

2014-2020年中国手机游戏 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国手机游戏市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/ruanjian1410/P74380OULT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-10-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国手机游戏市场竞争力分析及投资前景研究报告》共七章。介绍了手机游戏行业相关概述、中国手机游戏产业运行环境、分析了中国手机游戏行业的现状、中国手机游戏行业竞争格局、对中国手机游戏行业做了重点企业经营状况分析及中国手机游戏产业发展前景与投资预测。您若想对手机游戏产业有个系统的了解或者想投资手机游戏行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着全球手机游戏相关技术与基础建设的发展，将吸引对消费者参与游戏，并为新的商业模式提供商机。而这样的趋势以及对手机游戏市场前景的乐观预估，也已经开始在该市场形成竞争，影响扩及游戏出版商、网络营运业者、游戏开发者与IP拥有者。采用订阅模式或广告赞助模式的手机游戏商业模式不断成长，因为游戏所产生的小额交易（micro-transactions）或虚拟货物交易也随之增加。

与此同时，大量的传统游戏软件供货商，纷纷跨足手机游戏领域或是推出自己的手机游戏订阅方案，比如EA mobile 和 THQ wireless；而Sega、Konami、MGM、Universal、Warner等公司。

此外目前手机游戏市场上的多家厂商，亦开始透过合并或收购来求壮大自身实力。中国、印度等新兴市场，虽然手机价格低廉，手机用户数量也呈现爆炸性成长。

在未来的4年中，智能手机和平板电脑将成为游戏玩家的主要平台，预计下载到这两款设备上的游戏应用量将大幅增长。Juniper预测，到2020年，智能手机和平板电脑上的游戏应用下载量将比2012年的210亿次增加两倍，达到641亿次。

报告目录：

第一章 手机游戏相关概述 11

第一节 手机游戏定义及分类 11

一、手机游戏定义 11

二、手机游戏分类 11

三、手机游戏特征 15

四、手机游戏种类走向 17

第二节 手机游戏平台及驱动力量 17

一、主要手机游戏平台介绍 17

二、手机游戏的推动力量 18

第二章 中国手机游戏产业发展现状分析 22

第一节 国外手机游戏产业概况 22

- 一、2012年世界手机游戏发展规模 22
- 二、2012年世界手机游戏发展分析 23
- 三、2012年世界手游企业经营情况 24
- 四、全球软件巨头争相开发手机游戏 25
- 五、2012年美国手游市场规模分析 26
- 六、日韩手机游戏业务发展迅速 27
- 七、日本手机社区游戏火爆 29
- 八、欧洲手机游戏发展情况分析 30

第二节 中国手机游戏产业发展分析 32

- 一、中国手机游戏业务日渐崛起 32
- 二、中国手机游戏企业联盟成立 33
- 三、中国手机游戏行业生命周期 33

第三节 中国手机游戏产业经营模式分析 35

一、手机游戏产业链分析 35

- (一) 游戏运营商 (SP) 36
- (二) 游戏开发商 (CP) 37
- (三) 游戏渠道商 37
- (四) 支付服务商 38

二、手游渠道商模式分析 38

三、手机游戏盈利模式分析 39

四、手机游戏推广模式分析 41

五、手机游戏收费模式效果 41

六、手机游戏盈利模式逐步成熟 42

第四节 中国手机游戏产业存在的问题 43

- 一、中国手机游戏存在的四大问题 43
- 二、制约手机游戏发展的主要因素 45
- 三、手机游戏发展面临的三道难关 47

第五节 中国手机游戏产业发展对策 47

- 一、手机游戏发展产业环境分析 47
- 二、手游发展需要规范的产业定位 50
- 三、手游发展需要建立法律法规制度 51
- 四、中国手机游戏产业发展建议 52
- 五、中国手机游戏发营销策略分析 54

第三章 中国手机游戏市场现状分析 56

第一节 中国手机游戏市场概况 56

- 一、中国手机游戏市场规模分析 56
 - (一) 手机游戏市场总体规模 56
 - (二) 手机单机游戏市场规模 57
 - (三) 手机网络游戏市场规模 57
- 二、中国手机游戏用户规模分析 58
- 三、中国手机游戏网站竞争格局 60
- 四、中国手机游戏类型市场分析 62
 - (一) 中国各类型手机游戏市场分析 62
 - (二) 中国各类型手机游戏用户黏着度 63

