

2020 年 1~6 月

中国游戏产业报告

China Game Industry Report January to June, 2020

《2020 年 1~6 月中国游戏产业报告》

项目组

主管单位： 中国音像与数字出版协会

主办单位： 中国音数协游戏工委 (GPC) 中国游戏产业研究院

战略合作： 伽马数据 北京中娱智库咨询有限公司

执行主编： 张毅君 敖 然

副 主 编： 唐贾军 郑 南 高东旭 王 旭 滕 华

编 委： 张晓明 张传静 冯思然 崔 雨 曹 扬 梁 贻

官方网站： 游戏产业网 www.cgigc.com.cn

微 信 号： 中国音数协游戏工委

特别鸣谢： 上海市委宣传部 人民网 腾讯游戏 网易游戏
(排名不分先后)

序 言

2020 年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年，是实现第一个百年奋斗目标的决胜之年。网络游戏作为文化产业的重要板块，也是互联网新兴产业的重要支柱，在一系列政策扶持和产业指引下，迎来了新的契机，实现了飞速发展。

近年来，网络游戏从业者认真贯彻落实中央精神，更加注重游戏产品的文化内涵和社会价值，更加注重打造健康内容、担当社会责任，更加注重优化产业链条、维护市场秩序，呈现出愈加健康繁荣的发展态势。2020 年 1~6 月，我国网络游戏用户规模近 6.6 亿人，全国游戏市场实际销售收入 1394.93 亿元，同比增长 22.34%，增速同比提高 13.75 个百分点，其中移动游戏实际销售收入占游戏市场总收入的 75.04%。经过近十年的快速增长后，中国游戏产业迎来了新的发展时期。

2020 年初，突如其来的新冠肺炎疫情给人们正常的生产生活造成严重影响，广大游戏企业响应中央号召积极投身于抗疫防疫战斗中，通过主动捐款捐物、及时复工复产、用心开发抗疫游戏等方式，努力服务全国疫情防控和经济社会发展大局，践行了社会责任，体现了行业担当，赢得了广泛赞誉。上半年，在主管部门推动引导下，防沉迷工作得到普遍落实，精品化发展方向得到一致认同，进一步促进了行业可持续发展。此外，网络游戏行业积极拥抱科技进步，5G、云计算、人工智能等领域的一系列技术创新不断催生出新的细分板块，云游戏作为新的游戏形态正在加快实现应用落地，已成为众多游戏企业新的竞争高地。在全行业

的共同努力下，我国网络游戏研发运营能力不断提升，市场竞争能力日益增强。

面向未来，中国游戏产业将立足新时代、把握新机会、顺应新趋势、打造新亮点，积极探索游戏的文化价值和社会价值，努力在讲好中国故事、传播中国价值、弘扬中国精神方面发挥更大作用，打造更多把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的精品力作，更好地满足人民精神文化生活新期待。

目 录

一、中国游戏市场实际销售收入与用户规模

1. 中国游戏产业实际销售收入	1
2. 中国自主研发游戏国内市场实际销售收入	2
3. 中国游戏产业用户规模	3

二、中国自主研发游戏海外市场实际销售收入

1. 中国自主研发游戏海外市场实际销售收入及国内外收入对比	4
2. 中国自主研发移动游戏出海类型	5
3. 中国自主研发移动游戏海外重点地区收入分布	6

三、中国游戏细分市场状况

1. 中国游戏产业细分市场收入占比	7
2. 中国移动游戏市场状况	8
2.1 中国移动游戏市场实际销售收入	8
2.2 收入前 100 移动游戏产品类型数量分布	9
2.3 收入前 100 移动游戏产品类型收入分布	10
3. 中国客户端游戏市场实际销售收入	11
4. 中国网页游戏市场实际销售收入	12
5. 中国电子竞技游戏市场状况	13
5.1 中国电子竞技游戏市场实际销售收入	13
5.2 中国电子竞技用户规模	14
6. 中国云游戏市场实际销售收入	15

结论

一、坚守社会责任, 努力实现双效统一16

二、精品化定位清晰, 游戏品质更绿色健康优质17

三、云游戏大势所趋, 新技术为新产品新业态赋能18

2020 年 1~6 月中国游戏产业发展状况

一、中国游戏市场实际销售收入与用户规模

2020 年 1~6 月，受新冠肺炎疫情影响，用户娱乐需求被放大，用户规模继续扩大，中国游戏市场发展势头强劲，移动游戏带动实际销售收入加速增长，中国自主研发游戏继续保持领先地位。

