

# 中国游戏市场简析

腾讯游戏-引进评估中心

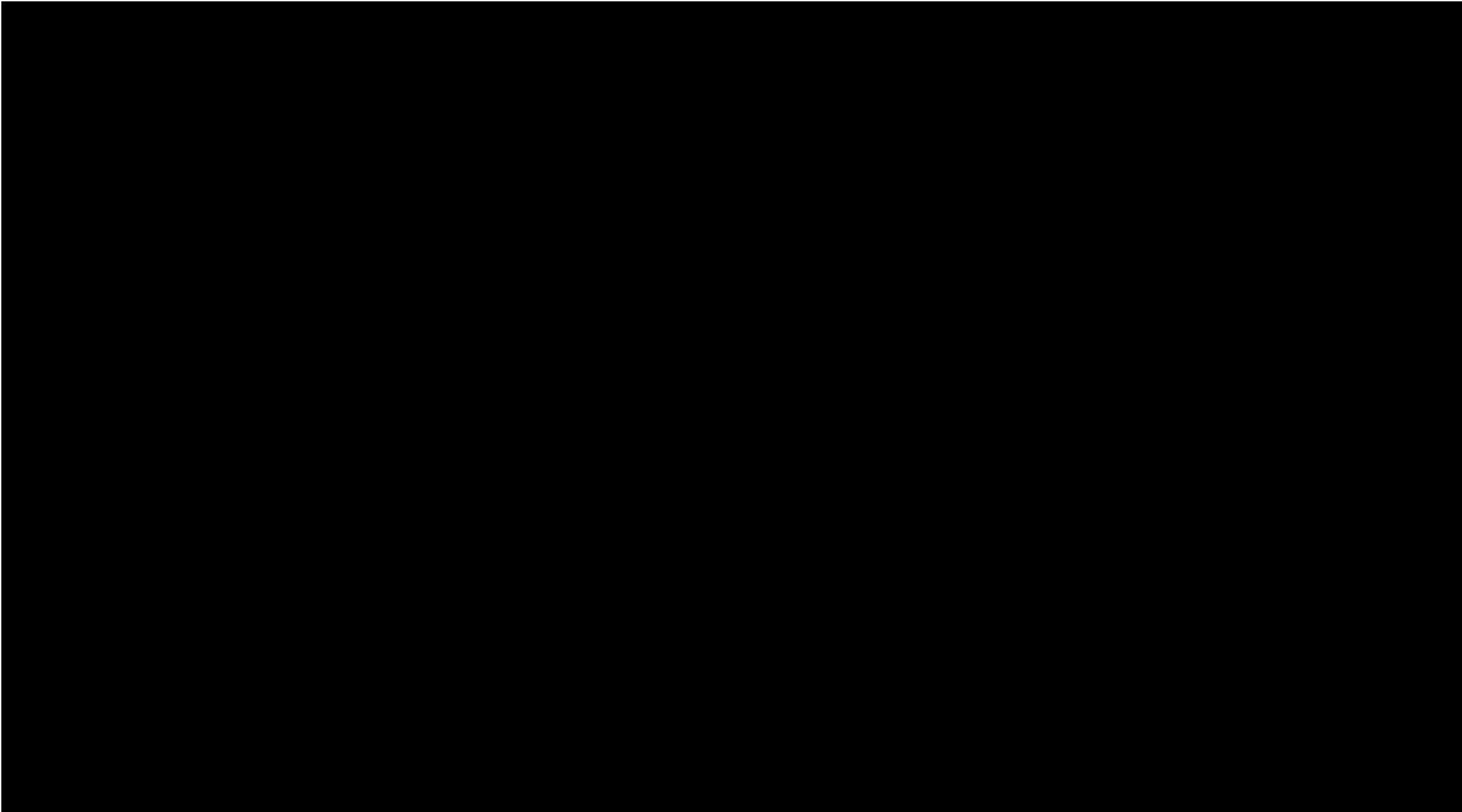
# 目录

## Contents

---

- 一、中国游戏行业发展历程
- 二、各平台现状与游戏特征
- 三、国内游戏玩家特征
- 四、在国内的游戏开发商

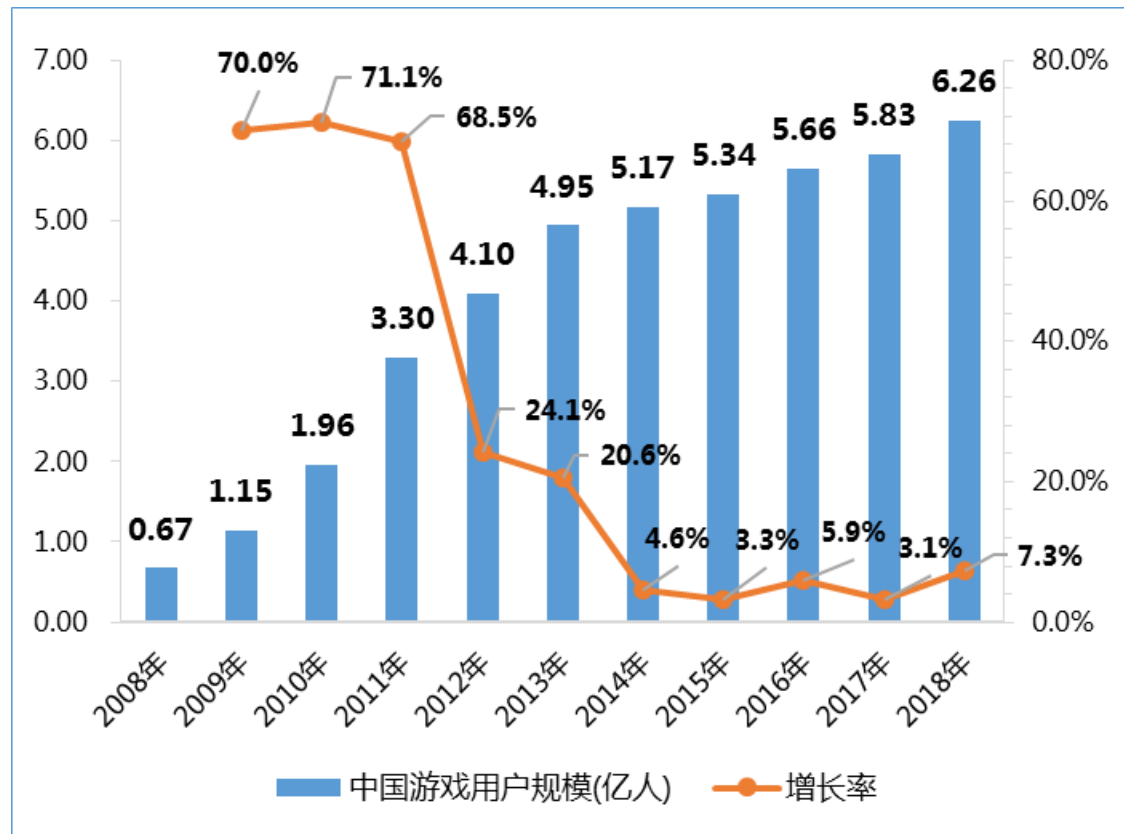
## 中国游戏行业发展历程



## 简单看看中国游戏市场的发展规模

- 6.26亿玩家规模，13.9亿中国人口已有一半人都玩过游戏
- 现在中国已经是全球游戏收入第一的国家

PS: Top1刚刚于2019年Q1被美国重新夺回



数据来源: 游戏工委、NEWZOO2018全球市场数据

# 波折不断的主机市场

过去：  
盗版与破解孕育出早期的游戏群体，虽然有那么一次正式进入市场的机会，但千禧年的游戏机禁令,让主机游戏在中国很长的一段时间持续在这个灰色地带,错过了较好的发展时机

现在：  
随着15年的禁令解除,微软/任天堂/索尼三大主机厂商相继入华，虽然18年中国游戏市场主机游戏仅占0.5%,但高品质的游戏体验依然让主机市场流入不少新鲜血液

2000年



禁令颁布游

红白机(FC)，进入中国市场,但不是谁都付得起1500元,

局,低价+盗版游戏培养大量用户了解游戏

2002年

2003年

2017至今



禁令解  
XBOX/SWI  
迷入华

# PC游戏：低调并发展着

过去：  
