



中国竞技手游指数报告

2016年Q3 艾瑞咨询-触手联合发布

www.iresearch.com.cn

行业概览

- 中国电竞市场进入移动化时代
- 移动游戏从轻松、休闲向重度、竞技向发展
- 2016年Q3国内竞技手游热点频出
- 2016年中国游戏直播用户规模达到1.4亿，其中电竞用户直播渗透率高达70%
- 2016年Q3，触手TV手游专属频道月均开播房间数65120间

数据发布

- 直播类手机游戏类型划分，四类直播手游内容定义
- 竞技手游观众指数发布，8月暑假观众指数突破50000
- 四类手游直播用户分布，竞技类手游用户占比突破80%
- 竞技手游开播时长指数发布，8月在前三季度中累积开播时间最长
- 竞技手游日均观看时长指数发布，7、8月成就日均观看时长之最
- 2016年Q3各手游观众指数排名，其中《球球大作战》、《王者荣耀》、《穿越火线》分列前三
- 2016年Q3触手平台最受欢迎主播排名，主播花花❀、蓝烟々、若月位列前三
- 2016年Q3触手平台增速最快主播排名，主播鲨鱼哟位列榜首

移动直播行业发展概览

1

竞技手游指数发布

2

竞技手游榜单发布

3

附录

4

1.1: 行业背景介绍

电子竞技平台演化进入移动时代



游戏掌机



游戏街机

1990年前

玩家对游戏性能、画质、屏幕大小不断追求，并希望能在自己家中体验游戏

- 黑白、低像素画质为主
- 通过有限的命令按键操控游戏，内容玩法也较简易

家用、
强性能



电脑主机



游戏主机

1990-2000

玩家群体中拥有了更多上班族。他们没有很长的空闲时间，游戏时间开始碎片化

- 家用设备为主
- 显示性能不断提高，高对比度、高分辨率的游戏成为主流
- 键鼠/手柄的操控具有更高自由度

便携、
一机多用



智能手机

2010年起

移动游戏进入市场补充碎片化的游戏时间。目前移动游戏与PC/主机游戏间的关系更多是互补而非替代

- 便于携带
- 超高用户基数
- 一机多用，生活必备
- 不断提高的硬件性能
- 全新触屏操控，合理简化游戏操控系统

竞技手游发展背景

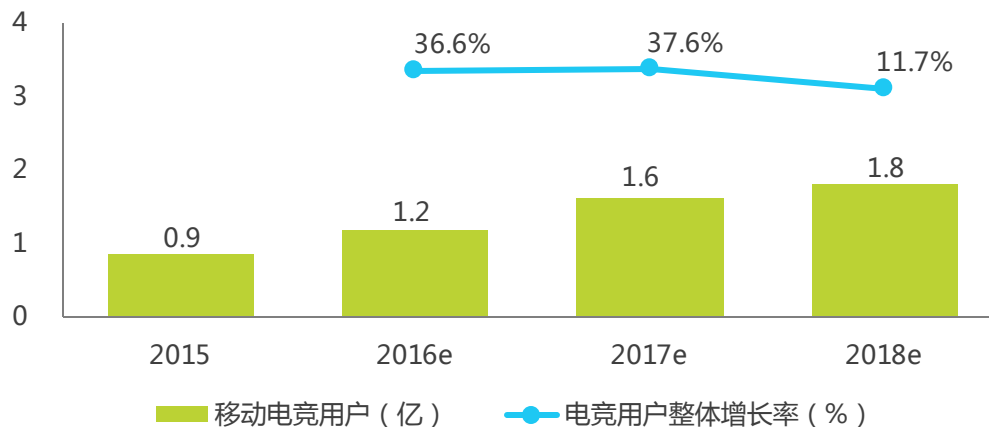
移动游戏从轻松、休闲向重度、竞技向发展

简单、便捷是初期推动竞技手游发展的关键因素，此后随着手游直播的发展及游戏内容质量的提升重度手游、竞技手游市场获得了巨大的发展空间。

好友组队
碎片化
随时随地
便于携带
画质优秀
操作简单
手游直播

随着智能手机性能的提升，移动游戏开始摆脱益智、休闲类游戏的束缚开始向重度游戏发展。此外随着《英雄联盟》等游戏的崛起，游戏电竞化的趋势势不可挡，整体电竞用户量也在逐年攀升（2015年中国电竞用户规模发展至1亿）。而移动游戏作为新兴游戏平台，想要抓住这一批用户，手游电竞化的转型可谓是一条必经之路。

2015-2018年中国移动电竞用户规模



注释：本报告中的电子竞技用户指有以下一项或多项行为的用户：1.半年内至少观看过或参与过一次狭义电竞游戏赛事（包括职业和非职业赛事），2.每周频繁玩狭义电竞游戏或观看电竞游戏直播。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2016Q3 竞技手游季度大事件

国内竞技手游热点频出

2016Q3，国内共举办了八场较大型的手游电竞赛事，其中包括TGA、KPL等手游重量级赛事。另外，该季度也见证了国内二次元手游的再次爆发。《阴阳师》、《FGO》、《崩坏学园3》等二次元大作在第三季度先后上市，冲击APP榜单。