1. 中国游戏产业实际销售收入

2020 年 1~6 月，中国游戏市场实际销售收入达到 1394.93 亿元，同比增长 22.34%（见图 1），游戏产业进入新的发展阶段。

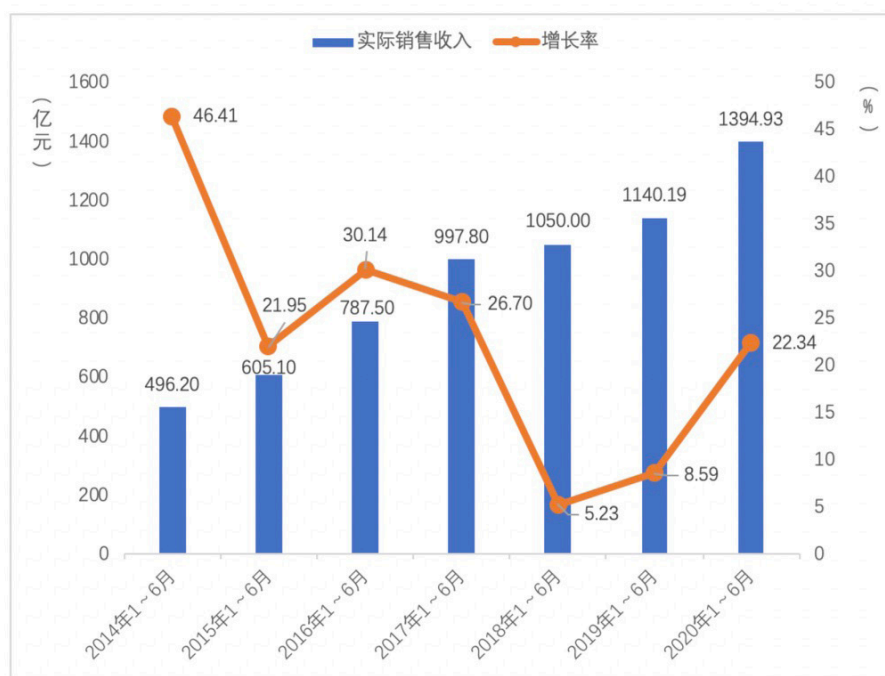


图 1 中国游戏市场实际销售收入及增长率

2. 中国自主研发游戏国内市场实际销售收入

2020 年 1~6 月，中国自主研发游戏国内市场实际销售收入达到 1201.4 亿元，同比增长 30.38%，较去年同期增加 279.97 亿元（见图 2）。

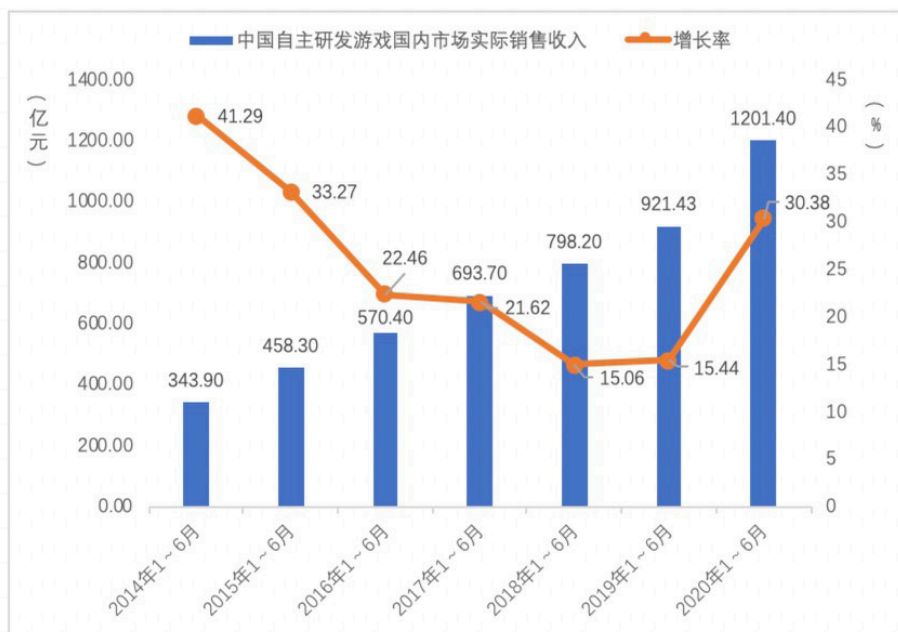


图 2 中国自主研发游戏国内市场实际销售收入及增长率

3. 中国游戏产业用户规模

随着人口红利消失，中国游戏用户规模增长放缓，游戏市场竞争更加激烈。2020年1~6月，中国游戏用户规模近6.6亿人，同比增长1.97%，即增长了约1271万人（见图3）。



图3 中国游戏用户规模及增长率

二、中国自主研发游戏海外市场实际销售收入

中国自主研发游戏海外市场实际销售收入增速高于国内市场，出海市场主要集中在美国、日本、韩国，其中美国占将近三成。出海游戏中策略类、射击类、角色扮演类游戏最受欢迎。

1. 中国自主研发游戏海外市场实际销售收入及国内外收入对比

2020 年 1~6 月，中国游戏企业积极拓展海外市场，在海外市场持续布局，中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入达 75.89 亿美元（约合 533.62 亿元），同比增长 36.32%（见图 4），保持快速增长势头。