虽然PC市场规模不如手游,但经历中台/日韩/欧美/等不同国家游戏的,加上庞大的人口基数,中国玩家类型显得特别丰富

现在：  
2018年，STEAM中国玩家3300万, 位列第二; WEGAME已达2E用户,国内PC玩家被重新重视

1995年



95年初代《仙剑奇侠传》所在的单机时代

2000年



局域网网络游戏兴起,网吧是关键字

2002年




以石器时代为代表启动的PC网游时代

2005年



《魔兽世界》打开MMORPG的大门

2016年



16年VR硬件崛起, PC市场成主要试验田

如今



中国PC游戏用户对全球市场产生了积极变化

# PC游戏：低调并发展着

截至到2018年2月，Steam的中国玩家规模：

总用户量第2：3300万+

近2周活跃第1：占比18.87%

近2周游戏时长第1：占比21.88%



China

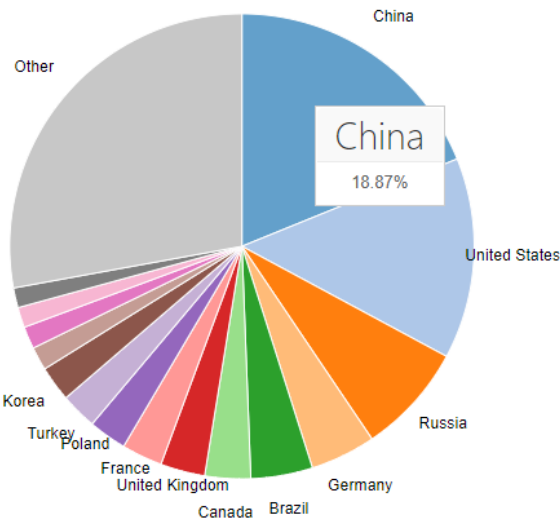
Total active users: 33,221,942 ± 331,345  
Share of total users: 11.53%  
Share of total games: 5.35%  
Owned games per user: 12.22  
Average playtime (2 weeks): 30:30  
Average playtime (total): 498:11  
Active users (2 weeks): 55%  
Active users (total): 92%



