

2017-2022年中国移动游戏 市场全景调查与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国移动游戏市场全景调查与投资潜力分析报告》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/youxi/A718943IF1.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

移动游戏就是手机或者平板电脑上的游戏，分为安卓系统和苹果系统。

2016年1~6月中国游戏产业报告。报告指出，2016年1~6月，中国移动游戏用户数量达到4.05亿人，同比增长10.7%。中国移动游戏市场实际销售收入达到374.8亿元人民币，同比增长79.1%。

2016年1~6月，移动游戏市场处于高速增长阶段，市场竞争激烈。产品层面，IP改编作品大量增加，并逐渐探索出相对成熟的商业模式，推动了市场收入的增长，如《倚天屠龙记》、《问道》等；企业层面，大企业借劣资源占领市场，实力雄厚的研发商成为市场追捧的对象，而一些拥有经验、人脉、资金的企业高管在发行领域成功创业让竞争加剧，相关企业借助外部资源合纵连横予以应对。在未来，移动游戏依然拥有增长潜力，但激烈的竞争正在推升这个市场的风险，优胜劣汰的节奏有加快趋势。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国移动游戏市场全景调查与投资潜力分析报告》共六章。首先介绍了移动游戏行业市场发展环境、移动游戏整体运行态势等，接着分析了移动游戏行业市场运行的现状，然后介绍了移动游戏市场竞争格局。随后，报告对移动游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对移动游戏产业有个系统的了解或者想投资移动游戏行业，本报告是您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. 海外移动游戏行业发展现状

1.1 全球移动游戏行业发展现状

1.2 日本移动游戏行业发展现状

1.3 美国移动游戏行业发展现状

第二章. 中国移动游戏行业发展现状

2.1 中国移动游戏行业PEST分析

- 2.2 中国移动游戏行业发展历程
- 2.3 中国移动游戏行业市场现状
- 2.4 中国移动游戏行业用户规模
- 2.5 中国移动游戏行业资本市场

第三章. 中国移动游戏智能终端分发渠道研究

- 3.1 中国智能移动终端游戏行业产业链
- 3.2 中国智能移动终端游戏引擎市场
- 3.3 中国移动游戏iOS分发渠道
- 3.4 中国移动游戏Android分发渠道

第四章. 中国移动游戏用户行为分析

- 4.1 mUserTracker中国智能移动终端游戏用户监测数据
- 4.2 中国智能移动终端游戏用户使用行为分析

第五章. 中国移动游戏企业案例分析

- 5.1 触控科技
- 5.2 创梦天地
- 5.3 飞流
- 5.4 空中网
- 5.5 蓝港在线
- 5.6 乐动卓越
- 5.7 盛大游戏
- 5.8 腾讯游戏
- 5.9 银汉科技
- 5.10 中国手游

