

网络游戏Q3市场规模达609亿 游戏厂商积极调整战略

2018年Q3

摘要



2018Q3，中国网络游戏市场稳住脚步，市场规模**608.5亿元**，环比上涨**6.1%**，同比上涨**2.3%**。
移动游戏用户规模**4.91亿人**，环比下跌**3.5%**；PC游戏用户规模**3.75亿人**，环比上涨**4.5%**。



2018Q3，腾讯游戏与网易游戏共计占据中国网络游戏市场规模的**69.43%**；腾讯连续四个季度占比超50%。



2018Q3，**移动游戏市场规模达406.4亿元**，在各大游戏厂商积极调整战略方向的努力之下，季度市场规模及时止住下跌势头。2018Q3中国PC游戏市场规模达**202.1亿元**，环比上涨**0.8%**，同比下跌**7.3%**。



2018Q3，由于中国游戏版号政策紧缩，大量企业纷纷踏上游戏出海之路，**买量仍是最主要的运作模式**；小游戏的热度也在不断攀升，但市场恶性竞争的现象繁多，各类小游戏平台都在**不断推出新政**，为了更好的市场环境而努力。

中国网络游戏市场概述 1

中国网络游戏细分市场解析 2

中国网络游戏行业盘点 3

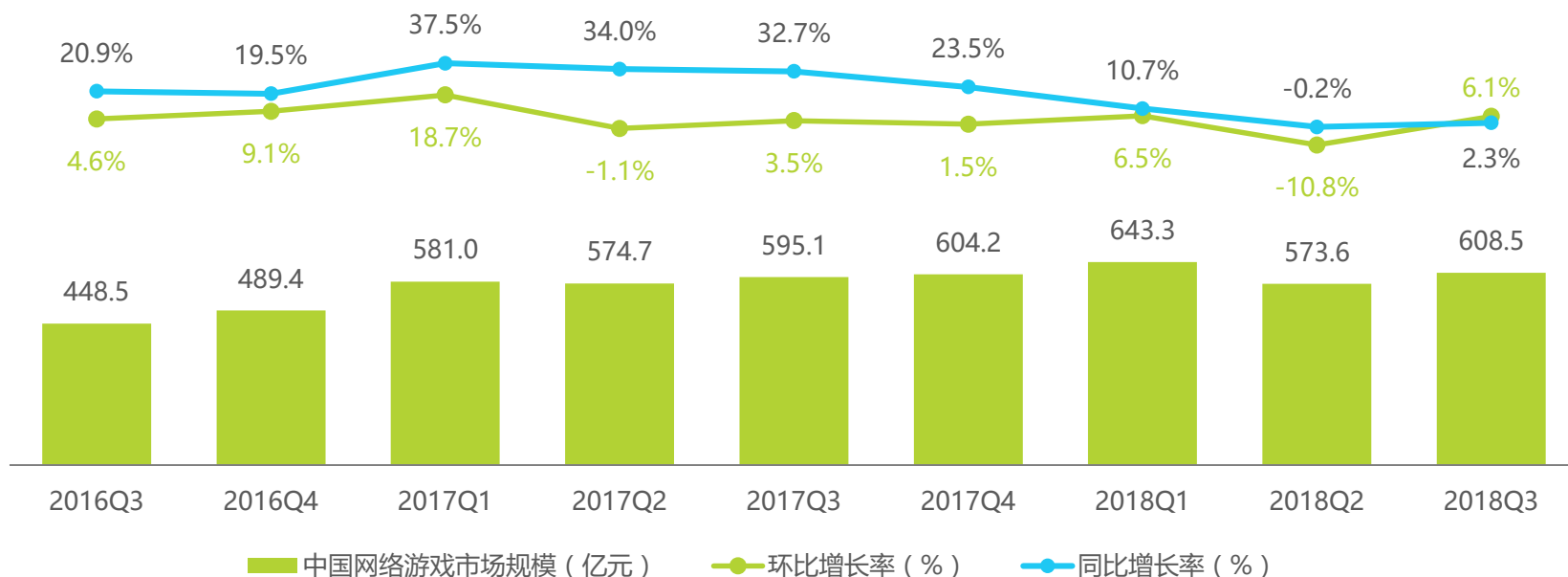
