

中国网络游戏行业研究报告

2017年



中国网络游戏市场现状

- ◆ 网络游戏市场规模不断扩大，2016年达到1789亿元。
- ◆ 移动游戏占比首次超过PC游戏，网络游戏市场从PC端逐渐向移动端转移。
- ◆ 网络游戏用户规模达到瓶颈，整体市场由增量市场向存量市场过渡。

2016年中国网络游戏市场发展特点

- ◆ 中国首次超越美国，成为世界最大游戏市场。
- ◆ 监管部门介入，将移动游戏上线审批前置，移动游戏进入规范化高质化发展的时代。

2017年中国网络游戏市场发展趋势

- ◆ 泛娱乐化、全民化、重度化助力游戏产业再攀高峰。
- ◆ PC游戏平台化、游戏分发社会化成为2017年游戏发行的关键词。

中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

中外网络游戏产业发展历程

游戏变迁伴随着电子硬件设备的升级

1980-2018年网络游戏产业发展历程

任天堂推出
红白机FC



红白机时代

1980 - 1994

动视暴雪推出
《魔兽争霸》



PC时代

1994 - 2001

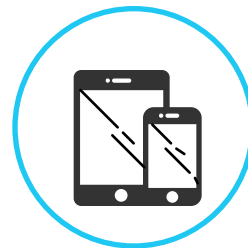
MMORPG游戏
的兴起



互联网时代

2001-2008

iOS端应用商店
App Store上线



移动互联网时代

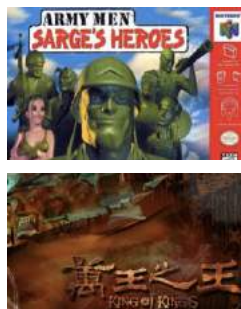
2008-2018

未来的可能



.....

2018年以后



VR
AR
MR

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

红白机时代

伴随小霸王游戏机成长起来的80后

1980-1994年红白机时代国内外游戏产业解析对比

国外

国内

代表企业



日本任天堂



代表硬件产品



任天堂 红白机



小霸王 游戏机

代表游戏



超级马里奥



国内上线很多游戏合辑

特点

画面简单，硬件公司兼任软件研发

硬件软件均为国外产品的山寨品，知识产权意识薄弱

PC时代

粗糙的画面并不影响玩家沉浸其中

1994-2001年PC时代国内外游戏产业解析对比

国外

国内

代表企业



代表硬件产品



在硬件上国内外几乎同步，没有大的差别

代表游戏



魔兽争霸：人类与兽人 界面截图



仙剑奇侠传壹 界面截图

特点

画面依旧是像素风格，但已经开始出现完整的剧情和世界观，玩法也更为丰富。

互联网时代

MMORPG游戏的兴起真正将电子游戏的概念普及开来

2001-2008年互联网时代国内外游戏产业解析对比

国外

国内

代表企业



代表硬件产品

网游兴起初期，家庭网络带宽通常不足以支撑流畅的游戏运行，遍地开花、价格低廉的网吧一度成为国内青少年打游戏的首选场所。

代表游戏



魔兽世界 界面截图



传奇 界面截图



梦幻西游 界面截图

特点

以MMORPG游戏为主，国外游戏画风偏魔幻写实风，国内游戏偏Q版和仙侠风格。付费方式以时间收费为主

移动时代

移动设备让随时随地玩游戏成为可能

2008-2018年移动时代国内外游戏产业解析对比

国外

国内

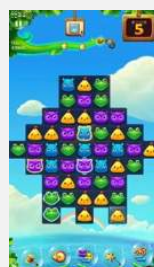
代表企业



代表硬件产品



代表游戏



特点

相比手游动辄破千万的日活，掌机比较小众。国外手游市场由App Store和Google Play平分天下，而国内Android市场则是群雄混战，上百家渠道各显神通。

未来的可能

VR 能否成为下一个游戏界的大趋势？

Pokémon Go的成功让人们对虚拟现实游戏的期待达到了一个新的巅峰。Pokémon Go的创新虽然只是在软件层面，将AR技术和LBS极速相融合，但因为圆了玩家做宠物小精灵召唤师的梦想而风靡全球。在硬件上，大家都在期待一款完美的VR产品，来颠覆玩家的游戏体验，真正做到质的飞跃。为此，Oculus, HTC, Sony等大厂都在努力，并已经有所成绩。但VR产品在使用场景上和限制和价格的高昂，注定其目前只是小部分游戏发烧友的玩具，远没有达到PC和手机的普及程度。艾瑞分析认为，硬件的普及都需要软件的助攻，一款Pokémon Go让大众都了解了AR。期待在VR这个平台，也能尽快出现足够吸引眼球的大作，让VR真正进入人们的生活。

AR产品示意图



AR

VS

VR产品示意图



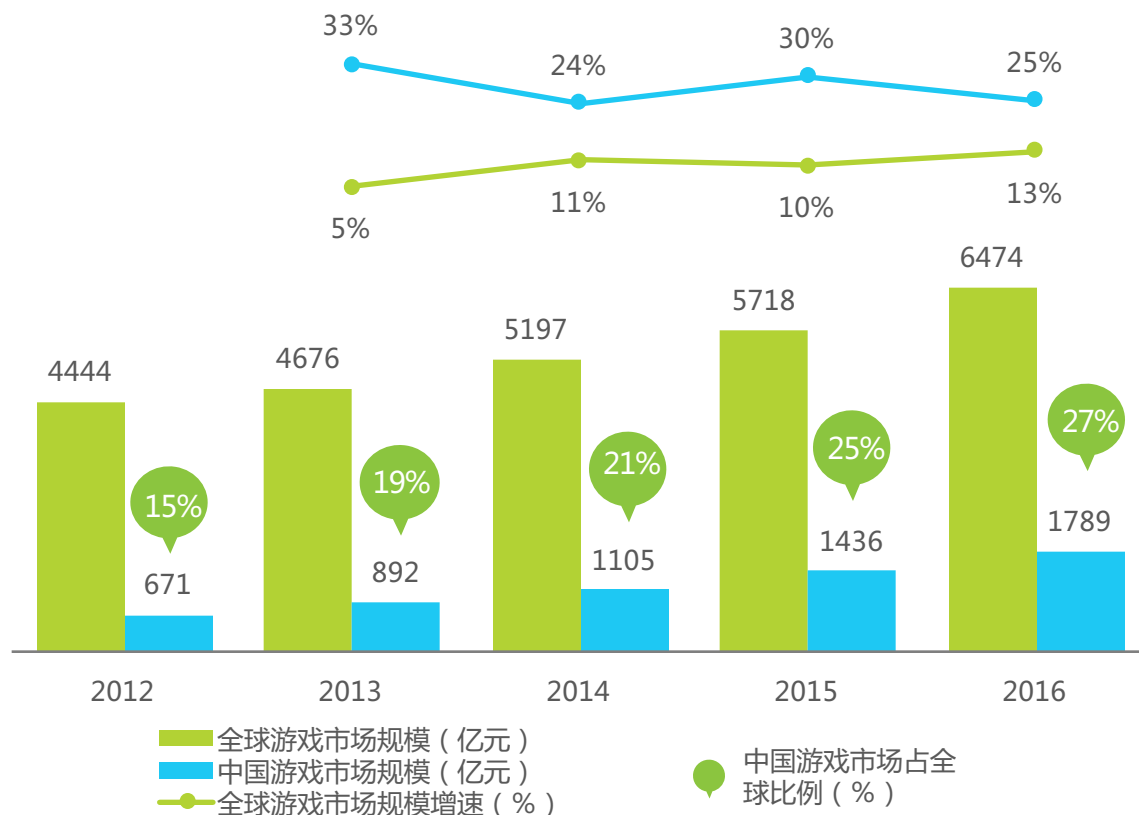
VR

中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
● 中国网络游戏细分市场分析	
● 2016年中国网络游戏大事记	
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

全球游戏市场规模不断扩大

中国游戏市场的重要性日益凸显

2012-2016年中国和全球游戏市场规模



27%

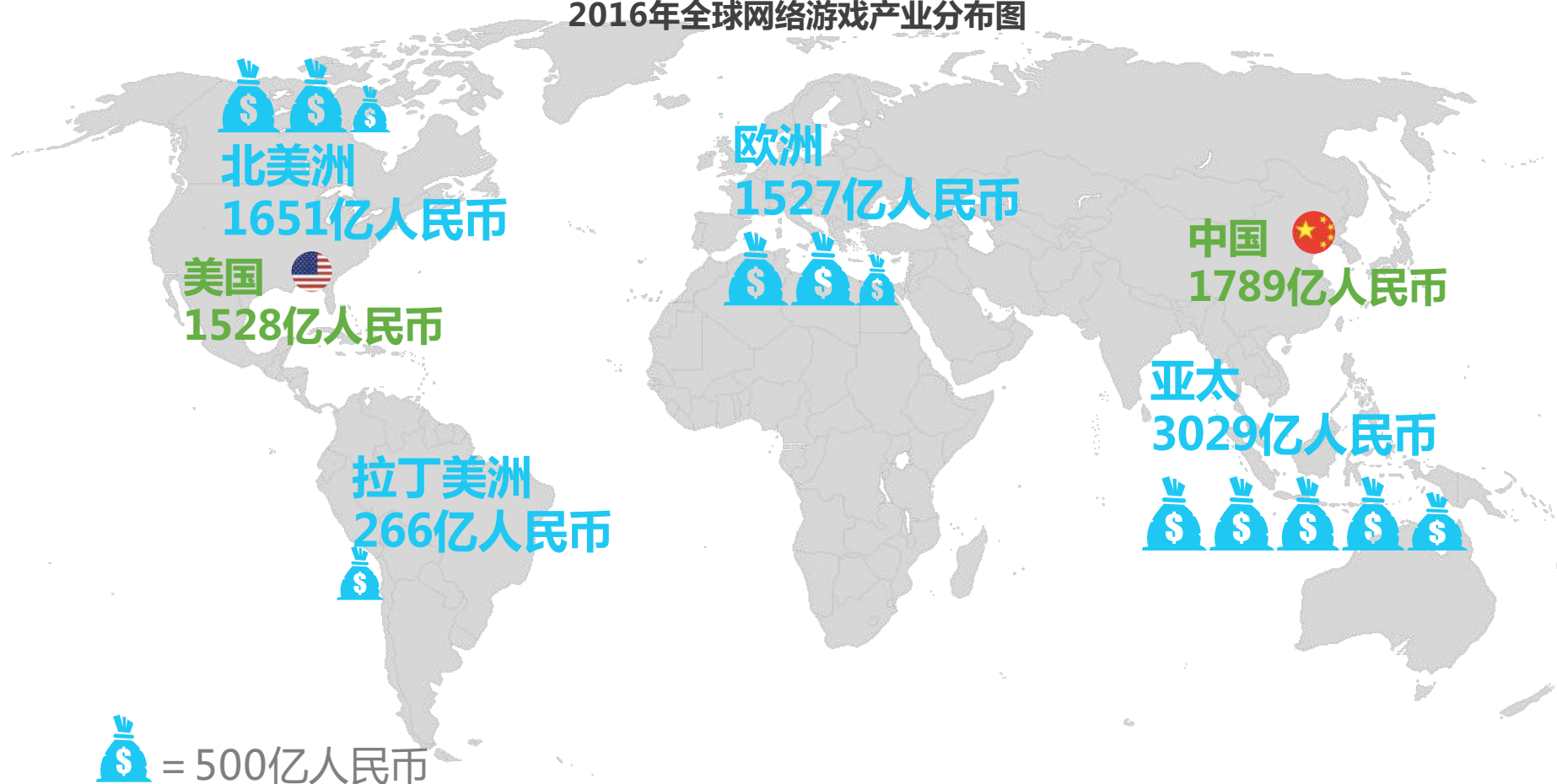
中国游戏市场规模
占全球市场规模比例
不断攀升，已成为全球最
大的游戏市场2016年占
比约为 27%。

来源：1. 全球游戏市场规模数据取自 Newzoo 2016 Global Games Markert Report；2. 中国网络游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。
注释：1. 中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2. 网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。

