

2019游戏产业趋势报告

演讲者 伽马数据首席分析师 王旭



0100 1 00 01 01 01 0 1 00 01 01

0100 1 0001 01

• 中国游戏市场收入状况

• 中国游戏市场发展趋势

• 中国游戏市场用户需求状况

中国游戏市场收入状况



中国游戏市场实际销售收入预计超

2300

亿元

2019年，中国游戏市场实际销售收入预计超2300亿元，其中移动游戏是市场收入的主要组成部分，同时也是现阶段增长的主要动力。

中国游戏市场实际销售收入



移动游戏占比最高

2018年中国游戏细分市场占比



■ 移动游戏 ■ 客户端游戏 ■ 网页游戏 ■ 社交游戏 ■ 家庭游戏机游戏 ■ 单机游戏

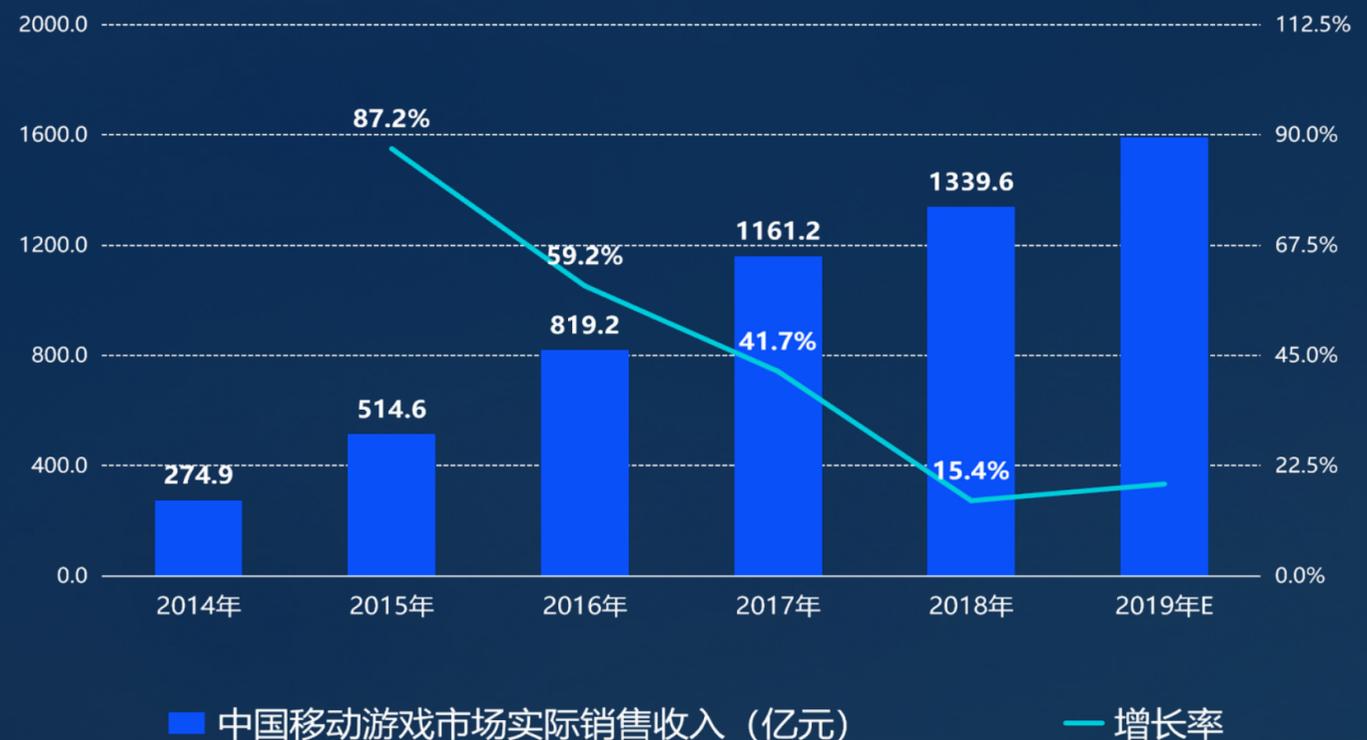
移动游戏增速变化

中国移动游戏市场实际销售收入预计超

1500 亿元

作为市场的主要组成部分，移动游戏增长的放缓将影响整体游戏市场的增长。

中国移动游戏市场实际销售收入



*说明：中国移动游戏市场实际销售收入为周期内中国游戏市场中运营的所有移动游戏（含进口产品）在国内iOS、Android、越狱等渠道产生的流水总和，不包括海外收入，产品流水为伽马数据通过调研、查阅财报、监测榜单、建构模型等方法测算而得。

