

美国游戏市场简析

腾讯游戏
引进评估中心

曹潇文

目录

1. 美国游戏发展简史

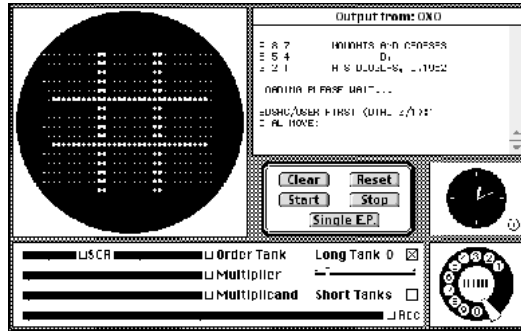
2. 美国游戏市场概况

3. 知名游戏厂商简评

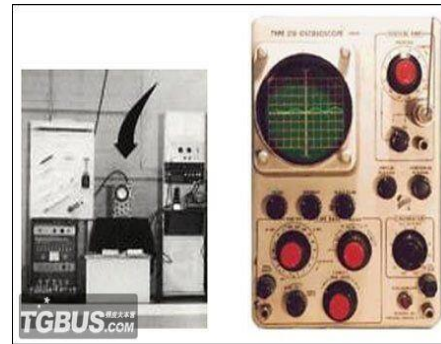
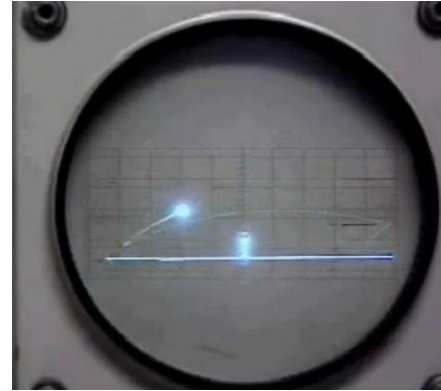
4. 市场趋势与变化猜想

