

2007 年 手机游戏专题 研究报告

版权声明：该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司所有（水清木华研究中心）。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

报告名称	2007 年手机游戏专题研究报告				
报告序号	A113	字数	3.4 万	报告页数	86
图表数量	115	报告语种	中文	完成时间	07 年 10 月
电子版(RMB)	8500	纸质版(RMB)	7500	会员价:	八折
报告摘要	<p>手机游戏是相对于传统的计算机游戏而提出的。通俗的来说，手机游戏就是在手机上进行的游戏应用。</p> <p style="text-align: center;">手机游戏示意图</p> <p style="text-align: center;">来源：水清木华研究中心</p> <p>最早的手机游戏是 1997 年 Nokia 推出的手机内置游戏贪吃蛇（Snake）。随着手机终端和移动通信网络的不断发展，手机游戏也正在经历由简单到复杂的进化过程。</p> <p>2003 年 9 月，随着移动百宝箱正式收费，国内手机游戏产业正式启动，用户增长十分迅速。短短几个月的时间里，手机游戏用户就增长到 200 万。此后的时间里，手机游戏的用户规模一路高歌猛进，在 2005 年时即突破 1500 万。</p>				

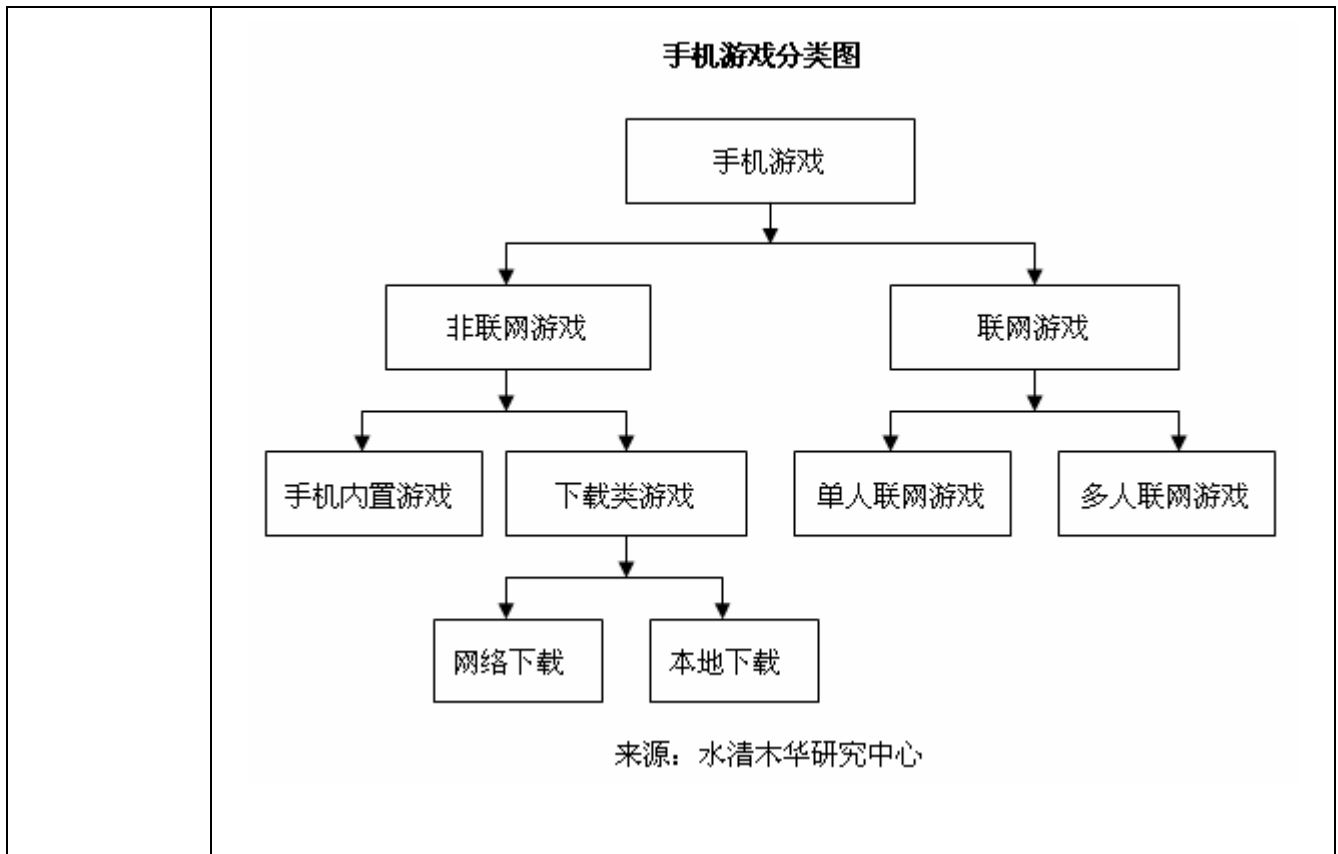
2003-2010 年中国手机游戏用户规模



来源：水清木华研究中心

截止到 2007 年 10 月，中国手机用户数已经跨过 5 亿的关口；预计 2007 年中国手机游戏用户数量有望跨过 2000 万大关，达到 2443 万用户。

随着手机用户和移动通信产业的快速发展，手机游戏也已从开始的简单内置游戏到下载类游戏，发展到现阶段以彩屏显示的 JAVA 游戏以及网络游戏为主的大型联网游戏、多人联网游戏；未来将会继续发展到跨平台联网游戏。可以清晰地发现，手机网游是手机游戏未来的发展方向。



