

中国游戏行业观察报告

【  360智慧商业 · 2020年8月 】

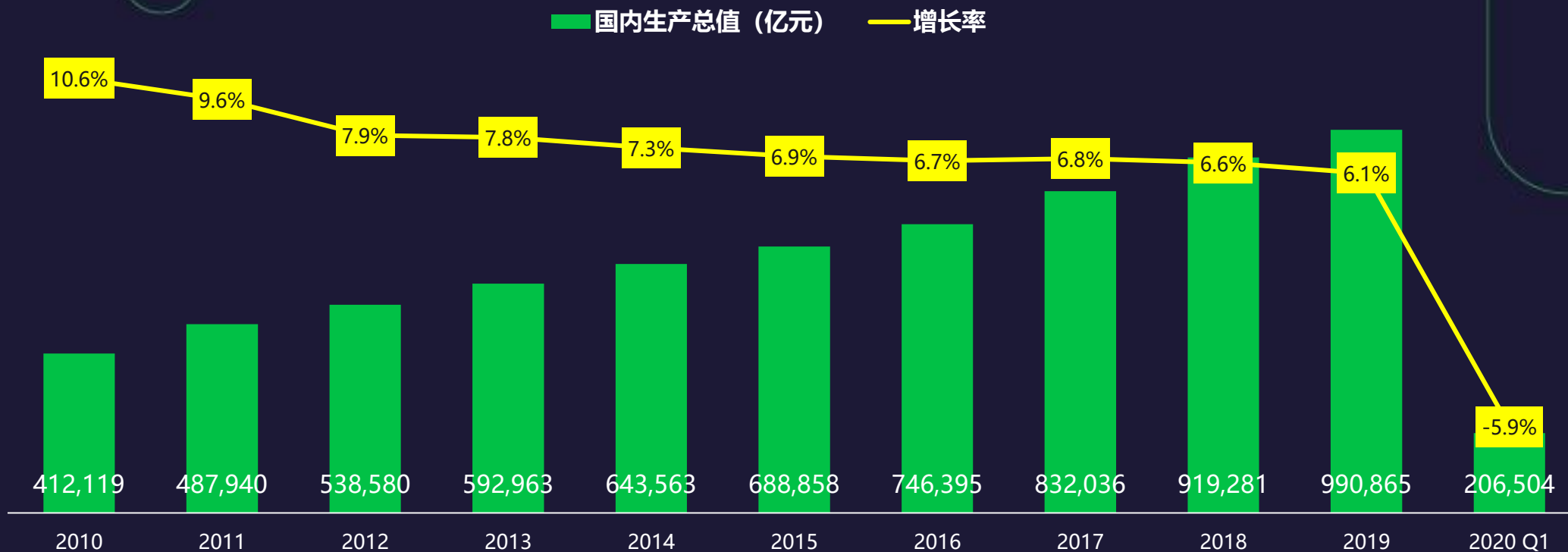
PART1 游戏行业整体分析



中国经济从“高速增长”向“高质量增长”转变

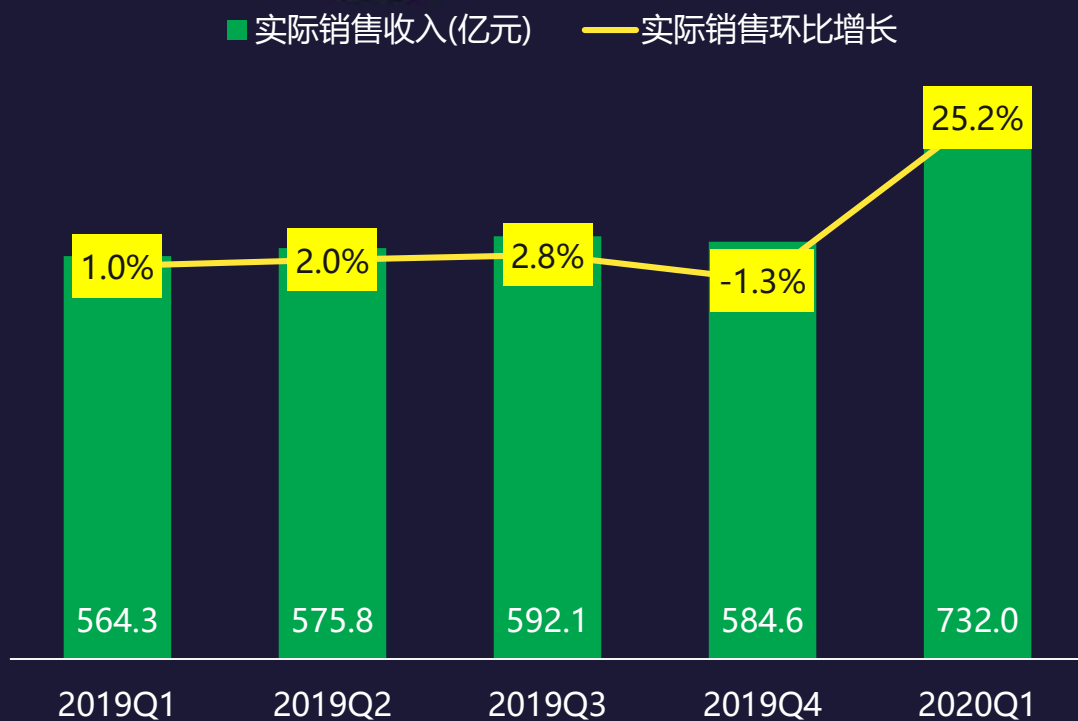
2010年至2019年，国内生产总值增长速度逐步放缓。

2010-2019国内生产总值

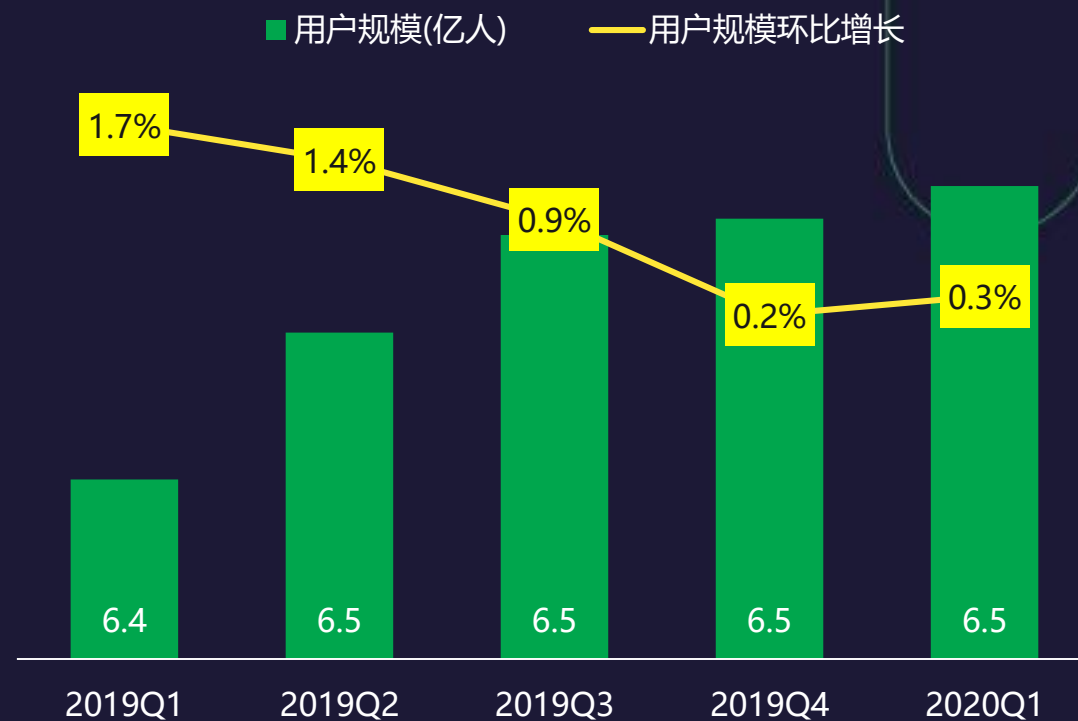


疫情引起“宅文化”深化，游戏增长规模显著

2020年Q1 中国游戏市场实际销售收入

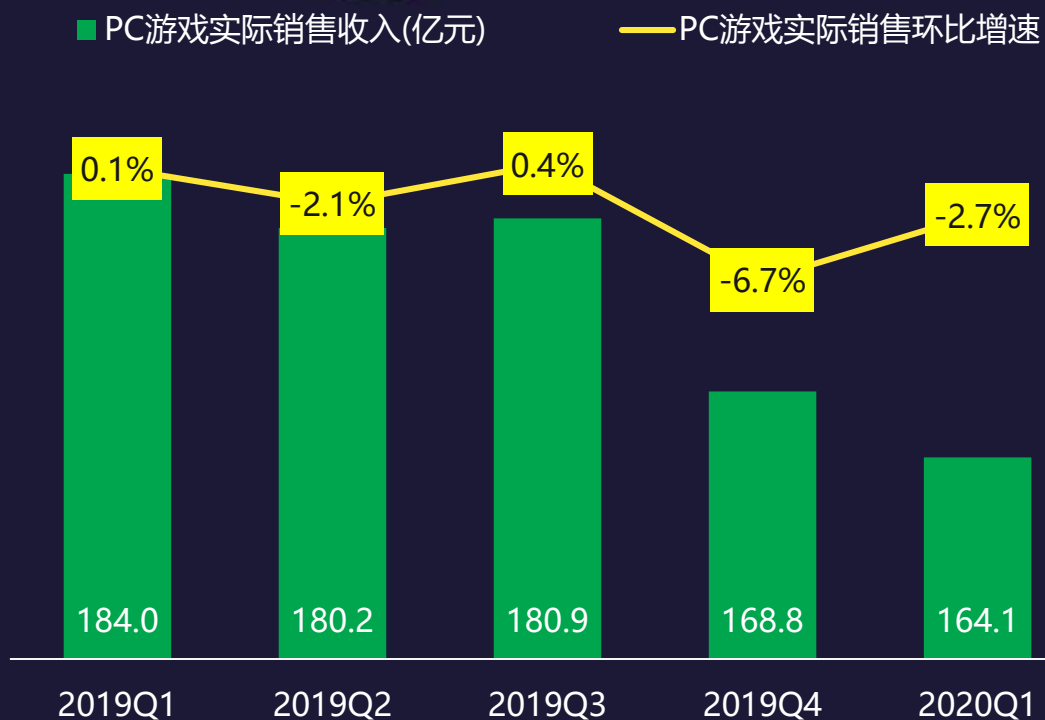


2020年Q1 中国游戏市场用户规模

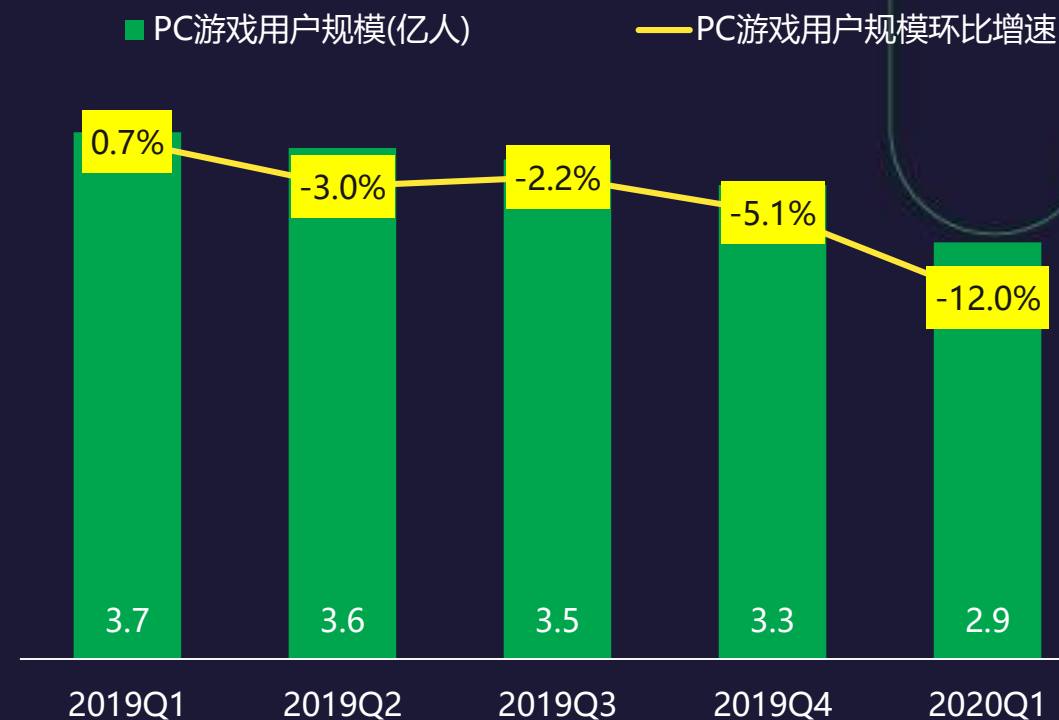


客户端游戏收入降速收紧，但用户流失严重

2020年Q1 中国PC游戏实际销售收入

