

# 2008年中国手机游戏市场研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国手机游戏市场研究咨询报告》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/wentibangong/2679226792.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8500元 电子和纸介版: 8800

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

【报告描述】手机游戏服务从2002年兴起，目前3G将加快移动网络和传统互联网之间的融合，手机终端也必将朝智能化和PC化方向发展。2005年全球手机线上游戏将有近68亿美金商机，预计2008全球移动游戏业创收将超过93亿美元，中国的手机游戏市场也会达到400亿元人民币的规模。2008年中国手机游戏市场进入二次盘整后的成长期，手机联网游戏是带动其发展的必然因素。本报告首先对手机游戏的定义、分类等进行说明。接着对全球、中国手机游戏产业的现状、存在的问题等进行分析，并提供相应的建议。然后对手机游戏市场的收入以及用户规模进行分析和预测。再对手机游戏的用户的性别、文化程度以及消费习惯等进行分析。接着对相关行业—手机行业进行深入分析，为手机游戏的发展指明了方向。接下来对手机运营商和比较优秀的企业的基本情况和战略方面做了较详细的介绍。最后对手机游戏发展的风险、趋势以及前景进行较深刻的分析。该报告为打算进入手机游戏行业和已经进入手机游戏行业的人士提供了一定的参考价值。

目 录

第一章 手机游戏相关概述 91.1  
 手机游戏定义及分类 9 1.1.1 手机游戏定义 9 1.1.2 手机游戏分类 9 1.1.3 手机游戏的特征 11 1.1.4 手机游戏产业链及收费模式 12  
 1.2 手机游戏技术平台及推动力量 13 1.2.1 手机游戏的三种技术平台 13 1.2.2 手机游戏的推动力量 18  
 第二章 手机游戏产业分析 202.1  
 国外手机游戏产业概况 20 2.1.1 全球软件巨头争相开发手机游戏 20 2.1.2 美国女性成为手机游戏运营商开发对象 21 2.1.3 日韩手机游戏业务发展迅速 21 2.1.4 欧洲手机游戏发展滞后的原因 23 2.1.5 美国手机游戏市场后起直追 24 2.1.6 手机游戏商Vollee将加大投资 24  
 2.2 手机游戏技术分析 25 2.2.1 虚拟现实技术在手机游戏中的应用 25 2.2.2 双缓冲技术在J2ME手机游戏制作中的应用 27 2.2.3 GUI技术在手机游戏中的应用 27  
 2.3 中国手机游戏产业发展现状 29 2.3.1 中国手机游戏业务日渐崛起 29 2.3.2 中国手机游戏产业七大特征 31 2.3.3 手机游戏成为中国移动通信热点 33 2.3.4 手机游戏改变游戏人才需求格局 34 2.3.5 培养手机游戏人才的方式 35  
 2.4 中国手机游戏业务收费模式分析 36 2.4.1 手机游戏产业链分析 36 2.4.2 手机游戏收费模式效果分析 36 2.4.3 手机网络游戏收费模式介绍 37 2.4.4 中国手机游戏盈利模式有待改进 38  
 2.5 中国手机游戏产业存在的问题 40 2.5.1 中国手机游戏出口现状分析 40 2.5.2 中国手机游戏存在问题 43 2.5.3 制约手机游戏发展的主要因素 44 2.5.4 手机游戏发展面临的“三座大山” 47 2.5.5 手机游戏开发商遭遇困境 48 2.5.6 手机网游开发商市场面临购并 49 2.5.7 中国移动推出点数充值新平台 51 2.5.8 中国手机游戏期盼行业拐点 51 2.5.9 手机游戏面临井喷 54  
 2.6 中国手机游戏产业发展对策 55 2.6.1 手机游戏发展需要更好的产业环境 55 2.6.2 规范中寻求手机游戏产业发展 56 2.6.3 手机游戏发展需要打破瓶颈 58 2.6.4 中国手机游戏产业发展的建议 60  
 第三章 手机游戏市场概况 62  
 3.1 全球市场特点 62 3.1.1 全球手机游戏市场收入规模情况 62 3.1.2

