

# 2023-2029年中国手机网游 行业研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国手机网游行业研究与市场运营趋势报告》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.chinairr.org/report/R03/R0301/202302/01-520202.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

现在不但电脑有网络游戏，手机也有了，所谓手机网络游戏即手机上网可以玩的游戏。手机的网络游戏没有电脑的做得好，它的图片少，画面不生动。2004年，手机网游均为WAP游戏，到2005年，图形化手机网络游戏激增，目前已经超过40余款。2005年6月，盛大英特尔宣布携手共同开发国内手机游戏市场，手机网游行业阵营开始空前壮大，继盛大、北京掌讯、美通之后，网易、空中等也纷纷加入，目前国内手机网游厂商已经近30家。手机网络游戏目前尚处于市场导入期，在未来三年内，手机网络游戏将步入快速发展阶段。移动游戏市场TOP10的市占率持续提升，TOP5手机游戏APP用户时长占比从2018年10月的53%提升至2022年10月的55.6%，TOP10时长占比从2018年10月的61.7%提升至2022年10月的62.3%。手机游戏行业头部APP用户时长

数据来源：公开资料整理

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国手机网游行业研究与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了手机网游行业市场发展环境、手机网游整体运行态势等，接着分析了手机网游行业市场运行的现状，然后介绍了手机网游市场竞争格局。随后，报告对手机网游做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机网游行业发展趋势与投资预测。您若想对手机网游产业有个系统的了解或者想投资手机网游行业，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 研究领域及主要观点

