



گزارش صنعت
 برنامه‌های موبایل
 در ایران
 اندازه، رشد و روندها

cafebazaar.ir

در سال ۱۳۹۸

فهرست

صفحه

۲	مقدمه
۳	بازار در یک نگاه ۱۳۸۹-۱۳۹۸
۴	بازار در سال ۱۳۹۸

روندها

۷	بازار در ۵ سال اخیر
۸	۲۴ میلیون تراکنش موفق در سال ۱۳۹۸
۹	۱۸۹ میلیارد تومان درآمد خالص توسعهدهندها در سال ۱۳۹۸

بازی‌ها و برنامه‌ها

۱۱	سهم بازی‌ها: یک پنجم تراکنش، یک سوم درآمد
۱۲	فراز خریدارها و فرود فروشندها در سال ۱۳۹۸
۱۳	حجم بازار؛ رشد سال به سال و روند سال ۱۳۹۸
۱۴	افزایش تمایل مصرف‌کننده‌ی محصولات دیجیتال به خرید
۱۵	روند دانلود برنامه در سال ۱۳۹۸ و رشد سال به سال نصب فعال
۱۶	۲/۱۳ میلیارد بار جستجو در سال ۱۳۹۸

برنامه‌ها

۱۸	توزیع درآمد برنامه‌ها در استان‌های کشور
۱۹	۱/۲ میلیارد بار دانلود و به روز رسانی برنامه‌ها
۲۰	دانلود و به روز رسانی از دسته‌های مختلف برنامه در سال ۱۳۹۸
۲۱	۴۹ میلیون بار ثبت امتیاز برای برنامه‌ها توسط کاربران در سال ۱۳۹۸
۲۲	درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از برنامه‌ها
۲۳	سهم برنامه‌های فروشنده از کل برنامه‌های هر دسته
۲۴	بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های برنامه
۲۵	بیشترین و کمترین رشد در تعداد تراکنش دسته‌های مختلف برنامه
۲۶	۳۲ هزار برنامه‌ی فعال فروشنده در سال ۱۳۹۸
۲۷	۳ میلیون خریدار برنامه‌ها
۲۸	نقشه‌ی رقابت برنامه‌ها در صنعت محصولات دیجیتال
۲۹	برترین برنامه‌های ایرانی در سال ۱۳۹۸

بازی‌ها

۳۱	توزیع درآمد بازی‌ها در استان‌های کشور
۳۲	بیش از ۶۷۰ میلیون بار دانلود و به روز رسانی بازی‌ها
۳۳	دانلود و به روز رسانی از دسته‌های مختلف بازی در سال ۱۳۹۸
۳۴	۳۰ میلیون بار ثبت امتیاز برای بازی‌ها در سال ۱۳۹۸
۳۵	درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از بازی‌ها
۳۶	سهم بازی‌های فروشنده از کل بازی‌ها
۳۷	بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های مختلف بازی‌ها
۳۸	بیشترین و کمترین رشد در تعداد تراکنش دسته‌های مختلف بازی
۳۹	۷,۷۰۰ فروشنده بازی در سال ۱۳۹۸
۴۰	۹۶۳ هزار خریدار بازی‌ها
۴۱	نقشه‌ی رقابت بازی‌ها
۴۲	برترین بازی‌های ایرانی در سال ۱۳۹۸

سال ۹۸ در یک نگاه

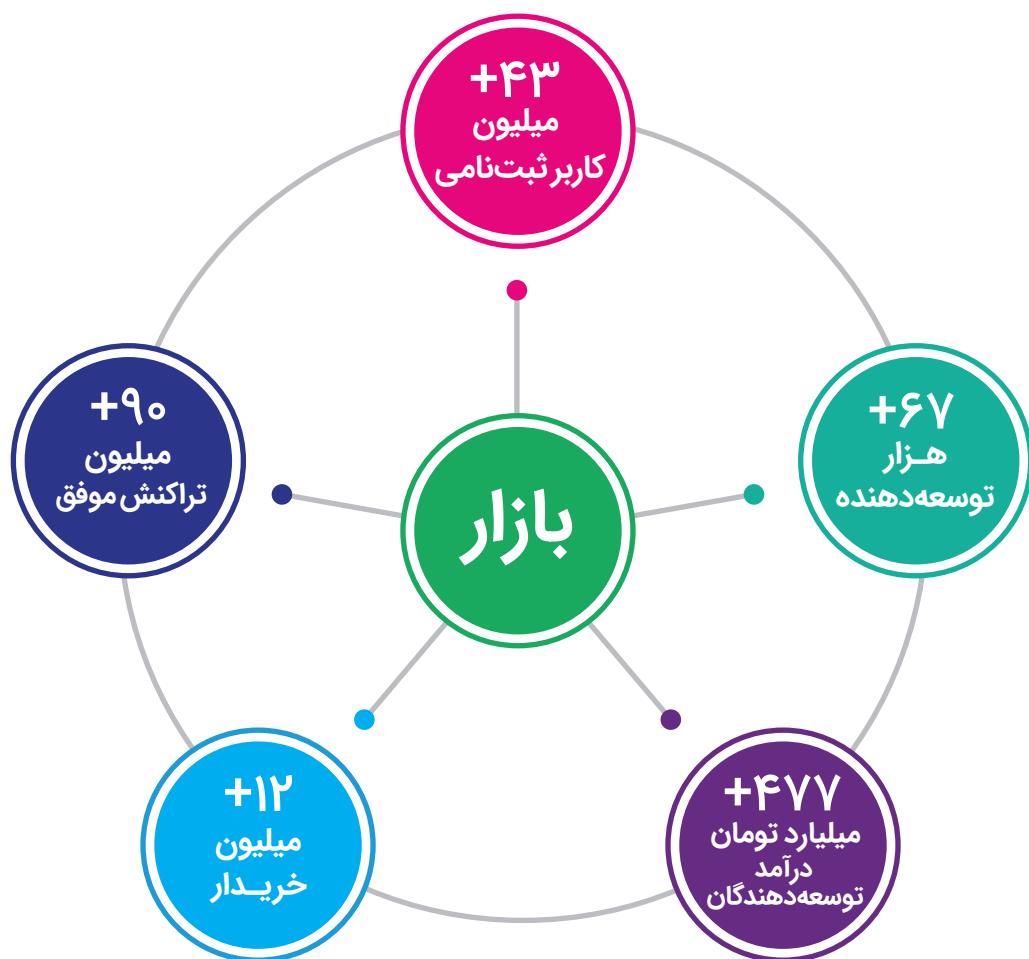
مقدمه

کافه بازار، «گزارش صنعت برنامه‌های موبایل ایران در سال ۹۸» را با هدف ساختن تصویری روشن‌تر از صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی اندروید، تدوین کرده است.

بر اساس این گزارش، در انتهای سال ۹۸، بازار به عنوان بستر توزیع برنامه، بازی و ویدئو، ۴۱ میلیون نصب فعال داشته است. کاربران بازار، ۱/۸۵ میلیارد بار، برنامه و بازی دانلود یا به روزرسانی کرده‌اند. همچنین ۷/۳ میلیون خریدار محصولات دیجیتال، با ثبت بیش از ۲۴ میلیون تراکنش موفق، ۱۸۹ میلیارد تومان درآمد خالص نصیب توسعه‌دهنده‌های بازی و برنامه کرده‌اند که در مقایسه با سال ۹۷، ۸۳ درصد افزایش داشته است.

در این گزارش ضمن بررسی رفتار کاربران، میزان رشد شاخص‌های مختلف در ۲۴ دسته‌ی برنامه و ۱۲ دسته‌ی بازی نیز ارائه شده است. صنعت برنامه‌های موبایل و کسب‌وکارهای آنلاین هم در سال ۹۸ تحت تأثیر روندهای کلان اقتصادی و اجتماعی مانند شیوع کرونا بود. ولی بررسی این صنعت نشان می‌دهد، روند رو به رشد آن در سال ۹۸ همچنان حفظ شده است.

کافه بازار تلاش می‌کند شاخص‌های صنعت و روند تغییر آن با انتشار این نوع از گزارش‌ها، برای تمام بازیگران صنعت برنامه‌های موبایلی در دسترس و واضح شود؛ تا بتوانند با آگاهی عمیق‌تر و شناخت بهتر از گذشته، تصمیمات درست‌تری برای دستیابی به آینده‌ای روشن‌تر بگیرند.



در انتهای
سال ۹۸

نصب فعال

۴۱
میلیون

رشد سال به سال

▲ ۱۶%

۱۸۵
میلیارد

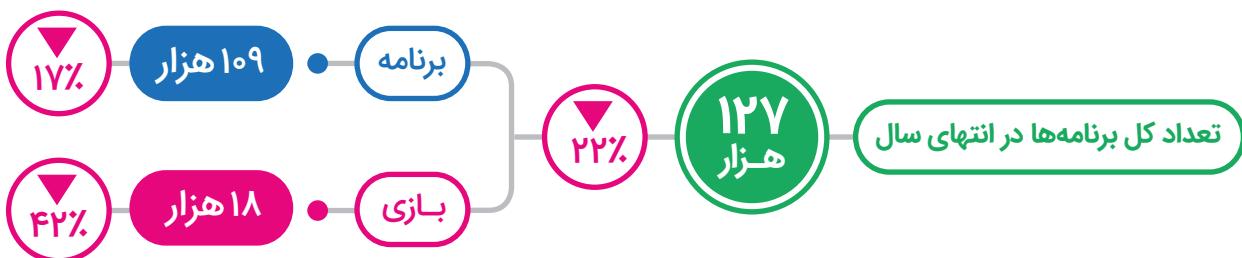
تعداد دانلود و به روز رسانی

رکورد دانلود و به روز رسانی روزانه

۱۳/۷
میلیون

رکورد کاربر فعال روزانه

۶/۴۴
میلیون



توسعه‌دهنده‌ی فقال: تیم توسعه‌دهنده‌ای که حداقل یک برنامه‌ی در حال انتشار در بازار داشته باشد.

درآمد خالص توسعه‌دهنده: سهم برنامه از مبلغ پرداخت شده توسط خریدار که بعد از کسر سهم بازار به او تعلق می‌گیرد.

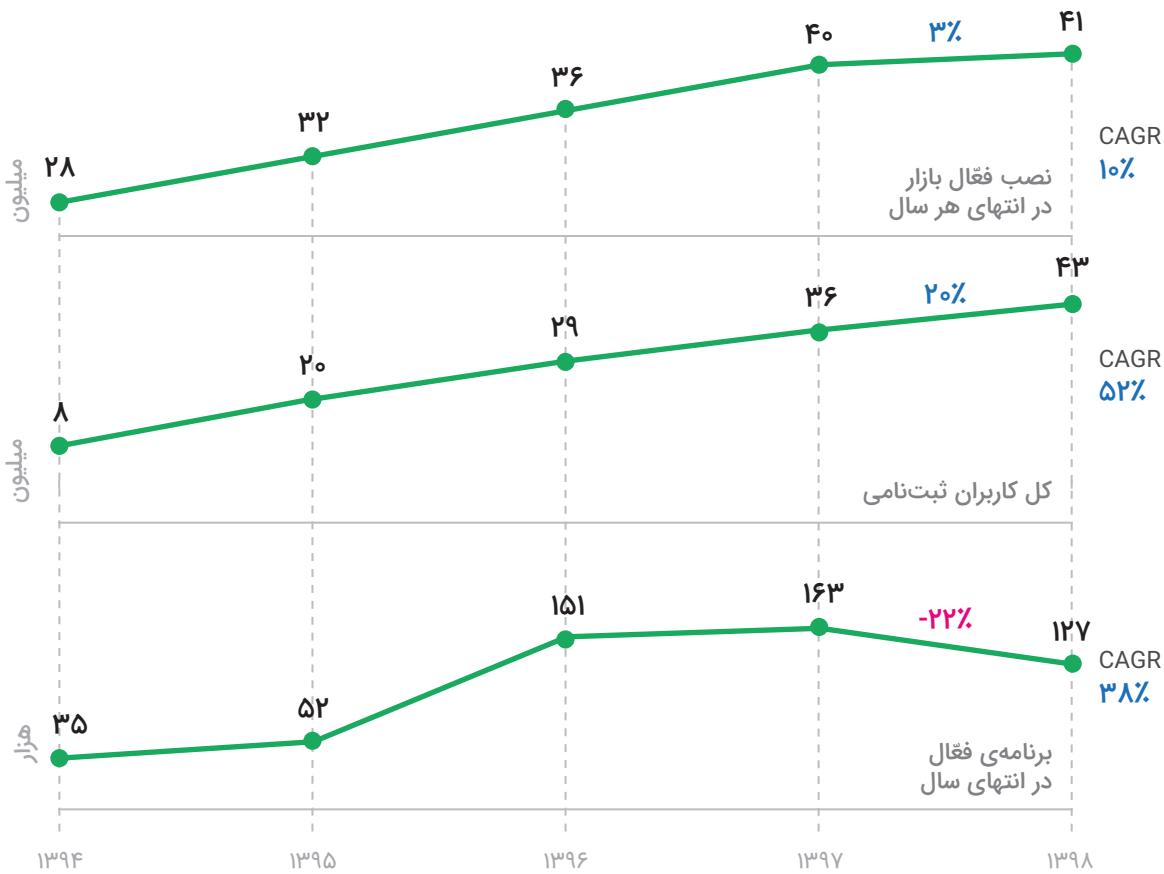
تراکنش موفق: پرداخت موفقی که توسط خریدار، برگشت (refund) نخورده باشد.

▲ رشد سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷



روندها

در سال ۹۸، با ثبت نام بیش از ۷ میلیون کاربر جدید، تعداد کل کاربران ثبت‌نامی در بازار به بیش از ۴۳ میلیون نفر رسید.



CAGR-Compound annual growth rate

نصب فعال: تعداد کاربرانی که در طول دو ماه گذشته از زمان گزارش‌گیری، برنامه‌ی بازار روی تلفن همراهشان نصب بوده است.

کاربر ثبت‌نامی: کاربرانی که در بازار حساب کاربری ساخته‌اند. استفاده از امکانات عمومی بازار مثل دانلود برنامه نیازی به ساخت حساب کاربری ندارد.

برنامه‌ی فعال: به برنامه یا بازی‌ای گفته می‌شود که در زمان گزارش‌گیری در حالت انتشار باشد.

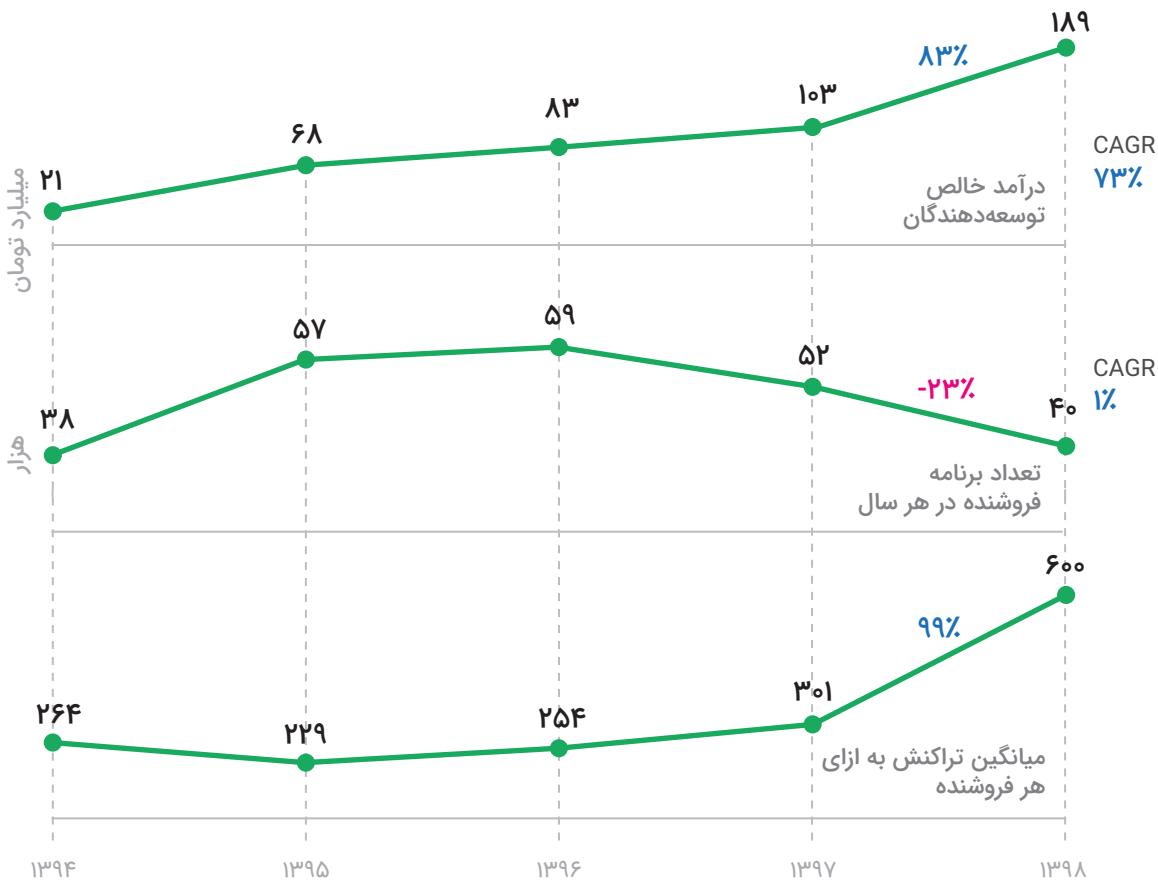
با افزایش تعداد خریدار و میانگین تکرار خرید، تعداد تراکنش موفق ۵۰ درصد افزایش یافت.



