

2008年中国手机游戏市场研究咨 询报告

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

《2008年中国手机游戏市场研究咨询报告》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/shouji/S477504A0S.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

2008年中国手机游戏市场研究咨询报告 内容介绍：

【报告描述】

手机游戏服务从2002年兴起，目前3G将加快移动网络和传统互联网之间的融合，手机终端也必将朝智能化和PC化方向发展。2005年全球手机线上游戏将有近68亿美金商机，预计2008全球移动游戏业创收将超过93亿美元，中国的手机游戏市场也会达到400亿元人民币的规模。2008年中国手机游戏发展现状

2.3.1 中国手机游戏业务日渐崛起

2.3.2 中国手机游戏产业七大特征

2.3.3 手机游戏成为中国移动通信热点

2.3.4 手机游戏改变游戏人才需求格局

2.3.5 培养手机游戏人才的方式

2.4 中国手机游戏业务收费模式分析

2.4.1 手机游戏产业链分析

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有待改进

2.5 中国手机游戏产业存在的问题

2.5.1 中国手机游戏发展对策

2.6.1 手机游戏发展需要更好的产业环境

2.6.2 规范中寻求手机游戏产业发展

2.6.3 手机游戏发展需要打破瓶颈

2.6.4 中国手机游戏产业发展的建议

第三章 手机游戏市场概况

3.1 全球市场特点

3.1.1 世界手机游戏市场收入规模情况

3.1.2 世界手机游戏市场用户规模预测

3.1.3 女性走向手机游戏

3.2 中国手机游戏发展现状

5.3.5 4G发展方向

第六章 中国手机游戏运营商分析

6.1 中国移动

6.1.1 中国移动推手三大势力暗战手机游戏

6.1.2 中国移动代手机游戏收费模式 有望更灵活计费

6.1.3 中移动发力手机游戏 全国手机棋牌游戏赛启动

6.1.4 移动随着3G的热潮开始淘金手机游戏

6.2 中国联通

6.2.1 魔龙与中国联通联手打造手游产业链

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的金矿

第七章 手机游戏的政策和环境分析

7.1 政策分析

7.1.1 现有数据业务资费及政策分析

7.1.2 3G资费政策对手机游戏的影响

7.1.3 移动现行手机游戏政策对SP和CP的影响

7.2 环境分析

7.2.1 手机游戏发展需要更好的产业环境

7.2.2 九大因素对手机网游产业发展的影响

第八章 中国手机游戏重点企业介绍

8.1 北京数位红软件应用技术有限公司

8.1.1 企业介绍

8.1.2 主要手机游戏介绍

8.1.3 数位红背靠盛大图谋无线游戏

8.1.4 数位红引领中国移动游戏市场快速增大

9.2.4 中国手机游戏市场用户规模

图表 9 2003-2008年中国手机游戏(手机游戏市场分析)市场收入规模预测

图表 10 2001-2008年中国手机游戏用户规模

图表 11 消费者性别分布

图表 12 消费者文化程度分布

图表 13 消费者收入程度分布

图表 14 消费者使用的手机品牌分布

图表 15 消费者第一次接触手机游戏时间分布

图表 16 消费者使用手机游戏的目的

图表 17 消费者喜欢手机游戏类型

图表 18 消费者使用手机游戏的关注点

图表 19 消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的优势

图表 20 消费者使用手机游戏的频率分布

图表 21 消费者使用手机游戏的时间及地点分布

图表 22 消费者使用手机游戏的单次持续时间

图表 23 消费者使用同一款手机游戏的时间

图表 24 消费者获得手机游戏的途径

图表 25 游戏公司知名度对于消费者选择手机游戏的影响

图表 26 消费者对各国游戏厂商的关注程度

图表 27 消费者最喜欢的国外手机游戏公司

图表 28 消费者最喜欢的中国手机游戏公司

图表 29 消费者对付费网络游戏月花费的心理价位(含上网费)