第六章. 中国移动游戏行业问题及未来趋势

- 6.1 中国移动游戏行业面临的问题
- 6.2 中国移动游戏行业未来趋势（ZY GXH）

图表目录：

图1-1. 2015-2016年全球智能移动游戏市场规模

图1-2. 2015年全球部分国家移动游戏付费率

图1-3. 2015年全球部分国家移动游戏用户规模

图1-4. 2015年全球移动应用时间占比

图1-5. 2015年iOS和Google Play移动游戏用户职业分布

图1-6. 2007-2015年日本功能机游戏市场规模

图1-7. 2011-2015年日本智能机游戏市场规模

图1-8. 2015年日本智能机数字内容市场规模份额

图1-9. 2015年-2016年日本主要游戏企业市值变化趋势

图1-10. 2004-2015年Gungho营收和增长率

图1-11. 2015年Gungho按地区营收占比

图1-12. 2011-2016Gungho移动游戏/PC游戏营收份额

图1-13. 2011-2016Gungho移动游戏/PC游戏销售利润率

图1-14. 2005-2015年DeNA净销售额

图1-15. 2009-2015年DeNA各项业务的净销售份额

图1-16. 2015年DeNA社交媒体业务

图1-17. 2000-2015年CAPCOM净销售和增长率情况

图1-18. 2016年CAPCOM在线下载内容营收占比

图1-19. 日本游戏企业CAPCOM移动游戏业务Beeline全球布局

图1-20. 2017-2022年美国移动游戏行业市场规模

图1-21. 2017-2022年美国移动游戏行业市场规模结构

图1-22. 2015年美国应用商店游戏营收份额

图1-23. 2015年和2016年美国iOS游戏类型分布

图1-24. 2017-2022年美国移动游戏手机用户规模及渗透率

图1-25. 2015-2016Supercell营业收入

图1-26. 2011-2016Supercell公司估值

图1-27. 2009-2016EA总营收和手机游戏营收

图1-28. 2011-2016 Zynga营收规模

图1-29. 2016Zynga网页游戏和手机游戏日均活跃人数和月均活跃人数

图2-1. 2015年各国人均GDP分布情况

图2-2. 2015年中国移动游戏用户年龄分布

2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）行业全景调研及投资可行性报告

2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）行业全景调研及投资可行性报告，行业发展趋势，2013-2016年全球个人通讯服务（PCS）市场发展状况剖析，2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业运行环境解析。

报告目录：

第一部分 行业发展趋势

第一章 2013-2016年全球个人通讯服务（PCS）市场发展状况剖析

第一节 2013-2016年全球个人通讯服务（PCS）市场规模与特点

- 一、全球个人通讯服务（PCS）市场规模与增长
- 二、全球个人通讯服务（PCS）用户增长减缓
- 三、新技术应用

第二节 2013-2016年全球个人通讯服务（PCS）主要国家与地区分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、亚太(除日本)

第三节 2016-2022年全球个人通讯服务（PCS）行业发展趋势分析

第二章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业运行环境解析

第一节 2013-2016年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP经济运行状况分析
- 二、中国CPI、PPI消费价格指数
- 三、我国居民收入情况分析
- 四、恩格尔系数分析
- 五、工业发展形势分析
- 六、固定资产投资情况分析
- 七、财政收支状况分析
- 八、社会消费品零售总额分析
- 九、对外贸易及进出口

第二节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业发展政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关行业政策影响分析

第三节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业发展社会环境分析

一、就业与人才分析

二、年龄结构分析

第三章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业运行动态分析

第一节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）市场规模与特点

一、中国个人通讯服务（PCS）市场规模与增长

二、中国个人通讯服务（PCS）市场特点

第二节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）市场结构分析

一、产品结构

二、价格段结构

三、区域与省市结构

四、城市层级结构

五、垂直结构

六、平行结构

七、渠道结构

八、品牌结构

第二部分 市场运营状况分析

第四章 2013-2016年中国台式PC市场运营状况分析

第一节 2013-2016年中国台式电脑产业发展综述

一、台式电脑产业发展回顾

二、台式电脑价格分析

三、触摸屏技术为台式机注入新活力

第二节 2013-2016年中国台式电脑产业市场分析

一、苏宁台式电脑销售排行榜

二、台式电脑产业全面调研

第三节 2013-2016年中国台式机市场机遇与挑战并存

一、进军三到六级市场

二、“家电下乡”的巨大挑战

三、不断拓展销售渠道

四、一体机PC是否有市场

第五章 2013-2016年中国笔记本电脑行业调查剖析

第一节 2013-2016年中国笔记本电脑市场现状

一、笔记本已经真正到达了全民普及阶段

二、大屏幕笔记本时代尚未到来

三、联想一体笔记本电脑火热上市

第二节 2013-2016年中国笔记本电脑行业动态分析

第三节 2013-2016年中国笔记本电脑发展存在问题分析

第六章 2013-2016年中国笔记本电脑产量数据统计分析

第一节 2013-2016年中国笔记本电脑产量数据分析

一、2013-2016年笔记本电脑产量数据分析

二、2013-2016年笔记本电脑重点省市数据分析

第二节 2013-2016年中国笔记本电脑产量数据分析

一、2013-2016年全国笔记本电脑产量数据分析

二、2013-2016年笔记本电脑重点省市数据分析

第三节 2013-2016年中国笔记本电脑产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第七章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）服务器调查分析

