

2020-2026年中国手机游戏 行业深度调研与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国手机游戏行业深度调研与产业竞争格局报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201911/145002.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2016年，中国移动游戏市场高达819亿，同比增长59.2%，2017年移动游戏市场实际销售收入1161.2亿元，同比增长41.7%，占57.0%；2017年移动游戏用户规模为5.54亿人，同比增长4.9%。2008-2017年中国移动游戏市场销售收入及增速数据来源：公开资料整理中企顾问网发布的《2020-2026年中国手机游戏行业深度调研与产业竞争格局报告》共十五章。首先介绍了手机游戏产业相关概念及发展环境，接着分析了中国手机游戏行业规模及消费需求，然后对中国手机游戏行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国手机游戏行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国手机游戏行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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 手机游戏行业相关概述

1.1 手机游戏定义及分类

1.1.1 手机游戏定义

1.1.2 手机游戏分类

1.1.3 手机游戏的特征

1.1.4 手机游戏品种走向

1.2 手机游戏平台及驱动力量

1.2.1 手机游戏的平台种类

1.2.2 手机游戏的驱动力量

第二章 手机游戏行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2017年中国手机游戏行业发展环境分析

3.1 手机游戏行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 手机游戏行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 手机游戏行业社会环境分析（S）

3.3.1 手机游戏产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 手机游戏行业技术环境分析（T）

3.4.1 手机游戏技术分析

3.4.2 手机游戏技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球手机游戏行业发展概述

4.1 2015-2017年全球手机游戏行业发展情况概述

4.1.1 全球手机游戏行业发展现状

4.1.2 全球手机游戏行业发展特征

4.1.3 全球手机游戏行业市场规模

4.2 2015-2017年全球主要地区手机游戏行业发展状况

4.2.1 欧洲手机游戏行业发展情况概述

4.2.2 美国手机游戏行业发展情况概述

4.2.3 日韩手机游戏行业发展情况概述

4.3 2020-2026年全球手机游戏行业发展前景预测

4.3.1 全球手机游戏行业市场规模预测

4.3.2 全球手机游戏行业发展前景分析

4.3.3 全球手机游戏行业发展趋势分析

4.4 全球手机游戏行业重点企业发展动态分析

第五章 中国手机游戏行业发展概述

5.1 中国游戏行业发展状况分析

5.1.1 游戏行业发展历程

5.1.2 游戏行业市场规模

1、游戏行业营收规模

2、游戏行业用户规模2008-2017年中国移动游戏用户规模及增速数据来源：公开资料整理

5.1.3 游戏行业生态结构的变

5.2 2015-2017年中国手机游戏产业发展分析

5.2.1 我国手机游戏产业链基本形成

5.2.2 2015-2017年我国手机游戏用户规模状况

5.2.3 2017年我国手机游戏行业发展形势

5.3 4G时代中国手机游戏业的发展分析

5.3.1 全面剖析4G对手机游戏发展的影响

5.3.2 4G时代手机游戏进入新一轮探索期

- 5.3.3 我国智能手机游戏市场爆发式发展
- 5.3.4 4G时代手机游戏发展面临的考验
- 5.4 2015-2017年中国手机游戏盈利模式分析
 - 5.4.1 手机游戏产业链及收费模式
 - 5.4.2 手机游戏收费模式效果分析
 - 5.4.3 手机游戏免费增值模式渐成趋势
 - 5.4.4 中国手机游戏盈利模式不成熟
- 5.5 中国手机游戏产业存在的主要问题
 - 5.5.1 政府扶植和监管政策缺乏
 - 5.5.2 手机游戏盈利模式相对单一
 - 5.5.3 手机游戏同质化严重
 - 5.5.4 手机游戏开发成本高
 - 5.5.5 手机上网流量资费较高
- 5.6 中国手机游戏产业发展对策
 - 5.6.1 亟需建立法律法规制度
 - 5.6.2 手机游戏发展应得到扶植
 - 5.6.3 政府及企业应沟通合作
 - 5.6.4 对移动运营商的建议

第六章 中国手机游戏行业市场运行分析

- 6.1 2015-2017年手机游戏市场发展的促进因素
 - 6.1.1 手机网民的扩大
 - 6.1.2 智能终端的普及
 - 6.1.3 移动互联网的发展
 - 6.1.4 游戏平台的使用
- 6.2 2015-2017年手机游戏市场的发展
 - 6.2.1 2015-2017年我国手机游戏市场规模状况
 - 6.2.2 2017年我国手机游戏市场发展分析
- 6.3 手机游戏市场的瓶颈及发展对策
 - 6.3.1 国内手机游戏市场品质成发展瓶颈
 - 6.3.2 手机游戏市场的监管引导不能缺位
 - 6.3.3 手机游戏市场迅速扩大的两大阻碍