中国自主研发游戏海外市场实际销售收入从 2019 年 7~12 月的 60.24 亿美元增长至 2020 年 1~6 月的 75.89 亿美元，增幅高于国内市场。

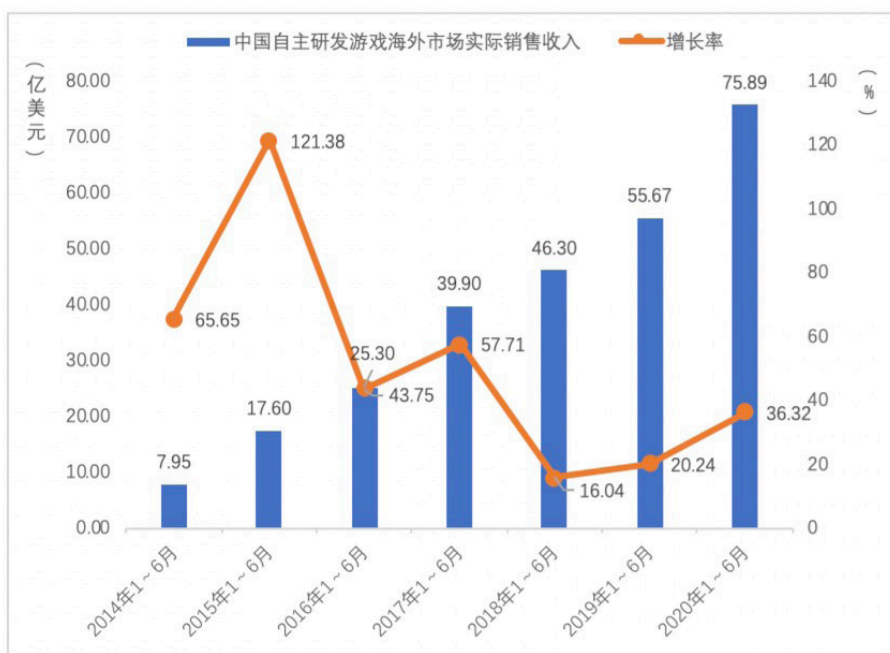


图 4 中国自主研发游戏海外市场实际销售收入及增长率

2. 中国自主研发移动游戏出海类型

2020 年 1~6 月，中国自主研发移动游戏出海类型分布中，策略类游戏占比 38.98%，射击类游戏占比 18.14%，角色扮演类游戏占比 10.98%，多人在线战术竞技类 (MOBA) 游戏占比为 3.17%（见图 5）。

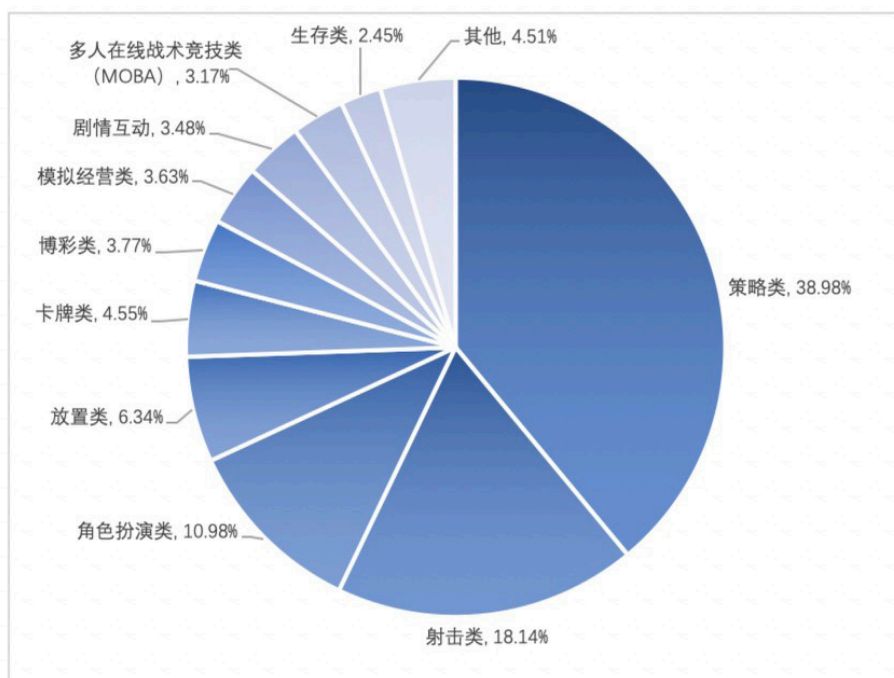


图 5 中国自主研发移动游戏出海类型分布

3. 中国自主研发移动游戏海外重点地区收入分布

2020 年 1~6 月，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入地区分布中，美国市场占 28.23%，日本市场占 23.26%，韩国市场占 9.97%，这三个国家是中国游戏企业出海的主要目标市场，合计占比达 61.46%（见图 6）。

