

2006年中国手机游戏市场研究报告

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《2006年中国手机游戏市场研究报告》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/hulianwang/2738427384.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8000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

报告摘要移动电话用户规模及预测 2004年底，中国移动电话用户的数量已经达到了3.3482亿人，25.9部/百人，全年新增移动电话用户6487.1万，创下近年来新增移动用户数量的新高，且增长率也达到24.14%。如今，在全球新增用户中，有30%的用户在中国，我国已成为令全球瞩目的最大的移动通信市场。2005年，我国的移动通信市场还将保持持续快速增长的态势，新增移动用户数量有望保持在6000万左右。当前虽然我国的移动用户总数已达到3.34亿，但普及率仅为25.9%，市场还远未饱和，移动通信在中西部与农村地区有很大的发展潜力。据预测，到2006年我国移动电话用户将达到4.56亿人，年平均增长率为16%。到2010年，中国移动用户将达到6.865亿户。移动电话用户的庞大规模，为移动通信市场数据业务的发展提供了良好的市场基础。

2003~2010年中国移动电话用户数规模及预测手机游戏产业链分析 从手机游戏的开发到为手机用户提供服务，这个过程需要多种公司的参与。其中，做VM(Virtual machine)、J2ME(Java 2 Micro Edition)、BREW等手机游戏下载及运行平台的公司向移动通信运营商、手机制造商、手机游戏开发商提供游戏平台或SDK(Software Developer Kit)。手机游戏开发商自行开发手机游戏或将已有的知名游戏移植到手机终端上，此外手机游戏开发商还通过移动通信运营商或户网站、SP提供游戏服务，并且根据下载次数收取一定的费用并与相关合作方分配收入，有时也采用收取授权使用费或卖断使用权和版权的方式。

手机游戏产业链结构

手机游戏产业链的比较突出的特性是：手机游戏涉及到了终端产品生产厂商，与其的合作也更紧密。手机游戏的产业链强调如何将游戏服务更有效的传递给最终用户，而传统游戏则强调渠道的销售能力。此外，在手机网络游戏中，网络环境的好坏、对用户的注册、管理、代收费等等，都由电信运营商负责，这也形成了其在产业链中占主导地位的事实。对移动运营商而言，虽然目前手机游戏仅仅还是电信移动数据增值业务中的一项业务，但伴随着中国移动GPRS和中国联通CDMA1X数据业务的深入开展，手机游戏业务被认为是2.5G数据业务的一个重要的应用领域，这种发挥2.5G特长的业务对于移动和联通应对发展强势的小灵通业务，不啻是最佳的武器。相对于短信而言，联网手机游戏业务的启动给移动运营商带来的流量增幅更是可以预期的，美通一款互动型短信游戏曾经创造了一个用户单月发送短信超过1万条的奇迹，如今，在多媒体的强大表现力下，互动性极强的手机网络游戏更是可以给GPRS增量不少。可以预料，随着手机网络游戏的推出和逐步成熟，分别以宽带运营商和移动运营商牵头的PC网络游戏和手机网络游戏之间必将围绕用户掀起一轮以产业链为单位的竞争。而这种竞争的结果将是中国游戏产业的新一轮新的迅速增长。手机游戏产品市场规模2003年中国手机游戏市场规模为3.07亿,随着整个产业对手游戏的重视,游戏被列入国家863计划,2004年手机游戏取得较快的发展,2004年全年手机游戏市场实现8.84亿的产值。据预计,随着WAP和KJAVA/BREW等游戏业务的进一步成熟,2005年国内手机游戏市场规

模将达到13.28亿，比2004年增长56.7%；2006年手机游戏市场将增长到22.84亿，比2005年增长71.9%。手机游戏市场规模及预测 对比SMS各业务的成长曲线，可以看到，2004年前由于其他增值业务发展还不成熟，SMS手机游戏业务是主要以SMS为主。

2005年以后，WAP、KAVA/BREW的成熟，而WAP、KAVA/BREW游戏比SMS更具有游戏，增长非常迅速，在SMS以外手机游戏业务增长的拉动下，手机游戏整体市场增长比较快。2005年以后SMS手机游戏业务增长下滑，估计到2007年，WAP业务的游戏收入要超过SMS游戏业务的收入。正文目录第一章手机游戏产业发展环境 1.1

