

2021年中国MOBA手游市场分析报告- 市场运营现状与盈利前景预测

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《2021年中国MOBA手游市场分析报告-市场运营现状与盈利前景预测》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/543527543527.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

王者荣耀营销策略现状分析

资料来源：观研天下整理

1、多人在线战术竞技游戏产品策略

MOBA（多人在线战术竞技游戏）游戏相对于其它类型的游戏，有着上手简单，游戏时间短的优势。例如《王者荣耀》凭借着MOBA（多人在线战术竞技游戏）游戏模式的优势，游戏上线，就吸引了大量游戏玩家纷纷前来体验。对于玩家来说，手游MOBA（多人在线战术竞技游戏）的出现，解决了端游对于电脑、时间、地点的局限性，短时间内就笼络了大量玩家。

《王者荣耀》的5V5的PVP（玩家对战）模式，每局20分钟的消耗，让没有时间打端游又热爱MOBA（多人在线战术竞技游戏）游戏的玩家找到了新的战场，同时又能在对战的过程中体验到不亚于端游的游戏体验。

MOBA（多人在线战术竞技游戏）优势还在于，游戏中最注重的就是所有玩家之间的相互配合。竞技类游戏如果配合不当的话，往往胜负就在一瞬间决定。

所以，玩家在这种游戏模式下，团结情绪空前高涨，为了游戏的输赢和队友，甚至可以连女友工作都不顾，这就是MOBA（多人在线战术竞技游戏）游戏魅力的所在。

2、以消费者心理为基础的定价策略

（1）《王者荣耀》中的游戏道具一般不贵。腾讯的用户群体大，而其产品定价低，更有助于实现以低价取胜，其同样可能形成巨额利润。该游戏中各类道具一般在100元以内，对比其他手游游戏道具定价，其定价可谓是非常平民化了。更为重要的是该游戏并没有硬性要求玩家一定要购买道具，玩家可视情况，结合自我喜好选择。显然，如果游戏厂家的受众群体不高，那么此种宽松的收费标准很难形成可观的收益，但是腾讯的用户是以亿计量的，所谓积小成多，平民化的售价同样可能给公司带来巨额利润。比如赵云皮肤是该手游产品为玩家所推出的一款皮肤，其售价虽然仅为71元。但数据显示，仅赵云皮肤，就为《王者荣耀》带来了2亿的利润。近年来，腾讯可谓是游戏产业的常青树，其各方面都有所涉及且均取得较好的成绩。依托QQ、微信庞大的用户群体，吸引大量客户，在量取胜的加持下，《王者荣耀》取得成功也是情理之中的事。其售价低，还会有如此高额的利润空间，就充分说明这一点。

（2）多重手段定价，有效挽留用户。《王者荣耀》每天登陆送道具，送金币，也很好的提高了玩家对游戏的忠诚度。游戏道具的赠送，可以让玩家长时间保持对游戏的热度，大大的提高用户粘性。小小的恩惠，并不会给厂家带来过多的负担，但却可以提高玩家的游戏体验。

（3）通过游戏段位设置，满足玩家的虚荣心。《王者荣耀》的排位模式，是玩家游戏时间最长的模式。排位赛一共分为七大段位，分别为倔强青铜、秩序白银、荣耀黄金、尊贵

铂金、永恒钻石、至尊星耀、最强王者七个段位，段位越高，游戏难度越大，对玩家的操控也要求越高。通常三个月为一个排位周期及一个赛季，赛季结束后，玩家需要新的赛季，重新冲刺段位级别。对于普通人而言，游戏能够给予人的满足感、成就感往往是现实生活中所没有的。当然了我们说这样的感觉其实是基于虚荣、虚拟的层面而形成的。人类天生具有虚荣心，只是程度不一样罢了，比如现实生活中很多人存在攀比之心。为了满足自己的虚荣心而消费等等。在《王者荣耀》中这就是一种司空见惯的现象。该游戏设置各种头衔，满足顾客的虚荣心，并心甘情愿的付费。

以消费者心理为基础的定价策略 资料来源：观研天下整理

3、交叉渠道宣传政策

毋庸置疑《王者荣耀》能够取得成功绝非偶然，其成功得益于其手机网络游戏自身的素质、先天优势，当然了更为重要的是腾讯背后庞大的客户基数。可以说该游戏产品正是基于上述天然优势，才能够交叉使用各种推广策略，才能够取得巨大的成功的。

