

2019年中国移动游戏市场分析报告- 行业现状调查与未来动向研究

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《2019年中国移动游戏市场分析报告-行业现状调查与未来动向研究》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/389109389109.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

1、行业发展历程

近年来，随着移动互联网技术的快速发展以及智能手机、智能平板的兴起和不断普及，我国移动游戏行业迅速发展，并在游戏产业中占据举足轻重的地位。我国移动游戏行业经历了长达十几年的发展历程，大致可分为探索期、萌芽期、快速增长期三个阶段：第一阶段为探索期，市场表现为以单机游戏为主，手机游戏主要由手机生产商直接提供，游戏画面效果粗糙，游戏用户的体验差；第二阶段为萌芽期，表现为在iPhone、HTC、Samsung等智能触屏手机及IOS、Android 操作系统的兴起下，移动游戏商业模式进入应用商店模式，游戏产品逐渐丰富，ARPG、RPG、RPG+SLG、FPS、卡牌游戏、音乐节奏游戏等开始陆续出现；第三阶段为快速增长期，表现为4G通信技术快速发展、移动支付产业日渐完善，游戏产品数量爆发式增长，行业分工日益明确并逐步形成由研发、发行、渠道构成的产业链，同时游戏开始出口至海外市场。

2、行业发展现状

(1) 中国移动游戏市场情况

国内市场规模

在国家持续的政策鼓励，社会经济环境与游戏行业产业链条的成熟发展，移动智能设备、移动互联网的普及与技术升级推动下，国内移动游戏行业市场规模迅速扩大。据 GPC、IDC、CNG 数据分析，2017 年中国移动游戏市场实际销售收入1,161.20亿元人民币，较2016年增长41.75%，预计未来中国移动游戏行业市场规模将持续稳步增长。

2010-2017年中国移动游戏市场规模 数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）、伽马数据

在中国整体游戏市场快速发展的背景下，客户端网络游戏、网页游戏和移动游戏等主要细分市场均保持稳步增长。其中，移动网络游戏占比增长尤为显著，从2008年占中国游戏总收入的0.81%增长至2017年的57.03%，超过客户端网络游戏的市场份额，成为网络游戏行业的最大细分市场与主要增长动力。

2008-2017年端游、页游、移动游戏市场份额占比情况

数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）、伽马数据

用户规模

基于4G网络普及、用户年轻化以及细分市场深化等因素，移动游戏用户规模实现爆发式增长。据GPC、CNG以及IDC数据分析，2017年中国移动游戏用户规模达5.54亿人，较2016年增长4.92%。

2008-2017年中国移动游戏用户规模增长情况

数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）、伽马数据

(2) 海外出口市场规模

随着国内移动游戏产业规模的不断扩大，移动游戏自主研发能力的迅速提升和原创力

量的不断壮大，自主研发的移动游戏逐渐成为市场发展的重要组成部分。在国家相关部门采取了多种措施鼓励和扶持符合条件的网络游戏企业加快“走出去”步伐的良好政策推动下，移动游戏研发商和发行运营商纷纷授权海外渠道平台商，将国内优秀游戏产品推广至东南亚、韩日俄、欧美等地区，或建立海外游戏发行平台，代表企业有昆仑万维、巨人网络、易幻网络等。中国移动游戏行业海外市场得到快速发展，并随着海外游戏运营平台逐渐完善、合作方式日趋多样化，中国自主研发移动游戏的海外市场规模进一步扩大。根据GPC和CNG发布的《中国策略类移动游戏全球发展报告》，中国自主研发移动游戏海外市场自2013年始实现爆发式的增长，2016年该市场规模达到46.50亿美元，同比增长76.81%。

2011-2016年中国自主研发移动游戏海外出口市场规模及增长情况

数据来源：中国音数协游戏工委（GPC）、伽马数据

3、行业发展趋势

（1）移动游戏内容精品化、重度化

近几年移动游戏爆发式增长的同时，不少同质化、劣质游戏产品也充斥游戏市场。一方面，我国游戏企业普遍存在“模仿”的现象，企业创新优势不强，产品同质化现象严重。另一方面，在移动游戏行业丰厚利润的诱惑下，大量无游戏运营经验的企业、投资者进入此行业，在丰富游戏产品、促进行业充分竞争的同时，也由于缺乏技术开发基础、研发经验不足导致一些粗制滥造、质量低劣的移动游戏产品不断出现。

