

中国移动游戏渠道创新白皮书

2017年



研究背景



随着硬件渠道商的崛起，安卓移动游戏渠道市场不断变化。面对激烈的竞争，渠道们也在不断升级自身的服务以吸引更多客户。此份报告注重描述当下安卓移动游戏渠道的现状与发展，并且就渠道创新进行分析。

核心发现



市场： 安卓移动游戏渠道市场变化迅速，其中以**硬核联盟**为代表的硬件渠道取得了最大的市场渗透率，为**56.5%**，大幅领先其他渠道。



趋势： 渠道整体流量也在**向头部集中**，进而提升对行业的话语权；此外，各种新型渠道出现实行**流量变现**。



服务： 激烈竞争下渠道服务本身也在不断发展，硬核联盟推出的**联运游戏买量**服务促进行业**正规化与规范化**，提升渠道服务质量。

移动游戏渠道行业概念定义

1

移动游戏渠道行业概况

2

移动游戏渠道行业趋势

3

移动游戏渠道用户属性

4

移动游戏渠道概念定义

移动游戏渠道概念定义

概念	手机内置
非内置安卓移动游戏渠道	×
手机厂商内置游戏渠道	√

- — **应用商店**：专门提供各类应用下载与更新的渠道
- — **游戏渠道**：提供游戏下载与更新的渠道
- — **内置应用商店**：安卓智能机出厂自带的渠道

注释：中国移动游戏渠道创新白皮书以研究专门提供各类游戏下载与更新的安卓渠道为主，不包括苹果手机。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

移动游戏渠道行业概念定义

1

移动游戏渠道行业概况

2

移动游戏渠道行业趋势

3

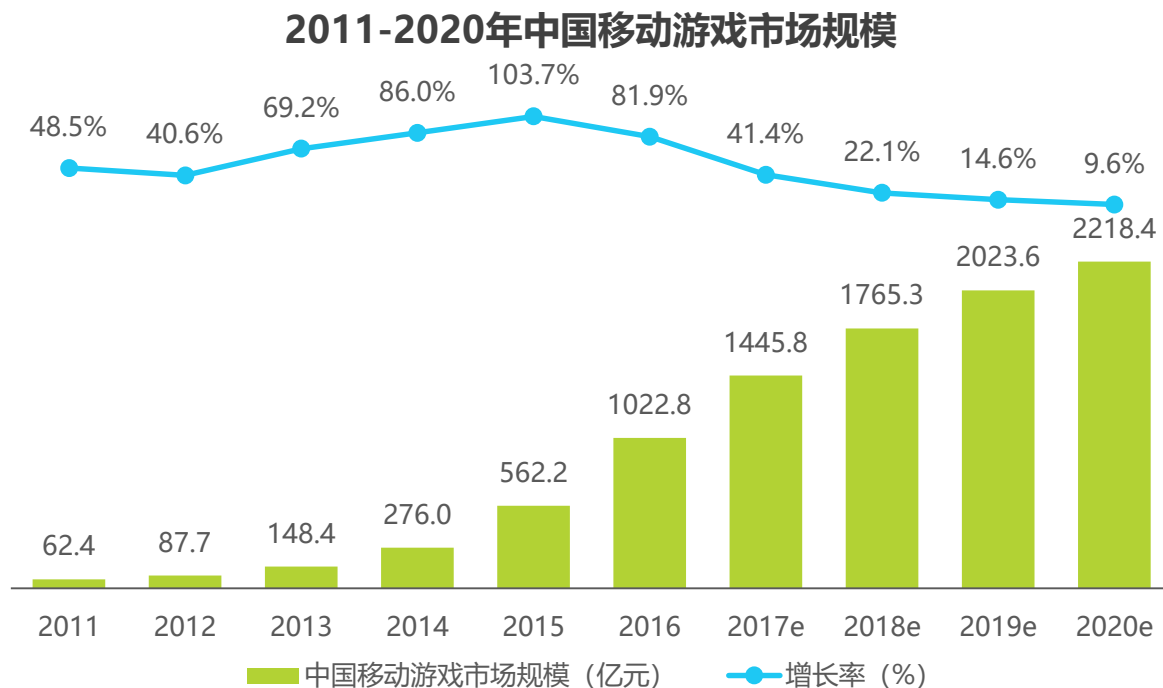
移动游戏渠道用户属性

4

2017年中国移动游戏市场规模

移动游戏市场进入平稳发展期

目前国内移动游戏市场增长速度趋于放缓，主要原因之一是用户规模增长放缓，增量市场已转化为存量市场；另一方面，市场上的产品呈现同质化倾向，各个厂商朝着热门游戏扎堆。尽管如此，随着用户付费习惯的养成以及游戏的进一步重度化，整体市场仍将在未来3-5年内迎来小幅增长，进入平稳发展期。



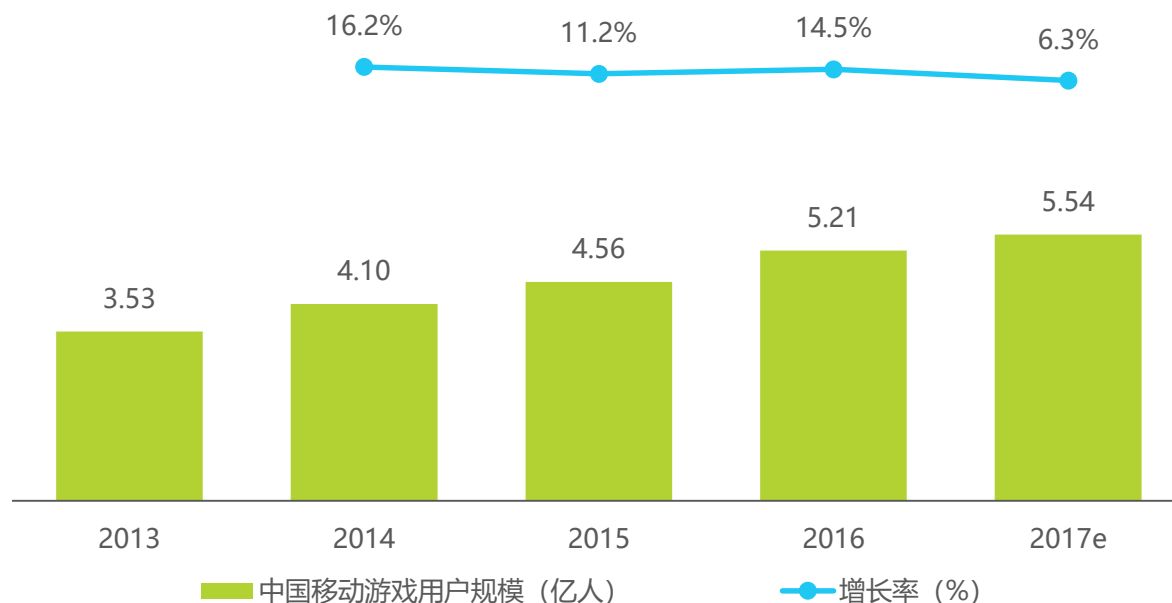
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2017年中国移动游戏用户规模

游戏人口红利逐步消退 质量提升成游戏行业新方向

2017年中国移动游戏用户规模预计为5.54亿人。目前人口红利逐步消退，移动游戏用户规模几乎达到天花板。艾瑞分析认为，随着用户对游戏以及服务质量的需求提升，游戏运营方需要进一步加强游戏运营实力，通过营销活动、数据分析来获得更多用户的同时提升玩家付费率与付费金额。

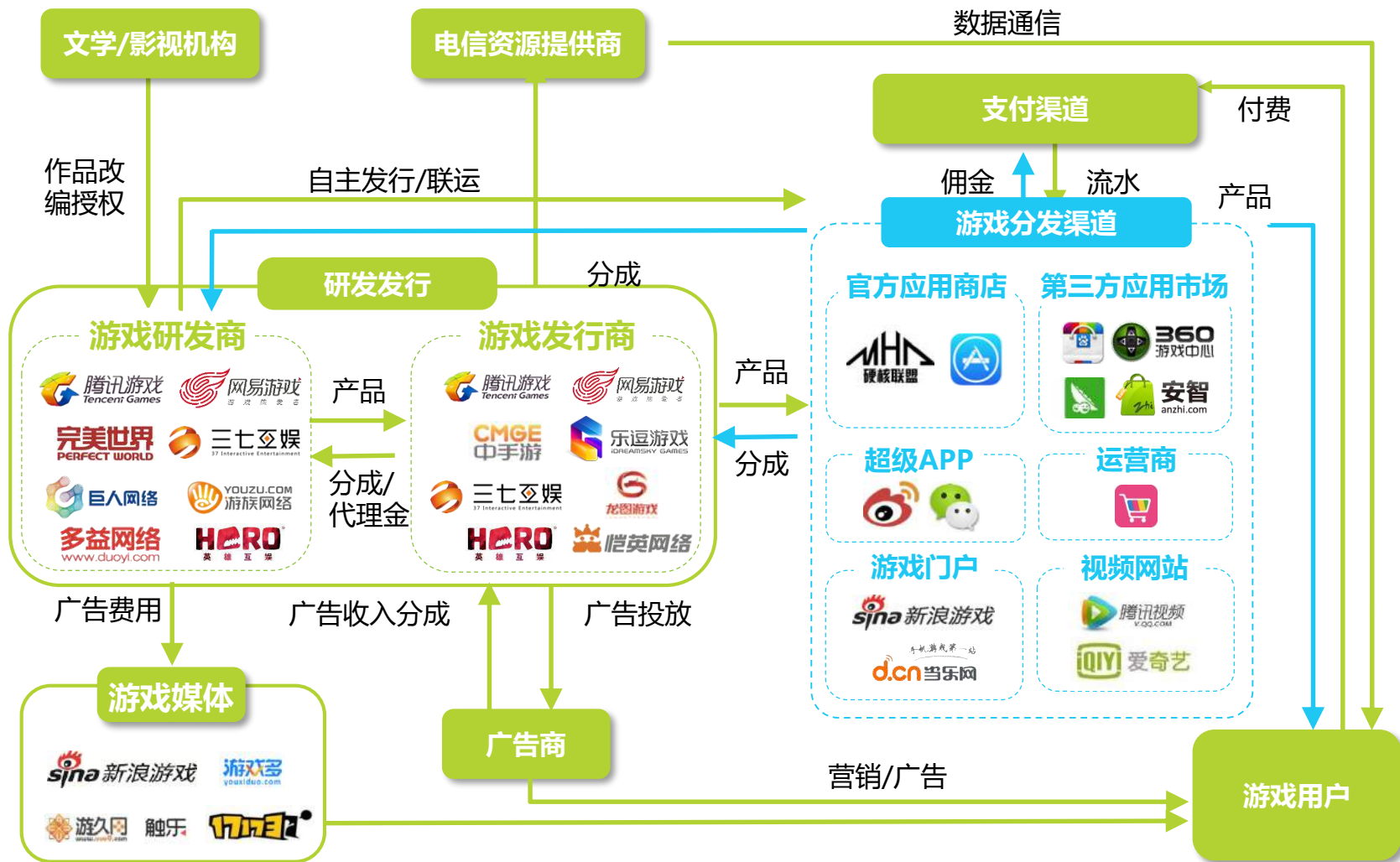
mUserTracker-2011-2017年中国移动游戏用户规模



注释：mUserTracker.2017.10，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2017年中国移动游戏产业图谱