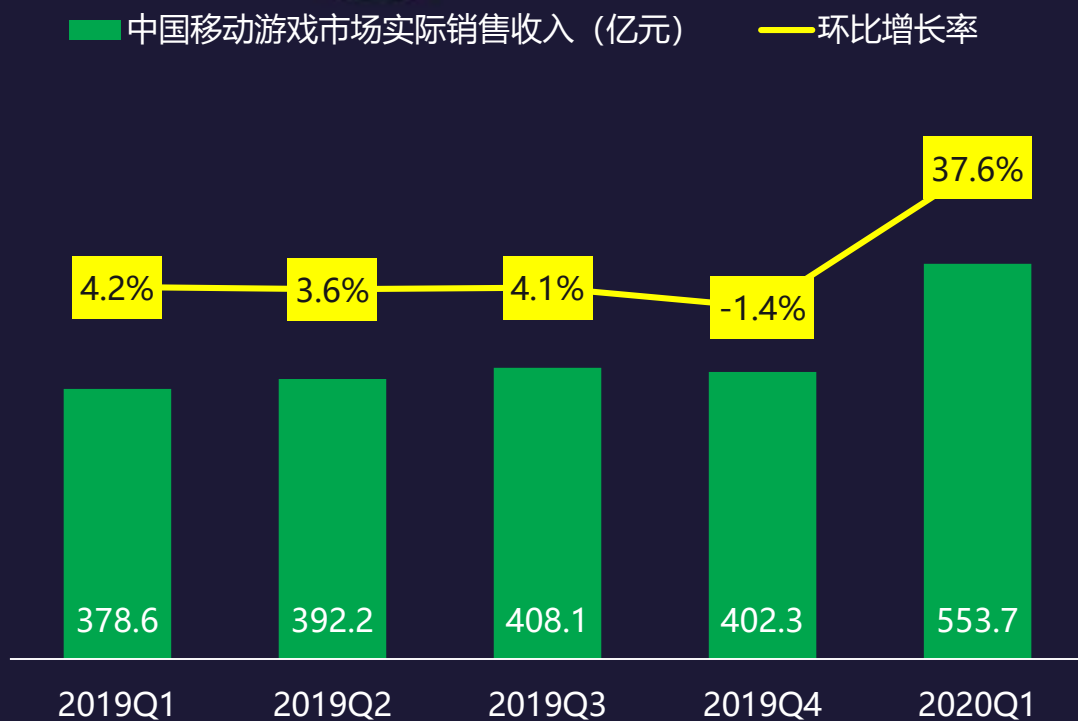


2020年Q1 中国PC游戏用户规模

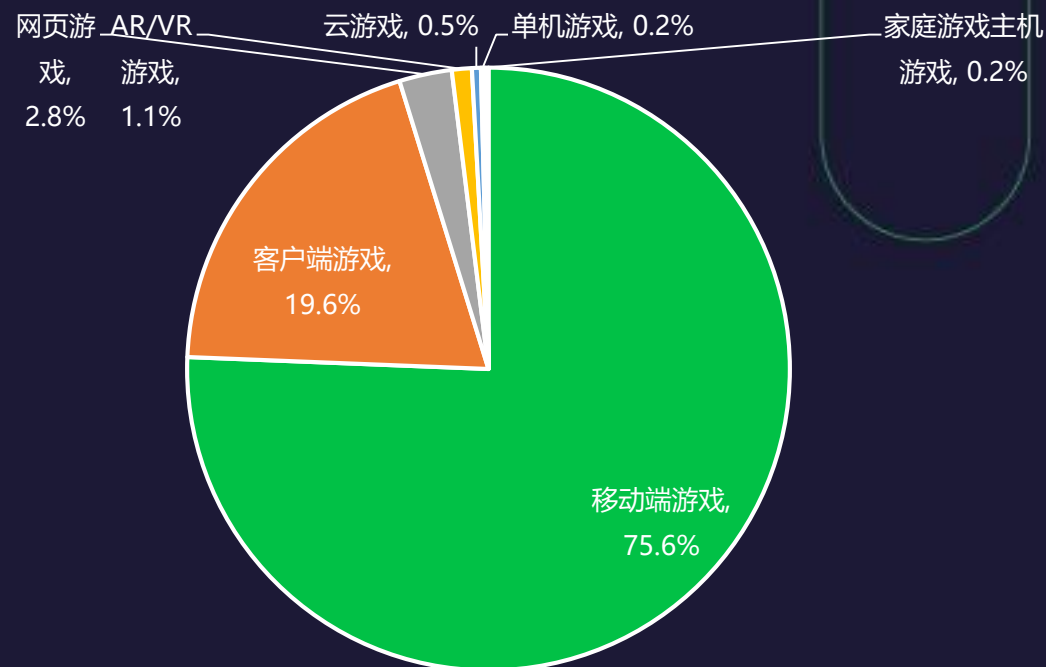


移动游戏蓬勃发展，其市场份额进一步扩大

中国移动游戏市场实际销售收入



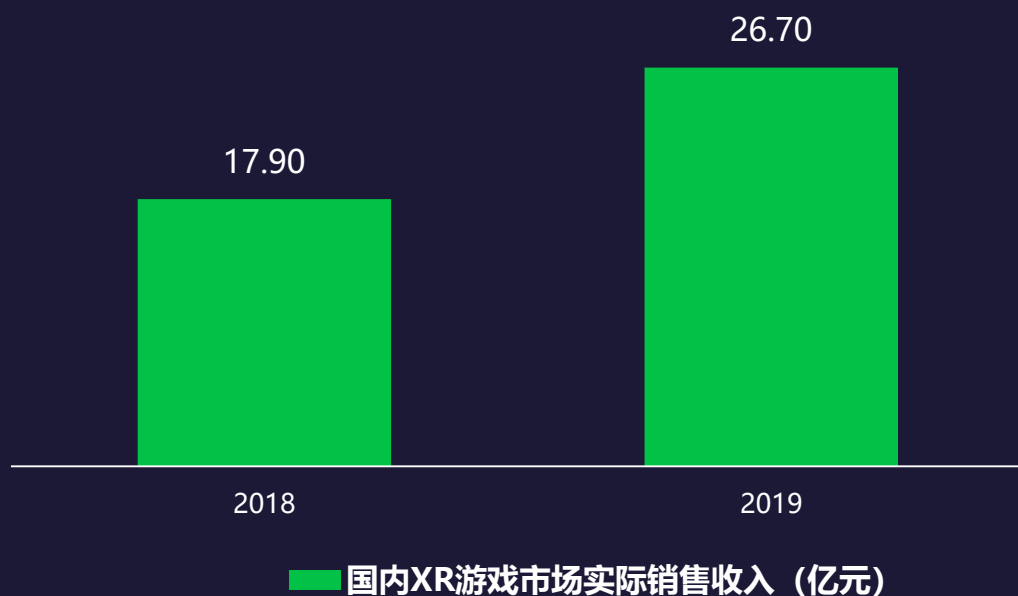
2020年Q1 中国移动游戏市场实际销售收入占比



中国XR游戏市场规模增长明显，5G时代云游戏市场小有规模

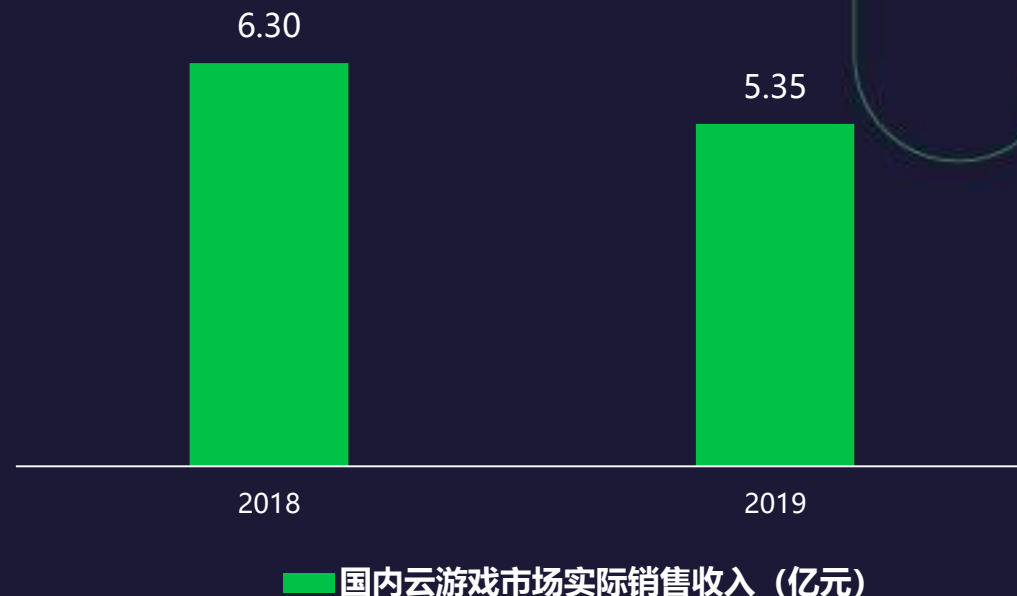
中国XR游戏市场规模

2019年AR/VR游戏市场规模相比2018年增长49.16%



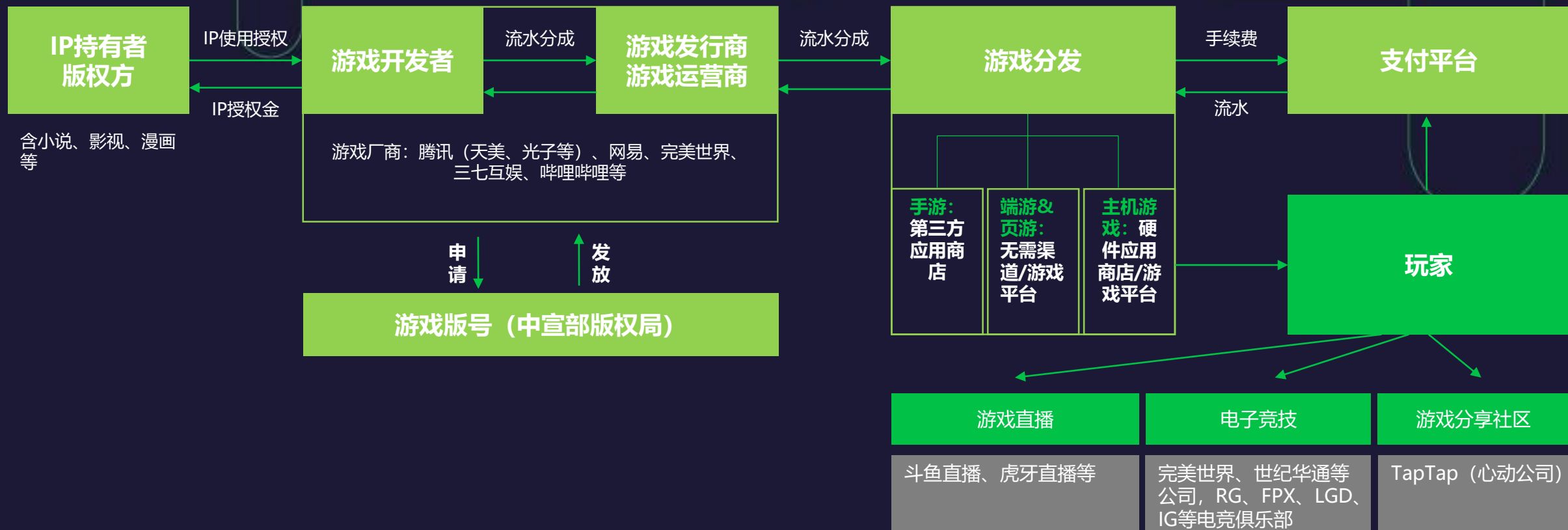
中国云游戏市场规模

2019年云游戏市场规模达到5.35亿元



游戏产业链条完善

游戏行业产业链



政府态度：“刚柔并济”

