

2017-2022年中国手游市行业全景调研及未来发展趋势报告

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年中国手游市行业全景调研及未来发展趋势报告》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/Y16189O7JE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

手机游戏是指运行于手机上的游戏软件。目前用来编写手机最多的程序是Java语言，见J2ME。其次是C语言。随着科技的发展，现在手机的功能也越来越多，越来越强大。而手机游戏也远远不是我们印象中的什么“俄罗斯方块”“踩地雷”“贪吃蛇”之类画面简陋，规则简单的游戏，进而发展到了可以和掌上游戏机媲美，具有很强的娱乐性和交互性的复杂形态了。现在又有了堪比电脑游戏的网页游戏。于是，抛弃你的随身听和Gameboy，买一个好手机吧，你会发现，一个手机已经足够满足你所有路途中的大部分娱乐需要了。

数据显示，2008年中国手游的市场规模仅为1.5亿元，而2015年的市场规模为514.6亿元，年复合增长率高达130.25%。

近两年中国手游市场规模增速已经趋于缓和，而且中国手游用户的付费率已经由2014年的27.6%变为了2016上半年的68.4%，预测接下来几年中国手游市场规模增速将会进一步降低。

2008-2016年中国手游市场规模走势

2014-2016年上半年中国手游用户付费率走势

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国手游行业全景调研及未来发展趋势报告》共九章。首先介绍了手游行业市场发展环境、手游整体运行态势等，接着分析了手游行业市场运行的现状，然后介绍了手游市场竞争格局。随后，报告对手游做了重点企业经营状况分析，最后分析了手游行业发展趋势与投资预测。您若想对手游产业有个系统的了解或者想投资手游行业，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1章：手游行业市场情况综述

1.1手游行业市场发展概况

1.1.1手游行业发展历程

1.1.2手游行业市场规模

- 1.1.3 手游行业用户规模
- 1.1.4 手游行业产品分类
- 1.2 手游行业竞争情况分析
 - 1.2.1 手游行业产品数量分析
 - 1.2.2 手游行业竞争格局分析
 - 1.2.3 手游行业类别分布格局
 - 1.2.4 手游行业竞争焦点分析
- 1.3 手游行业政策环境分析
 - 1.3.1 手游行业监管体系分析
 - 1.3.2 手游行业法律法规分析
 - 1.3.3 手游行业发展规划分析
- 1.4 手游行业产业环境分析
 - 1.4.1 智能手机行业发展分析
 - 1.4.2 无线网络行业发展分析
 - 1.4.3 端游行业发展分析
 - 1.4.4 页游行业发展分析
- 1.5 手游行业盈利模式分析
 - 1.5.1 一次性下载付费模式分析
 - 1.5.2 增值服务收费模式分析
 - 1.5.3 内置广告盈利模式分析
 - 1.5.4 盈利模式创新思路分析
- 1.6 手游产品生命周期分析
 - 1.6.1 手游生命周期理论分析
 - 1.6.2 手游生命周期现状分析
 - 1.6.3 手游生命周期延长要点
 - 1.6.4 手游生命周期最终走向