全球手机游戏市场用户规模预测	64	3.1.3 女性走向手机游戏	64	3.2 中国手机游戏市场概况	65
3.2.1 中国手机游戏市场收入规模	65	3.2.2 中国手机游戏市场用户规模	65	第四章	
手机游戏市场消费者分析	66	4.1 手机游戏的消费者基本情况	66	4.1.1	
手机游戏的消费者性别分布	66	4.1.2 使用手机游戏的消费者文化程度分布	66	4.1.3	
使用手机游戏的消费者收入水平分布	67	4.1.4 使用手机游戏的消费者使用手机品牌分	67	4.2	
消费者对手机游戏的消费特征	68	4.2.1 消费者对手机游戏的认知程度	68	4.2.2	
消费者使用手机游戏的行为特征	71	4.2.3 消费者对手机游戏公司的偏好	73	4.3	
消费者对手机游戏的付费意愿及推广手段分析	76	4.3.1			
消费者对手机游戏的付费心理价位分析	76	4.3.2 使用过付费手机游戏的消费者比例	76	4.3.3	
消费者能够接受的手机网络游戏包月费用	77	4.3.4 消费者最希望的付费方式	77	4.3.5	
消费者最希望的付费模式	78	4.3.6 消费者最希望手机网络游戏的收费模式	79	4.4	
消费者对手机游戏的使用习惯和偏好	79	4.4.1			
消费者对单机手机游戏产品的使用习惯及偏好	79	4.4.2			
消费者对网络手机游戏产品的使用习惯及偏好	82	第五章 手机游戏相关行业发展分析	88	5.1	
手机行业整体分析	88	5.1.1 2007年全球手机销售状况	88	5.1.2 手机市场格局	88
中国手机行业发展状况	89	5.1.4 2007年中国移动通信及终端设备行业经济指标概况	90	5.1.5 2007年移动通信产业市场概况	96
5.1.5 2007年移动通信产业市场概况	96	5.1.6 2008年手机行业发展趋势	99	5.2	
2007年手机生产供给分析	103	5.2.1 2002-2007年中国手机供给总体分析	103	5.2.2	
2007年中国手机产量分析	103	5.2.3 2007年北京市手机产量情况	106	5.2.4	
2007年天津市手机产量情况	107	5.2.5 2007年内蒙古手机产量情况	108	5.2.6	
2007年辽宁手机产量情况	108	5.2.7 2007年上海手机产量情	109	5.2.8	
2007年江苏手机产量情况	110	5.2.9 2007年浙江手机产量情况	111	5.2.10	
2007年福建手机产量情况	112	5.2.11 2007年山东手机产量情况	113	5.2.12	
2007年湖北手机产量情况	114	5.2.13 2007年广东手机产量情况	115	5.2.14	
2007年贵州手机产量情况	116	5.2.15 2007年广西手机产量情况	117	5.3	
3G、4G的应用情况分析	118	5.3.1 3G的发展现状分析	118	5.3.2 未来3G特征	118
3G网络发展分析	119	5.3.4 中国4G发展现状	120	5.3.5 4G发展方向	121
中国手机游戏运营商分析	122	6.1 中国移动	122	6.1.1 中国移动推手三大势力暗战手机游戏	122
6.1.2 中国移动代手机游戏收费模式 有望更灵活计费	124	6.1.3 中移动发力手机游戏			
全国手机棋牌游戏赛启动	124	6.1.4 移动随着3G的热潮开始淘金手机游戏	125	6.2 中国联通	126
6.2.1 魔龙与中国联通联手打造手游产业链	126	6.2.2			
手机网络游戏业务成中国联通盈利新增点	127	6.2.3 中国联通挖掘手机游戏的金矿	128	第七章	
手机游戏的政策和环境分析	130	7.1 政策分析	130	7.1.1	
现有数据业务资费及政策分析	130	7.1.2 3G资费政策对手机游戏的影响	131	7.1.3	
移动现行手机游戏政策对SP和CP的影响	132	7.2 环境分析	133	7.2.1	

