

# 网络游戏Q3市场规模达635亿 整体市场向头部集中

2017年Q3



2017Q3，中国网络游戏市场维持低水平增长，市场规模**635.4亿元**，环比增长**6.8%**，同比增长**41.7%**。  
移动游戏用户规模**4.65亿人**，环比增长**8.7%**；PC游戏用户规模**3.96亿人**，环比下降**0.8%**。



2017Q3，腾讯网络游戏**市场份额**占比首次过半，后位厂商竞争激烈。



喜迎暑假，**移动游戏市场**稳步上升。2017Q3中国移动游戏市场规模为**417.5亿元**，环比增长**7.4%**，同比增长**63.8%**。



在TOP15非低幼动画中，**国产非低幼动画占据一半席位**，其影响力日益提升。  
在日本新番上，**B站、爱奇艺和优酷**的引进力度最大。半年番吸引眼球，中日合作的作品成绩显著。



2017Q3，数字阅读APP阅读力设备数超**2.4亿台**，平均使用时长超过**18亿小时**。

中国网络游戏市场概况 1

中国网游细分市场解析 2

中国动画市场解析 3

中国数字阅读市场解析 4

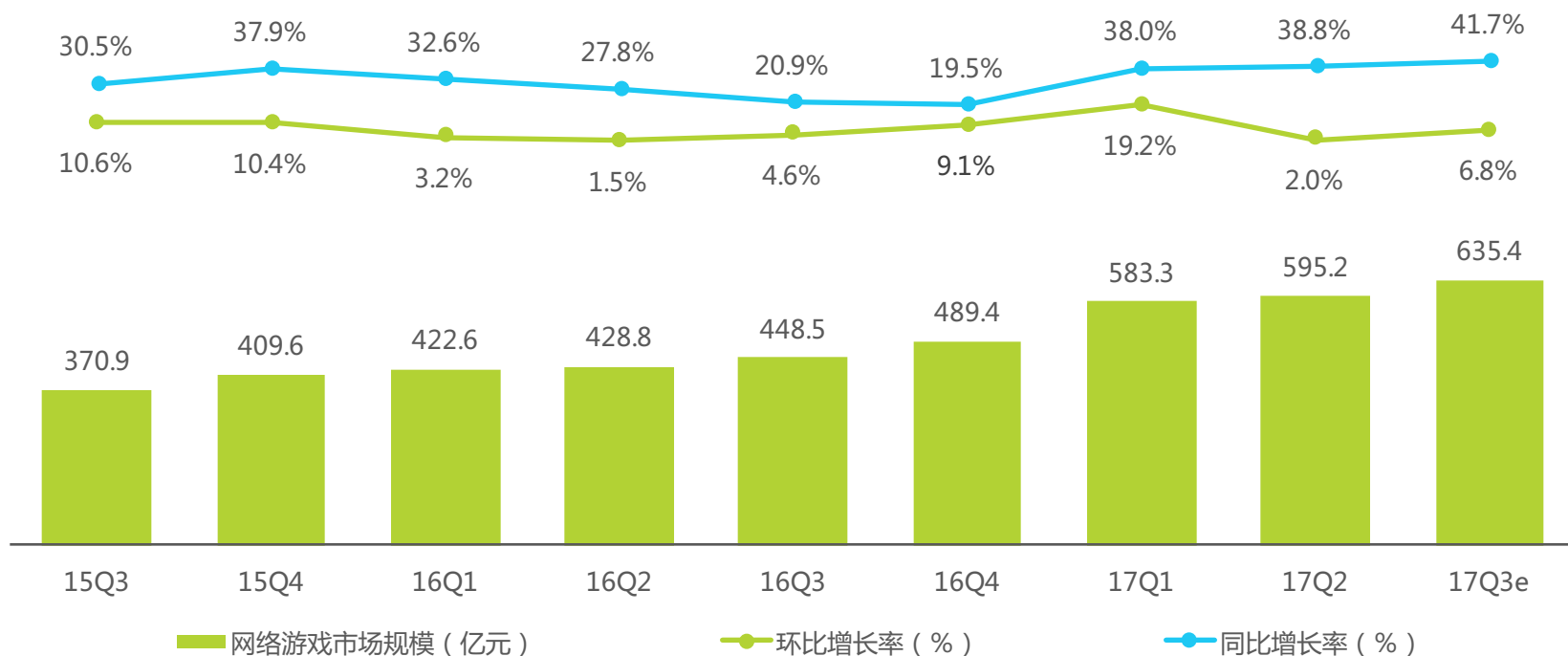
互动娱乐行业盘点 5

# 2017Q3中国网络游戏市场规模

## 市场更加成熟 保持稳定增长

2017Q3，中国网络游戏市场规模达635.4亿元，环比增长6.8%，同比增长41.7%。网络游戏市场整体更加成熟、规范、稳定。

### 2015Q3-2017Q3中国网络游戏市场规模



注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。

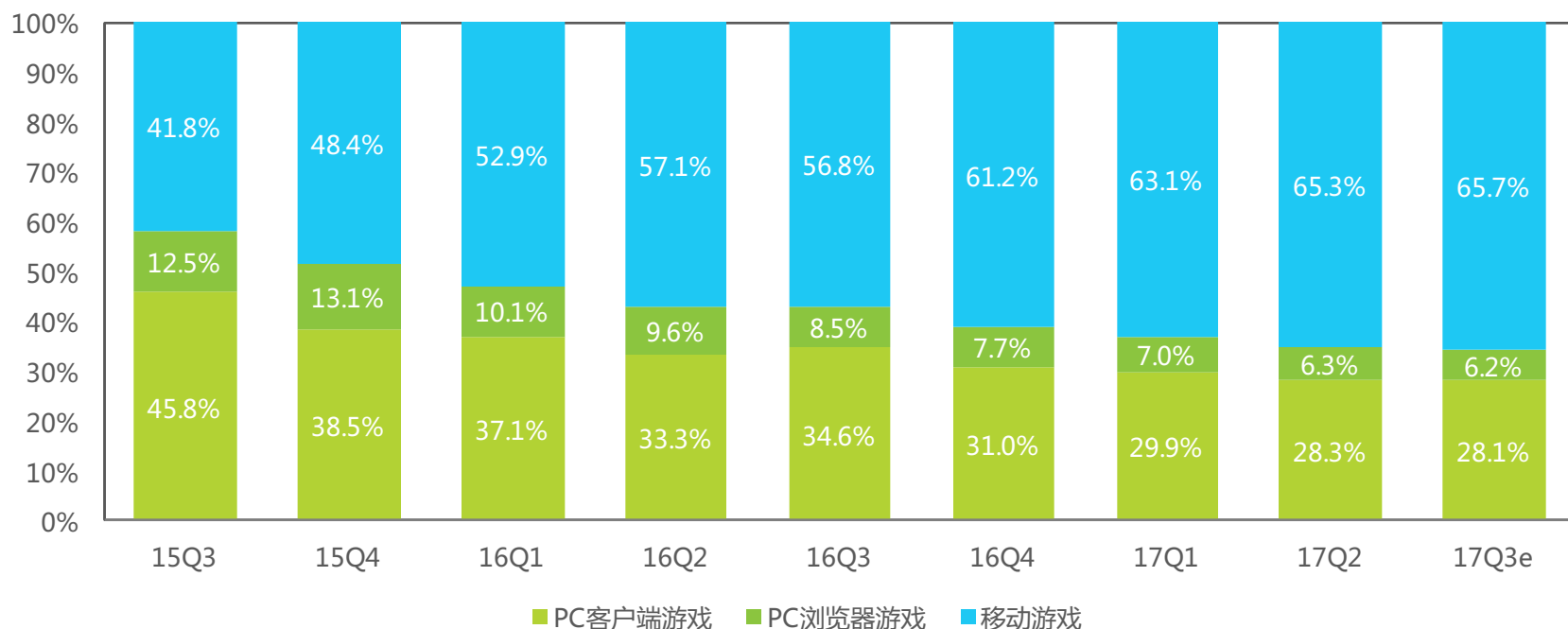
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 2017Q3中国网络游戏市场细分结构