##### 第一节 手机游戏定义及分类

###### 二、手机游戏定义

###### 三、手机游戏分类

###### 四、手机游戏的特征

###### 五、手机游戏品种走向

##### 第二节 手机游戏平台及驱动力量

###### 一、手机游戏的平台种类

###### 二、手机游戏的驱动力量

## 第二章 手机网游的发展历程及技术特征分析

### 第一节 中国手机游戏发展历程

一、1998年-2002年

二、2002年-2009年

三、2009年-2011年

### 第二节 手机网游的特征分析

一、网游的特征分析

二、手机网游的特征

### 第三节 手机网游技术系统分析

一、主要智能手机操作系统

二、手机网游实现技术分析

### 第四节 手机网络游戏分类

一、按手机平台分类

二、按游戏内容来分

三、按手机终端性能来分

## 第三章 手机网游产业发展环境分析

### 第一节 手机网游产业宏观环境（PEST）分析

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

### 第二节 影响手机网游产业发展的主要因素分析

一、促进因素

二、制约因素

### 第三节 手机网游产业生命周期分析

一、产品生命周期理论

二、手机网络游戏三阶段

三、手机网游发展周期

## 第四章 手机网游产业链研究

## 第一节 手机网游产业链的组成

### 一、手机网游产业链模型

### 二、手机网游产业链分析

## 第二节 主要厂商及技术竞争态势研究

### 一、手机芯片厂商竞争态势

### 二、手机操作系统厂商竞争态势

## 第五章 手机网游用户消费行为研究

### 第一节 用户年龄结构调查及分析

#### 一、性别结构

#### 二、年龄结构

#### 三、学历结构

#### 四、职业结构

#### 五、收入结构

### 第二节 用户可承受的资费水平调查及分析

#### 一、手机网游付费情况

#### 二、手机网游付费方式分析

#### 三、手机网络游戏用户支付方式分析

### 第三节 潜在用户群体调查及分析

#### 一、手机网民规模

#### 二、手机用户影响因素

## 第六章 手机网游商业模式及资费状况调查分析

### 第一节 手机网游的盈利模式分析

#### 一、运营模式分析

#### 二、收费模式

### 第二节 手机网游的付费渠道研究

#### 一、手机网游付费渠道分析

#### 二、手机网游渠道商分析

### 第三节 中国市场手机网游资费现状分析

#### 一、三大运营商4G资费现状

#### 二、中国移动4G网络资费分析

- 三、中国联通网络资费标准
- 四、中国电信套餐资费标准
- 五、手机网游服务费

## 第七章 手机网游的推广模式研究

### 第一节 终端内置模式

- 一、新媒体模式
- 二、线下营销模式

### 第二节 网络推广模式

- 一、搜索引擎推广
- 二、软文推广
- 三、联合推广

### 第三节 地面推广模式

- 一、平面广告模式
- 二、明星代言方式

## 第八章 中国手机网游发展现状及发展趋势分析

### 第一节 中国手机网游发展现状分析

- 一、手机网游产业发展现状
- 二、手机网游产业市场规模
- 三、游戏产品市场分析
- 四、产业发展存在问题

### 第二节 手机网游产业发展趋势分析

- 一、手机网游运营商发展趋势分析
- 二、游戏平台发展趋势分析
- 三、游戏产品发展趋势分析
- 四、盈利模式发展趋势分析

## 第九章 手机网游市场竞争格局分析

### 第一节 手机网游开发商竞争格局分析

- 一、手机游戏开发商竞争现状
- 二、手机网游开发商竞争趋势

## 第二节 手机网游运营商竞争格局分析

### 一、手机网游运营商竞争现状

### 二、手机网游运营商竞争格局

第三节 手机网游产品用户市场竞争格局分析 自2022年起，中国游戏用户规模进入缓慢发展阶段，新用户增长趋于平稳，进入存量竞争阶段。截至2020年3月，我国网络游戏用户规模达5.32亿，较2018年底增长4798万，占网民整体的58.9%；手机网络游戏用户规模达5.29亿，较2018年底增长7014万，占手机网民整体的59%。2015-2020Q1手机网络游戏用户规模趋势

数据来源：公开资料整理

### 一、2022年手机网游排行榜

### 二、2022年热门手机网游题材

## 第十章 主要手机网游产品市场分析及玩家评测

### 第一节 角色扮演

#### 一、2022年RPG类手机网游市场分析

#### 二、2022年RPG类手机网游玩家分析

### 第二节 策略类

#### 一、2022年策略类手机网游排行榜

#### 二、2022年策略类游戏市场分析

#### 三、经典策略类手机网游评测

### 第三节 体育竞技类

#### 一、经典体育竞技类手机网游

#### 二、经典体育竞技类手机网游评测

### 第四节 休闲娱乐类

#### 一、休闲娱乐类手机网游市场分析

#### 二、经典休闲娱乐手机网游评测

## 第十一章 国内主要手机网游开发厂商及代表产品分析

### 第一节 盛大数位红

### 第二节 魔龙无线

### 第三节 美通无线

### 第四节 上海网村

### 第五节 邦邦网

第六节 联梦娱乐

第七节 空中猛犸

第八节 道隆科技

第九节 杭州天畅

第十节 美峰数码

第十二章 国内主要手机网游运营企业及运营产品分析

第一节 北京掌讯

第二节 新浪无线

第三节 网上行

第四节 网易

第十三章 国外主要手机网游厂商产品分析

第一节 Activate

第二节 Gravity

第三节 IN-FUSIO公司

第四节 NEXONMOBILE

第五节 G-MODE

第六节 Nikita

第七节 QUARE ENIX

第八节 SEGA

第九节 SupercellOy

第十节 GluMobile

第十四章 手机网游产业发展策略与建议

第一节 网络游戏市场发展策略及建议

一、4P策略

二、组合策略( )

第二节 移动运营商发展策略及建议

一、中国移动发布手机游戏政策

二、中国联通手机游戏平台正式上线

三、首个手机游戏融合计费平台推出



### 第三节 游戏开发商发展策略及建议

一、引入合适开发机制

二、加大研究力度

三、持续开发本土特色

### 第四节 游戏服务提供商发展策略及建议

一、市场细分

二、目标市场选择

三、跨平台支持

### 图表目录

图表 1&emsp;手机游戏按表现形式分类

图表 2&emsp;国内图形类游戏

图表 3&emsp;我国手机网络游戏分类（按手机平台分类）

图表 4&emsp;我国手机网络游戏分类（按游戏内容分类）

图表 5&emsp;2017-2022年中国GDP增速

图表 6&emsp;2017-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 7&emsp;2017-2022年城镇居民人均可支配收入

图表 8&emsp;2017-2022年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表 9&emsp;2017-2022年农村居民人均纯收入

图表 10&emsp;农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/202302/01-520202.html>