

2016-2022年中国手机游戏市场竞争态势及投资决策分析报告

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《2016-2022年中国手机游戏市场竞争态势及投资决策分析报告》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/shoujidianhua/237726237726.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7210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

近几年来，伴随着移动网络和移动终端性能的不断提高与完善，手机游戏业务呈现快速增长的势头，成为一座名副其实的“金矿”。手机游戏市场的巨大诱惑，让网游巨头们不再淡定。随着2013年Q1财报的公布，我们不难发现，腾讯、网易、巨人、完美等传统端游大企业的移动游戏战略已经浮现水面，并有全力挥师手游之势。与移动设备领域一样，中国手机游戏运营商也呈现多元化格局，游戏巨头腾讯掌握了22%的中国市场份额。这种分层结构为开发者呈现了许多合作机遇，中国移动控制了17%的手机游戏市场份额，与全球600多家手机游戏开发商达成了合作。而第三大游戏运营商中国电信，市场份额则是8%。

随着3G时代的普及，中国手游市场也日益繁荣。对于手机单机游戏，不需要太多的时间和精力，打开游戏即可游玩，获得了大部分用户的青睐。另一方面，中国通信产业向3G升级促进了手机网游的增长，网络、多媒体表现、平台融合等促成了手机网游的崛起。2013上半年中国手机游戏市场规模达到27.6亿元，同比增长63.3%，环比增长21.1%。2013上半年中国手机游戏用户累计规模已达3.22亿，同比增长51.2%，环比增长3.2%。2013Q2中国手机游戏用户单机游戏类型爱好方面，43.3%的用户喜欢角色扮演类游戏，42.7%的用户喜欢益智休闲类游戏，用户比例领先于其它游戏类型。赛车类游戏也有较多用户喜欢，占比31.4%。

未来几年，手机游戏市场受到资本的强烈关注和追逐，手机游戏的新陈代谢速度增快，同质化日趋严重，用户的选择范围更大，市场的竞争状况变得空前严峻。随着越来越高的平台渠道成本，不少手机开发者的利润空间受到挤压，纷纷寻求有效的盈利模式。在目前常用的盈利模式中，移动广告和用户付费的两个大环境均需要时间成熟，用户接受度仍有待提升。4G时代的到来，国内手机游戏产业将真正步入快速增长期。面对手机游戏巨大的市场商机，近几年来，一些CP和SP纷纷涉足手机游戏领域，全面加大了手机游戏的产品开发和市场推广力度，整个手机游戏市场将有保持快速增长，2015年市场规模将超过270亿。

中国报告网发布的《2016-2022年中国手机游戏市场竞争态势及投资决策分析报告》首先介绍了手机游戏行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 手机游戏行业发展现状