## 整体分布日趋稳定

随着中国互联网流量整体从PC端向移动端倾斜，中国网络游戏市场也表现出了明显的移动化趋势。2017Q3，移动游戏份额占比达65.7%。2017年以来，流量转移的速度变缓，整体市场细分结构日趋稳定。

### 2015Q3-2017Q3中国网络游戏市场细分结构



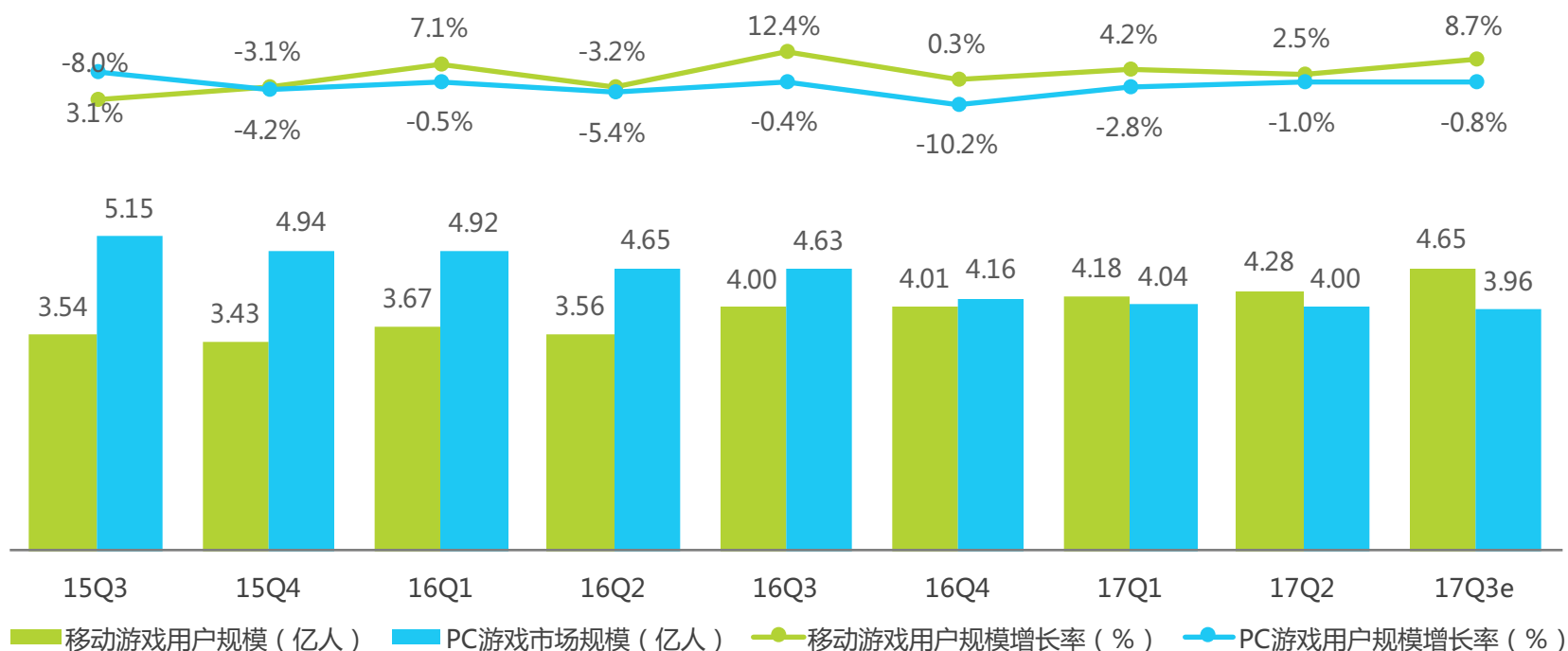
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 2017Q3中国网络游戏行业用户规模

## 用户流量从PC向移动转移

从总体来看，网络游戏用户规模一直维持在相对稳定的位置，PC游戏市场规模略有下降，移动游戏市场规模稳中有升，显示出轻微的从PC向移动转移的趋势。但整体来看，两者的用户量都维持在一个高且稳定的状态。

iUserTracker & mUserTracker-2015Q3-2017Q3中国游戏用户规模



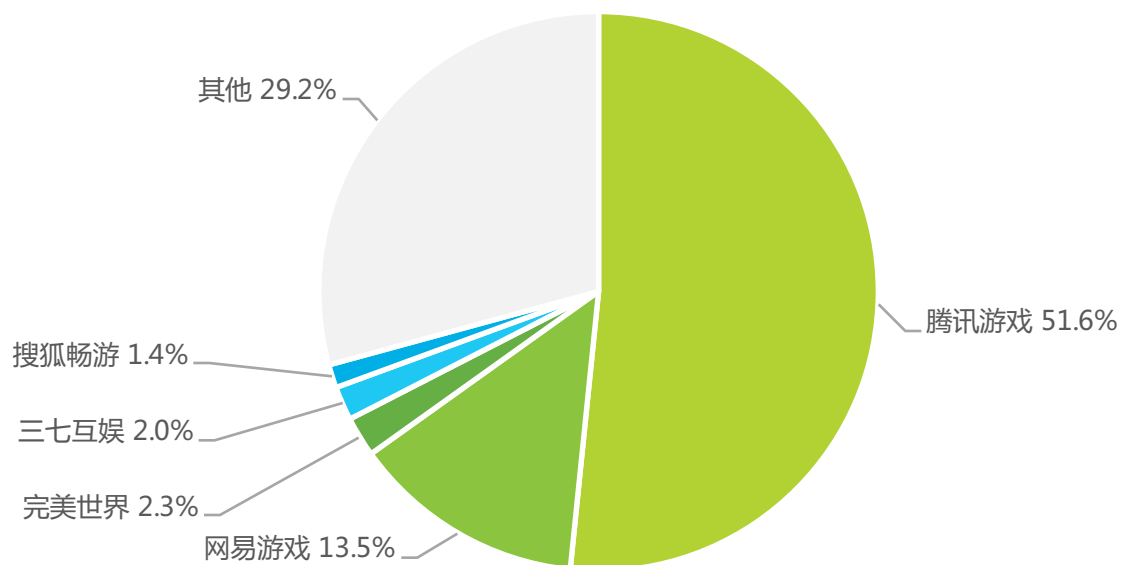
来源：mUserTracker.2017.11，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。iUserTracker. 家庭办公版 2017.11，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