手机游戏发展需要更好的产业环境	133	7.2.2	九大因素对手机网游产业发展的影响	
134第八章 中国手机游戏重点企业介绍	1378.1		北京数位红软件应用技术有限公司	137
8.1.1 企业介绍	137	8.1.2	主要手机游戏介绍	137
8.1.3 数位红背靠盛大图谋无线游戏	140	8.1.4	数位红引领中国移动游戏市场	140
8.2 上海岩浆数码技术有限公司	142	8.2.1	企业介绍	142
8.2.2 主要产品介绍	143	8.2.3	岩浆数码推出国内首款JAVA体育游戏	143
8.2.4 岩浆数码的转型之路及终端商业模式	144	8.3	联合众志软件(成都)有限公司	145
8.3.1 企业介绍	145	8.3.2	联合众志主要手机游戏介绍	146
8.3.3 联合众志软件公司倒下之痛	146	8.4	扬讯科技	148
8.4.1 企业介绍	148	8.4.2	扬讯科技的竞争优势	149
8.4.3 2007年扬讯科技揽获光荣称号	149	8.5	其他手机游戏企业介绍	150
8.5.1 雅讯天地	150	8.5.2	道隆科技	151
8.5.3 羽蛇科技	152	8.5.4	北京天际互动	154
8.5.4 北京天际互动	154	第九章	手机游戏风险分析及发展前景	154
9.1 手机游戏风险分析	154	9.1.1	手机游戏吸引力评估	154
9.1.2 手机游戏面临的机遇	155	9.1.3	手机游戏面临的挑战	156
9.1.4 手机游戏正处于低谷	157	9.1.5	移动搜索手机游戏和无线广告升温	158
9.1.6 并购是手机游戏未来的发展主流	158	9.1.7	手机游戏成为投资热点	159
9.1.8 手机游戏价值、风险并存	160	9.2	手机游戏前景分析	160
9.2.1 手机游戏发展趋势	160	9.2.2	2008年手机网游将带领手机游戏前进	163
9.2.3 全球手机游戏市场快速增大	164	9.2.4	中国手机游戏市场规模呈现上升趋势	165
9.2.5 手机游戏发展将引来“春天”	167	9.2.6	手机游戏营销推广模式发展	168
9.2.6 手机游戏营销推广模式发展	168	图表目录	图表 1	
手机游戏的平台以及主推的厂商	10	图表 2	手机游戏按表现形式分类	10
手机游戏的分类	10	图表 4	手机游戏产业链构成图	12
2004-2008年美国手机游戏市场收入规模	24	图表 6	各游戏品种开发方向的区别	49
2000-2010年全球手机游戏收入情况(单位:亿美元)	63	图表 8		
2003-2008年全球手机游戏市场用户规模	64	图表 9		
2003-2008年中国手机游戏市场收入规模预测	65	图表 10		
2001-2008年中国手机游戏用户规模	65	图表 11	消费者性别分布	66
消费者文化程度分布	66	图表 13	消费者收入程度分布	67
消费者收入程度分布	67	图表 14	消费者使用的手机品牌分布	67
消费者第一次接触手机游戏时间分布	68	图表 16	消费者使用手机游戏的目的	69
消费者使用手机游戏的目的	69	图表 17	消费者喜欢手机游戏类型	69
消费者喜欢手机游戏类型	69	图表 18	消费者使用手机游戏的关注点	70
消费者使用手机游戏的关注点	70	图表 19	消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的优势	71
消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的优势	71	图表 20	消费者使用手机游戏的频率分布	71
消费者使用手机游戏的频率分布	71	图表 21	消费者使用手机游戏的时间及地点分布	71
消费者使用手机游戏的时间及地点分布	71	图表 22	消费者使用手机游戏的单次持续时间	72
消费者使用手机游戏的单次持续时间	72	图表 23	消费者使用同一款手机游戏的时间	73
消费者使用同一款手机游戏的时间	73	图表 24	消费者获得手机游戏的途径	73
消费者获得手机游戏的途径	73	图表 25	游戏公司知名度对于消费者选择手机游戏的影响	74
游戏公司知名度对于消费者选择手机游戏的影响	74	图表 26	消费者对各国游戏厂商的关注程度	74
消费者对各国游戏厂商的关注程度	74	图表 27	消费者最喜欢的国外手机游戏公司	75
消费者最喜欢的国外手机游戏公司	75	图表 28	消费者最喜欢的中国手机游戏公司	75
消费者最喜欢的中国手机游戏公司	75	图表 29	消费者对付费网络游戏月花费的心理价位(含上网费)	76
消费者对付费网络游戏月花费的心理价位(含上网费)	76	图表 30	使用过付费手机游戏的消费者比例	76
使用过付费手机游戏的消费者比例	76	图表 31	消费者每月能够接受的手机网络游戏费用	
消费者每月能够接受的手机网络游戏费用				

