

# 2013-2018年中国手机游戏 市场竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2013-2018年中国手机游戏市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/ruanjian1306/L3161889C7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-06-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国手机游戏市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国手机游戏行业的概念，接着分析了中国手机游戏行业发展环境，然后对中国手机游戏行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国手机游戏行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国手机游戏行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2018年中国手机游戏市场竞争力分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

2012年，我国手机游戏的用户规模数为1.39亿，在手机网民中的使用率为33.2%，比2011年增长了3.0个百分点。

近几年来，网络游戏网民规模增长缓慢，网民使用率不断下降。尤其是电脑端，发展放缓，根据中国互联网数据调查平台数据，相比2012年1月，2012年12月游戏对战平台的日均活跃人数从1.39亿下降至1.35亿，人均单日使用时间从12分20秒下降至8分38秒。与之相对的，在2012年随着智能手机的普及和移动互联网的发展，手机游戏用户规模增长较快，为游戏产业注入新的活力。

## 第一章 手机游戏产业相关概述

### 第一节 手机游戏分类

#### 一、手机游戏概念

#### 二、手机游戏分类

#### 三、手机游戏的特征

#### 四、手机游戏品种走向

### 第二节 手机游戏平台及驱动力量

#### 一、手机游戏的三种平台

#### 二、手机游戏的驱动力量

## 第二章 2012-2013年世界手机游戏产业运行动态分析

### 第一节 2012-2013年世界手机游戏产业发展概况

#### 一、国外手机游戏制作比较

## 二、国外手机游戏发展扫描

## 三、国外优秀手机游戏经典案例

### 第二节 2012-2013年世界主要国家手机游戏产业分析

#### 一、美国手机游戏商积极吸引新用户

#### 二、日韩手机游戏业务发展迅速

#### 三、英国手机游戏销量排行榜

### 第三节 2013-2018年世界手机游戏产业发展趋势分析

## 第三章2012-2013年中国手机游戏产业运行环境分析

### 第一节2012-2013年中国手机游戏产业政策分析

#### 一、中国数据业务资费政策简况

#### 二、3G资费政策对手机游戏的影响

#### 三、中国移动对手游的新政策

#### 四、电信运营商政策对游戏运营商的影响

### 第二节 国内宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第三节2012-2013年中国手机游戏产业社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

## 第四章2012-2013年中国手机游戏产业运行形势分析

### 第一节2012-2013年中国手机游戏产业发展分析

#### 一、中国手机游戏业务日渐崛起

#### 二、中国手机游戏用户情况分析

#### 三、中国手机游戏业务收费模式分析

### 第二节2012-2013年中国手机游戏产业存在的问题

#### 一、中国手机游戏存在的四大问题

#### 二、制约手机游戏发展的主要因素

### 三、手机游戏发展面临的三道难关

#### 第三节2012-2013年中国手机游戏产业发展对策

- 一、手机游戏发展需要更好的产业环境
- 二、手机游戏发展需要规范的产业定位
- 三、手机游戏发展需要建立法律法规制度
- 四、中国手机游戏产业发展的建议

## 第五章 2012-2013年中国手机游戏产业市场运行动态分析

### 第一节2012-2013年中国手机游戏市场概况

- 一、国内手机游戏市场的发展模式
- 二、手机游戏培训市场异军突起
- 三、我国手机游戏业务投放渠道浅析
- 四、影响未来手机游戏市场规模的因素

### 第二节2012-2013年中国手机游戏市场发展现状分析

- 一、中国手机游戏市场驱动因素
- 二、手机游戏市场现版权纠纷
- 三、中国手机游戏市场规模分析

### 第三节2012-2013年中国手机游戏市场的瓶颈及发展对策

- 一、国内手机游戏市场品质成发展瓶颈
- 二、手机游戏市场的监管引导不能缺位
- 三、国内手机游戏市场如何做大

## 第六章2012-2013年中国手机游戏产业市场消费者调查分析

### 第一节2012-2013年中国手机游戏用户基本属性分析

- 一、中国手机游戏用户性别分布
- 二、中国手机游戏用户年龄分布
- 三、中国手机游戏用户月收入及职业分布
- 四、中国手机游戏用户学历层次分布
- 五、中国手机游戏用户区域分布状况
- 六、中国手机游戏用户使用手机品牌