2016年Q3国内竞技手游大事件汇总

2016.07

16年CJ在上海成功举办

7.21 王者荣耀 王者冠军杯于上海世博创意秀场正式打响，触手观众人气接近200万



7.24 CFM职业联赛正式打响，总奖金规模高达125万



7.25 企鹅电竞举办皇室冲突全民争霸赛打响



7.26 2016年ChinaJoy正式开幕，触手等手游直播平台也纷纷携带最新产品亮相参展



2016.08

TGA移动游戏夏季赛打响

8.1 球球大作战塔坦杯全民邀请赛正式打响，赛事总奖金超20万，触手观众人气超500万



8.10 由腾讯游戏竞技平台主办的TGA（移动游戏大奖赛）正式开赛，参赛项目有包括王者荣耀、CF手游、火影忍者等当红电竞手游



2016.09

二次元精品手游抱团上线 多项手游赛事迎来秋季联赛

9.1 手游《阴阳师》正式公测



9.3 球球大作战职业联赛BPL开赛



9.3 王者城市赛正式开赛



9.17 王者荣耀-KPL秋季赛开赛



9.23 2016UCW皇室战争高校联赛正式开赛



9.24 第二届王者校园争霸赛开赛



9.28 二次元手游《FGO》正式公测



9.30 手游《崩坏学园3》正式公测



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

1.2: 直播数据对竞技手 游参考价值分析

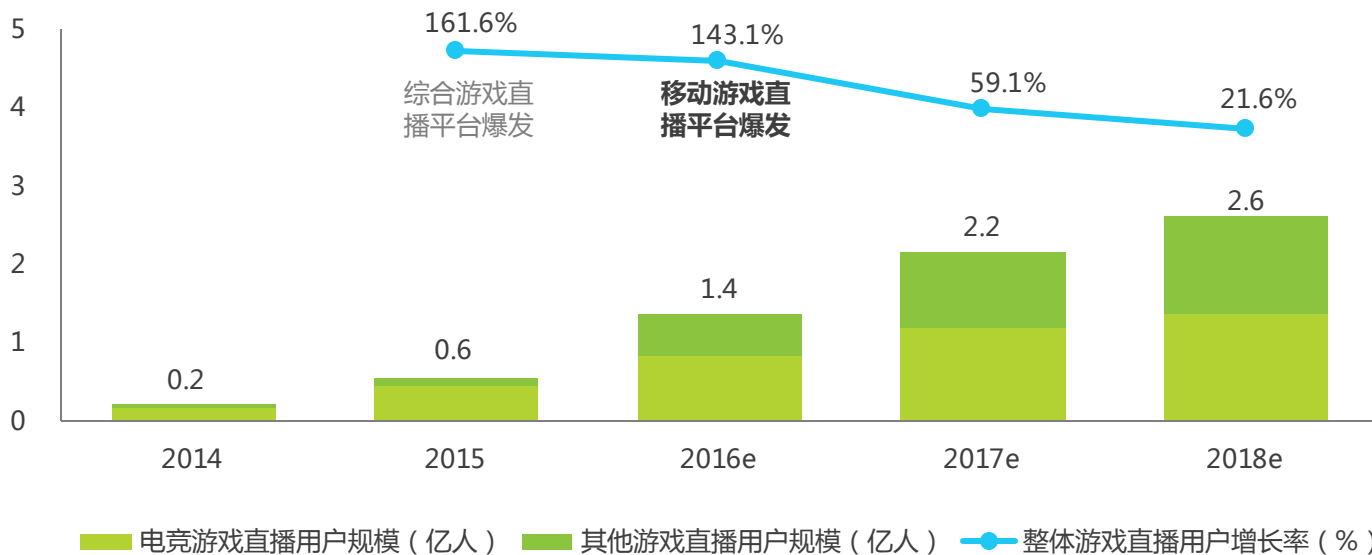
直播与游戏发展的相关性

游戏直播的人气与竞技类游戏热门程度有极其紧密的联系

据艾瑞咨询预计，截至2015年中国电竞游戏用户共1.24亿，电竞游戏直播用户约0.46亿，国内电竞用户中的直播普及率已接近40%。因此，**对于一款竞技类游戏而言其网络直播人气指数已经能在较大程度上说明该款游戏在整体市场上的热门程度。**

考虑到非竞技类游戏用户对游戏技巧及游戏互动上的追求尚不及竞技类用户，且直播平台上暂时缺少非竞技类游戏的赛事或游戏活动的刺激。游戏直播目前在非竞技类游戏用户中的整体渗透率还不够高（不足20%），因此**一款非竞技类游戏在直播平台中的人气表现还无法完全代表该款游戏在整体市场上的真实排名，但仍可以给游戏热度提供参考。**

2014-2018年中国游戏直播用户规模



注释：游戏直播用户指每个月至少看过一次游戏视频直播的用户，包括游戏直播平台的用户以及游戏内部直播观众。其他游戏直播包括主机游戏、单机游戏等其他类型的游戏直播。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

