

2016年Q3中国移动游戏行业报告



01 2016Q3中国移动游戏行业发展概况

02 2016Q3中国移动游戏行业数据解读

03 2016Q3中国HTML5游戏行业数据解读

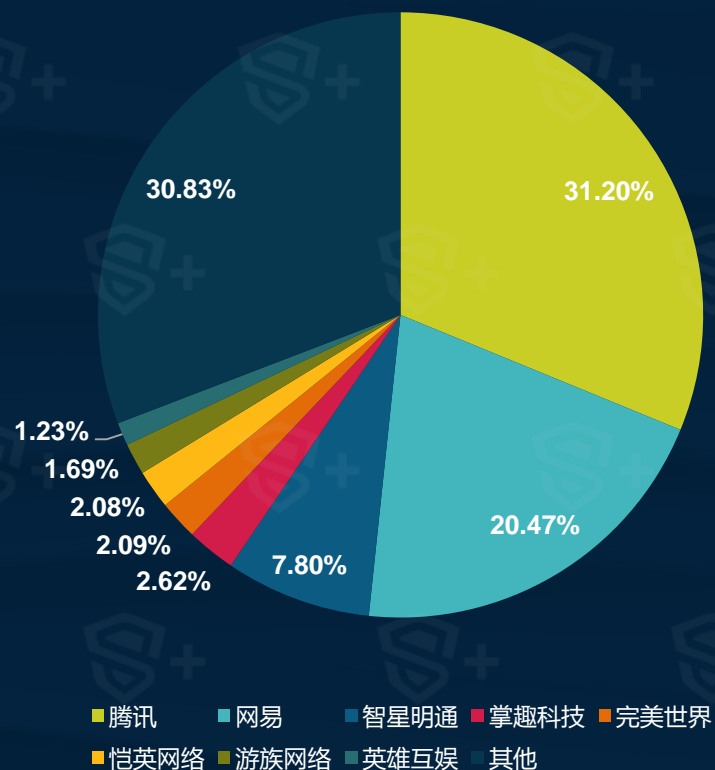
04 2016Q3中国移动游戏行业热点解读

中国移动游戏市场格局已明朗 手游用户规模趋于稳定

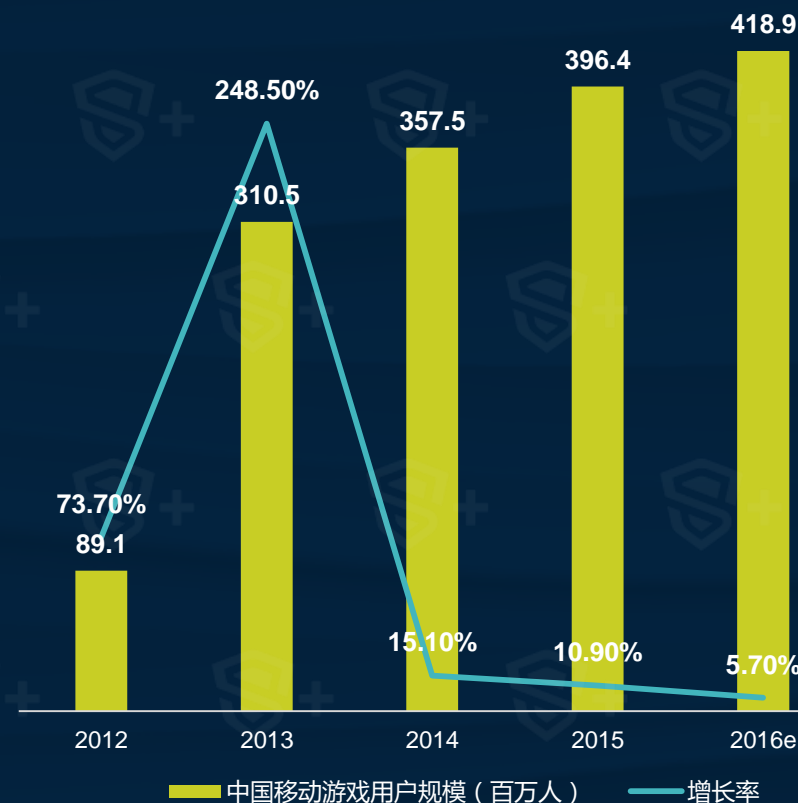
综合各家财报信息，2016年上半年腾讯网易占据移动游戏市场收入超过50%，中国移动游戏市场格局已明朗，但也有中小厂商依靠爆款游戏切入手游市场。在目前的市场环境下，尽管中小团队的游戏品质与巨头们差距逐步缩小，但由于巨头们拥有资金和发行渠道上的优势，如果中小厂商在玩法、题材、观感等方面上不能给玩家带来新鲜感，那么他们就很难获得游戏用户的认可。