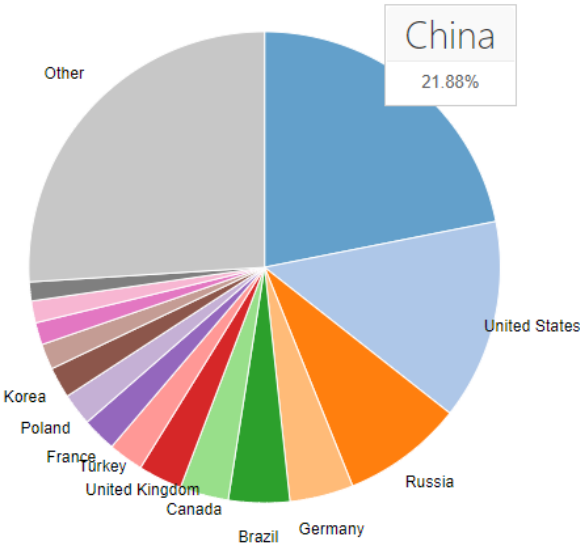
中国区全球销量第一

全球总销量：628,879  
中国总销量：178,928 / 28.45% (销量占比)

PLAYERS IN LAST 2 WEEKS



PLAY TIME IN LAST 2 WEEKS



中国区全球销量第一

全球总销量：9,752,110  
中国总销量：1,771,011 / 18.16% (销量占比)



# 看看手游是怎么起飞的

2008年

## 手机游戏：符合现代人使用场景的结果

过去：

移动游戏已经是全球用户最大的游戏领域，中国更是如此

手机游戏也不算太年轻，只是人们已经忘记了功能机与塞班JAVA年代

现在：

手机游戏市场基本可以指iOS与Android系统的智能机游戏市场

1994年



第一款手游依然是俄罗斯方块,不过在94年功能机里

2003年



后塞班手机JAVA彩色手游时代,有着不少大IP改编手游

2007年



07-10年间，iOS和安卓构建出的新移动游戏土壤

2012年



在4G的开放下以卡牌RPG激活的手机网游市场的

2015年



王者荣耀等基于社交爆发的移动竞技游戏带动了手机电竞的热潮

如今



细分、聚焦乐趣核心创新/融入方向的当下移动游戏市场

# 页游:基于技术推动且不限平台无端游戏市场

过去  
基于PC各类游戏大厅的棋牌是国内页游较早的形态，虽然有一阵辉煌，但随着手游兴起，渠道推动而缺乏品质迭代的内容让PC也有成为基于存量的过度市场

现在  
虽然PC页游市场不断衰减，但随着用户场景转移，页游开发商正往手机页游转变

2004年



在这之前主要以PC游戏大厅的形式承载

2008年



策略页游兴起，《纵横天下》、《热血三国》联运时代

2011年



11年后页游RPG兴起，各种“油腻的师姐在哪里”

2017年



17年起页游生态开始转移到手机端，基于H5的各类页游兴起

2018年



伴随移动游戏发展,PC页游下滑,这时已是15年的一半

未来?



# 未来页游=云游戏？



## 各平台现状与游戏特征

# 去年中国行业最大事情—— 版号停发

- 去年结果来看，该事件对去年中国乃至全球游戏行业影响都有着巨大影响
- 18年12月版号已逐渐恢复，市场收入恢复增长，这一事件后，整体行业对产品的版号意识变得更加强烈