1.美国游戏发展史

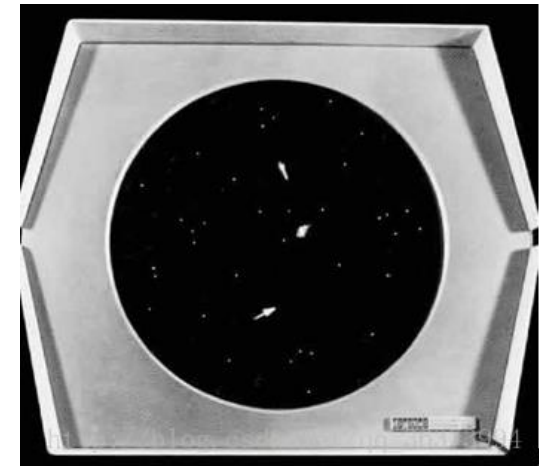
‘电子游戏’起源于高校和国家实验室



*OXO by Alexander Douglas
1952*



*Tennis For 2
1958*



*Spacewar
1969*

70年代初 游戏产业正式商业化，街机红极一时



Pong
1972



Space Invader
1978



Donkey Kong
1981



Pac-Man
1981

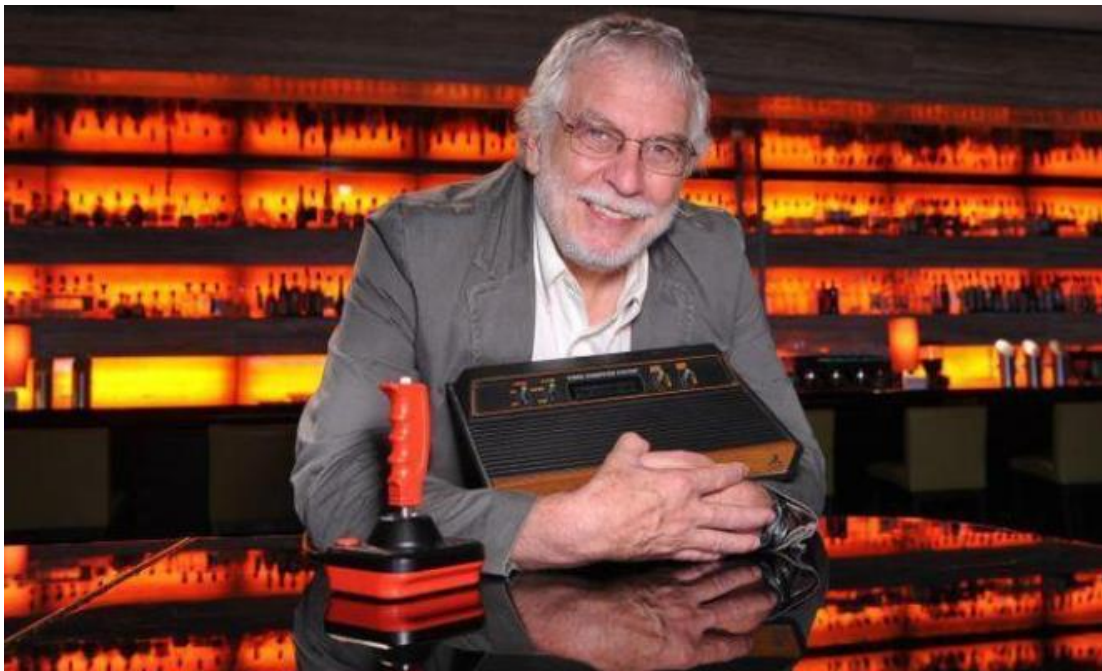


1980s' 的美国Arcade

街机成为美国主流娱乐文化中的重要元素



70年代后期-80年代初 从街机转变到家用机，Atari延续了市场领头位置



Atari创始人诺兰·布什内尔 手捧Atari 2600



早期Atari游戏开发团队合影



苹果两位创始人为Atari制作了游戏<Breakout>

许多日后的大厂在街机时代收获了第一桶金

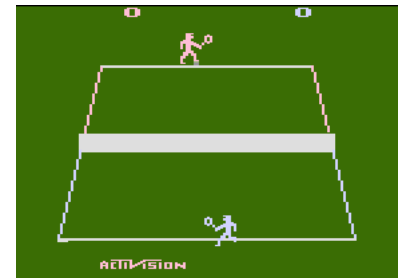
ACTIVISION. ACTIVISION. ACTIVISION. ACTIVISION.

 <p>DECATHLON Compete in the most celebrated event in the Olympics, the ten events of the decathlon. You will require discipline, stamina, speed and the determination to win. Ready, on your marks, get set — GO!</p> <p>*ONE TO FOUR PLAYERS</p>  <p>DESIGNED BY DAVID CRANE</p>	 <p>HERO Roderick Hero has the rescue equipment ready, but he needs your help to rescue miners trapped below in a labyrinth of shafts, surrounded by flowing lava. How many can you save before it's too late?</p> <p>*ONE PLAYER</p>  <p>DESIGNED BY JOHN VAN RYZIN</p>	 <p>TENNIS Challenge a friend or match your reflexes against our very tough computer pro. Here's video tennis that looks, sounds and plays like the real thing. Practice in slow motion or go all-out at full speed. The challenge is on.</p> <p>*ONE OR TWO PLAYERS</p>  <p>DESIGNED BY ALLAN MILLER</p>	 <p>GHOSTBUSTERS Ghosts are winging their way to the infamous spook central, RIGHT NOW! To prevent a disaster you must catch the ghosts whilst sidestepping constant danger. So, go and show them how it's done! — Hey, Anybody seen a ghost?</p> <p>*ONE PLAYER</p>  <p>DESIGNED BY DAVID CRANE</p>	 <p>ROBOT TANK Sophisticated enemy Robot Tanks are quickly advancing across the country towards the capital. Ring it all and stopping at nothing. You command your own Robot Tank to stop their charge of chaos. Avoid being hit by enemy fire, or your Robot Tanks may be destroyed. Stop them before it's too late!</p> <p>*ONE PLAYER</p>  <p>DESIGNED BY ALLAN MILLER</p>	 <p>BEAMRIDER You are the Beamrider, on a courageous journey to clear the 99 sectors of a sinister Resistor Shield that a force of hostile aliens have woven around the earth. Can you break through?</p> <p>*ONE TO FOUR PLAYERS</p>  <p>DESIGNED BY LARRY MILLER</p>
--	--	---	--	---	--