第一章 手机游戏产业概述

第一节 手机游戏简述

一、手机游戏分类

二、手机游戏的特征

三、手机游戏品种走向

第二节 手机游戏产业链

一、手机游戏产业链

二、手机游戏三种技术平台分析

三、手机游戏产业发展推动力量

第三节 手机游戏平台及驱动力量

一、手机游戏的三种平台

二、手机游戏的驱动力量

第二章 2014-2015年全球手机游戏产业发展分析

第一节 国外手机游戏业发展要素分析

一、政策环境和历史背景

二、资本运营

三、经营理念

四、新产品开发

五、产权保护

第二节 全球手机游戏产业发展分析

一、2014-2015年美国手机游戏市场分析

二、美国手机游戏玩家比例已远超其他领域的玩家

三、2014-2015年英国手机游戏发展分析

四、2014-2015年俄罗斯手机游戏发展分析

五、2014-2015年澳大利亚手机游戏分析

六、2014-2015年法国手机游戏的发展分析

第三节 西方手机游戏产业走势分析

一、全球软件巨头争相开发手机游戏

二、世界手机游戏用户规模分析

三、美国手机游戏商积极吸引新用户

四、日韩手机游戏业务发展迅速

第三章 2014-2015年中国手机游戏产业发展现状

第一节 手机游戏产业发展概况

一、手机游戏发展概况

二、手机游戏发展的新方式

三、媒体多元化时代的手机游戏业前景分析

第二节 2014-2015年中国手机游戏产业发展分析

一、中国手机游戏业务日渐崛起

二、中国手机游戏活跃用户规模及增长情况

三、手机游戏开始规模融入页游端游基因

四、手机游戏暗树竞争门槛

五、手机游戏竞争激烈挑起新增值点

六、新平台带动手机游戏良性发展

七、GPRS资费对于手机游戏的影响

第三节 2014-2015年中国手机游戏业务收费模式

一、手机游戏产业链及收费模式分析

二、手机游戏收费模式存在问题分析

三、手机游戏收费模式发展趋势分析

第四节 2014-2015年中国手机游戏产业存在问题

一、平台统一对手机游戏的影响分析

二、游戏品质对手机游戏的影响分析

三、用户粘性对手机游戏的影响分析

第四章 2014-2015年中国手机游戏技术研究

第一节 手机游戏技术平台分析

一、嵌入/内置式游戏

二、In-FusioExEn娱乐平台

三、JME平台

四、SynergenixMophun平台

五、BREW游戏平台

第二节 2014-2015年手机游戏技术发展分析

一、技术驱动引导手机游戏发展历程

二、MEMS技术在手机游戏中的作用

三、手机游戏技术的发展趋势分析

第五章 2014-2015年中国手机游戏市场运行动态分析

第一节 2014-2015年中国手机游戏市场规模分析

第二节 2014-2015年手机游戏市场运行综述

一、国内手机游戏市场的发展模式

二、中国移动手机游戏基地成立

三、我国手机游戏业务投放渠道浅析

四、影响未来手机游戏市场规模的因素

第三节 2014-2015年手机游戏市场的需求分析

一、手机游戏的技术需求分析

二、手机游戏的人才需求分析

三、手机游戏新功能诉求

第四节 2014-2015年手机游戏市场存在的不足分析

- 一、手机游戏市场现状分析
- 二、3G对手机游戏市场的影响
- 三、山寨机对手机游戏市场的影响

第六章 2014-2015年中国游戏手机用户消费行为分析

第一节 2014-2015年中国手机游戏用户基本属性分析

- 一、中国手机游戏用户性别分布
- 二、中国手机游戏用户年龄分布
- 三、中国手机游戏用户月收入及职业分布
- 四、中国手机游戏用户学历层次分布
- 五、中国手机游戏用户区域分布状况
- 六、中国手机游戏用户使用手机系统

第二节 2014-2015年中国手机游戏用户上网行为及偏好分析

- 一、中国手机游戏用户手机上网流量情况
- 二、中国手机游戏用户手机上网时段及频率分布
- 三、中国手机游戏用户最喜欢的单机游戏类型分析
- 四、中国手机游戏用户最喜欢的网络游戏类型分析

第三节 2014-2015年中国手机游戏用户的付费情况分析

- 一、中国单机手机游戏用户付费意愿分析
- 二、中国手机游戏用户付费行为分析
- 三、中国手机游戏用户付费层次分析
- 四、中国手机游戏用户付费方式分析
- 五、不同收入层次手机游戏用户月均手机游戏消费情况

第四节 2014-2015年中国手机游戏用户分析

- 一、中国手机游戏用户对手机游戏接受情况
- 二、中国用户获取手机游戏信息的主要渠道
- 三、中国用户对手机游戏流量及速度态度分析
- 四、中国手机游戏用户游戏时间分布
- 五、中国手机游戏用户可接受月度更新客户端次数
- 六、中国手机游戏用户游戏在线活动研究
- 七、中国手机游戏用户对游戏附加功能的态度
- 八、中国手机游戏用户最喜欢的游戏类别
- 九、中国手机游戏用户放弃或选择游戏原因分析