6.3.4 手机网游企业的市场突围策略

第七章 手机游戏商业模式分析

7.1 手机游戏商业模式构成分析

7.1.1 智能手机游戏商业模式画布

7.1.2 智能手机游戏商业模式构成要素

1、盈利模式

2、运营模式

3、营销模式

7.2 中国智能手机游戏市场定位分析

7.2.1 智能手机游戏客户细分

1、单机与网络游戏玩家细分

2、男性与女性玩家细分

3、高端与大众玩家细分

7.2.2 智能手机游戏市场定位

1、按手机游戏类别定位

2、按玩家性别定位

3、按付费习惯定位

7.2.3 智能手机游戏市场定位案例

1、单机与网络案例

2、男性与女性案例

3、高端与大众案例

7.3 中国智能手机游戏典型价值主张分析

7.4 中国智能手机游戏渠道通路分析

7.4.1 商业模式中渠道通路的含义

1、价值传递通路

2、产品销售渠道

7.4.2 智能手机游戏典型的宣传策略

7.4.3 智能手机游戏典型的渠道策略

7.4.4 典型渠道通路案例分析

7.5 中国智能手机游戏客户关系分析

7.5.1 游戏官网互动

1、互动关系介绍

2、互动方式分析

3、典型案例分析

7.5.2 游戏论坛互动

1、互动关系介绍

2、互动方式分析

3、典型案例分析

7.6 中国智能手机游戏的收入来源分析

7.7 中国手机游戏核心资源分析

7.7.1 手游研发技术

7.7.2 手游研发人才

1、研发人才决定游戏品质

2、手游开发人才炙手可热

7.7.3 手游研发资金

7.7.4 核心资源典型案例分析

7.8 重要合作伙伴典型案例分析

7.9 中国手机游戏成本结构分析

第八章 2015-2017年中国手机游戏消费者分析

8.1 中国手机游戏用户基本属性分析

8.1.1 性别结构

8.1.2 年龄结构

8.1.3 学历结构

8.1.4 收入结构

8.1.5 职业结构

8.1.6 用户游戏年龄

8.2 中国手机游戏用户参与游戏的属性分析

8.2.1 手机游戏用户选择智能手机原因分析

8.2.2 机游戏用户平板电脑持有情况

8.2.4 手机游戏用户上网的情况

8.2.5 手机游戏用户游戏开发商品牌认可程度

8.2.6 手机游戏用户游戏时间与地点分析

8.3 中国手机单机游戏用户行为分析

8.3.1 手机单机游戏用户游戏类型偏好

8.3.2 手机单机游戏用户周平均下载量情况分布

8.3.3 手机单机游戏用户游戏黏性分析

8.3.4 手机单机游戏用户付费分布情况

8.3.5 手机单机游戏用户拒绝付费原因分析

8.3.6 手机单机游戏用户月付费额度分析

8.3.7 手机单机游戏用户付费频率分析

8.3.8 手机单机游戏用户单款游戏付费额分析

8.3.9 手机单机游戏用户付费方式选择分析

8.3.10 手机单机游戏用户内嵌广告认可度分析

8.4 中国手机网络游戏用户行为分析

8.4.1 手机网络游戏用户偏好的题材分布

8.4.2 手机网络游戏用户终端平台接受网游差异对比

8.4.3 手机网络游戏用户参与游戏的原因分析

8.4.4 手机网络游戏用户流失原因分析

8.4.5 手机网络游戏用户游戏黏性分析

8.4.6 手机网络游戏用户最感兴趣的网游功能

8.4.7 手机网络游戏用户喜爱的在线活动

8.4.8 手机网络游戏用户喜爱的互动方式

8.4.9 手机网络游戏用户付费额度分析

8.4.10 手机网络游戏用户支付方式分析

8.4.11 手机网络游戏用户客服满意度分析

第九章 中国智能手机游戏商业模式创新分析

9.1 智能手机游戏运营模式分析

9.1.1 智能手机游戏运营模式概述

9.1.2 智能手机游戏联运模式分析

1、手机游戏联合运营方式及案例

2、手机游戏联合运营存在问题

3、联合运营模式的突破

9.1.3 智能手机游戏独代模式分析

1、手机游戏独代介绍及案例

2、手机游戏独代经营效益

3、手机游戏独代运营趋势

9.1.4 智能手机游戏自产自营模式分析

1、自产自营优势与风险

2、自产自营条件与要求

3、自产自营现状与厂商

4、自产自营未来趋势

9.2 智能手机游戏盈利模式分析

9.2.1 智能手机游戏盈利模式变革

1、下载收费

2、购买游戏时间（点卡）

3、套餐收费

4、游戏内付费

5、道具收费

6、内置广告

7、周边产品

9.2.2 智能手机游戏支付模式发展

1、电信运营商短信计费

2、充值卡类支付

3、第三方支付

4、银联支付

9.2.3 智能手机游戏盈利模式存在的问题

1、盈利模式单一

2、资本催热同质化竞争激烈

9.2.4 智能手机游戏盈利模式创新

1、模式创新势在必行

2、多种模式相互结合

3、增强产业链的延伸

9.2.5 智能手机游戏盈利前景

1、免费模式市场稳定

2、内置广告有待开发

3、社区化经营前景看好

9.3 智能手机游戏营销模式分析

