



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国手机游戏研发 市场分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国手机游戏研发市场分析预测及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248580.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 手机游戏相关概述

1.1 手机游戏定义及分类

1.1.1 手机游戏定义

1.1.2 手机游戏分类

1.1.3 手机游戏的特征

1.1.4 手机游戏品种走向

1.2 手机游戏平台及驱动力量

1.2.1 手机游戏的三种平台

1.2.2 手机游戏的驱动力量

第二章 2014年中国手机游戏产业整体运行态势分析

2.1 国外手机游戏产业概况

2.1.1 全球软件巨头争相开发手机游戏

2.1.2 全球手机游戏市场规模持续扩大

2.1.3 美国手机游戏业发展状况

2.1.4 英国手机游戏市场发展透析

2.1.5 日本手机游戏业发展火爆

2.1.6 韩国手机游戏市场发展综述

2.2 中国手机游戏产业发展分析

2.2.1 中国手机游戏业务日渐崛起

2.2.2 浅谈我国手机游戏产品的国产化

2.2.3 中国手机游戏活跃用户创新高

2.2.4 中国手机游戏产业加速发展

2.2.5 资本驱动手机游戏产业迅速壮大

2.3 3G时代中国手机游戏业的发展

2.3.1 全面剖析3G对手机游戏发展的影响

2.3.2 3G成为我国手机游戏迅猛发展的助推器

2.3.3 3G手机游戏成游戏开发商新盈利点

2.3.4 3G时代手机游戏发展面临的考验

2.3.5 我国3G手机游戏盈利模式研究

2.4 中国手机游戏业务收费模式分析

- 2.4.1 手机游戏产业链及收费模式
- 2.4.2 手机游戏收费模式效果分析
- 2.4.3 手机网络游戏收费模式介绍
- 2.4.4 中国手机游戏盈利模式不成熟
- 2.5 中国手机游戏产业存在的问题
 - 2.5.1 中国手机游戏存在的四大问题
 - 2.5.2 制约手机游戏发展的主要因素
 - 2.5.3 手机游戏缺乏良好的运营模式
 - 2.5.4 我国手机游戏产业发展的五大瓶颈
- 2.6 中国手机游戏产业发展对策
 - 2.6.1 手机游戏发展需要更好的产业环境
 - 2.6.2 手机游戏发展需要规范的产业定位
 - 2.6.3 手机游戏发展需要建立法律法规制度
 - 2.6.4 中国手机游戏产业发展的建议

第三章2014年中国手机游戏产业运行环境分析

- 3.1 2014年中国手机游戏产业政策分析
 - 3.1.1 中国数据业务资费政策简况
 - 3.1.2 3G资费政策对手机游戏的影响
 - 3.1.3 中国移动对手游的新政策
 - 3.1.4 电信运营商政策对游戏运营商的影响
- 3.2 2014年中国宏观经济环境分析
 - 3.2.1 国民经济运行情况GDP(季度更新)
 - 3.2.2 消费价格指数CPI、1PPI (按月度更新)
 - 3.2.3 全国居民收入情况 (季度更新)
 - 3.2.4 恩格尔系数 (年度更新)
 - 3.2.5 工业发展形势 (季度更新)
 - 3.2.6 固定资产投资情况 (季度更新)
 - 3.2.7 财政收支状况 (年度更新)
 - 3.2.8 社会消费品零售总额
 - 3.2.9 对外贸易&进出口
- 3.3 2014年中国手机游戏产业社会环境分析
 - 3.3.1 人口环境分析

