

# 2015-2020年中国移动互联网 网游戏市场深度研究与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国移动互联网游戏市场深度研究与发展前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/224128AI2N.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

近几年来，伴随着移动网络和移动终端性能的不断提高与完善，移动互联网游戏业务呈现快速增长的势头，成为一座名副其实的“金矿”。移动互联网游戏市场的巨大诱惑，让网游巨头们不再淡定。随着2014年财报的公布，我们不难发现，腾讯、网易、巨人、完美等传统端游大企业的移动游戏战略已经浮现水面，并有全力挥师手游之势。与移动设备领域一样，中国移动互联网游戏运营商也呈现多元化格局，游戏巨头腾讯掌握了22%的中国市场份额。这种分层结构为开发者呈现了许多合作机遇，中国移动控制了17%的移动游戏市场份额，与全球600多家移动互联网游戏开发商达成了合作。而第三大游戏运营商中国电信，市场份额则是8%。

随着4G时代的到来，中国移动游戏市场也日益繁荣。对于移动单机游戏，不需要太多的时间和精力，打开游戏即可游玩，获得了大部分用户的青睐。另一方面，中国通信产业向3G升级促进了移动互联网游戏的增长，网络、多媒体表现、平台融合等促成了移动网游的崛起。2014年中国移动游戏市场规模达到121亿元，同比增长63.3%，环比增长21.1%，其中移动互联网游戏市场规模约为76.8亿元，2014年一季度中国移动互联网游戏市场规模高达44.1亿元，环比增长40%，中国移动互联网游戏用户累计规模已达3.02亿，增长率达到15.28%。2014Q1中国移动游戏用户调查显示，约有81.1%的用户倾向于移动网络游戏，单机游戏用户占18.9%。在游戏类型爱好方面，39%的用户喜欢移动休闲游戏，31%的用户喜欢移动棋牌游戏，用户比例领先于其它游戏类型。移动卡牌游戏也有较多用户喜欢，占比11%。

未来几年，移动互联网游戏市场受到资本的强烈关注和追逐，移动互联网游戏的新陈代谢速度增快，同质化日趋严重，用户的选择范围更大，市场的竞争状况变得空前严峻。随着越来越高的平台渠道成本，不少移动游戏开发商的利润空间受到挤压，纷纷寻求有效的盈利模式。在目前常用的盈利模式中，移动广告和用户付费的两个大环境均需要时间成熟，用户接受度仍有待提升。国内手机游戏产业将真正步入快速增长期。面对移动互联网游戏巨大的市场商机，近几年来，一些CP和SP纷纷涉足移动游戏领域，全面加大了移动互联网游戏的产品开发和市场推广力度，整个移动互联网游戏市场将有保持快速增长，预计2015年移动互联网游戏市场规模将超过200亿。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、智研数据研究中心以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外移动互联网游戏行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情

况，报告还对移动互联网游戏下游行业的发展进行了探讨，是移动互联网游戏及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握移动互联网游戏行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