2017年中国移动游戏行业产业链



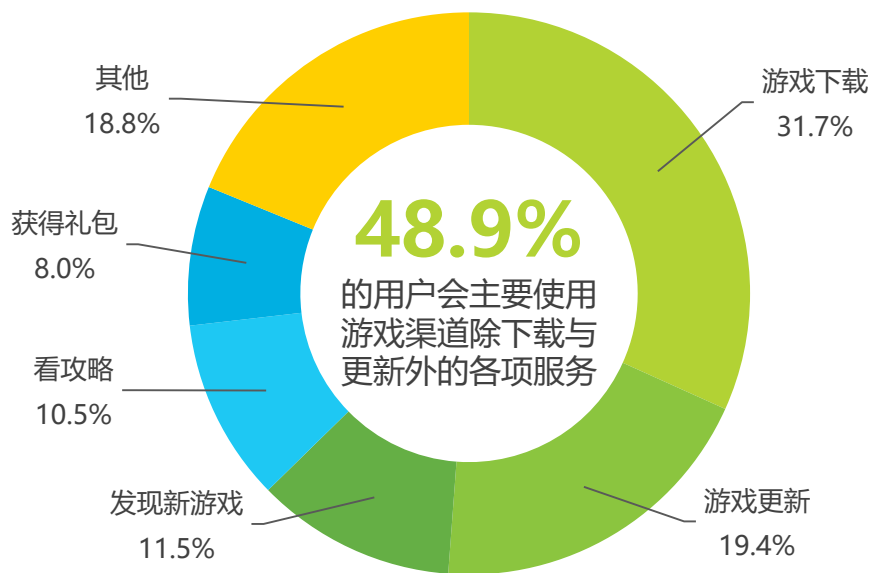
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制，排名不分先后。

下载与更新仍是渠道主要用途

接近50%用户会使用渠道的其他功能

渠道的基本功能仍是提供游戏下载与更新。另一方面，挖掘新游戏也成为了渠道次重要的用途。从用户获取新游戏的方式来看，游戏渠道的推送与推荐仍是用户获得新游戏的主要来源——渠道的导量作用不可忽视。

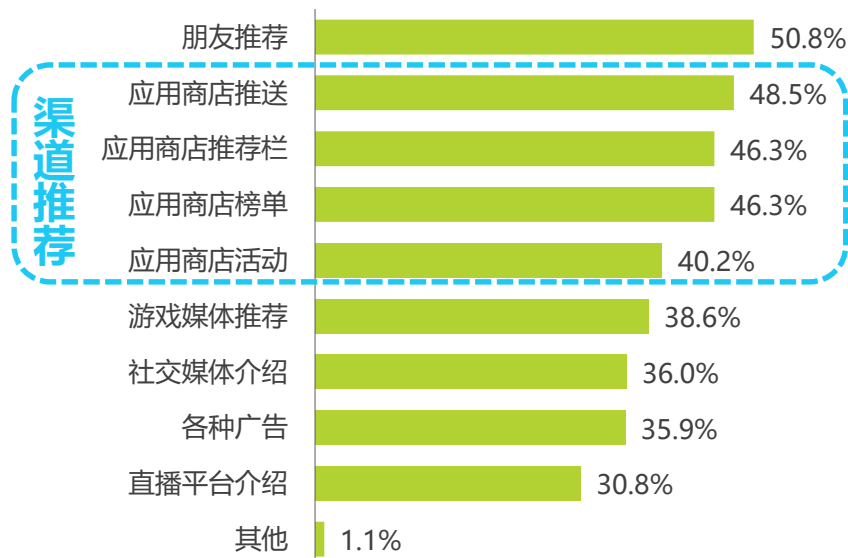
2017年中国安卓渠道游戏用户应用商店最常用功能一览



B8. 请问您使用过哪些应用商店的功能？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2017年中国安卓游戏渠道用户新游戏获取渠道调查



B9. 请问您如何获取新游戏信息？

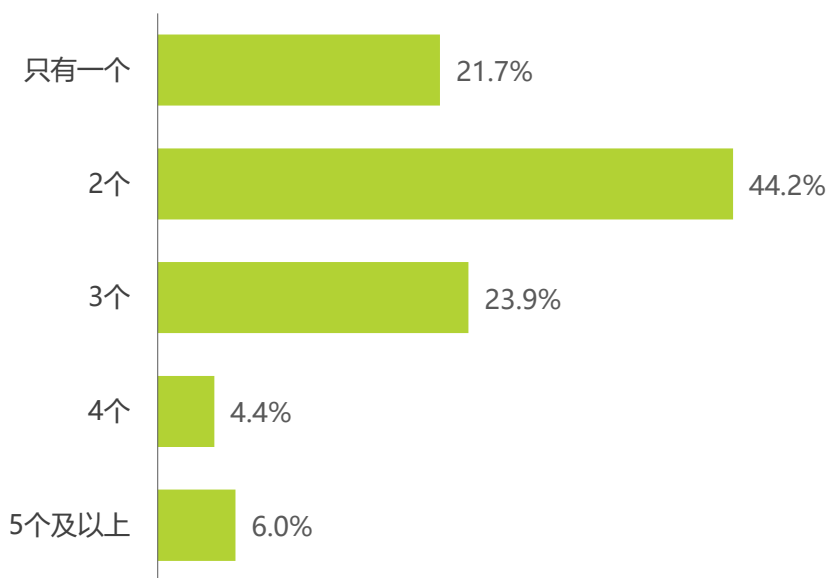
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

安卓游戏渠道使用情况

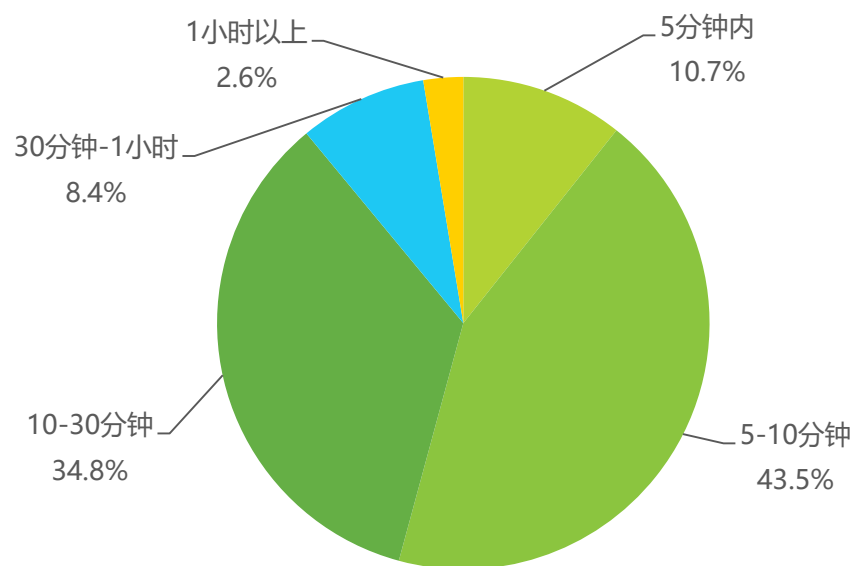
用户多数只会使用3个及以下数量的渠道

安卓游戏渠道竞争异常激烈，接近65%的用户只会使用2个及以下的应用商店来下载游戏；从用户使用时间来看，用户已经有较为成熟的应用商店使用经验，从寻找应用到下载只花费较短时间；另一方面，应用商店也提供了较为成熟的推荐系统，帮助用户快速找到适合自己的游戏与应用。

2017年安卓渠道游戏用户渠道使用数量



2017年中国安卓渠道游戏用户渠道使用时长



B5. 请问您同时使用几个应用商店？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

B6. 请问您每次应用商店的使用时长如何？

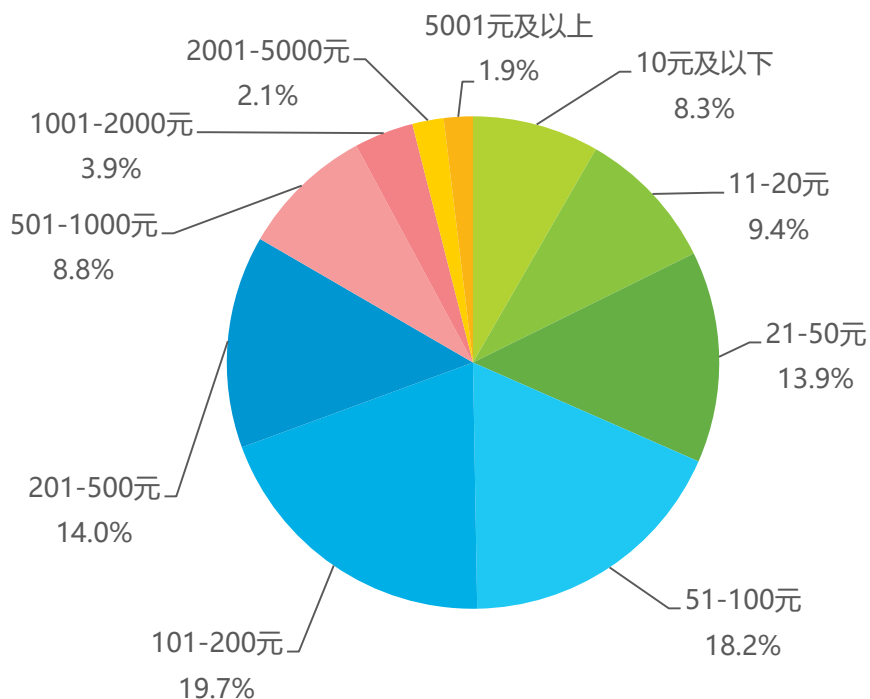
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

