

2018-2023年中国手游产业市场竞争现状调查与投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国手游产业市场竞争现状调查与投资发展趋势研究报告》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/youxi/307594307594.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

从目前安卓渠道的情况来看，应用宝和硬核联盟是最大的两个渠道。这两个渠道的共同特征是用户分布广，十分适合大众类的产品，特别细分比如核心二次元类，不一定能靠此类渠道发行的很好。

腾讯渠道除了开放的应用宝以外，相对封闭的手机QQ和微信也是非常重要的渠道。根据统计数据，过去三年，手Q一共代理了20多款第三方游戏，占比60%；微信一共代理了40多款游戏，占比50%。因此，无论是应用宝还是手Q、微信，如果能有很好的渠道关系，尤其是手Q和微信，基本等于成功了一大半。虽然手Q和微信基本要求独代并高分成（根据行业地位，知名厂商可能分到最高30%，一般厂商分成几个点到二十个点都有可能），但由于手Q和微信用户量巨大，对流水的拉动作用过于明显，交给腾讯独代低分成收益可能还是好于自己发行的低流水状态，因此对于大多厂商而言，被腾讯选中就是一种成功的象征。

图：手机QQ、微信游戏分布

从资源上来看，腾讯的资源“自然是极好的”，无论是用户量大小、游戏业务矩阵、广告资源矩阵都是目前其他厂商不可比拟的。目前腾讯的独代产品，在手Q和微信上都能占到一半的比例，表现好的产品得到的资源也十分丰盛，目前排名前五的《天龙八部》手游也是腾讯独代产品。分成上，腾讯一般为渠道后分成模式，独代产品目前在腾讯最高可分到30%左右，根据产品表现不同分成比例有所不同。腾讯平台的助力会把好产品的优势进一步放大，如《天龙八部》Q2上线后一直排名前五，给研发商畅游带来了超预期的收益：畅游Q2网络游戏收入为1.22亿美元，同比增长23%，环比增长43%，同比和环比增长主要是由于经典版《天龙八部》手游于第二季度成功上线，表现优异。腾讯在《天龙八部》上线后承担了所有的发行和推广工作和费用。

图：腾讯重点产品的MAU情况（单位：百万，QQ、QQ空间为合并PC计算）

图：腾讯手游业务矩阵（简要）

表：腾讯手游分成模式

图：腾讯主要广告体系--广点通

图：腾讯主要广告体系--智慧推

而硬核联盟过去三年成长迅猛，目前已经成为安卓端比肩应用宝的最大渠道，且其硬件出货量已经占到整个安卓端75%份额，占到所有智能机出货量的50%，是名副其实的第一大硬件联盟。目前硬核联盟对于重要产品，有统一推荐的政策，如果有良好的渠道关系，对于发行商是非常有利的。

图：硬核联盟体系主要情况

表：国内智能手机出货量占比情况

表：安卓渠道活跃用户覆盖率

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2023年中国手游产业市场竞争现状调查与投资发展趋势研究报告》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。

