

中国移动游戏市场：一个不能忽视的产业链

一 . 《绝地求生》 游戏数据实例

说起 2017 下半年，国内游戏行业最为火热的是 Steam 上《绝地求生》该游戏的规则是每局游戏有 100 名玩家被投放在绝地岛上空，开始跳伞时所有人都一无所有，玩家需要在岛上收集各种资源，和其他玩家角逐，生存到最后者获胜。由于首创“大逃杀”类玩法，玩家场面可以用火爆形容。通过 SteamSpy 数据统计，从 9 月中旬和 11 月 17 日的游戏地区分布数据上来看，游戏销量和玩家数量占比前三的国家为中国、美国和韩国。其中，中国地区游戏销量占比为 40.12%，玩家数量占比为 49.18%。远超其他国家及地区，

而且《绝地求生》不是短时间内的热点，玩家每日游戏时长从 8 月开始一直保持增长态势并且远超其他热门游戏。从 11 月 18 日的数据中可以看出，其玩家每日游戏时长约为其他热门游戏总和的两倍，由此可见玩家对该款游戏的热衷程度。

这款游戏带来的利润也是非常巨大的，据华尔街日报报道，《绝地求生》截至 4 月份全球总收入已超 10 亿美元，其中中国玩家人数占 4 成。权威数据统计机构 SuperData 也发推确认这一消息。根据其玩家分布及销售单价，不包含游戏中购买服装以及付费加速器等项目的情况下，中国区用户仅用于购买游戏便花费 6.7 亿元。

二 . 中国游戏市场分析

国内移动游戏市场 一个不可忽视的产业链

用户画像

1

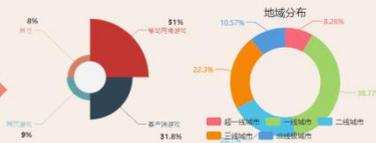
中国移动游戏用户男女比例



中国移动游戏用户年龄比例



2



3

2017中国游戏用户规模 (亿人)



中国移动游戏细分类型占比



中国移动游戏用户消费能力分布



市场现状

1

中国游戏市场实际销售收入



2017中国游戏市场份额



2

2015-2019中国移动电竞市场规模



而这只是国内游戏市场的冰山一角，游戏产业在中国的壮大已经让我们不能再忽视，根据中国数音协游戏工委发布的《2017年中国游戏产业报告（摘要版）》，2017年中国游戏市场实际销售收入达2036.1亿元，同比增长23.0%。回首过往五年，中国游戏市场一直在书写着自己的增长奇迹：2014年营收破1000亿元、2016年破1500亿元、2017年超2000亿元，同比增长17.7%，用户数量直逼6亿人次，2017年的中国游戏市场已然成长为一个“庞然大物”未来还将持续刷新增长上限。

这时对于游戏市场的细致分析就显得尤为重要，在易观智库2017年8月发布的《中国移动游戏市场盘点分析2017H1》报告显示中国移动游戏2017年1-6月用户性别比例如下图，总体上中国移动游戏市场基本仍以契合男性偏好的产品居多，男性当前还是移动游戏用户的主力。据《盘点分析》统计，2017年中国移动游戏1-6月用户年龄比例中，通过对数据的分析，移动游戏全民化的特点越发明确。

在网络游戏细分市场，移动游戏市场份额最大，其次为客户端游戏和网页游戏。根据艾瑞咨询的数据报告，2017移动游戏份额占比达65.7%，客户端游戏份额占比为28.1%，网页游戏份额占比为6.2%。

2017年，中国网络游戏用户存量市场特征明显，增幅继续放缓。细分类型市场份额保持不变，移动游戏以全年约1122.1亿元的营业收入领先，同比增长38.5%，占网络游戏的市场份额达55.8%；客户端游戏营业收入约为696.6亿元，同比上升18.2%，占网络游戏市场比重为34.6%；关于游戏企业市场份额，2017年依然是腾讯、网易两家独大，两家公司的市场份额加起来为65.1%。

