



大吉大利，鸡年“吃鸡”

——“大逃杀”类手游热点报告

目录

CONTENTS

01	“吃鸡”究竟是个什么梗？-----	03
----	-------------------	----

02	“吃鸡”手游产品盘点-----	08
----	-----------------	----

03	“吃鸡”手游玩家洞察-----	17
----	-----------------	----

01

“吃鸡”究竟是个什么梗？



回忆杀：“吃鸡”的前世今生

2017年是农历丁酉年，与“鸡”有关的网络语也层出不穷，像是打鸡血、炒鸡棒、战斗鸡、捉鸡、鸡动、辣鸡……。俗语说“酉鸡有吉”，那么，当前网络世界中火热的“吃鸡”到底是什么梗，何以鹿晗、胡歌、王思聪等明星大腕都在“吃鸡”？



其实，“吃鸡”一词源于拉斯维加斯赌场中的口头禅“winner winner, chicken dinner”，汉译后就变为“大吉大利，晚上吃鸡”，而引爆这场“吃鸡”热潮的正是steam的一款现象级游戏《绝地求生》。玩家如果在该游戏中获得第一名，将会显示“winner winner, chicken dinner”的字样，“吃鸡”一词便于线上直播、线下玩家等中间流行起来，成为一股“吃鸡”潮。

影视杀：“逃杀”燃起的激情

“吃鸡”游戏为什么能够成功吸引众多玩家相爱相杀，并为此纷纷开黑甚至开挂？这就要从游戏的玩法，即“逃杀模式”说起。

“逃杀模式”引入影视剧中的生存情节，生命只有一次，这让枪战游戏不再只是“死亡/复活”的单纯循环，而是给玩家以个人情景代入感，加以游戏的随机性和真实感，让玩家在游戏中产生更多的趣味，且调动了玩家间的互动性。就像《大逃杀》、《饥饿游戏》以及综艺节目中的“撕名牌”等令观众印象深刻，以《荒野行动》、《光荣使命》等为代表的“吃鸡”手游将搅动市场。

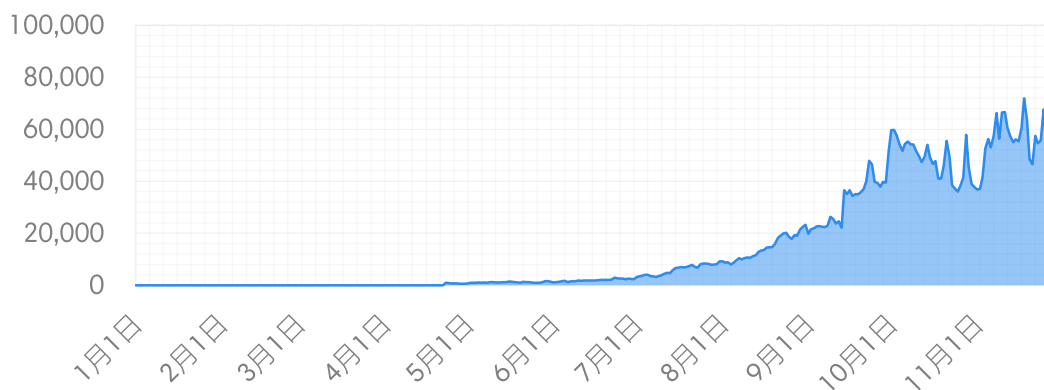


日本电影《大逃杀》截图



美国电影《饥饿游戏》截图

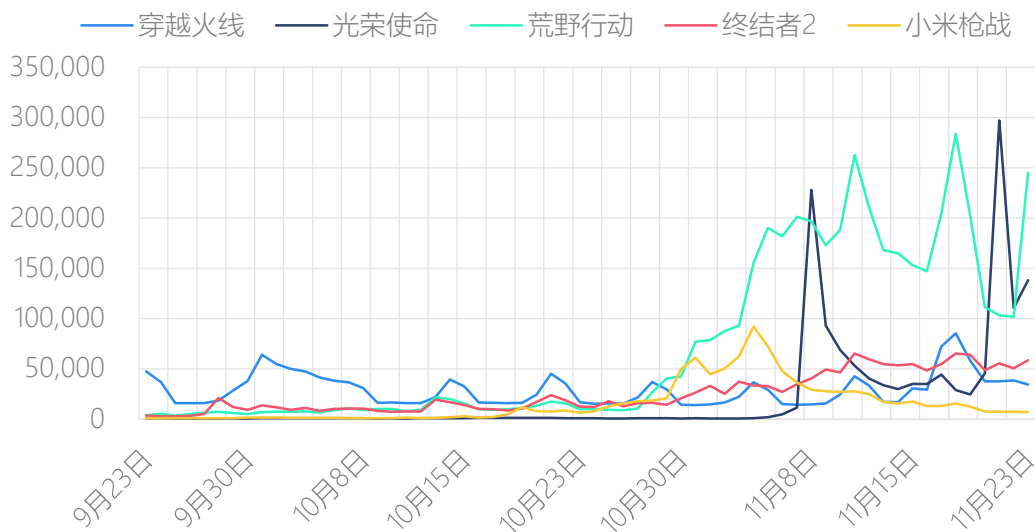
“吃鸡”关键词-百度指数(2017)



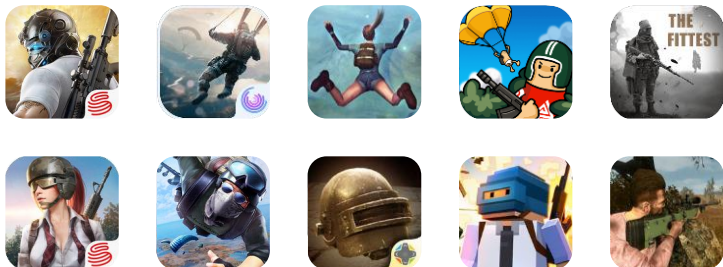
风口杀：百“鸡”争鸣

“吃鸡”游戏无疑走上了新的风口浪尖，腾讯、网易、西山居等厂商均使出了浑身解数，希望能够占领“吃鸡”高地。从近两个月的百度指数趋势看，网易旗下已经上线运营的《荒野行动》在11月以来保持着较高的热度，《终结者2》表现平稳；腾讯代理的《光荣使命》在预约和上线阶段便受到玩家期待，以及《穿越火线》通过“荒岛特训”版本更新加入“吃鸡”模式来吸引玩家；而西山居研发的《小米枪战》则呈现下滑趋势。

主流“吃鸡”手游-百度指数(2017)