### 第二节2012-2013年中国手机游戏用户上网行为及偏好分析

- 一、中国手机游戏用户手机上网流量情况

二、中国手机游戏用户手机上网时段及频率分布

三、中国手机游戏用户最喜欢的单机游戏类型分析

四、中国手机网游用户最喜欢的网游类型分析

第三节2012-2013年中国手机游戏用户的付费情况分析

一、中国单机手机游戏用户付费意愿分析

二、中国手机网游用户付费意愿及付费层次分析

三、中国单机手机游戏用户付费层次分析

四、中国手机网游用户付费层次分析

五、不同收入层次手机游戏用户月均手机游戏消费情况

第四节2012-2013年中国手机网游用户分析

一、中国手机游戏用户对手机网游接受情况

二、中国用户获取手机网游信息的主要渠道

三、中国用户对手机网游流量及速度态度分析

四、中国手机网游用户使用黏性分析

五、中国手机网游用户游戏时间分布

六、中国手机网游用户每日游戏时段分布

七、中国手机网游用户可接受月度更新客户端次数

八、中国手机网游用户网游在线活动研究

九、中国手机网游用户对游戏附加功能的态度

十、中国手机网游用户最喜欢的网游题材

十一、中国手机网游用户最喜欢的网游类别

十二、中国手机游戏用户放弃或选择网游原因分析

第七章 2012-2013年中国手机游戏运营商影响分析

第一节 中国移动

一、中国移动推动三股力量暗战手机游戏市场

二、中国移动与CP直接合作迎来手机游戏行业新格局

三、中移动打造精品网游平台

第二节 中国联通

一、中国联通主要财务指标分析

二、中国联通牵手游戏开发商出击手游市场

三、手机网络游戏业务成中国联通盈利新增点

#### 四、中国联通挖掘手机游戏潜在客户

#### 第三节 其它运营商分析

##### 一、小灵通

##### 二、CDMA

### 第八章 2012-2013年中国手机游戏产业市场竞争格局分析

#### 第一节 2012-2013年中国手机游戏产业竞争现状分析

##### 一、手机游戏竞争白热化

##### 二、手机游戏暗树竞争门槛

##### 三、手机游戏竞争激烈挑起新增值点

#### 第二节 2012-2013年中国手机游戏产业主要地区竞争分析

##### 一、台湾3G手机网络游戏市场竞争白热化

##### 二、深圳手机游戏业抢跑

##### 三、上海手机游戏产业分析

#### 第三节 2012-2013年中国手机游戏企业提升竞争力分析

### 第九章 2012-2013年中国手机游戏重点企业运行分析

#### 第一节 北京摩卡世界科技有限公司（嘭傲）

##### 一、企业介绍

##### 二、摩卡世界技术优势

##### 三、摩卡世界主要产品

#### 第二节 广州盈正信息技术有限公司

##### 一、企业介绍

##### 二、广州盈正公司优势

##### 三、广州盈正主要产品

#### 第三节 北京龙迹天地科技有限公司（魔龙）

##### 一、企业介绍

##### 二、魔龙公司优势

##### 三、魔龙主要产品

#### 第四节 北京数位红软件应用技术有限公司

##### 一、企业介绍

##### 二、数位红主要手机游戏介绍

### 三、数位红背靠盛大图谋无线游戏

#### 第五节 上海岩浆数码技术有限公司

##### 一、企业介绍

##### 二、岩浆数码推出国内首款JAVA体育游戏

##### 三、岩浆数码的转型之路及终端商业模式

##### 四、岩浆数码对手机游戏的战略品牌管理

#### 第六节 联合众志软件（成都）有限公司

##### 一、企业介绍

##### 二、联合众志主要手机游戏

##### 三、联合众志软件公司的技术优势

#### 第七节 扬讯科技

##### 一、企业介绍

##### 二、扬讯科技的竞争优势

#### 第八节 其他手机游戏企业

##### 一、雅讯天地

##### 二、道隆科技

##### 三、羽蛇科技

##### 四、北京天际互动

### 第十章 2012-2013年中国手机产业及3G的发展分析

#### 第一节 2012-2013年全球手机市场运行走势分析

##### 一、全球手机市场规模

##### 二、全球领先手机制造商的销量情况

##### 三、世界手机市场份额

