

# IRESEARCH CONSULTING GROUP



## 中国网页游戏行业研究报告简版

---

2013-2014年

4	中国网络游戏行业发展现状
8	中国网页游戏行业发展现状
18	中国网页游戏行业产业链分析
24	中国网页游戏企业案例分析
50	中国网页游戏行业现存问题与发展趋势
	研究方法
	法律声明

## 4 中国网络游戏发展现状

### 中国网络游戏的产业规模

市场规模增速加快，2014年市场规模将会突破1000亿

### 中国网络游戏的产业细分

网页端游戏及移动端游戏的营收大幅提升，占比分别达17.8 %和16.7%

### 中国网络游戏上市企业收入规模Top10

上市企业开始尝试多元化的商业模式和经营手段

## 2013年中国网络游戏市场规模增速加快，预计到2014年市场规模将会突破1000亿

中国网络游戏市场规模增速加快，主要得益于三个方面：1、从构成来看，组成网络游戏市场的客户端游戏、网页游戏、移动游戏三者都保持了较快的增长；2、从海内外市场来看，中国网络游戏企业积极开拓海外市场，同时积极维护国内新兴用户市场；3、从企业经营来看，创新型的商业模式与运营模式也带动了行业带来更多渠道。

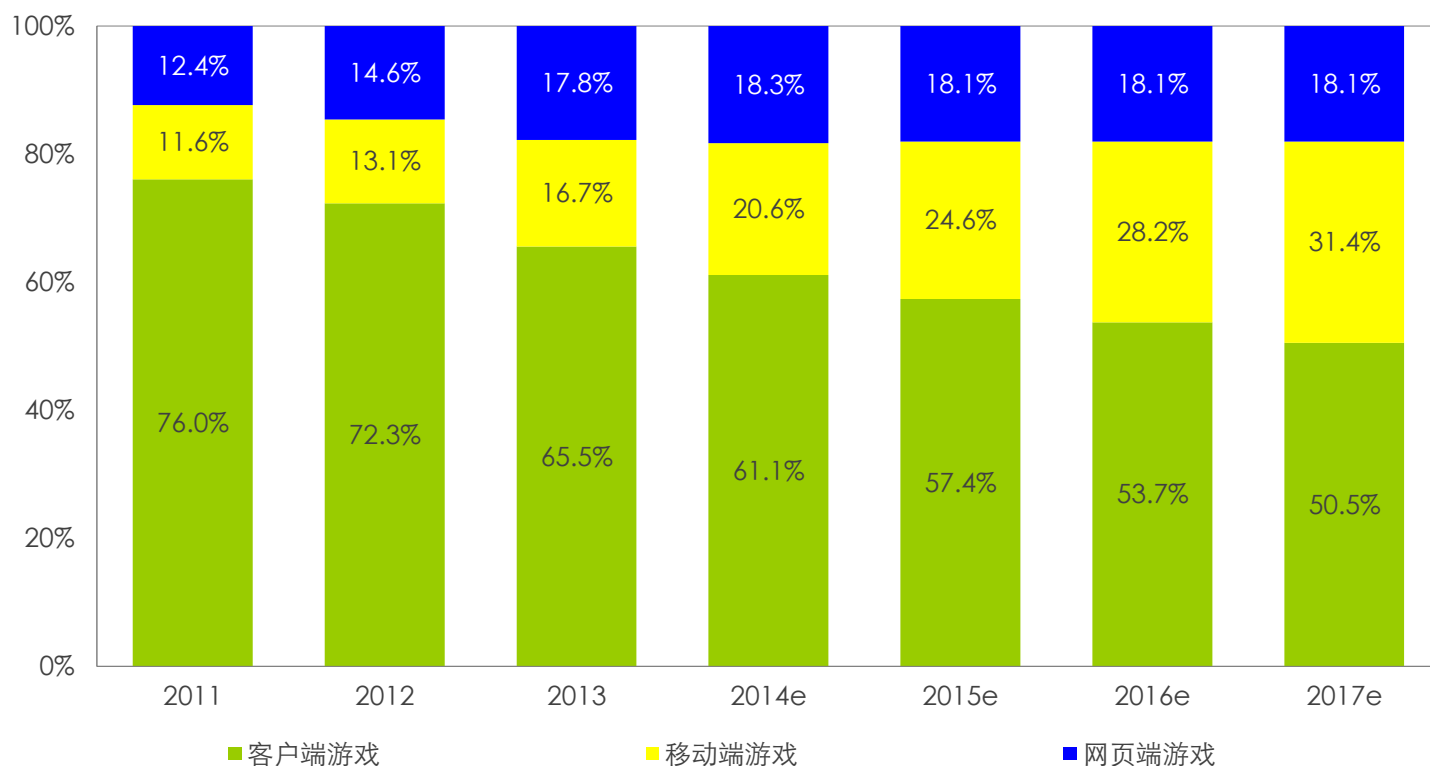


注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2014年网络游戏相关报告中做出调整。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

## 2013年网页端游戏及移动端游戏的营收占比均有较大幅度提升，分别为17.8%和16.7%

未来的中国网络游戏市场将会逐步形成三驾马车的发展趋势，由客户端游戏牵头，网页游戏和移动游戏跟随其后。三个细分领域的用户群体各有差异、各有针对，客户端游戏以重度游戏人群为主，网页游戏也以重度游戏为主，但题材上已经呈现出明显的差异化，而移动游戏则以类型多样化特点，在人群的普及性上与PC端游戏相抗衡。

2011-2017年中国网络游戏行业市场规模结构

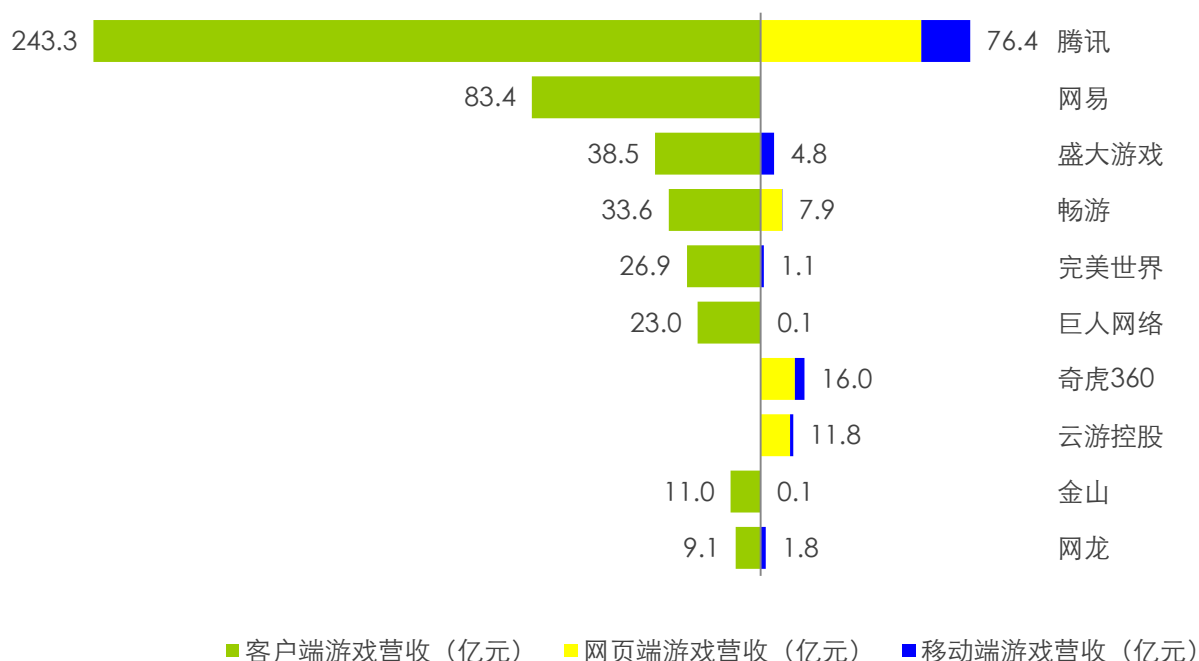


注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2014年网络游戏相关报告中做出调整。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

## 2013年中国网络游戏上市企业都开始尝试多元化的商业模式和经营手段

2013年奇虎360的网页端游戏营收平稳增长，并凭借其移动端游戏分发业务的高速发展，在Top10的排名中较2012年提升了2位，位于第7位。2013年下半年，百度收购了网龙旗下业务91，2014年1月初，阿里巴巴宣布进入智能移动游戏分发市场。综合来看，未来的网络游戏市场已不仅仅是传统网络游戏公司角逐的战场，随着众多非传统游戏企业的加入，市场争夺将会越发激烈，预计2014年游戏企业Top10格局仍将会发生一定幅度的变化。

2013年中国网络游戏上市企业游戏收入规模Top10



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2014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。

## 8 中国网页游戏行业发展现状

### 中国网页游戏行业市场现状

市场规模达到172.5亿元，同比增长75.8%

全年开服数达54.1万组，同比增长364.9%

广告投放规模达12.5亿元，同比增长212.5%

### 中国网页游戏行业资本市场

云游控股成功于港交所上市

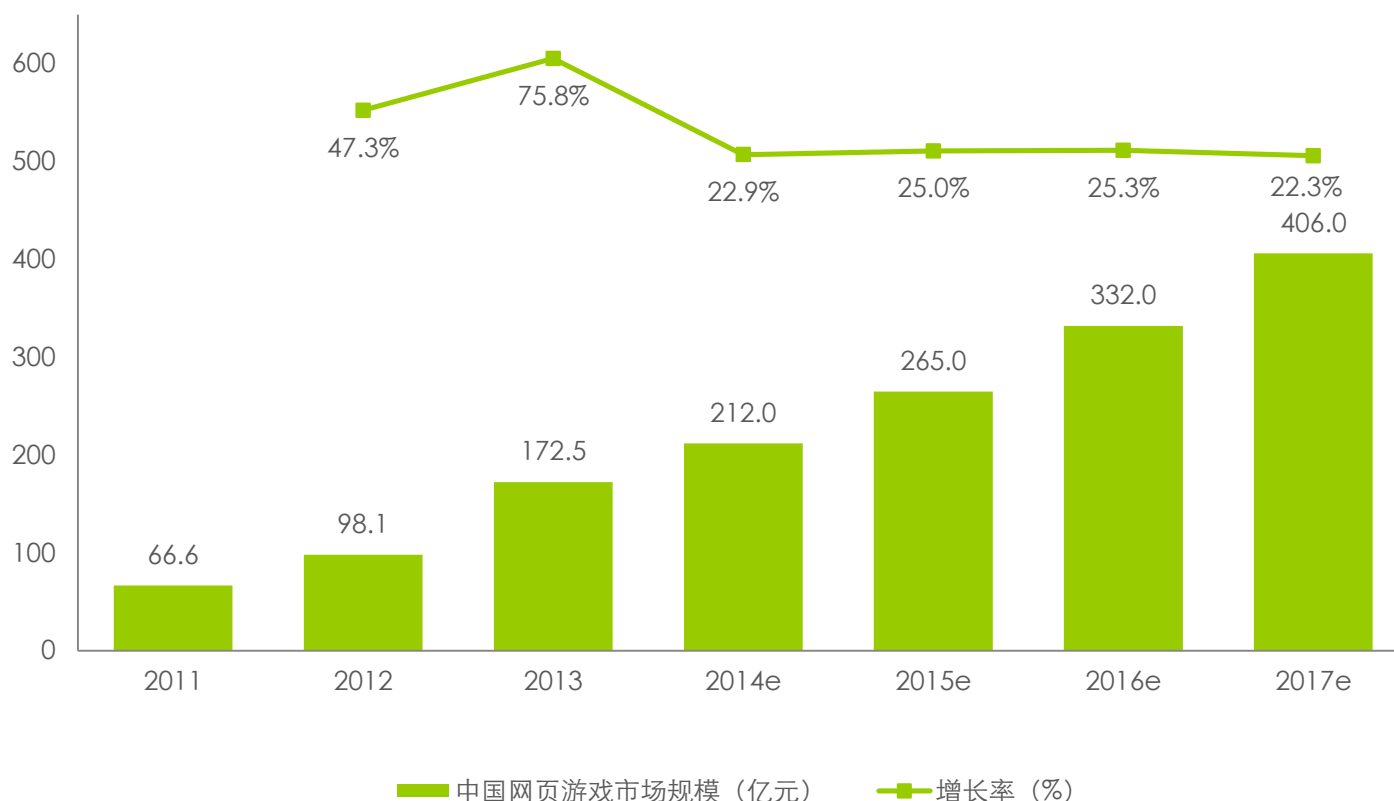
游族网络借壳梅花伞于A股上市

37游戏、广州要玩被A股企业重金收购

## 2013年中国网页游戏市场规模达到172.5亿元，同比增长率为75.8%

2013年的网页游戏市场规模依然保持了一个较高的增长速度，是整个网络游戏市场增长率的2.3倍。越来越多的平台参与到网页游戏市场中来，产品更加丰富，用户的选择更加多，整体行业的竞争性加强，同时强势平台和游戏的优势难以撼动。但从2013年开始，网页游戏市场的新增用户规模增长开始放缓，企业间竞争渐呈现出零和效应，因此越来越多的厂商开始着手开拓海外市场和移动游戏市场。

2011-2017年中国网页游戏市场规模



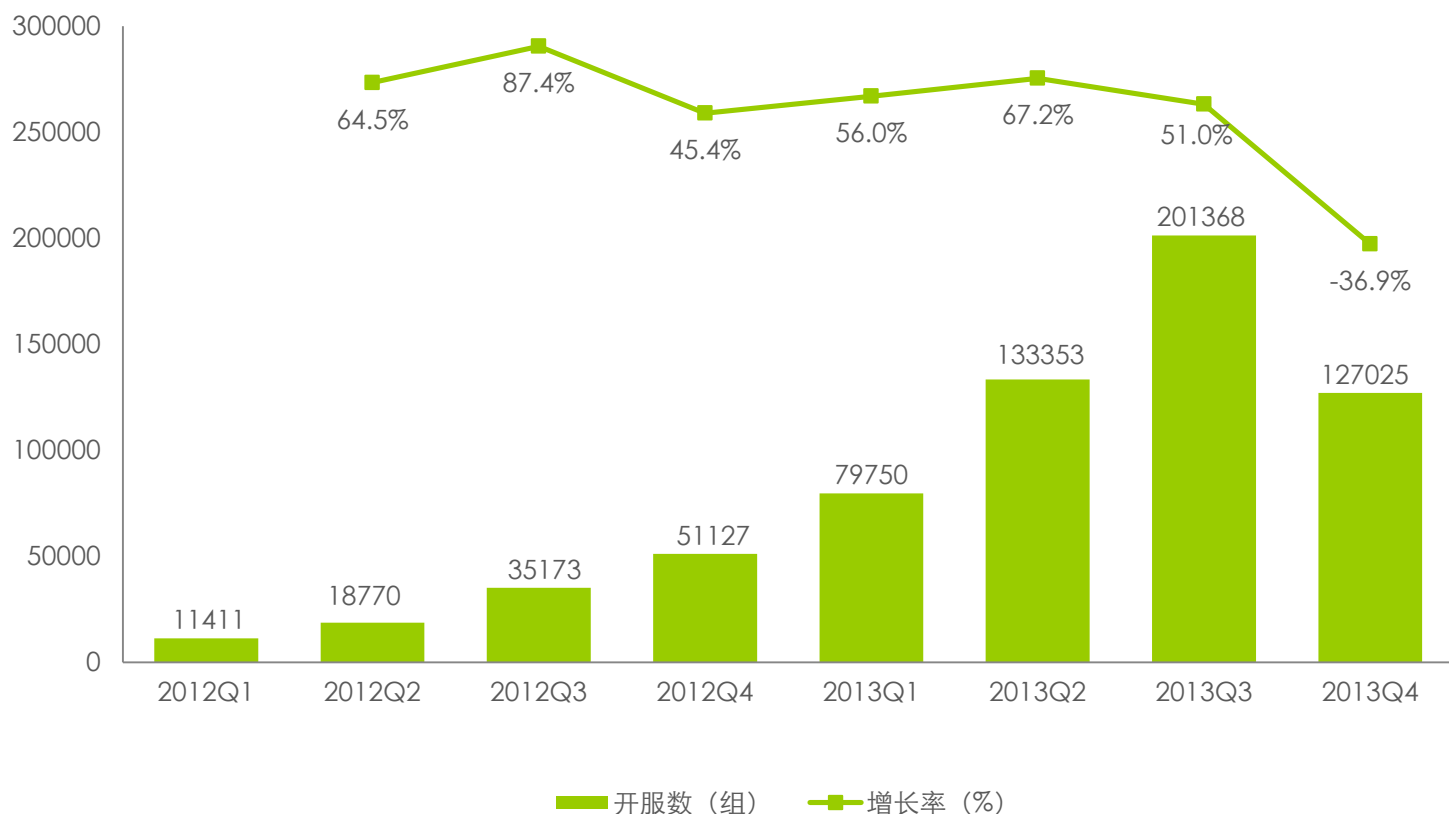
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2014年网络游戏相关报告中做出调整。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。