## 第一部分 移动互联网游戏行业发展概述

### 第一章 移动互联网游戏行业概述

#### 第一节 移动互联网游戏行业定义

- 一、行业定义
- 二、行业代表作
- 三、行业特点
- 四、行业缺陷

#### 第二节 移动互联网游戏行业发展历程

- 一、发展回顾
- 二、品种走向

#### 第三节 移动互联网游戏行业分类情况

- 一、客户端网游
- 二、非客户端网游

#### 第四节 移动互联网游戏产业链分析

- 一、移动互联网游戏产业链
- 二、移动互联网游戏三种技术平台分析
- 三、移动互联网游戏产业发展推动力量

## 第二章 2013-2014年中国移动互联网游戏行业发展环境分析

### 第一节 2013-2014年中国经济环境分析

- 一、宏观经济
- 二、工业形势
- 三、固定资产投资

### 第二节 2013-2014年中国移动互联网游戏行业发展政策环境分析

- 一、行业政策影响分析
- 二、相关行业标准分析

### 第三节 2013-2014年中国移动互联网游戏行业发展社会环境分析

- 一、居民消费水平分析

二、人口环境分析

三、中国城镇化率

### 第三章 2013-2014年中国移动互联网游戏行业总体发展状况

#### 第一节 中国移动互联网游戏行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

#### 第二节 中国移动互联网游戏行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

#### 第三节 中国移动互联网游戏行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

### 第四章 中国移动互联网游戏市场供需分析

#### 第一节 移动互联网游戏市场现状分析及预测

一、2013-2014年我国移动互联网游戏行业总产值分析

二、2014-2020年我国移动互联网游戏行业总产值预测

#### 第二节 移动互联网游戏市场需求分析及预测

一、2013-2014年我国移动互联网游戏市场需求分析

二、2014-2020年我国移动互联网游戏市场需求预测

### 第二部分 移动互联网游戏行业深度分析

#### 第五章 移动互联网游戏行业发展现状分析

##### 第一节 全球移动互联网游戏行业发展分析

一、全球移动互联网游戏行业发展历程

二、全球移动互联网游戏行业发展现状

### 三、全球移动互联网游戏行业发展预测

#### 第二节 中国移动互联网游戏行业发展分析

##### 一、2013-2014年中国移动互联网游戏行业发展态势分析

##### 二、2013-2014年中国移动互联网游戏行业发展特点分析

##### 三、2013-2014年中国移动互联网游戏行业市场供需分析

#### 第三节 中国移动互联网游戏产业特征与行业重要性

#### 第四节 移动互联网游戏行业特性分析

### 第六章 中国移动互联网游戏市场规模分析

#### 第一节 2014年中国移动互联网游戏市场规模分析

#### 第二节 2014年中国移动互联网游戏区域市场规模分析

##### 一、2014年东北地区市场规模分析

##### 二、2014年华北地区市场规模分析

##### 三、2014年华东地区市场规模分析

##### 四、2014年华中地区市场规模分析

##### 五、2014年华南地区市场规模分析

##### 六、2014年西部地区市场规模分析

#### 第三节 2014-2020年中国移动互联网游戏市场规模预测

### 第七章 移动互联网游戏国内产品价格走势及影响因素分析

#### 第一节 国内产品2013-2014年价格回顾

#### 第二节 国内产品当前市场价格及评述

#### 第三节 国内产品价格影响因素分析

#### 第四节 2014-2020年国内产品未来价格走势预测

### 第八章 移动互联网游戏及其主要上下游产品

#### 第一节 移动互联网游戏行业产业链概述

#### 第二节 移动互联网游戏行业上游运行分析

##### 一、移动互联网游戏行业上游介绍

##### 二、移动互联网游戏行业上游发展状况分析

##### 三、移动互联网游戏行业上游对移动互联网游戏行业影响力分析

#### 第三节 移动互联网游戏行业下游运行分析

- 一、移动互联网游戏行业下游介绍
- 二、移动互联网游戏行业下游发展状况分析
- 三、移动互联网游戏行业下游对移动互联网游戏行业影响力分析

### 第三部分 移动互联网游戏行业竞争格局

#### 第九章 移动互联网游戏产品竞争力优势分析

- 第一节 整体产品竞争力评价
- 第二节 产品竞争力评价结果分析
- 第三节 竞争优势评价及构建建议
  - 一、技术难题
  - 二、商业模式
  - 三、竞争升级

#### 第十章 移动互联网游戏行业市场竞争策略分析

- 第一节 行业竞争结构分析
  - 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 行业国际竞争力比较
  - 一、生产要素
  - 二、需求条件
  - 三、相关和支持性产业
    - 1、我国软件产业发展分析
    - 2、我国IT行业发展分析
    - 3、我国游戏行业发展分析
    - 4、我国手机制造业发展分析
  - 四、企业战略、结构与竞争状态
- 第三节 移动互联网游戏企业竞争策略分析
  - 一、提高移动互联网游戏企业核心竞争力的对策
  - 二、影响移动互联网游戏企业核心竞争力的因素及提升途径

### 三、提高移动互联网游戏企业竞争力的策略

## 第十一章 移动互联网游戏行业重点企业竞争分析

### 第一节 深圳中青宝互动网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2013-2014年经营状况分析
- 五、2013-2014年主要经营数据指标
- 六、2014-2020年公司发展战略分析

### 第二节 北京掌趣科技股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2013-2014年经营状况分析
- 五、2013-2014年主要经营数据指标
- 六、2014-2020年公司发展战略分析

