

2008年中国手机游戏市场分析研究报告

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《2008年中国手机游戏市场分析研究报告》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/tongxin/3010530105.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7000

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

引言

近几年手机游戏业务呈现快速增长的势头，成为一座名副其实的金矿。以目前国内的情况来看，手机网络游戏产业链日益成熟，这为手机网络游戏的发展奠定了良好的基础。2007年中国手机游戏市场超过8亿人民币。伴随着产业合作模式的日益成熟，以及移动网络和移动终端性能的不提高与完善，国内手机游戏业务发展明显提速，2008年手机游戏市场将在此前调整的基础上进入成长期。2008年第1季度中国JAVA/BREW手机游戏市场总体市场规模达到2.61亿人民币。2008年第2季度中国JAVA/BREW手机游戏市场总体市场规模达到2.87亿人民币。随着手机网游用户数量和产品大规模增加，预测手机网游将推动手机游戏在2008年的成长，至2011年中国手机游戏市场规模将达37亿元。

细分市场方面，单机游戏占据较大的份额，但是游戏的发行模式已经从过去的手机预装向网络下载全面转型；网络游戏虽依旧受到无线网络环境的限制，但情况正在好转。大型手机网络游戏产品日趋成熟，3G、新一代宽带无线移动通信的发展将使其获得突破的机遇。按手机平台分类对不同类型的手机游戏的规模进行预测。在未来几年中，短信游戏的增长速度将放缓，WAP游戏将继续呈现较快速的增长。JAVA与BREW游戏在所有游戏中呈现最快速度的增长，逐渐成为手机游戏市场的主流，对整个游戏市场规模的贡献最大。

随着3G时代的到来，2008年中国手机游戏将进入急速发展的时代，更多能够为用户带来完美体验的手机游戏也会陆续出现，可以预见2008年将有更多的手机用户拥抱手机游戏。经历两次市场盘整后，目前手机游戏市场活跃用户已经达到了500多万，手机游戏产品已经为大众所认知。2008年中国手机游戏市场将进入第二次盘整后的成长期，下半年将出现成长拐点，手机网游将是带动手机游戏市场发展的必然因素。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家工业和信息化部、国家文化部、中国互联网协会、中国软件行业协会游戏分会、中国通信企业协会增值服务专业委员会、中国动漫协会等单位公布、提供的大量内容翔实、统计精确的资料和数据。对我国手机游戏市场的发展环境、发展现状、用户消费、相关行业、竞争情况、重点企业、发展前景及预测等进行了深入分析。本报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的探讨，又有直观的比较分析，为手机游戏企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

