

2021年 中国移动游戏行业 深度洞察报告

Mob研究院出品

2021年3月

©2021 MobTech. All rights reserved.

Mob研究院发布

《2021年移动游戏行业深度洞察报告》

对移动游戏市场做出以下趋势判断

- 存量争夺战愈演愈烈：**随着移动互联网人口红利殆尽，移动游戏市场正式迈向存量争夺战，游戏玩家规模逼近7亿天花板
- 内容精品化大势所趋：**在存量竞争阶段，市场玩家均已被至少一种玩法教育过，产品获客效率将显著降低。新玩法、新题材及高品质的产品将成为新的发力点，3A游戏市场大热
- 游戏出海势不可挡：**随着国内市场的饱和，游戏厂商竞相出海寻求新增量，出海之势势不可挡
- 分发渠道迎来大变局：**未来随着圈层游戏、精品化游戏的发展，游戏在研发阶段便已奠定获客优势，传统分发渠道意义显著变小，买量、TapTap等新渠道模式蓄势待发

目录

CONTENTS

中国移动游戏行业
市场分析

01

中国移动游戏行业
五大关键词

02

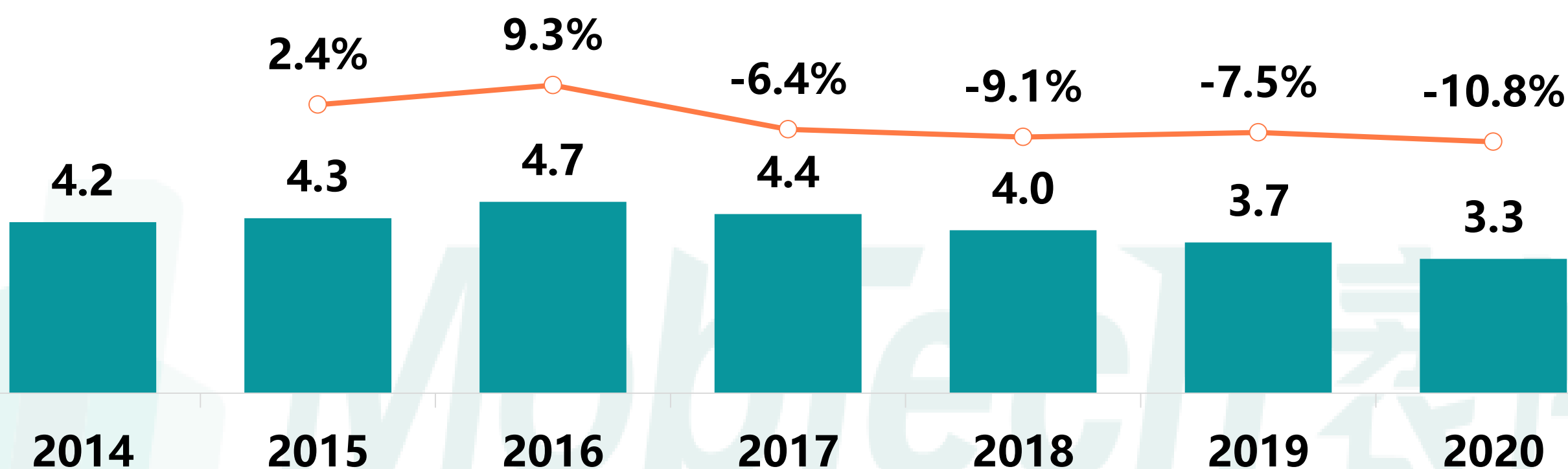
移动应用市场——进入存量竞争阶段

近几年智能手机出货量持续下跌，移动互联网月活规模增长缓慢，用户基数见顶，**移动应用市场整体进入存量竞争阶段**

Mob研究院

