



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

2015Q3中国手机游戏市场季度监测报告

2015Q3 Market Report of Chinese Mobile Gaming

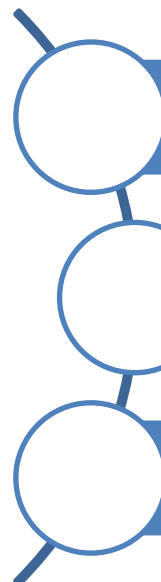
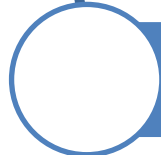

（内部精简版）

研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统。

- 通过对手游行业专家、手机游戏开发商、游戏代理发行商与手游用户等进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

目录

- 2015中国手机游戏市场趋势解读
- 2015电竞手机游戏市场观察
- 2015手机MOBA游戏专项分析

1
CHAPTER

2015中国手机游戏市场趋势解读

2015Q3中国手机游戏行业动态

• 手游市场马太效应愈发明显，中小CP寒冬或来临

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2015Q3中国移动游戏行业收入约为117.9亿，而腾讯、网易Q3财报显示其移动游戏业务收入分别为53亿和28亿左右，两者相加占整个市场超过六成份额。艾媒咨询分析师认为，随着腾讯、网易等巨头迅速占据大部分手游市场份额，中小CP生存空间进一步被挤压，生存前景不容乐观。

• 中国移动电竞联盟成立，移动电竞成为下半年手游行业发展热点

10月24日，由英雄互娱发起，联合完美世界、巨人网络、游族网络、银汉游戏、畅游、恺英网络等游戏公司和熊猫TV、网鱼网咖等电竞相关企业，外加中国电子竞技俱乐部联盟等共17家单位组成中国移动电竞联盟，希望通过集结行业顶尖厂商和电竞行业上下游企业，合力打造系统性移动电竞赛事英雄联盟。艾媒咨询分析师认为这标志着中国移动电竞行业正式进入规范和高速发展，将成为手游行业继IP手游后另一新热点。

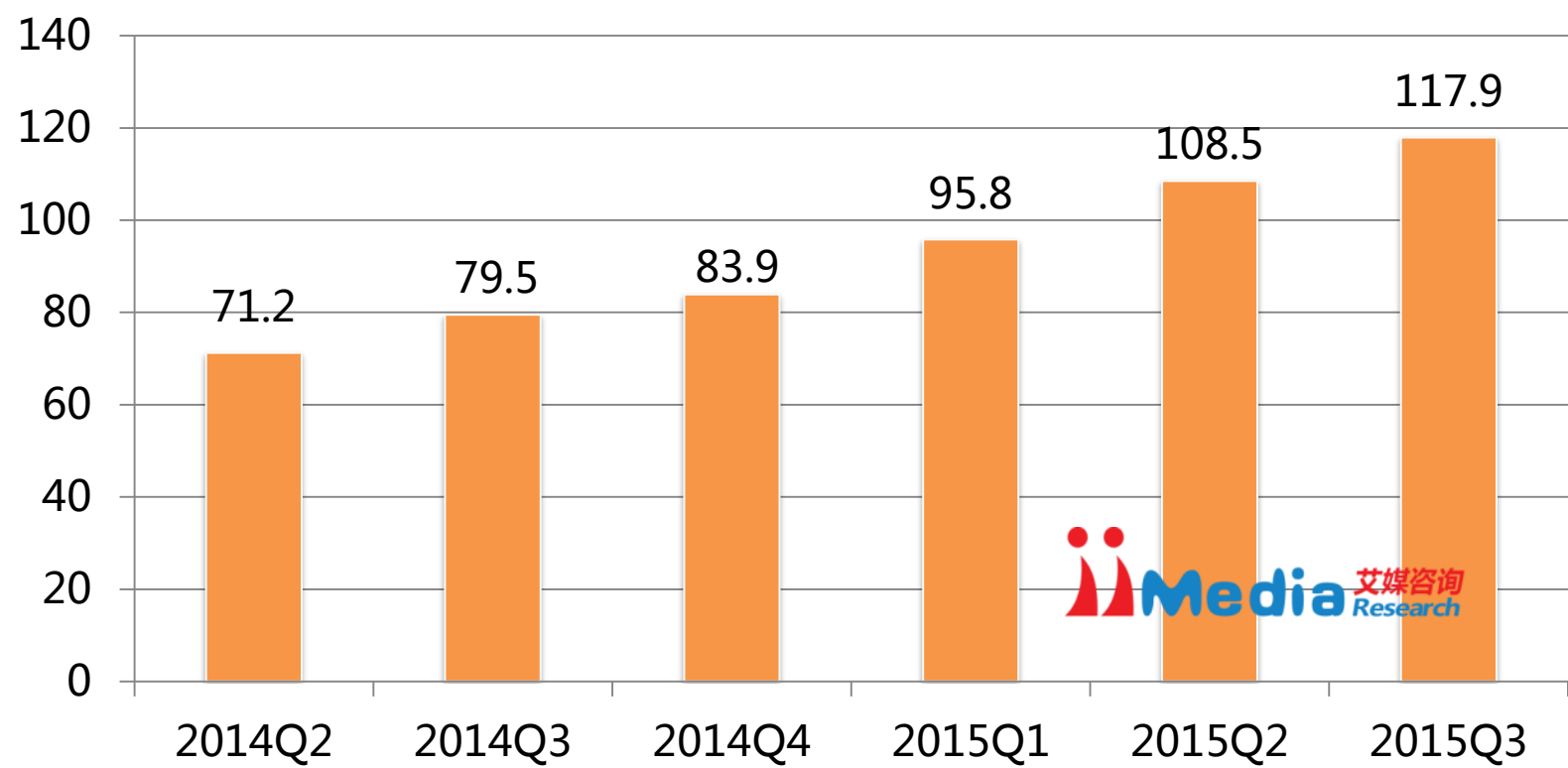
• 华谊兄弟19亿投资英雄互娱，泛娱乐化合作进一步紧密

11月19日，上市公司华谊兄弟宣布拟向英雄互娱投资19亿元、交易完成后将持有英雄互娱20%股份。同时由英雄互娱、王思聪牵头发起成立的中国移动游戏电竞联盟已经与国内五大手游渠道达成合作，360、百度、小米、UC和硬核联盟（包含华为、OPPO、vivo、酷派、金立、联想）将加入联盟，同时，金立、魅族、旺旺、新世界百货将成为HPL赛事首批赞助商。