BRINGING OUT THE MAGIC OF YOUR **ATARI®** TV GAME

SEGA® namco® Bally CAPCOM

SNK Nintendo Williams



1983年‘雅达利冲击’几乎葬送美国本土游戏业



海量低劣的游戏冲垮了
市场和用户对于游戏主
机的信心



雅达利冲击催生了电脑游戏,
以及把主机市场机会交给了
日本厂商

美国本土主机失落的20年 1980s - 2000s



在Xbox之前，3DO是美国厂商
重回主机市场最接近成功的一次

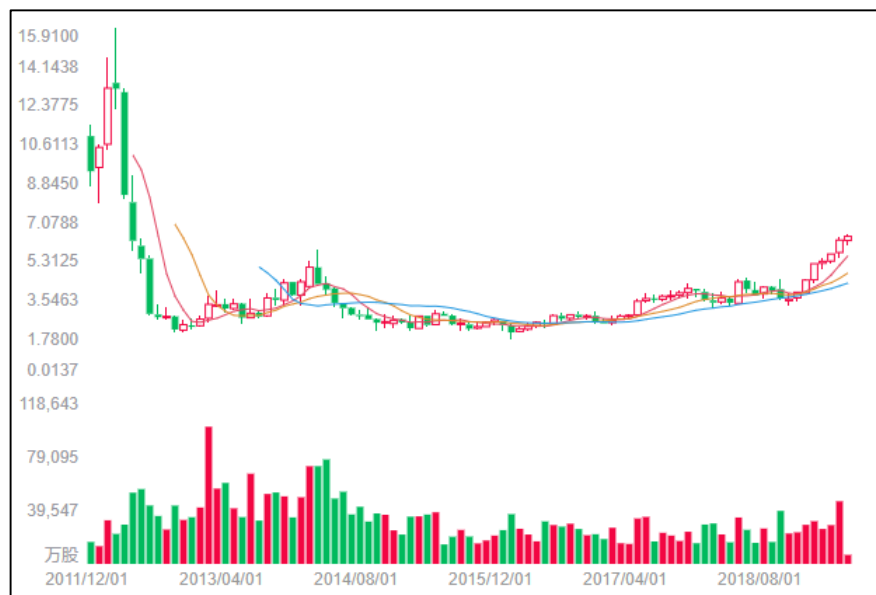


