

# 2013-2018年中国手机游戏 行业营运态势及投资商机研究报告

## 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

《2013-2018年中国手机游戏行业营运态势及投资商机研究报告》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/J68941L3FN.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

### 第一章 2013年全球手机游戏行业市场发展概况 3

#### 第一节 手机游戏业务概述 3

##### 一、手机游戏业务的定义 3

##### 二、手机游戏业务特征 3

##### 三、手机游戏业务的分类 5

#### 第二节 全球手机游戏业务市场发展状况 7

##### 一、手机游戏业务市场规模及其增长状况 7

##### 二、手机游戏业务市场状况 9

#### 第三节 主要国家及地区手机游戏业务市场现状 10

##### 一、北美地区 10

##### 二、欧洲地区 11

##### 三、日本 12

##### 四、韩国 13

### 第二章 2013年中国手机游戏行业市场分析 14

#### 第一节 手机游戏行业宏观环境分析 14

##### 一、政策环境 14

##### 二、经济环境 15

##### 三、社会文化环境 15

##### 四、技术环境 16

#### 第二节 影响手机游戏市场的因素 16

##### 一、促进因素 16

##### 二、阻碍因素 18

#### 第三节 手机游戏业务市场规模分析 20

##### 一、市场规模现状及发展趋势分析 20

##### 二、发展趋势分析 21

#### 第四节 手机游戏市场结构 23

##### 一、手机游戏类型分析 23

##### 二、技术类型分析 24

##### 三、相关手机终端品牌分布 24

## 第五节 中国手机游戏市场竞争分析 24

### 一、整体竞争格局 24

### 二、既有厂商竞争 25

### 三、潜在进入者与替代产品 26

## 第六节 手机游戏业务市场重大事件及其影响分析 26

## 第三章中国手机游戏细分市场研究 27

### 第一节 单机手机游戏市场 27

#### 一、竞争格局 27

#### 二、驱动力 28

#### 三、阻碍因素 29

### 第二节 手机网络游戏市场 31

#### 一、竞争格局 31

#### 二、驱动力 31

#### 三、阻碍因素 32

## 第四章电信重组后运营商手机游戏业务发展策略分析 33

### 第一节 电信重组后运营商业务格局 33

### 第二节 2013年中国移动手机游戏业务发展策略 35

### 第三节 2013年中国联通手机游戏业务发展策略 36

### 第四节 2013年中国电信手机游戏业务发展策略 36

## 第五章 2013年中国手机游戏主要厂商分析 38

### 第一节 掌中米格 38

#### 一、公司概况 38

#### 二、产品及服务 38

#### 三、市场表现 39

#### 四、SWOT分析 41

### 第二节 魔龙 41

#### 一、公司概况 41

#### 二、产品及服务 42

#### 三、市场表现 42

#### 四、SWOT分析 43

##### 第三节 空中网 43

###### 一、公司概况 43

###### 二、产品及服务 43

###### 三、市场表现 44

###### 四、SWOT分析 45

##### 第四节 TOM在线 45

###### 一、公司概况 45

###### 二、产品及服务 46

###### 三、市场表现 46

###### 四、SWOT分析 47

##### 第五节 腾讯 47

###### 一、公司概况 47

###### 二、产品及服务 48

###### 三、市场表现 48

###### 四、SWOT分析 49

##### 第六节 当乐网 49

###### 一、公司概况 49

###### 二、产品及服务 50

###### 三、市场表现 50

###### 四、SWOT分析 50

#### 第六章中国手机游戏用户需求研究 51

##### 第一节 品牌倾向 51

###### 一、手机单机游戏品牌玩家偏好 51

###### 二、手机网络游戏品牌玩家偏好 56

##### 第二节 用户行为 61

###### 一、移动互联网用户对手机游戏使用情况 61

###### 二、用户使用行为分析 65

##### 第三节 潜在需求 73

#### 第七章未来五年中国手机游戏市场预测 74

第一节 未来五年中国手机游戏市场规模预测 74

第二节 未来五年中国手机游戏市场结构预测 76

一、 游戏类型 76

二、 技术标准结构 78

三、 手机终端结构 84

## 图表目录

图表 1:贪吃蛇游戏 5

图表 2:《美人关》短信游戏 6

图表 3:WAP游戏的工作原理图 6

图表 4:J2ME游戏《动感蓝桂坊》 7

图表 5 : 2008-2013年全球手机用户数量统计 亿户 8

图表 6 : 2008-2013年全球手机游戏业务市场规模统计 亿美元 9