### 第三节 北京北纬通信科技股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2013-2014年经营状况分析
- 五、2013-2014年主要经营数据指标
- 六、2014-2020年公司发展战略分析

### 第四节 拓维信息系统股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2013-2014年经营状况分析
- 五、2013-2014年主要经营数据指标
- 六、2014-2020年公司发展战略分析

### 第五节 贵阳朗玛信息技术股份有限公司



- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2013-2014年经营状况分析
- 五、2013-2014年主要经营数据指标
- 六、2014-2020年公司发展战略分析

#### 第六节 深圳雷柏科技股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2013-2014年经营状况分析
- 五、2013-2014年主要经营数据指标
- 六、2014-2020年公司发展战略分析

#### 第七节 北京华娱无线科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、公司业务经营范围
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

#### 第八节 北京随手互动信息技术有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业业务经营范围
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

#### 第九节 北京顽石互动网络科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、公司经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

#### 第十节 北京九五在线网络系统有限公司

- 一、企业概况
- 二、公司经营状况
- 三、企业竞争优势

## 四、企业发展战略

### 第四部分 移动互联网游戏行业前景预测

#### 第十二章 移动互联网游戏行业投资与发展前景分析

##### 第一节 移动互联网游戏行业投资机会分析

- 一、移动互联网游戏投资项目分析
- 二、可以投资的移动互联网游戏模式
- 三、2014年移动互联网游戏投资机会

##### 第二节 2014-2020年中国移动互联网游戏行业发展预测分析

- 一、未来移动互联网游戏发展分析
- 二、未来移动互联网游戏行业技术开发方向
- 三、总体行业“十二五”整体规划及预测

##### 第三节 未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、十二五行业政策发展趋势

#### 第十三章 移动互联网游戏产业用户度分析

##### 第一节 移动互联网游戏产业用户认知程度

##### 第二节 移动互联网游戏产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

#### 第十四章 2014-2020年移动互联网游戏行业发展趋势及投资风险分析

##### 第一节 当前移动互联网游戏存在的问题

##### 第二节 移动互联网游戏未来发展预测分析

- 一、中国移动互联网游戏发展方向分析
- 二、2014-2020年中国移动互联网游戏行业发展规模预测
- 三、2014-2020年中国移动互联网游戏行业发展趋势预测

##### 第三节 2014-2020年中国移动互联网游戏行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、产品投资风险

## 第十五章 专家观点与结论

### 第一节 移动互联网游戏行业营销策略分析及建议

- 一、移动互联网游戏行业营销模式
- 二、移动互联网游戏行业营销策略
  - 1、线上渠道：积分墙、各大平台、移动广告
  - 2、媒体营销：业内媒体、玩家媒体
  - 3、线下营销：线下广告、二三线城市地推、展会沙龙
  - 4、跨界营销：影视娱乐、周边其他
  - 5、本体营销：节假日活动、游戏也是渠道

### 第二节 移动互联网游戏行业企业经营发展分析及建议

- 一、移动互联网游戏行业经营模式
- 二、移动互联网游戏行业生产模式

### 第三节 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

### 第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

## 图表目录

图表：2006-2014年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2013-2014年二季度工业增加值及同比增速

图表：2013-2014年二季度固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2013-2014年二季度固定资产到位资金同比增速

