

# 2021年中国移动游戏市场分析报告- 行业深度分析与投资商机研究

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《2021年中国移动游戏市场分析报告-行业深度分析与投资商机研究》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/537132537132.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

移动游戏是指基于移动互联网，用户可通过移动设备运行的游戏产品。按照移动智能设备分类，移动游戏可分为手机端和平板端。按照类型分类，移动游戏还可以分为轻度游戏、中度游戏和重度游戏。轻度移动游戏指消除、棋牌、塔防等类型游戏；中度移动游戏指模拟、球类、卡牌等类型游戏；重度移动游戏指角色扮演、策略、MOBA等类型游戏。

移动游戏分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国移动游戏行业市场规模为1646.1亿元，较上年同比增长10.5%；2019年，我国移动游戏行业市场规模为2091.6亿元，较上年同比增长27.1%。

2015-2019年我国移动游戏行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析 （1）行业朝精品化发展：我国移动游戏市场已逐步进入成熟期，市场规模和用户规模增速放缓，市场整体从增量市场转向存量市场。玩家的游戏习惯和游戏品味日渐成熟，对游戏产品的品质要求提高。在日趋激烈的竞争中，内容创新和研发能力成为游戏厂商的核心竞争要素，因此游戏厂商坚持游戏精品化发展道路，推动行业朝精品化发展。我国移动游戏的精品化战略主要体现在IP泛娱乐化、领域细分化和游戏社交化。

我国移动游戏的精品化战略

精品化战略

具体情况

IP泛娱乐化

经典的游戏IP具备庞大的用户基数和较强的影响力等先发优势，但其同时面临用户认同、文化积淀浅薄等问题。针对这一问题，游戏企业倾向围绕游戏IP在影视、动漫、文学等领域推出衍生产品，在拓宽价值释放渠道的同时，提升IP对用户的号召力，填补游戏IP价值空白的同时进一步延长游戏生命期，扩大收入规模。

领域细分化

近两年来，移动游戏市场增速放缓，两极化趋势明显。为避免与头部企业展开直接竞争，中小型游戏企业将研发和运营中心转向细分市场，移动游戏行业整体出现细分化、差异化经营趋势。2017年起，集换式卡牌类、桌游类以及以女性、二次元、“00”后用户群体为主的游戏产品数量明显增加，且精品产出概率较强，以《恋与制作人》为代表的多款游戏出现了平均月流水过亿元的现象。

游戏社交化

游戏机制天然融入了社交元素，受游戏逐渐被主流文化接纳和移动游戏设备普及化影响，游

戏社交模式开始从陌生人模式转向熟人模式。熟人社交化可以让用户以链式传播，一方面极大的减少游戏传播路径，另一方面增加了用户自发拉新的可能性。和以往颗粒化玩家分布不同，阴阳师和王者荣耀的迅速风靡让游戏本身成为群体性兴趣，游戏带来的兴趣社区巩固了熟人间的社交纽带，而熟人见的稳定社交关系有助于加强用户粘性。与陌生人社交相比，熟人社交的亲密特性也使得游戏易产生大量优质的UGC内容，从而产生游戏自传播效应，放大游戏影响力。数据来源：公开资料整理

(2) 行业朝功能化发展：当游戏成为社会现象之后，游戏天生的沉迷机制和暴力机制使得该文化产业将面临更严酷的监管。功能游戏是以解决现实社会和行业问题为主要目的的游戏品类，功能游戏的发展代表着游戏行业的自我规范和跨界升级。2018年，我国游戏巨头腾讯公司宣布将对“功能游戏”进行全面布局，游戏行业的新趋势浮出水面。功能游戏在海外已经有了较为成熟的发展，而在国内该细分产业仍然处在雏形阶段，功能游戏的日渐成熟有望变革我国游戏市场，促进移动游戏行业升级发展。

