

中国休闲移动游戏 行业研究报告

2018年



海量行研报告免费读

行业概览

- 休闲移动游戏类型主要包括:IO类、塔防类、消除类、跑酷类、音乐类、放置类、解密益智类及模拟经营类在内的八种游戏类型
- 2017年中国休闲移动游戏市场规模达到252.9亿元, 同比增长11.4%。增长率相较2016年有所下降
- 休闲移动游戏的准入门槛较低且产品生命周期较长是相关产品在市场中的核心竞争优势
- 游戏买断费、游戏内购费及广告收入是目前市场上最常见的三类休闲移动游戏核心商业模式
- 游戏电竞化及游戏原生IP的泛娱乐化发展, 是休闲移动游戏市场在近期内发展的两大核心趋势

用户基本属性

- 休闲移动游戏用户中女性占比高达42.6%, 30岁以上用户高达37.9%, 用户分布十分广泛
- 休闲移动游戏用户主要集中在中国东部及东南部地区
- 休闲移动游戏用户中付费用户占比达64%, 玩家在付费率及付费额度上都略低于竞技类用户
- 游戏直播在休闲移动用户中的普及率达30.8%, 其中61.4%的用户每天都会看游戏直播
- 休闲移动电竞赛事在市场中的用户普及率达32.3%, 《球球大作战》是目前用户认知度相对较高的休闲移动电竞产品

休闲移动游戏行业简介	1
休闲移动游戏用户特点分析	2
休闲移动游戏企业案例分析	3
休闲移动游戏竞技化发展探索	4
休闲移动游戏泛IP化及品牌化发展探索	5
休闲移动游戏行业发展趋势总结	6

休闲移动游戏的定义与特征

规则简单、易上手是休闲类游戏的普遍特质

休闲移动游戏泛指易上手的、规则相对简单的游戏。休闲类游戏是对具有类似特性的游戏品类的统称，其中包含多种游戏玩法、游戏类型。

相较其他中、重度的游戏而言，休闲类游戏往往能在短时间内就带给玩家快乐，游戏与玩家的交互会相对较弱，游戏中一般也不具备复杂的属性、操作与世界观设定。休闲类游戏致力于通过多变的玩法、题材，在有限的时间内给玩家带来无限的娱乐体验。

休闲游戏与非休闲游戏的核心区别分析



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

休闲移动游戏细分类型分析

报告主要针对八种休闲移动游戏细分类型进行分析

报告中所概括的休闲移动游戏类型主要包括:IO类、塔防类、消除类、跑酷类、音乐类、放置类、解密益智类及模拟经营类在内的八种游戏类型。

值得注意的是由于“棋牌类”游戏具有较独特的用户与产品特性,因此本次报告未将棋牌类游戏归入休闲类游戏进行研究。

休闲移动游戏

IO类	塔防类	消除类	跑酷类	音乐类	解密益智类	经营养成类	放置类	其他休闲类
								
								
								
								
								

来源: 艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

不同交互模式下的休闲游戏特点分析

游戏交互模式主要分为弱联网、非实时交互及实时交互三类

在触屏移动游戏时代，国内主流的休闲移动游戏还可以按游戏交互方式分为三类：弱联网类；非实时交互类；实时交互类。

- 弱联网类休闲移动游戏：指在游戏核心玩法中不包含联网功能，而游戏中的联网仅仅作为数据存储、计费等功能。
- 非实时交互类休闲移动游戏：指在游戏中不包含同步交互类联网功能，仅通过网络实现简单的玩家间数据交互、数据对比的游戏类型。
- 实时交互类休闲移动游戏：指在游戏中包含同步交互类联网功能，推崇玩家之间实时交互玩法的游戏类型。

弱联网类休闲移动游戏



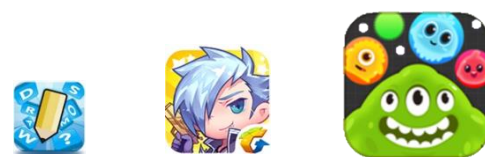
- ◆ 游戏入门门槛较低
- ◆ 玩家间游戏实力差距小
- ◆ 游戏中没有社交系统
- ◆ 游戏单局时间短、内容深度较浅
- ◆ 闯关类、放置类玩法是目前市场上的主流玩法
- ◆ 在休闲移动游戏市场中总占比较小

非实时交互类休闲移动游戏



- ◆ 游戏入门门槛较低
- ◆ 玩家间具有一定的游戏实力差距
- ◆ 游戏中社交系统简单，交互维度少
- ◆ 游戏单局时间短、内容深度较浅
- ◆ 消除类、解密挑战类玩法是目前市场上的主流玩法
- ◆ 在休闲移动游戏市场中产品数量占比最多

实时交互类休闲移动游戏



- ◆ 游戏入门门槛相对较高
- ◆ 玩家间游戏实力差距大
- ◆ 游戏中设有丰富的社交系统，且强调玩家之间的对抗
- ◆ 游戏单局时间较长、内容深度较深
- ◆ IO类、跑酷类玩法是目前市场上的主流玩法
- ◆ 在休闲移动游戏市场中的市场占比最高，且玩家参与热情最高

中国休闲移动游戏发展历程浅析

iResearch

艾瑞咨询

休闲移动游戏是移动游戏市场中历史最为悠久的细分类型

- ◆ 移动游戏进入中国
- ◆ 黑白像素游戏为主
- ◆ 首款现象级手机原生游戏《贪吃蛇》

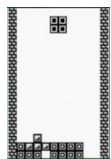
- ◆ S40及S60手机系统先后进入中国，移动游戏进入Java时代
- ◆ 原创休闲移动游戏进入高速发展阶段，游戏画质摆脱像素风并进入彩色时代
- ◆ 玩法上开始尝试创新突破，体感游戏概念被提出