2015Q3中国手机游戏行业市场规模

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年移动游戏行业收入规模持续稳定增长，前三季度收入超320亿元，预计15年全年收入将达450亿。

2014Q2-2015Q3移动游戏行业收入规模（亿元）



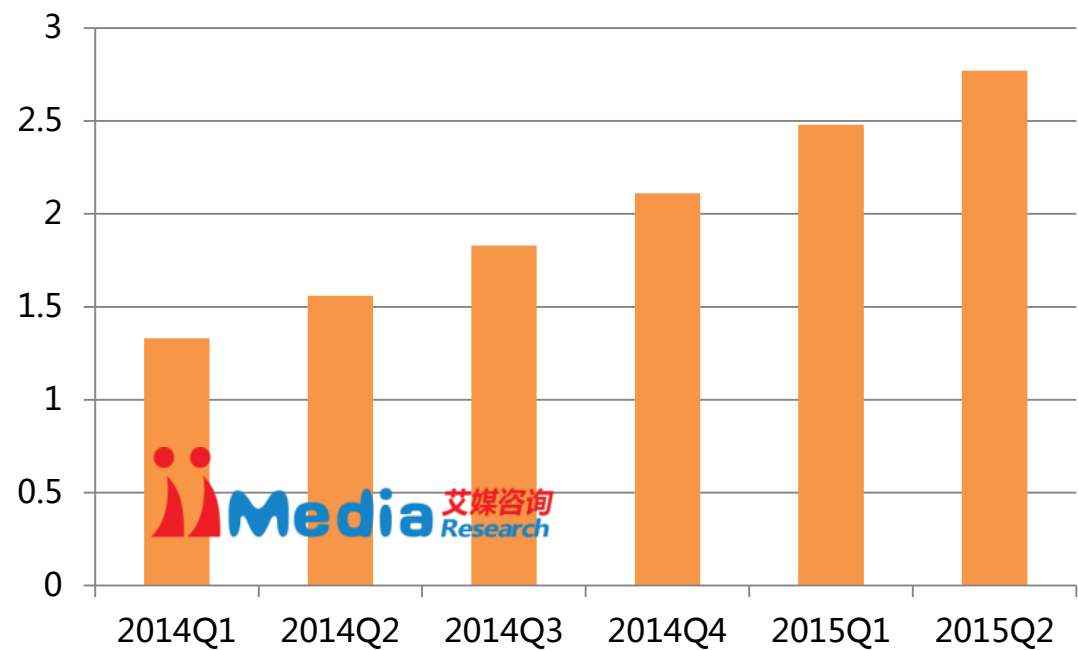
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

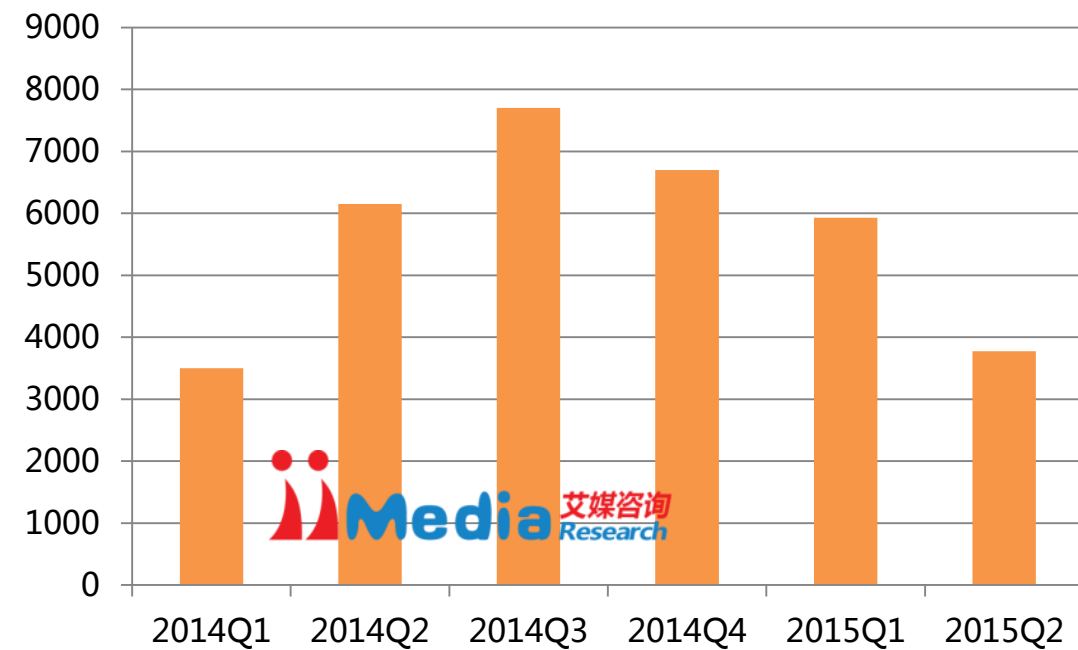
2015中国手机游戏产品开发分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示,截止Q2移动游戏CP规模已超2.5万家。但发行数量从2014年Q4起衰减,到2015年Q2发行数量不足4000款。艾媒咨询分析师认为,用户对游戏品质要求越来越高,游戏淘汰率在加大。