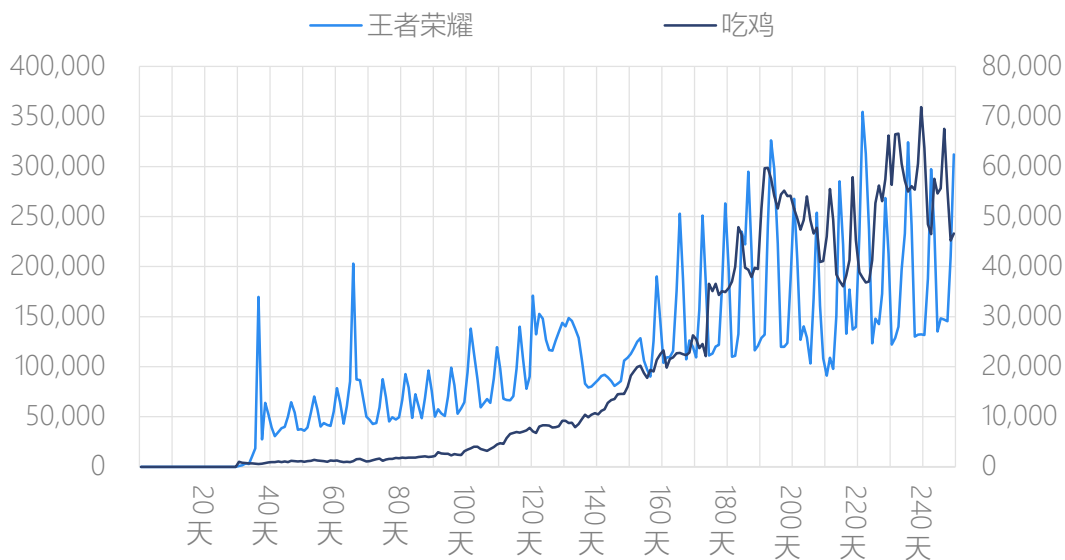
除了上述作品的蓄势待发，跟风“吃鸡”的游戏亦如雨后春笋般出现，其间不排除抢先割韭菜的短命游戏，以及意在争夺新兴市场的作品。但是，“吃鸡”游戏能否长盛不衰，尚有待市场检验。



IP杀：正版授权的IP光环

随着腾讯宣布独家代理运营《PlayerUnknown's Battlegrounds》(即《绝地求生》)，以及准备出品该作品的正版手游，加上《穿越火线》和《光荣使命》，这三款游戏导致“吃鸡”市场竞争愈演愈烈。尽管网易、西山居等厂商占据先发优势，但是腾讯自带的正版IP光环将有机会后发制人，毕竟，腾讯的社交网络有可能吸引玩家转移阵地，而且，最有可能还原“大逃杀”趣味的游戏IP及其内容亦将是不容忽视的客观因素。

王者荣耀和“吃鸡”-百度指数(250天)



从王者荣耀和“吃鸡”的百度指数变化趋势（产生数据的前250天）看，《王者荣耀》的热度整体呈现阶梯式上扬趋势，而“吃鸡”则是在逐渐发酵的基础上实现爆发，“吃鸡”游戏犹如一股风暴，其有别于《王者荣耀》的开黑体验，或将开辟一片新的市场方向。而腾讯、网易等大厂携带多款游戏入局的姿态，也预示着“吃鸡”游戏市场参与者都将面临生存挑战。

02

“吃鸡”手游产品盘点



主流“吃鸡”手游盘点

新品

尽管“吃鸡”风潮已有一段时日，但是将“吃鸡”推向新高潮的手游应是网易和腾讯推出的《荒野行动》、《终结者2》和《光荣使命》。



迭代

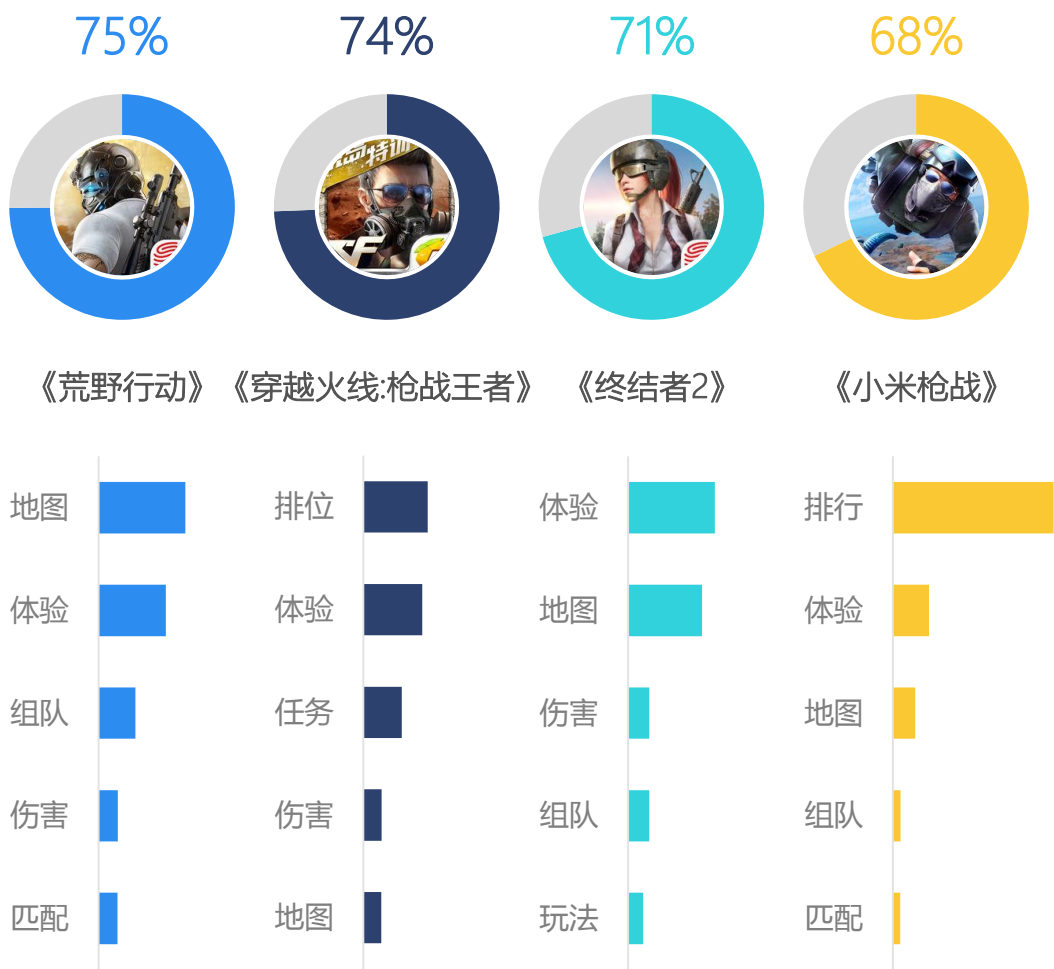
此前的枪战手游自然不会忽略火爆的“吃鸡”玩法，《小米枪战》和《穿越火线：枪战王者》均于11月初在游戏中加入了“吃鸡”模式。



玩家对主流“吃鸡”手游感到满意

尽管手游市场中“吃鸡”游戏良莠不齐，但是主流的“吃鸡”作品仍在寻求玩家互动体验方面的突破。主流“吃鸡”手游整体上给玩家留下了较为正面的印象，“吃鸡”玩法的核心要素基本都在游戏中有所呈现，例如：飞机跳伞、武器寻找等，同时，相对自由的战斗方式和真实临场感，也都是值得玩家鼓励的地方。

“吃鸡” 玩家游戏印象指数及热词TOP5



注1：印象指数是通过分析游戏的评价综合计算得出的参考数值，范围0-100%；玩家评价来自App Store和主流Android应用商店；印象指数的数值越高，用户印象越好。