数据来源：伽马数据（CNG）

中国游戏市场用户规模

6.4 亿人

中国游戏市场用户规模6.4亿人，处于平缓增长阶段，市场新增用户有限。

中国游戏用户规模



2019年第一季度收入TOP10移动游戏名单

现阶段，细分产品类型的挖掘是市场增长的主要动力，目前，针对不同类型移动游戏的挖掘逐渐取得成绩，在移动游戏收入TOP10产品中，多个细分类型均有代表性产品出现。

排名	游戏名称	游戏类型
1	王者荣耀	MOBA类
2	梦幻西游	回合制RPG类
3	QQ飞车	竞速类
4	完美世界手游	MMORPG
5	阴阳师	回合制RPG类
6	明日之后	生存类
7	乱世王者	策略类
8	QQ炫舞	音舞类
9	大话西游	回合制RPG类
10	Fate/Grand Order	卡牌类

用户需求挖掘将成为市场增长动力

在经历用户红利、IP红利、流量红利之后，下一阶段市场的增长动力将来自于对用户需求的深层次挖掘。



中国游戏市场用户需求状况

The background features a dark blue gradient with abstract, semi-transparent 3D geometric shapes, including cubes and rectangular prisms, in various shades of blue and purple. These shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and perspective, with some appearing to recede into the distance. The overall aesthetic is modern and digital.

用户重视的体验中占比超30%的项目

在超过30%用户重视的游戏体验中，游戏感受、玩法创新、社交是比较集中的三个需求。不过，用户的这个三个需求依然未能得到完全满足。

游戏感受

- ✓ 画面
- ✓ 题材
- ✓ 音乐
- ✓ 公平性
- ✓ 打击

玩法创新

- ✓ 竞技性
- ✓ 玩法丰富
- ✓ 未接触过的玩法

社交

- ✓ 游戏协作

三成用户因为卡顿等原因流失

服务器、卡顿、掉线等问题是用户体验中的痛点，超过三成用户因类似原因出现流失。这表明，用户对服务器质量、网络带宽、网络安全等方面的需求未能得到满足。

部分游戏类型用户流失原因占比

MOBA游戏

34%

服务器质量差
影响游戏体验

SLG游戏

33%

服务器质量差
影响游戏体验

RPG游戏

33%

卡顿掉线频繁
影响游戏体验

五成玩家认为游戏产品玩法创意不足

在玩法方面，用户主要诟病游戏玩法缺乏创意。数据显示，过半用户认为创意玩法是当下游戏最主要的不足，排名在所有九个选项中居首。

您认为目前国内游戏产品有哪些不足？



社交需求高但社交系统认可度低

数据显示，游戏用户的社交需求较高，但对国内游戏的社交系统认可度偏低。这主要是因为，部分产品缺乏对游戏内社交与真实社交的整合，在社交功能设计中，偏向于社交系统的设置，而缺乏对游戏内交流质量的重视。