2014-2020年中国智能手机出货量

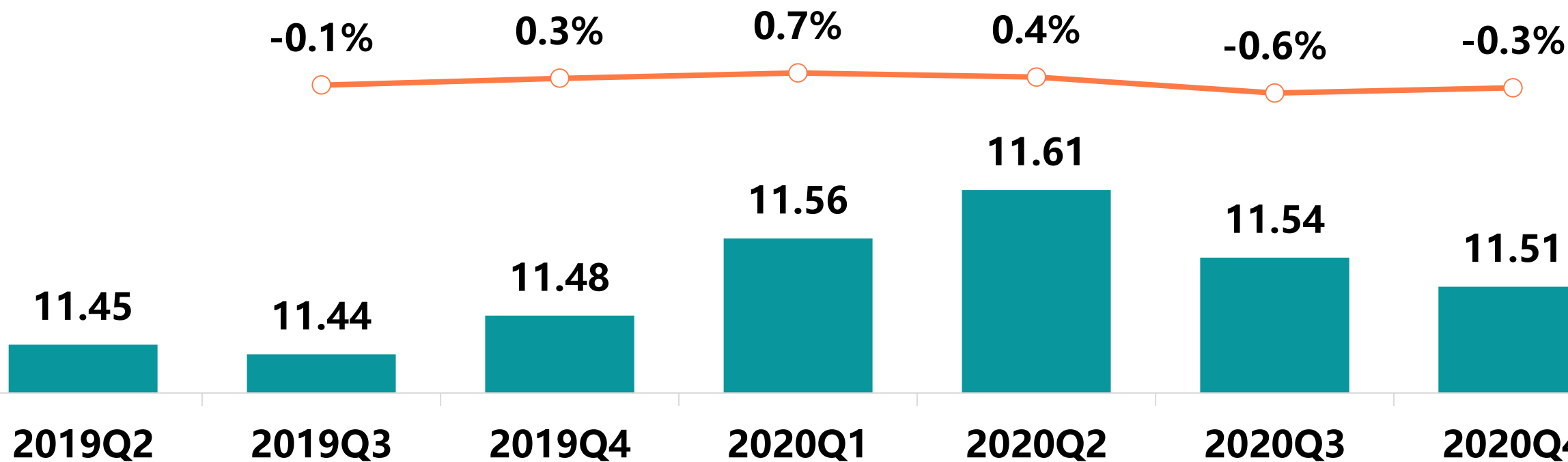
■中国智能手机出货量（亿量） ○同比增长率



Mob研究院

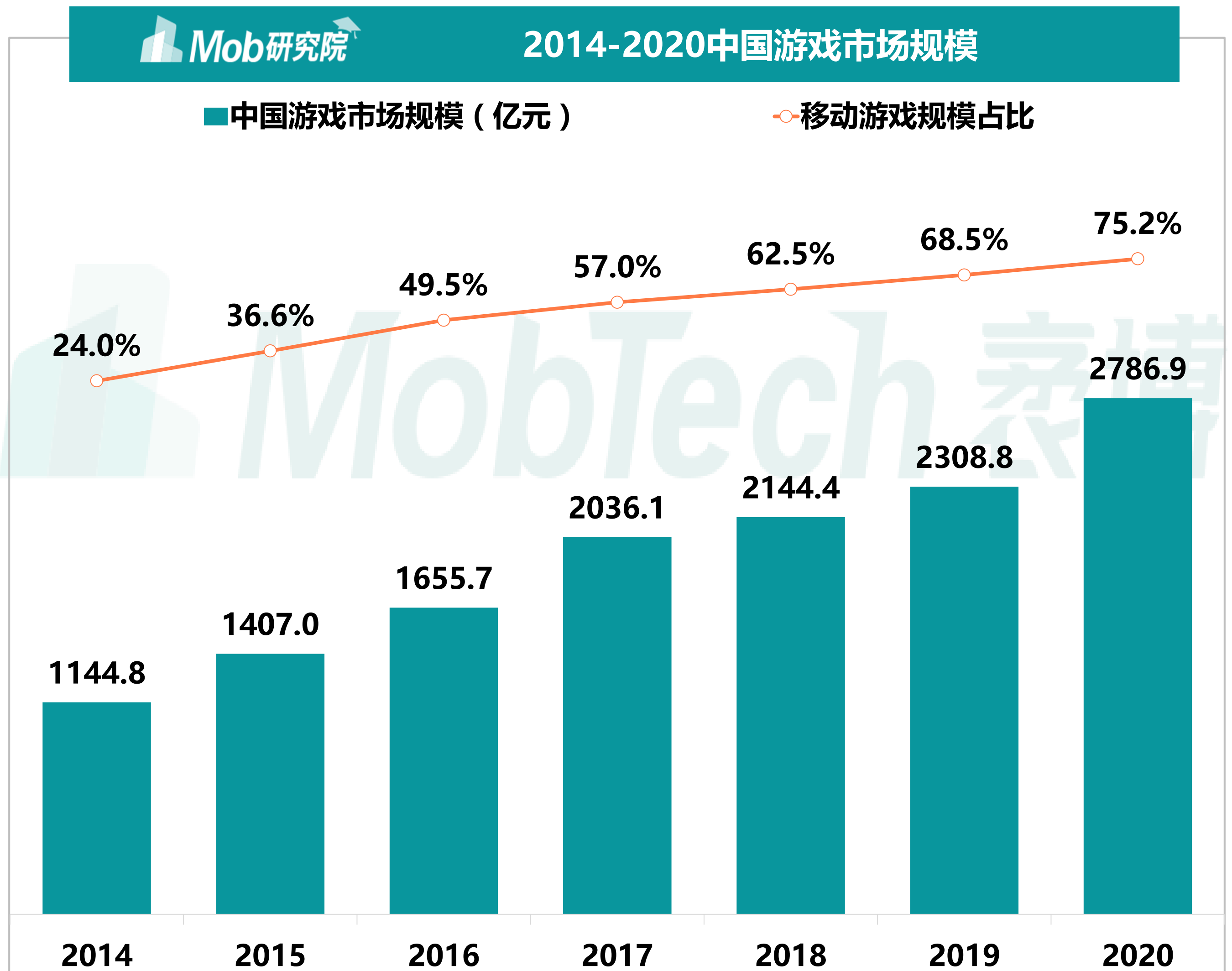
2019-2020年移动互联网月活用户规模

■移动互联网月活规模（亿） ○同比增长率



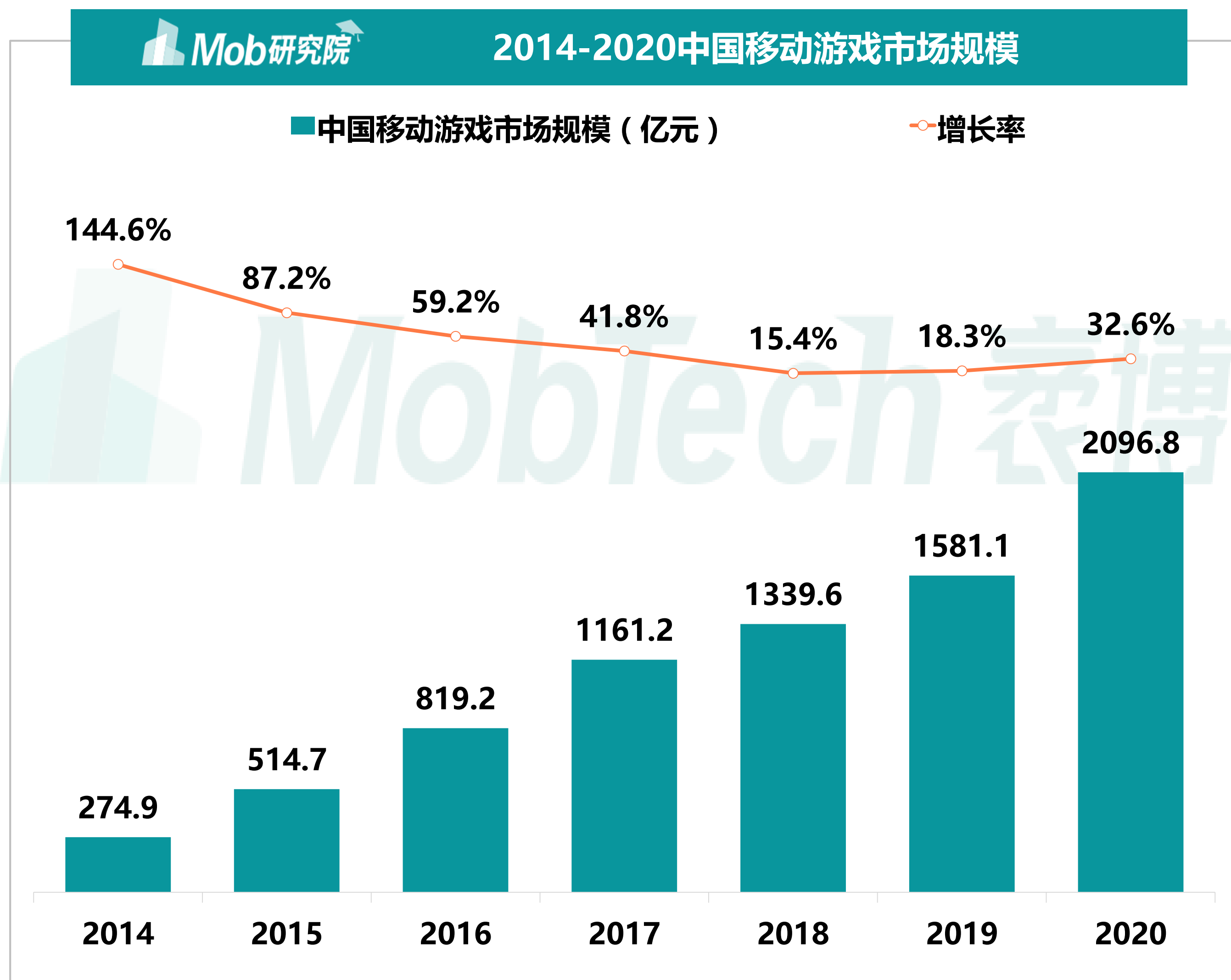
游戏行业市场规模—近2800亿，移动游戏占比7成

2020年中国游戏市场整体实际销售收入接近**2800亿**，其中移动游戏规模占比逐年攀升至**75%**，在游戏行业的地位举足轻重