注2：热词TOP5来源于企鹅风讯，数据周期为2017年1月1日-11月24日。

玩家对“吃鸡”手游评论比较正面

从5款主流“吃鸡”手游的玩家评论看，玩家评论的主流趋势为正面情绪，例如“不错、好玩、刺激、流畅”等正面情绪热词，说明玩家的游戏互动体验良好；与此同时玩家对于“吃鸡”手游也存在着负面情绪，比如“进不去、闪退、外挂、卡顿”等负面情绪热词，说明“吃鸡”手游在稳定性、平衡性等方面仍需改进。

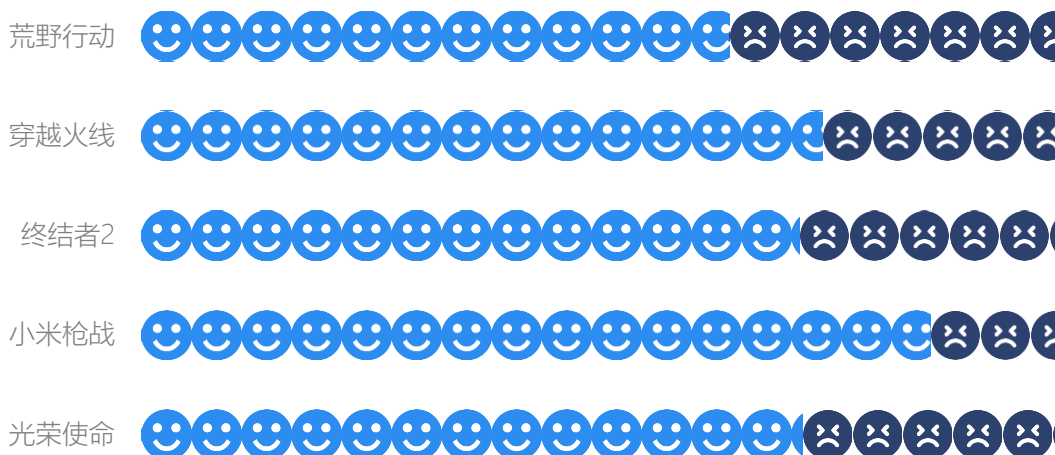


正面情绪词云



负面情绪词云

“吃鸡”玩家 游戏情绪表现

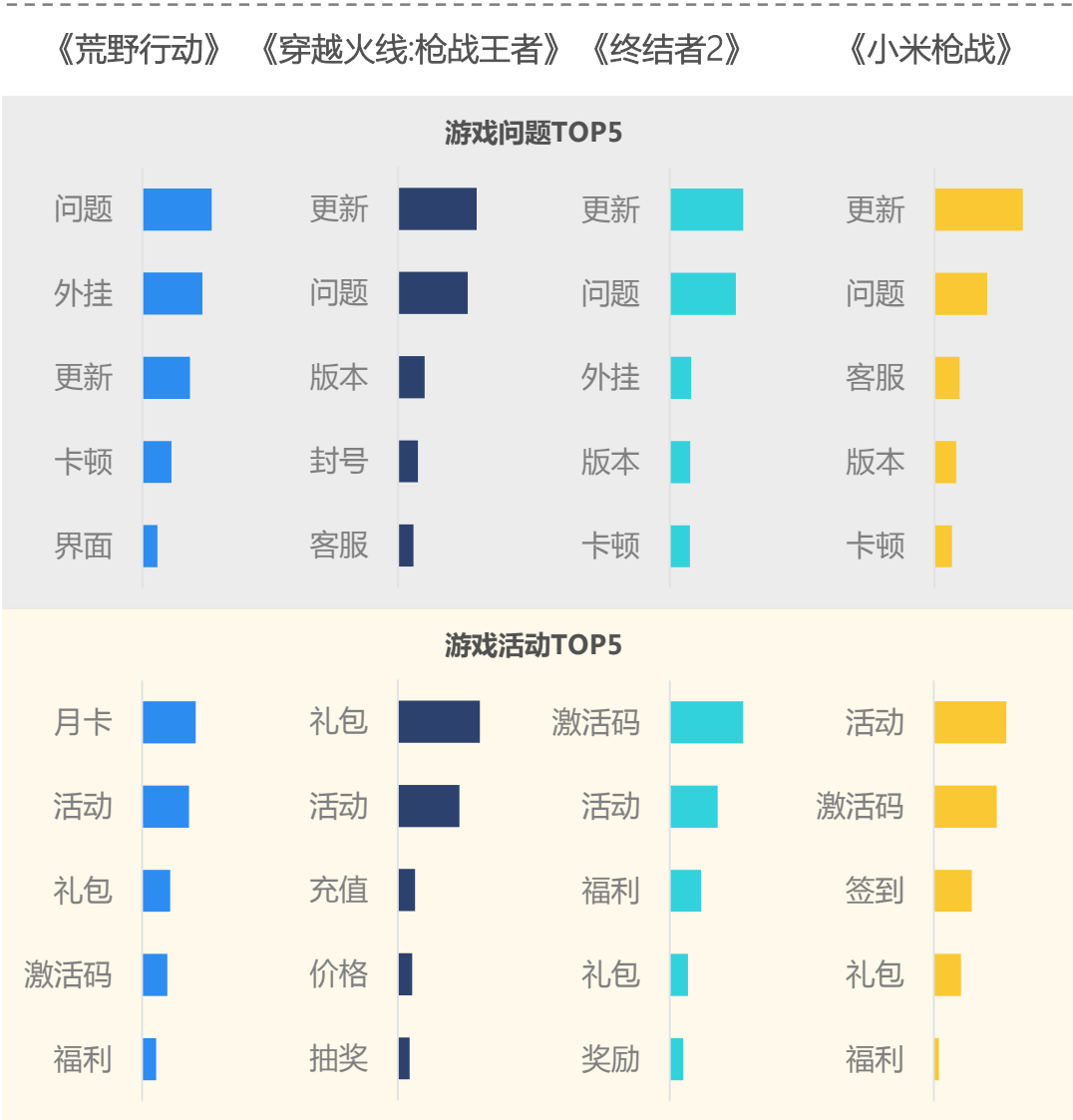


注：情绪程度根据正面情绪和负面情绪的TOP50评论关键词综合计算得出；玩家评价来自App Store和主流Android应用商店；正面情绪的比重越高，用户对游戏的评价越高。

玩家对“吃鸡”手游关注点：问题和活动

从主流“吃鸡”手游玩家有关游戏的问题和活动关注点看，玩家所关注的问题主要是“更新、外挂、客服、版本和卡顿”等事宜，而其所参与的活动主要是“礼包、福利、充值、激活码和奖励”等项目。