目录第一章 手机游戏行业

第一节 手机游戏的概念

一、手机游戏的定义

二、手机游戏的特征

第二节 手机游戏的分类

一、文字类游戏介绍

二、图形类游戏介绍

第三节 手机游戏技术平台及推动力量

一、手机游戏三种技术平台分析

二、手机游戏产业发展推动力量第二章 手机游戏产业

第一节 国外手机游戏产业发展

一、全球手机游戏行业分析

二、美国手机游戏行业分析

三、日本手机游戏行业分析

四、韩国手机游戏行业分析

五、欧洲手机游戏行业分析

六、巴西手机游戏行业分析

第二节 中国手机游戏产业发展分析

一、国内手机游戏业务日渐崛起

二、中国本土手机游戏产业特征

三、国内外手机游戏发展的对比

四、中国原创手机游戏送出国门

五、2007中国手机游戏行业复苏

六、2008年手机游戏品质反思年

第三节 中国手机游戏产业存在问题

一、制约手机游戏发展的主要因素

二、手机游戏出口现状及策略分析

三、手机游戏市场潜力及存在问题

第四节 中国手机游戏业务收费模式

一、手机游戏产业链及收费模式

二、手机游戏收费模式效果分析

三、手机网游收费模式分析

四、2007年手机游戏业遭收费模式调整

五、2008年手机游戏9月起盈利模式或面临新拐点第三章 2007-2008年手机游戏市场

第一节 2007-2008年我国手机游戏市场

一、2007年国内手机游戏市场情况

二、2007年二季度国内手机游戏市场

三、2007年三季度国内手机游戏市场

四、2007年四季度国内手机游戏市场

五、2008年一季度国内手机游戏市场

六、2008年二季度国内手机游戏市场

七、2008年下半年将成手机游戏市场成长拐点

第二节 手机游戏在中国的矛盾

一、产品VS运营

二、正版VS盗版

三、粗糙的产品质量VS高标准的用户需求

第三节 2008年手机游戏市场消费

一、2008年手机应用对用户的吸引

二、2008年手机应用用户ARPU值

三、2008年手机游戏为用户付费的首选

四、2008年手机游戏消费行为调查结果第四章 手机游戏行业发展环境

第一节 手机游戏产业环境

一、手机游戏发展需要更好的产业环境

二、2008年影响手机网游产业因素分析

三、文化部扶持手机游戏产业策略分析

第二节 手机游戏技术环境分析

一、手机游戏趋势和相关J2ME技术

二、虚拟现实技术对手机游戏的推动

三、2008年iPhone开启手机游戏新纪元

四、未来手机游戏趋势第五章 2008年游戏手机用户消费行为

第一节 调查情况

一、调查说明

二、主要观点

第二节 手机用户分布

一、调查对象性别分布

二、调查对象年龄分布

三、调查对象收入分布

四、调查对象职业分布

五、调查对象受教育程度

六、调查对象地区分布

第三节 手机用户使用状况调查

一、是否拥有

二、品牌分布

三、主要用途

第四节 消费行为特征调查

一、使用习惯调查

二、手机产品特征调查

三、手机游戏内容调查

第五节 主流用户消费行为调查

一、手机拥有率对比

二、经常使用功能对比

三、对游戏来源的态度对比

四、喜欢的内置游戏对比

五、喜欢的非内置游戏对比

六、玩游戏过程中关注性能对比

第六节 游戏手机市场前景

一、市场前景调查

二、潜在用户消费行为调查

三、主流用户计划购买产品调查对比

第七节 市场预测与建议

一、游戏手机市场前景预测

二、对厂商的建议

三、游戏手机内容方面建议第六章 2007-2008年手机游戏相关行业发展

第一节 2007-2008年手机行业发展

一、2007年我国手机行业的发展分析

二、2007-2008年中国手机产量总体情况

三、2007-2008年中国手机销售量情况

四、2008年上半年手机行业发展分析

五、2008年上半年中国手机渠道市场分析

六、2008年我国手机业新格局分析

七、2008-2010年智能手机融合发展趋势

八、跨国手机巨头的中国战略

第二节 2007-2008年网络游戏行业发展

一、社交网站将推动手机游戏发展

二、网络游戏细分市场的发展状况

三、2007年中国网络游戏产业的基本态势

四、2008年中国网络游戏市场规模分析

五、2008年影响中国网络游戏市场因素

六、2008年中国网络游戏市场机遇与风险

七、中国原创网络游戏主导国内市场

八、中国网络游戏迈向国际市场

第三节 2007-2008年动漫产业发展分析

- 一、中国动漫产业发展历史及现状
- 二、2007年中国动漫游戏产业的基本态势
- 三、2008年动漫产业基地初具规模
- 四、2008年国内动漫设计面临“原创挑战”
- 五、我国动漫产业的发展优势
- 六、中国动漫产业存在的问题
- 七、我国动漫产业的发展途径

第四节 手机游戏培训行业分析

- 一、手机游戏人才需求格局分析
 - 二、我国手机游戏培训正在兴起
 - 三、三种方式培养手机游戏人才
 - 四、手机游戏人才素质要求分析
- ## 第七章 手机游戏市场竞争

第一节 手机游戏市场竞争

- 一、2008年厂商纷纷推出游戏手机
- 二、2008年天极抢滩手机游戏市场
- 三、手机游戏产业面临第二次洗牌

第二节 手机游戏的核心竞争力与投资前景

- 一、策划能力
 - 二、品牌产品
 - 三、渠道和市场营销
- ## 第八章 中国手机游戏运营商

第一节 中国移动通信集团公司

- 一、企业概况
- 二、2007-2008年财务分析
- 三、2008年中国移动介入手机网游
- 四、2008年中国移动为用户提供奥运游戏
- 五、2008年中国移动推出游戏新平台
- 六、中国移动手机游戏将弃量保质

第二节 中国联合通信有限公司

- 一、企业概况
 - 二、2007-2008年财务分析
 - 三、手机游戏成中国联通盈利新增点
 - 四、中国联通联手魔龙出击手游市场
- ## 第九章 中国手机游戏重点企业

