

2019年中国游戏市场分析报告- 行业竞争格局与未来动向研究

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《2019年中国游戏市场分析报告-行业竞争格局与未来动向研究》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/wangluomeiti/414323414323.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

2018年被游戏业内人士称为转折之年，也是产业环境企稳优化改革之年，版号审批暂停几乎贯穿整年，中国游戏产业整体收入增幅明显放缓，过往的野蛮式生长不再，游戏产业整体收入增幅明显放缓。不过随着政策的利好与规范化运营，游戏行业的价值将进一步被挖掘，商业前景广阔。

行业现状 用户规模

统计数据显示，2018年中国游戏市场实际销售收入达2144.4亿元，同比增长5.3%，占全球游戏市场比例约为23.6%。2018年中国自主研发网络游戏市场实际销售收入达1643.9亿元，同比增长17.6%，2018年中国游戏用户规模达6.26亿人，同比增长7.3%。虽增长率创近10年最低值，但在相关产业环境与指导政策背景下，仍有一些逆势增长的游戏企业获得了大幅提升。

2018年中国游戏市场实际销售收入

数据来源：游戏工委

2018年中国游戏市场分类型占比（单位：%）

数据来源：游戏工委

随着我国政策的引导，技术的进步，人们日渐宽松的休闲时间以及游戏产业的发展，未来我国游戏产业，特别是我国原创游戏IP及相关衍生市场销售收入仍将保持增长。

我国游戏用户规模达6.26亿人，同比增长7.3%，当前我国人口结构正向90后等年轻群体转移，未来游戏用户规模将进一步扩大。基于市场的纵深发展，女性及二次元消费群体将逐步崛起。该群体年轻，个性明显，消费意向强，愿意为虚拟价值付费。譬如，恋爱养成类游戏《恋与制作人》女性用户占比超过八成，累计创造收入超过10亿元。

2018年中国游戏用户规模

数据来源：游戏工委

2018年中国游戏女性用户规模

数据来源：游戏工委

游戏&动漫，行业交叉培育新的增长点。我国女性游戏用户规模为2.9亿人，同比增长11.5%。2017年我国动漫核心群体规模超8000万，泛二次元用户达2.5亿。未来我国泛二次元用户规模仍将保持较快增长，预计将很快突破3亿。这个庞大群体和游戏群体有着天然的亲和性，然而游戏厂商还未在这个细分人群领域耕耘，目前市场针对女性和二次元用户的游戏匮乏。未来该领域将是一片很大的蓝海。

2013-2017年中国动漫核心群体及泛二次元用户规模

数据来源：游戏工委

电子竞技生态化

2018年中国电子竞技游戏市场实际销售收入占中国游戏市场比例为38.9%,市场规模逐步扩大。同年,中国电子竞技用户规模达到4.28亿人,同比增长17.5%,占我国游戏用户人群的半数以上。随着游戏行业的发展,我国电竞用户规模将进一步扩大。

2018年中国电子竞技游戏市场实际销售收入占中国游戏市场比例(单位:%)

数据来源:游戏工委

2018年中国电子竞技用户规模及增长情况

数据来源:游戏工委

当前我国电子竞技市场收入主要包括游戏收入、直播收入、电子竞技赛事的相关收入及其他收入,直播收入和电子竞技收入较低。随着电子竞技行业的成熟,电子竞技赛事收入将大幅提高,其商业和文化价值将开始展现。

电竞体育化。电子竞技在诸多层面与传统体育有着相似之处,其影响力足以媲美传统体育赛事。以英雄联盟职业联赛为例,2017年全年直播观赛人次100亿+,16年仅为50亿+,全年直播观看时长17亿+。S8全球总决赛期间,单日直播观赛人次峰值更高达1.4亿+,超过当年NBA总决赛观看人数,#英雄联盟S8#微博话题讨论更是多达455万,阅读108亿。

2016年与2017年LPL直播观赛对比情况

数据来源:游戏工委

电竞赛事受关注程度的提高,有助于游戏公司加快产业布局,提升游戏更新迭代的速度,提高用户的使用粘性,打造电竞赛事生态环境,推动电竞赛事的联赛化和主场化。

电竞联赛化和主场化不仅可以提高职业选手待遇、解决人才匮乏掣肘俱乐部发展的困局,为俱乐部带来门票直播分成的可能。更可以提高用户线下参与的程度,提高赛事的影响力。以英超为例,16-17赛季英超总收入45亿,所有俱乐部全部盈利,球员平均周薪5万英镑。仿照英超及NBA等顶尖赛事的运营模式,将提升行业造血能力,推动行业的可持续发展。

商业赞助价值。对于一个大型赛事来说,最终的赞助商、赞助品牌和规格,将折射出赛事背后蕴含的商业价值。以2018年英雄联盟春季赛为例,本届赛事共吸引8大品牌作为合作伙伴全程赞助,类别以电竞产品为主导,汽车、手机、洗护用品等均有植入。奔驰、欧莱雅男士,努比亚定制手机和戴尔外星人等的赞助,彰显了对中国消费市场前景的看好和消费升级的信心。随着赛事频次的提高,赛事结构的完善,以赛事为基础的电子竞技生态愈发成熟,未来我国电竞赛事直播行业将有更大的机遇产生。