第2章：“山寨模式”成功率提升策略

- 2.1 山寨手游市场表现分析
 - 2.1.1 山寨手游整体数量分析
 - 2.1.2 山寨手游成功概率分析
 - 2.1.3 山寨手游整体经营情况

- 2.1.4山寨手游研发成本分析
- 2.1.5山寨手游研发周期分析
- 2.1.6山寨手游应用特点分析
- 2.1.7山寨手游生命周期分析
- 2.2山寨模式创作优劣势分析
 - 2.2.1山寨模式创作优势分析
 - 2.2.2山寨模式创作劣势分析
- 2.3山寨手游主要模式分析
 - 2.3.1名称抄袭模式分析
 - 2.3.2玩法抄袭模式分析
 - 2.3.3题材抄袭模式分析
- 2.4山寨模式成功案例剖析
 - 2.4.1豪腾嘉科《疯狂猜图》案例剖析
 - 2.4.2腾讯《天天爱消除》案例剖析
 - 2.4.3腾讯《天天酷跑》案例剖析
 - 2.4.4梦想无限《龙之召唤》案例剖析
 - 2.4.5OneClick《逆转三国》案例剖析
- 2.5山寨模式应用前景分析
 - 2.5.1山寨模式投资可持续性分析
 - 2.5.2山寨模式面临主要问题分析
 - 2.5.3山寨模式未来发展前景预测
- 2.6山寨手游成功率提升策略
 - 2.6.1山寨模式成功手游共性分析
 - 2.6.2山寨模式成功要点分析
 - 2.6.3山寨模式成功率提升策略
- 2.7山寨手游投资建议
 - 2.7.1山寨模式投资风险分析
 - 2.7.2山寨模式投资要点分析
 - 2.7.3山寨模式投资建议

第3章：“热门题材移植”模式成功率提升策略

- 3.1热门题材移植手游市场表现分析

- 3.1.1热门题材移植手游整体数量分析
- 3.1.2热门题材移植手游成功概率分析
- 3.1.3热门题材移植手游整体经营情况
- 3.1.4热门题材移植手游研发成本分析
- 3.1.5热门题材移植手游研发周期分析
- 3.1.6热门题材移植手游应用特点分析
- 3.1.7热门题材移植手游生命周期分析
- 3.2热门题材移植模式创作优劣势分析
 - 3.2.1热门题材移植模式创作优势分析
 - 3.2.2热门题材移植模式创作劣势分析
- 3.3热门题材移植主要模式分析
 - 3.3.1热门端游、页游移植模式分析
 - 3.3.2热门网络小说移植模式分析
 - 3.3.3热门影视产品移植模式分析
- 3.4热门题材移植模式成功案例剖析
 - 3.4.1触控科技《捕鱼达人》案例剖析
 - 3.4.2乐动卓越《我叫MTonline》案例剖析
 - 3.4.3Playcrab《大掌门》案例剖析
- 3.5热门题材移植模式应用前景分析
 - 3.5.1热门题材移植模式投资可持续性分析
 - 3.5.2热门题材移植模式面临主要问题分析
 - 3.5.3热门题材移植模式未来发展前景预测
- 3.6热门题材移植手游成功率提升策略
 - 3.6.1热门题材移植模式成功手游共性分析
 - 3.6.2热门题材移植模式成功要点分析
 - 3.6.3热门题材移植模式成功率提升策略
- 3.7热门题材移植手游投资建议
 - 3.7.1热门题材移植模式投资风险分析
 - 3.7.2热门题材移植模式投资要点分析
 - 3.7.3热门题材移植模式投资建议

第4章：“炒作”模式成功率提升策略

- 4.1 炒作式手游市场表现分析
 - 4.1.1 炒作式手游整体数量分析
 - 4.1.2 炒作式手游成功概率分析
 - 4.1.3 炒作式手游整体经营情况
 - 4.1.4 炒作式手游研发成本分析
 - 4.1.5 炒作式手游研发周期分析
 - 4.1.6 炒作式手游应用特点分析
 - 4.1.7 炒作式手游生命周期分析
- 4.2 炒作模式发展优劣势分析
 - 4.2.1 炒作模式发展优势分析
 - 4.2.2 炒作模式发展劣势分析
- 4.3 炒作模式成功案例剖析
 - 4.3.1 游族网络《萌江湖》案例剖析
 - 4.3.2 SQUARE-ENIX《百万亚瑟王》案例剖析
 - 4.3.3 Funship Entertainment《找你妹》案例剖析
- 4.4 炒作模式应用前景分析
 - 4.4.1 炒作模式投资可持续性分析
 - 4.4.2 炒作模式面临主要问题分析
 - 4.4.3 炒作模式未来发展前景预测
- 4.5 炒作式手游成功率提升策略
 - 4.5.1 炒作式成功手游共性分析
 - 4.5.2 炒作模式成功要点分析
 - 4.5.3 炒作模式成功率提升策略
- 4.6 炒作式手游投资建议
 - 4.6.1 炒作模式投资风险分析
 - 4.6.2 炒作模式投资要点分析
 - 4.6.3 炒作模式投资建议