“吃鸡” 玩家游戏关注点（游戏问题&游戏活动）



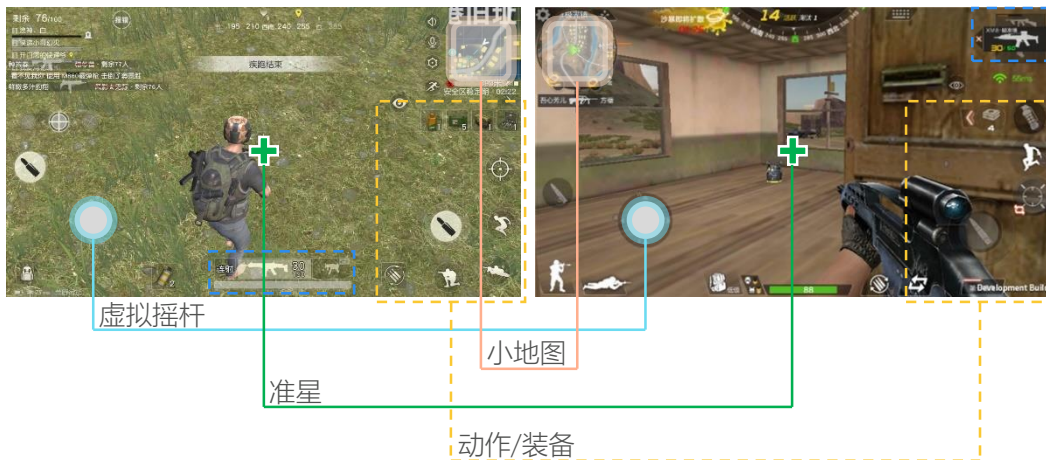
注：游戏问题和游戏活动TOP5来源于企鹅风讯，数据周期为2017年1月1日-11月24日。

主流“吃鸡”手游对比：操作界面

“吃鸡”手游作为枪战游戏的一种新鲜玩法，与已经运营较长时间的传统枪战手游相比，其在操作界面上并未出现较大变化。如下4款主流“吃鸡”手游的控制界面基本一致，呈现出左下角为虚拟摇杆，右侧为动作/装备键位，中上方为指南针，和中部为准心的操作格局。因此，玩家即使更换游戏，也比较容易上手。其中略有不同的是，《荒野行动》的小地图位于右上角，枪械位于中下方；《穿越火线：枪战王者》的人物姿态位于左下角；《终结者2》的中上方会有枪弹提示。

《荒野行动》

《穿越火线:枪战王者》



《终结者2》

《小米枪战》



主流“吃鸡”手游对比：道具装备

有别于操作界面的大同小异，主流“吃鸡”游戏在道具装备方面的丰富程度有所区别。其中迭代游戏《穿越火线：枪战王者》和《小米枪战》拥有较多的武器类型，新品游戏《终结者2》则在其他配件方面较为丰富。值得一提的是，游戏开场中的空降形式增加了玩家选择地面目标的自由度，《穿越火线：枪战王者》的“滑翔伞”形式不同于其他产品。



主流“吃鸡”手游-道具装备种类概况

	武器	载具	弹药	衣帽包	其他配件	空降形式
荒野行动	16	3	7	6	17	跳伞
穿越火线: 枪战王者	33	3	7	12	18	滑翔伞
终结者2	18	4	8	9	35	跳伞
小米枪战	30	2	6	9	29	跳伞
光荣使命	13	6	6	8	8	跳伞

注：以上数据根据官方网站和网络媒体等资料综合整理得出，并非实时数据，结果仅供参考，具体请以官方公布数据为准。

主流“吃鸡”手游对比：画面质量

6款主流“吃鸡”手游的画面质量，在环境、人物、水面等的渲染、阴影和纹理等方面存在不同差异，整体来看《光荣使命》的表现略好。



主流“吃鸡”手游对比：营销探索

广告植入

目前主流“吃鸡”手游为F2P模式，玩家付费的坑还不多。但游戏厂商为了获取收益，开始在游戏内通过贴图等方式植入商业广告。

别克



ofo



百度外卖



京东



道具收费

除了广告植入，主流“吃鸡”手游还通过出售服饰、英雄，以及解锁背包等形式获得收入。

角色购买



服饰购买



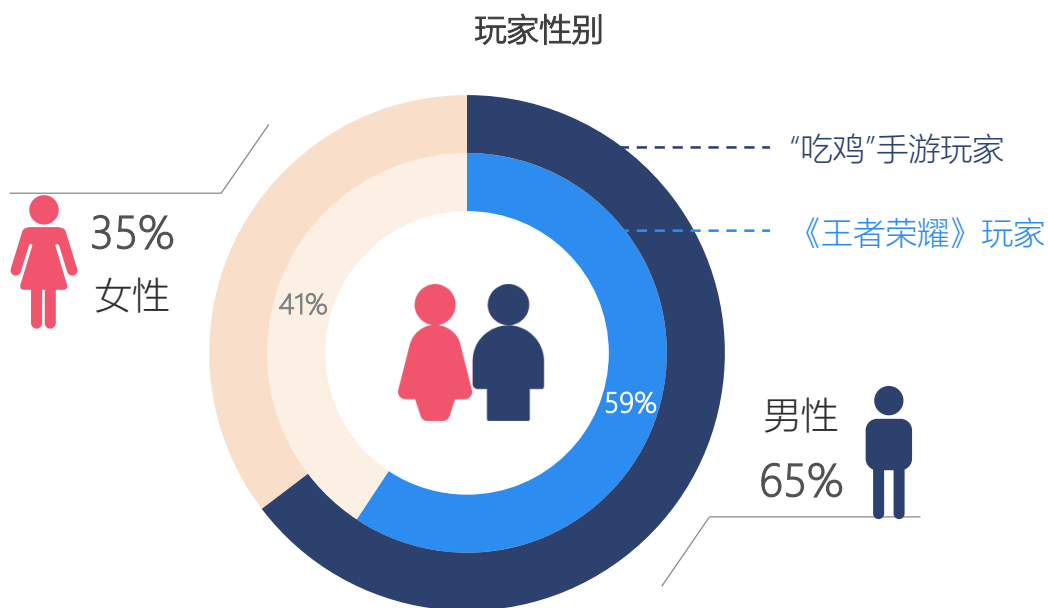
03

“吃鸡”手游玩家洞察

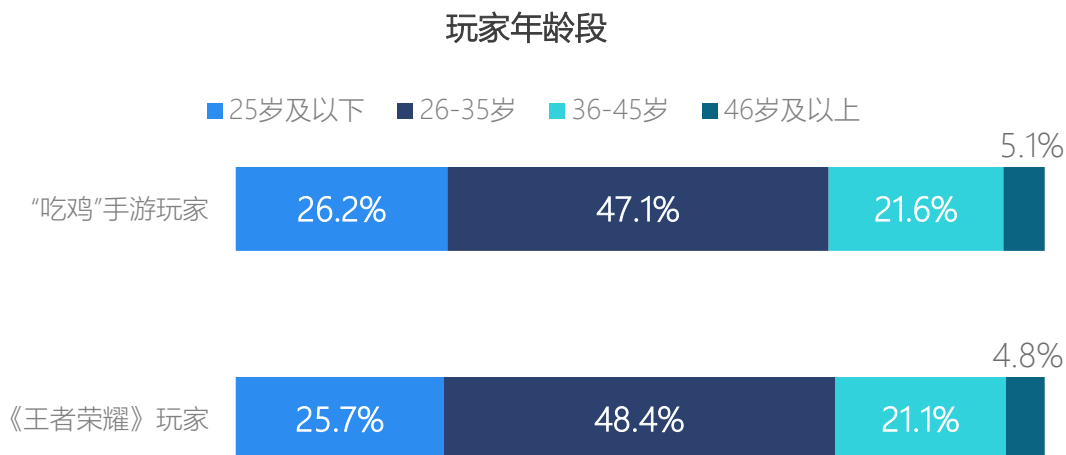


男性玩家更爱“吃鸡”手游，占比65%

从主流开黑手游玩家的性别分布看，“吃鸡”手游玩家中男性占比65%，该数值高于《王者荣耀》的男性比重（59%），这说明“吃鸡”手游对于男性玩家更加具有吸引力和诱惑性。