全球游戏产业分布图

16年中国首次超越美国成为全球最大的游戏市场

2016年全球网络游戏产业分布图



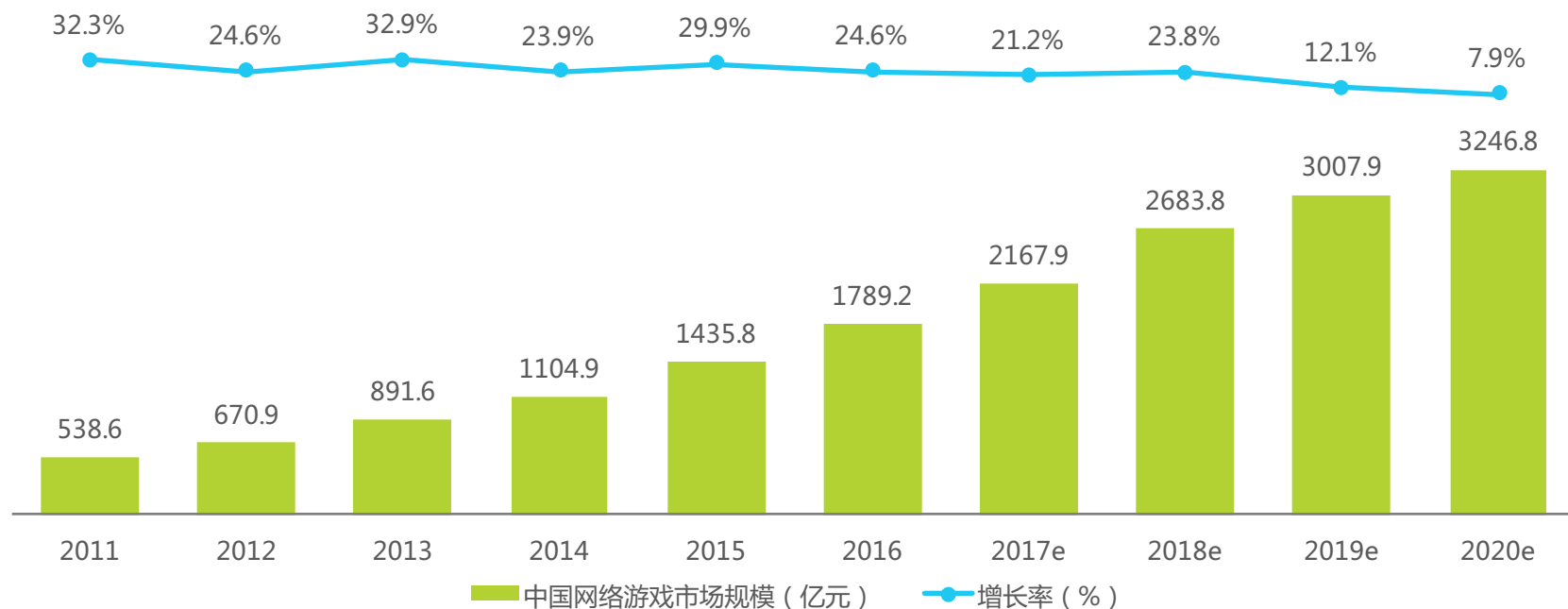
来源：1. 全球游戏市场规模数据取自 Newzoo 2016 Global Games Markert Report；2. 中国网络游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。
注释：1. 中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2. 网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。

野蛮增长之后回归平静

网络游戏市场规模增长放缓 行业进入平台期

2016年中国网络游戏市场规模继续上升。主要得益于三个方面：1、从硬件上看，光纤网络和移动4G网络的全面普及为网络游戏的发展提供了良好的硬件设施；2、从需求上看，人民生活水平快速提升，人们对**对娱乐的需求**越来越重；3、从企业经营来看，游戏泛娱乐化，影视文学动漫游戏化，文娱产业间的跨界联动频繁，拓宽了游戏产业的外延。但随着人口红利利用尽，行业的增长将进入一个较为稳定的状态。随着监管的介入，行业会向更规范更健康的方向发展。

2011-2020年中国网络游戏市场规模



注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

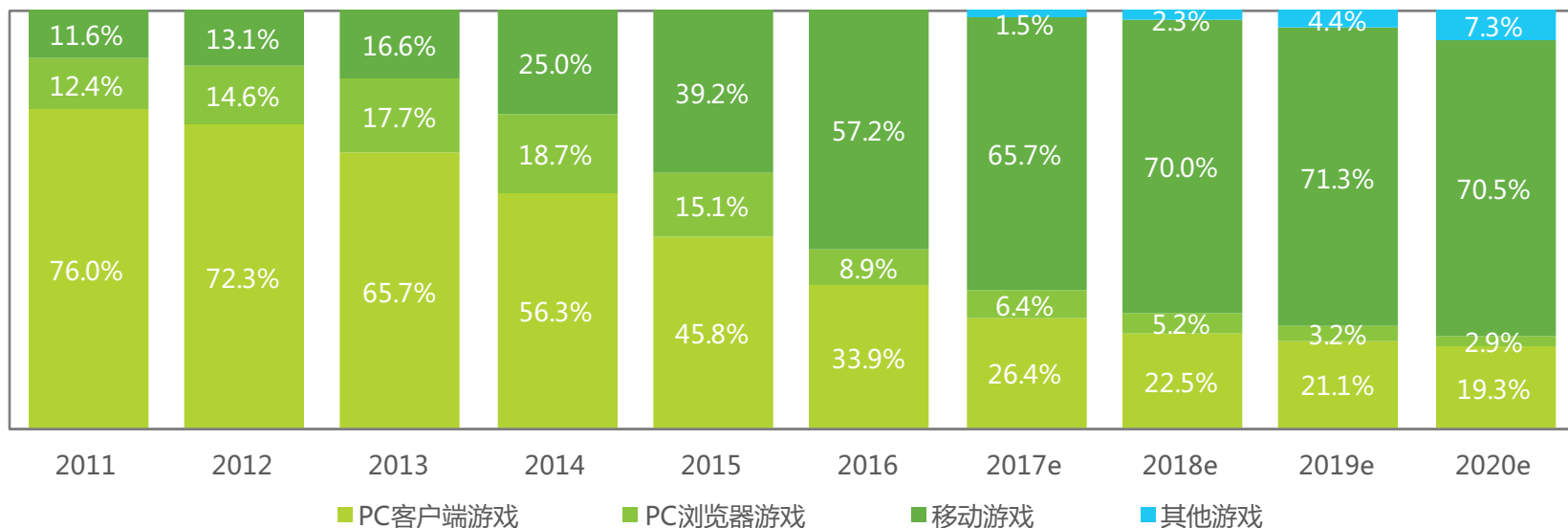
PC端到移动端的转移

移动游戏成为网络游戏市场中最大的细分市场

硬件的升级促成了这个产业的重点转移，随着用户接入互联网的主要端口从PC转向移动，移动游戏超过端游市场份额，增长至57.2%，成为最大的细分市场。移动端和PC端游戏虽然在玩家的游戏时间上是竞争关系，但手游在承接端游流失用户的同时，还会吸引更多新的游戏玩家。而现在很多端游IP都推出了手游版本，两者实际是相互导流，相互促进，共同提升了该游戏IP的价值。手游和端游，只是游戏在不同平台的不同展现形式，对应的是用户在不同时期不同场景的不同需求。能不能吸引用户，给用户带来快乐，进而让用户愿意留下来，还是要看游戏本身的可玩性和创新度。

随着游戏全民化和重度化的发展，之前由于前期投入过高导致用户入门难的主机游戏2017年有较大幅度的提升。随着技术的成熟，以VR、AR等新技术为卖点的创新游戏预计在2018年前后迎来爆发。

2011-2020年中国网络游戏产业细分



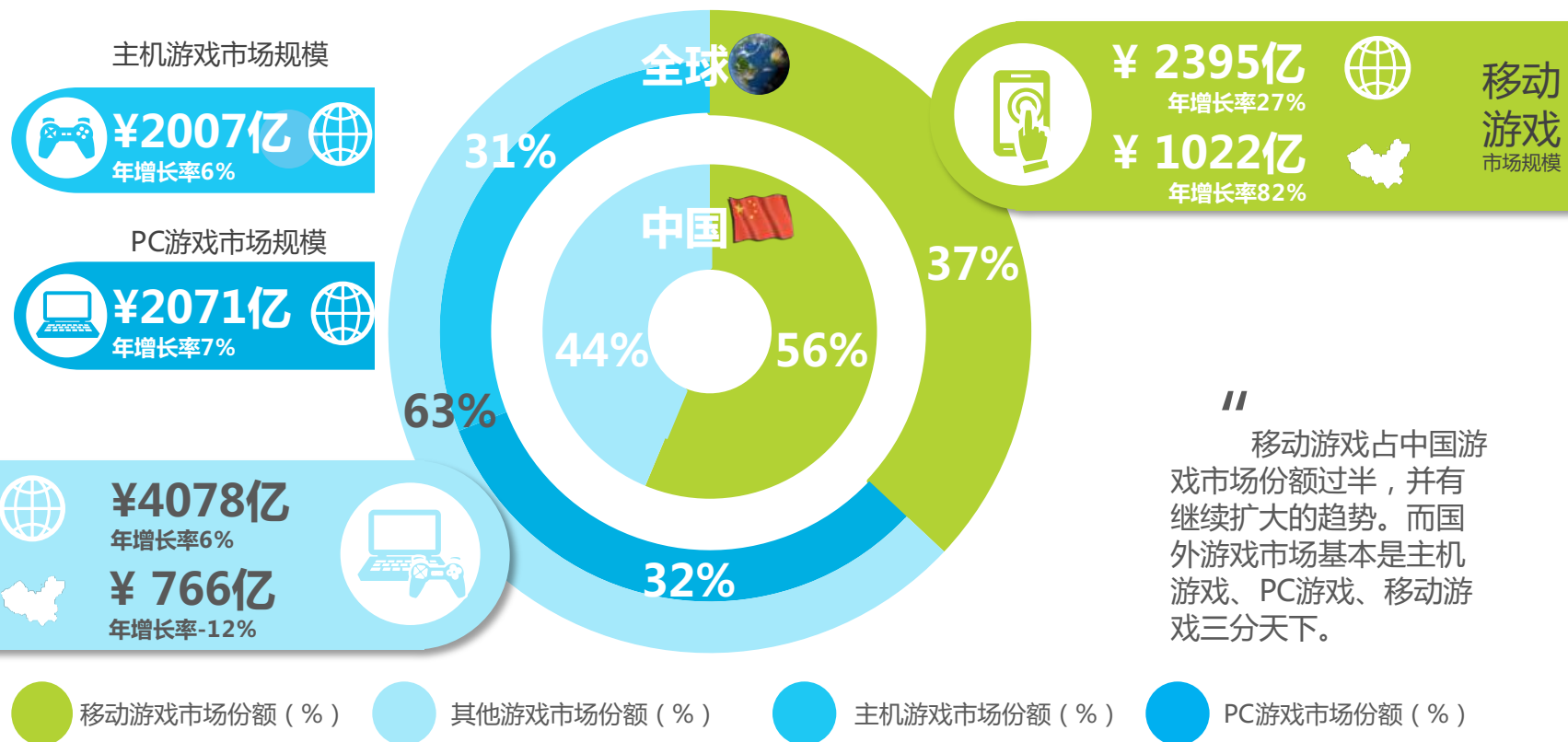
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。3. 其他游戏指主机游戏、VR游戏等PC和移动游戏以外的游戏类型。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国与全球游戏产业细分结构对比

中国移动游戏占比远高于全球移动游戏占比

2016年中国与全球网络游戏产业细分



移动游戏占中国游戏市场份额过半，并有继续扩大的趋势。而国外游戏市场基本是主机游戏、PC游戏、移动游戏三分天下。

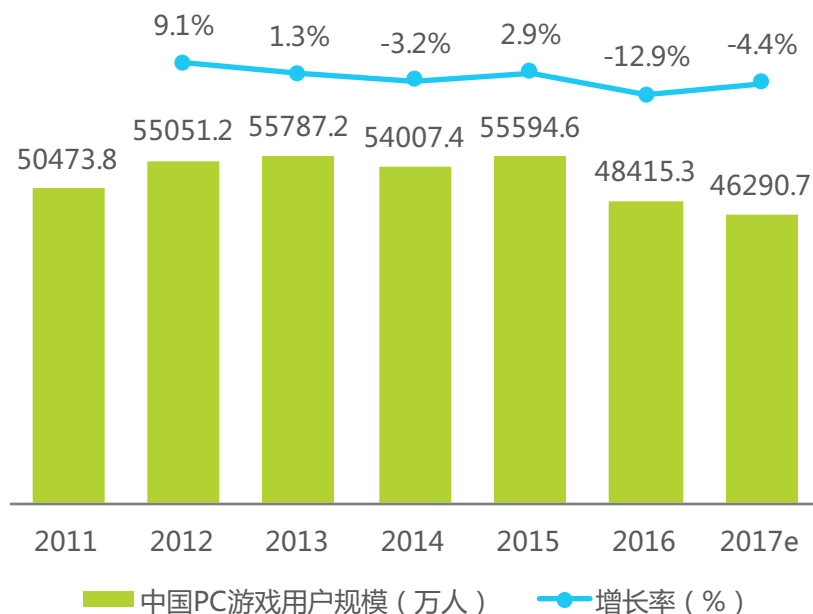
来源：1. 全球游戏市场规模数据取自 Newzoo 2016 Global Games Markert Report；2. 中国网络游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。
 注释：1. 中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2. 网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。