51%

认为“朋友家人共同娱乐”是吸引自己长期游戏的因素

28%

认为国内游戏社交系统值得肯定

中国游戏市场发展趋势



市场

新兴游戏类型崛起

产品

竞技游戏进一步发展

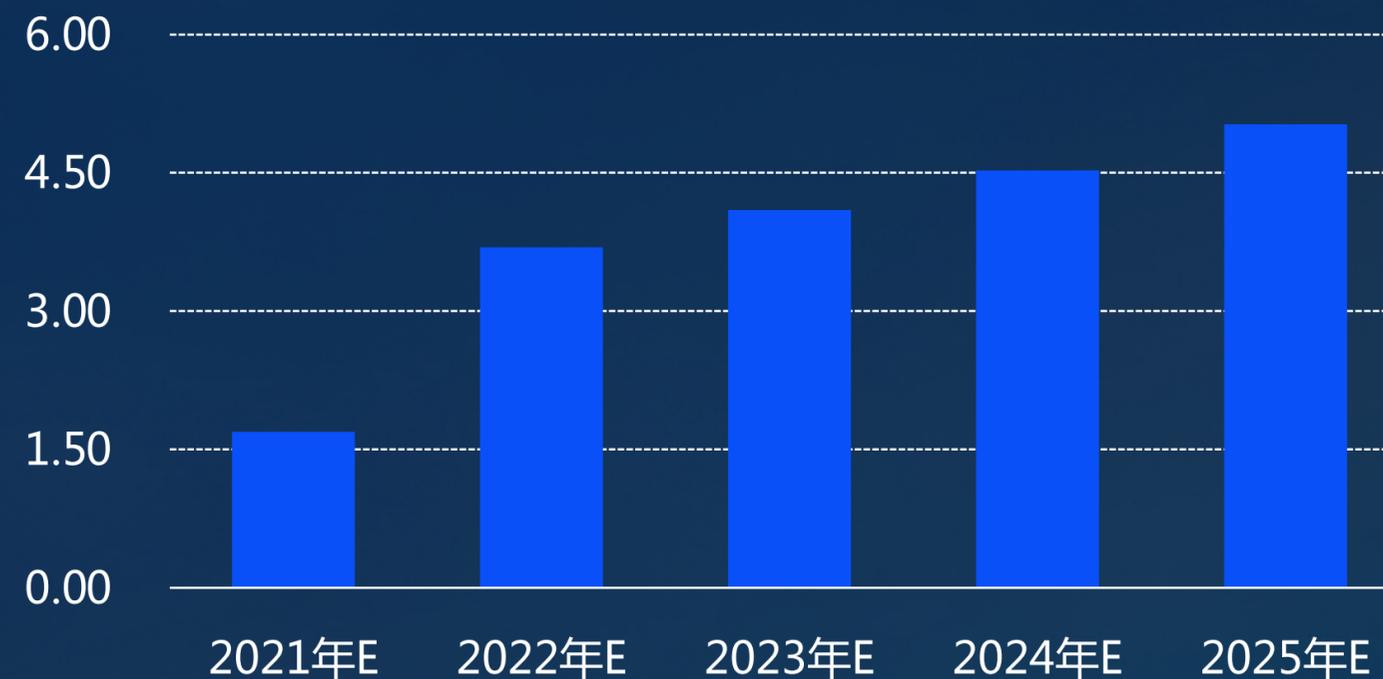
产业链

分工加速满足用户多样化需求

5G用户将超5亿构建云游戏发展基础

云游戏是以云计算为基础的游戏方式，在云游戏的运行模式下，所有游戏都在服务器端运行，并将渲染完毕后的游戏画面压缩后通过网络传送给用户，其技术挑战主要表现为网络通信延迟与网络通信带宽。根据伽马数据测算，2020年5G正式投入商用，之后五年5G用户预计将超过5亿户。5G的普及有望解决上述关键问题，为云游戏的发展奠定硬件基础。

5G用户规模(亿户)



拥有用户资源的平台将更具竞争力

未来，云游戏市场运营将遵循“平台+开发者”的模式。

目前，包括大型互联网公司、硬件厂商、电信运营商的不少企业正在布局云游戏平台。除了解决技术层面问题外，部分平台还能够借助公司丰富的用户资源解决用户导入问题，这将使得此类平台更具竞争力。



• Stadia新流媒体服务



• Project xCloud



• Apple Arcade

Tencent 腾讯

- “START，开启预约内测
- 推出云游戏平台“腾讯即玩”



- 5G快游戏

产品将由轻度向重度发展

从具体产品来看，云游戏预计将与其他细分市场类似，遵循“先轻度后重度”的规律。在市场发展初期，易于传播、参与门槛较低的游戏产品引爆市场机会更大。

• 不同细分市场不同阶段代表产品

	初期	发展期	成熟阶段
特征	轻度休闲游戏为主	游戏朝中重度方向发展，RPG类型游戏逐渐普及	游戏画面品质、技术要求增高，竞技游戏占比增加
网页游戏	《开心农场》	《傲剑》	《大天使之剑》
移动游戏	《水果忍者》	《梦幻西游手游》	《王者荣耀》
小程序游戏	《跳一跳》	《海盗来了》	-----