2011年12月，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于加快发展高技术服务业的指导意见》。提出拓展数字影音、数字动漫、健康游戏、网络文学、数字学习等服务。

2011年

《网络出版服务管理规定》其中规定网络游戏上网出版前，必须向所在地主管部门提出申请，经审核同意后，报广电总局审批。

2015年

2017年3月，监管部门对市场中的棋牌类游戏进行重审，要求在游戏名称中不能出现“棋牌”“平台”“大厅”等字眼

2017年

2020年3月13日，深圳市消委会联合18家相关单位共同研究制定的《网络游戏消费者权益保护规范》正式实施，对用户实名制、身份验证、适龄提示、游戏时长控制等方面进行明确要求

2020年

2014年

- 2014年，国家版权局正式发布了《“剑网2014”专项行动第二批10起网络侵权盗版案件查处情况》，众多知名网游私服涉及网络游戏侵权并被查处关闭
- 《关于深入开展网络游戏防沉迷实名认证工作的通知》（新闻出版总署，新广出办发[2014]72号，2014年7月25日发布，2014年10月1日起实施）
- 2014年2月26日，国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》。推动动漫游戏与虚拟仿真技术在设计、制造等产业领域中的集成应用。

2016年

- 2016年5月，国家广播电视总局下发了《关于移动游戏出版服务管理的通知》，规定游戏运营需要版号。只有获得了版号，游戏才可以上线收费，否则只能是不断地免费公测。
- 2016年11月23日国家新闻出版广电总局于在其官方网站发布了《关于实施“中国原创游戏精品出版工程”的通知》。《通知》明确，在2016—2020年，建立健全扶持游戏精品出版工作机制，支持优秀游戏企业做大做强。
- 《文化部关于规范网络游戏运营加强事中事后监管工作的通知》首次明确了网络游戏运营企业在几方面的限制：不得向用户提供网络游戏虚拟货币兑换法定货币或者实物的服务，

2018年

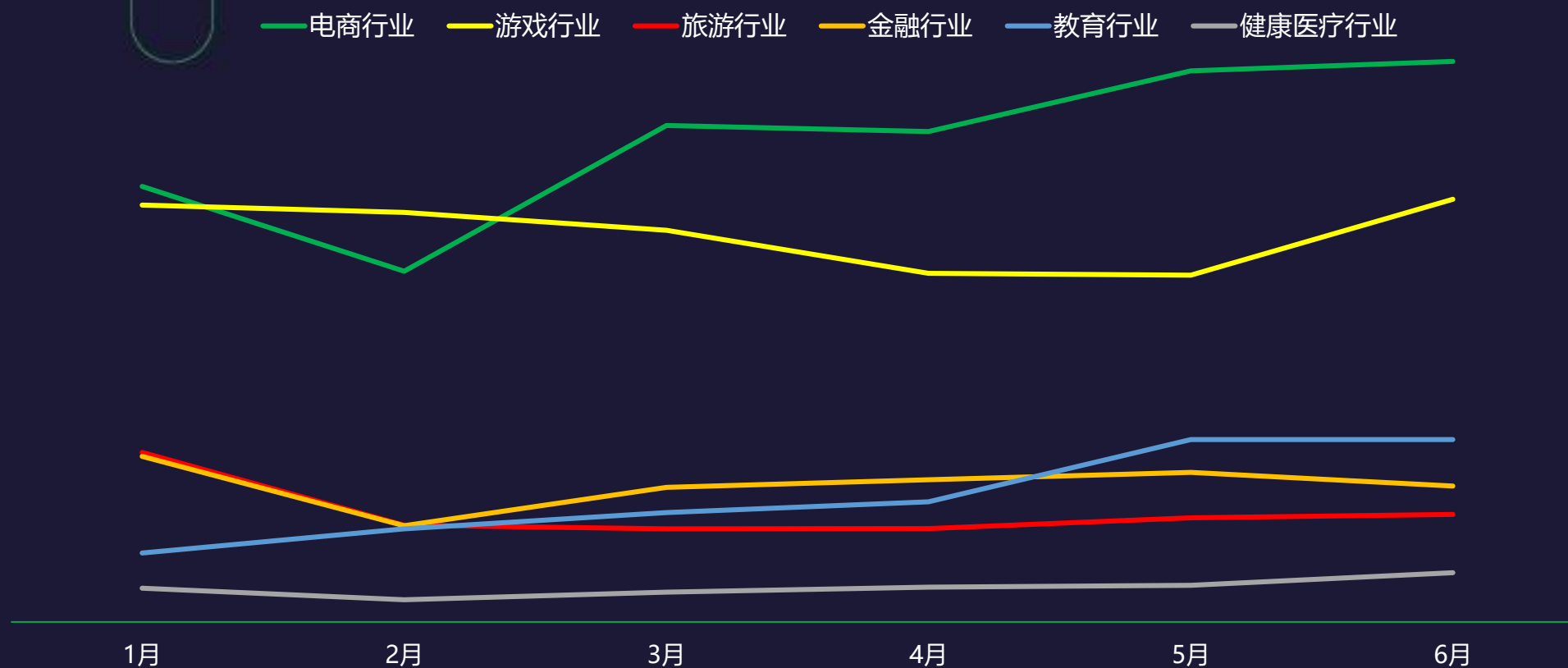
2018年3月以来受游戏版号审批暂停，直到2018年底才逐渐恢复。

2019年

2019年12月，《关于推动北京游戏产业健康发展的若干意见》，总体发展目标可概括为“一都五中心”，即围绕建成“国际网络游戏之都”总目标，在北京建设全球领先的精品游戏研发中心、网络新技术应用中心、游戏社会应用推进中心、游戏理论研究中心、电子竞技产业品牌中心。同时提出了“推动5G条件下，人机交互、互动化传播、沉浸式体验等智能技术在游戏领域的创新应用”的建议。