用户游戏付费情况

付费金额逐渐上升

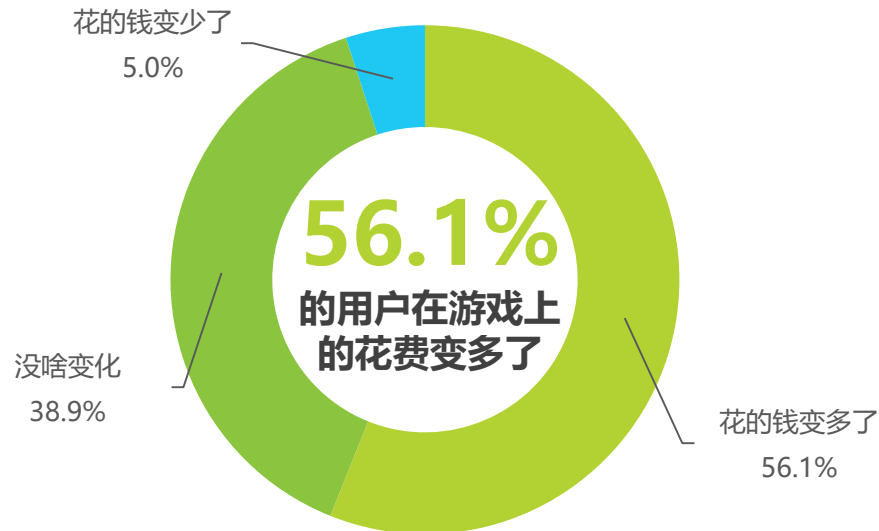
尽管用户规模增长放缓，用户整体的付费行为更加成熟——超过一半的用户表示自己在游戏上的消费增加。艾瑞咨询认为，头部游戏对于提升中国移动游戏用户整体的付费意愿与数额有着重要作用，即使用户转移至其他游戏，也会保留付费习惯，在新游戏中继续付费。

2017年中国安卓渠道游戏用户付费情况



A8. 请问在过去三个月中，您每月在游戏上的花费大约是多少？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2017年安卓渠道游戏用户付费情况变化



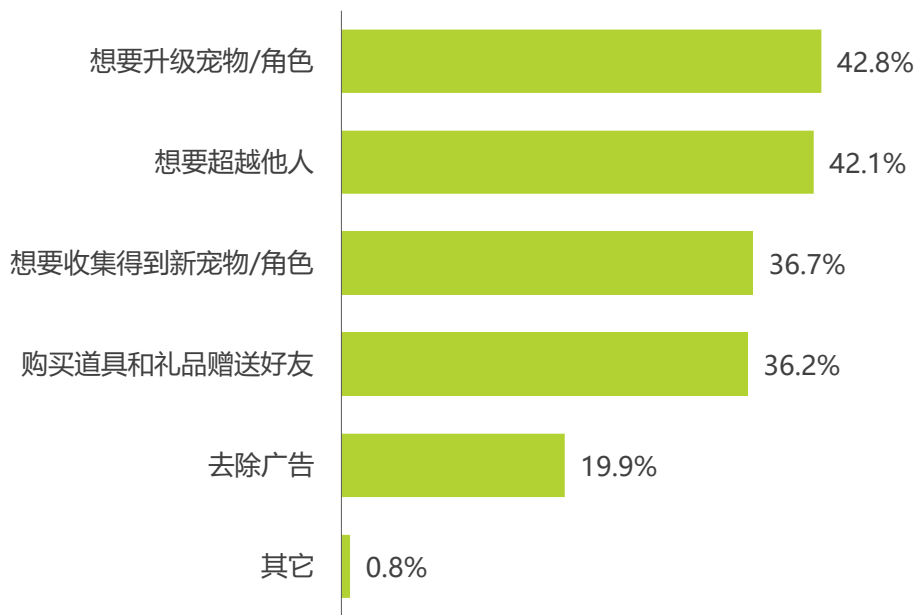
A10. 请问相较于过去，您现在在游戏上的花费金额有哪些变化？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

用户付费态度调查

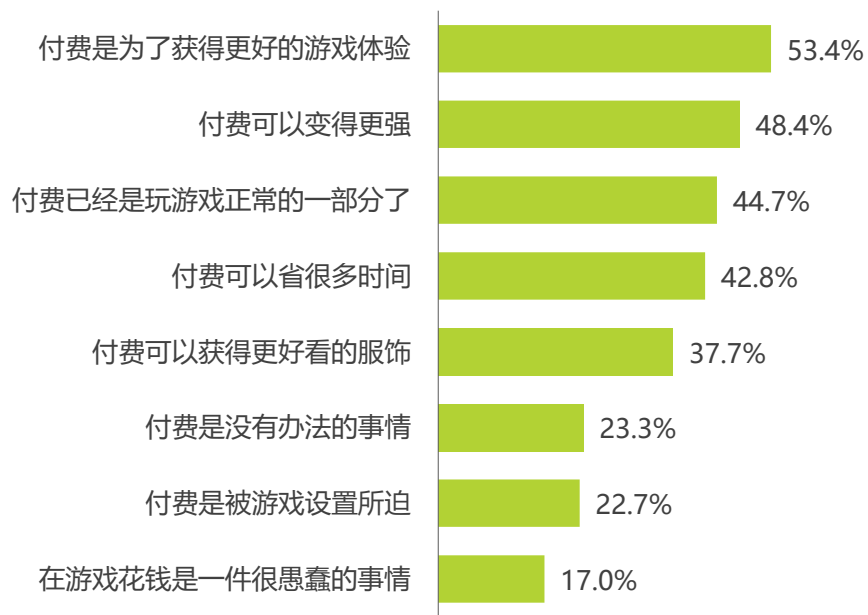
功能性目标占据多数 用户已接受付费升级体验

用户整体付费观念的成熟还可体现在付费目的上，除了竞争性的付费目的外，大量用户也会为非功能性的目的进行付费。另一方面，用户普遍认同付费是为了获得更好的游戏体验这一点，并且认可付费已经是游戏中正常的一部分行为。

2017年安卓渠道游戏用户付费目的



2017年安卓渠道游戏用户付费态度



A12.您在移动游戏中付费的目的是？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

A13.您觉得以下哪些描述符合您对游戏中付费的态度？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

移动游戏渠道行业概念定义

1

移动游戏渠道行业概况

2

移动游戏渠道行业趋势

3

3.1 渠道整体变化

3.2 渠道核心竞争力

3.3 渠道合并升级

3.4 渠道服务升级

移动游戏渠道用户属性

4

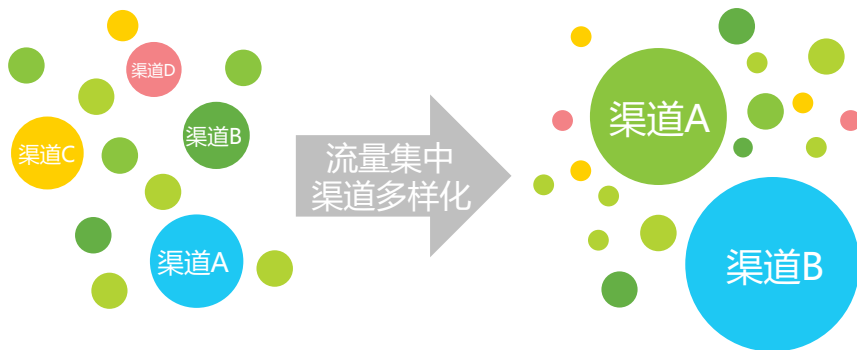
3.1 渠道整体变化

渠道话语权迅速提升

渠道集中放大行业影响力

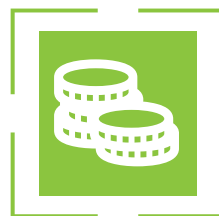
渠道商掌握了用户流量，因此渠道的集中导致头部渠道的影响力进一步扩大，这体现在以下几个方面：首先，游戏渠道的分成比例逐渐上升；其次，渠道对游戏内容修改的影响力增强——游戏渠道会根据一款游戏的表现提出各种建议，而发行商或游戏研发商为了登陆各大渠道也会据此做出各类整改，提升游戏营收表现以符合渠道商的要求，以获得更多流量。

渠道流量呈现集中态势



流量进一步集中 头部渠道垄断大量流量

游戏渠道影响力进一步扩大



流水分成提升

相较于过去，游戏渠道的分成比例逐步提升



修改意见权重提升

为了登陆渠道，厂商更倾向遵从渠道对于游戏的修改意见

手机厂商内置游戏渠道迅速崛起

硬核联盟成为主要移动游戏渠道

随着手机厂商的发力，以硬核联盟为代表的手机硬件渠道在游戏渠道市场中的迅速崛起。相较于其他类型的渠道，硬件渠道商具有以下优势：首先，随着国产智能手机的市场占有率提升，硬件渠道商从硬件上提升了市场占有率，其内置的渠道成为了用户下载应用的首要入口；其次，硬件厂商之间组成了联盟，尽管在硬件上形成竞争态势，在应用分发上进行合作；最后，硬件渠道商对于硬件数据更知根知底，能够最大范围内确保应用的安全性与兼容性。

硬核联盟渠道与其他安卓渠道对比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

新型渠道涌现

各个流量入口实现用户变现

除了传统游戏渠道外，各种新型渠道纷纷涌现，通过游戏将他们的流量迅速变现。如直播平台，通过与平台内的礼物联动带动了大量用户选择直播平台分发的游戏。另一方面，部分主播也会通过与小型渠道进行合作，在直播中直接传播定制版游戏客户端，通过观众充值获得佣金。以上种种新型渠道，本质上都是流量入口在谋求用户数变现的手段。因此，他们是市场的补充，而并非主要渠道。