移动电子竞技游戏依然具备发展空间

在客户端游戏与移动游戏两大细分市场中，竞技游戏所占份额正随着市场的不断成熟而增长。但从占比看，移动电子竞技游戏占比依然低于客户端游戏市场，这表明移动电子竞技游戏依然具备发展空间。



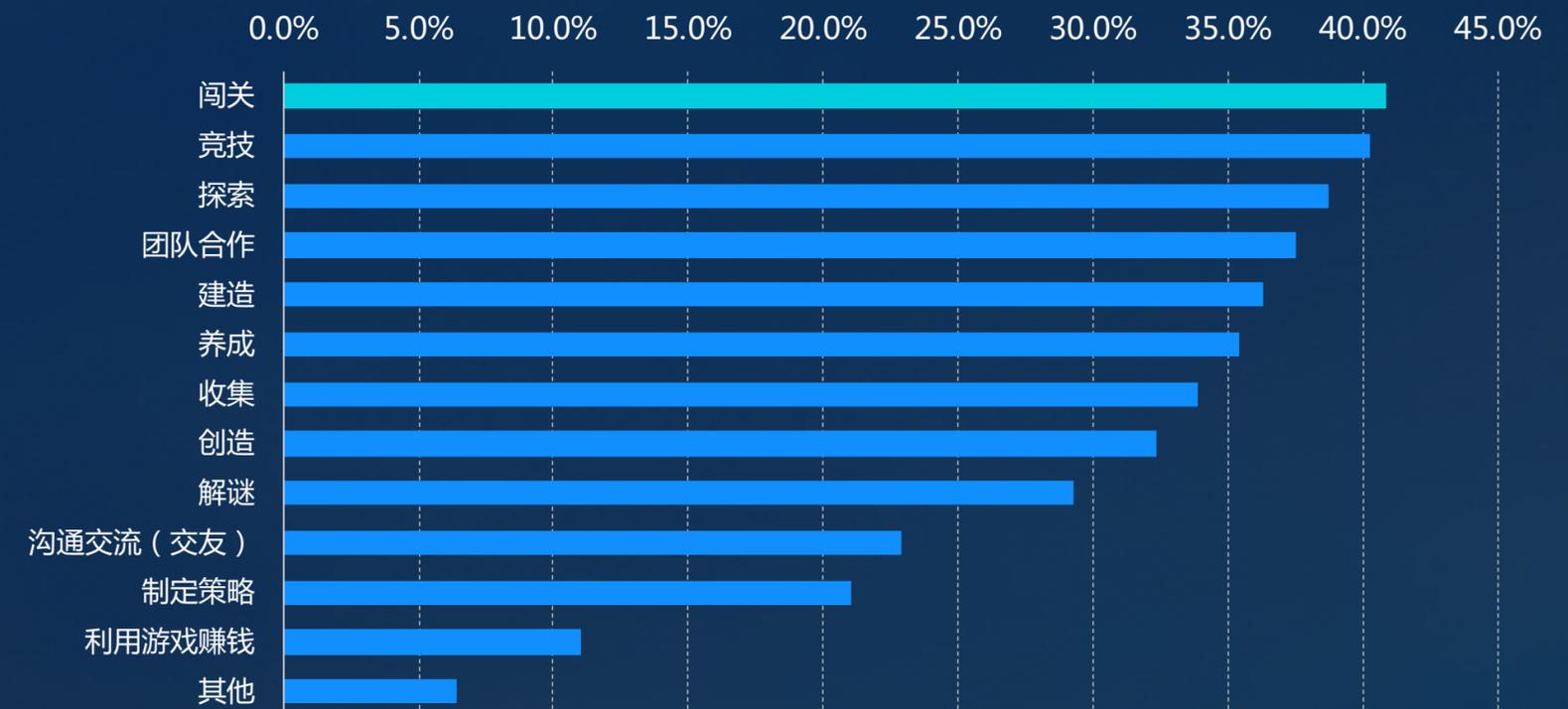
36.1%
2014年客户端电子竞技市场份额



60.0%
2018年客户端电子竞技市场份额

您主要从那些游戏内容获得乐趣？

从用户需求排行来看，竞技能满足超过四成用户从游戏所获取的乐趣，闯关、团队合作等带有竞技因素的乐趣点也排名前列。与之相比，养成、收集等弱竞技性乐趣排名较为靠后，显示出现阶段，竞技已经成为游戏用户的核心需求。