(3) 行业技术发展：VR/AR技术可应用领域十分广阔，包括游戏、教育、直播、影视、购物及社交等，其中，在游戏领域里，VR软件销售额占比最高，约74%。VR/AR技术与游戏的结合具有绝对的优势，这是因为游戏用户对游戏画面、画质及多维互动性的有更高的需求，且游戏用户的付费意愿的付费额度也更高，这极大提高了VR/AR的软硬件厂商对游戏市场的重视程度。同时，由于VR/AR技术在移动游戏市场的推广和应用，也将带来一轮新的移动游戏市场的革新。

## 二、 劣势分析

(1) 移动游戏研发设计和运营成本增多：移动游戏市场的推广主要依赖于资金的支撑，当下随着移动游戏市场的火热，行业内的竞争将逐渐升温，随之而来的便是移动游戏研发设计和运营成本的水涨船高。目前移动游戏行业中重量级产品研发费用通常达百万元甚至是千万元，有些产品的开发周期也达到了一年以上。由于移动游戏研发成本的暴涨以及开发周期的延长，使得部分移动游戏企业面临严峻的生存压力。

(2) 缺乏移动游戏专业人才：移动游戏行业属于人才密集型行业，融合了创意策划、美术动漫、软件开发等多类不同的专业，行业所需要的是各类专业的策划、美术、软件高端人才以及跨行业的复合型人才。但现阶段我国移动游戏行业属于新兴产业，相关专业的教育培训市场以及行业内人才培养机制跟不上市场发展，导致移动游戏行业专业人才短缺。

我国移动游戏行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

## 三、 机遇分析

(1) 政策驱动移动游戏行业向好发展：移动游戏产业的快速发展

离不开政府的大力扶持。自2016年以来，国家监管部门出台一系列相关政策，从版权保护、行业规范、鼓励原创游戏发展等方向驱动我国移动游戏行业发展。

#### 我国移动游戏行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2016年

《网络出版服务管理规定》

工信部、广电总局

网络游戏上网出版前，必须向所在地主管部门提出申请，经审核同意后，报广电总局审批

2016年

《关于移动游戏出版服务管理的通知》

广电总局

移动游戏在内的网络出版物均需先申报并取得出版版号，方可上线收费运营

2016年

《关于实施“中国原创游戏精品出版工程”》

广电总局

将于2016-2020年，建立健全扶持游戏精品出版工作机制

2016年

《网络表演经营活动管理办法》

文化部

要求网络表演不能含有未经审批或备案编号的网络游戏产品，直播平台也纳入广电总局的管辖范围

2017年

《国家“十三五”使其文化发展改革规划纲要》

国务院

明确提出了加强版权保护，发展版权产业，优化文化产业结构布局，加快法扎动漫游戏新兴产业的要求 数据来源：公开资料整理

(2) 资本青睐为移动游戏行业提供资本支持：目前移动游戏行业上市企业的市值超过3万亿。国内经济的持续繁荣，不仅带动了一批又一批的移动游戏企业的发展，同时，也吸引着资本的不断涌入。据不完全统计，2016年至今，移动游戏行业发生十余起亿元级别的融资并购案例，例如，2016年1月，完美环球120亿元收购完美世界；腾讯以86亿美元的价格收购芬兰知名移动游戏厂商Supercell84.3%的股份。

(3) 移动支付便捷化降低移动游戏付费门槛：根据数据显示，2017年，我国游戏市场总收入超过2000亿元，其中超过55%来自于移动游戏，主要原因在于移动支付的便捷性大大降低了移动游戏的付费门槛，使得更多游戏玩家加入付费用户行列。