各个流量入口通过移动游戏实现人气变现

小型渠道提供主播定制版本



通过人气主播进行应用传播



定制版应用可为主播提供佣金



粉丝直接充值支持主播



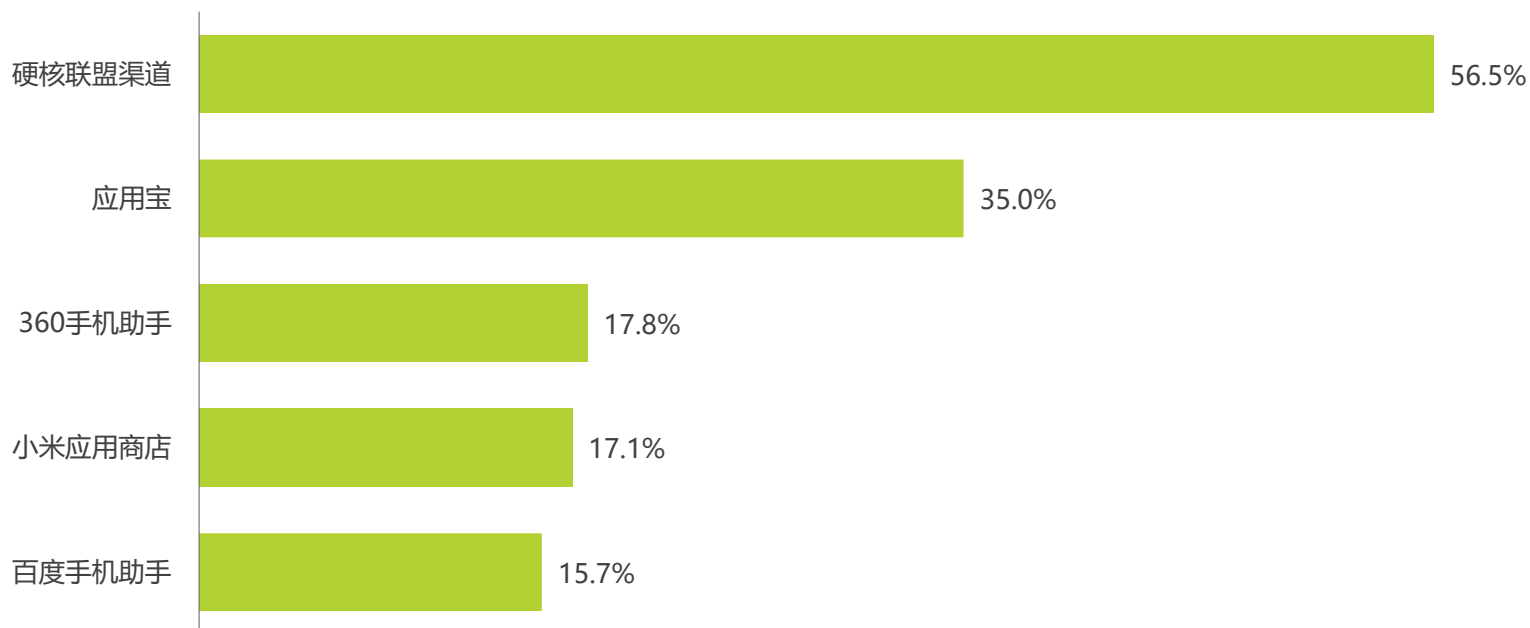
3.2 渠道核心竞争力

2017年应用商店渗透率排名

硬核联盟旗下应用商店渗透率接近60%

硬核联盟渠道在安卓应用商店渠道整体升到率高达56.5%，是渗透率最高的应用商店渠道。

mUserTracker-2017年Q3中国安卓应用商店渗透率排名



注释：渗透率指的该应用在所有去重用户数量中的使用率。

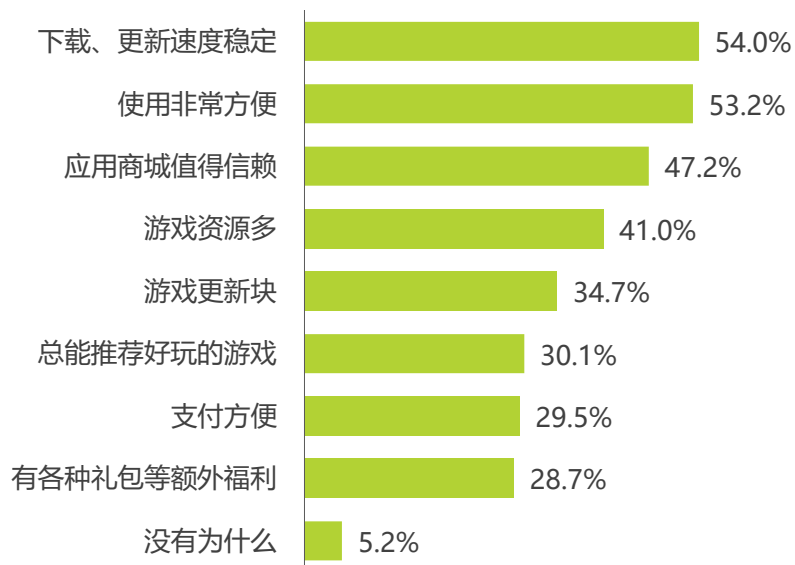
来源：mUserTracker.2017.10，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

用户选择应用商店主要关注因素

下载速度稳定性、易用性与安全性较重要

对于安卓应用商店用户而言，下载更新速度的稳定性、易用性以及安全性成为使用应用商城的最关注因素。而相较于整体用户，硬核联盟用户对易用性与安全性的需求度更高，这也与硬核渠道本身的特性有关：由于是第一方应用商店，并且与手机硬件紧密联系，硬核联盟应用商店无需另行下载，并且能够为商店内的应用提供安全保障。

2017年中国安卓应用商店用户使用原因



2017年硬核联盟应用商店用户使用原因TOP3



60.2%

的硬核用户选择易用性



57.8%

的硬核用户选择下载、更新速度稳定



54.6%

的硬核用户选择安全性

B7.请问您经常使用（联动S6最常用选项）类应用商店的原因是？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

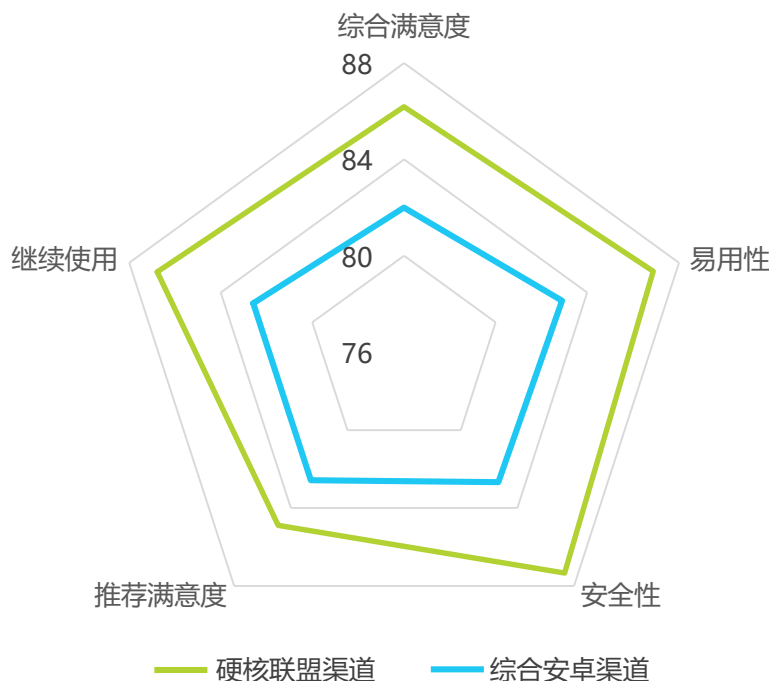
B7.请问您经常使用（联动S6最常用选项）类应用商店的原因是？
样本：N=491；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

各类型游戏渠道用户满意度调查

硬核联盟整体满意度高于综合安卓渠道满意度

综合各个渠道的用户满意度调查来看，内置渠道用户的满意度远高于整体用户。艾瑞咨询认为，移动端内置渠道用户得分较高的主要原因是：首先，易用性好，新用户激活手机就能使用内置渠道，无需进行额外下载，并且应用的兼容性得到了最大的保障；其次，是安全性较好。相较于其他渠道，官方渠道需要为自己的硬件用户负责，因此格外注重安全性问题；最后，硬件厂商更了解用户的使用习惯，能够给用户提供更符合他们需求的游戏推荐。

2017年中国安卓应用商店用户满意度调查



B11. 根据您的体验，您对您使用的应用商店的总体满意度如何？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

3.3 渠道合作升级

独代游戏数量增多

中小型CP与渠道相互选择

为了提升盈利水平，部分渠道为了获取内容优势选择了游戏独代策略，以期缓解业绩压力。另一方面，近年来中小型CP生存环境恶化，为了保障生存他们也选择了给予一定保障的游戏渠道。两者的需求相互重合，推动游戏独代的合作增长。但对于硬件厂商渠道而言，主要目的仍以构筑平台为主，因此对游戏独代的需求并不迫切。