800

1.3.1 游戏公司股价受版号重启提振，持续上涨。

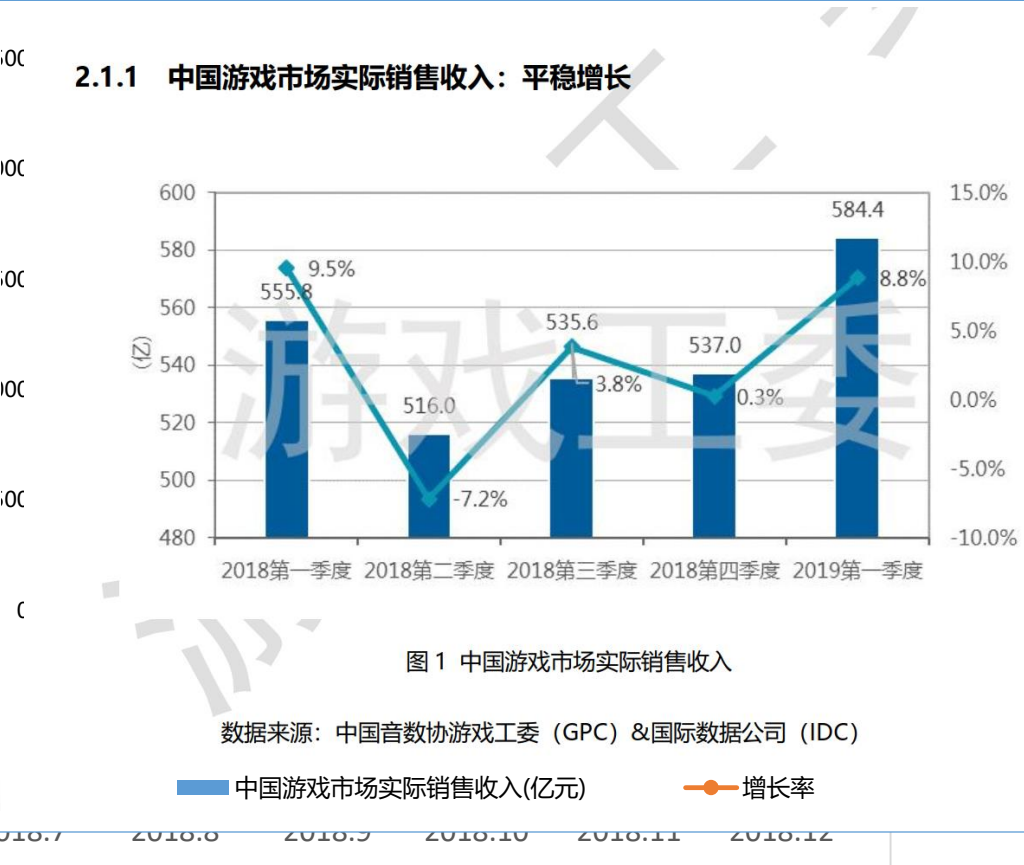
2019 年第一季度受到版号持续审批发放的消息刺激，资本市场对游戏行业的关注度和参与度持续提升。

截至 2019 年第一季度，共计发放 959 个游戏版号，其中移动游戏 910 个，客户端游戏 24 个，网页游戏 18 个，游戏机游戏 7 个。

月份	共计	移动游戏	客户端游戏	网页游戏	游戏机游戏
2018.12	164	148	7	8	1
2019.1	283	272	4	5	
2019.2	279	268	9	1	2
2019.3	233	222	4	4	4
共计	959	910	24	18	7

数据来源：广电总局官网首页>办事服务>结果公示>游戏审批结果

2018.12018.22018.32018.42018.52018.6





你是哪一类用户？

18年游戏市场规模  
6.26亿

18年游戏市场收入

¥10.5亿

高门槛



主机玩家  
0.4~5亿人

热爱游戏，游戏重度核心用户，要求最高，但对于符合要求的游戏付费意愿强烈

¥619.5亿

中等门槛



端游玩家  
1.5亿人

网络与游戏经验丰富，对游戏体验要求较高；多为忠实用户，付费习惯稳定且强

¥126.5亿



页游玩家  
2.23亿人

多为白领用户，付费习惯稳定，游戏经验丰富。

¥1339.5亿

低门槛



手游玩家  
6.05亿人

最大受众，年龄跨度大，普通玩家多，女性用户较多，强调碎片化游戏体验，用户忠诚度较低，付费习惯待培育

数据来源：游戏工委2018年中国游戏产业报告

## 国内手游主要热门类型

- 中国玩家的喜爱类型十分多样，MOBA/射击/休闲品类成Top3
- 前列标示着游戏用户休闲化、广普化、竞技化的主要趋势
- 但回到收入，基于RPG形态衍生的各类游戏依然占据收入主导

18年中国手游用户占比游戏类型Top10

排名	游戏类型	代表游戏	预估规模
1	MOBA	王者荣耀	2.6E
2	枪战射击类	吃鸡/CFM	2.2E
3	棋牌大类	斗地主	1.1E
4	消除类	消消乐	9671W
5	竞速类	QQ飞车	4300W
6	休闲益智类	球球大作战	4200W
7	新品类	第五人格	2300W
8	模拟经营类	TownShip	2100W
9	MMO	天龙八部	1822W
10	ARPG	火影忍者OL	1698W

竞技



18年中国手游收入最多游戏Top10

排名	游戏类型	代表游戏	收入预估 (IOS)
1	MOBA	王者荣耀	8.9E
2	MMORPG	梦幻西游	6E
3	竞速类	QQ飞车	3.6E
4	MMORPG	大话西游	2.1E
5	MMORPG	楚留香	2.1E
6	卡牌RPG	阴阳师	1.8E
7	SLG	乱世王者	1.7E
8	MMORPG	倩女幽魂	1.6E
9	休闲舞蹈	QQ炫舞	1.5E
10	MMORPG	我叫MT4	1.3E

