

2025-2031年中国手机游戏 市场变革与投资策略调整报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国手机游戏市场变革与投资策略调整报告》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/report/728029GBEO.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-03-05

【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

报告说明: 《2025-2031年中国手机游戏市场变革与投资策略调整报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国手机游戏市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第1章手机游戏行业的研究范围界定及发展环境剖析1.1 手机游戏行业的研究范围界

定1.1.1 手机游戏的概念界定(1) 游戏定义(2) 手机游戏定义1.1.2 手机游戏的产品分类(1) 按接入方式分类(2) 按内容分类(3) 按平台分类(4) 按渠道分类1.1.3 手机游戏发展的特征(1) 便携性与移动性(2) 良好的包容性(3) 多元化的游戏方式(4) 支持网络(5) 丰富的互动性(6) 庞大的潜在用户群体1.1.4 本报告统计口径及研究范围说明1.2 手机游戏行业政策环境分析1.2.1 行业监管体系1.2.2 行业发展相关政策规划1.2.3 政策环境对手机游戏行业发展的影响分析1.3 手机游戏行业经济环境分析1.3.1 宏观经济现状(1) GDP增长情况分析(2) 工业增加值分析(3) 固定资产投资分析1.3.2 宏观经济展望1.3.3 与宏观经济发展相关性分析1.4 手机游戏行业社会环境分析1.4.1 中国人口环境及结构分析(1) 中国总人口数量与结构(2) 中国网民数量1.4.2 中国城镇化水平不断提高1.4.3 中国居民可支配收入与支出水平分析1.4.4 数字中国建设现状(1) 数字经济规模(2) 数字经济特点1.4.5 中国互联网接入环境1.4.6 社会环境变化对手机游戏行业发展的影响分析1.5 手机游戏行业技术环境分析1.5.1 手机游戏发展关键技术分析(1) 移动通信技术(2) 产品开发技术1.5.2 手机游戏行业专利申请及获得情况(1) 专利申请(2) 专利公开(3) 热门申请人(4) 热门技术1.5.3 技术环境对手机游戏行业发展的影响分析第2章全球手机游戏行业发展现状及趋势前景分析2.1 全球手机游戏行业发展现状分析2.1.1 全球手机游戏行业发展历程2.1.2 全球手机游戏行业市场规模分析2.1.3 全球手机游戏行业用户规模分析2.1.4 全球手机游戏行业企业竞争格局2.1.5 全球手机游戏行业区域竞争格局2.2 主要国家手机游戏行业发展分析2.2.1 美国(1) 美国手机游戏市场发展概况(2) 美国手机游戏市场规模分析(3) 美国手机游戏市场竞争格局(4) 美国手机游戏行业发展趋势2.2.2 日本(1) 日本手机游戏市场发展概况(2) 日本手机游戏市场规模分析(3) 日本手机游戏市场竞争格局(4) 日本手机游戏行业发展趋势2.3 全球手机游戏行业趋势预测分析2.3.1 全球手机游戏行业发展趋势(1) 社交功能崛起(2) 移动电竞迅速发展(3) 自走棋游戏将会获得增长(4) 云游戏兴起2.3.2 全球手机游戏市场趋势分析第3章手机游戏行业发展现状与市场供求分析3.1 手机游戏行业发展概述3.1.1 手机游戏行业发展历程分析3.1.2 手机游戏行业产业链分析(1) 手机游戏产业链结构(2) 手机游戏产业链组成(3) 手机游戏产业链发展特征3.1.3 手机游戏生命周期分析(1) 手机游戏产品的开发周期分析(2) 手机游戏产品的使用周期分析3.2