第七章 2013年手机游戏产业面临的机遇与挑战

第一节 2013年手机游戏产业面临的机遇

- 一、手机游戏的营销模式机遇分析
- 二、手机游戏营销环境的分析
- 第二节 2013年手机游戏产业面临的挑战
 - 一、手机游戏终端限制分析
 - 二、手机游戏终端适配分析
 - 三、手机游戏网络限制及不稳定性因素分析
 - 四、手机游戏产品质量分析
- 第八章 2014-2015年中国手机游戏关联产业透析
 - 第一节 2014-2015年中国软件产业发展分析
 - 一、2014-2015年我国软件业运营状况分析
 - 二、中国软件产业规模世界排名
 - 三、中国软件产业知识产权保护情况
 - 四、我国软件产业规模发展状况
 - 五、中国软件产业多核并行化开发情况
 - 六、我国软件产业自主创新战略
 - 七、2014-2015年软件销售收入分析
 - 八、2014-2015年中国软件行业进出口数据分析
 - 第二节 2014-2015年手机游戏IT行业分析
 - 一、中国IT经济行业环境分析
 - 二、中国IT行业竞争力分析
 - 三、中国IT行业发展问题分析
 - 四、中国IT行业趋势分析
 - 第三节 2014-2015年中国手机电池行业分析
 - 一、中国手机电池行业的现状
 - 二、中国手机电池市场趋势
 - 三、中国手机电池市场前景
 - 第四节 2014-2015年中国游戏行业分析
 - 一、中国游戏玩家特点及变化趋势分析
 - 二、中国网络游戏运营市场竞争格局分析
 - 三、中国网络游戏的主要盈利模式分析
 - 第五节 2014-2015年中国手机行业发展分析
 - 一、中国手机制造业基础概况
 - 二、我国手机产量分析
 - 三、通信设备制造业运行分析
 - 四、手机行业发展的技术分析

五、手机行业预测和展望

第九章 2014-2015年中国手机浏览器产业深度剖析

第一节 2014-2015年中国手机浏览器行业发展概述

一、手机浏览器的主要商业模式

二、3G推动中国手机浏览器行业兴起

三、国内第三方手机浏览器市场发展状况分析

四、国内手机浏览器行业平台化发展态势明显

第二节 2014-2015年中国手机浏览器行业发展分析

一、中国手机浏览器市场运行特点回顾

二、我国手机浏览器行业市场规模快速增长

三、我国手机浏览器市场用户规模分析

第三节 2014-2015年中国手机浏览器行业竞争综况分析

一、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛

二、我国手机浏览器市场竞争概况

三、“入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索

四、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移

五、我国手机浏览器行业推广渠道竞争日趋明显

第四节 2014-2015年中国主流手机浏览器透析

一、Opera手机浏览器

二、爱可信NF手机浏览器

三、UCWEB手机浏览器

四、QQ手机浏览器

五、GO手机浏览器

六、其它手机浏览器

第十章 2014-2015年手机游戏产业渠道分析

第一节 2014-2015年国内手机游戏产品的经销模式

第二节 手机游戏行业国际化营销模式分析

第三节 2014-2015年国内手机游戏产品生产及销售投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第十一章 2014-2015年手机游戏行业相关产业分析