## 2013年网页游戏整体开服数量较2012年有显著性增长，2013年全年开服数达54.1万组

2013年中国网页游戏市场规模增长率为75.8%，同时期的开服数量增长率为364.9%，开服数大规模增长的主要因素有两个：1、虚拟服务器技术的成熟，使得原来只能架设几组网页游戏服务器的硬件设备现在可以动态的架设十几组乃至上百组的游戏服务器，极大的降低了开服成本；2、凭借自有网站的流量基础，网页游戏市场上出现了一大批的自有流量页游联运平台商，形成了一个网页游戏联运的长尾市场。

2012-2013年中国网页游戏开服情况

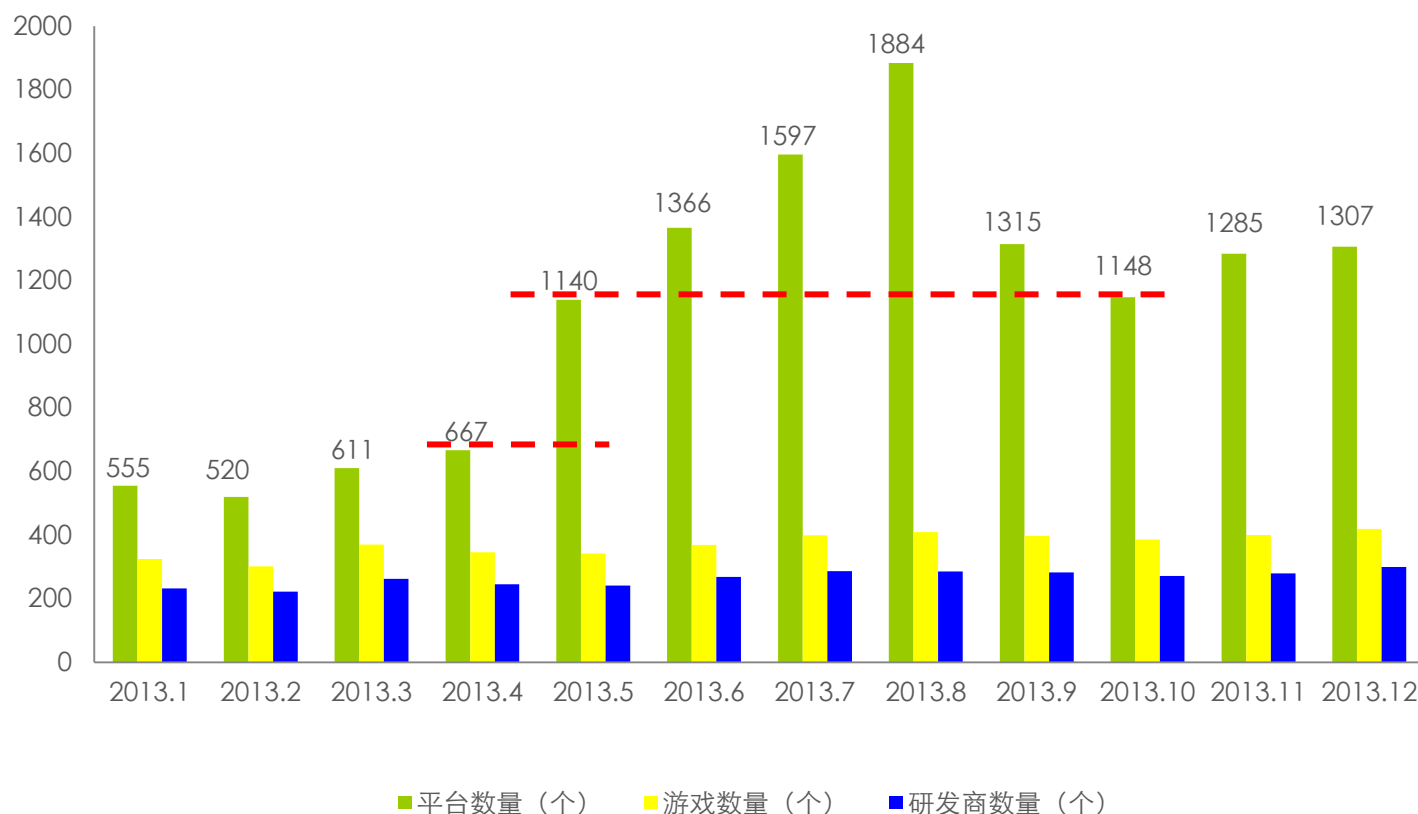


注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2012Q1-2013Q4中有过开服记录的网页游戏；2.该开服数未统计腾讯开放平台上的网页游戏开服数据。  
来源：艾瑞联合07073数据提供，通过桌面收集整理获得，仅供参考。

## 2013年三季度网页游戏平台商数量发生了较大幅度的波动

2013年5月开始，网页游戏平台商数量开始明显增多，月增幅达到70.9%。在2013年8月达到最高值的1884家网页游戏平台商，2013年9月平台商数量开始回落，月降幅为30.2%，数量基本与2013年5月持平，在2013年11月数量又有小幅度提升。艾瑞分析认为，造成上述现象的可能原因是众多的自有流量网站开始尝试面向学生用户的网页游戏推广活动，抢占学生用户在暑假期间（7月至9月）的空余时间，这些推广活动随着学生用户的开学而结束。

2013年游戏数量&研发商数量及平台数量情况

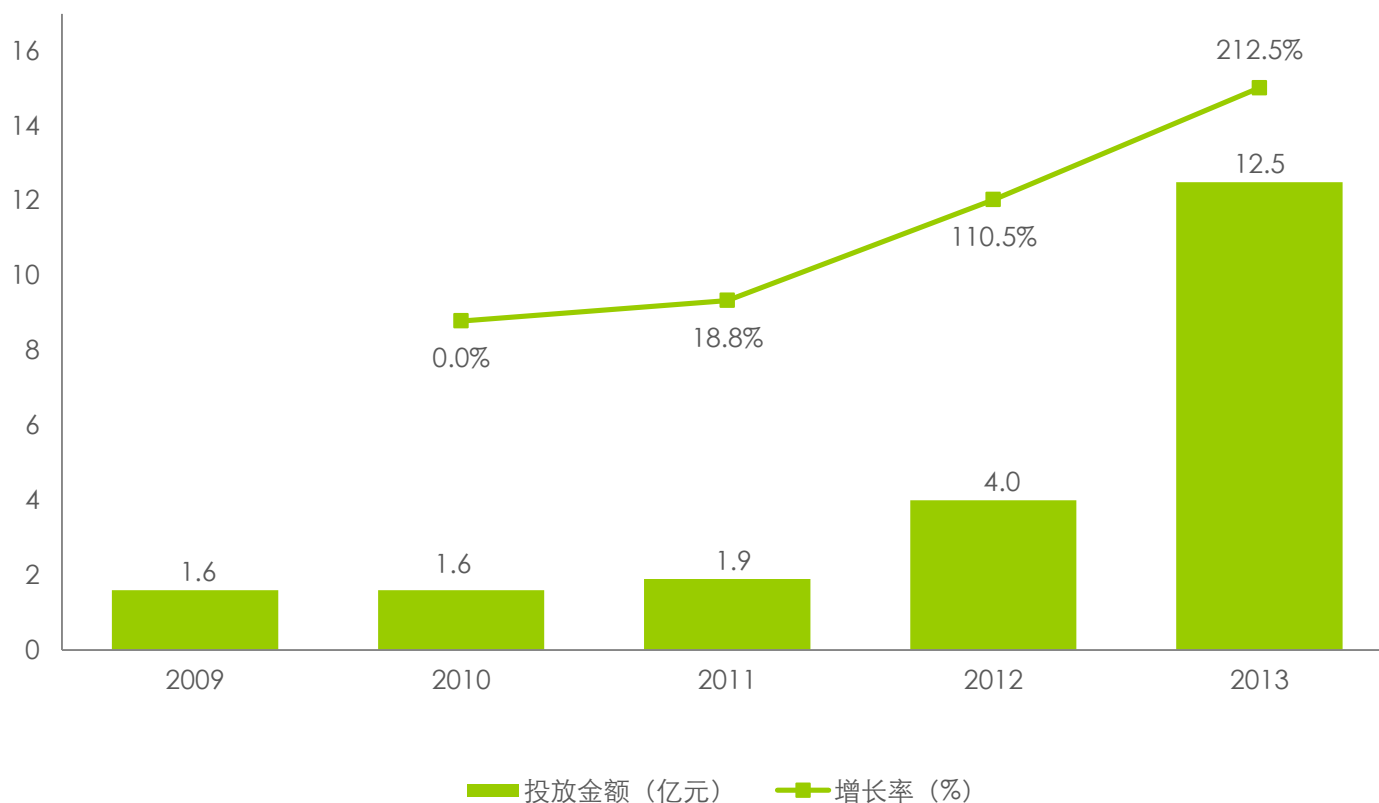


注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2012Q1-2013Q4中有过开服记录的网页游戏；2.该开服数未统计腾讯开放平台上的网页游戏开服数据。  
来源：艾瑞联合07073数据提供，通过桌面收集整理获得，仅供参考。

## 2013年中国网页游戏广告投放规模达12.5亿元，同比增长率为212.5%

2013年中国网页游戏的广告投放年增长率为212.5%，规模达12.5亿元，这也说明广告的投放已经成为了网页游戏成本支出中很重要的一个组成部分，网页游戏广告投放规模的大幅度增长与2013年中国网页游戏市场开服数量的激增也有着很密切的关系。艾瑞分析在开服数与广告投放竞争越发激烈的环境下，做好网页游戏的广告投放优化工作将会是2014年页游运营商成本控制中极为重要的一个环节。

iAdTracker-2009-2013年中国网页游戏广告投放金额

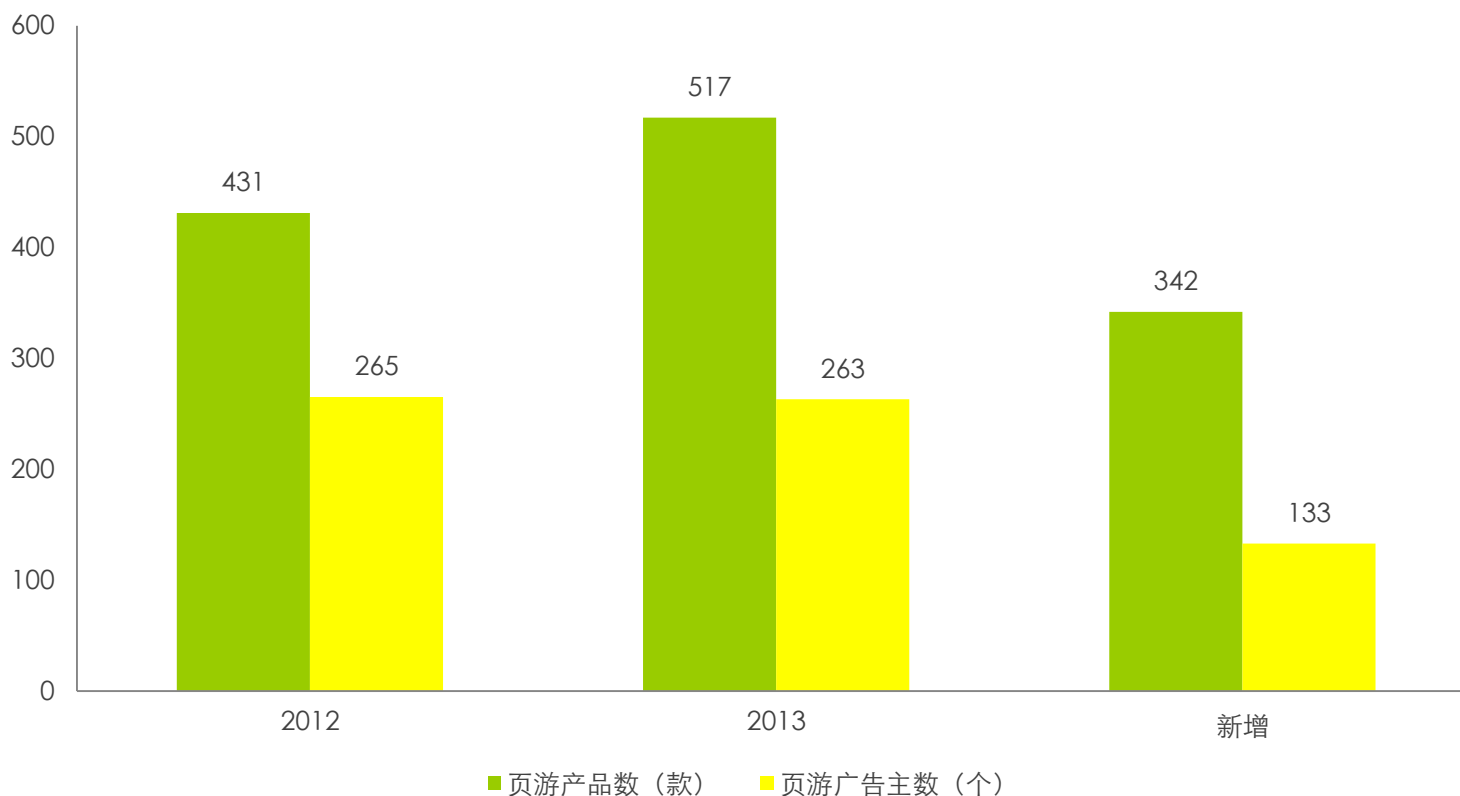


来源：iAdTracker. 2014.3，基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

## 2013年中国网页游戏广告页游产品及广告主的年留存率为40.6%及49.1%

2012年中国网页游戏广告产品数为431款，2013年的广告产品数新增342款，旧有广告产品数175款，共计广告产品数517款，年留存率为40.6%；2012年中国网页游戏广告主为265个，2013年的网页游戏广告主新增133个，旧有广告主130个，共计广告主263个，年留存率为49.1%。

2012-2013年网页游戏广告主及产品数变化情况

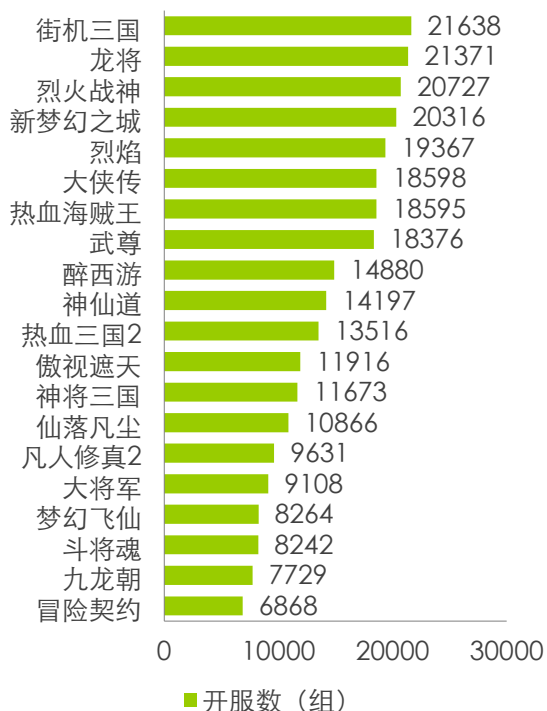


来源：iAdTracker. 2014.3，基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

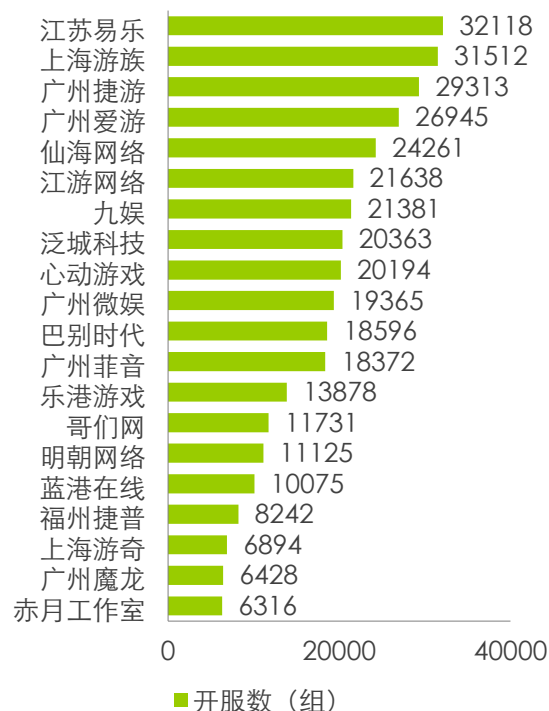
## 2013年网页游戏市场游戏产品及研发商头部集中度较高，运营平台头部集中度稍弱

从平台开服数上来看，Top20平台的开服数为8.7万，占2013年总开服数的16.1%；从产品开服数来看，Top20产品的开服数为28.6万，占总开服数的52.7%；从研发商开服数来看，Top20研发商开服数为35.9万，占总开服数的66.2%。2013年页游市场游戏产品和研发商之间竞争较为激烈，头部集中度较高，页游运营平台第一梯队已经形成，第二梯队平台之间竞争激烈，页游运营平台集中度不高，存在体量较大的长尾市场。

