

2017-2022年中国手游行业深度研究及投资方向分析 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《2017-2022年中国手游行业深度研究及投资方向分析报告》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/youxi/285066285066.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

2015年中国游戏市场规模为212亿美元，其中移动游戏市场有71亿美元，到2016年底，中国作为亚太第1，全球第1大游戏市场，市场规模达到244亿美元(约合人民币1682亿元)，其中PC端仍为最大市场，有138亿美元，其次是移动端，为100亿美元，在未来，随着人口红利效应减弱，移动用户规模增长停滞，移动游戏虽然将继续延续增速放缓的趋势，但仍然能够凭借相对较高的增速，保持市场份额的提升。短期来看，移动游戏仍是中国游戏市场最主要的增长来源，未来有望占据游戏市场超50%以上的份额。主机游戏仍然占据很小一部分市场，仅有5亿美元。资料来源：公开资料整理 中国游戏市场关键点：

1.被本土游戏垄断的市场 中国App Store日畅销榜单Top100中，近85%都是中国本土游戏，其他则主要为日本的经典动漫IP手游及芬兰Supercell公司的几款经典策略游戏，除过这些大IP和大牛公司的游戏，其他海外游戏很难进入中国游戏畅销榜单。据统计，2016年上半年腾讯和网易的游戏收入占整个移动游戏市场超过60%的市场份额，为此大量中小CP相继倒闭。中国移动游戏从2014年的爆炸性发展后到现在，行业已经开始转向资本集中的商业模式，中小CP生存空间越来越小。

2.重度+精品IP 角色扮演和策略类游戏在中国App Store Top100中占据近60%的市场，中国手游玩家的喜好从14年到现在也逐渐完成了从中重度到重度游戏的转变。IP从2015年的火爆概念到2016年已经成为中国手游必备的成功元素之一，其中，端游IP开始全面入侵，而在非游戏类的IP中，动漫最受欢迎，小说、影视类虽然也很受欢迎但相对而言生命周期较短，尤其是影视IP难逃热潮一过就极速降温的怪圈，目前中国市场上各类IP改编游戏层出不穷，市场竞争异常激烈，不过毫无疑问，只有制作优良的精品IP才会存活下来或者说才会活的更长久。

3.移动电竞是新风口

随着2015年下半年中国移动电竞联盟成立，移动电竞成为手游行业的发展热点，移动电竞在兼顾碎片化与对抗性的同时又具备观赏性，满足了不同用户的普遍需求，存在广泛的潜在受众群体。而对于游戏开发商而言，随着常规手游市场竞争日益激烈，为了在红海中有所突破，挖掘重度竞技类手游等处于蓝海的细分领域已经成为了他们的新目标，但毕竟移动电竞不同于PC电竞，PC电竞已经经历了将近10年的洗礼，而移动电竞算是新生，竞技手游和端游因终端载体不同，在竞技性和比赛观赏性上有根本性差异，开发商是要模仿还是创新还需进一步探索。

4.H5手游再次腾飞 H5手游曾经相当火热，但由于各种原因，在2011年过后H5手游就走了下坡路，最近几年也鲜有爆款H5游戏出现，到2016年，得益于引擎技术的进步等、大量开发商投入到重度H5游戏研发，加上H5梦工场等行业社区在技术普及和市场培育层面的贡献，H5游戏开始迈向精品化、重度化的时代。以《传奇世界H5》为例，该游戏月流水已突破2000万大关，其开发、发行与渠道匹配模式等多项创新，为行业向精品化发展提供了诸多借鉴，虽然目前H5游戏行业的发展还低于预期，但相比之前，2016年H5游戏无论是留存率、付费额还是CP、发行、平台等方面收入情况都有明显的提升。2017年对于H5游戏是一个机遇之年，2017年将会看到H5游戏市场再次腾飞。

5.强大的第三方安卓分发市场 相比iOS平台，Android在中国游戏市场占到81.4%市场份额，而中国移动生态中最独特的便是庞大的第三方安卓应用商店，同时也是填补了Google Play商店在中国空白，虽然近期Google称将于明年把中国特供版的Google Play带回到中国大陆，但其在短时间内是无法与根深蒂固的第三方商店抗衡的。据2016年最新数据，腾讯旗下的腾讯应用宝应用商店以最高的安装率成为中国最大的第三方应用商店。未来中国的应用商店市场，或将形成第三方应用商店、手机厂商应用商店与Google Play商店混战的局面。2014-2016年畅销手游top10 资料来源：公开资料整理 从14-16年畅销榜单中可以看出，上榜的游戏除过芬兰公司Supercell先后推出的策略游戏《部落战争》《海岛奇兵》《皇室战争》外都是国产游戏，这些游戏在西方国家榜单中均常年霸占榜首，而在中国却鲜有上榜，且排名相对靠后，包括英国King公司旗下的经典三消游戏在Top100畅销榜单和免费榜单中也鲜见身影，从14—16年间也从未进入过年度畅销游戏Top10。基于中国玩家多年对于中国本土游戏(主要是具有中国特色的仙侠武侠类题材游戏)的依赖，中国市场上的游戏被本土游戏所垄断。 中国报告网发布的《2017-2022年中国手游行业深度研究及投资方向分析报告》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2.4.4Ketchapp《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热门题材移植模式未来发展前景分析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风险分析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炒作式手游市场分析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精品打造模式投资前景分析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创新型模式投资前景分析6.6.2创新型模式投资风险分析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）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.2韩国NEXON公司（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.3日本Gungho公司（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.4法国Gameloft公司（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.5美国Glu公司（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.6韩国Com2uS公司（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.7日本开罗游戏公司（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析

第八章：国内领先手游公司发展战略分析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）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.1.2网易（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.1.3盛大（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.1.4巨人（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（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）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.2.2触控科技（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.2.3广州谷得（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.2.4玩蟹科技（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.2.5数字天空（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.2.6蓝港

互动（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析8.2.7 顽石互动（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（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 手游行业市场前景预测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 手游行业投资风险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2：2014-2016年我国手游行业市场规模及增速（单位：亿元；%）图表3：2014-2016年我国智能手机游戏行业市场规模及增速（单位：亿元；%）图表4：2014-2016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11：2016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13：2017-2022年手游行业主要政策分析图表14：2016年手机市场份额占比分析（单位：亿部；%）图表15：2014-2016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）图表17：2014-2016年我国端游用户规模及增速（单位：亿人；%）图表18：2014-2016年我国端游销售收入及增速（单位：亿元；%）图表19：2014-2016年我国端游市场占有率变化情况（单位：%）图表20：2016年我国端游市场不同类型游戏占比情况（单位：%）（GYFSW）图表详见正文特别说明：中国报告网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/285066285066.html>