中国网络游戏行业用户规模

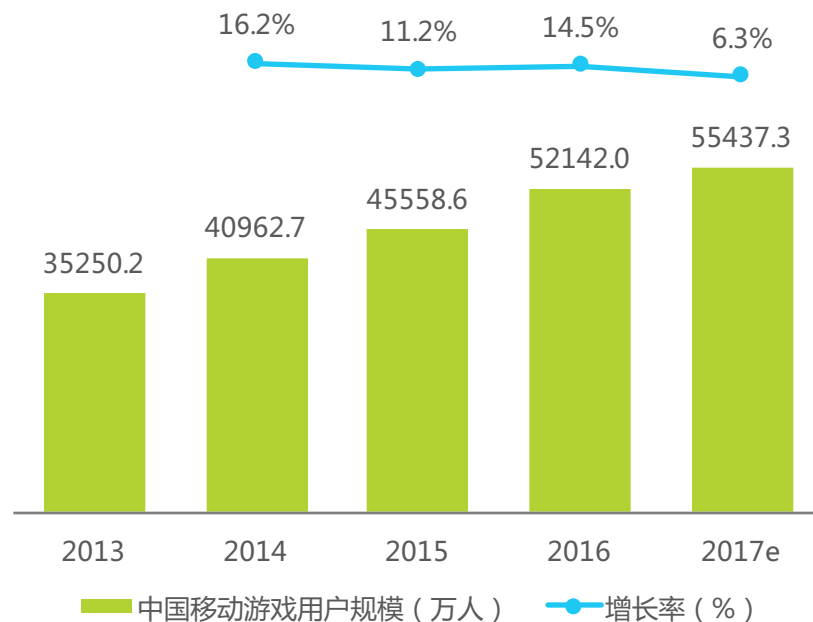
游戏人口红利逐步消退 质量提升成游戏行业新方向

2016年移动游戏用户规模约5.21亿人，而PC端游戏用户规模约为4.84亿人。移动游戏经过前两年的爆发式增长，人口红利逐步消退，用户规模几乎达到天花板。而由于移动市场的冲击，PC游戏用户规模更是出现明显下滑，相比2015年，2016年的用户规模下降了12%。艾瑞分析认为，无论是PC端，还是移动端，游戏的用户规模均已经达到了瓶颈，中国游戏市场规模想要进一步的提升需要在精细运营、产品创新、产业融合、国际化发展等方面寻找突破口。

iUserTracker-2011-2017年中国
PC游戏用户规模



mUserTracker-2011-2017年中国
移动游戏用户规模



来源：iUserTracker. 家庭办公版 2017.4，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

来源：mUserTracker.2016.12，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国游戏行业已形成完善产业链

2016年中国网络游戏行业产业链



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

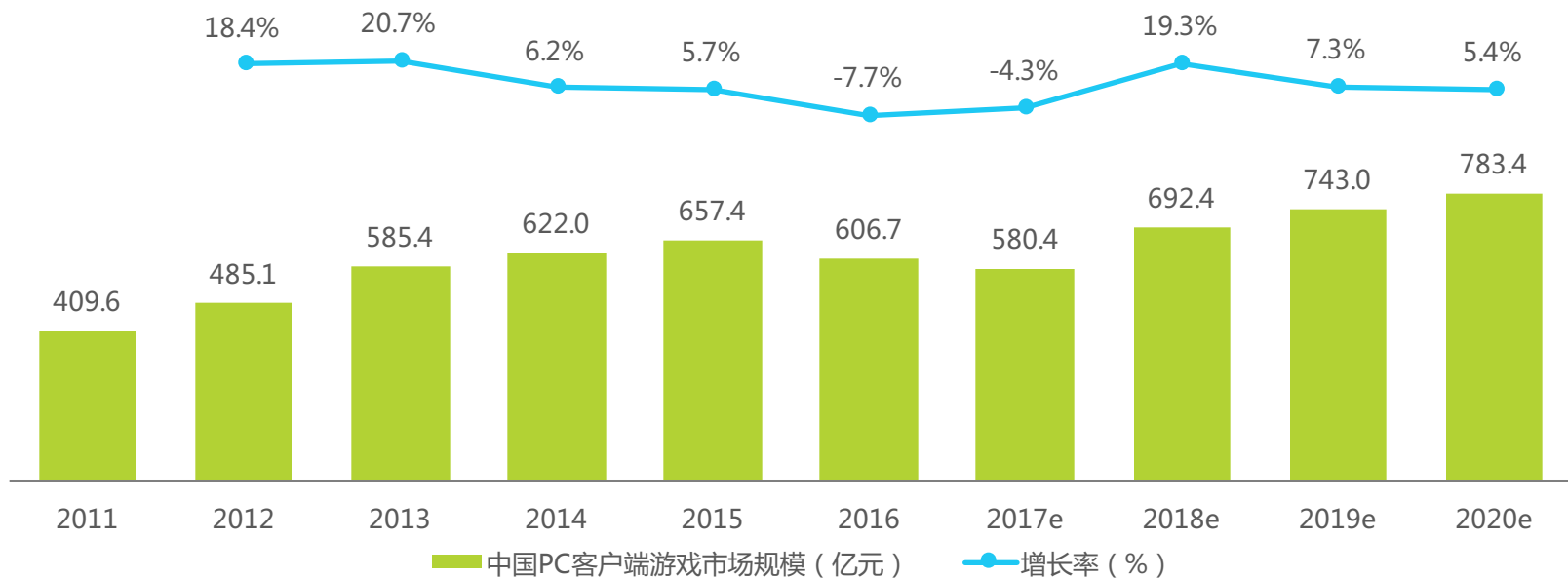
中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
● 中国网络游戏细分市场分析	
● 2016年中国网络游戏大事记	
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

2016年中国端游游戏市场规模

PC客户端游戏市场规模略有下跌

2016年，PC游戏市场规模下跌至606亿元，环比下降7.7%。由于移动游戏的强势，PC端游戏均受到一定程度的挤压。但也需要看到，腾讯、360等游戏大厂均开始布局PC游戏平台（TGP、360软件管家）。但不同于QQ游戏大厅等以社交为核心的休闲类游戏平台。TGP主打的是竞技类游戏和大型单机游戏等注重深度体验感的游戏产品。艾瑞分析认为，随着手游重度化的发展，玩家开始接触、喜爱、习惯重度游戏，而端游在沉浸感、体验性上有绝对的优势。玩家很有可能会为追求更好的游戏体验，从移动端返回到PC端。

2011-2020中国PC客户端游戏市场规模



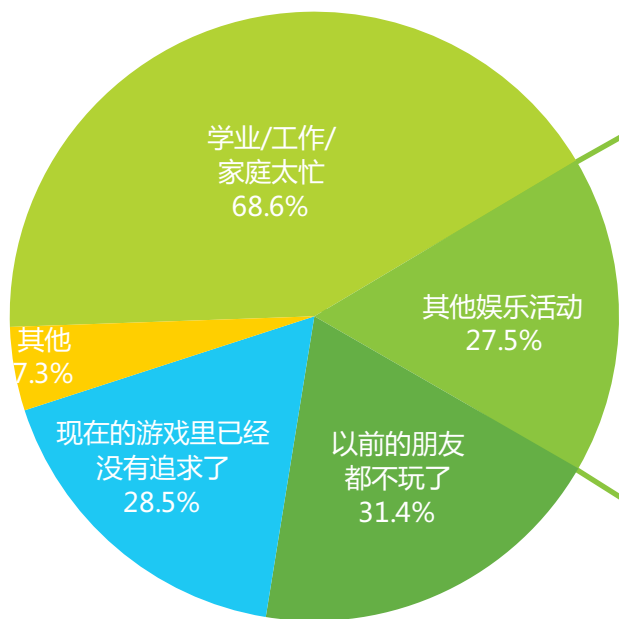
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2016年中国端游市场低迷原因

生活节奏加快成主要原因

生活节奏加快，现实生活太忙是玩家减少端游游戏时间的主要原因。值得关注的是，用其他娱乐活动替代端游的玩家中，超过半数表示观看网络视频和玩移动游戏的时间变长了。相比端游需要较长的单次游戏时间，和持续的人机/人人交互，网络视频相对更为轻松，而移动游戏则更能利用碎片化时间。对更轻松、更碎片的娱乐方式的强烈需求导致端游用户向其他娱乐方式转移。

2016年玩家玩端游游戏时间
变少的原因



其中，其他娱乐活动包括：

观看网络视频 70.2%

玩移动游戏 52.6%

看网络小说 40.4%

收听网络音乐 36.8%

上论坛社区 29.8%

玩其他类型游戏 21.1%

观看游戏直播 12.3%

注释：ZD_05a.请选择您玩端游游戏变少的原因是？
来源：N=207，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：ZD_05as.请问相较于端游游戏，其他哪些娱乐活动变长了？
来源：N=57，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2017年中国端游市场前景预测

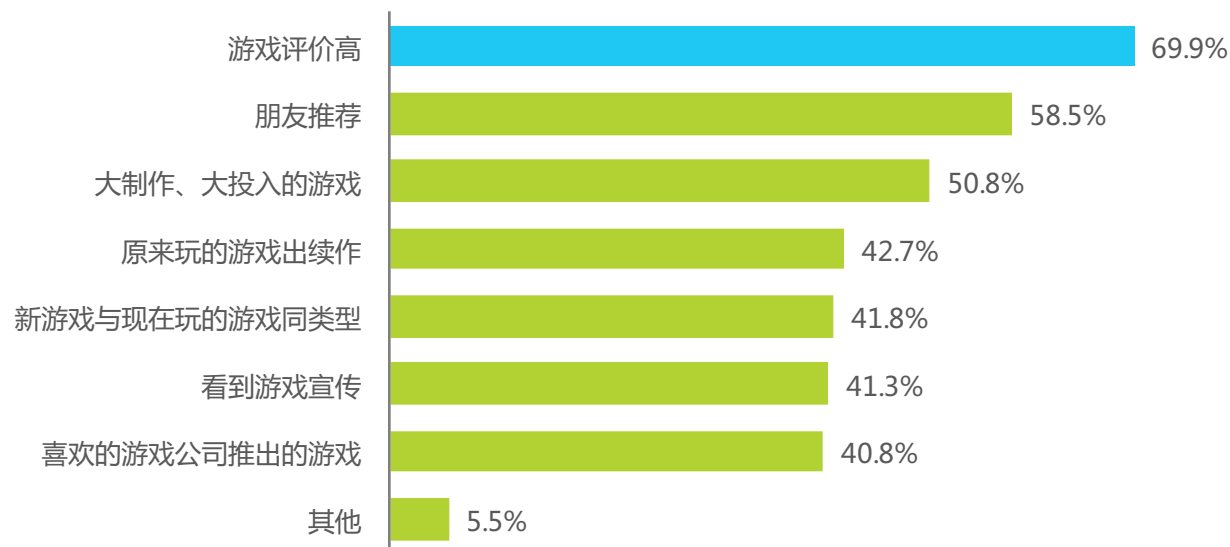
玩家对高品质端游的期待依旧很高

只有12%的玩家明确表示不愿意尝试新游，大多数玩家对新游持积极态度。而游戏评价、朋友推荐、大制作是他们选择一款游戏看中的主要因素。老牌端游产品已经各自形成了自己的文化圈和粉丝群，有着较长的生命周期和稳定的收入。玩家对新的高品质的端游又有着较高的尝试意愿。所以综合来看，端游市场虽然目前看来比较低迷，但会是一个相对稳定的市场，短期内不会有大幅萎缩的风险。

玩家是否愿意尝试一款新端游



决定玩家是否会玩一款新客户端游戏的主要因素



超过31.9%的玩家认为**游戏评价高**是他们选择一款客户端游戏的**最主要因素**

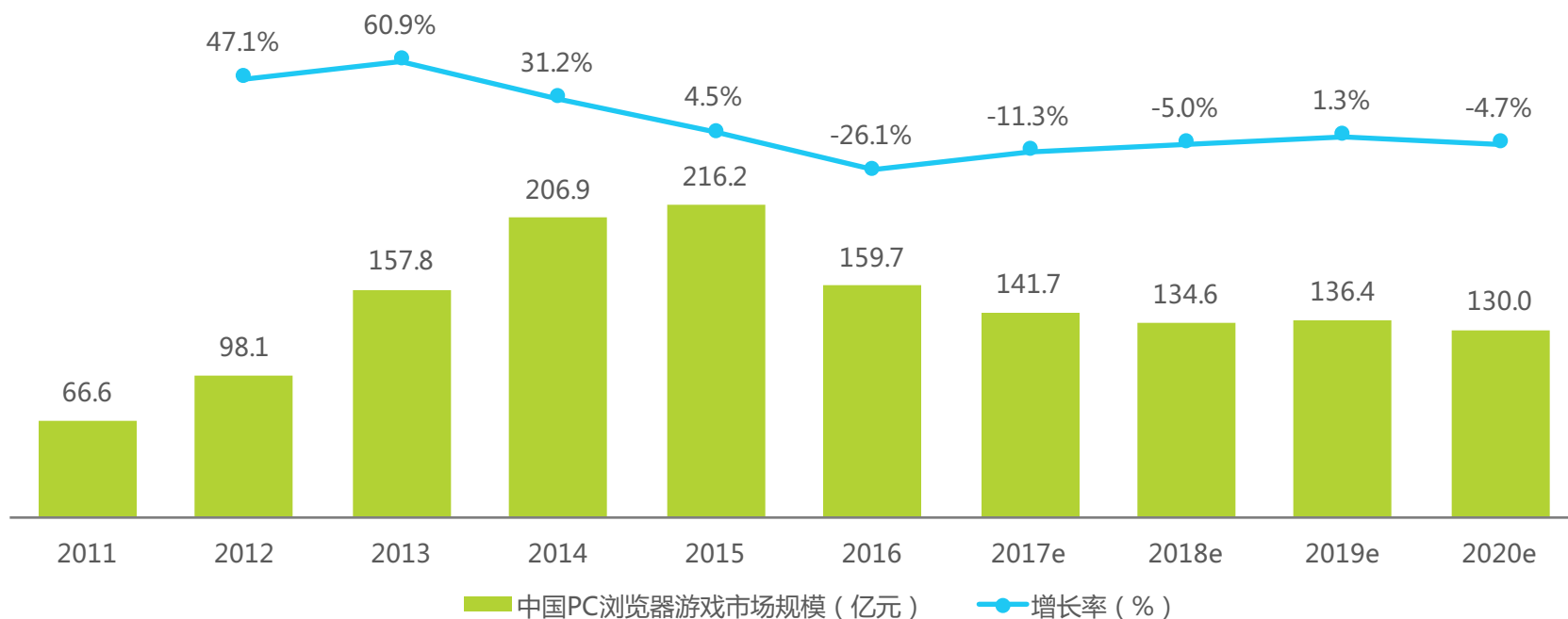
注释：ZC_08a.您是否有玩一款新的客户端游戏的意愿？ZC_09a.什么情况下您会玩一款新的客户端游戏？
来源：N=945，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2016年中国页游游戏市场规模

