

2018年中国移动游戏行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国移动游戏行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/youxi/314912314912.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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

一、国内游戏市场产业链

从产业链结构的角度来看，在中国游戏市场兴起之初，主要的运营模式为研发商自主运营，主要的付费模式为运营商渠道与研发商的点卡消费等渠道，而如今随着互联网的普及，版权意识的兴起以及第三方支付渠道的蓬勃发展，国内游戏市场产业链日趋完善，形成了以 IP 方、研发商、发行商、渠道商以及用户为核心的产业链，各环紧密相连，分工明确。同时，随着 IP 在产业链中扮演的角色越来越重要，IP 端与传媒业的影视、文学板块的交集越来越多，优质游戏 IP 也开始向影视、文学方面输出。

图：游戏市场产业链结构 利润分配催生研运一体化。从产业链利益分配的角度来看，渠道若是 iOS 端，则为固定的三七开，苹果拿走流水的 30%，研发商及发行商拿走剩余流水 70%；若是安卓端，则视渠道导量能力的不同而定，渠道方分走 35%-60%，剩余 40%-65%为研发商及发行商收入。在渠道方分成完毕之后，发行商需向研发方支付流水的 15%-20%作为 CP 费用。因此发行商的收入为扣除渠道、CP 分成以及推广成本之后的收入，所以近年来各大研发厂商、发行厂商为了提升竞争优势，开始转向研运一体化。在研运一体的体系下，自研自发不但能提高公司利润率，带来更高的收入，也能使游戏产品完全处于公司的把控中，发行部门能随时向研发部门反馈游戏信息，使产品的收益更加稳健。

二、国内移动游戏市场竞争格局

从游戏创收层面看，2017 年上半年，移动游戏排行榜 CR10 的游戏占比由 2016H1 的 59.4%上升至 76%，对应的市场规模在 2016H1 与 2017H1 分别为 390.6 亿/554.1 亿，同比上升 41.9%；非 CR10 游戏对应的市场规模分别为 158.7 亿/133.8 亿，同比下降 15.7%，存在明显分化。

图：游戏畅销榜 CR10 游戏市场规模集中度对比 图：游戏畅销榜 CR10 游戏集中度对比

移动游戏活跃度进一步向头部游戏聚拢。根据 QuestMobile 发布的《移动互联网 2017 年 Q2 夏季报告》以及 Gamelook 的数据整理，2017 年 6 月，MAU 超过 100 万的游戏共计 129 款，其中 MAU 超 1 亿的游戏有两款，分别是《王者荣耀》（1.8 亿月活用户）和《开心消消乐》（1.2 亿月活用户）；MAU 超 1000 万的游戏和去年一致，同为 20 款；但 500 万到 1000 万之间的游戏从去年的 25 款骤减至 11 款，大量产品的 MAU 水平集中在 100 万到 500 万之间。值得注意的是，以《王者荣耀》为代表的爆款对其他游戏的影响非常明显，MAU 负增长普遍，多数产品出现双位数的下跌，但以地方棋牌为代表的桌游类以及部分优质影游联动产品依然增速强劲。

表：2017 年上半年各类游戏 APPMAU 变化 两大龙头占比七成市场份额。由腾讯、网易发行或代理的移动游戏市场实际销售收入占中国移动游戏市场实际销售收入比例接近 73%

，而这个比例在 2016 年底的统计中为 68%，2017 年上半年为 76%，占比不断创出新高，而剩下 25%左右市场份额将被 5-10 家游戏厂商瓜分。

图：游戏厂商收入 CR2 集中度对比

观研天下发布的《2018年中国移动游戏行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

【报告目录】

第一章 2016-2017年中国移动游戏行业发展概述

第一节 2016-2017年移动游戏行业发展情况概述

一、移动游戏行业相关定义

二、移动游戏行业基本情况介绍

三、2016-2017年移动游戏行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国移动游戏行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、移动游戏行业产业链条分析

三、2016-2017年中国移动游戏行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国移动游戏行业生命周期分析

一、移动游戏行业生命周期理论概述

二、2017年移动游戏行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年移动游戏行业经济指标分析

二、2016-2017年移动游戏行业的赢利性分析

四、2016-2017年移动游戏行业的经济周期分析

三、移动游戏行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年国中移动游戏行业进入壁垒分析

一、移动游戏行业技术壁垒分析

二、移动游戏行业规模壁垒分析

三、移动游戏行业品牌壁垒分析

四、移动游戏行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球移动游戏行业市场发展现状分析

第一节 全球移动游戏行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球移动游戏行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲移动游戏行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲移动游戏行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、2018年亚洲移动游戏行业市场前景分析