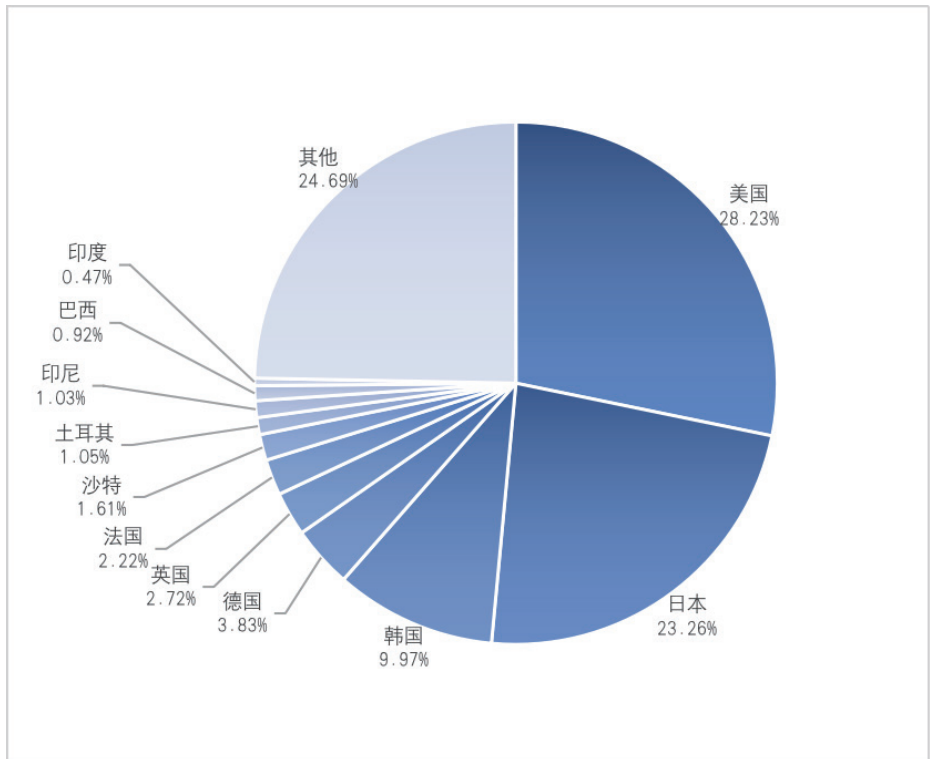


图 6 中国自主研发游戏海外市场实际销售收入地区分布

三、中国游戏细分市场状况

2020 年 1~6 月，在中国游戏市场，移动游戏实际销售收入持续增长，收入和市场占比均较大。而客户端游戏和网页游戏的实际销售收入和占比均呈下滑态势，市场规模继续萎缩。

1. 中国游戏产业细分市场收入占比

2020 年 1~6 月，移动游戏实际销售收入占市场总收入的 75.04%，客户端游戏占 20.18%，网页游戏占 2.87%（见图 7）。移动游戏成为市场营收的主力军。

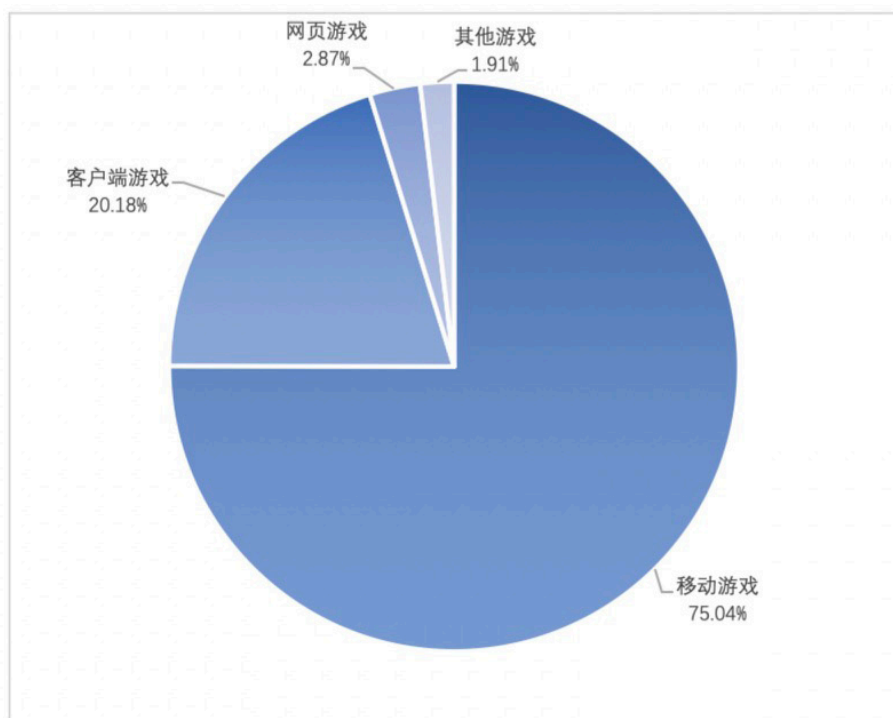


图 7 中国游戏产业细分市场收入占比

2. 中国移动游戏市场状况

2.1 中国移动游戏市场实际销售收入

2020 年 1~6 月，中国移动游戏市场实际销售收入增速明显提升，同比增长 35.81%，增长额达 276 亿元，实际销售收入达到 1046.73 亿元（见图 8）。