图表：2012-2014年中国恩格尔系数变化情况

图表：2012-2014年全国人口变化

图表：2012-2014年中国人口性别变化

图表：2012-2014年中国人口各年龄段变化

图表：2012-2014年中国人口城乡结构变化

图表：2012-2014年中国农村人均收入变化

图表：2012-2014年中国城镇人均收入变化

图表：2008-2014年全国城镇人口比重

图表：2008-2014年我国城镇化水平变化情况

图表：2011-2014年移动互联网游戏用户规模增长

图表：中国移动互联网上市企业人员规模对比

图表：2014年中国移动互联网上市企业资产规模对比

图表：2011-2014年移动互联网游戏市场规模增长

图表：2014年移动互联网游戏热门类型分布

图表：2014年移动互联网游戏热门题材

图表：2014年移动互联网游戏开测数量每月分布

图表：2014年中国移动互联网游戏用户性别及年龄层次结构

图表：2014年中国移动互联网上市企业手游产品收入对比

图表：2014年销量破千万手游产品及开发商

图表：2014年销量破千万手游产品开发商及发行商

图表：2014-2020年手机网络游戏企业盈利能力预测

图表：2014-2020年手机网络游戏企业偿债能力预测

图表：2014-2020年手机网络游戏企业营运能力预测

图表：2014-2020年手机网络游戏企业发展能力预测

图表：2014-2020年移动互联网游戏总产值预测

图表：2014-2020年移动互联网游戏需求规模预测

图表：2014年英国手机上网用户关注情况

图表：2014年俄罗斯移动网络用户年龄分布

图表：俄罗斯主流移动设备操作系统

图表：俄罗斯主流移动浏览器

图表：2012-2016年俄罗斯移动游戏市场份额

图表：2014-2020年全球手机游戏用户数预测

图表：2014年中国移动互联网游戏用户游戏下载平台倾向

图表：2014-2020年移动互联网游戏市场规模预测

图表：中国手机游戏开发商团队规模

图表：中国手机游戏开发商注册资本情况

图表：2014年中国A股并购买方/卖方规模份额

图表：中国移动网络游戏用户对移动设备游戏的期待

图表：虚拟物品不同收入水平玩家消费特征

图表：中国网游玩家年龄分布

图表：中国网游玩家是否会加入群体组织比例

图表：2014年中国移动网游研发厂商竞争格局

图表：腾讯游戏精品运营网络

图表：腾讯移动游戏推广策略

图表：2014年中青宝主营构成分析

图表：2008-2014年中青宝成长能力分析

图表：2008-2014年中青宝盈利能力分析

图表：2008-2014年中青宝盈利质量分析

图表：2008-2014年中青宝运营能力分析

图表：2008-2014年中青宝财务风险分析

图表：2014年掌趣科技主营构成分析

图表：2008-2014年掌趣科技成长能力分析

图表：2008-2014年掌趣科技盈利能力分析

图表：2008-2014年掌趣科技盈利质量分析

图表：2008-2014年掌趣科技运营能力分析

图表：2008-2014年掌趣科技财务风险分析

图表：2014年北纬通信主营构成分析

图表：2008-2014年北纬通信成长能力分析

图表：2008-2014年北纬通信盈利能力分析

图表：2008-2014年北纬通信盈利质量分析

图表：2008-2014年北纬通信运营能力分析

图表：2008-2014年北纬通信财务风险分析

图表：2014年拓维信息主营构成分析

图表：2008-2014年拓维信息成长能力分析

图表：2008-2014年拓维信息盈利能力分析

图表：2008-2014年拓维信息盈利质量分析

图表：2008-2014年拓维信息运营能力分析

图表：2008-2014年拓维信息财务风险分析

图表：2014年朗玛信息主营构成分析

图表：2008-2014年朗玛信息成长能力分析

图表：2008-2014年朗玛信息盈利能力分析

图表：2008-2014年朗玛信息盈利质量分析

图表：2008-2014年朗玛信息运营能力分析

图表：2008-2014年朗玛信息财务风险分析

图表：2014年雷柏科技主营构成分析

图表：2008-2014年雷柏科技成长能力分析

图表：2008-2014年雷柏科技盈利能力分析

图表：2008-2014年雷柏科技盈利质量分析

图表：2008-2014年雷柏科技运营能力分析

图表：2008-2014年雷柏科技财务风险分析

图表：2008-2014年我国移动网络游戏用户规模及增长率变化

图表：2014年中国手机游戏用户对手机游戏接受情况

图表：用户首款游戏选择类型分布图

图表：移动棋牌游戏用户日均在线时长状况图

图表：中国移动互联网游戏用户对游戏网络速度的满意度

图表：中国移动互联网用户对游戏附属功能的反应

图表：中国移动互联网游戏用户付费行为分析

图表：中国手机游戏用户付费层次分析

图表：中国移动互联网游戏用户选择游戏原因

图表：中国移动互联网游戏用户放弃游戏原因

图表：2014年全球人口及移动游戏产值分布

图表：海外市场移动游戏发行商排名

图表：海外广告平台移动游戏发行模式六大环节

图表：海外广告平台收费模

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/224128A12N.html>