第一节 2013-2016年中国服务器行业发展概况分析

一、服务器行业的发展历程回顾

二、目前国内服务器结构性分布情况

三、服务器行业需求情况

第二节 2013-2016年中国服务器调查分析

一、惠普ProLian服务器通过能源之星标准

二、顶级桌面服务器ASUSZ8NA-D6C主板简析

三、方正御天刀片服务器助力军队信息化建设

四、双路塔式服务器价格调查总汇

五、创新成IDC主旋律，四核服务器引领市场

第三节 2013-2016年中国服务器使用问题解析

一、刀片服务器散热的五种方法介绍

二、如何解决刀片服务器机架层面的制冷问题

第三部分 细分行业分析

第八章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）细分市场运营状况分析

第一节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）家用市场分析

一、竞争格局

二、驱动力

三、阻碍因素

第二节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）商用市场分析

一、竞争格局

二、驱动力

三、阻碍因素

第四部分 个人通讯服务（PCS）产业调研

第九章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）用户市场运营状况分析研究

第一节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）用户关注因素

一、用户对不同功能各有需求

二、用户普遍关注产品质量

三、价格与用户心理预期已比较接近

四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离

第二节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）用户需求调查

一、品牌倾向

二、产品功能

三、价格期望

四、促销推广

五、购买渠道

六、服务体验

第五部分 市场竞争对手对比分析

第十章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业分析

第一节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）整体竞争格局分析

一、现有厂商间竞争

二、潜在进入者与替代产品

三、价格竞争分析

第二节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业技术竞争分析

第三节 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）行业集中度分析

一、笔记本产量集中度分析

二、个人通讯服务（PCS）行业集中度分析

第四节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）行业竞争走势分析

第十一章 2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）重点厂商竞争力对比分析

第一节 同方股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第二节 中国长城计算机深圳股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第三节 联想（北京）有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第四节 戴尔（中国）有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第五节 上海惠普有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 浪潮集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 北大方正科技有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第八节 苏州三星电子电脑有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第九节 东芝信息机器（杭州）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第十节 英顺达科技有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六部分 个人通讯服务（PCS）产业投资预测分析

第十二章 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）行业市场现状分析

第一节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）市场趋势分析

一、产品结构

二、价格

三、渠道

四、服务

第二节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）市场规模预测分析

第三节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）市场结构预测分析

一、区域结构

- 二、城市层级结构
- 三、垂直结构
- 四、平行结构
- 五、渠道结构

第十三章 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）产业投资机会与风险分析（ZY PX）

第一节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）产业风险

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、经营管理风险
- 五、技术风险
- 六、其他风险

第二节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）投资机会及建议

- 一、投资效益
- 二、投资方向
- 三、投资需注意的问题分析

第三节 2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）经营风险建议

- 一、影响个人通讯服务（PCS）企业经营的内外部因素
- 二、2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）产业业务方向分析
- 三、2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）产业营销分析

图表目录：

图表：2013-2016年世界个人通讯服务（PCS）产量及其增速走势图

图表：世界主要国家个人通讯服务（PCS）集中度情况

图表：2016-2022年世界个人通讯服务（PCS）需求量及其增速预测

图表：个人通讯服务（PCS）行业与宏观经济的关系

图表：个人通讯服务（PCS）行业发展的政策环境

图表：我国个人通讯服务（PCS）行业发展的社会环境

图表：2013-2016年个人通讯服务（PCS）行业销售收入及增速走势

图表：2013-2016年个人通讯服务（PCS）行业产量及其增速走势

图表：2013-2016年个人通讯服务（PCS）行业投资额情况

图表：个人通讯服务（PCS）主要产品及应用

图表：2013-2016年我国GDP增速与个人通讯服务（PCS）产量的关系分析

图表：个人通讯服务（PCS）行业生命周期

图表：1979-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1979-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2013-2016年人口数量及其构成