(1) 随时性。这里的随时性指的是游戏时间。现实生活中大多数玩家的时间是不确定的。数据显示，我国人均收入不断增加，除了游戏爱好者外，任何场景任何时候都有可能是网民玩游戏的时间。事实上只要能够连接网络，都可能进行游戏。随时性，能够方便玩家自由安排游戏时间，玩家可以自由决定何时玩游戏，一次玩多久。较同类型的PC端游戏《王者荣耀》还具有易于操作的特点，极大的压缩了游戏时间。其一般十几分钟就可以完成一次游戏了，这完全符合人们利用业余时间玩游戏的需要。比如坐地铁、等车的时候都可轻松玩一局。可以说随时性是该产品得以吸收众多游戏玩家的主要原因之一。此前很长一段时间里，年轻的男性成为游戏玩家的主要群体，而女性、小孩子玩电脑游戏者非常少。伴随着智能手机的普及，男女老少都可以拥有手机。各个群体都可以成为手机网络游戏的群体。《王者荣耀》现有玩家中，有43%为女性。另外数据显示，对比男性玩家，女性玩家更有利于给平台带来巨大的利润。

(2) 加强和微信/QQ的整合。腾讯在长期的发展中深耕全娱乐行业，加之微信的助力发展，聚集品牌优势，积累了庞大的用户群体。相关数据显示腾讯所有产品的用户基础都突破数亿级。玩家可借助微信登录，免去注册的繁琐或者通过登录游戏专区、游戏系统等，每天接收平台推送的内容。这就意味着腾讯旗下所有用户都有可能成为《王者荣耀》的玩家。另外腾讯在这一个过程中也可获取各类数据，精准判断玩家的需求，并针对性的更新，以保持游戏的生命力。

(3) 平面广告。虽然说手机网络游戏的大部分内容都是在游戏网站（如腾讯网，游民星空，178网站等）上展开的，但是其同样可采取传统的宣传攻势。比如海报就是一种非常有效的推广游戏类产品的方式。王者荣耀推出一级背景海报，海报上5个游戏人物极具吸引力，其宣传效果不言而喻。艺术性的海报设计，加上引人遐想的背景，本身就具备引爆话题的资本。

(4) 创意视频广告。从网络游戏发展的角度来看，视频广告更具宣传优势。

《王者荣耀》，不定期的在哔哩哔哩、旅法师营地、NGA等游戏网站放置各类宣传片，精彩绝伦的剧情，极具吸睛力，多层面诠释了该游戏独特的品牌魅力。

(5) 线下赛事、线下直播。2018年，该手游产品以“啦电竞”为主题发布了电竞发展计划，构建全面参与的赛事体系。同年9月举办KPL职业联赛，比赛设置了185万的奖金，累计有3.6亿人观赛，创造了三个月的收视记录，成为移动电竞的佼佼者。玩家可在游戏内赛事入口入或者直播平台观看比赛。数据显示有4100万用户独立观赛，日突破900万；赛事互动人次达3700万。

(6) 明星博主，游戏主播的宣传。明星和有游戏主播，自身就带有很大的用户量。明星中陈赫、鹿晗、Angelbaby都是王者荣耀的玩家，张大仙作为《王者荣耀》星级主播，更是拥有着很高的游戏人气。他们的言行也引导着很多消费者的购买取向。其次他们本身的受众人群精准性，都是具有游戏购买力的人群。明星主播的宣传更能为我们的游戏造势，使我们的产品曝光度增加，持续占领热门话题位置。

交叉渠道宣传政策 资料来源：观研天下整理

4、利用赛事活动提高知名度

通过举办活动可提高玩家的游戏意识。目前规格最高的《王者荣耀》KPL（王者荣耀职业联赛）活动是由腾讯平台携手、宝马中国集团、VIVO手机等公司一起承办的。由腾讯官方直播平台、虎牙、斗鱼等平台在线直播，KPL吸引了众多《王者荣耀》玩家的关注，每个平台的平均人数已经达到220万。随着《王者荣耀》电子竞技赛事的出现，其运营与传播主要体现在下述方面：一，KPL联盟的《王者荣耀》游戏的专业性得到了真正的提升，从娱乐性手游发展到专业的手游。二，保证《王者荣耀》在玩家或消费者面的曝光率。基于“快餐式”的营销网络中，受众的视野较为简单，只有吸引消费者的注意力，才能提高其曝光率。

《王者荣耀》通过电子竞技做到了这一点。

5、节假日打折优惠促销

每逢节假日，游戏中都会有着促销打折的活动。每月都会有会限时折扣的英雄/皮肤出售。周年庆时，还会有一定机会出神秘商店，新皮肤、皮肤返场、明星送礼、全英雄限免活动等。新英雄/皮肤登场时，还会有一周的优惠打折活动。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国MOBA手游市场分析报告-市场运营现状与盈利前景预测》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。

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。

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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国MOBA手游行业发展概述

第一节 MOBA手游行业发展情况概述

一、MOBA手游行业相关定义

二、MOBA手游行业基本情况介绍

三、MOBA手游行业发展特点分析

四、MOBA手游行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、MOBA手游行业需求主体分析

第二节 中国MOBA手游行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、MOBA手游行业产业链条分析

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MOBA手游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国MOBA手游行业生命周期分析

- 一、MOBA手游行业生命周期理论概述
- 二、MOBA手游行业所属的生命周期分析

第四节 MOBA手游行业经济指标分析

- 一、MOBA手游行业的赢利性分析
- 二、MOBA手游行业的经济周期分析
- 三、MOBA手游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国MOBA手游行业进入壁垒分析