9.3.1 手机游戏厂商渠道争夺

9.3.2 手机游戏主要营销手段

1、交叉推广

2、平台推荐

3、电视广告

4、社交网络

5、网吧云端

6、场景布局

7、动漫联动

8、跨界植入

9、返利引导

10、社区引爆

9.3.3 手机游戏营销主要问题

9.3.4 手机游戏行业营销建议

1、充分重视上线前的预热和炒作

2、选择有实力的游戏广告联盟

3、争取知名媒介的联运渠道合作

4、游戏活动炒作，人推人模式

5、保持手游更新频率

第十章 中国手机游戏游戏行业产业链分析

10.1 智能手机游戏产业链结构

10.2 智能手机游戏产业链组成

10.2.1 游戏开发商

10.2.2 游戏运营商

10.2.3 游戏销售商

10.2.4 游戏用户

10.3 智能手机游戏产业链分析

10.3.1 辐射包容能力

10.3.2 产业链各环节的关系

第十一章 中国手机游戏行业市场竞争格局分析

11.1 中国手机游戏行业竞争格局分析

11.1.1 手机游戏行业区域分布格局

11.1.2 手机游戏行业企业规模格局

11.1.3 手机游戏行业企业性质格局

11.2 中国手机游戏行业竞争五力分析

11.2.1 手机游戏行业上游议价能力

11.2.2 手机游戏行业下游议价能力

11.2.3 手机游戏行业新进入者威胁

11.2.4 手机游戏行业替代产品威胁

11.2.5 手机游戏行业现有企业竞争

11.3 中国手机游戏行业竞争SWOT分析

11.3.1 手机游戏行业优势分析（S）

11.3.2 手机游戏行业劣势分析（W）

11.3.3 手机游戏行业机会分析（O）

11.3.4 手机游戏行业威胁分析（T）

11.4 中国手机游戏行业投资兼并重组整合分析

11.4.1 投资兼并重组现状

11.4.2 投资兼并重组案例

11.5 中国手机游戏行业重点企业竞争策略分析

第十二章 中国手机游戏行业领先企业竞争力分析

12.1 深圳市腾讯计算机系统有限公司

12.1.1 企业发展基本情况

12.1.2 手机游戏业务分析

12.1.3 手机游戏重点产品

12.1.4 企业竞争优势分析

12.1.5 企业经营状况分析

12.1.6 企业最新发展动态

12.1.7 企业发展战略分析

12.2 网易（杭州）网络有限公司

12.2.1 企业发展基本情况

12.2.2 手机游戏业务分析

12.2.3 手机游戏重点产品

12.2.4 企业竞争优势分析

12.2.5 企业经营状况分析

12.2.6 企业最新发展动态

12.2.7 企业发展战略分析

12.3 北京触控科技有限公司

12.3.1 企业发展基本情况

12.3.2 手机游戏业务分析

12.3.3 手机游戏重点产品

12.3.4 企业竞争优势分析

12.3.5 企业经营状况分析

12.3.6 企业最新发展动态

12.3.7 企业发展战略分析

12.4 顽石互动（北京）网络科技有限公司

12.4.1 企业发展基本情况

12.4.2 手机游戏业务分析

12.4.3 手机游戏重点产品

12.4.4 企业竞争优势分析

12.4.5 企业经营状况分析

12.4.6 企业最新发展动态

12.4.7 企业发展战略分析

12.5 北京神奇时代网络有限公司

12.5.1 企业发展基本情况

12.5.2 手机游戏业务分析

12.5.3 手机游戏重点产品

12.5.4 企业竞争优势分析

12.5.5 企业经营状况分析

12.5.6 企业最新发展动态

12.5.7 企业发展战略分析

12.6 广州银汉科技有限公司

12.6.1 企业发展基本情况

12.6.2 手机游戏业务分析

12.6.3 手机游戏重点产品

12.6.4 企业竞争优势分析

12.6.5 企业经营状况分析

12.6.6 企业最新发展动态

12.6.7 企业发展战略分析

12.7 北京掌上明珠信息技术有限公司

12.7.1 企业发展基本情况

12.7.2 手机游戏业务分析

12.7.3 手机游戏重点产品

12.7.4 企业竞争优势分析

12.7.5 企业经营状况分析

12.7.6 企业最新发展动态

12.7.7 企业发展战略分析

12.8 蓝港在线（北京）科技有限公司

12.8.1 企业发展基本情况

12.8.2 手机游戏业务分析

12.8.3 手机游戏重点产品

12.8.4 企业竞争优势分析

12.8.5 企业经营状况分析

12.8.6 企业最新发展动态

12.8.7 企业发展战略分析

12.9 畅游有限公司

12.9.1 企业发展基本情况

12.9.2 手机游戏业务分析

12.9.3 手机游戏重点产品

12.9.4 企业竞争优势分析

12.9.5 企业经营状况分析

12.9.6 企业最新发展动态

12.9.7 企业发展战略分析