تراکنش موفق: پرداخت موفقی که از طرف خریدار، برگشت (refund) نخورده باشد.
CAGR-Compound annual growth rate: نرخ رشد مرکب سالانه

از کل ۹۰ میلیون تراکنش موفق انجام شده از سال ۸۹، ۲۴ میلیون تراکنش در سال ۹۸ توسط ۳/۷ میلیون خریدار انجام شده که نشان‌دهنده‌ی بیشترین رشد سال به سال است.

با وجود کاهش برنامه‌های فروشنده، درآمد توسعه‌دهنده‌ها و میانگین تعداد تراکنش به ازای هر فروشنده افزایش یافته است.



CAGR-Compound annual growth rate
برنامه‌ی فروشنده: برنامه یا بازی‌ای که در دوره‌ی گزارش حداقل یک تراکنش موفق داشته باشد.
درآمد خالص توسعه‌دهنده: سهم توسعه‌دهنده از مبلغ پرداخت شده توسط خریدار.

در انتهای سال ۹۸، مبلغ کل درآمد توسعه‌دهنده‌ها از زمان تأسیس بازار به بیش از ۴۷۷ میلیارد تومان رسید. درآمد توسعه‌دهنده‌ها در سال ۹۸ در مقایسه با سال ۹۷، ۸۳ درصد رشد داشته و به بیش از ۱۸۹ میلیارد تومان رسیده که توسط ۴۰ هزار برنامه‌ی فروشنده‌ی فعال به دست آمده است. تعداد برنامه‌ی فروشنده، روند نزولی خود را از سال ۹۷ ادامه داده و در سال ۹۸ با ۲۳ درصد کاهش به ۴۰ هزار برنامه‌ی فروشنده‌ی فعال رسیده است. در حالی که درآمد توسعه‌دهنده‌ها (۸۳ درصد)، تعداد تراکنش (۵۰ درصد)، تعداد خریدار (۱۲ درصد) و در نهایت تعداد تراکنش به ازای هر فروشنده (۹۹ درصد) در سال ۹۸ افزایش یافته است.

برنامه‌ها و بازی‌ها

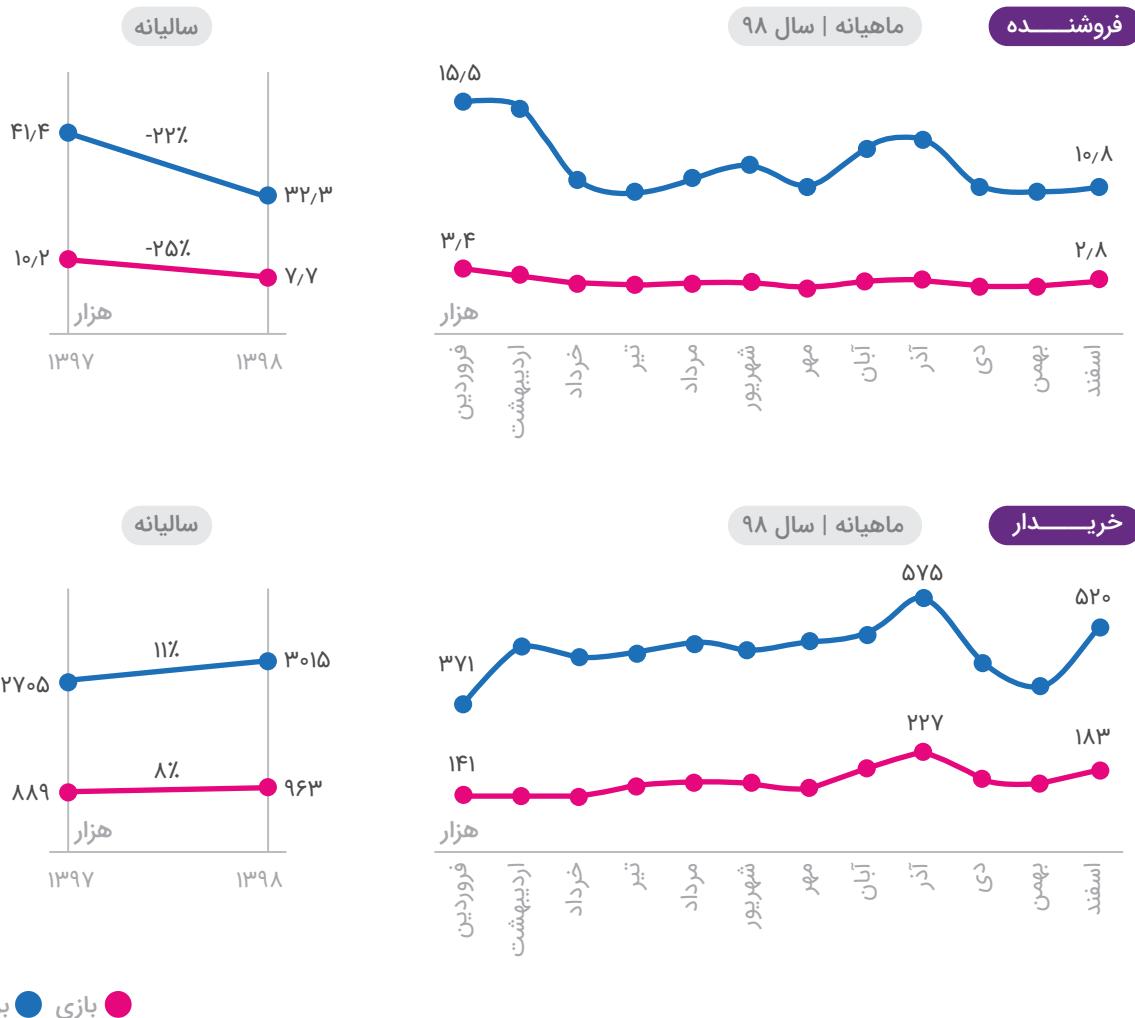
در مقایسه با سایر برنامه‌های فروشنده، بازی‌های فروشنده میانگین نصب بیشتر و درآمد بالاتر به ازای هر تراکنش دارند.



میانگین درآمد از هر تراکنش، هزینه‌ی پرداخت شده توسط خریدار است.

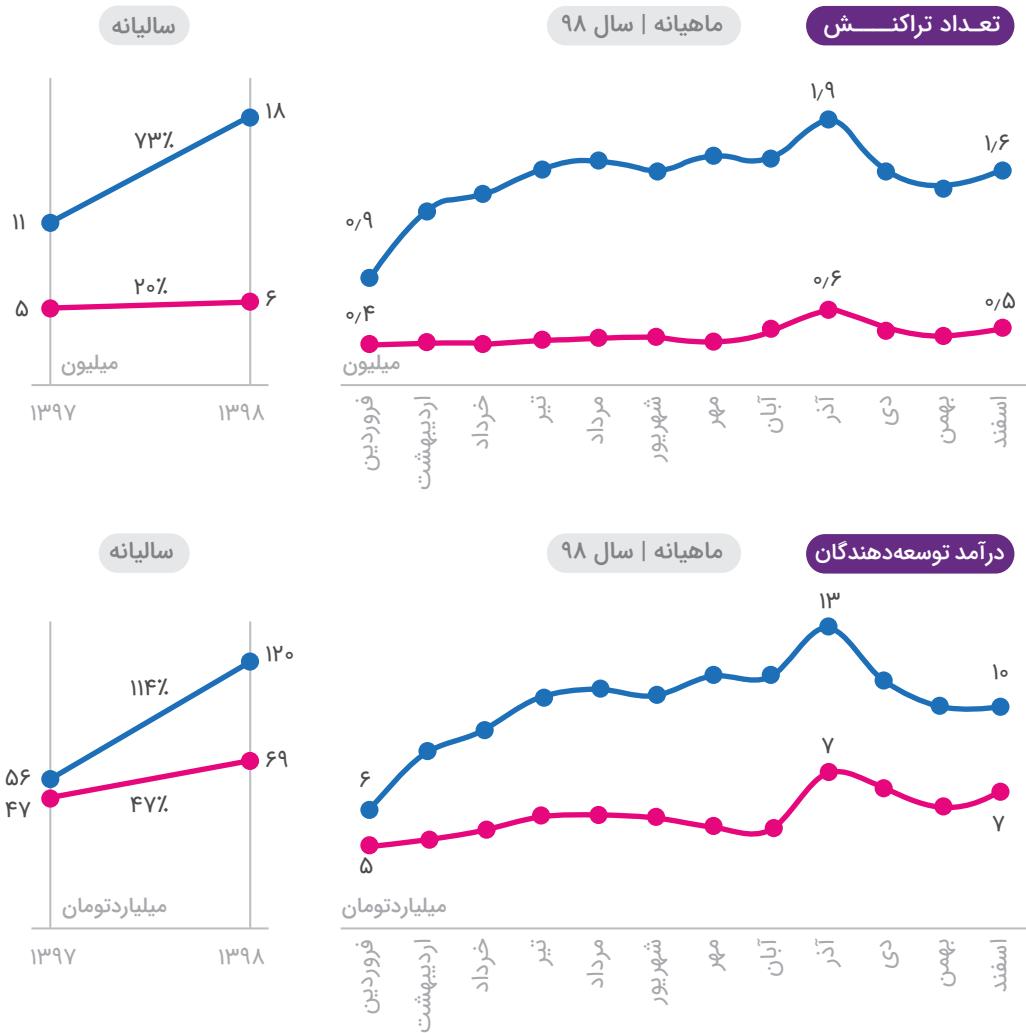
در انتهای سال ۹۸، میانگین نصب فعال بازی‌های فروشنده، ۴,۳۰۰ نصب فعال و برای برنامه‌های فروشنده ۲,۸۰۰ نصب فعال است. از طرفی میانگین مبلغ ریالی هر تراکنش در بازی‌ها ۱/۸۸ برابر میانگین تراکنش در سایر برنامه‌ها است.

در سال ۹۸، تعداد خریداران افزایش و تعداد فروشنده‌های محصولات دیجیتال در بازار کاهش یافت.



تعداد کل فروشنده‌های فعال در سال ۹۸ در مقایسه با سال ۹۷، در بازی‌ها ۲۵ درصد و برنامه‌ها ۲۲ درصد کاهش یافته است. در طول سال، تعداد برنامه‌های فروشنده با فراز و نسبی همراه بوده است؛ به طوری که در فصل پاییز افزایش نسبی و در زمستان کمترین تعداد فروشنده‌ی فعال را شاهد بوده‌ایم.

درآمد بازی‌ها و برنامه‌ها در آذرماه ۹۸ به بیشترین اندازه‌ی خود رسیده و در سه ماه آخر سال کاهش یافته است.



درآمد توسعه‌دهندگان و تعداد تراکنش‌های موفق در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ افزایش یافته است. برنامه‌ها با ۷۳ درصد افزایش به ۱۸ میلیون تراکنش و بازی‌ها با ۲۰ درصد افزایش به ۶ میلیون تراکنش رسیده‌اند. درآمد توسعه‌دهندگان برنامه نسبت به سال ۹۷ بیش از دو برابر افزایش یافته و به عدد ۱۲۰ میلیارد تومان رسیده است. درآمد توسعه‌دهندگان بازی هم با ۴۷ درصد افزایش نسبت به سال ۹۷، به عدد ۶۹ میلیارد تومان در سال ۹۸ رسیده است.

در سال ۹۸، خریداران به دفعات و هزینه‌ی بیشتر در مقایسه با سال ۹۷ از محصولات دیجیتال خرید کردند.



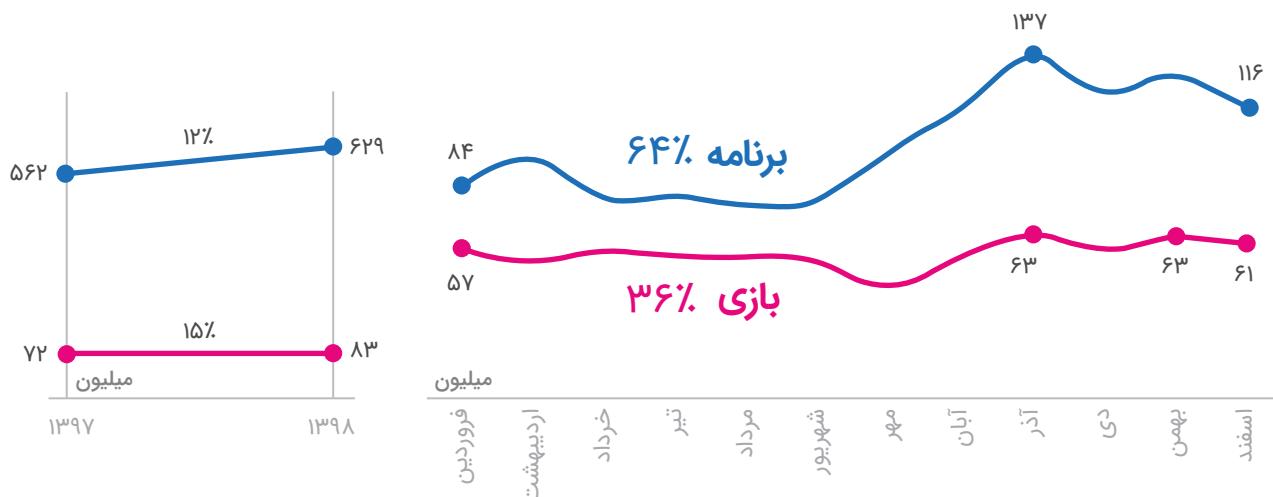
میانگین درآمد از هر فروش و هر خریدار مربوط به سهم برنامه از فروش است.

در سال ۹۸ کماکان «میانگین درآمد سالیانه از هر خریدار»، «میانگین درآمد از هر فروش» و «تعداد خریدار به ازای هر فروشنده» در بازی‌ها بیشتر از برنامه‌ها بوده و در هر دو دسته نسبت به سال ۹۷ افزایش یافته است. در این سال برای هر بازی فروشنده ۱۲۵ و برای هر برنامه‌ی فروشنده ۹۳ خریدار وجود داشت که در مقایسه با سال ۹۷ هر دو رشد داشتند. از طرفی میانگین تکرار خرید هر خریدار در بازی‌ها به نسبت سال ۹۷ افزایش کمی داشته است ولی برای برنامه‌ها با افزایش به عدد میانگین ۴/۱ خرید به ازای هر خریدار در یک سال رسیده که برخلاف سال ۹۷ از میانگین تکراری خرید هر خریدار از بازی‌ها بیشتر است.

تعداد دانلود و به روز رسانی برنامه‌ها و بازی‌ها در نیمه‌ی دوم سال افزایش داشته و در آذرماه به بیشترین مقدار خود رسیده است.

نصب فعال در انتهای هر سال

دانلود و به روز رسانی

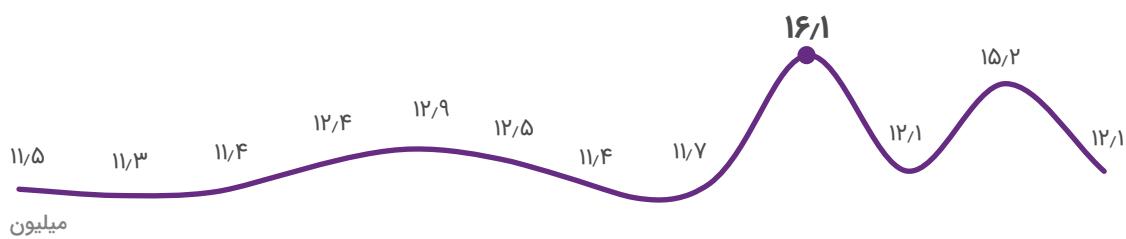


در سال ۹۸، کاربران بیش از ۱,۸۷۱,۰۰۰ بار اقدام به دانلود یا به روز رسانی برنامه‌ها و بازی‌ها از بازار کردند؛ ۶۴ درصد دانلودها مربوط به برنامه‌ها و ۳۶ درصد دانلودها مربوط به بازی‌ها است. این روند در شش ماهه‌ی دوم افزایش داشته است چنان‌که برنامه‌ها در ماه آذر به رکورد ۱۳۷ میلیون دانلود و بازی‌ها به ۶۳ میلیون دانلود در یک ماه رسیده‌اند.

در پایان سال ۹۸، مجموع نصب فعال برنامه‌ها و بازی‌ها در مقایسه با پایان سال ۹۷ تقریباً به یک میزان افزایش یافته و در مجموع به بیش از ۷۱۲ میلیون نصب فعال در اسفند ۹۸ رسیده است. برنامه‌های پرنصب شرکت‌هایی مانند گوگل و سامسونگ که معمولاً به طور پیش‌فرض روی گوشی‌ها نصب هستند در محاسبه‌ی نصب فعال در نظر گرفته نشده‌اند.

کاربران به طور میانگین هر ماه ۱۲/۵ میلیون کلمه متفاوت را جستجو می‌کنند.

تعداد کلمات منحصر به فرد جستجو شده در هر ماه



بیشترین جستجوی یک کلمه در ماه - میلیون

۱۳/۷	۸/۶	۳/۸	۳/۸	۳/۹	۳/۹	۳/۰	۳/۱	۴/۶	۳/۳	۴/۵	۴/۲
سه عبارت با بیشترین جستجو	تلگرام طایی	تلگرام	بازی	بازی	بازی	واتساب	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی
	بازی	تلگرام طایی	تلگرام	تلگرام	واتساب	ایнстاگرام	ایнстاگرام	ایнстاگرام	ایнстاگرام	ایnstagram	واتساب
	تلگرام	تلگرام بدون فیلتر	دانلود تلگرام طایی	واتساب	ایнстاگرام	واتساب	بازی	واتساب	واتساب	واتساب	ایnstagram

اسفند بهمن آذر دی شهریور مهر آبان شهریور مرداد تیر خرداد اردیبهشت فروردین

در سال ۹۸ کاربران بازار، بیش از ۲/۱۳ میلیارد بار برای یافتن برنامه‌ی دلخواه خود جستجو کرده‌اند که بیشترین آن در ماه آذر اتفاق افتاده است. کاربران به طور میانگین هر ماه ۱۲/۵ میلیون کلمه‌ی متفاوت را جستجو می‌کنند. رکورد این تعداد در ماه آذر به ۱۶/۱ میلیون کلمه‌ی منحصر به فرد جستجو شده رسیده است. در این نمودار سه کلمه‌ی پرجستجو در هر ماه نمایش داده شده و رکورد بیشترین جستجوی یک عبارت نوشته شده است.