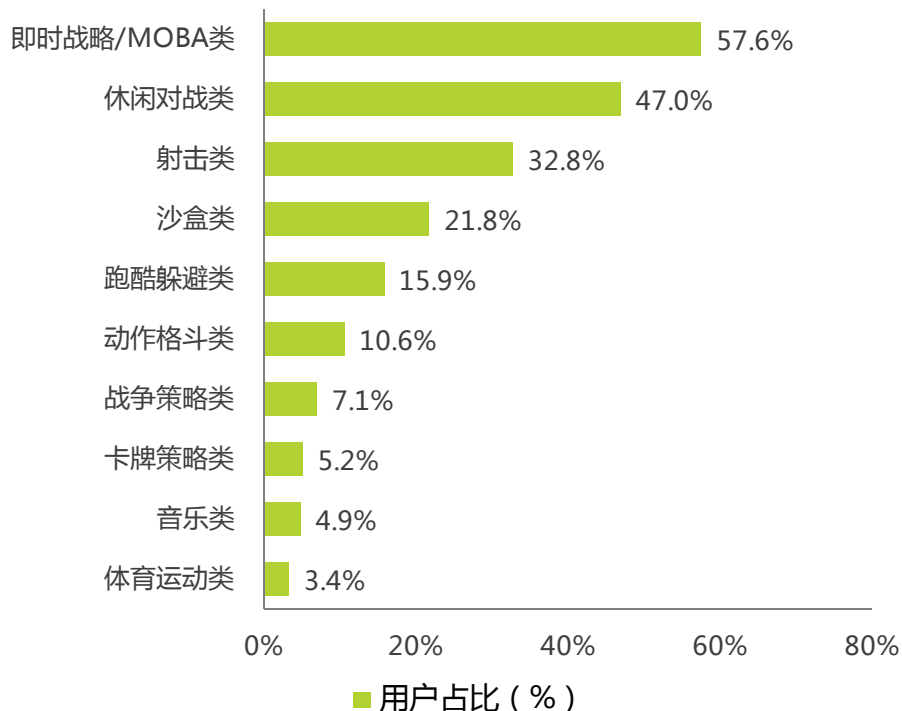
直播观众偏爱的手游类型榜单

手游行为和直播行为关联度高 且能反映出玩家纯观看行为

直播平台用户喜爱的手游类型和爱看的手游直播类型排名高度一致，这从用户心理层面证明通过研究游戏直播平台数据来分析手游行业状况的合理性。

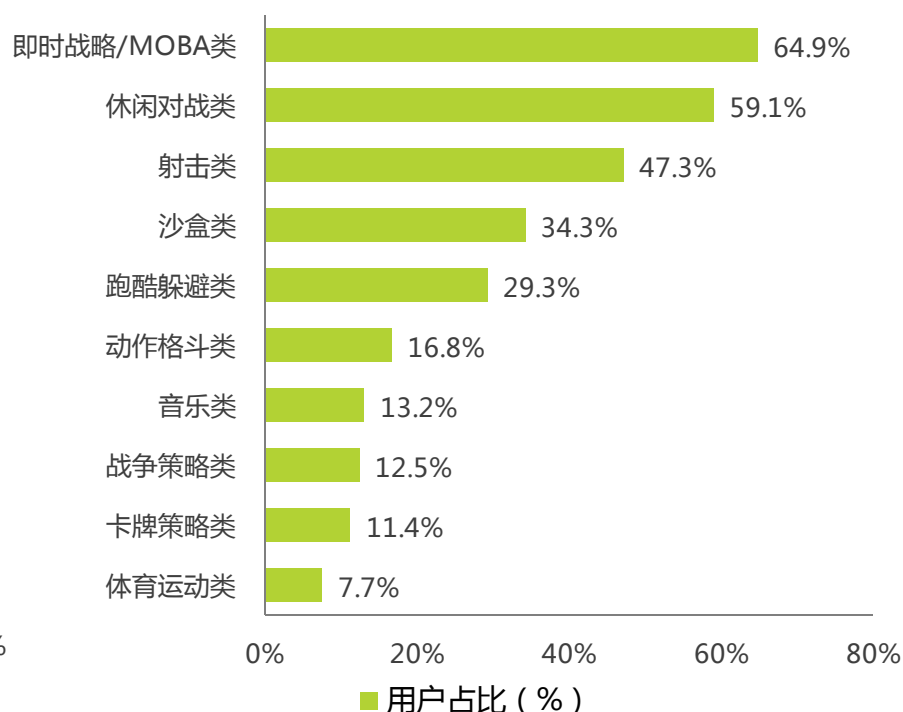
值得注意的是用户选择“喜欢看的手游类型”的比例要远远多于“喜欢玩的手游类型”，可以推测平台中存在着一批用户会经常观看自己实际并不玩的手游的直播。而这正体现出了游戏直播平台的一大价值：让玩家通过屏幕切身体验到自己平时较难拥有的游戏体验。

2016年Q4玩家对各类型手游的喜好度



注释：[Q3]请问您目前在玩下列哪些类型的手机游戏？
样本：N=7284；于2016年11月通过触手直播平台联合调研获得。

2016年Q4玩家对各类型手游直播的喜好度



注释：[Q4]请问您目前在观看下列哪些类型的手游直播？
样本：N=7284；于2016年11月通过触手直播平台联合调研获得。

移动游戏直播平台的优势

在移动游戏直播领域，更专业、更专注

手游市场的迅速扩张催生了用户对移动游戏直播的强烈需求，然而传统游戏直播平台的移动游戏直播体验欠佳，平台资源投入较少。艾瑞咨询认为，用户没有被满足的移动游戏直播需求催生出一批专注于移动游戏的直播平台，它们将在观看体验以及内容安排上给予用户更好的选择。

移动游戏直播平台与传统游戏直播平台对比



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

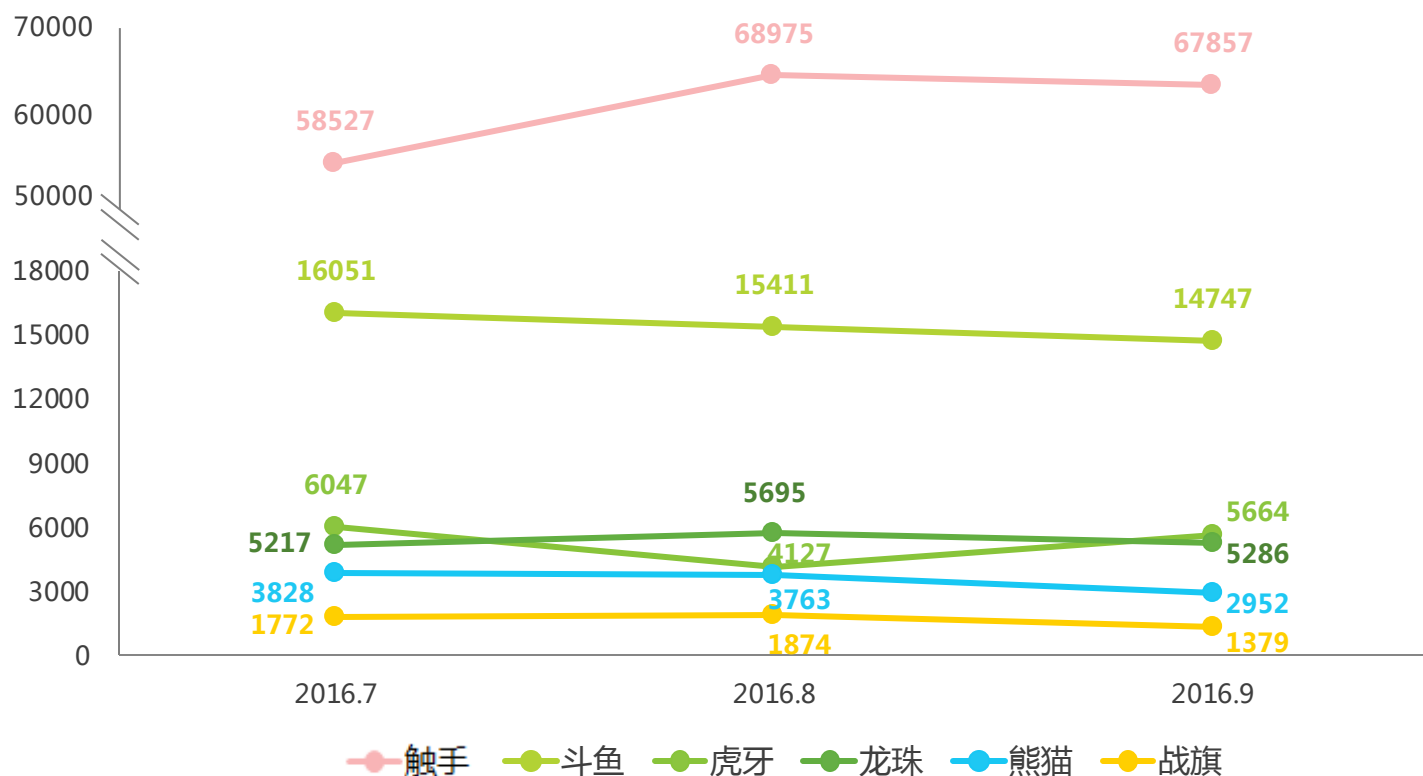
触手在手游直播市场中具有体量优势

依靠触手平台的体量优势，合作发布数据将具有更强的说服力

作为国内首批专注于手游直播的直播平台，触手在手游专属直播间的数量、规模上优势明显。

据艾瑞抓取的手游直播房间开播情况，在2016年Q3国内游戏直播平台手游专属频道内的房间总数上，触手与一些综合游戏直播的手游专属房间相比处于领先地位。

2016年Q3国内游戏直播平台手游专属频道房间总数统计



数据来源：由艾瑞咨询网络抓取数据得出。

注释：数据中所统计的直播间仅限所有直播平台中已明确划分为某款手机游戏（包括手游综合频道）的直播频道内的游戏直播间数量。

触手平台受手游直播观众认可

手游观众对触手平台的认可，提升了用户调研的可信度

根据用户调研数据，用户选择触手平台观看手游直播，一方面受优质主播的吸引，更重要是受触手平台专业性、平台用户体验等方面的驱动，触手已经成为用户在手游外交流互动的重要平台。