# 2017Q3中国网络游戏市场份额

## 腾讯占比首次过半

腾讯网易两家2017Q3的游戏营收占总体网络游戏市场规模的比例进一步上升，达到65.1%。腾讯占整体市场的比例首次超过50%。

2017Q3中国网络游戏市场份额



注释：1、网络游戏营收规模包括中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；2、已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）。3、排名按照客户端游戏、浏览器端游戏和移动游戏的总营收从高到低排序。4、部分数据可能在2017年网络游戏相关报告中进行调整。5、仅包含了以游戏为主营业务的公司，其他涉及游戏业务但在总营收占比中小于10%的公司不在统计范围（如百度）。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

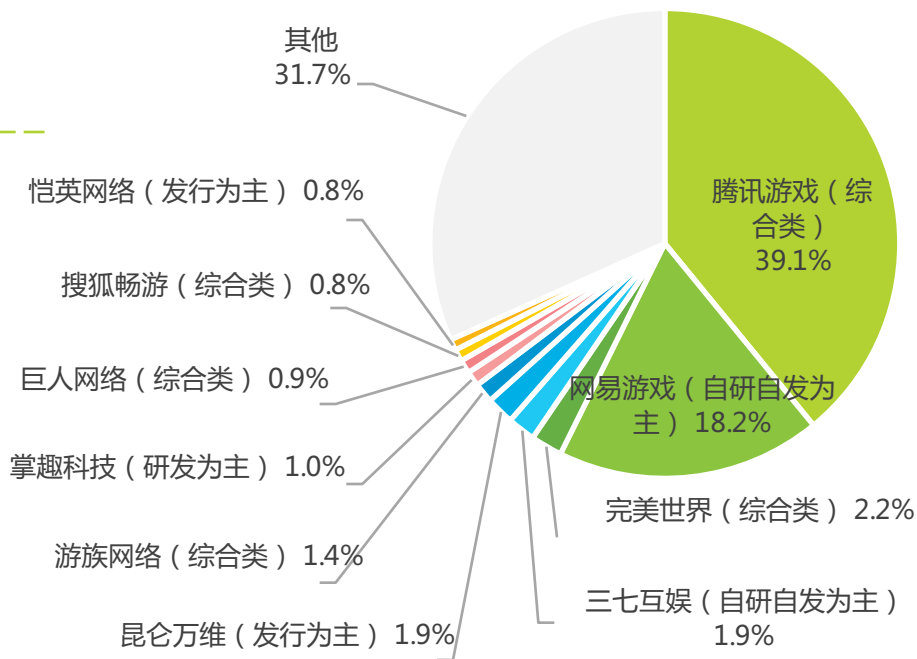
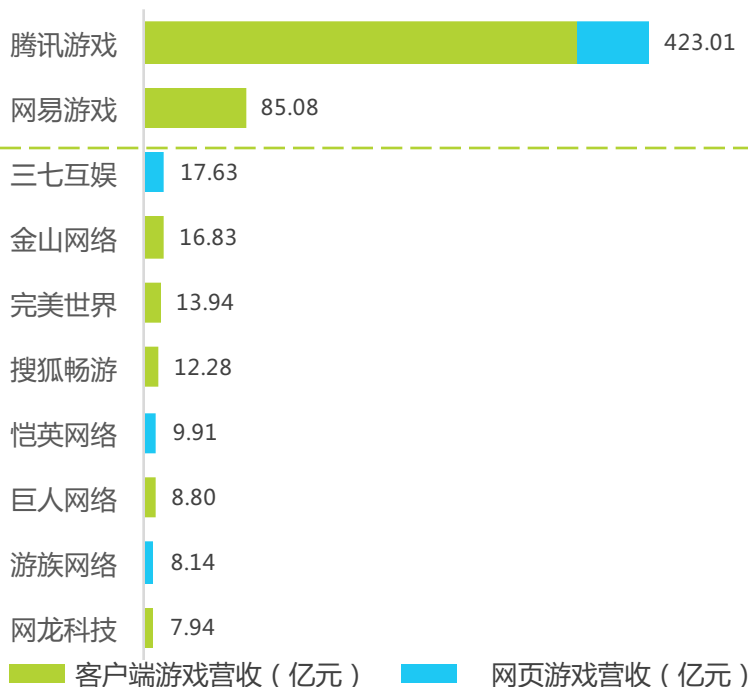
# 中国上市网络游戏企业营收TOP10

## 两超多强格局下 后位各厂商竞争颇为激烈

凭借王者荣耀在移动端的突出表现，腾讯进一步拉开与其他厂商的差距。2017Q3，网易在产品布局上出现断档，没有亮眼的新游戏上线，在PC和移动游戏上的份额均有所下降。后位厂商间竞争依然，相互之间的差别并不大，更多的是细节和资本力量上的比拼。

2017Q1-3中国上市PC网络游戏企业营收规模TOP10

2017Q1-3 中国上市游戏企业移动游戏市场份额



注释：1、PC游戏营收规模包括中国大陆地区PC游戏用户消费总金额，以及中国PC游戏企业在海外PC游戏市场获得的总营收；2、已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）。3、部分数据可能在2017年网络游戏相关报告中进行调整。来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

注释：1、移动游戏营收规模包括中国大陆地区移动游戏用户消费总金额，以及中国移动游戏企业在海外移动游戏市场获得的总营收；2、已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）。3、部分数据可能在2017年网络游戏相关报告中进行调整。来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。