第一章手游行业市场情况综述

1.1手游行业市场发展概况

1.1.1手游行业发展历程

- （1）萌芽时期百花齐放
- （2）发行商、渠道商脱颖而出
- （3）传统巨头强势介入
- （4）发行渠道天平倾斜
- （5）进入产业链完善阶段

1.1.2手游行业市场规模

中国手游市场规模走势

1.1.3手游行业用户规模

1.1.4手游行业产品分类

1.2手游行业竞争情况分析

1.2.1手游行业产品数量分析

1.2.2手游行业竞争格局分析

1.2.3手游行业类型竞争格局

- （1）按设备数量分类
- （2）按游戏内容分类

1.2.4手游行业竞争焦点分析

1.3 手游行业政策环境分析

1.3.1 手游行业监管体系分析

1.3.2 手游行业法律法规分析

(1) 文化产业政策

(2) 简化审核程序

(3) 保护知识产权

(4) 主机市场解禁

(5) 资本市场规范

1.3.3 手游行业发展规划分析

(1) 建立应用软件黑名单

(2) 将出台手游审批新政策

(3) 打击网络游戏侵权行为

1.4 手游行业产业环境分析

1.4.1 智能手机行业发展分析

1.4.2 无线网络行业发展分析

(1) 无线网络发展优势

(2) 无线网络发展方向

1.4.3 端游行业发展分析

(1) 端游用户数量分析

(2) 端游市场销售收入分析

(3) 端游市场占有率分析

(4) 端游类型分布情况

1.4.4 页游行业发展分析

(1) 页游用户数量分析

(2) 页游市场销售收入分析

(3) 页游市场占有率分析

1.5 手游行业盈利模式分析

1.5.1 一次性下载付费模式分析

1.5.2 增值服务收费模式分析

1.5.3 内置广告盈利模式分析

1.5.4 盈利模式创新思路分析

1.6 手游产品生命周期分析

1.6.1 手游生命周期理论分析

(1) 引入期/测试期：搜索为玩家获取信息的主要方式之一

(2) 成长期：营销推广带来波浪式上升

(3) 成熟期：核心玩家不断增加

(4) 衰退期：玩家分流推广减弱

1.6.2 手游生命周期现状分析

1.6.3 手游生命周期延长要点

(1) 把握社交元素

(2) 开发者侧重点

(3) 4G延长手游生命周期

1.6.4 手游生命周期最终走向

第二章"山寨模式"成功率提升策略

2.1 山寨手游整体情况分析

2.1.1 "山寨模式"概念分析

2.1.2 山寨手游整体数量分析

2.1.3 山寨手游研发成本分析

2.1.4 山寨手游成功概率分析

2.1.5 山寨手游应用特点分析

2.1.6 山寨手游生命周期分析

2.1.7 山寨手游整体经营情况

2.2 山寨模式创作优劣势分析

2.2.1 山寨模式创作优势分析

2.2.2 山寨模式创作劣势分析

2.3 山寨手游主要模式分析

2.3.1 名称抄袭模式分析

2.3.2 玩法抄袭模式分析

2.3.3 题材抄袭模式分析

2.4 山寨模式成功案例剖析

2.4.1 豪腾嘉科《疯狂猜图》案例剖析

2.4.2 腾讯《天天爱消除》案例剖析

2.4.3 腾讯《天天酷跑》案例剖析

2.4.4 KETChapp《2048》案例剖析

2.5 山寨手游成功率提升策略

2.5.1 山寨模式成功手游共性分析

2.5.2 山寨模式成功要点分析

2.5.3 山寨模式成功率提升策略

2.6 山寨模式应用前景及投资分析

2.6.1山寨模式应用前景分析

2.6.2山寨模式投资分析

第三章"热门题材移植"模式成功率提升策略

3.1热门题材移植手游市场表现分析

3.1.1热门题材移植手游整体数量分析

3.1.2热门题材移植手游成功概率分析

3.1.3热门题材移植手游产品市场表现情况

3.1.4热门题材移植手游研发成本分析

3.1.5热门题材移植手游研发周期分析

3.1.6热门题材移植手游应用特点分析

3.1.7热门题材移植手游生命周期分析

3.2热门题材移植模式创作优劣势分析

3.3热门题材移植主要模式分析

3.3.1热门端游、页游移植模式分析

3.3.2热门网络小说移植模式分析

3.3.3热门影视产品移植模式分析

3.4热门题材移植模式成功案例剖析

3.4.1触控科技《捕鱼达人》案例剖析

3.4.2乐动卓越《我叫MTonline》案例剖析

3.4.3Playcrab《大掌门》案例剖析

3.5热门题材移植模式应用前景分析

3.5.1热门题材移植模式投资可持续性分析

3.5.2热门题材移植模式面临主要问题分析

3.5.3热门题材移植模式投资前景调研预测分析

3.6热门题材移植手游成功率提升策略

3.6.1热门题材移植模式成功手游共性分析

3.6.2热门题材移植模式成功要点分析

3.6.3热门题材移植模式成功率提升策略

3.7热门题材移植手游投资建议

3.7.1热门题材移植模式投资前景分析

3.7.2热门题材移植模式投资建议

第四章"炒作"模式成功率提升策略

4.1"炒作"模式介绍

- 4.1.1“炒作”模式概念分析
- 4.1.2“炒作”模式的条件
- 4.1.3“网络炒作”方法
- 4.2“炒作”模式整体情况分析
 - 4.2.1炒作式手游市场调研
 - 4.2.2炒作式手游成功概率分析
 - 4.2.3炒作式手游整体经营情况
- 4.3“炒作”模式发展优劣势分析
 - 4.3.1“炒作”模式发展优势分析
 - 4.3.2“炒作”模式发展劣势分析
- 4.4“炒作”模式成功案例剖析
 - 4.4.1游族网络《萌江湖》案例剖析
 - 4.4.2SQUARE-ENIX《百万亚瑟王》案例剖析
 - 4.4.3莉莉丝游戏《刀塔传奇》案例剖析
- 4.5“炒作”模式成功率提升策略
 - 4.5.1“炒作”模式成功手游共性分析
 - 4.5.2“炒作”模式成功要点分析
 - 4.5.3炒作”模式成功率提升策略
- 4.6炒作”模式应用前景及投资建议
 - 4.6.12016年手游行业炒作热点分析
 - 4.6.2“炒作”模式应用前景分析
 - 4.6.3“炒作”模式投资分析