根据《中国游戏产业报告》，在移动游戏细分类型中，角色扮演类游和MOBA类游戏份额最大，动作角色扮演类游戏市场销售收入为404.5亿元，占34.8%；多人在线战术竞技类（MOBA）市场实际销售收入262.7亿元，占22.6%；回合制角色扮演类市场实际销售收入184.9亿元，占15.9%

三．游戏资本产业链

当下的《绝地求生》已成为一款现象级游戏，中国资本自然不会怠慢它，这其中不仅仅包括类型游戏的开发、代理，也囊括了电脑硬件商、软件商——甚至于网吧。诸多人正参与这场“幸存者”游戏，借助游戏“大吉大利 晚上吃鸡”，而国内的游戏巨头腾讯也正式拿下

该游戏的代理权。根据 SteamSoy 统计数据，该游戏的中国玩家购买量占比已高达 26.8%，居世界第一。

近期，超过 30 家游戏上市公司陆续发布了 2017 年度的业绩报告。据人民网游戏频道统计，截止 2018 年 4 月 13 日，腾讯、网易两家公司在营收和净利润等方面继续领跑，两家企业 2017 年度游戏方面的营收总和超过了 1340 亿元，其中腾讯 2017 年游戏收入近千亿元。在腾讯网易两大巨头之后的第二梯队争夺较为激烈，位居 3 至 10 名的游戏公司 2017 年的游戏收入也都超过了 30 亿元。

而其中最重要的一个推力就是移动电竞领域的助力，电竞起源于 2014 年，截止到 2017 年 6 月底，全球移动电竞市场规模达到了 13.2 亿美元，仅亚洲移动电竞市场规模就有 8.7 亿美元，其中中国移动电竞作为主力军成为了游戏行业关注的焦点。随之举办的移动电竞赛事则增强了游戏的热度和留存，同时激活游戏本身的价值。在重要赛事举办时间段，移动电竞游戏每月下载量和收入会有不同程度提升。

是这个市场也不是一帆风顺，从开始的被玩家质疑，到逐渐被主流接受，再到现在成为电竞产业中重要细分类型之一。现在移动电竞先行者已经抢先进入市场，并且构筑了核心竞争力。更直观的感受是，随着移动电竞项目的扩展，大量非游戏公司，如外设厂商，开始在移动电竞领域大展拳脚，参与举办移动电竞赛事，并通过结合电竞项目进行产品的营销。与此同时，视频直播平台也没有失去地位，游戏成了一些平台的主要内容，而直播平台与移动电竞赛事上的版权合作，也是移动电竞商业模式的重要部分之一。

目前移动电竞赛事赞助多采用冠名赞助模式，因此赞助商名称获得了较高的记忆度。受访用户中接近60%的用户能够记得赞助商的名称，其中有接近20%的用户能够准确回忆起具体的赞助商名称与产品，效果良好。另一方面，用户更期待规模更大的赛事，尤其是国际对抗赛事。



不过要进一步说明电竞化过程的投资价值，还需要深入到移动电竞产业链中。从这个行业的

上、中、下游展开解析。

1) 上游内容授权：研发市场双寡头格局形成，发行市场群雄逐鹿。

据易观智库统计，2016年腾讯游戏、网易游戏这两家的研发营收占中国移动游戏研发市场近七成份额，智明星通、完美世界等位列其后，但占比均低于10%。腾讯的“利器”在于以社交为核心的庞大用户基数；网易则基于优秀的研发能力，以量取胜。由此研发市场双寡头制霸几成定局。

2) 中游赛事执行与内容制作：移动电竞赛事初创，腾讯和英雄互娱领衔。

移动电竞产业链中游涉及的参与项目最多，但由于中国移动电竞刚从起步期步入成长期，成功的手游赛事较之端游却很少，参照传统电竞赛事的发展历史，未来移动电竞赛事领域可能会出现“强者恒强”的结构，腾讯和英雄互娱或将领军。