面对数量众多的移动游戏产品，游戏玩家对游戏的可玩性、精细化、流畅性等要求日益提高。相应地，移动游戏研发商必须在设计与研发游戏时精益求精，贴近玩家心理，细致打磨游戏情节、人物角色与技能塑造、特色玩法、美工制作等环节，打造精品游戏，在为玩家提供高质量娱乐内容的同时提高研发商的市场竞争力。移动游戏的精品化不仅要求游戏内容融入娱乐、时尚、益智、高品位等流行元素，而且对游戏画面的精美程度提出了很高要求。移动游戏重度化追求游戏的可玩性、社交性、更长的生命周期和更强的变现能力，也是移动游戏精品化的必然结果。

（2）移动游戏企业运营模式趋向研运一体化

研运一体化是指游戏公司同时参与研发和发行运营等产业链各环节，将游戏产品价值发挥到最大化。移动游戏研运一体化已成为行业的发展趋势，游戏研发商、发行运营商及渠道平台商纷纷通过并购或建立合作关系加强对整个游戏产业链的控制力度。据GPC、IDC、CNG和CNNIC统计，截至2017年12月底，我国移动游戏用户已达5.54亿，占我国手机网民的比率为73.60%，手机游戏市场的用户规模已初步形成，未来用户的获取方式将从海量导入方式过渡为精准营销方式。为更好地推广游戏产品、获取更高的利润，游戏研发商将会逐步向下游发行运营商、渠道平台商延伸；而游戏发行运营商与游戏渠道平台商为更好地发挥自身的发行运营能力、市场推广能力亦会进行产业垂直化扩张，依靠自身的发行运营能力以及对市场的了解反哺游戏研发，打造出用户喜欢的游戏。游戏企业为更好地主导游戏产品与获取更多收益，将更加倾向于“研运一体化”的发展方向。

(3) IP改编热度不减，拥有优质IP资源、IP改编游戏经验的企业或将占领发展先机。自《诛仙》、《花千骨》等热门IP改编成游戏并取得不俗成绩后，实力雄厚的研发商纷纷积极物色优质IP并进行游戏改编，市场上IP改编移动游戏比例持续提升。据易观智库发布的《中国移动游戏中重度游戏盘点专题分析2016》，2016年，IOS平台畅销榜TOP 100的游戏中，IP改编的游戏比例已超过50%，较2015年有明显提升。

在IP“粉丝效应”下，网络游戏、文学、影视、动漫、综艺等各领域相互交融，协同打造同一优质IP的趋势愈发明显，为移动游戏提供了全新的发展平台。拥有知名IP资源的游戏企业可聚合IP粉丝人群与企业品牌游戏用户，扩大游戏产品的受众群体，并在新玩家中进一步提高企业品牌知名度，增强企业的竞争优势。

(4) 我国移动游戏企业竞争实力增强，海外发行运营成为趋势

对于国内游戏企业，游戏出口业务的有效拓展不仅可充分减少区域性的经营风险，分享广阔的海外市场收益，更能增强品牌知名度与影响力。近十年来，我国部分移动游戏企业在国内市场已积累、借鉴了宝贵的研发和运营经验，并不断提升技术、人才、资金等方面的实力，具备了全球化竞争的实质。以畅游、完美世界、巨人网络为代表的中国企业不再仅仅满足于国内市场，开始面向全球开展网络游戏的运营业务。与此同时，在政府日益重视游戏产品向外传播，大力推动承载中国文化内涵的移动网络游戏走向港澳台、东南亚、欧美等海外市场的背景下，游戏产业逐步成为中国文化出口的先锋军和外汇收入增长点。未来，随着中国地位的不不断提升、“一带一路”、“文化走出去”战略的推进，我国自主研发游戏覆盖的海外市场将持续扩大。

(5) 移动游戏跨终端、跨平台娱乐的发展趋势

移动游戏跨终端指玩家可以通过手机、电视、电脑、手表、甚至是VR眼镜等不同终端体验同一款游戏；跨平台指玩家可在不同的移动操作系统上下载同一款游戏娱乐，比如IOS系统、Android系统等。随着国内网络基础、终端设备、系统技术等方面的成熟发展，移动游戏在满足玩家利用碎片时间体验游戏娱乐的需求的同时，也让部分电视、电脑等其他终端游戏玩家在移动端实现跨终端游戏娱乐成为可能。此外，游戏玩家对游戏产品的社交性、互动交流需求日渐显著，推动移动网络游戏在IOS系统、Android系统等主流移动操作平台上实现相融互通。未来将有更多的游戏终端、游戏平台出现，移动游戏跨平台、跨终端技术的发展趋势将愈发显著，移动游戏业务也将从手机、平板电脑向更多的终端延伸，从而为业内游戏企业带来更大的发展空间。(TC)