正文目录	<p>第一章 手机游戏</p> <p>1.1 手机游戏定义</p> <p>1.2 手机游戏分类</p> <p>1.2.1 按用户的使用方式分类</p> <p>1.2.2 按游戏实现的技术平台分类</p> <p>1.2.3 按游戏本身的表现形式分类</p> <p>1.3 手机游戏特征</p> <p>第二章 手机游戏运营全球标杆分析</p> <p>2.1 SK 手机游戏运营分析</p> <p>2.1.1 SK 手机游戏发展历程</p> <p>2.1.2 SK 手机游戏业务发展</p> <p>2.2 NTT DOCOMO 手机游戏运营分析</p> <p>2.1.1 NTT DOCOMO 手机游戏发展历程</p>
------	--

2.1.2 NTT DOCOMO 手机游戏业务发展

第三章 中国手机游戏市场发展

3.1 中国手机游戏用户规模

3.2 中国手机游戏市场规模

第四章 中国手机游戏产业结构分析

4.1 手机游戏产业价值链构成

4.1.2 移动运营商

4.1.3 手机游戏服务提供商

4.1.4 手机游戏开发商

4.1.5 手机游戏用户

4.1.6 手机制造商

4.1.7 分销渠道

4.1.8 手机游戏相关技术提供商

4.2 中国手机游戏业务模式分析

4.2.1 手机游戏主要盈利模式

4.2.2 手机游戏主要分成模式

第五章 中国手机游戏内容提供商

5.1 中国著名手机游戏 CP 一览

5.2 主要手机游戏 CP 分析

5.2.1 数位红

1、背景分析

2、手机游戏业务分析

3、手机游戏市场策略分析

4、财务分析

5.2.2 羽蛇

- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析
 - 3、手机游戏市场策略分析
- 5.2.3 岩浆数码
- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析
 - 3、手机游戏市场策略分析
- 4、财务分析
- 5.2.4 雅讯天地
- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析
 - 3、手机游戏市场策略分析
- 5.2.5 北京天际互动
- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析
 - 3、手机游戏市场策略分析
- 5.2.6 联合众志
- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析
 - 3、手机游戏市场策略分析
- 5.2.7 扬讯科技
- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析
 - 3、手机游戏市场策略分析
- 5.2.8 道隆
- 1、背景分析
 - 2、手机游戏业务分析

3、手机游戏市场策略分析

第六章 中国手机游戏业务提供商

6.1 中国著名手机游戏 SP 一览

6.2 主要手机游戏 SP 分析

6.2.1 空中网

1、背景分析

2、手机游戏业务分析

3、手机游戏市场策略分析

4、财务分析

6.2.2 深圳腾讯

1、背景分析

2、手机游戏业务分析

3、手机游戏市场策略分析

4、财务分析

6.2.3 新浪

1、背景分析

2、手机游戏业务分析

3、手机游戏市场策略分析

4、财务分析

6.2.4 搜狐

1、背景分析

2、手机游戏业务分析

3、手机游戏市场策略分析

4、财务分析

6.2.5 TOM

	<p>1、背景分析</p> <p>2、手机游戏业务分析</p> <p>3、手机游戏市场策略分析</p> <p>4、财务分析</p> <p>第七章 中国手机游戏运营分析</p> <p>7.1 中国移动</p> <p>7.1.1 中国移动手机游戏产品线分析</p> <p>7.1.2 中国移动手机游戏市场策略分析</p> <p>7.2 中国联通</p> <p>7.2.1 中国联通手机游戏产品线分析</p> <p>7.2.2 中国联通手机游戏市场策略分析</p> <p>7.3 手机游戏业务运营机会分析</p> <p>7.4 手机游戏业务运营风险分析</p> <p>7.5 手机游戏业务运营策略</p> <p>手机游戏研究结论</p>
<p>部分图表目录</p>	<p>图：手机游戏示意图</p> <p>图：手机游戏分类图</p> <p>图：中国手机游戏用户规模</p> <p>图：中国手机游戏市场规模</p> <p>图：中国手机游戏价值链示意图</p> <p>表：数位红基本背景</p> <p>图：数位红手机游戏产品展示</p> <p>图：数位红手机网络游戏产品《梦幻世界》展示</p> <p>图：05Q4—07Q2 盛大网络游戏（数位红）营收</p> <p>表：羽蛇基本背景</p> <p>图：羽蛇科技手机游戏产品展示</p>