角色扮演





# PC游戏：MOBA、射击、动作依然是主流

- MOBA和射击、动作类在端游游戏是主流品类
- 相对于全球PC用户,国内STEAM用户的类型更加多元

18年国内热度Top10端游

游戏名	类型
英雄联盟	MOBA
穿越火线	射击
守望先锋	射击
地下城与勇士	动作
QQ炫舞	音舞类
DOTA	MOBA
流放之路	角色扮演
QQ飞车	竞速
魔兽世界	MMORPG
炉石传说	卡牌

STEAM畅销类型全球Top10 VS 中国区Top10

游戏名	18年销量(万)	类型
PUBG	1600	射击
CSGO	1100	射击
彩虹6号	350	射击
怪物猎人世界	330	动作
GTA5	320	开放世界
黎明杀机	300	动作
荣耀战魂	280	动作
欧洲卡车模拟	260	模拟
求生之路2	230	动作
战锤:末世鼠疫2	220	动作

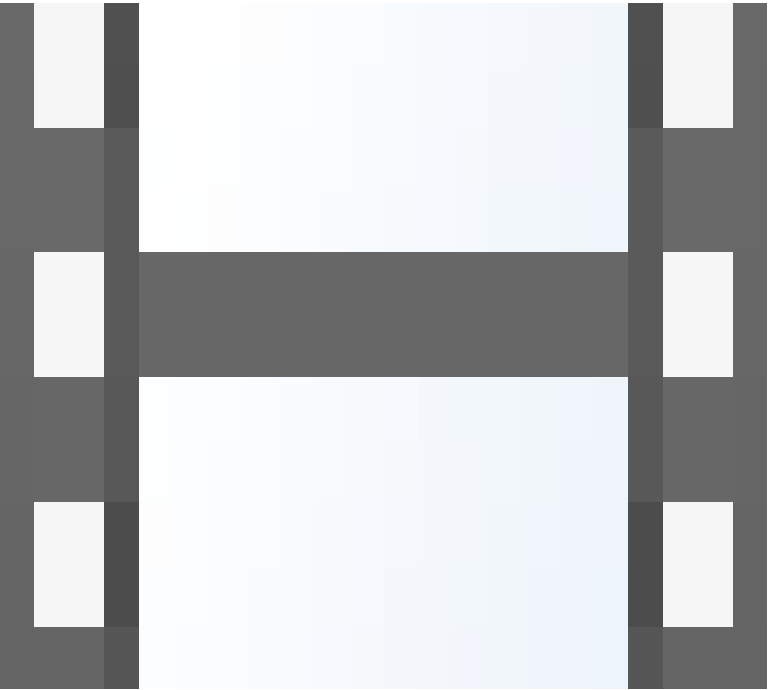
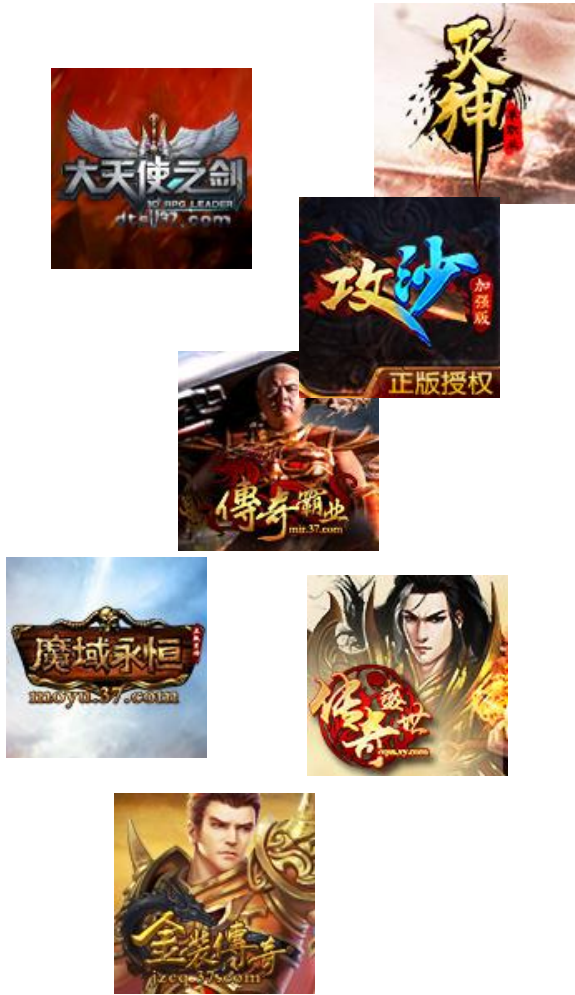
游戏名	18年销量(万)	类型
PUBG	630	射击
怪物猎人世界	110	动作
太吾绘卷	110	角色扮演
彩虹6号	90	动作
CSGO	60	射击
中国式家长	70	模拟
GTA5	60	开放世界
战锤:末世鼠疫2	55	动作
失落城堡	50	动作
NBA2K8	38	体育

