

2024-2030年中国手机游戏 行业发展趋势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

《2024-2030年中国手机游戏行业发展趋势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/202310/412749.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

最早的手机游戏出现于1997年，经过十几年的发展，随着手机终端和移动通信网络的不断进步，手机游戏也正在经历由简单到复杂的进化过程。从全球来看，手机娱乐服务被公认为是带动移动数据业务快速发展的重要力量。作为手机娱乐服务的重要内容之一，近年来，伴随着移动网络和移动终端性能的不断提高与完善，手机游戏业务呈现快速增长的势头，成为一座名副其实的“金矿”。

2021年，中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，同比增长6.40%，增幅比例较2020年同比缩减近15%。相比版号停发9个月的2018年（5.32%），仅高出大约一个百分点而已。2021年游戏行业增速是仅小幅高于2018年的次低点。截至2021年12月，我国网络游戏用户规模达5.54亿，较2020年12月增加3561万，占网民整体的53.6%。

中国音数协游戏工委和中国游戏产业研究院发布的《2022年上半年中国游戏产业报告》，显示，2022年1-6月，中国游戏市场实际销售收入为1477.89亿元，游戏用户规模约6.66亿人，其中移动游戏用户规模约6.55亿人。自主研发方面，2022年1-6月，中国自主研发游戏国内市场实际销售收入1245.82亿元，同比下降4.25%。总的来看，自研游戏仍然占到了中国游戏市场实际收入的8成以上。中国自主研发游戏在海外的实际销售收入达89.89亿元，同比增长6.16%。

。2023年2月12-14日举行2022年度中国游戏产业年会，年会上发布的2022中国游戏产业报告显示，2022年中国游戏市场实际销售收入达2658.84亿元，同比下降10.33%，中国游戏用户规模为6.64亿人，同比下降0.33%，产业发展大概率进入存量市场。

随着4G、5G应用的快速推进以及智能手机的普及，手机正逐渐成为“个人信息处理中心”，覆盖到生活的方方面面，随着手机带宽的不断提速，互联网从PC过渡到手机的趋势正在加速蔓延，这也为手机游戏业的兴起造就了新的商业机遇。手机游戏正在呈现一个巨大的市场，成为移动互联网领域的热门增长点。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国手机游戏行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》共七章。首先介绍了手机游戏的定义、分类、特征等，接着分析了国际国内手机游戏产业的现状和市场运行情况，并对手机游戏市场的消费者行为、运营商及政策影响做了细致的分析。然后介绍了手机游戏重点企业的经营状况，最后分析了手机游戏市场的投资潜力与未来发展前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、工信部、中国互联网络信息中心、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国移动通信联合会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对手机游戏市场有个系统的了解或者想投资手机游戏，本报告将是您不可或缺的重要工

具。

报告目录：

第一章 手机游戏相关概述

1.1 手机游戏定义及分类

1.1.1 手机游戏定义

1.1.2 手机游戏分类

1.1.3 手机游戏特征

1.2 手机游戏平台发展综述

1.2.1 手机游戏平台概述

1.2.2 手机游戏平台种类

1.2.3 手游第三方平台

1.2.4 企业布局手游平台

第二章 2021-2023年手机游戏产业分析

2.1 2021-2023年国外手机游戏产业概况

2.1.1 市场发展规模

2.1.2 市场竞争格局

2.1.3 市场发展动态

2.1.4 美国市场状况

2.1.5 日本市场状况

2.1.6 韩国市场状况

2.2 2021-2023年中国手机游戏产业发展分析

2.2.1 产业链分析

2.2.2 发展历程

2.2.3 用户规模

2.2.4 分销渠道

2.2.5 市场格局

2.2.6 企业收入

2.3 5G时代中国手机游戏业的发展分析

2.3.1 网络技术更迭

2.3.2 5G运作概述

- 2.3.3 5G分类及使用标准
- 2.3.4 5G对手机游戏的影响
- 2.3.5 5G影响下行业未来发展
- 2.4 2021-2023年中国手机游戏商业模式分析
 - 2.4.1 利益格局分配
 - 2.4.2 商业模式演变
 - 2.4.3 商业模式对比
 - 2.4.4 新型商业模式
 - 2.4.5 产业链利润
- 2.5 中国手机游戏产业存在的主要问题
 - 2.5.1 行业进入壁垒
 - 2.5.2 政策监管趋严
 - 2.5.3 行业发展困境
 - 2.5.4 行业发展问题
 - 2.5.5 行业出口问题
- 2.6 中国手机游戏产业发展对策
 - 2.6.1 行业发展策略
 - 2.6.2 行业出口策略
 - 2.6.3 提升媒介素养
 - 2.6.4 加强产业扶植
 - 2.6.5 打造功能游戏
 - 2.6.6 人才培养机制

