

# 2020-2026年中国移动游戏行业发展现状调查及市场规模预测报告

报告大纲

智研咨询

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

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国移动游戏行业发展现状调查及市场规模预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201910/797014.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

近年来，由于国内游戏市场变动颇多，因此行业的关注点也持续发生着变化。2017年，游戏行业热衷于讨论如何发现下一个爆款，2018年全行业则聚焦于版号的停审影响。2019年版号审批虽然已经恢复，但在“总量控制、精准调控”的发展思路下，“游戏行业还行不行”成为了业内人士的讨论话题。不过监管部门与调研机构在本届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）期间公布的多份监测数据，为整个行业吃下了一颗定心丸。

数据显示，2010年中国移动游戏用户规模还仅为0.30亿人，到了2013年中国移动游戏用户规模便超过3亿人，2015年中国移动游戏用户规模超过4亿人，2016年中国移动游戏用户规模突破了5亿人。截止至2018年中国移动游戏用户规模再度突破6亿关口，达到6.05亿人，同比增长9.2%。

在庞大的用户规模下，移动游戏市场规模大幅提升，实际销售收入从2010年的9.1亿元增长至2018年的1339.6亿元，占比则从2012年的5.4%提升至2018年的62.5%。不过，2013年以后，移动游戏销售收入增长持续放缓，主要受用户需求改变、用户获取难度提升、新产品竞争力减弱等因素影响。

2010-2018年中国移动游戏用户规模及增长情况

中国移动游戏ARPU

智研咨询发布的《2020-2026年中国移动游戏行业发展现状调查及市场规模预测报告》共八章。首先介绍了中国移动游戏行业市场发展环境、移动游戏整体运行态势等，接着分析了中国移动游戏行业市场运行的现状，然后介绍了移动游戏市场竞争格局。随后，报告对移动游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对移动游戏产业有个系统的了解或者想投资中国移动游戏行业，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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

#### 四、电子商务支撑环境

#### 五、电子商务基本模式

#### 六、电子商务规模分析

### 第二节 “互联网+”的相关概述

#### 一、“互联网+”的提出

#### 二、“互联网+”的内涵

#### 三、“互联网+”的发展

#### 四、“互联网+”的评价

#### 五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下移动游戏行业的机会与挑战

### 第一节 2019年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

##### （一）总体网民规模分析

##### （二）分省网民规模分析

##### （三）手机网民规模分析

##### （四）网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

##### （一）信息获取情况分析

##### （二）商务交易发展情况

##### （三）交流沟通现状分析

##### （四）网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下移动游戏行业的机会与挑战

#### 一、互联网时代行业大环境的变化

#### 二、互联网直击传统行业消费痛点

#### 三、互联网助力企业开拓市场

#### 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节 互联网移动游戏行业的改造与重构

#### 一、互联网重构行业的供应链格局

#### 二、互联网改变生产厂商营销模式

#### 三、互联网导致行业利益重新分配

#### 四、互联网改变行业未来竞争格局

### 第四节 移动游戏与互联网融合创新机会孕育

#### 一、电商政策变化趋势分析

#### 二、电子商务消费环境趋势分析

#### 三、互联网技术对行业支撑作用

## 四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 移动游戏所属行业发展现状分析

#### 第一节 移动游戏所属行业发展现状分析

##### 一、移动游戏行业产业政策分析

##### 二、移动游戏行业发展现状分析

2019年第一季度，中国移动游戏市场中，收入前100的移动游戏中角色扮演类游戏数量占比最高，达48.0%；策略类游戏数量占比为18.0%；卡牌类游戏数量占比为8.0%；休闲类游戏数量占比为8.0%；其余类型游戏数量共占比18.0%。与2018年游戏类型占比情况略有区别，角色扮演类、策略类游戏数量占比均提升。

2019年Q1收入前100的移动游戏产品类型占比统计情况

##### 三、移动游戏行业主要企业分析

##### 四、移动游戏行业市场规模分析

#### 第二节 移动游戏所属行业市场前景分析

##### 一、移动游戏行业发展机遇分析

##### 二、移动游戏行业市场规模预测

##### 三、移动游戏行业发展前景分析

### 第四章 移动游戏所属行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 移动游戏电商所属行业市场规模与渗透率

##### 一、移动游戏电商总体开展情况

##### 二、移动游戏电商交易规模分析

##### 三、移动游戏电商渠道渗透率分析

#### 第二节 移动游戏电商所属行业盈利能力分析

##### 一、移动游戏电子商务发展有利因素

##### 二、移动游戏电子商务发展制约因素

##### 三、移动游戏电商行业经营成本分析

##### 四、移动游戏电商行业盈利模式分析

##### 五、移动游戏电商行业盈利水平分析

#### 第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

##### 一、移动游戏电商行业市场空间测算

##### 二、移动游戏电商市场规模预测分析

##### 三、移动游戏电商发展趋势预测分析

### 第五章 移动游戏企业互联网战略体系构建及平台选择

#### 第一节 移动游戏企业转型电商构建分析

##### 一、移动游戏电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

## 二、移动游戏企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

## 第二节 移动游戏企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

## 第三节 移动游戏企业转型电商平台选择分析

- 一、移动游戏企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台
  - (一) 自建商城概况分析
  - (二) 自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
  - (一) 电商平台的优劣势
  - (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
  - (一) 电商服务外包的优势
  - (二) 电商服务外包可行性
  - (三) 电商服务外包前景

## 五、移动游戏企业电商平台选择策略

## 第六章 移动游戏所属行业电子商务运营模式分析

### 第一节 移动游戏电子商务B2B模式分析

- 一、移动游戏电子商务B2B市场概况
- 二、移动游戏电子商务B2B盈利模式
- 三、移动游戏电子商务B2B运营模式
- 四、移动游戏电子商务B2B的供应链

### 第二节 移动游戏电子商务B2C模式分析

- 一、移动游戏电子商务B2C市场概况
- 二、移动游戏电子商务B2C市场规模
- 三、移动游戏电子商务B2C盈利模式
- 四、移动游戏电子商务B2C物流模式
- 五、移动游戏电商B2C物流模式选择
- 第三节 移动游戏电子商务C2C模式分析
  - 一、移动游戏电子商务C2C市场概况
  - 二、移动游戏电子商务C2C盈利模式
  - 三、移动游戏电子商务C2C信用体系
  - 四、移动游戏电子商务C2C物流特征
  - 五、重点C2C电商企业发展分析
- 第四节 移动游戏电子商务O2O模式分析
  - 一、移动游戏电子商务O2O市场概况
  - 二、移动游戏电子商务O2O优势分析
  - 三、移动游戏电子商务O2O营销模式
  - 四、移动游戏电子商务O2O潜在风险
- 第七章中国移动游戏企业案例分析
  - 第一节 触控科技
    - 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 创梦天地
    - 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 飞流
    - 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 空中网
    - 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

第五节蓝港在线

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

第八章 移动游戏企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 移动游戏企业电子商务市场投资要素（ZY GXH）

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第三节 移动游戏企业电商市场策略分析（ZY GXH）

图表目录：

图表 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统移动游戏消费存在的“痛点”

图表 移动游戏电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年移动游戏电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年移动游戏电商市场渗透率趋势图

图表 2020-2026年移动游戏电商交易规模预测趋势图

图表 2020-2026年移动游戏电商市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/797014.html>