



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国游戏机市场调查与发展前景分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国游戏机市场调查与发展前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/41856.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

目前我国大型游戏机行业具有一定规模的企业约为350家，其中年产值1亿元人民币以上的企业约16家，1000万元人民币以上的企业约170家，100万元人民币以上的企业约160家。规模位于前三的企业，2006年制造大型游戏机产值近10亿元人民币。2006年大型游戏机行业产值约合人民币62.4亿元，其中硬件占49.9亿元，软件占12.5亿元，创汇超3.12亿美元。从事研发、生产和销售的人员约为8万人，其中科研人员约为1.3万人、生产人员约为5万人，营销人员约为1.7万人。通过以上数据，我们可以看出，我国大型游戏机行业的发展仍然处于起步阶段，尽管已经形成大型企业带动小型企业良性发展的模式，但面对巨大的市场，仍然显得产能不足。

据调查，掌上游戏机、家用游戏机喧宾夺主成为两大卖场销售主力。预计到2011年，中国掌机和电视游戏硬件市场销售收入将达到3.5亿美元，出货量362.9万台，2006年到2011年销售额和出货量的年复合增长率分别为9.8%、19.6%。虽然索尼公司的PS3和微软公司的Xbox360在2006年底吸引了大量的媒体关注，但是2007年它们的销量却都比不上后来居上的任天堂公司Wii。从2007年年初到10月底，Wii游戏机的销售量已经超过1500万台，而同期Xbox游戏机和PS3游戏机的销量分别只有1040万台和880万台。

【 目 录 】

第一章 电子游戏机行业主要特性分析 11

第一节 电子游戏机产品特性 11

一、产品分类 11

二、产品发展背景 11

三、产品原理 12

四、重要零配件 12

第二节 电子游戏机所处生命周期的位置 13

一、准确把握市场时机的关键 13

二、电子游戏机行业生命周期的基本判断 13

第二章 2007-2008年世界电子游戏机行业发展状况分析	15
第一节 2007-2008年世界电子游戏机行业概况	15
一、世界电子游戏机行业市场现状	15
二、世界电子游戏机行业技术分析	16
三、世界电子游戏机价格走势分析	16
第二节 2007-2008年世界电子游戏机主要国家运行分析	17
一、美国	17
二、日本	18
三、德国	19
第三节 2008-2010年世界电子游戏机行业发展前景分析	19
第三章 2007-2008年世界电子游戏机知名企业运营情况分析	21
第一节 雅达利公司	21
一、公司基本情况	21
二、2007-2008年公司产品与销售分析	21
三、2007-2008年公司竞争优势分析	21
四、国际化发展战略分析	21
第二节 任天堂公司	22
一、公司基本概况	22
二、2007-2008年公司产品与销售分析	22
三、2007-2008年公司竞争优势分析	24
四、国际化发展战略分析	24
第三节 索尼	26
一、公司基本概况	26
二、2007-2008年公司产品与销售分析	26
三、2007-2008年公司竞争优势分析	27
四、国际化发展战略分析	27
第四节 微软	27
一、公司基本概况	27
二、2007-2008年公司产品与销售分析	28
三、2007-2008年公司竞争优势分析	28
四、国际化发展战略分析	29

第四章 2007-2008年中国电子游戏机行业发展环境分析	30
第一节 2007-2008年中国宏观经济环境分析	30
一、经济增长	30
二、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	32
三、城镇人员就业状况	34
四、居民消费价格统计数据	35
五、存贷款利率变化	36
六、财政收支状况	38
第二节 2007-2008年中国电子游戏机行业发展社会环境分析	38
一、人口规模分析	38
二、年龄结构分析	39
三、学历结构分析	40
第三节 2007-2008年中国电子游戏机行业发展政策环境分析	41
一、信息产业部方面的政策	41
二、文化部方面的政策	42
三、政策的延续性和变化	42
第五章 2007-2008年中国电子游戏机行业发展形势分析	44
第一节 2007-2008年中国电子游戏机的生产分析	44
一、行业生产规模高速增长	44
二、产业地区分布情况	44
三、优势企业加速扩能，产业集中度提高	45
四、优势企业的产品策略	45
五、OEM与ODM生产	46
第二节 2007-2008年中国电子游戏机产品市场价格分析	46
第三节 2007-2008年中国电子游戏机市场行业盈利水平	49
第六章 2007-2008年中国电子游戏机行业市场运行动态分析	52
第一节 2007-2008年中国电子游戏机市场规模分析	52
第二节 2007-2008年中国电子游戏机市场增长速度分析	53
第三节 2007-2008年中国电子游戏机市场空间分析	53

