

中国女性向游戏市场现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）

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《中国女性向游戏市场现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/577136.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

女性向游戏是专门针对女性用户研发或包含较多女性喜爱元素的游戏，其特点是以女性需求为设计核心，游戏题材受女性欢迎，且游戏中女性用户比重较大。

在我国，女性向游戏可以根据的用户心理诉求的不同可分成消除融合、休闲换装RPG、女尊成长、拟真养宠、乙女恋爱、群像育成以及偶像养成等7个种类。

资料来源：观研天下整理

1、游戏用户规模进入存量市场，女性玩家比重上升

2021年是我国游戏行业发展较为艰难的一年。一方面，游戏版号停发，国内不少的头部游戏公司被迫砍掉了部分项目，甚至直接裁员，还有部分中小型游戏公司直接关停；另一方面，“未成年人防沉迷新规”发布，也给游戏行业带来了一定的冲击。2021年我国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，同比增长6.40%，增速较去年下降了近15个百分点。

除此之外，在当前我国人口红利逐渐消失（2020年国内出生率首次跌破1%），互联网用户规模趋于饱和（截至去年9月，中国移动互联网月活用户已经达到11.67亿）的情况下，2021年，我国游戏用户规模增速急剧放缓，游戏用户规模开始进入存量市场。据数据显示，2021年，中国游戏用户规模达6.66亿人（其中移动游戏用户规模6.56亿），同比增长仅0.22%。

数据来源：中国音数协游戏工委

在我国游戏用户规模增长乏力，未成年玩家逐渐流失，男性玩家几乎渗透率到顶点的情况下，我国女性玩家的比重则是逐年递增。因此近几年我国女性向游戏得到了较快的发展。

数据来源：中国音数协游戏工委

2、女性向游戏市场快速发展，但游戏玩法单一，同质化严重

2017年《恋与制作人》横空出世，成为我国第一款现象级的女性向手游，游戏上线一个月之内，安装数量达到近千万，日活跃用户数达到200万以上，最高单日流水超过2000万元。此后，国内许多游戏厂商看到了女向游戏市场的前景，纷纷切入市场，我国女性向游戏市场得到快速发展。据数据统计，2016-2020年，我国女性游戏市场销售收入呈现逐年递增态势，其中2020年我国女性游戏市场销售收入达530.48亿元，同比增长47.15%。而且，据不完全统计，已经公布计划将在2022年上线的女性向游戏已超过20款，腾讯、网易、米哈游、朝夕光年等游戏厂商悉数在场。

数据来源：中国音数协游戏工委

尽管目前我国女性向游戏市场销售收入在快速增长，但是其占我国移动游戏市场总销售收入

还在25%左右，而我国移动游戏女性玩家占比达到46.9%，因此我国女性向游戏的市场份额提升空间较大。

就我国女性向游戏用户年龄来看，目前中青年女性是主要玩家。其中49%的女性手游玩家年龄在25岁以下，主要是大学生甚至中学生；其次便是26-35岁群体，占比37.4%，主要是上班族或全职太太。

数据来源：公开资料整理

对于我国女性向游戏消费者来说，她们对于游戏的需求主要有三点：情感、审美、陪伴。

中国女性向游戏消费者需求情况

种类

内容

情感的需求

大部分女性玩家对游戏中的虚拟世界有着强烈的情感代入，进而对同处虚拟世界的其他玩家容易产生情感联系。因此，女性玩家对游戏中的互动性有较高要求，包括剧情的走向、人设的真实、玩家间的社交运营等。

审美的需求

女性玩家对游戏的画面细节、人物服装、音乐音效等设计有较高的关注度，这也是越来越多的女性向游戏开始追求多语种全程配音的原因。

陪伴的需求

多数女性玩家享受收集和养成的过程，即使是在重度RPG游戏中，她们也会在生活生产和宠物玩法系统上投入大量时间。

资料来源：观研天下整理

而目前，行业内的大部分企业为了满足玩家的这些需求，基本上都是依靠宫廷剧情、恋爱元素、换装搭配、精美页面等支撑游戏，纵观市场上的女性向手游，也几乎全部是恋爱或养成游戏，玩法单一且局限，同质化现象严重。而这种重复的套路很难做到长线运营，容易让玩家疲惫从而丧失新鲜感。

中国部分女性向游戏厂商、类别、评分情况

产品

厂商

分类

TapTap评分

此生无白

友谊时光

古风、RPG、换装、养成

8.0

少女的王座

星辉游戏

二次元，乙女、RPG.换装

6.4

一千克拉女王

三七互娱

现代、乙女、养成

5.8

灵猫传

朝夕光年

古玦、乙女、模拟经营

7.9

偶像梦幻祭2

(元气偶像季2)