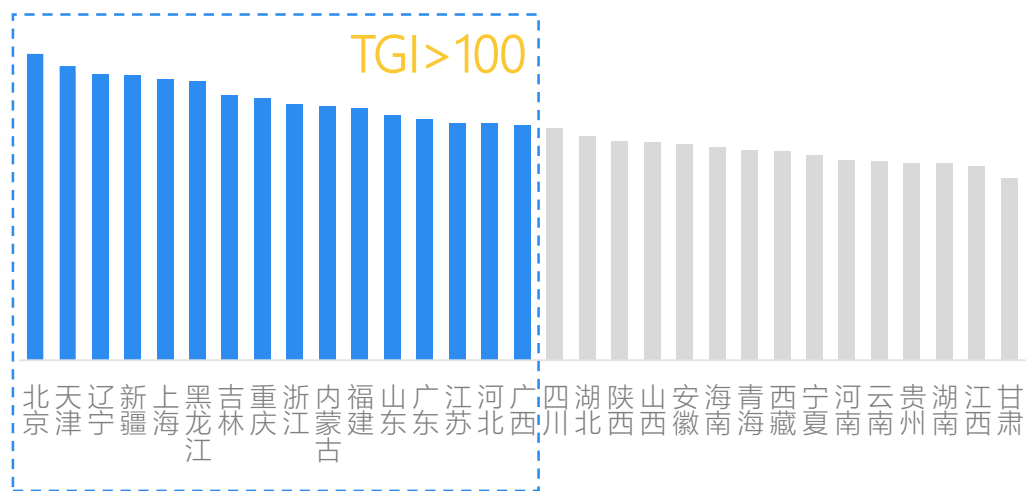
从玩家的年龄段分布看，手游玩家在“吃鸡”和《王者荣耀》上的特征趋同，即以26-35岁玩家为主体，所占比重均接近50%。相比之下，“吃鸡”手游玩家在25岁及以下的比重略高于《王者荣耀》。



东部及一、二线城市玩家更偏好“吃鸡”

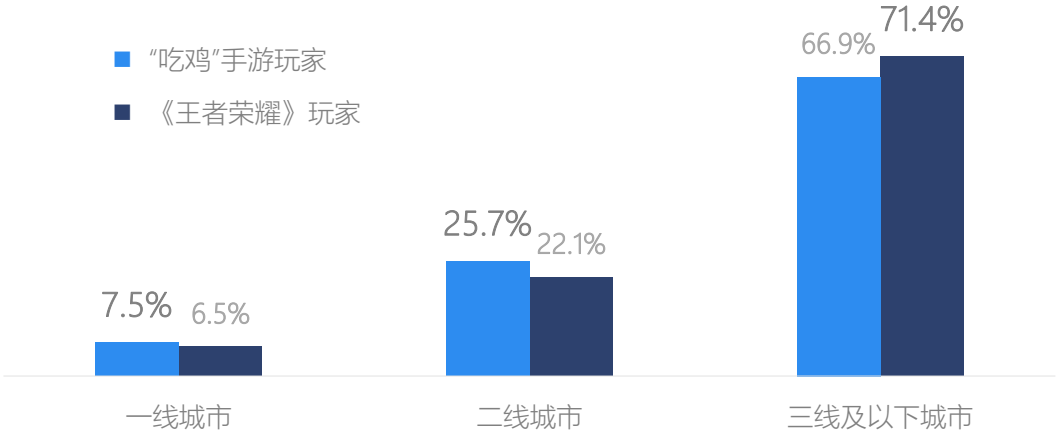
从“吃鸡”手游玩家和《王者荣耀》在省份/直辖市分布的对比结果看，“吃鸡”手游玩家在北京、天津、辽宁、上海和黑龙江等东部省份的TGI指数高于标准值100，这说明“吃鸡”手游在东部地区相比《王者荣耀》更受用户青睐。

不同省份玩家的TGI指数（对比《王者荣耀》）



从玩家的不同级别城市分布看，“吃鸡”手游玩家与《王者荣耀》玩家几乎一样，主要活跃在三线及以下城市。但是对比来看，一线、二线城市手游玩家更加偏爱“吃鸡”。

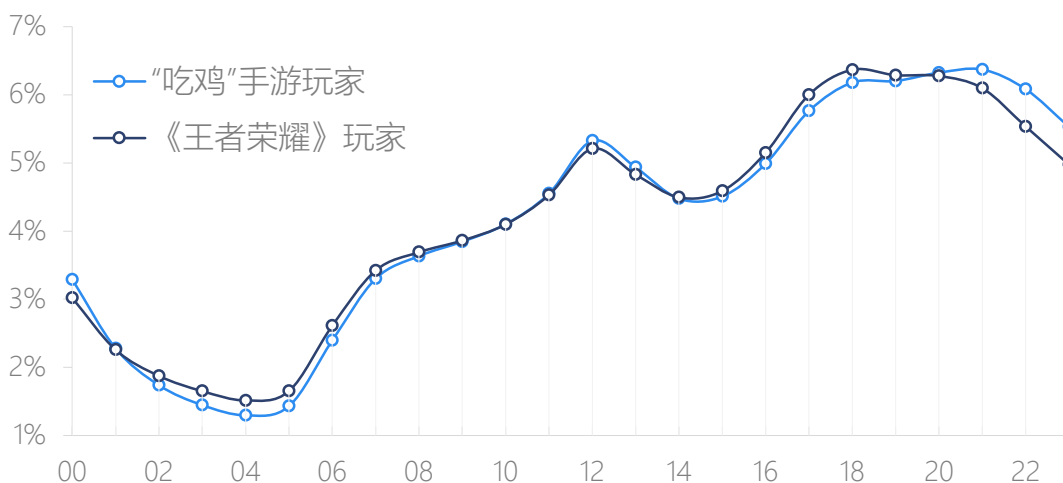
不同城市玩家的市级分布



“吃鸡” 手游玩家在中午和晚间更活跃

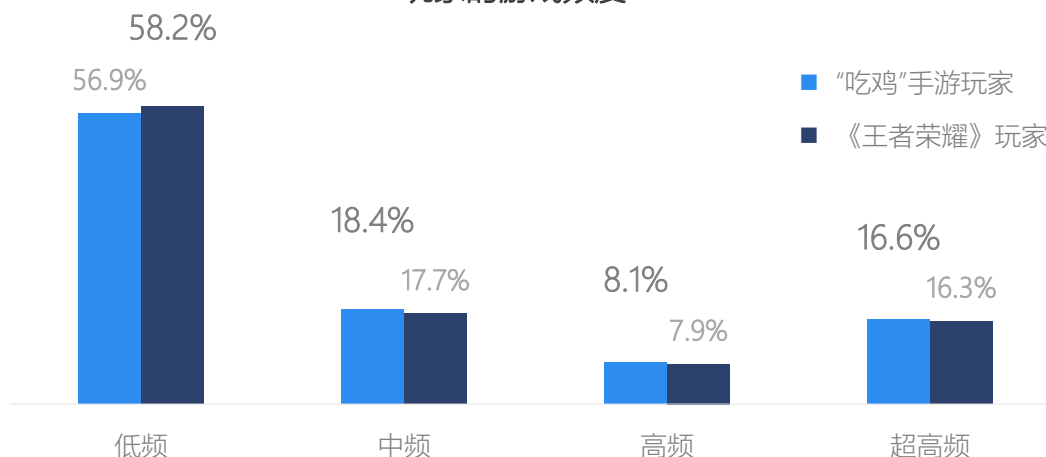
从手游玩家的24h活跃时段分布看，“吃鸡”手游玩家和《王者荣耀》玩家的活跃趋势比较一致，即中午达到第一个小高峰，于晚间达到一天中的峰值水平。相比之下，“吃鸡”手游玩家在12点前后的中午，以及20点以后的晚间时段，其活跃程度整体高于《王者荣耀》。