游戏用户方面，随着人口红利逐步消失，用户增长将趋于稳定，预计2016年中国移动用户规模将达到4.19亿。

中国移动游戏市场2016上半年各厂商总收入分布



2012-2016中国移动游戏用户规模及增长趋势预测

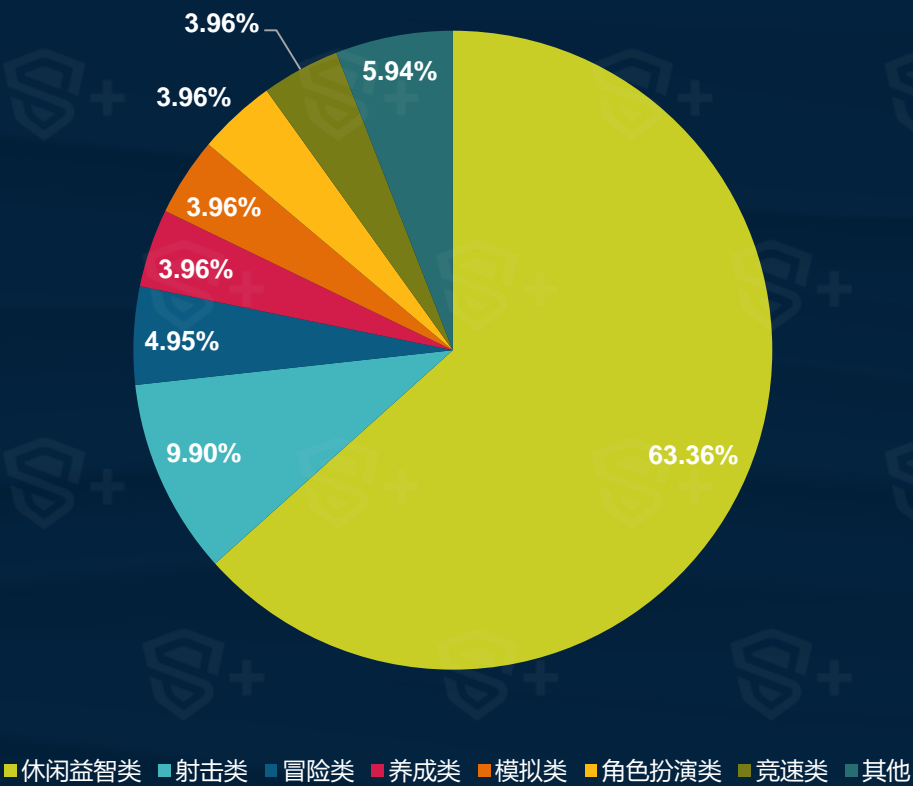


*根据各家公司上半年公布财报推算，实际份额可能有偏差

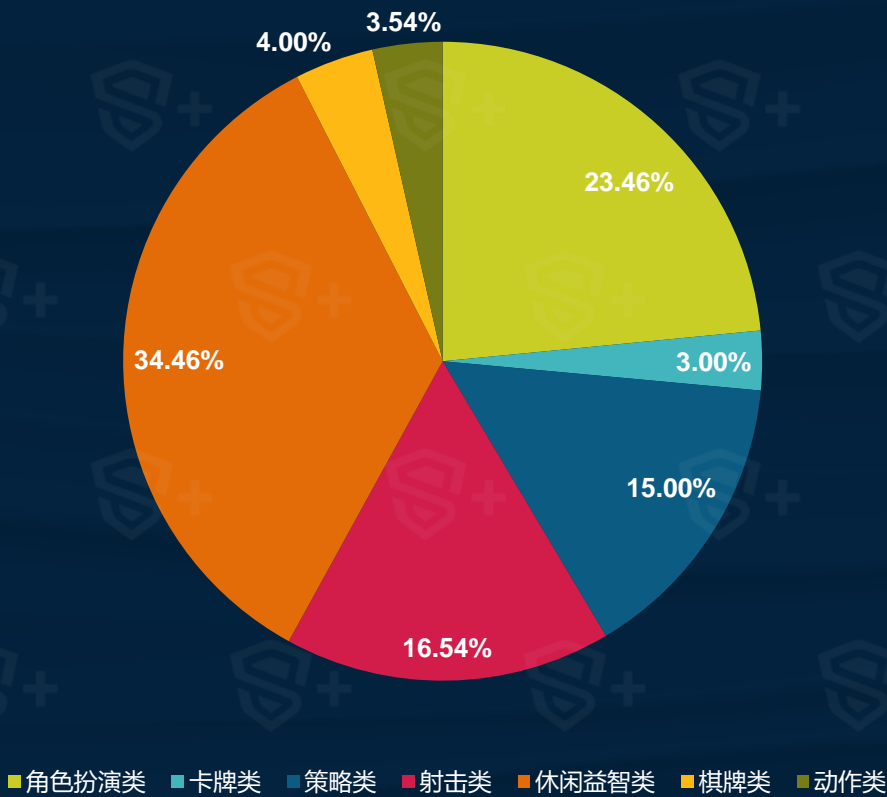
移动新游中休闲益智类依然占比最大

2016Q3中国移动游戏市场共上线新游约5662款。在上线的新游里，单机新游中数量最多的是休闲益智类游戏，占比达到63.36%；网游新游中数量最多的是休闲益智类游戏，占比34.46%，其次是角色扮演类游戏，占比约为23.46%。

2016年Q3单机游戏类型占比



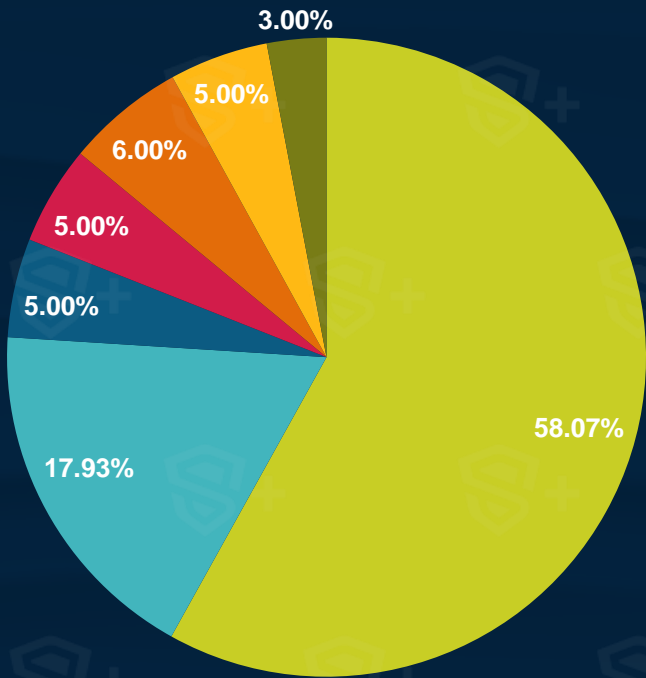
2016年Q3网络游戏类型占比



单机IP游戏类型及来源分布

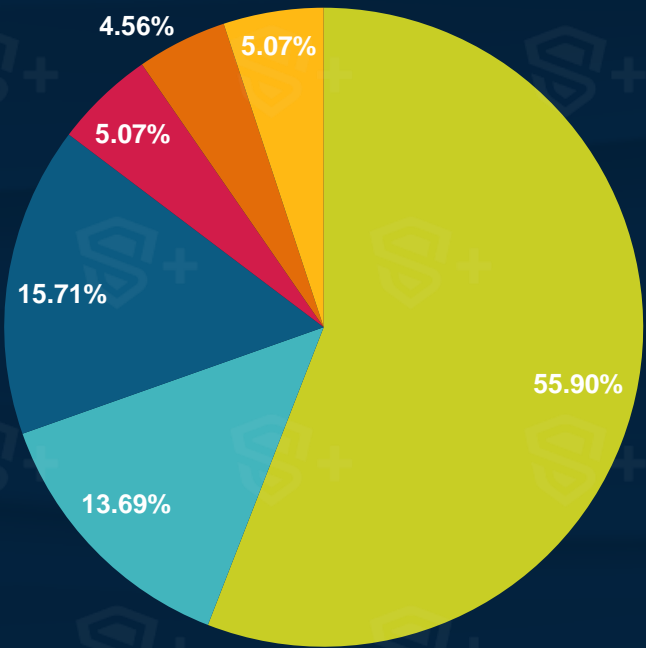
休闲益智类依旧在单机IP游戏中占据第一，数量占比为58.07%，动漫作品、经典游戏、历史名著IP依旧是单机IP游戏的主要来源，其中动漫作品题材环比占比大幅提升。