乐元素

现代、乙女、养成、音游

8.2

时空中的绘旅人

网易

架空、乙女、养成

8.4

浮生为卿歌

友谊时光

古风、RPG.、换装、养成

6.9

资料来源：观研天下整理

据不完全统计，在2020年发布的24款女性向游戏中，就有22部为恋爱乙游。

而且，尴尬的是，在恋爱元素这一门类上我国女性向游戏似乎进入了人才和创意资源赶不上投资节奏的时期。一些资深女性向游戏玩家表示新游戏里角色的人设、画风、配音、台词总是似曾相识，甚至可以说总是由《恋与制作人》的五个男主裂变而来。

除此之外，行业CV人才的限制也较为严重。在日本的知名CV一抓一大把，相比之外，我国CV，有名顶尖就那几个，而且那几个人还因为承包了电视剧配音的半壁江山，从而导致大众更容易产生听觉疲劳。

3、女性向游戏赛道变宽，产品将多元化发展

面对同质化这一问题，行业两大巨头企业腾讯和网易已经开始走差异化道路，但效果并不理想。2022年年初，腾讯推出一款娱乐圈题材女性向游戏《璀璨星途》，玩法倾向于经营和偶像养成。其内测TapTap评分8分，但正式上线之后却跌至6.6分。而网易抢在腾讯之前发布的，且撞娱乐圈题材的新作《绝对演绎》，其TapTap的评分仅为6.2分。

然而值得注意的是，此次这两款女性向手游并没有像以往一样主打恋爱元素，游戏的题材也同时转变为对于娱乐圈的探讨。在《璀璨星途》里，玩家需在游戏里谈资源、跑通告、伺候艺人当金牌经纪人；在《绝对演绎》里，要磨练演技当女明星。而且，2021年发布的多款女性向游戏也都呈现出这一特征：与男主的恋爱戏减少了，女主“傻白甜”人设发生改变，其智商和事业心提高了。这体现出我国当代女性玩家的口味开始发生了转变，而造成这一变化的原因主要是时代价值观发生了改变，当代女性对独立身份的这一诉求愈发强烈，且越来越多的女性对事业也有着愈发强烈的追求。

伴随着时代价值观的改变，我国女性向游戏赛道也正在变宽，未来我国女性向游戏将垂直多元化发展，这将体现在游戏的玩法和内容上。内容上，游戏中玩家扮演的角色将是更为独立、自强、更具个性的存在；玩法上，女性向游戏的玩法将不再是扎堆恋爱养成类，而是融入射击、战术、解谜等更为多元的玩法。（LQM）

观研报告网发布的《中国女性向游戏市场现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国女性向游戏行业发展概述

第一节 女性向游戏行业发展情况概述

一、女性向游戏行业相关定义

二、女性向游戏行业基本情况介绍

三、女性向游戏行业发展特点分析

四、女性向游戏行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、女性向游戏行业需求主体分析

第二节 中国女性向游戏行业生命周期分析

一、女性向游戏行业生命周期理论概述

二、女性向游戏行业所属的生命周期分析

第三节 女性向游戏行业经济指标分析

一、女性向游戏行业的赢利性分析

二、女性向游戏行业的经济周期分析

三、女性向游戏行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球女性向游戏行业市场发展现状分析

第一节 全球女性向游戏行业发展历程回顾

第二节 全球女性向游戏行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲女性向游戏行业地区市场分析

一、亚洲女性向游戏行业市场现状分析

二、亚洲女性向游戏行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲女性向游戏行业市场前景分析

第四节 北美女性向游戏行业地区市场分析

一、北美女性向游戏行业市场现状分析

二、北美女性向游戏行业市场规模与市场需求分析

三、北美女性向游戏行业市场前景分析

第五节 欧洲女性向游戏行业地区市场分析

- 一、欧洲女性向游戏行业市场现状分析
- 二、欧洲女性向游戏行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲女性向游戏行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界女性向游戏行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球女性向游戏行业市场规模预测

第三章 中国女性向游戏行业产业发展环境分析

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 我国宏观经济环境对女性向游戏行业的影响分析

第三节 中国女性向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
- 三、主要行业标准

第四节 政策环境对女性向游戏行业的影响分析

第五节 中国女性向游戏行业产业社会环境分析

第四章 中国女性向游戏行业运行情况

第一节 中国女性向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
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国女性向游戏行业市场规模分析