数据来源：游戏工委、腾讯《2018年游戏行业外部市场观察》

# 页游：开服数量TOP10:10个游戏,6个传奇

- 虽然说还有其他休闲PC页游,但从曝光情况,基本清一色传奇类角色扮演
- 背后离不开成长玩法乐趣诉求,“情怀”和既有习惯

游戏名	开服数(组)	游戏类型
蓝月传奇	14038	角色扮演
传奇世界	10661	
太极崛起	10590	
传奇霸业	10513	
灭神	8601	
金装传奇	7014	
大天使之剑	5950	
传奇盛世	5452	
魔域永恒	5195	
攻沙	5167	

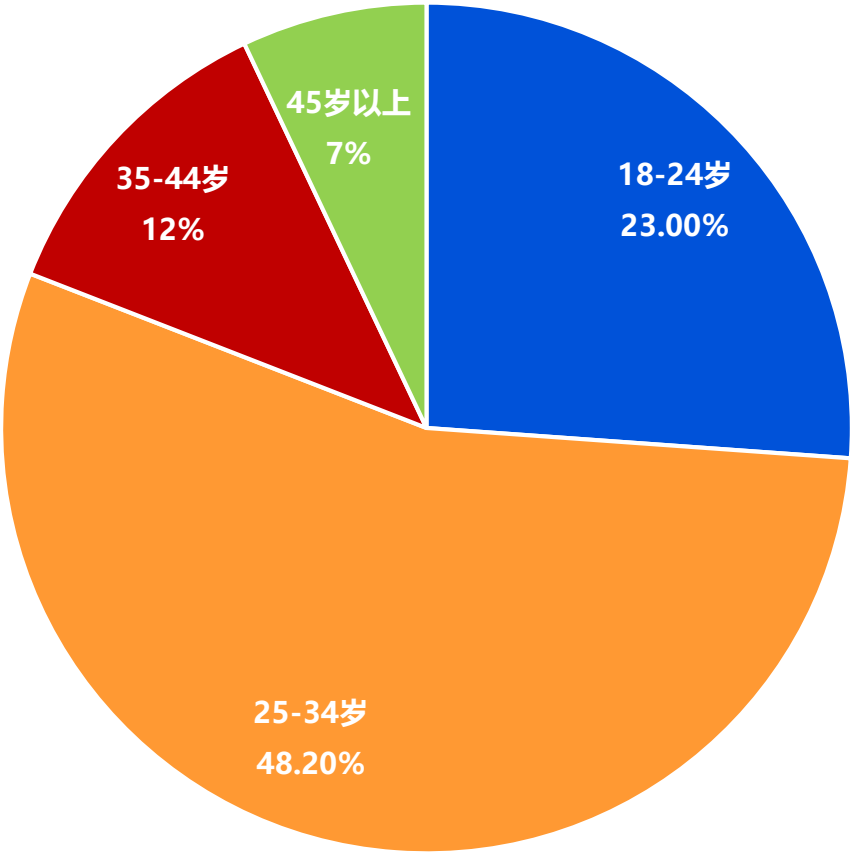
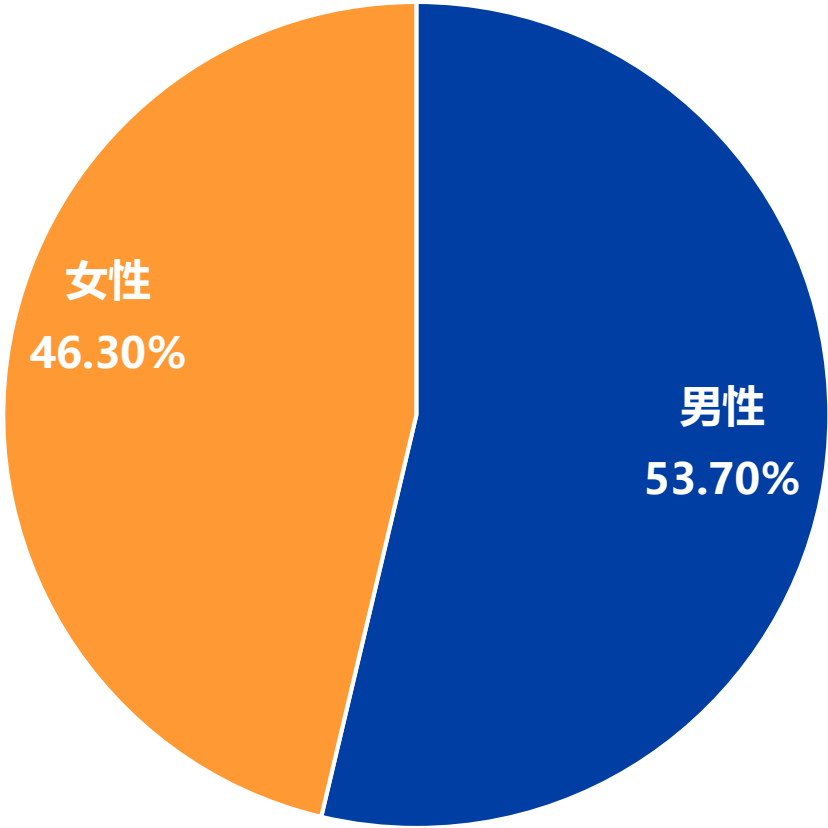


