

2018-2023年中国移动游戏行业运营现状与发展前景预测报告

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年中国移动游戏行业运营现状与发展前景预测报告》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/hulianwang/296621296621.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

2016年中国移动游戏市场规模819.2亿元，占中国整体游戏市场规模的比重达到49.5%，首次超越端游戏市场，成为份额最大，增速最快的细分市场。

2017Q1，国内移动游戏市场规模增长迅速，同比增长56%，环比增长19.7%，达到275.1亿元。

中国移动游戏市场实际销售收入

数据来源：中国报告网整理

移动游戏用户规模持续增长，PC游戏用户规模有所下降。2016年移动游戏用户规模达到5.21亿，同比增长了14.5%，保持增长态势。但PC游戏用户规模4.84亿，同比下降了12.9%。

2013-2017 年中国移动游戏用户规模

数据来源：中国报告网整理

2013-2017 年中国 PC 游戏用户规模

数据来源：中国报告网整理

移动游戏趋向重度化 大量端游IP改编成移动游戏，增强了移动游戏的重度化，并拉长了移动游戏的平均游戏时长。根据艾瑞咨询的调查，28%的玩家表示玩移动游戏的时间变长了。16年中国移动游戏用户每日游戏时长超过1小时的占比近30%。根据DataEye的统计，2017年一线游戏厂商的产品计划中MMORPG占主流，以重度产品为主。

2016 年中国移动游戏用户游戏时长

数据来源：中国报告网整理

2017 年一线游戏厂商的产品计划

数据来源：中国报告网整理

从用户付费情况来看，角色扮演、卡牌游戏、动作游戏、策略游戏和射击游戏的付费率和APRU值较高。

2017Q1 中国移动游戏付费情况

数据来源：中国报告网整理

2017Q1 中国移动游戏 ARPU 值

数据来源：中国报告网整理

移动游戏行业集中度提升 移动游戏中，市场集中度逐步提升。2017Q1 TOP10 游戏自研企业占移动游戏市场实际销售规模为87.3%，较16年提升了12.7%。其中，腾讯和网易的市场份额也再度提升，由52.4%提升至63.3%。由于IP价格的提升以及游戏精品化趋势明显，优质游戏的生命周期延长，游戏行业的进入门槛在提升，利好一二线游戏厂商。

2016年游戏企业移动游戏研发榜

资料来源：中国报告网整理

2017年第一季度游戏企业移动游戏研发榜

资料来源：中国报告网整理

移动游戏渠道多元化 移动游戏的分发渠道也在逐步多样化，除了腾讯、百度等有流量的应用商店、运营商渠道外，终端硬件厂商在崛起。

如硬核联盟是于2014年8月成立，由华为、联想、金立、酷派、vivo、魅族和OPPO 七大国内一线智能手机制造商共同组成的移动互联网增值服务机构品牌。2016年5月魅族加入后硬核联盟智能手机销量占据国产手机市场75%份额。

移动游戏渠道多元化

资料来源：中国报告网整理

游戏监管一直存在，近期加强了手游监管 2007年4月11日，网络游戏防沉迷 "实名制方案"首次向公众发布，新闻出版总署等八部委联合发布《关于保护未成年人身心健康实施网络游戏防沉迷系统的通知》，要求各网游运营商于4月15日开始在所有网络游戏中试行防沉迷系统。随该通知一起公布的还有《网络游戏防沉迷系统开发标准》、《网络游戏防沉迷系统实名认证方案》、《网络游戏防沉迷系统及实名认证服务协议》等文件，开发标准及实名认证方案的具体内容首次向公众发布。具体内容为：未成年人累计3小时以内的游戏时间为"健康"游戏时间，超过3小时后的2小时游戏时间为"疲劳"时间，在此时间段，玩家获得的游戏收益将减半。如累计游戏时间超过5小时即为"不健康"游戏时间，玩家的收益降为0，以此迫使未成年人下线休息、学习。

近期，腾讯也以《王者荣耀》为试点，推行“健康游戏防沉迷系统”。其中，12周岁以下（含12周岁）未成年人每天限玩1小时，并计划晚上9时以后禁止登录；12周岁以上未成年人每天限玩2小时。超出时间的玩家，将被游戏强制下线。我们认为龙头公司首先表明了对于健康游戏的维护，我们预计后期有望出台对于游戏防沉迷系统的监管措施，监管措施明朗后也将有利于行业长期健康发展，并减少游戏公司的低价值纠纷。

中国报告网发布的《2018-2023年中国移动游戏行业运营现状与发展前景预测报告》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。

