

# 中国移动游戏市场盘点分析2017H1

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
实时分析驱动用户资产成长





## 分析定义

- 移动游戏是指基于移动互联网，依托于移动终端运行的游戏产品。最大的特点是不受空间的限制，可随时随地进行游戏活动。目前市场上的移动互联网游戏发展的主要促进因素是智能终端的发展，操作系统集中为iOS和Android两类。



## 分析范畴

- 分析对象主要是大陆地区涉及移动游戏市场，不包括港澳台地区；
- 其内容细分包括移动游戏研发商、发行商、渠道、用户等多个维度



## 数据说明

- 易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。  
整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：  
1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”  
2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等  
3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整

# 目录

## CONTENTS

01



中国移动游戏市场现状

02



中国移动游戏市场竞争分析

03



中国移动游戏市场用户分析

04



中国移动游戏典型企业分析

05



中国移动游戏未来发展趋势

# PART 1



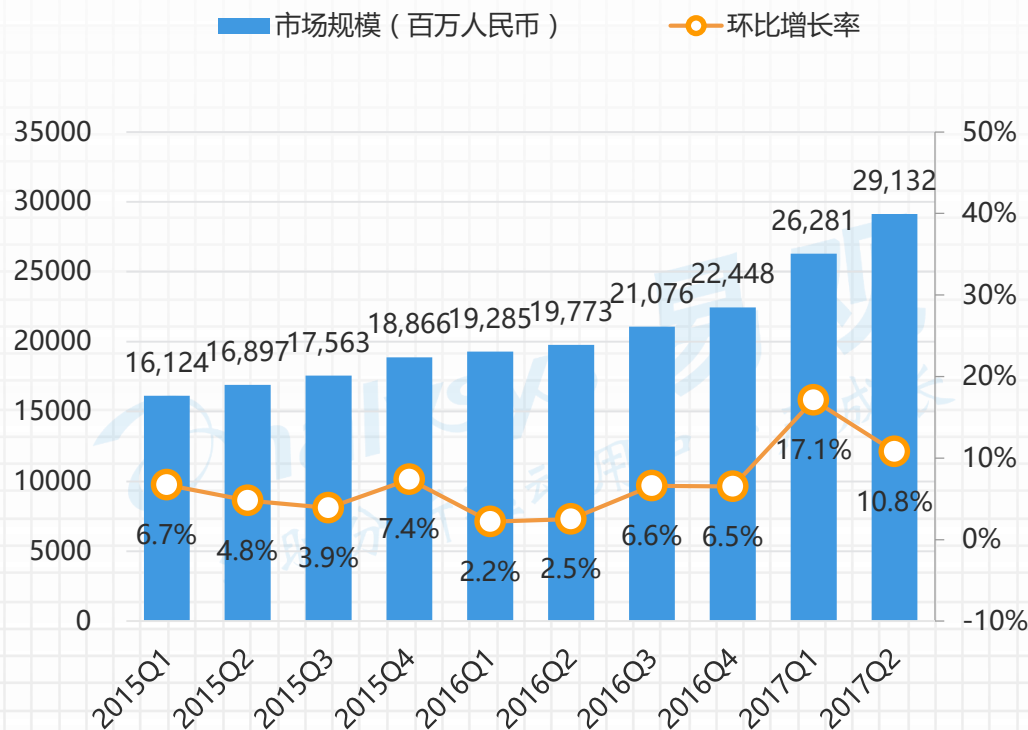
## 中国移动游戏市场现状

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 2017年1月-6月中国移动游戏市场规模达到554.13亿

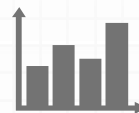
## 2015Q1-2017Q2中国移动游戏市场规模



说明：1、易观从本季度起修改数据算法，对以前中国移动游戏市场规模数据进行更新。  
2、具体包括其运营及研发的移动游戏产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

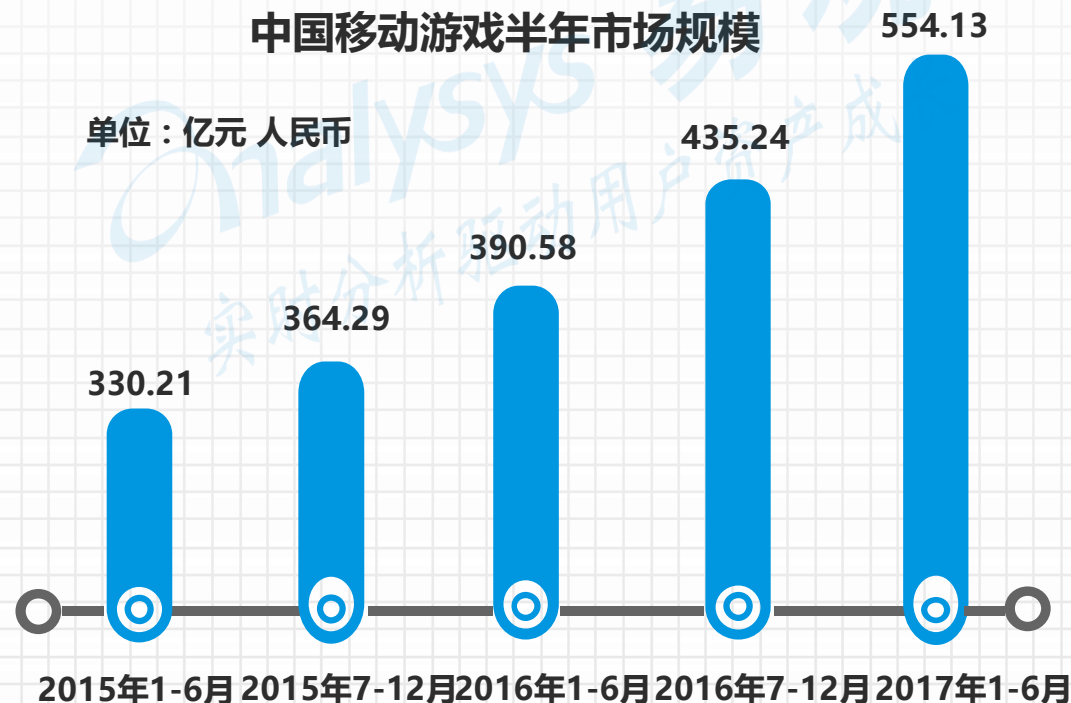
www.analysys.cn



2017年1月-6月中国移动游戏市场规模达到554.13亿人民币，其中Q1季度达到262.81亿人民币，环比增长17.1%。Q2季度达到291.32亿人民币，环比增长10.8%。目前来说移动游戏市场仍旧处于一个高增长期。在目前看来，移动游戏虽然在Q2季度增长趋势放缓，但是并不影响整体市场规模的增长动力。

## 中国移动游戏半年市场规模

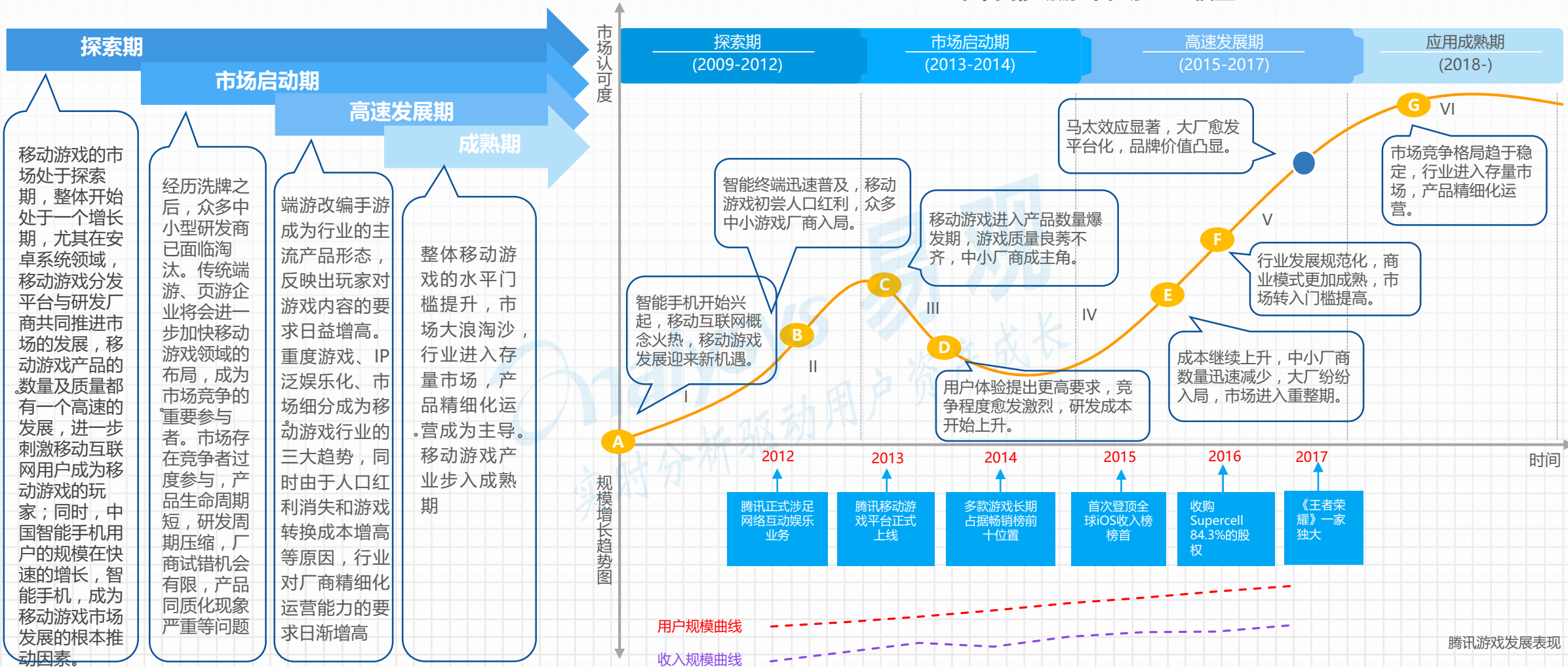
单位：亿元 人民币





# 中国移动游戏市场仍处于高速发展期

2016年中国移动游戏市场AMC模型



# 中国移动游戏商业图谱

## 游戏内容提供方

技术支持

游戏引擎

unity  
Cocos2D  
UNREAL ENGINE

技术外包

原力  
ORIGINAL FORCE  
小旭游戏音乐制作

游戏研发发行

游戏研发商

腾讯游戏 Tencent Games  
完美世界 PERFECT WORLD  
金山 KINGSOFT  
西山居  
盛大游戏  
三七互娱 37 Interactive Entertainment  
掌趣 DUREPALLM  
网易游戏  
巨人网络 GIANT NETWORK  
乐元素  
G-bits 吉比特  
多益网络 www.duoyi.com  
畅游 changyou  
elex 智明星通 www.elex-tech.com