直到2001年，凭借微软的强势
进入，美国本土企业才真正重回
主机市场的竞争

美国游戏市场发展阶段划分 基本由主机主导

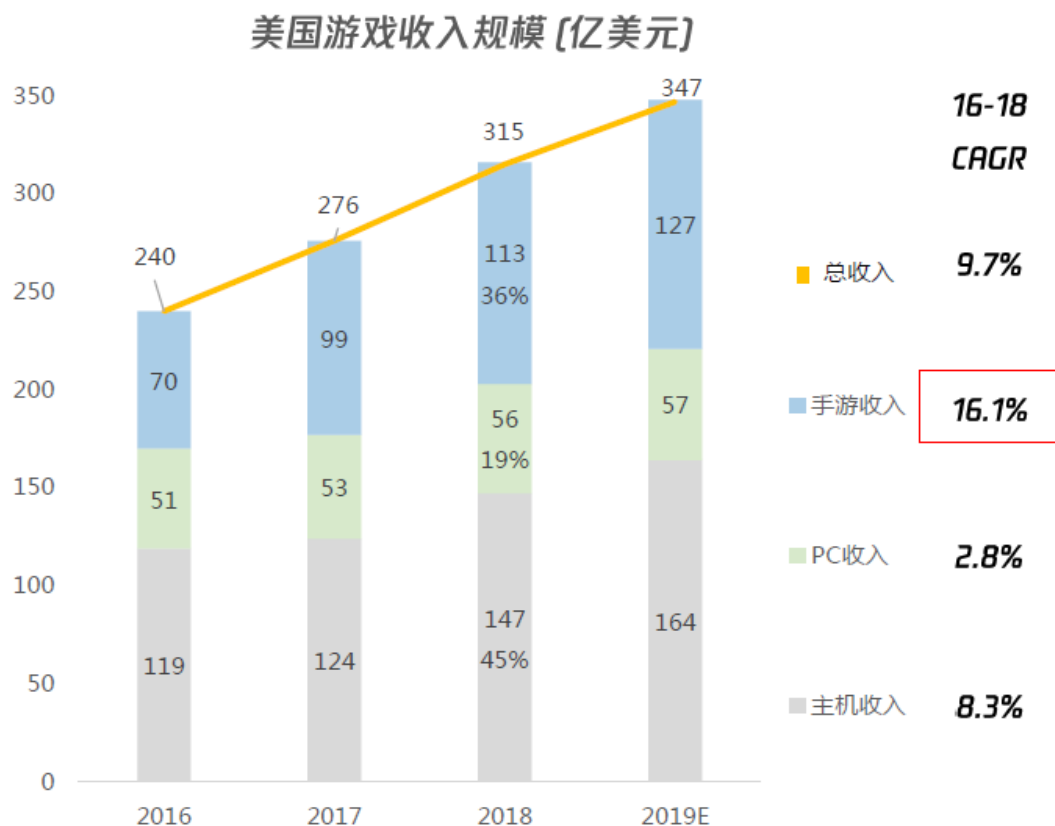


2007-2012 网页游戏伴随社交网络快速兴起 但很快衰败



2.美国游戏市场概览

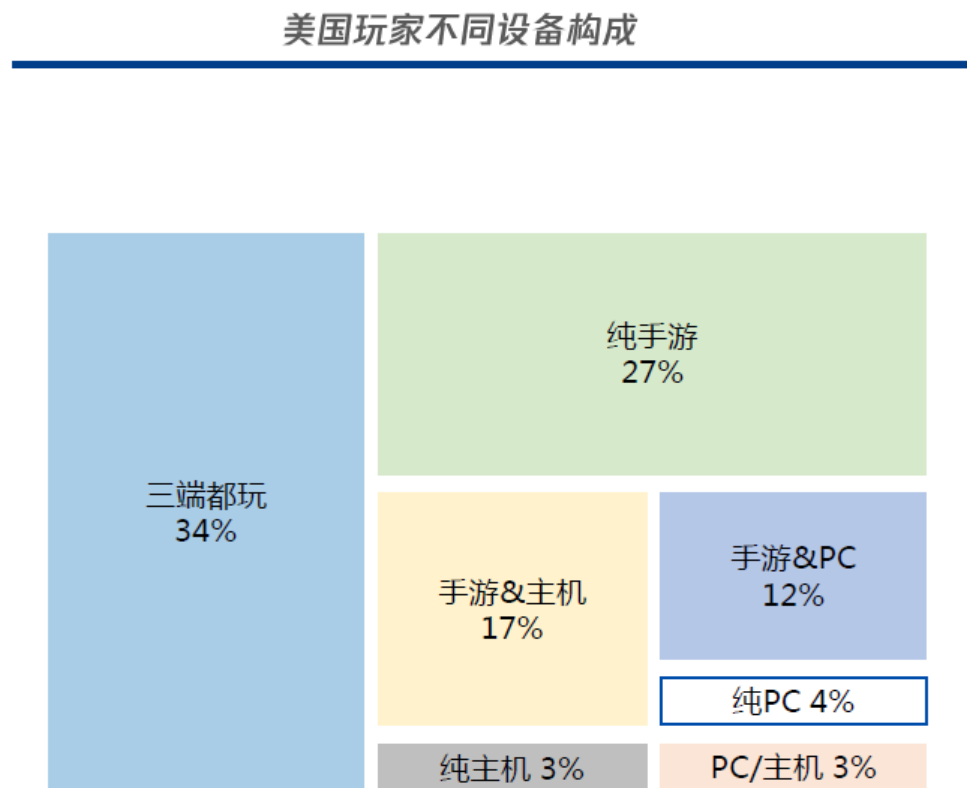
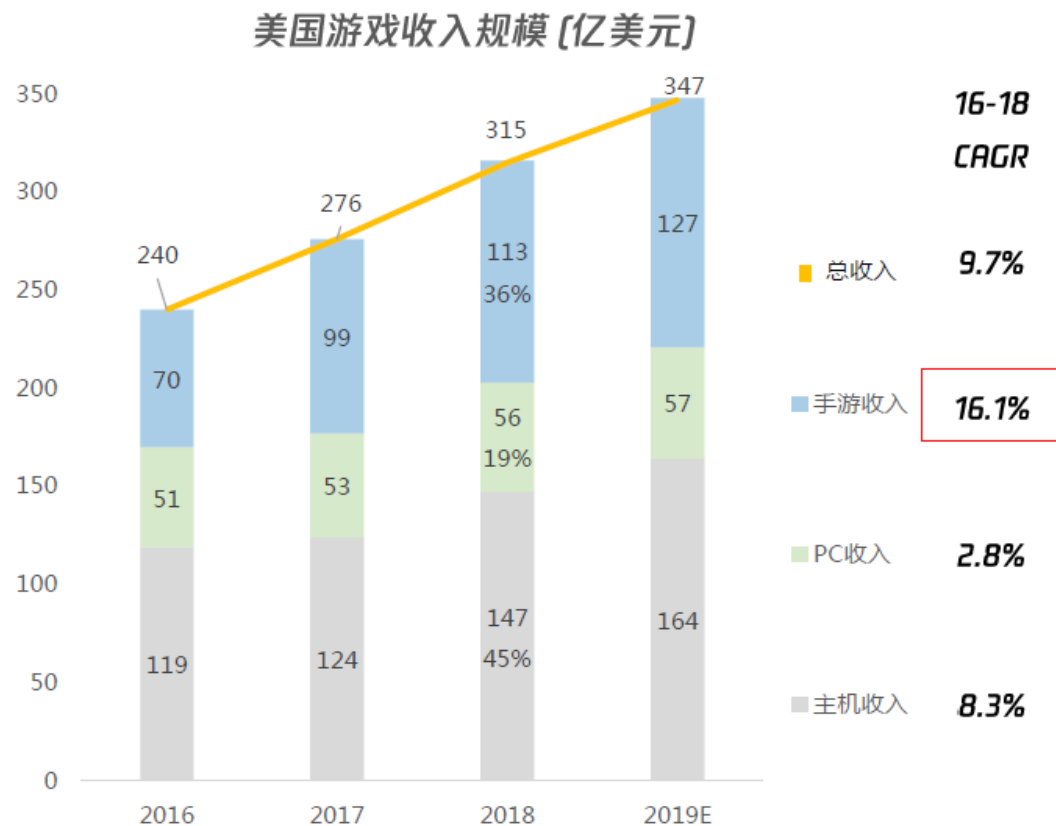
市场规模概况：整体规模排名世界第二，用户平均消费能力强