360用户对游戏的关注度处于高点波动，价值高

新冠疫情前后不同行业整体网络关注度



PART2 游戏行业人群洞察



搜索占据360游戏用户主要的决策路径

游戏网站流量来源



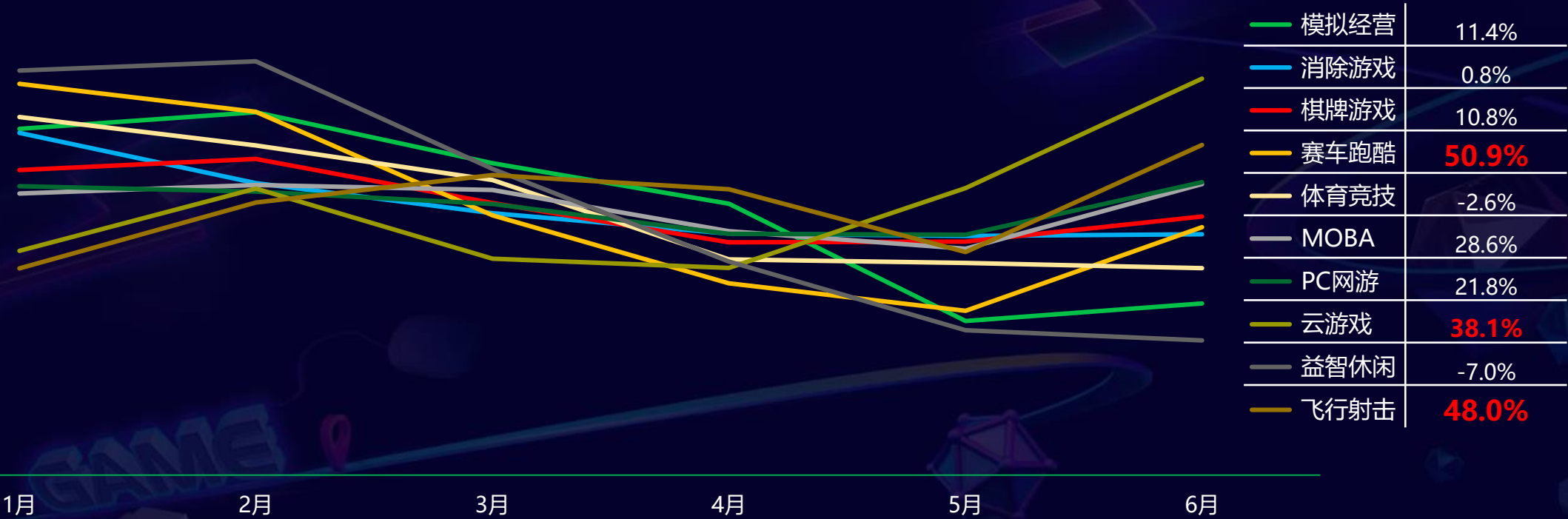
游戏网站流量去向



云游戏关注飙升，新形态游戏随新基建走入消费者心里

新冠疫情前后游戏行业网络关注度分布

6月环比增速



360游戏用户肯花钱，而且花大钱

Newzoo调研中国游戏玩家游戏动机

74%

观看游戏直播。
斗鱼和虎牙是最常用的游戏直播平台

57%

会给游戏主播或电竞赛事打赏，游戏付费意愿强烈

52%

零食提升游戏体验，其次是健康饮料

71%

过去六个月内
在游戏上氪金，
限时优惠更具吸引力

34%

现在玩的游戏
次数和数量比
过去三年增加显著

84%

为了提升游戏体验，
玩家在过去三年买过
游戏硬件

77%↑

360游戏玩家游戏动机

53%

观看游戏直播。
斗鱼和虎牙是最常用的游戏直播平台

51%

会给游戏主播或电竞赛事打赏，游戏付费意愿强烈

79%↑↑

零食提升游戏体验，其次是健康饮料

35%↑

过去六个月内
在游戏上氪金，
限时优惠更具吸引力

93%↑↑↑

现在玩的游戏
次数和数量比
过去三年增加显著

360游戏用户心存诗和远方， 探索世界，挑战和社交是最主要的驱动行为

Newzoo调研中国游戏驱动行为与360驱动行为对比



行业整体 360游戏用户观看游戏视频的最大动机是为了学习提高自身水平

Newzoo调研中国游戏视频观众动机与360关注动机对比



八大游戏消费者颗粒度定义多种游戏行为

行业整体

棋牌游戏