渠道与中小型CP合作共赢

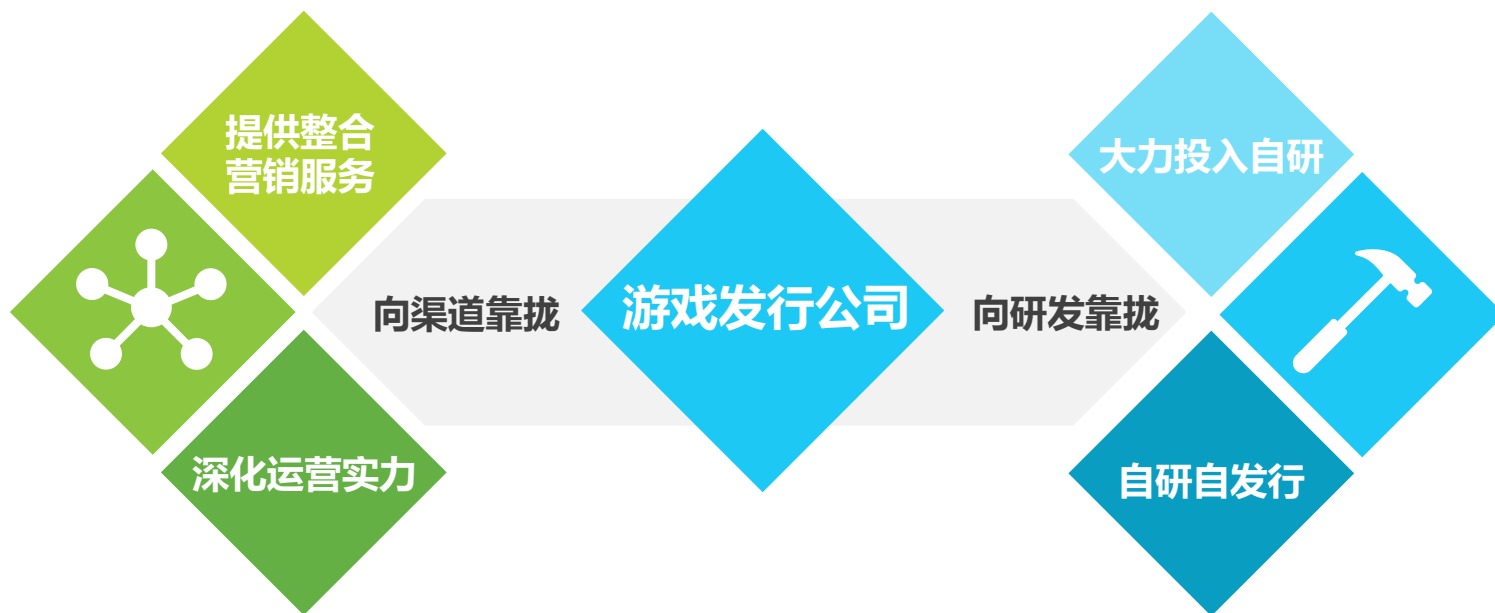


游戏发行公司职能转变

向两端靠拢 提供独特价值

相较于过去，游戏发行公司的职能发生了很大转变。一方面，游戏渠道服务的完善覆盖了原本大部分由发行公司所提供的功能；另一方面，游戏研发商越来越多与渠道直接合作进行游戏独代。在这种情况下，发行公司面临困境，谋求变化：越来越多的发行公司开始进军游戏研发，拥有自己的研发团队；而另一部分则向渠道靠拢，提升营销与运营能力提升游戏产品的曝光度与用户体验。无论是向上还是向下，游戏发行公司的服务水准也在不断进步。

游戏发行公司向两端靠拢



渠道服务升级与正规化

渠道服务随着行业进步不断提升

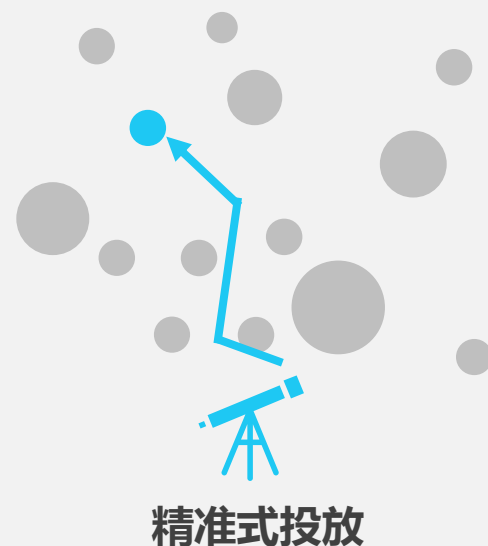
随着行业竞争态势愈发激烈，行业整体也在向服务升级与正规化方向发展。以硬核联盟为代表，在行业规范化方面向前迈出了扎实的一步，将诸多项目合约化；另一方面，硬核联盟也在不断提升服务质量，不仅提升服务质量强化针对用户的运营实力，包括：将用户需要的游戏推送到他们面前等。未来，渠道将不仅仅提供基础的下载与更新功能，如何提升运营实力深入用户需求并触达将成为渠道提升的方向。

渠道商提升服务质量 实现用户精准投放



过去

现在



3.4

渠道服务升级

联运游戏买量实现正规化

有效提升渠道的服务质量与正规性

过去发行向渠道进行买量时，双方通过“君子协议”达成共识，却并未对于“量”的实际规模及“量”的质量立下明文合约。在这种情况下，发行公司只能选择去信任渠道，无法通过其他途径确保自己的利益。现在，以硬核联盟为代表的渠道正在推行正规化联运游戏买量服务，发行公司不仅可以在买量上获得合同保障，并且还能够根据自己的需求对服务进行定制。可以说，渠道之间的竞争必然会提升渠道的服务质量，而这也惠及了广大发行公司与中小CP。

硬核联盟为首的游戏渠道推广联运游戏买量服务

提升服务质量



实现差异化服务，满足不同客户的需求



确保“买量”的数量



保障“买量”的质量



联运游戏
买量服务

推动行业正规化



用明文合约保障双方权益



减少“君子协议”的不确定性



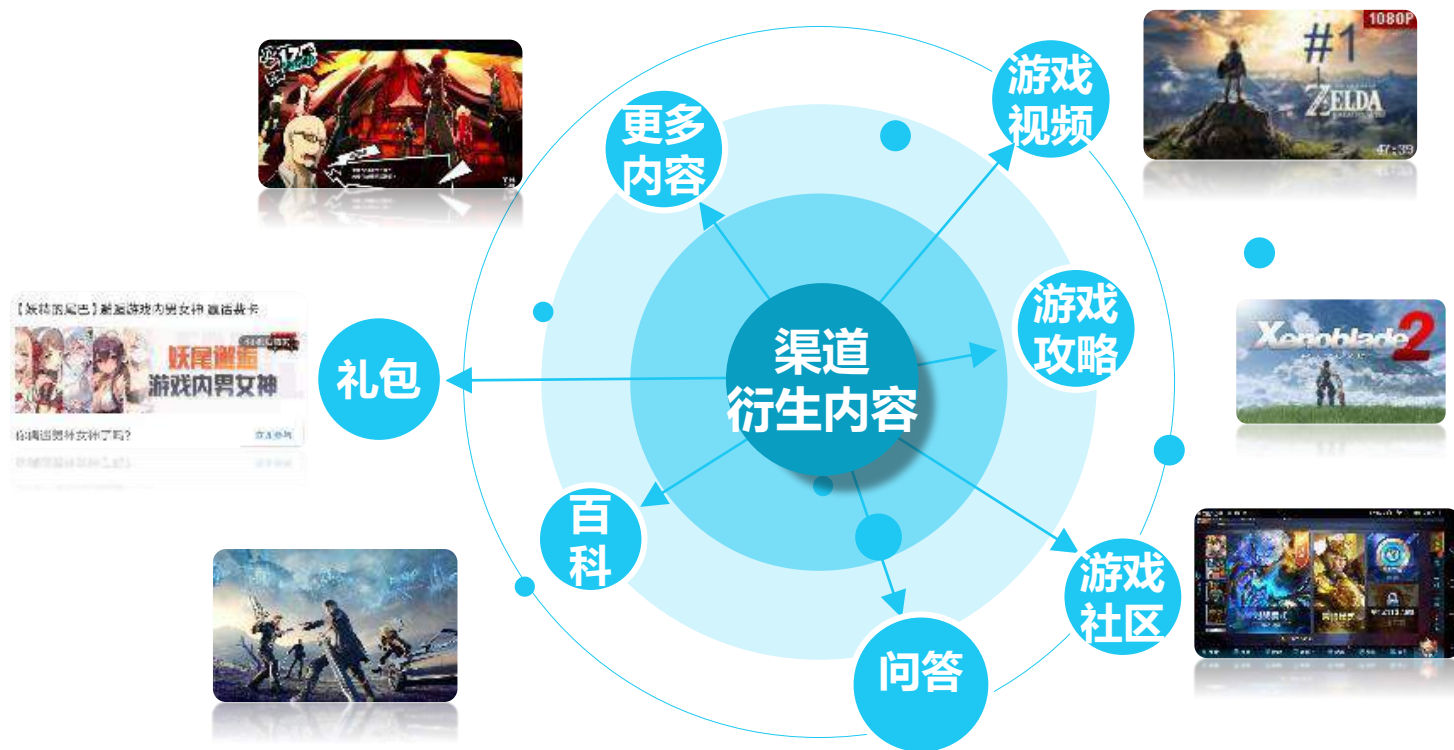
推动整个产业的正规化进程

渠道积极拓展游戏相关内容

通过内容与社区留住用户

渠道之间的竞争白热化促使他们提供更多内容以留下用户。除了新游戏与更新外，渠道也挖掘了大量游戏相关内容以飨用户：攻略、问答、礼包、视频、WIKI等；部分渠道甚至计划打造一个玩家社区，以满足用户的社交需求。通过大量衍生内容，维持用户粘性。

构建渠道内容生态增加用户留存



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

游戏产品类型集中化

更注重用户规模

现象级产品往往能够引爆该类型的市场需求，并且同时会有大量的同类型产品出现，以争夺新兴市场；对于游戏市场而言，多样化的游戏品类才是保持其繁荣健康的核心；而渠道商也愿意挖掘更多不同类型的精品游戏以满足用户日益升级的游戏需求。