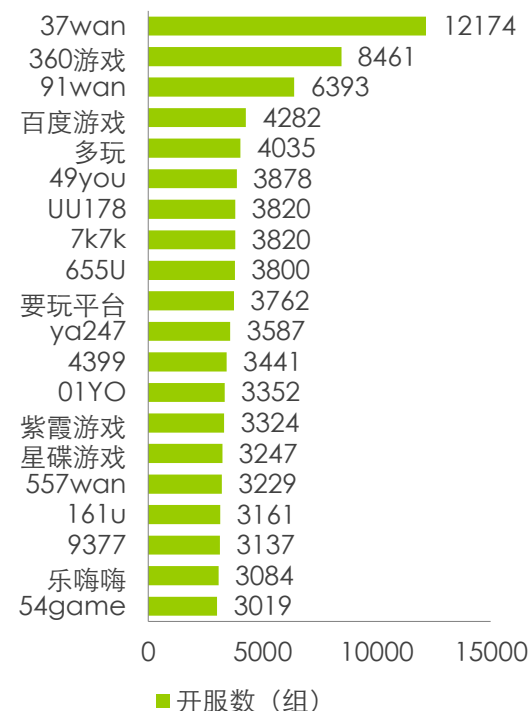
2013年中国网页游戏开服数量  
Top20



2013年中国网页游戏研发商开服数  
量Top20



2013年中国网页游戏平台开服数量  
Top20

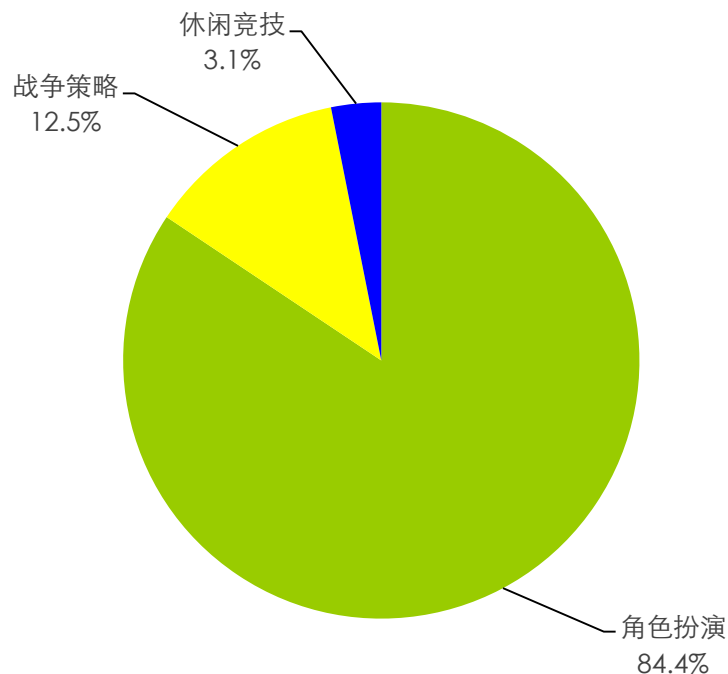


注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2012Q1-2013Q4中有过开服记录的网页游戏；2.该开服数未统计腾讯开放平台上的网页游戏开服数据。  
来源：艾瑞联合07073数据提供，通过桌面收集整理获得，仅供参考。

## 角色扮演类型的网页游戏仍占市场的主导地位

2013年中国热门网页游戏中角色扮演类网页游戏任占比达84.4%，仍占市场主导地位，战争策略类游戏占比为12.5%。艾瑞分析认为，基于网页游戏的技术及用户特点，角色扮演类网页游戏具有先天的优势：1、角色扮演类客户端网络游戏为培育了大批的用户群体，这类用户转移到网页游戏中时仍倾向于角色扮演类游戏；2、中国互联网的带宽有限，强竞技性的网页游戏发展较慢。但是随着网页游戏市场的发展，用户游戏习惯不断得到提升，百花齐放的精品时代才刚刚开始。目前音乐跳舞类的网页游戏及MOBA类的网页游戏已经出现，快速萌芽、茁壮成长，诸如FPS及竞速类的网页游戏将会逐步出现。

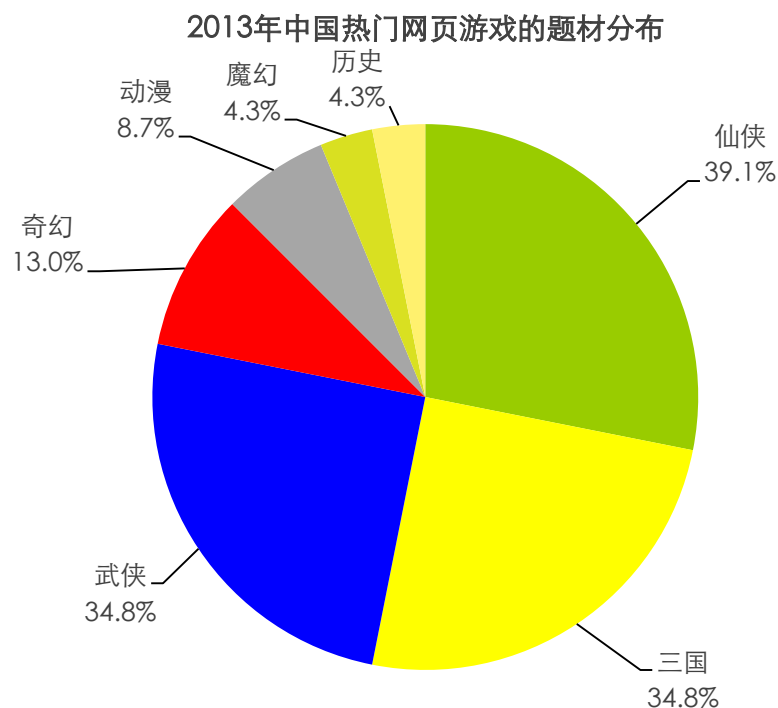
2013年中国热门网页游戏的产品类型分布



注释：1.中国热门网页游戏产品的选择标准是：年度流水Top20或年度开服数Top20的游戏产品；2.游戏的产品类型根据艾瑞分类模型进行分类。

### 三国、武侠及仙侠类题材的网页游戏三分天下

2013年年的中国网页游戏中，剑侠题材网页游戏占比39.1%，三国题材网页游戏占比34.8%，武侠题材网页游戏占比34.8%。三国题材不仅仅在中国网页游戏领域有着很强的用户认知，该题材在中国乃至东南亚市场的网络游戏中，从端游到页游再到手游都有着很强的用户认知，武侠和仙侠题材借由各类热门小说的推广也同样有着很强的用户认知。艾瑞分析认为，目前国内游戏题材IP市场发展不如游戏市场发展的快，且随着中国网页游戏逐步迈向国际化的道路，一个特定题材的网页游戏与全球化发展是有所冲突的，目前并无什么题材能覆盖全球用户，因此未来网页游戏的题材分布将会变的分散，一款游戏针对特定市场采取多款题材的模式将会越来越常见。



注释：1.中国热门网页游戏产品的选择标准是：年度流水Top20或年度开服数Top20的游戏产品；2.游戏的题材类型根据艾瑞分类模型进行分类。

## 2013年中国网页游戏市场并购持续发生，市场开始整合，网页游戏进入资本化运营时代

2013年中国A股上市公司网页游戏行业并购信息汇总

买方	所属行业	卖方	核心领域	收购日期	收购金额（亿元）	收购股份比例
掌趣科技	游戏	动网先锋	页游、手游	2013-2	8.1	100%
大唐电信	电信	广州要玩	页游	2013-6	16.99	100%
中青宝	游戏	苏摩	页游、手游	2013-8	0.875	51%
中青宝	游戏	美峰数码	手游	2013-8	3.57	51%
博瑞传播	传媒	漫游谷	页游	2013-8	10.36	70%
凤凰传媒	传媒	上海都玩	页游	2013-9	2.77	55%
顺荣股份	汽配	37游戏	页游	2013-10	19.2	60%
星辉车模	玩具制造	天拓科技	页游、手游	2013-10	8.12	100%
掌趣科技	游戏	玩蟹科技	手游	2013-10	17.39	100%
掌趣科技	游戏	上游信息	页游	2013-10	8.14	70%
梅花伞	制伞	游族网络	页游	2013-10	38.67	100%