爱美家长型

理财达人型

互动广告



购物达人型

品质享乐型

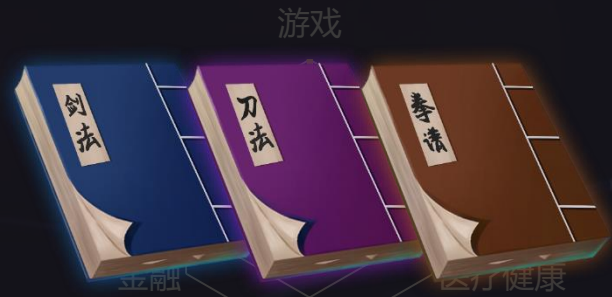
电子竞技



健身达人型

稳重事业型

PC网游



快乐游戏宅

自我逐梦型

氪金主力



电商

女性向游戏



电商

游戏直播



电商

二次元游戏



电商

页游人群以19-34岁、初高中学历的男性为主

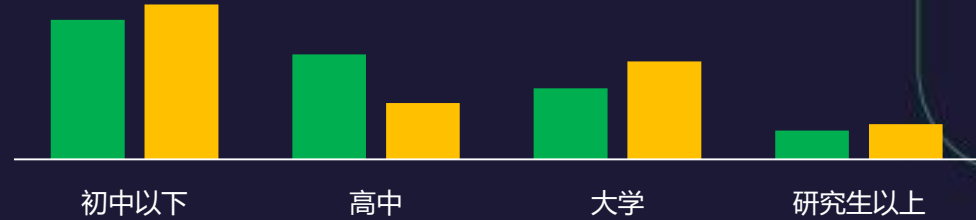
性别

■ 页游人群 ■ 360人群



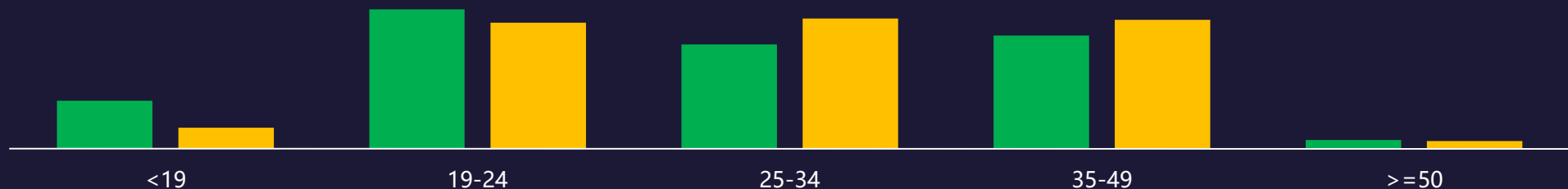
学历

■ 页游人群 ■ 360人群



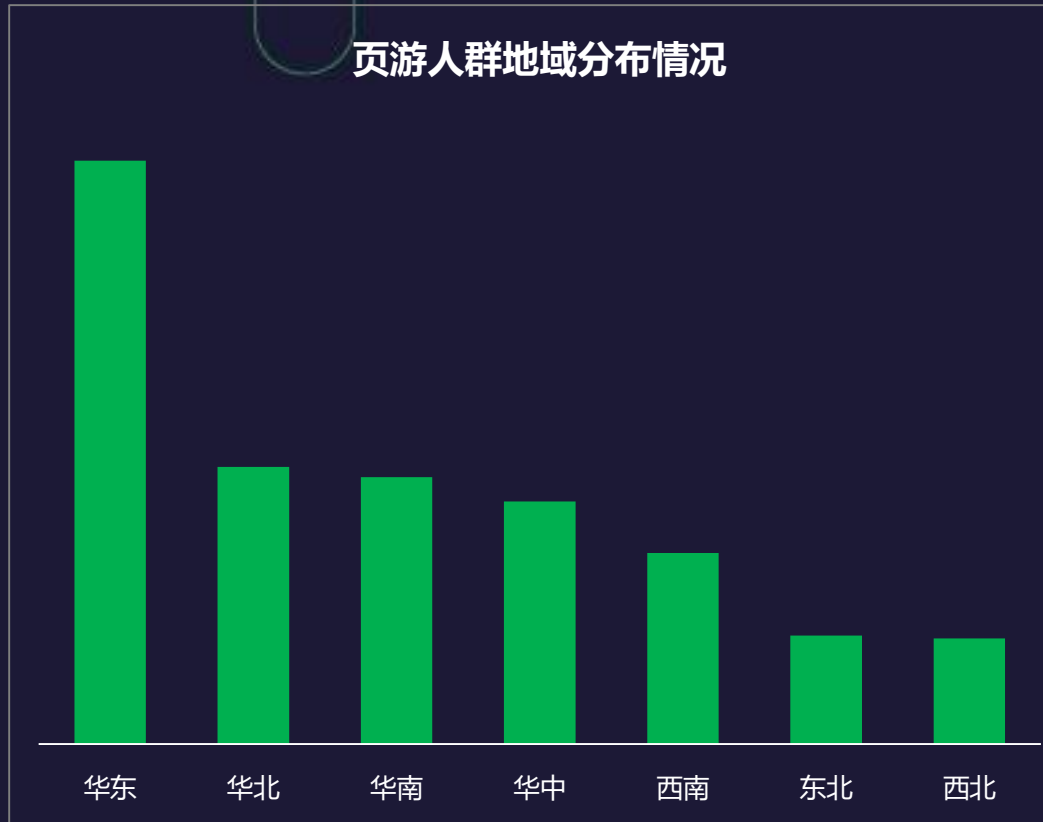
年龄

■ 页游人群 ■ 360人群

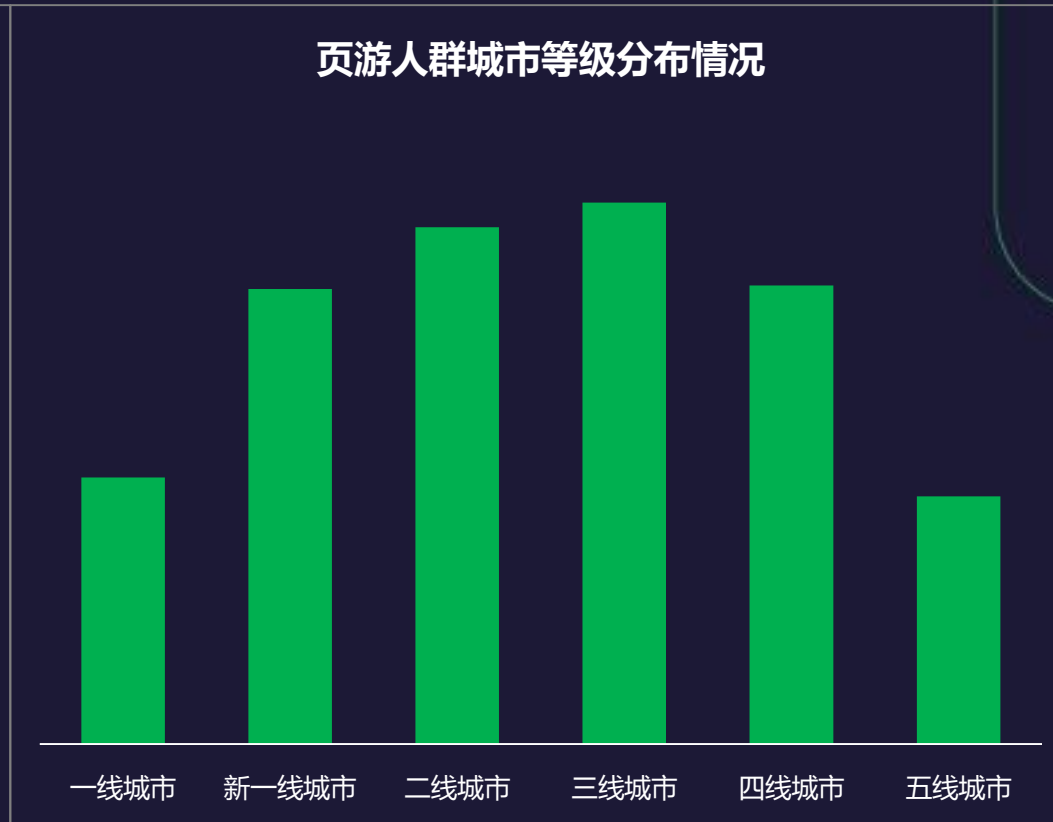


页游人群分布从沿海地区向内陆递减，下沉市场潜力高

页游人群地域分布情况

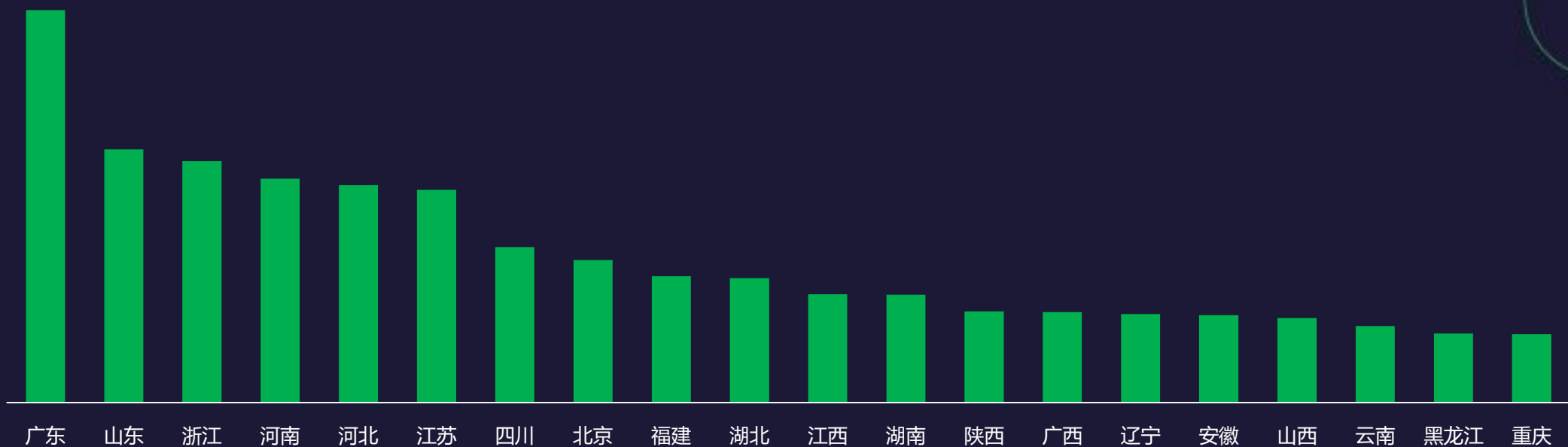


页游人群城市等级分布情况

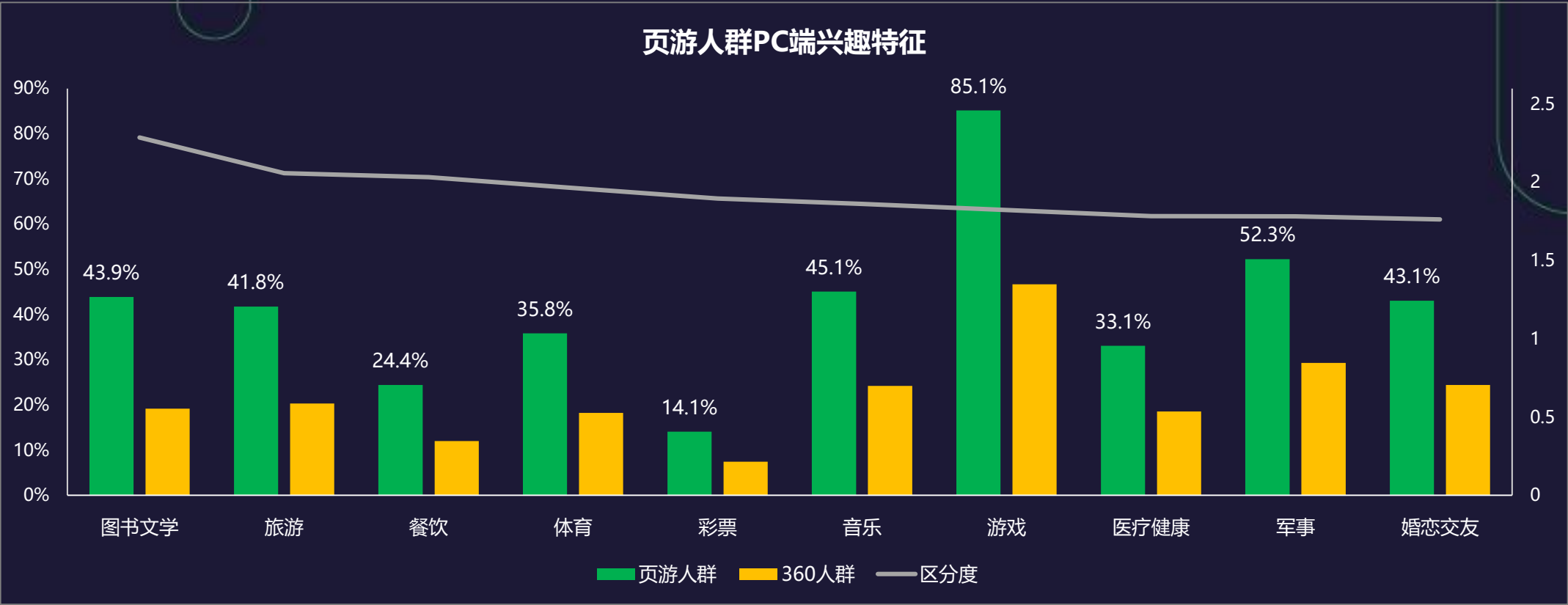


页游人群集中在经济较发达的东、南部地区 对比手游和端游，山东用户更偏好页游

页游人群TOP20省份分布情况

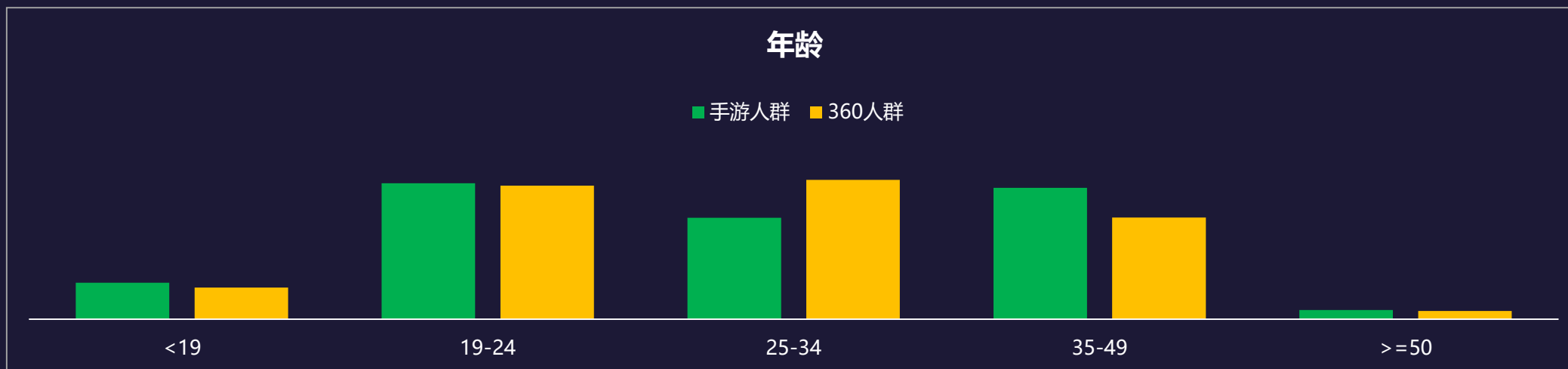
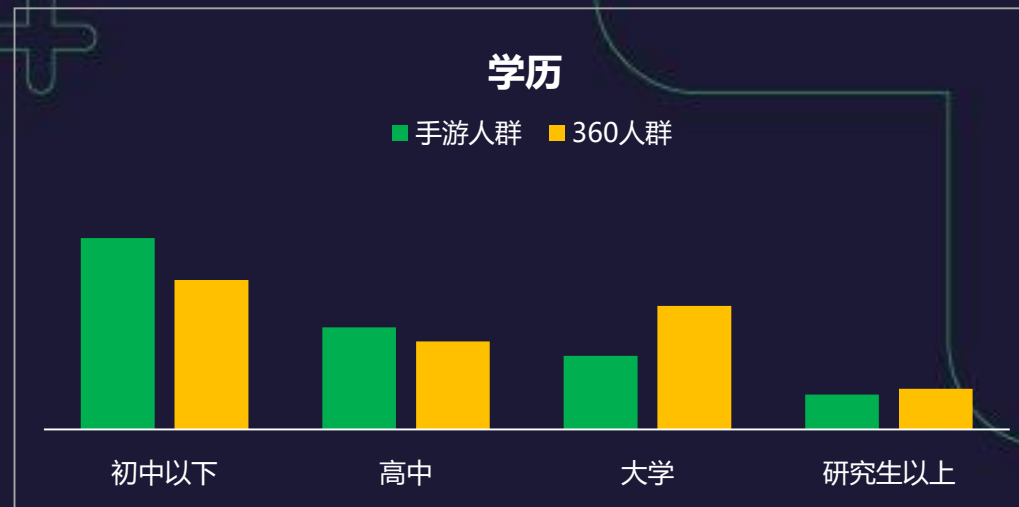
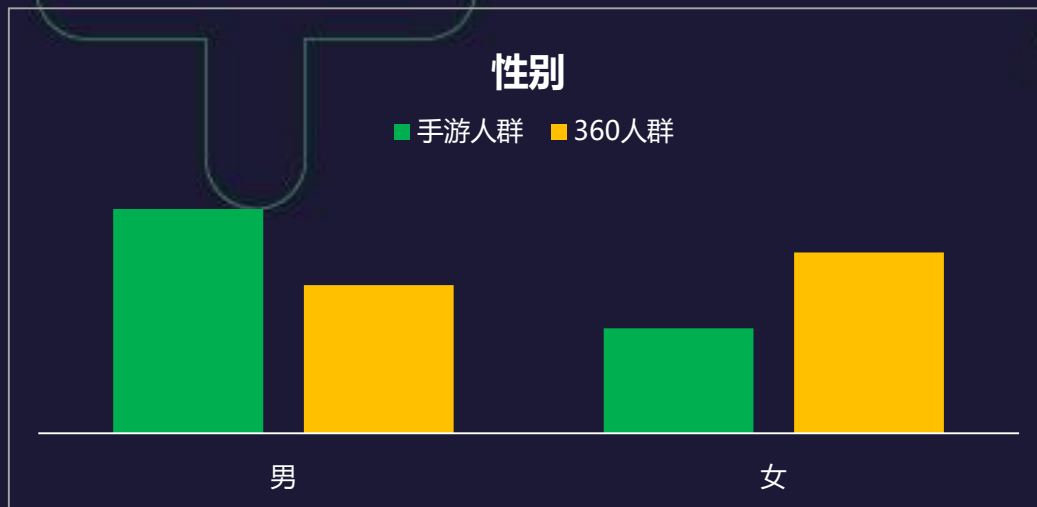