中国网络游戏市场概况	1
------------	---

中国网络游戏市场解析	2
------------	---

中国动画市场解析	3
----------	---

中国数字阅读市场解析	4
------------	---

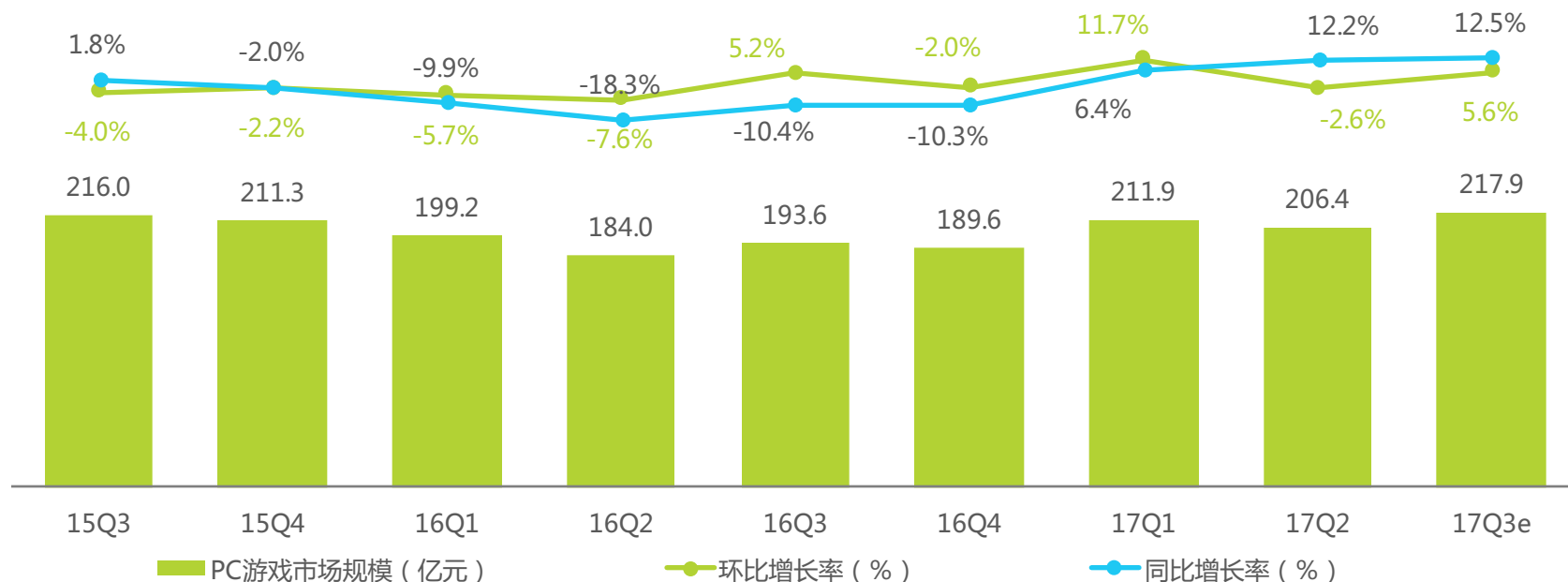
互动娱乐行业盘点	5
----------	---

# 2017Q3中国PC游戏市场规模

## PC游戏市场规模合理波动

2017年Q3，PC游戏市场规模有所回升，市场规模217.9亿元，环比上升5.6%，同比增长12.5%。艾瑞分析认为，本季度的热度回升主要是由《英雄联盟》S7赛季全球总决赛首次在大陆举行，在国内主流媒体掀起了一股以《英雄联盟》为中心的新闻风暴。一方面重燃了老玩家心中的热血，一方面吸引了很多萌新进场，为PC游戏市场带来了新的血液。

### 2015Q3-2017Q3中国PC游戏市场规模



注释：1. PC游戏市场规模包含中国大陆地区PC游戏用户消费总金额，以及中国PC游戏企业在海外PC游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2017年游戏相关报告中做出调整。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

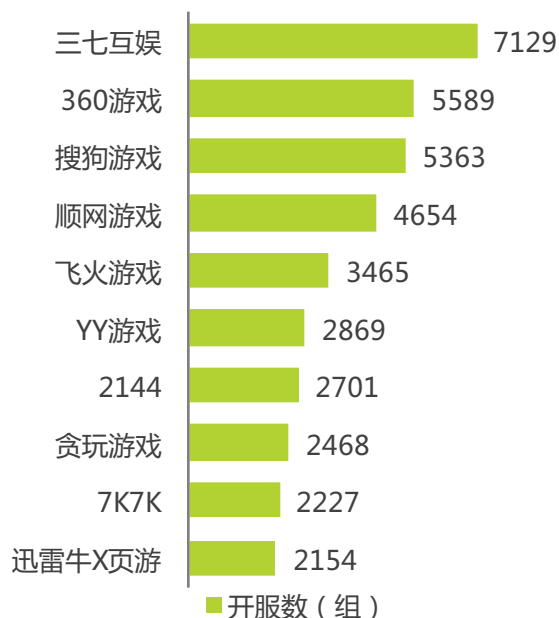
# 2017Q3中国网页游戏开服TOP10

## 竞争环境相对宽松 精品与新游平分秋色

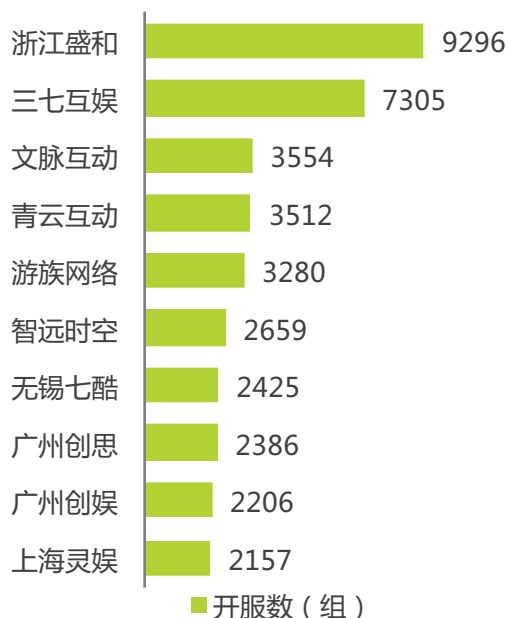
经过激烈的竞争，网页游戏市场的清洗和淘汰基本完成。很多小型页游厂商或转型手游，或退出市场。目前在网页游戏市场留下来的厂商，在研发能力或游戏发行上或多或少有自己独特的资源优势。

就开服数而言，2017Q3的开服数相比Q2，整体有所提升。《蓝月传奇》《传奇世界》等上线一年以上的老游戏，凭借过硬的游戏质量，表现出强劲的生命力。三七互娱发行的新游戏《龙神契约》也表现不俗，开服数超过1500。