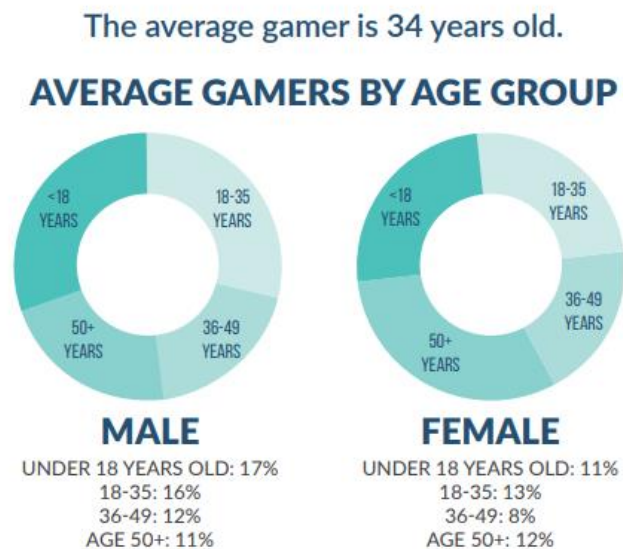
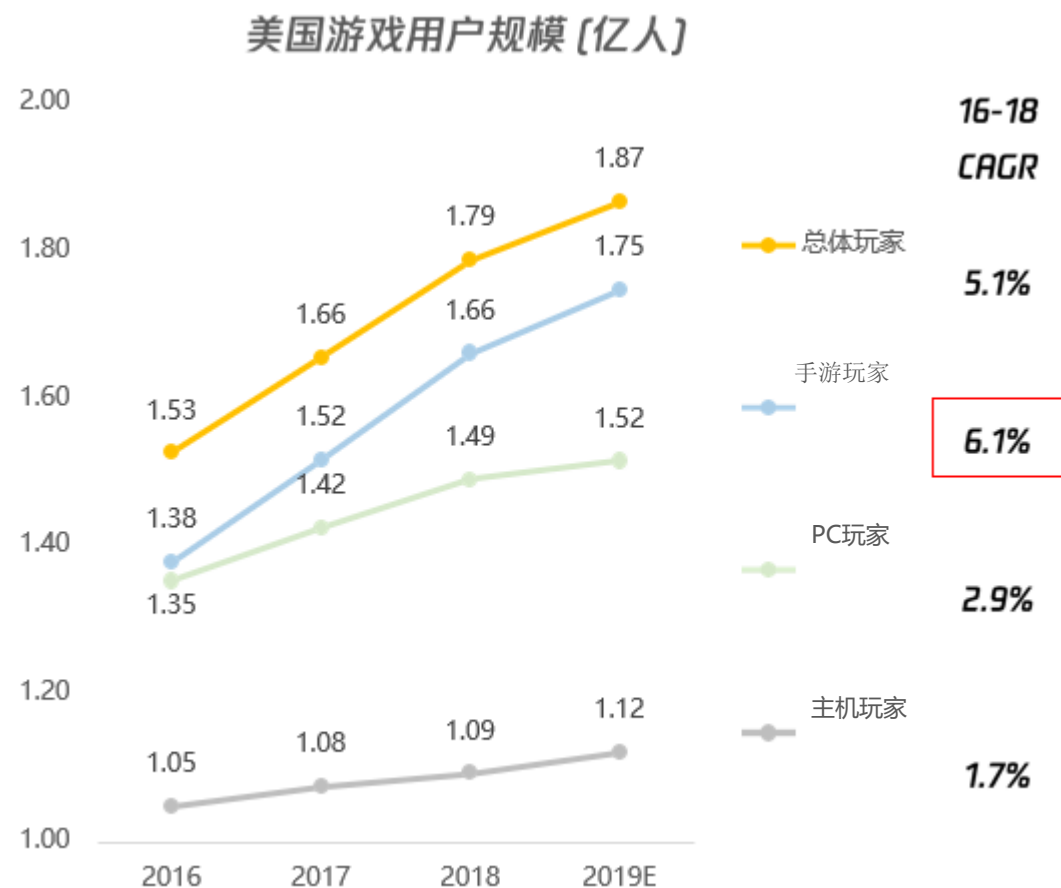
- 全球第二大游戏市场，315亿产值，纯内容消费290亿
- 18年人均游戏年花费175美金，月均15美金
- 行业增速显著高于同期GDP增速