2016Q3手游新品单机IP游戏类型分布



■休闲益智类 ■角色扮演类 ■冒险闯关类 ■体育竞技类 ■射击类 ■动作类 ■其他

2016Q3手游新品单机IP来源分布

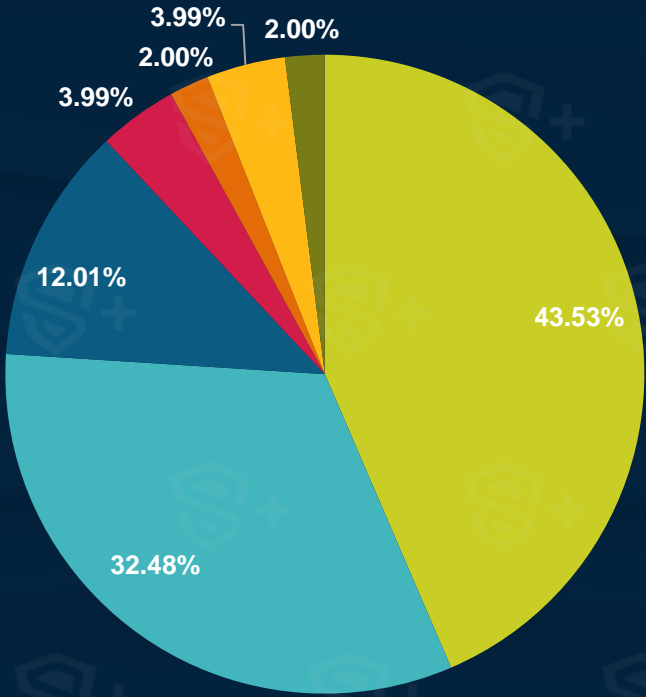


■动漫作品 ■经典游戏 ■历史名著 ■影视作品 ■传统文学 ■网络文学

网游IP游戏类型及来源分布

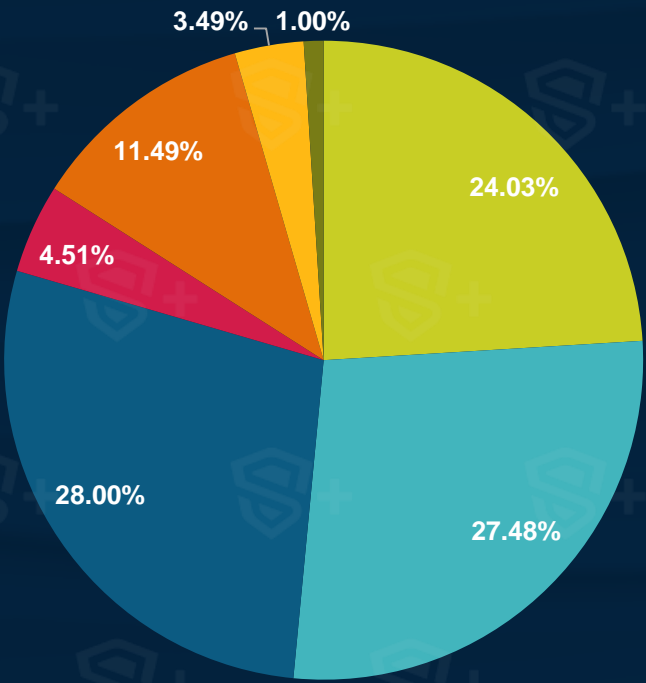
网游IP游戏以角色扮演、卡牌类游戏、休闲益智类为主，三者合计占比约88%，占据了新游网游市场主体地位。网游IP主要来源于经典游戏、历史名著和动漫作品。

2016Q3手游新品网游IP游戏类型分布



■ 角色扮演类 ■ 卡牌类 ■ 休闲益智类 ■ 策略类 ■ 动作类 ■ MOBA类 ■ 其他

2016Q3手游新品网游IP来源分布



■ 动漫作品 ■ 经典游戏 ■ 历史名著 ■ 影视作品 ■ 传统文学 ■ 网络文学 ■ 娱乐综艺

01 2016Q3中国移动游戏行业发展概况

02 2016Q3中国移动游戏行业数据解读

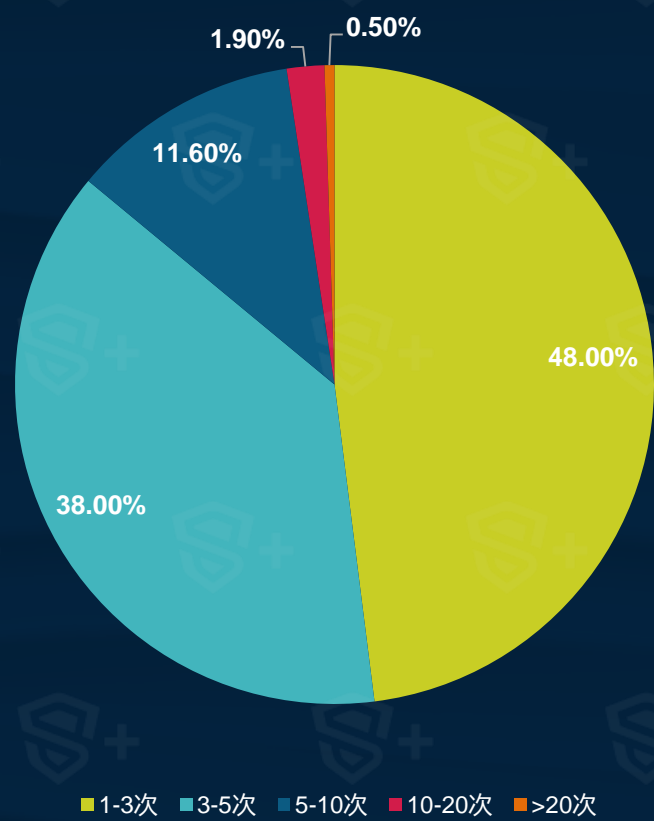
03 2016Q3中国HTML5游戏行业数据解读

04 2016Q3中国移动游戏行业热点解读

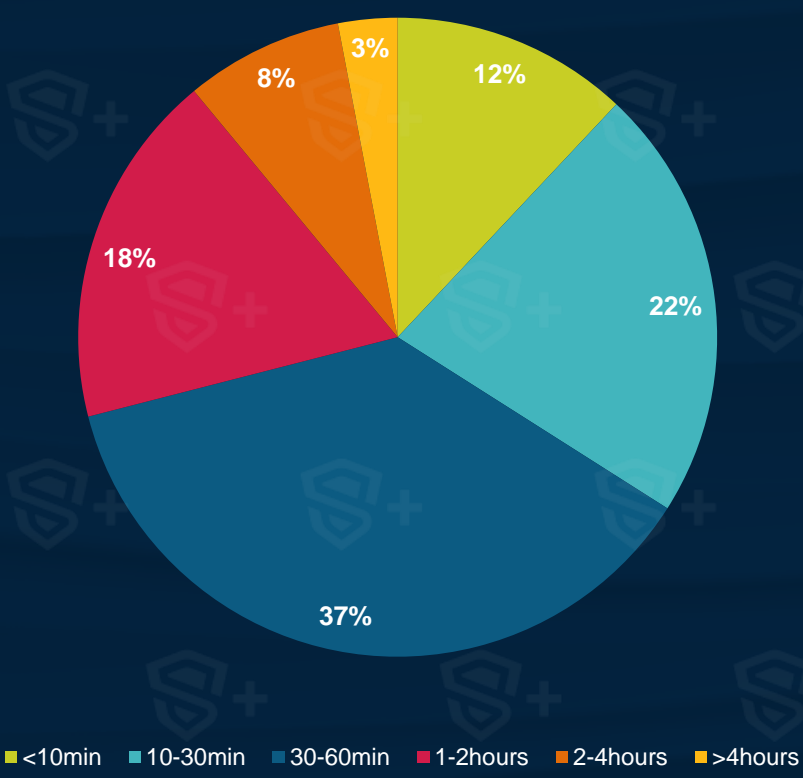
中国移动游戏玩家在线情况

截至2016Q3，中国移动游戏玩家日均游戏次数约为4.12次，其中约有52%的用户日均游戏次数大于3次；玩家日均游戏时长约为50.7min，其中用户日均游戏时长小于60min有约71%。