玩家的活跃时段（24h）



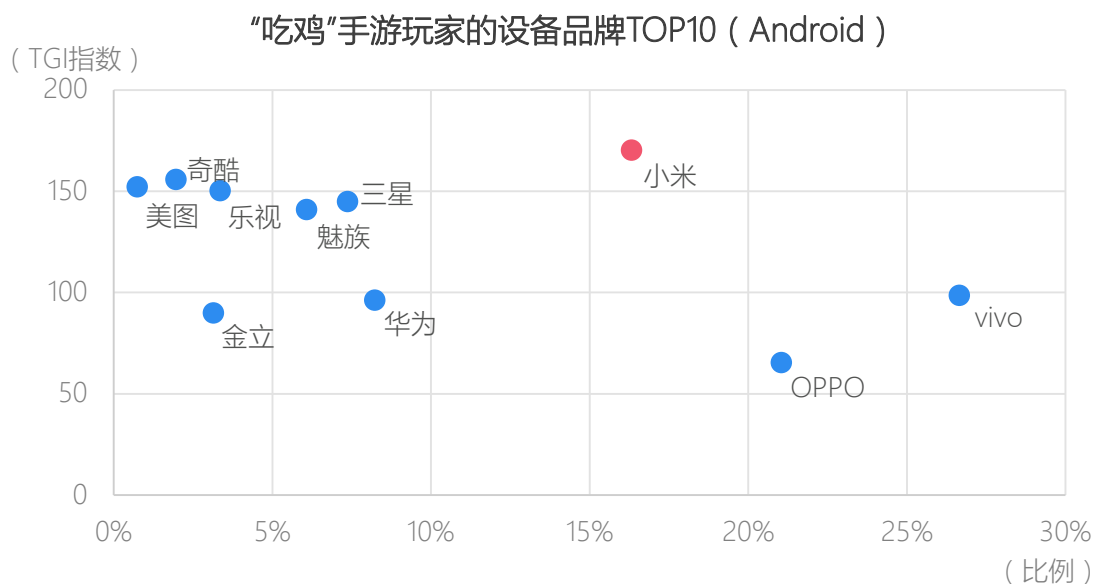
从玩家的游戏频度看，“吃鸡”手游玩家主要维持在低频（即“仅最近一天有游戏行为”）区间，不过，在中频、高频以及超高频区间，“吃鸡”手游玩家的频度则略高于《王者荣耀》玩家。

玩家的游戏频度

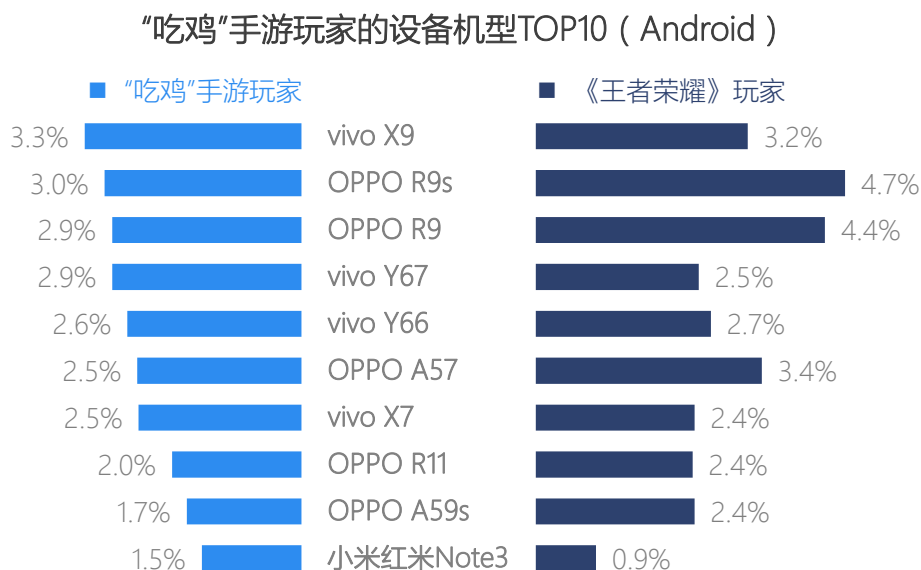


“吃鸡” 手游玩家相对偏好小米品牌

从Android设备品牌TOP10看，相比《王者荣耀》玩家，“吃鸡”手游玩家则相对偏好小米、奇酷、美图、乐视、三星和魅族等品牌，其TGI指数都高于标准值100；而“吃鸡”手游玩家中使用最多的三家品牌分别是vivo、OPPO和小米，所占比重均超过15%。



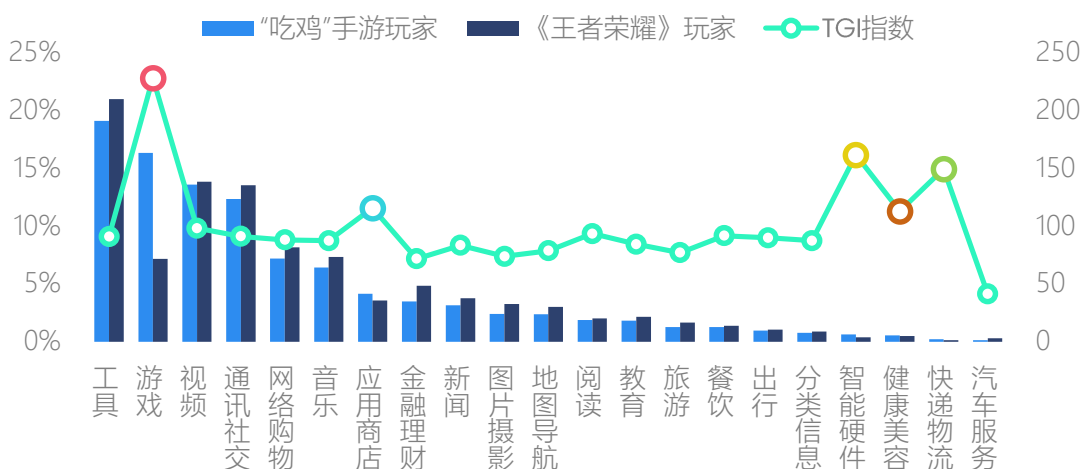
“吃鸡”手游玩家最偏爱的三款Android机型是vivo的X9、OPPO的R9s和R9，而相对《王者荣耀》玩家则更偏好红米Note3。