第五章“精品打造”模式手游成功率提升策略

- 5.1精品手游市场表现分析
 - 5.1.1“精品模式”概念分析
 - 5.1.2精品手游整体情况分析
 - 5.1.3精品手游经营情况分析
 - 5.1.4精品手游成本与周期分析
 - 5.1.5精品手游成功率分析
 - 5.1.6精品手游应用特点分析
 - 5.1.7精品手游生命周期分析
- 5.2精品打造模式创作优劣势分析
 - 5.2.1精品打造模式创作优势分析
 - 5.2.2精品打造模式创作劣势分析

5.3精品打造模式成功案例剖析

5.3.1暴雪娱乐《炉石传说》案例剖析

5.3.2网易《乱斗西游》案例剖析

5.3.3畅游《天龙八部3D》案例剖析

5.4精品手游成功率提升策略

5.4.1精品打造模式成功手游共性分析

5.4.2精品打造模式成功要点分析

5.4.3精品打造模式成功率提升策略

5.5精品打造模式应用前景及投资建议

5.5.1精品打造模式行业前景调研分析

5.5.2精品打造模式投资建议

第六章“模式创新型”手游成功率提升策略

6.1创新型手游市场表现分析

6.1.1创新型手游市场整体情况分析

6.1.2创新型手游市场困境分析

6.1.3创新型手游研发周期及成本分析

6.1.4创新型手游应用特点分析

6.1.5创新型手游生命周期分析

6.2创新型模式创作优劣势分析

6.2.1创新型模式创作优势分析

6.2.2创新型模式创作劣势分析

6.3创新型手游主要模式分析

6.3.1游戏玩法创新分析

6.3.2细分市场创新分析

6.3.3营销模式创新分析

6.4创新型模式成功案例剖析

6.4.1Rovio《愤怒的小鸟》案例剖析

6.4.2广州银汉《时空猎人》案例剖析

6.4.3方寸网络《怪物X联盟》案例剖析

6.5创新型手游成功率提升策略

6.5.1创新型模式成功手游共性分析

6.5.2创新型模式成功要点分析

6.5.3创新型模式成功率提升策略

6.6创新型模式应用前景及投资建议

6.6.1创新型模式行业前景调研分析

6.6.2创新型模式投资前景分析

6.6.3创新型模式投资建议

第七章全球领先手游开发商成长经验借鉴

7.1美国EA公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2韩国NEXON公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.3日本Gungho公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.4法国Gameloft公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.5美国Glu公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.6韩国Com2uS公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.7日本开罗游戏公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.8韩国GAMEVIL公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.9美国Kabam公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.10日本Colopl公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第八章国内领先手游公司投资前景分析

8.1综合游戏开发商手游布局分析

8.1.1腾讯

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

8.1.2网易

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

8.1.3盛大

- (1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.1.4 巨人

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2 手游开发商经营情况分析

8.2.1 畅游

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.2 触控科技

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.3 广州谷得

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.4 玩蟹科技

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.5 数字天空

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.6 蓝港互动

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

8.2.7 顽石互动

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

8.2.8 慕和网络

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第九章 中国手游行业发展趋势与投资建议

9.1 手游行业发展趋势分析

- 9.1.1 手游行业精品化趋势分析
- 9.1.2 手游行业兼并重组趋势分析
- 9.1.3 手游行业融合发展趋势分析

9.2 手游行业市场趋势分析

- 9.2.1 手游行业市场规模预测
- 9.2.2 手游行业用户数量预测
- 9.2.3 手游行业付费用户数量预测
- 9.2.4 手游行业产品数量预测
- 9.2.5 手游行业产品类型预测
- 9.2.6 手游行业竞争格局预测

9.3 手游行业发展建议

- 9.3.1 手游行业投资前景
- 9.3.2 手游行业投资建议
- 9.3.3 手游企业领先建议
- 9.3.4 手游团队二次开发建议
- 9.3.5 手游企业发展建议

图表目录

图表1：手游行业产业链

图表2：2015-2017年我国手游行业市场规模及增速（单位：亿元；%）

图表3：2015-2017年我国智能手机游戏行业市场规模及增速（单位：亿元；%）

图表4：2015-2017年我国手游行业用户规模及增速（单位：亿人；%）

图表5：手游产品分类

图表6：手游产品设计经营模式分类

图表7：中国手机网络游戏研发厂商竞争格局（单位：%）

图表8：目前手机游戏主要游戏产品

图表9：排名前15位手游产品类型占比分析（按设备数量分类）（单位：%）

图表10：排名前15位单机手游产品占比分析（按国别分类）（单位：%）

图表11：2017年我国手游产品类型占比分析（按内容分类）（单位：%）

图表12：手游行业监管体系分类

图表13：2016-2017年手游行业主要政策分析

图表14：2017年手机市场份额占比分析（单位：亿部；%）

图表15：2015-2017年我国智能手机游戏行业市场规模及增速变化情况（单位：亿元；%）

图表16：无线网络速率比较（单位：Kbps；Mbps）

（GYWWJP）

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/307594307594.html>