第四节 2007-2008年中国电子游戏机市场集中度分析	54
第五节 2007-2008年中国电子游戏机终端市场分析	54
一、 总体情况	54
二、终端演示	55
三、主要品牌的终端卖场表现情况	55
第七章 2007-2008年中国电子游戏机行业进出口态势分析	57
第一节 2007-2008年中国电子游戏机出口状况分析	57
一、2007-2008年中国电子游戏机出口数量和金额变化	57
二、中国出口电子游戏机的主要目的地	58
三、中国出口电子游戏机的主要原产地	58
四、中国出口电子游戏机的贸易方式	59
五、中国出口电子游戏机的均价趋势	59
第二节 2007-2008年中国进口电子游戏机状况分析	59
一、2007-2008年中国进口电子游戏机的数量和金额变化	59
二、中国进口电子游戏机的主要原产地和贸易方式	60
第八章 2007-2008年中国电子游戏机市场渠道与用户调查分析	61
第一节 2007-2008年中国电子游戏机市场渠道分析	61
一、渠道对电子游戏机行业至关重要	61
二、电子游戏机市场渠道格局	61
三、销售渠道形式	61
四、销售渠道要素对比	62
第二节 2007-2008年中国电子游戏机用户认知程度分析	64
第三节 2007-2008年中国电子游戏机用户关注的因素	64
一、用户对电子游戏机不同功能各有需求	64
二、用户普遍关注电子游戏机产品质量	65
三、价格与用户心理预期已比较接近	65
四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离	65
第九章 2007-2008年中国电子游戏机行业市场竞争格局分析	67
第一节 2007-2008年电子游戏机行业技术变革与产品革新	67

一、技术变革可能会改变行业竞争格局	67
二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分	67
三、电子游戏机产品多方面关键技术尚待突破	67
第二节 2007-2008年中国电子游戏机差异化 / 同质化分析	67
一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求	68
二、产品个性化是行业远离战火的武器	68
三、电子游戏机产品的个性化空间很大	68
第三节 2007-2008年中国电子游戏机进入 / 退出难度分析	68
一、电子游戏机市场进入壁垒	68
二、可以选择不同方式进入	69
第十章 2007-2008年中国电子游戏机行业优势企业竞争力与关键性数据分析	71
第一节 广州市番禺区高明电子有限公司	71
一、企业基本概况	71
二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析	71
三、2007-2008年企业综合竞争力分析	73
四、企业未来发展战略与规划	73
第二节 汕头经济特区蜜蜂电子有限公司	74
一、企业基本概况	74
二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析	74
第三节 博罗县石湾高轩塑胶电子有限公司	76
一、企业基本概况	76
二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析	76
三、2007-2008年企业综合竞争力分析	78
第四节 东莞亿大电子塑胶制品有限公司	79
一、企业基本概况	79
二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析	79
第五节 东莞德伟电子有限公司	81
一、企业基本概况	81
二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析	81
三、2007-2008年企业综合竞争力分析	83
四、企业未来发展战略与规划	83

第六节 深圳楚雅电子有限公司 83

- 一、企业基本概况 84
- 二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析 84
- 三、2007-2008年企业综合竞争力分析 86

第七节 瑞德电子(深圳)有限公司 86

- 一、企业基本概况 86
- 二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析 86
- 三、2007-2008年企业综合竞争力分析 88
- 四、企业未来发展战略与规划 89

第八节 生域电子(深圳)有限公司 89

- 一、企业基本概况 89
- 二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析 89
- 三、2007-2008年企业综合竞争力分析 91

第九节 深圳市恒美乐电子有限公司 91

- 一、企业基本概况 91
- 二、2007-2008年企业经营与关键性财务数据分析 91
- 三、2007-2008年企业综合竞争力分析 94

第十节 绝佳电子(深圳)有限公司 94

第十一章 2008-2010年中国电子游戏机行业发展前景预测分析 97

第一节 2008-2010年中国电子游戏机行业发展趋势分析 97

- 一、2008-2010年中国电子游戏机行业发展分析 97
- 二、2008-2010年中国电子游戏机行业技术开发方向 97
- 三、行业盈利能力预测 97

第二节 2008-2010年电子游戏机行业市场预测分析 98

- 一、2008-2010年行业供应预测 98
- 二、2008-2010年行业需求预测 98
- 三、2008-2010年行业产品价格走势预测 99

第三节 2008-2010年中国电子游戏机行业竞争格局预测 99

第十二章 2008-2010年中国电子游戏机行业投资机会与风险提示 100

第一节 2008-2010年中国电子游戏机行业投资机会分析 100

第二节 2008-2010年中国电子游戏机行业经济环境风险分析 100

一、宏观经济环境风险分析 100

二、宏观调控政策风险分析 101

三、货币政策风险分析 103

四、汇率政策风险分析 104

第三节 2008-2010年中国电子游戏机行业电运行风险分析 105

一、行业生命周期风险 105

二、产业结构转型风险 106

三、产业发展风险 106

第四节 2008-2010年中国电子游戏机行业经营风险 106

一、品牌风险 106

二、创新和人才风险 107

三、竞争风险 108

第十三章 2008-2010年中国电子游戏机行业投资策略与专家建议 109

第一节 2008-2010年中国电子游戏机行业投资策略 109

一、产品策略 109

二、价格策略 109

三、渠道策略 109

四、促销策略 110

五、品牌策略 110

第二节 分析师建议 110

一、阶段定位 111

二、应变的策略 111

三、技术应用趋势影响下的发展战略 112

四、企业发展战略及实施手段 112

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41856.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。