游戏直播化

2018年中国游戏直播市场实际销售收入达到74.4亿元，同比增长107.2%。同年，中国游戏直播市场用户规模3.0亿人，同比增长38.5%。随着行业的发展，资本的涌入，以虎牙和斗鱼为主的直播行业总体趋于平稳。

2018年中国游戏直播市场实际销售收入及增长情况

数据来源：游戏工委

2018年中国游戏直播用户规模及增长情况

数据来源：游戏工委

随着数字媒介的兴起，直播早已成为体育赛事观赛的重要途径，也是电竞产业发展绕不开的一环。事实证明，电竞直播化无论对赛事还是直播平台都是一种双赢。首先，直播平台拥有广泛的受众人群，数据表明，仅斗鱼和虎牙两大直播平台月活数加起来就超过3000万，为游戏及其衍生品的推广奠定了基础。此外直播平台也成为退役职业选手造富的温床，为后职业时代带来了保障。（TC）

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。《2020年中国游戏市场分析报告-行业竞争格局与未来动向研究》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年中国游戏行业发展概述

第一节 游戏行业发展情况概述

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

第二节 中国游戏行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、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 中国游戏行业生命周期分析

- 一、游戏行业生命周期理论概述
- 二、游戏行业所属的生命周期分析

第四节 游戏行业经济指标分析

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

第五节 中国游戏行业进入壁垒分析

- 一、游戏行业资金壁垒分析
- 二、游戏行业技术壁垒分析
- 三、游戏行业人才壁垒分析

四、游戏行业品牌壁垒分析

五、游戏行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球游戏行业市场发展现状分析

第一节 全球游戏行业发展历程回顾

第二节 全球游戏行业市场区域分布情况

第三节 亚洲游戏行业地区市场分析

一、亚洲游戏行业市场现状分析

二、亚洲游戏行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲游戏行业市场前景分析

第四节 北美游戏行业地区市场分析

一、北美游戏行业市场现状分析

二、北美游戏行业市场规模与市场需求分析

三、北美游戏行业市场前景分析

第五节 欧盟游戏行业地区市场分析

一、欧盟游戏行业市场现状分析

二、欧盟游戏行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟游戏行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界游戏行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球游戏行业市场规模预测

第三章 中国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 中国游戏行业运行情况

第一节 中国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

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 中国游戏行业市场规模分析

第三节 中国游戏行业供应情况分析

第四节 中国游戏行业需求情况分析

第五节 我国游戏行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国游戏行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国游戏行业供需平衡分析

第八节 中国游戏行业发展趋势分析

第五章 中国游戏所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国游戏市场格局分析

第一节 中国游戏行业竞争现状分析

一、中国游戏行业竞争情况分析

二、中国游戏行业主要品牌分析

第二节 中国游戏行业集中度分析

一、中国游戏行业市场集中度分析

二、中国游戏行业企业集中度分析

第三节 中国游戏行业存在的问题

第四节 中国游戏行业解决问题的策略分析

第五节 中国游戏行业竞争力分析

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年中国游戏行业需求特点与动态分析

第一节 中国游戏行业消费市场动态情况

第二节 中国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 游戏行业成本分析

第四节 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 中国游戏行业价格现状分析

第六节 中国游戏行业平均价格走势预测

一、中国游戏行业价格影响因素

二、中国游戏行业平均价格走势预测

三、中国游戏行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国游戏行业区域市场现状分析

第一节 中国游戏行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区游戏市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区游戏市场规模分析

四、华东地区游戏市场规模预测

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、华中地区游戏市场规模分析

四、华中地区游戏市场规模预测

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、华南地区游戏市场规模分析

四、华南地区游戏市场规模预测

第九章 2017-2020年中国游戏行业竞争情况

第一节 中国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 中国游戏行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国游戏行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国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 游戏行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

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

第十一章 2021-2026年中国游戏行业发展前景分析与预测

第一节 中国游戏行业未来发展前景分析

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

第二节 中国游戏行业未来发展趋势预测

第三节 中国游戏行业市场发展预测

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

第四节 中国游戏行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国游戏行业投资风险与营销分析

第一节 游戏行业投资风险分析

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

第二节 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年中国游戏行业发展战略及规划建议

第一节 中国游戏行业品牌战略分析

- 一、游戏企业品牌的重要性

二、游戏企业实施品牌战略的意义

三、游戏企业品牌的现状分析

四、游戏企业的品牌战略

五、游戏品牌战略管理的策略

第二节 中国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 游戏行业竞争力提升策略

一、游戏行业产品差异性策略

二、游戏行业个性化服务策略

三、游戏行业的促销宣传策略

四、游戏行业信息智能化策略

五、游戏行业品牌化建设策略

六、游戏行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国游戏行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国游戏行业定价策略分析

第三节 中国游戏行业营销渠道策略

一、游戏行业渠道选择策略

二、游戏行业营销策略

第四节 中国游戏行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国游戏行业重点投资区域分析

二、中国游戏行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/414323414323.html>