第一节 手机游戏行业产业链概述

第二节 手机游戏行业上游运行分析

一、手机游戏行业上游介绍

二、手机游戏行业上游发展状况分析

三、手机游戏行业上游对手机游戏行业影响力分析

第三节 手机游戏行业下游运行分析

一、手机游戏行业下游介绍

二、手机游戏行业下游发展状况分析

三、手机游戏行业下游对手机游戏行业影响力分析

第十二章 影响中国手机游戏产业发展因素

第一节 有利因素分析

一、手机游戏的优势分析

二、体制改革与消费升级因素

第二节 不利因素分析

一、进入威胁因素

二、替代产品压力

三、买方侃价能力

四、供方侃价能力

五、法律政策因素

六、人力资本因素

七、现有竞争对手的竞争

第三节 网络多媒体对手机游戏的影响

一、发挥手机游戏优势分析

二、手机游戏数字化原则

三、未来10年互联网对手机游戏的影响

第四节 跨媒体整合手机游戏的情况

一、目前跨媒体合作模式诞生的背景

二、目前的合作模式中的得失分析

三、跨媒体整合中手机游戏行业的对策

第十三章 2014-2015年手机游戏行业进出口分析

第一节 手机游戏出口状况分析

一、出口金额规模分析

二、出口数量规模分析

三、出口价格分析

第二节 手机游戏进口状况

一、进口金额规模分析

二、进口数量规模分析

三、进口价格分析

第二部分 手机游戏行业竞争格局

第十四章 手机游戏行业竞争分析

第一节 手机游戏竞争状况

- 一、手机游戏对页游和端游的冲击
- 二、手机游戏核心竞争力分析
- 三、2013年手机游戏竞争格局
- 四、2016-2022年手机游戏竞争趋势

第二节 手机游戏竞争的方向分析

- 一、技术难题
- 二、商业模式
- 三、竞争升级

第三节 2014-2015年中国手机游戏行业竞争分析及预测

- 一、2012年手机游戏市场竞争情况分析
- 二、2013年手机游戏市场竞争形势分析
- 三、2014-2015年集中度分析及预测
- 四、2014-2015年SWOT分析及预测
- 五、2014-2015年进入退出状况分析及预测
- 六、2014-2015年生命周期分析及预测

第十五章 手机游戏企业竞争策略分析

第一节 手机游戏市场竞争策略分析

- 一、2014年手机游戏市场增长潜力分析
- 二、2014年手机游戏主要潜力项目分析
- 三、现有手机游戏竞争策略分析
- 四、手机游戏潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 手机游戏企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对手机游戏行业竞争格局的影响
- 二、2016-2022年我国手机游戏市场竞争趋势
- 三、2016-2022年手机游戏行业竞争格局展望
- 四、2016-2022年手机游戏行业竞争策略分析
- 五、2016-2022年手机游戏企业竞争策略分析

第十六章 2013年中国手机游戏运营商动态分析

第一节 中国移动通信集团公司

- 一、企业概况
- 二、各项财务数据

三、财务治理体制的分析

四、中国移动推动三股力量暗战手机游戏市场

五、中国移动开放手机游戏收费接口

六、中国移动推出手机游戏二维码

七、中移动打造精品游戏平台

八、中移动最新动态

第二节 中国联合通信有限公司

一、企业概况

二、中国联通财务数据

三、中国联通牵手游戏开发商出击手游市场

四、手机网络游戏业务成中国联通盈利新增点

五、中国联通挖掘手机游戏潜在客户

六、中国联通沃商店游戏业务现状

七、移动联通结成统一联盟推游戏计费方案

第三节 中国电信股份有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据

三、中国电信4G业务现状

四、中国电信手机游戏业务状况

五、中国电信抢滩手机网游

第十七章 2014年中国手机游戏重点企业分析

第一节 天津猛犸科技有限公司

一、企业概况

二、业务方向

三、猛犸对手机游戏市场的影响

第二节 上海育碧电脑软件有限公司

一、企业概况

二、运营状况分析

三、企业手机游戏研发情况

第三节 北京掌上明珠信息技术有限公司

一、企业概况

二、发展动态分析

三、掌上明珠对手机游戏市场的影响

第四节 上海IN-FUSIO公司

一、企业概况

二、企业业务经营范围

三、企业发展战略

第五节 北京北纬通信科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第六节 北京掌趣科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 北京华娱无线科技有限公司

一、企业概况

二、公司业务经营范围

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 北京随手互动信息技术有限公司

一、企业概况

二、企业业务经营范围

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 北京顽石互动网络科技有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十节 北京九五在线网络系统有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十八章 2014-2015年中国手机游戏区域发展透析

第一节 东北地区

一、辽宁

二、吉林

三、黑龙江

第二节 华北沿海地区

一、北京

二、天津

三、河北

四、山东

第三节 黄河中游地区

一、河南

二、山西

三、陕西

四、内蒙古

第四节 华东沿海地区

一、上海

二、江苏

三、浙江

第五节 华南沿海地区

一、福建

二、广东

三、广西

四、海南

第六节 长江中游地区

一、湖北

二、湖南

三、江西

四、安徽

第七节 西南地区

一、重庆

二、四川

三、贵州

四、云南

第八节 西北地区

一、甘肃

二、青海

三、宁夏

第三部分 手机游戏行业前景预测

第十九章 中国手机游戏产业趋势分析

第一节 2014年手机游戏产业发展趋势

- 一、中国网络游戏发展的方向分析
- 二、2016-2022年手机游戏发展趋势
- 三、2016-2022年手机游戏植入广告形势的预测
- 四、“十二五”动漫游戏行业规划及影响