برنامه‌ها



۸۷ درصد درآمد سال ۹۸ سهم توسعه‌دهنده‌های استان تهران شد.



بزرگتر از ۲۰%

۲۰% تا ۱۵%

۱۵% تا ۱۰%

۱۰% تا ۵%

۵% تا ۲%

جزئیات همه‌ی استان‌ها در پیوست ۱

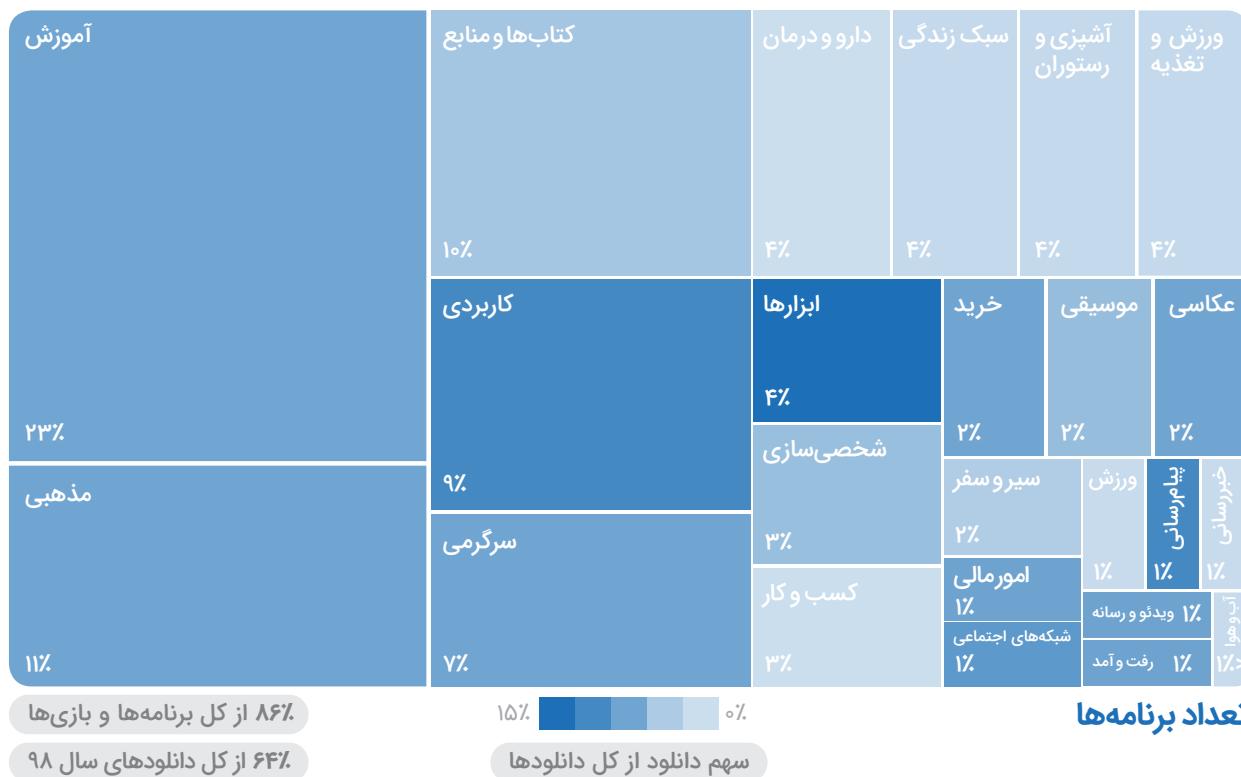
کمتر از ۲%

استان	سهم از توسعه‌دهنده
تهران	۲۷,۸%
خراسان رضوی	۸,۶%
اصفهان	۷,۶%
فارس	۵,۷%
خوزستان	۴,۴%
البرز	۴,۱%
آذربایجان شرقی	۳,۸%
آذربایجان غربی	۳,۶%
مازندران	۳,۳%
قم	۳,۱%
گیلان	۲,۹%
کرمان	۲,۳%
یزد	۲,۳%
کرمانشاه	۲,۰%
گلستان	۱,۸%
بقیه‌ی استان‌ها	۱۶,۹%

استان	سهم از برنامه
تهران	۲۰,۵%
گلستان	۱۱,۰%
خراسان رضوی	۹,۸%
آذربایجان غربی	۶,۶%
اصفهان	۵,۱%
فارس	۴,۷%
کرمانشاه	۴,۰%
آذربایجان شرقی	۳,۹%
خوزستان	۳,۴%
کرمان	۳,۴%
البرز	۳,۲%
مازندران	۳,۰%
گیلان	۲,۷%
قم	۲,۷%
بقیه‌ی استان‌ها	۱۶,۱%

استان	سهم از درآمد
تهران	۸۶,۹%
خراسان رضوی	۷,۲%
بقیه‌ی استان‌ها	۵,۹%

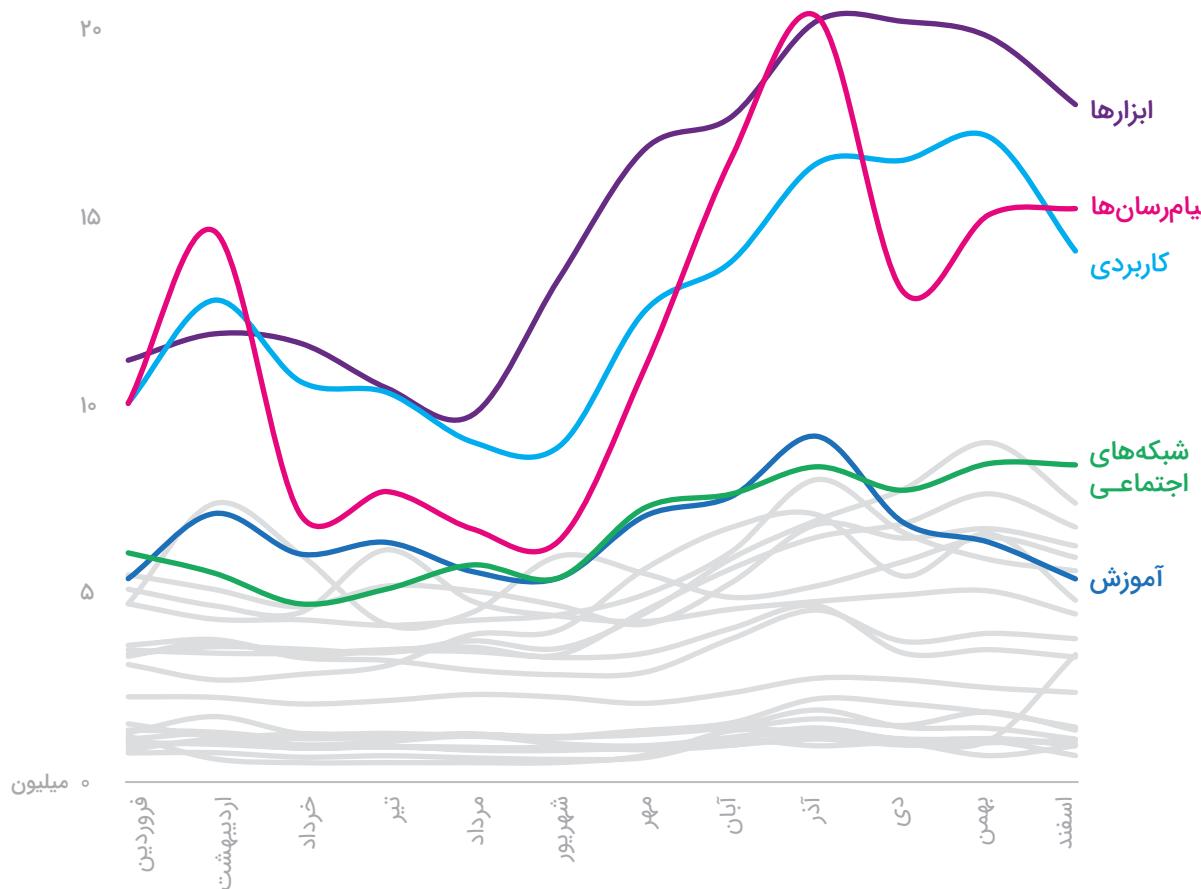
دسته‌ی آموزش بیشترین تعداد برنامه و دسته‌ی ابزارها بیشترین تعداد دانلود و به روز رسانی را دارد.



جزئیات در پیوست ۲

در انتهای سال ۹۸ بیش از ۱۰۹ هزار برنامه در دسترس کاربران بازار بود. دسته‌ی آموزش، مذهبی و کتاب‌ها و منابع به ترتیب بیشترین سهم را از کل برنامه‌ها دارند. در این سال برنامه‌ها بیش از ۱/۲ میلیارد بار دانلود شده‌اند. دسته‌های ابزارها، کاربردی و پیام‌رسان‌ها بیشترین سهم از دانلود را در سال ۹۸ داشتند.

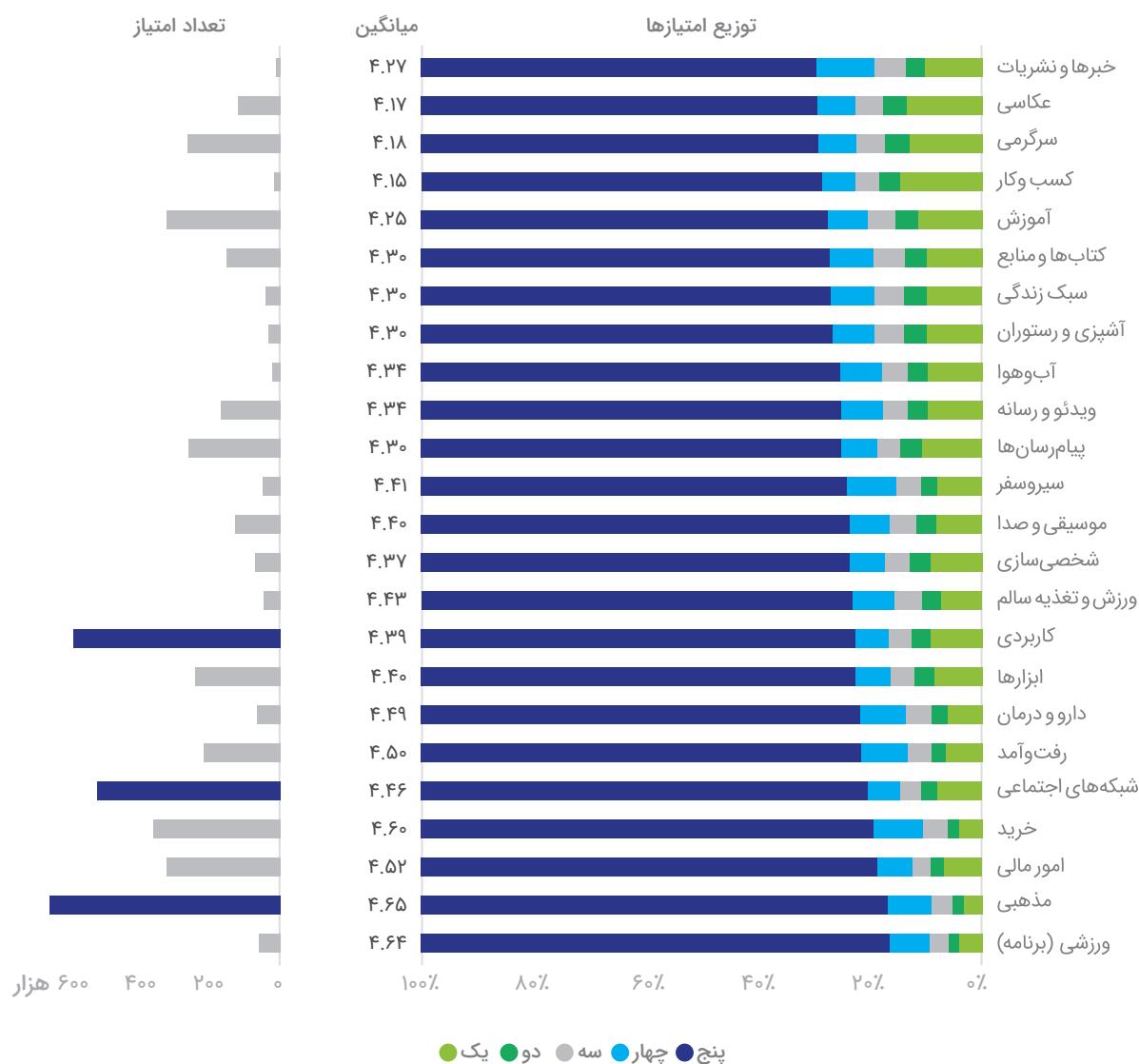
ابزارها، پیام‌رسان‌ها، کاربردی، شبکه‌های اجتماعی و آموزش به ترتیب بیشترین تعداد دانلود و به روز رسانی را در سال ۹۸ داشتند.



سهم دانلود همه‌ی دسته‌ها در پیوست ۲

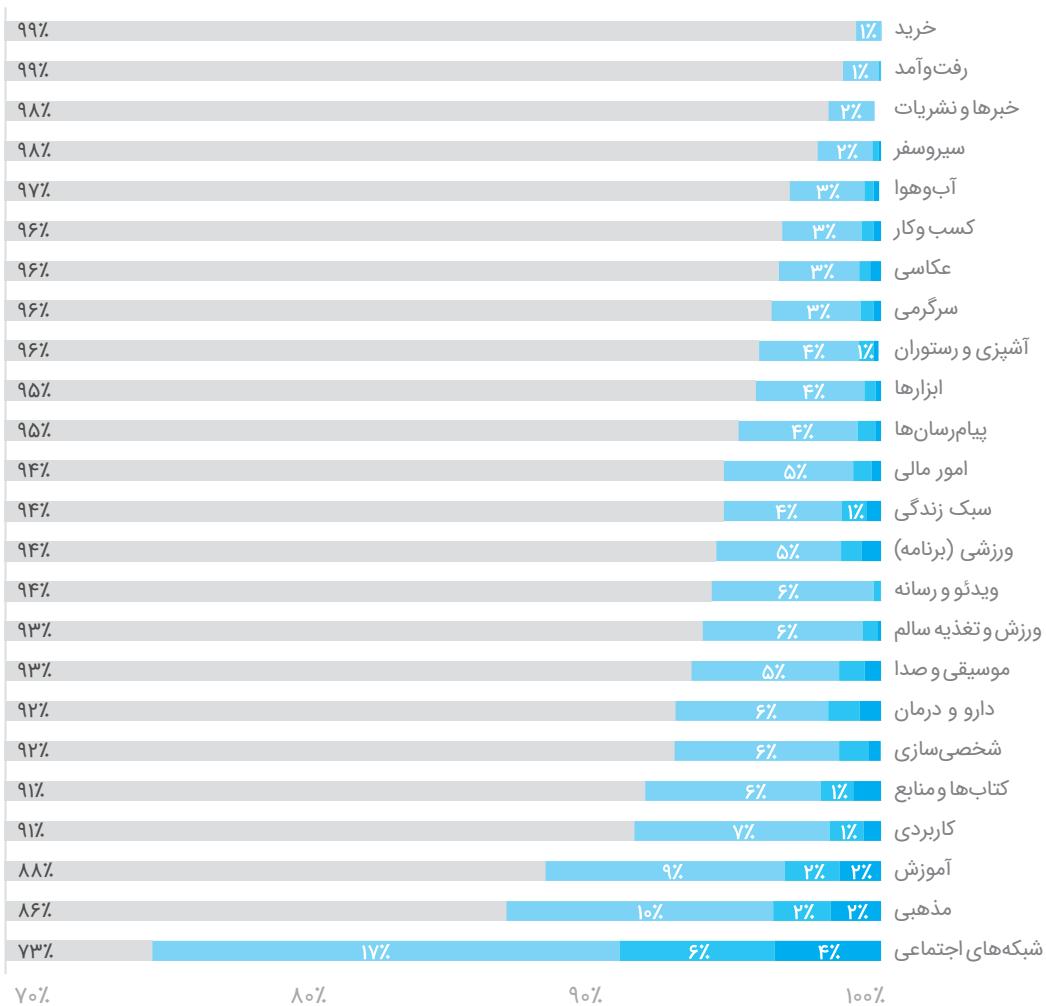
در طول سال ۹۸، روند دانلود و به روز رسانی برنامه‌ها از دسته‌های مختلف علاوه بر شرایط فصلی تحت تأثیر تحولات فضای بازار قرار گرفته است. برخی از دسته‌ها به طور کلی در شش ماهه‌ی دوم با افزایش دانلود مواجه بودند.

دسته‌های ورزشی، مذهبی و امورمالی بیشترین امتیاز ۵ را در بین تمام امتیازات ثبت شدهی خود دارند.



از ۷۸ میلیون امتیاز ثبت شده توسط کاربران در سال ۹۸، ۴۹ میلیون امتیاز به برنامه‌ها تعلق دارد. در این سال، کاربران بیشترین تعداد امتیاز را در دسته‌های مذهبی، کاربردی و شبکه‌های اجتماعی ثبت کردند. برنامه‌های دسته‌ی ورزشی، مذهبی و امورمالی به ترتیب بیشترین امتیاز ۵ و دسته‌های خبرها و نشریات، عکاسی و سرگرمی کمترین امتیاز ۵ را گرفته‌اند. با این وجود میانگین امتیاز ثبت شده در همهی دسته‌ها بیشتر از ۴ است.