2016Q3中国移动游戏用户日均游戏次数分布



2016Q3中国移动游戏用户日均游戏时长分布

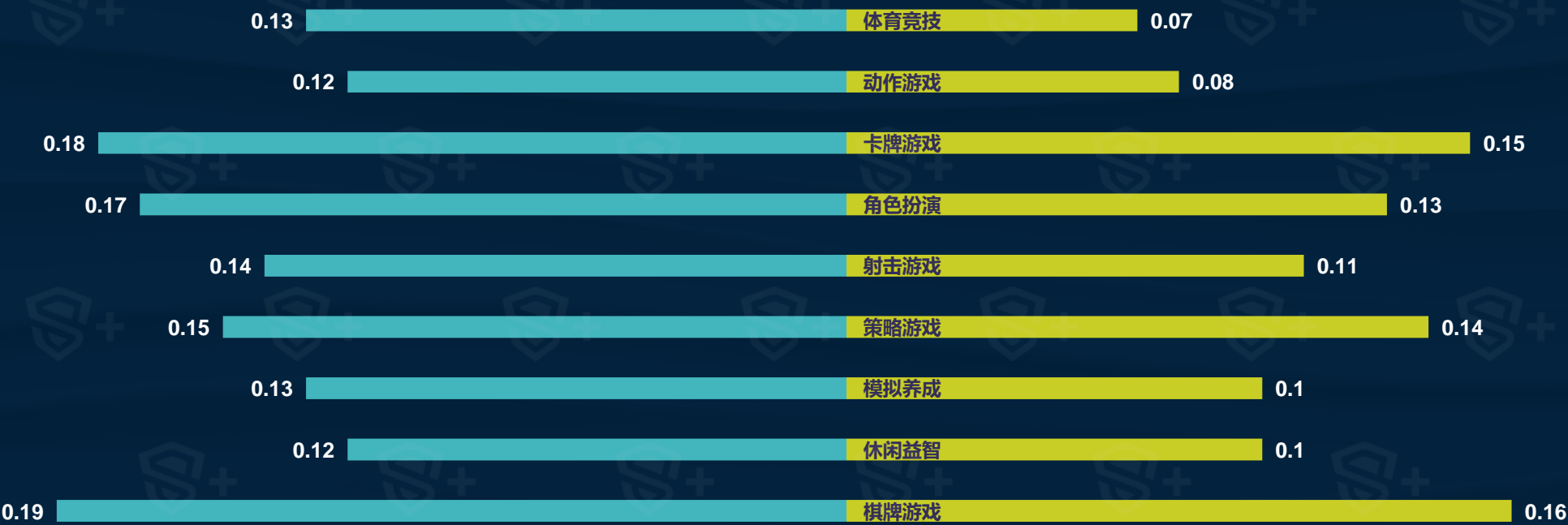


中国移动游戏活跃情况

DAU/MAU，一般用来衡量APP的用户黏性以及其衰退周期，反映APP的活跃情况。2016Q3与上季度表现差异不大，IOS平台用户整体表现依然优于Android平台用户，在具体类型上，棋牌游戏、卡牌游戏、角色扮演类游戏的玩家黏性较其他类型表现的更为出色。此外，除了棋牌游戏环比上升以外，其他类型游戏用户粘性有下降趋势。