中国网络游戏市场趋势解读 4

2018Q3中国网络游戏市场规模

积极推动游戏出海 全面加强存量运营

2018Q3，游戏版号审批政策仍然没有恢复，游戏企业纷纷做出运营策略上的调整：提升游戏出海力度，或积极与有能力推动游戏出海的企业进行合作；对于已上线的游戏，投入更多资源加强运营，力求提高存量价值；不再急于将游戏面向玩家，认真打磨游戏品质，把细节做到充足之后再推广上线；转做小游戏，通过广告等非游戏内购的方式获得收入。在这一系列的调整之下，2018Q3中国网络游戏市场规模勉强稳住脚步，达608.5亿元，环比、同比均有小幅上涨。

2016Q3-2018Q3中国网络游戏市场规模



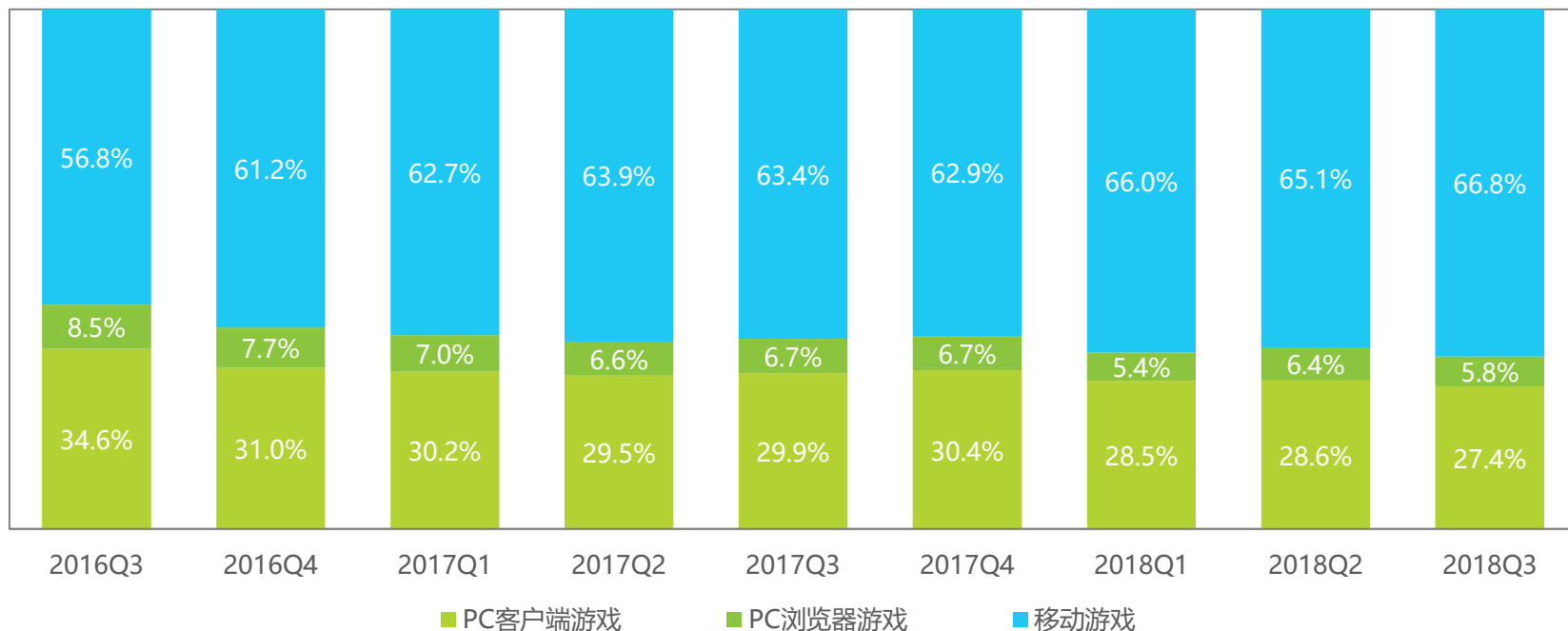
注释：1.中国游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2018年游戏行业相关报告中做出调整。4.本次报告中，“2017年季度数据”采用的是于2018年10月最终核算后的数据。
来源：中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2018Q3中国网络游戏市场细分结构

