

# 2022-2028年中国游戏推广 平台行业发展态势与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国游戏推广平台行业发展态势与战略咨询报告》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/202204/281462.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

休闲游戏是指碎片化娱乐休闲场景的轻度及超轻度游戏，以玩法本身快速吸引用户。其用户群体稳定，在所有游戏类型中渗透率高，同时用户单日使用次数和时长稳中有升。用户通过简单固定的操作就可以进行游戏体验的轻度或超轻度游戏。通常符合游戏玩法简单，背景架构通俗易懂，投入时间和精力相对较少等特征。本报告以休闲游戏为研究范畴，旨在从广告主的视角，探索休闲游戏企业的营销策略。基于其广告为主的盈利模式，未来用户规模和粘性的扩张将是营销重心。

有关休闲游戏用户会玩某款休闲游戏的原因情况，占比最高的是“朋友口碑传播”，其次是“应用商店/游戏门户排名靠前”。中企顾问网师认为：这两项背后的洞察分别是口碑营销所带来的价值以及专业媒体平台认可所带来的影响力。同时，有关用户下载休闲游戏的原因情况，有53.9%的休闲游戏用户是因为身边朋友推荐后下载，并且占比最高，足以证明口碑营销价值大。2019年中国休闲游戏用户会玩某款休闲游戏的原因2019年9月用户月总使用时长同比增量TOP10 中企顾问网发布的《2022-2028年中国游戏推广平台行业发展态势与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国游戏推广平台行业市场发展环境、游戏推广平台整体运行态势等，接着分析了中国游戏推广平台行业市场运行的现状，然后介绍了游戏推广平台市场竞争格局。随后，报告对游戏推广平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国游戏推广平台行业发展趋势与投资预测。您若想对游戏推广平台产业有个系统的了解或者想投资中国游戏推广平台行业，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 游戏推广平台行业发展综述

#### 1.1 游戏推广平台行业定义及分类

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要产品分类

##### 1.1.3 行业主要商业模式

#### 1.2 游戏推广平台行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

- 1.2.2 游戏推广平台行业在国民经济中的地位
- 1.2.3 游戏推广平台行业生命周期分析
  - (1) 行业生命周期理论基础
  - (2) 游戏推广平台行业生命周期
- 1.3 最近3-5年中国游戏推广平台行业经济指标分析
  - 1.3.1 赢利性
  - 1.3.2 成长速度
  - 1.3.3 附加值的提升空间
  - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
  - 1.3.5 风险性
  - 1.3.6 行业周期
  - 1.3.7 竞争激烈程度指标
  - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 游戏推广平台行业运行环境分析

- 2.1 游戏推广平台行业政治法律环境分析
  - 2.1.1 行业管理体制分析
  - 2.1.2 行业主要法律法规
  - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 游戏推广平台行业经济环境分析
  - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
  - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
  - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 游戏推广平台行业社会环境分析
  - 2.3.1 游戏推广平台产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 游戏推广平台产业发展对社会发展的影响
- 2.4 游戏推广平台行业技术环境分析
  - 2.4.1 游戏推广平台技术分析
  - 2.4.2 游戏推广平台技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 第三章 我国游戏推广平台行业运行分析

#### 3.1 我国游戏推广平台行业发展状况分析

##### 3.1.1 我国游戏推广平台行业发展阶段

##### 3.1.2 我国游戏推广平台行业发展总体概况

腾讯系游戏历年春节免费榜排名受FPS吃鸡类游戏带动，表现亮眼，18年呈霸榜趋势，19-20年休闲游戏地位回升。18年“吃鸡”类游戏通过营销及社交化玩法成焦点，腾讯两款吃鸡游戏牢牢占据iOS免费榜前二，《王者荣耀》维持前三。2018年年初一，《和平精英》、《绝地求生》、《王者荣耀》、《QQ飞车》、《荒野行动》等5款重度手游上榜iOS免费榜前十。2019年年初一，《和平精英》和《王者荣耀》两款重度游戏上榜，分别排名第一及第四，2020年亦只有《和平精英》和《王者荣耀》的身影，作为上线多年作品分别排名第五及第七。

20年休闲类游戏成主角：在年初一的免费榜排名中，《小美斗地主》（姚记科技研发，字节跳动独代发行）、《阳光养猪场》、《脑洞大师》、《我的小家》（蓝飞互娱研发、字节跳动合作发行）、《我功夫特牛》（PeakXGames研发，字节跳动旗下休闲游戏发行平台Ohayoo朝夕光年独代发行）占据前五，除《和平精英》和《王者荣耀》外，免费榜其余八款游戏皆为休闲类游戏。20年1月25日（大年初一）免费榜前十休闲类游戏推广平台