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国移动游戏市场分析报告-行业现状调查与未来动向研究》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国移动游戏行业发展概述

第一节 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、移动游戏行业发展特点分析

第二节 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、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 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、移动游戏行业所属的生命周期分析

第四节 移动游戏行业经济指标分析

- 一、移动游戏行业的赢利性分析

二、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 中国移动游戏行业进入壁垒分析

一、移动游戏行业资金壁垒分析

二、移动游戏行业技术壁垒分析

三、移动游戏行业人才壁垒分析

四、移动游戏行业品牌壁垒分析

五、移动游戏行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018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 全球移动游戏行业市场区域分布情况

第三节 亚洲移动游戏行业地区市场分析

一、亚洲移动游戏行业市场现状分析

二、亚洲移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲移动游戏行业市场前景分析

第四节 北美移动游戏行业地区市场分析

一、北美移动游戏行业市场现状分析

二、北美移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、北美移动游戏行业市场前景分析

第五节 欧盟移动游戏行业地区市场分析

一、欧盟移动游戏行业市场现状分析

二、欧盟移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟移动游戏行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界移动游戏行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球移动游戏行业市场规模预测

第三章 中国移动游戏产业发展环境分析

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、全社会消费品移动游戏总额

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 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

第三节 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 中国移动游戏行业运行情况

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、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国移动游戏行业市场规模分析

第三节 中国移动游戏行业供应情况分析

第四节 中国移动游戏行业需求情况分析

第五节 中国移动游戏行业供需平衡分析

第六节 中国移动游戏行业发展趋势分析

第五章 中国移动游戏所属行业运行数据监测

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、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

第六章 2016-2018年中国移动游戏市场格局分析

第一节 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 中国移动游戏行业集中度分析

一、中国移动游戏行业市场集中度分析

二、中国移动游戏行业企业集中度分析

第三节 中国移动游戏行业存在的问题

第四节 中国移动游戏行业解决问题的策略分析

第五节 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

第七章 2016-2018年中国移动游戏行业需求特点与动态分析

第一节 中国移动游戏行业消费市场动态情况

第二节 中国移动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 移动游戏行业成本分析

第四节 移动游戏行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国移动游戏行业价格现状分析

第六节 中国移动游戏行业平均价格走势预测

一、中国移动游戏行业价格影响因素

二、中国移动游戏行业平均价格走势预测

三、中国移动游戏行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国移动游戏行业区域市场现状分析

第一节 中国移动游戏行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地移动游戏市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区移动游戏市场规模分析

四、华东地区移动游戏市场规模预测

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、华中地区移动游戏市场规模分析

四、华中地区移动游戏市场规模预测

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、华南地区移动游戏市场规模分析

第九章 2016-2018年中国移动游戏行业竞争情况

第一节 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 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 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

第十章 移动游戏行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国移动游戏行业发展前景分析与预测

第一节 中国移动游戏行业未来发展前景分析

一、移动游戏行业国内投资环境分析

二、中国移动游戏行业市场机会分析

三、中国移动游戏行业投资增速预测

第二节 中国移动游戏行业未来发展趋势预测

第三节 中国移动游戏行业市场发展预测

一、中国移动游戏行业市场规模预测

二、中国移动游戏行业市场规模增速预测

三、中国移动游戏行业产值规模预测

四、中国移动游戏行业产值增速预测

五、中国移动游戏行业供需情况预测

第四节 中国移动游戏行业盈利走势预测

一、中国移动游戏行业毛利润同比增速预测

二、中国移动游戏行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国移动游戏行业投资风险与营销分析

第一节 移动游戏行业投资风险分析

一、移动游戏行业政策风险分析

二、移动游戏行业技术风险分析

三、移动游戏行业竞争风险

四、移动游戏行业其他风险分析

第二节 移动游戏行业企业经营发展分析及建议

一、移动游戏行业经营模式

二、移动游戏行业销售模式

三、移动游戏行业创新方向

第三节 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 2019-2025年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

第一节 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 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 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 2019-2025年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动游戏行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国移动游戏行业定价策略分析

第三节 中国移动游戏行业营销渠道策略

一、移动游戏行业渠道选择策略

二、移动游戏行业营销策略

第四节 中国移动游戏行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国移动游戏行业重点投资区域分析

二、中国移动游戏行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/389109389109.html>