第三章 2021-2023年中国手机游戏市场分析

- 3.1 2021-2023年手机游戏市场发展的促进因素
 - 3.1.1 手机网民的扩大
 - 3.1.2 智能终端的发展
 - 3.1.3 政策方面的激励
 - 3.1.4 技术创新的影响
 - 3.1.5 各界对行业的支持
- 3.2 2021-2023年手机游戏市场的发展
 - 3.2.1 2019年市场规模

- 3.2.2 2020年市场规模
- 3.2.3 2021年市场规模
- 3.3 2021-2023年中国手机游戏出海状况
 - 3.3.1 中国手机游戏出海总体现状
 - 3.3.2 中国手游在美国的收入情况
 - 3.3.3 中国手游在韩国的收入情况
 - 3.3.4 中国手游在日本的收入情况
- 3.4 手机游戏市场互联网巨头布局情况
 - 3.4.1 字节跳动
 - 3.4.2 哔哩哔哩
 - 3.4.3 腾讯公司

第四章 2021-2023年中国手机游戏消费者分析

- 4.1 中国手机游戏用户基本属性分析
 - 4.1.1 性别结构
 - 4.1.2 年龄结构
 - 4.1.3 收入结构
 - 4.1.4 区域结构
- 4.2 中国手机网络游戏用户行为分析
 - 4.2.1 移动游戏获取渠道
 - 4.2.2 玩家关注游戏品质
 - 4.2.3 玩家以轻度氪金为主
- 4.3 王者荣耀手机游戏流失用户分析
 - 4.3.1 王者荣耀渗透率和DAU
 - 4.3.2 王者荣耀流失用户构成
 - 4.3.3 王者荣耀用户流失原因
 - 4.3.4 王者荣耀流失用户去向
 - 4.3.5 王者荣耀流失用户唤回可能性
 - 4.3.6 王者荣耀唤回流失用户的措施
- 4.4 和平精英手机游戏流失用户分析
 - 4.4.1 和平精英渗透率和DAU
 - 4.4.2 和平精英流失用户构成

- 4.4.3 和平精英用户流失原因
- 4.4.4 和平精英流失用户去向
- 4.4.5 和平精英流失用户唤回可能性
- 4.4.6 和平精英唤回流失用户的措施

第五章 2021-2023年中国手机游戏移动运营商及政策影响分析

5.1 中国移动

- 5.1.1 中国移动手机游戏合作动态
- 5.1.2 中国移动推出《咪咕快游》
- 5.1.3 中国移动发布手游评测报告
- 5.1.4 中国移动加快优质IP内容打造

5.2 中国联通

- 5.2.1 联通与腾讯合作推出游戏优化网络
- 5.2.2 中国联通与腾讯手游合推“加速宝”
- 5.2.3 腾讯联合中国联通推出云游戏产品
- 5.2.4 中国联通发布手机游戏智能终端设备

5.3 中国电信

- 5.3.1 中国电信推出首款云手机
- 5.3.2 中国电信发布手机游戏性能测评
- 5.3.3 中国电信与腾讯推行“游戏宽带”

第六章 2020-2023年中国手机游戏重点企业分析

6.1 腾讯

- 6.1.1 企业发展概况
- 6.1.2 手游市场收入
- 6.1.3 2021年企业经营状况分析
- 6.1.4 2022年企业经营状况分析
- 6.1.5 2023年企业经营状况分析

6.2 顺网科技

- 6.2.1 企业发展概况
- 6.2.2 手游市场布局
- 6.2.3 经营效益分析

- 6.2.4 业务经营分析
- 6.2.5 财务状况分析
- 6.2.6 核心竞争力分析
- 6.2.7 未来前景展望
- 6.3 完美世界
 - 6.3.1 企业发展概况
 - 6.3.2 游戏产品介绍
 - 6.3.3 手游市场收入
 - 6.3.4 经营效益分析
 - 6.3.5 业务经营分析
 - 6.3.6 财务状况分析
 - 6.3.7 核心竞争力分析
 - 6.3.8 公司发展战略
 - 6.3.9 未来前景展望
- 6.4 三七互娱
 - 6.4.1 企业发展概况
 - 6.4.2 游戏产品介绍
 - 6.4.3 手游市场收入
 - 6.4.4 经营效益分析
 - 6.4.5 业务经营分析
 - 6.4.6 财务状况分析
 - 6.4.7 核心竞争力分析
 - 6.4.8 公司发展战略
 - 6.4.9 未来前景展望
- 6.5 华谊兄弟
 - 6.5.1 企业发展概况
 - 6.5.2 手游市场布局
 - 6.5.3 经营效益分析
 - 6.5.4 业务经营分析
 - 6.5.5 财务状况分析
 - 6.5.6 核心竞争力分析
 - 6.5.7 公司发展战略