根据数据显示，我国移动支付行业占总互联网支付比例由2011年的4%上涨至2017年的82%。

2011-2017年我国移动支付行业占总互联网支付比例 数据来源：公开资料整理

(4) 下游电子竞技产业成熟推动上游移动游戏发展：除终端游戏用户外，电子竞技赛事和直播行业也属于移动游戏重要衍生下游行业。近年来，在国家政策的引导和支持下，我国电子竞技行业从“野蛮生长”期步入成熟发展阶段。下游电子竞技产业的快速发展，提高了游戏内容供应商的曝光率，使得王者荣耀等移动游戏的关注度进一步增多，促进移动游戏行业进一步发展。

我国支持电子竞技行业发展事件一览

时间

事件

2003年

国家体育总局确定电子竞技为第99个体育项目

2004年

第一届中国电子竞技运动会（CEG）开幕

2007年

第二届亚洲室内运动成为第一个包含电竞项目的亚洲综合性运动会

2013年

国家体育总局组建17人的电竞国家队出征亚洲室内运动会

2016年

教育部宣布在高等职业学校增设“电子竞技运营与管理”专业，隶属于体育类

2017年

亚奥理事会宣布电子竞技被纳入2018年雅加达亚运会，2022年杭州亚运会

数据来源：公开资料整理

四、威胁分析 政策监管趋严：近年来，为促进游戏行业规范化发展，我国相继出台相关政策整治游戏行业市场乱象。首先是要求移动游戏用户必须实名制，规定移动游戏运营商不得向非实名制用户提供游戏充值或者消费服务。这一举措极大降低了部分不愿意暴露

个人隐私游戏玩家的游戏体验，部分游戏玩家或在“史上最严”游戏行业监管政策要求下选择离场。此外，对于可能涉及赌博这一行为的休闲棋牌类游戏，文化部也出台了针对性政策，下降了部分不符合规定的游戏，整顿休闲棋牌游戏市场。这一系列国家政策或将在短时间内制约移动游戏行业发展。

## 移动游戏行业监管政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2016年

《关于规范网络游戏运营加强事中事后监管工作通知》

文化部

从四个维度明确了以随机抽取方式提供网络游戏虚拟道具和增值服务的合法性规则，即：限定投入方式不得为法定货币或者网络游戏虚拟货币，要求公示可能抽取到的全部虚拟道具或增值服务内容，公示抽取或者合成的概率

2017年

《文化部关于加强棋牌类网络游戏市场管理工作的通知》

文化部

严格规范棋牌类网络游戏运营行为，禁止直接投入法定货币或者网络游戏虚拟货币参与棋牌类网络游戏对局 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国移动游戏市场分析报告-行业深度分析与投资商机研究》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。

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。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。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国移动游戏行业发展概述

#### 第一节 移动游戏行业发展情况概述

- 一、移动游戏行业相关定义
- 二、移动游戏行业基本情况介绍
- 三、移动游戏行业发展特点分析
- 四、移动游戏行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、移动游戏行业需求主体分析

#### 第二节 中国移动游戏行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、移动游戏行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国移动游戏行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国移动游戏行业生命周期分析

- 一、移动游戏行业生命周期理论概述
- 二、移动游戏行业所属的生命周期分析

#### 第四节 移动游戏行业经济指标分析

- 一、移动游戏行业的赢利性分析
- 二、移动游戏行业的经济周期分析
- 三、移动游戏行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国移动游戏行业进入壁垒分析

- 一、移动游戏行业资金壁垒分析
- 二、移动游戏行业技术壁垒分析
- 三、移动游戏行业人才壁垒分析
- 四、移动游戏行业品牌壁垒分析
- 五、移动游戏行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球移动游戏行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球移动游戏行业发展历程回顾

#### 第二节 全球移动游戏行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲移动游戏行业地区市场分析

- 一、亚洲移动游戏行业市场现状分析
- 二、亚洲移动游戏行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲移动游戏行业市场前景分析

#### 第四节 北美移动游戏行业地区市场分析

- 一、北美移动游戏行业市场现状分析
- 二、北美移动游戏行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美移动游戏行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲移动游戏行业地区市场分析