游戏发行商

腾讯游戏 Tencent Games  
昆仑游戏 KUNLUN.COM  
飞流 FLMobile  
触控科技 CHUKONG Technologies  
恺英网络  
CMGE 中手游  
龙图游戏 LONGTU GAME  
乐逗游戏 IDEARISKY GAMES  
三七互娱 37 Interactive Entertainment  
HERO 英雄互娱  
LINEKONG 蓝港互动

## 游戏内容分发方

游戏分发渠道

应用商店渠道

应用宝  
360游戏 360游戏  
百度 移动游戏  
阿里游戏 PP助手  
Google play  
豌豆荚 d.cn 当乐网

硬件厂商渠道

小米互娱 MI ENTERTAINMENT  
华为游戏  
oppo 游戏中心  
vivo 游戏 Games  
魅族互娱  
coolpad 酷派  
乐商店 app.lenovo.com  
金立游戏 GIONEE  
乐视游戏  
硬核联盟

运营商渠道

爱游戏  
wo 游戏  
咪咕 游戏  
超级APP  
bilibili  
爱奇艺

## 电子竞技

电竞俱乐部

Invictus Gaming  
Team DK  
Team WE

俱乐部联盟

中国移动电竞联盟  
ACE  
LACE  
WCA 2016  
NEST  
TGA 大奖赛  
HPL

电竞赛事

节目制作

游戏竞技  
Imba

电竞直播

斗鱼 DOUYU.COM  
熊猫直播  
战旗直播  
虎牙直播 HUYA.COM

电竞数据支持

玩加赛事 wanplus.com

## 衍生服务

游戏视频

腾讯视频 V.QQ.COM  
优酷 YOUKU  
17173 视频 V.17173.COM  
爱拍 游戏 www.aipai.com

游戏交易

淘宝网 Taobao.com  
5173.COM 中国网络服务网

游戏周边

游戏卡牌  
游戏玩具  
游戏外设

## 支撑服务

广告平台

CHANCE 畅思广告  
WAP5 万普世纪传媒  
DOMOB多盟  
有米

游戏媒体

多玩游戏 duowan.com  
游戏多 youxiduo.com  
口袋巴士  
TGBUS.COM  
17173 18183

支付平台

支付宝 ALIPAY  
Apple Pay  
微信支付  
银联

云计算

UCloud 专业基础云计算服务商  
金山云 WWW.KSYUN.COM  
腾讯云

数据监测

Analysys 易观  
实时分析驱动用户资产成长  
友盟 UMENG  
App Annie  
TalkingData

# IP热度不减，中重度类型仍是主流

## ios游戏畅销排行榜TOP15 (1月15日)

1.王者荣耀 2.阴阳师 3.梦幻西游 4.倩女幽魂 5.大话西游  
6.梦幻诛仙 7.剑侠情缘 8.开心消消乐 9.火影忍者  
10.永恒纪元 11.穿越火线 12.乱轰三国志 13.镇魔曲 14.微变私服 15.问道

## ios游戏畅销排行榜TOP15 (2月15日)

1.王者荣耀 2.阴阳师 3.梦幻西游 4.倩女幽魂 5.大话西游  
6.剑侠情缘 7.开心消消乐 8.神话大陆 9.梦幻诛仙 10.诺文尼亚  
11.苍月传奇 12.永恒纪元 13.全民飞机大战 14.大富豪3 15.征途

## ios游戏畅销排行榜TOP15 (3月15日)

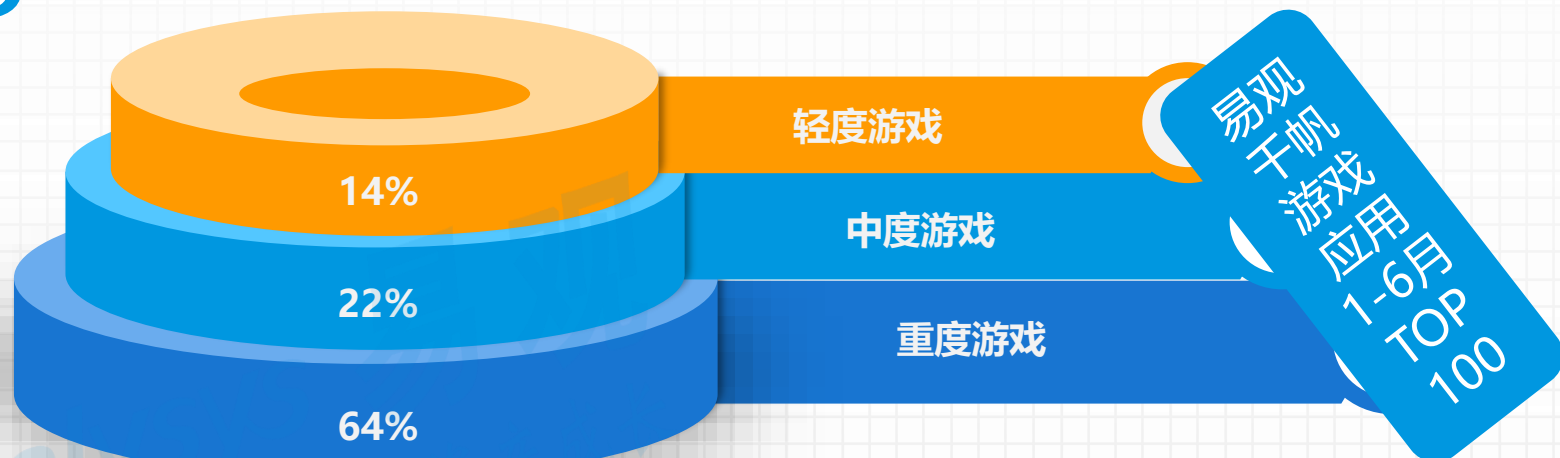
1.王者荣耀 2.龙之谷 3.梦幻西游 4.倩女幽魂 5.Fate/Grand Order  
6.大话西游 7.阴阳师 8.剑侠情缘 9.部落冲突 10.开心消消乐  
11.乱轰三国志 12.永恒纪元 13.梦幻诛仙 14.斗罗大陆 15.问道

## ios游戏畅销排行榜TOP15 (4月15日)

1.王者荣耀 2.梦幻西游 3.阴阳师 4.热血江湖 5.Fate/Grand Order  
6.崩坏3 7.龙之谷 8.倩女幽魂 9.勇者大作战 10.大富豪3  
11.剑侠情缘 12.大话西游 13.永恒纪元 14.乱轰三国志 15.黎明之光



在易观千帆游戏应用1-6月TOP100中，重度游戏占据64%，中度游戏占据22%，轻度游戏占据14%，其中涉及IP转化的产品占68%。Analysys易观分析认为，相比于轻度游戏，重度游戏变现能力较长，并且吸金能力较强，此外，带有IP属性的产品吸粉能力不俗，也是精细化运营方向的主要核心因素



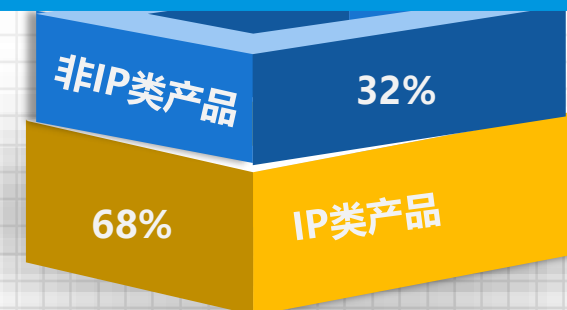
## ios游戏畅销排行榜TOP15 (5月15日)

1.王者荣耀 2.梦幻西游 3.倩女幽魂 4.阴阳师 5.热血江湖  
6.龙之谷 7.我的萌将时代 8.神话永恒 9.大话西游  
10.剑侠情缘 11.Fate/Grand Order 12.仙剑奇侠传幻璃镜  
13.开心消消乐 14.勇者大作战 15.思美人

## ios游戏畅销排行榜TOP15 (6月15日)

1.王者荣耀 2.梦幻西游 3.天龙八部 4.魂斗罗 5.倩女幽魂  
6.热血江湖 7.封神召唤师 8.龙之谷 9.剑侠情缘 10.大话西游  
11.驯龙三国 12.阴阳师 13.永恒纪元 14.太极熊猫 15.战舰猎手