2016Q3中国移动游戏DAU/MAU

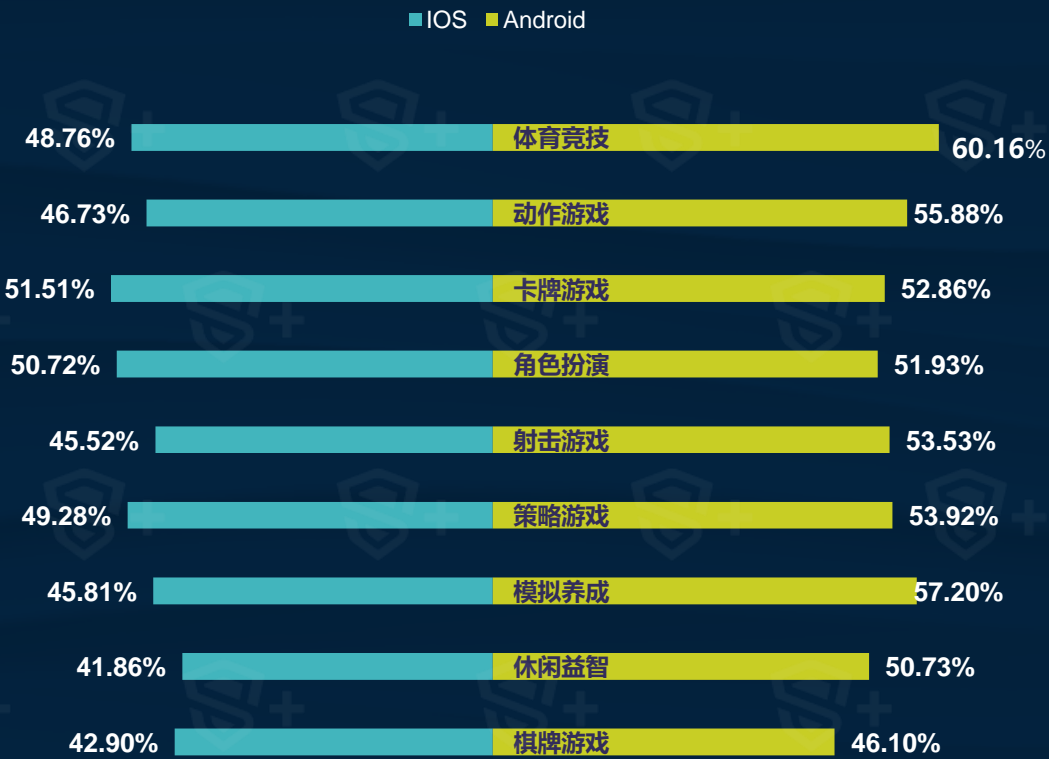
■ IOS ■ Android



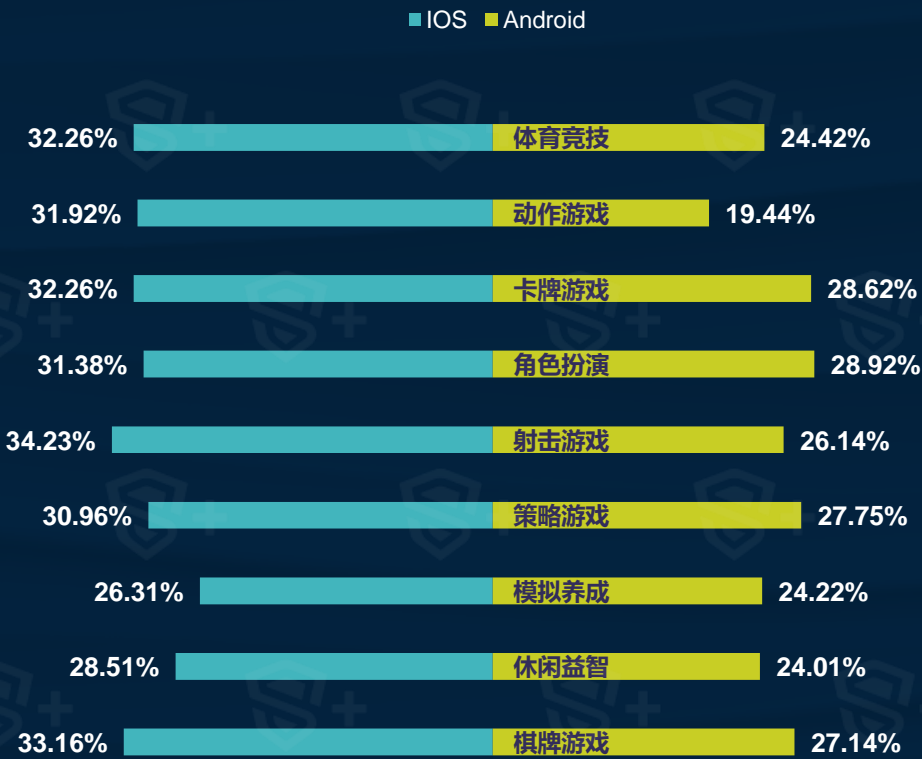
中国移动游戏留存情况

从2016Q3中国移动游戏的一日玩家比例来看，卡牌游戏依旧表现出色。在游戏留存方面，棋牌游戏除了在次日留存率较射击游戏低之外，7日、30日留存情况均最为出色，反映玩家对棋牌游戏满意度高。此外，射击游戏在次日、7日和30日各节点的留存率变化波动最大。