市场规模变化：主机目前仍是市场主导，但手游发展迅速

- 主机游戏、PC游戏、移动游戏三足鼎立
- 移动游戏发展迅速，目前已超过PC游戏，并保持稳定增长趋势
- 玩家拥有更多游戏设备，更习惯跨多平台

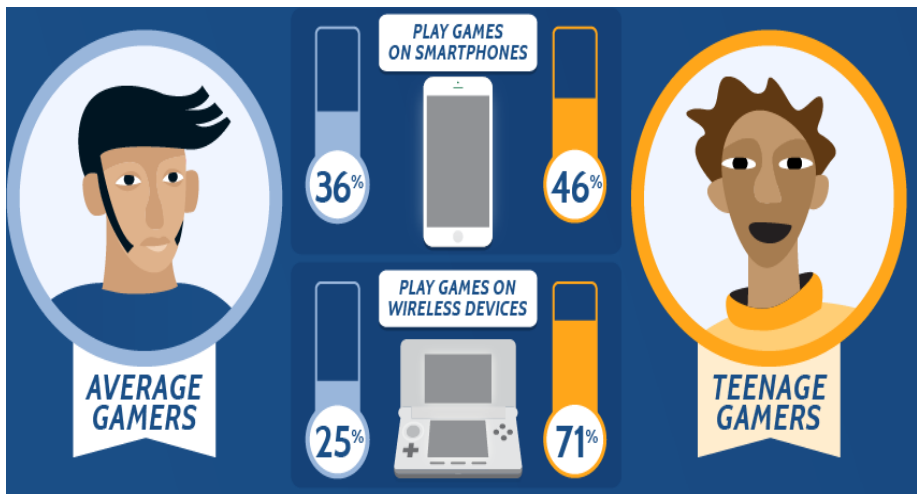


用户画像：手游群体增长迅猛，Z世代占28%

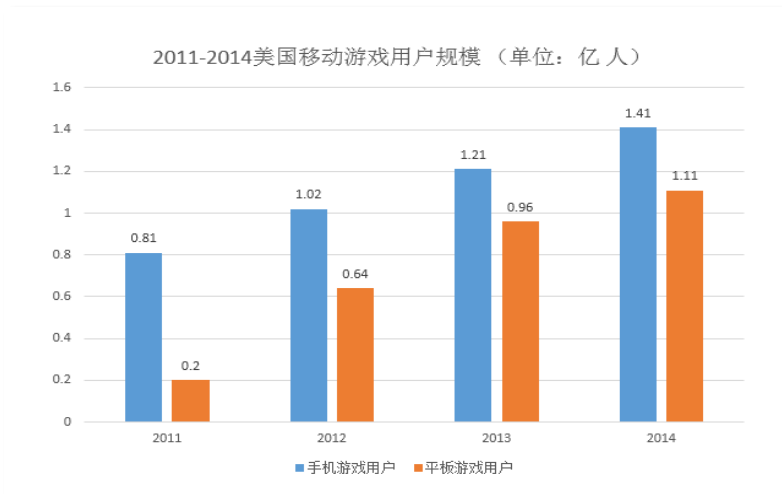


- 游戏用户男女比例为56:44
- 64%的人口为游戏玩家
- 美国游戏玩家平均年龄为34岁

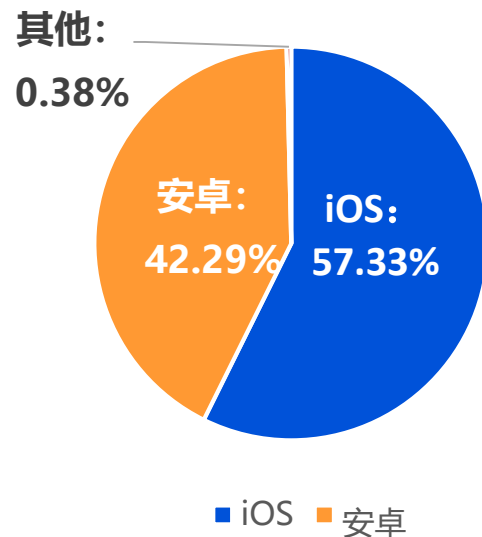
用户画像：新一代用户更喜爱移动端游戏习惯，推动手游增长



年轻人相较于年长玩家
更倾向于移动游戏



移动游戏人口喜爱用平板电脑



iOS份额领先安卓系统

美国地区主机设备持有情况：Switch、PS4、Xbox One三足鼎立

- 头部三家厂商平分秋色
- 但此对于微软而言，并没有发挥出本土优势

美国当世代硬件2018年销售量情况

硬件	发售年份	厂商	累计销量
Nintendo Switch	2017	任天堂	5,640,000
PS4	2014	索尼	5,330,000
Xbox One	2014	微软	4,350,000

美国地区头部游戏【主机】：车 枪 球

美国2018年家用机软件销量排行

排名	游戏名	游戏类型	发行商
1	荒野大镖客2	动作冒险	Rockstar Games
2	使命召唤15：黑色行动4	射击	动视暴雪
3	NBA 2K 19	体育	2K
4	Madden NFL 19	体育	2K
5	任天堂明星大乱斗（未含数字版）	乱斗	任天堂
6	漫威蜘蛛侠	动作冒险	Insomniac
7	孤岛惊魂5	射击	Ubisoft
8	战神4	动作冒险	SIE Santa Monica Studio
9	怪物猎人：世界	ARPG	Capcom
10	刺客信条：奥德赛	ARPG	Ubisoft



美国地区头部游戏【手机】：消除、博彩类平稳，重度玩法兴起

美国2018年手游收入排行

排名	游戏名	游戏类型
1	糖果传奇	消除
2	堡垒之夜	射击/建造/生存
3	部落冲突	策略
4	Toon Blast	消除
5	Pokemon Go	LBG
6	Vegas Casino Slots	博彩
7	Roblox	沙盒
8	七龙珠Z：爆裂大战	卡牌/消除
9	皇室战争	策略
10	绝地求生	射击/生存

老几样



新东西















美国地区头部游戏 (PC) : MOBA, 策略, 创新类玩法

最畅销游戏

回顾 2018 年迄今为止最畅销游戏、人气最高游戏及最热新品

铂金级

 Far Cry 5 Windows NZ\$ 99.99	 Warframe Windows 免费游玩	 Jurassic World Evolution Windows NZ\$ 54.49	 Kingdom Come Deliverance Windows NZ\$ 36.99
 CS:GO DANGER ZONE Windows, macOS, Linux 免费游玩	 NEW EXPANSION OUT NOW! Civilization VI Windows, macOS, Linux NZ\$ 99.95	 PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS Windows NZ\$ 39.99	 WARHAMMER VERMINTIDE 2 Windows -60% NZ\$ 36.00 / NZ\$ 14.79
 DOTA 2 Windows, macOS, Linux, Steam Deck 免费游玩	 ROCKET LEAGUE Windows, macOS, Linux NZ\$ 23.99	 Grand Theft Auto V Windows NZ\$ 54.95	 Rainbow Six Siege Windows -50% NZ\$ 32.00 / NZ\$ 16.49

PC容易孵化出创新品类的原因在于

不少中小厂商难以应付主机平台发行门槛与投入，而移动端平台的用户硬核程度又难以接受创新玩法

主机、移动端、PC三个平台的特点汇总

主机

- 热爱车、枪、球等凸显3A级品质的游戏类型

- 玩家以追求爽快、快节奏乐趣为主

移动端

- 过往用户主要偏向休闲类、赌博类玩法，用户以泛玩家〔非核心〕为主

- 随着低年龄层玩家涌入，玩法偏向硬核和多样发展

PC

- 玩法多依赖键盘+鼠标的操作方式

- 创新玩法品类频出



因为设备保有种类的多样，玩家能更轻松地选择不同的平台，来体验最适合的玩法

3.知名游戏厂商简评

微软：西方游戏界带头大哥

西方游戏业的复兴

微软和XBOX入场象征着整个欧美游戏业的复兴：日本不再是游戏世界的中心，欧美厂商也一样拿出钱，执行任天堂系统，而且游戏投资还更大，市场用户还更多。



设备间合流

微软最新的方针是Play Anywhere。即通过通过微软云Azure服务，来贯通不同设备之间用户所能体验的游戏内容。对于传统行业格局有颠覆意义



战争机器
[Gears of War]
光环
[Halo]
我的世界
[Minecraft]