【报告目录】

第一章2016-2017年中国移动游戏行业发展概述

第一节2016-2017年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、2016-2017年移动游戏行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年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、2016-2017年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2016-2017年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、2017年移动游戏行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年移动游戏行业经济指标分析

二、2016-2017年移动游戏行业的赢利性分析

四、2016-2017年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2016-2017年国中移动游戏行业进入壁垒分析

一、移动游戏行业技术壁垒分析

二、移动游戏行业规模壁垒分析

三、移动游戏行业品牌壁垒分析

四、移动游戏行业其他壁垒分析

第二章2016-2017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2016-2017年全球移动游戏行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲移动游戏行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲移动游戏行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲移动游戏行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲移动游戏发展趋势分析

第四节2016-2017年北美移动游戏行业地区市场分析

一、2016-2017年北美移动游戏行业市场现状分析

二、2016-2017年北美移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美移动游戏行业市场前景分析

四、2018-2023年北美移动游戏行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟移动游戏行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟移动游戏行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟移动游戏行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟移动游戏行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟移动游戏行业发展趋势分析

第六节2018-2023年世界移动游戏行业分布走势预测

第七节2018-2023年全球移动游戏行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲移动游戏行业市场规模预测

二、2018-2023年北美移动游戏行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟移动游戏行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国移动游戏产业发展环境分析

第一节2016-2017年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、全社会消费品零售总额

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2016-2017年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

第四节2016-2017年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2015-2017年中国移动游戏产业运行情况

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、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2015-2017年中国移动游戏行业市场规模分析

第三节2015-2017年中国移动游戏行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国移动游戏行业产能情况分析

三、2015-2017年中国移动游戏行业产能区域分布情况

第四节2015-2017年中国移动游戏行业需求情况分析

一、2015-2017年中国移动游戏行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国移动游戏行业行业需求区域分布

第四节2018-2023年中国移动游戏行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国移动游戏市场格局分析

第一节2016-2017年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2016-2017年中国移动游戏行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国移动游戏行业存在的问题

第四节2016-2017年中国移动游戏行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年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

第六章2016-2017年中国移动游戏市场价格走势分析

第一节2016-2017年移动游戏行业价格影响因素分析

- 一、成本因素
- 二、供需因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第二节2016-2017年中国移动游戏行业价格现状分析

- 一、2016-2017年移动游戏行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年移动游戏行业平均价格走势预测

第三节2018-2023年中国移动游戏行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2023年中国移动游戏行业平均价格走势预测
- 三、2018-2023年中国移动游戏行业平均价格增速预测

第七章2015-2017年中国移动游戏行业区域市场现状分析

第一节2015-2017年中国移动游戏行业区域市场规模分布

第二节2015-2017年中国华东地区移动游戏市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华东地区移动游戏市场规模分析

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、2015-2017年华中地区移动游戏市场规模分析

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、2015-2017年华南地区移动游戏市场规模分析

第八章2016-2017年中国移动游戏行业竞争情况

第一节2016-2017年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2016-2017年中国移动游戏行业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2016-2017年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

第九章中国移动游戏所属行业数据监测

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、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节中国*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

第十章我国移动游戏行业重点生产企业分析（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
 - 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

第三节企业

- 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

第四节企业

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

第五节企业

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

第六节企业

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

第七节企业

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

第八节企业

- 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

第九节企业

- 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

第十节企业

- 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

第十一章2018-2023年中国移动游戏行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国移动游戏行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国移动游戏行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国移动游戏行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国移动游戏行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国移动游戏行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国移动游戏行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国移动游戏行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国移动游戏行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国移动游戏行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国移动游戏行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国移动游戏行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国移动游戏行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2023年中国移动游戏行业投资风险与营销分析

第一节2018-2023年移动游戏行业投资风险分析

- 一、2018-2023年移动游戏行业政策风险分析
- 二、2018-2023年移动游戏行业技术风险分析
- 三、2018-2023年移动游戏行业竞争风险
- 四、2018-2023年移动游戏行业其他风险分析

第二节2018-2023年移动游戏行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年移动游戏行业经营模式
- 二、2018-2023年移动游戏行业生产模式
- 三、2018-2023年移动游戏行业销售模式

第三节2018-2023年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2018-2023年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年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2018-2023年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2018-2023年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2018-2023年中国移动游戏行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国移动游戏行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国移动游戏行业营销渠道策略

一、2018-2023年移动游戏行业营销模式

二、2018-2023年移动游戏行业营销策略

第三节2018-2023年中国移动游戏行业价格策略

更多图表详见正文（ZJYWK）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/296621296621.html>