除游戏外，页游人群在军事和音乐上覆盖用户多 在图书文学及旅游上的区分度显著



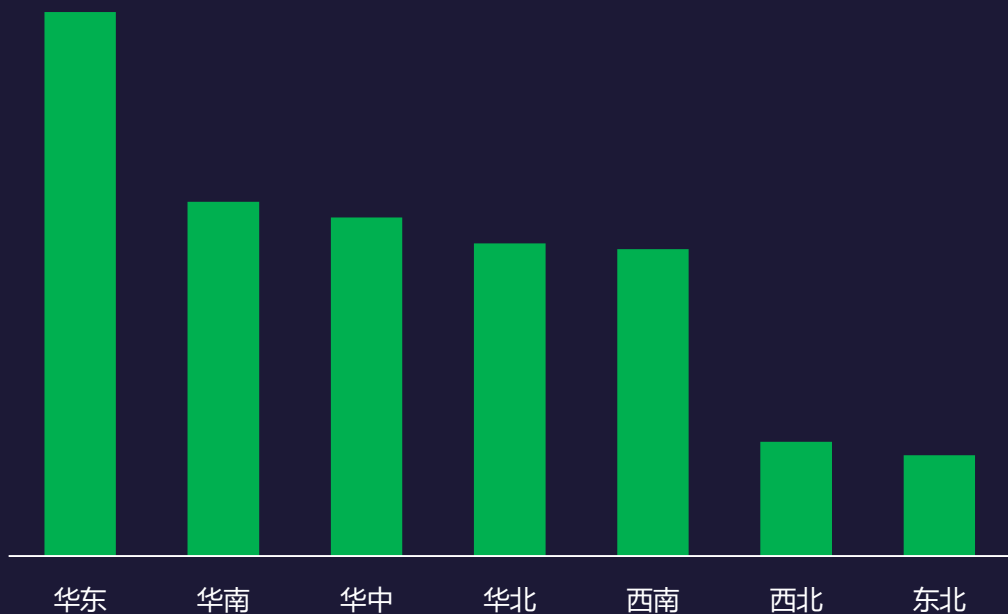
注：区分度=样本覆盖率/全体覆盖率，表示分析对象的偏好程度，越大越偏好

手游人群以19-34岁、初高中学历的男性为主

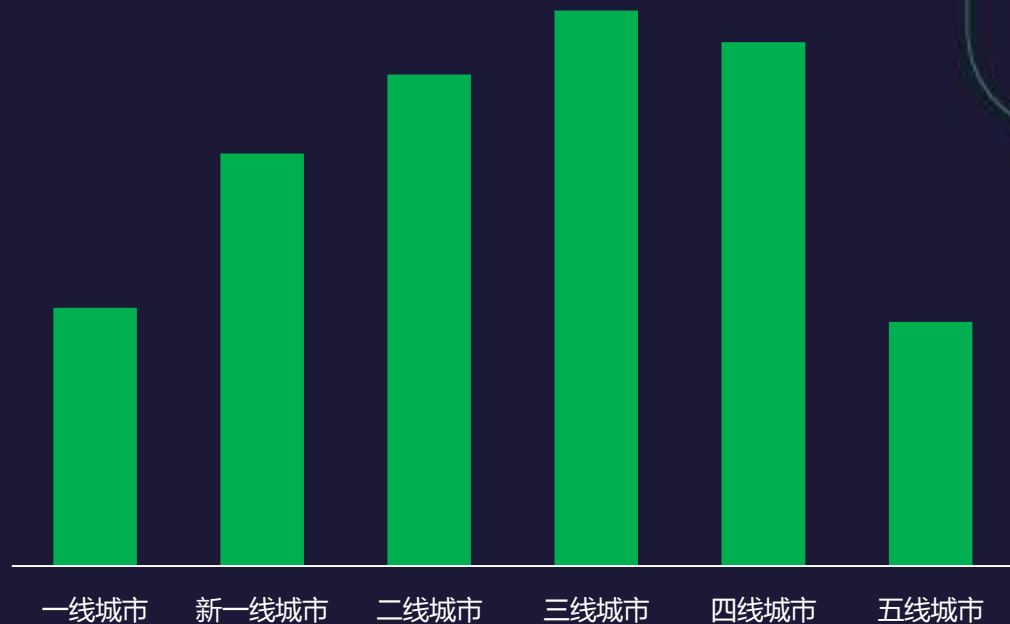


手游人群分布由东向西递减，下沉市场潜力凸显

手游人群地域分布情况

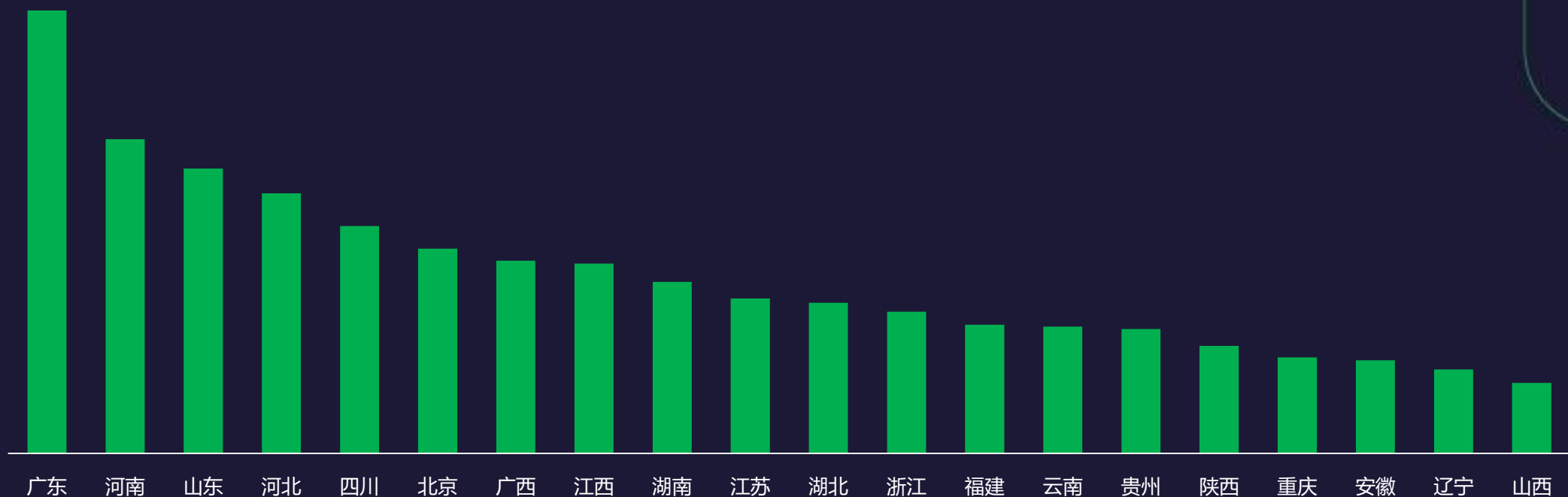


手游人群城市等级分布情况

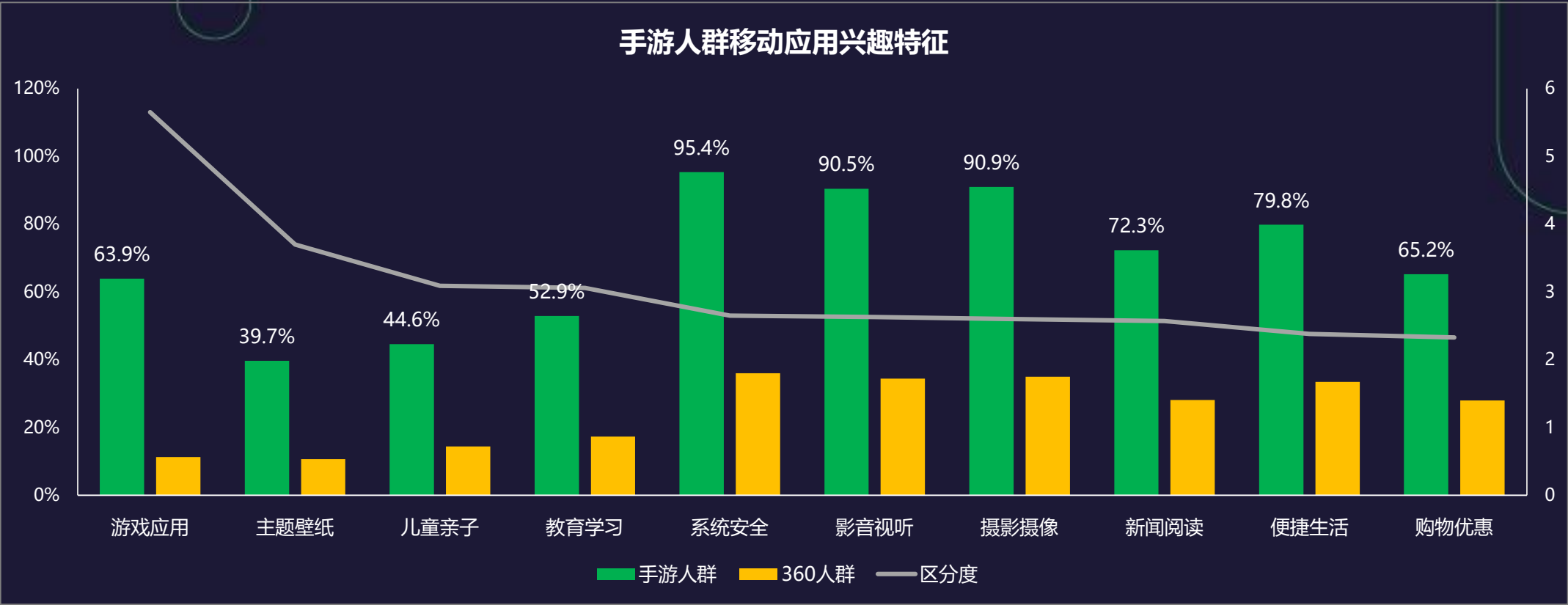


手游人群集中在沿海和中原地区 对比页游和端游，河南用户更偏好手游

手游人群TOP20省份分布情况



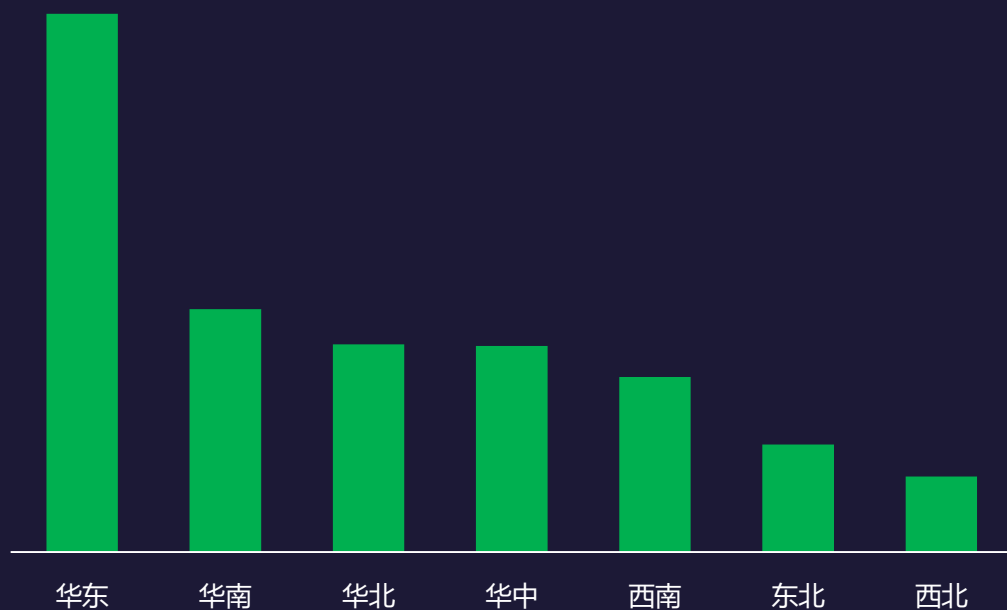
手游人群关注系统安全、摄影摄像等应用的用户多 主题壁纸和儿童亲子等应用的区分度突出