#### 第二节 2012-2013年中国手机市场的发展现状分析

##### 一、中国手机市场的新风险与新机遇

##### 二、国产手机发展战略偏差导致行业性经营利润下滑

##### 三、中国手机市场存在的问题

#### 第三节 2012-2013年中国3G产业的发展分析

##### 一、全球3G的发展现状分析

##### 二、中国3G发展概况

##### 三、中国的手机厂商应对3G时代的策略



## 第十一章 2013-2018年中国手机游戏产业发展趋势预测分析

### 第一节 2013-2018年中国手机游戏产业发展预测分析

#### 一、我国手游运营趋势预测

#### 二、中国手机游戏市场规模预测分析

#### 三、手机游戏产业发展方向分析

### 第二节 2013-2018年中国手机游戏产业市场预测分析

#### 一、国内手机游戏市场规模预测

#### 二、我国在线手游市场收入规模预测

#### 三、手机游戏用户预测分析

### 第三节 2013-2018年中国手机游戏产业市场盈利预测分析

## 第十二章 2013-2018年中国手机游戏产业投资热点与风险分析

### 第一节 2013-2018年中国手机游戏产业投资环境分析

### 第二节 2013-2018年中国手机游戏产业投资机会分析

#### 一、手机网游有望成为投资热点

#### 二、手机游戏具有良好的投资价值

### 第三节 2013-2018年中国手机游戏产业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险分析

#### 二、人力风险分析

#### 三、技术风险分析

### 第四节 博思数据投资建议

## 图表目录：（部分）

图表：手机游戏的三种平台

图表：中国GDP增长态势

图表：中国居民可支配收入及恩格尔系数

图表：手机游戏产业链

图表：使用手机游戏的消费者性别分布

图表：使用手机游戏的消费者文化程度分布

图表：使用手机游戏的消费者收入水平分布

图表：调研对象所使用的手机品牌分布

图表：消费者第一次接触手机游戏时间分布

图表：消费者使用手机游戏的目的

图表：消费者喜欢的手机游戏类型

图表：消费者使用手机游戏的关注点

图表：消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的优势

图表：消费者认为手机游戏与电脑游戏相比的劣势

图表：消费者使用手机游戏的频率分布

图表：消费者使用手机游戏的时间及地点分布

图表：消费者使用同一款手机游戏的时间

图表：消费者使用手机游戏的单次持续时间

图表：消费者获得手机游戏的途径

图表：游戏公司知名度对于消费者选择手机游戏的影响

图表：消费者对各国游戏厂商的关注程度

图表：消费者最喜欢的国外手机游戏公司

图表：消费者最喜欢的国内手机游戏公司

图表：使用过付费手机游戏的消费者比例

图表：消费者每月花费在手机游戏上的费用

图表：消费者最希望的付费方式

图表：消费者最希望的付费模式

图表：消费者最希望手机网络游戏的付费模式

图表：消费者了解手机游戏信息的渠道

图表：消费者最喜欢的手机游戏网站

图表：消费者最喜欢从手机游戏网站获取的信息

图表：消费者获知手机可以使用网络游戏的渠道

图表：促使消费者购买或者下载新游戏的因素

图表：手机游戏能让消费者产生印象的宣传手段

图表：消费者最喜欢的手机网络游戏促销活动

图表：消费者根据媒体游戏评测选择游戏的态度

图表：消费者在游戏中碰到难关的解决方式

图表：游戏攻略对消费者使用游戏的帮助程度

图表：消费者对于汉化国外精品游戏的态度

图表：消费者认为单机游戏急需改进的方面

图表：试使用游戏以后影响消费者购买游戏的因素

图表：使用过手机网络游戏的消费者比例

图表：消费者使用过手机网络游戏的数量

图表：导致消费者离开一款手机网络游戏的原因

图表：消费者介绍朋友使用手机网络游戏的态度

图表：消费者身边使用手机网络游戏的朋友数量

图表：手机游戏消费者选择的手机包月业务类型

图表：略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1306/L3161889C7.html>