- 一、欧洲移动游戏行业市场现状分析
- 二、欧洲移动游戏行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲移动游戏行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界移动游戏行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球移动游戏行业市场规模预测

### 第三章 中国移动游戏产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品移动游戏总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国移动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

第三节 中国移动游戏产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国移动游戏行业运行情况

第一节 中国移动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 中国移动游戏行业市场规模分析

第三节 中国移动游戏行业供应情况分析

第四节 中国移动游戏行业需求情况分析

第五节 我国移动游戏行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国移动游戏行业供需平衡分析

第七节 中国移动游戏行业发展趋势分析

第五章 中国移动游戏所属行业运行数据监测

第一节 中国移动游戏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 中国移动游戏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 中国移动游戏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

## 第六章 2017-2020年中国移动游戏市场格局分析

### 第一节 中国移动游戏行业竞争现状分析

#### 一、中国移动游戏行业竞争情况分析

#### 二、中国移动游戏行业主要品牌分析

### 第二节 中国移动游戏行业集中度分析

#### 一、中国移动游戏行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国移动游戏行业市场集中度分析

### 第三节 中国移动游戏行业存在的问题

### 第四节 中国移动游戏行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国移动游戏行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国移动游戏行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国移动游戏行业消费市场动态情况

### 第二节 中国移动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 移动游戏行业成本结构分析

### 第四节 移动游戏行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国移动游戏行业价格现状分析

第六节 中国移动游戏行业平均价格走势预测

一、中国移动游戏行业价格影响因素

二、中国移动游戏行业平均价格走势预测

三、中国移动游戏行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国移动游戏行业区域市场现状分析

第一节 中国移动游戏行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区移动游戏市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区移动游戏市场规模分析

四、华东地区移动游戏市场规模预测

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、华中地区移动游戏市场规模分析

四、华中地区移动游戏市场规模预测

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、华南地区移动游戏市场规模分析

四、华南地区移动游戏市场规模预测

第九章 2017-2020年中国移动游戏行业竞争情况

第一节 中国移动游戏行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国移动游戏行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国移动游戏行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 移动游戏行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国移动游戏行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国移动游戏行业未来发展前景分析

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

### 第二节 中国移动游戏行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国移动游戏行业市场发展预测

- 一、中国移动游戏行业市场规模预测
- 二、中国移动游戏行业市场规模增速预测
- 三、中国移动游戏行业产值规模预测
- 四、中国移动游戏行业产值增速预测
- 五、中国移动游戏行业供需情况预测

### 第四节 中国移动游戏行业盈利走势预测

- 一、中国移动游戏行业毛利润同比增速预测
- 二、中国移动游戏行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国移动游戏行业投资风险与营销分析

### 第一节 移动游戏行业投资风险分析

- 一、移动游戏行业政策风险分析
- 二、移动游戏行业技术风险分析
- 三、移动游戏行业竞争风险分析
- 四、移动游戏行业其他风险分析

### 第二节 移动游戏行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国移动游戏行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国移动游戏行业品牌战略分析

- 一、移动游戏企业品牌的重要性
  - 二、移动游戏企业实施品牌战略的意义
  - 三、移动游戏企业品牌的现状分析
  - 四、移动游戏企业的品牌战略
  - 五、移动游戏品牌战略管理的策略
- 第二节 中国移动游戏行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国移动游戏行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第四节 移动游戏行业竞争力提升策略

- 一、移动游戏行业产品差异性策略
- 二、移动游戏行业个性化服务策略
- 三、移动游戏行业的促销宣传策略
- 四、移动游戏行业信息智能化策略
- 五、移动游戏行业品牌化建设策略
- 六、移动游戏行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国移动游戏行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国移动游戏行业营销渠道策略

- 一、移动游戏行业渠道选择策略
- 二、移动游戏行业营销策略

第三节 中国移动游戏行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国移动游戏行业重点投资区域分析

二、中国移动游戏行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/537132537132.html>