

2020-2026年中国游戏行业 发展趋势与产业竞争格局报告

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

《2020-2026年中国游戏行业发展趋势与产业竞争格局报告》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/202005/164356.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

游戏消费用户数量超4成，整体消费水平较强。样本群体中，在游戏中进行消费的群体占到总样本比重的42.8%，其中，13.1%样本年游戏消费水平在百元以内，11.2%消费水平在100-1000元区间，8.0%样本消费能力较强，年游戏消费水平在1000元以上。从平均值来看，样本年平均游戏消费水平在500元以上，远高于17年中国游戏市场ARPU349.2元，这主要由于样本群体整体收入水平较高（月收入1万以上人口占比60.0%），且多为年轻群体（80后和90后占比72.6%），游戏消费意愿较强所致。过去一年游戏消费水平

游戏消费多元化，游戏付费玩家不局限于单款游戏。从游戏消费数量来看，2019年为2款及以上游戏充值样本占21%，人数多于仅为一款游戏充值样本，后者仅占总样本13.8%，反映了样本中充值玩家中多样化游戏消费观占主流，其背后是游戏品类日益增多，畅销爆款更新迭代加快以及玩家游戏消费意愿日益增强。另外，超5成样本从不充值，反应游戏消费市场仍存在较大前景空间，未来ARPU值增长是促进游戏市场增长的主要动力。过去一年消费的游戏数量

中企顾问网发布的《2020-2026年中国游戏行业发展趋势与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了中国游戏行业市场发展环境、游戏整体运行态势等，接着分析了中国游戏行业市场运行的现状，然后介绍了游戏市场竞争格局。随后，报告对游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国游戏行业发展趋势与投资预测。您若想对游戏产业有个系统的了解或者想投资中国游戏行业，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：

第一部分 产业环境透视

第一章 游戏行业发展综述

第一节 游戏行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 游戏行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 游戏行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

第四节 行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 国际游戏行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球游戏市场总体情况分析

一、全球游戏市场结构

二、全球游戏行业发展分析

三、全球游戏行业竞争格局

第二节 美国游戏行业发展经验借鉴

一、美国游戏行业发展历程分析

二、美国游戏行业市场现状分析

三、美国游戏行业发展趋势预测

四、美国游戏行业对中国的启示

第三节 日本游戏行业发展经验借鉴

一、日本游戏行业发展历程分析

二、日本游戏行业市场现状分析

三、日本游戏行业发展趋势预测

四、日本游戏行业对中国的启示

第四节 韩国游戏行业发展经验借鉴

一、韩国游戏行业发展历程分析

二、韩国游戏行业市场现状分析

三、韩国游戏行业发展趋势预测

四、韩国游戏行业对中国的启示

第二部分市场深度调研

第三章中国游戏行业运行现状分析

第一节 中国游戏行业发展状况分析

一、中国游戏行业发展阶段

二、中国游戏行业发展总体概况

。随着样本家庭整体月收入从5000元以下提高至5万以上水平，游戏零消费群体占比从60.54%下降至52.35%，游戏消费群体消费结构亦发生巨大变化：家庭整体月收入水平为3万以下时，游戏年充值额在100元以内占比最高，占总样本比重12.26%；家庭整体月收入水平为3-5万时，游戏年充值额在100-1000元内居多，占总样本比重14.53%；家庭月收入水平为5万以上时，游戏年充值额1万以上群体占比7.48%，提升明显，充值额在100元以内占比明显下降。背后反映收入水平对游戏消费观念的重要影响，高收入群体游戏消费观较为成熟，整体消费水平较高。另外，各收入群体零消费人群占比均高于50%，其背后并不是低收入导致消费能力的缺乏，而是游戏消费意识仍有待进一步培养，未来游戏消费水平仍有非常巨大提升空间。不同家庭所有成员总收入（元）人群的游戏充值额分布

从游戏消费品类分布看，2019年消费最多游戏品类为《王者荣耀》为代表的MMORPG游戏，占比12.2%，两倍于排名第二的游戏品类RPG游戏，后者占比为6.1%，原因是相比RPG类游戏，《王者荣耀》为代表的MMORPG类游戏通过社交链、迭代社交玩法提高游戏影响力度，玩家达到一定数量时，更会通过“羊群效应”几何式增强宣传效果，其背后是社交化因素影响日益重要。而吃鸡等FPS游戏消费占比5.1%，排名第三，主要因为其借助《绝地求生：大逃杀》这一热门IP在17年下半年取得巨大成功，其背后是IP改编这一策略的成功，18年IP改编手游热度预计继续增加，泛娱乐化进程加剧之下，IP在小说、动漫、影视、游戏等不同媒介之间的传播力量将逐渐显现。过去一年消费最多的游戏品类

