

2022-2028年中国女性向游戏产业发展现状与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国女性向游戏产业发展现状与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202202/270506.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

女性游戏（日文：女性向けゲーム）就是指专门针对女性开发的、适合于女性玩的游戏。乙女向游戏和BL游戏是女性向游戏相互独立的两大分类。2019年12月，女性用户月独立设备数同比增长最大TOP5行业中有4个都与游戏行业相关。女性对游戏的热情明显提升。今年来，女性向游戏频出，以模拟养成类、休闲益智类、唯美古风类和RPG类为主。游戏市场再现洼地，女性玩家依旧有很大的用户和时长空间。2019年12月女性用户同比增长TOP5二级行业数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国女性向游戏产业发展现状与行业竞争对手分析报告》共十一章。首先介绍了女性向游戏行业市场发展环境、女性向游戏整体运行态势等，接着分析了女性向游戏行业市场运行的现状，然后介绍了女性向游戏市场竞争格局。随后，报告对女性向游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了女性向游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对女性向游戏产业有个系统的了解或者想投资女性向游戏行业，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：

第一章女性向游戏相关概述

第一节女性向游戏定义及分类

一、女性向游戏定义

二、女性向游戏分类

三、女性向游戏的特征

四、女性向游戏品种走向

第二节女性向游戏平台及驱动力量

一、女性向游戏的三种平台

二、女性向游戏的驱动力量

第二章2019年中国女性向游戏产业整体运行态势分析

第一节国外女性向游戏产业概况

- 一、全球软件巨头争相开发女性向游戏
- 二、全球女性向游戏市场规模持续扩大
- 三、美国女性向游戏业发展状况
- 四、英国女性向游戏市场发展透析
- 五、日本女性向游戏业发展火爆

六、韩国女性向游戏市场发展综述

第二节中国女性向游戏产业发展分析

- 一、中国女性向游戏业务日渐崛起
- 二、浅谈我国女性向游戏产品的国产化
- 三、中国女性向游戏活跃用户创新高
- 四、中国女性向游戏产业加速发展
- 五、资本驱动女性向游戏产业迅速壮大

第三节4G时代中国女性向游戏业的发展

- 一、全面剖析4G对女性向游戏发展的影响
- 二、4G成为我国女性向游戏迅猛发展的助推器
- 三、4G女性向游戏成游戏开发商新盈利点
- 四、4G时代女性向游戏发展面临的考验
- 五、我国4G女性向游戏盈利模式研究

第四节中国女性向游戏业务收费模式分析

- 一、女性向游戏产业链及收费模式
- 二、女性向游戏收费模式效果分析
- 三、手机网络游戏收费模式介绍
- 四、中国女性向游戏盈利模式不成熟

第五节中国女性向游戏产业存在的问题

- 一、中国女性向游戏存在的四大问题
- 二、制约女性向游戏发展的主要因素
- 三、女性向游戏缺乏良好的运营模式
- 四、我国女性向游戏产业发展的五大瓶颈

第六节中国女性向游戏产业发展对策

- 一、女性向游戏发展需要更好的产业环境
- 二、女性向游戏发展需要规范的产业定位
- 三、女性向游戏发展需要建立法律法规制度

四、中国女性向游戏产业发展的建议

第三章2019年中国女性向游戏产业运行环境分析

第一节2019年中国女性向游戏产业政策分析

- 一、中国数据业务资费政策简况
- 二、4G资费政策对女性向游戏的影响
- 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2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、1PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第三节2019年中国女性向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、电脑互联网的普及
- 五、居民的各种消费观念和习惯

第四章2019年中国女性向游戏市场分析

第一节中国女性向游戏市场概况

- 一、国内女性向游戏市场的发展模式
- 二、女性向游戏培训市场异军突起
- 三、我国女性向游戏业务投放渠道浅析
- 四、影响未来女性向游戏市场规模的因素

第二节2015-2019年中国女性向游戏市场的发展

- 一、2019年中国女性向游戏市场驱动因素
- 二、2019年中国女性向游戏市场规模组成模块比例
- 三、2019年中国女性向游戏市场与用户规模同步增长
- 四、2019年中国女性向游戏市场浅析

第三节2019年中国女性向游戏市场的发展分析

- 一、我国女性向游戏市场规模首次负增长
- 二、当前我国女性向游戏竞争市场分析
- 三、女性向游戏市场快速成长期待创新型产品

第四节女性向游戏市场的瓶颈及发展对策

- 一、国内女性向游戏市场品质成发展瓶颈
- 二、女性向游戏市场的监管引导不能缺位
- 三、女性向游戏市场迅速扩大的两大阻碍
- 四、手机网游企业的市场突围策略

第五章2019年中国女性向游戏消费者分析

第一节2019年中国女性向游戏用户基本属性分析

- 一、用户性别分布
- 二、用户年龄分布
- 三、用户所在区域分布
- 四、用户受教育程度分布
- 五、用户个人月收入分布
- 六、用户职业分布

第二节2019年中国女性向游戏用户参与游戏的属性分析

- 一、用户活跃程度及流失原因
- 二、用户使用的手机品牌分布
- 三、用户每月的手机上网花费
- 四、用户参与女性向游戏的时间分析
- 五、用户参与女性向游戏的场所分析
- 六、用户黏性分析

