

五成不到30岁 普遍轻度氪金

随着行业环境逐步趋好以及5G背景下新游戏的陆续开发，近年来，移动游戏行业又逐渐掀起热潮。艾媒咨询数据统计显示，预计2020年移动游戏市场规模将达到1850亿元，移动游戏用户将突破6亿人。此外，移动游戏的社会功能价值日益突出，功能游戏、游戏+文创、游戏+直播等新玩法持续进发生机。

然而，在游戏版号政策、内容总控、市场竞争等因素倒逼下，行业加速洗牌，精品化产品、品牌化运营成为常态化，未成年人的健康成长引导问题成为重中之重，移动游戏行业生态正面临全新挑战。

■策划：新快报记者 罗韵 ■统筹：新快报记者 梁彧 ■采写：新快报记者 张磊 ■制图：廖木兴



玩家整体以轻度氪金为主 月均流水50元以下占比过半

艾媒咨询数据显示，2019年中国移动游戏行业市场规模为1660.3亿元，预计今年移动游戏市场规模将达到1850亿元。此外，我国移动游戏用户规模发展进入稳定期，2019年移动游戏用户规模达到5.86亿人，预计2020年将超过6亿人。

从用户画像来看，90后、95后玩家是移动游戏的主力军，30岁以下人群占到五成左右；在用户属性方面，重度、中度玩家总占比达到了44.5%；在移动游戏获取渠道方面，艾媒数据显示，半数以上受访用户通过朋友获知手游资讯，玩家线上资讯获取渠道呈现多元化的特征，除社交平台外，垂直游戏类、视频、直播及内容平台也位列其中。

此外，玩家普遍存在的游戏氪金的现象。数据显示，在

跨界合作、业务出海 5G浪潮下移动游戏场景更多元

在政策收紧、竞争激烈等多重因素刺激下，移动游戏厂商加速破圈，积极寻找海外机会，并且加快跨界合作步伐。以《大话西游》为例，品牌、公益营销动作不断，还携手小肥羊开主题店；《阴阳师》携手它基金等开展关爱流浪动物公益行动；《超能球球》手游先后与周黑鸭、TT语音、饿了么进行跨界合作。

在游戏出海领域，以三七互娱和腾讯为代表的企业在产品和资本层面布局不断。2019年上半年，三七互娱海外品牌37GAMES连续覆盖超过200个国家和地区，发行全球手机游戏100款；腾讯接连投资海外工作室，积极招

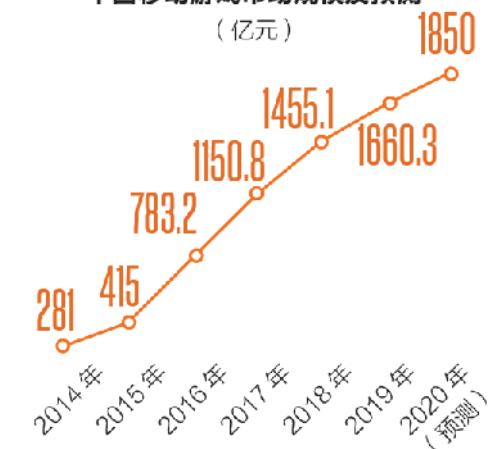
纳海外人才和创意。

与此同时，以年轻玩家为主导的移动游戏行业场景正在进一步拓展。

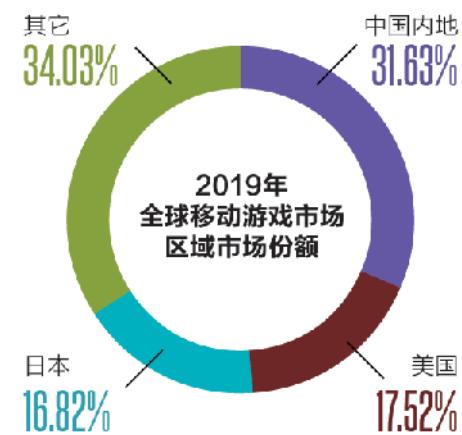
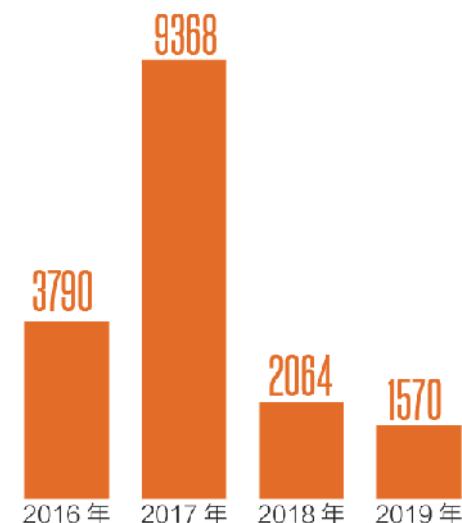
游戏+直播、游戏+视频、游戏+音乐等各种新形式层出不穷。在游戏直播细分领域，艾媒咨询调研数据显示，两成左右玩家每日观看游戏直播，并参与互动、打赏。艾媒咨询分析师认为，5G浪潮下，围绕游戏展开的泛娱乐场景也将进一步开拓。游戏与其他载体的融合也更紧密，围绕游戏展开的泛娱乐场景也将进一步开拓。

直逼2000亿
移动游戏行业势头火热

2014-2020年
中国移动游戏市场规模及预测



2016-2019年下发游戏版号数量(款)



云游戏成为布局新风口

2019年6月 网易游戏与华为成立5G云游戏实验室。

2019年11月 完美世界联合天翼云游戏，实现了《诛仙手游》、《新武林外传手游》的云端试玩。

2019年12月 腾讯游戏与NVIDIA构建START云游戏平台。

2020年1月 三七互娱携手华为加码云游戏业务。