图 8 中国游戏产业移动游戏市场实际销售收入及增长率

2.2 收入前 100 的移动游戏产品类型数量分布

2020 年 1~6 月，在收入排名前 100 的中国移动游戏中，角色扮演类数量最多，占比达到 30%；卡牌类游戏和策略类游戏次之，占比分别为 12% 和 11%（见图 9）。

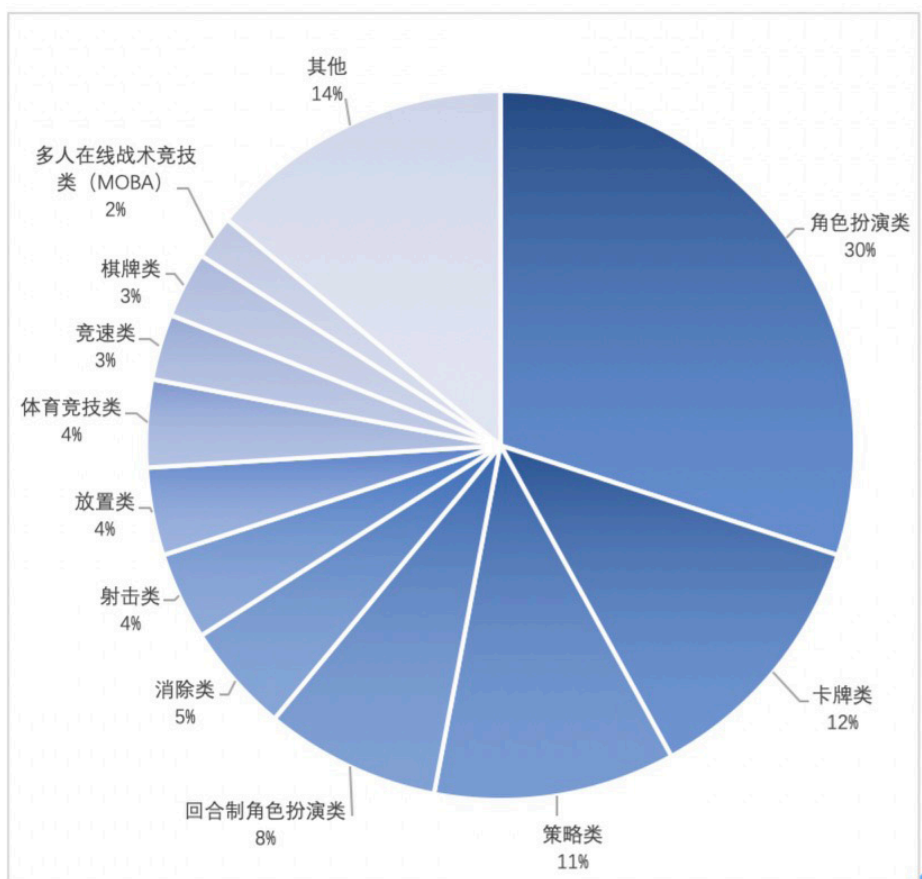


图 9 收入前 100 移动游戏产品类型数量分布

2.3 收入前 100 的移动游戏产品类型收入分布

2020 年 1~6 月，在收入排名前 100 的中国移动游戏中，角色扮演类游戏总收入最高，占比为 19.81%；射击类游戏次之，占比为 16.71%；多人在线战术竞技类（MOBA）游戏位居第三，占比为 14.63%；其余类型游戏共占比 48.85%（见图 10）。角色扮演类游戏是移动游戏市场占据份额最大的类型，游戏数量和收入均占优势，盈利能力较强。