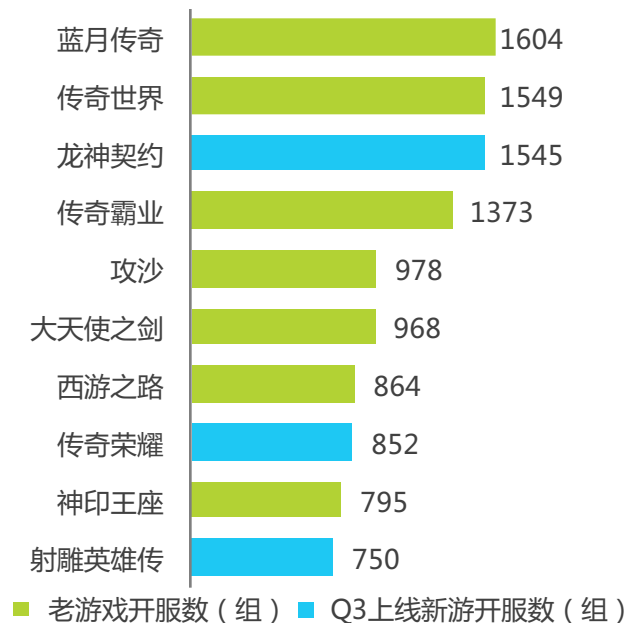
### 2017Q3中国网页游戏平台 开服TOP10



### 2017Q3中国网页游戏 研发商开服TOP10



### 2017Q3中国网页游戏开 服TOP10



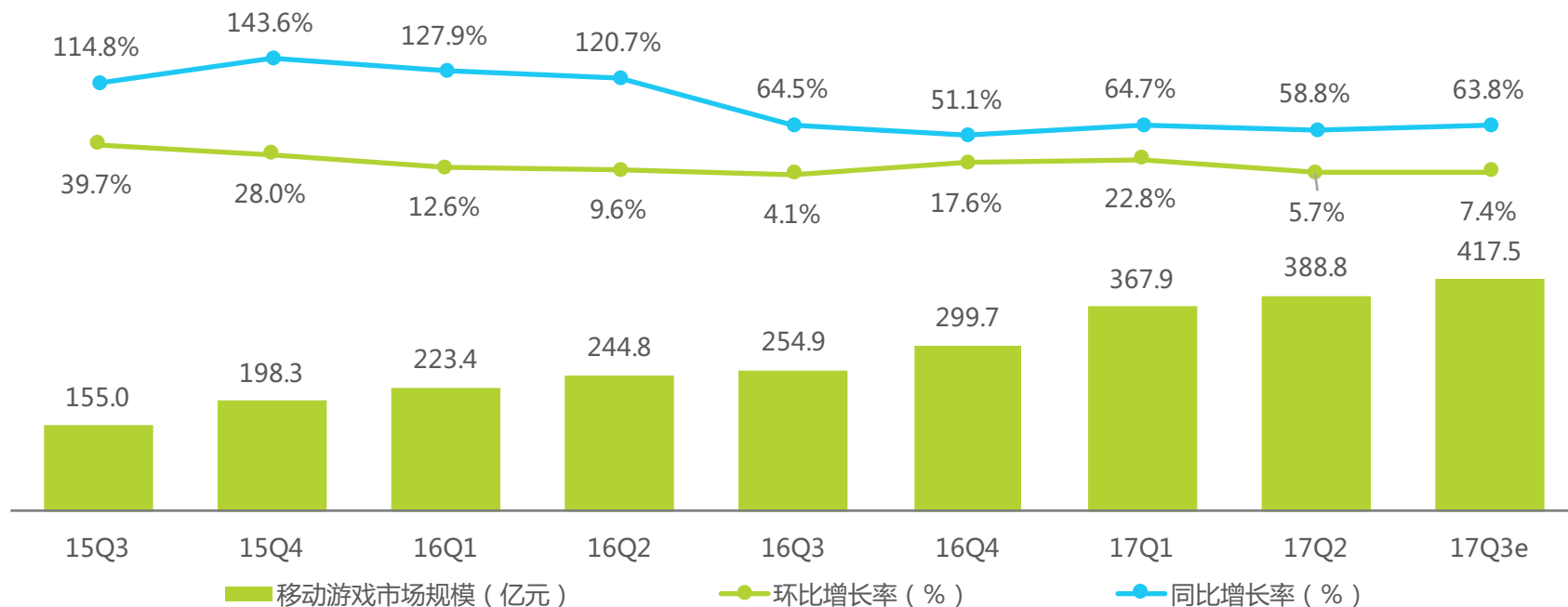
注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2017年Q3有过开服记录的网页游戏；2.该开服数未统计腾讯开放平台上的网页游戏开服数据。  
来源：艾瑞通过桌面收集整理获得。

# 2017Q3中国移动游戏市场规模

## 喜迎暑假 移动游戏市场稳步上升

2017Q3移动游戏市场规模稳中有升，达417.5亿元，同比增长63.8%，环比增长7.4%。虽然本季度新游戏表现平平，但老游戏的稳定表现为整体市场的上升趋势提供了保障。随着暑期的到来，各游戏均推出了精彩纷呈的暑期活动，拉高游戏APRU值。《王者荣耀》KPL职业联赛和王者荣耀杯这两大电竞赛事，真正将移动电竞的概念落到实处，用赛事带动游戏热度，用游戏热度反哺赛事内容。