萌芽期 1994-2000



1997
现象级原生游戏
《贪吃蛇》

1994
首批掌机移植产品
《俄罗斯方块》



发展期 2001-2008



2003
N-Gage面市

大量Java移动游戏开始进入市场



2006
体感游戏《Cahoona
Marble Maze》

2005
S60手机系统
进入中国

市场开始出现PC
移植产品《祖玛》



2007
创意游戏
《Tower Bloxx》



2009
iOS及安卓系统先后进入中国

触屏休闲游戏上市
《愤怒的小鸟》
《捕鱼达人》



2011
触屏体感移动游戏
《神庙逃亡》

2010
人工智能移动游戏
《会说话的Tom》



2012
休闲移动游戏单局
时长逐渐延长
《保卫萝卜》
《糖果传奇》



成熟期 2009-2012

- ◆ 触屏智能手机逐渐占据手机市场，智能平板设备问世，移动游戏进入APP时代
- ◆ 休闲移动游戏中开始出现弱联网化交互
- ◆ 市场中新兴休闲游戏产品的游戏时长开始变长，内容深度逐渐加深



2013
创意产品集中爆发
《天天酷跑》
《暖暖环游世界》
《Flappy Bird》

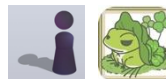


2016
移动电竞开始发力
《球球大作战》

2014
现象级长周期产品
《开心消消乐》



2017
休闲移动游戏泛
娱乐化发展
《跳一跳》
《旅行青蛙》



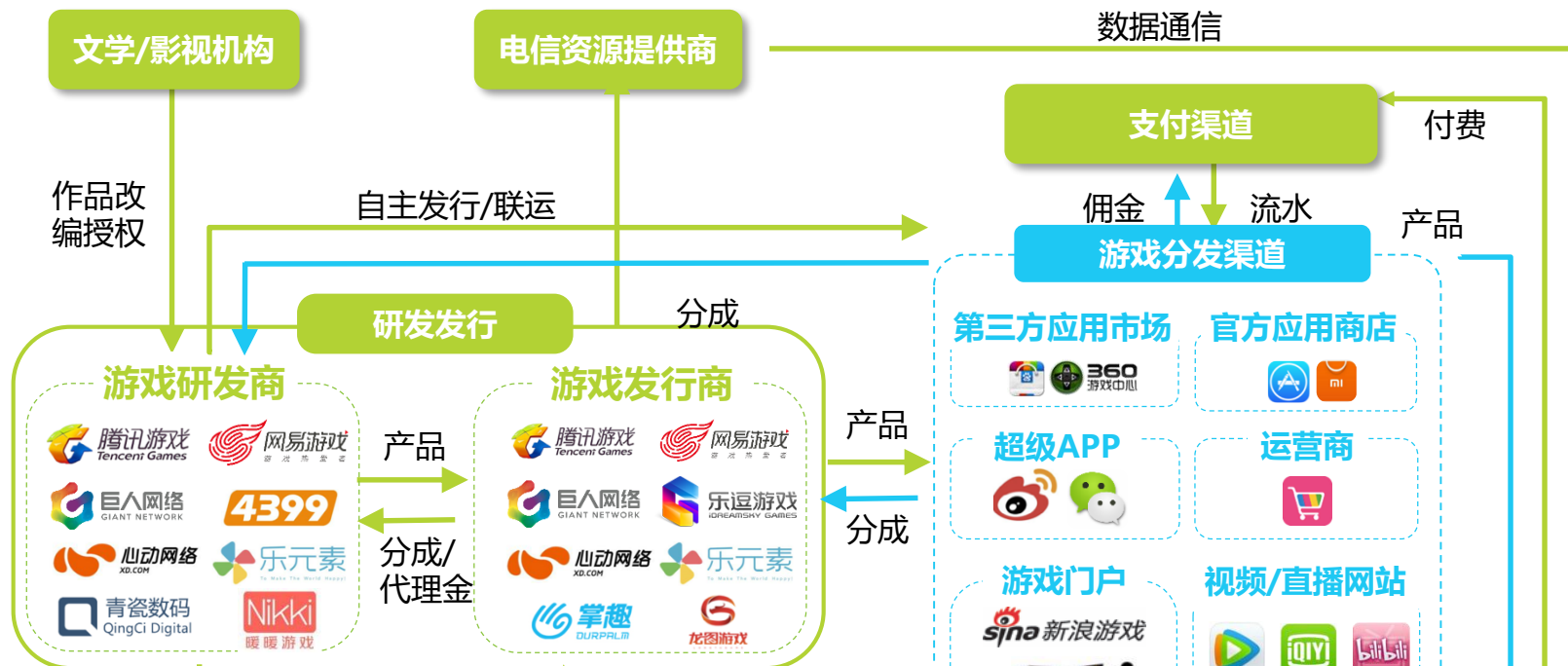
爆发期 2013-今

- ◆ 4G网络开始在国内普及，移动游戏联网环境逐渐成熟
- ◆ 休闲移动游戏呈泛娱乐化发展，内容深度进一步加深
- ◆ 休闲电竞游戏打入市场，电竞赛事及职业俱乐部开始出现

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国休闲移动游戏产业链图谱

2018年中国休闲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_21303

