

2010-2015年中国手机游戏产业运行动态与投资前景分析报告

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运行动态与投资前景分析报告》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/8880388803.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。

那么，在近10年来，手机游戏究竟已经发展到什么地步了呢？下面，就让您跟随笔者的文字，来一场深入手机游戏世界的历险吧！

手机游戏的分类：

手机游戏可以根据游戏本身的不同，而分成文字类游戏和图形类游戏两种。

目录

第一章 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

第二章 2009-2010年中国手机游戏产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

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

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年中国手机游戏优势企业竞争力分析

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机会与投资风险分析

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

第四节 专家投资建议

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianxin/8880388803.html>