

中国移动游戏行业研究报告

2019年



海量行研报告免费读



2018年中国移动游戏市场保持上升趋势，市场规模**1646.1**亿元，同比增长**10.5%**。用户规模**6.26**亿人，同比增长**2.7%**。



移动游戏资本市场热度大幅降低，投资总金额**261.3**亿元。通过投资等方式来达到**整合资源、共同发展**的效果，是各大厂商更长远的战略目标



射击类游戏异军突起，依托着“百人同台竞技”的玩法模式，**用户渗透率**一路飙升；版号政策的调整促使**厂商更加重视已获准上线的产品**，使得2018年新游表现亮眼。



中国移动游戏买量市场步入稳定发展期，**角色扮演类**游戏占据绝对主力；云游戏平台即将逐步推出，**用户体验**决定市场未来的发展潜力。



功能游戏步入公众视野，充分挖掘潜在价值，努力提升盈利能力；**游戏跨平台**障碍将逐步被打破，多端联动提升玩家的游戏黏性；越来越多的游戏厂商开始尝试**新的收费模式**；区块链游戏仍处于尝试积累之中，“区块链+游戏”应逐渐转化为“**游戏+区块链**”。

中国移动游戏市场概述

1

中国移动游戏产品分析

2

中国移动游戏企业分析

3

中国移动游戏行业趋势