来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。



## 18 中国网页游戏行业产业链分析

### 中国网页游戏从业门槛

资本市场的认可及激烈的竞争使得中国网页游戏的准入门槛已经开始升高

### 中国网页游戏竞争格局

中国网页游戏行业竞争格局逐渐一体化，研发、发行融合成趋势

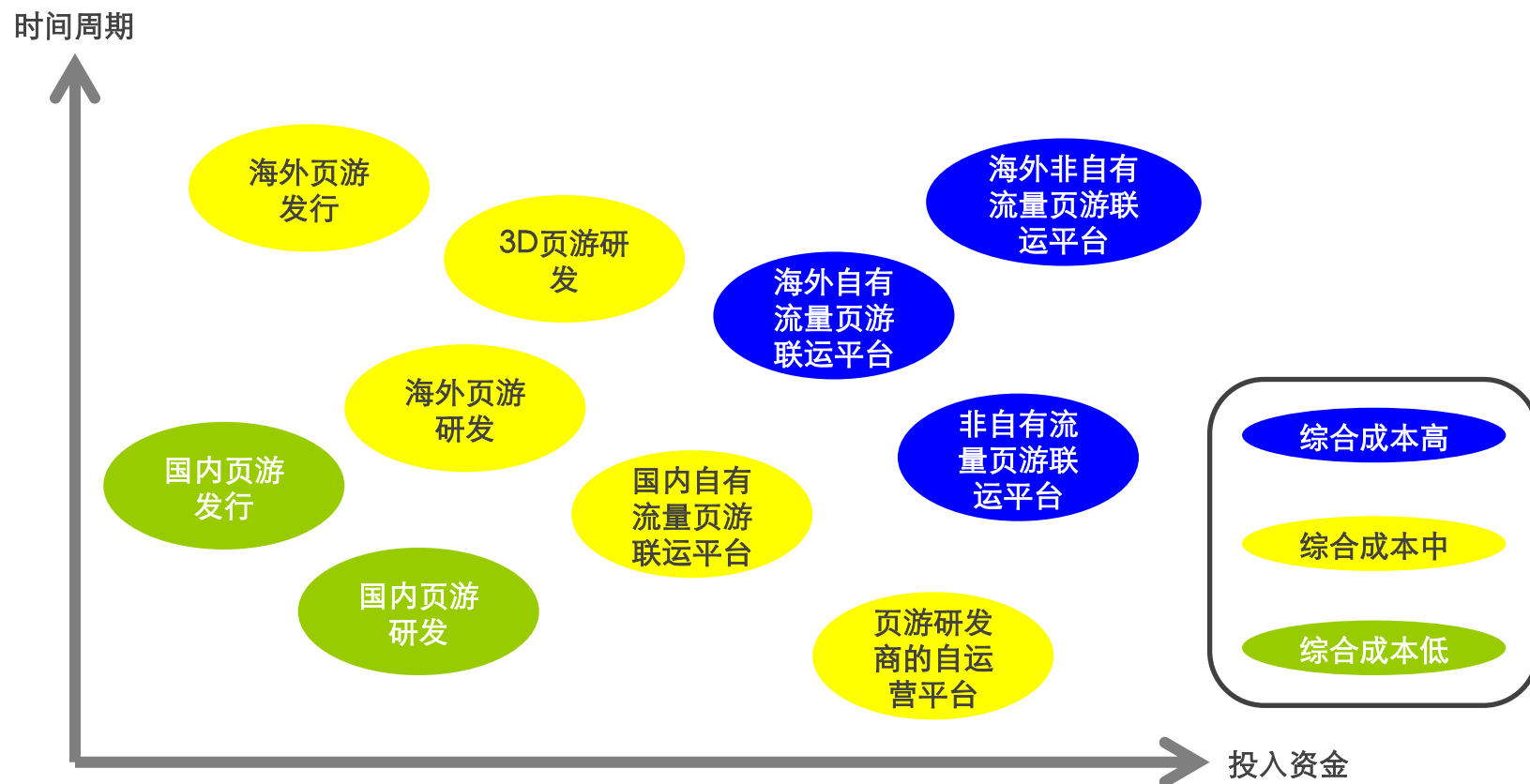
### 中国网页游戏产业链构成

拥有自运营平台或深度合作第三方联运平台的页游研发商更具有研发优势

独家代理游戏模式逐渐成为行业主流运营模式

资本市场的认可及激烈的竞争使得中国网页游戏的准入门槛已经开始升高

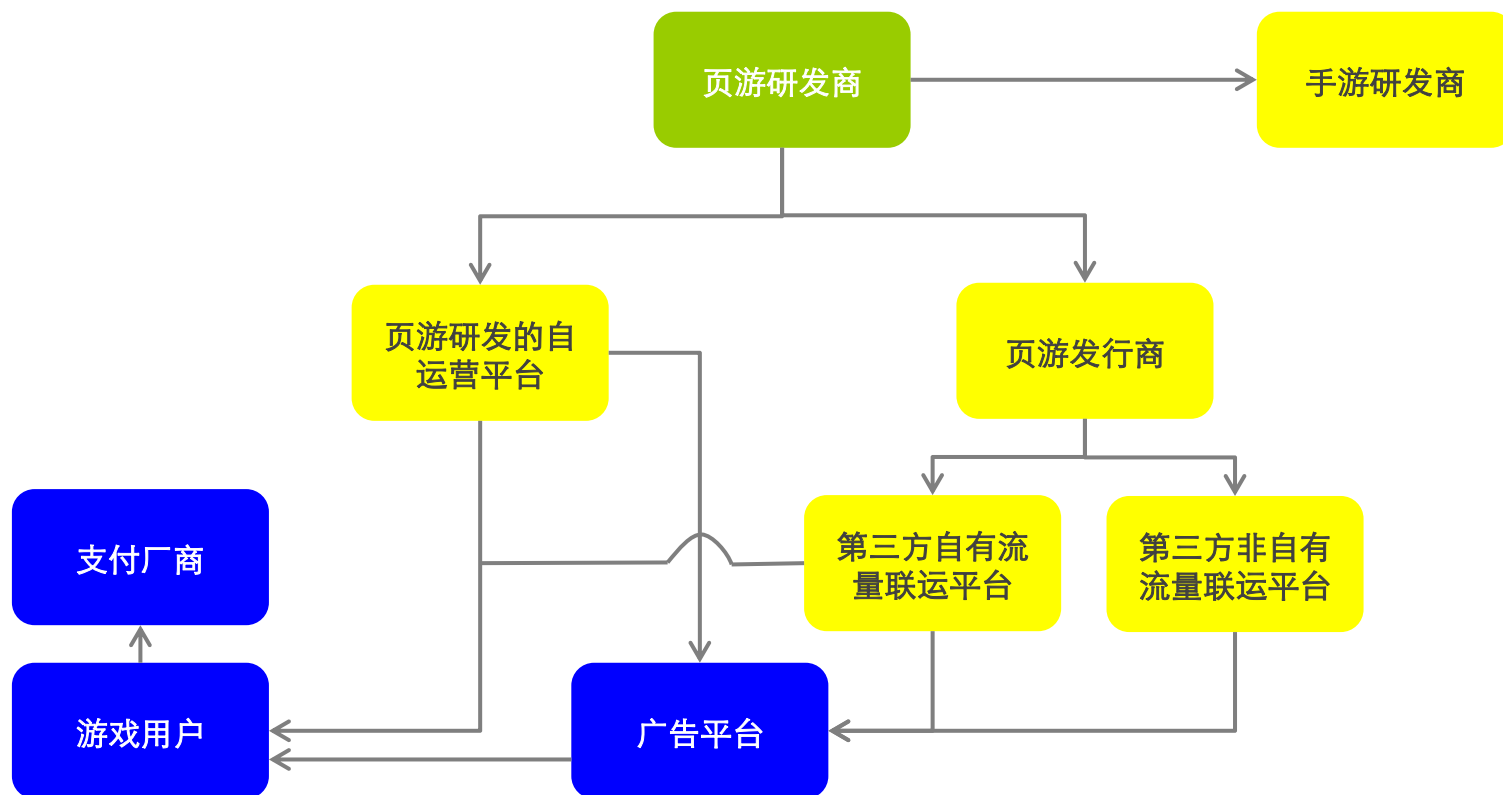
中国网页游戏行业从业门槛情况



来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。

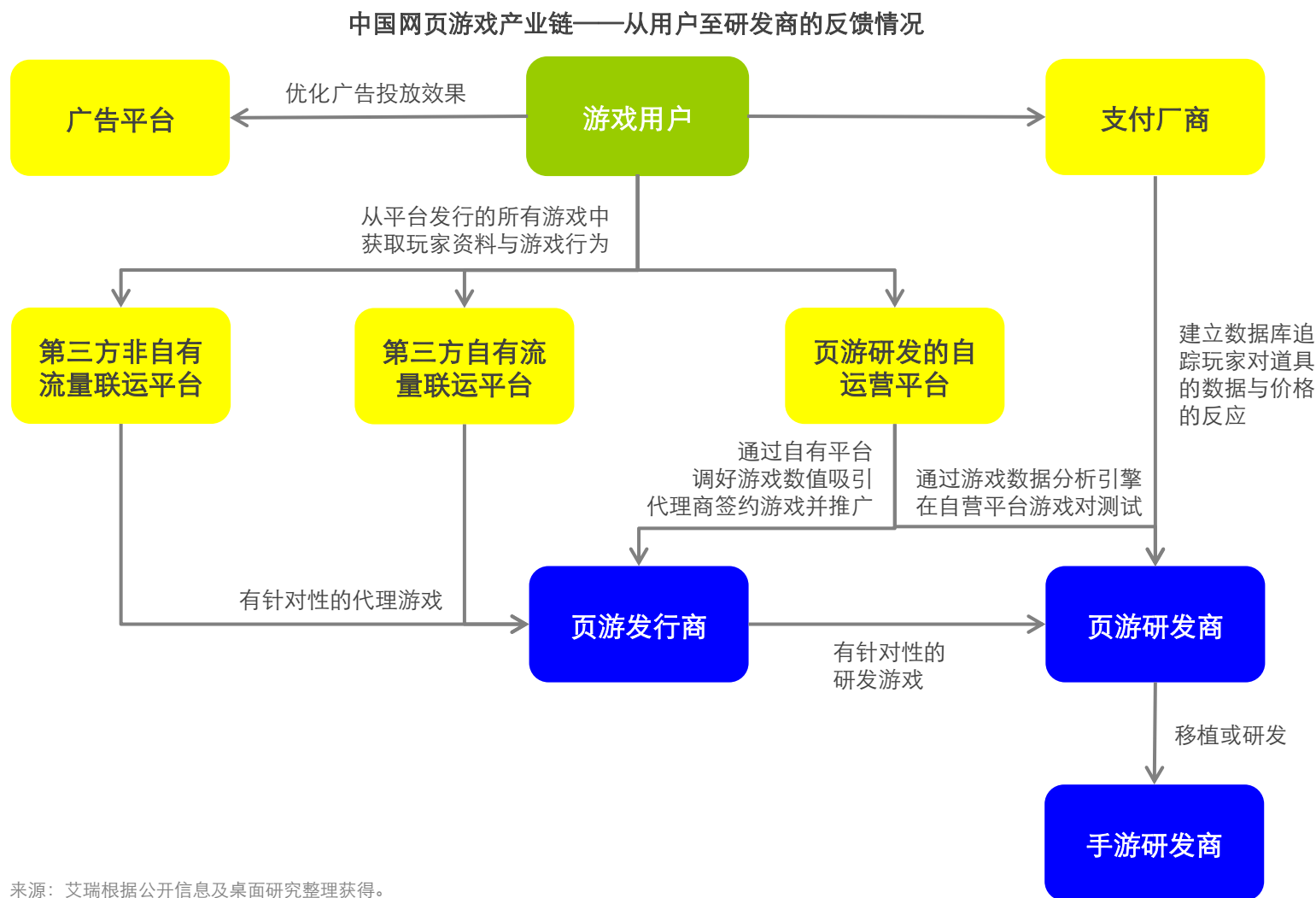
一款网页游戏从研发开始到游戏用户完成支付一般需要经过3-5个环节

中国网页游戏产业链——从研发商到用户的构成情况



来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。

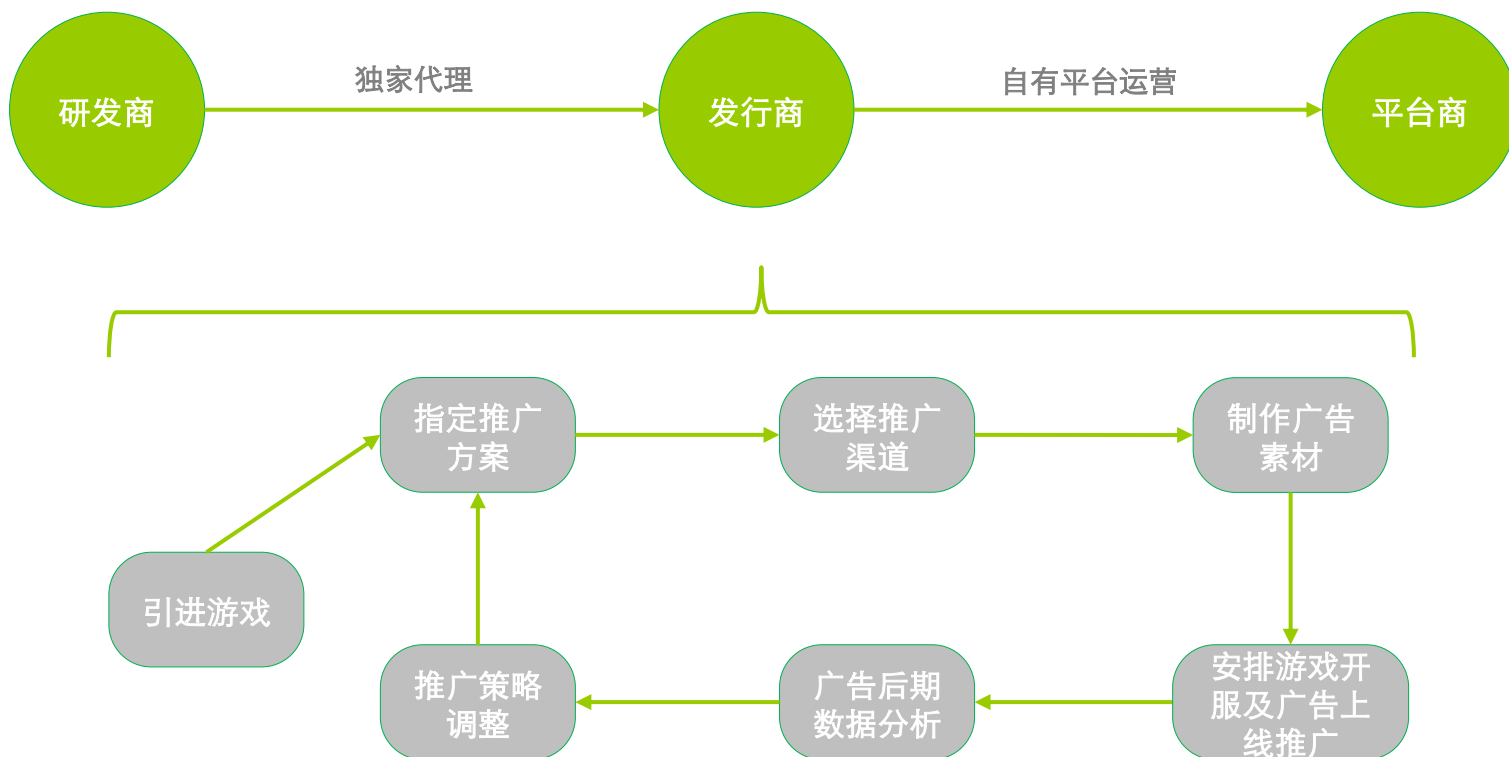
## 拥有自运营平台或深度合作第三方联运平台的页游研发商更具有研发优势



来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。

## 独家代理游戏模式的产业链构成

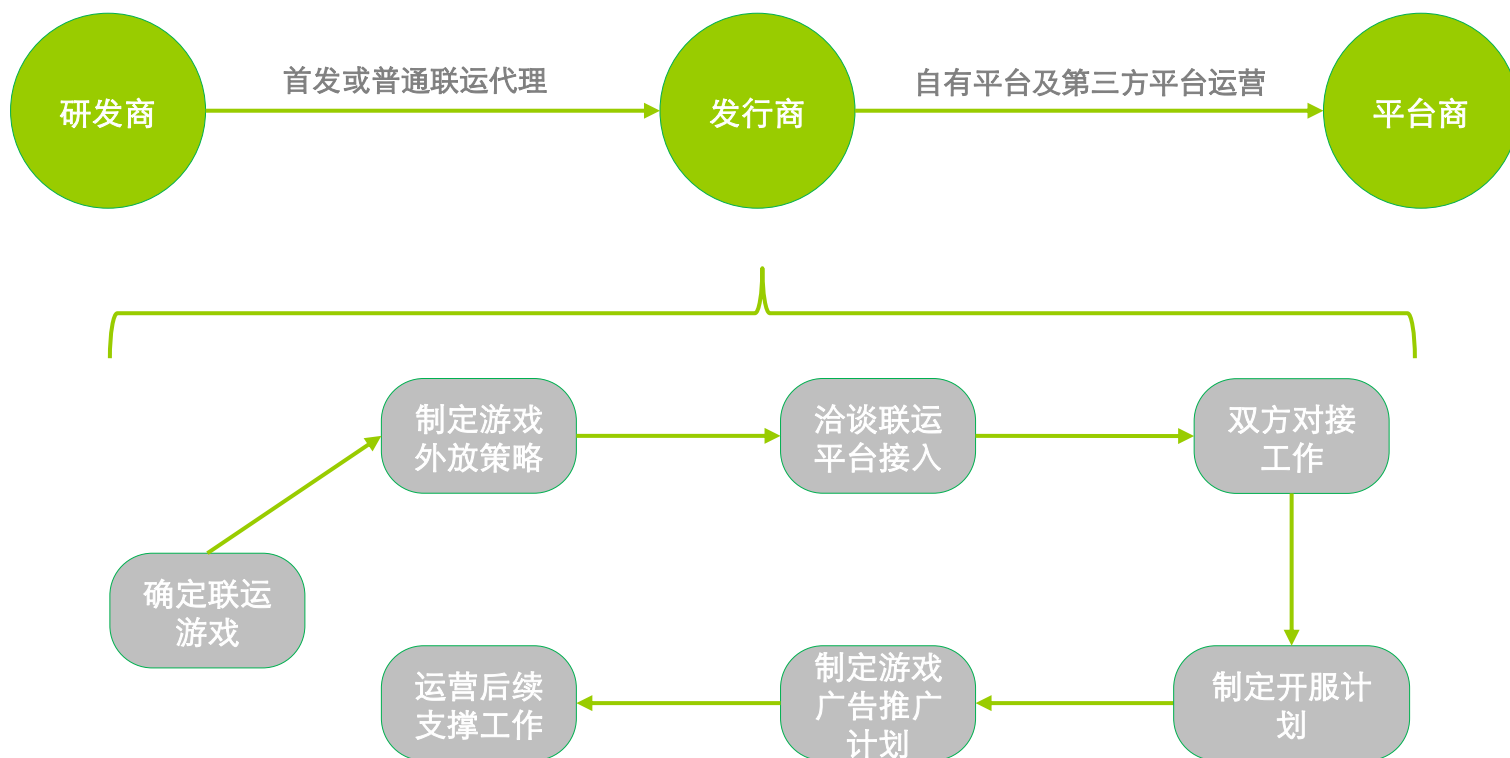
独家代理游戏模式的产业链构成及运作模式



来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。

## 首发联运及普通联运代理游戏模式的产业链构成

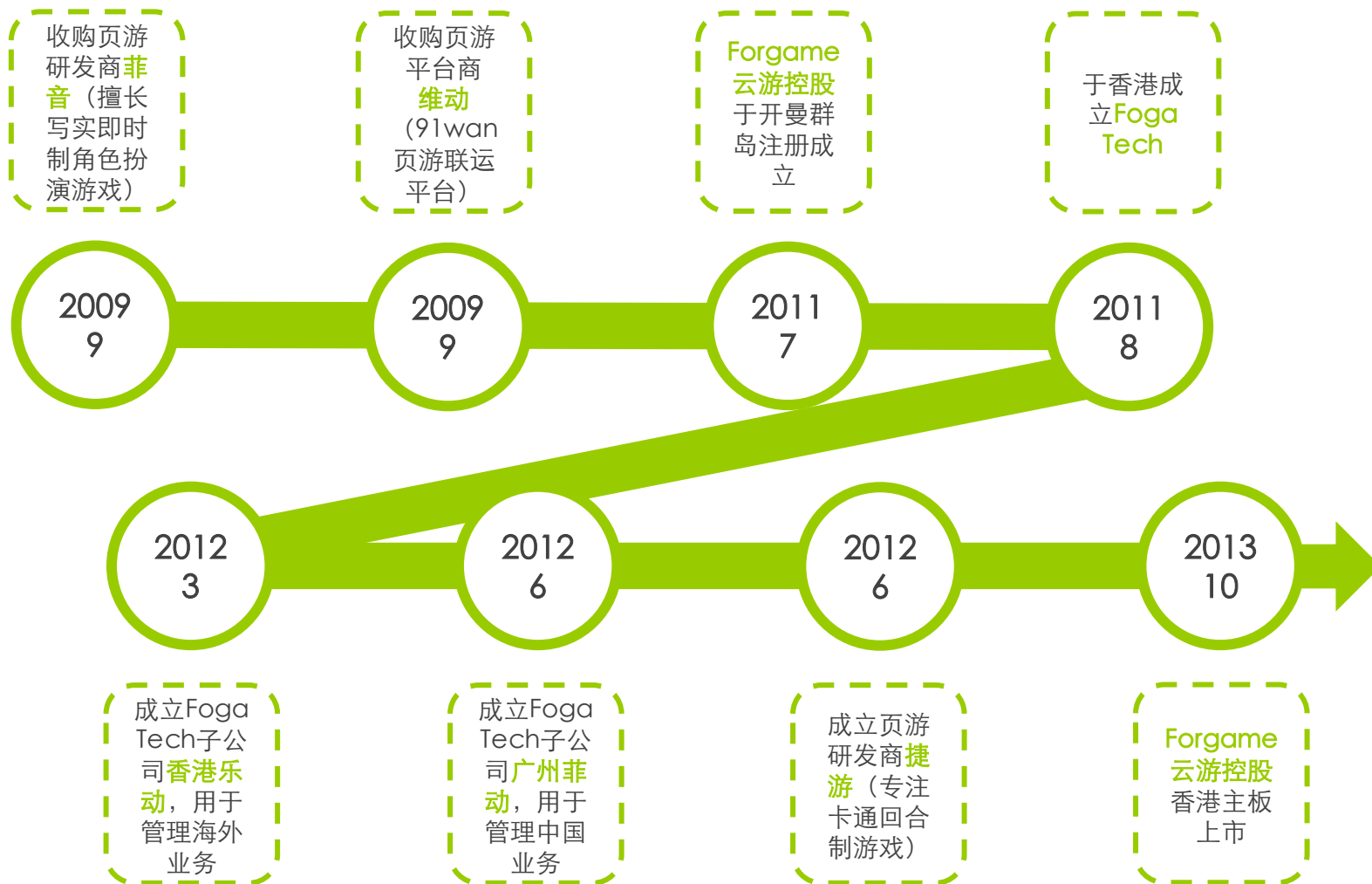
首发联运及普通联运代理游戏模式的产业链构成及运作模式



来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。

- 24 研发、平台一体化上市网页游戏公司——云游控股
- 29 研发、平台一体化上市网页游戏公司——游族网络
- 34 非自有流量的上市网页游戏联运平台——37游戏
- 38 自有流量的大型网页游戏联运平台——快玩游戏
- 45 专注于研发的上市网页游戏公司——第七大道