第二节 手机游戏产业走向分析

- 一、手机游戏产业动力机制
- 二、手机游戏创新趋势
- 三、手机游戏策划趋势
- 四、手机游戏发展趋势

第三节 手机游戏产业运行趋势

- 一、传播趋势
- 二、运营的创新
- 三、整合营销方式
- 四、产业链模式
- 五、开展SP业务策略

第四节 中国手机游戏的转型与创新

- 一、影响手机游戏转型的因素
- 二、手机游戏转型的内涵

第二十章 手机游戏行业发展趋势预测

第一节 2016-2022年手机游戏市场趋势分析

- 一、2014-2015年手机游戏市场趋势总结
- 二、2016-2022年手机游戏发展趋势分析
- 三、2016-2022年手机游戏市场发展空间
- 四、2016-2022年手机游戏产业政策趋向

第二节 2016-2022年手机游戏市场预测

- 一、2016-2022年手机游戏市场结构预测
- 二、2016-2022年手机游戏市场需求前景
- 三、2016-2022年手机游戏市场价格预测
- 四、2016-2022年手机游戏行业集中度预测

第四部分 手机游戏行业投资战略研究

第二十一章 手机游戏行业投资现状分析

第一节 2012年手机游戏行业投资情况分析

一、2012年总体投资及结构

二、2012年投资规模情况

三、2012年投资增速情况

四、2012年分行业投资分析

五、2012年分地区投资分析

六、2012年外商投资情况

第二节 2013年手机游戏行业投资情况分析

一、2013年总体投资及结构

二、2013年投资规模情况

三、2013年投资增速情况

四、2013年分行业投资分析

五、2013年分地区投资分析

六、2013年外商投资情况

第二十二章 手机游戏行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2014-2015年我国宏观经济运行情况

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2013年手机游戏行业政策环境

二、2013年国内宏观政策对其影响

三、2013年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2013年社会环境发展分析

三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第二十三章 手机游戏行业投资机会与风险

第一节 手机游戏行业投资效益分析

一、2014-2015年手机游戏行业投资状况分析

二、2016-2022年手机游戏行业投资效益分析

三、2016-2022年手机游戏行业投资趋势预测

四、2016-2022年手机游戏行业的投资方向

五、2016-2022年手机游戏行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响手机游戏行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响手机游戏行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响手机游戏行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响手机游戏行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国手机游戏行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国手机游戏行业发展面临的机遇分析

第三节 手机游戏行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年手机游戏行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年手机游戏行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年手机游戏行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年手机游戏同业竞争风险及控制策略
- 五、2016-2022年手机游戏行业其他风险及控制策略

第二十四章 手机游戏行业投资战略研究

第一节 手机游戏行业发展战略研究

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

第二节 对手机游戏品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、手机游戏实施品牌战略的意义
- 三、手机游戏企业品牌的现状分析
- 四、手机游戏企业的品牌战略
- 五、手机游戏品牌战略管理的策略

第三节 手机游戏行业投资战略研究

- 一、2013年手机游戏行业投资战略
- 二、2014年手机游戏行业投资战略
- 三、2016-2022年手机游戏行业投资战略
- 四、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录

图表 2013年4月英国手机上网用户关注情况

图表 2012年俄罗斯移动网络用户年龄分布

图表 俄罗斯主流移动设备操作系统

图表 俄罗斯主流移动浏览器

图表 2012-2016年俄罗斯移动游戏市场份额

图表 2011-2013年全球手机游戏用户数

图表 2013年上半年中国手机游戏用户单机游戏类型爱好调查

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/237726237726.html>