3.3.2 教育环境分析

3.3.3 文化环境分析

3.3.4 电脑互联网的普及

3.3.5 居民的各种消费观念和习惯

第四章 2014年中国手机游戏市场分析

4.1 中国手机游戏市场概况

4.1.1 国内手机游戏市场的发展模式

4.1.2 手机游戏培训市场异军突起

4.1.3 我国手机游戏业务投放渠道浅析

4.1.4 影响未来手机游戏市场规模的因素

4.2 2009-2014年中国手机游戏市场的发展

4.2.1 2003年中国手机游戏市场驱动因素

4.2.2 2014年中国手机游戏市场规模组成模块比例

4.2.3 2014年中国手机游戏市场与用户规模同步增长

4.2.4 2014年中国手机游戏市场浅析

4.3 2014年中国手机游戏市场的发展分析

4.3.1 我国手机游戏市场规模首次负增长

4.3.2 当前我国手机游戏竞争市场分析

4.3.3 手机游戏:市场快速成长 期待创新型产品

4.4 手机游戏市场的瓶颈及发展对策

4.4.1 国内手机游戏市场品质成发展瓶颈

4.4.2 手机游戏市场的监管引导不能缺位

4.4.3 手机游戏市场迅速扩大的两大阻碍

4.4.4 手机网游企业的市场突围策略

第五章 2014年中国手机游戏消费者分析-国研中讯

5.1 2014年中国手机游戏用户基本属性分析

5.1.1 用户性别分布

5.1.2 用户年龄分布

5.1.3 用户所在区域分布

5.1.4 用户受教育程度分布

5.1.5 用户个人月收入分布

5.1.6 用户职业分布

5.2 2014年中国手机游戏用户参与游戏的属性分析

5.2.1 用户活跃程度及流失原因

5.2.2 用户使用的手机品牌分布

5.2.3 用户每月的手机上网花费

5.2.4 用户参与手机游戏的时间分析

5.2.5 用户参与手机游戏的场所分析

5.2.6 用户黏性分析

5.3 2014年中国手机单机游戏用户使用行为分析

5.3.1 用户偏好的游戏类型分布

5.3.2 用户付费情况分析

5.3.3 用户支付方式

5.3.4 用户未来可以接受的单款游戏费用

5.4 2014年中国手机网络游戏用户使用行为分析

5.4.1 用户不选择手机网络游戏的原因分析

5.4.2 用户偏好的游戏风格和题材

5.4.3 用户获知手机网络游戏的渠道

5.4.4 用户付费情况分析

5.4.5 用户的支付方式

5.4.6 用户每天参与游戏的时间段分布

5.4.7 用户单个游戏周期

5.4.8 用户态度对比分析

5.4.9 用户最期望的手机网络游戏功能

5.4.10 用户期望的手机网络游戏附属功能

5.4.11 用户在线活动研究

5.4.12 用户所最看重的3G对于手机网游带来的影响

第六章 中国手机游戏移动运营商及政策影响分析

6.1 中国移动

6.1.1 中国移动推出手机游戏新平台

6.1.2 中国移动开放手机游戏收费接口

6.1.3 中国移动推出手机游戏二维码

6.1.4 中移动打造精品网游平台

6.1.5 中移动大力出击手机游戏市场

- 6.1.6 中国移动与CP对接酝酿手游产业新模式
- 6.1.7 中国移动规范手机游戏SP企业经营情况
- 6.2 中国联通
 - 6.2.1 中国联通牵手游戏开发商出击手游市场
 - 6.2.2 手机网络游戏业务成中国联通盈利新增点
 - 6.2.3 中国联通挖掘手机游戏潜在客户
 - 6.2.4 2014年中国联通手机游戏业务增长不敌中国移动
- 6.3 相关政策对手机游戏产业的影响
 - 6.3.1 中国数据业务资费政策简况
 - 6.3.2 3G资费政策对手机游戏的影响
 - 6.3.3 电信运营商3G上网卡资费政策现状
 - 6.3.4 电信运营商政策对手机游戏厂商的影响

第七章 2010-2014年中国手机游戏产业市场竞争格局分析

- 7.1 2014年中国手机游戏产业竞争现状分析
 - 7.1.1 手机游戏竞争白热化
 - 7.1.2 手机游戏暗树竞争门槛
 - 7.1.3 手机游戏竞争激烈挑起新增值点
- 7.2 2014年中国手机游戏产业主要地区竞争分析
 - 7.2.1 台湾3G手机网络游戏市场竞争白热化
 - 7.2.2 深圳手机游戏业抢跑
- 7.3 2014年中国手机游戏企业提升竞争力分析

第八章 中国手机游戏重点企业介绍

- 8.1 北京摩卡世界科技有限公司（嘯傲）
 - 8.1.1 企业介绍
 - 8.1.2 摩卡世界技术优势
 - 8.1.3 摩卡世界主要产品介绍
 - 8.1.4 摩卡世界SWOT分析
- 8.2 广州盈正信息技术有限公司
 - 8.2.1 企业介绍
 - 8.2.2 广州盈正公司优势
 - 8.2.3 广州盈正主要产品介绍
 - 8.2.4 广州盈正SWOT分析

