

# 2011-2015年中国手机游戏 行业市场分析与投资前景研究报告

## 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

《2011-2015年中国手机游戏行业市场分析与投资前景研究报告》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/ruanjian1010/C2477504G4.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-10-11

【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

博思数据研究中心 www.bosidata.com

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国手机游戏行业市场分析与投资前景研究报告》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。

据不完全统计，截止2007年年初，中国移动、联通的用户数量已经达到5亿之众，手机游戏作为一个重要的应用，在行业里也一直被看成是前景非常光明的业务。事实如此，从2003年开始，手机游戏行业就开始得到迅猛的发展，用户量呈几何指数上升。众多手机游戏厂商涌现，这无一不体现出手机游戏的确是崛起在即。手机游戏已经逐渐体现出了自己的魅力，手机游戏的娱乐性，方便性，以及普遍性，也更加符合了时尚人群的口味。这些潜在的消费者正极大的刺激着手机制造商、运营商及内容服务提供商的胃口。在这其中蕴藏的一定数量的高端用户中，即便是只有1/10的人加入到“手机游戏一族”中，每月为商家带来的利润也将达到亿元左右。由于对带宽要求较少，手机游戏业务是3G建设初期收展速度最快的业务。3G网络建设的改善及智能终端的普及带来手机游戏业务的高速收展。手机游戏逐步侵吞了掌机游戏的市场，未来3年复合增长率有望达54%，2012年国内手机游戏市场预计将达到65亿元。

## 第一章 2011-2015年手机游戏行业概述

### 第一节 手机游戏简述

- 一、手机游戏分类
- 二、手机游戏的特征
- 三、手机游戏品种走向

### 第二节 手机游戏产业链

- 一、手机游戏产业链
- 二、手机游戏三种技术平台分析
- 三、手机游戏产业发展推动力量

## 第二章 手机游戏国内发展环境分析

## 第一节 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、2010年中国宏观经济发展预测分析

## 第二节 中国手机游戏行业政策环境分析

## 第三节 2011-2015年中国手机游戏技术环境分析

- 一、手机游戏趋势和相关J2ME技术
- 二、虚拟现实技术对手机游戏的推动
- 三、iPhone开启手机游戏新纪元

## 第三章 2011-2015年中国手机游戏产业整体运行态势分析

### 第一节 2011-2015年国外手机游戏产业运行简况

- 一、全球软件巨头争相开发手机游戏
- 二、2011-2015年世界手机游戏用户规模分析
- 三、美国手机游戏商积极吸引新用户
- 四、日韩手机游戏业务发展迅速

### 第二节 2011-2015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、2008年中国手机游戏活跃用户创新高
- 三、09年空中网手机游戏业务营收持续增长
- 四、手机游戏暗树竞争门槛
- 五、手机游戏竞争激烈挑起新增值点
- 六、新平台带动手机游戏良性发展
- 七、GPRS资费对于手机游戏的影响

### 第三节 2011-2015年中国手机游戏业务收费模式

- 一、手机游戏产业链及收费模式分析
- 二、2011-2015年手机游戏收费模式存在问题分析
- 三、2011-2015年手机游戏收费模式发展趋势分析

### 第四节 2011-2015年中国手机游戏产业存在问题

- 一、2011-2015年平台统一对手机游戏的影响分析
- 二、2011-2015年手机软件对手机游戏的影响分析
- 三、2011-2015年盈利模式对手机游戏的影响分析

## 第四章 2011-2015年中国手机游戏市场运行动态分析

### 第一节 2011-2015年中国手机游戏市场规模分析

#### 第二节 2011-2015年手机游戏市场运行综述

- 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

#### 第三节 2011-2015年手机游戏市场的需求分析

- 一、2011-2015年手机游戏的技术需求分析
- 二、2011-2015年手机游戏的产业需求分析

#### 第四节 2011-2015年手机游戏市场存在的不足分析

- 一、手机游戏市场现状分析
- 二、3G对手机游戏市场的影响
- 三、山寨机对手机游戏市场的影响

## 第五章 2011-2015年手机游戏产业面临的机遇与挑战

### 第一节 2011-2015年手机游戏产业面临的机遇

- 一、2011-2015年手机游戏的营销模式机遇分析
- 二、2011-2015年手机游戏营销环境的分析

### 第二节 2011-2015年手机游戏产业面临的挑战

- 一、2011-2015年手机游戏终端限制分析
- 二、2011-2015年手机游戏终端适配分析
- 三、2011-2015年手机游戏网络限制及不稳定性因素分析
- 四、2011-2015年手机游戏产品质量分析