- 一、MOBA手游行业资金壁垒分析
- 二、MOBA手游行业技术壁垒分析
- 三、MOBA手游行业人才壁垒分析
- 四、MOBA手游行业品牌壁垒分析
- 五、MOBA手游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球MOBA手游行业市场发展现状分析

第一节 全球MOBA手游行业发展历程回顾

第二节 全球MOBA手游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲MOBA手游行业地区市场分析

- 一、亚洲MOBA手游行业市场现状分析
- 二、亚洲MOBA手游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲MOBA手游行业市场前景分析

第四节 北美MOBA手游行业地区市场分析

- 一、北美MOBA手游行业市场现状分析
- 二、北美MOBA手游行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美MOBA手游行业市场前景分析

第五节 欧洲MOBA手游行业地区市场分析

- 一、欧洲MOBA手游行业市场现状分析
- 二、欧洲MOBA手游行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲MOBA手游行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界MOBA手游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球MOBA手游行业市场规模预测

第三章 中国MOBA手游产业发展环境分析

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MOBA手游总额

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MOBA手游行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国MOBA手游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MOBA手游行业运行情况

第一节 中国MOBA手游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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国MOBA手游行业市场规模分析

第三节 中国MOBA手游行业供应情况分析

第四节 中国MOBA手游行业需求情况分析

第五节 我国MOBA手游行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国MOBA手游行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国MOBA手游行业供需平衡分析

第八节 中国MOBA手游行业发展趋势分析

第五章 中国MOBA手游所属行业运行数据监测

第一节 中国MOBA手游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MOBA手游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MOBA手游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 2017-2021年中国MOBA手游市场格局分析

第一节 中国MOBA手游行业竞争现状分析

一、中国MOBA手游行业竞争情况分析

二、中国MOBA手游行业主要品牌分析

第二节 中国MOBA手游行业集中度分析

一、中国MOBA手游行业市场集中度影响因素分析

二、中国MOBA手游行业市场集中度分析

第三节 中国MOBA手游行业存在的问题

第四节 中国MOBA手游行业解决问题的策略分析

第五节 中国MOBA手游行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国MOBA手游行业需求特点与动态分析

第一节 中国MOBA手游行业消费市场动态情况

第二节 中国MOBA手游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 MOBA手游行业成本结构分析

第四节 MOBA手游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MOBA手游行业价格现状分析

第六节 中国MOBA手游行业平均价格走势预测

一、中国MOBA手游行业价格影响因素

二、中国MOBA手游行业平均价格走势预测

三、中国MOBA手游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国MOBA手游行业区域市场现状分析

第一节 中国MOBA手游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区MOBA手游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区MOBA手游市场规模分析

四、华东地区MOBA手游市场规模预测

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MOBA手游市场规模分析

四、华中地区MOBA手游市场规模预测

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MOBA手游市场规模分析

四、华南地区MOBA手游市场规模预测

第九章 2017-2021年中国MOBA手游行业竞争情况

第一节 中国MOBA手游行业竞争结构分析（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MOBA手游行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国MOBA手游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 MOBA手游行业企业分析（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MOBA手游行业发展前景分析与预测

第一节 中国MOBA手游行业未来发展前景分析

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

第二节 中国MOBA手游行业未来发展趋势预测

第三节 中国MOBA手游行业市场发展预测

- 一、中国MOBA手游行业市场规模预测
- 二、中国MOBA手游行业市场规模增速预测
- 三、中国MOBA手游行业产值规模预测
- 四、中国MOBA手游行业产值增速预测
- 五、中国MOBA手游行业供需情况预测

第四节 中国MOBA手游行业盈利走势预测

- 一、中国MOBA手游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国MOBA手游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国MOBA手游行业投资风险与营销分析

第一节 MOBA手游行业投资风险分析

- 一、MOBA手游行业政策风险分析

二、MOBA手游行业技术风险分析

三、MOBA手游行业竞争风险分析

四、MOBA手游行业其他风险分析

第二节 MOBA手游行业应对策略

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MOBA手游行业发展战略及规划建议

第一节 中国MOBA手游行业品牌战略分析

一、MOBA手游企业品牌的重要性

二、MOBA手游企业实施品牌战略的意义

三、MOBA手游企业品牌的现状分析

四、MOBA手游企业的品牌战略

五、MOBA手游品牌战略管理的策略

第二节 中国MOBA手游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MOBA手游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

第十四章 2021-2026年中国MOBA手游行业发展策略及投资建议

第一节 中国MOBA手游行业产品策略分析

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MOBA手游行业营销渠道策略

一、MOBA手游行业渠道选择策略

二、MOBA手游行业营销策略

第三节 中国MOBA手游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国MOBA手游行业重点投资区域分析

二、中国MOBA手游行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/543527543527.html>