受移动端游戏影响 页游市场规模萎缩

2016年，PC浏览器端游戏市场规模大幅下滑26.1%。主要是受到移动游戏的影响，用户的跨屏转移导致了页游市场规模的衰减。除此以外，技术的限制也是一大原因。目前页游大多是基于Flash为框架制作的，对于现页游而言，Flash具备加载速度快，内容创作灵活度高，兼容性优异等特性，但部分基于Flash制作的页游对于游戏占用系统资源方面依然存在问题。这也一定程度上限制了页游的发展。

2011-2020年中国PC浏览器端游戏市场规模



注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。

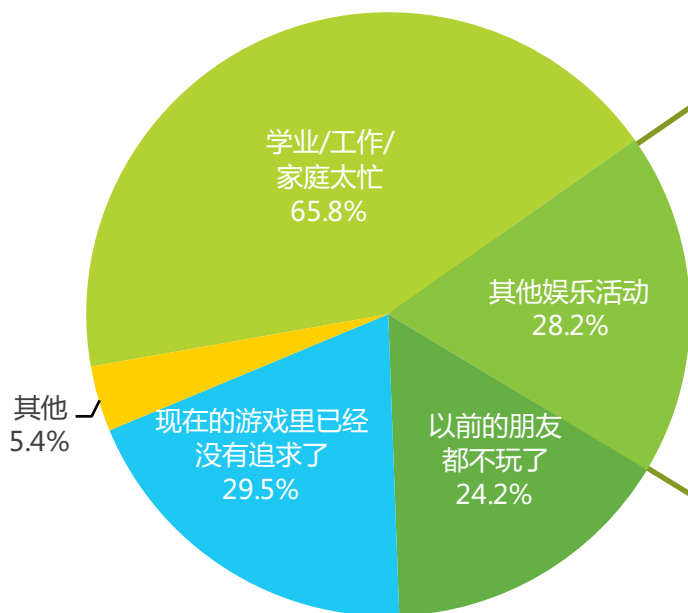
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2016年中国页游市场低迷原因

生活节奏加快导致玩网页游戏的时间减少

与端游类似，学业 / 工作 / 家庭太忙是玩家减少网页游戏时间的主要原因。同时，用其他娱乐活动替代网页游戏的玩家表示，相比网页游戏，观看网络视频、看网络小说的时间变长了。相比端游玩家，网页游戏玩家转移到移动游戏的比例相对较少。艾瑞分析认为，网页游戏玩家对游戏的需求程度弱于端游玩家，所以在选择替代的娱乐方式时，更倾向于选择视频、小说、音乐等更轻松的娱乐方式。

2016年玩家玩网页游戏时间
变少的原因



其中，其他娱乐活动包括：



注释：ZD_04a.请选择您玩网页游戏变少的原因是？
来源：N=149，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

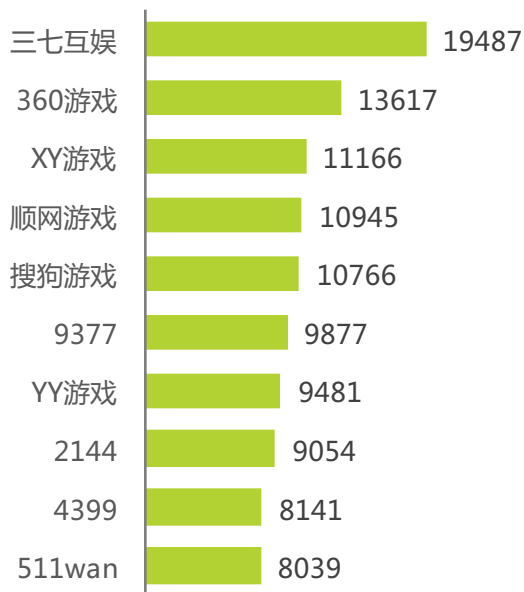
注释：ZD_04as.请问相较于网页游戏，其他哪些娱乐活动变长了？
来源：N=42，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2016年中国网页游戏开服TOP10

三七互娱稳扎稳打保持领先

2016年中国页游开服数据显示，三七互娱在平台运营和页游自研方面继续保持领先优势。尤其是在自研产品上，作为研发商的开服数是第二名的两倍有余，表现出了强大的研发和运营实力。游戏开服数TOP10中，有五款为2016上线的新游戏。其中，九阴绝学年初上线，一上线就配备了“全方位刷屏+快节奏滚服+多平台公测”的爆款专用套餐，打出“逆付费”的概念，强势冲榜。除此以外，还有一批上线时间超过5年的老牌页游（比如神仙道、卧龙吟），依然保持着年均千服，证明了高品质页游也有比肩端游的强劲生命力。

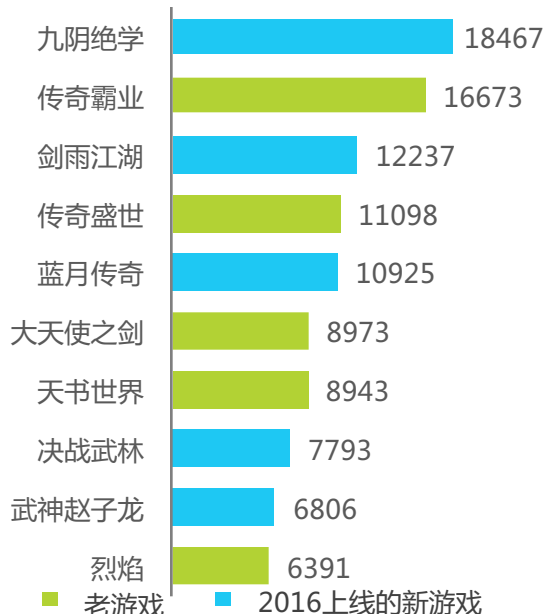
2016年1-10月中国网页
游戏平台开服数TOP10



2016年1月-10中国网页
游戏研发商开服数TOP10



2016年1月-10中国网页
游戏开服数TOP10



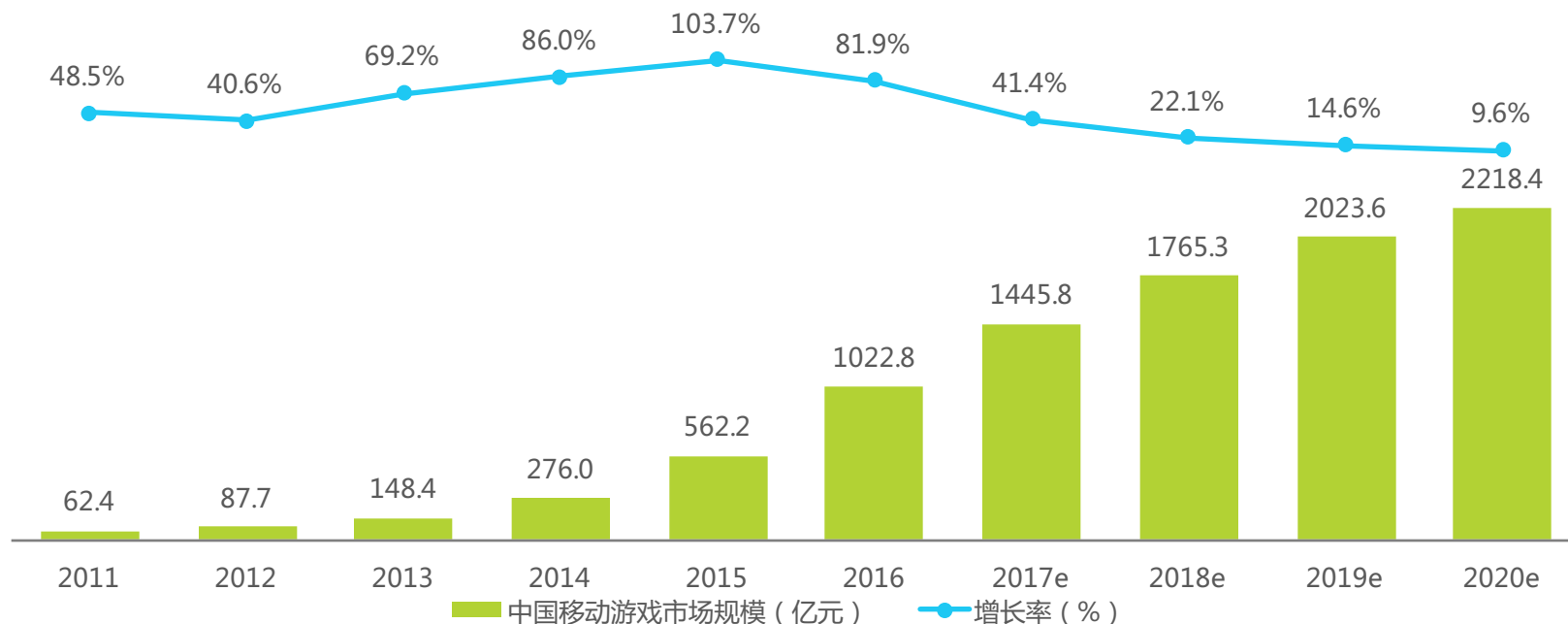
注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2016年1-10月有过开服记录的网页游戏；2.该开服数未统计腾讯开放平台上的网页游戏开服数据。
来源：艾瑞通过桌面收集整理获得。

2016年中国移动游戏市场规模

后红利时代，手游增长放缓，市场进入平稳发展期

2016年中国移动游戏市场规模约1023亿，同比增长81.9%，相比去年增长率有所下滑。主要是受到用户规模的限制，随着人口红利利用尽，移动游戏的增长趋势略显疲软。与此同时，用户的游戏习惯逐渐成熟，随着重度移动游戏的占比越来越高，玩家能够同时玩的游戏款数会越来越少，移动游戏市场从以量取胜逐步过渡到以质取胜。未来预计移动游戏的增长率会进一步下滑，逐渐进入平稳发展期。

2011-2020年中国移动游戏市场规模



注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2016年网络游戏相关报告中做出调整。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2016年中国移动游戏代表作

3个关键词：端游移植 影游联动 创新玩法

2016年中国移动游戏代表作



剑侠情缘

十八年经典武侠游戏IP
经典端游，情怀满满



王者荣耀

经典端游英雄联盟的手机重制版，年度最火MOBA类手游，移动电竞界的扛把子



倩女幽魂

谁人不爱肖奈大神？
双向深度影游互动，游戏营销的年度范本



阴阳师

今天，你抽SSR了么？
唯美和风，日本声优全程配音，最美年度手游



皇室战争

为手游电竞而生的游戏
3分钟一局，有趣又烧脑



贪吃蛇大作战

小时候一个人玩的贪吃蛇，现在可以和大家一起玩了。
(也可能是和AI)

2016年中国游戏行业集中度分析

PC客户端游戏集中度高 移动游戏仍有中小团队空间

从企业营收规模上来看，移动游戏企业营收分布比较平均，虽然腾讯网易占了55%的市场份额，但是移动游戏短频快的更新换代节奏、成熟的产业分工给了很多中小企业生存空间，很多优秀的游戏背后只是一个不足10人的小型研发团队。PC浏览器游戏目前已经发展到比较稳定的阶段，高昂的渠道推广成本提高了市场的准入门槛，整个市场集中在中等企业中。PC客户端游戏市场是三个市场中准入门槛最高的细分市场，头部企业占据了近80%的市场份额。

