

2010-2015年中国手机游戏产业深度调研与投资发展策略分析报告

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《2010-2015年中国手机游戏产业深度调研与投资发展策略分析报告》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/qitadianxin/8380483804.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

摘要

手机游戏是指运行于手机上的游戏软件。目前用来编写手机最多的程序是Java语言，见J2ME。其次是C语言。随着科技的发展，现在手机的功能也越来越多，越来越强大。而手机游戏也远远不是我们印象中的什么“俄罗斯方块”“贪吃蛇”之类画面简陋，规则简单的游戏，进而发展到了可以和掌上游戏机媲美，具有很强的娱乐性和交互性的复杂形态了。于是，抛弃你的随身听和Gameboy，买一个好手机吧，你会发现，一个手机已经足够满足你所有路途中的大部分娱乐需要了。

目录

第一章 2009-2010年中国手机游戏产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国手机游戏产业政策分析

- 一、中国数据业务资费政策简况
- 二、3G资费政策对手机游戏的影响
- 三、中国移动对手游的新政策
- 四、电信运营商政策对游戏运营商的影响

第三节 2009-2010年中国手机游戏产业社会环境分析

第二章 手机游戏产业相关概述

第一节 手机游戏分类

- 一、手机游戏概念
- 二、手机游戏分类
- 三、手机游戏的特征
- 四、手机游戏品种走向

第二节 手机游戏平台及驱动力量

- 一、手机游戏的三种平台
- 二、手机游戏的驱动力量

第三章 2009-2010年世界手机游戏产业运行动态分析

第一节 2009-2010年世界手机游戏产业发展概况

- 一、国外手机游戏制作比较
- 二、国外手机游戏发展扫描
- 三、国外优秀手机游戏经典案例

第二节 2009-2010年世界主要国家手机游戏产业分析

- 一、美国手机游戏商积极吸引新用户
- 二、日韩手机游戏业务发展迅速
- 三、英国手机游戏销量排行榜

第三节 2009-2010年世界手机游戏产业发展趋势分析

第四章 2009-2010年中国手机游戏产业运行形势分析

第一节 2009-2010年中国手机游戏产业发展分析

- 一、中国手机游戏业务日渐崛起
- 二、2009年中国手机游戏活跃用户创新高
- 三、中国手机游戏业务收费模式分析

第二节 2009-2010年中国手机游戏产业存在的问题

- 一、中国手机游戏存在的四大问题
- 二、制约手机游戏发展的主要因素
- 三、手机游戏发展面临的三道难关

第三节 2009-2010年中国手机游戏产业发展对策

- 一、手机游戏发展需要更好的产业环境
- 二、手机游戏发展需要规范的产业定位
- 三、手机游戏发展需要建立法律法规制度
- 四、中国手机游戏产业发展的建议

第五章 2009-2010年中国手机游戏产业市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国手机游戏市场概况

- 一、国内手机游戏市场的发展模式
- 二、手机游戏培训市场异军突起
- 三、我国手机游戏业务投放渠道浅析
- 四、影响未来手机游戏市场规模的因素

第二节 2009-2010年中国手机游戏市场发展现状分析

- 一、中国手机游戏市场驱动因素
- 二、手机游戏市场现版权纠纷
- 三、2009年中国手机游戏市场规模组成模块比例

第三节 2009-2010年中国手机游戏市场的瓶颈及发展对策

- 一、国内手机游戏市场品质成发展瓶颈
- 二、手机游戏市场的监管引导不能缺位
- 三、国内手机游戏市场如何做大

第六章 2009-2010年中国手机游戏产业市场消费者调查分析

第一节 2009-2010年中国手机游戏用户基本属性分析

一、中国手机游戏用户性别分布

二、中国手机游戏用户年龄分布

三、中国手机游戏用户月收入及职业分布

四、中国手机游戏用户学历层次分布

五、中国手机游戏用户区域分布状况

六、中国手机游戏用户使用手机品牌

第二节 2009-2010年中国手机游戏用户上网行为及偏好分析

一、中国手机游戏用户手机上网流量情况

二、中国手机游戏用户手机上网时段及频率分布

三、中国手机游戏用户最喜欢的单机游戏类型分析

四、中国手机网游用户最喜欢的网游类型分析

第三节 2009-2010年中国手机游戏用户的付费情况分析

一、中国单机手机游戏用户付费意愿分析

二、中国手机网游用户付费意愿及付费层次分析

三、中国单机手机游戏用户付费层次分析

四、中国手机网游用户付费层次分析

五、不同收入层次手机游戏用户月均手机游戏消费情况

第四节 2009-2010年中国手机网游用户分析

一、中国手机游戏用户对手机网游接受情况

二、中国用户获取手机网游信息的主要渠道

三、中国用户对手机网游流量及速度态度分析

四、中国手机网游用户使用黏性分析

五、中国手机网游用户游戏时间分布

六、中国手机网游用户每日游戏时段分布

七、中国手机网游用户可接受月度更新客户端次数

八、中国手机网游用户网游在线活动研究

九、中国手机网游用户对游戏附加功能的态度

十、中国手机网游用户最喜欢的网游题材

十一、中国手机网游用户最喜欢的网游类别

十二、中国手机游戏用户放弃或选择网游原因分析

第七章 2009-2010年中国手机游戏运营商影响分析

第一节 中国移动

一、中国移动推动三股力量暗战手机游戏市场

二、2009年中国移动开放手机游戏收费接口

三、2009年中国移动推出手机游戏二维码

四、2009年中移动打造精品网游平台

第二节 中国联通

- 一、中国联通主要财务指标分析
- 二、中国联通牵手游戏开发商出击手游市场
- 三、手机网络游戏业务成中国联通盈利新增点
- 四、中国联通挖掘手机游戏潜在客户

第三节 其它运营商分析

- 一、小灵通
- 二、CDMA

第八章 2009-2010年中国手机游戏产业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国手机游戏产业竞争现状分析