第二节 中国智能手机游戏市场概况 65

- 一、中国智能手机游戏市场规模 65
- 二、中国智能手机游戏用户规模 66
- 三、中国智能手机游戏市场分布 67
- 四、中国Android 游戏市场分析 69
 - (一) Android 游戏市场规模分析 69
 - (二) Android 游戏用户规模分析 70
 - (三) Android 游戏平台竞争格局 71
- 五、典型智能手机游戏产品研究 72
 - (一) 单机休闲—捕鱼达人 72
 - (二) 移动网游—忘仙 73
 - (三) 跨屏互动—神仙道 75

第三节 中国手机游戏市场发展特征 76

- 一、手机游戏碎片化发展 76
- 二、手机网游发展速度快 77

- 三、手游用户未养成付费习惯 77
- 四、手机网络游戏体验还不足 78
- 五、手机网络游戏平台重要性 78
- 第四节 中国手机游戏市场经营现状 79
 - 一、手机游戏业务投放渠道浅析 79
 - 二、中国手机游戏市场盈利模式 80
 - 三、中国手机游戏开发人才需求 80
 - 四、手机游戏培训市场异军突起 81
- 第五节 中国手机游戏市场发展动态分析 83
 - 一、神奇时代推出《忘仙》 83
 - 二、盛大推出《悍将传世》 83
 - 三、中国手机游戏排行榜 83
 - 四、中国手游产品收入情况 86
 - 五、中国手游产品充值情况 87
 - 六、中国手机游戏市场成熟度 88
- 第六节 手机游戏市场的瓶颈及发展对策 89
 - 一、中国手机游戏市场影响因素 89
 - 二、中国手机游戏市场存在问题 91
 - 三、手游市场监管引导不能缺位 93
 - 四、手机游戏市场规模扩大对策 94

第四章 2012年中国手机游戏用户调研分析 96

第一节 2012年中国手游用户基本属性分析 96

- 一、用户性别分布 96
- 二、用户年龄分布 96
- 三、用户城乡结构 97
- 四、用户教育程度 98
- 五、用户收入分布 99
- 六、用户职业分布 100

第二节 2012年中国手游用户参与游戏属性分析 101

- 一、手机游戏用户游戏年龄 101
- 二、手机游戏用户黏性分析 102

三、用户参与手机游戏地点	104
四、用户参与手机游戏场景	104
第三节 2012年中国手机游戏用户使用行为分析	105
一、用户偏好游戏类型	105
二、手机游戏下载方式	106
三、手机游戏下载渠道	108
四、手机游戏平台选择	110
五、手机游戏信息获取渠道	111
六、手机游戏下载影响因素	111
第四节 2012年中国手机网络游戏用户使用行为	112
一、手机网络游戏网络类型	112
二、手机网络游戏流量问题	113
三、手机网游选择影响因素	114
第五节 2012年中国手机游戏更新行为分析	115
一、手机游戏更新方式	115
二、手机游戏更新频率	115
三、手机游戏不更新原因	116
四、手机游戏卸载原因	117
第六节 2012年中国手机游戏付费行为分析	117
一、手机游戏付费情况	117
二、手机游戏不付费原因	118
三、手机游戏付费种类	119
四、手机游戏付费方式	120
五、手机游戏花费对比	121
六、用户期待的手游特点	122
七、用户感兴趣的手游活动	123
第五章 中国手机游戏运营商及政策影响分析	125
第一节 中国移动	125
一、中国移动手机游戏商业模式	125
二、中国移动手机游戏收费模式	127
三、中国移动推出g+游戏包	127

四、中国移动游戏基地成立	128
第二节 中国联通	129
一、中联通与中移动联合推融合计费SDK	129
二、中国联通手机游戏商业模式分析	130
三、中国联通BREW的商业模式分析	132
四、中国联通推出“手游世界”	132
第三节 其他运营商	133
一、腾讯	133
（一）基本业务介绍	133
（二）SWOT分析	133
二、电信“爱游戏”	134
（一）基本业务介绍	134
（二）SWOT分析	134
三、UC游戏（九游）	134
（一）基本业务介绍	134
（二）SWOT分析	135
四、博远无线	135
（一）基本业务介绍	135
（二）SWOT分析	135
五、当乐网	136
（一）基本业务介绍	136
（二）SWOT分析	136
六、91平台	136
第四节 相关政策对手机游戏产业的影响	138
一、中国数据业务资费政策简况	138
二、3G资费政策对手机游戏的影响	141
三、中国移动对手游的“三大政策”	142
四、电信运营商政策对游戏运营商的影响	143
第六章 中国手机游戏重点企业分析	144
第一节 成都数字天空科技有限公司	144
一、数字天空介绍	144