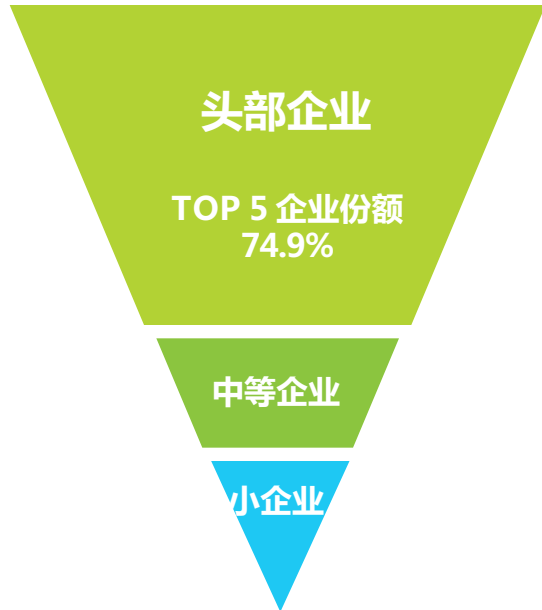
2016年移动游戏企业营收规模
集中度示意图



2016年PC浏览器端游戏企业营收规模
集中度示意图



2016年PC客户端游戏企业营收规模
集中度示意图

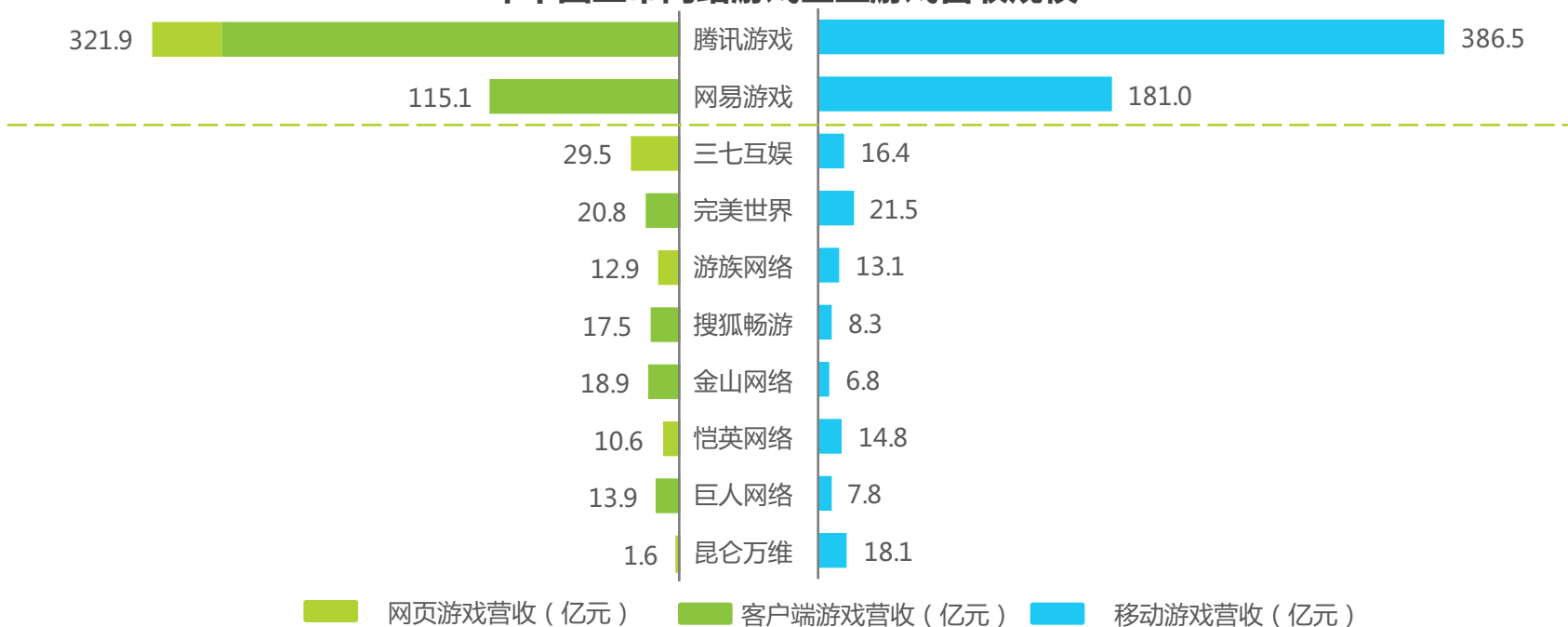


2016年中国上市游戏企业营收TOP10

腾讯网易游戏部分营收占整体市场规模55%

腾讯网易依然稳定的占据头两名的位置。在体量上腾讯具有压倒性优势，一方面腾讯拥有庞大的用户量；另一方面，利用资本优势，腾讯通过合作或收购等方式进一步丰富自己的产品和技术储备。而网易一方面深度挖掘自研的三大IP——梦幻西游、倩女幽魂、大话西游的价值，一方面推进与国外大厂的合作，代理暴雪全线端游产品，引进韩国多款优秀手游。

2016年中国上市网络游戏企业游戏营收规模TOP10



注释：1、网络游戏营收规模包括中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；2、已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）。3、排名按照客户端游戏、浏览器端游戏和移动游戏的总营收从高到低排序。4、部分数据可能在2016年网络游戏相关报告中进行调整。5、仅包含了以游戏为主营业务的公司，其他涉及游戏业务但在总营收占比中小于10%的公司不在统计范围（如百度）。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2016年中国游戏企业核心竞争力分析

传统端游企业发展各异 电竞概念异军突起

畅游的营收出现明显下滑，主要是因为其老牌游戏《天龙八部》的自然衰减，以及其页游业务的分拆。同为老牌端游企业，西山居呈现完全不同的态势，一方面是因为《剑侠情缘叁》良好的社区化运营，另一方面，与腾讯合作的《剑侠情缘手游版》成功扩大了“剑侠”IP的影响力，在移动端成功变现。艾瑞分析认为，客户端游戏依然有庞大的市场和可观的变现能力，但是用户对客户端游戏的要求一直在提升，如何留住老用户吸引新用户，是老牌端游企业需要思考的问题。

另外，主打“移动电竞”概念的英雄互娱今年集中发布了巅峰战舰、舞创天团、抢滩登陆等多款电竞手游，以超过800%的增长率，完成了移动游戏从0到10的爆发式增长。



注释：1、本图中圆的大小表示企业游戏营收的相对规模，圆心的高低表示其同比增长率的高低。2、仅包含了以游戏为主营业务的公司，其他涉及游戏业务但在总营收占比中小于10%的公司不在统计范围（如百度）。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
● 中国网络游戏细分市场分析	
● 2016年中国网络游戏大事记	
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

对游戏的监管一直存在 新规只是加强手游监管力度

早在2009年，手机游戏就已经进入了监管范围，只是在过去的几年间，相关监管一直相对宽松。苹果于6月30日发布的通知实际上只是一个引发行业关注的导火索，意味着此前多年对手游行业的宽松监管时代已经结束，手游行业也进入了一个像客户端网络游戏那样的严格管控时代。

监管政策历史背景和最新进展

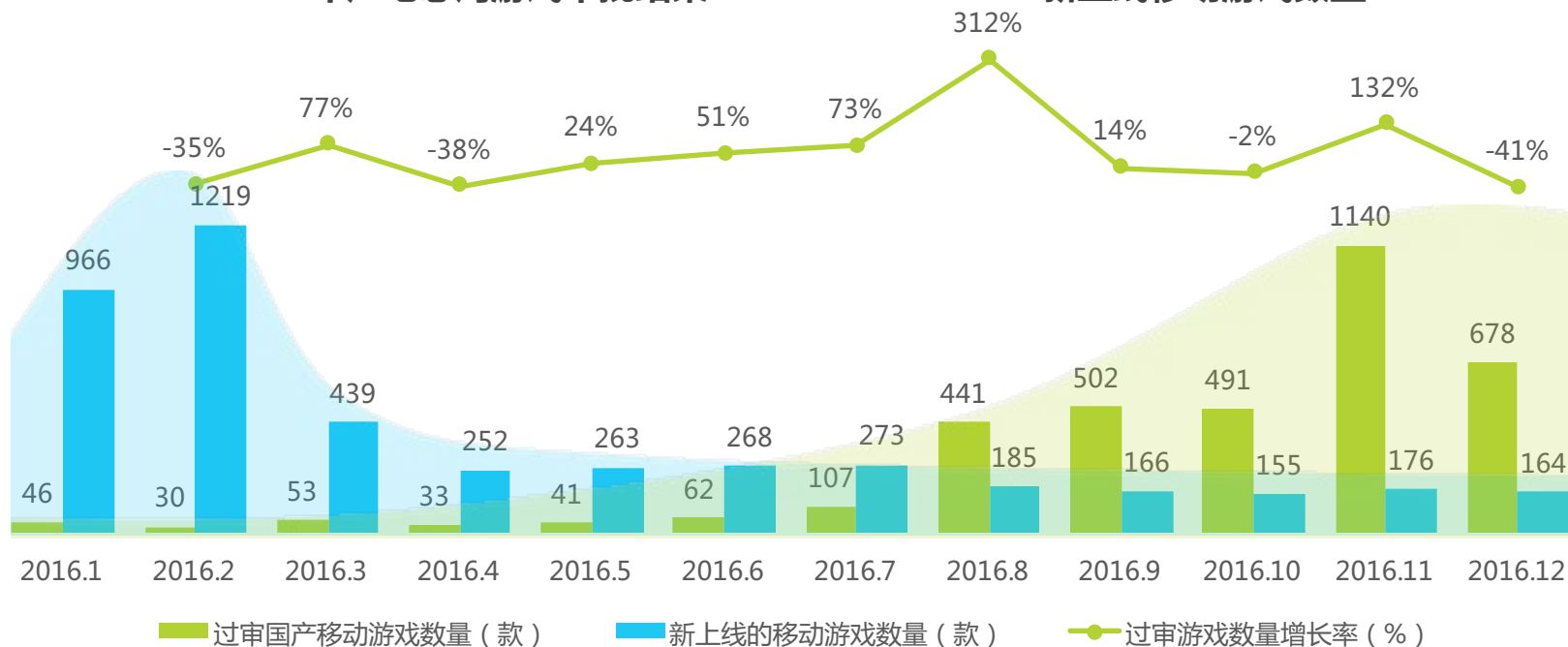


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

审核数量已能满足当月新游 历史问题仍待消化

新规发布后，广电总局游戏过审数量迅速从每月50款上下上升到500+。11月审批量达到高峰，1140款游戏通过审批。可以看到，广电总局过审效率有明显提高。从数量上来讲，已基本能满足当月上线新游数量，但已上线的过万款游戏要全部过审，还需要时间消化。广电总局也清楚的认识到了这点，从而连续两次延后对之前已经上线的移动游戏取得版号的截止日期要求。从原定的10月1日，顺延到12月31日。

2016年广电总局游戏审批结果 & mGameTracker 新上线移动游戏数量



来源：mGameTracker.2017.1, 基于对中国应用商店、手机助手等榜单监测数据统计，不包含非榜单类信息。国家新闻出版广电总局官方网站
注释：新上线移动游戏仅统计了进入过主流渠道榜单TOP100的游戏。

版本号事件

新游上线：新规放出监管姿态 实际执行分步走

经过对App Store畅销榜TOP100的统计，2016年7月至12月，共有159款新游戏上线，其中仅25款游戏可以在国家新闻出版广电总局官网查询到版号。艾瑞咨询认为，鉴于广电本身的审核效率不足，虽然广电和App Store均放出“上线必须有版号”的通知。但实际执行并非一刀切，各家游戏厂商和监管部门，都需要一段时间来逐步适应新规。对于已经进入审批流程或拿到部分备案文件的游戏，也允许上线。

mGameTracker-2016年7-12月App Store畅销榜新上线游戏数量 & 其中已获得版号的游戏数量对比

App Store新游中
已获得版号的新移动游戏数量

25

mGameTracker-App Store畅销榜
新上线的游戏数量

159

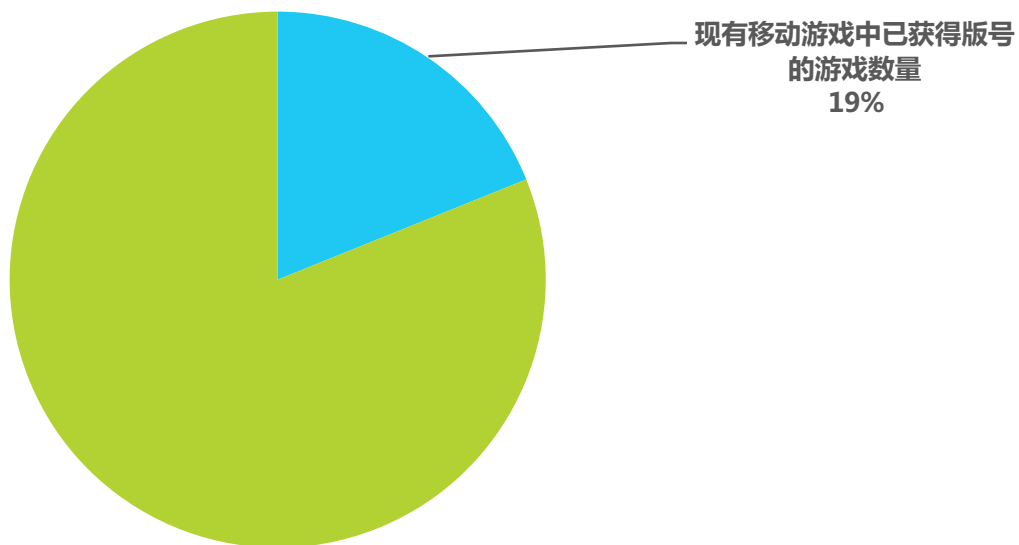
15.7%

来源：mGameTracker.2017.1,基于对中国应用商店、手机助手等榜单监测数据统计，不包含非榜单类信息。国家新闻出版广电总局官方网站
注释：新上线移动游戏仅统计了进入过主流渠道榜单TOP100的游戏。