部分国产移动求生游戏一览

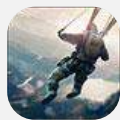
开发商



相关产品



穿越火线



光荣使命



绝地求生
全军出击



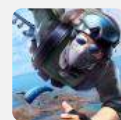
绝地求生：
刺激战场



荒野行动



终结者2：
审判日



小米枪战



代号：
HERO



全民枪战2
生存竞技

移动游戏渠道行业概念定义

1

移动游戏渠道行业概况

2

移动游戏渠道行业趋势

3

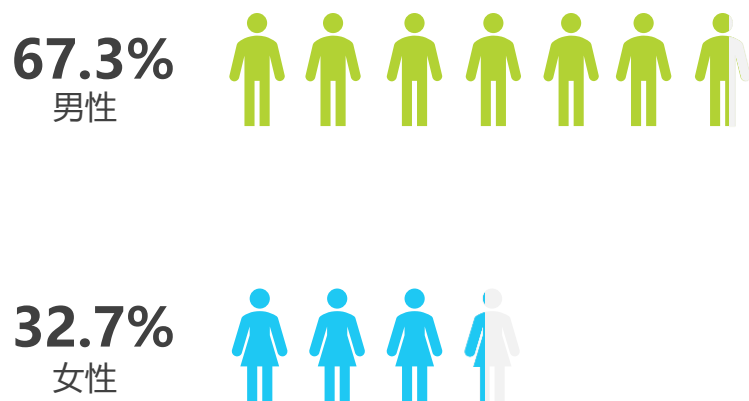
移动游戏渠道用户属性

4

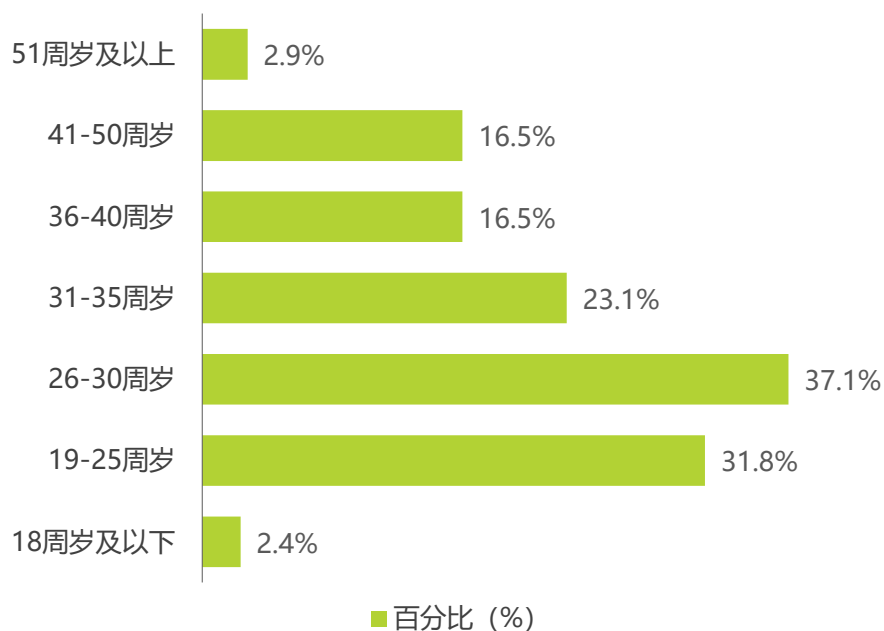
用户性别分布与年龄分布

男性为主

2017年中国安卓渠道游戏用户性别分布



2017年中国安卓渠道游戏用户年龄分布



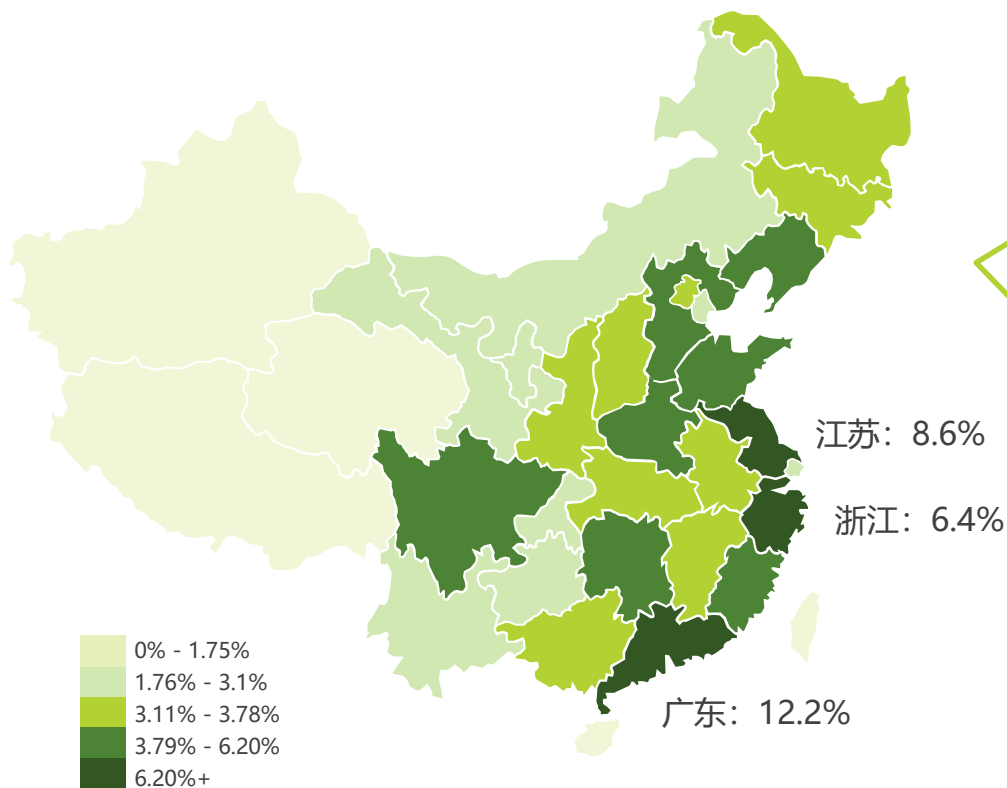
注释： C1.请选择您的性别。
样本： N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释： S7.请选择您的出生年月。
样本： N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