用户为什么会选择触手？



注释：请问您为什么会选择触手观看手机游戏直播？

样本：N=7284；采用iUsersuvey系统，于2016年11月与触手直播平台联合调研获得。

移动直播行业发展概览

1

竞技手游指数发布

2

竞技手游榜单发布

3

附录

4

2.1: 竞技手游指数说明

手游指数定义说明

竞技手游观众指数

定义：指移动游戏直播平台在某一时段内的日均活跃用户数统计。

含义：竞技手游观众指数越高，即移动游戏直播平台人气指数越高。

竞技手游开播时长指数

定义：指移动游戏直播平台在某一时段内的主播播出总时长统计。

含义：竞技手游开播时长指数越高，即移动游戏直播平台的主播积极性越高。

竞技手游观看时长指数

定义：指移动游戏直播平台在某一时段内的观众观看总时长统计。

含义：竞技手游观看时长指数越高，即移动游戏直播平台的观众整体粘性越高。

主播热度指数

定义：指直播平台在某一时段内针对特定主播的观众观看总时长统计。

含义：主播热度指数越高，即主播在直播平台中的人气值越高。

四大手游类型定义

以竞技元素和联机内容划分游戏



重度竞技类 手游

定义：联机类手游，游戏中的玩家对抗、竞技环节是整个游戏的核心部分且游戏的操作难度较高，单局游戏时间往往偏长。游戏已具有较强的电竞赛事概念。

其中包括：王者荣耀；穿越火线手游版；自由之战；全民枪战；全民突击；皇室战争；炉石传说；三国杀；坦克世界；街头篮球；时空召唤；虚荣；刀塔西游等



轻度竞技类 手游

定义：联机类手游，游戏中具有一定玩家间对抗的竞技环节。但游戏的入门门槛不高，单局游戏时间一般不长。游戏中具有一定的电竞概念，但并非其全部内容。

其中包括：球球大作战；天天酷跑；翻滚球球；火影忍者；怪兽大作战；虫虫大作战；全民奇迹；节奏大师等



单机类 手游

定义：除好友名单、榜单外没有其他联机内容的手机游戏。

其中包括：我的世界；饥荒；生存战争；植物大战僵尸；开心消消乐；NBA2K；雷霆战机；神庙逃亡；地铁跑酷；全民大战飞机等



非竞技类 联网手游

定义：联网手游，但整个游戏内容以收集、通关等单机玩法为核心，不注重玩家间的对抗，仅包含小部分异步对战内容。

其中包括：阴阳师；海岛奇兵；部落冲突；不良人2；梦幻西游；战舰少女；Pokemon GO；奇迹暖暖；征途；乖离性百万亚瑟王等

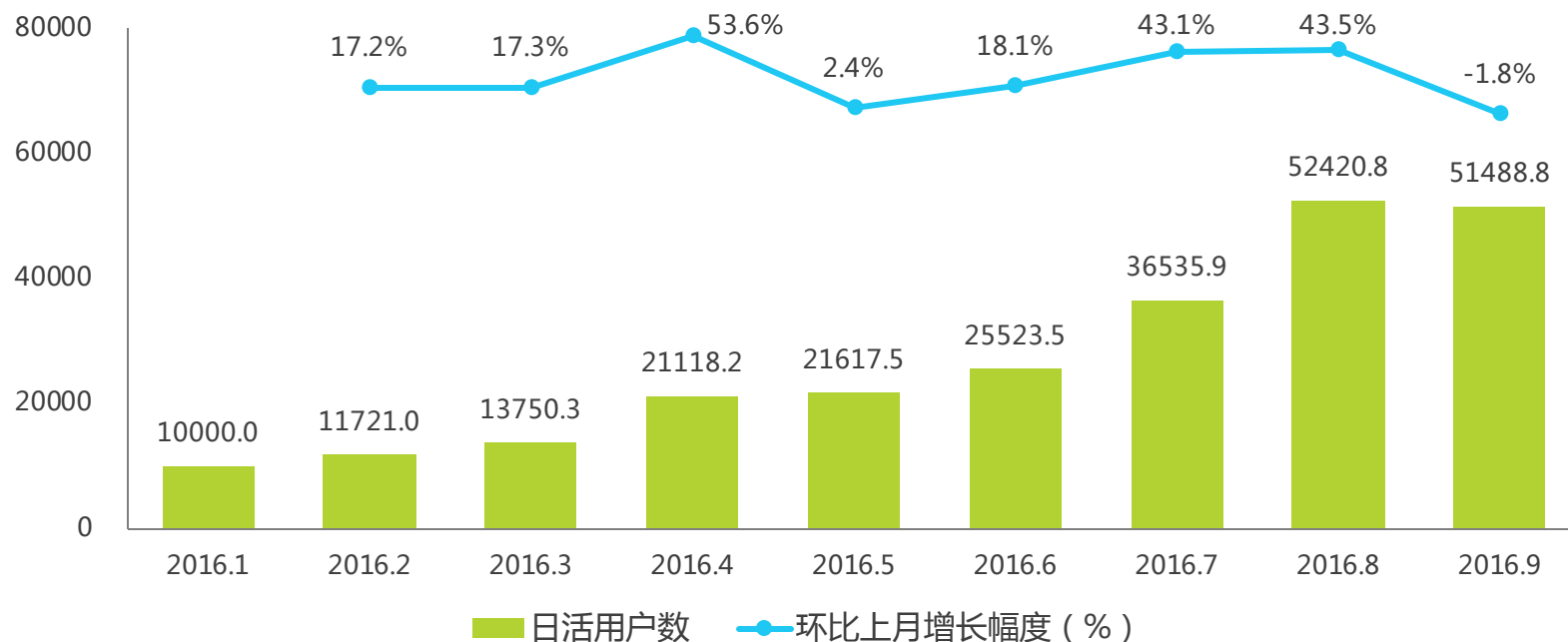
2.2: 竞技手游指数发布

2016年1-9月竞技手游观众指数

手游热度指数提升迅速 8月暑假突破50000

2016年1月-9月，手游直播日均活跃用户每月递增，仅在暑期过后的9月份产生了小幅回落。其中，期中考后的4月以及暑假的7月、8月成为了日均用户涨幅最快的三个月，可以推断手游直播平台中有大批学龄段的年轻用户。截至2016年Q3，手游直播平台日活用户相比年初增幅超过500%，随着二次元手游及移动电竞赛事在16年末的再次爆发，相信手游直播平台的用户规模有望迎来再一次突破。