老游戏下线：渠道主动自查 暂无游戏因版号问题下线

新规出台后，各大渠道纷纷响应，向开发者发布了关于落实游戏版号规定的通知。2016年12月31日，是新规设定的老游戏版号补办截止日期，按规定，若没有补办版号，将强制下线。但经过统计，mGameTracker收录的10015款游戏中，仅1893款游戏有版号。版号覆盖率仅有19%。截至2017年1月5日，暂时没有发现有游戏因此下线。

mGameTracker -2016年12月已获得版号游戏数在现有移动游戏中的占比



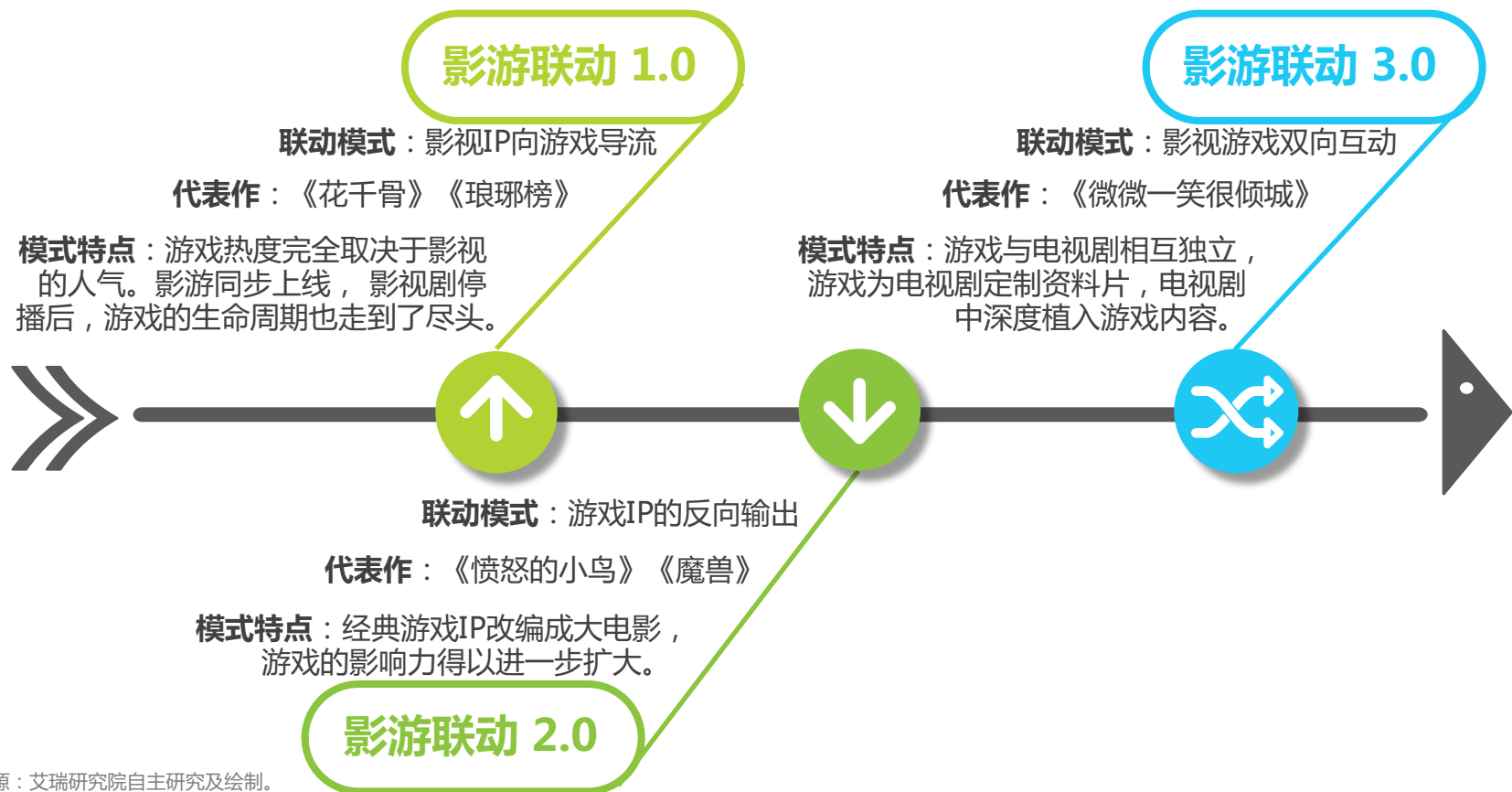
来源：mGameTracker.2017.1,基于对中国应用商店、手机助手等榜单监测数据统计，不包含非榜单类信息。国家新闻出版广电总局官方网站
注释：新上线移动游戏仅统计了进入过主流渠道榜单TOP100的游戏。

影游联动的升级与进化

从衍生到深度植入相互导流

如果说2015年是影游联动元年，2016年可以说是影游联动的升级年。影游联动完成了从1.0到3.0的飞跃。游戏和影视不再是衍生与被衍生的关系。两者真正做到了相互导流，相互促进。

2014-2017年影游联动模式的发展历程



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

影游联动的升级与进化

影游联动3.0时代——以《新倩女幽魂》为例

3.0时代的影游联动，不再是简单的根据一款游戏制作一部电影，或根据一部影视剧制作一款游戏，而是两者就合适的内容展开合作。《微微一笑很倾城》（简称《微微》）中从《新倩女幽魂》（简称《倩女》）借鉴了一些游戏设定、角色形象、服装、剧情的内容。而《新倩女幽魂》在不影响游戏本身的平衡的前提下，将影视剧中的一些场景、任务增加到游戏里，使游戏内容有所更新。

影游联动3.0模式典型案例分析



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

性别分布

玩游戏的男生占比是女生的三倍

虽然从整体上来看，在游戏里找个女朋友的希望渺茫。但是也要考虑到某些专门为女性设计的游戏，比如《奇迹暖暖》系列，对女性玩家非常友好，游戏男女比几乎扳平甚至反转。画风明亮，角色颜值高的MMORPG游戏也能吸引不少女性玩家，著名仙侠风网游《剑侠情缘叁》就一直以男女玩家比例平衡作为一大卖点。

2016年中国游戏用户性别分布



24.1%

玩游戏的女生占比



75.9%

玩游戏的男生占比

iUserTracker & mUserTracker – 2016年12月 不同性别玩家常玩游戏示例

女生爱玩游戏举例：



剑侠情缘叁



开心消消乐



奇迹暖暖



QQ农场

男生爱玩游戏举例：



英雄联盟



天天象棋



我的世界



穿越火线

注释：E1.您的性别？

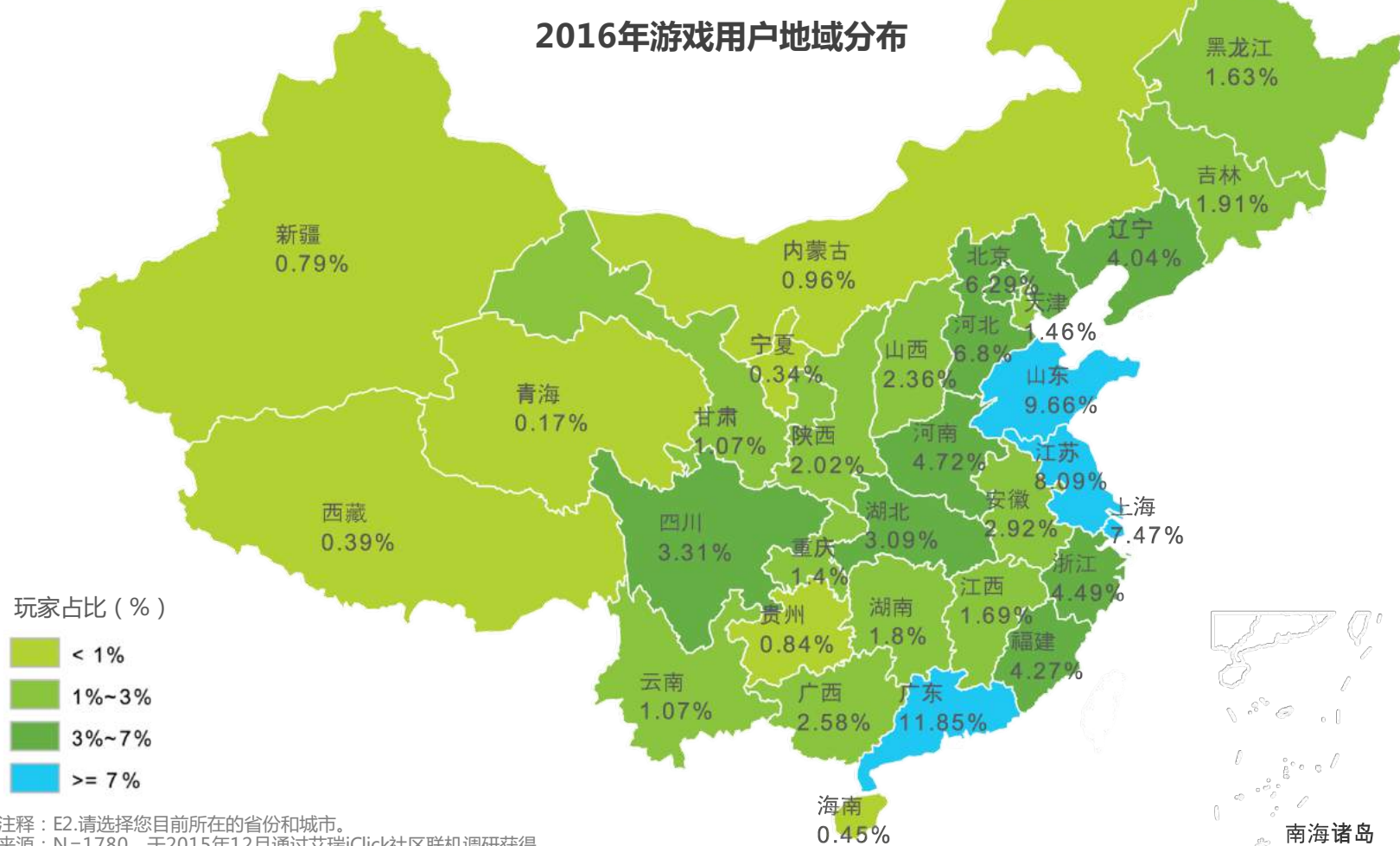
来源：N=1780，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

来源：iUserTracker.家庭办公版 2017.4，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。mUserTracker.2017.4，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