大作加持之下，端游市场仍没有新的起色

网易端游大作《逆水寒》于2018年7月正式上线，一时间“会呼吸的江湖”如雷贯耳；与此同时，版号紧缩对手游市场影响加剧，但对于端游、页游市场的影响甚微。可即便如此，2018Q3端游市场的占比仍在进一步下降，大作的加持并没有改变市场格局，整体分布基本稳定。

2016Q3-2018Q3中国网络游戏产业细分



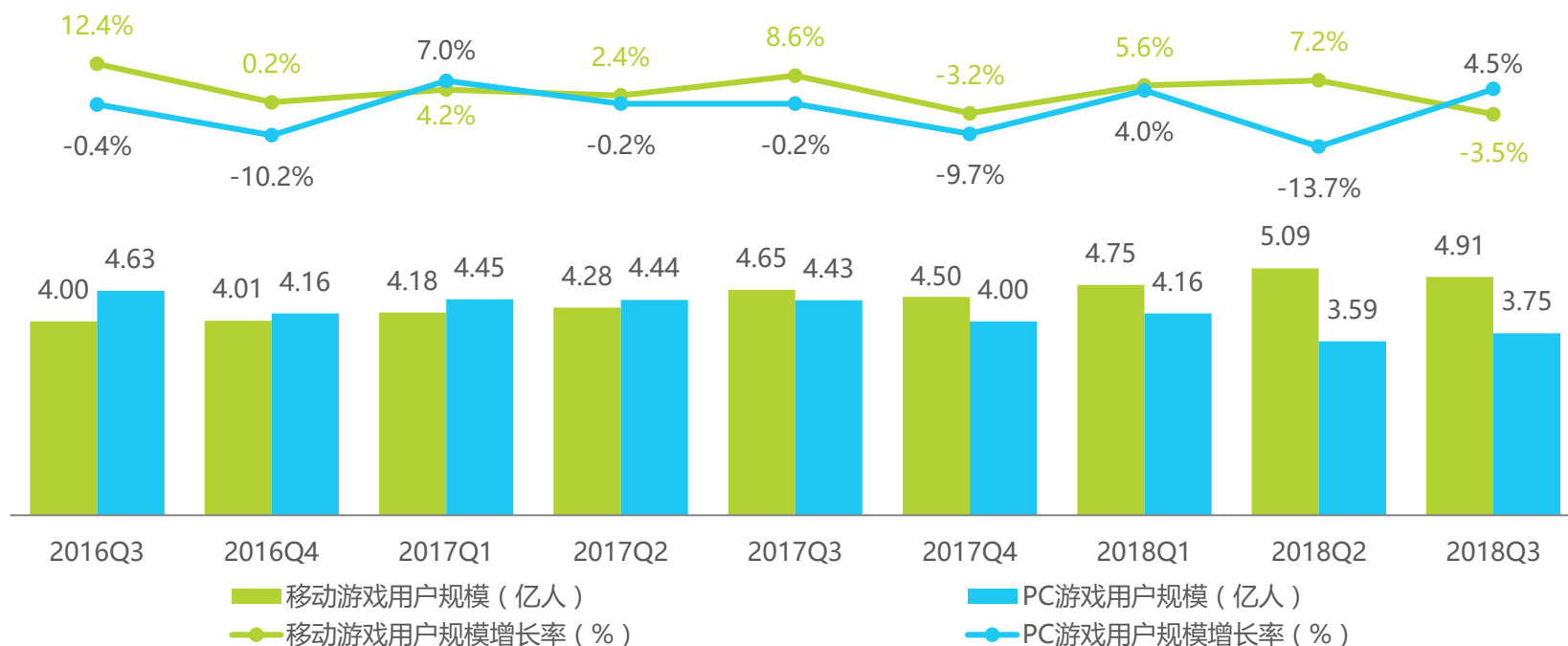
注释：1.中国游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2018年游戏行业相关报告中做出调整。4.本次报告中，“2017年季度数据”采用的是于2018年10月最终核算后的数据。
来源：中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2018Q3中国网络游戏用户规模