2016年1-9月 竞技手游观众指数



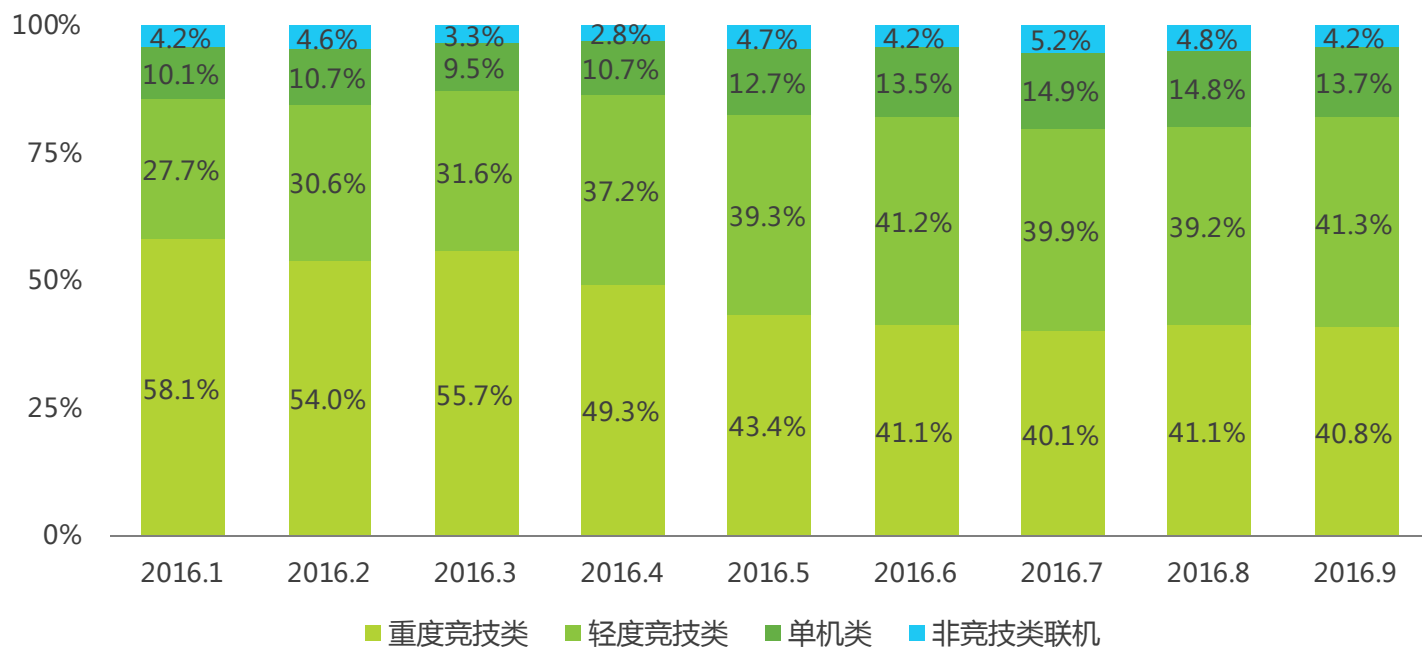
数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手全平台日均用户活跃数为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

四类手游直播观众分布情况分析

手游直播平台核心用户普遍偏爱观看竞技类的游戏直播

2016年1-9月超八成手游直播平台观众选择了观看竞技类手游的直播。且轻度竞技类手游观众的平台总占比在上半年持续攀升，其规模已于2016年年中达到了与重度竞技类用户齐平的水准。考虑到在观看《球球大作战》等轻度竞技直播时观众的心态往往比较放松，且游戏的门槛相对较低使得观众能够有更多的机会来与自己喜欢的主播进行组队以及水友赛。因此，在充分发挥了直播平台的娱乐性与即时互动性的同时，轻度竞技类手游正开始逐渐统治手游直播平台。

2016年1-9月 四类手游观众指数占比统计



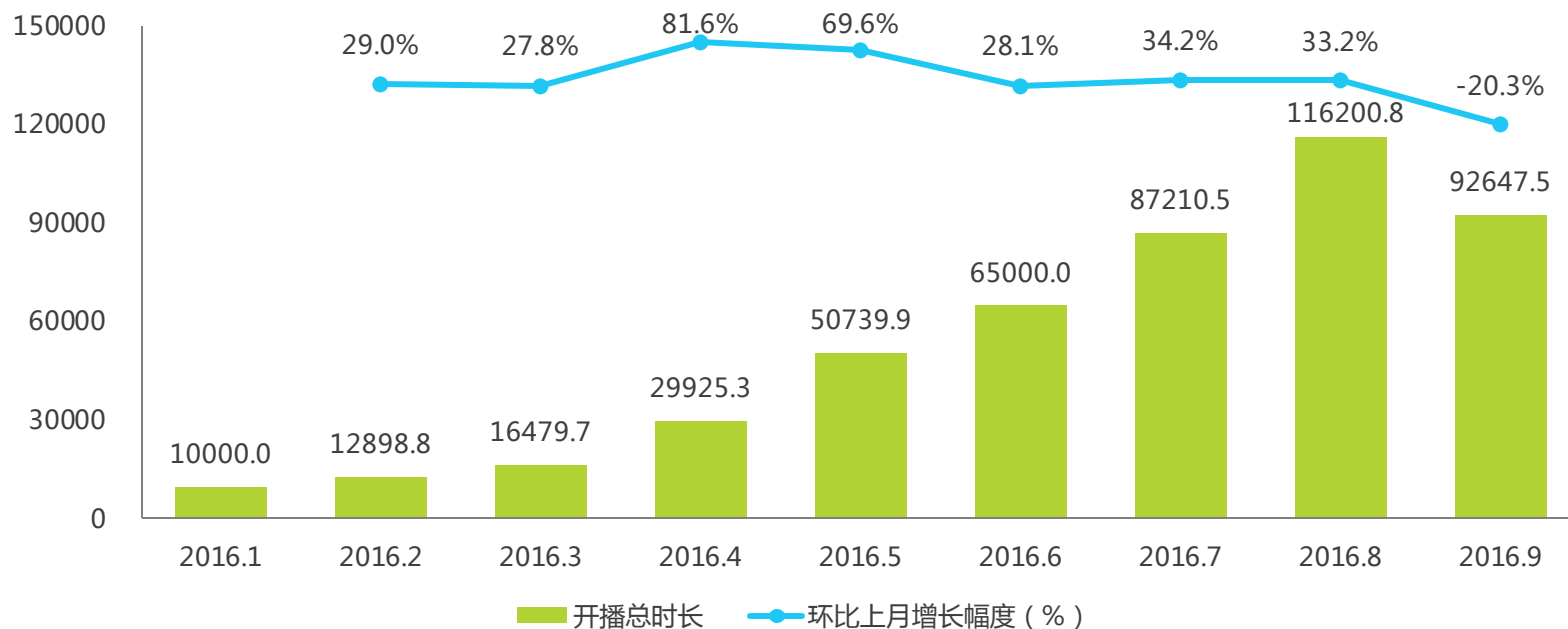
数据来源：触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据。

2016年1-9月竞技手游开播时长指数

手游直播平台的主播热度不断升温

2016年前三季度，手游主播开播总时长持续攀升。仅9月单月由于暑期结束，许多学生主播及以学生观众为主要服务对象的手游主播都进入了休整阶段，因此单月开播总时长略有下降。此外，从整体月增幅中也不难看出，4月、5月是手游主播热度增长较快的两个月。也正是在2016年Q2手游直播平台的发展进入爆发期，以触手为主的手游直播平台开始大力吸引优秀主播并进一步开设更多的手游频道来满足用户与主播的需求。