## 易观千帆游戏应用1-6月TOP100

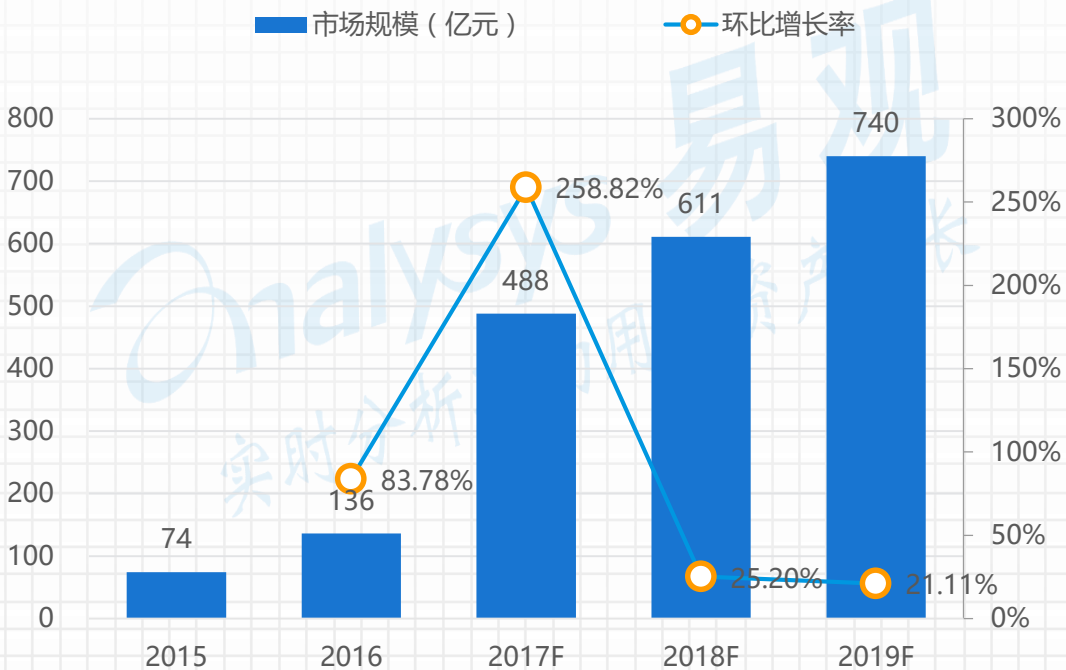




# 移动电竞市场爆发，电竞赛事正规化

随着我国移动游戏的爆发，客户端电子竞技遇到发展瓶颈，移动电竞市场得到爆发，市场主流及资本市场对移动电竞纷纷青睐，并且目前移动电子竞技赛事也逐步形成规模，正规化、主流化、模式化。目前以《王者荣耀》为代表的KPL王者荣耀职业联赛成为中重度电子竞技赛事代表之一，另外以《球球大作战》为代表的BPL球球大作战职业联赛成为休闲电竞赛事代表，整体移动电竞奖金飙升，《球球大作战》总奖金达到千万。

## 2015-2019年中国移动电竞市场规模及预测

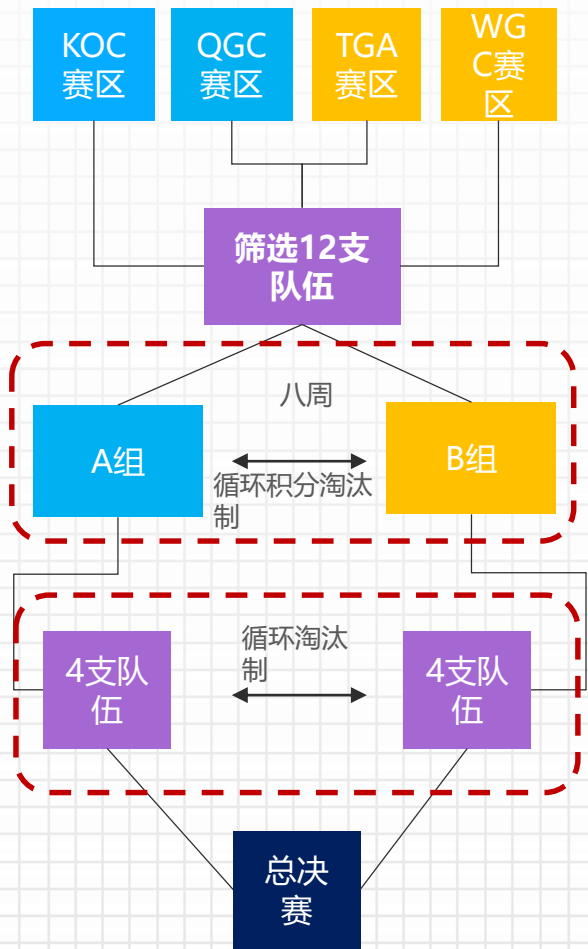


说明：移动电子竞技市场规模：1.移动电子竞技赛事收入。2.移动电子竞技衍生收入。3.移动电子竞技游戏收入。数据来源：企业访谈、上市企业财报，根据易观统计分析模型得出。