در اغلب دسته‌ها، بیشتر خریداران خریدهای خود را تنها از یک رقیب انجام می‌دهند.

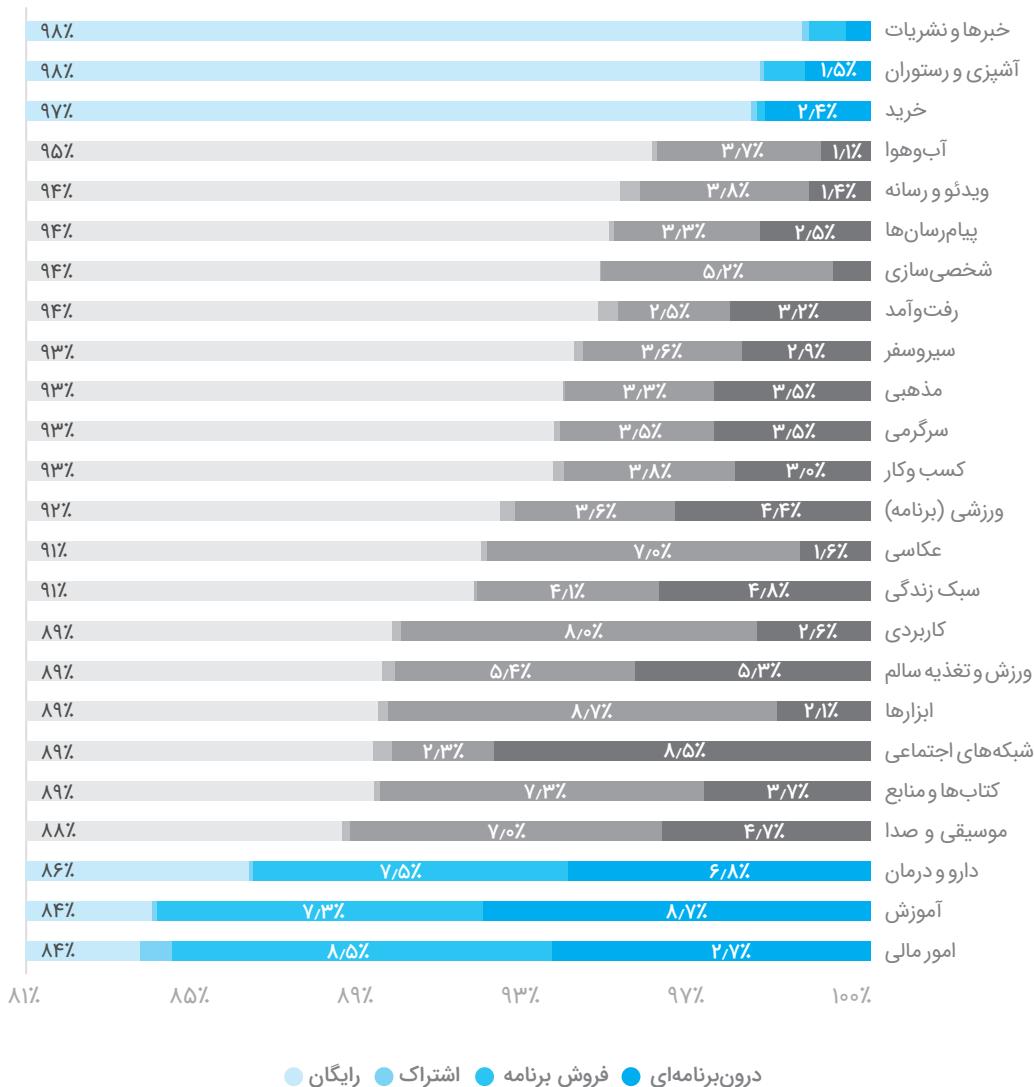


● بیش از چهار فروشنده ● سه فروشنده ● دو فروشنده ● یک فروشنده

بیشترین اشتراک خریدار در دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی اتفاق افتاده است. در برنامه‌های این دسته ۷۳ درصد خریداران تمام خریدهای خود را تنها از یک فروشنده انجام داده‌اند. ۱۷ درصد خریداران از دو فروشنده‌ی مختلف، ۶ درصد آن‌ها از سه فروشنده و در نهایت ۴ درصد باقی‌مانده از بیش از ۴ فروشنده مختلف خرید کرده‌اند.

در سال ۹۸، بعد از دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌های دسته مذهبی و آموزش بیشترین اشتراک خریداران را بین فروشنده‌های مختلف دارند. در این سال، دسته‌های خرید، رفت و آمد و خبرها و نشریات کمترین اشتراک خریدار را داشته‌اند.

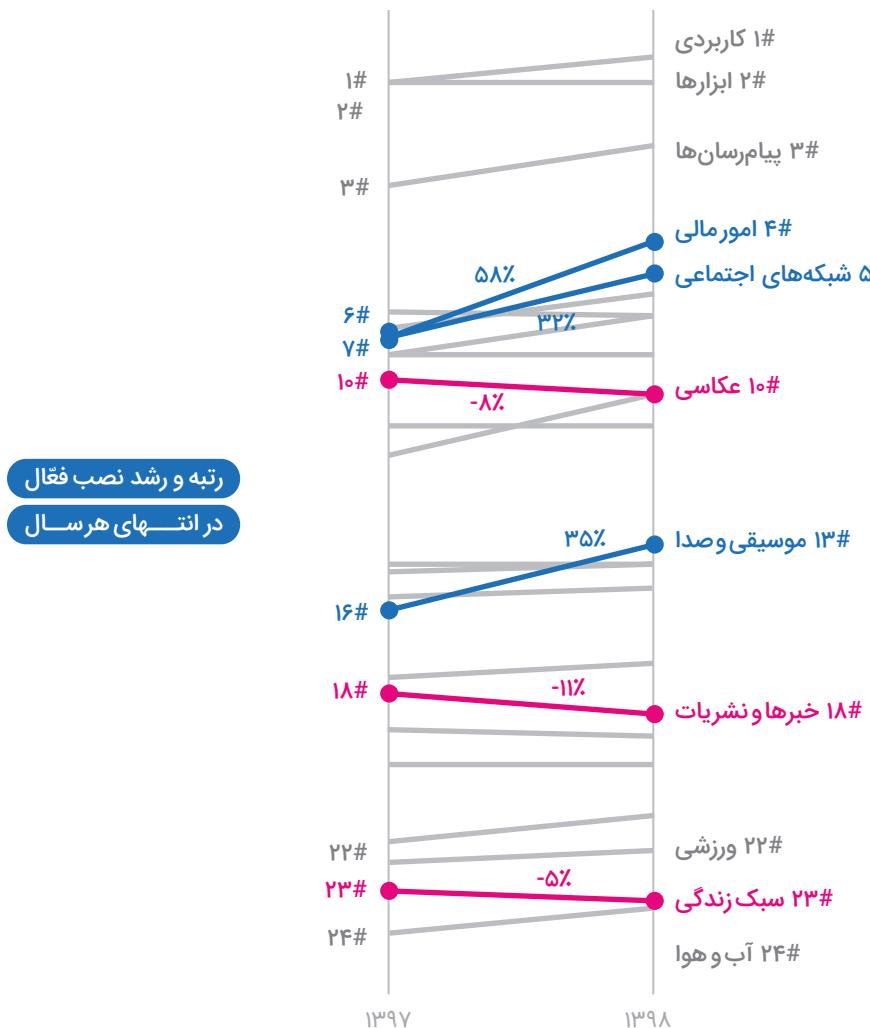
در دسته‌های امور مالی، آموزش و دارو و درمان، توسعه‌دهندگان تمایل کمتری به انتشار برنامه‌های رایگان دارند.



درومند ● فروش برنامه‌ای ● اشتراك ● رايگان

تمام دسته‌ها به طور یکسان امکان فروش محصولات دیجیتال را ندارند. از این‌رو بخش بزرگی از برنامه‌های منتشرشده در هر دسته، هیچ محصول دیجیتالی برای فروش ندارند. برخی از این برنامه‌ها به طور کلی سرویس رایگان ارائه می‌دهند و بخشی از آن‌ها از راه فروش محصولات غیردیجیتال درآمد داشته و از روش‌های پرداخت بازار استفاده نمی‌کنند. تاکسی‌های آنلاین یا خرده‌فروشی‌های آنلاین و یا برنامه‌هایی که از تبلیغات درآمد دارند، جزو برنامه‌های رایگان در بازار دسته‌بندی می‌شوند. با توجه به تعاریف فوق، این نمودار نشان می‌دهد درصد از برنامه‌های هر دسته رایگان و چند درصد آن‌ها محصولات دیجیتال دارند. برنامه‌های رایگان در دسته‌های امور مالی، آموزش و دارو و درمان کمترین سهم و در دسته‌های خبرها و نشریات، آشپزی و رستوان و خرید بیشترین سهم را دارند.

برنامه‌های امور مالی، موسیقی و صدا و شبکه‌های اجتماعی بیشترین رشد تعداد کل نصب فعال را در مقایسه با انتهای سال ۹۷ داشتند.



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

در انتهای سال ۹۸، دسته‌های کاربردی، ابزارها و پیام‌رسان‌ها به ترتیب بیشترین تعداد نصب فعال را داشته‌اند و جایگاه برتر خود را در سال ۹۷ حفظ کرده‌اند. دسته‌های آب و هوا، سبک زندگی و ورزشی همانند سال ۹۷ در سال ۹۸ هم به ترتیب کمترین تعداد نصب فعال را در بین دسته‌های مختلف برنامه‌ها دارند. بیشترین رشد تعداد نصب فعال در مقایسه با سال ۹۷ مربوط به دسته‌های امور مالی، موسیقی و صدا و شبکه‌های اجتماعی است. دسته‌ی امور مالی از جایگاه هفتم در سال ۹۷ به جایگاه ۴ در سال ۹۸ رسیده است. تعداد نصب فعال دسته‌های خبرها و نشریات، عکاسی و سبک زندگی در مقایسه با سال ۹۷ کاهش داشته است.

برنامه‌های دسته خرید، ورزشی و ورزش و تغذیه بیشترین رشد تراکنش موفق را در مقایسه با سال ۹۷ داشتند.



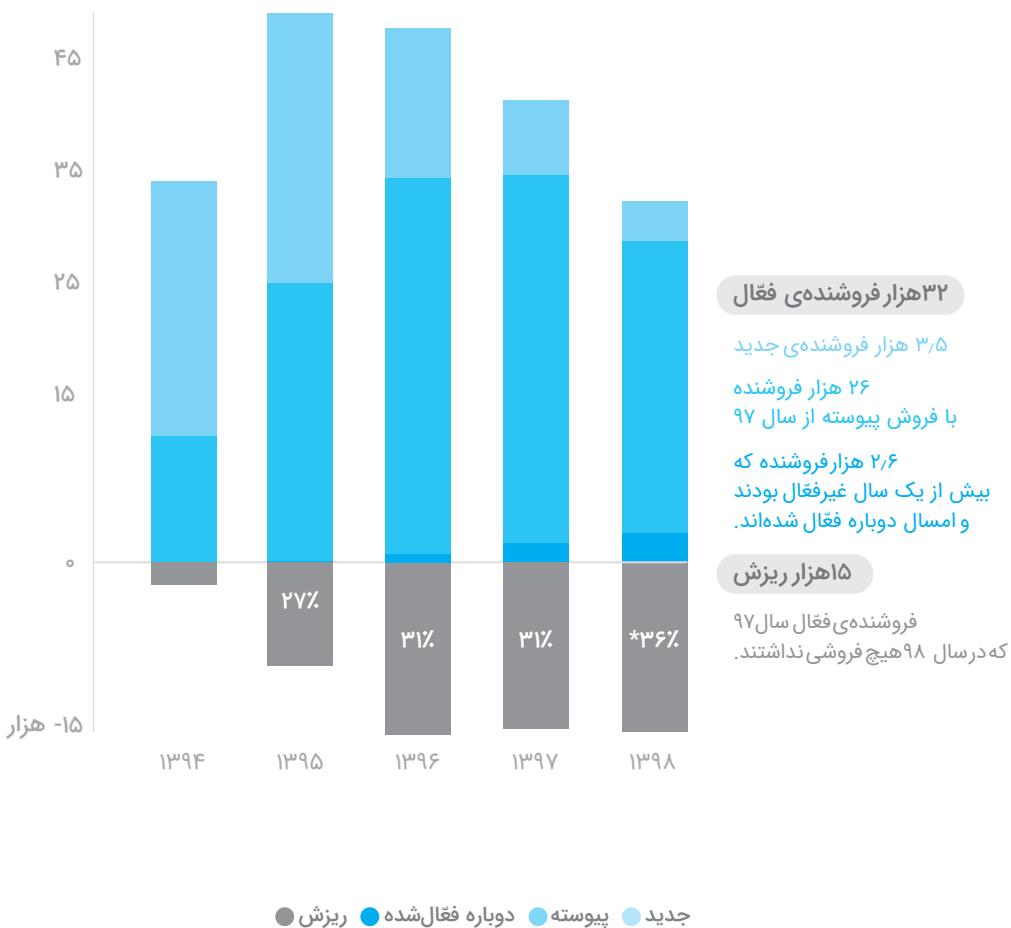
نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ^۳

در سال ۹۸، دسته‌های خرید، شبکه‌های اجتماعی و ویدیو و رسانه با حفظ جایگاه برتر خود همچون سال ۹۷ بیشترین تعداد تراکنش را بین دسته‌های مختلف برنامه داشتند.

بیشترین رشد تعداد تراکنش مربوط به دسته‌های خرید، ورزشی و ورزش و تغذیه است که باعث شده دسته‌ی ورزش و تغذیه از جایگاه ۹ در سال ۹۷ به جایگاه ۶ در سال ۹۸ و دسته‌ی ورزشی از جایگاه ۱۸ به جایگاه ۱۳ برسد.

در این سال، دسته‌های پیام‌رسان‌ها، کسب و کار و سفر با کاهش تعداد تراکنش نسبت به سال ۹۷ مواجه بودند. در نتیجه پیام‌رسان‌ها از جایگاه ۶ در سال ۹۷ به جایگاه ۱۲ در سال ۹۸ سقوط کردند.

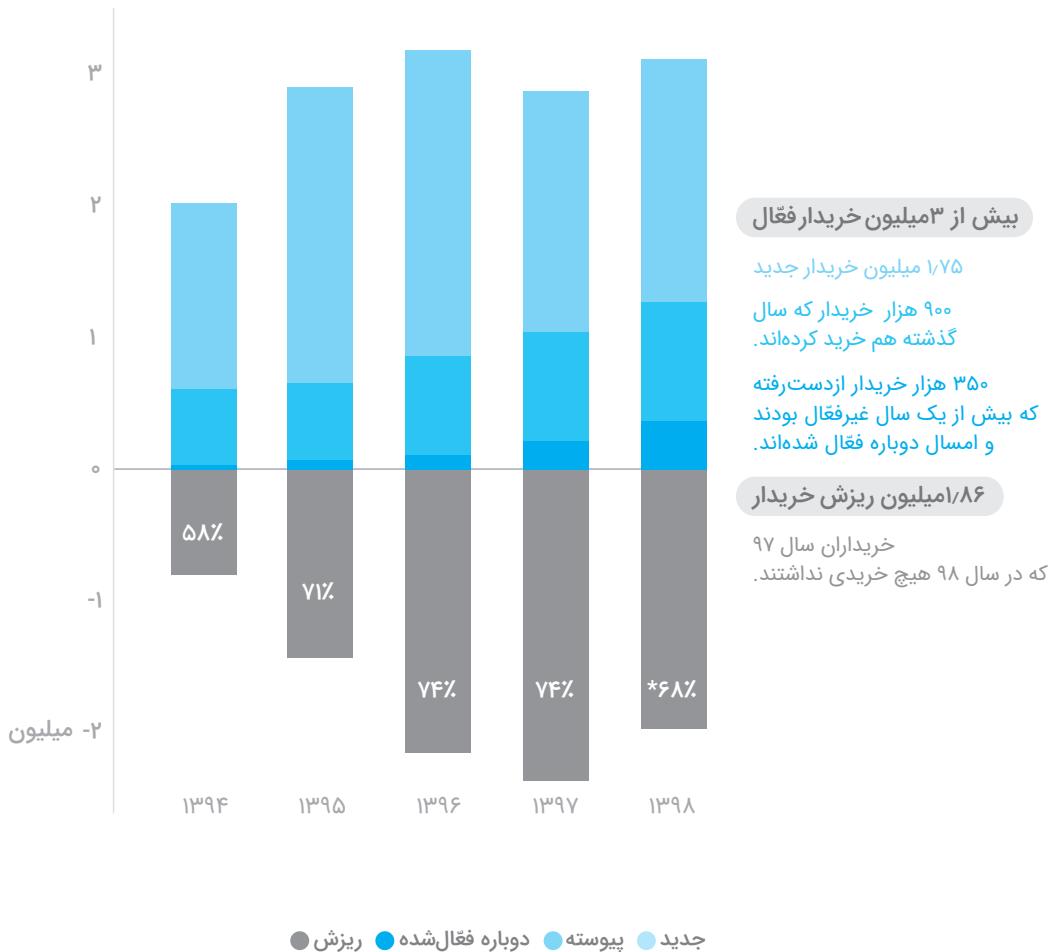
در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، بیش از ۸۴ هزار برنامه در بازار فروش داشتند که ۳۲ هزار عدد از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند.



* نرخ ریژن برنامه: درصد برنامه‌هایی که سال گذشته فروش داشتند و امسال دیگر فروش ندارند.