学生用户是当前PC游戏的主力军 需要针对性开展运营活动

随着暑期的到来，PC用户数量迎来了一波小幅回流，可见学生用户已成为当前PC游戏的主力军，在重点时期开展符合学生用户特性的运营活动，会给PC游戏市场带来更多的活力。而移动游戏用户规模在2018Q2时冲到了最高峰，2018Q3出现小幅下跌，属于预期内的正常现象。

2016Q3-2018Q3中国游戏用户规模



注释：中国移动游戏用户规模统计包括中国大陆地区移动游戏用户总数量。

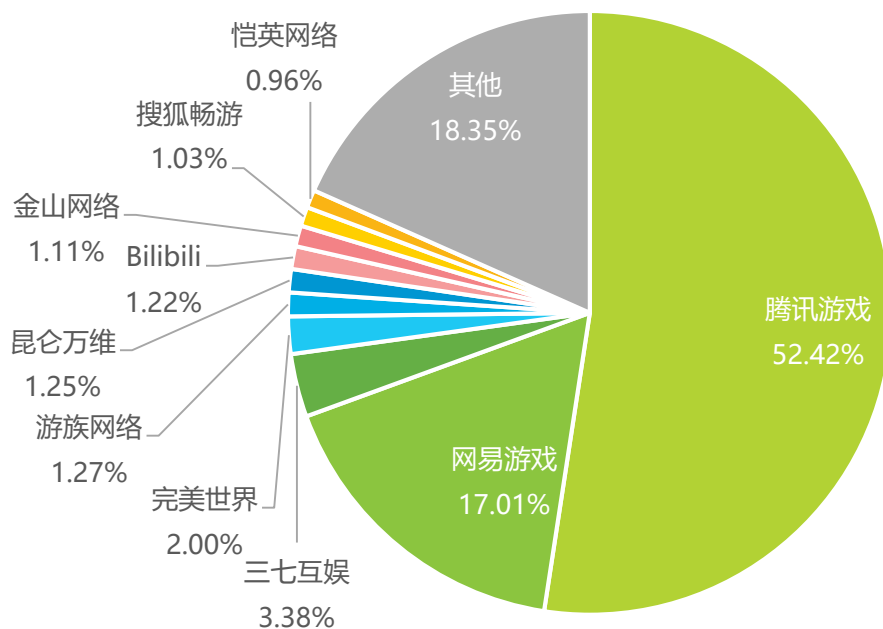
来源：基于艾瑞现有数据产品中所监测的游戏用户渗透率，结合CNNIC《第42次中国互联网络发展状况统计报告》中发布的中国网民数量，根据艾瑞统计模型核算。

2018Q3中国网络游戏市场份额

腾讯连续四个季度占比超50%

腾讯游戏连续四个季度在网络游戏市场份额占比超50%，进一步巩固了其市场领头羊的位置。而以三七互娱、完美世界为代表的第二梯队竞争激烈，彼此之间的顺位始终在不断改变。