6.5.8 未来前景展望

6.6 中青宝

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 游戏产品介绍

6.6.3 手游市场布局

6.6.4 经营效益分析

6.6.5 业务经营分析

6.6.6 财务状况分析

6.6.7 核心竞争力分析

6.6.8 公司发展战略

6.6.9 未来前景展望

第七章 对手机游戏投资分析及发展预测

7.1 手机游戏投资分析

7.1.1 投资规模

7.1.2 投资金额

7.1.3 投资事件

7.1.4 投资建议

7.2 手机游戏产业发展前景分析

7.2.1 行业驱动因素

7.2.2 手游设计趋势

7.2.3 行业发展趋势

7.2.4 行业发展前景

7.3 对2024-2030年中国手机游戏行业预测分析

7.3.1 2024-2030年中国手机游戏行业影响因素分析

7.3.2 2024-2030年中国手机游戏行业收入规模预测

图表目录

图表 2018-2021年全球游戏市场规模统计

图表 2021年全球游戏行业细分市场规模统计

图表 2021年全球手游开发商收入规模TOP5统计情况

图表 2021年美国移动游戏市场收入

图表 2021年美国市场手游收入TOP20 (APP STORE+GOOGLE PLAY)

图表 2021年美国市场手游下载量TOP20 (APP STORE+GOOGLE PLAY)

图表 2021年日本移动游戏市场收入

图表 2021年日本手游市场收入TOP20 (APP STORE+GOOGLE PLAY)

图表 2021年日本市场手游下载量TOP20 (APP STORE+GOOGLE PLAY)

图表 2021年韩国移动游戏市场收入

图表 2021年韩国手游市场收入TOP20 (APP STORE+GOOGLE PLAY)

图表 2021年韩国市场手游下载量TOP20 (APP STORE+GOOGLE PLAY)

图表 中国手游行业产业链

图表 2022年春节假期前后典型手机游戏APP活跃用户规模

图表 2022年春节假期期间手机游戏APP行业TOP5日人均使用时长

图表 2016-2021年手机网络游戏用户规模及使用率

图表 中国手游行业分销渠道

图表 2021年中国手游发行商收入TOP30

图表 2021年中国APP STORE手游收入排行榜

图表 2016-2021年游戏公司手游收入

图表 2021年游戏公司手游收入市场份额

图表 3G、4G、5G网络技术对比

图表 手游行业安卓渠道利益格局分配

图表 2017-2021年小米公司毛利分布 (按业务分部划分)

图表 硬件厂商与第三方安卓渠道渗透率分布

图表 手游推广方式：主流新兴渠道与买量发行平台

图表 手机游戏市场准入壁垒

图表 2018-2022年中国游戏行业主要监管措施

图表 校企合作模式

图表 2016-2021年手机网民规模及其占网民比例

图表 2018-2021年国内智能手机出货量

图表 2018-2021年国内手机上新数量

图表 2018-2021年中国四大终端类型游戏市场规模

图表 2014-2021年中国手游市场收入

图表 2020-2021年中国移动游戏市场实际销售收入规模

图表 2021年APP ANNIE游戏下载量及游戏收入榜TOP10

图表 2021年中国手游收入TOP30（海外APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游下载量TOP30（海外APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游在美收入TOP20（APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游在美下载量TOP20（APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游在韩国收入TOP20（APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游在韩国下载量TOP20（APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游在日本收入TOP20（APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年中国手游在日本下载量TOP20（APP STORE+GOOGLE PLAY）

图表 2021年《航海王热血航线》买量趋势

图表 《航海王热血航线》内容营销

图表 头部UP主及游戏垂直领域UP主合作推广《坎公骑冠剑》

图表 《坎公骑冠剑》广告投放媒体分布

图表 2021年MMORPG类新游首月流水（估值）

图表 2021年《全民奇迹2》投放广告媒体广告数量占比情况

图表 2018-2021年中国移动游戏用户性别分布

图表 2018-2021年中国移动游戏用户年龄分布

图表 2021年中国移动游戏用户收入分布

图表 2021年中国移动游戏用户区域分布

图表 2021年中国移动游戏用户手游资讯获取渠道

图表 2021年中国移动游戏用户在选择新手游时的决策影响因素

图表 2021年中国移动游戏用户对游戏品质关键要素认知

图表 2021年中国移动游戏用户观看游戏直播频次

图表 2021年中国移动游戏用户观看游戏直播时主要行为

图表 2017-2021年王者荣耀渗透率和DAU趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412749.html>