- 一、影响中国女性向游戏行业市场规模的因素
- 二、中国女性向游戏行业市场规模
- 三、中国女性向游戏行业市场规模解析

第三节 中国女性向游戏行业供应情况分析

- 一、中国女性向游戏行业供应规模

二、中国女性向游戏行业供应特点

第四节中国女性向游戏行业需求情况分析

一、中国女性向游戏行业需求规模

二、中国女性向游戏行业需求特点

第五节中国女性向游戏行业供需平衡分析

第五章 中国女性向游戏行业产业链和细分市场分析

第一节中国女性向游戏行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、女性向游戏行业产业链图解

第二节中国女性向游戏行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对女性向游戏行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对女性向游戏行业的影响分析

第三节我国女性向游戏行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国女性向游戏行业市场竞争分析

第一节中国女性向游戏行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国女性向游戏行业竞争现状分析

一、中国女性向游戏行业竞争格局分析

二、中国女性向游戏行业主要品牌分析

第三节中国女性向游戏行业集中度分析

一、中国女性向游戏行业市场集中度影响因素分析

二、中国女性向游戏行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国女性向游戏行业模型分析

第一节中国女性向游戏行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国女性向游戏行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国女性向游戏行业SWOT分析结论

第三节中国女性向游戏行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国女性向游戏行业需求特点与动态分析

第一节中国女性向游戏行业市场动态情况

第二节中国女性向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

第三节女性向游戏行业成本结构分析

第四节女性向游戏行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国女性向游戏行业价格现状分析

第六节中国女性向游戏行业平均价格走势预测

- 一、中国女性向游戏行业平均价格趋势分析
- 二、中国女性向游戏行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国女性向游戏行业所属行业运行数据监测

第一节中国女性向游戏行业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

第二节中国女性向游戏行业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

第三节中国女性向游戏行业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 2018-2022年中国女性向游戏行业区域市场现状分析

第一节中国女性向游戏行业区域市场规模分析

影响女性向游戏行业区域市场分布的因素

中国女性向游戏行业区域市场分布

第二节中国华东地区女性向游戏行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区女性向游戏行业市场分析
 - (1) 华东地区女性向游戏行业市场规模
 - (2) 华南地区女性向游戏行业市场现状
 - (3) 华东地区女性向游戏行业市场规模预测

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、华中地区女性向游戏行业市场分析

- (1) 华中地区女性向游戏行业市场规模
- (2) 华中地区女性向游戏行业市场现状
- (3) 华中地区女性向游戏行业市场规模预测

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、华南地区女性向游戏行业市场分析
 - (1) 华南地区女性向游戏行业市场规模
 - (2) 华南地区女性向游戏行业市场现状
 - (3) 华南地区女性向游戏行业市场规模预测

第五节 华北地区女性向游戏行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区女性向游戏行业市场分析
 - (1) 华北地区女性向游戏行业市场规模
 - (2) 华北地区女性向游戏行业市场现状
 - (3) 华北地区女性向游戏行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区女性向游戏行业市场分析
 - (1) 东北地区女性向游戏行业市场规模
 - (2) 东北地区女性向游戏行业市场现状
 - (3) 东北地区女性向游戏行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区女性向游戏行业市场分析
 - (1) 西南地区女性向游戏行业市场规模
 - (2) 西南地区女性向游戏行业市场现状
 - (3) 西南地区女性向游戏行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区女性向游戏行业市场分析

- (1) 西北地区女性向游戏行业市场规模
- (2) 西北地区女性向游戏行业市场现状
- (3) 西北地区女性向游戏行业市场规模预测

第十一章 女性向游戏行业企业分析（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、公司优势分析

.

第十二章 2022-2029年中国女性向游戏行业发展前景分析与预测

第一节中国女性向游戏行业未来发展前景分析

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

第二节中国女性向游戏行业未来发展趋势预测

第三节中国女性向游戏行业规模发展预测

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

第四节中国女性向游戏行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国女性向游戏行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国女性向游戏行业进入壁垒分析

- 一、女性向游戏行业资金壁垒分析
- 二、女性向游戏行业技术壁垒分析
- 三、女性向游戏行业人才壁垒分析
- 四、女性向游戏行业品牌壁垒分析
- 五、女性向游戏行业其他壁垒分析

第二节女性向游戏行业风险分析

- 一、女性向游戏行业宏观环境风险
- 二、女性向游戏行业技术风险
- 三、女性向游戏行业竞争风险
- 四、女性向游戏行业其他风险

第三节中国女性向游戏行业存在的问题

第四节中国女性向游戏行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国女性向游戏行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国女性向游戏行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国女性向游戏行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节女性向游戏行业营销策略分析

- 一、女性向游戏行业产品营销
- 二、女性向游戏行业定价策略
- 三、女性向游戏行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/577136.html>