表：岩浆数码基本背景

图：岩浆数码手机游戏产品展示

图：06Q1—07Q2 华友世纪无线增值服务（岩浆数码）营收

表：雅讯天地基本背景

图：雅讯天地手机游戏产品展示

表：北京天际互动基本背景

图：北京天际互动手机游戏产品展示

表：联合众志基本背景

图：联合众志手机游戏产品展示

图：联合众志手机游戏产品《魔幻之旅》展示

表：扬讯科技基本背景

图：扬讯科技手机游戏产品展示

表：道隆基本背景

图：道隆科技手机游戏《无限乾坤》产品展示

表：空中网基本背景

图：空中网手机游戏产品展示

图：空中网手机联网游戏产品《异三国 Online》

图：空中网手机网络游戏产品《异三国》新游戏系统——国战

图：空中网手机网络游戏产品《天劫 online》

图：05Q4—07Q1 空中网业务总收入分析

表：腾讯基本背景

图：腾讯手机游戏产品展示

图：腾讯手机网络游戏《幻想西游》产品展示

图：腾讯手机单机版游戏

图：腾讯手机休闲游戏

图：05Q4—07Q1 腾讯业务总收入分析

图：05Q4—07Q1 腾讯移动及电信增值服务收入分析

表：新浪基本背景

图：新浪手机游戏产品展示

图：新浪手机游戏产品展示

图：05Q4—07Q1 新浪总营收

图：05Q4—07Q2 新浪移动增值业务收入

表：搜狐基本背景

图：搜狐手机短信游戏产品展示

图：搜狐手机游戏产品展示

图：05Q4—07Q2 搜狐总营收

图：05Q4—07Q2 搜狐净利润收入

表：TOM 基本背景

图：TOM 手机游戏产品展示

图：05Q4—07Q2 TOM 在线总营收

图：05Q4—07Q2 TOM 在线无线互联网服务收益

图：05Q4—07Q2 TOM 在线净利润收入

图：中国移动的品牌发展策略

表：按技术平台分类的手机游戏特点

表：手机游戏与传统游戏的主要区别

表：SK 手机游戏发展的历史回顾

表：NTT DOCOMO 手机游戏发展的历史回顾

表：中国著名手机游戏 CP

表：数位红在线手机游戏业务分析

表：数位红在线手机游戏开发策略分析

表：数位红手机游戏产品

表：数位红在线市场策略分析

表：羽蛇手机游戏业务分析

表：羽蛇手机游戏开发策略分析

表：羽蛇科技手机游戏产品介绍

表：羽蛇市场策略分析

表：岩浆数码手机游戏业务分析

表：岩浆数码手机游戏开发策略分析

表：岩浆数码手机游戏主要产品

表：岩浆数码市场策略分析

表：雅讯天地手机游戏业务分析

表：雅讯天地手机游戏开发策略分析

表：雅讯天地手机游戏产品介绍

表：雅讯天地市场策略分析

表：北京天际互动手机游戏业务分析

表：北京天际互动手机游戏开发策略分析

表：北京天际互动手机游戏产品介绍

表：北京天际互动市场策略分析

表：联合众志手机游戏业务分析

表：联合众志手机游戏开发策略分析

表：联合众志手机游戏产品介绍

表：联合众志市场策略分析

表：扬讯科技手机游戏业务分析

表：扬讯科技手机游戏开发策略分析

表：扬讯科技手机游戏产品介绍

表：扬讯科技市场策略分析

表：道隆市场策略分析

表：中国著名手机游戏 SP

表：空中网手机游戏业务分析

表：空中网手机游戏开发策略分析

表：空中网手机游戏产品简介

表：空中网手机游戏市场策略分析

表：腾讯手机游戏业务分析

表：腾讯手机游戏开发策略分析

表：腾讯手机游戏产品

表：腾讯市场策略分析

表：新浪手机游戏业务分析

表：新浪手机游戏开发策略分析

表：新浪手机游戏产品

表：新浪无线市场策略分析

表：搜狐手机游戏业务分析

表：搜狐手机游戏开发策略分析

表：搜狐手机游戏产品
表：搜狐市场策略分析
表：TOM 在线手机游戏业务分析
表：TOM 在线手机游戏开发策略分析
表：TOM 在线手机游戏产品
表：TOM 在线市场策略分析
表：中国移动手机游戏产品分析
表：中国移动品牌体系
表：中国移动营销策略
表：中国移动发展策略
表：中国联通手机游戏产品分析
表：中国联通品牌体系
表：中国联通营销策略
表：中国联通发展策略的特点
.....

如何申请购买报告

- 1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。
- 2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。
- 3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:
开户行: 交通银行世纪城支行 帐号: 110060668012015061217
户名: 北京水清木华科技有限公司
- 4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570