四、2018年亚洲移动游戏发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美移动游戏行业地区市场分析

一、2016-2017年北美移动游戏行业市场现状分析

二、2016-2017年北美移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、2018年北美移动游戏行业市场前景分析

四、2018年北美移动游戏行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟移动游戏行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟移动游戏行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、2018年欧盟移动游戏行业市场前景分析

四、2018年欧盟移动游戏行业发展趋势分析

第六节 2018年世界移动游戏行业分布走势预测

第七节 2018年全球移动游戏行业市场规模预测

一、2018年亚洲移动游戏行业市场规模预测

二、2018年北美移动游戏行业市场规模预测

三、2018年欧盟移动游戏行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国移动游戏产业发展环境分析

第一节 2016-2017年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、全社会消费品零售总额

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 2016-2017年中国移动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

第四节 2016-2017年中国移动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 2015-2017年中国移动游戏产业运行情况

第一节 中国移动游戏行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国移动游戏行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国移动游戏行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国移动游戏行业产能情况分析

三、2015-2017年中国移动游戏行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国移动游戏行业需求情况分析

一、2015-2017年中国移动游戏行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国移动游戏行业行业需求区域分布

第四节 2018年中国移动游戏行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国移动游戏市场格局分析

第一节 2016-2017年中国移动游戏行业竞争现状分析

一、中国移动游戏行业竞争情况分析

二、中国移动游戏行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国移动游戏行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国移动游戏行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国移动游戏行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国移动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

第六章 2016-2017年中国移动游戏市场价格走势分析

第一节 2016-2017年移动游戏行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国移动游戏行业价格现状分析

一、2016-2017年移动游戏行业平均价格走势回顾分析

二、2018年移动游戏行业平均价格走势预测

第三节 2018年中国移动游戏行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018年中国移动游戏行业平均价格走势预测

三、2018年中国移动游戏行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国移动游戏行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国移动游戏行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区移动游戏市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区移动游戏市场规模分析

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、2015-2017年华中地区移动游戏市场规模分析

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、2015-2017年华南地区移动游戏市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区移动游戏市场规模分析

第八章 2016-2017年中国移动游戏行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国移动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 2016-2017年中国移动游戏行业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 2016-2017年中国移动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

第九章 中国移动游戏所属行业数据监测

第一节 中国移动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 中国移动游戏所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国移动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

第十章 我国移动游戏行业重点生产企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九节 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

第十节 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

第十一章2018年中国移动游戏行业发展前景分析与预测

第一节2018年中国移动游戏行业未来发展前景分析

一、2018年行业国内投资环境分析

二、2018年中国移动游戏行业市场机会分析

三、2018年中国移动游戏行业投资增速预测

第二节2018年中国移动游戏行业未来发展趋势预测

第三节2018年中国移动游戏行业市场发展预测

一、2018年中国移动游戏行业市场规模预测

二、2018年中国移动游戏行业市场规模增速预测

三、2018年中国移动游戏行业产值规模预测

四、2018年中国移动游戏行业产值增速预测

第四节2018年中国移动游戏行业盈利走势预测

一、2018年中国移动游戏行业毛利润同比增速预测

二、2018年中国移动游戏行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018年中国移动游戏行业投资风险与营销分析

第一节 2018年移动游戏行业投资风险分析

一、2018年移动游戏行业政策风险分析

二、2018年移动游戏行业技术风险分析

三、2018年移动游戏行业竞争风险分析

四、2018年移动游戏行业其他风险分析

第二节 2018年移动游戏行业企业经营发展分析及建议

一、2018年移动游戏行业经营模式

二、2018年移动游戏行业生产模式

三、2018年移动游戏行业销售模式

第三节 2018年移动游戏行业应对策略

- 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 2018年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

第一节 2018年中国移动游戏行业品牌战略分析

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

第二节 2018年中国移动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 2018年中国移动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

第十四章 2018年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

第一节 2018年中国移动游戏行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 2018年中国移动游戏行业营销渠道策略

- 一、2018年移动游戏行业营销模式

二、2018年移动游戏行业营销策略

第三节2018年中国移动游戏行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018年中国移动游戏行业投资区域分析

二、2018年中国移动游戏行业投资产品分析

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/314912314912.html>