用户地域分布

沿海省份用户较为集中

mUserTracker-2017年中国安卓渠道游戏用户地域分布



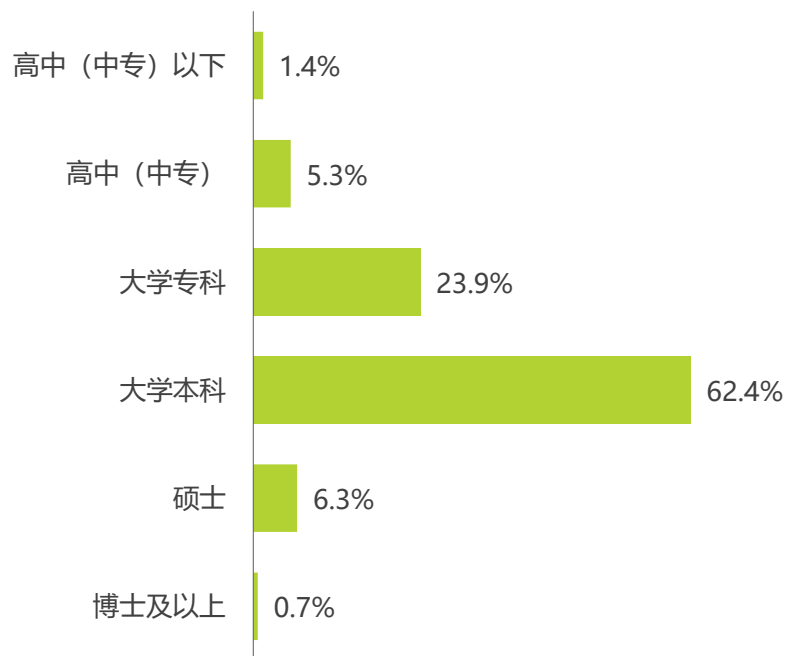
——安卓渠道游戏用户集中在沿海地区

沿海省市拥有相对较高的移动用户分布，其中四川等内陆省份也拥有较高的用户分布。

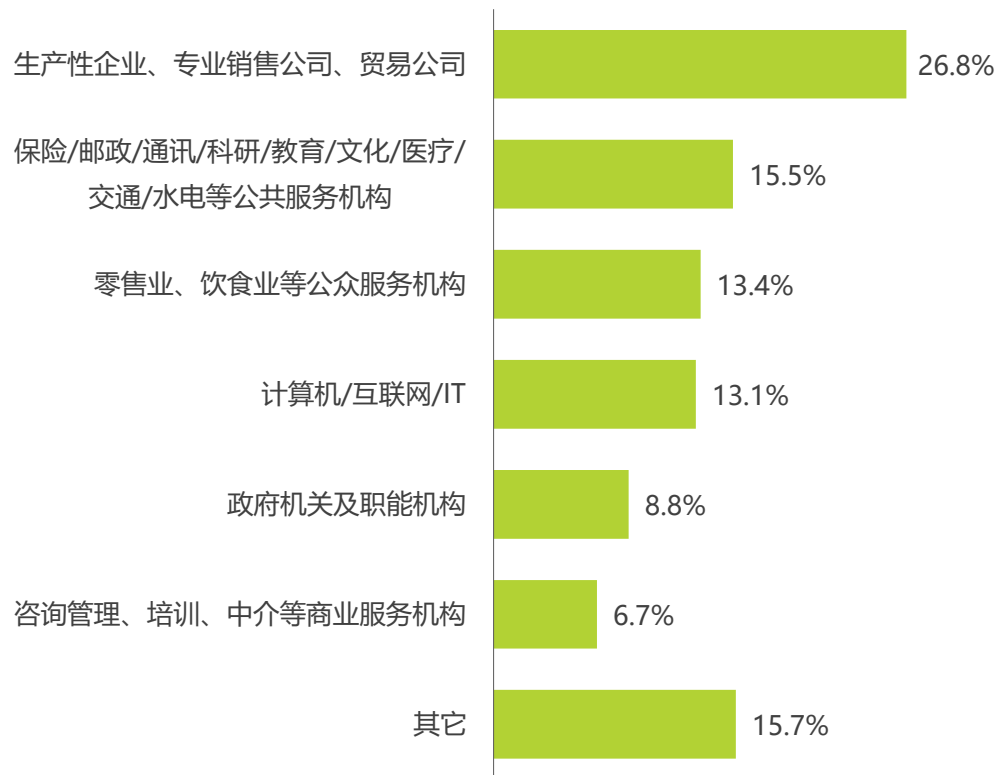
用户学历及职业分布

用户以本科学历为主

2017年安卓渠道游戏用户教育水平分布



2017年安卓渠道游戏用户职业分布



注释：C3.请问您的学历？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

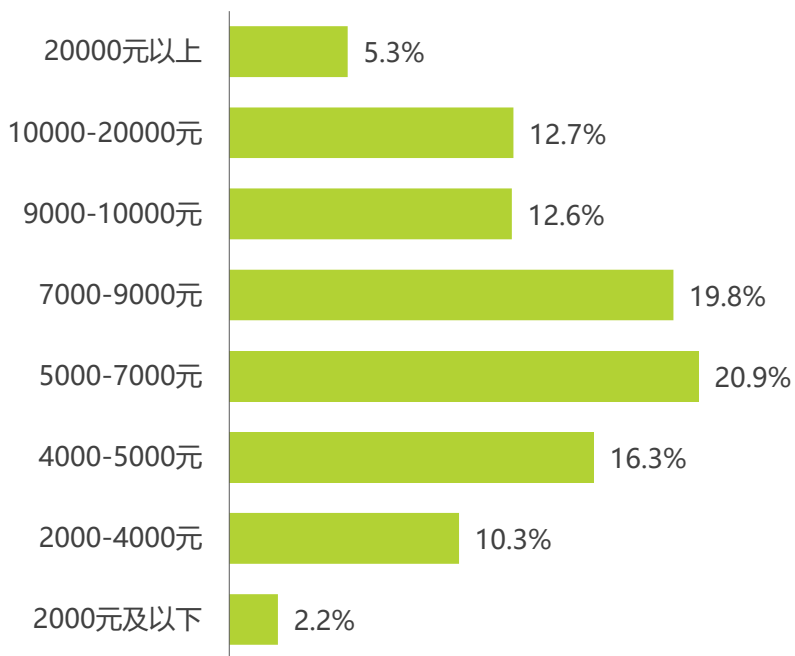
注释：C5.请问您现在的职业是？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

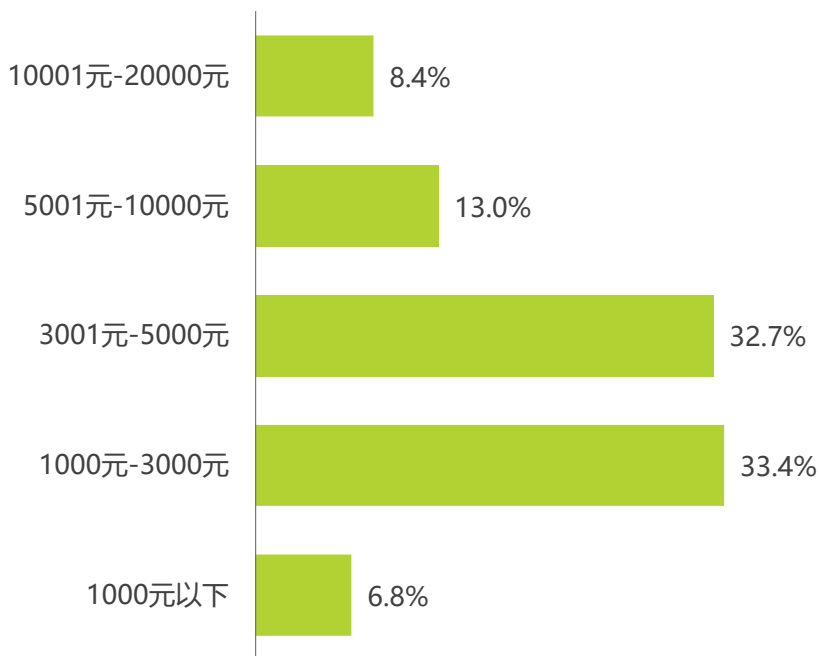
用户经济水平分布

收入提升促进用户消费

2017年安卓渠道游戏用户个人收入分布



2017年安卓渠道游戏用户每月个人消费水平



注释：C7.每月个人税后月收入？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

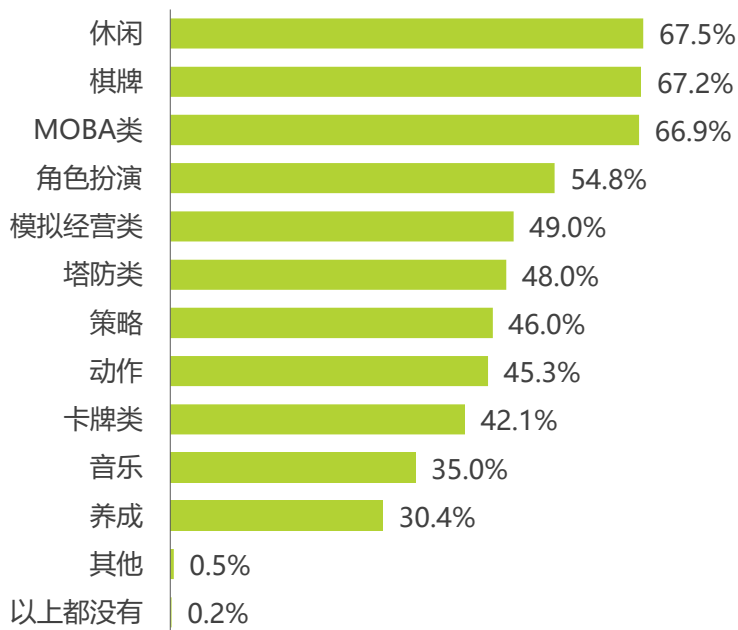
注释：C8.请问您目前的个人月平均消费？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

常玩与最常玩游戏类型

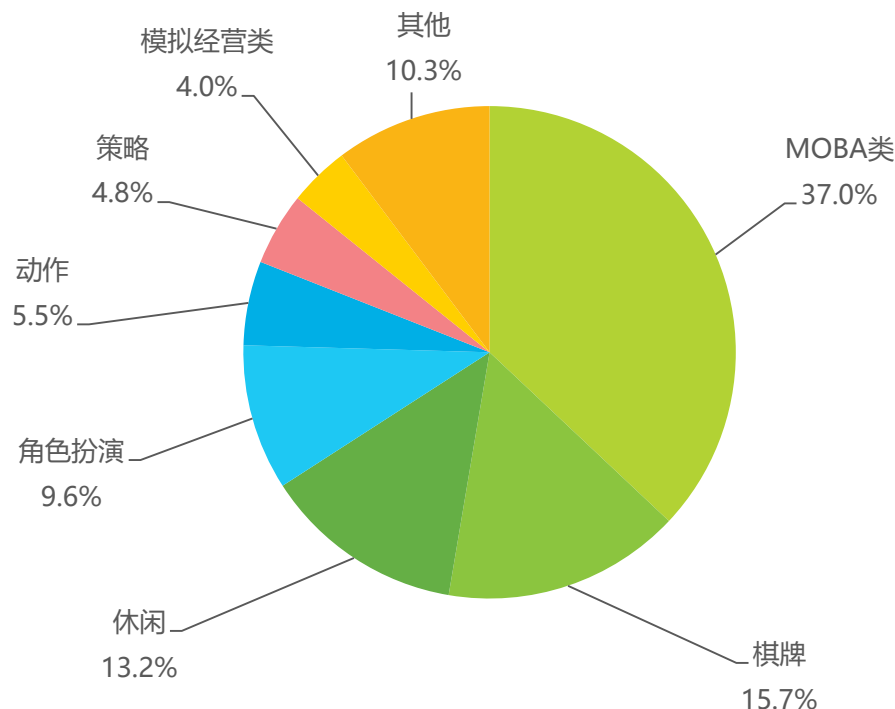
MOBA是用户最常玩的游戏类型

休闲类游戏覆盖面最广，绝大多数用户都有涉及。另一方面，MOBA类手游是用户玩得最多的游戏类型。

2017年安卓渠道游戏用户常玩游戏类型分布



2017年安卓渠道游戏用户最常玩游戏类型分布



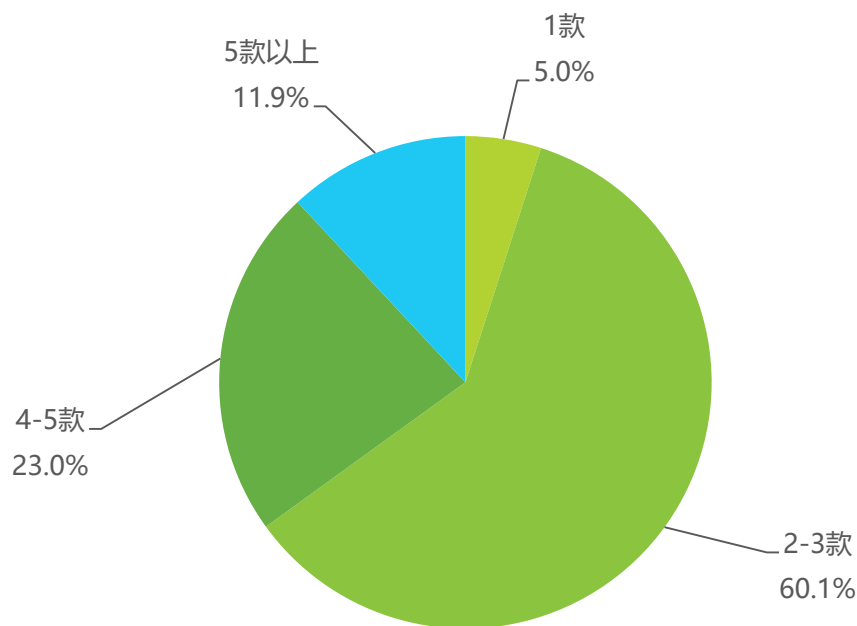
注释：A2.请问您最近三个月内，玩过哪些类型的游戏？玩哪类游戏的时间最多？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：A2.请问您最近三个月内，玩过哪些类型的游戏？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

游戏数量与社交习惯

多数用户同时玩多款游戏 倾向与朋友们一起玩

2017年安卓渠道游戏用户同时玩游戏数量



2017年安卓渠道游戏用户社交习惯



67.3%

的用户选择“在游戏里认识很多朋友，并一起玩”



60.9%

的用户选择“和现实的朋友一起玩”



49.3%

的用户选择“自己一个人玩”