2014Q1-2015Q2移动游戏CP规模 (万家)



2014Q1-2015Q2中国移动游戏发行数量 (款数)

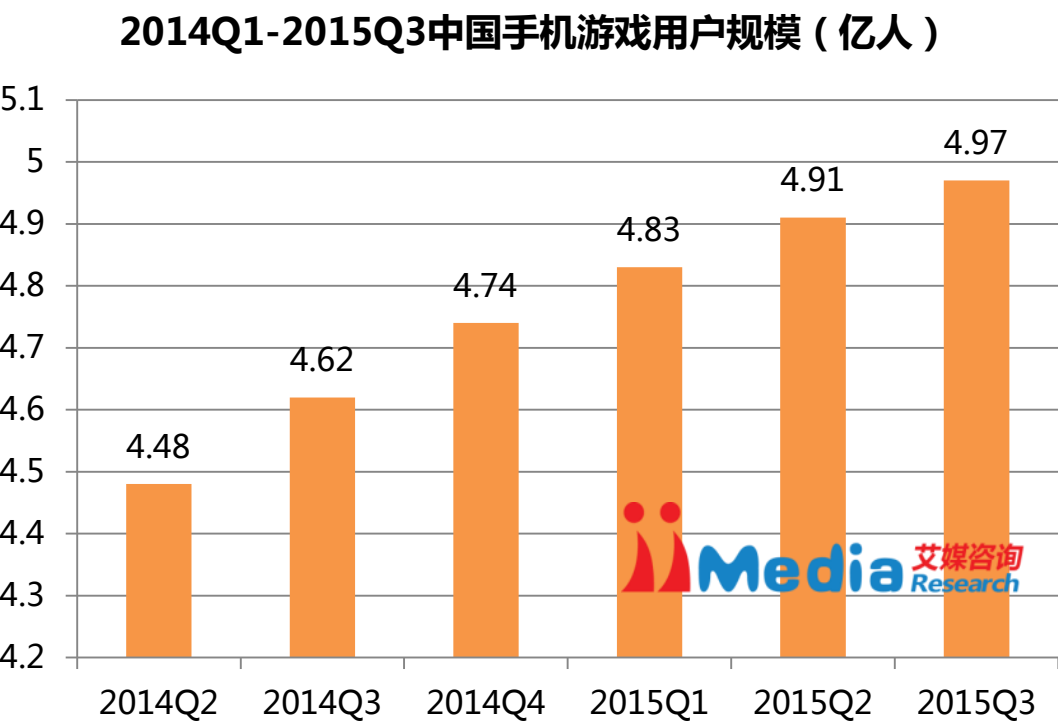


数据来源：iiMedia Research

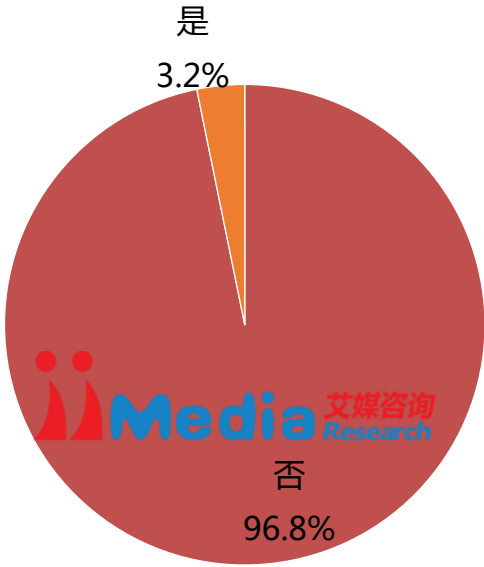
CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015Q3中国手机游戏用户分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015Q3中国手机用户累计达到4.97亿人, 环比增长1.2%, 增速继续放慢, 手机游戏用户规模已逐渐见顶。玩家付费比例环比略有增加, 但仍较低, 艾媒咨询分析师认为随着玩家数量增长逐步稳定, 未来行业收入增长或需更注重提高付费玩家比例。



2015Q3中国手机游戏玩家付费情况



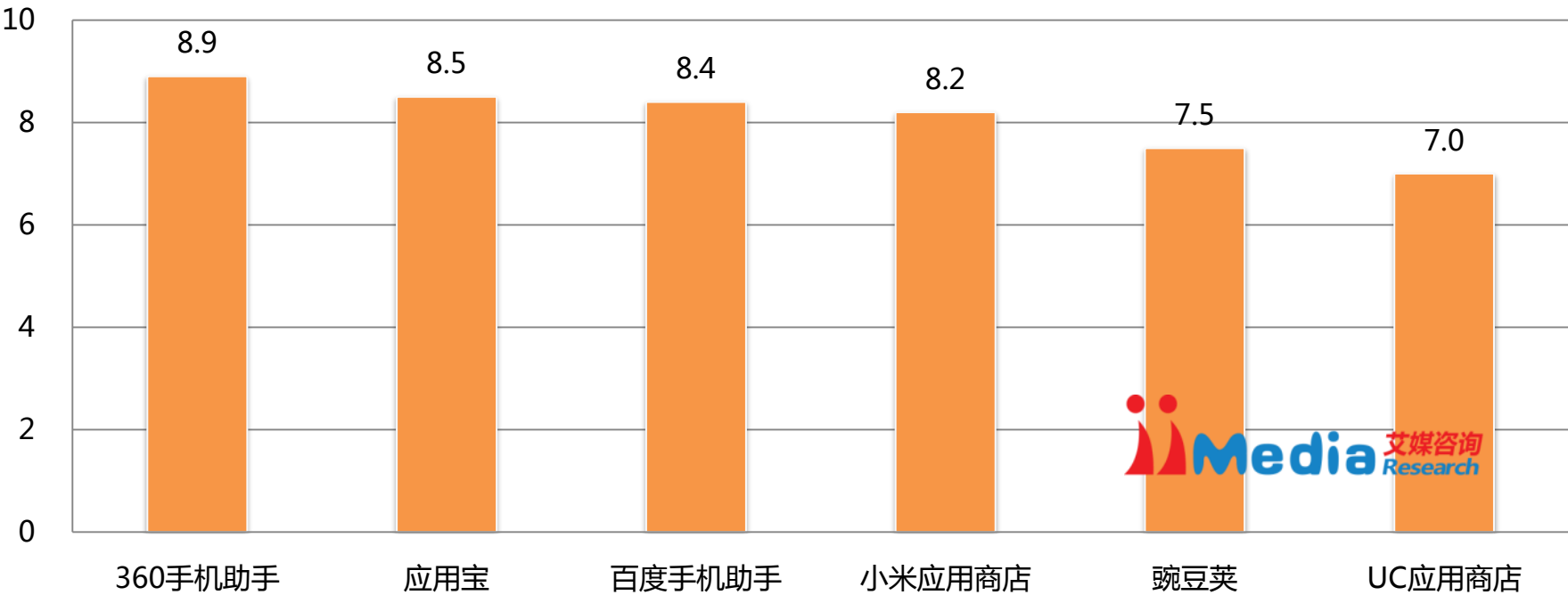
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015Q3中国手机游戏玩家渠道评分调查