“吃鸡” 手游玩家较为偏好游戏类App

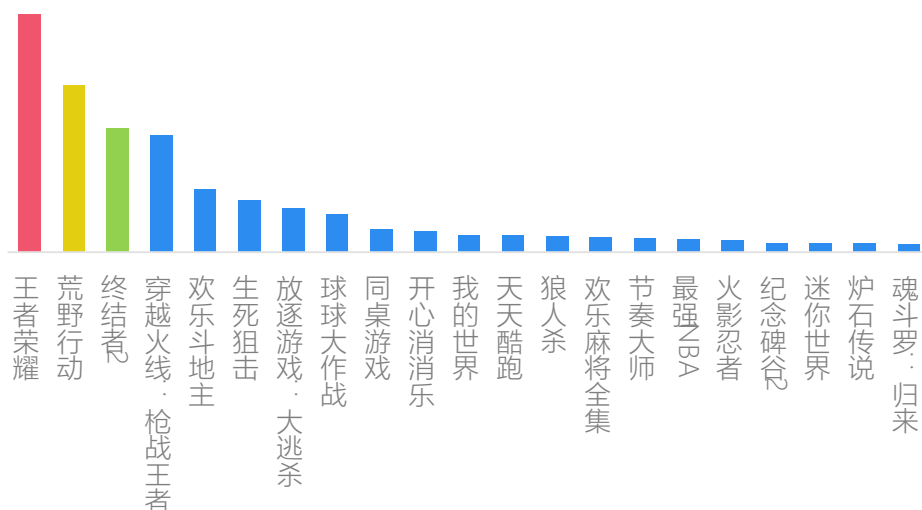
从玩家的应用类型偏好看，“吃鸡”手游玩家设备中安装较多的是工具、游戏、视频、通讯社交和网络购物类App，与《王者荣耀》玩家的应用类型偏好对比，发现“吃鸡”手游玩家更加偏好游戏、智能硬件、快递物流、应用商店和健康美容类应用。

“吃鸡”手游玩家的应用类型偏好 (Android)



“吃鸡”手游玩家最偏爱的TOP5游戏是《王者荣耀》、《荒野行动》、《终结者2》、《穿越火线：枪战王者》和《欢乐斗地主》。

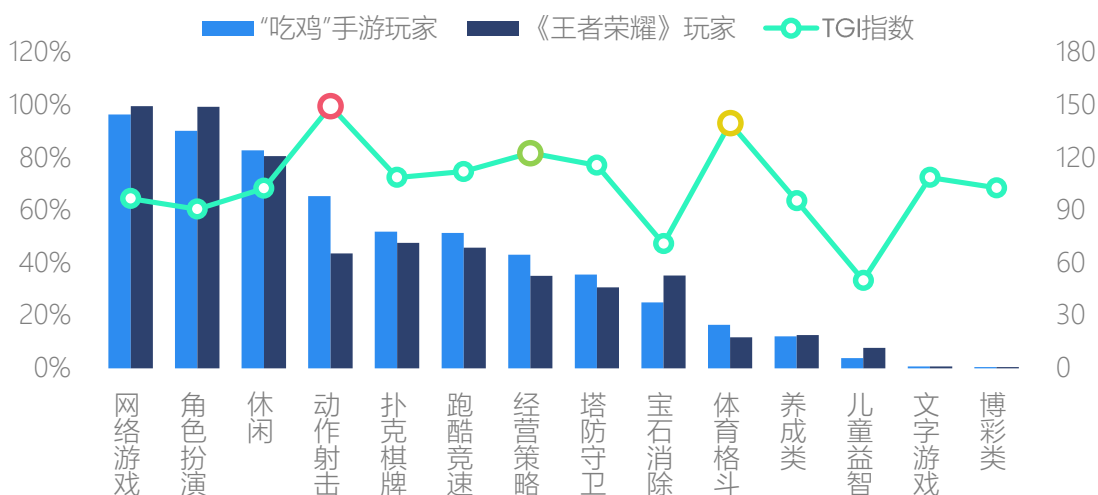
“吃鸡”手游玩家的游戏偏好TOP20 (Android)



“吃鸡” 手游玩家较为偏好动作射击游戏

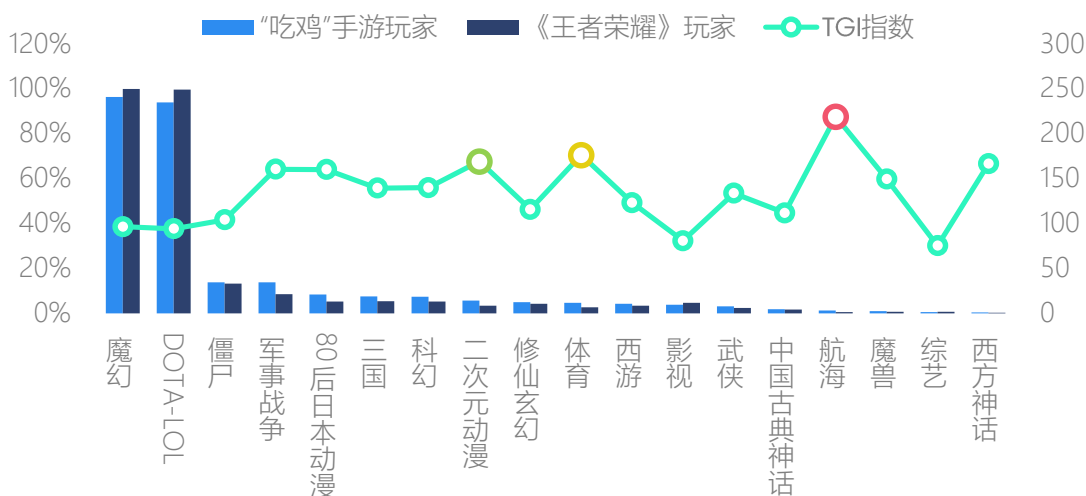
从“吃鸡”手游玩家的游戏类型偏好看，整体比较偏好网络游戏、角色扮演、休闲、动作射击和扑克棋牌等游戏类型，与《王者荣耀》玩家相比，“吃鸡”手游玩家相对更偏好动作射击、体育格斗、经营策略和塔防守卫类游戏。

“吃鸡”手游玩家的游戏类型偏好 (Android)



“吃鸡”手游玩家最偏爱的TOP3游戏题材是魔幻、DOTA-LOL和僵尸，相对《王者荣耀》玩家则更为偏好航海、体育和二次元动漫等题材。

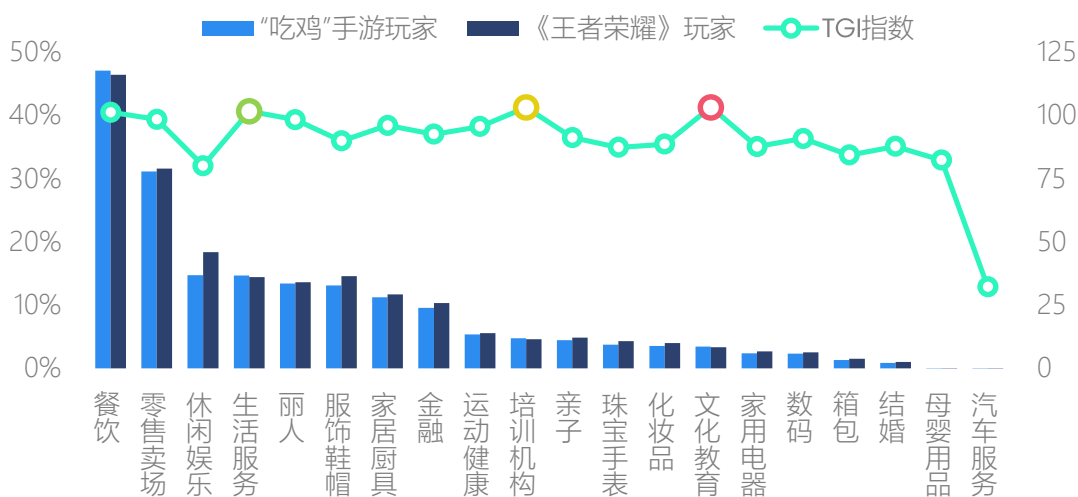
“吃鸡”手游玩家的游戏题材偏好 (Android)