از ۳۲ هزار فروشندۀ در سال ۹۸، ۳۵۰۰ تا فروشندۀ جدید هستند و ۲۶ هزار تا فروشندۀ برنامه‌هایی هستند که هم در سال ۹۷ فعال بوده‌اند و هم فروش خود را در سال ۹۸ ادامه داده‌اند. ۲۶۰۰ فروشندۀ در سال ۹۸ جزو فروشندۀ‌هایی هستند که بیش از یک سال غیرفعال بوده‌اند و در سال ۹۸ مجددًاً فعال شده و فروش داشته‌اند. فروشندۀ‌های بازفعال شده در سال ۹۸، رشد قابل توجهی نسبت به سال ۹۷ داشته‌اند. ۳۶ درصد از برنامه‌های فروشندۀ سال ۹۷، در سال ۹۸ هیچ فروشی نداشته‌اند و غیرفعال شده‌اند. این نرخ ریژن در سال ۹۷ و ۹۶ برابر با ۳۱ درصد بوده است.

بیش از ۱/۷۵ میلیون خریدار جدید در سال ۹۸ محصولات دیجیتالی را از برنامه‌های فروشنده خرید کرده‌اند.



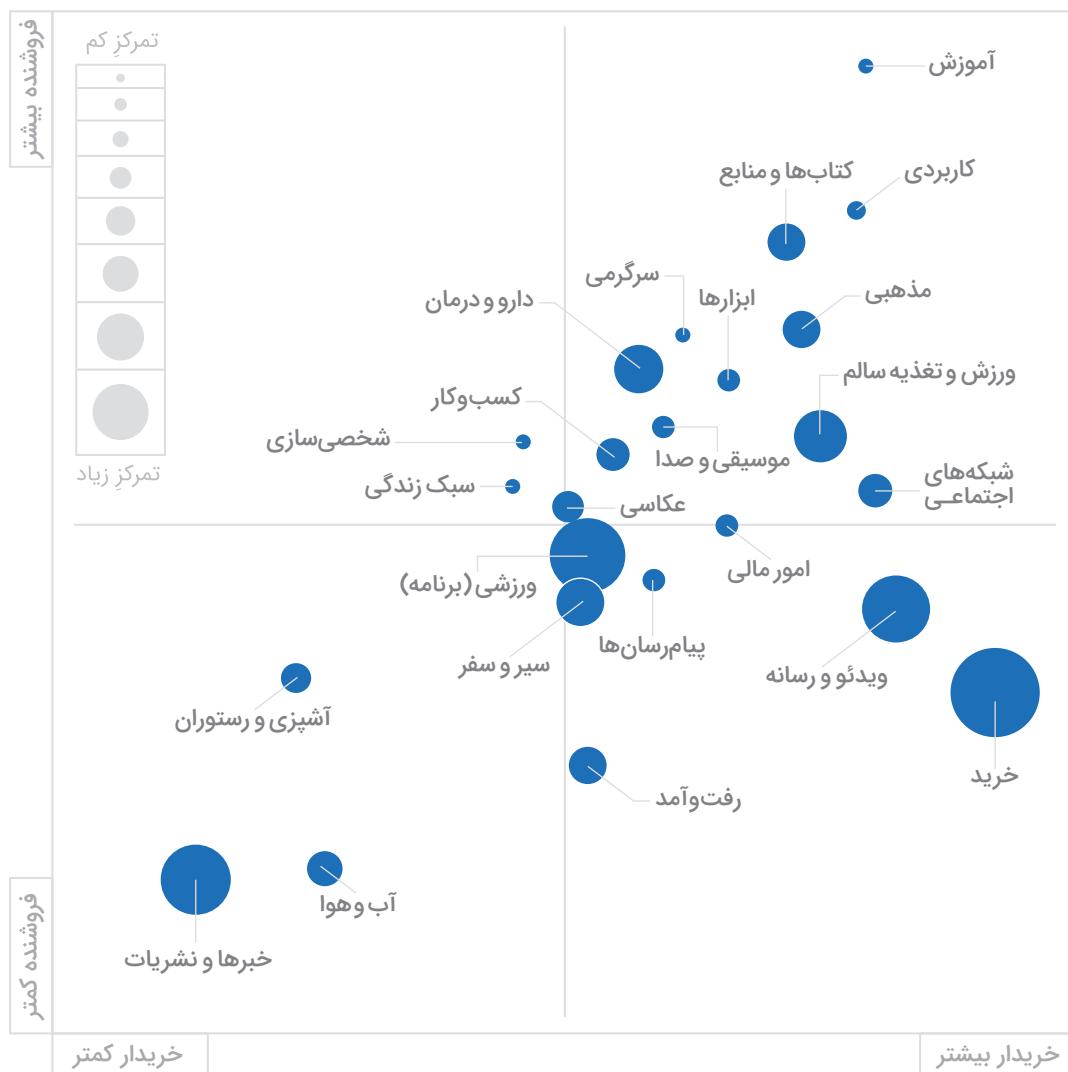
* نرخ ریژن سالانه‌ی خریدار: درصد خریدارهای سال گذشته که امسال خرید نکرده‌اند.

در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، بیش از ۱۰/۸ میلیون خریدار از برنامه‌ها خرید کرده‌اند که حدود ۳ میلیون نفر از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند.

در بین خریداران سال ۹۸، ۱/۷۵ میلیون نفر اولین بار خرید کرده‌اند. ۹۰۰ هزار نفر از خریداران سال ۹۷ در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند و حدود ۳۵۰ هزار نفر از خریدارانی که بیش از یک سال فعال نبودند مجدد فعال شده و خرید انجام داده‌اند.

حدود ۱/۸۶ میلیون خریدار سال ۹۷ (۶۸ درصد کل خریداران آن سال) در سال ۹۸ ریژن داشته و خرید خود را تکرار نکرده‌اند. نرخ ریژن سالانه‌ی خریدار در سال ۹۸ در مقایسه با ۳ سال قبل از آن کاهش داشته است.

میزان عرضه، میزان تقاضا و تمرکز درآمد در دسته‌های مختلف برنامه‌های بازار



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۲

در این نمودار حبابی وضعیت رقابت دسته‌های مختلف برنامه در سال ۹۸ نمایش داده شده است. محور افقی نشان‌دهنده نسبت نرمال شده تعداد خریدار، محور عمودی نشان‌دهنده نسبت نرمال شده تعداد برنامه‌ی فروشندۀ (برنامه‌ای که حداقل یک فروش در طول سال داشته) و اندازه‌ی حبابها نشان‌دهنده نرخ تمرکز بازار است. نرخ تمرکز یا concentration rate بازیگری نشان می‌دهد و وضعیت بازار از نظر رقابت چگونه است. تمرکز بالا یعنی بازاری که تعداد بسیار کمی از رقبا سهم بسیار زیادی از بازار را دارد. در تمرکز پایین، سهم از بازار همه برنامه‌ها تقریباً پایین است و هیچ بازیگری با سهم عمدۀ در بازار وجود ندارد. این نرخ بر اساس شاخص هرفاندل-هیرشمن (HHI) و بر اساس فرمول زیر محاسبه شده است:

$$HHI = r_1^2 + r_2^2 + \dots + r_n^2$$

که در آن n نشان‌دهنده درصد سهم بازار هر کدام از برنامه‌های است و r_i تعداد کل برنامه‌هایی که حداقل یک فروش در طول سال داشته‌اند. هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیک باشد نشان‌دهنده تمرکز بالای بازار و هرچه به صفر نزدیکتر باشد نشان‌دهنده تمرکز پایین بازار است.



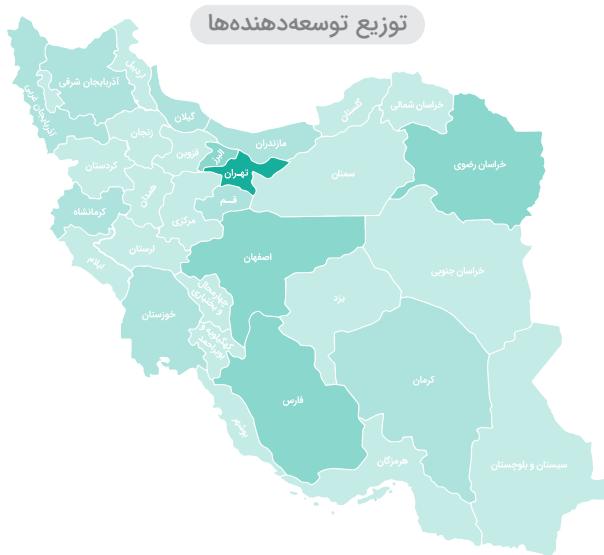
در این ردیف تنها برنامه‌های توسعه‌دهنده‌های ایرانی در نظر گرفته شده‌اند. در سال ۹۸ شاهد رشد چشمگیر برنامه‌های جدید رمز دوم پویا بودیم.

- پرنصب‌ترین: برنامه‌های فعالی که بیشترین نصب فعال را در انتهای سال ۹۸ داشتند.
- بیشترین رشد: برنامه‌هایی که در انتهای سال ۹۷ فعال بوده‌اند، بیش از ۱۰ هزار نصب داشتند و در انتهای سال ۹۸ بیشترین میزان رشد را در تعداد نصب فعال به دست آوردند.
- پرنصب‌ترین برنامه‌ی جدید: برنامه‌هایی که در طول سال ۹۸ منتشر شده‌اند و در پایان سال ۹۸ توانستند بیشترین نصب فعال را بین برنامه‌های جدید دیگر داشته باشند.

بازی‌ها



توسعه‌دهنده‌های بزرگ بازی در تهران، ۸۸ درصد از درآمد بازی‌ها را در سال ۹۸ را به خود اختصاص دادند.



استان	سهم از توسعه‌دهنده
تهران	۳۰/۲%
خراسان رضوی	۸/۳%
اصفهان	۷/۷%
فارس	۵/۳%
البرز	۵/۱%
گیلان	۳/۶%
آذربایجان غربی	۳/۵%
مازندران	۳/۳%
خوزستان	۳/۰%
آذربایجان شرقی	۲/۹%
کرمانشاه	۲/۲%
قم	۲/۲%
کرمان	۲/۲%
بقیه استان‌ها	۲۰/۵%

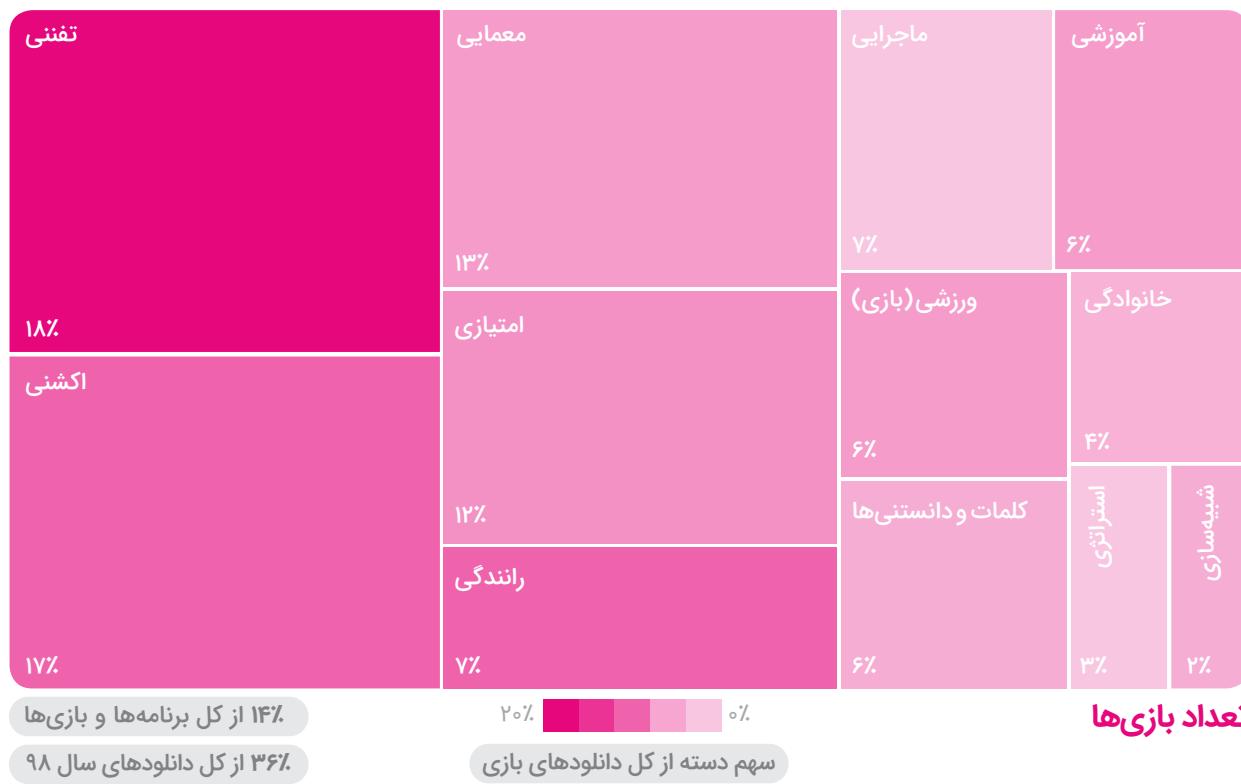


استان	سهم از بازی
تهران	۳۶/۶%
خراسان رضوی	۱۰/۶%
آذربایجان غربی	۹/۶%
اصفهان	۴/۶%
گیلان	۴/۴%
البرز	۴/۳%
ایلام	۳/۳%
فارس	۳/۳%
لرستان	۲/۱%
آذربایجان شرقی	۲/۰%
بقیه استان‌ها	۱۹/۳%



استان	سهم از درآمد
تهران	۸۷/۵%
خراسان رضوی	۲/۲%
بقیه استان‌ها	۱۰/۳%

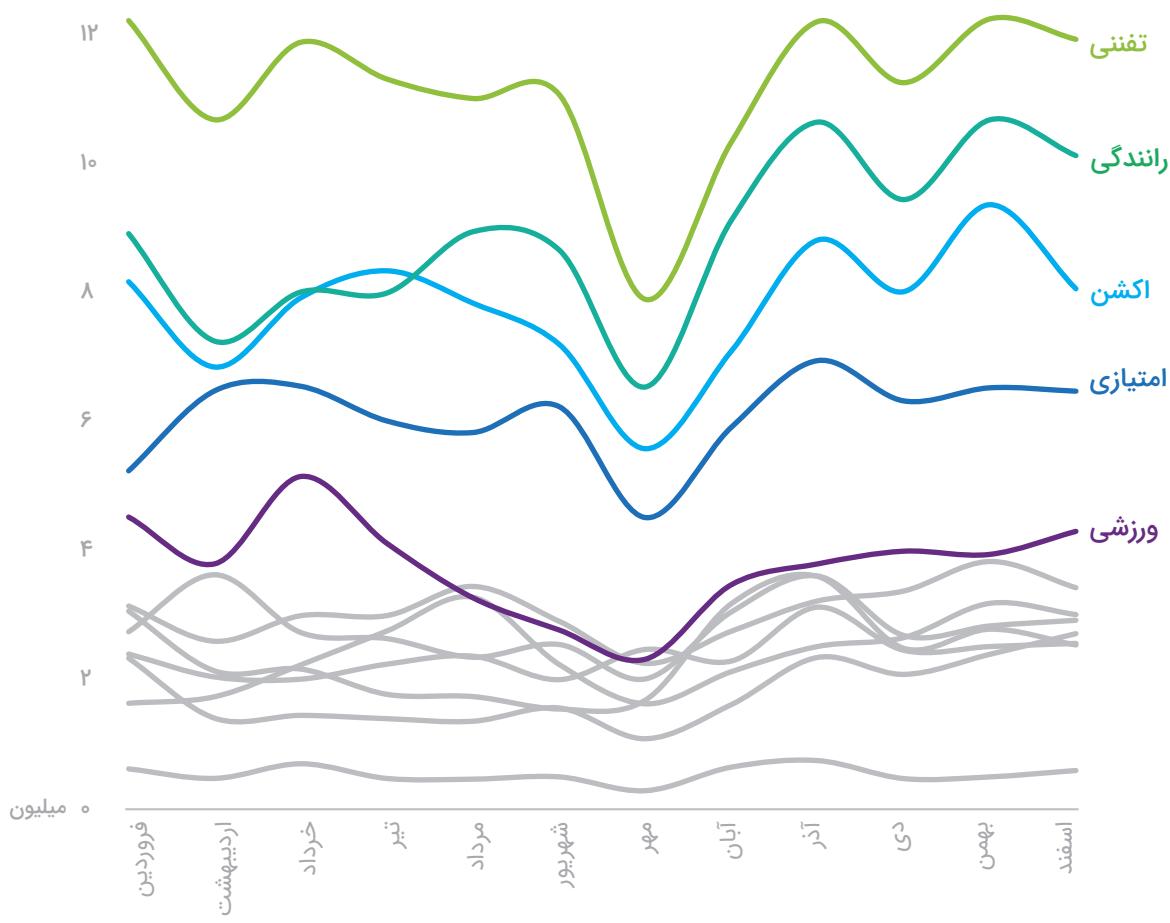
دسته‌ی تفننی بیشترین تعداد بازی و بیشترین دانلود و به روز رسانی را بین ۱۲ دسته‌ی مختلف بازی دارد.



جزئیات در پیوست ۷

در انتهای سال ۹۸ بیش از ۱۸ هزار بازی فعال در دسترس کاربران بازار بود. دسته‌ی تفننی، اکشن و معنایی به ترتیب بیشترین سهم را از کل برنامه‌ها دارند. در این سال، کاربران بیش از ۶۷۰ میلیون بار بازی‌ها را دانلود یا به روز رسانی کردند. دسته‌های تفننی، رانندگی و اکشن بیشترین سهم از دانلود را در سال ۹۸ داشتند.