77图表 32	消费者最希望的付费方式	78图表 33	消费者最希望的付费模式	78图表 34	消费者最希望手机网络游戏的付费模式
79图表 35	消费者选择手机游戏的原因	80图表 36	消费者根据媒体游戏评测选择游戏的态度	80图表 37	消费者在游戏中碰到难关的解决方式
81图表 38	消费者对于汉化国外精品游戏的态度	81图表 39	消费者认为目前单机游戏急需改进的方面	82图表 40	使用手机游戏以后影响消费者购买游戏的因素
82图表 41	使用手机网络游戏的消费者比例	83图表 42	消费者使用过手机网络游戏的数量	83图表 43	手机游戏消费者选择的手机包月业务类型
83图表 44	消费者介绍朋友使用手机网络游戏的态度	84图表 45	消费者身边使用手机网络游戏的的朋友数量	84图表 46	导致消费者离开一款手机网络游戏的原因
85图表 47	消费者喜欢网络游戏的类型	85图表 48	消费者对游戏中提供工会的态度	86图表 49	消费者对游戏中提供工会的态度
86图表 50	2007年移动通信及终端设备行业经济指标统计	91图表 51	2007年移动通信及终端设备行业前五省区企业数量排名	92图表 52	2007年移动通信及终端设备行业前五省区工业总产值排名
92图表 53	2007年移动通信及终端设备行业前五省区资产总计排名	92图表 54	2007年移动通信及终端设备行业前五省区销售收入排名	93图表 55	2007年移动通信及终端设备行业前五省区利润总额排名
93图表 56	2006年中国移动通信及终端设备经济指标统计	94图表 57	2006年移动通信及终端设备行业前五省区企业数量排名	95图表 58	2006年移动通信及终端设备行业前五省区工业总产值排名
95图表 59	2006年移动通信及终端设备行业前五省区资产总计排名	95图表 60	2006年移动通信及终端设备行业前五省区销售收入排名	96图表 61	2006年移动通信及终端设备行业前五省区利润总额排名
96图表 62	2004-2007年中国移动通信终端产品出货量规模与增长	97图表 63	2007年中国移动通信终端产品出货量品牌结构	98图表 64	2008-2010年中国移动通信终端产品出货规模与增长预测
99图表 65	2002-2007年中国手机产量统计	103图表 66	2002-2007年中国手机产量统计	103图表 67	2007年中国手机月度产量统计
104图表 68	2007年中国手机月度产量趋势图	104图表 69	2007年中国各区域手机产量统计	104图表 70	2006年中国各省市手机产量统计
105图表 71	2007年中国各省市手机产量统计	105图表 72	2002-2007年北京市手机产量统计	106图表 73	2007年北京市手机产量月度统计
106图表 74	2002-2007年天津市手机产量统计	107图表 75	2007年天津市手机产量月度统计	107图表 76	2002-2007年内蒙古手机产量统计
108图表 77	2007年内蒙古手机产量月度统计	108图表 78	2002-2007年辽宁手机产量统计	109图表 79	2007年辽宁手机产量月度统计
109图表 80	2002-2007年上海手机产量统计	109图表 81			

2007年上海手机产量月度统	110图表	82	2002-2007年江苏手机产量统计	110图表	83
2007年江苏手机产量月度统	111图表	84	2002-2007年浙江手机产量统计	111图表	85
2007年浙江手机产量月度统	112图表	86	2002-2007年福建手机产量统计	112图表	87
2007年福建手机产量月度统	113图表	88	2002-2007年山东手机产量统计	113图表	89
2007年山东手机产量月度统	114图表	90	2002-2007年湖北手机产量统计	114图表	91
2007年湖北手机产量月度统	115图表	92	2002-2007年广东手机产量统计	115图表	93
2007年广东手机产量月度统	116图表	94	2002-2007年贵州手机产量统计	116图表	95
2007年贵州手机产量月度统	117图表	96	2005-2007年广西手机产量统计	117图表	97
2007年广西手机产量月度统	118				

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/2679226792.html>