地域分布

沿海玩家占比高 广东居首位

2016年游戏用户地域分布

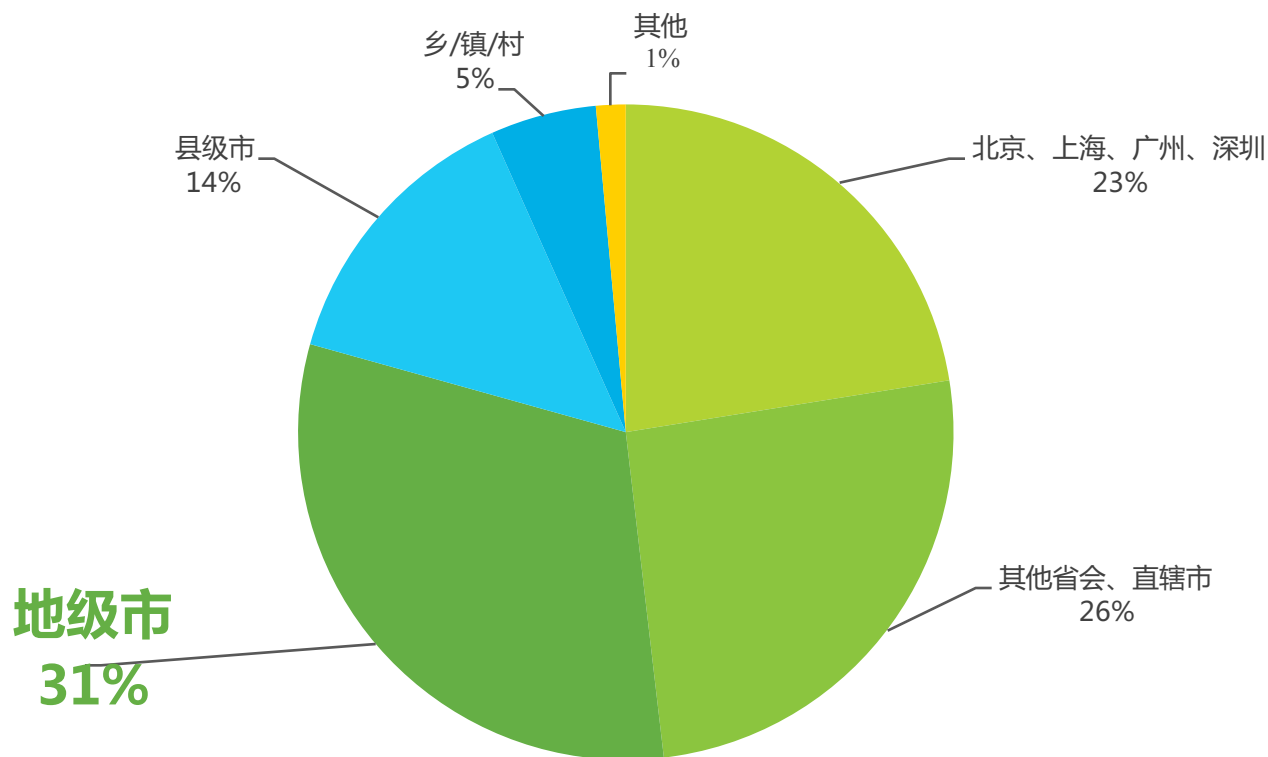


注释：E2.请选择您目前所在的省份和城市。
来源：N=1780，于2015年12月通过艾瑞Click社区联机调研获得。

地域分布

生活压力相对较小的地级市玩家占比最高

2016年中国玩家地域分布

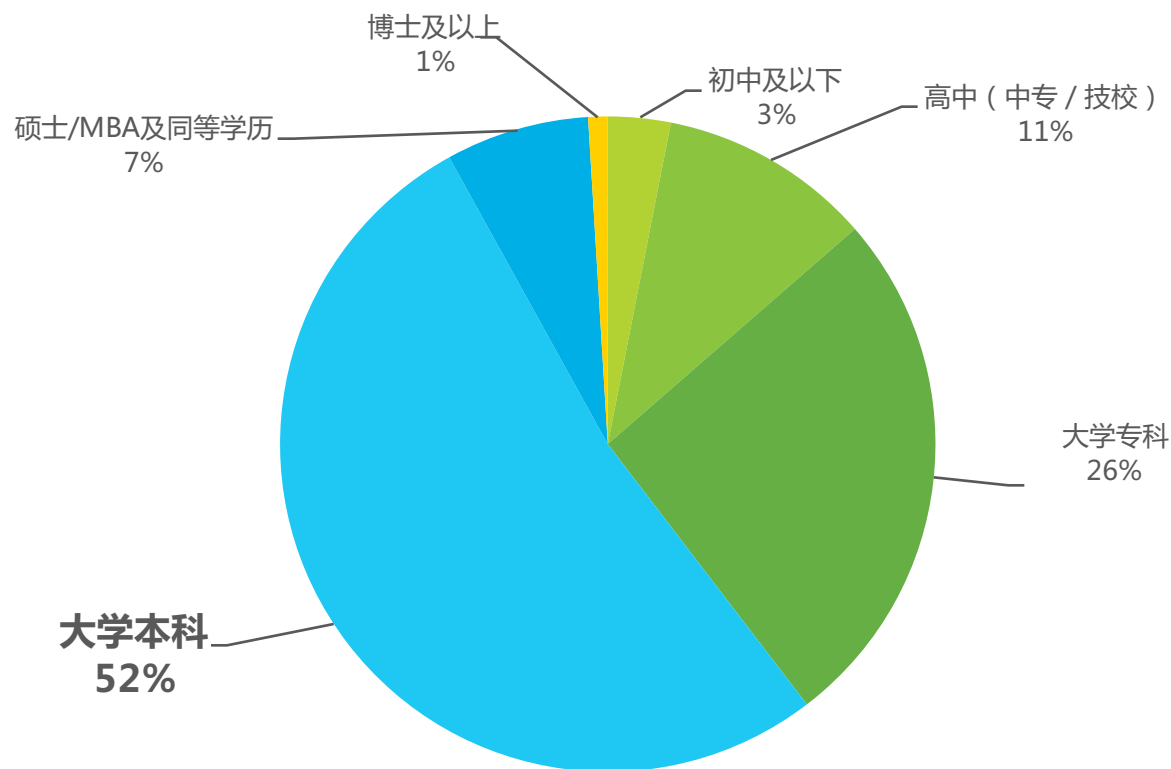


注释：E4.请选择您目前所在的城市类别。
来源：N=1780，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

教育状况

本科学历的玩家占比过半

2016年中国玩家教育状况分布



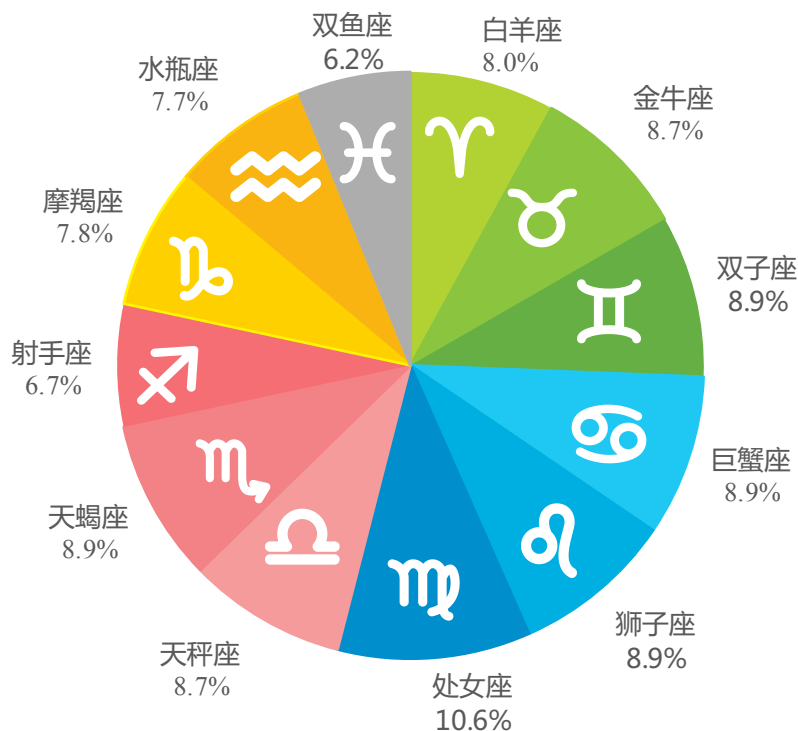
注释：E8.您的教育状况是？
来源：N=1780，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

星座分布

处女座玩家最多 双鱼座玩家最少

从星座来看，慎重、冷静的土象星座玩家的比例较高，其中喜欢追求完美的处女座占比最高，达到10.6%。这与网络游戏能较快获得成就感的特点密不可分。相对的，热诚、主动、进取的火象星座和天马行空的水象星座则占比较少，可能他们更喜欢线下娱乐活动。浪漫多情的双鱼座占比仅为6.2%。

2016年游戏玩家星座构成



土象星座

金牛座
处女座
摩羯座

27.1%

风象星座

双子座
天秤座
水瓶座

25.3%

水象星座

巨蟹座
天蝎座
双鱼座

24.0%

火象星座

白羊座
狮子座
射手座

23.6%

注释：E5.请问您的星座是？
来源：N=1780，于2015年12月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

用户为基础，全方位产品线

腾讯游戏2016年营收超过700亿元，是中国也是全球游戏收入最高的公司。腾讯的核心优势在于其以社交为核心的庞大的用户基数，这让腾讯在流量为王的移动互联网时代所向披靡。其次，坚持研发与发行并重，从最开始的休闲类游戏，逐渐丰富产品线，加深游戏的深度，扩大游戏品类，用不同的产品吸引不同的用户。就像传统快销品需要以多品牌战略抢占货架一样，面对有限的广告位、榜单位，游戏一定程度上也需要以量取胜。最后，腾讯从2015年起提出泛娱乐战略，并逐步丰富这一战略的内涵，扩宽游戏业务外延，将所有文娱相关产业串联起来，形成泛娱乐生态闭环。

2016年腾讯游戏优势分析



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

暴雪游戏的本土化之路

2016年最引人瞩目的端游莫过于暴雪出品的动作射击游戏《守望先锋》，由网之易负责中国区的发行工作。采用了国人接受度不高的预付费模式，截止2016年底，国内销量突破500万份，创下预付费游戏的新纪录。

2016年暴雪游戏现有游戏全景图



为了更好的适应国内玩家的游戏习惯，在不损失游戏内容的情况下，网易跟暴雪在游戏本土化运营上下了很多功夫。

在《守望先锋》的推广上，运用了多样化的营销模式，适时的制造话题。即使没有很多广告宣传，却利用官方的漫画、玩家创作的段子、同人等让人们这款游戏产生好奇，进而吸引到了大量玩家。

《守望先锋》活动截图和玩家创造的漫画



将《魔兽世界》的收费模式由时长点卡制改为月卡制。这一改动虽然在国内毁誉参半，但符合大多数国内MMORPG玩家的付费习惯，成功的提高了该游戏的用户覆盖量。

2016年《魔兽世界》国服新收费模式



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制

坚持武侠梦 打造持续活跃的玩家社区

2016年西山居优势分析

坚持做精品武侠类游戏

以玩家为中心经营玩家社区文化

端游



剑侠情缘网络版叁
(简称剑网3)

手游



剑侠情缘手机版
(基于剑侠情缘
壹制作的手游版)

大量的Coser
同人图
百度图片搜索显示，“剑三 cos”
可以搜到近4.5w
张图片

每年举办周年庆，邀请玩家
一起为游戏庆生，并发布最
新游戏内容，828周年庆
逐渐成剑三的官方线下品牌
活动

8月28日14:30 珠海·
剑网3七周年发
诚邀莅临

还有很多同人画
作、小说等.....

由游戏厂商向泛娱乐平台转型

空中网通过游戏业务，累积了一批高质量、高粘性的优质用户。并在互联网品牌管理、产品研发、精细运营方面有着丰富的经验。借此优势，空中网不断外延业务，加深泛娱乐布局，涉及影视、网络文学、直播、金融、体育等领域，在“泛娱乐”领域有条不紊地加深布局。通过集团化、平台化的运作，让人们看到了未来空中网能够有的更多的可能。

2016年空中网优势分析



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制

深耕军武题材游戏 线上线下同发力打造军武文化

空中网一直专注于军武题材，陆续推出了数款军武PC客户端游戏，完成覆盖“海、陆、空”的立体战争游戏产品线，并推出了相应的手游产品。通过6年的坚持，空中网累积了多款军武游戏产品，吸引了大量泛军迷用户。通过电竞和直播，为用户提供了丰富的线上娱乐活动，保持长久的新鲜感。通过线下活动，增强用户间的忠诚度与品牌粘性。树立了极具特色的军武文化娱乐品牌形象。在业内，成为深挖一个游戏题材，成功建设品牌形象的典范。

2016年空中网优势分析

多款军武游戏产品吸引了大量军迷



电竞&直播提供丰富的线上娱乐



20个国内国际品牌赛事
全年比赛日超过300天
全年参赛者达到10w
全年观赛UV超过4000w



大王直播
DAWANG.TV

涵盖军武游戏、军武大咖、军武竞技、海外互动等多个受军迷喜爱的线上娱乐频道

多样的线下军迷活动打造军武文化

- “万岁军传奇·松骨峰战役”重演活动
- ChinaJoy - 军武嘉年华
- “局座”与军迷线下见面会
- 爱上迷彩色线下活动
- 军武文化深度体验之旅
-

基于平台优势，完成从社交游戏到社交+游戏的转型

新浪微博作为社交类超级App，本身具有大量优质用户。游戏用户与微博用户有着较高的重合率，微博本身也是大家方便快捷的讨论各种游戏内容的首选平台之一。2012年，微博推出微游戏平台，游戏内容以农场类模拟经营类游戏为主。随着移动游戏的强势，传统社交游戏逐渐衰落。微博也顺势而为，将游戏业务从社交本位逐渐过渡到游戏本位，游戏为微博提供了话题，微博用高话题度、长尾流量反哺游戏，形成良好的社交+游戏的良性循环。

六成微博用户 都是游戏用户

mUserTracker-2016年游戏用户 在微博用户中的占比



来源：mUserTracker.2017.3，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。带[v]标记表示已通过全流量加码审计验证数据。

注释：取2016年每月的游戏用户占微博用户的比例，计算平均后值得出年占比。

2016年新浪游戏优势分析

新浪微博是各种游戏话题 讨论的聚集地



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制

从社交游戏 到社交+游戏的升级



新浪微博游戏

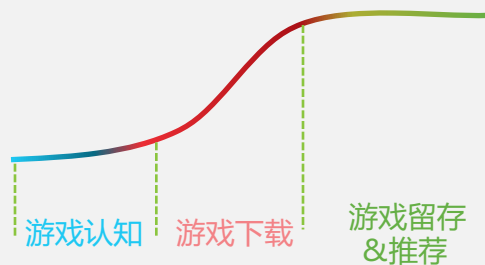
以内容为核心，全程参与，多样化分发

相比传统应用商店榜单型的游戏分发方式，新浪微博作为内容传播平台，在做游戏分发时，更多的社会化分发。也就是以内容为核心，灵活运用多样化的传播方式，从游戏上线前的预热到后期游戏版本更新，都适时的为游戏推广服务。艾瑞分析认为，社会化分发作为传统分发的补充，在现阶段的存量市场阶段，能更好的触达用户、服务用户、抓住用户。