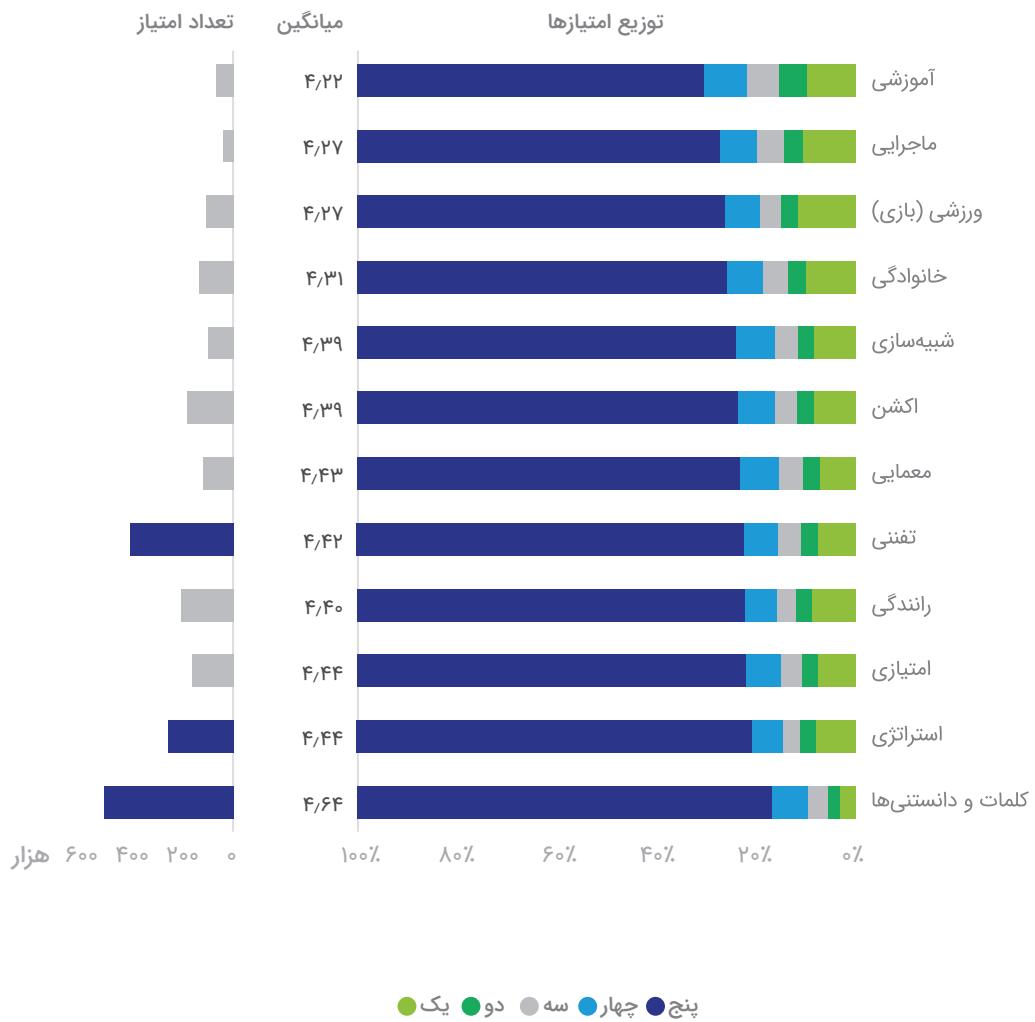
بازی‌های تفننی، رانندگی، اکشن، امتیازی و ورزشی به ترتیب بیشترین تعداد دانلود و به روز رسانی را در سال ۹۸ داشتند.



سهم دانلود همه‌ی دسته‌ها در پیوست ۲

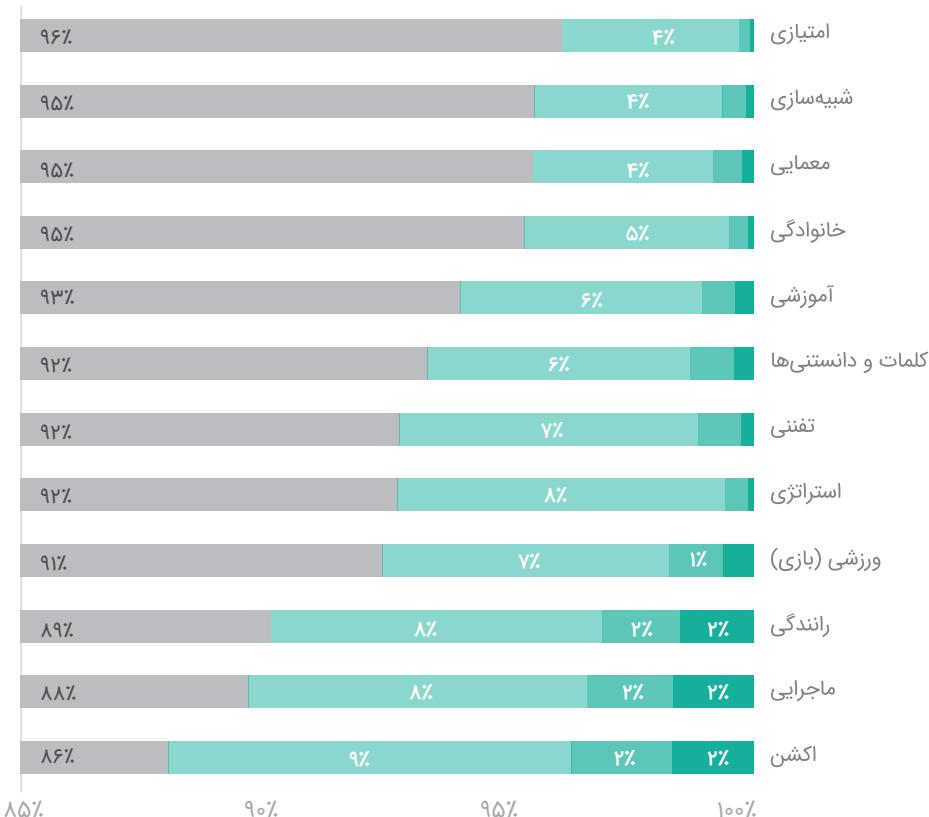
کاربران ایرانی به ترتیب بیشترین دانلود و به روز رسانی را از دسته‌های تفننی، رانندگی، اکشن، امتیازی و ورزشی انجام داده‌اند. روند دانلود بازی‌ها در مهرماه کاهش یافته و بعد از آن به مرور افزایش یافته است.

دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، امتیازی و استراتژی بیشترین امتیاز ۵ را بین تمام امتیازات ثبت شده‌ی خود دارند.



از ۷۸ میلیون امتیازی که در سال ۹۸ توسط کاربران ثبت شده است، بیش از ۳۰ میلیون آن مربوط به بازی‌ها است. بازی‌های دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها، استراتژی و امتیازی به ترتیب بیشترین امتیاز ۵ و دسته‌های آموزش، ماجرایی و ورزشی کمترین امتیاز ۵ را گرفته‌اند. بیشترین تعداد امتیاز ثبت شده در دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، تفننی و استراتژی است.

خریداران بازی‌های اکشن، ماجراجویی و رانندگی تمایل بیشتری برای خرید از چندین بازی در همان دسته را دارند.

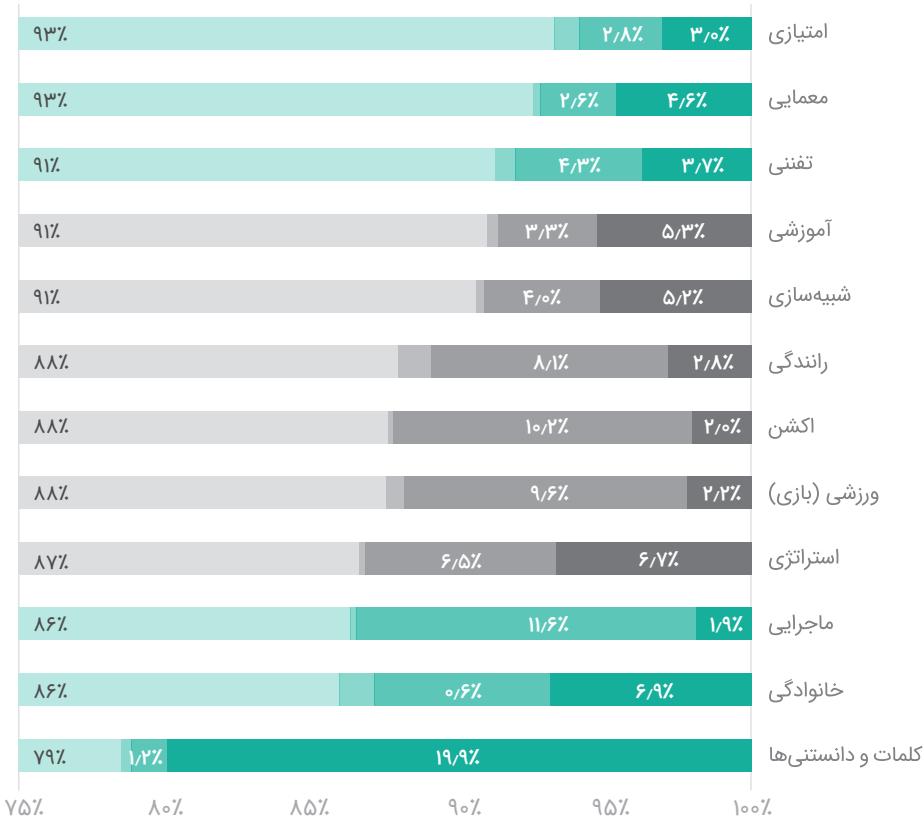


● بیش از چهار فروشنده ● سه فروشنده ● دو فروشنده ● یک فروشنده

بازی‌های دسته اکشن، بیشترین اشتراک خریدار را بین دسته‌های بازی دارند. در برنامه‌های این دسته ۸۶ درصد خریداران تمام خریدهای خود را تنها از یک بازی انجام داده‌اند، ۹ درصد خریداران از دو بازی مختلف، ۲ درصد آن‌ها از سه بازی و در نهایت ۲ درصد باقی‌مانده از بیش از ۴ بازی مختلف خرید کرده‌اند.

بعد از دسته‌ی اکشن، بازی‌های ماجراجویی و رانندگی بیشترین اشتراک خریداران و بازی‌های امتیازی، شبیه‌سازی و معمایی کمترین اشتراک را بین فروشنده‌های مختلف دارند.

در دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها، توسعه‌دهندگان تمایل کمتری به انتشار برنامه‌های رایگان دارند.



در گروه برنامه‌های رایگان ● فروش برنامه ● اشتراک ● رایگان

بازی‌های رایگان سهم بزرگی از کل بازی‌های بازار را دارند. برنامه‌های رایگان در دسته‌های امتیازی، معمایی و تفننی بیشترین سهم و در دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، خانوادگی و ماجراجویی بیشترین سهم را دارند.

بازی‌های دسته‌ی آموزشی، ماجرايی و اکشن بیشترین رشد تعداد کل نصب‌فعال را در مقایسه با انتهای سال ۹۷ داشتند.



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

در انتهای سال ۹۸، دسته‌های تفتنی، امتیازی و رانندگی به ترتیب بیشترین تعداد نصب فعال را داشتند. بازی‌های کلمات و دانستنی‌ها در سال ۹۷ در جایگاه سوم بود و با ۲۴ درصد کاهش نصب فعال به جایگاه ۴ در سال ۹۸ رسیده و بازی‌های رانندگی سومین دسته‌ی بازی پرنصب شده است. دسته‌های ماجرايی، شبیه‌سازی و آموزشی همانند سال ۹۷ در سال ۹۸ هم به ترتیب کمترین تعداد نصب فعال را بین دسته‌های مختلف بازی‌ها داشتند.

بیشترین رشد تعداد نصب فعال در مقایسه با سال ۹۷ مربوط به دسته‌های آموزشی، اکشن و ماجرايی است. علاوه بر دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها، دسته‌های استراتژی ۲ درصد کاهش و معمايی تنها ۳ درصد افزایش داشته است.

بازی‌های دسته‌ی تفننی، ماجراجویی و استراتژی بیشترین رشد تراکنش موفق را در مقایسه با سال ۹۷ داشتند.

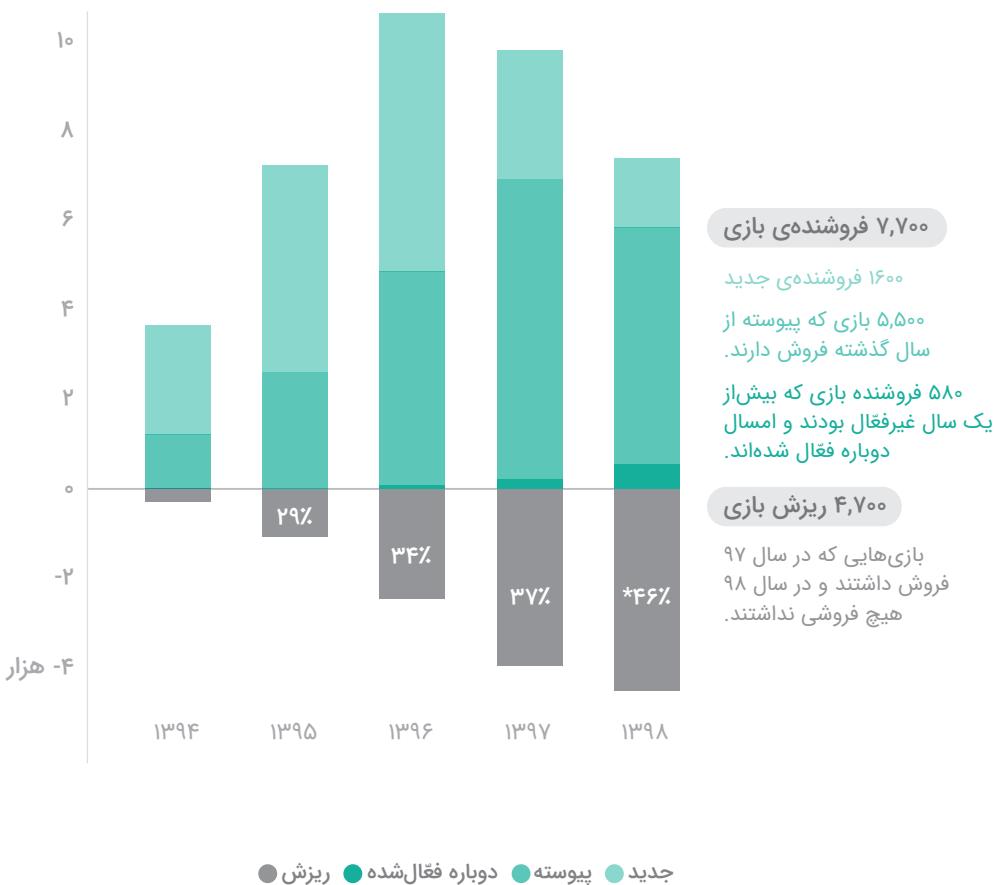


نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

در سال ۹۸، دسته‌های استراتژی، کلمات و دانستنی‌ها (با وجود ۴۰ درصد کاهش تعداد تراکنش) و خانوادگی با حفظ جایگاه برتر خود همچون سال ۹۷ بیشترین تعداد تراکنش را بین دسته‌های مختلف بازی داشتند.

بیشترین رشد تعداد تراکنش، مربوط به دسته‌های تفننی، ماجراجویی و استراتژی است که باعث شده دسته‌ی تفننی از جایگاه ۷ در سال ۹۷ به جایگاه ۴ در سال ۹۸ و دسته‌ی ماجراجویی از جایگاه ۱۲ به جایگاه ۱۱ برسد. علاوه بر بازی‌های کلمات و دانستنی‌ها، تعداد تراکنش در بازی‌های آموزشی و ورزشی به نسبت سال ۹۷ کاهش یافته است.

در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، حدود ۲۰ هزار بازی در بازار فروش داشته‌اند که ۷/۷ هزار عدد از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده و فروش داشتند.



فروشنده‌ی بازی ۷,۷۰۰

فروشنده‌ی جدید

۱۶۰۰ بازی که بیوسته از سال گذشته فروش دارند.

۵۸۰ فروشنده بازی که بیش از یک سال غیرفعال بودند و امسال دوباره فعال شده‌اند.

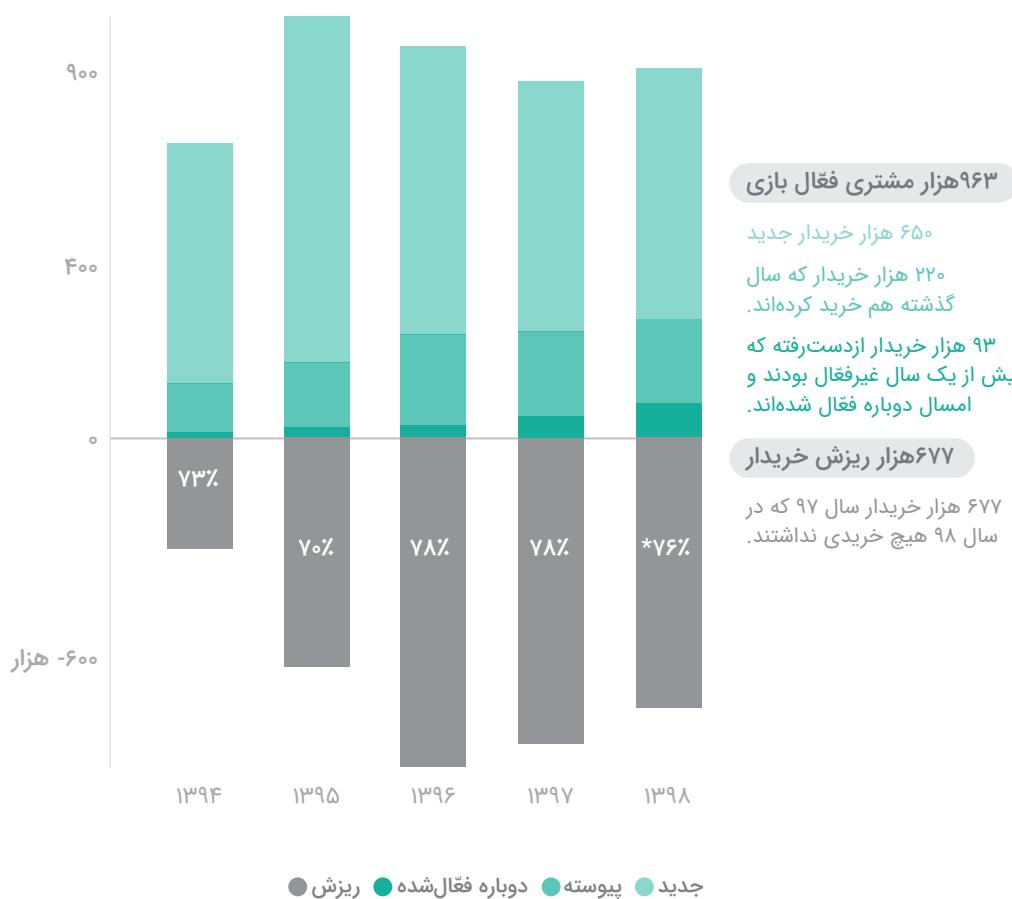
رييش بازی ۴,۷۰۰

بازی‌هایی که در سال ۹۷ فروش داشتند و در سال ۹۸ هیچ فروشی نداشتند.