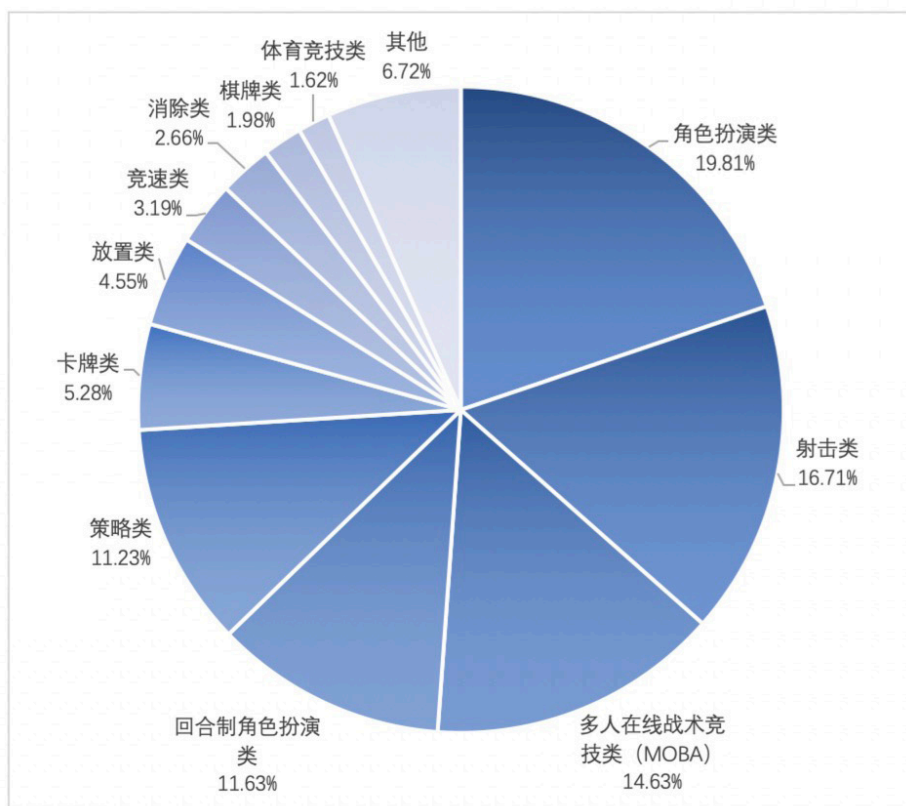


图 10 收入前 100 移动游戏产品类型收入分布

3. 中国客户端游戏市场实际销售收入

2020 年 1~6 月，中国客户端游戏市场实际销售收入为 281.54 亿元，同比下降 10.13%（见图 11）。

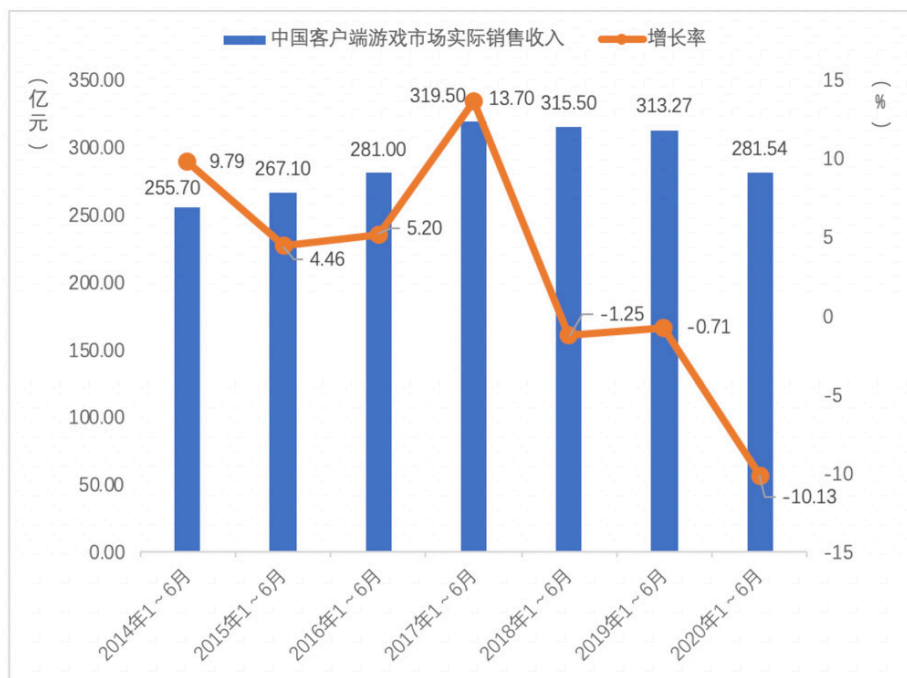


图 11 中国客户端游戏市场实际销售收入

4. 中国网页游戏市场实际销售收入

2020 年 1~6 月，中国网页游戏市场实际销售收入为 40.02 亿元，同比下降 21.43%（见图 12），连续 5 年呈下降态势，市场萎缩明显。



图 12 中国网页游戏市场实际销售收入

5. 中国电子竞技游戏市场状况

5.1 中国电子竞技游戏市场实际销售收入