图表 7 : 2008-2013年美国手机游戏市场规模统计 亿美元 11

图表 8:2008-2013年日本手机游戏市场规模统计 亿美元 13

图表 9 : 2008-2013年韩国手机游戏市场规模统计 亿美元 14

图表 10 : 手机游戏市场促进因素比较分析 16

图表 11 : 手机游戏市场促进因素分析 17

图表 12 : 手机游戏市场阻碍因素比较分析 18

图表 13 : 手机游戏市场阻碍因素分析 19

图表14 : 2007-2013年一季度我国手机游戏市场规模统计亿元 21

图表 15 : 2013年我国手机游戏用户所用手机终端品牌分布 24

图表 16 : 手机游戏运营市场主要参与者竞争分析 25

图表17 : 2013年我国手机网络游戏市场格局分析 31

图表 18 : 电信重组后运营商业格局情况 34

图表 19 : 掌中米格手机游戏方面产品及服务情况 38

图表 20 : 2007-2013年掌中米格收入规模情况 单位 : 万元 40

图表 21 : 掌中米格手机游戏业务的SWOT分析 41

图表 22 : 魔龙手机游戏业务的SWOT分析 43

图表 23 : 空中网手机游戏方面产品及服务情况 43

图表 24 : 2008年-2013年1季度空中网收入规模情况 单位 : 千美元 44

图表 25 : 2008-2013年1季度空中网利润规模情况 单位 : 千美元 44

图表 26 : 2008-2013年1季度空中网资产及负债情况 单位 : 千美元 44

图表 27 : 空中网手机游戏业务的SWOT分析 45

图表 28 : TOM在线手机游戏方面产品及服务情况 46

图表 29 : 2008-2013年TOM在线收入规模情况 单位 : 千港元 46

图表 30 : 2008-2013年TOM在线经营情况 单位 : 千港元 46

图表 31 : TOM在线手机游戏业务的SWOT分析 47

图表 32 : 腾讯公司手机游戏方面产品及服务情况 48

图表 33 : 2008-2013年1季度腾讯公司经营情况 单位 : 千港元 48

图表 34 : 2008-2013年1季度腾讯公司资产负债情况 单位 : 千港元 48

图表 35 : 腾讯公司手机游戏业务的SWOT分析 49

图表 36 : 当乐网手机游戏方面产品及服务情况 50

图表 37 : 当乐网手机游戏业务的SWOT分析 50

图表 38 : 2013年手机单机游戏偏好度分析 51

图表 39 : 会说话的汤姆猫游戏截图 52

图表 40 : 植物大战僵尸游戏截图 53

图表 41 : 愤怒的小鸟游戏截图 53

图表 42 : 水果忍者游戏截图 54

图表 43 : 3D实况足球游戏截图 55

图表 44 : 摇滚之星 RockStar游戏截图 55

图表 45 : 2013年手机网络游戏偏好度分析 56

图表 46 : 摩卡三国游戏界面 57

图表 47 : 《诛神online》游戏界面 58

图表 48 : 文明 online游戏截图 58

图表 49 : 帝国Online游戏界面 59

图表 50 : 《大宋豪侠》游戏截图 60

图表 51 : 明珠三国游戏截图 61

图表 52 : 2013年中国手机游戏用户获得信息的渠道 62

图表 53 : 2013年中国手机游戏用户单个游戏持续使用时间 62

图表 54 : 2013年中国手机游戏用户3个月游戏使用个数 63

图表 55 : 2013年中国手机游戏用户偏爱的手机网游类型 63

图表 56 : 2013年中国手机游戏用户偏爱的手机单机游戏类型 64

图表 57 : 2013年中国手机游戏用户选择游戏的考虑因素 64

- 图表 58 : 2013年手机用户的消费场所分析 65
- 图表 59 : 2013年手机游戏用户性别分析 66
- 图表 60 : 2013年手机游戏用户年龄分析 66
- 图表 61 : 2013年手机游戏用户职业情况 67
- 图表 62 : 2013年手机游戏用户的收入情况 68
- 图表 63 : 2013年手机用户学历情况分析 68
- 图表 64 : 手机游戏用户最喜欢的游戏类型 69
- 图表 65 : 2013年手机游戏用户的付费意愿情况 70
- 图表 66 : 2013年手机游戏用户不愿付费的原因情况 70
- 图表 67 : 2013年手机游戏用户月消费情况 71
- 图表 68 : 2013年手机用户收费模式倾向分析 71
- 图表 69 : 2013年手机游戏用户流量包月情况 72
- 图表 70 : 手机单机游戏用户认为存在的问题 72
- 图表 71 : 手机网络游戏用户认为存在的问题 73
- 图表 72 : 手机网游用户希望在游戏中得到的奖励类型 73
- 图表 73 : 2007-2013年中国手机游戏用户规模 单位 : 亿 74
- 图表 74 : 2013-2018年中国手机游戏市场规模预测 单位 : 亿元 75
- 图表 75 : 二代手机系统组成 79
- 图表 76 : 3GPP关于UE终端的描述 80
- 图表 77 : 3G终端的系统结构 82
- 图表 78 : 2013年手机操作系统市场份额 84
- 图表 79 : 手机终端定制层次划分 86

详细请访问 : <http://www.abaogao.com/b/youxi/J68941L3FN.html>