注释：A3.您同时玩的游戏款数大约是多少？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

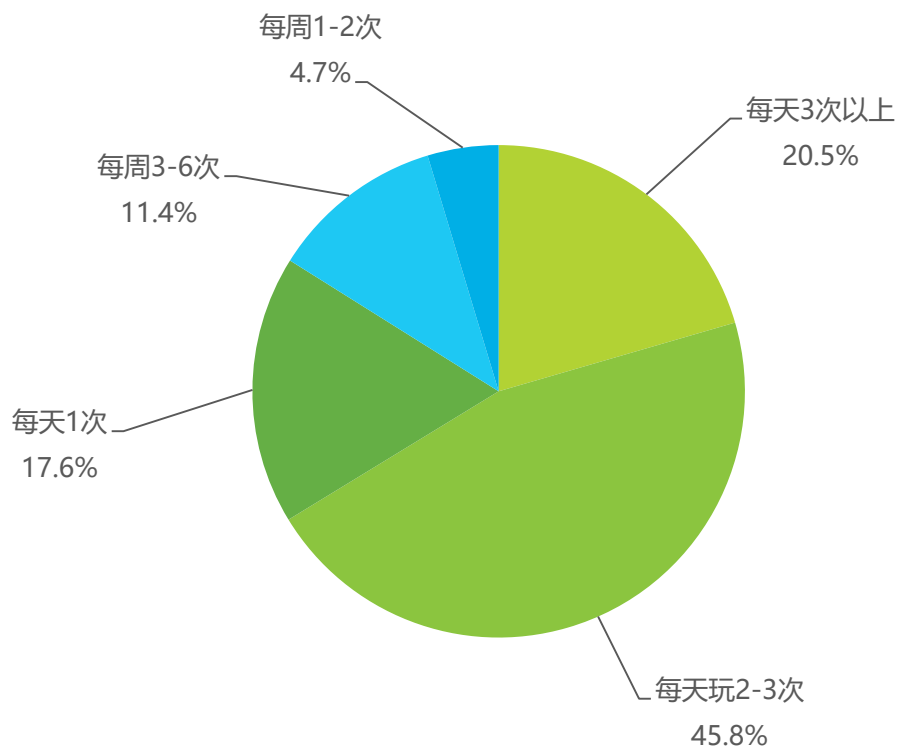
注释：A4.请问您平时玩游戏的习惯是？

样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

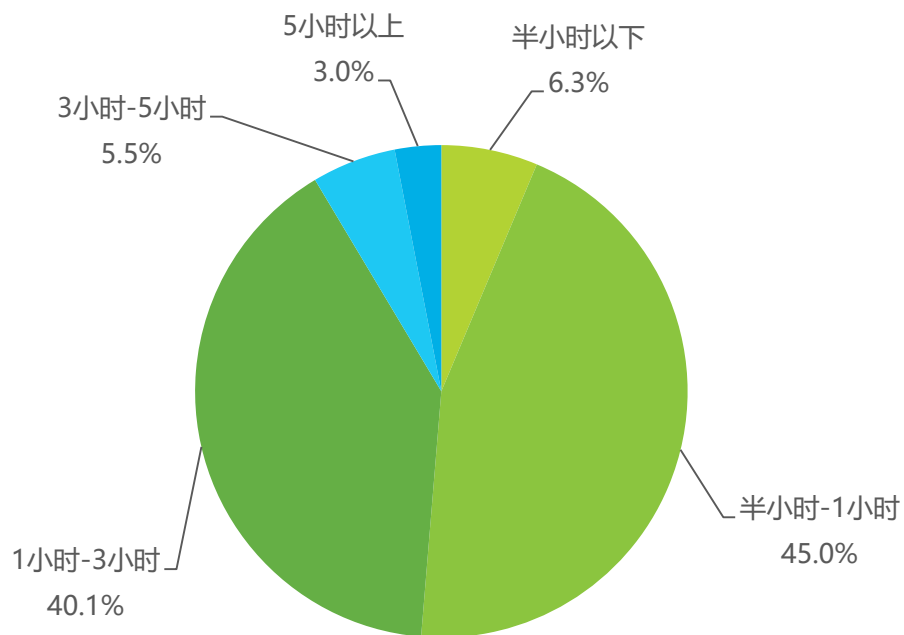
游戏频次与游戏时长

超过60%的用户每日玩游戏2次以上

2017年安卓渠道游戏用户游戏频次



2017年安卓渠道游戏用户游戏时长



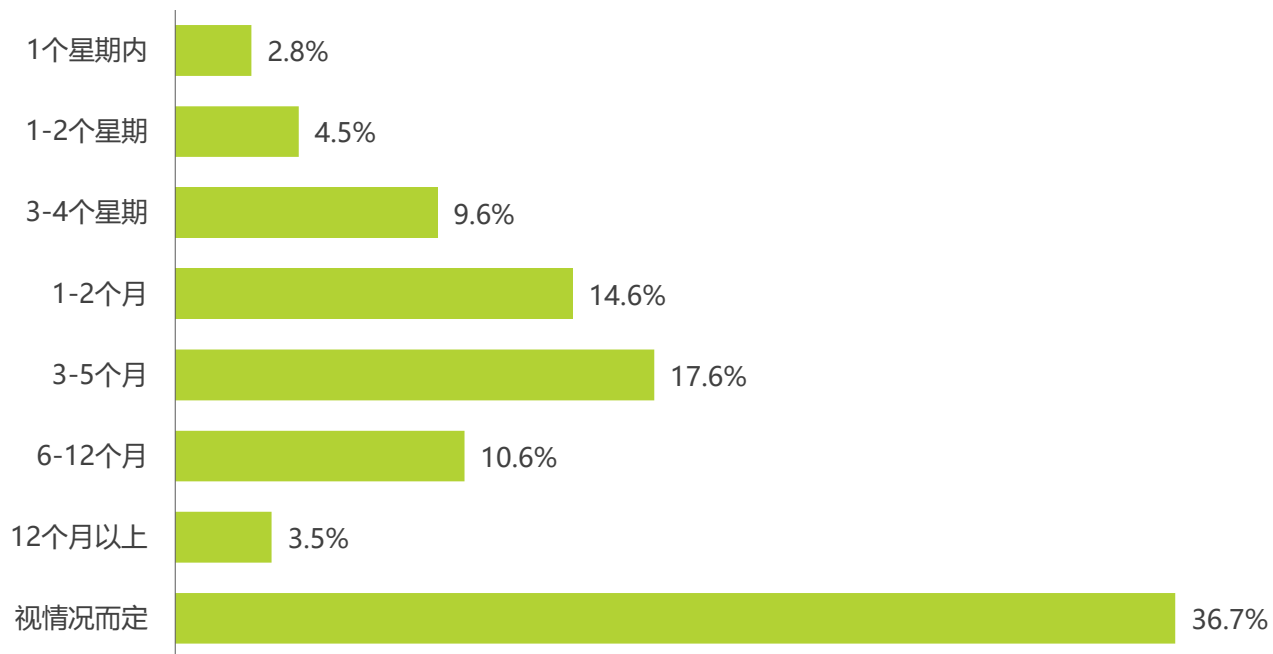
注释：A5.请问您玩游戏的频次大约是怎样的？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：A6.请问您每次玩游戏大约玩多长时间？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

游戏更换周期

超过1/3用户更换游戏需视情况而定

2017年安卓渠道游戏用户游戏更换周期

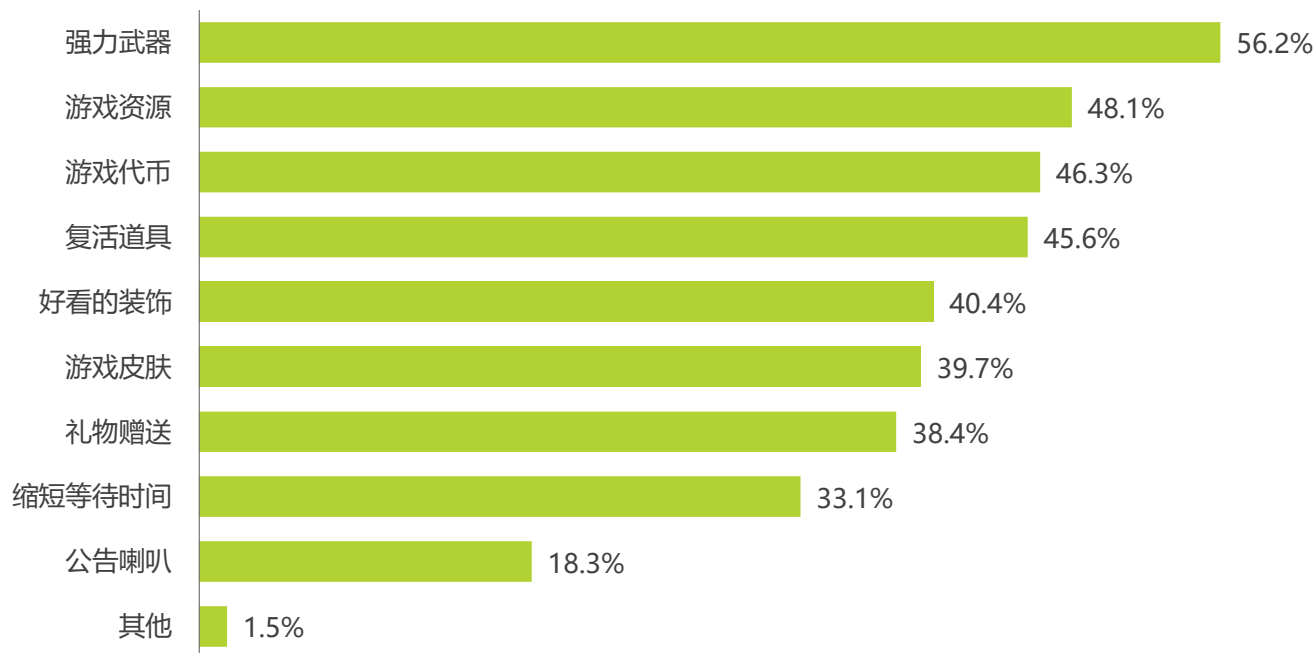


注释：A7.通常情况下，您多久时间更换一次主要玩的手游？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

游戏付费内容

功能性内容为主 增强体验为辅

2017年安卓渠道游戏用户游戏付费内容



注释：A11.请问您在游戏上花费购买的主要内容是？
样本：N=1610；于2017年11月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询