二、主要手机游戏	144
三、企业业务现状	144
第二节 晨炎信息科技有限公司	145
一、晨炎信息介绍	145
二、主要手机游戏	145
三、企业发展现状	146
第三节 北京触控科技有限公司	146
一、触控科技介绍	146
二、主要手机游戏	148
三、手游发展模式	149
四、企业业务现状	149
第四节 上海海湃科技有限公司	149
一、海湃科技介绍	149
二、主要手机游戏	149
三、企业业务现状	150
第五节 华娱无线科技有限公司	150
一、华娱无线介绍	150
二、主要手机游戏	150
三、企业发展规划	151
第六节 顽石互动（北京）网络科技有限公司	151
一、顽石互动介绍	151
二、主要手机游戏	151
三、竞争优势分析	152
四、企业业务现状	153
第七节 空中网	153
一、空中网介绍	153
二、主要手机游戏	156
三、企业经营情况	156
四、空中网SWOT分析	157
第八节 互爱互动（北京）科技有限公司	158
一、互爱互动介绍	158
二、主要手机游戏	158

三、企业业务现状	159
第九节 热酷	159
一、热酷介绍	159
二、主要手机游戏	160
三、“找你妹”分析	161
四、企业业务现状	161
五、企业发展规划	162
第十节 北京乐迪通科技有限公司	162
一、乐迪通介绍	162
二、主要手机游戏	162
三、《三国来了》分析	163
第十一节 北京掌趣科技股份有限公司	163
一、掌趣科技介绍	163
二、主要手机游戏	164
三、重大并购事件	165
四、业务运营模式	166
五、企业业务现状	167
六、企业发展战略	168
第十二节 掌中米格	168
一、企业基本介绍	168
二、主要手机游戏	169
三、掌中米格SWOT分析	170
第十三节 随手互动	171
一、企业基本介绍	171
二、主要手机游戏	172
三、随手互动SWOT分析	173
第十四节 拉阔游戏	174
一、企业基本介绍	174
二、主要手机游戏	174
三、拉阔游戏SWOT分析	175
第十五节 北京摩卡世界科技有限公司（啸傲）	176
一、企业基本介绍	176

二、企业技术优势	176
三、主要手机游戏	176
四、摩卡世界SWOT分析	177
第十六节 广州盈正信息技术有限公司	177
一、企业基本介绍	177
二、企业优势	179
三、主要手机游戏	180
四、广州盈正SWOT分析	181
第十七节 北京数位红软件应用技术有限公司	181
一、企业基本介绍	181
二、主要手机游戏	182
三、盛大入主数位红	184
第七章 博思数据关于手机游戏投资分析及发展预测	185
第一节 手机游戏产业投资分析	185
一、国际手机游戏收购/融资事件	185
二、中国手机游戏收购/融资现状	188
三、手机游戏存在的投资风险分析	189
四、手机游戏具有良好的投资价值	190
第二节 手机游戏产业发展预测	191
一、未来全球手机游戏发展前景分析	191
二、中国手机游戏产业发展潜力分析	192
三、2014-2020年手游发展规模预测	193
四、中国手机游戏未来发展趋势分析	194
图表目录	
图表 1 手机游戏在移动互联网发展中的地位	11
图表 2 手机游戏按不同标准进行分类	12
图表 3 手机游戏按接入方式分类	12
图表 4 手机游戏按内容主要分类	13
图表 5 手机游戏产品特点分析	16
图表 6 中国主要手机游戏平台	17