游戏

主要推广平台

小美斗地主

巨量引擎

阳光养猪场

巨量引擎、腾讯、快手、百度

脑洞大师

巨量引擎、腾讯

我的小家

巨量引擎、腾讯

我功夫特牛

巨量引擎、腾讯

疯狂猜成语

巨量引擎、腾讯

明日斗地主

巨量引擎、腾讯

贪吃蛇进化论

巨量引擎、腾讯

3.1.3 我国游戏推广平台行业发展特点分析

3.2 2015-2019年游戏推广平台行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国游戏推广平台行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国游戏推广平台行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国游戏推广平台企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 游戏推广平台细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 游戏推广平台产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年游戏推广平台价格走势

3.5.2 影响游戏推广平台价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年游戏推广平台产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要游戏推广平台企业价位及价格策略

第四章 我国游戏推广平台所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国游戏推广平台所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国游戏推广平台所属行业产销情况分析

4.2.1 我国游戏推广平台所属行业工业总产值

- 4.2.2 我国游戏推广平台所属行业工业销售产值
- 4.2.3 我国游戏推广平台所属行业产销率
- 4.3 2015-2019年中国游戏推广平台所属行业财务指标总体分析
  - 4.3.1 行业盈利能力分析
  - 4.3.2 行业偿债能力分析
  - 4.3.3 行业营运能力分析
  - 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国游戏推广平台行业供需形势分析

- 5.1 游戏推广平台行业供给分析
  - 5.1.1 2015-2019年游戏推广平台行业供给分析
  - 5.1.2 2022-2028年游戏推广平台行业供给变化趋势
  - 5.1.3 游戏推广平台行业区域供给分析
- 5.2 2015-2019年我国游戏推广平台行业需求情况
  - 5.2.1 游戏推广平台行业需求市场
  - 5.2.2 游戏推广平台行业客户结构
  - 5.2.3 游戏推广平台行业需求的地区差异
- 5.3 游戏推广平台市场应用及需求预测
  - 5.3.1 游戏推广平台应用市场总体需求分析
    - (1) 游戏推广平台应用市场需求特征
    - (2) 游戏推广平台应用市场需求总规模
  - 5.3.2 2022-2028年游戏推广平台行业领域需求量预测
    - (1) 2022-2028年游戏推广平台行业领域需求产品/服务功能预测
    - (2) 2022-2028年游戏推广平台行业领域需求产品/服务市场格局预测
  - 5.3.3 重点行业游戏推广平台产品/服务需求分析预测

## 第六章 游戏推广平台行业产业结构分析

- 6.1 游戏推广平台产业结构分析
  - 6.1.1 市场细分充分程度分析
  - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
  - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
  - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

## 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

### 6.2.1 产业价值链的构成

### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

## 6.3 产业结构发展预测

### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

### 6.3.3 中国游戏推广平台行业参与国际竞争的战略市场定位

### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国游戏推广平台行业产业链分析

### 7.1 游戏推广平台行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 游戏推广平台上游行业分析

#### 7.2.1 游戏推广平台产品成本构成

#### 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对游戏推广平台行业的影响

### 7.3 游戏推广平台下游行业分析

#### 7.3.1 游戏推广平台下游行业分布

#### 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

#### 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

#### 7.3.4 下游需求对游戏推广平台行业的影响

## 第八章 我国游戏推广平台行业渠道分析及策略

### 8.1 游戏推广平台行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对游戏推广平台行业的影响

#### 8.1.3 主要游戏推广平台企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 游戏推广平台行业用户分析



- 8.2.1 用户认知程度分析
- 8.2.2 用户需求特点分析
- 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 游戏推广平台行业营销策略分析
  - 8.3.1 中国游戏推广平台营销概况
  - 8.3.2 游戏推广平台营销策略探讨
  - 8.3.3 游戏推广平台营销发展趋势