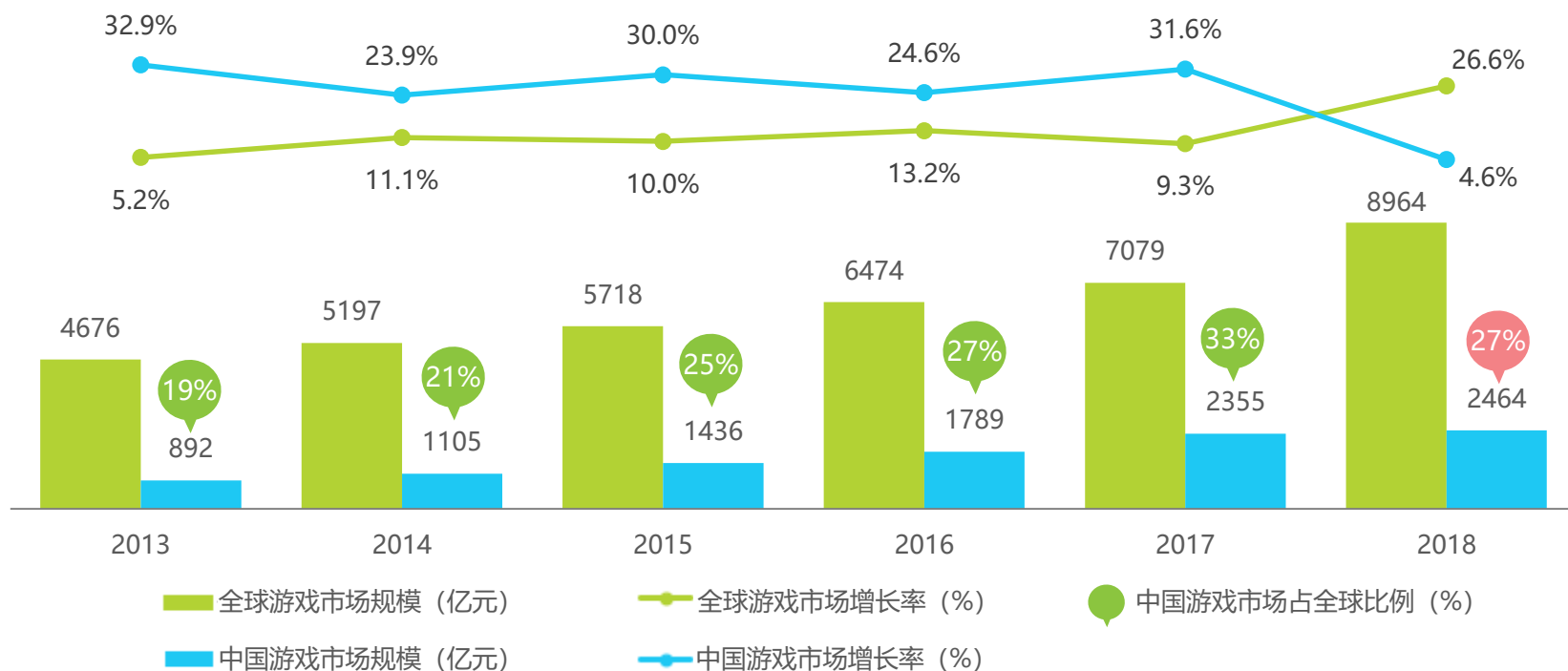
4

2018年全球游戏市场收入规模

中国游戏市场占比首次出现下跌

自2018年3月起，由于中国展开机构改革，监管机构暂停了游戏版号的审批，直至2018年12月底的游戏产业年会上，中宣部才公布有关游戏版号重新开放的消息。相较于往年同期，游戏市场缺失了几千款获准进入市场的新游戏。这个导致中国游戏市场在全球游戏市场规模中的占比出现了近6年来的首次下跌。

2013-2018年全球和中国游戏市场规模



注释：1.中国游戏市场收入规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.中国游戏市场收入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2019年游戏行业相关报告中做出调整。

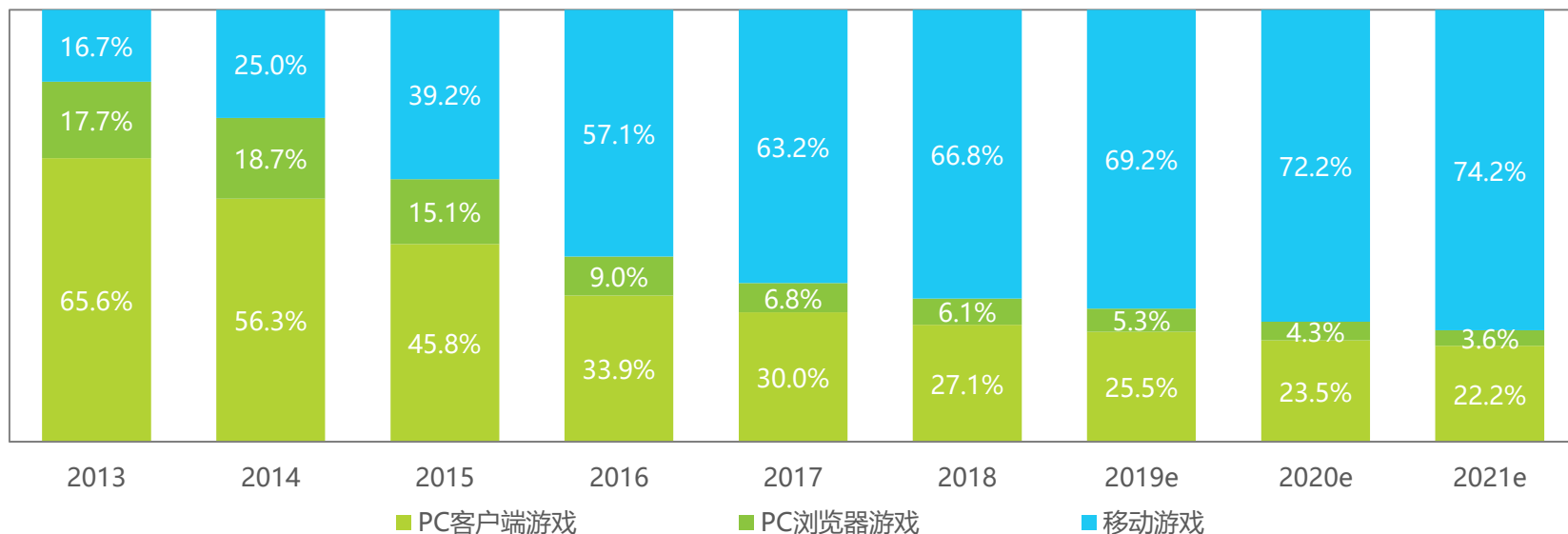
来源：1.全球游戏市场规模数据取自 Newzoo 2018 Global Games Market Report；2.中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019年中国游戏市场细分产业占比