iiMedia Research (艾媒咨询) 2015Q3手游玩家对主流渠道下载的手游的评分调查显示，手游用户对360手机助手、应用宝、百度、小米等渠道手游下载较为满意。

2015Q3手游玩家对主流渠道下载的手游的评分调查



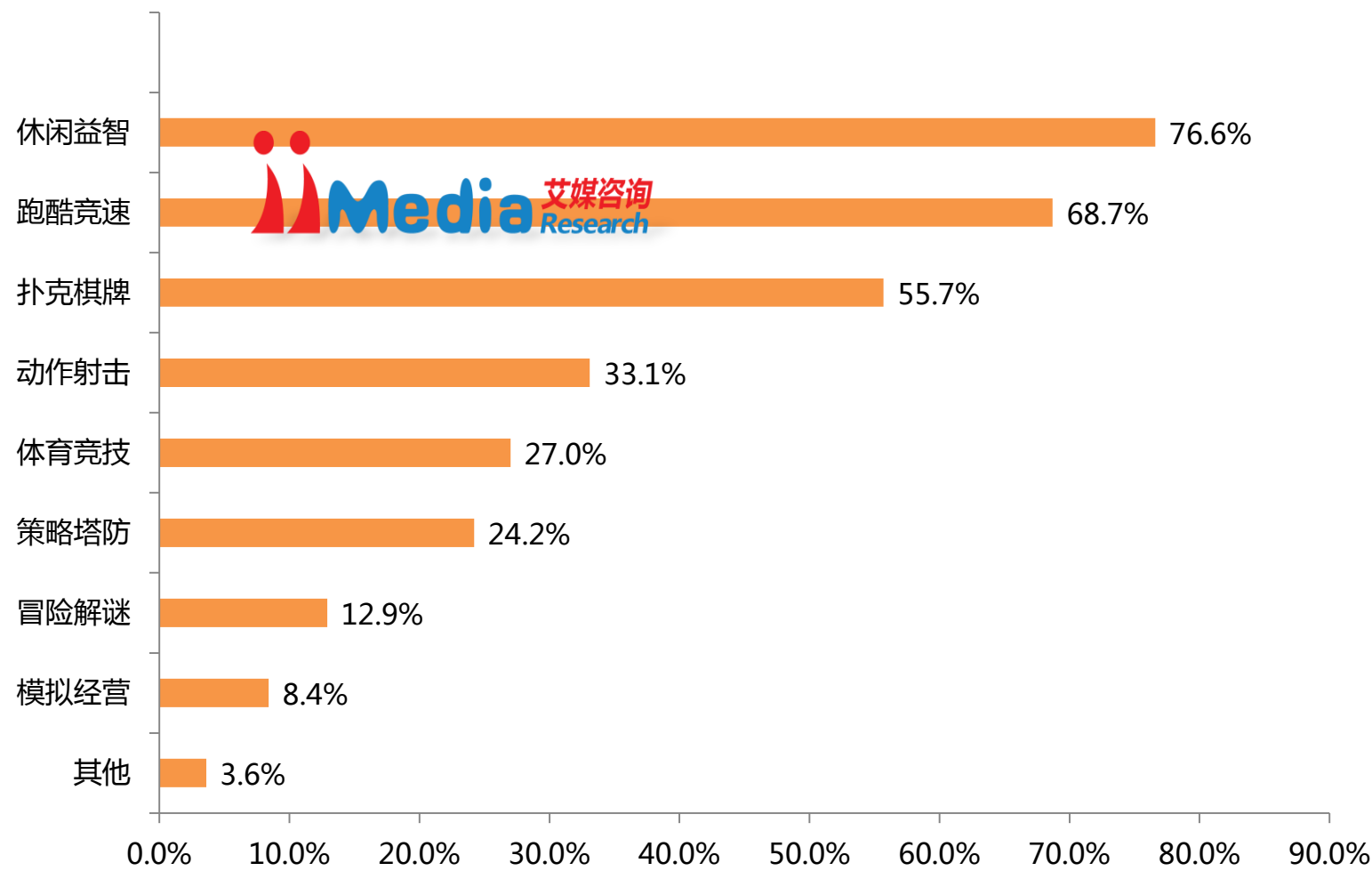
2015中国手机游戏类型分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，棋牌、酷跑、回合RPG、卡牌、休闲、角色扮演等红海市场游戏类型已趋于饱和，MOBA、3D动作、沙盒等蓝海市场有待探索。