三、中国游戏行业发展特点分析

第二节 2014-2019年游戏行业发展现状

一、中国游戏行业市场规模

二、中国游戏行业发展分析

三、中国游戏企业发展分析

第三节 2014-2019年游戏市场情况分析

一、中国游戏市场总体概况

二、中国游戏产品市场发展分析

三、中国游戏市场发展趋势分析

第四章中国游戏市场供需形势分析

第一节 游戏行业生产分析

一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群发展分析

三、2014-2019年原材料产能情况分析

第二节 中国游戏市场供需分析

一、2014-2019年中国游戏行业供给情况

1、中国游戏行业供给分析

2、中国游戏行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2014-2019年中国游戏行业需求情况

1、游戏行业需求市场

2、游戏行业客户结构

3、游戏行业需求的地区差异

三、2014-2019年中国游戏行业供需平衡分析

第三节 游戏产品市场应用及需求预测

一、游戏产品应用市场总体需求分析

1、游戏产品应用市场需求特征

2、游戏产品应用市场需求总规模

二、2020-2026年游戏行业领域需求量预测

1、游戏行业需求产品功能预测

2、游戏行业需求产品市场格局预测

三、重点行业游戏产品需求分析预测

第五章 2014-2019年游戏行业进口情况分析

第一节 游戏行业进口市场分析

- 一、游戏行业进出口综述
- 二、游戏行业出口市场分析
- 三、游戏行业进口品牌分析

第二节 中国游戏国产化分析

- 一、中国游戏国产化的背景
- 二、中国游戏国产化的可行性分析
- 三、中国游戏国产化的市场前景

第三部分 竞争格局分析

第六章 游戏市场竞争格局及集中度分析

第一节 游戏行业国际竞争格局分析

- 一、国际游戏市场发展状况
- 二、国际游戏市场竞争格局
- 三、国际游戏市场发展趋势分析
- 四、国际游戏重点企业竞争力分析

第二节 游戏行业国内竞争格局分析

- 一、国内游戏行业市场规模分析
- 二、国内游戏行业竞争格局分析
- 三、国内游戏行业竞争力分析

第三节 游戏行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第四节 游戏行业集中度分析

- 一、企业集中度分析
- 二、区域集中度分析
- 三、市场集中度分析

第五节 中国游戏行业国际竞争力比较

- 一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第六节 游戏企业竞争策略分析

一、提高企业核心竞争力的对策

二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高企业竞争力的策略

第七章中国游戏行业生产企业经营分析

第一节 腾讯控股有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第二节 盛大游戏有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第三节 完美世界（北京）网络技术有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第四节 广州网易计算机系统有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第五节 金山软件有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第六节 四三九九网络股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第七节 北京畅游时代数码技术有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第八节 巨人网络集团有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第九节 网龙网络有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第十节 北京光宇在线科技有限责任公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第四部分 发展趋势分析

第八章 游戏行业模式及策略分析

第一节 游戏广告策略

一、行业广告发展历程

二、行业媒体综合分析

三、行业电视传播媒体

第二节 游戏营销营运系统

一、品牌错位切入

二、品类差异组合

三、团队规范操作

四、渠道价值联盟

第三节 游戏行业市场营销分析

一、游戏市场营销进化分析

二、中国游戏营销新模式

三、中国游戏终端营销分析

四、游戏企业厚利快销策略

五、游戏企业销售渠道分析

第四节 2020-2026年游戏市场发展趋势分析

一、2020-2026年游戏市场发展趋势预测

二、2020-2026年游戏销售模式趋势预测

三、2020-2026年游戏市场销售渠道趋势预测

第九章 游戏行业发展趋势分析

第一节 2016年发展环境展望

一、2016年宏观经济形势展望

二、2019年政策走势及其影响

三、2016年国际行业走势展望

第二节 2019年游戏行业发展趋势分析

一、2019年行业发展趋势分析

二、2016年行业竞争格局展望

第三节 2020-2026年中国游戏市场趋势分析

一、2014-2019年游戏市场趋势总结

二、2020-2026年游戏发展趋势分析

三、2020-2026年游戏市场发展空间

四、2020-2026年游戏产业政策趋向

第十章未来游戏行业发展预测

第一节 未来游戏需求与市场预测

- 一、2020-2026年游戏市场规模预测
- 二、2020-2026年游戏行业总产值预测
- 三、2020-2026年游戏行业销售收入预测
- 四、2020-2026年游戏行业总资产预测