手机是最重要的游戏设备 但多屏融合已初显趋势

毋庸置疑，手机是当今最重要的游戏设备。无论是中国还是全球游戏市场，移动游戏的占比都在不断提高。使用移动设备玩游戏虽然方便，但在部分场景下，小屏也有自身的限制。随着5G技术的不断发展，以索尼、谷歌为首的各大厂商都已投入大量资源开展云游戏的业务，游戏设备之间的“第四面墙”将有望被彻底打破。届时，玩家可自由的根据当前所处的场景，选择最合适的游戏设备，从而达成“多屏融合”的游戏体验。

2013-2021年中国网络游戏产业细分



注释：1.中国游戏市场收入规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.中国游戏市场收入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2018年游戏行业相关报告中做出调整。

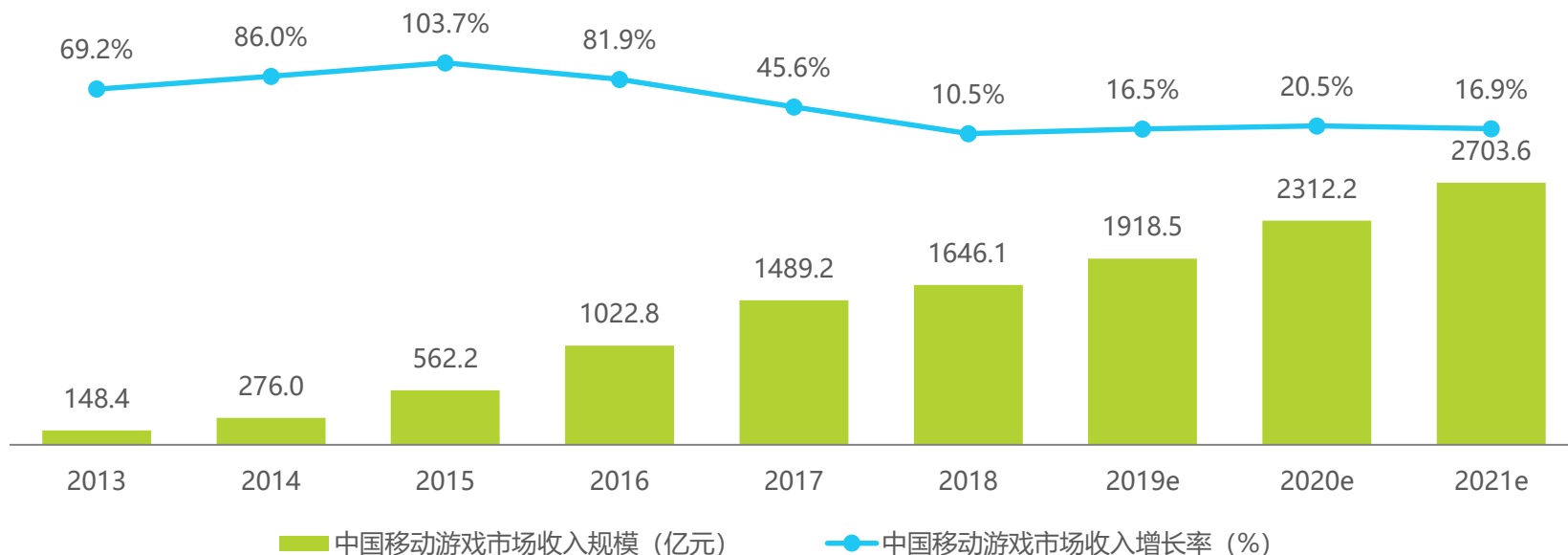
来源：中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019年中国移动游戏市场规模

政策紧缩导致历史最低增速

虽然由于版号政策的调整，导致大量移动游戏无法进入中国移动游戏市场，但在各大游戏厂商积极的战略调整之下（拓展海外市场、加强现有游戏的运营力度等），2018年中国移动游戏市场收入同比增长仍达到了10.5%。这不仅是游戏厂商对于老游戏运营、新游戏质量的重视程度更高的结果，也意味着市场依然保有稳健的上涨趋势，距离零和博弈阶段尚有许多空间。艾瑞分析认为，制定更加严格的行业规范，会对游戏市场的持续发展起到更好的监管及促进作用，待政策调整完成、厂商适应之后，游戏市场仍会在很长一段时间内保持可观的增长力度。