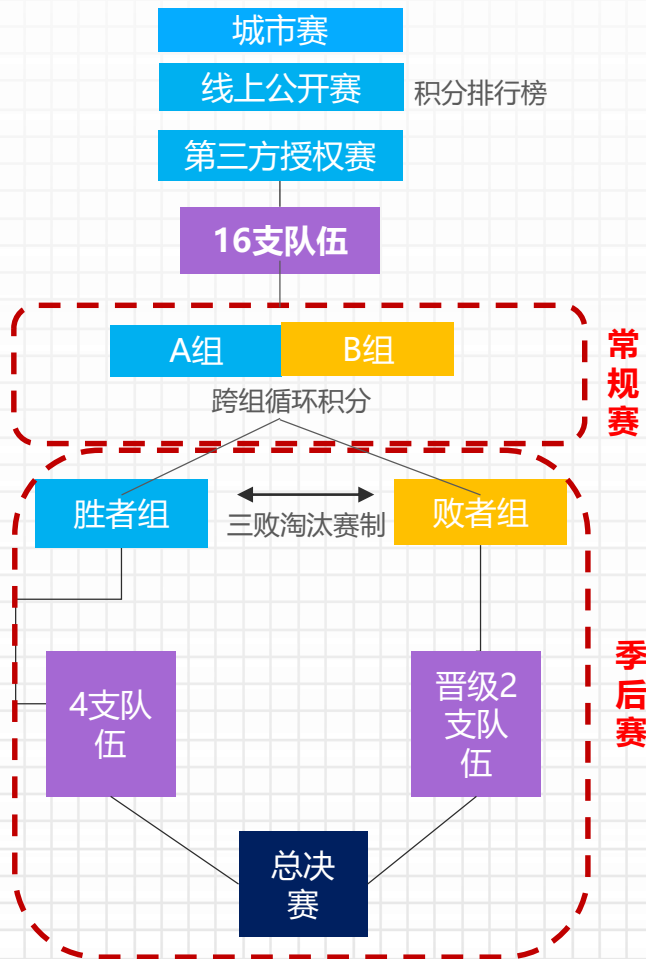
© Analysys 易观

www.analysys.cn

## KPL王者荣耀职业联赛



## 球球大作战BPL职业联赛



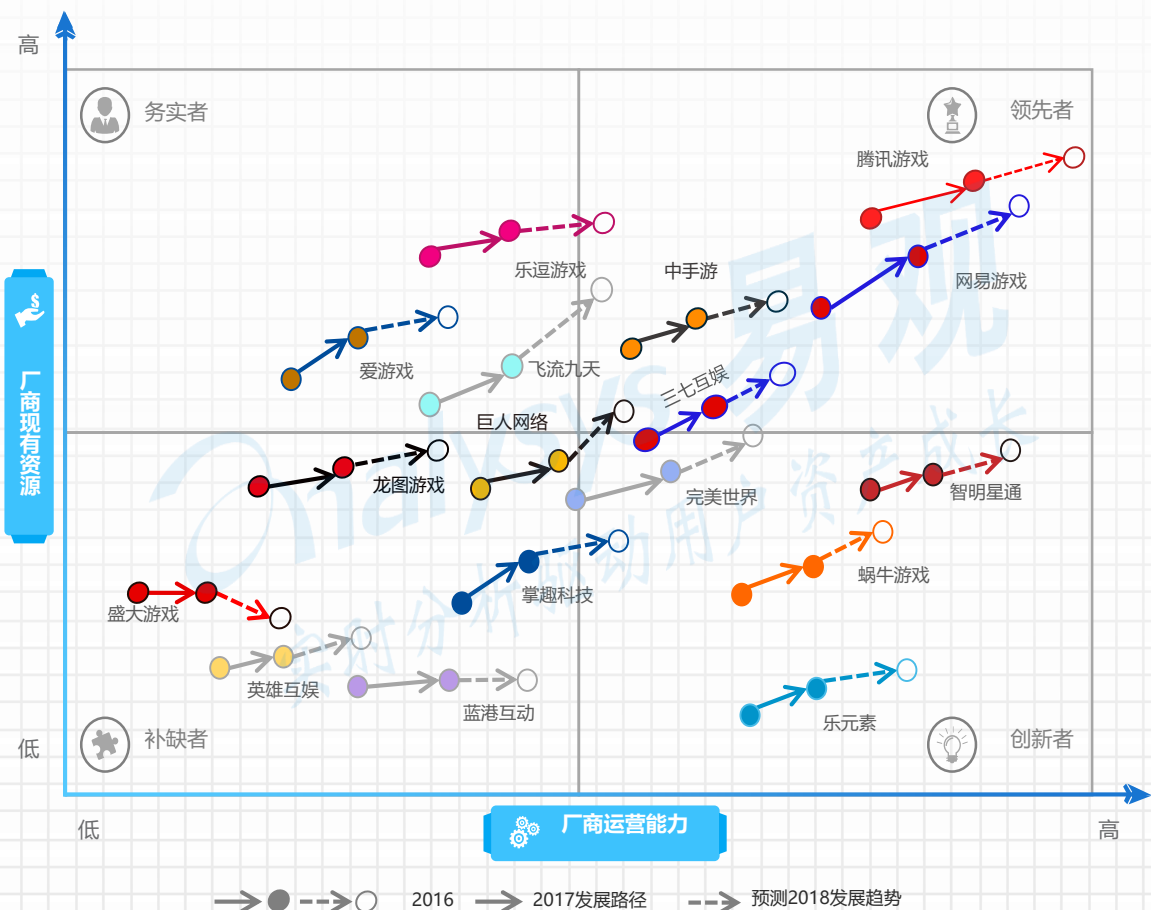
## PART 2



### 中国移动游戏市场竞争分析

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



厂商现有资源（纵轴）

## 产品资源

从企业研发或运营的产品数量、产品类型丰富度、所拥有的IP资源等维度评判

## 收入规模

从现有产品所创造的流水及收入规模进行评判

## 资本实力

从企业的市值  
或估值、在资  
本方面的积累  
等方面评判

## 团队规模

对企业相关产品的团队规模与稳定性进行评判

## 品牌资源

对企业及相关品牌与声望进行评判

厂商运营能力（横轴）

30%  
研发能力

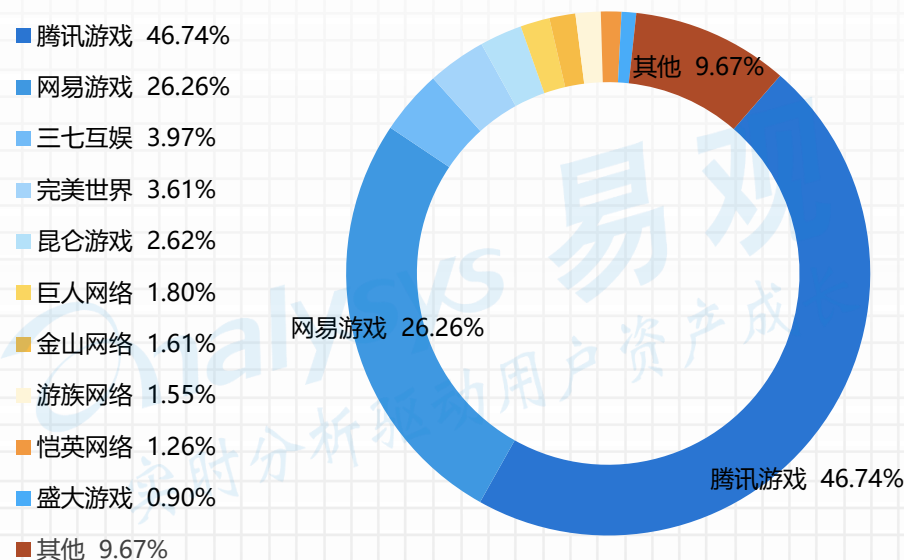
30%  
发行  
能力

20%  
创新能力

20%  
持续  
成功  
能力

# 腾讯、网易依旧领跑头部市场，等级化格局显现

## 2017年1-6月中国移动游戏市场竞争格局



说明：1、中国移动游戏厂商竞争格局，以其分成后营收规模计，即中国游戏企业在移动游戏方面的业务收入。2、数据来自上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。



2017年1-6月中国移动游戏市场格局仍是由腾讯、网易领衔，其中腾讯依靠其电子竞技手游《王者荣耀》的庞大的用户覆盖率以及多个IP产品的共同繁荣，占据46.74%的市场份额。2017年1-6月网易占据26.26%的市场份额，通过对比可以看出网易仍与腾讯有着较大的距离，并且在上半年，网易主要的移动游戏收入来自于其老牌的产品《梦幻西游》、《阴阳师》两款产品。

2017年1-6月三七互娱占据第二梯队领头位置，成为继腾讯、网易之后占据市场份额最多的企业，市场份额达到3.97%，这主要是因为旗下自研产品《永恒纪元》的持续营收能力以及持续泛娱乐化的战略方向。完美世界与昆仑游戏分别占比3.61%，2.62%。其中在第二梯队中，昆仑游戏相比于三七与完美还有部分差距。

2017年1-6月在第三梯队中，巨人依靠旗下休闲电竞手游《球球大作战》占据1.8%的市场份额。其中围绕《球球大作战》的电子竞技生态，在移动休闲电竞领域市场关注度最高的电竞赛事。此外，金山、游族、恺英、盛大分别占据1.61%、1.55%、1.26%、0.90%的市场份额



# 中国移动游戏1-6月用户竞争

## 2017年1-6月中国移动游戏Ios畅销榜有效用户转化付费企业TOP10

1	腾讯游戏
2	网易游戏
3	龙图游戏
4	三七互娱
5	乐元素
6	哔哩哔哩
7	吉比特
8	初见科技
9	胡莱游戏
10	IGG

说明：数据来源：App store。榜单以2017年1-6月中国移动游戏Ios畅销榜中，综合产品有效付费用户转化率及收入维度，根据易观推算模型得出



Analysys易观认为，2017年1-6月，腾讯旗下产品《王者荣耀》凭借庞大的用户基数持续霸榜畅销榜第一名，此外《梦幻西游》、《剑侠情缘》《火影忍者》《穿越火线》等游戏也持续表现良好，给腾讯带来大量收入，其多个产品类型中，用户覆盖广泛，由于用户基数大，其有效付费率转化较高。网易凭借其现象级手游《阴阳师》表现势头强劲，此外，其老牌产品《梦幻西游》、《大话西游》、《倩女幽魂》仍然保持稳定的状态，使得网易成为在用户有效转化方面成为第二名，网易深耕产品内容，在一定程度上迎合了其他游戏类型用户游戏偏好。龙图游戏旗下产品多布局MMOARPG类型，其中《热血江湖》、《剑与魔法》成为龙图游戏主要的用户来源。由于MMOARPG类游戏普遍用户付费转化较高，使得龙图在MMOARPG游戏类型中拥有不错的用户基础。三七互娱一直以来最擅长以“ARPG+SLG”为主导产品类型，两款产品均是用户粘性较高的游戏产品类型，旗下自研自发产品《永恒纪元》长期占据Ios畅销榜前10。并且目前来看，属于为数不多的现象级产品之一，生命周期超越一般ARPG类型手游，另外其上半年发行的《天堂荣耀》也表现不俗，由于三七互娱在页游领域的成功表现，本身具有很大的用户基础，在转型手游领域也势如破竹，是为数不多的典型转型厂商代表。乐元素一直以来以轻度休闲游戏产品类型为主，轻度休闲游戏由于场景多元化，一般用户覆盖率较大，用户粘性较高，但是用户付费率较低，乐元素主要仍是凭借旗下老牌产品《开心消消乐》为主体，单凭单款产品为核心可能会面临较大的风险。此外，哔哩哔哩、吉比特、初见科技、胡莱游戏、IGG等厂商差距不大，均是以单款产品为核心，由于产品生命周期有限，用户留存与粘性难以得到保证。

# PART 3



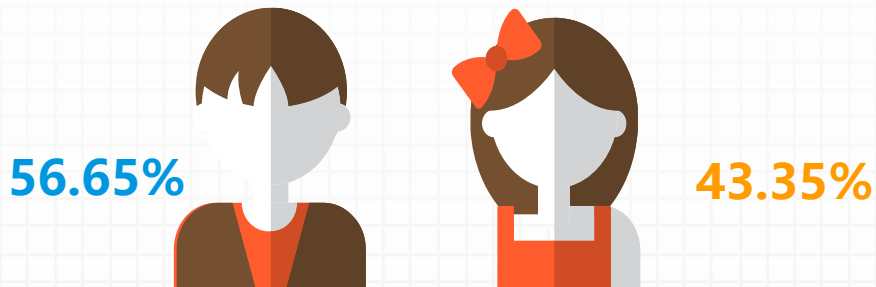
## 中国移动游戏用户分析

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

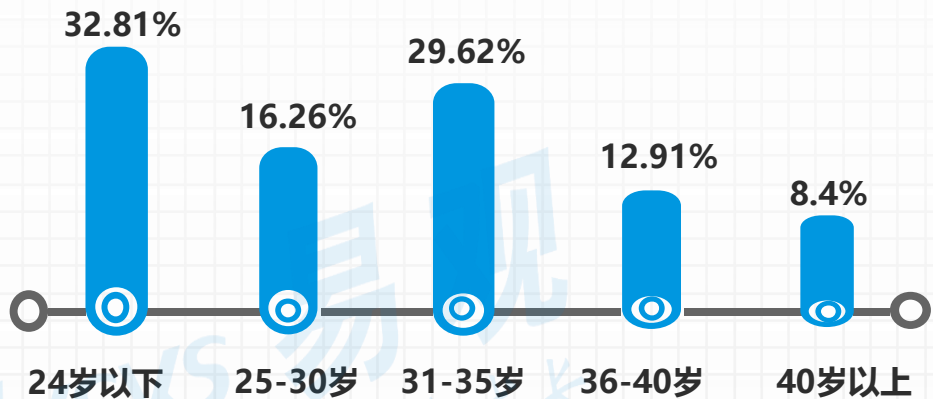
# 移动游戏1-6月用户一、二线城市青少年中高等消费男性居多

中国移动游戏1-6月用户男女比例



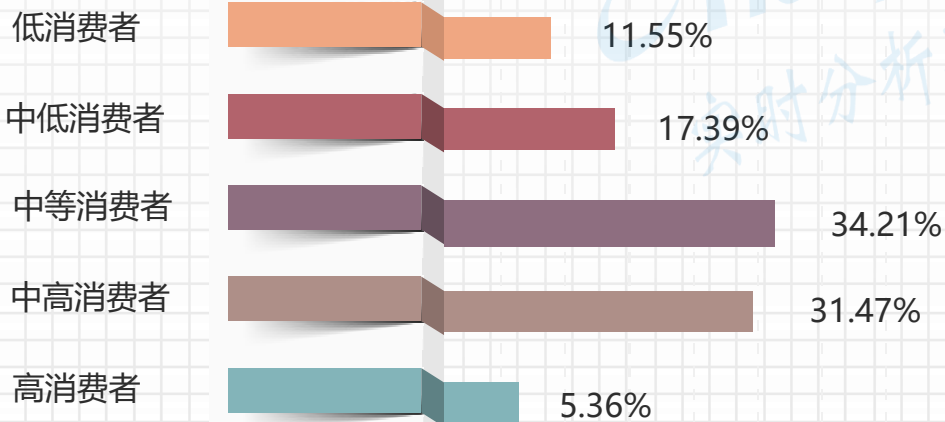
2017年中国移动游戏1-6月用户男女比例，男性用户占比56.65%，女性用户占比43.35%。虽然王者荣耀、球球大作战等产品吸引了大量女性用户，但是移动游戏产品仍是以契合男性产品居多，男性仍是移动游戏用户的主流

