

# 2022-2028年中国移动游戏行业发展现状调研及未来前景分析报告

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《2022-2028年中国移动游戏行业发展现状调研及未来前景分析报告》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/202011/907689.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: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

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

移动游戏是是网络游戏的一种类别，基于移动终端设备（如手机、平板电脑或者专用的移动游戏终端等），通过无线网络设施实现移动环境中进行的电子游戏方式，可分为单机游戏和网络游戏两种。2011年第五届“中国手机游戏高峰论坛”上，当乐网CEO肖永泉表示，整个移动游戏定义将会被重新解读。他认为，手机将不再是移动游戏的唯一载体，手机、平板电脑、客户端“三位一体”将是移动游戏的新定义。

随着智能手机广泛普及以及移动互联网的不断发展，中国移动游戏用户规模快速增长，2021年中国移动游戏用户规模达655.88百万人，较2020年增加了1.53百万人，同比增长0.23%，2021年中国移动游戏用户规模持续上升，但也受到人口结构变化影响规模容量趋于饱和，具体原因主要是因为防沉迷新规落地，未成年人保护收获实效，用户结构趋向健康合理。

2014-2021年中国移动游戏用户规模统计

资料来源：CNG、智研咨询整理

智研咨询发布的《2022-2028年中国移动游戏行业发展现状调研及未来前景分析报告》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 2020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

随着中国移动游戏用户规模的不断增长，销售收入也随之增长，2021年中国移动游戏市场实际销售收入达2255.38亿元，较2020年增加了158.62亿元，同比增长7.57%，移动游戏市场实际销售收入增幅较去年同比缩减约25%，具体原因主要是：2020年新冠疫情下宅经济的刺激效应逐渐减弱；年度爆款数量同比有所减少；游戏研发和运营发行成本持续增加。

### 2014-2021年中国移动游戏市场实际销售收入统计

资料来源：CNG、智研咨询整理

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、移动游戏电商所属行业经营成本分析

四、移动游戏电商所属行业盈利模式分析

五、移动游戏电商所属行业盈利水平分析

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

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 LZQ）

部分图表目录：

图表 2017-2021年中国网民规模及互联网普及率

图表 2017-2021年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2017-2021年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2017-2021年我国网络零售市场交易规模

图表 2017-2021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 2017-2021年移动游戏电商交易规模趋势图

图表 2017-2021年移动游戏电商市场渗透率趋势图

图表 2022-2028年移动游戏电商交易规模预测趋势图

图表 2022-2028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/202011/907689.html>