	15年—红海市场		16年—蓝海市场	
	已饱和市场	穿透中市场	已明确市场	需探索市场
游戏类型	棋牌 跑酷 飞行射击 回合RPG	卡牌 休闲益智 塔防	MOBA FPS枪战射击 ARPG	沙盒 战棋
市场规模	450亿		550亿+	

2015Q3中国手机游戏玩家游戏类型选择

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据调查显示，玩家比例前三的游戏类型为休闲益智、跑酷竞速、扑克棋牌类，比例均超过5成。

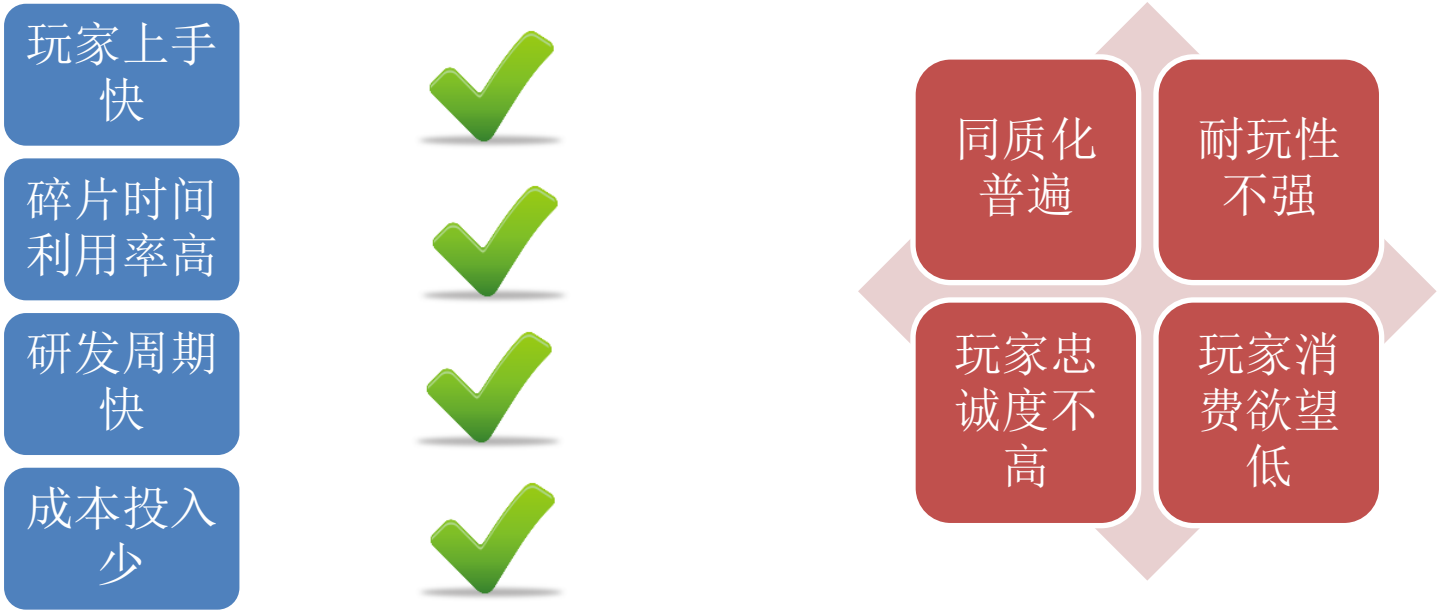


数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

红海游戏类型分析

游戏类型：休闲益智、跑酷竞速、扑克棋牌



小结：简单易玩耗时少，适合群体广，适合快速走量，但同样易于被竞争对手复制，导致同质化竞争加剧。同时由于耐玩度不高，玩家投入程度不高，导致玩家粘性较低，难以培育玩家忠诚度并激发消费欲望。

2

CHAPTER

2015电竞手机游戏市场观察

电竞手游简介

将电子竞技元素与手机游戏结合，让玩家能实现实时竞技。目前电竞手游的主要游戏概念及元素均主要从电竞端游移植而来，按类型参考端游可分为FPS（第一人称射击）、MOBA（多人在线战术竞技）、TGC（卡牌交换游戏）等