12.10 北京乐动卓越科技有限公司

- 12.10.1 企业发展基本情况
- 12.10.2 手机游戏业务分析
- 12.10.3 手机游戏重点产品
- 12.10.4 企业竞争优势分析
- 12.10.5 企业经营状况分析
- 12.10.6 企业最新发展动态
- 12.10.7 企业发展战略分析

第十三章 2020-2026年中国手机游戏行业发展趋势与前景分析

- 13.1 2020-2026年中国手机游戏市场发展前景
 - 13.1.1 2020-2026年手机游戏市场发展潜力
 - 13.1.2 2020-2026年手机游戏市场发展前景展望
 - 13.1.3 2020-2026年手机游戏细分行业发展前景分析
- 13.2 2020-2026年中国手机游戏市场发展趋势预测
 - 13.2.1 2020-2026年手机游戏行业发展趋势
 - 13.2.2 2020-2026年手机游戏市场规模预测
 - 13.2.3 2020-2026年手机游戏行业应用趋势预测
 - 13.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 13.3 2020-2026年中国手机游戏行业供需预测
 - 13.3.1 2020-2026年中国手机游戏行业供给预测
 - 13.3.2 2020-2026年中国手机游戏行业需求预测
 - 13.3.3 2020-2026年中国手机游戏供需平衡预测
- 13.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 13.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 13.4.2 市场整合成长趋势
 - 13.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 13.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 13.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2020-2026年中国手机游戏行业投资前景

- 14.1 手机游戏行业投资现状分析
 - 14.1.1 手机游戏行业投资规模分析

14.1.2 手机游戏行业投资资金来源构成

14.1.3 手机游戏行业投资主体构成分析

14.2 手机游戏行业投资特性分析

14.2.1 手机游戏行业进入壁垒分析

14.2.2 手机游戏行业盈利模式分析

14.2.3 手机游戏行业盈利因素分析

14.3 手机游戏行业投资机会分析

14.3.1 产业链投资机会

14.3.2 细分市场投资机会

14.3.3 重点区域投资机会

14.3.4 产业发展的空白点分析

14.4 手机游戏行业投资风险分析

14.4.1 手机游戏行业政策风险

14.4.2 宏观经济风险

14.4.3 市场竞争风险

14.4.4 关联产业风险

14.4.5 产品结构风险

14.4.6 技术研发风险

14.4.7 其他投资风险

14.5 手机游戏行业投资潜力与建议

14.5.1 手机游戏行业投资潜力分析

14.5.2 手机游戏行业最新投资动态

14.5.3 手机游戏行业投资机会与建议

第十五章 研究结论及建议 (ZY CW)

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：手机游戏按表现形式分类

图表：2016年中国手机游戏用户规模状况

图表：2017年中国手机游戏用户规模状况

图表：2015-2017年中国手机网络游戏用户规模状况

图表：手机游戏产业链

图表：2017年手机上网网民规模

图表：2015-2017年中国手机游戏市场规模状况

图表：2015-2017年中国手机网络游戏用户规模状况

图表：2017年中国手机游戏用户性别结构情况

图表：2017年中国手机游戏用户年龄分布情况

图表：2017年中国手机游戏用户学历分布情况

图表：2017年中国手机游戏用户收入分布情况

图表：2017年中国手机游戏用户职业分布情况

图表：手机游戏用户拥有平板电脑情况

图表：手机游戏用户常用上网方式

图表：手机游戏用户月度流量使用情况

图表：手机游戏用户月度流量费用

图表：手机游戏用户包月流量使用周期

图表：手机游戏用户游戏开发商品牌关注度

图表：手机游戏用户游戏时间分布

图表：手机游戏用户游戏地点分布

图表：手机游戏用户游戏类型偏好

图表：手机游戏用户内嵌广告接受度

图表：手机游戏用户对内嵌广告内容的偏好

图表：手机网络游戏用户喜爱的手机网游题材

图表：手机网络游戏用户终端平台接受网游差异对比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145002.html>