中国移动游戏1-6月用户年龄比例

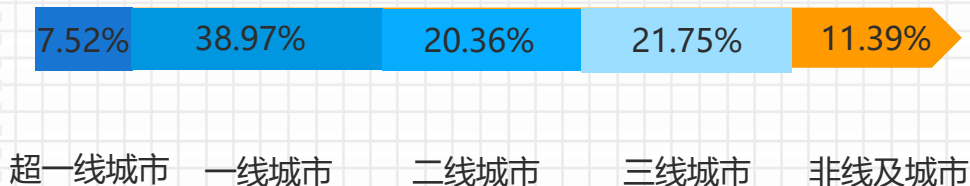


2017年中国移动游戏1-6月用户年龄比例中，青少年仍是移动游戏用户的主要人群，占比达到32.81%。随着移动游戏全民化的特点越来越明确，移动游戏用户年龄越来越平均化

中国移动游戏1-6月消费能力比例



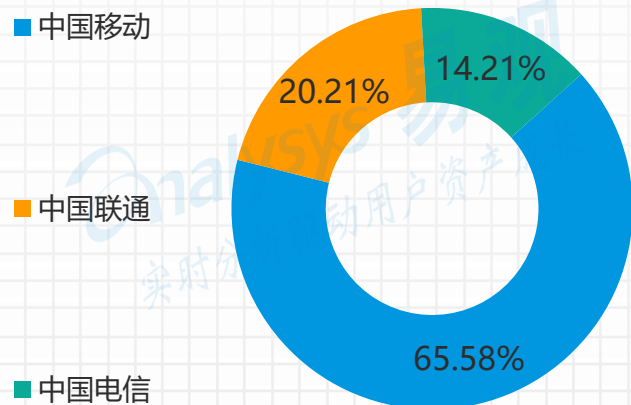
中国移动游戏1-6月用户城市分布占比



数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

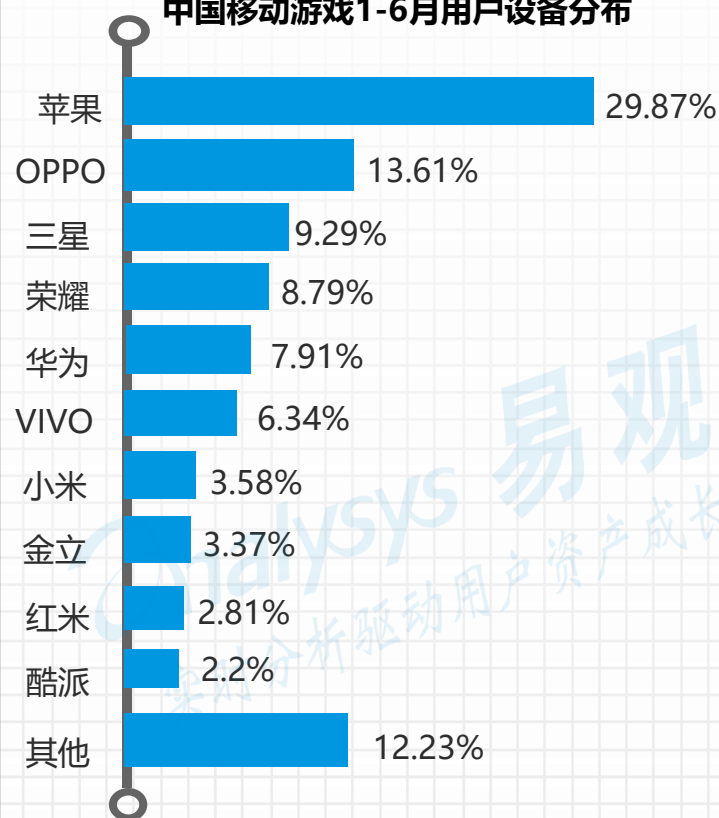
# 中国移动用户占据6成，苹果设备成为用户钟爱，安卓用户偏爱应用宝

## 2017年1-6月中国移动游戏运营商分布



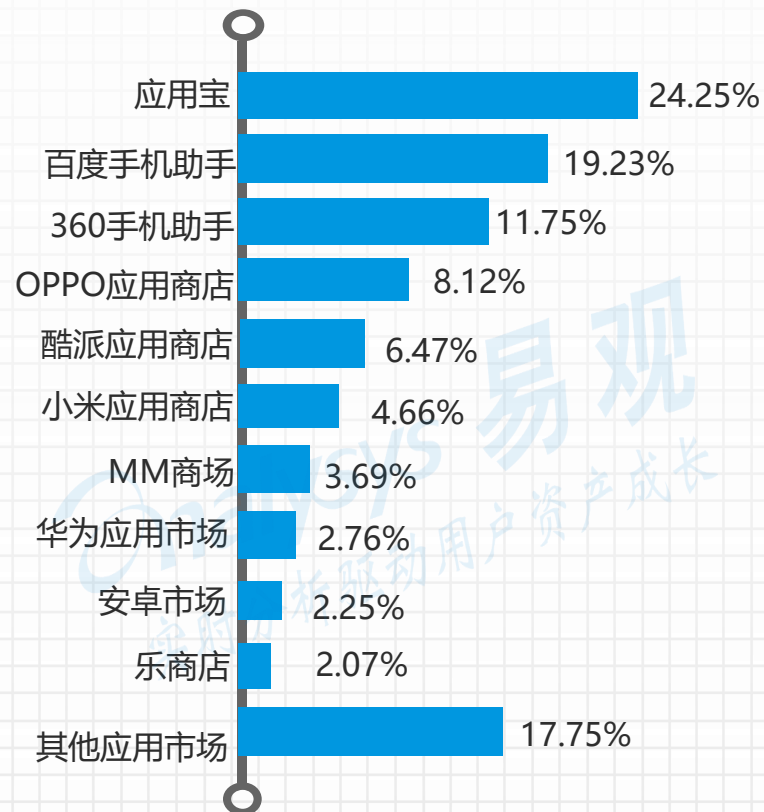
数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

## 中国移动游戏1-6月用户设备分布



数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

## 中国移动游戏1-6月渠道市场份额占比

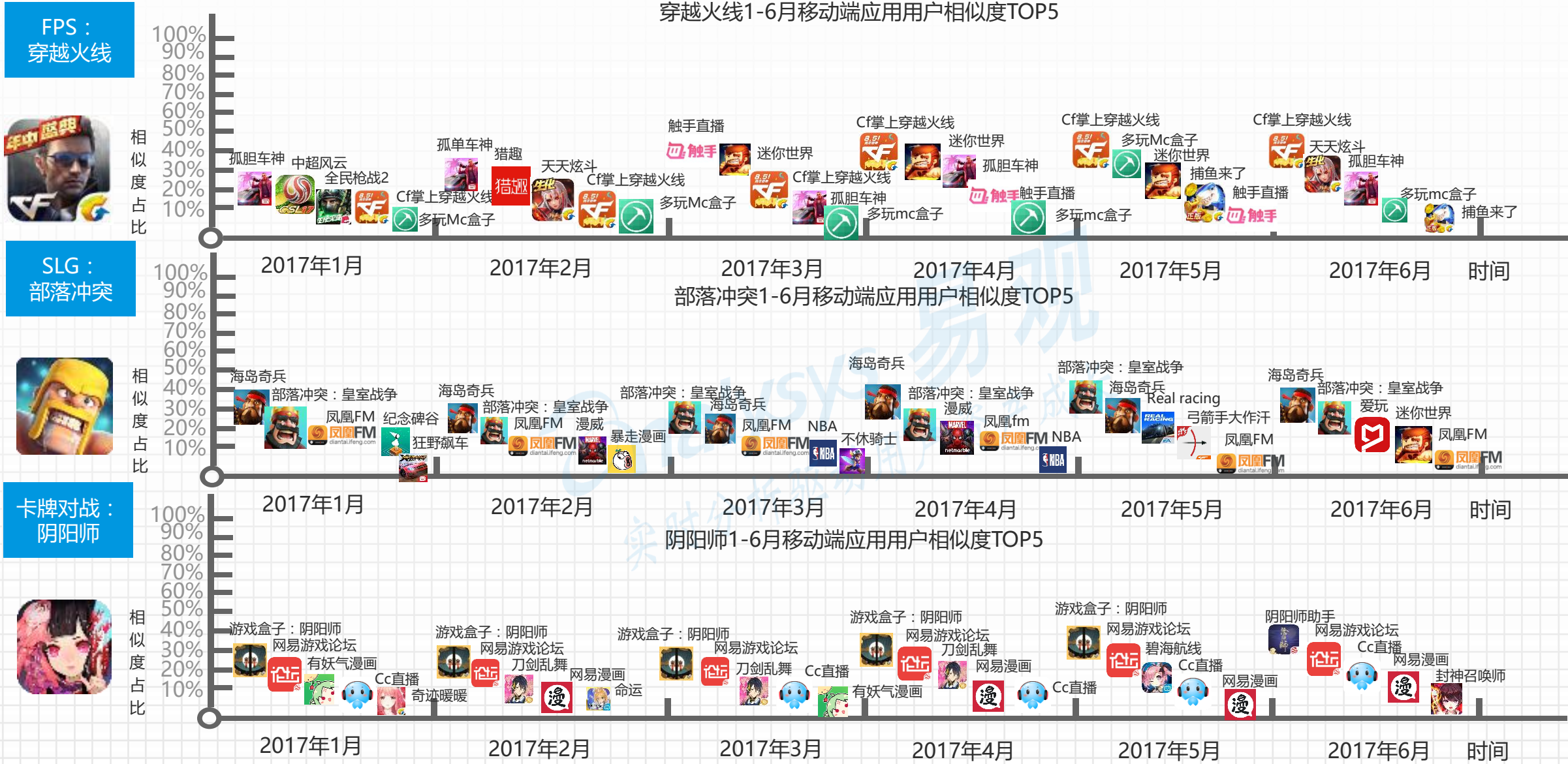


数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。





# 细分典型产品应用相似度-2



# PART 4



## 中国移动游戏典型企业分析

© Analysys 易观

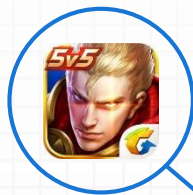
[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 精品泛娱乐打造移动游戏生态——腾讯游戏