图表 7 2012年中国3G 手机操作系统市场份额图 18

图表 8 国外知名手机公司采用的手机游戏平台介绍 19

图表 9 2009-2016年全球手机游戏市场规模预测趋势图 22

图表 10 2013-2016年全球手机游戏市场规模增速预测图 23

图表 11 2012年苹果与Google Play应用收入对比 23

图表 12 2011-2020年美国手机游戏市场规模预测趋势图 26

图表 13 美国游戏行业收入结构 26

图表 14 2011-2020年美国移动游戏用户规模趋势图 27

图表 15 2012年美国移动游戏平台结构 27

图表 16 2012年欧盟移动游戏平台结构 31

图表 17 2003-2013年中国手机游戏行业生命周期 34

图表 18 手机游戏产业链 36

图表 19 电信运营商主导的手机游戏产业链 38

图表 20 互联网运营商主导的手机游戏产业链 39

图表 21 移动终端平台商主导的手机游戏产业链 39

图表 22 手机游戏盈利模式 40

图表 23 2012-2013年中国手机出货量月度统计表 48

图表 24 2012-2013年中国智能手机出货量月度统计 48

图表 25 2010-2013年中国3G电话用户数量统计 49

图表 26 2012-2013年中国三大运营商每月新增3G用户数 49

图表 27 2009-2013年中国手机游戏市场规模增长趋势图 56

图表 28 2012-2013年中国手机游戏行业市场结构 57

图表 29 2009-2013年中国手机单机游戏市场规模增长趋势图 57

图表 30 2009-2013年中国手机网络游戏市场规模增长趋势图 58

图表 31 2009-2013年中国手机游戏用户规模增长趋势图 59

图表 32 2009-2013年中国各类型手机游戏用户规模统计 59

图表 33 2012年中国手机游戏用户不同手机类型占比 59

图表 34 2012-2013年中国主要手机游戏企业季度收入统计 61

图表 35 2012-2013年中国手机网游用户数及充值金额变化趋势图 63

图表 36 2013年中国各类型手机网游市场份额变化趋势图 63

图表 37 2013年中国手机网游各品类产品活跃度 64

图表 38 2013年中国手机网游各品类产品生命周期 64

图表 39 2012年中国手机游戏各季度市场规模统计（按操作系统分） 66

图表 40 2012年中国手机游戏各季度用户规模统计（按操作系统分） 66

图表 41 2009-2013年中国智能机移动游戏地区收入结构 68

图表 42 2009-2013年中国非智能机移动游戏地区收入结构 68

图表 43 2012年中国安卓游戏各季度市场规模统计 69

图表 44 2012年中国手机游戏各季度市场收入占比（按操作系统分） 70

图表 45 2012年中国安卓游戏各季度用户规模统计 70

图表 46 2012年中国安卓游戏各季度用户规模统计 71

图表 47 2012年中国主要智能手机游戏运营平台实力矩阵 72

图表 48 《捕鱼达人》产品特色 72

图表 49 2012-2013年《捕鱼达人2》月收入增长趋势图 73

图表 50 2012年中国十大新锐手机网游 84

图表 51 苹果手机游戏下载总排行榜 84

图表 52 安卓手机游戏下载总排行榜 85

图表 53 2012年中国10大最佳移动平台网络游戏统计 86

图表 54 2012年月收入破千万的手机游戏 87

图表 55 2013年国内市场上单月充值流水超过1000万元的手机游戏产品 88

图表 56 2012年中国手机游戏用户性别分布 96

图表 57 2012年中国手机用户年龄分布 97

图表 58 2012年中国手机游戏用户城乡结构 98

图表 59 2012年中国手机游戏用户学历结构 98

图表 60 中国各学历层次手机游戏用户职业分布情况 99

图表 61 2012年中国手机游戏用户收入结构 100

图表 62 2012年中国手机游戏用户职业结构 101

图表 63 2012年中国手机游戏用户游戏年龄 102

图表 64 2012年中国手机游戏用户时长分布 103

图表 65 2012年中国手机游戏用户游戏原因分析 103

图表 66 2012年中国手机游戏用户参与手机游戏地点分布 104

图表 67 2012年中国手机游戏用户参与手机游戏场景分布 105

图表 68 2012年中国手机游戏用户最喜欢的游戏类型对比 106

图表 69 2012年中国手机游戏下载方式对比 107

图表 70 2012年中国手机游戏用户最喜欢的下载方式 108

图表 71 2012年中国手机游戏下载渠道对比 109

图表 72 2012年中国手机游戏下载渠道分类统计 110

图表 73 2012年中国手机游戏下载平台选择影响因素 110