- 一、手机游戏竞争白热化
- 二、手机游戏暗树竞争门槛
- 三、手机游戏竞争激烈挑起新增值点

第二节 2009-2010年中国手机游戏产业主要地区竞争分析

- 一、台湾3G手机网络游戏市场竞争白热化
- 二、深圳手机游戏业抢跑
- 三、上海手机游戏产业分析

第三节 2009-2010年中国手机游戏企业提升竞争力分析

第九章 2009-2010年中国手机游戏重点企业运行分析

第一节 北京摩卡世界科技有限公司（啸傲）

- 一、企业介绍
- 二、摩卡世界技术优势
- 三、摩卡世界主要产品

第二节 广州盈正信息技术有限公司

- 一、企业介绍
- 二、广州盈正公司优势
- 三、广州盈正主要产品

第三节 北京龙迹天地科技有限公司（魔龙）

- 一、企业介绍
- 二、魔龙公司优势
- 三、魔龙主要产品

第四节 北京数位红软件应用技术有限公司

- 一、企业介绍
- 二、数位红主要手机游戏介绍

三、数位红背靠盛大图谋无线游戏

第五节 上海岩浆数码技术有限公司

一、企业介绍

二、岩浆数码推出国内首款JAVA体育游戏

三、岩浆数码的转型之路及终端商业模式

四、岩浆数码对手机游戏的战略品牌管理

第六节 联合众志软件（成都）有限公司

一、企业介绍

二、联合众志主要手机游戏

三、联合众志软件公司的技术优势

第七节 扬讯科技

一、企业介绍

二、扬讯科技的竞争优势

三、2009年扬讯科技荣获最值得投资期待称号

第八节 其他手机游戏企业

一、雅讯天地

二、道隆科技

三、羽蛇科技

四、北京天际互动

第十章 2010-2015年中国手机游戏产业发展趋势预测分析

第一节 2010-2015年中国手机游戏产业发展预测分析

一、我国手游运营趋势预测

二、2011年中国手机游戏市场将超42亿元

三、手机游戏产业发展方向分析

第二节 2010-2015年中国手机游戏产业市场预测分析

一、国内手机游戏市场规模预测

二、我国在线手游市场收入规模预测

三、手机游戏用户预测分析

第三节 2010-2015年中国手机游戏产业市场盈利预测分析

第十一章 2010-2015年中国手机游戏产业投资热点与风险分析

第一节 2010-2015年中国手机游戏产业投资环境分析

第二节 2010-2015年中国手机游戏产业投资机会分析

一、手机网游有望成为投资热点

二、手机游戏具有良好的投资价值

第三节 2010-2015年中国手机游戏产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、人力风险分析

三、技术风险分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：手机游戏的三种平台

图表：中国GDP增长态势

图表：中国居民可支配收入及恩格尔系数

图表：手机游戏产业链

图表：使用手机游戏的消费者性别分布

图表：使用手机游戏的消费者文化程度分布

图表：使用手机游戏的消费者收入水平分布

图表：调研对象所使用的手机品牌分布

图表：消费者第一次接触手机游戏时间分布

图表：消费者使用手机游戏的目的

图表：消费者喜欢的手机游戏类型

图表：消费者使用手机游戏的关注点

图表：消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的优势

图表：消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的劣势

图表：消费者使用手机游戏的频率分布

图表：消费者使用手机游戏的时间及地点分布

图表：消费者使用同一款手机游戏的时间

图表：消费者使用手机游戏的单次持续时间

图表：消费者获得手机游戏的途径

图表：游戏公司知名度对于消费者选择手机游戏的影响

图表：消费者对各国游戏厂商的关注程度

图表：消费者最喜欢的国外手机游戏公司

图表：消费者最喜欢的国内手机游戏公司

- 图表：使用过付费手机游戏的消费者比例
- 图表：消费者每月花费在手机游戏上的费用
- 图表：消费者最希望的付费方式
- 图表：消费者最希望的付费模式
- 图表：消费者最希望手机网络游戏的付费模式
- 图表：消费者了解手机游戏信息的渠道
- 图表：消费者最喜欢的手机游戏网站
- 图表：消费者最喜欢从手机游戏网站获取的信息
- 图表：消费者获知手机可以使用网络游戏的渠道
- 图表：促使消费者购买或者下载新游戏的因素
- 图表：手机游戏能让消费者产生印象的宣传手段
- 图表：消费者最喜欢的手机网络游戏促销活动
- 图表：消费者根据媒体游戏评测选择游戏的态度
- 图表：消费者在游戏中碰到难关的解决方式
- 图表：游戏攻略对消费者使用游戏的帮助程度
- 图表：消费者对于汉化国外精品游戏的态度
- 图表：消费者认为单机游戏急需改进的方面
- 图表：试使用游戏以后影响消费者购买游戏的因素
- 图表：使用过手机网络游戏的消费者比例
- 图表：消费者使用过手机网络游戏的数量
- 图表：导致消费者离开一款手机网络游戏的原因
- 图表：消费者介绍朋友使用手机网络游戏的态度
- 图表：消费者身边使用手机网络游戏的朋友数量
- 图表：手机游戏消费者选择的手机包月业务类型
- 图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianxin/8380483804.html>