FPS



全民枪战、全民突击等

MOBA



王者荣耀、全民超神、虚荣、刀塔传奇等

TCG



炉石传说等

中国电竞手游发展历程回顾



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

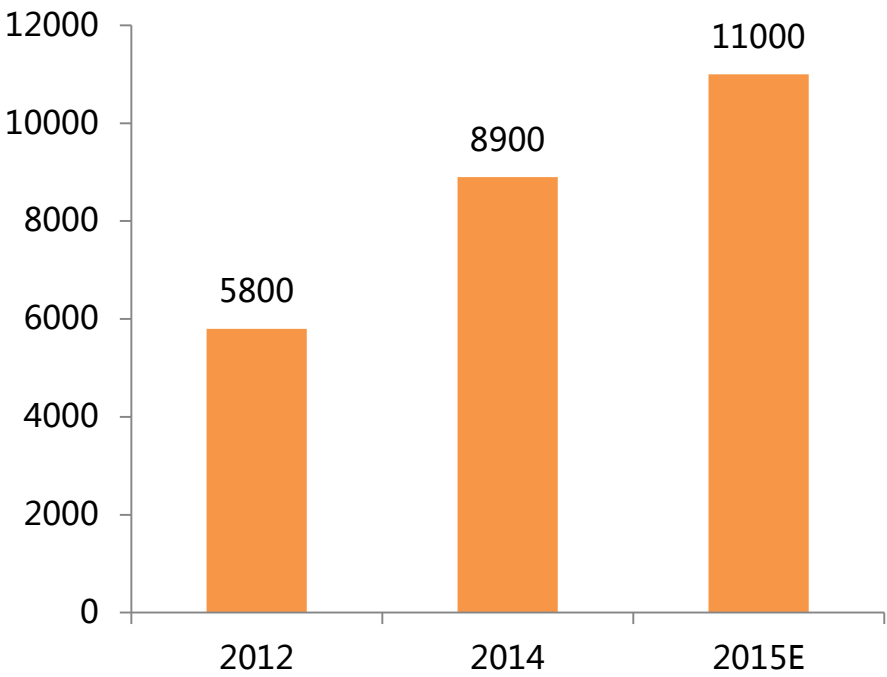
电竞爱好者规模

根据全球知名游戏研究机构Newzoo数据显示：

- 全球电竞爱好者数量增长迅速，到2015年预计将达1.1亿人
- 中国占比已超五成，已成为最大的电竞爱好者地区

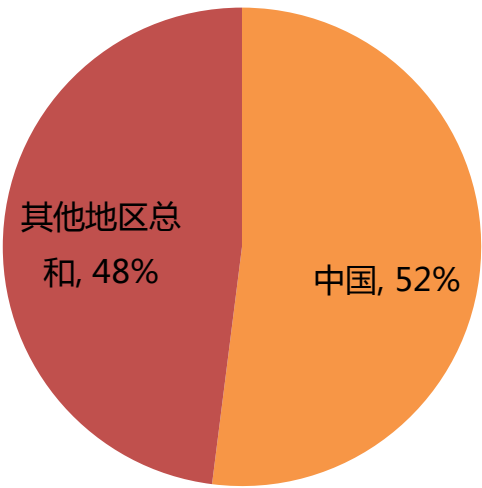
Facts：北美研究机构Riot最近公布了英雄联盟中活跃玩家的数量，全球日活跃玩家数量近2700万。最大同时在线数750万，而月活跃玩家6700万

全球电竞爱好者增长趋势（万人）



数据来源：Newzoo

全球电竞爱好者区域占比



数据来源：iiMedia Research

中国电竞手游近期热点事件

英雄互娱牵头成立中国移动电竞联盟： 成员包括12家厂商和4家电竞企业，王思聪任主席，并于11月与国内五大手游渠道360、百度、小米、UC和硬核联盟达成合作，上述渠道将加入联盟。

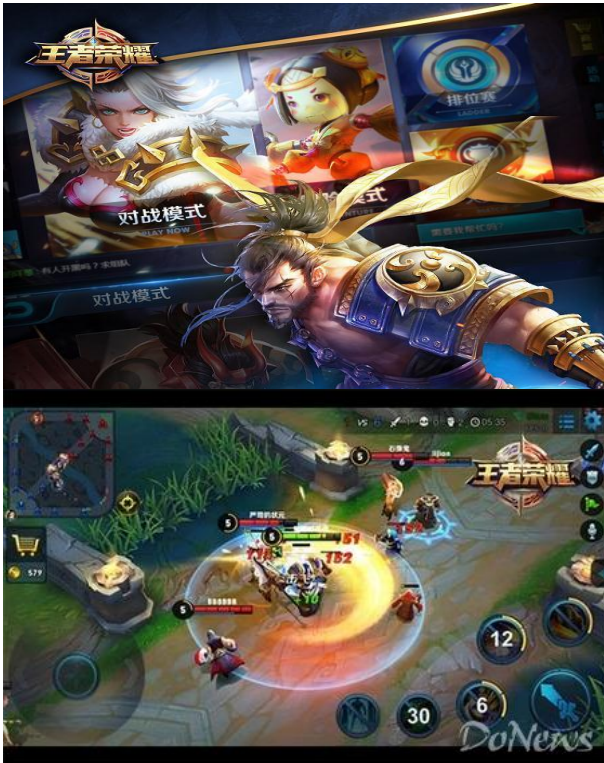
王者荣耀10月28日正式发布： 腾讯继续发力MOBA手游，王者荣耀基本保留了英雄联盟的主要游戏特点，可作为其移动版。

中国移动电竞联盟

游戏厂商：英雄互娱、昆仑万维、完美世界、巨人网络、游族网络、银汉游戏、天象互动、畅游、莉莉丝游戏、骏梦游戏、恺英网络、联众游戏

相关企业：熊猫TV、香蕉计划、ImbaTV、网鱼网咖

中国电子竞技俱乐部联盟（ACE）



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

3 2015手机MOBA游戏专项分析

CHAPTER

MOBA概念简介

MOBA是Multiplayer Online Battle Arena的缩写，中文译为多人在线战术竞技游戏。类DOTA游戏的统称。也被称为Action real-time strategy (Action RTS , ARTS)。属于即时战略游戏 (RTS) 的一个子类延伸。

在这类游戏中，在战斗中一般需要购买装备，玩家通常被分为两队，两队在分散的游戏地图中互相竞争，每个玩家都通过一个RTS风格的界面控制所选的角色。这类游戏从本质上更倾向于RPG。