“吃鸡” 手游玩家更注重文化教育

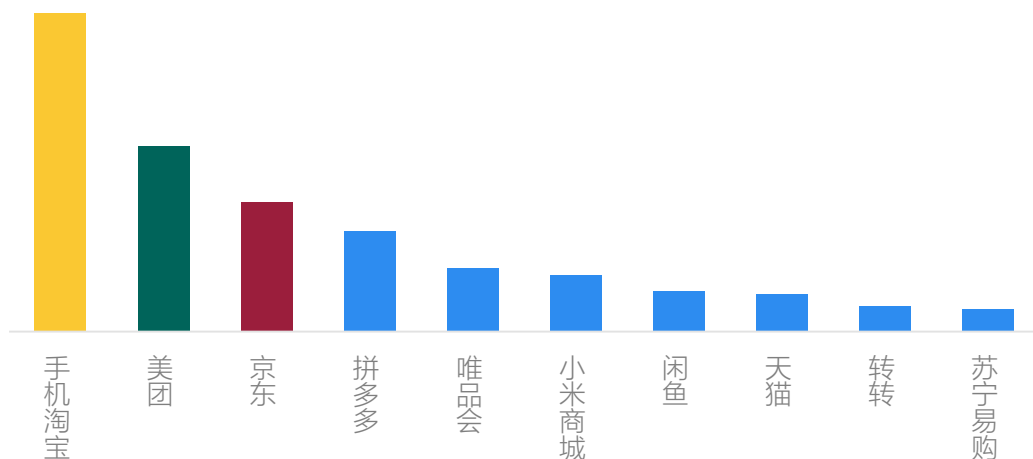
从玩家的消费品类偏好看看，“吃鸡”手游玩家偏好度较高的是餐饮、零售卖场、休闲娱乐和生活服务等消费品类，与《王者荣耀》玩家的消费偏好对比，发现“吃鸡”手游玩家在消费偏好的TGI指数整体低于《王者荣耀》玩家，仅在文化教育、培训机构、生活服务和餐饮上略高于后者。

“吃鸡”手游玩家的消费品类偏好 (Android)



“吃鸡”手游玩家最偏爱的网络购物应用是手机淘宝、美团、京东、拼多多、唯品会和小米商城等。

“吃鸡”手游玩家的网购应用偏好TOP10 (Android)



在我们看来，这场游戏厂商之间的“吃鸡”游戏才刚开始，决定权仍旧掌控在玩家手中，哪家最终能够获得“winner winner, chicken dinner”目前还需要打个问号。

——TalkingData

报告说明

数据来源

- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；
- 企鹅风讯、百度指数、App Store、Android应用商店等公开资料和数据；
- 游戏官方网站等公开资料收集整理。

数据周期

- 用户画像数据：2017年10月25日-11月24日。

概念定义

- “吃鸡”玩家：指统计周期内安装过《荒野行动》、《穿越火线：枪战王者》、《小米枪战》、《终结者2：审判日》等具有“逃杀”玩法的游戏的用户人群；
- 覆盖率：指安装过某个App的设备数量/监测移动设备数量*100%；
- 关联应用：指安装了某款应用的用户同时安装的其他应用；
- 城市级别：“一线城市”指北京、上海、广州和深圳，“二线城市”指各省会、直辖市以及厦门、珠海、汕头经济特区，“三线及以下城市”指除一、二线城市之外的所有城市；
- TGI指数：即指Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势；例如：消费类型偏好TGI=[目标用户群某类型消费偏好占比/《王者荣耀》用户该类型占比]*标准数100。

关于TalkingData



TalkingData（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年，是国内领先的独立第三方移动数据服务平台。TalkingData一直致力于数据的深耕与数据价值的挖掘，从数据的采集、处理到数据的分析，再到数据的应用与咨询，TalkingData已经形成了一套以“智能数据平台（SmartDP）”为主的完整数据应用体系；构筑了一套以数据商业化平台、数据服务平台，及数据合作平台为核心的数据生态。

目前，TalkingData的平均月活跃用户为7亿，为超过12万款移动应用，以及10万应用开发者提供服务。覆盖的客户主要为金融、地产、快消、零售、出行、政府等行业中的领军企业，连续三年实现业务的三倍快速增长。

成立六年多来，TalkingData秉承“客户优先、开放坦诚、担当意识、创业精神、创新精神”的企业文化，胸怀“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，本着“帮助客户转型升级为数据驱动型企业”的使命，践行着“用数据说话”的原则，逐步成长为中国大数据领域的领军企业。

TalkingData

移动观察台

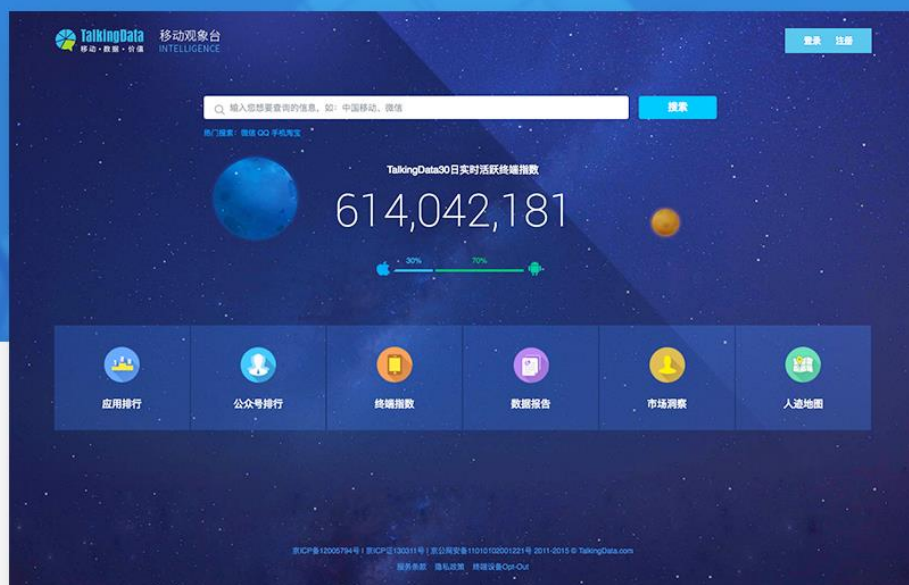


TalkingData

移动观察台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com





应用排名

洞悉市场动态，提供最新Android应用排行，针对单款应用绘制人群画像



公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行



数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析



市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度



终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



人迹地图

挖掘用户行为轨迹，分类解析品牌受众群体，提供可视化数据解读

TalkingData

移动观象台



谢谢

mireport@tendcloud.com