典型竞技玩法的“再创新”将成为游戏发展方向

通过对现有游戏玩法的融合删减，实现对玩法的不同程度创新，是未来电子竞技游戏发展的方向。一方面，这能满足用户对“创意玩法”的需求，同时保留传统玩法中竞技、探索、团队合作等乐趣点；另一方面，近年来一些新兴的游戏类型也证明了这种方式的可行性，例如卡牌与MOBA的结合，生存与射击的结合，射击与沙盒的结合等。



产业内部分工加速满足用户体验需求

通过分工，将服务器、加速等技术层面的内容交给更为专业的服务商，有助于游戏企业降低研发运营成本与门槛的同时，提升用户体验。例如，服务器搭建方面，包括游族网络、中手游在内的不同规模游戏企业已经开始选择专业的云服务器提供商。

30%

根据调查，超过30%的用户曾经因为卡顿掉线、服务器质量差等硬件因素放弃一款游戏。

• 产业分工方向

服务器

语音技术

网络安全

加速器

... ..

产业链趋势：“竞技+运营”将提升网络加速需求

影响用户下载游戏的外部因素排行

排名	因素
1	受朋友的推荐
2	受到社交环境的影响，如大家都在玩
3	榜单排名较高或平台特别推荐
4	同类游戏中运营商拥有更好的服务(如漏洞修复、防范外挂、内容更新等)
5	受到知名研发商品牌的吸引
6	游戏评论推荐
7	被全球同服吸引
8	受广告/明星代言的吸引

网络加速市场预计超20亿

一方面，用户对竞技游戏的需求推动了电竞用户数量和竞技类游戏的发展，竞技游戏对网络速度则提出了更高的要求。另一方面，在外部因素中，更好的运营服务也是仅次于社交的重要因素。因此，游戏加速市场呈现出持续增长的发展态势，根据《2018年中国网游加速服务行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》显示，预计2025年将超过20亿元。

某企业互联网加速器业务收入



游戏过程中您经常采用哪种交流方式？

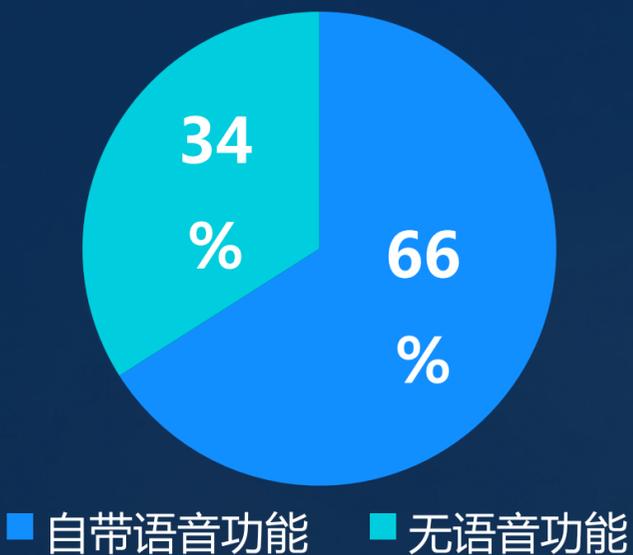
虽然市面上已经有大量现成的SDK供游戏集成实时语音能力，但游戏内置语音依然无法完全满足用户交流需求。



游戏产业链分工专业化方向：实时语音技术

一方面，游戏内置语音功能普及率依然偏低；另一方面，移动游戏语音适配存在难题，游戏内置语音无法完全满足用户交流需求。未来，专业的实时语音服务商能针对移动游戏实时语音适配难题进行优化，扩大游戏内置语音功能使用场景，进而达到改善用户体验的目的。