## 云游控股的主要发展历程



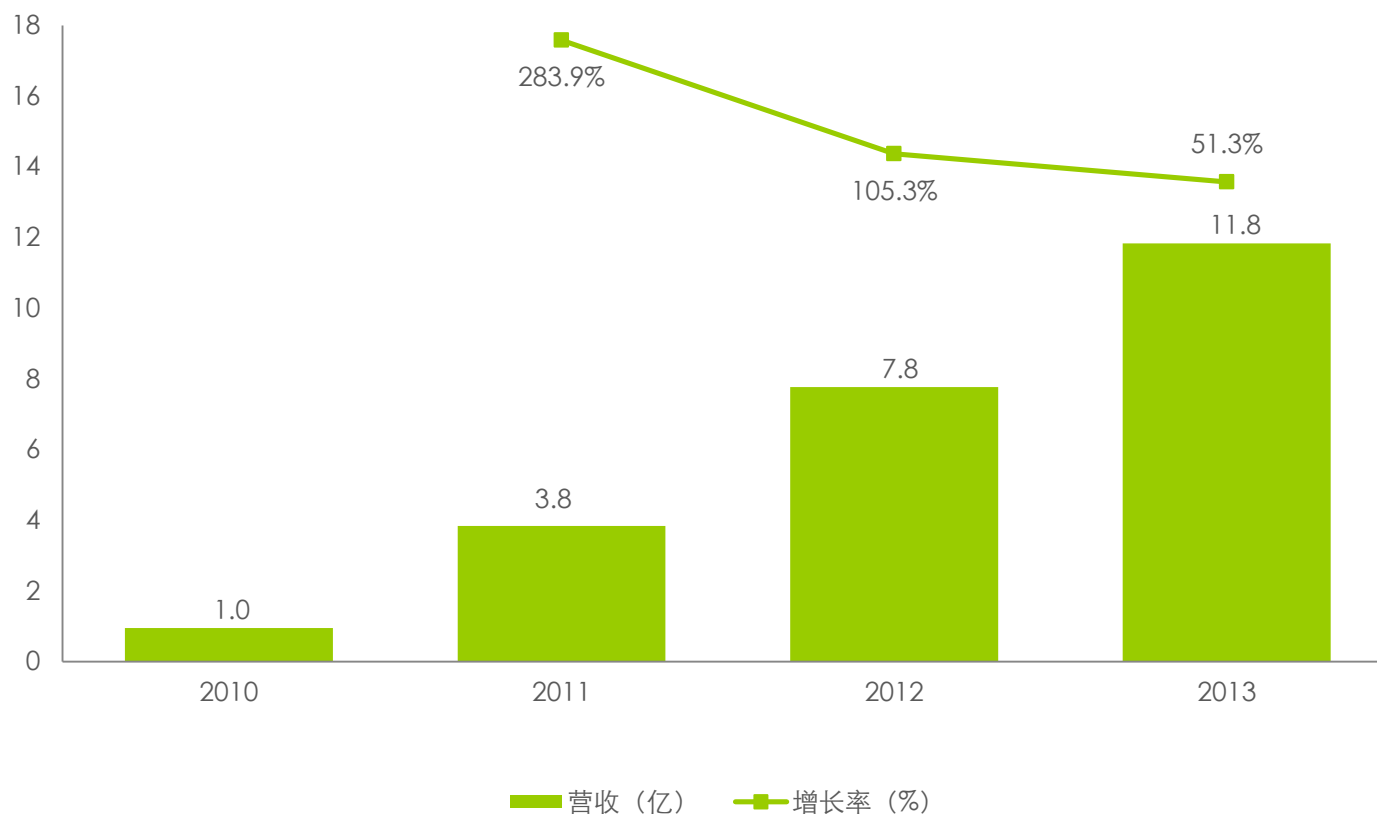
来源：艾瑞根据公开信息及桌面研究整理获得。



## 云游控股2013年度营收11.8亿元，同比增长51.3%，迈入中国网络游戏上市企业Top行列

凭借出色的资本运作及对网页游戏行业的深刻认识，云游控股通过91wan（页游平台）、菲音（页游研发）、捷游（页游研发）三家子公司的互补组合，成功的于2013年10月在港交所挂牌上市，成为了国内第一家上市的网页游戏公司。2013年度营收高速增长51.3%，达11.8亿元，位列中国网络游戏上市企业营收排名第8名。

2010-2013年云游控股的营收情况

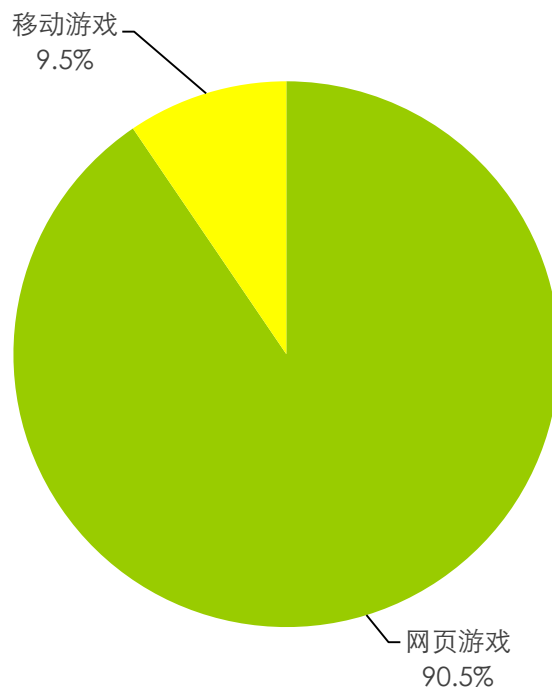


来源：艾瑞综合云游控股IPO招股说明书、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得，根据艾瑞统计模型核算。

## 云游控股2013年度网页游戏营收10.7亿元，占总营收90.5%

随着2013年移动端游戏的火热发展，云游控股也适时的推出了其第一款移动游戏——风云天下，该款游戏2013年的总体营收为1.06亿元。云游控股2013年度移动游戏营收为1.12亿元，占总体营收的9.5%，网页游戏营收10.7亿元，占比为90.5%。总体上看，网页游戏在云游整体营收中仍然占有主导地位，是云游控股营收的最重要来源。

2013年云游控股的网页&移动游戏营收占比情况

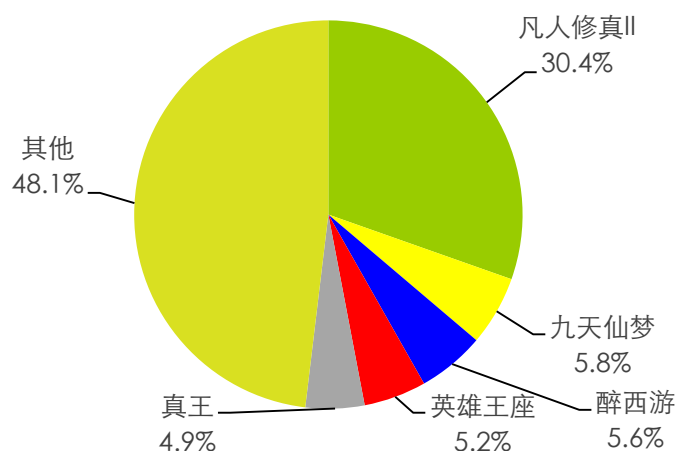


来源：艾瑞综合云游控股IPO招股说明书、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得，根据艾瑞统计模型核算。

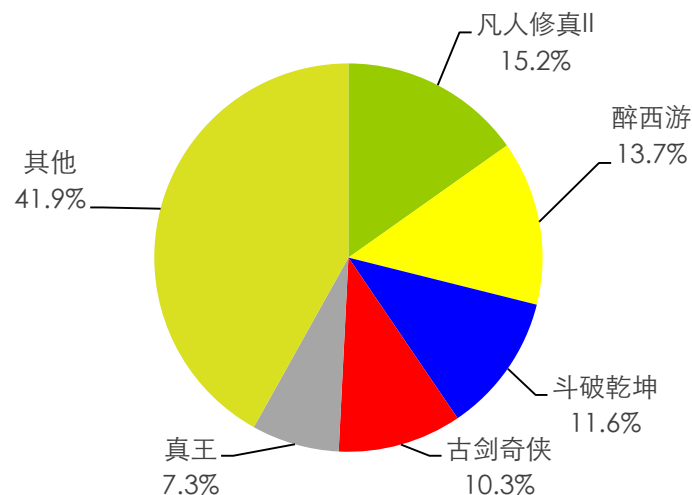
## 营收Top5游戏占比提高，Top5游戏各自占比较2012年更为分散

2012年云游控股营收Top5游戏中有1款为腾讯开放平台页游产品，其他4款为第三方联运平台页游产品。2013年依然是4+1的产品格局，九天仙梦及英雄王座被斗破乾坤和古剑奇侠取代。艾瑞分析认为网页游戏目前的产品更替率依然很高，腾讯平台的热门游戏产品生命周期保持在2年左右，第三方平台的热门游戏产品生命周期保持在1年左右。2013年云游控股Top5游戏产品的营收集中度提高，优秀产品增多，分散的产品线能更好的抵御市场的风险。

2012年云游控股游戏营收的占比情况



2013年云游控股游戏营收的占比情况



来源：艾瑞综合云游控股IPO招股说明书、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得，根据艾瑞统计模型核算。

## 将旗下知名网页游戏移植到移动平台，云游控股开始发力移动游戏市场

根据艾瑞数据监测产品mGameTracker监测数据显示，2014年3月凡人修真手游版全渠道的曝光次数为239次，其中对曝光次数贡献较多的渠道有：搜狗市场、智汇云、安智游戏、360手机助手网页版以及iPhone Grossing Games榜单，从渠道分布上来看，以安卓市场为主，从分发渠道数量上来看，还有较大的扩充空间。

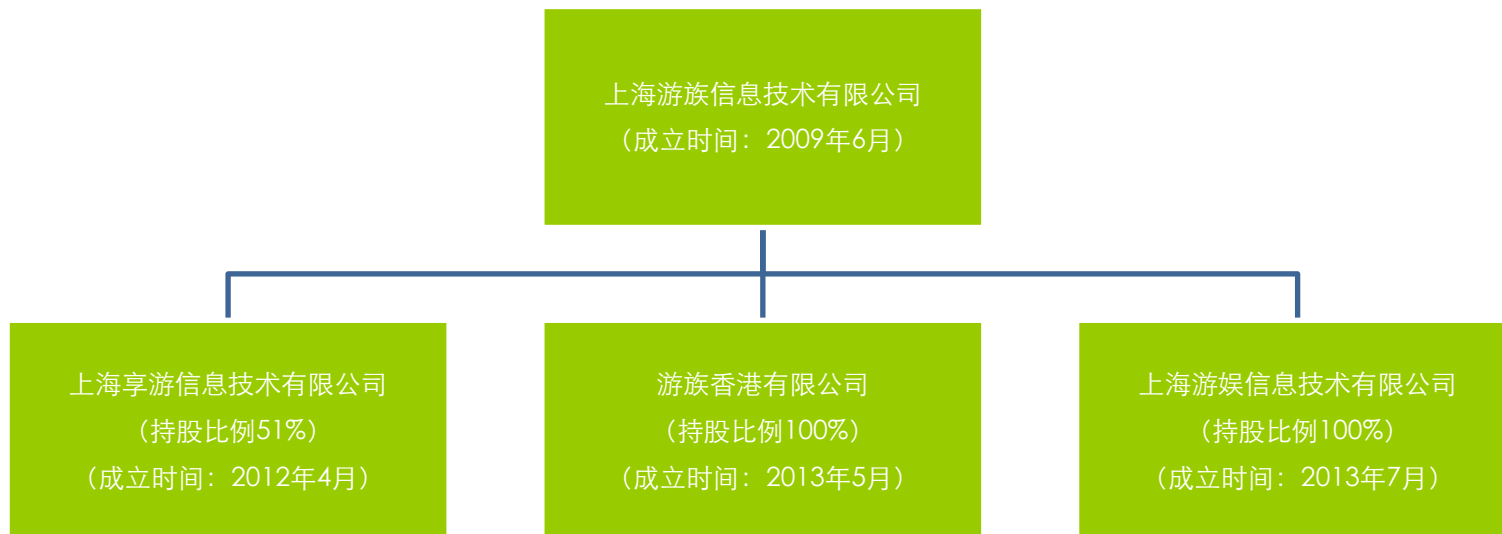
mGameTracker-2013年10月-2014年3月云游控股旗下移动游戏各分发渠道产品榜单曝光情况

游戏名称	2013.10 (次)	2013.11 (次)	2013.12 (次)	2014.1 (次)	2014.2 (次)	2014.3 (次)	总曝光 (次)
凡人修真手游版	4	9	6	164	179	239	601
风云天下OL	-	-	14	64	52	82	212
醉西游手游版	-	-	-	15	37	39	91

来源：mGameTracker.2014.4.基于对中国应用商店、手机助手等应用分发渠道的应用榜单监测数据统计，不包含非榜单类信息。

## 游族网络的公司结构组成

游族网络的公司结构图

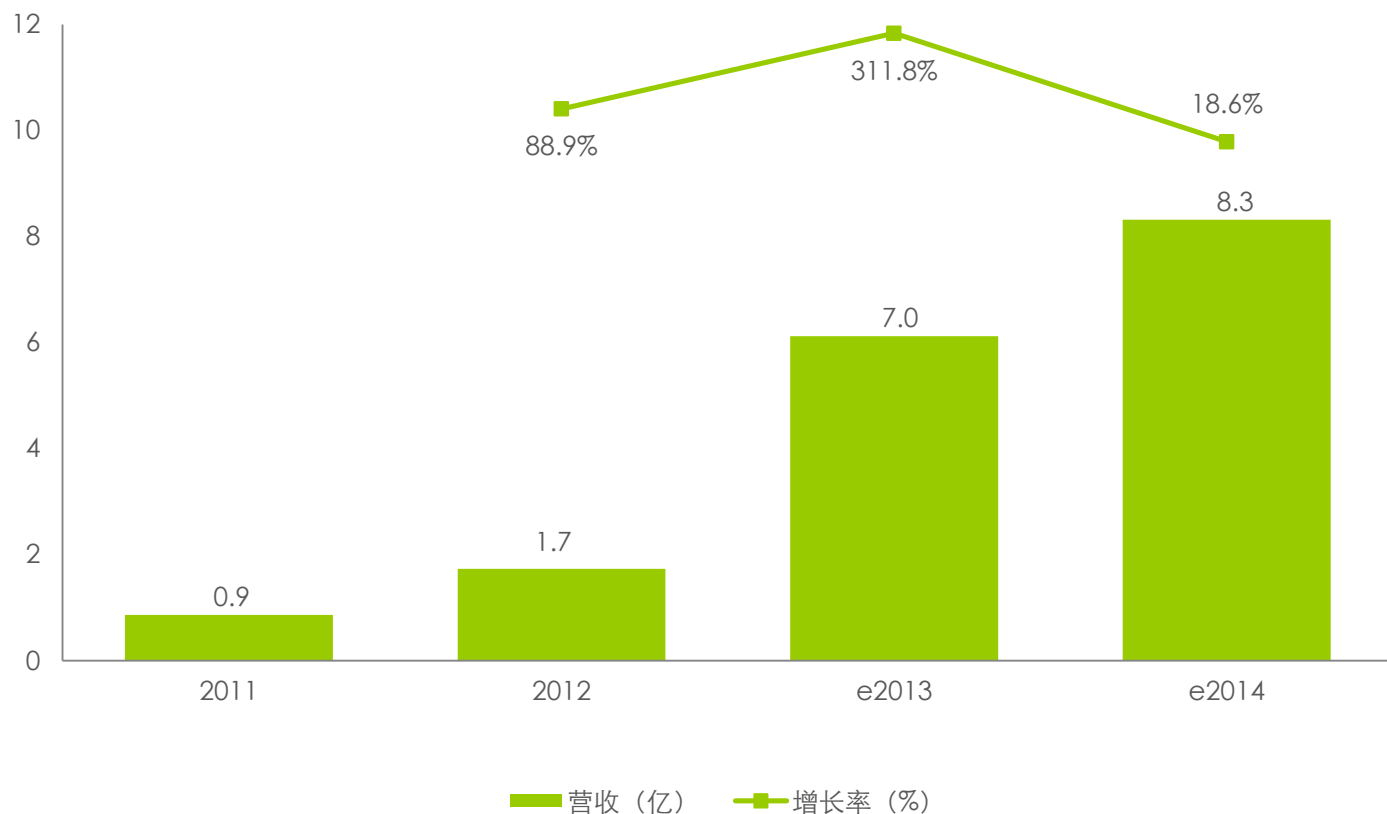


来源：艾瑞综合梅花伞对游族网络的资产审计报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 游族网络2013年度营收7.0亿元，同比增长311.8%

2013年10月，游族网络通过被国内A股市场上市公司梅花伞股权并购的方式完成了借壳上市，交易金额38.67亿，成为第一家在A股上市的网页游戏公司。并购前梅花伞的市值为16.6亿，目前梅花伞市值47.48亿，市值增长了近3倍。同云游控股一样，游族网络也是一家研发、平台一体化的网页游戏公司。