RTS：起源

dota时代：起飞

后dota时代：成熟

至今

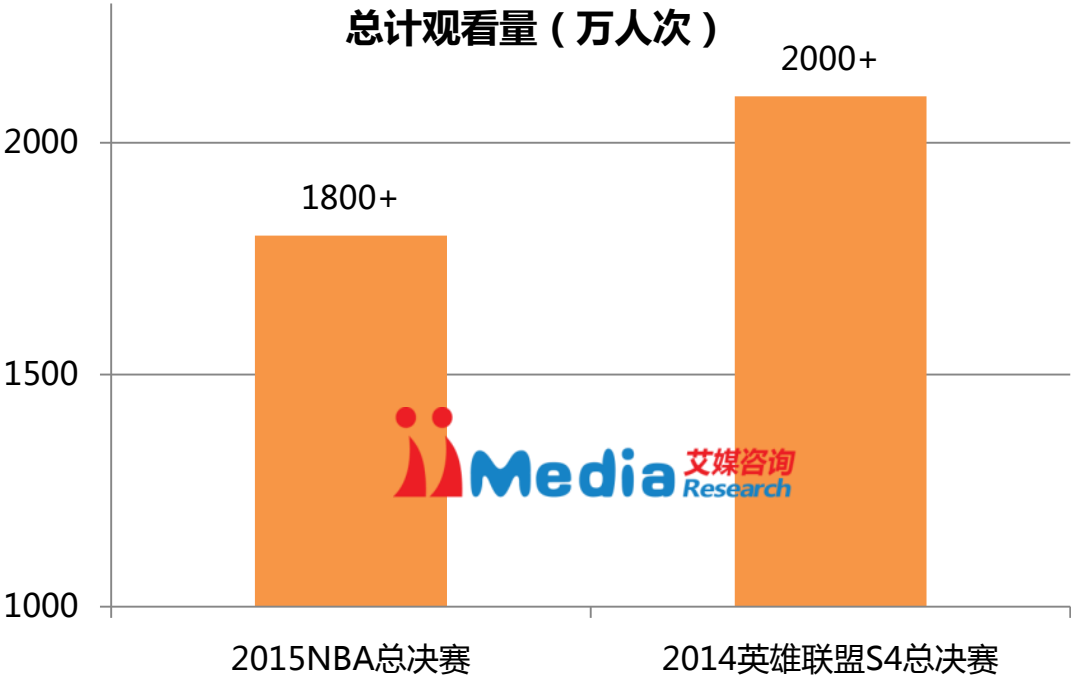


数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

MOBA赛事回顾

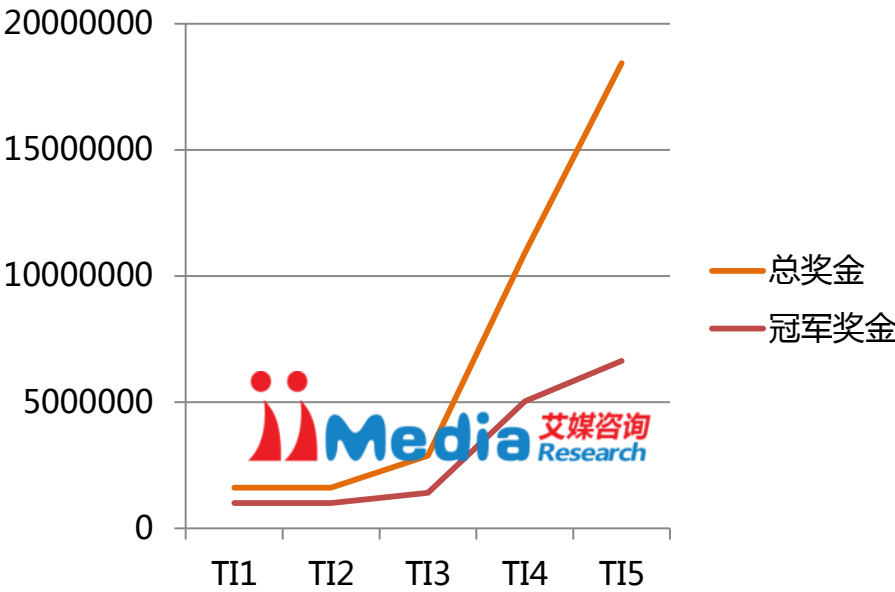
MOBA赛事观看人数及奖金水平爆发增长



DOTA2 TI5

总奖金：\$18,429,613

冠军队奖金：\$6,634,660

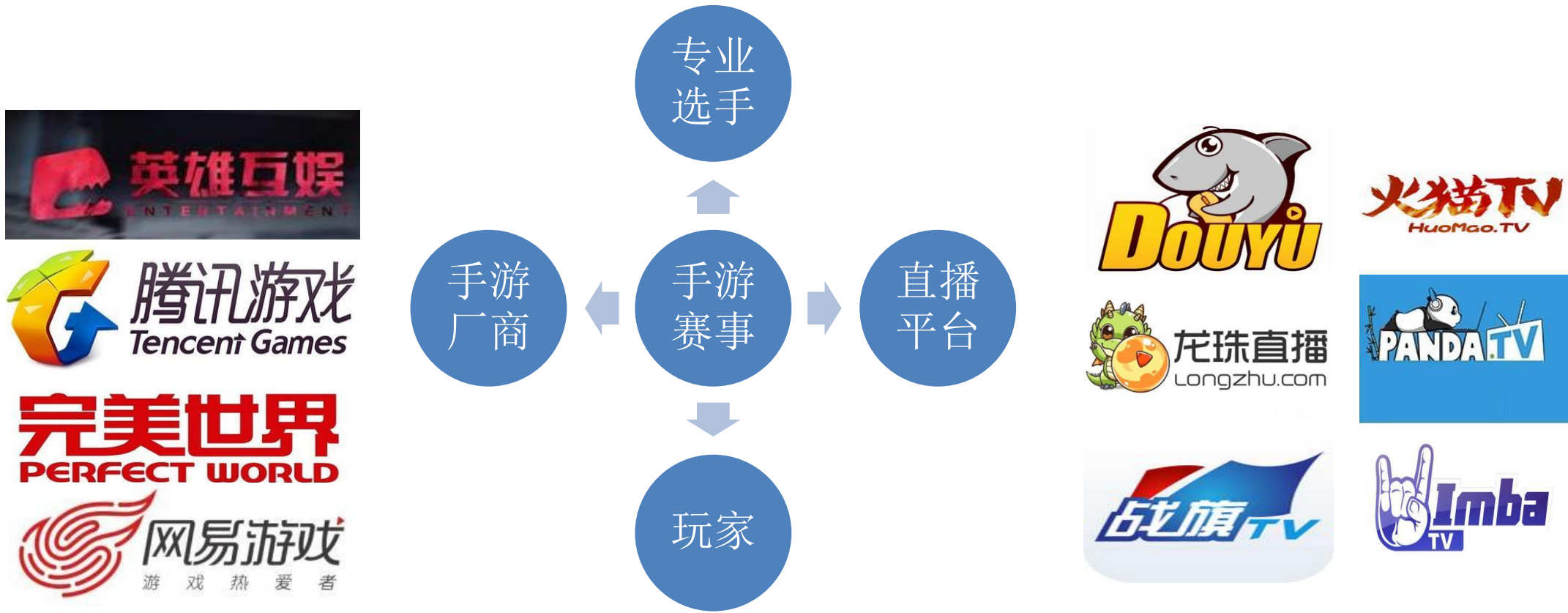


数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

MOBA手游商业模式

MOBA手游即为将MOBA游戏概念及元素与手机游戏相结合的手游产品，属于竞技手游产品。和电竞手游一样，MOBA从游戏概念来说并不新，在端游上已经相当庞大和忠实的玩家群体，且经过多年发展已经建立并逐步完善着自身的商业模式，未来钱景也十分明晰。因此，艾媒咨询分析师认为，MOBA手游目前更多是将端游上的概念内容及成功运作经验移植到移动端。



数据来源：iiMedia Research

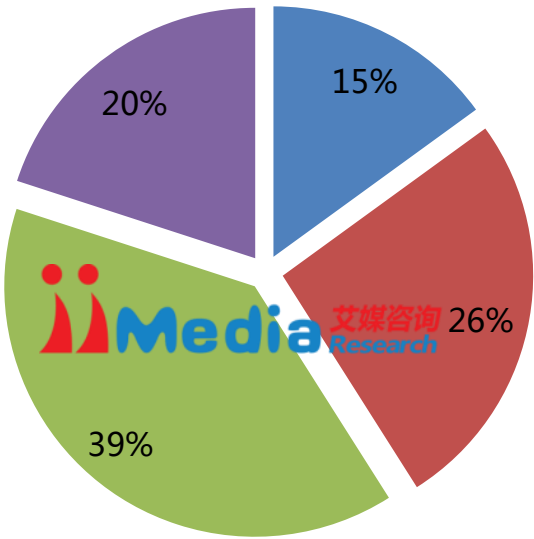
CopyRights 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

MOBA手游玩家群体特点

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 , MOBA手游玩家与其他手游玩家特征差距不大 , 但在平均在线时长上大大超过其他手游玩家 , 近六成MOBA手游玩家在线平均时长超30分钟。艾媒分析认为MOBA类手游平均单局游戏时长一般在10-30分钟之间 , 且游戏时需要玩家较为专注 , 因此MOBA手游玩家平均在线时长较长。

MOBA手游玩家平均在线时长

■ 15分钟以内 ■ 15-30分钟 ■ 30分钟-1小时 ■ 1小时以上



MOBA手游核心优势对比分析

对比其他非竞技类手游：竞技元素可玩性、耐玩性高，玩家投入度高，用户粘性及忠诚度均较高

对比竞技类非MOBA手游：团队协作带来的高对抗性和成就感，以及归属感增加用户粘性，便于后续及周边持续营销

对比MOBA类端游：平衡竞技与娱乐，耗时相对较少，玩家更易上手和利用碎片时间

MOBA手游发展X因素

定位易模糊：对竞技程度和娱乐休闲的平衡掌握不当易造成竞技、休闲玩家均不买账的尴尬

个人开发困难：MOBA游戏开发难度高，变现慢，中小团队也难以进入
目前以大团队开发为主

观赏性稍显尴尬：与端游MOBA相比，手游MOBA目前比赛观赏性还有较大差距

MOBA手游总结及发展趋势

- **MOBA手游已成未来发展新热点：**