## 第六章 2011-2015年中国手机游戏相关行业发展分析

### 第一节 2011-2015年中国手机电池行业分析

- 一、中国手机电池行业的现状
- 二、中国手机电池市场趋势
- 三、中国手机电池市场前景

### 第二节 2011-2015年中国网游行业分析

- 一、2011-2015年中国网游玩家特点及变化趋势分析
- 二、2011-2015年中国网络游戏运营市场竞争格局分析
- 三、2011-2015年中国网络游戏的主要盈利模式分析

### 第三节 2011-2015年手机行业发展分析

- 一、2011-2015年上半年手机行业概况
- 二、2011-2015年我国手机产量分析
- 三、2011-2015年通信设备制造业运行分析
- 四、2011-2015年手机行业发展的技术分析
- 五、2011-2015年手机行业预测和展望

## 第七章 2011-2015年中国手机游戏市场竞争状况分析

### 第一节 2011-2015年中国手机游戏市场竞争分析

- 一、厂商纷纷推出游戏手机
- 二、天极抢滩手机游戏市场
- 三、手机游戏产业面临第二次洗牌

### 第二节 2011-2015年中国手机游戏产业集中度分析

- 一、区域集中度分析
- 二、市场集中度分析

### 第三节 2011-2015年中国手机游戏的核心竞争力与投资前景分析

- 一、策划能力
- 二、品牌产品
- 三、渠道和市场营销

## 第八章 2009年中国手机游戏运营商动态分析

### 第一节 中国移动通信集团公司

- 一、企业概况
- 二、2009年各项财务数据
- 三、2009年财务治理体制的分析
- 四、中国移动推动三股力量暗战手机游戏市场
- 五、2008年中国移动开放手机游戏收费接口
- 六、2008年中国移动推出手机游戏二维码
- 七、2009年中移动打造精品网游平台

## 第二节 中国联合通信有限公司

### 一、企业概况

### 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 中国电信股份有限公司

### 一、公司概况

### 二、企业运营状况

### 三、中国电信对3G的影响

## 第九章 2011-2015年中国手机游戏重点企业分析

### 第一节 天津猛犸科技有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、业务方向

#### 三、猛犸对手机游戏市场的影响

### 第二节 上海育碧电脑软件有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2011-2015年运营状况分析

#### 三、企业手机游戏研发情况

### 第三节 北京掌上明珠信息技术有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、市场动态分析

#### 三、掌上明珠对手机游戏市场的影响

### 第四节 上海IN-FUSIO公司

#### 一、企业概况

#### 二、公司业务经营范围

#### 三、公司发展战略

### 第五节 其他手机游戏企业介绍

#### 一、北京柠檬汁娱乐科技有限公司

#### 二、上海扬讯计算机科技有限责任公司

#### 三、联合众志软件（成都）有限公司

#### 四、上海岩浆数码技术有限公司

## 第十章 2011-2015年中国手机游戏投资分析及发展预测

### 第一节 2011-2015年中国手机游戏产业前景展望

- 一、国内手机无线游戏市场前景分析
- 二、手机游戏挑动增值服务兴奋点
- 三、2012年我国在线手游市场收入规模预测
- 四、2011-2015年手机网络游戏前景分析
- 五、2011-2015年手机游戏产业技术前景分析

### 第二节 2011-2015年中国手机游戏产业的发展预测

- 一、未来全球手机游戏市场规模将加大
- 二、我国手游运营趋势预测
- 三、未来三年国内手机游戏市场规模预测

## 第十一章 2011-2015年中国手机游戏产业投资分析

### 第一节 2011-2015年中国手机游戏行业投资机会分析

- 一、手机游戏行业投资特性
- 二、手机游戏具有良好的投资价值
- 三、手机游戏投资环境利好

### 第二节 2011-2015年中国手机游戏投资分析

- 一、手机网游有望成为投资热点
- 二、手机游戏投资吸引力分析

### 第三节 2011-2015年中国手机游戏投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

### 第四节 专家建议

## 第十二章 2011-2015年中国手机游戏行业投资分析

### 第一节 2011-2015年手机游戏行业投资现状分析

- 一、手机游戏行业投资环境分析
- 二、手机游戏行业的投资渠道分析



### 三、手机游戏行业的投资趋势分析

#### 第二节 2011-2015年手机游戏行业投资潜力分析

##### 一、手机游戏移动互联网潜力分析

##### 二、手机游戏行业投资发展潜力分析

#### 第三节 2011-2015年手机游戏行业投资前景分析

##### 一、2011-2015年手机游戏行业投资前景分析

##### 二、2011-2015年手机游戏行业投资创业前景分析

#### 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：手机游戏的三种平台

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;

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/ruanjian1010/C2477504G4.html>