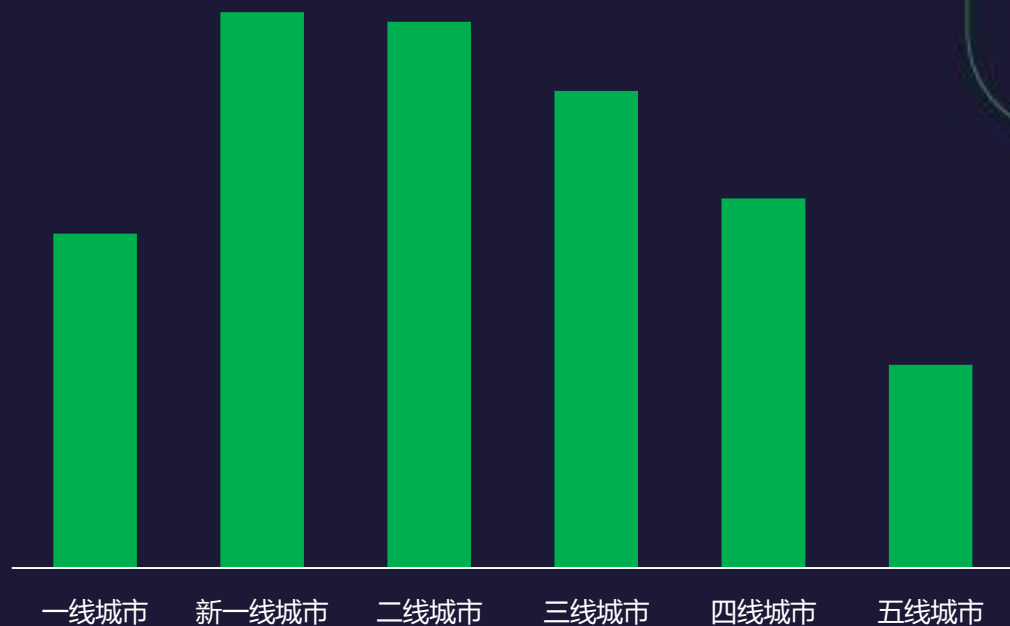
注：区分度=样本覆盖率/全体覆盖率，表示分析对象的偏好程度，越大越偏好

端游人群集中在华东，新一线城市人群更偏爱端游

端游人群地域分布情况

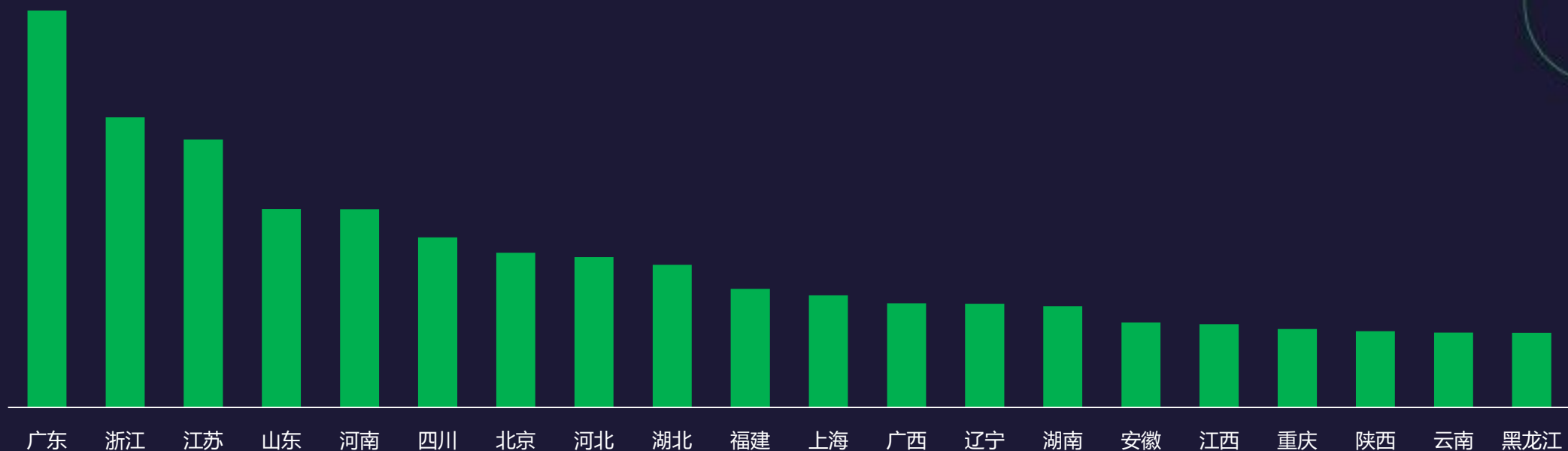


端游人群城市等级分布情况

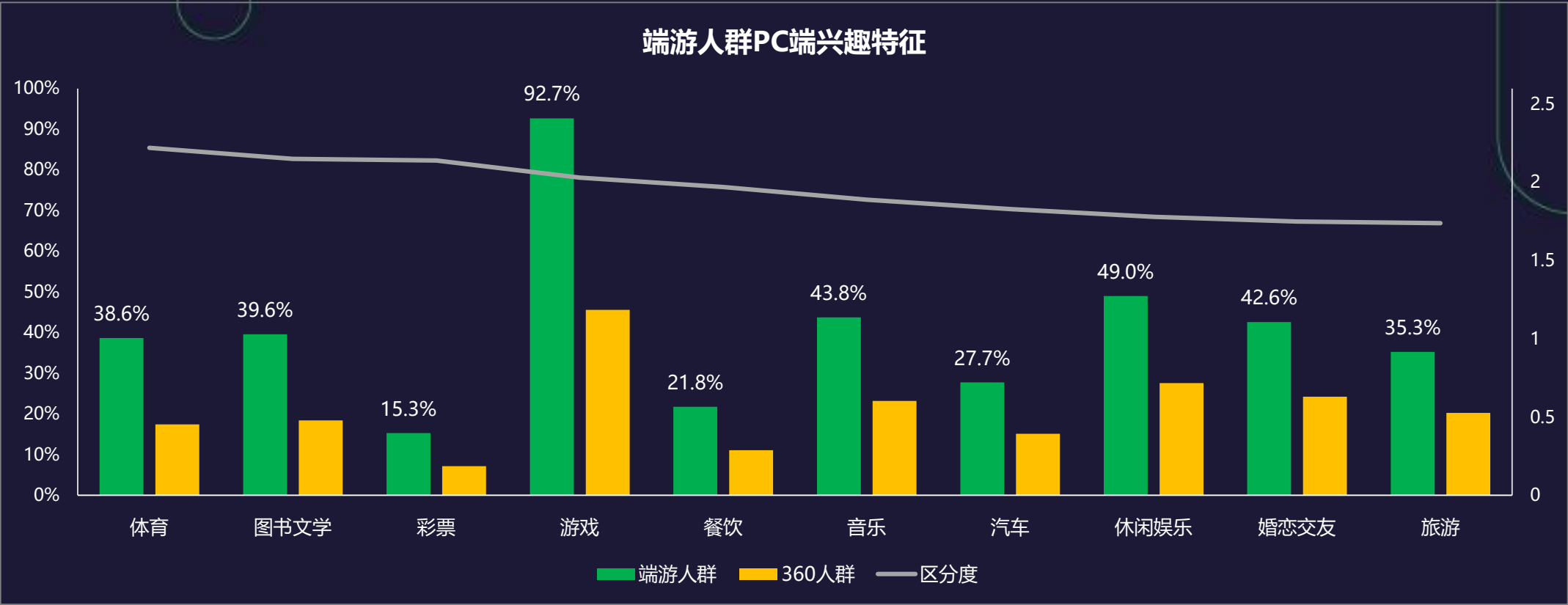


端游人群集中在广东、浙江和江苏等经济发达地区 对比手游和页游，浙江和江苏用户更偏好端游

端游人群TOP20省份分布情况



除游戏外，端游人群在休闲娱乐和音乐上覆盖人数多 在体育及图书文学上的区分度更为明显



注：区分度=样本覆盖率/全体覆盖率，表示分析对象的偏好程度，越大越偏好

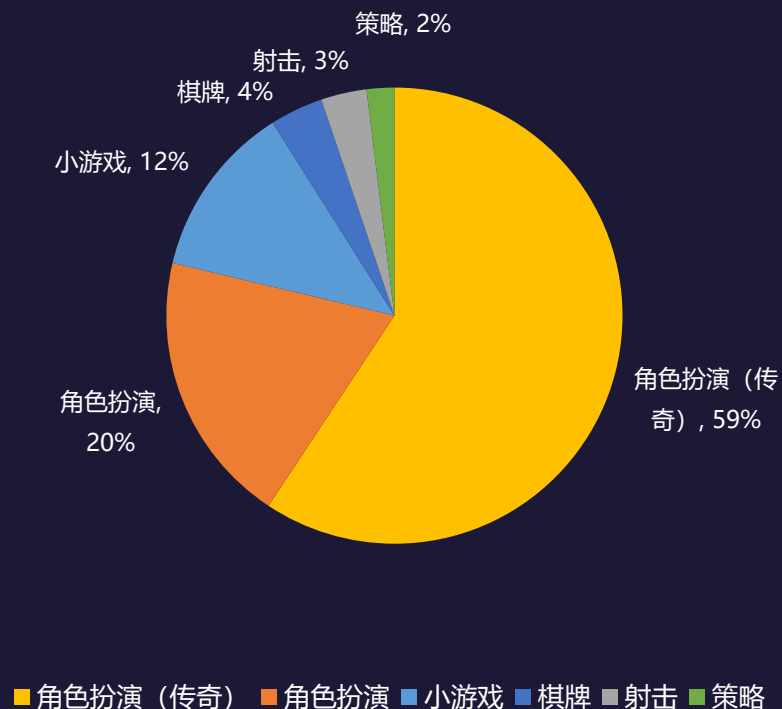
PART3 游戏行业投放分析



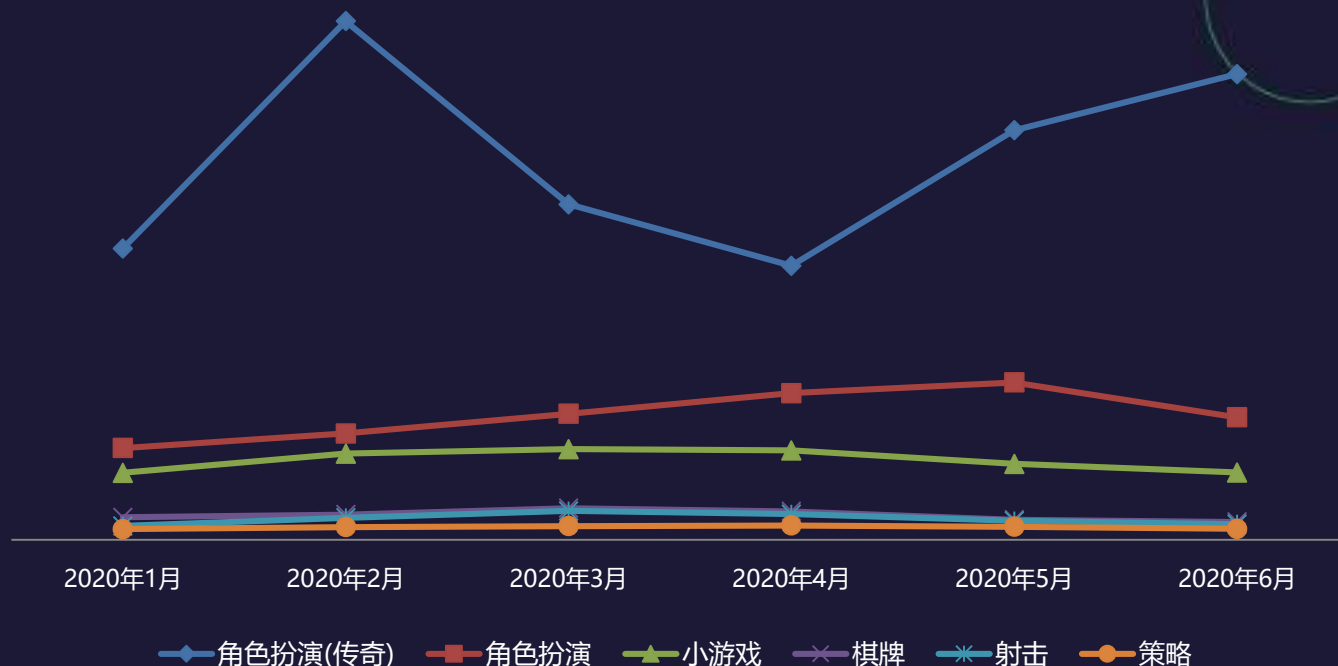
传奇类角色扮演页游流量占比超过一半

- 2020年传奇类角色扮演页游占比59.31%，今年2月达到流量顶峰；
- 非传奇类角色扮演页游占比19.40%，上半年流量逐步攀升，6月份稍有回落。

2020上半年页游分类型流量分布



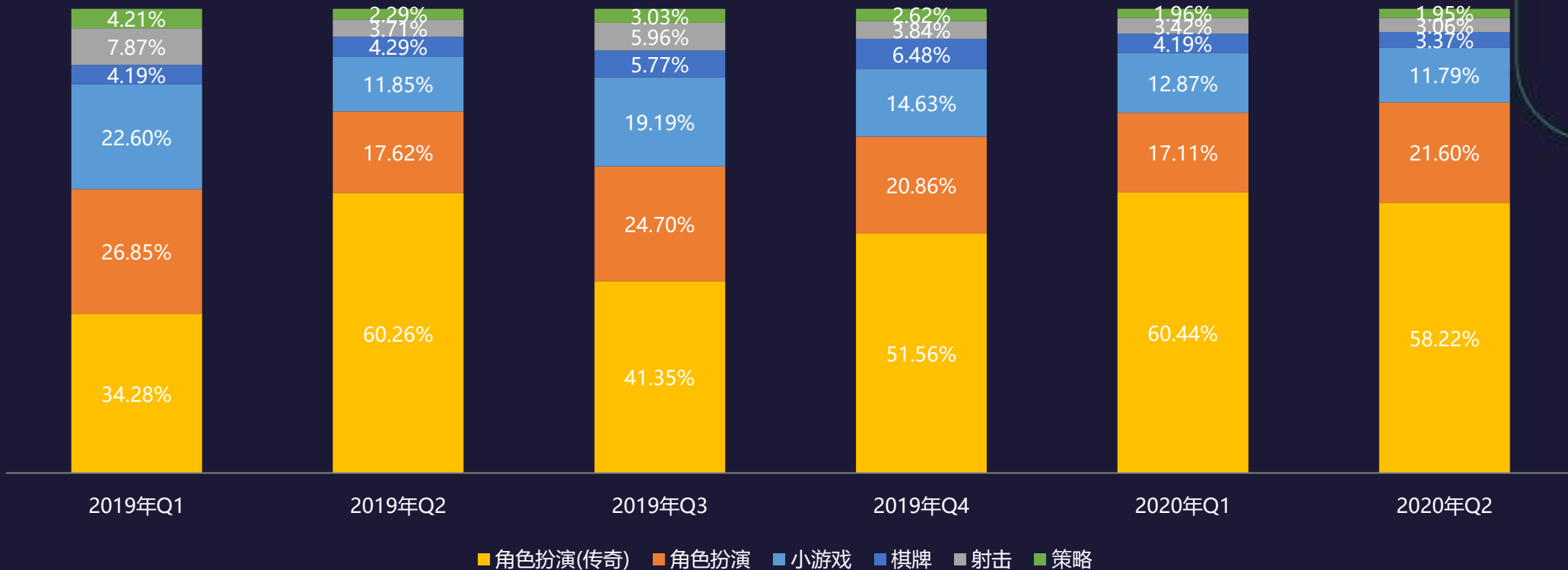
2020上半年页游分类型流量趋势



2020上半年角色扮演类页游占比趋于稳定

- 角色扮演类页游（包括传奇题材）占比从19年起波动上升，2020上半年稳定在77-80%左右；
- 2020上半年小游戏占比维持在10-12%左右，棋牌、策略及射击类页游占比对比2019年稍有下降。