Valve: 重振PC游戏，但面临挑战

PC游戏的重振

Steam的基础是数字化发行。随着欧美PC游戏的崛起，Steam逐渐从一个数字化渠道商变成了举足轻重的创新和独立游戏发行商。旧日的二三线欧美厂商几乎全数投奔Steam麾下。对MOD社区非常开放。



PC游戏分发面临强敌

对手Epic Store来势汹汹，且与当年Valve把CS拿来吸引基础用户的打法，如出一辙甚至更激进。



半条命
[Half-Life]
反恐精英:GO
[CS:GO]
刀塔2
[DOTA2]
吃鸡
[PUBG]

EA: 最大第三方

最大的第三方

EA的特点就是大，非常擅长资本运作。他买了很多很多公司，形成了规模最大的第三方开发商。



擅长收购但不擅长管理

EA的名作列表是最难出的：这家公司以买下知名的中小公司，把价值吃光，然后解散而著称。能逃过的大概只有EA Sports了。比如命令与征服、模拟人生之类的作品，都已经到了抛弃边缘。



战地
[Battlefield]
FIFA
[All EA Sports]
质量效应
[Mass Effects]

动视暴雪：强强联手

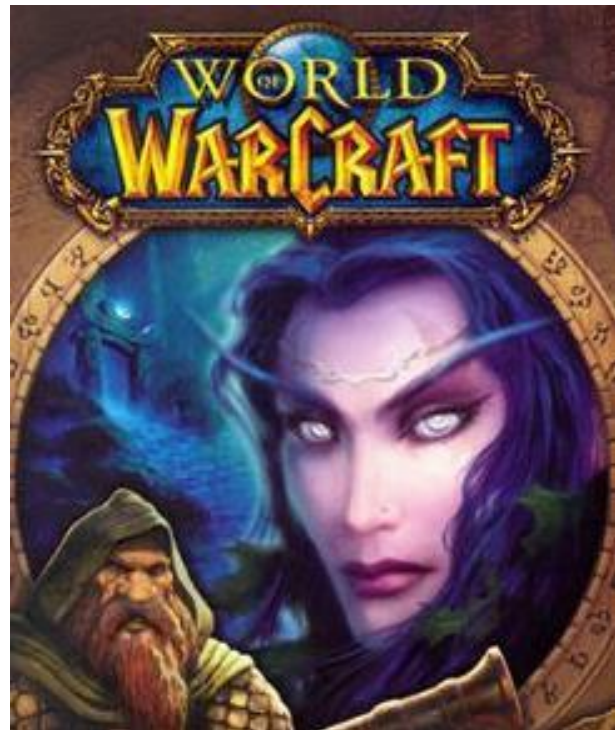
强强联手

暴雪是最成功的欧美PC研发商；
而动视则是一个类似EA，但是略
为小一些的资本收购型发行商。
这两者合并以后形成了欧美另外
一家巨无霸。



分别运作

实际上移动游戏的King也属于
该财团。这家财团的三个分部可
谓泾渭分明，单独运作。



魔兽世界
[Warcraft]
使命召唤
[Call of Duty]
糖果传奇
[Candy Crush]

Take 2: 开放世界霸主

GTA和开放世界

GTA是世界上最畅销的游戏。
2000万份+, 10+亿美元收入。
他们也拥有庞大的生产线, 采取
少数IP长间隔的开发态度。且在
游戏向服务化发展方面, 颇有成效。



2K Games

对于“非沙盘3A”的其它游戏, T2使用“2k games”的子公司来进行销售。




侠盗猎车手
[Grand Theft Auto]
文明
[Civilizations]
NBA 2k
[T2 Sports]

4.美国市场的趋势与变化

传统品类基础上，更多硬核多样玩法崭露头角

排名	游戏名	游戏类型
1	糖果传奇	消除
2	堡垒之夜	射击/建造/生存
3	部落冲突	策略
4	Toon Blast	消除
5	Pokemon Go	LBG
6	Vegas Casino Slots	博彩
7	Roblox	沙盒
8	七龙珠Z: 爆裂大战	卡牌/消除
9	皇室战争	策略
10	绝地求生	射击/生存

游戏名称	平台版本	畅销收入
	iOS	+5.17%
	Google Play	+29.40%
	iOS	+10.43%
	Google Play	+38.44%
	iOS	+8.51%
	Google Play	+11.80%
	iOS	+8.98%
	Google Play	+21.71%
	iOS	+7.07%
	Google Play	+17.20%

数据来源：APPAnnie； 数据时间：20190101-20190226；

传统3A大厂，开始向免费网游 和 移动端进军

原生免费



即将免费



免费游戏
即将上线



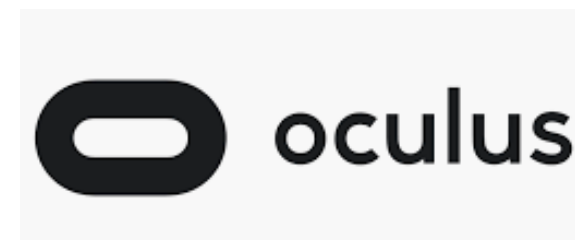
上下图分别为
2018年中，头部
收费游戏和免费服
务型游戏，所获得
收入的排名。
可以看出，免费阵
营完胜。