手机游戏行业市场供给分析3.2.1 可供下载的手机游戏数量3.2.2 手机游戏审批数量3.3 手机游戏行业市场需求分析3.3.1 手机游戏行业市场规模（1）游戏行业销售收入（2）手机游戏行业销售收入3.3.2 手机游戏行业用户规模3.3.3 细分游戏市场规模3.4 手机游戏类型分布与特点分析3.4.1 各类手游渗透率和MAU分布3.4.2 各类手游使用时长和MAU分布3.4.3 热门手游类型头部游戏渗透率3.5 手机游戏用户属性和使用行为分析3.5.1 手机游戏用户群体分类3.5.2 手机游戏用户使用行为（1）用户喜欢的游戏类型（2）用户发掘新游戏的主动性（3）手机游戏用户付费行为（4）手游用户观看游戏直播情况3.6 手机游戏行业盈利状况3.6.1 手机游戏盈利模式3.6.2 手机游戏的盈利能力3.7 手机游戏行业的发展痛点分析3.7.1 手机网络游戏防沉迷系统有待完善（1）国家层面（2）企业层面3.7.2 手机网络游戏同质化问题严重（1）游戏版权法律法规缺失（2）维权过程漫长，取证艰难3.7.3 游戏行业高端人才紧缺（1）观念制约造成人才紧缺（2）成本制约造成人才紧张3.8 手机游戏行业发展趋势及市场前景分析3.8.1 手机游戏行业发展趋势（1）行业整体发展趋势（2）手机游戏市场发展趋势（3）手机游戏产品发展趋势（4）手机游戏用户特点发展趋势3.8.2 手机游戏行业趋势预测3.9 手机游戏行业投资策略分析3.9.1 提升媒体素养（1）提升媒体素养的意义（2）提升媒体素养的具体做法3.9.2 政府主导游戏产业的扶植与游戏产品分级（1）产业扶植与游戏分级的必要性（2）产业扶植与游戏分级的措施3.9.3 健全游戏行业人才培养机制（1）革新观念，正确认识游戏产业（2）校企合作，满足人才需求（3）企业间合作第4章手机游戏行业竞争状态及竞争格局分析4.1 手机游戏行业投资、兼并与重组分析4.1.1 手机游戏行业投资现状（1）投资事件数量及金额（2）投资轮次分布（3）投资事件汇总4.1.2 手机游戏行业兼并与重组（1）兼并与重组现状（2）兼并与重组动因（3）兼并与重组案例（4）兼并与重组趋势4.2 手机游戏行业竞争强度分析4.2.1 现有企业的竞争4.2.2 潜在进入者的竞争4.2.3 供应商议价能力4.2.4 下游客户议价能力4.2.5 替代品威胁4.2.6 竞争情况总结4.3 手机游戏行业的细分产品市场竞争格局4.4 手机游戏行业的企业/品牌竞争格局分布4.4.1 企业规模格局（1）手机游戏上市情况分析4.4.2 市场份额第5章商业模式的构成要素与构建流程分析5.1 商业模式概述5.1.1 商业模式的核心原则5.1.2 商业模式的九大构成（1）客户细分（2）价值主张（3）渠道通路（4）客户关系（5）收入来源（6）核心资源（7）关键业务（8）重要合作（9）成本结构5.1.3 商业模式的核心要素5.1.4 商业模式与其它模式的区别和联系5.1.5 商业模式与其它模式的联系5.2 商业模式构建的基本流程5.2.1 商业模式九大要素相互关系5.2.2 价值主张统领其它要素的核心5.2.3 收入来源由哪些要素决定5.2.4 成本结构由哪些要素决定5.2.5 盈利公式是怎么形成的5.3 手机游戏商业模式构成5.3.1 手机游戏商业模式画布5.3.2 手机游戏商业模式构成要素（1）盈利模式（2）运营模式（3）营销模式5.4 中国手机游戏市场定位分析5.4.1 手机游戏客户细分（1）男性与女性玩家细分（2）用户年龄细分（3）消费能力细分5.4.2 手机游戏市场定位（1）按手机游戏类别定位（2）按玩家性别定位5.4.3