第三节2019年中国手机单机游戏用户使用行为分析2019年12月，休闲益智类游戏的时间更加碎片化，受众也最为广泛，休闲益智游戏成为月活最高的二级行业，不仅坐拥3.45亿月独立设备数，而且单机月使用时长相比去年增量最大。棋牌游戏月活跃设备数为2.66亿，紧跟休闲益智

智游戏之后，但是时长增幅最大，高达31.7%。动作游戏的活跃设备增量最大。2019年12月游戏服务二级行业单机月使用时长及同比增长率数据来源：公开资料整理

一、用户偏好的游戏类型分布

二、用户付费情况分析

三、用户支付方式

四、用户未来可以接受的单款游戏费用

第四节2019年中国手机网络游戏用户使用行为分析

一、用户不选择手机网络游戏的原因分析

二、用户偏好的游戏风格和题材

三、用户获知手机网络游戏的渠道

四、用户付费情况分析

五、用户的支付方式

六、用户每天参与游戏的时间段分布

七、用户单个游戏周期

八、用户态度对比分析

九、用户最期望的手机网络游戏功能

十、用户期望的手机网络游戏附属功能

第六章中国女性向游戏移动运营商及政策影响分析

第一节中国移动

一、中国移动推出女性向游戏新平台

二、中国移动开放女性向游戏收费接口

三、中国移动推出女性向游戏二维码

四、中移动打造精品网游平台

五、中移动大力出击女性向游戏市场

六、中国移动与CP对接酝酿手游产业新模式

七、中国移动规范女性向游戏SP企业经营情况

第二节中国联通

一、中国联通牵手游戏开发商出击手游市场

二、手机网络游戏业务成中国联通盈利新增点

三、中国联通挖掘女性向游戏潜在客户

四、2019年中国联通女性向游戏业务增长不敌中国移动

第三节相关政策对女性向游戏产业的影响

- 一、中国数据业务资费政策简况
- 二、4G资费政策对女性向游戏的影响
- 三、电信运营商4G上网卡资费政策现状
- 四、电信运营商政策对女性向游戏厂商的影响

第七章2015-2019年中国女性向游戏产业市场竞争格局分析

第一节2019年中国女性向游戏产业竞争现状分析

- 一、女性向游戏竞争白热化
 - 二、女性向游戏暗树竞争门槛
 - 三、女性向游戏竞争激烈挑起新增值点
- ### 第二节2019年中国女性向游戏产业主要地区竞争分析
- 一、台湾4G手机网络游戏市场竞争白热化
 - 二、深圳女性向游戏业抢跑
- ### 第三节2019年中国女性向游戏企业提升竞争力分析

第八章中国女性向游戏重点企业介绍

第一节分享时代

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析

第二节爱扑网络

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析

第三节大麦互娱

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析

第四节云畅游戏

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析

第五节巨人网络

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析

第九章2019年中国手机产业及4G的发展分析

第一节2019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2019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2019年中国4G产业的发展分析

- 一、全球4G的发展现状分析
- 二、中国4G发展概况
- 三、中国的手机厂商应对4G时代的策略

第十章2022-2028年中国女性向游戏产业发展趋势预测分析

第一节2022-2028年中国女性向游戏产业发展预测分析

- 一、我国手游运营趋势预测
- 二、中国女性向游戏市场规模预测分析
- 三、女性向游戏产业发展方向分析

第二节2022-2028年中国女性向游戏产业市场预测分析

- 一、全球女性向游戏市场增长预测

二、国内女性向游戏市场规模预测

三、我国在线手游市场收入规模预测

四、女性向游戏用户预测分析

第三节2022-2028年中国女性向游戏产业市场盈利预测分析

第十一章2022-2028年中国女性向游戏产业投资热点与风险分析（）

第一节2022-2028年中国女性向游戏产业投资环境分析

第二节2022-2028年中国女性向游戏产业投资机会分析

一、我国女性向游戏产业投资潜力巨大

二、女性向游戏产业备受风投青睐

三、手机网游有望成为投资热点

四、女性向游戏具有良好的投资价值

第三节2022-2028年中国女性向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

第四节投资建议

部分图表目录：

图表女性向游戏产业链

图表2019年中国女性向游戏用户性别分布

图表2019年中国女性向游戏用户年龄分布

图表2019年中国女性向游戏用户地区分布变化

图表2019年中国女性向游戏用户地域分布情况

图表2019年中国女性向游戏用户学历分布

图表2019年中国各学历层次女性向游戏用户职业分布情况

图表2019年中国女性向游戏用户收入情况

图表2019年中国女性向游戏用户职业分布

图表2019年中国女性向游戏用户各职业区域分布

图表2019年中国女性向游戏用户活跃程度

图表2019年中国女性向游戏用户不玩游戏的原因

图表2019年中国女性向游戏用户使用手机品牌变化情况

图表2019年中国女性向游戏用户流量包月情况

图表2019年中国女性向游戏用户月度上网资费分布

图表2019年中国女性向游戏用户游戏时间选择情况

图表2019年中国女性向游戏用户游戏地点选择

图表2019年中国女性向游戏用户游戏频率

图表2019年中国女性向游戏用户日均游戏时长对比

图表2019年中国手机单机游戏用户喜爱的单机游戏类型

图表2019年中国手机单机游戏用户付费情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270506.html>