第5章：“质量打造”模式手游成功率提升策略

- 5.1 高质量手游市场表现分析
 - 5.1.1 高质量手游整体数量分析
 - 5.1.2 高质量手游成功概率分析

- 5.1.3 高质量手游整体经营情况
- 5.1.4 高质量手游研发成本分析
- 5.1.5 高质量手游研发周期分析
- 5.1.6 高质量手游应用特点分析
- 5.1.7 高质量手游生命周期分析
- 5.2 质量打造模式创作优劣势分析
 - 5.2.1 质量打造模式创作优势分析
 - 5.2.2 质量打造模式创作劣势分析
- 5.3 质量打造模式成功案例剖析
 - 5.3.1 美峰数码《君王2》案例剖析
 - 5.3.2 艾格拉斯《英雄战魂》案例剖析
 - 5.3.3 Supercell Oy《部落战争》案例剖析
- 5.4 质量打造模式应用前景分析
 - 5.4.1 质量打造模式投资可持续性分析
 - 5.4.2 质量打造模式面临主要问题分析
 - 5.4.3 质量打造模式未来发展前景预测
- 5.5 高质量手游成功率提升策略
 - 5.5.1 质量打造模式成功手游共性分析
 - 5.5.2 质量打造模式成功要点分析
 - 5.5.3 质量打造模式成功率提升策略
- 5.6 高质量手游投资建议
 - 5.6.1 质量打造模式投资风险分析
 - 5.6.2 质量打造模式投资要点分析
 - 5.6.3 质量打造模式投资建议

第6章：“模式创新型”手游成功率提升策略

- 6.1 创新型手游市场表现分析
 - 6.1.1 创新型手游整体数量分析
 - 6.1.2 创新型手游成功概率分析
 - 6.1.3 创新型手游整体经营情况
 - 6.1.4 创新型手游研发成本分析
 - 6.1.5 创新型手游研发周期分析

- 6.1.6创新型手游应用特点分析
- 6.1.7创新型手游生命周期分析
- 6.2创新型模式创作优劣势分析
 - 6.2.1创新型模式创作优势分析
 - 6.2.2创新型模式创作劣势分析
- 6.3创新型手游主要模式分析
 - 6.3.1游戏玩法创新分析
 - 6.3.2细分市场创新分析
 - 6.3.3盈利模式创新分析
- 6.4创新型模式成功案例剖析
 - 6.4.1蓝港在线《王者之剑》案例剖析
 - 6.4.2慕和网络《魔卡幻想》案例剖析
 - 6.4.3广州银汉《时空猎人》案例剖析
 - 6.4.4方寸网络《怪物X联盟》案例剖析
- 6.5创新型模式应用前景分析
 - 6.5.1创新型模式投资可持续性分析
 - 6.5.2创新型模式面临主要问题分析
 - 6.5.3创新型模式未来发展前景预测
- 6.6创新型手游成功率提升策略
 - 6.6.1创新型模式成功手游共性分析
 - 6.6.2创新型模式成功要点分析
 - 6.6.3创新型模式成功率提升策略
- 6.7创新型手游投资建议
 - 6.7.1创新型模式投资风险分析
 - 6.7.2创新型模式投资要点分析
 - 6.7.3创新型模式投资建议