中国移动电竞发展大事记

竞争不同情弱者 不创新只有出局

试水期

2013-2014年
综合性赛事中尝试加入手游项目

起步期

2015年

- 射击手游《全民枪战》率先举办线下联赛
- 出现触手直播等以一定游戏为主要内容的平台

成长期

2016-2018年

- 现象级产品《王者荣耀》激活移动电竞市场并举办赛事
- 首个全球性移动电竞职业联赛HPL落地
- 市场规模超过端游电竞
- 出现电竞明星及衍生内容

成熟期

2019年及以后

- 更多品类数量的移动电竞产品登陆市场
- 用户完成移动电竞的教育和认知，整体呈现重度化
- 大量相关娱乐内容出现，产生巨大社会影响

3.下游内容传播：老牌直播平台扩充用户，垂直移动电竞平台纷纷入场。

移动电竞作为电竞赛事的一类，其内容传播流程与普通电竞赛事别无二致。因此，各大老牌直播平台如斗鱼、虎牙等，在兼顾原有端游用户数量的基础上，顺势添加移动电竞赛事播放栏目，扩充了既有用户。当然，以移动游戏直播为主要内容的垂直移动电竞平台如触手亦纷纷入场，更加注重移动端体验。

4.游戏行业这几年一直迅速发展的因素：

游戏行业近几年 迅速发展的因素

1. 经济转型和消费升级，游戏产业发展获政策支持

近年来，国家在鼓励文创产业大发展，不少文化产业政策，都提出要加快网络游戏的原创化，打造民族网游品牌。从这个层面来说，政策因素是利好移动游戏行业的。

《关于移动游戏出版服务管理的通知》 广电总局 2016年6月

国务院 2014年2月 《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》

《关于促进消费带动转型升级的行动方案》 发改委 2016年4月

2. 我国游戏产业正处于“成长-成熟期”阶段

自2011年我国的移动游戏市场规模始终保持高速增长态势，其中2014、2015、2016更是连续三年同比增速超80%且仍在快速发展中。从产业生命周期理论的角度判断，我国游戏产业正处于“成长-成熟期”阶段，经济环境利好。

历年中国移动游戏市场规模



3. 文化开放，大众对游戏的态度发生转变

电子竞技在成为社会主流文化的一部分，2016年国内电竞用户人数达1.25亿人，2018年国内电竞用户将达到1.9亿人，年复合增长率达24.69%。此外，2013年-2015年，国内规模以上电竞赛事数量增加了12个，增长率超过80%，电竞文化的蓬勃崛起可见一斑。



4. 技术的发展，硬件技术的革新助推游戏产业

网络游戏依托电脑硬件升级与互联网优化持续演进，实现集娱乐性、竞技性和社交性等多种趣味元素于一体。各家直播平台方兴未艾。现阶段，直播平台成为电竞赛事最重要的传播路径，亦是电竞行业最重要的变现渠道之一。

1.经济转型和消费升级背景下，游戏产业发展获政策支持。近年来，国家在鼓励文创产业大发展，不少文化产业政，都提出要加快网络游戏的原创化，打造民族网游品牌。从这个层面来说，政策因素是利好移动游戏行业的。

2.我国移动游戏产业正处于“成长-成熟期”阶段。据艾瑞咨询统计，自2011年起，我国的移动游戏市场规模始终保持高速增长态势，其中2014、2015、2016更是连续三年同比增速超80%，预计2018年市场规模有望达到1765.3亿元，且仍在快速发展中。如此从产业生命周期理论的角度判断，我国移动游戏产业时下正处于“成长-成熟期”阶段，这无疑是利好的经济环境。

3.伴随着文化开放，大众对网络游戏的态度已经发生转变，电子竞技正在成为社会主流文化的一部分。据艾瑞咨询统计，2016年国内电竞用户人数达1.25亿人，2018年国内电竞用户将达到1.9亿人，年复合增长率达24.69%。此外，2013年-2015年，国内规模以上电竞赛事数量增加了12个，增长率超过80%。就玩家人数和赛事数量两个点看，电竞文化的蓬勃崛起可见一斑，而这是对移动游戏行业比较利好的社会环境。

4.通讯技术的发展，硬件技术的革新合力助推手游等游戏产业稳步上升。网络游戏依托电脑硬件升级与互联网优化持续演进，实现集娱乐性、竞技性和社交性等多种趣味元素于一体。各家直播平台方兴未艾。现阶段，直播平台成为电竞赛事最重要的传播路径，亦是电竞行业最重要的变现渠道之一