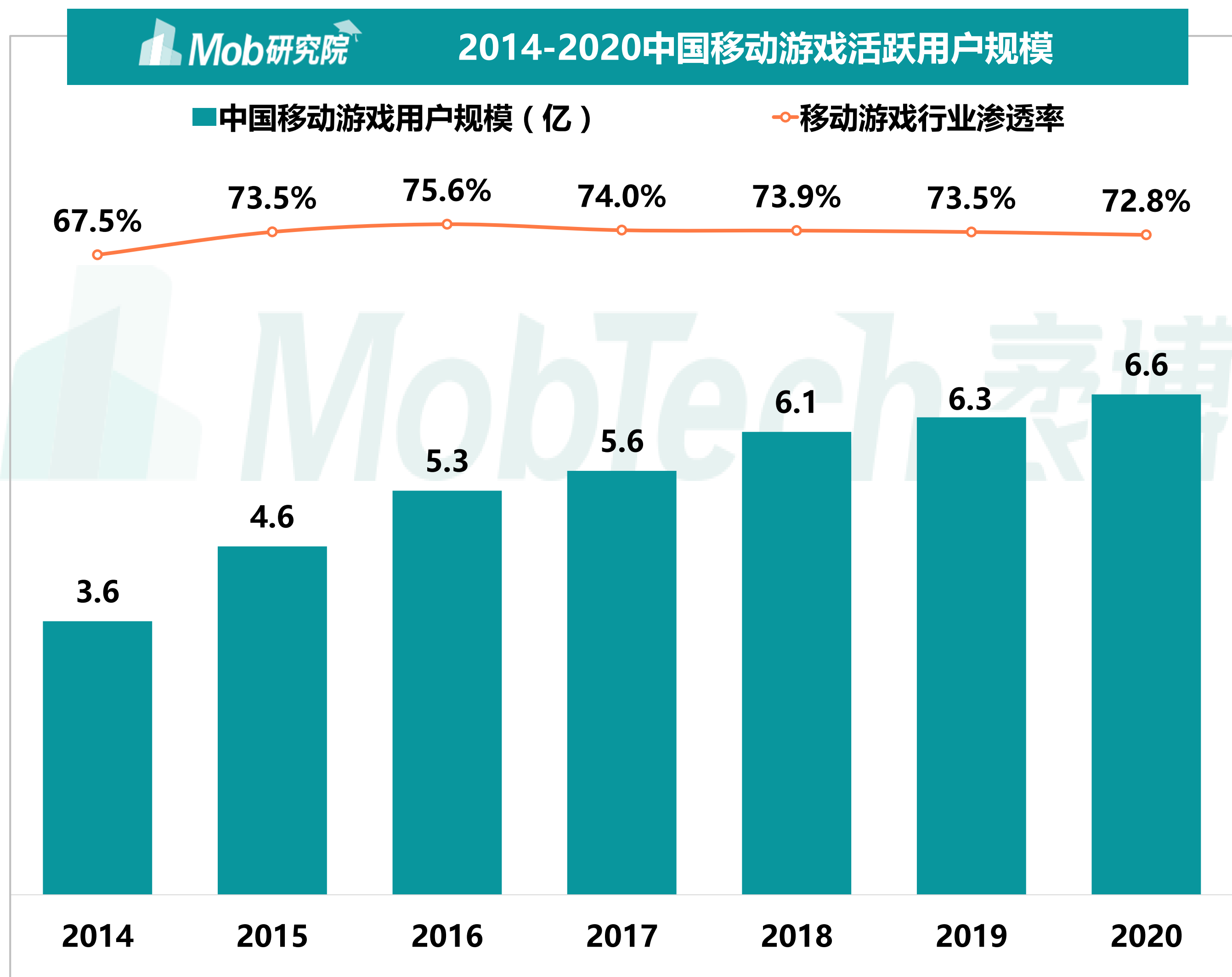
移动游戏行业市场规模——突破2000亿

受疫情影响，线上娱乐得以提振，其中移动游戏行业增速明显，2020年中国移动游戏市场规模正式**突破2000亿**，同比增长**32.6%**



移动游戏玩家规模—接近7亿天花板

疫情期间，大量新用户居家休闲，开始尝试移动游戏，2020年整体规模接近**7亿天花板**，但国内游戏用户渗透率较高，行业存量竞争激烈

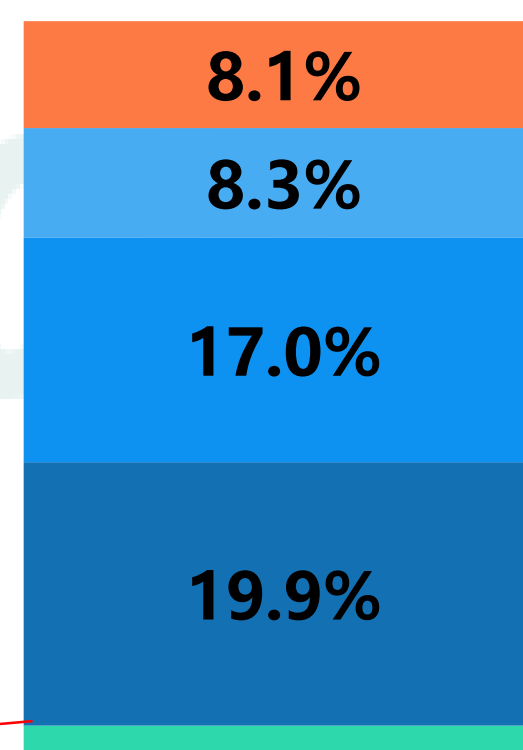