## 第九章 我国游戏推广平台行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
  - 9.1.1 游戏推广平台行业竞争结构分析
    - (1) 现有企业间竞争
    - (2) 潜在进入者分析
    - (3) 替代品威胁分析
    - (4) 供应商议价能力
    - (5) 客户议价能力
    - (6) 竞争结构特点总结
  - 9.1.2 游戏推广平台行业企业间竞争格局分析
  - 9.1.3 游戏推广平台行业集中度分析
  - 9.1.4 游戏推广平台行业SWOT分析
- 9.2 中国游戏推广平台行业竞争格局综述
  - 9.2.1 游戏推广平台行业竞争概况
    - (1) 中国游戏推广平台行业竞争格局
    - (2) 游戏推广平台行业未来竞争格局和特点
    - (3) 游戏推广平台市场进入及竞争对手分析
  - 9.2.2 中国游戏推广平台行业竞争力分析
    - (1) 我国游戏推广平台行业竞争力剖析
    - (2) 我国游戏推广平台企业市场竞争的优势
    - (3) 国内游戏推广平台企业竞争能力提升途径
  - 9.2.3 游戏推广平台市场竞争策略分析

## 第十章 游戏推广平台行业领先企业经营形势分析

## 10.1 A公司

### 10.1.1 企业概况

### 10.1.2 企业优势分析

### 10.1.3 产品/服务特色

### 10.1.4 公司经营状况

### 10.1.5 公司发展规划

## 10.2 B公司

### 10.2.1 企业概况

### 10.2.2 企业优势分析

### 10.2.3 产品/服务特色

### 10.2.4 公司经营状况

### 10.2.5 公司发展规划

## 10.3 C公司

### 10.3.1 企业概况

### 10.3.2 企业优势分析

### 10.3.3 产品/服务特色

### 10.3.4 公司经营状况

### 10.3.5 公司发展规划

## 10.4 D公司

### 10.4.1 企业概况

### 10.4.2 企业优势分析

### 10.4.3 产品/服务特色

### 10.4.4 公司经营状况

### 10.4.5 公司发展规划

## 10.5 E公司

### 10.5.1 企业概况

### 10.5.2 企业优势分析

### 10.5.3 产品/服务特色

### 10.5.4 公司经营状况

### 10.5.5 公司发展规划

## 10.6 F公司

### 10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2022-2028年游戏推广平台行业投资前景

11.1 2022-2028年游戏推广平台市场发展前景

11.1.1 2022-2028年游戏推广平台市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年游戏推广平台市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年游戏推广平台细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年游戏推广平台市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年游戏推广平台行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年游戏推广平台市场规模预测

11.2.3 2022-2028年游戏推广平台行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

11.3 2022-2028年中国游戏推广平台行业供需预测

11.3.1 2022-2028年中国游戏推广平台行业供给预测

11.3.2 2022-2028年中国游戏推广平台行业需求预测

11.3.3 2022-2028年中国游戏推广平台供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2022-2028年游戏推广平台行业投资机会与风险

12.1 游戏推广平台行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2022-2028年游戏推广平台行业投资机会

- 12.2.1 产业链投资机会
- 12.2.2 细分市场投资机会
- 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年游戏推广平台行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

### 第十三章 游戏推广平台行业投资战略研究

- 13.1 游戏推广平台行业发展战略研究
  - 13.1.1 战略综合规划
  - 13.1.2 技术开发战略
  - 13.1.3 业务组合战略
  - 13.1.4 区域战略规划
  - 13.1.5 产业战略规划
  - 13.1.6 营销品牌战略
  - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国游戏推广平台品牌的战略思考
  - 13.2.1 游戏推广平台品牌的重要性
  - 13.2.2 游戏推广平台实施品牌战略的意义
  - 13.2.3 游戏推广平台企业品牌的现状分析
  - 13.2.4 我国游戏推广平台企业的品牌战略
  - 13.2.5 游戏推广平台品牌战略管理的策略
- 13.3 游戏推广平台经营策略分析
  - 13.3.1 游戏推广平台市场细分策略
  - 13.3.2 游戏推广平台市场创新策略
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划
  - 13.3.4 游戏推广平台新产品差异化战略

#### 13.4 游戏推广平台行业投资战略研究

##### 13.4.1 2019年游戏推广平台行业投资战略

##### 13.4.2 2022-2028年游戏推广平台行业投资战略

##### 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

#### 第十四章 研究结论及投资建议()

##### 14.1 游戏推广平台行业研究结论

##### 14.2 游戏推广平台行业投资价值评估

##### 14.3 游戏推广平台行业投资建议

###### 14.3.1 行业发展策略建议

###### 14.3.2 行业投资方向建议

###### 14.3.3 行业投资方式建议()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281462.html>