MOBA手游具备用户粘性高，玩家互动性强等特点，切合当前手游重度化、精品化的发展趋势，将成为未来手游行业继IP手游后另一大增长发力点。

- **MOBA手游将成为泛娱乐产业链重要一环：**

MOBA手游目前战略布局基本完成，上下游厂商、发行商、直播平台及相关娱乐企业等各方围绕精品MOBA手游内容载体，包装明星选手，打造各项赛事，加速资源整合和泛娱乐生态圈闭环建设。

- **MOBA手游竞争将更激烈：**

MOBA手游不仅在游戏质量方面要求苛刻，在后续发行、运营、赛事等各环节均有很高的要求。这将对相关从业企业技术、资金及资源战略统筹整合等综合能力提出更高的要求，因此艾媒咨询分析师认为MOBA手游这片“海”很蓝，但却很深，未来将成为巨头角逐的疆场。

深度调研，披露“互联网+”权威数据与鲜活案例！
七大行业、精选案例，5000万量级大数据专业剖析！



互联网+

颠覆还是被颠覆

主编 张毅



互联网+纸书

支付宝直接购买



微信直接购买

“互联网+” 高端俱乐部创势会CEO会员指定用书！
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人
联合发起！

● 重干货！

深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据

● 讲实战！

专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



艾媒北极星统计分析平台是中国专业、权威、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS、Windows等主流移动平台。

艾媒北极星通过专业的技术手段助力移动应用开发商统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据与开放平台数据无缝对接，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/>



艾媒咨询集团（iiMedia Research Group）旗下的艾媒无线广告监测系统（Adiimedia.com）是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询alex@iimedia.cn

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网 (www.iimedia.cn)、魔部网 (www.moobuu.com)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 (中国香港) 出品



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

*Since 2010 ,
We focus on mobile Internet !*