

第三节 中国 电子游戏 行业存在的问题

第四节 中国 电子游戏 行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国 电子游戏 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 电子游戏 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 电子游戏 行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 电子游戏 行业营销策略分析

一、 电子游戏 行业产品策略

二、 电子游戏 行业定价策略

三、 电子游戏 行业渠道策略

四、 电子游戏 行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/735704.html>