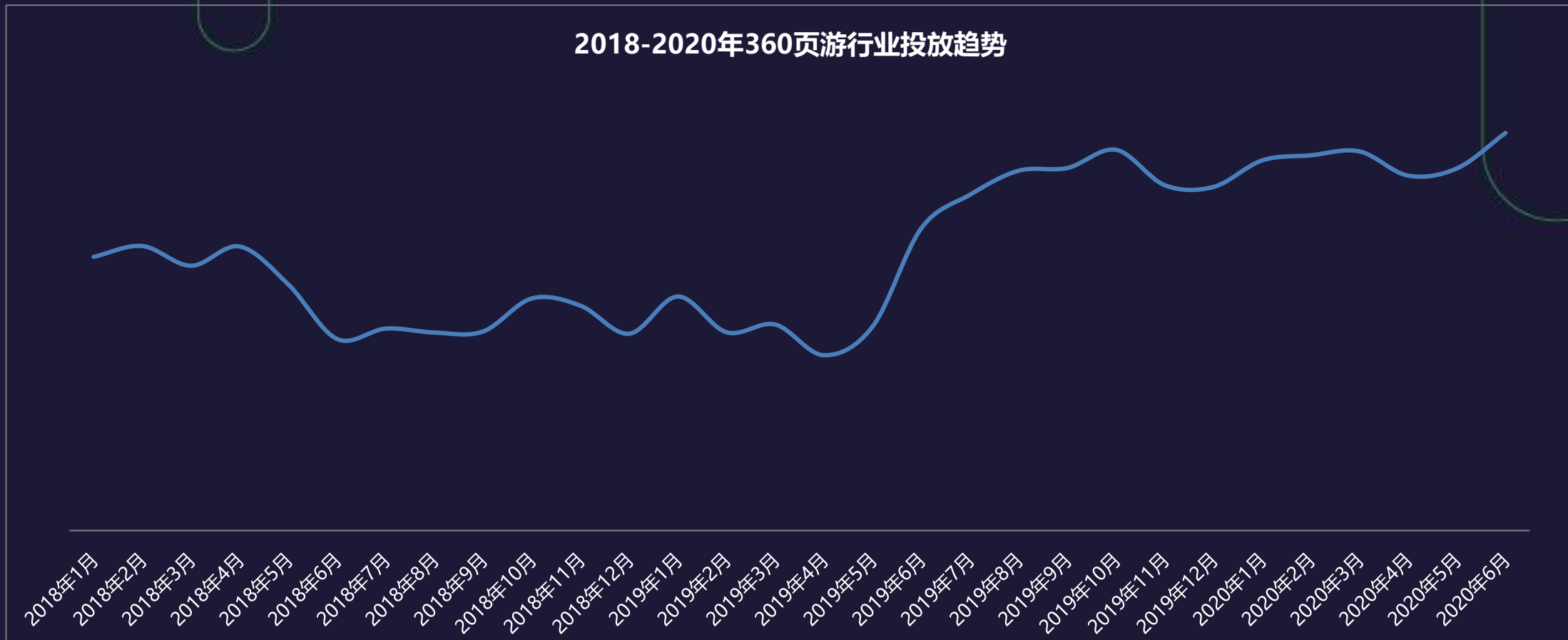
2019-2020上半年页游分类型占比变化趋势



2020年360整体投放呈现波动上升趋势

- 18年页游行业整体投放趋势较平稳，19年暑假开始因头部客户开始放量，整体投放量有明显上涨，到20年呈波动上升的趋势。

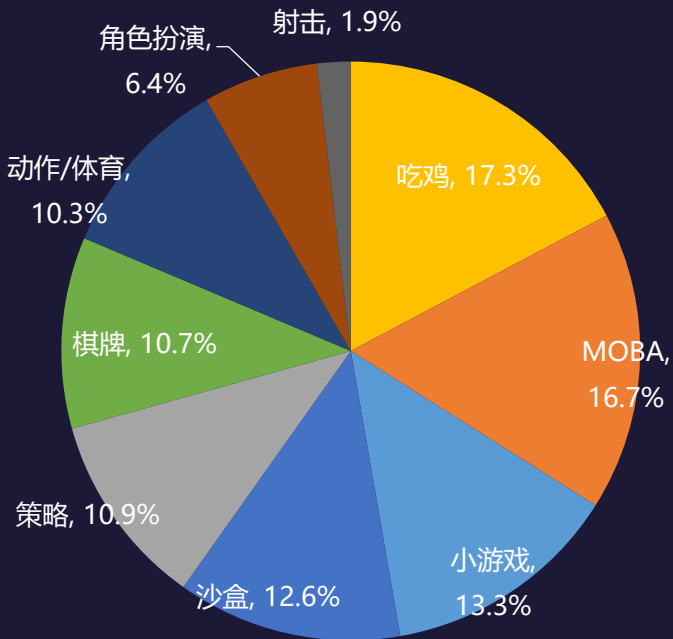
2018-2020年360页游行业投放趋势



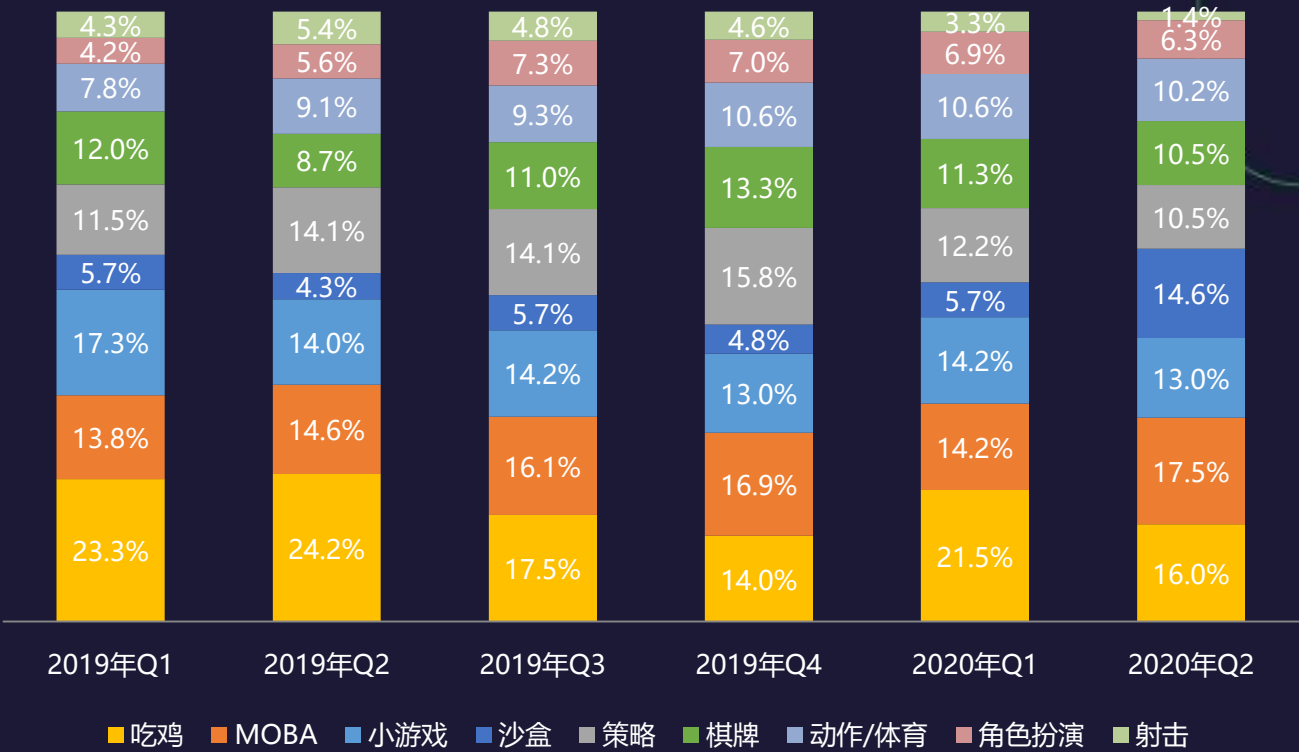
不同类型手游占比较均匀

- 不同类型手游占比较均匀，吃鸡、MOBA、棋牌、小游戏、沙盒及策略游戏占比均超过10%；
- MOBA游戏占比在13-17%间波动，沙盒游戏2020年占比上升。

2020上半年手游分类型流量分布



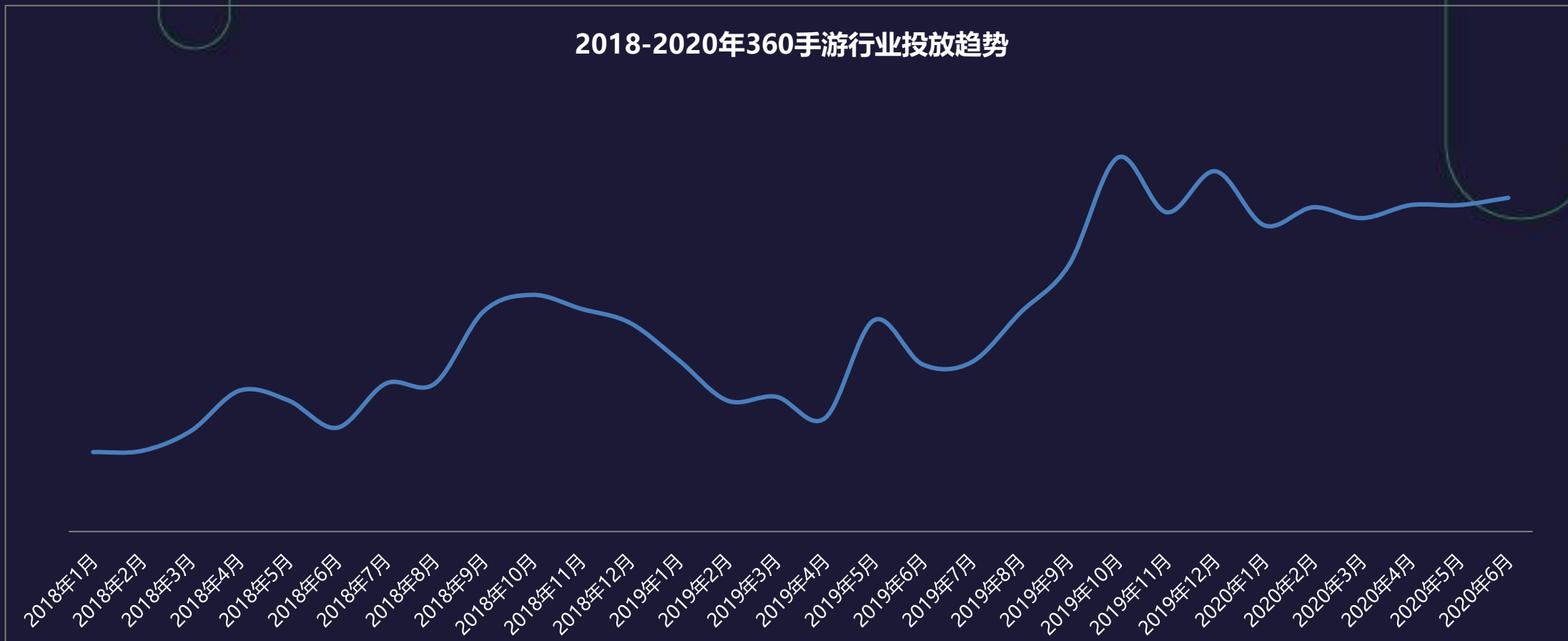
2019-2020上半年手游分类型占比变化趋势



2020年手游360整体投放逐步趋于平稳

- 18年手游行业整体投放趋势波动较大，19年Q3开始呈现波动上升的趋势，进入20年后逐步趋于平稳。

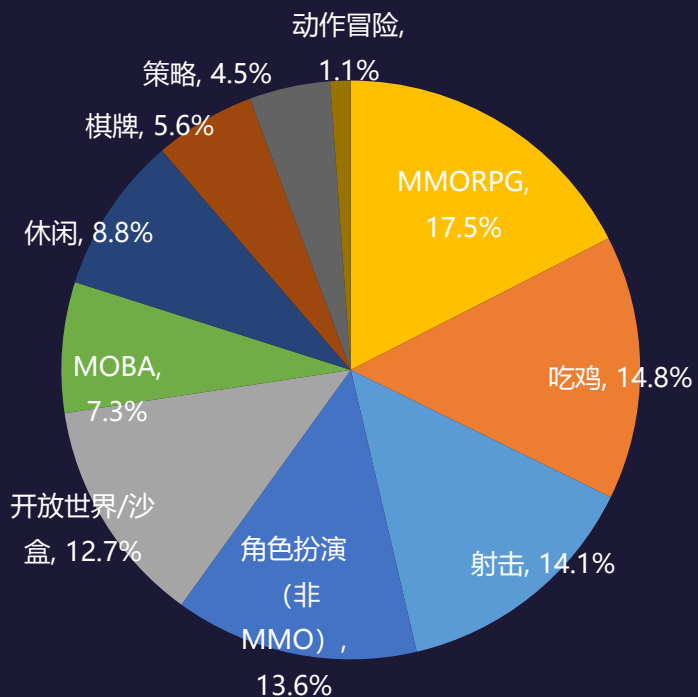
2018-2020年360手游行业投放趋势



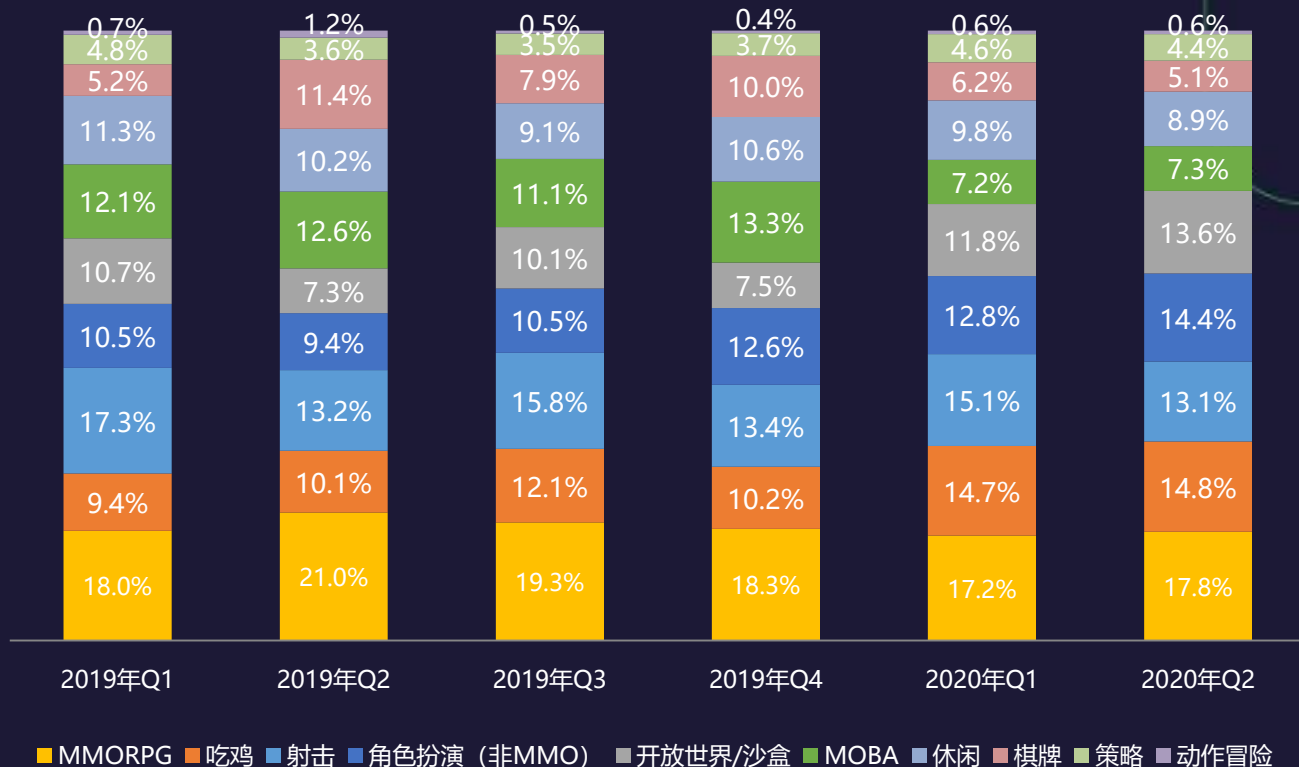
MMORPG、吃鸡及射击游戏占比较高

- MMORPG、吃鸡及射击游戏占比超过14%；
- MOBA及棋牌2020上半年占比稍有下降，开放世界/沙盒类游戏占比上升。

2020上半年端游分类型流量分布



2019-2020上半年端游分类型占比变化趋势



声明

本报告由【360智慧商业】制作，并受中华人民共和国知识产权法等相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，本报告所有权归【360智慧商业】所有。

【360智慧商业】对报告中引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何法律责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如您对报告中的内容存在异议，可通过微信公众号：【360智慧商业】或者拨打热线电话【4000-360-360】联系我们。

未经允许，任何主体不得对报告进行加工或改造。如需转载或引用，请及时与我们联系，并标明出处【360智慧商业】。

360智慧商业助力经济复苏

【  360智慧商业 · 2020年8月 】