中国移动通信产业迅速发展 1.1.1 移动电话用户规模及预测 1.1.2

移动通信业务市场规模及预测 1.1.3 移动增值业务市场规模 1.2 中国游戏产业发展日趋成熟

1.2.1 游戏产业构成 1.2.2 游戏产业分类及特点 第二章 手机游戏概述与分类 2.1

手机游戏概述 2.1.1 手机游戏的定义 2.1.2 手机游戏的特点 2.2 手机游戏的分类 2.2.1

按游戏运营特征分类 2.2.2 按游戏内容特征分类 第三章 手机游戏业务市场分析 3.1

手机游戏产业链分析 3.2 手机游戏的商业模式 3.2.1 短信类手机游戏商业模式 3.2.2

WAP、JAVA/BREW类手机游戏商业模式 3.3 手机游戏发展问题分析 3.3.1 平台统一的问题

3.3.2 手机机能的制约 3.3.3 下载过程过于复杂 3.3.4 行业推广力度不够 3.3.5

手机价格的问题 3.3.6 游戏品质参差不齐 3.4 2004年国内手机游戏业市场 第四章

手机游戏市场规模及预测 4.1手机游戏产品市场规模 4.2细分游戏产品市场规模 4.2.1

短信游戏市场规模及预测 4.2.2 WAP游戏市场规模及预测 4.2.3

KJAVA/Brew游戏市场规模及预测 第五章 运营商手机游戏业务发展分析 5.1

JAVA和BREW的介绍 5.2 JAVA和BREW的比较 4.3 JAVA及BREW的市场动态 4.3.1

中国移动JAVA方面 4.3.2 中国联通BREW方面 第六章 SP手机游戏业务竞争分析 6.1

短信类手机游戏主要SP竞争分析 6.2 WAP类手机游戏SP竞争分析 6.2.1 WAP游戏在

WAP门户产品上收入分析 6.2.2 WAP游戏在WAP 门户产品上的效益分析 6.2.3 主要SP

WAP游戏产品收入排名 6.3 JAVA类手机游戏SP竞争分析 图表目录图表 1

12003~2010年中国移动电话用户数规模及预测 图表 1 2

2004-2010中国移动通信市场收入及ARPU预测 图表 1 3 移动增值业务市场规模及预测 图表

1 4一般游戏产业的构成 图表 1 5 游戏产业的分类 图表 1 6街机游戏产业结构 图表 1

7不同时代Vedio游戏机的类型 图表 1 8网络游戏相关企业的分工 图表 1 9

网络游戏产业链的盈利模式 图表 2 1文字类手机游戏分类 图表 2 2图形类手机游戏分类

图表 2 3 经典的嵌入式手机游戏 图表 2 4 经典的JAVA手机游戏 图表 3 1

手机游戏产业链结构 图表 4 1手机游戏市场规模及预测 图表 4 2手机游戏市场成长曲线

图表 4 3 SMS游戏市场规模及预测 图表 4 4 WAP 游戏市场规模及预测 图表 4 5

2004年8月-2005年2中国联通WAP游戏市场规模 图表 4 6中国联通WAP游戏细分栏目收入

图表 4 7 KJAVA/BREW游戏业务规模及预测 图表 5 1 JAVA与BREW的比较 图表 5 2

中国移动棋牌类手机游戏示例 图表 5 3 中国移动益智类手机游戏示例 图表 5

4中国移动动作类手机游戏示例 图表 5 5 中国移动体育运动类手机游戏示例 图表 5
6中国移动杂类手机游戏示例 图表 5 7中国联通棋牌体育类手机游戏示例 图表 5
8中国联通益智类手机游戏示例 图表 5 9中国联通冒险类手机游戏示例 图表 6 1
2004年短信类手机游戏SP市场份额排名 图表 6 2中国移动WAP细分业务收入结构 图表 6
3中国联通WAP细分业务收入结构 图表 6 4 WAP 门户细分内容分布 图表 6 5
2004年WAP类手机游戏SP市场份额排名 图表 6 6 2004年JAVA类手机游戏SP市场份额排名

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/2738427384.html>