* نرخ ریش سالانه‌ی بازی: درصد بازی‌هایی که سال گذشته فروش داشتند و امسال دیگر فروش ندارند.

از ۷۷۰۰ بازی فروشنده سال ۹۸، ۱۶۰۰ بازی جدید هستند. ۵۵۰۰ بازی فروشنده در سال ۹۷ هم فعال بوده‌اند و فروش خود را در سال ۹۸ هم ادامه داده‌اند. ۵۸۰ بازی فروشنده‌ی سال ۹۸ جزو بازی‌هایی هستند که بیش از یک سال غیرفعال بوده و در سال ۹۸ مجددًاً فعال شده و فروش داشته‌اند. ۴۶ درصد از بازی‌های فروشنده‌ی سال ۹۷، در سال ۹۸ هیچ فروشی نداشتند و غیرفعال شده‌اند. این نرخ ریش در مقایسه با ۵ سال گذشته افزایش یافته است.

بیش از ۶۵۰ هزار خریدار جدید در سال ۹۸ از بازی‌های فروشنده خرید کرده‌اند.



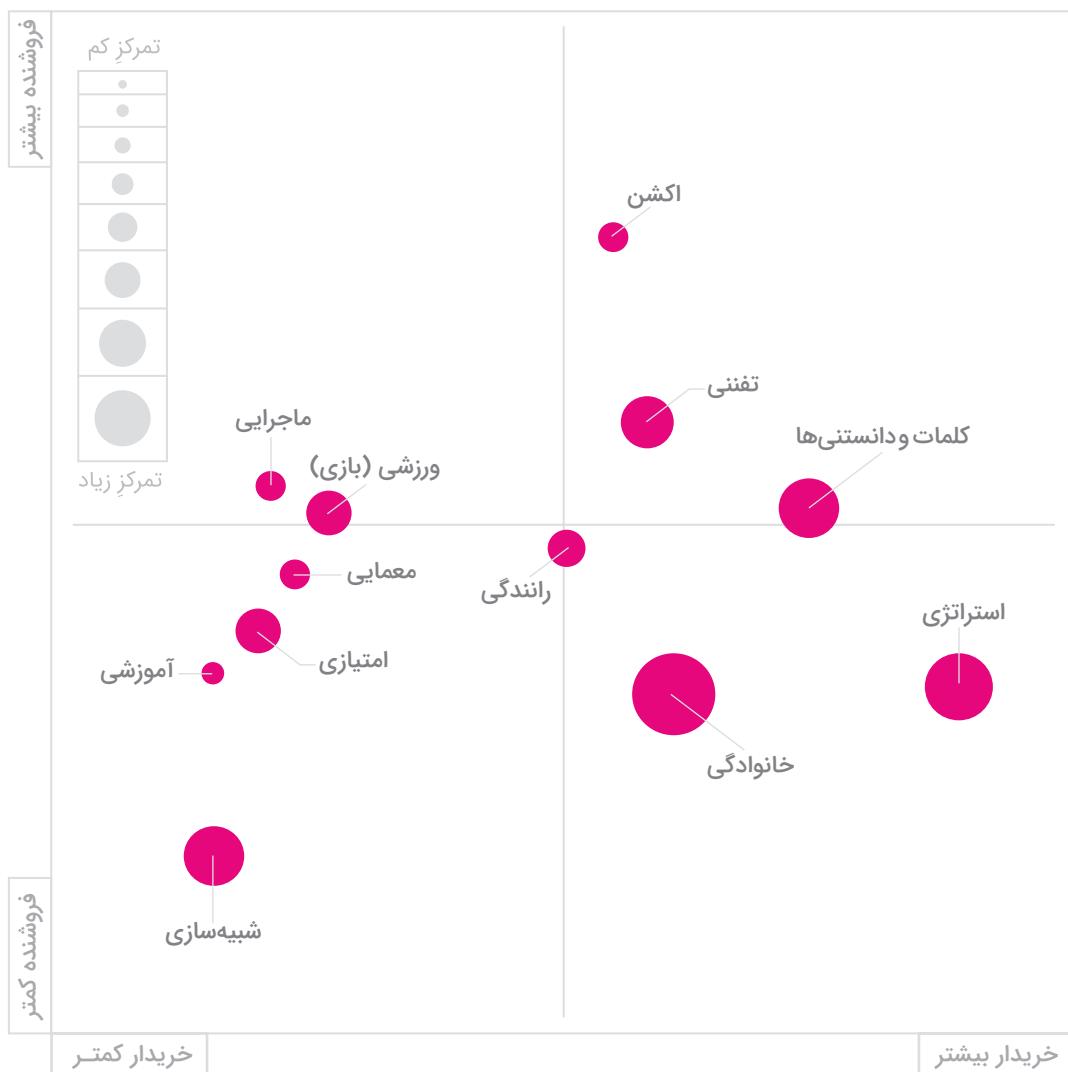
* نرخ ریژن سالانه‌ی خریدار؛ درصد خریدارهای سال گذشته که امسال خرید نکرده‌اند.

در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، بیش از ۳/۹۶ میلیون خریدار از بازی‌ها خرید کرده‌اند که ۹۶۳ هزار نفر از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند.

در بین خریداران بازی سال ۹۸، ۶۵۰ هزار نفر اولین بار از یک بازی خرید کرده‌اند. ۲۲۰ هزار نفر از خریداران سال ۹۷ در سال ۹۸ هم فعال بوده و حدود ۹۳ هزار نفر از خریدارانی که بیش از یک سال فعال بودند مجدد فعال شده و خرید انجام داده‌اند.

حدود ۶۷۷ هزار خریدار بازی سال ۹۷ (۷۶ درصد کل خریداران آن سال) در سال ۹۸ ریژن داشته و خرید خود را تکرار نکرده‌اند. این نرخ ریژن تقریباً برابر با ریژن در سال‌های ۹۷ و ۹۶ بود.

میزان عرضه، میزان تقاضا و تمرکز درآمد در دسته‌های مختلف بازی‌های بازار



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۲

در این نمودار حبابی وضعیت رقابت دسته‌های مختلف بازی در سال ۹۸ نمایش داده شده است. محور افقی نشان‌دهنده نسبت نرمال شده تعداد خریدار، محور عمودی نشان‌دهنده نسبت نرمال شده تعداد فروشنده (بازی‌ای که حداقل یک فروش در طول سال داشته) و اندازه‌ی حبابها نشان‌دهنده نرخ تمرکز درآمد در بازار است. نرخ تمرکز یا concentration rate نشان می‌دهد وضعیت بازار از نظر رقابت چگونه است. تمرکز بالا یعنی بازاری که تعداد بسیار کمی از رقبا سهم بسیار زیادی از بازار را دارد. در تمرکز پایین، سهم از بازار همه برنامه‌ها تقریباً پایین است و هیچ بازیگری با سهم عمدۀ در بازار وجود ندارد. این نرخ بر اساس شاخص هرفاندل-هیرشمان (HHI) و بر اساس فرمول زیر محاسبه شده است:

$$HHI = r_1^2 + r_2^2 + \dots + r_n^2$$

که در آن n نشان‌دهنده درصد سهم بازار هر کدام از بازی‌های است و r تعداد کل بازی‌هایی که حداقل یک فروش در طول سال داشته‌اند. هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیک باشد نشان‌دهنده تمرکز بالای بازار و هرچه به صفر نزدیکتر باشد نشان‌دهنده تمرکز پایین بازار است.

پرنصب‌ترین برنامه‌ی جدید	بیشترین رشد	پرنصب‌ترین
 ۵۰۰ هزار کلاچ نوموگیم	 ۳۱۰٪ رشد گلمراد مدیریک گیمز	 ۲ میلیون آمیرزا نردبان اندیشه فردا
 ۲۰۰ هزار تور کلمات بازی‌سازان کاسپین	 ۵۶۸٪ رشد دهات امافیا آنلاین Bold	 ۵۰۰ هزار پاسور حکم میلاد دوربیاش
 ۲۰۰ هزار Color crush Dropout	 ۴۹۰٪ رشد گشت پلیس ۲ (خودروی پلیس) استودیو هنر نور و حرکت	 ۵۰۰ هزار Quiz of Kings Quiz of Kings
 ۲۰۰ هزار فسقی‌ها در مهدکودک آرا اوحانیان	 ۴۴۳٪ رشد بازی شطرنج gameroid	 ۵۰۰ هزار بازی فندق پلاس ناین گیمز
 ۲۰۰ هزار بازی تفنگی کانتر gameroid	 ۴۴۰٪ رشد تخته‌نرد تیم آرمیک	 ۵۰۰ هزار کلاچ نوموگیم

در این ردیف بندی تنها بازی‌های توسعه‌دهنده‌های ایرانی در نظر گرفته شده است:

- **پرنصب‌ترین:** بازی‌های فعالی که بیشترین نصب فعال را در انتهای سال ۹۸ داشتند.
- **بیشترین رشد:** بازی‌هایی که در انتهای سال ۹۷ فعال بوده‌اند، بیش از ۱۰ هزار نصب داشتند و در انتهای سال ۹۸ بیشترین میزان رشد را در تعداد نصب فعال به دست آورده‌اند.
- **پرنصب‌ترین برنامه‌ی جدید:** بازی‌هایی که در طول سال ۹۸ منتشر شدند و در پایان سال ۹۸ توانستند بیشترین نصب فعال را بین بازی‌های جدید دیگر داشته باشند.

بازار

سال ۹۸ در یک نگاه >> در سال ۹۸ اهالی کافه بازار در کنار سایر هموطنان خود شاهد رویدادهای تلخ و شیرین بودند و گوشیدند بیش از پیش به کاربران و توسعه دهنده‌گان خدمت کنند - گوششی که با شیوع کرونا هم متوقف نشده است. در این مطلب می‌کوشیم به گام‌هایی اشاره کنیم که برای رونق صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی در سال ۹۸ برداشتیم - یعنی سالی که اپلیکیشن بازار از مرز ۴۰ میلیون نصب فعال، کم و بیش معادل نیمی از جمعیت ایران، گذشت و شمار کارکنان گروه توسعه فناوری اطلاعات هزارستان به بیش از ۱۱۰۰ نفر در تهران، مشهد، و بندر انزلی رسید.

- فعال شدن سپر امنیت بازار و هشدار حذف برنامه‌های مخرب

گزارش چند سال پیش دانشگاه واسیدا که از سوی جمعی از پژوهشگران مستقل ژاپنی درباره امنیت اپ‌استورهای مختلف در جهان صورت گرفت، جایگاه کافه بازار ایرانی را از نظر امنیت، بالاتر از بسیاری از اپ‌استورهای بومی و جهانی معرفی می‌کرد. امنیت گوشی و اطلاعات کاربران همواره مهمترین اولویت کافه بازار بوده است. در سال ۹۸، کافه بازار علاوه بر نظارت پیش از انتشار برنامه‌ها، ساز و کار بررسی برنامه‌ها پس از انتشار را نیز جدی‌تر از پیش، تعریف و پیاده کرد. در این ساز و کار که محصول نهایی آن «سپر امنیت بازار» نام دارد، برنامه‌ها با ابزارهای مختلف از جمله ده آنتی‌ویروس جهانی بررسی می‌شوند و در صورت مشاهده‌ی تخلف، به کاربران هشدار داده می‌شود که برنامه‌ی مختلف را حذف کنند.

- مهم‌ترین سرمایه‌گذاری در سال ۹۸

کافه بازار با هدف توجه بیشتر به صنعت داخلی بازی مصمم شد از شکل‌گیری و آموزش تیم‌های بازی‌ساز و تولید بازی حمایت کند. در همین راستا با سرمایه‌گذاری ۳۹ میلیارد ریالی روی شتاب‌دهنده‌ی آواگیمز گام تازه‌ای برای توسعه این صنعت داخلی برداشت.

- مهم‌ترین گام کافه بازار در حوزه محتوا و ویدیویی

اوخر تابستان سال ۹۸ کافه بازار با یک چرخش بزرگ استراتژیک، مسیر تازه‌ای را برای بخش ویدیو در پیش گرفت: پخش رایگان محتوا و ویدیویی همراه با تبلیغات (AVOD). به این منظور، کافه بازار می‌کوشد محتوا و ویدیویی را به رایگان در اختیار کاربران قرار دهد، تا از طریق ایجاد رسانه‌ی قدرتمند تبلیغاتی برای کسب‌وکارها و در نتیجه ایجاد جریان درآمدی جدید برای محتوا و ویدیویی منتشرشده، به رونق بیشتر تولید محتوا جذاب ویدیویی کمک کند.

- فعال سازی قفل کودک برای امنیت خاطر والدین

قفل کودک به «بازار کودک» مربوط است که در سال ۹۸ برای استفاده‌ی کودکان راه‌اندازی شد. در دنیای امروز، کودکان باید به محتوای مناسب سن خود دسترسی داشته باشند و از محتوای نامناسب دور بمانند. به این ترتیب، والدین با روشن کردن دکمه‌ی بازار کودک، می‌توانند گوشی خود را با خیال آسوده به دست فرزند خود بدeneند تا او از محتواهای ویدیویی و بازی‌ها و برنامه‌های مناسب سنس استفاده کند.

- ظهور بازار ۸

توسعه دهنده‌ی هر محصولی برای ارائه خدمات خوب به کاربر لازم است همواره در پی بهبود همه‌جانبه‌ی محصول خود باشد. با تغییرات سریع فناوری و نیز ذائقه‌ی کاربران، بازار هم از نظر فنی و هم رابط کاربری، نیاز به آبورونگ تازه داشت. پس طی فرایندی چند ماهه، و با همکاری تنگانگ تیم‌های فنی و هنری، بازار ۸ با امکانات بیشتر، رابط کاربری بهتر و محیطی جذاب‌تر منتشر شد. در توسعه این نسخه از بازار از جدیدترین فناوری‌های اندروید استفاده شده که بازار را بیش از همیشه سریع، کارا و ایمن کرده است. در اسفند سال ۹۸ حالت تاریک (dark mode) هم به امکانات بازار اضافه شد. همچنین سایت بازار نیز با تغییر ساختار، امکان تماشای ویدیو برای کاربران را نیز فراهم کرد. امکانی که برای رقم زدن بزرگ‌ترین رویداد ویدیویی بازار ضروری بود: کلاسیکو.

- همکاری عادل فردوسی‌پور و بازار

کلاسیکو برنامه‌ای به تهیه‌کنندگی عادل فردوسی‌پور بود که با گردآوردن شماری از چهره‌های محبوب و ایده‌ای نو موفق شد به آمار چشمگیر چندین میلیونی تماشاگر در پلتفرم‌های آنلاین دست یابد. پیشنهاد تولید این برنامه را کافه بازار به عادل فردوسی‌پور داد و تولید آن با همکاری سایر میزبانان ویدیویی آنلاین، یعنی فیلیمو و نماؤ، صورت پذیرفت. این برنامه اینترنتی را فقط طی ۲۴ ساعت نخست، نزدیک به ۲ میلیون نفر تماشا کردند و بدین ترتیب اهمیت و ظرفیت بسترها نمایش آنلاین در ایران بیش از پیش روشن شد.

- انتشار مستمر گزارش‌های داده‌محور

با هدف کمک موثرتر به توسعه دهنده‌گان، سیاست‌گذاران و تحلیلگران صنعت جهت رسیدن به تصمیم‌های راهبردی با تکیه بر داده‌های به روز و شفاف. کافه بازار در سال ۹۸ سه گزارش فصلی، یک گزارش سالانه، گزارش عملکرد یکساله ابزار تبلیغات در

بازار

جستجو، یک گزارش تحلیلی از بازی موبایلی منتشر کرد. با تقویت تیم‌های تحلیل داده و تمرکز روی موضوعات مهم‌تر، و نیز بهره‌مندی از دانش و داده‌های تیم‌های مختلف، علاوه بر انتشار گزارش‌های موضوعی، در گزارش‌های فصلی نیز به وجود کمتر دیده و گفته‌شده‌ای از صنعت پرداختیم.

– راهاندازی دفتر در مشهد

کافه‌بازار جهت رشد بیشتر صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی نیازمند استفاده از توان تخصصی نیروهای توانمند خارج از تهران نیز هست. افتتاح دفتر کافه‌بازار در مشهد سبب شد که علاوه بر تمرکز زدایی و رونق اشتغال در خارج از تهران، با جامعه‌ی نخبه‌ی دانشگاهی و فعالان صنعت این شهر ارتباط سازنده برقرار شود و تخصص و دانش فارغ‌التحصیلان و دانشجویان آنجا فرصت شکوفایی بیابد.