第二节 2020-2026年中国游戏行业供需预测

- 一、2020-2026年中国游戏供给预测
- 二、2020-2026年中国游戏需求预测
- 三、2020-2026年中国游戏供需平衡预测
- 四、2020-2026年主要游戏行业产品进出口预测

第五部分投资策略分析

第十一章 2014-2019年游戏行业投资现状分析

第一节 2014年游戏行业投资情况分析

- 一、2014年总体投资及结构
- 二、2014年投资规模情况
- 三、2014年投资增速情况
- 四、2014年分行业投资分析
- 五、2014年分地区投资分析
- 六、2014年外商投资情况

第二节 2019年游戏行业投资情况分析

- 一、2019年投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年细分行业投资分析
- 五、2019年各地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

第十二章游戏行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2014-2019年我国宏观经济运行情况

二、2020-2026年我国宏观经济形势分析

三、2020-2026年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年游戏行业政策环境

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2020-2026年社会环境对行业的影响

第四节 技术发展环境分析

一、国内外技术发展现状分析

二、行业技术发展最新动态分析

三、2020-2026年技术环境对行业的影响

第十三章 游戏行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2019年相关产业活力系数比较

二、2011-2015行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2011-2017行业投资收益率分析

第三节 游戏行业投资效益分析

一、2014-2019年游戏行业投资状况分析

二、2020-2026年游戏行业投资效益分析

三、2020-2026年游戏行业投资趋势预测

四、2020-2026年游戏行业的投资方向

五、2020-2026年游戏行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响游戏行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响游戏行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响游戏行业运行的稳定因素分析

- 三、2020-2026年影响游戏行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年我国游戏行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年我国游戏行业发展面临的机遇分析

第五节 游戏行业投资风险及控制策略分析

- 一、2020-2026年游戏行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年游戏行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年游戏行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年游戏行业技术风险及控制策略
- 五、2020-2026年游戏同业竞争风险及控制策略
- 六、2020-2026年游戏行业其他风险及控制策略

第十四章 游戏行业投资战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对中国游戏品牌的战略思考

- 一、游戏品牌的重要性
- 二、游戏实施品牌战略的意义
- 三、游戏企业品牌的现状分析
- 四、中国游戏企业的品牌战略
- 五、游戏品牌战略管理的策略

第三节 游戏行业经营策略分析

- 一、游戏市场细分策略
- 二、游戏市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、游戏新产品差异化战略

第四节 游戏行业投资战略研究

- 一、2019年游戏行业投资战略

二、2020-2026年游戏行业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

图表目录:

图表：游戏行业分类情况

图表：2011-2019年全球游戏需求

图表：2011-2019年全球游戏产量情况

图表：2011-2019年全球游戏销量情况

图表：2011-2019年我国游戏市场规模情况

图表：2011-2019年我国游戏市场销量情况

图表：2020-2026年游戏市场销量预测

图表：2011-2019年游戏行业需求规模情况

图表：2011-2019年游戏行业盈利能力指标

图表：2011-2019年游戏行业发展能力指标

图表：2011-2019年游戏行业偿债能力分析

图表：2011-2019年游戏行业销售收入前十家企业

图表：2011-2019年我国游戏进口量情况

图表：2011-2019年我国游戏出口量情况

图表：2020-2026年我国游戏进口预测

图表：2020-2026年我国游戏出口预测

图表：2020-2026年我国游戏市场规模预测

图表：2020-2026年我国游戏行业产量预测

图表：2020-2026年我国游戏行业销量预测

图表：2020-2026年我国游戏需求规模预测

图表：2011-2019年游戏行业活力系数情况

图表：2011-2019年游戏行业投资收益率情况

图表：2020-2026年游戏行业总资产预测

图表：2011-2019年游戏行业投资总额情况

图表：2020-2026年游戏行业投资总额预测

图表：2020-2026年中国游戏行业供需平衡预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：游戏行业投资分析框架

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164356.html>