图表：2013-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2002-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1991-2016年中国城镇化率走势图

图表：2013-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2005-2016年世界个人通讯服务（PCS）市场销售量及其增长率

图表：2013-2016年亚太地区主要品牌个人电脑发货量对比

图表：2013-2016年中国笔记本电脑产量变化图

图表：2013-2016年中国笔记本电脑重点省市产量对比图

图表：2013-2016年中国笔记本电脑产量和2013-2016年同期对比图

图表：2013-2016年中国笔记本电脑产量前5位省市对比图

图表：2013-2016年中国笔记本电脑前5位省市产量比例图

图表：2013-2016年中国笔记本电脑重点省市产量及增长率统计表 单位：吨

图表：2013-2016年中国笔记本电脑产量增长率排名前5位省市对比图 单位：吨

图表：2013-2016年中国笔记本电脑主要省份产量比重统计表

图表：2013-2016年中国笔记本电脑市场集中度和2013-2016年同期对比图

图表：2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）市场规模与增长

图表：2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）市场产品结构

图表：2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）市场区域结构

图表：2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）垂直市场结构图

图表：2013-2016年中国个人通讯服务（PCS）平行市场结构图

图表：2002-2016年中国台式PC机市场规模

图表：2013-2016年台式PC垂直市场结构

图表：2013-2016年我国台式PC垂直市场结构份额对比

图表：2013-2016年我国台式PC平行市场结构

图表：2013-2016年我国台式PC平行市场份额结构对比

图表：2013-2016年我国台式PC区域市场结构

图表：2013-2016年我国台式PC区域市场结构份额对比

图表：我国不同价格区间笔记本关注比例分布

图表：笔记本区域市场关注比例分布

图表：最受用户关注的十五大笔记本品牌

图表：2013-2016年我国不同类型笔记本关注比例分布

图表：2013-2016年我国商用笔记本市场最受用户关注的十大品牌

图表：2013-2016年我国不同价格区间商用笔记本关注比例分布

图表：2013-2016年我国不同屏幕尺寸商用笔记本关注比例分布

图表：2013-2016年我国主流处理器配置商用笔记本关注比例分布

图表：2013-2016年我国不同显卡类型商用笔记本关注比例分布

图表：中国个人通讯服务（PCS）市场主要产品销售情况与增长

图表：中国个人通讯服务（PCS）市场主要产品销售额分布与增长

图表：2013-2016年中国不同类型台式电脑关注比例分布

图表：2013-2016年中国市场最受用户关注的十大家用台式电脑品牌

图表：2013-2016年不同价格家用台式电脑关注比例分布

图表：2013-2016年不同显示器大小家用台式机关注比例分布

图表：2013-2016年不同内存大小家用台式机关注比例分布

图表：2013-2016年不同硬盘大小家用台式机关注比例分布

图表：2013-2016年中国不同类型笔记本关注比例分布

图表：2013-2016年中国笔记本市场最受关注的十大家用笔记本电脑品牌

图表：2013-2016年不同价格区间家用笔记本电脑关注比例分布

图表：2013-2016年不同屏幕尺寸家用笔记本电脑关注比例分布

图表：2013-2016年不同类型CPU家用笔记本电脑关注比例分布

图表：2013-2016年不同类型显卡家用笔记本电脑关注比例分布

图表：2013-2016年全国笔记本电脑产量分析

图表：2013-2016年全国及主要省份笔记本电脑产量分析

图表：2013-2016年笔记本电脑产量集中度分析

图表：商用PC厂商面临的最大问题

图表：中国台式机用途调查

图表：中国笔记本用途调查

图表：笔记本市场消费者满意度调查

图表：中国个人通讯服务（PCS）购买渠道调查

图表：中国个人通讯服务（PCS）市场规模与增长分析

图表：2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）产品销售额市场结构预测

图表：2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）市场销售额预测

图表：2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）市场垂直市场结构年均复合增长率预测

图表：2016-2022年中国个人通讯服务（PCS）市场平行结构及其增长率预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/A718943IF1.html>