2020年1~6月,中国电子竞技游戏市场实际销售收入为719.36亿元,同比增长54.69%(见图13),持续保持较快增速,电子竞技产业发展迅速。

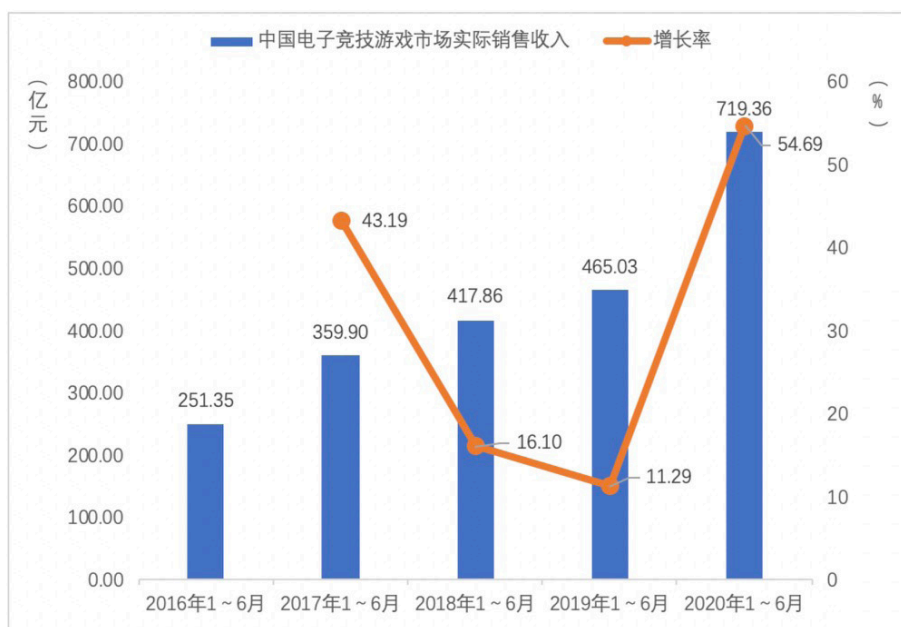


图 13 中国电子竞技游戏市场实际销售收入

5.2 中国电子竞技用户规模

随着电子竞技行业的迅速发展，中国电子竞技用户持续增长，2020年1~6月用户规模为4.8396亿人（见图14），同比增长9.94%。

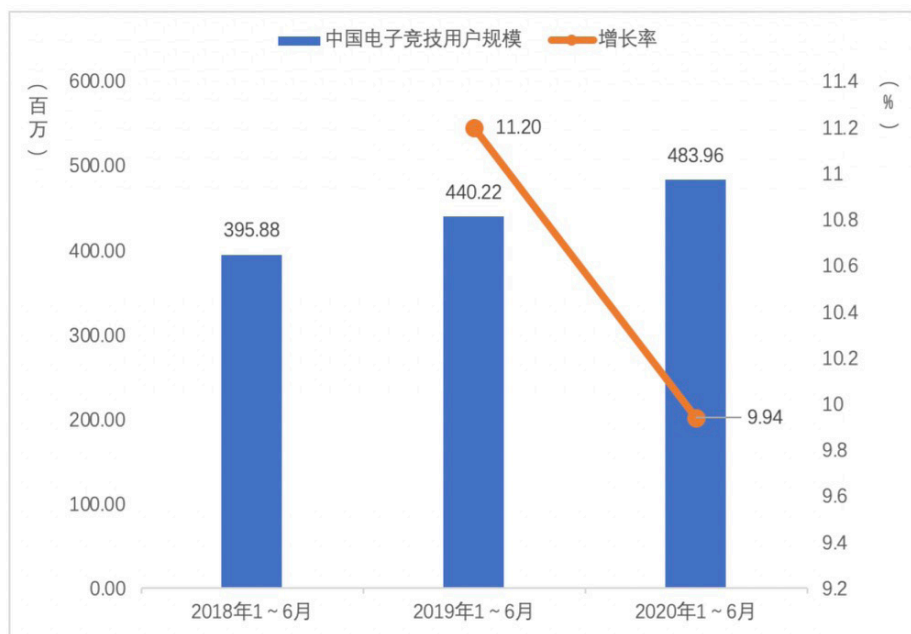


图14 中国电子竞技用户规模及增长率

6. 中国云游戏市场实际销售收入

2020 年 1~6 月，中国云游戏市场实际销售收入达 4.03 亿元，同比增长 79.35%（见图 15）。随着 5G 技术日益普及、网络宽带环境优化，云游戏产业将得到快速发展。