手机游戏市场定位案例（1）单机与网络案例（2）男性与女性案例（3）高端与大众案例5.5
手机游戏典型价值主张分析5.6 手机游戏渠道通路分析5.6.1 商业模式中渠道通路的含义（1）
价值传递通路（2）产品销售渠道5.6.2 手机游戏典型的宣传策略5.6.3 手机游戏典型的渠道策
略5.6.4 典型渠道通路案例分析5.7 手机游戏客户关系分析5.8 手机游戏的收入来源分析5.9 手机
游戏核心资源分析5.9.1 手游研发技术5.9.2 手游研发人才（1）研发人才决定游戏品质（2）手
游开发人才炙手可热5.9.3 手游研发资金5.10 中国手机游戏重要合作伙伴分析5.10.1 手机运营商
（1）中国移动（2）中国联通（3）中国电信5.10.2 应用商店（1）APP Store（2）安卓应用商
店5.10.3 游戏平台（1）腾讯手游平台（2）91助手游戏平台（3）360手机助手平台（4）九游
平台5.10.4 游戏网站和论坛（1）手游网（2）4399手机游戏网（3）当乐网（4）威锋网5.10.5
重要合作伙伴典型案例5.11 手机游戏成本结构分析第6章中国手机游戏商业模式特点分
析6.1 当前中国手机游戏需解决的问题6.1.1 开发商创新力不足，同质化现象严重6.1.2 核心技术
不足，高端人才缺乏6.1.3 手游衍生产品开发不足6.2 中国手机游戏产业发展趋势分析6.2.1 产业
全球化分析6.2.2 产业链延伸分析6.2.3 核心推动力分析（1）游戏更具创意性（2）企业维权常
态化6.2.4 付费模式分析6.3 手机游戏商业模式变革趋势6.3.1 商业模式创新成功的因素（1）手
机游戏的内容是基础（2）手机游戏运营是关键6.3.2 影响商业模式创新的主要方面（1）外部
因素分析（2）内部因素分析6.3.3 商业模式创新的主要方向（1）产业融合发展（2）创新推广
模式第7章中国智能手机游戏商业模式创新分析7.1 手机游戏运营模式分析7.1.1 手机游戏运营
模式概述7.1.2 手机游戏联运模式分析（1）手机游戏联合运营方式及案例（2）手机游戏联合
运营存在问题（3）联合运营模式的突破7.1.3 手机游戏独代模式分析（1）手机游戏独代介绍
及案例（2）手机游戏独代经营效益（3）手机游戏独代运营趋势7.1.4 手机游戏自产自营模式
分析（1）自产自营优势与风险（2）自产自营条件与要求（3）自产自营现状与厂商（4）自
产自营投资前景调研7.2 手机游戏盈利模式分析7.2.1 手机游戏盈利模式变革（1）下载收费（2）
购买游戏时间（点卡）（3）套餐收费（4）游戏内付费（5）道具收费（6）内置广告（7）
周边产品7.2.2 手机游戏支付模式发展（1）电信运营商短信计费（2）充值卡类支付（3）第三
方支付（4）银联支付7.2.3 手机游戏盈利模式存在的问题（1）盈利模式单一（2）资本催热同
质化竞争激烈7.2.4 手机游戏盈利模式创新（1）模式创新势在必行（2）多种模式相互结合（3）
增强产业链的延伸7.2.5 手机游戏盈利前景（1）免费模式市场稳定（2）内置广告有待开发
（3）社区化经营前景看好7.3 手机游戏营销模式分析7.3.1 手机游戏厂商渠道争夺7.3.2 手机游
戏主要营销手段（1）交叉推广（2）平台推荐（3）电视广告（4）社交网络（5）网吧云端
（6）场景布局（7）动漫联动（8）返利引导（9）社区引爆7.3.3 手机游戏营销主要问题7.3.4
手机游戏行业营销建议（1）充分重视上线前的预热和炒作（2）选择有实力的游戏广告联盟
（3）争取知名媒介的联运渠道合作（4）游戏活动炒作，人推人模式（5）保持手游更新频率

第8章手机游戏商业模式典型成功案例解析8.1 PC游戏移植模式——《和平精英》8.1.1 游戏介绍8.1.2 商业模式解析8.1.3 商业模式点评8.2 品牌多元化模式——《阴阳师》8.2.1 游戏介绍8.2.2 商业模式解析8.2.3 商业模式点评8.3 挖掘桌游玩家模式——《我叫MT Online》8.3.1 游戏介绍8.3.2 商业模式解析（1）价值主张（2）客户定位（3）客户关系（4）渠道通路（5）资源配置（6）重要伙伴（7）盈利模式8.3.3 商业模式点评8.4 电竞赛事化模式——《王者荣耀》8.4.1 游戏介绍8.4.2 商业模式解析8.4.3 商业模式点评8.5 微信/QQ渠道推广模式——《天天酷跑》8.5.1 游戏介绍8.5.2 商业模式解析8.5.3 商业模式点评8.6 微博增加用户粘性模式——《保卫萝卜》8.6.1 游戏介绍8.6.2 商业模式解析8.6.3 商业模式点评8.7 “烧钱”营销推广模式——《捕鱼达人》8.7.1 游戏介绍8.7.2 商业模式解析8.7.3 商业模式点评8.8 注重本土商业合作伙伴模式——《水果忍者》8.8.1 游戏介绍8.8.2 商业模式解析8.8.3 商业模式点评8.9 “温水煮蛙”模式——《植物大战僵尸2》8.9.1 游戏介绍8.9.2 商业模式解析8.9.3 商业模式点评8.10 “十年磨一剑”模式——《原神》8.10.1 游戏介绍8.10.2 商业模式解析8.10.3 商业模式点评图表目录图表1：电子游戏分类图表2：报告中与手机游戏相关定义图表3：报告中手机游戏分类标准图表4：本报告的主要数据来源说明图表5：手机游戏行业监管部门职责图表6：手机游戏相关政策图表7：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）图表8：2020-2024年中国工业增加值及增长率走势图（单位：亿元，%）图表9：2020-2024年中国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）图表10：2024年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重（单位：%）图表11：2024年中国主要经济指标预测（单位：万人，万亿斤，%）图表12：2024年中国经济综合展望图表13：手机游戏行业与宏观经济发展相关性分析图表14：2024年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）图表15：2020-2024年中国城镇化率变化分析图（单位：%）图表16：2020-2024年居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）图表17：2020-2024年中国数字经济规模（单位：万亿元）图表18：2020-2024年中国互联网络接入设备使用情况（单位：%）图表19：至2024年中国5G移动通信技术发展现状图表20：中国移动通信技术发展历程更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/728029GBEO.html>