第7章：全球领先手游开发商成长经验借鉴

- 7.1美国EA公司
 - 7.1.1企业基本情况介绍
 - 7.1.2企业经营情况分析
 - 7.1.3企业商业模式分析

7.1.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.1.5企业发展战略分析

7.1.6企业成功经验总结

7.1.7企业最新发展动向分析

7.2韩国NEXON公司

7.2.1企业基本情况介绍

7.2.2企业经营情况分析

7.2.3企业商业模式分析

7.2.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.2.5企业发展战略分析

7.2.6企业成功经验总结

7.2.7企业最新发展动向分析

7.3日本Gungho公司

7.3.1企业基本情况介绍

7.3.2企业经营情况分析

7.3.3企业商业模式分析

7.3.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.3.5企业发展战略分析

7.3.6企业成功经验总结

7.3.7企业最新发展动向分析

7.4法国Gameloft公司

7.4.1企业基本情况介绍

7.4.2企业经营情况分析

7.4.3企业商业模式分析

7.4.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.4.5企业发展战略分析

7.4.6企业成功经验总结

7.4.7企业最新发展动向分析

7.5美国Glu公司

7.5.1企业基本情况介绍

7.5.2企业经营情况分析

7.5.3企业商业模式分析

7.5.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.5.5企业发展战略分析

7.5.6企业成功经验总结

7.5.7企业最新发展动向分析

7.6韩国Com2uS公司

7.6.1企业基本情况介绍

7.6.2企业经营情况分析

7.6.3企业商业模式分析

7.6.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.6.5企业发展战略分析

7.6.6企业成功经验总结

7.6.7企业最新发展动向分析

7.7日本开罗游戏公司

7.7.1企业基本情况介绍

7.7.2企业经营情况分析

7.7.3企业商业模式分析

7.7.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.7.5企业发展战略分析

7.7.6企业成功经验总结

7.7.7企业最新发展动向分析

7.8韩国GAMEVIL公司

7.8.1企业基本情况介绍

7.8.2企业经营情况分析

7.8.3企业商业模式分析

7.8.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.8.5企业发展战略分析

7.8.6企业成功经验总结

7.8.7企业最新发展动向分析

7.9美国Kabam公司

7.9.1企业基本情况介绍

7.9.2企业经营情况分析

7.9.3企业商业模式分析

7.9.4企业成长与衍变分析

(1) 企业产品衍变情况分析

(2) 企业渠道衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

7.9.5企业发展战略分析

7.9.6企业成功经验总结

7.9.7企业最新发展动向分析

7.10德国FDG公司

- 7.10.1企业基本情况介绍
- 7.10.2企业经营情况分析
- 7.10.3企业商业模式分析
- 7.10.4企业成长与衍变分析
 - (1) 企业产品衍变情况分析
 - (2) 企业渠道衍变情况分析
 - (3) 企业品牌衍变情况分析
- 7.10.5企业发展战略分析
- 7.10.6企业成功经验总结
- 7.10.7企业最新发展动向分析

第8章：国内领先手游公司发展战略分析

8.1综合游戏开发商手游布局分析

8.1.1腾讯

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业整体经营情况分析
- (3) 企业手游业务经营情况
- (4) 企业手游细分市场布局
- (5) 企业手游产品渠道布局
- (6) 企业手游研发能力分析
- (7) 企业手游盈利模式分析
- (8) 企业手游业务发展战略
- (9) 企业手游业务最新动向

8.1.2网易

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业整体经营情况分析
- (3) 企业手游业务经营情况
- (4) 企业手游细分市场布局
- (5) 企业手游产品渠道布局
- (6) 企业手游研发能力分析
- (7) 企业手游盈利模式分析
- (8) 企业手游业务发展战略