2016年1-9月 竞技手游开播时长指数



数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手主播开播日均总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

2016年1-9月竞技手游日均观看时长指数

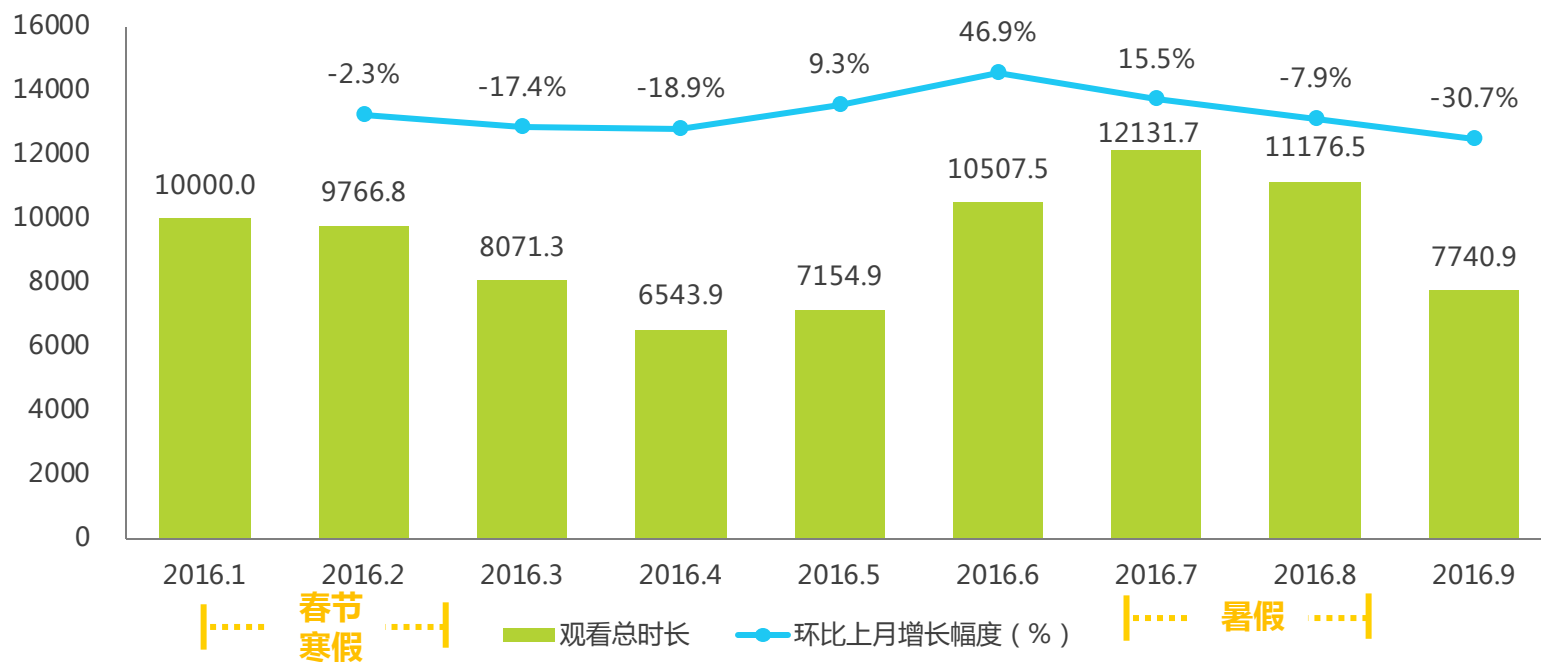
iResearch

艾瑞咨询

手游直播平台的用户热度走势与学生假期高度相关

手游直播用户日均观看时长上的整体曲线与学生用户群的学期/假期进程高度相似。1、2月份，在寒假及春节的假期推动下，平台观众日均观看总时长维持在了较高的水准。而此后在3、4、5三个学期中的月份平台用户日均观看时长则明显降低，直到临近暑假的6、7月份才重新升温。由此再次印证了，整体手游直播市场中的用户年龄普遍偏小，以学生用户为主。

2016年1-9月 竞技手游日均观看时长指数



数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手用户日均观看总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

移动直播行业发展概览

1

竞技手游指数发布

2

竞技手游榜单发布

3

附录

4

3.1: 游戏指数榜单

手游直播观众指数Top10

球球大作战以较大优势登上手游直播观众指数榜首

2016年Q3 竞技手游观众指数Top10



01 球球大作战

11,165.1

比上季度增长幅度 (%)

94.2%



02 王者荣耀

9,472.5

比上季度增长幅度 (%)

144.6%



03 穿越火线

6,496.0

比上季度增长幅度 (%)

43.7%

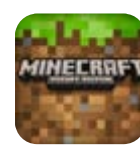


04 天天酷跑

4,065.1

比上季度增长幅度 (%)

50.4%



05 我的世界

3,473.9

比上季度增长幅度 (%)

66.9%



06 全民枪战

1,624.7

比上季度增长幅度 (%)

21.1%



07 自由之战

1,161.2

比上季度增长幅度 (%)

40.6%



08 蛇蛇大作战

802.3

比上季度增长幅度 (%)

29.9%



09 怪兽大作战

799.9

比上季度增长幅度 (%)

新上线



10 部落冲突

784.9

比上季度增长幅度 (%)

114.7%

■ 手游观众指数

数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手用户日均观看总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

重度竞技手游观众指数Top10

MOBA类、FPS类游戏成为最受观众欢迎的重度竞技手游

2016年Q3 重度竞技手游观众指数Top10



01 王者荣耀

9,472.5

游戏介绍

15年11月底公测的MOBA类手游，由腾讯游戏开发及发行。目前国内最火爆的MOBA手游。



02 穿越火线

6,496.0

游戏介绍

由Smilegate与腾讯联合开发的FPS手游，15年10月首发。由于游戏内容酷似CF端游版而深受用户喜爱。



03 全民枪战

1,624.7

游戏介绍

由畅游科技研发，英雄互娱发行的FPS手游，2014年首发。是国内首批面世的FPS手游大作，拥有一批稳定的忠实玩家。



04 自由之战

1,161.2



05 皇室战争

483.4



06 虚荣

470.4



07 全民超神

432.9



08 时空召唤

368.8



09 刀塔西游

285.9



10 全民突击

63.5

■ 手游观众指数

数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手用户日均观看总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

轻度竞技手游观众指数Top5

《球球大作战》、《天天酷跑》领跑轻度竞技手游观众榜

2016年Q3 轻度竞技手游观众指数Top5



01 球球大作战

11,165.1

游戏介绍

由Superpop&Lollipop研发的休闲对战类手游，2015年6月正式上线。游戏参与门槛低但所涉及的游戏策略则十分丰富。因此受到了全年龄段及许多女性玩家的认可。