2015Q3-2017Q3中国移动游戏市场规模



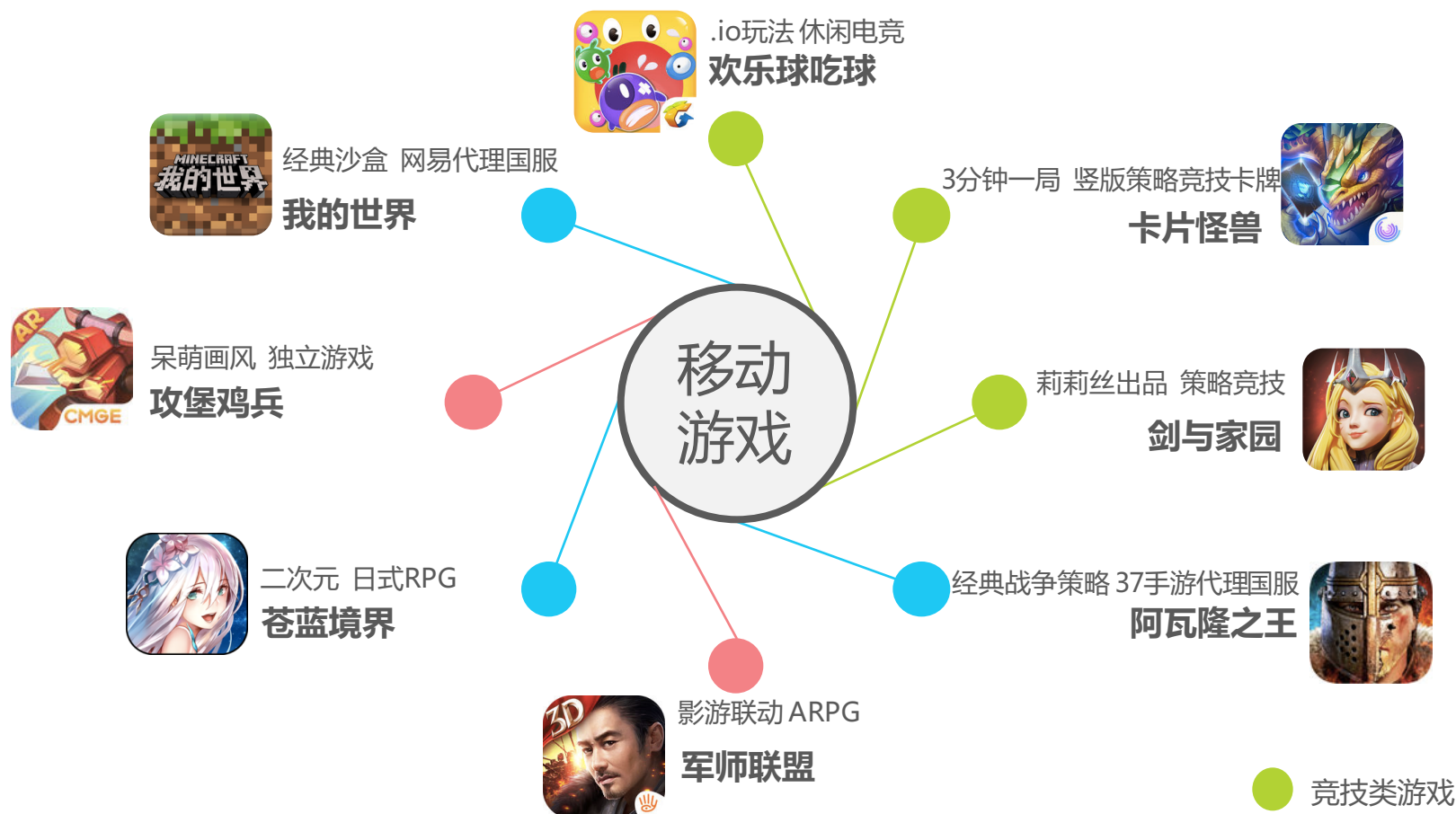
注释：1.中国移动游戏市场规模包含中国大陆地区移动游戏用户消费总金额，以及中国移动游戏企业在海外移动游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年游戏相关报告中做出调整。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 2017Q3移动新游风云榜

## 竞技元素受到重视 RPG游戏仍是主流

### 2017Q3中国移动游戏新游风云榜



来源：根据游戏曝光指数、类型、创新性综合选出。

中国网络游戏市场概况

1

中国网络游戏市场解析

2

中国动画市场解析

3

中国数字阅读市场解析

4

互动娱乐行业盘点

5

# 2017年9月非低幼动画排名

## 国产非低幼动画影响力日益提升

在非低幼动画TOP15中，日本和国产动画各占一半席位，以《秦时明月》、《天行九歌》和《画江湖》为代表的国产原创动画，内容持续更新时间长，吸引了众多的国漫粉丝。

艾瑞分析认为，国产动画行业发展迅速，在动画用户中的渗透率不断提升，影响力逐步逼近日本动画，未来依靠本土化优势，动画内容及题材、宣发等方面将优于海外产品，国产动画的影响力将有可能超越海外作品。

iVideoTracker-2017年9月非低幼动画排名TOP15

排名	动画名称	国籍	视频播放覆盖人数（万人）
1	航海王	日本动画	904.5
2	名侦探柯南	日本动画	688.1
3	捷德奥特曼	日本动画	570.6
4	龙珠超	日本动画	513.9
5	秦时明月之君临天下	国产非低幼动画	455.5
6	火影忍者剧场版：博人传	日本动画	422.4
7	蜡笔小新	日本动画	291.3
8	天行九歌	国产非低幼动画	254.8

排名	动画名称	国籍	视频播放覆盖人数（万人）
9	画江湖之换世门生	国产非低幼动画	247.3
10	火影忍者	日本动画	220.3
11	十万个冷笑话 第三季	国产非低幼动画	215.8
12	妖神记	国产非低幼动画	201.6
13	拳皇命运	中日合作	201.1
14	画江湖之杯莫停	国产非低幼动画	172.4
15	我的英雄学院 第二季	日本动画	172.0

来源：iVideoTracker，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络视频行为的长期监测数据获得。

# 2017年9月日本新番排名

## 半年番吸引眼球，中日合作的作品成绩显著

对比季番和半年番，季番投资少见效快，而半年番相对高投资高风险，近几年日本半年番渐少，以保守的方式来控制风险。

《火影忍者：博人传》和《Re:CREATORS》作为半年番，可见制作委员会对作品的信心十足。

《银之守墓人》和《狐妖小红娘》属于国产漫画IP，通过中日合作，在中日市场均上线，实现国漫走向海外市场，提升国漫的影响力。

iVideoTracker-2017年9月日本新番排名TOP10

排名	新番名称	视频播放覆盖人数（万人）	播放平台
1	火影忍者：博人传	417.1	B站、乐视、爱奇艺、优酷
2	我的英雄学院 第二季	172.0	优酷独播
3	银之守墓人	109.3	B站、腾讯视频、芒果TV、乐视、搜狐视频、PPTV、爱奇艺
4	狐妖小红娘	77.9	B站、腾讯视频、芒果TV、乐视、PPTV
5	Re：CREATORS	43.0	B站、爱奇艺
6	洁癖男子！青山君	30.6	爱奇艺独播
7	时间支配者	26.8	优酷独播
8	恋爱禁止的世界	26.4	爱奇艺独播
9	来自深渊	25.6	爱奇艺独播
10	梵蒂冈奇迹调查官	23.1	爱奇艺独播

来源：iVideoTracker，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络视频行为的长期监测数据获得。