(9) 企业手游业务最新动向

8.1.3盛大

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业整体经营情况分析

(3) 企业手游业务经营情况

(4) 企业手游细分市场布局

(5) 企业手游产品渠道布局

(6) 企业手游研发能力分析

(7) 企业手游盈利模式分析

(8) 企业手游业务发展战略

(9) 企业手游业务最新动向

8.1.4巨人

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业整体经营情况分析

(3) 企业手游业务经营情况

(4) 企业手游细分市场布局

(5) 企业手游产品渠道布局

(6) 企业手游研发能力分析

(7) 企业手游盈利模式分析

(8) 企业手游业务发展战略

(9) 企业手游业务最新动向

8.2手游开发商经营情况分析

8.2.1畅游

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品业绩分析

(4) 企业产品研发情况

(5) 企业产品渠道分析

(6) 企业研发能力分析

(7) 企业盈利模式分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业最新发展动向

8.2.2触控科技

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.3广州谷得

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.4玩蟹科技

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.5数字天空

- (1) 企业发展情况简介

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.6蓝港在线

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.7顽石互动

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.8慕和网络

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析

- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.9品志文化

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.10美峰数码

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.11海湃科技

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析

- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.12 数字顽石

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.13 热酷游戏

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.14 乐迪通

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业最新发展动向

8.2.15 掌趣科技

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品业绩分析

(4) 企业产品研发情况

(5) 企业产品渠道分析

(6) 企业研发能力分析

(7) 企业盈利模式分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业最新发展动向

8.2.16 艾格拉斯

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品业绩分析

(4) 企业产品研发情况

(5) 企业产品渠道分析

(6) 企业研发能力分析

(7) 企业盈利模式分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业最新发展动向

8.2.17 神奇时代

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品业绩分析

(4) 企业产品研发情况

(5) 企业产品渠道分析

(6) 企业研发能力分析

(7) 企业盈利模式分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业最新发展动向

8.2.18博雅互动

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.19乐动卓越

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.20胡莱游戏

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.21华娱无线

- (1) 企业发展情况简介

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.22CMGE

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.23新浪飞扬

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.24掌上明珠

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析

- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.25 仙掌软件

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

8.2.26 随手互动

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品业绩分析
- (4) 企业产品研发情况
- (5) 企业产品渠道分析
- (6) 企业研发能力分析
- (7) 企业盈利模式分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业最新发展动向

第9章：中国手游行业发展趋势与投资建议（ZY GXH）

9.1 手游行业发展趋势分析

9.1.1 手游行业精品化趋势分析

9.1.2 手游行业兼并重组趋势分析

9.1.3 手游行业联合发展趋势分析

- 9.2 手游行业市场前景预测
 - 9.2.1 手游行业市场规模预测
 - 9.2.2 手游行业活跃用户数量预测
 - 9.2.3 手游行业付费用户数量预测
 - 9.2.4 手游行业产品数量预测
 - 9.2.5 手游行业产品类型预测
 - 9.2.6 手游行业竞争格局预测
- 9.3 手游行业发展建议
 - 9.3.1 手游行业投资风险
 - 9.3.2 手游行业投资建议
 - 9.3.3 手游企业领先建议
 - 9.3.4 手游团队二次开发建议
 - 9.3.5 手游企业发展建议（ZY GXH）

图表目录：

图表1：中国手游行业发展历程示意图

图表2：2013-2016年中国手游行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表3：2013-2016年中国手游行业用户规模走势图（单位：亿人，%）

图表4：2016年中国手游行业产品分类列表

图表5：2013-2016年中国手游行业产品数量走势图（单位：个，%）

图表6：2016年中国手游行业类别分布图（单位：%）

图表7：2016年中国手游行业竞争焦点列表

图表8：中国手游行业监管体系示意图

图表9：2013-2016年中国手游行业法律法规列表

图表10：2013-2016年中国智能手游行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表11：2013-2016年中国端游行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表12：2013-2016年中国页游行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表13：美国EA公司基本情况表