2016Q3中国移动游戏一日玩家比例

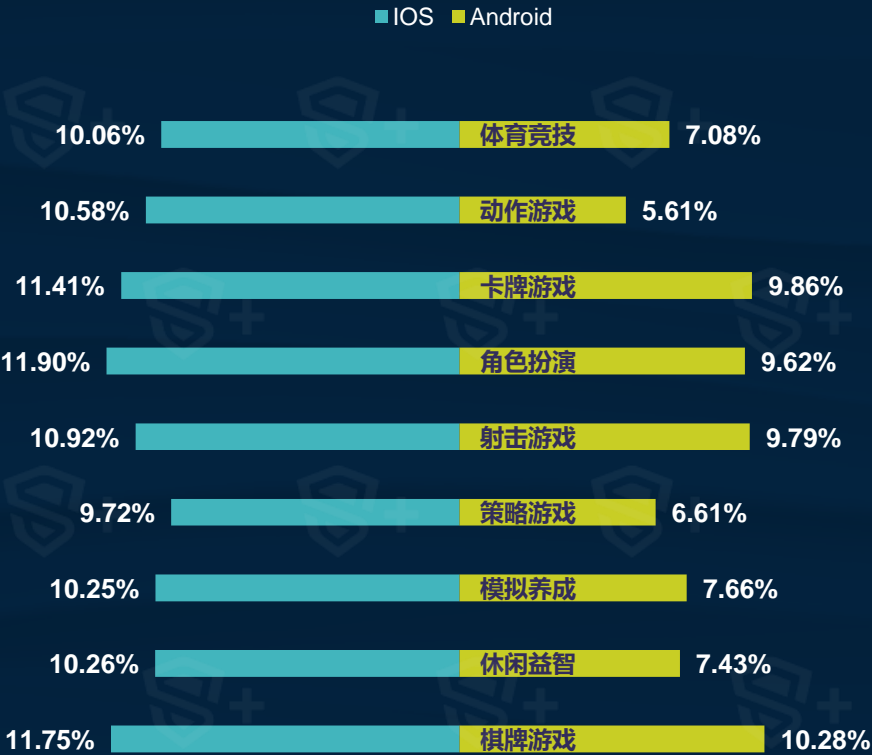


2016Q3中国移动游戏次日留存率

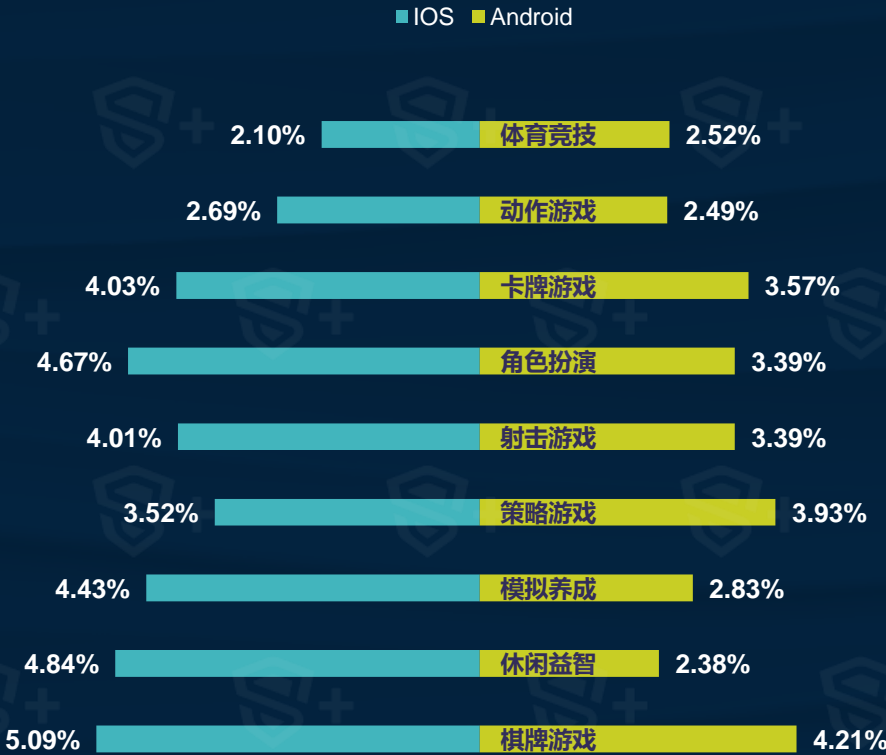


中国移动游戏留存情况（续）

2016Q3中国移动游戏7日留存率



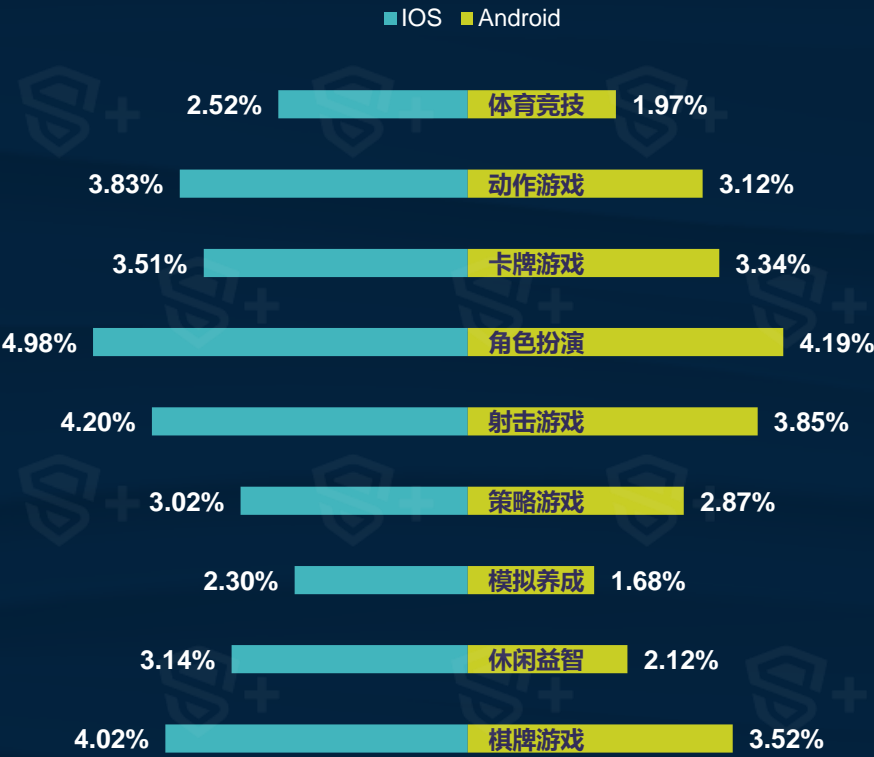
2016Q3中国移动游戏30日留存率



中国移动游戏付费情况

在付费方面，角色扮演类和卡牌类游戏继续展现出高付费率、高ARPU值的特征，而棋牌游戏则呈现出高日活、较高付费率、低ARPU值的现状。

2016Q3移动游戏付费情况



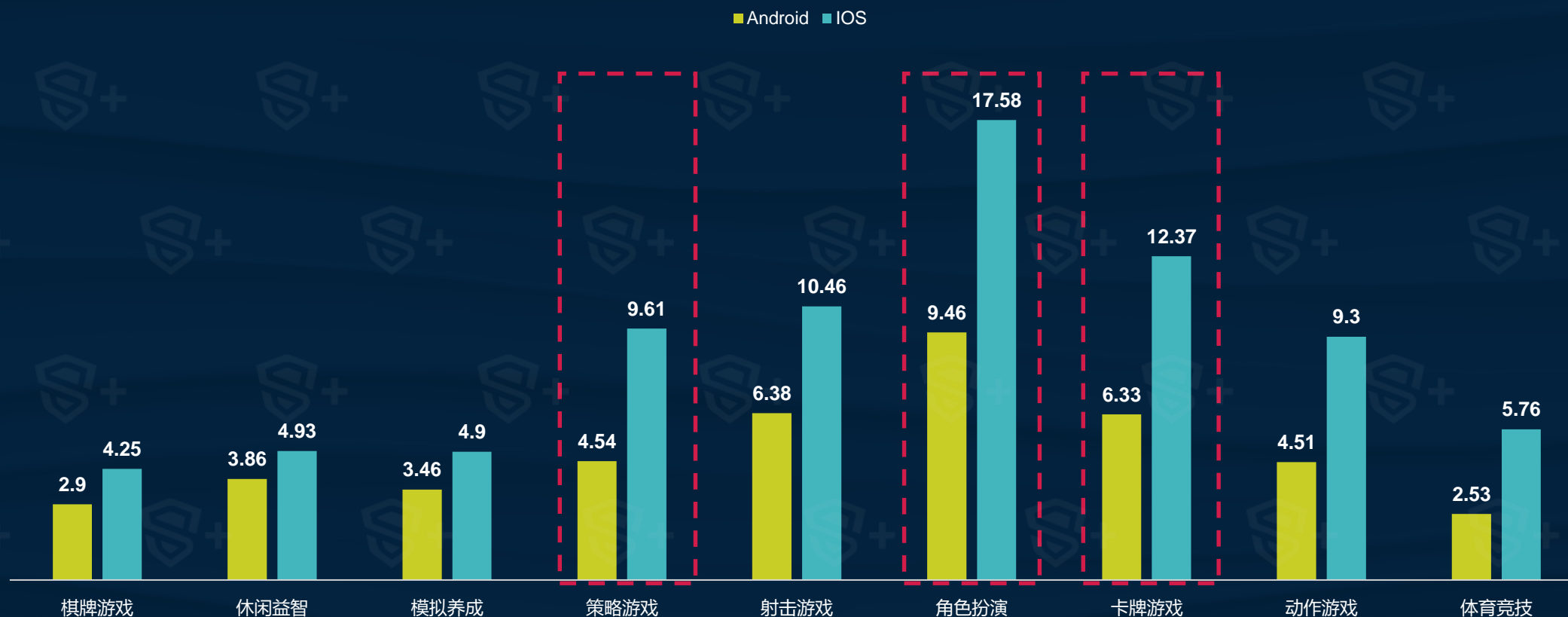
2016Q3中国移动游戏ARPU值



中国移动游戏新用户付费情况

在新玩家价值方面，iOS平台平均每新增用户30日内的付费金额继续明显高于Android平台的新增用户。特别指出的是，策略游戏、角色扮演类游戏、卡牌游戏在iOS平台的30日LTV值比Android平台高出将近一倍。

2016Q3中国移动游戏新玩家30日LTV值



01 2016Q3中国移动游戏行业发展概况

02 2016Q3中国移动游戏行业数据解读

03 2016Q3中国HTML5游戏行业数据解读

04 2016Q3中国移动游戏行业热点解读

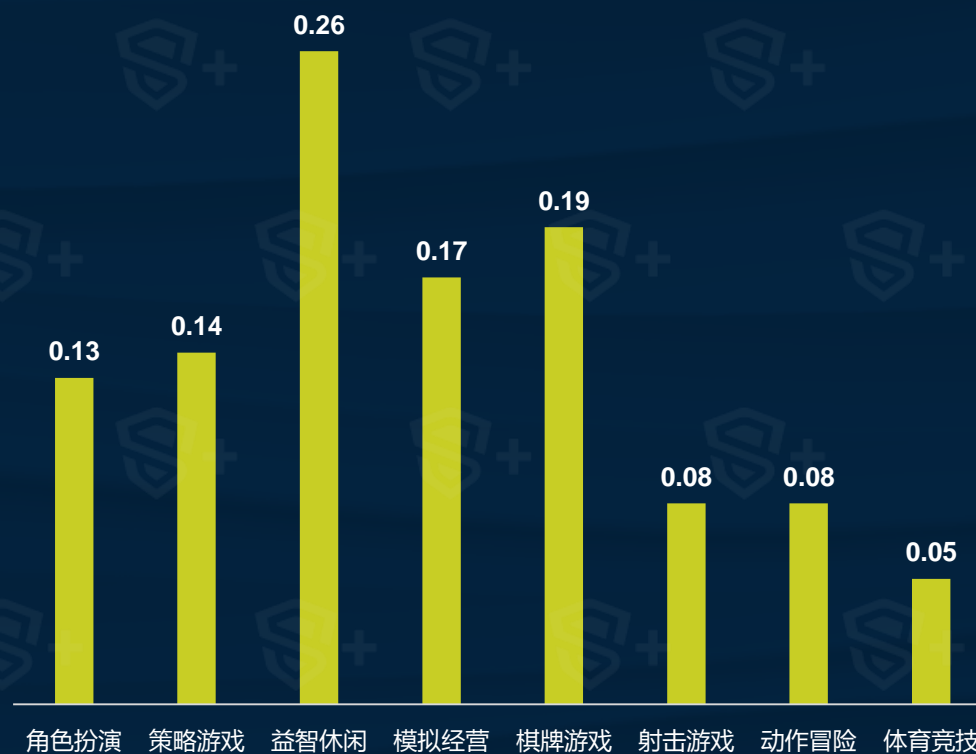
H5游戏首页跳出率与活跃K系数

2016Q3，H5游戏的首页平均跳出率约为52%，其中益智游戏的首页跳出率表现最好，仅为39.42%；在活跃K系数方面，H5游戏的传播性有了一定程度的提高，其中休闲益智类游戏表现的最为突出，其活跃K系数达到0.26。