2018年收入TOP50移动游戏语音功能分布



移动游戏语音适配难题



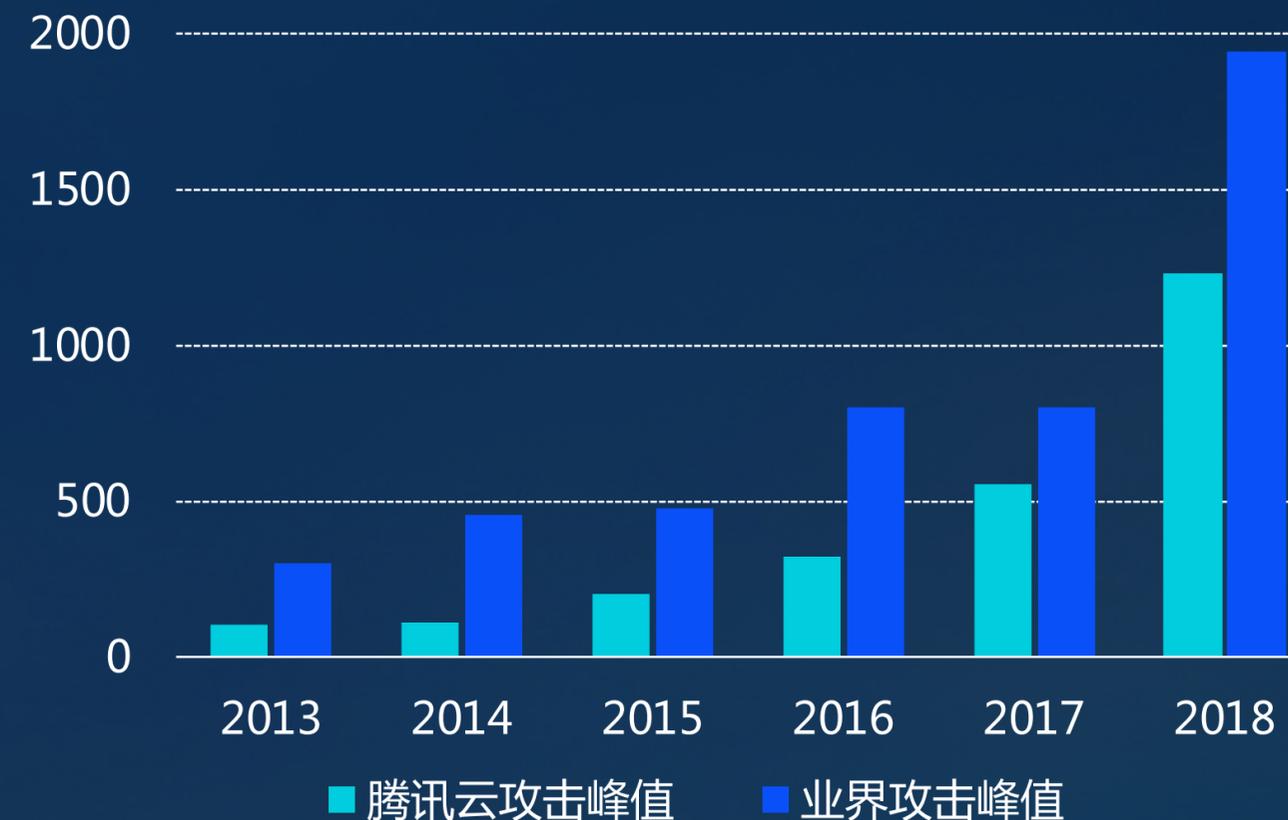
网络安全问题将进一步加速专业化趋势

攻击游戏目标占比

71%



互联网安全态势严峻，攻击峰值一再创新高，游戏产业成为重灾区，攻击目标占比超过七成。



网络安全：中小游戏企业应对网络攻击能力不足加大对专业服务商需求

中小游戏企业在网络安全防御方面缺乏经验，在面对多样化、复合化的攻击手法和大幅增长的攻击流量时明显力不从心，同时成本因素也使其无法建设专业的网络安全团队。针对网络问题，中小游戏企业寻找专门的网络安全商是性价比较高的方式，例如腾讯云。

01

手法愈加复杂常规
抗D产品样本少

解决措施

腾讯云注重采集大量的攻击样本，多渠道收集情报，进行快速迭代

02

攻击流量节节攀升

解决措施

腾讯云全国多个城市构建T级防护容量的高防节点

03

攻防成本不对等

解决措施

腾讯云推出高防包/共享包/流量包等多种方式

感谢聆听

0100 1 00 01 01 01 0 1 00 01 01

0100 1 0001 01