02 天天酷跑

4,065.1

游戏介绍

由腾讯游戏研发的横版跑酷类游戏。早在2012年就已发行，是国内智能手机时代第一批成功的移动游戏作品。经过多次版本更迭通过发布新角色、道具及游戏模式来不断吸引着用户的关注。



03 蛇蛇大作战

799.9

游戏介绍

由次元猫科技研发的休闲对战类手游。是两款经典手游“贪食蛇”与“球球大作战”游戏理念的结合体。游戏同样以低门槛强策略的特点吸引着大批游戏用户。



04 怪兽大作战

693.5



05 火影忍者

557.8

手游观众指数

数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手用户日均观看总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

非竞技类手游观众指数Top3

兄弟产品《部落冲突》、《海岛奇兵》垄断非竞技类观众榜

2016年Q3 非竞技类联机手游观众指数Top3



01 部落冲突

784.9

游戏介绍

由Supercell研发的经营策略类战争手游。该游戏于2012年起在全球范围内陆续上市，是智能手机时代第一批提出全球同服概念的经营类手游。游戏中除了“收菜”式的养成玩法外辅以强策略性的异步交互对战模式，因此除了部分休闲玩家之外也有不少深度玩家沉迷其中。



02 海岛奇兵

231.0

游戏介绍

同样是由Supercell研发的经营策略类战争手游，2014年8月于中国上线。该游戏无论是从画风还是玩法上都与部落冲突有不少相似之处，只是通过不同的内容题材与个别新颖的创意设计来尝试吸引经营策略类游戏市场上的其他潜在玩家。



03 梦幻西游

85.9

游戏介绍

由网易研发的回合制MMORPG类手机游戏。游戏在画风及内容模式上基本做到了对端游产品的复刻，让许多无暇触及端游同类产品的玩家能够多一种游戏平台的选择，在更为便利的移动端体验到游戏的乐趣。

■ 手游观众指数

数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手用户日均观看总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

单机类手游观众指数Top3

沙盒类、生存冒险类游戏成为单机手游观众的最爱

2016年Q3 单机类手游观众指数Top3



01 我的世界

3,473.9

游戏介绍

由Mojang研发的像素沙盒类游戏。
该游戏在PC、主机、移动端等多平台同时运营。
该游戏给予玩家极高的自由度来开发、探索甚至破坏，因此受到了大批极具幻想、创造能力的年轻用户的喜爱。



02 饥荒

574.5

游戏介绍

由Klei研发的生存冒险类游戏。该游戏同样是跨PC、主机、移动端等多平台运营。游戏给了玩家较高的建造、破坏、研发的自由度，当然还有较高的生存与过关难度。此外，游戏赋予了不同游戏角色极具特色的技能以支持玩家通过不同方式与角度来尝试过关。



03 生存战争

331.9

游戏介绍

由Candy Rufus Games研发的沙盒类生存游戏。游戏在画风与玩法上都与我的世界十分相似，比较特殊的是由于《生存战争》是以移动端为核心平台研发的游戏，因此在游戏的功能及内容设计上会更加吻合移动端用户的操作习惯。

■ 手游观众指数

数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。
注释：以2016年1月触手用户日均观看总时长为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

直播观众最爱看手机游戏直播

《王者荣耀》力压《球球》成为最多观众喜爱的手游

网络用户调研显示：手游直播平台用户最喜爱的三款手机游戏分别为：王者荣耀、球球大作战及穿越火线手游。值得注意的是《球球大作战》虽然高居触手平台观众指数榜榜首，但当平台用户选择心中最爱的游戏时却被《王者荣耀》反超。由此可见：凭借更激烈的对抗及更极限的操作，《王者荣耀》等重度竞技类手游相比其他类别手游更容易刺激观众的心跳、抓住观众的眼球。



No.1 王者荣耀

2580



No.2 球球大作战

2165



No.3 穿越火线手游

912



No.4 我的世界手游

355



No.5 天天跑酷

311

重度竞技手游：上榜**2款**；

轻度竞技手游：上榜**2款**；

单机类手游： 上榜**1款**；

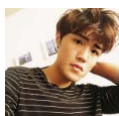
非竞技类联机手游：无游戏上榜

注释：[Q5]请问您最喜欢观看下列哪款手机游戏的直播？
样本：N=7284；于2016年11月通过触手直播平台联合调研获得。

3.2: 主播指数榜单

2016年Q3触手最受欢迎主播榜

技术、实力较强的主播才能成为最受用户关注的顶级主播



01 花花

10,000.0

主播介绍

《球球》及《部落冲突》游戏技术派主播，具有极强的技战术素养，定期产出高质量的教学视频。



02 蓝烟

8,412.2

主播介绍

《王者荣耀》集实力与幽默于一体的主播，自称“国服第一全能”，是集实力与搞笑于一体的综合性优秀主播。

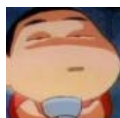


03 王者荣耀-若月

7,932.2

主播介绍

《王者荣耀》技术派主播，在韩信时有很强Carry水准，平时喜欢开发独具特色的套路与玩法。



04 实力派~小新

6,368.0

主播介绍

《王者荣耀》实力派主播，韩信500星路人王，可适应多个位置及英雄，常与忆寒开黑的实力主播。



05 王者荣耀、忆寒

5,093.3

主播介绍

《王者荣耀》实力派主播，天梯第一李白，全国最强李白挑战赛冠军。S5赛季排名也极高的实力主播。

06 爱神.

5,016.7

07 七宝宝

4,486.3

08 鸡爷大大i

4,415.9

09 阿木Tv

4,367.3

10 文博同学

4,135.7

数据来源：以触手直播2016年1-9月流量数据后台统计数据为基础，经艾瑞咨询指数化处理获得。

注释：以2016年Q3全季度触手主播“花花”日均用户活跃数为基准值（10000），其他相关数据相应进行指数化调整。

2016年Q3触手增速最快主播榜

幽默风趣的解说风格更能够帮助高质量主播快速“涨粉”