## 增强自研实力，打造精品手游

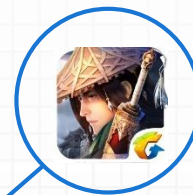
- 旗下拥有5个工作室，从自早期的天天系列手游，到现在火爆全国的中重度手游《王者荣耀》，长期占据畅销榜头部位置；
- 以86亿美金的价格收购全球知名手游开发商Supercell 84.3%的股权，继续增强本身的研发实力，加强全球化基因，后者自研的手游《部落冲突》在发布四年后仍深受玩家喜爱。



SUP  
ERC  
ELL



## 精品战略3.0



西山居  
SEASUN ENTERTAINMENT



## 开放平台，加强与外部的合作

- 与拥有端游IP的大厂合作进行手游改编及代理，以保证产品质量。16年西山居的《剑侠情缘》、完美世界的《梦幻诛仙》等改编手游均取得不俗成绩；
- 除知名端游IP外，在代理选择上倾向于高DAU、偏长线的手游产品。如三七互娱的《传奇霸业》、《择天记》等

## 立体化精细运营，助力精准营销

- 针对不同用户群体的游戏体验差别，对用户习惯和行为做出精准的数据分析，以便更为准确地投放资源，更为立体地规划运营活动。
- 充分利用腾讯产品链资源，在泛娱乐的范畴内疏通上下游资源助力产品运营。比如对《梦幻诛仙》的影游联动就取得不错的宣传效果。



## 着力电竞，扩大移动游戏外延

- 经过6年的培育，已经打造了完整的电竞生态版图：包括各类型游戏的TGA大奖赛、TGA移动游戏大奖赛，以及单品职业赛事LPL、CFPL和KPL，这些赛事覆盖了90%以上的电竞人群；
- 2016年7月CJ期间，腾讯网、QQ手游、腾讯互娱联合成立企鹅电竞，深度整合内部资源，连接电竞生态。

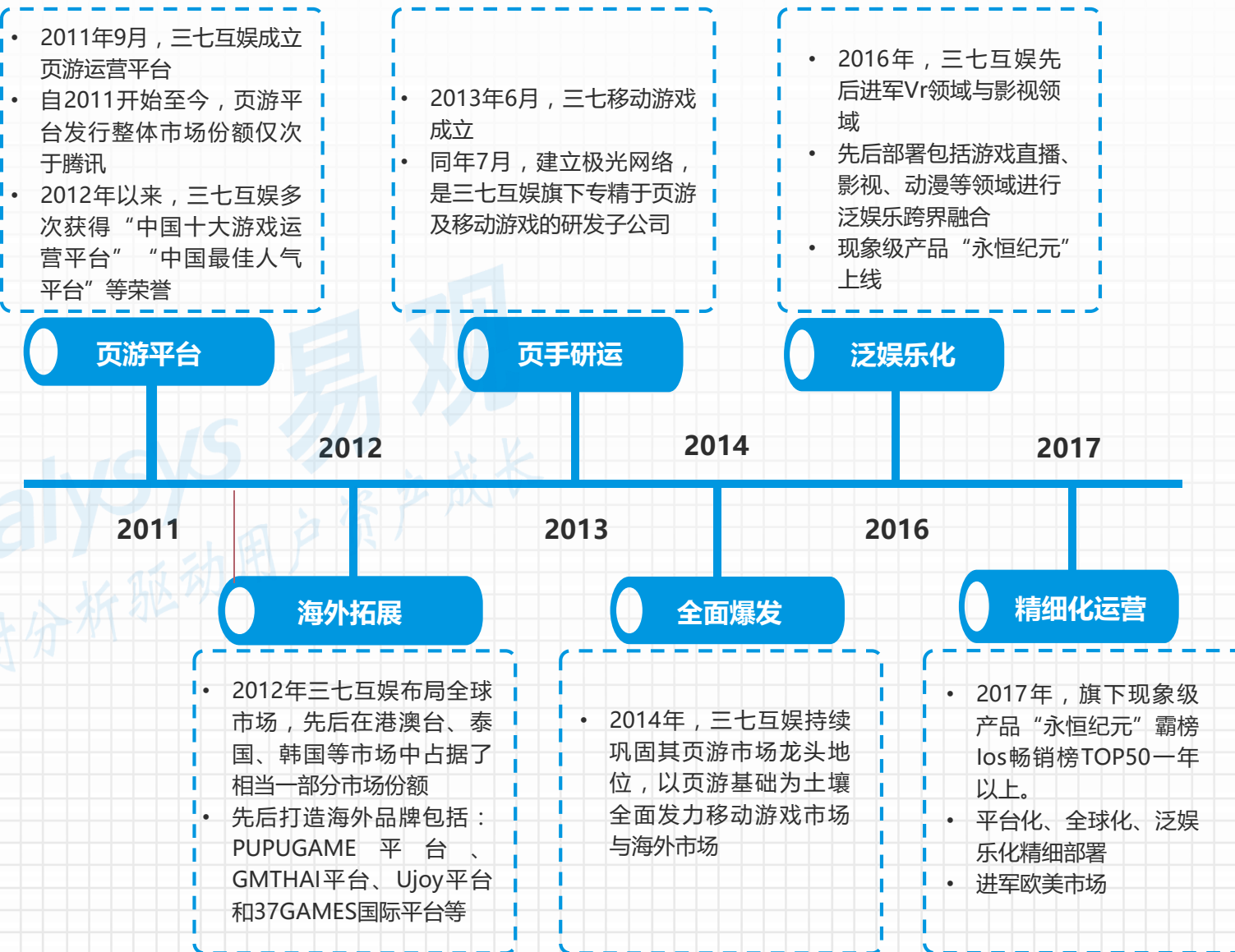




# 平台化、全球化、泛娱乐化——三七互娱



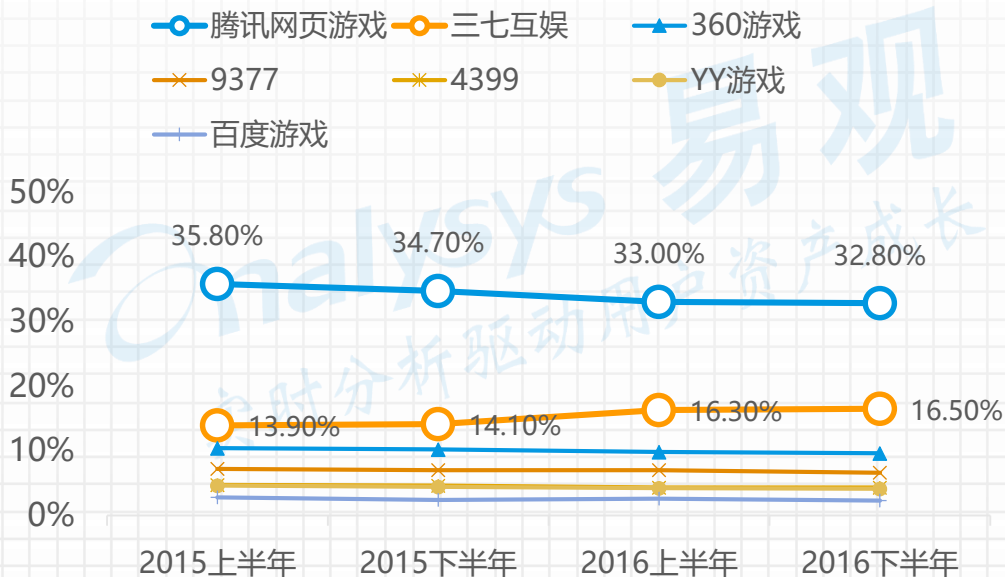
三七互娱  
37 Interactive Entertainment



# 页游业务规模稳定，手游业务高速增长

三七互娱旗下37手游成立于2014年，在此期间迅猛发展，现已发行手机游戏超过780款，包括《永恒纪元》、《梦幻西游》等长周期、精品游戏，最高月活跃用户人数（MAU）超过1000万人，最高月流水超过4.1亿元，代表作品《永恒纪元》单日流水最高纪录突破6500万。其中，上线已2年的《罗马帝国》实力强劲，现累计流水已过7亿；由公司自研自发手游《永恒纪元》，上线不到一周用户突破100万，当月流水破9000万，上线10个月流水总流水已超21亿。Analysys易观认为，三七互娱在网页游戏确定其头部地位，并且整体网页游戏部分保持稳定，转而全面深耕移动游戏部分，聚焦腾讯、网易以外其他30%的市场份额，相比于腾讯、网易来说用户基数较小，但是增长势头强劲，实行国内海外双轨道发展的战略，并且在吸纳多个精品IP的同时也在打造自身的IP。

部分网页游戏运营商市场份额占比变化曲线

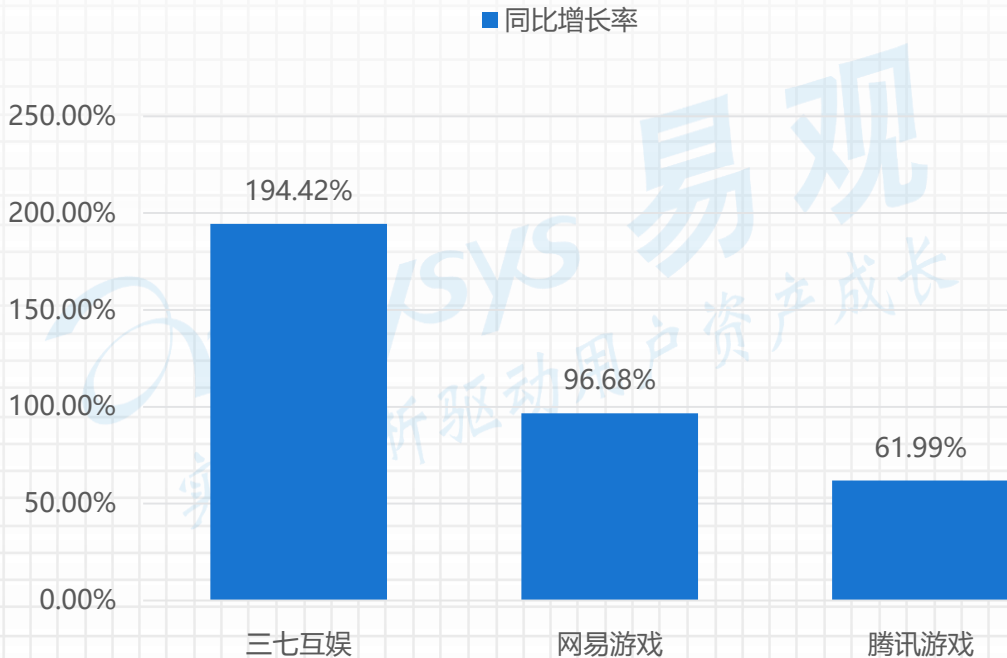


说明：1、中国网页游戏研发厂商竞争格局，以其分成后营收规模计，即中国网络游戏企业在其自主研发的网页游戏及社交游戏方面的业务收入。2、具体包括其研发的网页游戏产品所创造的用户付费收入分成以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、部分有研发与平台双业务厂商，分开统计其业务情况。4、数据来自上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出，部分数据将在2016年终盘点做相应调整。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年上半年企业移动游戏营收同比增长率