图表14：2016年美国EA公司经营情况表

图表15：美国EA公司产品衍生示意图

图表16：美国EA公司渠道衍生示意图

图表17：美国EA公司品牌衍生示意图

图表18：韩国NEXON公司基本情况表

图表19：2016年韩国NEXON公司经营情况表

图表20：韩国NEXON公司产品衍变示意图

图表21：韩国NEXON公司渠道衍变示意图

图表22：韩国NEXON公司品牌衍变示意图

图表23：日本Gungho公司基本情况表

图表24：2016年日本Gungho公司经营情况表

图表25：日本Gungho公司产品衍变示意图

图表26：日本Gungho公司渠道衍变示意图

图表27：日本Gungho公司品牌衍变示意图

图表28：法国Gameloft公司基本情况表

图表29：2016年法国Gameloft公司经营情况表

图表30：法国Gameloft公司产品衍变示意图

图表31：法国Gameloft公司渠道衍变示意图

图表32：法国Gameloft公司品牌衍变示意图

图表33：美国Glu公司基本情况表

图表34：2016年美国Glu公司经营情况表

图表35：美国Glu公司产品衍变示意图

图表36：美国Glu公司渠道衍变示意图

图表37：美国Glu公司品牌衍变示意图

图表38：韩国Com2uS公司基本情况表

图表39：2016年韩国Com2uS公司经营情况表

图表40：韩国Com2uS公司产品衍变示意图

图表41：韩国Com2uS公司渠道衍变示意图

图表42：韩国Com2uS公司品牌衍变示意图

图表43：日本开罗游戏公司基本情况表

图表44：2016年日本开罗游戏公司经营情况表

图表45：日本开罗游戏公司产品衍变示意图

图表46：日本开罗游戏公司渠道衍变示意图

图表47：日本开罗游戏公司品牌衍变示意图

图表48：韩国GAMEVIL公司基本情况表

图表49：2016年韩国GAMEVIL公司经营情况表

图表50：韩国GAMEVIL公司产品衍变示意图

图表51：韩国GAMEVIL公司渠道衍变示意图

图表52：韩国GAMEVIL公司品牌衍变示意图

图表53：美国Kabam公司基本情况表

图表54：2016年美国Kabam公司经营情况表

图表55：美国Kabam公司产品衍变示意图

图表56：美国Kabam公司渠道衍变示意图

图表57：美国Kabam公司品牌衍变示意图

图表58：德国FDG公司基本情况表

图表59：2016年德国FDG公司经营情况表

图表60：德国FDG公司产品衍变示意图

图表61：德国FDG公司渠道衍变示意图

图表62：德国FDG公司品牌衍变示意图

图表63：腾讯基本情况表

图表64：2016年腾讯经营情况表

图表65：2016年腾讯主要产品列表

图表66：网易基本情况表

图表67：2016年网易经营情况表

图表68：2016年网易主要产品列表

图表69：盛大基本情况表

图表70：2016年盛大经营情况表

图表71：2016年盛大主要产品列表

图表72：巨人基本情况表

图表73：2016年巨人经营情况表

图表74：2016年巨人主要产品列表

图表75：畅游基本情况表

图表76：2016年畅游经营情况表

图表77：触控科技基本情况表

图表78：2016年触控科技经营情况表

图表79：广州谷得基本情况表

图表80：2016年广州谷得经营情况表

图表81：玩蟹科技基本情况表

图表82：2016年玩蟹科技经营情况表

图表83：数字天空基本情况表

图表84：2016年数字天空经营情况表

图表85：蓝港在线基本情况表

图表86：2016年蓝港在线经营情况表

图表87：顽石互动基本情况表

图表88：2016年顽石互动经营情况表

图表89：慕和网络基本情况表

图表90：2016年慕和网络经营情况表

图表91：品志文化基本情况表

图表92：2016年品志文化经营情况表

图表93：美峰数码基本情况表

图表94：2016年美峰数码经营情况表

图表95：海湃科技基本情况表

图表96：2016年海湃科技经营情况表

图表97：数字顽石基本情况表

图表98：2016年数字顽石经营情况表

图表99：热酷游戏基本情况表

图表100：2016年热酷游戏经营情况表

图表101：乐迪通基本情况表

图表102：2016年乐迪通经营情况表

图表103：掌趣科技基本情况表

图表104：2016年掌趣科技经营情况表

图表105：艾格拉斯基本情况表

图表106：2016年艾格拉斯经营情况表

图表107：神奇时代基本情况表

图表108：2016年神奇时代经营情况表

图表109：博雅互动基本情况表

图表110：2016年博雅互动经营情况表

图表111：乐动卓越基本情况表

图表112：2016年乐动卓越经营情况表

图表113：胡莱游戏基本情况表

图表114：2016年胡莱游戏经营情况表

图表115：华娱无线基本情况表

图表116：2016年华娱无线经营情况表

图表117：CMGE基本情况表

图表118：2016年CMGE经营情况表

图表119：新浪飞扬基本情况表

图表120：2016年新浪飞扬经营情况表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/Y16189O7JE.html>