数据来源：9K9K开服数据

## 国内玩家属性构成

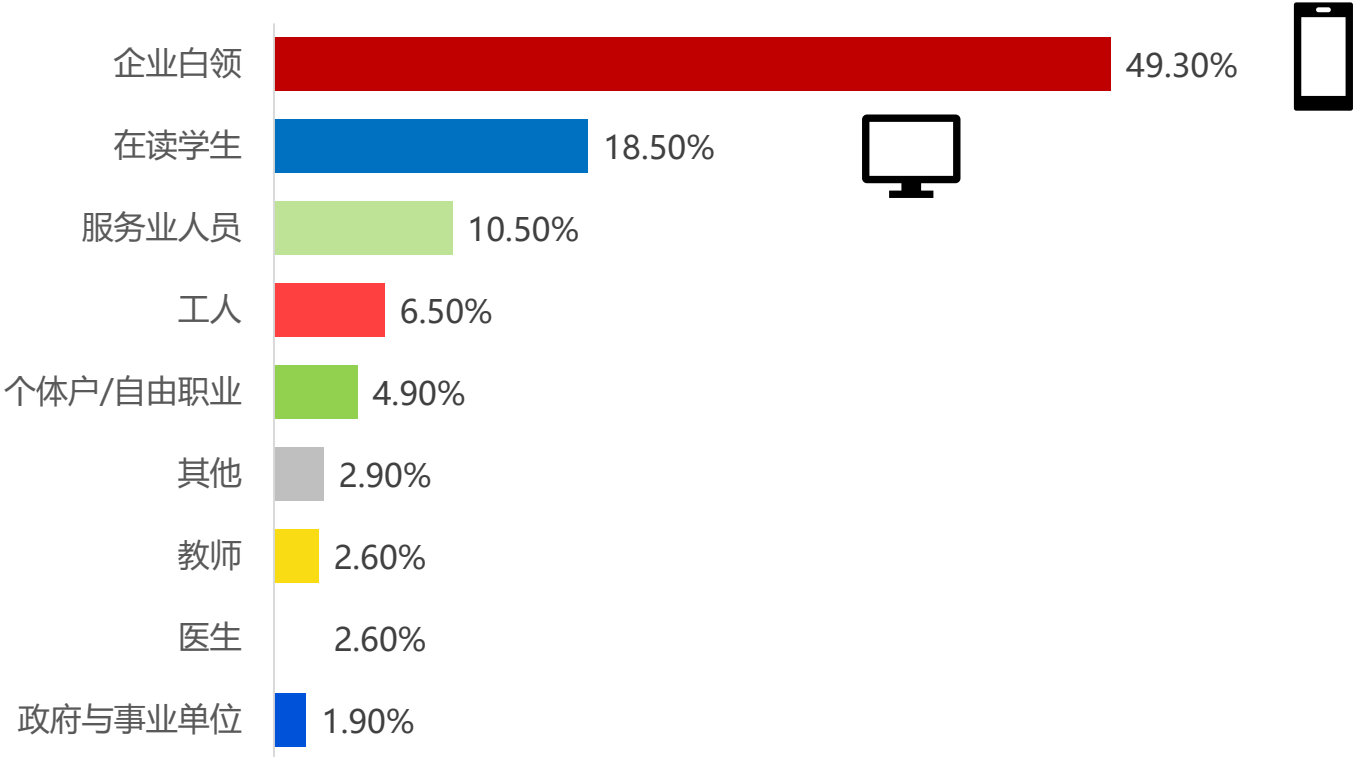
# 国内玩游戏都是些什么人

- 男性较多，但女性并不少。
- 25-34岁为主。35岁以下占据7成。



# 说完分类，我们来说说氪金

- 付费用户以企业白领为主；其中手游用户白领居多，PC玩家学生居多
- PC玩家更舍得消费，也更愿意花费时间在游戏上。

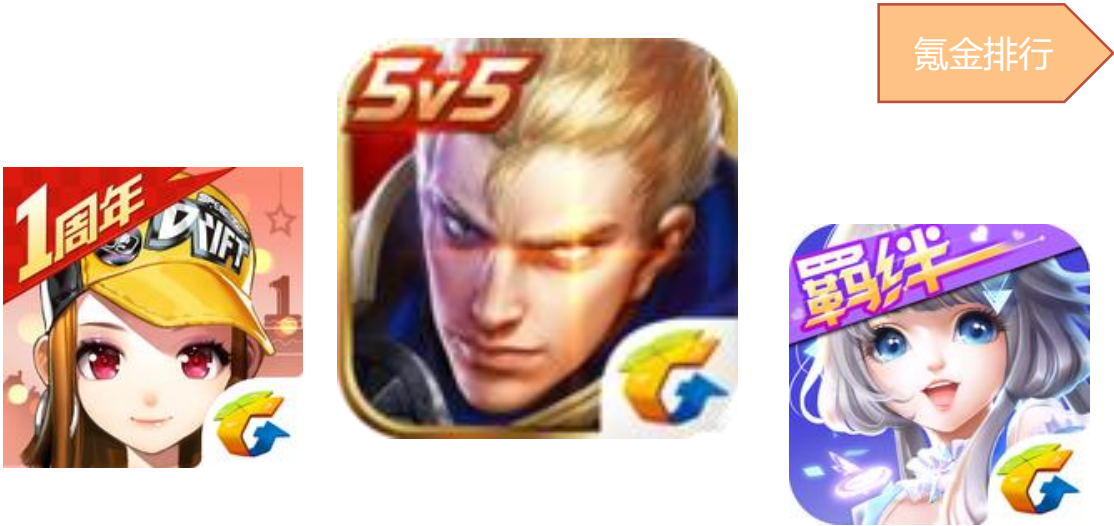


数据来源： Niko Partners

	 人均付费	 每周游戏时间
 PC玩家	约333元	核心玩家：42h
 手游玩家	约187元	核心玩家：25h 休闲玩家：12h

# 新兴游戏用户之一:女性用户

- 其实论头部产品,女性玩家和男性玩家玩的都一样能氪
- 细分往下, 换装、宫斗、消除、二次元类是女性用户喜爱类型



用户规模: 2.9亿

游戏市场收入占比: 23%

数据来源: 中国音数协游戏工委 (GPC) & CNG中新游戏研究 (伽马数据)

排名	游戏名称	研发商
1	王者荣耀	腾讯游戏
2	QQ 飞车	腾讯游戏
3	QQ 炫舞	永航科技
4	阴阳师	网易游戏
5	开心消消乐	乐元素
6	恋与制作人	叠纸网络
7	熹妃 Q 传	玩友时代
8	天天爱消除	腾讯游戏
9	梦幻花园	Playrix
10	宫廷计手游	玩友时代

# 新兴游戏用户之一:二次元

- 3.7亿已经超过中国游戏用户一半
- 阴阳师、FGO、崩坏是2018年国内二次元“三座大山”

氪金排行



排名	游戏名称	研发商	游戏类型
1	阴阳师	网易游戏	回合制角色扮演类/卡牌类