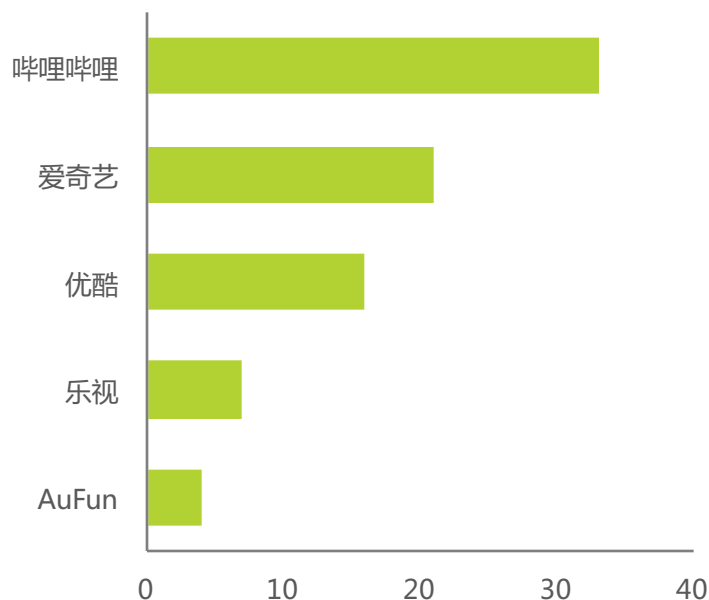


# 视频平台对7月新番的引进情况

## B站、爱奇艺和优酷对新番的引进力度大

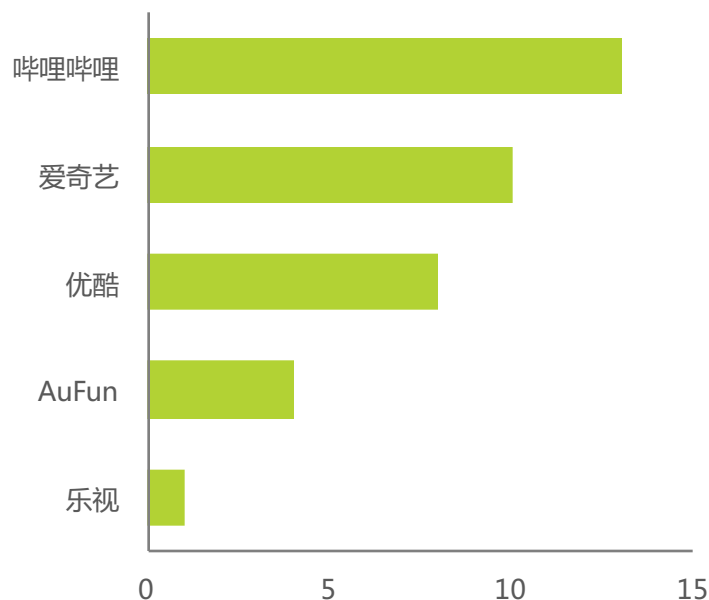
各家企业争相引进日本新番，其中B站、爱奇艺和优酷的引进力度最大。其中，B站在总体及独播数量上均处于领先优势。艾瑞分析认为，B站作为二次元起家的垂直平台，随着资本的注入，逐渐加大力度丰富内容，积极引进日本新番，吸引更多的用户且增强用户粘性。

2017年7月各家视频平台引进的新番数量TOP5



来源：结合各家网站公开的信息，通过艾瑞整理获得。

2017年7月各家视频平台引进的独播新番数量TOP5



来源：结合各家网站公开的信息，通过艾瑞整理获得。

中国网络游戏市场概况

1

中国网络游戏市场解析

2

中国动画市场解析

3

中国数字阅读市场解析

4

互动娱乐行业盘点

5

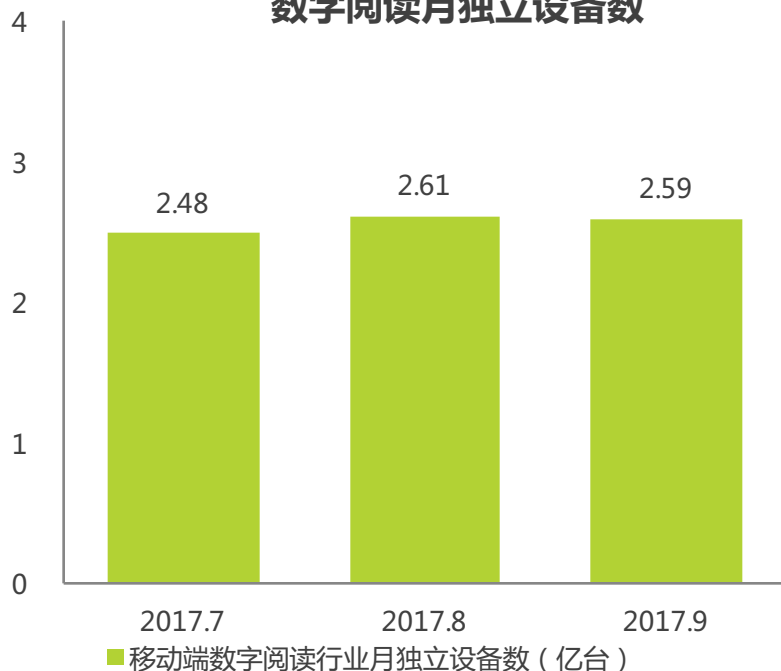
# Q3数字阅读APP月度覆盖人数

## 月独立设备数超2.4亿，平均使用时长超过18亿小时

2017年Q3，移动端数字阅读月独立设备数超过2.4亿。

此外，数字阅读移动端月度平均有效使用时长超过18亿小时。各平台意识到用户人口红利已经逐步消退，精力开始从外部吸引转移到对内的精耕细作，通过对内容、用户活动等各方面的精细化运营及福利，有效推动了用户的阅读时长增加。

mUserTracker-2017年Q3移动端  
数字阅读月独立设备数



来源：mUserTracker, 2017.11，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

mUserTracker-2017年Q3移动端  
数字阅读月度使用时长



来源：mUserTracker, 2017.11，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

# Q3网文平台内容更新量排名

起点中文网VIP日更新作品数量稳居第一

网络文学平台VIP日更新作品数量排名



中国网络游戏市场概况	1
中国网络游戏市场解析	2
中国动画市场解析	3
中国数字阅读市场解析	4
互动娱乐行业盘点	5

# 2017Q3中国互动娱乐行业事件盘点

## 2017Q3互动娱乐行业大事记盘点

7月

传奇

盛大游戏

盛大游戏高调宣布，旗下知名网络游戏《MIR2:热血传奇》成功续约。作为中国网络游戏的开山鼻祖，“传奇”在中国网络游戏行业中具有标杆性地位。

展会

ChinaJoy

第十五届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）在沪落下帷幕。本届展览观展人数累计高达34.27万人次，比去年增长1.72万人次，再创15年来历史新高。

资本

天舟文化

天舟文化（300148）日前发布公告，拟作价11.78亿元收购网络游戏公司初见科技73%股权，补强公司游戏发行能力，与旗下神奇时代、游爱网络等游戏公司实现优势互补。