2018Q3中国网络游戏上市企业市场份额



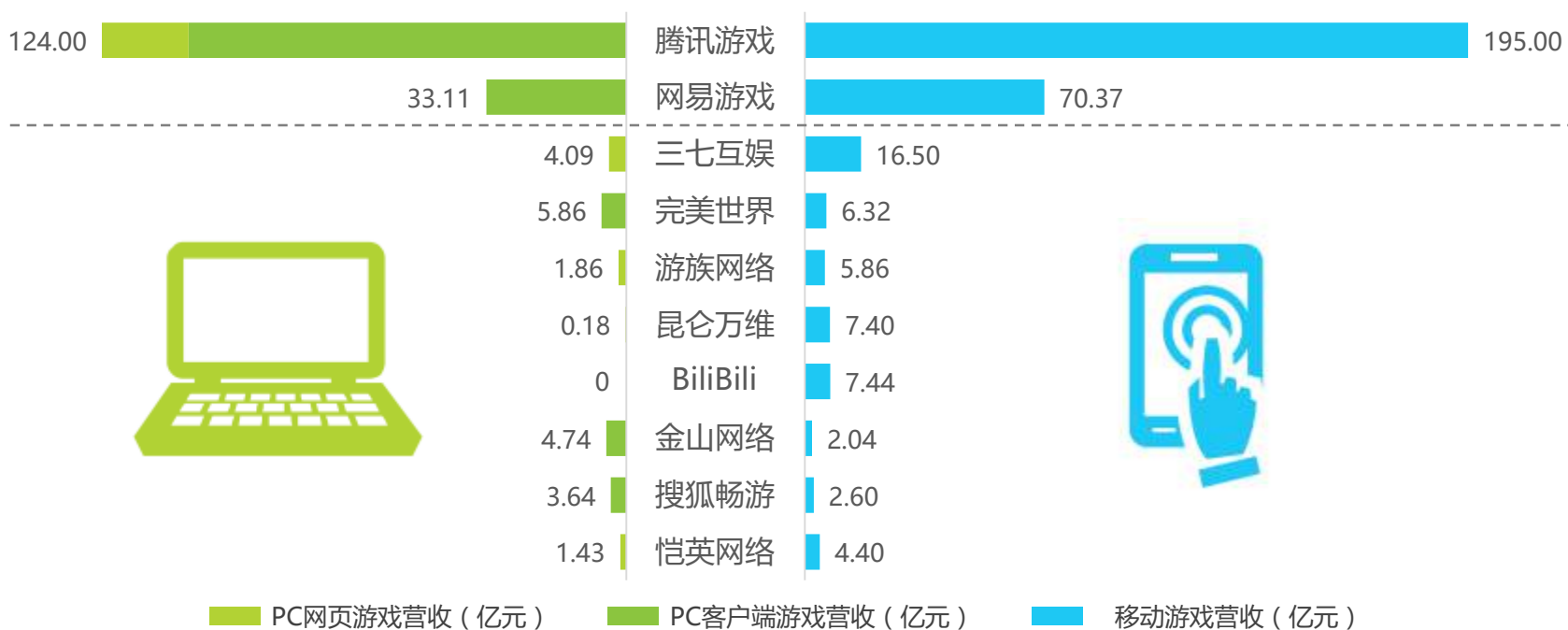
注释：1.网络游戏营收规模包括中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；2.已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）；3.公司Q2季度财报因各类原因尚未披露的企业不在统计范围内；4.排名按照PC客户端游戏、PC浏览器游戏和移动游戏总营收从高到低排序；5.部分数据可能在2018年网络游戏相关报告中进行调整；6.仅包含了以游戏为主营业务的公司，其他设计游戏业务但在总营收占比中小于10%的公司不在统计范围内（如百度）。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国上市网络游戏企业营收TOP10

策略各有侧重 依靠产品说话

2018Q3，腾讯依靠着《我叫MT4》《圣斗士星矢》等大型手游的加持，在移动游戏营收上取得了一定的增长，而PC游戏营收少量下跌；网易则将重点放在了PC客户端游戏《逆水寒》上，使得PC游戏营收取得了环比30.1%的巨大增长。虽然整体游戏市场重心往移动游戏偏移已成定局，但厂商的立足点仍应当基于产品之上。

2018Q3 中国上市网络游戏企业营收规模TOP10



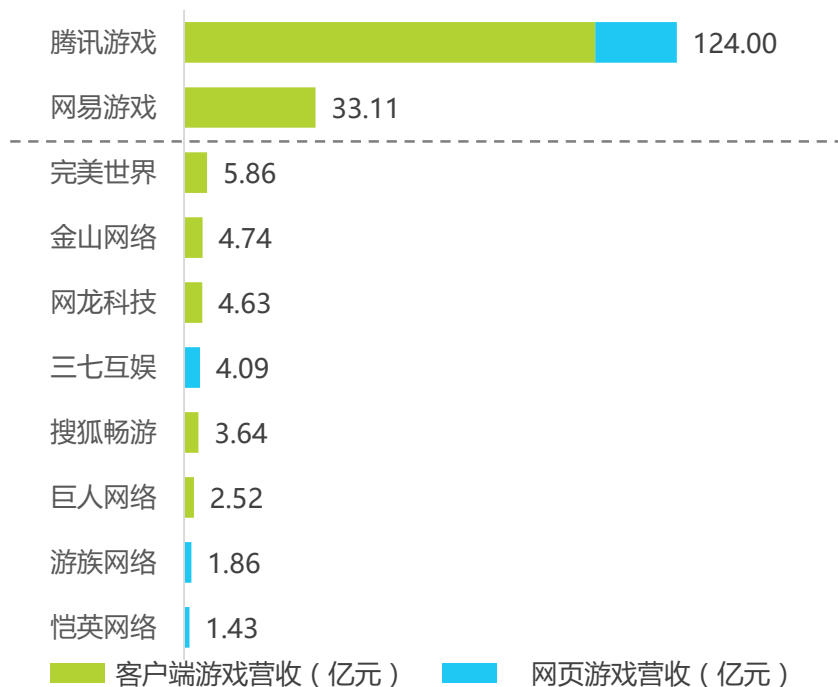
注释：1.网络游戏营收规模包括中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；2.已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）；3.公司Q2季度财报因各类原因尚未披露的企业不在统计范围内；4.排名按照PC客户端游戏、PC浏览器游戏和移动游戏总营收从高到低排序；5.部分数据可能在2018年网络游戏相关报告中进行调整；6.仅包含了以游戏为主营业务的公司，其他设计游戏业务但在总营收占比中主小于10%的公司不在统计范围内（如百度）。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国上市网络游戏企业营收TOP10