数据来源：腾讯、网易公开财报，厂商企业访谈数据征询，易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 多重业务构建泛娱乐生态——巨人网络



电子竞技

## 全线发力移动电竞

随着移动电子竞技的崛起，巨人全方位进军移动电子竞技，并且多条纵线同时推进，相继推出休闲竞技手游《球球大作战》、MOBA类电竞手游《虚荣》、体育竞技手游《街篮》。

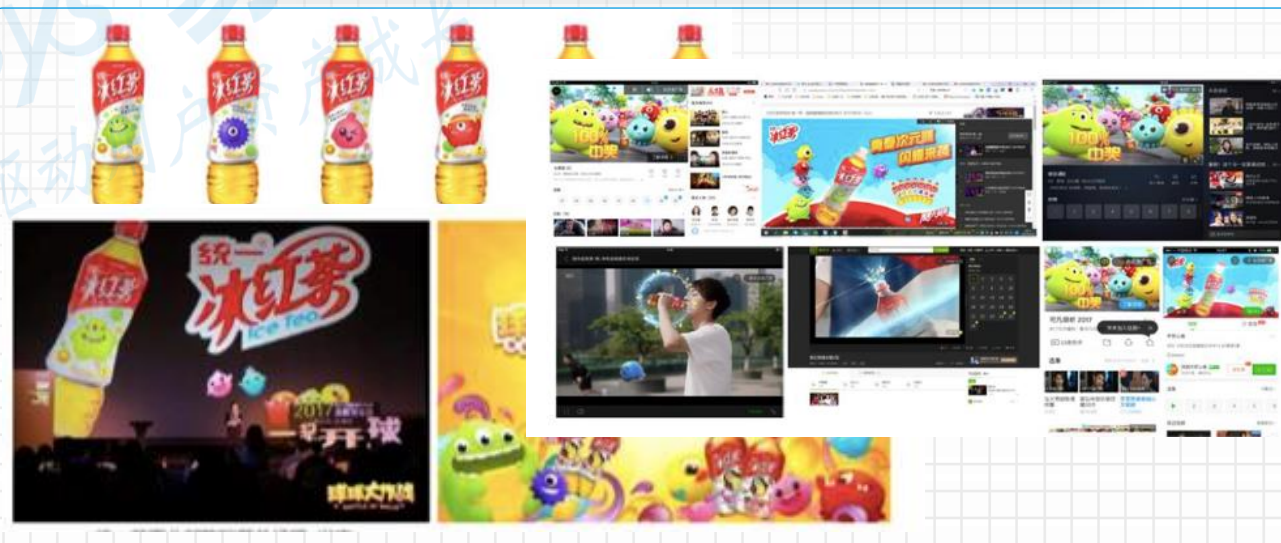
## 与传统领域跨界资源互补

在巨人2017战略发布会上宣布，《球球大作战》与统一冰红茶启动全面合作战略，双方在全国范围内，为广大用户和玩家打造专属瓶身，统一冰红茶独家冠名CEST《球球大作战》校园挑战赛

客户端游戏

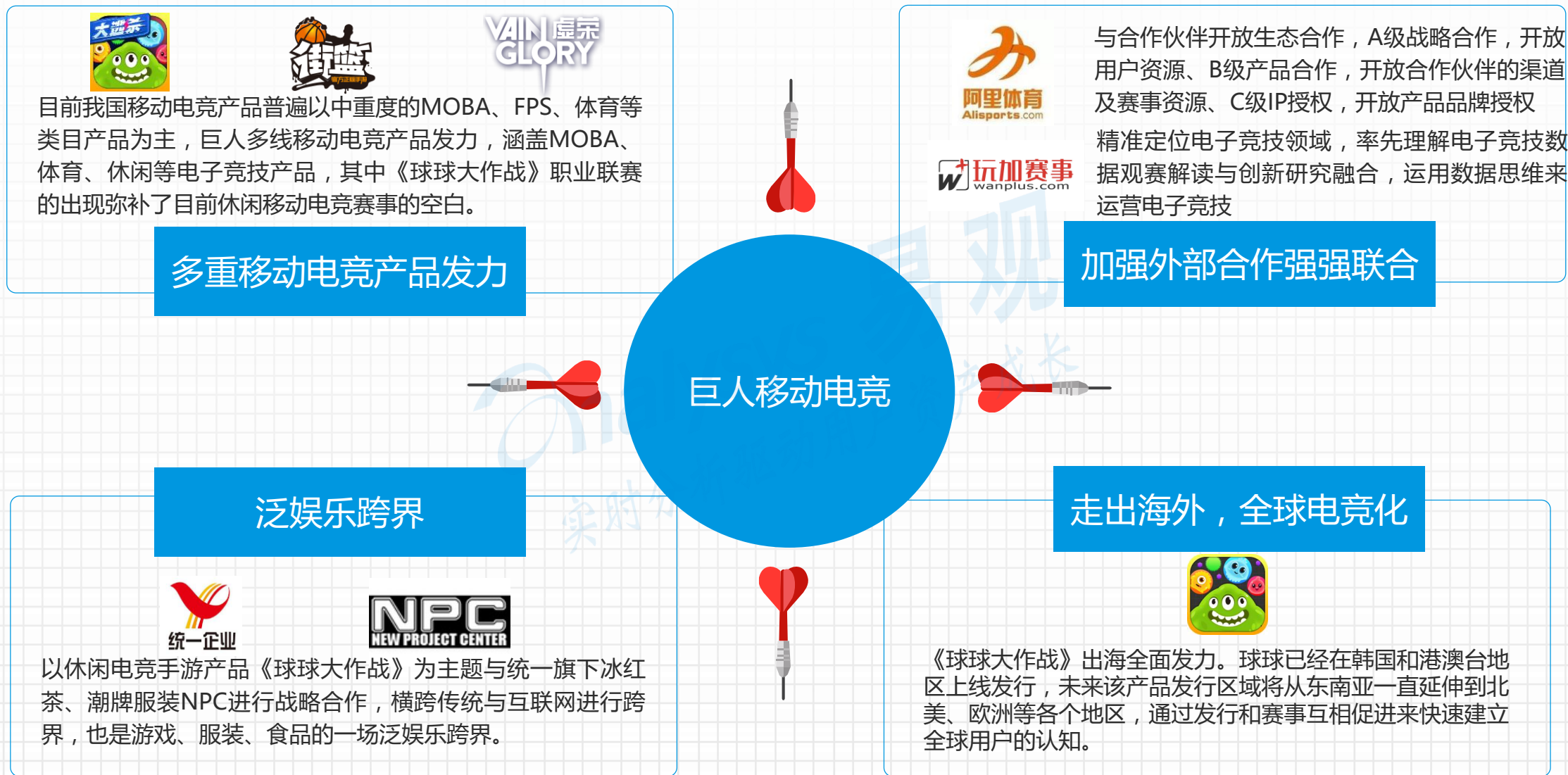


移动游戏





# 移动电竞带动核心资源优势——巨人网络





# PART 5

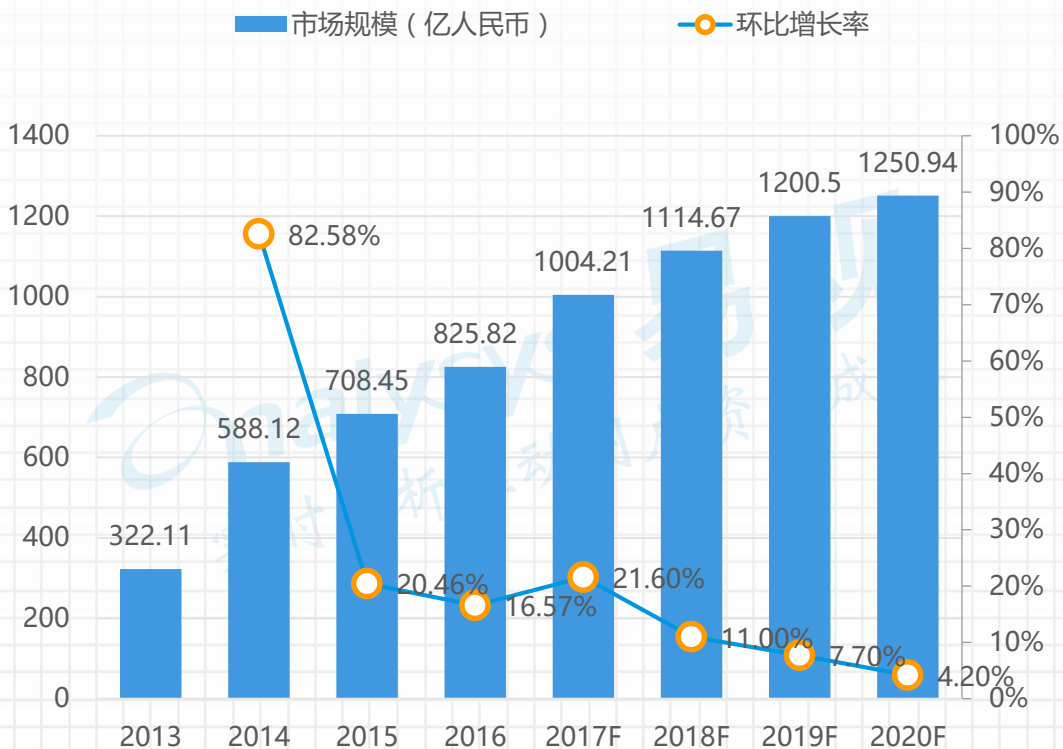


## 中国移动游戏未来发展趋势

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

## 2013-2020年中国移动游戏市场规模及预测



说明：1、易观从2017第一季度起修改数据算法，对以前中国移动游戏市场规模数据进行更新。2、具体包括其运营及研发的移动游戏产品所创造的用户付费收入以及企业间的游戏研发与代理费用，游戏周边产品授权，内容外包与海外代理授权费用的总和。3、上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