2013-2021年中国移动游戏市场规模



注释：1.移动游戏市场规模包含中国大陆地区移动游戏用户消费总金额，以及中国移动游戏企业在海外移动游戏市场获得的总营收；2.部分数据将在艾瑞2018年移动游戏相关报告中做出调整。

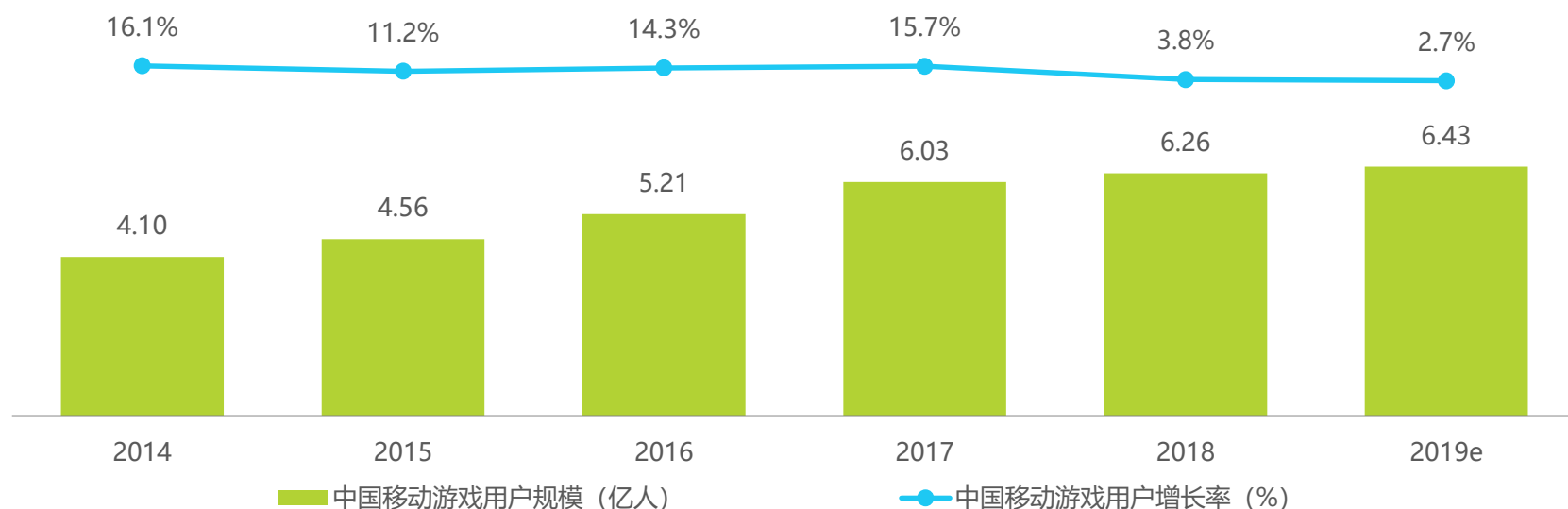
来源：中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019年中国移动游戏用户规模

移动游戏市场正式迈入存量时代

2018年中国移动游戏用户规模约6.26亿人，同比增长3.8%。《旅行青蛙》、《绝地求生：刺激战场》、《楚留香》等2018年的爆款游戏，并没有对游戏用户的增长形成有效的支撑，中国移动游戏市场已正式从增量时代转为存量时代。虽然没有了人口红利的优势，但相较于日本、美国等游戏大国，中国游戏市场的付费率和ARPU值都尚有很大的提升空间。游戏厂商应当更加重视用户传播口碑，并不断加强精细化运营，以提升用户游戏体验为未来的核心发展方向。

mUserTracker-2014-2019年中国移动游戏用户规模



注释：中国移动游戏用户规模统计包括中国大陆地区移动游戏用户总数量。
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2019年中国移动游戏产业图谱

2019年中国移动游戏行业产业链



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21089

