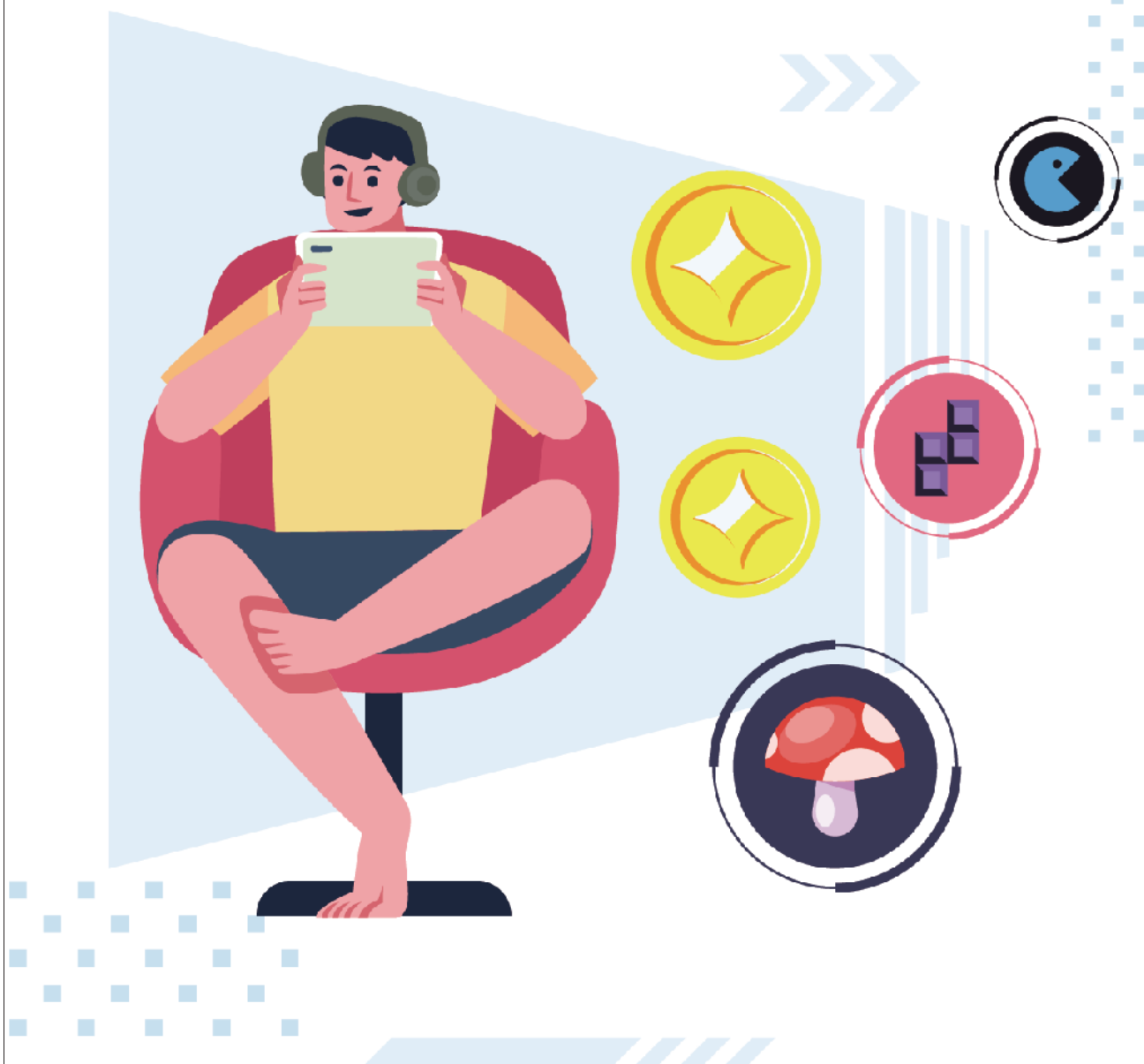


# 五成不到 30 岁 普遍轻度氪金

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+直播等新玩法持续迸发新机。

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,玩家普遍存在游戏氪金的现象。数据显示,在

移动游戏的花费月均流水在 50 元以下的占比 53.4%,花费 100-1000 元区间的用户占比近三成,也有少数玩家月均移动游戏花费在 1000 元以上。艾媒咨询分析师认为,当前移动游戏玩家整体以轻度氪金为主。