2016年Q3触手主播热度指数成长力Top3

1、鲨鱼哟

2016Q3观众数环比
增幅：**3286.1%**



《球球》主播，擅长“藏球”，凭借幽默风趣的解说风格及挑战观众心跳的独特玩法成功“逆袭”。单季度人气涨幅3286%

幽默

2、文博同学

2016Q3观众数环比
增幅：**426.4%**



《球球》主播，“精通”日语、韩语、东北话等多种语系，讲解风格幽默，每次操作失误所带来的段子都能够很好得逗乐观众。

幽默

3、实力派~小新

2016Q3观众数环比
增幅：**322.4%**



《王者荣耀》主播，韩信500星路人王，可适应多个位置及英雄，常与忆寒一起开黑的实力主播。

实力

“涨粉”的秘诀

此前已经印证了：手游主播，尤其是竞技类手游主播想要拥有比较可观的观众基数，是必须要拥有较强的技术或独具特色的技巧。

但是当主播实力与技巧达到一定的高度之后，主播的脾气与解说风格则成为了决定房间观众数上限的核心因素。

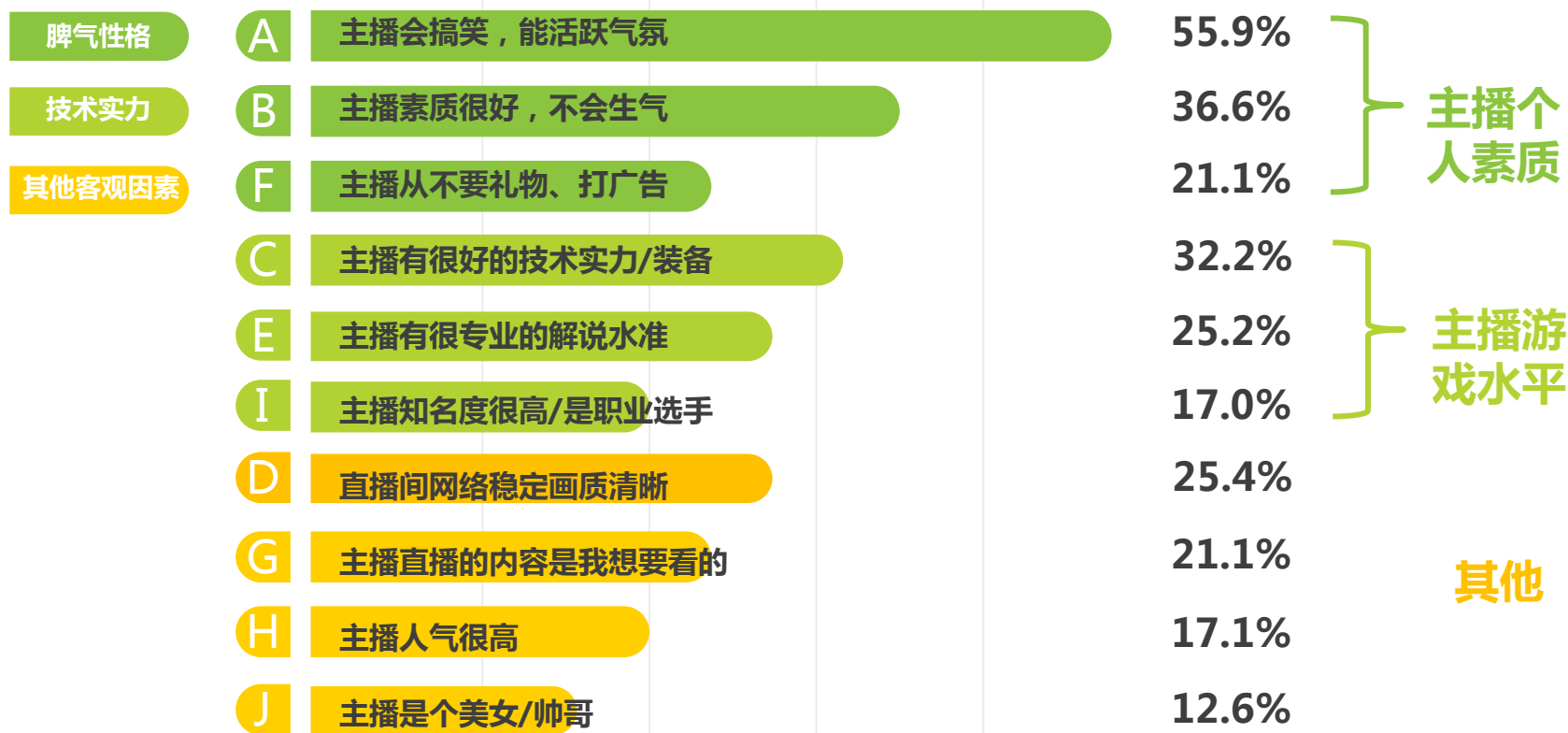
可以发现，触手全平台最受用户欢迎的Top5主播都是靠技术与实力说话的。而到了增速最快的主播榜单，“幽默”就成为了最关键的标签。只有解说风趣、脾气好的主播才能够博得观众的喜爱，从而有效“涨粉”。

手游直播用户挑选主播的主要依据

观众对主播脾气性格的要求稍高于对主播游戏硬实力的要求

网络用户调研显示：主播风格幽默；主播素质好，脾气好；主播技术好，装备强；是观众最为关注的三大要素，缺一不可。此外，观众对主播脾气性格的要求要高于对主播技术及硬实力的要求。换言之，想成为一个成功的主播，在游戏实力上可以稍有瑕疵，但绝不可以是一个脾气起伏很大或者不善言辞的主播。

观众会被哪些与主播相关的因素所吸引？



注释：[Q7]请问您在挑选主播时主要会考虑哪些因素？
样本：N=7284；于2016年11月通过触手直播平台联合调研获得。

移动直播行业发展概览

1

竞技手游指数发布

2

竞技手游榜单发布

3

附录

4

直播手游分类汇总——截至2016Q3

具体游戏款项会根据榜单发布时间实时更新，排名不分先后

轻度竞技类

穿越火线	王者荣耀	自由之战	全民枪战	时空召唤	虚荣	跑跑卡丁车
炉石传说	火线精英	刀塔西游	枪战英雄	全民突击	三国杀	梦三国手游
时空猎人	全民超神	皇室战争	坦克世界	巅峰战舰	街头篮球	魔霸英雄

重度竞技类

天天酷跑	翻滚球球	火影忍者	球球大作战	问道	天天炫舞	怪兽大作战
影之刃2	拳皇98	爆爆堂	虫虫大作战	小小足球	唱舞团	少年三国志
雪鹰领主	全民奇迹	天天炫斗	战斗吧剑灵	街头篮球	节奏大师	蛇蛇大作战

单机类

我的世界	饥荒	生存战争	开心消消乐	NBA2K	雷霆战机	植物大战僵尸
神庙逃亡	地铁跑酷	FIFA	3D像素射击	全民飞机大战	贪吃蛇大作战	

非竞技类网络手游

不良人2	御龙在天	崩坏学园2	征途	口袋妖怪	剑侠情缘	封神英雄榜
阴阳师	龙珠激斗	全民斗战神	海岛奇兵	奇迹暖暖	花千骨	倚天屠龙记
莽荒纪2	战舰少女	琅琊榜手游	保卫萝卜3	少女前线	钢铁少女	列王的纷争
梦幻诛仙	梦幻西游	百万亚瑟王	部落冲突	剑侠情缘3	大话西游	六龙争霸3D
热血传奇手游		Pokemon Go				

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，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。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，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，本报告只提供给购买报告的客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

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询