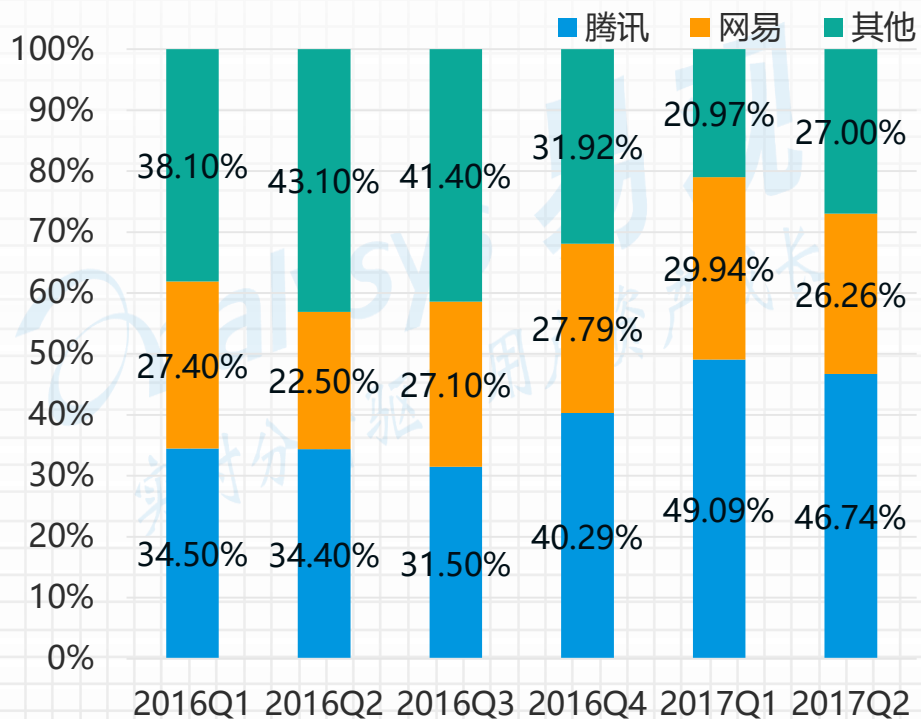
www.analysys.cn

### 移动游戏市场即将步入成熟期

目前，我国移动游戏市场将在2017年迎来破千亿的市场规模，随之而来经过市场沉淀，整体市场将步入成熟期，增速开始放缓，并呈下行状态。移动游戏进入下半场，内容产品成为竞争核心因素。产品精细化运营成为企业竞争的核心。



2016Q1-2017Q2腾讯网易市场份额占比



© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 腾讯、网易控场，挤压其他生存空间

自2016年Q1季度起，腾讯与网易开始垄断国内移动游戏市场，达到6成的市场份额，随着红利消失，2017年，腾讯与网易更是达到7成的市场份额，挤压其他企业的生存空间，游戏出海成为诱因。

## 全球移动游戏需求庞大

娱乐需求是人类持续不断的追求。中国的移动游戏提供商不再满足于本土化的发展，在海外市场发行产品，进行全球化发展已经成为必然趋势。并且一些非英语市场的国家及地区增长潜力巨大，如越南，德国及巴西等。

## 新兴经济体发展，互联网全球互通

随着世界经济的不断发展，发展中国家的娱乐消费不断增加，给移动游戏发展提供了经济基础。同时随着这些国家和地区的互联网深入普及，给予了游戏发展的网络环境基础。加之世界各国文化互通交流的频繁，移动游戏在新兴经济体当中的发展潜力不容忽视。

## 其他游戏细分市场转型加速

随着欧美地区家庭游戏、街机游戏的日渐式微，网络游戏市场的成长加速。这些地区玩家拥有成熟的游戏消费理念，以及对于社交的强烈需求，而当地游戏厂商在产品供应上并不能完全满足其需求。加上互联网和移动互联网的普及率高于世界其他区域，因此欧美地区也成为中国游戏提供商必争的战场之一。

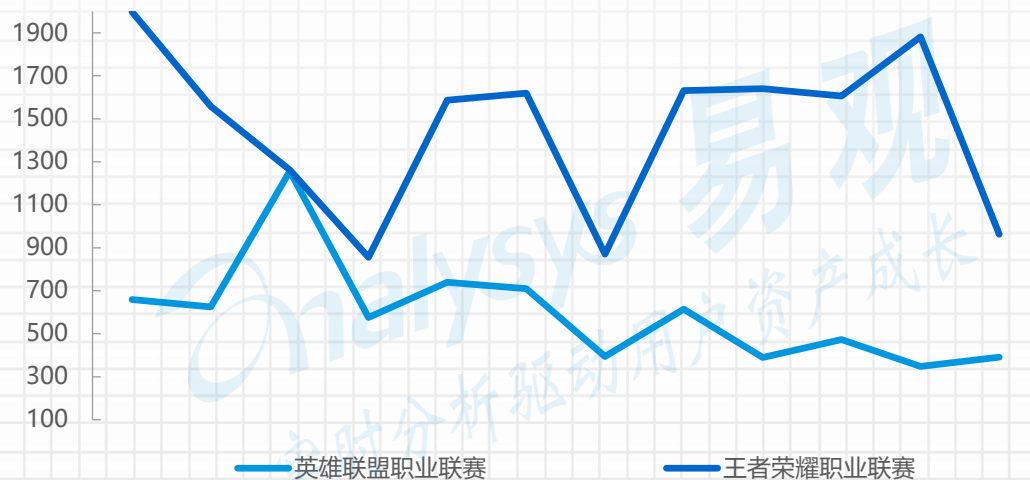
## 国内企业具有世界市场竞争力

目前，我国游戏海外发行成为主流，但是目前优秀的海外游戏发行商数目有限，一些早期出海的发行商逐步成熟抢占了海外市场的高地，也逐渐丰富企业能力，掌握了一些前端资源。一方面，通过对海外市场的专业知识以及对用户的习惯行为的掌握已经协助了不少国内的游戏开发商进军国际市场。另一方面，我国一些广东沿海的出海企业本身具有地理位置的优越性也起到了国内游戏开发商渗透国际市场的桥梁作用。最后，一些早期出海的企业也摸索完善了支付方法以及掌握了分销及付款渠道的能力与渠道的关系等。

## 移动电竞爆发

●伴随我国游戏市场用户的习惯倾斜，以及智能硬件的普及，我国客户端游戏市场规模达到饱和，并且增速放缓，相比于从客户端游戏分离出来的PC端电子竞技同样受到冲击。移动游戏在超越客户端游戏成为我国第一大市场份额，在一定程度上，许多厂商将客户端资源将大力迁徙到移动游戏布局，对整体的客户端游戏或将仅仅达到维护状态。随着整体的电子竞技进行“第二次工业革命”，移动电竞被社会主流所看好，移动电竞企业同样受到市场关注，企业市值不断攀升。

2016年第4季度英雄联盟职业联赛与王者荣耀职业联赛热度对比



数据来源：百度指数 易观整理

© Analysys 易观

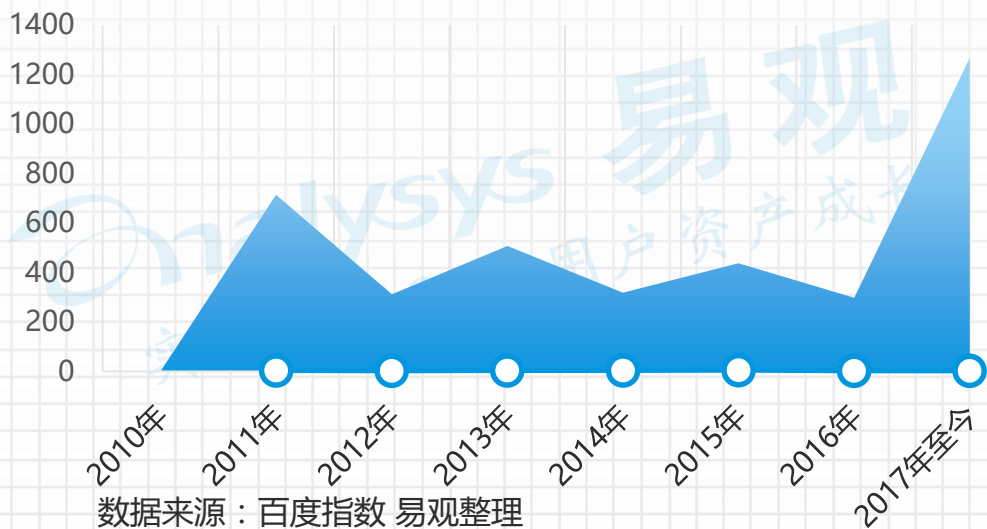
www.analysys.cn

## 移动电竞带动跨界双赢

●我国正处于文化升级的年代，泛娱乐跨界在各行各业屡见不鲜，移动电子竞技的爆发，一方面带来庞大的粉丝经济，另一方面可以帮助跨界企业提升品牌影响力，从而打开新的用户市场。

●2017年，《球球大作战》与统一冰红茶进行跨界合作，使得互联网与传统企业进行内容融合，也促使统一冰红茶在品牌效力方面得到大幅度提升

2011-2017统一冰红茶百度媒体指数



数据来源：百度指数 易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn



# 实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用