值得一提的是,国内移动游戏行业的迅猛发展与国家层面版号的逐步恢复联系紧密。2018 年 12 月,游戏版号发放恢复;2019 年,共计 1570 款游戏过审(含 185 个进口游戏版号)。严审批制度倒逼行业加速升级,生产环节从粗放式发展向精细化转变,游戏品质也有一定程度的提升。

此外,在 5G 商用加速落地的背景下,云游戏也正在成为多方厂商拓展增量市场的重要赛道。中国云计算服务商、游戏开发商、网络运营商等多方正在加速布局云游戏项目。

## 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》为案例,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。

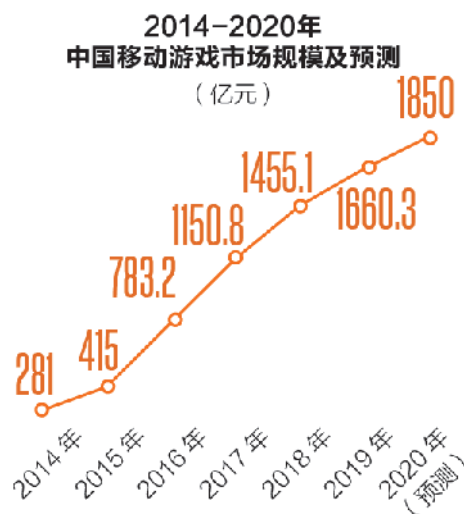
在游戏出海领域,以三七互娱和腾讯为代表的企业在产品和资本层面布局不断。2019 年上半年,三七互娱海外品牌 37GAMES 连续覆盖超过 200 个国家和地区,发行全球手机游戏 100 款;腾讯接连投资海外工作室,积极招

纳海外人才和创意。

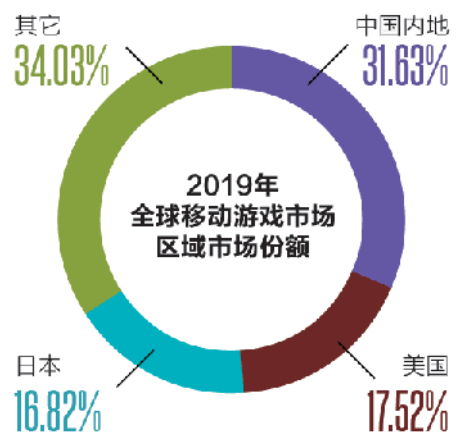
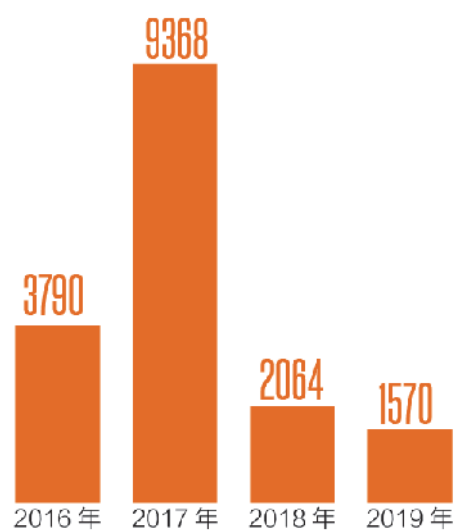
与此同时,以年轻玩家为主导的移动游戏行业场景正在进一步拓展。

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



2016-2019年下发游戏版号数量(款)



## 云游戏成为布局新风口