– افت چشمگیر درآمد توسعه‌دهندگان در یک هفته

با اجباری شدن رمز پویا، درآمد هفتگی توسعه‌دهندگان بازار در نخستین هفته‌ی اجرای طرح (۱۹ تا ۲۵ بهمن) ۳۰ درصد کاهش داشت. بازی‌ها بیشترین کاهش (۳۰ تا ۵۰ درصد) را داشتند. کافه‌بازار از ابتدای طرح کوشید تا در ارتباط نزدیک با نهادهای بانکی، اشکالات اجرایی طرح را بیان کند و در این مدت، پیشنهادهایی برای کاهش اثر منفی آن ارائه داده است. با گذشت زمان و تسهیل روند فعالسازی و استفاده از رمز پویا، افت درآمد توسعه‌دهندگان روند کاهشی در پیش گرفته است.

– حمایت از رویدادهای علمی و دانشگاهی

در سال ۹۸ کافه‌بازار با برگزاری رویداد FCPC در دانشگاه فردوسی مشهد، حوزه حمایت خود از فعالیتهای علمی را وسعت داد و گامی نو در ارتباط صنعت فناوری دیجیتال با دانشگاه برداشت. همچنین برای پنجمین سال پیاپی از رقابت‌های برنامه‌نویسی ای‌سی‌ام در غرب آسیا که در دانشگاه شریف برگزار می‌شد حمایت کرد. هفدهمین چالش جهانی ببراس برای دانش‌آموزان نیز برای دومین سال با حمایت کافه‌بازار در ایران برگزار شد. کودکان و نوجوانان شرکت‌کننده با حضور در دفتر کافه‌بازار جهت برگزاری رقابت‌ها، محیط کاری ما را گرماب خشیدند.

– شایعه‌ی هک بازار

کمی پس از ۴۰ میلیونی شدن کاربران بازار، شایعه‌ای مبنی بر هک بازار در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد. بررسی‌های تیم فنی کافه‌بازار وجود یک اشکال امنیتی در سورس کد یکی از زیرسیستم‌های وب‌سایت بازار را تأیید کرد. پس از شناسایی و رفع مشکل، بازار در بیانیه‌ای، وجود یک اشکال امنیتی را در زیرسیستم سایت تأیید و هرگونه نشست اطلاعات کاربران را رد کرد.

– کمک به سیل‌زدگان

شیرینی نوروز سال را سیل ویرانگر جنوب و غرب کشور تلخ کرد. چند روز پس از این حادثه، کافه‌بازار با مشارکت جمعی از توسعه‌دهندگان داوطلب، بیش از ۵ میلیارد ریال از درآمد خود را به سیل‌زدگان اهدا کردند.

– فاند پونه چیست؟

در دی‌ماه هوایی‌مای اوکراینی با ۱۷۶ سرنشین سرنگون شد. در این حادثه‌ی تلخ چندین تن از همکاران، دوستان و بستگان کافه‌بازاری‌ها نیز جان خود را از دست دادند. از این رو به یاد قربانیان این حادثه، کمک‌هزینه‌ی تحصیلی ۱۷۶ دانشجوی دانشگاه‌های شریف و تهران را در سال ۹۹ برعهده می‌گیریم. نام این کمک‌هزینه، به یاد پونه گرجی، همکار سابق ما در کافه‌بازار، فاند پونه است.

– قطعی اینترنت چه تاثیری روی چه چیزهایی داشت؟

در مدت قطعی اینترنت، کاربران همچنان می‌توانستند از بازار استفاده کنند اما به نظر ما این اتفاق در کل به دسترسی سرویس‌های اینترنتی داخلی ضربه بزرگی زد، روند کار و فعالیت روزمره این شرکت‌ها را حد زیادی مختل کرد، و علاوه بر آن ضربه‌ای جدی بر بدنی نیروی انسانی نخبه‌ی این صنعت وارد آورد. امیدواریم چنین اتفاقی در سال‌های آینده هرگز رخ نندهد.

– بحران کرونا و خدمات بازار

با آغاز بحران کرونا، کافه‌بازار با هدف کاهش خطر ابتلا به این ویروس و انتشار آن، امکان دورکاری را برای کارکنان خود فراهم کرد. علاوه بر نمایش ویدیوهای آموزشی برای جلوگیری از ابتلا به ویروس کرونا، بازار برای کاهش ترددگران غیرضروری مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی را نیز برای استفاده کاربران معرفی کرد- برنامه‌هایی نظیر خرید آنلاین، مشاوره با پزشک، ابزارهای ارتباطی جهت کار از خانه، خدمات بانکی، ورزش در خانه. بازار در سال ۹۹ نیز گام‌های دیگری در راستای مسؤولیت اجتماعی خود برمی‌دارد.

پیوست



بازار

پیوست ۱ – سهم استان‌ها از بازار محصولات دیجیتال

● سهم استان‌ها از برنامه‌ها

● سهم استان‌ها از بازی‌ها

استان	درآمد	سهم از تعداد	برنامه	توزیع توسعه‌دهنده
تهران	۸۶,۹%	۲۰,۵%	۲۷,۸%	
خراسان رضوی	۷,۲%	۹,۸%	۸,۶%	
فارس	۰,۷%	۴,۷%	۵,۷%	
البرز	۰,۷%	۳,۲%	۴,۱%	
مازندران	۰,۵%	۳,۰%	۳,۳%	
آذربایجان غربی	۰,۵%	۶,۶%	۳,۶%	
آذربایجان شرقی	۰,۵%	۳,۹%	۳,۸%	
اصفهان	۰,۴%	۵,۱%	۷,۶%	
هرمزگان	۰,۳%	۰,۸%	۱,۴%	
خوزستان	۰,۳%	۳,۴%	۴,۴%	
گلستان	۰,۳%	۱,۰%	۱,۸%	
همدان	۰,۴%	۰,۳%	۰,۴%	
فارس	۰,۴%	۰,۳%	۰,۴%	
قم	۰,۴%	۰,۳%	۰,۸%	
سمنان	۰,۳%	۰,۳%	۰,۹%	
کردستان	۰,۳%	۱,۰%	۱,۵%	
مازندران	۰,۳%	۰,۳%	۰,۳%	
کرمانشاه	۰,۲%	۰,۷%	۰,۱%	
بیزد	۰,۱۳%	۰,۱%	۰,۹%	
آذربایجان شرقی	۰,۱۱%	۰,۱%	۰,۹%	
خوزستان	۰,۰۸%	۰,۱%	۰,۳%	
سمنان	۰,۰۷%	۰,۱%	۰,۳%	
سیستان و بلوچستان	۰,۱%	۰,۶%	۰,۹%	
سیستان و بلوچستان	۰,۰۷%	۰,۱%	۰,۳%	
مرکزی	۰,۰۷%	۰,۱%	۰,۹%	
هرمزگان	۰,۰۵%	۰,۱%	۰,۱۵%	
لرستان	۰,۰۵%	۰,۱%	۰,۱۰%	
بوشهر	۰,۰۳%	۰,۹%	۰,۱۰%	
اردبیل	۰,۰۳%	۰,۱%	۰,۸%	
زنجان	۰,۰۲%	۰,۱%	۰,۱۰%	
ایلام	۰,۰۳%	۰,۰۵%	۰,۰۵%	
خراسان شمالی	۰,۰۲%	۰,۰۳%	۰,۰۲%	
ایلام	۰,۰۱%	۰,۰۲%	۰,۰۶%	
خراسان جنوبی	۰,۰۱%	۰,۰۲%	۰,۰۵%	
چهارمحال و بختیاری	۰,۰۱%	۰,۰۱%	۰,۰۶%	
زنجان	۰,۰۰%	۰,۰۱%	۰,۰۵%	
کهگیلویه و بویراحمد	۰,۰۱%	۰,۰۲%	۰,۰۵%	

استان	درآمد	سهم از تعداد	برنامه	توزیع توسعه‌دهنده
تهران	۸۷,۵%	۳۶,۶%	۳۰,۲%	
خراسان رضوی	۲,۳%	۱۰,۶%	۸,۳%	
البرز	۱,۸%	۴,۳%	۵,۱%	
اصفهان	۱,۶%	۴,۶%	۷,۷%	
گیلان	۱,۵%	۴,۴%	۳,۶%	
قزوین	۱,۰%	۱,۲%	۱,۵%	
کرمان	۰,۹%	۱,۳%	۲,۷%	
گلستان	۰,۷%	۱,۱%	۱,۵%	
همدان	۰,۴%	۰,۸%	۱,۷%	
فارس	۰,۴%	۳,۳%	۵,۳%	
قم	۰,۴%	۰,۳%	۲,۳%	
آذربایجان غربی	۰,۴%	۹,۶%	۳,۵%	
کردستان	۰,۳%	۰,۷%	۱,۲%	
مازندران	۰,۳%	۰,۳%	۳,۲%	
کرمانشاه	۰,۲%	۰,۶%	۲,۷%	
بیزد	۰,۱۳%	۰,۱%	۱,۹%	
آذربایجان شرقی	۰,۱۱%	۲,۰%	۲,۹%	
خوزستان	۰,۰۸%	۰,۳%	۳,۰%	
سمنان	۰,۰۷%	۰,۹%	۱,۷%	
سیستان و بلوچستان	۰,۰۷%	۰,۱%	۰,۱%	
مرکزی	۰,۰۷%	۰,۷%	۱,۱%	
هرمزگان	۰,۰۵%	۰,۳%	۱,۲%	
لرستان	۰,۰۵%	۰,۱%	۱,۵%	
بوشهر	۰,۰۳%	۰,۹%	۱,۵%	
اردبیل	۰,۰۳%	۰,۱%	۰,۸%	
زنجان	۰,۰۲%	۰,۱%	۰,۱۱%	
ایلام	۰,۰۳%	۰,۰۵%	۰,۹%	
خراسان شمالی	۰,۰۲%	۰,۰۲%	۰,۶%	
ایلام	۰,۰۱%	۰,۰۱%	۰,۸%	
خراسان جنوبی	۰,۰۱%	۰,۰۲%	۰,۵%	
چهارمحال و بختیاری	۰,۰۱%	۰,۰۱%	۰,۶%	
زنجان	۰,۰۰%	۰,۰۱%	۰,۵%	
کهگیلویه و بویراحمد	۰,۰۱%	۰,۰۲%	۰,۵%	

● دانلود و تعداد برنامه‌ها

● خریدار و فروشنده و تمرکز درآمد در برنامه‌ها

دسته	سهم از برنامه‌ها	سهم از دانلود
ابزارها	۴%	۱۵%
امور مالی	۷%	۵%
آب و هوا	۵%	۵%
آشپزی و رستوران	۴%	۱٪
آموزش	۲۳%	۶%
بیامرسان‌ها	۷%	۱۲٪
خبرها و نشریات	۷%	۵٪
خرید	۲٪	۵٪
دارو و درمان	۴٪	۱٪
رفت و آمد	۱٪	۴٪
سبک زندگی	۴٪	۱٪
سرگرمی	۷٪	۵٪
سیر و سفر	۲٪	۱٪
شبکه‌های اجتماعی	۱٪	۶٪
عکاسی	۳٪	۲٪
امور مالی	۱٪	۴٪
ورزشی (برنامه)	۲٪	۴٪
پیامرسان‌ها	۹٪	۱۳٪
سفر	۱۰٪	۱۰٪
ویدئو و رسانه	۳٪	۱٪
آشپزی و رستوران	۱۱٪	۱٪
خرید	۱٪	۱٪
رفت و آمد	۱۲٪	۱٪
آب و هوا	۷٪	۱٪
خبرها و نشریات	۷٪	۵٪

● دانلود و تعداد بازی‌ها

● خریدار و فروشنده و تمرکز درآمد در بازی‌ها

دسته	سهم از بازی‌ها	سهم از دانلود
استراتژی	۳٪	۵٪
اکشن	۱۷٪	۱۴٪
امتیازی	۱۲٪	۱۱٪
آموزشی	۶٪	۵٪
تفننی	۱۸٪	۲۰٪
کلمات و دانستنی‌ها	۴٪	۴٪
رانندگی	۷٪	۱۶٪
معمایی	۲٪	۱۶٪
آموزشی (بازی)	۷٪	۷٪
امتیازی	۱٪	۱۰٪
آنلاین	۱۳٪	۱۰٪
استراتژی	۷٪	۷٪
خانوادگی	۶٪	۶٪
شیوه‌سازی	۱٪	۱٪
کلمات و دانستنی‌ها	۶٪	۵٪
آموزشی	۱٪	۱٪
دانستنی	۱۳٪	۶٪
دانستنی	۶٪	۷٪
دانستنی (بازی)	۶٪	۷٪

● نصب فعال برنامه

● تراکنش برنامه‌ها

دسته	رشد سال به سال	رتبه در سال ۹۸	رتبه در سال ۹۷
کاربردی	۱۲%	۱#	۲#
ابزارها	-۱%	۲#	۱#
پیام رسان‌ها	۲۰%	۳#	۳#
امور مالی	۵۸%	۴#	۷#
شبکه‌های اجتماعی	۳۲%	۵#	۶#
خرید	۱۶%	۶#	۵#
مذهبی	۰%	۷#	۴#
ویدئو و رسانه	۱۸%	۸#	۹#
ورزش و تغذیه سالم	۰%	۹#	۸#
عکاسی	-۸%	۱۰#	۱۰#
رفت و آمد	۳۱%	۱۱#	۱۲#
آموزش	-۱%	۱۲#	۱۲#
موسیقی و صدا	۳۵%	۱۳#	۱۶#
کتاب‌ها و منابع	۲%	۱۴#	۱۳#
سرگرمی	۳%	۱۵#	۱۴#
سیر و سفر	۳%	۱۶#	۱۵#
شخصی‌سازی	۵%	۱۷#	۱۷#
خبرها و نشریات	-۱۱%	۱۸#	۱۸#
کسب و کار	-۲%	۱۹#	۱۹#
آشپزی و رستوران	۱%	۲۰#	۲۰#
دارو و درمان	۱۳%	۲۱#	۲۱#
ورزشی (برنامه)	۶%	۲۲#	۲۲#
سبک زندگی	-۵%	۲۳#	۲۳#
آب و هوا	۱۱%	۲۴#	۲۴#

دسته	رشد سال به سال	رتبه در سال ۹۸	رتبه در سال ۹۷
خرید	۱۳۳%	۱#	۱#
شبکه‌های اجتماعی	۰%	۲#	۲#
ویدئو و رسانه	۳۲%	۳#	۳#
آموزش	-۲۷%	۴#	۴#
کاربردی	-۱۸%	۵#	۵#
ورزش و تغذیه سالم	۶۰%	۶#	۷#
کتاب‌ها و منابع	-۴%	۷#	۸#
مذهبی	-۲%	۸#	۸#
امور مالی	۸%	۹#	۹#
ابزارها	-۲۳%	۱۰#	۱۰#
سرگرمی	-۲۸%	۱۱#	۱۳#
پیام رسان‌ها	-۸۴%	۱۲#	۶#
ورزشی (برنامه)	۶۷%	۱۳#	۱۸#
موسیقی و صدا	-۳۵%	۱۴#	۱۴#
دارو و درمان	-۱۱%	۱۵#	۱۷#
کسب و کار	-۷۴%	۱۶#	۱۱#
رفت و آمد	-۵۵%	۱۷#	۱۶#
سیر و سفر	-۷۱%	۱۸#	۱۵#
عکاسی	-۱۲%	۱۹#	۱۹#
سبک زندگی	-۳۴%	۲۰#	۲۰#
شخصی‌سازی	-۳۸%	۲۱#	۲۱#
آب و هوا	-۴۴%	۲۲#	۲۳#
آشپزی و رستوران	-۶۰%	۲۳#	۲۲#
خبرها و نشریات	-۳۷%	۲۴#	۲۴#

● نصب فعال بازی‌ها

● تراکنش بازی‌ها

دسته	رشد سال به سال	رتبه در سال ۹۸	رتبه در سال ۹۷
تفننی	۳۰%	۱#	۲#
امتیازی	۱۵%	۲#	۱#
رانندگی	۲۶%	۳#	۴#
كلمات و دانستنی‌ها	-۲۴%	۴#	۳#
اکشن	۳۴%	۵#	۵#
ورزشی (بازی)	۲۰%	۶#	۶#
خانوادگی	۱۸%	۷#	۹#
استراتژی	-۲%	۸#	۸#
معماهی	۳%	۹#	۷#
آموزشی	۵۰%	۱۰#	۱۰#
شبیه‌سازی	۲۵%	۱۱#	۱۱#
ماجرایی	۳۴%	۱۲#	۱۲#

دسته	رشد سال به سال	رتبه در سال ۹۸	رتبه در سال ۹۷
استراتژی	۴۲%	۱#	۲#
كلمات و دانستنی‌ها	-۳۹%	۲#	۱#
خانوادگی	۱۳%	۳#	۳#
تفننی	۲۳۳%	۴#	۷#
اکشن	۱۶%	۵#	۴#
رانندگی	۲۳%	۶#	۵#
ورزشی (بازی)	-۲۸%	۷#	۶#
شبیه‌سازی	-۲۷%	۸#	۸#
معماهی	۳۱%	۹#	۹#
امتیازی	۱۴%	۱۰#	۱۰#
ماجرایی	۴۹%	۱۱#	۱۲#
آموزشی	-۲۹%	۱۲#	۱۲#

برای مشاهده و دانلود سایر گزارش‌های بازار، روی تصاویر زیر کلیک کنید

مشاهده گزارش‌های منتشر شده در سال ۹۸



پاییز ۹۸



تابستان ۹۸



بهار ۹۸



ایرانی‌ها و بازی



تبلیغات در جستجو

مشاهده گزارش‌های سال کافه بازار



سال ۹۷



سال ۹۶



سال ۹۵



cafebazaar.ir

نظرسنجی گزارش

survey.porsline.ir/s/RBzfbsC

ارتباط با ما

reports@cafebazaar.ir

بازار