图表 30 使用过付费手机游戏的消费者比例

图表 31 消费者每月能够接受的手机网络游戏费用

图表 32 消费者最希望的付费方式

图表 33 消费者最希望的付费模式

图表 34 消费者最希望手机网络游戏的付费模式

图表 35 消费者选择手机游戏的原因

图表 36 消费者根据媒体游戏评测选择游戏的态度

图表 37 消费者在游戏中碰到难关的解决方式

图表 38 消费者对于汉化国外精品游戏的态度

图表 39 消费者认为目前单机游戏急需改进的方面

图表 40 使用手机游戏以后影响消费者购买游戏的因素

图表 41 使用手机网络游戏的消费者比例

图表 42 消费者使用过手机网络游戏的数量

图表 43 手机游戏消费者选择的手机包月业务类型

图表 44 消费者介绍朋友使用手机网络游戏的态度

图表 45 消费者身边使用手机网络游戏的朋友数量

图表 46 导致消费者离开一款手机网络游戏的原因

图表 47 消费者喜欢网络游戏的类型

图表 48 消费者对游戏中提供工会的态度

图表 49 消费者对游戏中提供工会的态度

图表 50 2007年移动通信及终端设备行业经济指标统计

图表 51 2007年移动通信及终端设备行业前五省区企业数量排名

图表 52 2007年移动通信及终端设备行业前五省区工业总产值排名

图表 53 2007年移动通信及终端设备行业前五省区资产总计排名

图表 54 2007年移动通信及终端设备行业前五省区销售收入排名

图表 55 2007年移动通信及终端设备行业前五省区利润总额排名

图表 56 2006年中国移动通信及终端设备经济指标统计

图表 57 2006年移动通信及终端设备行业前五省区企业数量排名

图表 58 2006年移动通信及终端设备行业前五省区工业总产值排名

图表 59 2006年移动通信及终端设备行业前五省区资产总计排名

图表 60 2006年移动通信及终端设备行业前五省区销售收入排名

图表 61 2006年移动通信及终端设备行业前五省区利润总额排名

图表 62 2004-2007年中国移动通信终端产品出货量规模与增长

图表 63 2007年中国移动通信终端产品出货量品牌结构

图表 64 2008-2010年中国移动通信终端产品出货规模与增长预测

图表 65 2002-2007年中国手机产量统计

图表 66 2002-2007年中国手机产量统计

图表 67 2007年中国手机月度产量统计

图表 68 2007年中国手机月度产量趋势图

图表 69 2007年中国各区域手机产量统计

图表 70 2006年中国各省市手机产量统计

图表 71 2007年中国各省市手机产量统计

图表 72 2002-2007年北京市手机产量统计

图表 73 2007年北京市手机产量月度统计

图表 74 2002-2007年天津市手机产量统计

图表 75 2007年天津市手机产量月度统计

图表 76 2002-2007年内蒙古手机产量统计

图表 77 2007年内蒙古手机产量月度统计

图表 78 2002-2007年辽宁手机产量统计

图表 79 2007年辽宁手机产量月度统计

图表 80 2002-2007年上海手机产量统计
图表 81 2007年上海手机产量月度统
图表 82 2002-2007年江苏手机产量统计
图表 83 2007年江苏手机产量月度统
图表 84 2002-2007年浙江手机产量统计
图表 85 2007年浙江手机产量月度统
图表 86 2002-2007年福建手机产量统计
图表 87 2007年福建手机产量月度统
图表 88 2002-2007年山东手机产量统计
图表 89 2007年山东手机产量月度统
图表 90 2002-2007年湖北手机产量统计
图表 91 2007年湖北手机产量月度统
图表 92 2002-2007年广东手机产量统计
图表 93 2007年广东手机产量月度统
图表 94 2002-2007年贵州手机产量统计
图表 95 2007年贵州手机产量月度统
图表 96 2005-2007年广西手机产量统计
图表 97 2007年广西手机产量月度统

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/S477504A0S.html>