2016年新浪游戏优势分析



全面影响用户下载、留存、召回等各阶段游戏决策



在游戏的前中后期，都能恰到好处地为游戏推广服务。相比应用商店的榜单型分发，针对性更强。

多样化的分发形式

效果类

顶部广告
活动页面

曝光类

开机画面
热门搜索

互动类

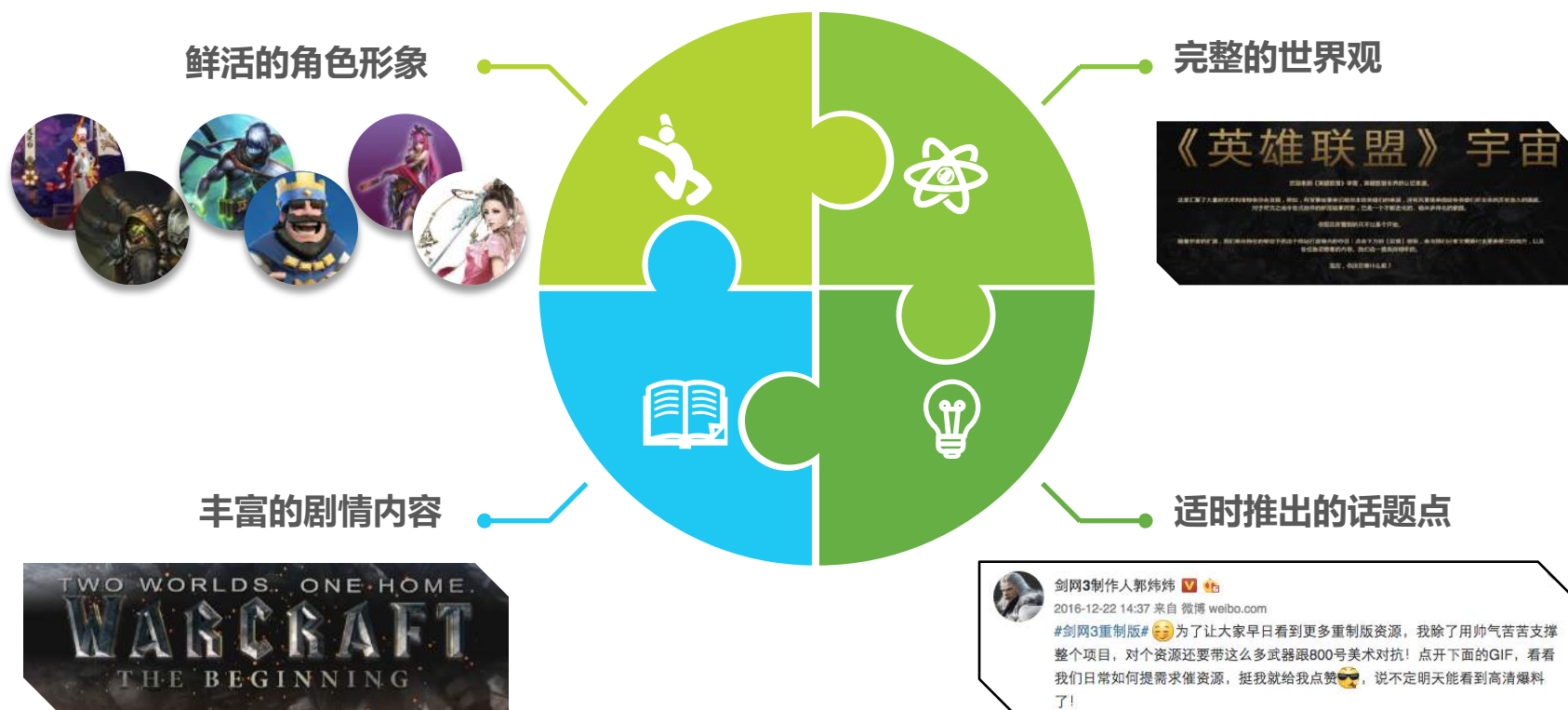
微博话题页
微直播、微专题

中外网络游戏发展历程	1
中国网络游戏发展现状	2
中国网络游戏玩家画像	3
中国网络游戏企业分析	4
中国网络游戏行业趋势	5

游戏艺术性的提升有利于游戏泛娱乐化发展

游戏是继绘画、雕刻、建筑、音乐、诗歌（文学）、舞蹈、戏剧、电影等八大艺术形式之后被人们公认的“第九艺术”。与其他八大艺术一样，游戏以自己独有的语言，向玩家呈现了另一个虚拟世界的模样。游戏的艺术性决定了其向其他艺术形式转化的可能。对于游戏来讲，其要点就在于鲜活的角色形象、完整的世界观、丰富的剧情内容以及适时推出的话题点。

2016年游戏泛娱乐化的四大要素

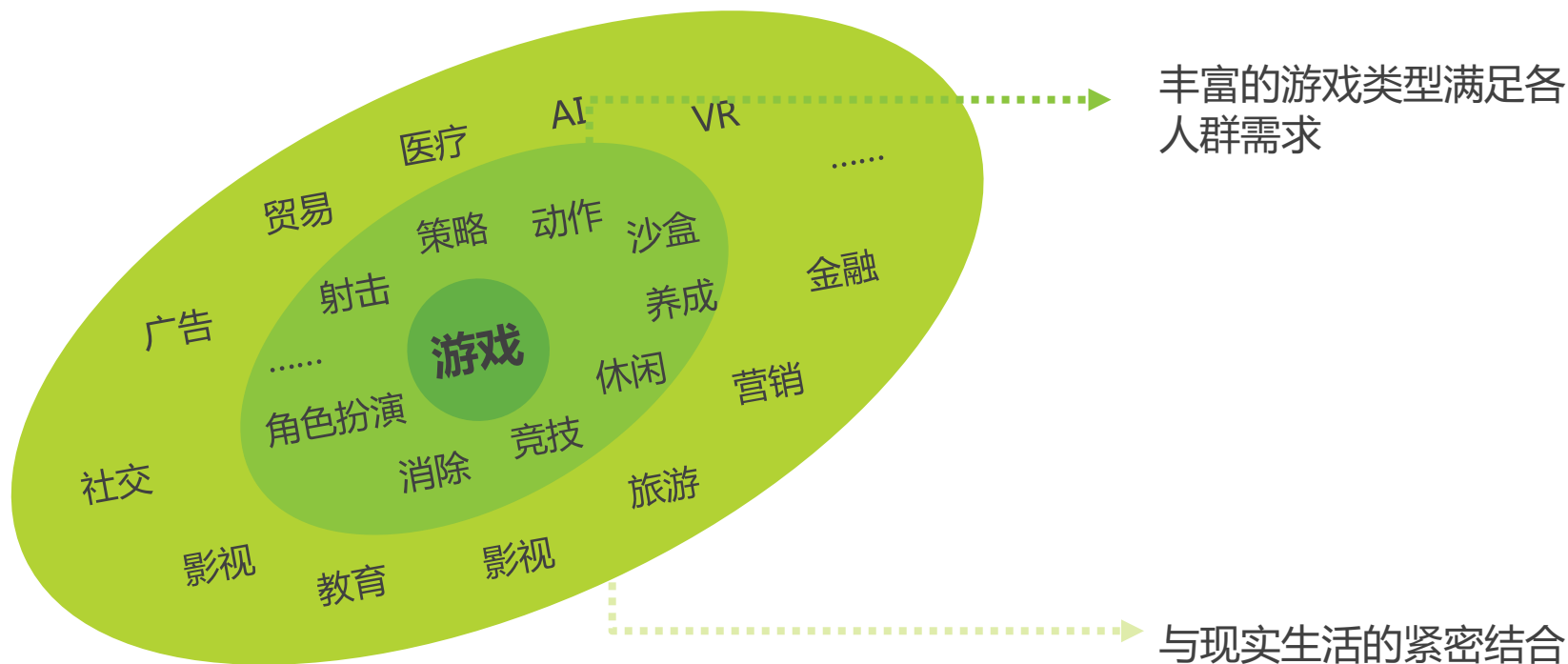


游戏类型的丰富和硬件的提升为全民化打下坚实基础

丰富的游戏类型能够满足各类人群的需求，游戏覆盖的人群越来越广。

而且，游戏的拟真度越来越高，很多现实生活中的传统行业都可以在游戏中得到体现。有很多游戏已经不单单是一个游戏这么简单，那是一个完整的世界，玩家可以在里面生活、学习、恋爱、就业。游戏里面也有金融、教育、社交等元素。随着VR / AR / MR技术的进步，游戏的拟真度会进一步提升，跟现实生活的结合也有可能会越来越紧密。

2016年游戏文化扩散示意图

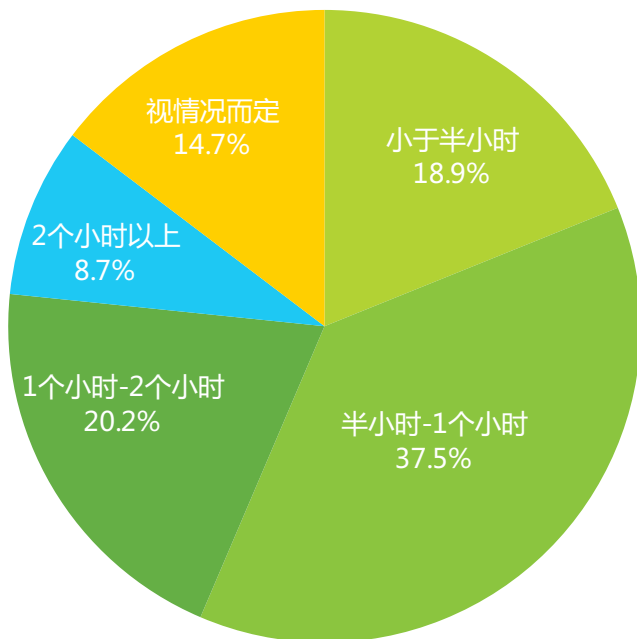


重度化

端游页游产品的移动化使得手游重度化愈加明显

随着端游和页游厂商纷纷介入移动游戏，将原来大体量的端游页游产品移植到移动端来，拉长了移动游戏的平均游戏时长。艾瑞调研数据表明，仅有18%的用户表示其游戏时长小于半小时，28%的玩家表示玩移动游戏的时间变长了。

2016年中国移动游戏用户游戏时长



28%

玩家表示

玩移动游戏的时间变长了

注释：[ZB_03a]请问您最近平均每天玩移动游戏的时长是多少？[ZB_04a] 请问和去年相比您最近玩移动游戏的时长是否有变化？
样本：N=1138；于2016.2.通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

PC游戏平台化

中国PC游戏各自为政的局面将在2017年被打破



Steam
全球最大的综合性数字发行平台

渠道的重要性

近几年移动游戏的爆发，渠道功不可没，而PC游戏却一直处于各游戏大厂自研自发的阶段。反观海外市场，由于Steam的存在，PC游戏和主机游戏一直有一个良好的生态环境，小开发者能有机会发布自己的作品，也能方便快捷的和玩家直接沟通，根据玩家反馈进行更新和修改。

国内企业的尝试



TGP腾讯游戏平台



360软件管家PC游戏接口

现状

两者都只打通了用户的下载渠道，在推广、宣传、付费、版权保护等方面都还有待提高

优势

整合了腾讯自己的大型PC游戏，本身具有一批忠实的游戏用户。

广泛接入各家游戏，下载体验流畅。

劣势

在自家游戏上投放了大量资源，不利于打造一个开放的平台。

游戏和普通软件的介绍页格式一样没有区分，很难体现每款游戏的特色。

社会化游戏分发

社交流量入口成为游戏分发的必争之地

人口红利利用尽后，游戏市场逐渐从增量市场向存量市场过度，如何抢夺现有的游戏用户成了游戏厂商最为头疼的问题，而用户每天都必然会接触到的社交软件成了兵家必争之地。社会化游戏分发的重要性逐渐凸显。

传统分发渠道和社会化分发渠道对比



传统分发渠道



社会化分发渠道



用户印象

应用下载渠道
用户使用目的性强（下载应用）

社交渠道
用户间的内容传播可信度高

游戏分发方式

应用商店广告位
榜单曝光、搜索优化

App 内广告位
玩家分享、话题讨论

游戏分发特点

1. 下载渠道畅通
2. 游戏选择丰富
3. 由用户需求驱动，用户通常主动寻找某类游戏

1. 分享渠道畅通
2. 游戏相关话题内容丰富，形式多样
3. 由用户好奇驱动，口碑带动下载，用户质量高

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经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。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，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，本报告只提供给用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

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询