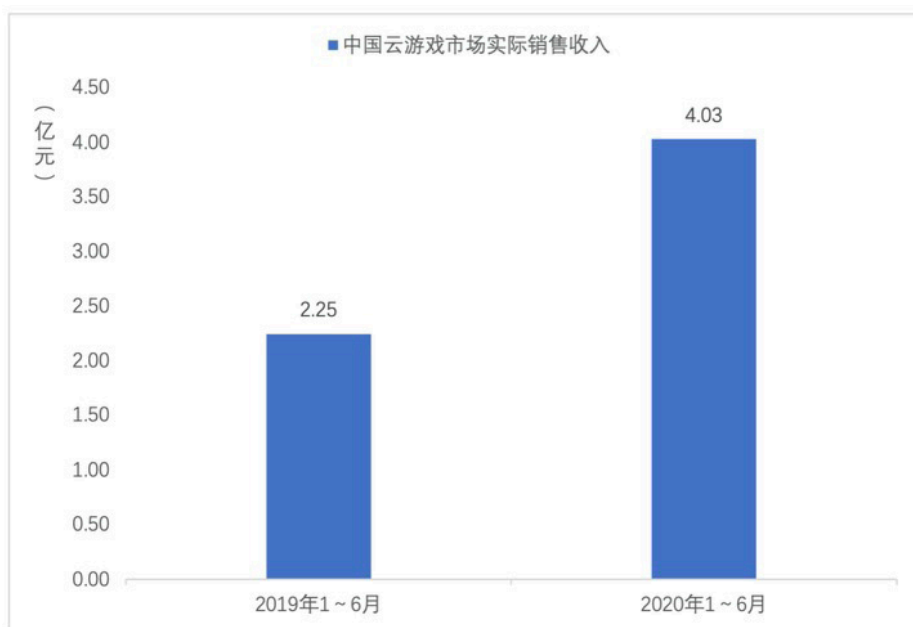


图 15 中国云游戏市场实际销售收入

结 论

2020 年 1~6 月，中国游戏市场经受住了新冠肺炎疫情的考验，在规模持续扩大的基础上，进入了产业升级、技术迭代、内容创新的新阶段。游戏产业发展呈现 3 个显著特点。

一、坚守社会责任，努力实现双效统一

2020 年初突发的新冠肺炎疫情，对我国经济社会发展带来了巨大冲击，也改变了许多人的生活、工作和消费习惯，推动了“宅经济”的发展，这给互联网应用和在线娱乐产业发展带来了新的想象空间。

网络游戏是互联网娱乐产业的重要组成部分，在国人居家防疫、户外娱乐活动大幅减少时期，成为纾解人们紧张情绪的有力方式；网络游戏企业积极履行文化企业的社会责任，不少企业都针对性地推出了一系列抗疫、战疫的教育类小游戏，将传播疫情防控知识与游戏娱乐功能相结合，增强了人民抗疫、战疫的信心与信念，也为社会稳定和疫情防控发挥了积极作用。

受疫情影响，2020 年上半年游戏企业的产品研发进度、线下电竞赛事举办，以及中小游戏企业的发展都受到了较大影响，产业的结构调整仍面临较大挑战。面对这些困难，游戏企业应持续关注新技术、布局新领域、挖掘新需求、开拓新场景、推出新业务，不断探索新的内容呈现方式和实现途径，加快推进游戏产业的创新发展。

二、精品化定位清晰，游戏品质更绿色健康优质

2020 年上半年，中国游戏市场竞争更加激烈，企业的产品研发、人才队伍、融资环境、海外市场开拓等均受到疫情影响。这种情况下，中国游戏产业加速由粗放型向精细化、精品化转变，内容品质更加绿色、健康、优质，呈现出游戏产品数量下降、产品质量和收益持续提高，市场空间继续扩大的发展态势。同时，数字娱乐产业相关制度体系的日益完善，管理部门对互联网内容把控和引导的不断加强，防沉迷等一系列青少年保护工作的进一步落实，有力促进了游戏产业的持续健康发展。游戏企业积极探索游戏的文化、社会和科学价值，积极履行社会责任。

当前，中国游戏企业以推出高品质游戏产品为发展核心，深入挖掘游戏产品的文化内涵，提高游戏产品的内容质量和管理水平，提升企业品牌形象，不断优化产品生产研发流程，持续加大研发投入，深耕自主研发，探索新的发展模式和途径，进一步提升企业市场竞争力和品牌影响力。

随着人口红利的消退，用户关注的焦点逐渐回归到内容质量本身，大众对精品游戏的需求强烈。随着用户认知日趋成熟、消费日趋理性，游戏企业更加注重挖掘存量用户价值，为用户提供更多优质精品游戏，满足其日益增长的多样化需求。

三、云游戏大势所趋，新技术为新产品新业态赋能

5G、云计算、虚拟化技术、编码技术、人工智能、区块链、数据中心等一系列互联网新技术的深入应用，将为在线娱乐和云端经济带来新的发展机遇。这些新技术将加快云游戏及 AR、VR 等多终端游戏的发展和升级迭代，能有效提升用户体验。网络游戏企业应顺应技术发展潮流，利用新技术为新产品、新业态赋能，实现游戏形态的升级换代，满足市场需求。

2020 年上半年 5G 商用落地加速，国内和国外科技巨头、云服务供应商、游戏公司、通信运营商等都加快了云游戏布局，使得云游戏平台接连落地，存量游戏开启“云化”进程。由此带来了游戏方式、产品类型、用户体验等方面的全方位升级，加速了游戏产业生态融合及数字娱乐产业创新发展进程。

此外，中国游戏企业加大了对大数据、人工智能等先进互联网技术的研究投入，并将其关键技术应用于游戏产品的研发和运营管理，为更多精品游戏的推出提供了有力支撑。前沿科技的应用场景拓展到更广阔的领域，让精品游戏更贴近用户，也进一步推动了行业管理和产业生态的持续变革。