2	命运-冠位指定	DELiGHTWorks	卡牌类
3	崩坏 3（移动）	米哈游	动作角色扮演类
4	梦幻模拟战	Masaya 工作室	策略角色扮演类
5	圣斗士星矢-官方正版（腾讯）	腾讯游戏	卡牌类
6	火影忍者	腾讯游戏	动作角色扮演类
7	魔力宝贝手机游戏	史克威尔·艾尼克斯	回合制角色扮演类
8	风之大陆	简悦科技	动作角色扮演类
9	神都夜行录	网易游戏	卡牌类
10	航海王：燃烧意志	万代南梦宫	回合制角色扮演类

数据来源：中国音数协游戏工委（GPC） & CNG中新游戏研究（伽马数据）



## 国内厂商特征与分布



# 一个游戏是怎么从研发到接触到用户

- 一个游戏在开发过程中核心在于产品研发，
- 而面向用户过程中，发行商则起到重要的作用



# 游戏研发商

专注于游戏内容研发的游戏开发公司或个人团体



## 游戏发行商

基于游戏发行为重心的游戏发行公司



# 研运一体游戏厂商

结合游戏研发/运营一体的游戏公司，具备游戏研发到上线的整体制作和推广运营能力





## 综合性游戏厂商

结合研发/运营/平台/跨界等综合业务布局，达到资源能力互助，对外部资源依赖相对较少



# 外包/整包游戏厂商

以接受其他开发商需求进行整体或部分开发的游戏厂商

厂商	外包协助游戏
	
	

# 海外厂商国内分公司

承担总部赋予各种功能的中国分公司

- 中国游戏行业是丰富、复杂的市场
- 但庞大的用户基数与持续需求，依然展露着中国市场的前景
- 不断进取的行业从业者，也将中国游戏往全球遍地开花

## 扩展阅读：关于独立游戏与电竞



独立游戏开  
发者纪录片  
《独行》



游戏衍生的电竞时代  
《电子竞技在中国》



THANK YOU.