图表 74 2012年中国手机游戏信息获取渠道情况 111

图表 75 2012年中国手机游戏下载影响因素 112

图表 76 2012年中国手机网络游戏网络类型分布 112

图表 77 2012年中国手机网络游戏流量担心情况 113

图表 78 2012年中国手机网络游戏流量耗费担心情况 113

图表 79 2012年中国手机游戏用户不使用手机网络游戏原因 114

图表 80 2012年中国手机游戏用户更新方式统计 115

图表 81 2012年中国手机游戏用户更新频率统计 116

图表 82 2012年中国手机游戏用户不更新原因统计 116

图表 83 2012年中国手机游戏用户卸载原因统计 117

图表 84 2012年中国手机游戏用户付费情况对比 118

图表 85 2012年中国手机游戏用户计费模式认可度 118

图表 86 2012年中国手机游戏用户不付费影响因素分析 119

图表 87 2012年中国手机游戏用户付费种类分析 120

图表 88 2012年中国手机游戏用户付费方式分析 120

图表 89 2012年中国手机游戏花费对比 121

图表 90 2012年中国手机游戏用户单次付费意愿额度 122

图表 91 2012年中国手机游戏用户期待的游戏特点 123

图表 92 2012年中国手机游戏用户感兴趣的手游活动及组合优惠活动 124

图表 93 中国移动“百宝箱”/“游戏频道”商业模式分析 126

图表 94 中国移动g+游戏基本信息介绍 128

图表 95 中国移动游戏基地SWOT分析 129

图表 96 中国联通“Gjava/神奇宝典Unija”的商业模式分析 130

图表 97 中国联通“神奇宝典BREW”的商业模式分析 132

图表 98 腾讯移动游戏SWOT分析 133

图表 99 91游戏平台上各品类产品付费情况 137

图表 100 中国移动 GRPS流量套餐月套餐资费 138

图表 101 中国联通3G套餐A计划上网资费 140

图表 102 中国联通3G套餐B计划资费 140

图表 103 成都数字天空科技有限公司手机游戏列表 144

图表 104 上海晨炎信息技术有限公司手机游戏列表 145

图表 105 北京触控科技有限公司发展历程 147

图表 106 北京触控科技有限公司手机游戏列表 148

图表 107 上海海湃科技有限公司手机游戏列表 150

图表 108 北京华娱无线科技有限公司手机游戏列表 150

图表 109 顽石互动（北京）网络科技有限公司手机游戏列表 152

图表 110 空中网发展历程 154

图表 111 空中网手机游戏列表 156

图表 112 空中网经营情况统计 157

图表 113 空中网手机游戏业务SWOT分析 157

图表 114 互爱互动（北京）科技有限公司手机游戏列表 158

图表 115 热酷发展历程 160

图表 116 热酷手机游戏列表 160

图表 117 北京触控科技有限公司手机游戏列表 162

图表 118 北京掌趣科技股份有限公司发展历程 164

图表 119 北京掌趣科技股份有限公司手机游戏列表 164

图表 120 北京掌趣科技股份有限公司重大并购事件 165

图表 121 北京掌趣科技股份有限公司细分业务及其运营模式 167

图表 122 2012年北京掌趣科技股份有限公司分行业与分产品情况 167

图表 123 2012年北京掌趣科技股份有限公司业务结构情况 168

图表 124 2012年北京掌趣科技股份有限公司分地区情况 168

图表 125 掌中米格发展大事记 169

图表 126 掌中米格主要手机游戏产品列表 170

图表 127 掌中米格SWOT分析 171

图表 128 随手互动发展大事记 172

图表 129 随手互动主要手机游戏产品列表 173

图表 130 随手互动手机游戏SWOT分析 173

图表 131 拉阔游戏大事记 174

图表 132 拉阔手机游戏列表 175

图表 133 拉阔游戏手机游戏业务SWOT分析 175

图表 134 摩卡世界主要手机游戏列表 177

图表 135 北京摩卡世界科技有限公司SWOT分析 177

图表 136 广州盈正公司手机游戏发展历程 178

图表 137 《拇指大富翁》游戏界面 180

图表 138 广州盈正信息技术有限公司SWOT分析 181

图表 139 数位红手机游戏历年获奖情况 182

图表 140 2009-2012年中国手机游戏相关公司融资情况 188

图表 141 2014-2020年中国手机游戏用户规模预测趋势图 193

图表 142 2014-2020年中国手机游戏市场规模预测趋势图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1410/P74380OULT.html>