#	Title	Genre	Revenue
1	PUBG	Shooter	\$1,028 mil
2	FIFA 18	Sports	\$790 mil
3	GTA V	Act-Adv	\$628 mil
4	Call of Duty: Black Ops 4	Shooter	\$612 mil
5	Red Dead Redemption 2	Act-Adv	\$516 mil
6	Call of Duty: WWII	Shooter	\$506 mil
7	FIFA 19	Sports	\$482 mil
8	Monster Hunter: World	RPG	\$467 mil
9	Rainbow Six: Siege	Shooter	\$440 mil
10	Overwatch	Shooter	\$429 mil

#	Title	Genre	Revenue
1	Fortnite	Shooter	\$2.4 billion
2	Dungeon Fighter Online	RPG	\$1.5 billion
3	League of Legends	MOBA	\$1.4 billion
4	Pokemon GO	Adventure	\$1.3 billion
5	Crossfire	Shooter	\$1.3 billion
6	Honor of Kings	MOBA	\$1.3 billion
7	Fate/Grand Order	RPG	\$1.2 billion
8	Candy Crush Saga	Puzzle	\$1.1 billion
9	Monster Strike	RPG	\$1.0 billion
10	Clash Royale	Strategy	\$0.9 billion

互联网巨头先后加入游戏行业竞逐

Google与Amazon希望借5G来临节点，以云服务为切入点进入游戏产业



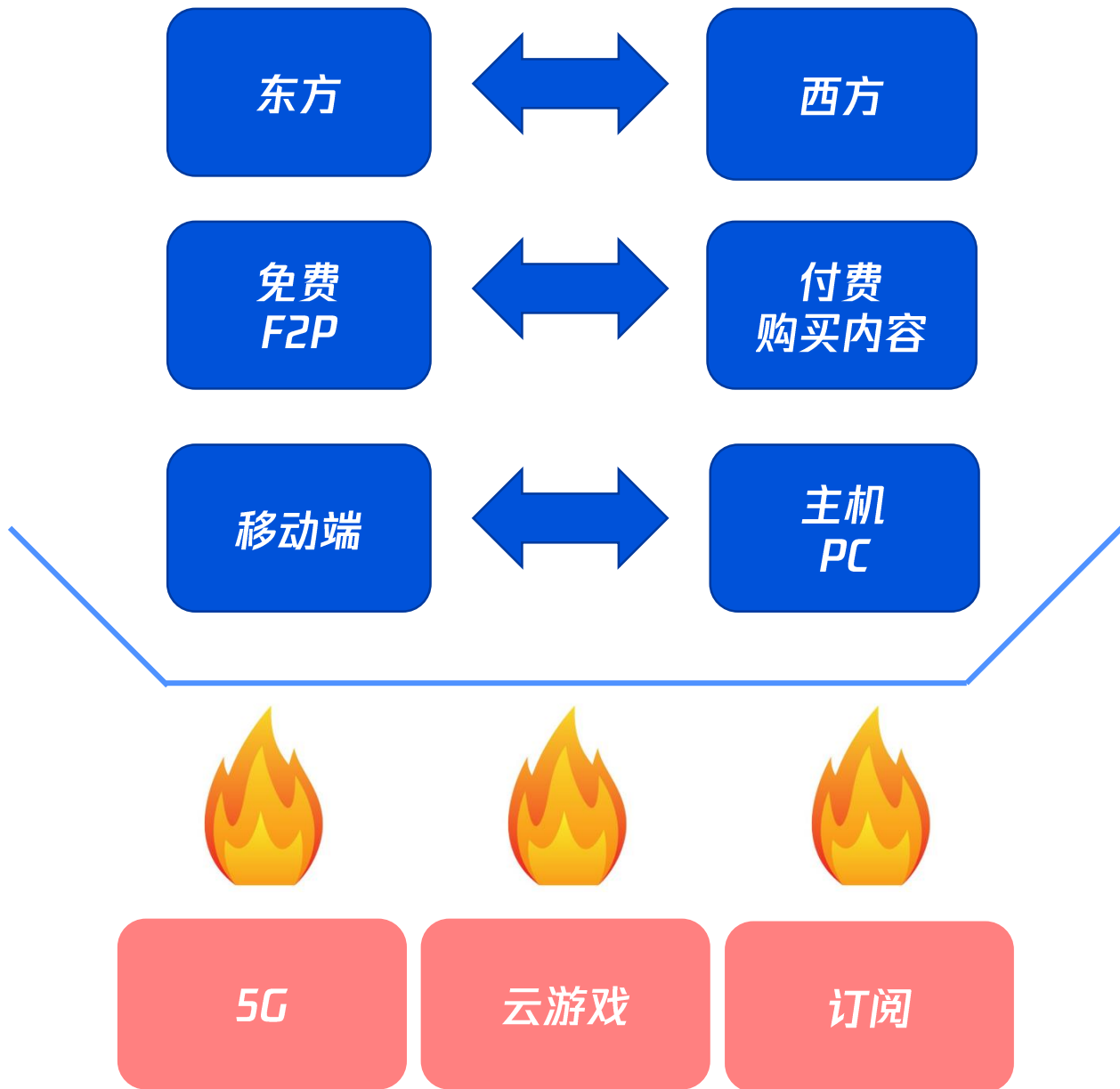
改变来临前夜

在商业化上
在产品形态上
在用户的构成与习惯上

东西方市场面临着沟通与融合

加之生产工具和生产关系的
改变蓄势待发

不管是美国市场还是国内行业
都即将迎来变化



THANK YOU