2011-2014年游族网络的营收情况

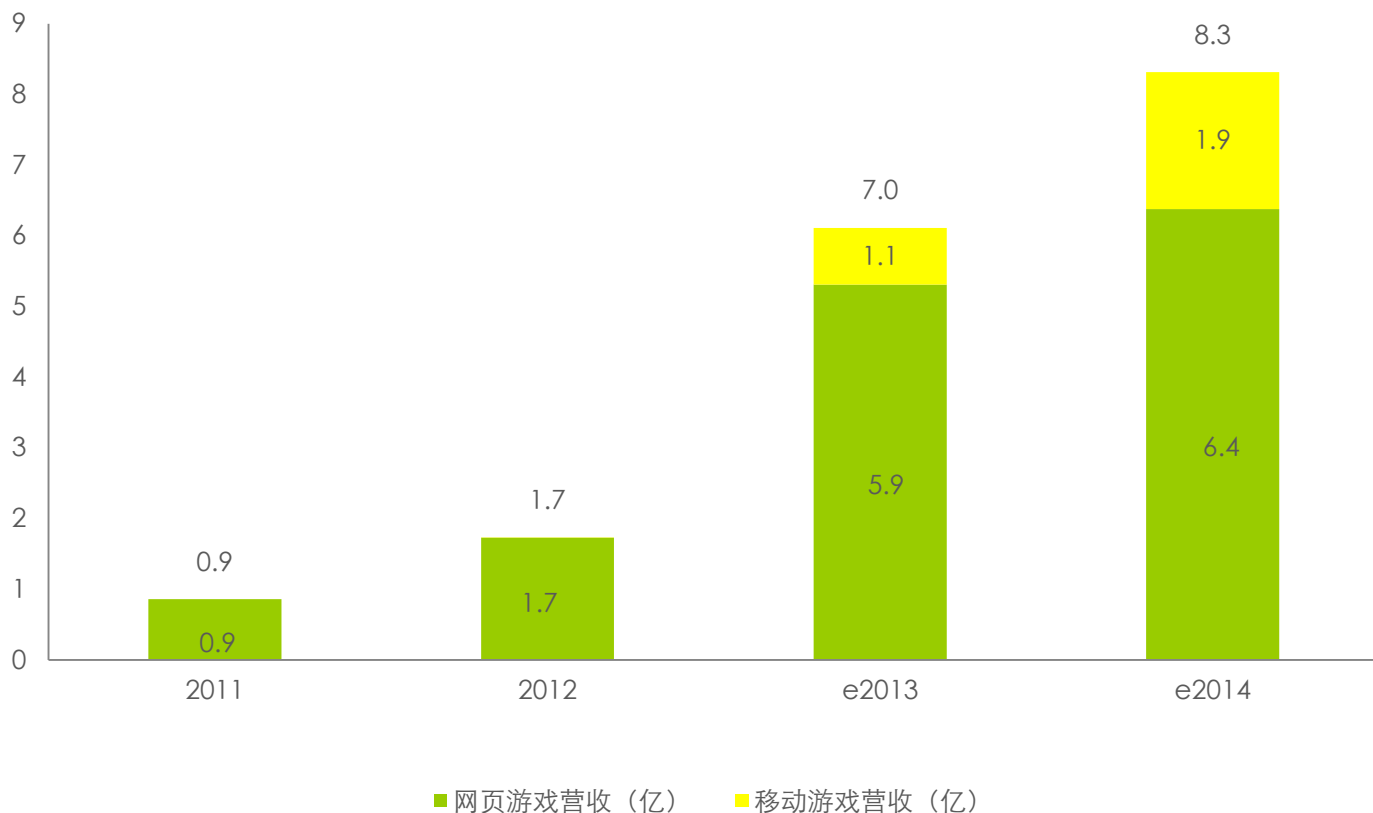


来源：艾瑞综合梅花伞对游族网络的资产审计报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 2013年移动游戏收入占总体营收的15.7%，预计2014年移动游戏收入占比会提高至22.9%

2013年游族网络移动游戏产品线一共有4款游戏产品：萌江湖、一代宗师、大侠传、十年一剑，其中萌江湖为原创手游，其余3款为同名页游产品的移植。从营收表现上来看，萌江湖的表现最好，营收占游族移动游戏营收近70%，其次为一代宗师，营收占游族移动游戏营收近20%。

2011-2014年游族网络的网页&移动游戏营收情况

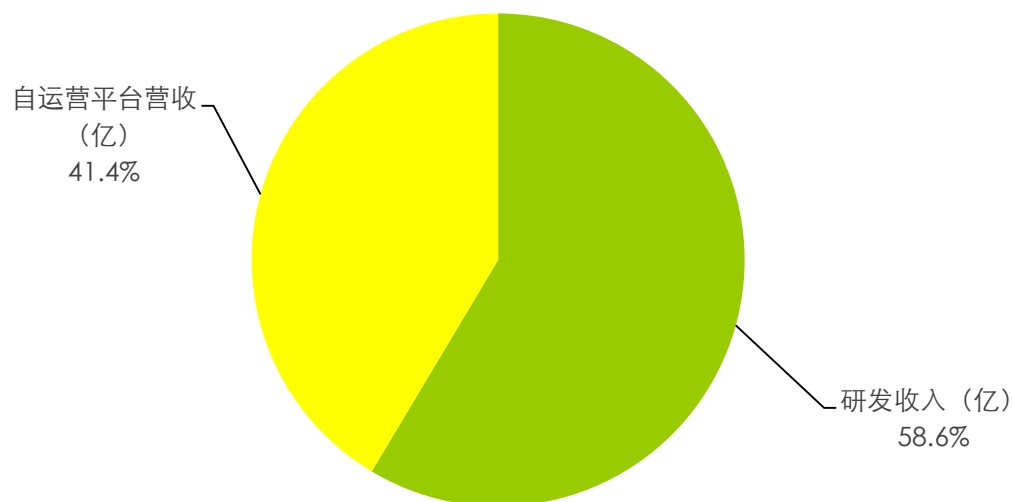


来源：艾瑞综合梅花伞对游族网络的资产审计报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

2013年自运营平台收入占总体营收的41.4%，达2.9亿元，网页游戏企业自运营平台营收第一

2013年游族网络研发收入占总体营收的58.6%，达4.1亿元，自运营平台收入占总体营收的41.4%，达2.9亿元，位列网页游戏企业自运营平台营收第一名。

2013年游族网络研发及平台收入占比情况



来源：艾瑞综合梅花伞对游族网络的资产审计报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。



## 2014年游族网络逐渐开始布局移动游戏产品线

根据艾瑞数据监测产品mGameTracker监测数据显示，2014年3月萌江湖全渠道的曝光次数为259次，其中对曝光次数贡献较多的渠道有：网易应用中心、智汇云、苏宁应用商店、360手机助手网页版以及iPhone Grossing Games榜单，基本以安卓市场为主。2014年，游族网络有5款移动游戏在mGameTracker的监测范围内得到了曝光，其中萌江湖和四大萌捕处于表现上升期。

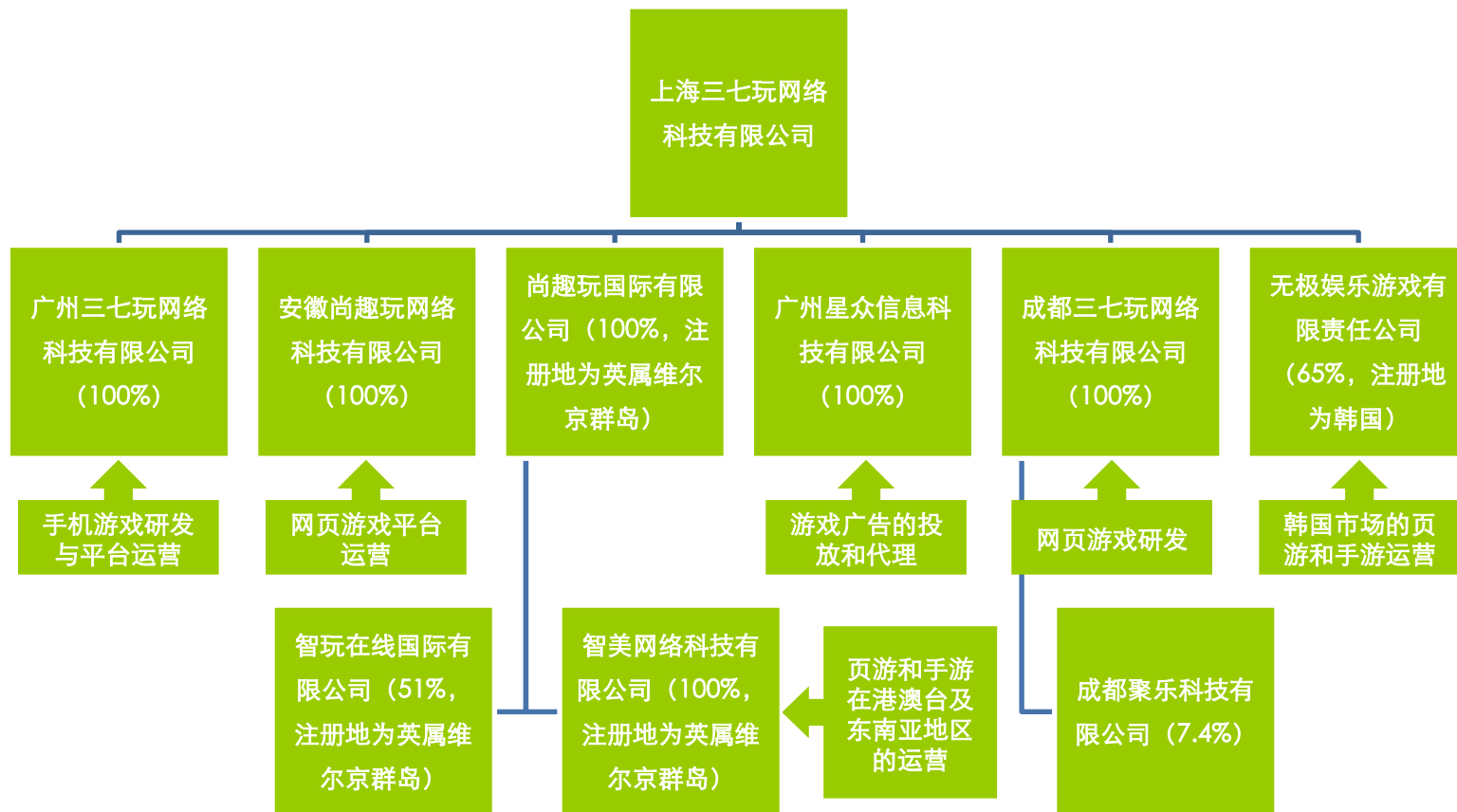
mGameTracker-2013年10月-2014年3月游族网络旗下移动游戏各分发渠道产品榜单曝光情况

游戏名称	2013.10 (次)	2013.11 (次)	2013.12 (次)	2014.1 (次)	2014.2 (次)	2014.3 (次)	总曝光 (次)
萌江湖	3	26	2	220	267	259	777
一代宗师	15	17	14	90	59	69	264
四大萌捕	-	-	-	5	28	56	89
妖精去哪儿	-	-	-	28	4	-	32
十年一剑	-	-	-	26	-	-	26

来源：mGameTracker.2014.4.基于对中国应用商店、手机助手等应用分发渠道的应用榜单监测数据统计，不包含非榜单类信息。

## 37游戏的控股子公司及相应业务范围

37游戏的公司结构图

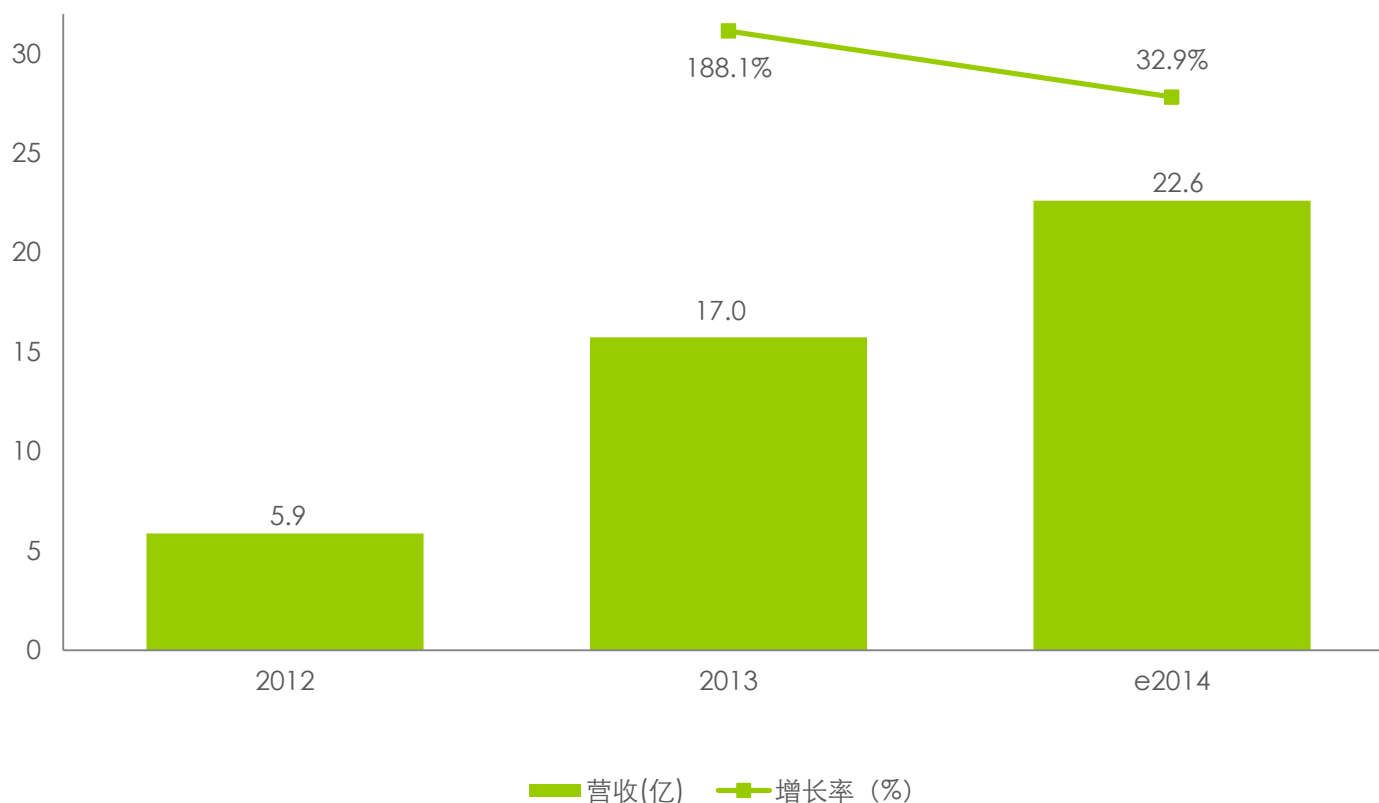


来源：艾瑞综合顺荣股份对37游戏的资产审计报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 2013年37游戏营收17.0亿元，同比增长188.1%，平台的规模化效应日渐凸显

2013年37游戏营收17.0亿元，是除去腾讯系页游平台以外的最大网页游戏运营平台，37游戏同比增长率为188.1%，是整个网页游戏市场增长率的2倍，平台的规模化效应日渐凸显。

2012-2014年37游戏的营收情况

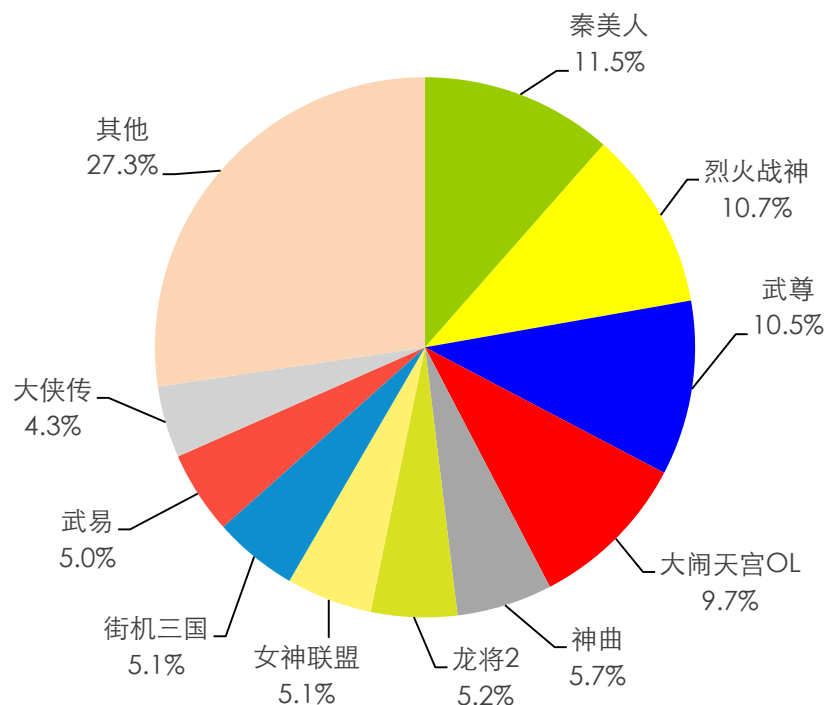


来源：艾瑞综合顺荣股份对37游戏的资产审计报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得，根据艾瑞统计模型核算。

## 开服Top10游戏占总开服数72.7%，头部集中度较高，热门游戏将会得到更多的推广资源

2013年37游戏平台开服头部集中度较高，开服Top10游戏占总开服数的72.7%，其中有3款游戏的开服比例超过10%，1款游戏开服比例接近10%，其余6款游戏的开服比例都在5%左右。艾瑞分析认为，37游戏平台作为一家非自有流量的页游联运平台，鉴于平台上游戏曝光位及流量导入的数量限制，37游戏会更倾向于把有限的资源投入给平台上表现更好的游戏，从开服数上来讲，重点游戏一般会保持在10款左右。

2013年37游戏平台Top10游戏产品名称及开服数占比



注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2012Q1-2013Q4中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：艾瑞联合07073数据提供，通过桌面收集整理获得，仅供参考。