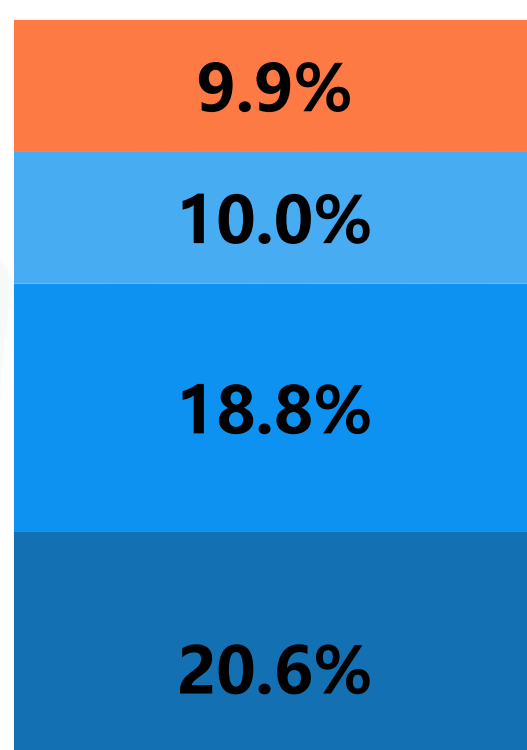


Source : MobTech , 2014-2020 , 注：移动游戏渗透率=移动游戏用户规模/移动网民规模

移动游戏用户使用时长—占比提升3%

2020年线上娱乐应用日均使用时长分布中移动游戏占比22.8%，同比提升3%。疫情期间足不出户，移动游戏成为了“杀时间”利器之一

■ 短视频 ■ 游戏服务 ■ 在线视频 ■ 在线音乐 ■ 在线阅读 ■ 网络直播



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_38047