8.3 北京龙迹天地科技有限公司（魔龙）

8.3.1 企业介绍

8.3.2 魔龙公司优势

8.3.3 魔龙主要产品介绍

8.3.4 魔龙SWOT分析

8.4 北京数位红软件应用技术有限公司

8.4.1 企业介绍

8.4.2 数位红主要手机游戏介绍

8.4.3 数位红背靠盛大图谋无线游戏

8.5 上海岩浆数码技术有限公司

8.5.1 企业介绍

8.5.2 岩浆数码推出国内首款JAVA体育游戏

8.7.2 岩浆数码的转型之路及终端商业模式

8.5.4 岩浆数码对手机游戏的战略品牌管理

8.6 联合众志软件（成都）有限公司

8.8.1 企业介绍

8.8.2 联合众志主要手机游戏介绍

8.8.3 联合众志软件公司的技术优势

8.7 扬讯科技

8.7.1 企业介绍

8.7.2 扬讯科技的竞争优势

8.7.3 扬讯科技的发展概况

8.8 其他手机游戏企业介绍

8.8.1 雅讯天地

8.8.2 道隆科技

8.8.3 羽蛇科技

8.8.4 北京天际互动

第九章2014年中国手机产业及3G的发展分析

9.1 2014年全球手机市场运行走势分析

9.1.1 全球手机市场规模

9.1.2 全球领先手机制造商的销量情况

9.1.3 世界手机市场份额

9.2 2014年中国手机市场的发展现状分析

9.2.1 中国手机市场的新风险与新机遇

9.2.2 国产手机发展战略偏差导致行业经营性利润下滑

9.2.3 中国手机市场存在的问题

9.3 2014年中国3G产业的发展分析

9.3.1 全球3G的发展现状分析

9.3.2 中国3G发展概况

9.3.3 中国的手机厂商应对3G时代的策略

第十章 2015-2020年中国手机游戏产业发展趋势预测分析

10.1 2015-2020年中国手机游戏产业发展预测分析

10.1.1 我国手游运营趋势预测

10.1.2 中国手机游戏市场规模预测分析

10.1.3 手机游戏产业发展方向分析

10.2 2015-2020年中国手机游戏产业市场预测分析

10.2.1 全球手机游戏市场增长预测

10.2.2 国内手机游戏市场规模预测

10.2.3 我国在线手游市场收入规模预测

10.2.4 手机游戏用户预测分析

10.3 2015-2020年中国手机游戏产业市场盈利预测分析

第十一章 2015-2020年中国手机游戏产业投资热点与风险分析分析

11.1 2015-2020年中国手机游戏产业投资环境分析

11.2 2015-2020年中国手机游戏产业投资机会分析

11.2.1 我国手机游戏产业投资潜力巨大

11.2.1 手机游戏产业备受风投青睐

11.2.1 手机网游有望成为投资热点

11.2.1 手机游戏具有良好的投资价值

11.3 2015-2020年中国手机游戏产业投资风险分析

11.3.1 市场竞争风险分析

11.3.1 人力风险分析

11.3.1 技术风险分析

11.4 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：手机游戏产业链

图表：2014年中国手机游戏用户性别分布

图表：2014年中国手机游戏用户年龄分布

图表：2014年中国手机游戏用户地区分布变化

图表：2014年中国手机游戏用户地域分布情况

图表：2014年中国手机游戏用户学历分布

图表：2014年中国各学历层次手机游戏用户职业分布情况

图表：2014年中国手机游戏用户收入情况

图表：2014年中国手机游戏用户职业分布

图表：2014年中国手机游戏用户各职业区域分布

图表：2014年中国手机游戏用户活跃程度

图表：2014年中国手机游戏用户不玩游戏的原因

图表：2014年中国手机游戏用户使用手机品牌变化情况

图表：2014年中国手机游戏用户流量包月情况

图表：2014年中国手机游戏用户月度上网资费分布

图表：2014年中国手机游戏用户游戏时间选择情况

图表：2014年中国手机游戏用户游戏地点选择

图表：2014年中国手机游戏用户游戏频率

图表：2014年中国手机游戏用户日均游戏时长对比

图表：2014年中国手机单机游戏用户喜爱的单机游戏类型

图表：2014年中国手机单机游戏用户付费情况

图表：2014年中国手机单机游戏用户各职业付费情况

图表：2014年中国手机单机游戏用户近半年付费游戏数量

图表：2014年中国手机单机游戏用户月均单机游戏消费

图表：2014年中国手机单机游戏用户单个游戏的平均消费

图表：2014年中国手机单机游戏用户倾向的单机付费模式

图表：2014年中国手机单机游戏用户能接受的游戏定价

图表：2014年中国手机游戏用户使用手机网络游戏情况

图表：2014年中国手机游戏用户不玩手机网游的原因

图表：2014年中国手机网游用户最喜欢的游戏风格对比

图表：2014年中国手机网游用户最喜欢的游戏题材对比

图表：2014年中国手机网游用户获得网游信息的渠道

图表：2014年中国手机网游用户付费情况

图表：2014年中国手机网游用户各职业付费情况

图表：2014年中国手机网游付费用户月均消费情况

图表：2014年中国手机网游用户各职业月均消费情况

图表：2014年中国手机网游用户可接受的月度消费金额

图表：2014年中国手机网游用户支付方式选择

图表：2014年中国手机网游潜在用户喜欢的付费方式

图表：2014年中国手机网游用户游戏时段分布

图表：2014年中国手机网游用户单个游戏持续时间变化

图表：2014年中国手机网游用户选择一款网游的原因

图表：2014年中国手机网游用户放弃一款网游的原因

图表：2014年中国手机网游用户期望的游戏功能

图表：2014年中国手机网游用户期望的游戏附属功能

图表：2014年中国手机网游用户参加在线活动时段的选择

图表：2014年中国手机网游用户期望的在线活动

图表：2014年中国手机网游用户对目前网速的满意度对比

图表：2014年中国手机网游用户对3G带来影响的看法

图表：中国移动M o 手机上网业务资费

图表：中国移动广东公司GPRS套餐资费

图表：中国联通广东公司互动视界手机上网资费

图表：中国联通广东公司互动视界手机上网套餐资费

图表：TD-SCDMA数据流量套餐

图表：《摩卡三国》游戏界面

图表：摩卡世界SWOT分析

图表：《文明online》游戏界面

图表：《拇指大富翁》游戏界面

图表：广州盈正SWOT分析

图表：《水晶之树》游戏界面

图表：《魔龙音乐》游戏界面

图表：魔龙SWOT分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248580.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。