## 37游戏平台上角色扮演类网页游戏一枝独秀，数量占比达83.7%

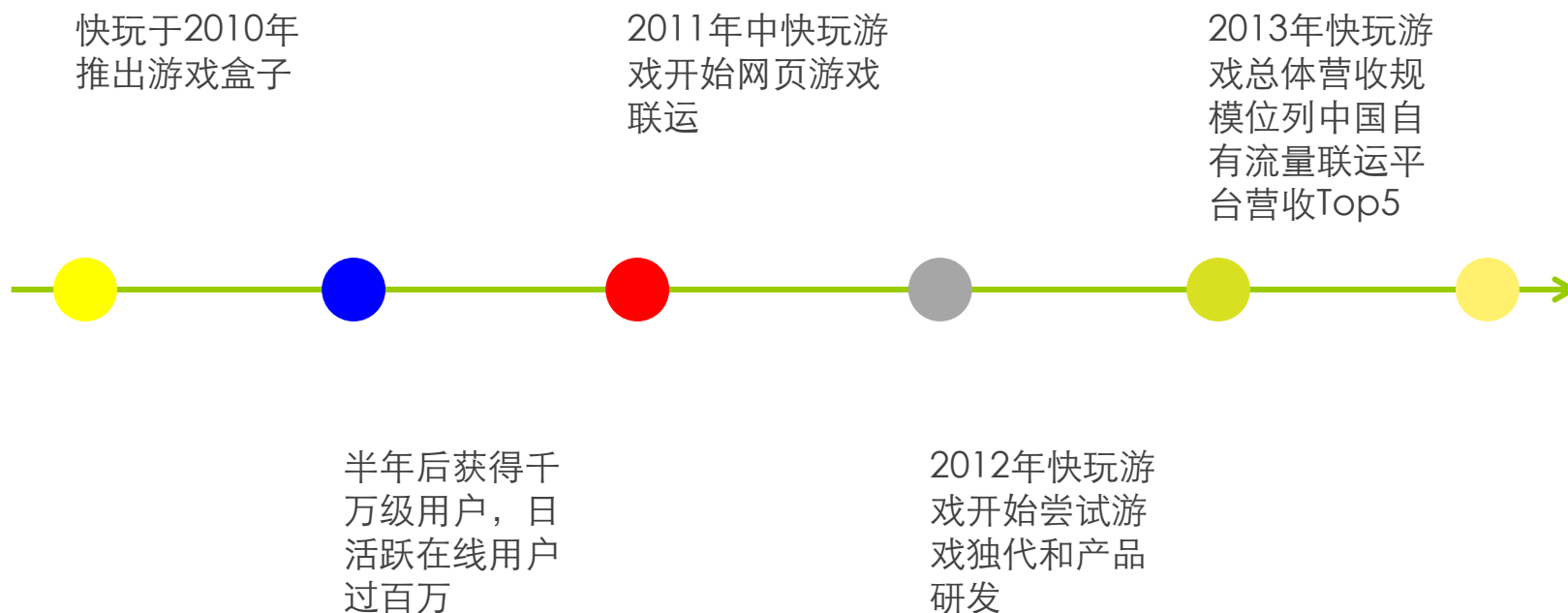
2013年37游戏平台一共联运网页游戏123款，其中角色扮演类网页游戏103款，占总游戏数的83.7%，37游戏平台的游戏数量分布与热门网页游戏的游戏类型分布基本一致。艾瑞分析认为，平台对于游戏的选择取决于该平台核心玩家的游戏行为，目前整个网页游戏市场的核心用户群仍旧偏爱角色扮演类游戏。

2013年37游戏平台网页游戏分布情况

数量排名	游戏类型	拥有数量（款）	数量占比（%）
1	角色扮演	103	83.7%
2	休闲竞技	10	8.1%
3	战争策略	9	7.3%
4	模拟经营	1	0.9%
总计		123	

来源：根据37游戏网页游戏联运平台游戏总览页面数据，人工汇总所得。

## 快玩游戏的主要发展历程

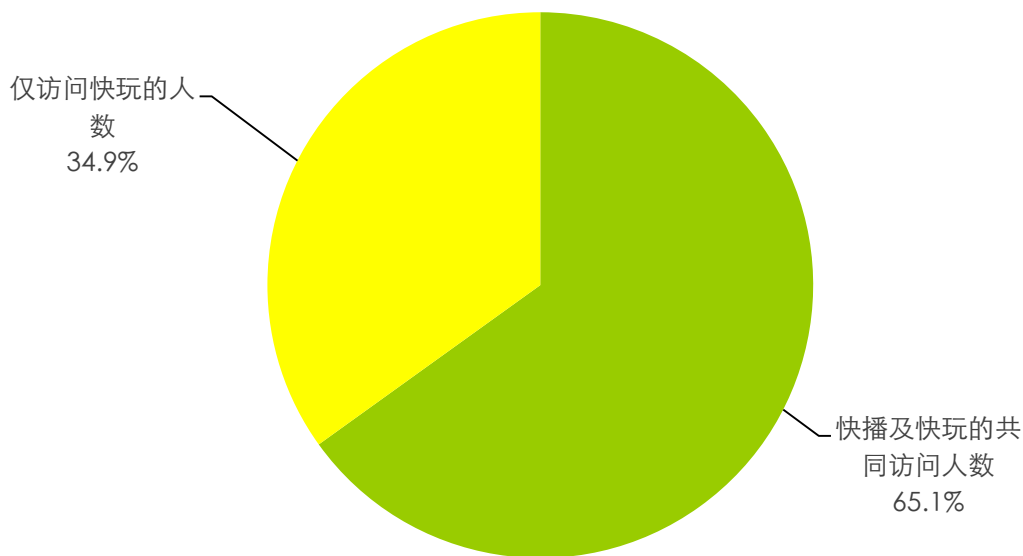


来源：艾瑞综合专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 运营良好的自有流量平台能有效地保障平台用户的规模增长

根据艾瑞数据监测产品iUserTracker监测数据显示，2013年11月快玩游戏的月度覆盖人数为834.4万人，其中快玩游戏及快播（快玩游戏母公司的视频业务）的共同访问人数为543万人，占快玩游戏月度总覆盖人数的65.1%，即在安装了快玩游戏的用户中有65.1%的用户安装了快播，这说明安装快播的用户行为对安装快玩游戏的用户行为的影响是显著的。

iUserTracker-2013年11月快玩游戏月度覆盖人数及来源组成情况

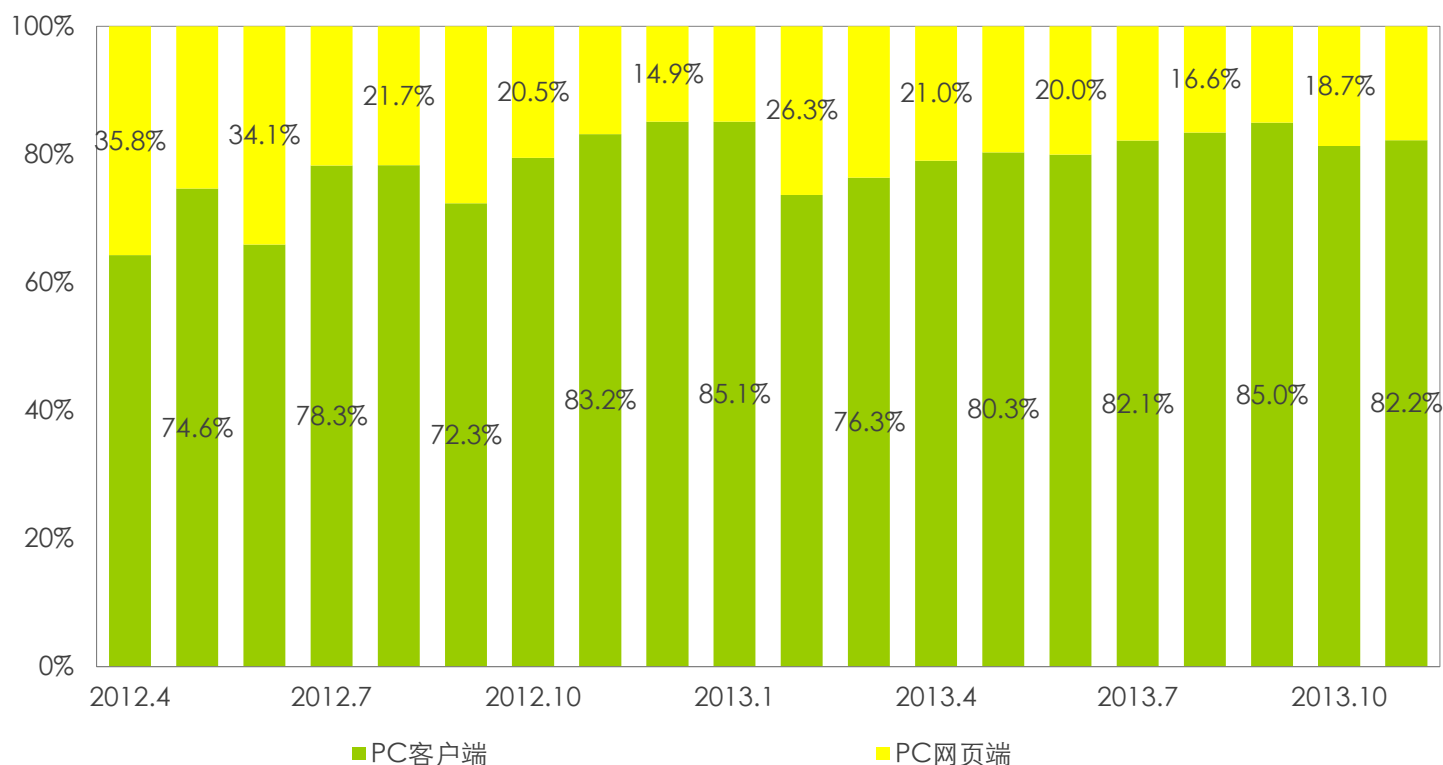


来源：iUserTracker 2014.3，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

## 从网页端到客户端的多平台游戏入口能为很好的增加玩家对游戏平台的粘性

2011年快玩游戏推出快玩游戏盒子PC客户端，此后其PC客户端的月度覆盖人数占比一直在提升，2012年4月的占比为64.2%，而2013年11月的占比达到了82.2%。艾瑞分析认为，网页游戏分发渠道的重要性是不言而喻的，2011年借网页游戏的火爆之势，快玩游戏推出了快玩游戏盒子，此举助其抢下了一个从PC客户端直接进入网页游戏的入口，而不用通过其他浏览器再进入网页游戏，大大减少了其平台所覆盖玩家流失到其他页游联运平台的可能性。

iUserTracker-2012年4月-2013年11月快玩游戏月度覆盖人数各平台贡献占比

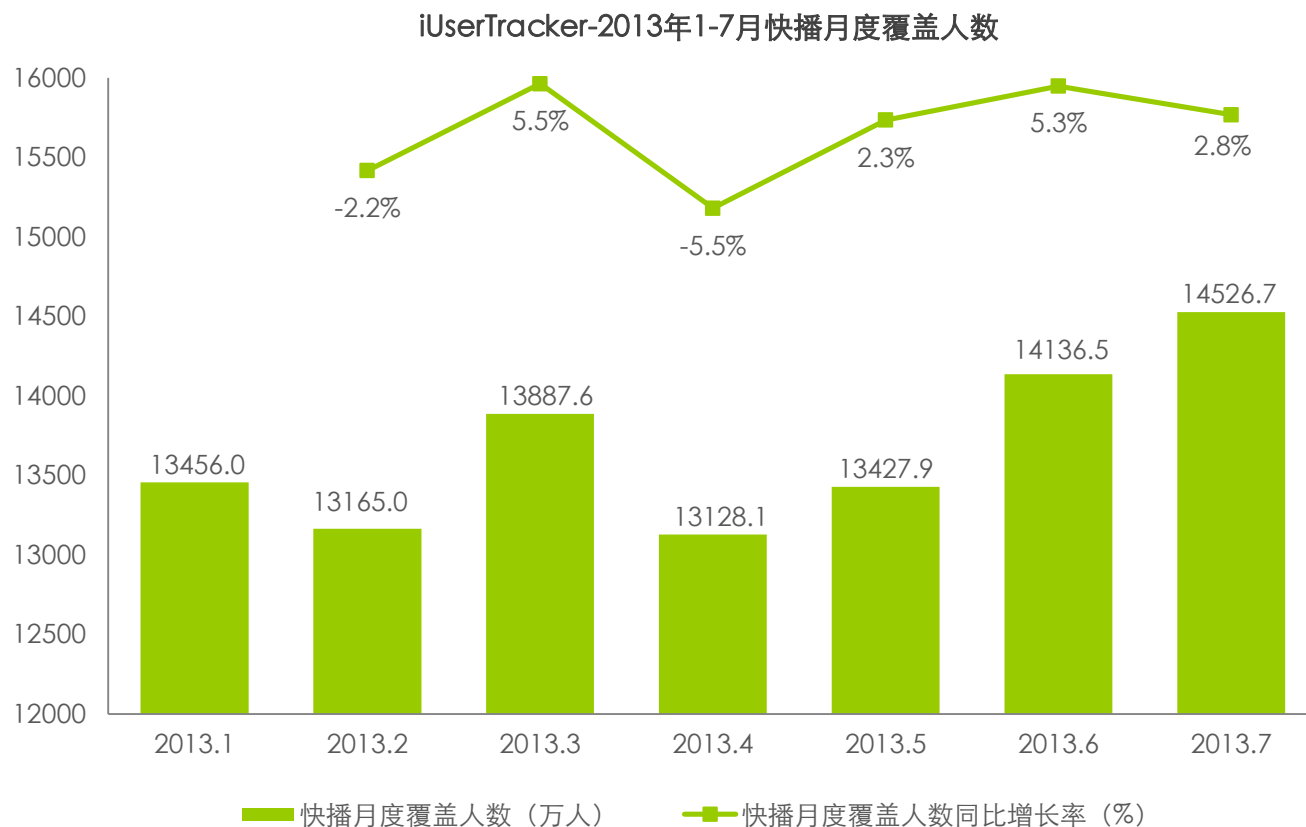


来源：iUserTracker 2014.3，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。



## 受快播用户规模拉动，快玩游戏平台用户后续仍有较大增长空间

作为稳定为快玩游戏输送用户的快播播放器，其近年来的用户规模平稳上升，数据显示2013年7月快播播放器的月度覆盖人数为14526.7万人，月均覆盖人数增长率为2.8%。快播播放器的月度覆盖人数目前保持在1.3-1.5亿人的这个数量级别，如果两者之间能持续的保持一些良好的互动活动，那么快玩游戏平台的用户数量仍将还有很大的增长空间。

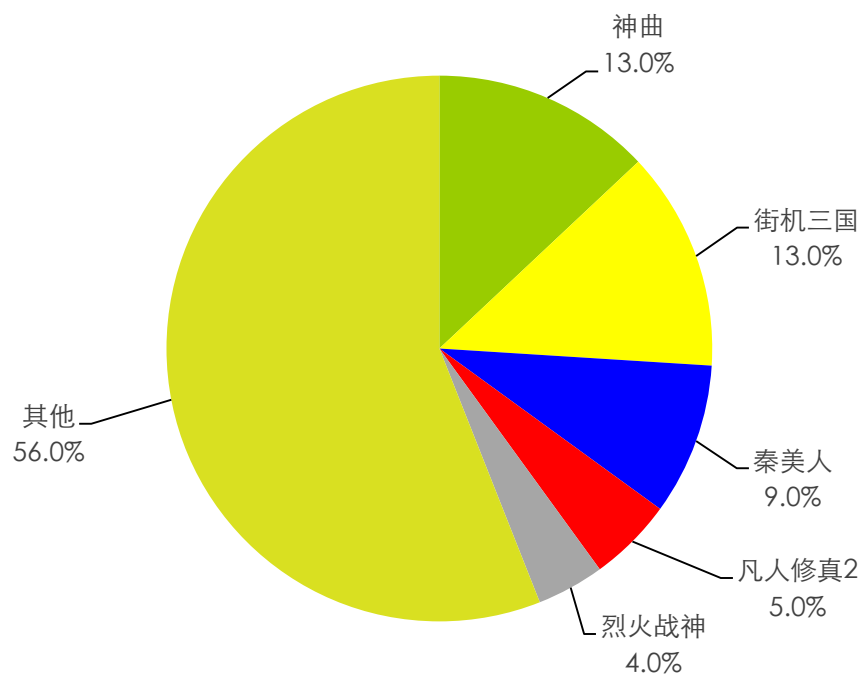


来源：iUserTracker 2014.3，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

## 自有流量网页游戏联运平台游戏营收头部集中度较低，有较大的长尾市场

2013年快玩游戏平台营收Top1游戏占比13.0%，Top5游戏占比44.0%，其他联运游戏营收占比56.0%。艾瑞分析认为自有流量平台的游戏营收占比集中度较非自有流量平台来说要低，虽然大型的页游联运平台都面临着平台游戏曝光位及流量导入的数量限制，但是自有流量平台有更为稳定的用户群体，该类群体也不是通过特定的广告宣传而被导入平台的，因而自有流量平台的游戏头部集中度较低，用户群体的游戏行为更为丰富。