第一节 北京数位红软件应用技术有限公司

- 一、企业概况

二、数位红背靠盛大图谋无线游戏

三、数位红引领中国移动游戏市场

第二节 上海岩浆数码技术有限公司

一、企业概况

二、岩浆数码的转型之路及终端商业模式

三、岩浆数码对手机游戏的战略品牌管理

第三节 联合众志软件（成都）有限公司

一、企业概况

二、经营存在的问题

第四节 上海扬讯计算机科技有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势

三、2007年扬讯科技荣获最值得投资期待称号

第四节 其他手机游戏企业介绍

一、北京道隆科技有限公司

二、北京羽蛇科技有限公司

三、天津雅讯天地科技发展有限公司

四、北京天际互动数码信息技术有限公司第十章 手机游戏发展前景及预测

第一节 2008-2012年全球手机游戏市场预测

一、2008年全球手机游戏市场预测

二、2009年全球手机游戏市场预测

三、2009年亚太手机游戏市场预测

四、2010年我国手机游戏市场预测

五、2011年中国手机游戏市场发展预测

六、2012年全球手机游戏市场预测

第二节 2008手机游戏产业面临的机遇

一、市场环境

二、电信重组与3G

三、风险投资

四、用户需求

第三节 2008手机游戏产业面临的挑战

一、硬件条件

二、游戏品质

三、用户黏性

四、平台统一

五、游戏收费

第四节 手机游戏市场前景分析

一、手机游戏市场空间分析

二、手机游戏产业障碍分析

三、手机游戏迈向新的时代

四、手机游戏行业风险提示

第五节 中国手机游戏产业发展对策

一、手机游戏发展需要规范的产业定位

二、手机游戏发展需要建立法律法规制度

三、中国手机游戏产业发展的建议

部分图表目录

图表 2007-2008年Q1手机游戏市场季度规模

图表 2007-2008年Q2中国手机游戏市场季度市场规模

图表 2008年用户平均每月手机费支出

图表 2008年用户付过使用费的服务或产品

图表 2003-2008年中国手机用户数量及增长

图表 2003-2008年每年平均新增手机用户数量及变化

图表 2008年2-7月全国移动电话机产量合计

图表 2008年上半年中国手机渠道市场结构

图表 2008年Q1网络游戏运营商市场规模份额TOP10

图表 2008年Q2中国网络游戏运营商市场规模TOP15

图表 2008年Q2中国网络游戏运营商市场规模TOP10

图表 2008年5月5日-2008年6月1日某网游企业充值笔数

图表 2007-2012年全球手机游戏市场规模及增长

图表 2006-2007年第二季度JAVA市场季度市场规模

图表 2006-2007年第二季度BREW市场季度市场规模

图表 2006-2007年第三季度手机游戏市场季度市场规模

图表 2006-2007年第四季度手机游戏市场季度市场规模

图表 2003-2007年中国手机市场销量及增长率

图表 2004-2007年中国手机市场用户结构

图表 2002-2007年全国移动电话机产量变化趋势

图表 2007年中国移动营业额和净利润情况

图表 2007年中国移动增值业务收入情况

图表 2007年中国移动支出情况

图表 2005-2007年中国联通成长性分析

图表 2005-2007年中国联通现金流量分析

图表 2005-2007年中国联通经营能力分析

图表 2005-2007年中国联通盈利能力分析

图表 2005-2007年中国联通偿债能力分析

图表 2008年第一季度中国联通主营收入情况

图表 2008年第一季度中国联通净利润和每股基本收益

图表 2008年上半年中国联通主营收入情况

图表 2008年上半年中国联通净利润和基本每股收益情况

图表 手机游戏产业链

图表 性别分布对比

图表 不同年龄段分布对比

图表 不同收入分布比例

图表 不同职业分布比例

图表 受教育程度分布比例

图表 是否拥有手机情况

图表 不同品牌手机分布比例

图表 手机的主要用途调查

图表 是否用手机玩过游戏

图表 每周玩游戏手机的频率

图表 每次玩手机游戏大约花费的时间

图表 用手机玩游戏的场合

图表 手机游戏的操作平台调查

图表 玩游戏过程中关注性能调查

图表 手机游戏内容的主要来源

图表 喜欢手机内置游戏还是下载游戏调查

图表 手机内置游戏的种类分布

图表 用户喜欢的内置游戏种类调查

图表 消费者喜欢的非手机内置游戏调查

图表 主流年龄段用户拥有手机状况对比

图表 主流年龄段用户经常使用的手机功能情况对比

图表 主流年龄段用户对内置游戏与非内置游戏的态度对比

图表 主流年龄段用户喜欢的内置游戏对比

图表 主流年龄段用户喜欢的非内置游戏对比

图表 主流年龄段用户玩手机游戏过程中关注方面对比

图表 是否计划购买游戏手机调查

图表 对游戏手机市场前景的看法调查

图表 阻碍游戏手机市场发展因素调查

图表 潜在用户可接受价位调查

图表 计划购买游戏手机的用户品牌选择调查

图表 主流品牌市场预购率与实际品牌分布比例对比

图表 希望游戏手机具有的特征调查

图表 主流年龄段用户计划购买游戏手机可接受价位分布对比

图表 主流年龄段用户对七大品牌的预购率调查对比

图表 主流年龄段用户希望游戏手机具有的特征对比

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/3010530105.html>