2016Q3 HTML5游戏首页跳出率



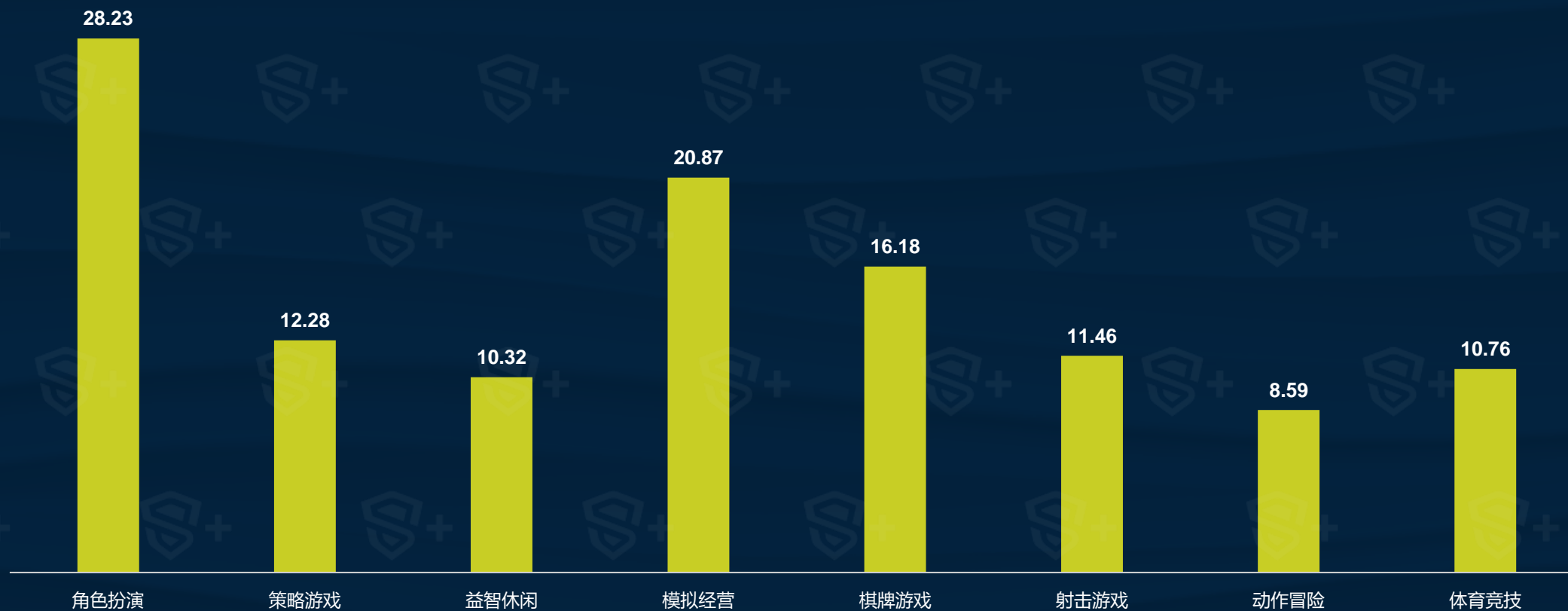
2016Q3 HTML5游戏活跃K系数



H5游戏玩家在线情况

2016Q3，H5游戏用户平均每日游戏时长约为14.83min，与上季度相比有所下降。其中角色扮演类游戏和模拟经营类游戏玩法偏重度，玩家游戏时长相对较长，分别达到28.23min、20.87min，而益智休闲、体育竞技类、动作冒险类和射击类轻度小游戏的游戏时长相对较短。

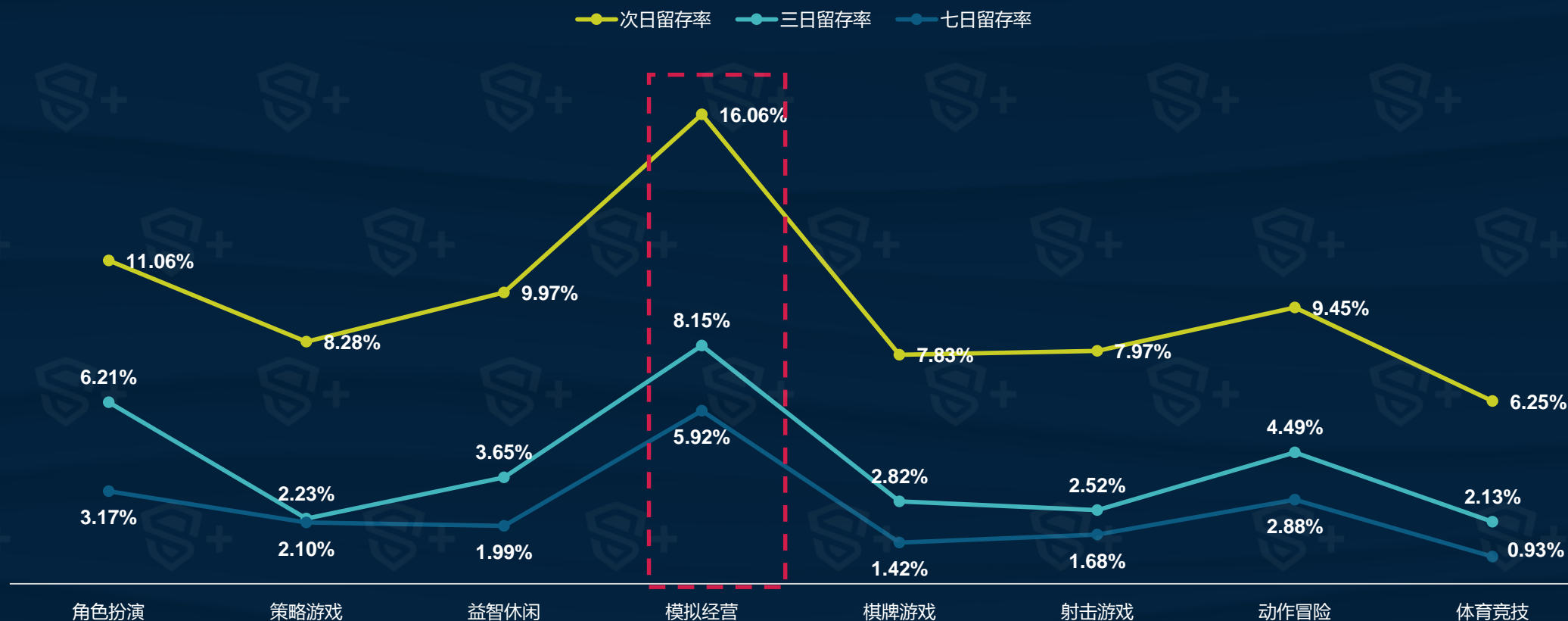
2016Q3 HTML5游戏玩家日均游戏时长（单位：min）



H5游戏的留存情况

2016Q3，H5游戏的整体留存水平仍不见改善，各类型游戏留存率表现有升有降。在具体类型上，模拟经营类游戏的留存率继续表现最好，其次日留存率达到16.06%，虽然有越来越多的移动用户开始接触H5游戏，但在游戏体验没有太大改善前提下，很难达到移动游戏的留存率水平。