2013年快玩游戏平台Top5游戏产品名称及收入占比

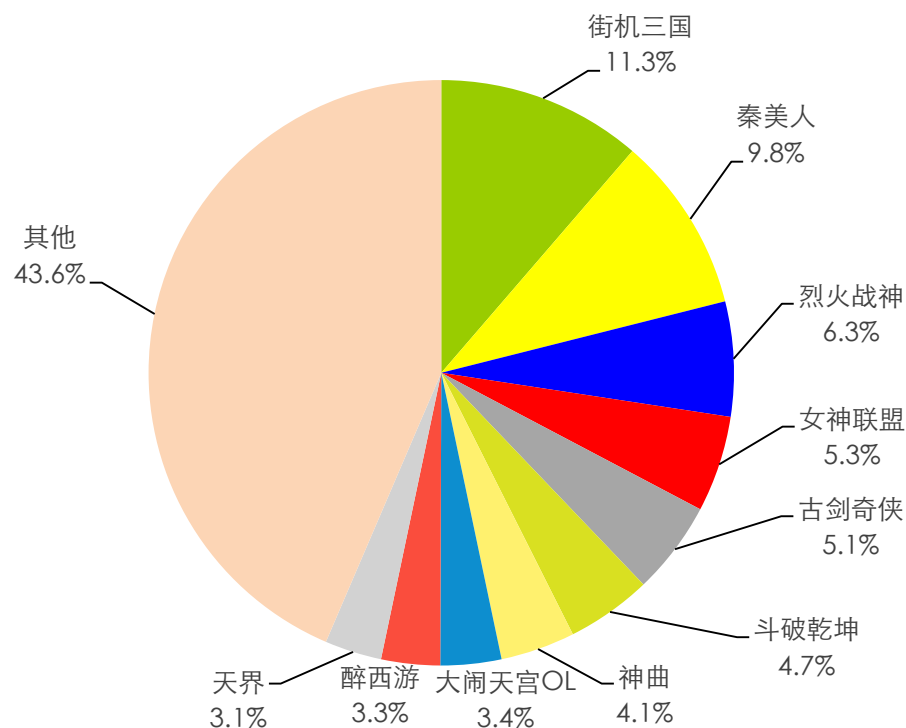


来源：艾瑞综合专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 自有流量平台上的游戏开服分布较游戏营收分布更为分散，游戏产品与类型覆盖面较广

2013年快玩游戏平台营收Top1游戏占比13.0%，Top5游戏占比44.0%，其他联运游戏营收占比56.0%。相对应的，快玩游戏平台开服Top1游戏占比11.3%，Top5游戏占比37.9%，Top10游戏占比56.4%，其他联运游戏开服占比43.6%。

2013年快玩游戏平台Top10游戏产品名称及开服数占比



注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2012Q1-2013Q4中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：艾瑞联合07073数据提供，通过桌面收集整理获得，仅供参考。

## 广泛的产品线能降低页游联运平台的运营风险

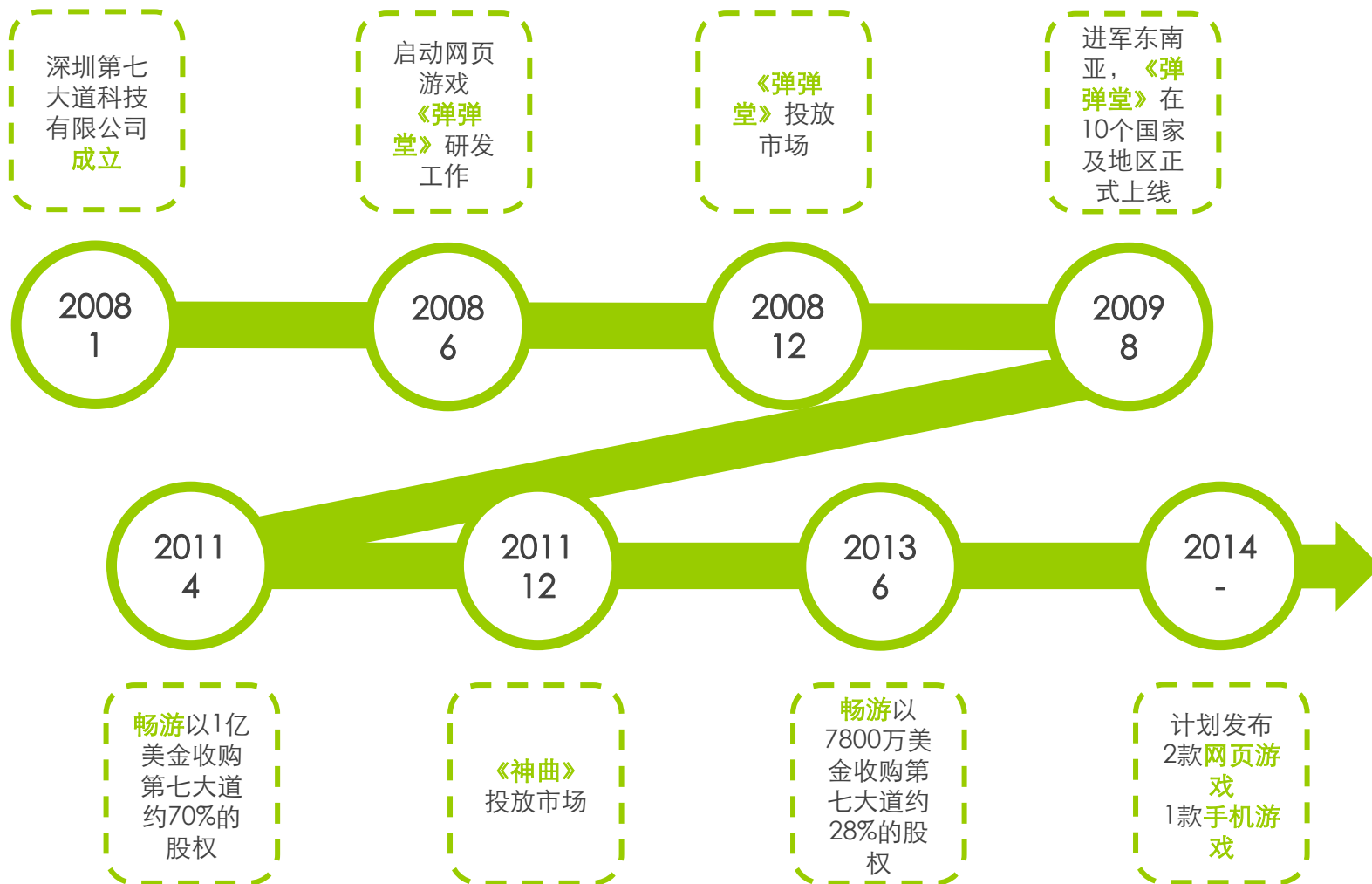
根据艾瑞从公开市场上整理的数据显示，目前快玩游戏平台上一共有214款网页游戏，其中角色扮演类137款、战争策略类30款、棋牌类21款、休闲竞技类12款、模拟经营类12款、社区养成2款，涵盖了目前市场上网页游戏的所有游戏类型，基本上已经发布上市的网页游戏，快玩游戏平台都参与了运营。广泛的产品线能很好的降低页游联运平台的运营风险。

2013年快玩游戏平台网页游戏分布情况

数量排名	游戏类型	拥有数量（款）	数量占比（%）
1	角色扮演	137	64.0%
2	战争策略	30	14.0%
3	棋牌	21	9.8%
4	休闲竞技	12	5.6%
5	模拟经营	12	5.6%
6	社区养成	2	0.9%
总计		214	

来源：根据快玩游戏PC客户端网页游戏总览页面数据，人工汇总得到。

## 第七大道的主要发展历程



来源：艾瑞综合专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 2013年整体营收近8亿，年增长率39.7%

2013年第七大道各季度的环比营收表现一般，但凭借神曲与弹弹堂的整体营收规模，2013年第七大道总体营收近8亿，位列2013年网页游戏行业研发企业第2名。

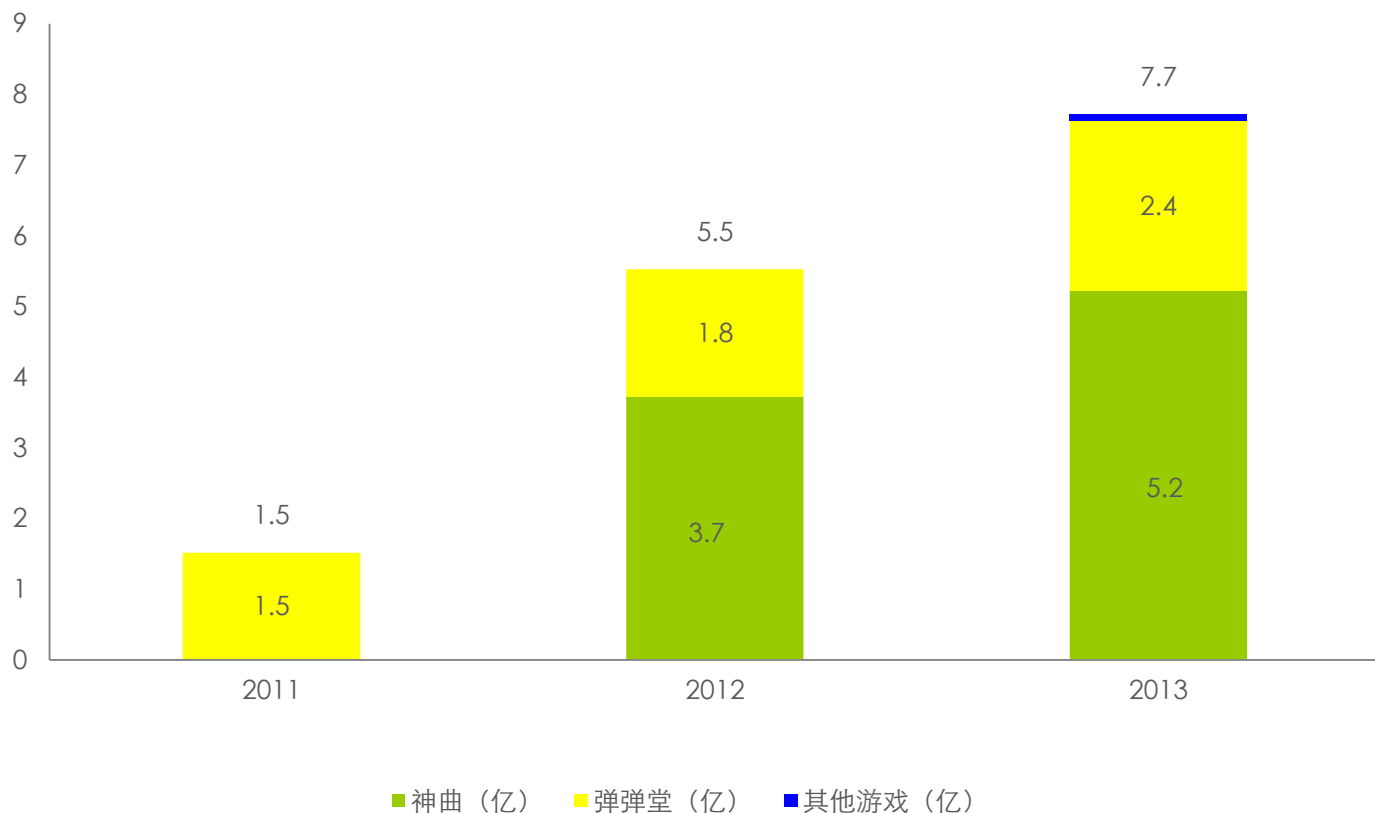


来源：艾瑞综合畅游财务报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

## 弹弹堂与神曲同比增长皆超过30%，助力第七大道年增长40%

弹弹堂是一款休闲对战类的网页游戏，从2011年推出至今始终保持着一个高速的增长，2012年同比增长20.0%，2013年同比增长33.3%；神曲是一款西方魔幻题材的角色扮演类网页游戏，2013年同比增长40.5%。

2011-2013年第七大道的产品营收情况

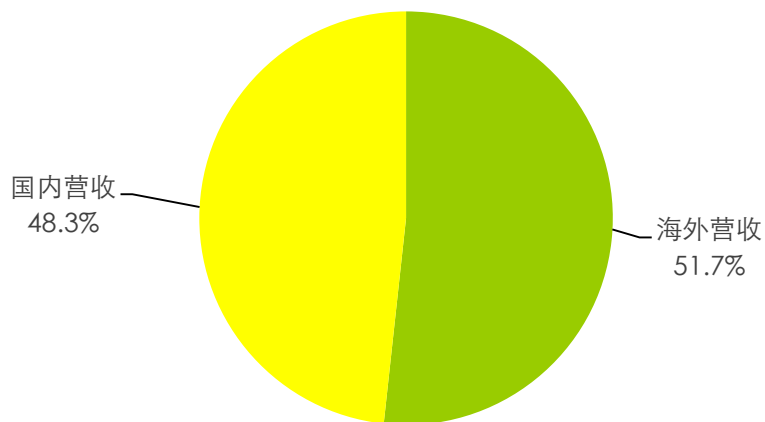


来源：艾瑞综合畅游财务报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。

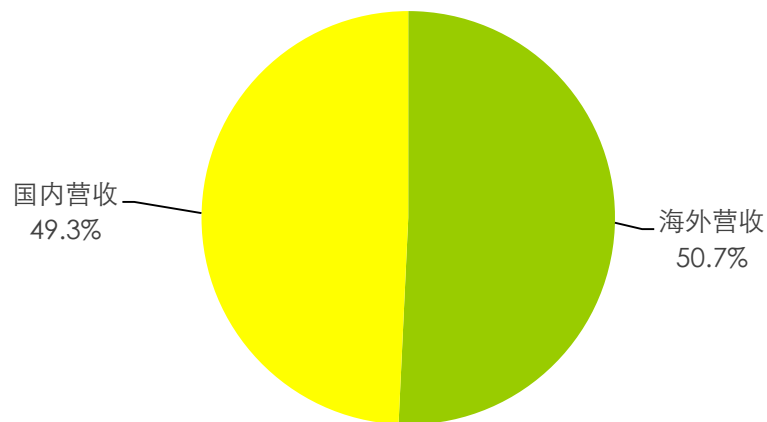
## 第七大道网页游戏海外营收占比超过国内营收

2013年第七大道旗下主要的两款网页游戏，神曲与弹弹堂的海外营收都超过了国内营收。艾瑞分析认为，这说明海外页游用户的游戏习惯与国内页游用户的游戏习惯有相似的地方，伴随着第七大道海外市场的进一步拓展，艾瑞预计2014年第七大道网页游戏海外营收占比将进一步提升。

2013年第七大道游戏《神曲》的地域营收情况



2013年第七大道游戏《弹弹堂》的地域营收情况



来源：艾瑞综合畅游财务报告、专家访谈、公开信息及桌面研究整理获得。



**50** 中国网页游戏行业面临的问题

**51** 中国网页游戏行业的发展趋势

## 中国网页游戏行业面临的问题

### 网页游戏进入平稳发展时期，推广成本将进一步上升

- 玩家游戏习惯逐渐成熟，广告引流策略开始失去效果
- 用户规模增长出现瓶颈，大型平台及渠道的争夺战将更为激烈

### 精品化策略的推行，带来研发成本的上升

- 网页游戏品牌化发展带来IP资源的争夺战
- 受网速及开发技术制约，3D网页游戏难获得足够推广资源

### 网络游戏上市企业开始进场，市场格局或面临洗牌

- 以畅游、完美为首的大型客户端游戏研发企业开始拓展网页游戏研发、联运业务
- 以奇虎360、百度为首的非游戏企业开始拓展网页游戏研发、联运业务

### 同属于碎片化时间游戏，移动端游戏高速发展带来冲击

- 2014年移动端游戏市场规模占比或超过网页端游戏，成为第二大细分领域

## 中国网页游戏行业的发展趋势

资本市场开始认可网页游戏，市场并购将持续发生

- 云游控股的上市及游族网络与37游戏的并购，为同类企业带来成熟经验

海外市场已经打开，将成为网页游戏新的爆发点

- 国内页游企业已经在港澳台地区、越南、泰国及韩国市场取得Top规模

游戏类型与玩法不断创新，差异化带来细分领域的蓝海

- 跳舞、音乐及MOBA类网页游戏已经出现，并开始盈利
- FPS及竞速类网页游戏正在研发，也即将开始出现

微端与HTML5技术逐渐成熟，端页游区别日益缩小

- 微端页游结合了端游的高品质和页游的快速迭代，带来市场的新动向

报告数据的收集和分析主要桌面资料搜集、企业财报整理、行业专家访谈，以及艾瑞数据产品，同时采用在线问卷调查方法，对移动游戏行业产业链相关环节进行深入访谈和研究而获得。

## 艾瑞网络调研（行业研究）方法说明

### 1、行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。

桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。

艾瑞获得一些公开信息的渠道：

- 政府数据与信息
- 相关的经济数据
- 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

### 2、市场发展预估研究部分主要采用桌面研究、行业访谈以及数据的模型化推算的方法：

通过桌面研究及访谈获取市场运行相关数据。

对基础数据进行合理化推算，并依据评估模型和行业经验曲线对数据进行回归和预测。

在上述数据流程进行的同时，艾瑞咨询会对影响未来市场发展的关键因素进行评估，并根据评估情况对预测数值进行调整与修正，最终获取市场预测数值。

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，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，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

### 公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

### 公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

### 公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

### 联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴。



艾瑞咨询集团



扫描二维码  
关注艾瑞咨询集团  
官方订阅微信

成为新经济时代规模最大、客户口碑最好，并持续领先的新经济专业研究机构。