电竞

王者荣耀

8月19日，在四川省体育馆举行的2017王者荣耀冠军杯暨暑期盛典中，最终QGhappy战队以4：2的比分战胜eStar战队，成为王者为王者荣耀赛事目前唯一一个双科冠军(KPL王者荣耀职业联赛与王者荣耀冠军杯冠军)，通过赏金模式累计获得总奖金102万。

资本

恺英网络

恺英网络（002517）发布公告称，为促进产业链纵深布局，加快游戏主业发展，增强核心竞争力，提升盈利能力，出资16.07亿元收购浙江盛和网络科技有限公司（下称“浙江盛和”）51%的股权。

9月

iOS

榜单

App Store如期完成大改版，应用推荐机制和曝光方式都发生了明显变化。新增苹果编辑撰写的Today以及游戏标签，畅销榜消失、免费榜和付费榜不点击只显示前三，这一系列变化直接带动了国内榜单大清洗，大量有自充刷榜嫌疑的产品逐渐让位消失。

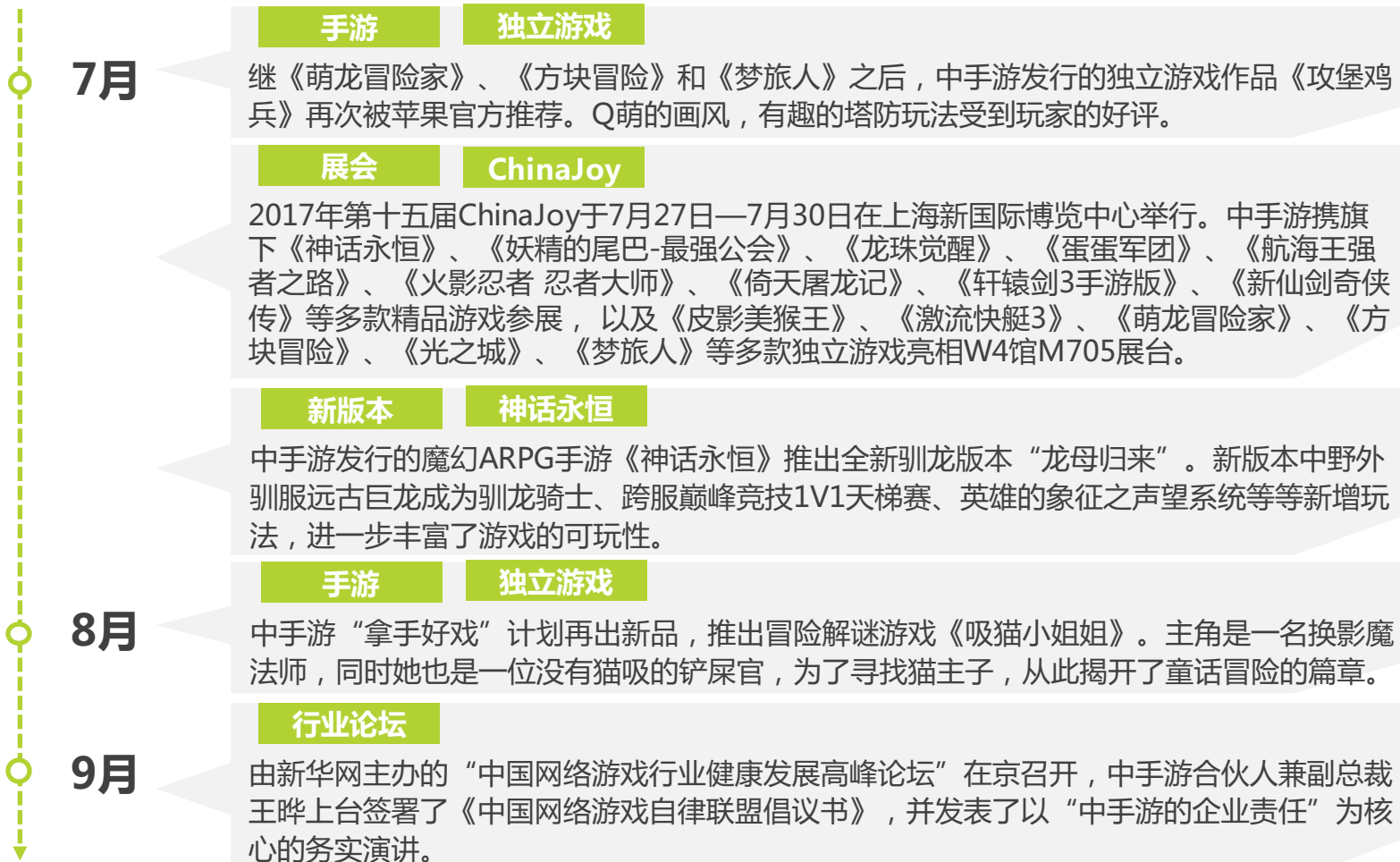
# 2017Q3中国互动娱乐行业事件盘点

中手游

CMGE  
中手游

iResearch  
艾瑞咨询

## 2017Q3中手游大事记盘点



来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

# 2017Q3中国互动娱乐行业事件盘点

三七互娱  三七互娱  
37 Interactive Entertainment

## 2017Q3三七互娱大事记盘点



7月

手游

SLG

三七互娱标杆性手游《永恒纪元》上线一周年，获国内超26亿流水成绩。同时拿下著名手游产品《阿瓦隆之王》在国内安卓渠道的代理权，于7月14日上线国服。该游戏在全球50多个市场的GooglePlay和AppStore畅销榜挺入Top5,更是数度登顶美国AppStore畅销榜。目前已经在海外创下了超10亿人民币的收入。

资本

三七互娱定增4.56亿元引入国调招商并购基金、伊敦传媒基金两家战略投资者。

8月

动画

拳皇

上海绝厉文化制作的3D大型周播动画《拳皇命运》正式全网亮相。该剧历经两年打磨，邀请游戏原版声优加盟配音，充分还原“拳皇范”。该剧是三七互娱在动画领域投资的又一硕果，体现了三七互娱在泛娱乐领域的布局理念——广泛布局，充分投入，只做精品。

财报

三七互娱发布2017年半年报，报告显示，2017年上半年三七互娱实现营收30.79亿元,同比增长27%;实现归属上市公司净利润8.51亿元,同比增长75%。  
同月，三七互娱荣升互联网协会理事单位，同时位列2017年互联网企业百强榜单第18位，蝉联中国互联网企业20强。

9月

资本

三七互娱发布公告称拟以14亿元现金收购极光网络剩余20%股权，以实现全资控股。极光网络为《永恒纪元》研发团队。此次成功收购将会进一步增强三七的研发和发行实力。

出海

三七互娱被Facebook评为选为“中国出海50强人本营销领先品牌”。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。



# 公司介绍/法律声明

## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

# 生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询