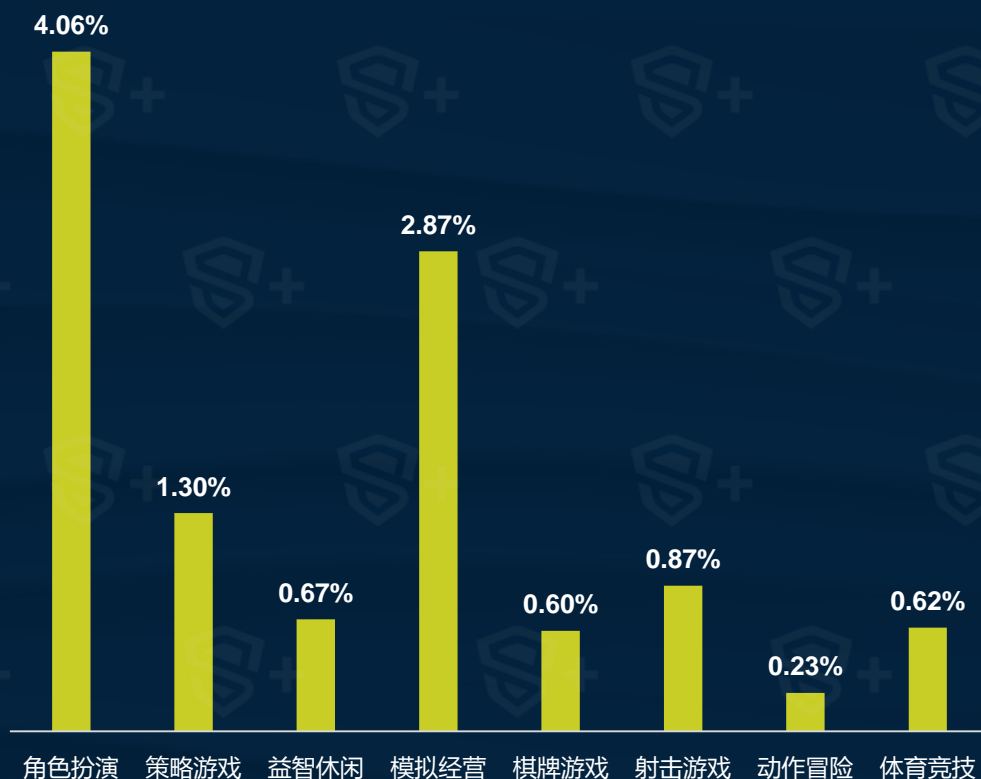
2016Q3 HTML5游戏留存情况



H5游戏的付费情况

在付费方面，角色扮演的H5游戏和移动游戏表现一样，在各类型游戏中盈利能力最强。其次模拟经营类和策略类游戏也有相对较好的付费表现。但是H5游戏的整体盈利能力依旧较弱，付费率仍处于较低的水平。

2016Q3 HTML5游戏付费情况



2016Q3 HTML5游戏的平均ARPPU值



01 2016Q3中国移动游戏行业发展概况

02 2016Q3中国移动游戏行业数据解读

03 2016Q3中国HTML5游戏行业数据解读

04 2016Q3中国移动游戏行业热点解读

游戏产业市场格局已明朗和稳定

虽然国内移动游戏产业前景依然诱人，但通过对产业链分析可知，核心环节市场竞争格局均已趋于明朗和稳定，大型CP通过揽括内容研发、发行渠道等环节，加上自身长时间的品牌沉淀，逐步挤压大量中小企业及新进入者切入市场的机会。另一方面，目前玩家对优质内容、社交、竞技属性的移动游戏的偏向性更加明确，因此除了玩法创新以外，拥有能增加用户粘性的电子竞技、能够多平台联动的移动游戏市场机遇相对较大。

内容研发

研发商结构：当前在内容研发环节，市场主要收入已基本被腾讯、网易两大巨头占据，2016年上半年两者的合计份额占比超过50%

产品类型：产品重度化趋势明显，单产品生命周期拉长

发行运营

研运一体化趋势明显，单纯发行商举步维艰，随着移动游戏产品研发、渠道平台两个环节市场集中度的持续提升，单纯的产品发行环节已很难独立存在，向产业链上下游的渗透是必然趋势

渠道平台

从用户的移动游戏信息获取和下载渠道来看，社交渠道和应用商店仍是用户主要的信息来源，腾讯、苹果地位稳固。另外借助硬件终端的入口优势的华为、小米等终端厂商的应用商店用户数增长明显

围绕移动游戏关联产业机遇多

移动游戏关联产业未来发展机遇主要表现在：一是由于政策禁令的解除使游戏主机等硬件设备获得更大的发展空间；二是用户对更优质的内容追求促进了游戏直播与电子竞技的蓬勃发展；三是游戏用户对高品质游戏的追求组成的游戏公会逐步对游戏行业发展施加影响。

游戏主机 智能电视 VR/AR

- 2014年国内游戏主机禁令的解除，国内相关厂商开始加大游戏主机领域布局，目前腾讯、中兴通讯等企业均发布了相应的游戏主机产品
- 在智能电视部分，根据尼尔森的统计数据，2015年国内智能电视整机/盒子的销量已经突破5000万台，巨大的硬件保有量将为智能电视游戏市场的开展提供充分的可能
- VR/AR 领域，任天堂捉精灵游戏pokemon go风靡全球，china joy 2016 期间VR/AR 展区成为观众最为火爆的区域，显示出这一市场未来的巨大潜力

电子竞技

- 电子竞技赛事运营、赛事衍生环节存在巨幅商业拓展空间，电竞赛事涉及诸多参与者，赛事运营为产业核心，包括游戏内容授权、战队招募管理、商业赞助、赛事组织、赛事内容分发等

围绕移动游戏关联产业机遇多（续）

在线直播

- 根据相关机构的数据统计，2015 年国内传统秀场直播市场规模达到74.6 亿元，游戏直播市场达到11.7 亿元，可预测未来游戏直播市场可能实现翻倍增长
- 直播的可持续发展需要优质的内容支撑，早期的草根、网红只能满足长尾的人群需求，不具有持续性，市场最终将由游戏、综艺等类别的少数精品内容主导

游戏公会

- 公会在手游产业中重要性正继续保持上升趋势。游戏公会汇聚了游戏意愿&付费能力最强的用户群体，伴随手游用户的逐步成熟以及用户对重度游戏产品偏好度的持续提升，公会在手游产业链中的重要性正逐步显现，并有望通过对游戏内玩家的引导，逐步成长为手游产业链的核心，进而主导手游产业的发展

联系我们



官网：<https://www.splus.cn>



客服电话：400 648 2833



客服Q Q1：3173109221 客服QQ2:2030196706

深圳
总部



公司地址：深圳市南山区科技园路1006号软件产业基地4B栋4层411



联系电话：0755-86159521

北京
分部



公司地址：北京朝阳区融创动力文化创意产业园B座C150/C251



联系电话：010-59563961



THANK YOU