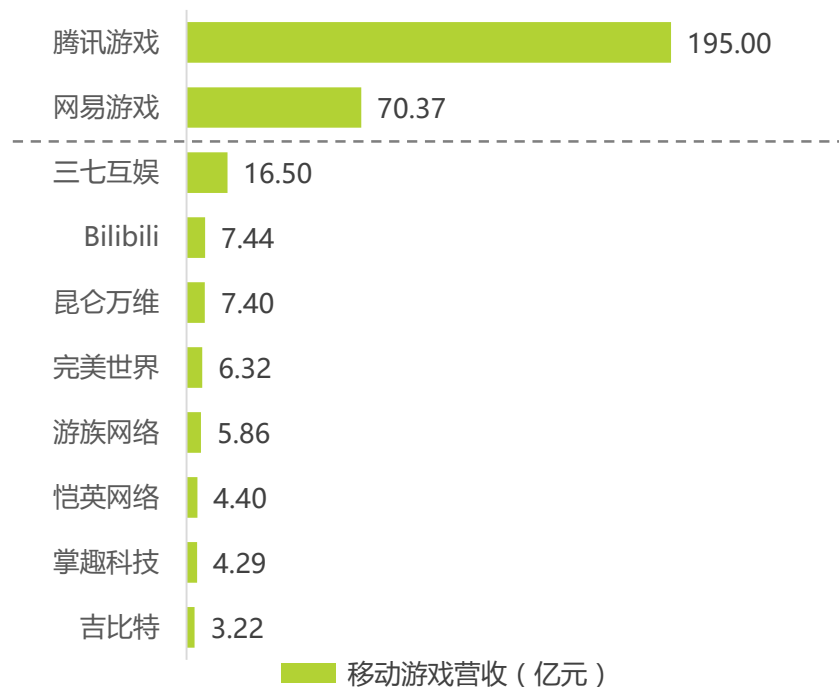
策略各有侧重 依靠产品说话

2018Q3，腾讯、网易都上线了多款备受期待的大作，并在推广期取得了不俗的成绩。但这些声势并没有持续很久，在推广期结束后，都出现了明显的玩家流失现象，后续表现有待持续观察。后位厂商间的竞争强度依旧，如何度过游戏版号政策紧缩的这段时期，是如今各大游戏厂商面临的首要难题。

2018Q3中国上市游戏企业PC游戏营收TOP10



2018Q3中国上市游戏企业移动游戏营收TOP10



注释：1、PC游戏营收规模包括中国大陆地区PC游戏用户消费总金额，以及中国PC游戏企业在海外PC游戏市场获得的总营收；2、已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）。3、部分数据可能在2018年网络游戏相关报告中进行调整。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

注释：1、移动游戏营收规模包括中国大陆地区移动游戏用户消费总金额，以及中国移动游戏企业在海外移动游戏市场获得的总营收；2、已退市且未确定再上市日期的企业不在统计范围内（如盛大游戏等）。3、部分数据可能在2018年网络游戏相关报告中进行调整。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国网络游戏市场概述

1

中国网络游戏细分市场解析

2

中国网络游戏行业盘点

3

中国网络游戏市场趋势解读

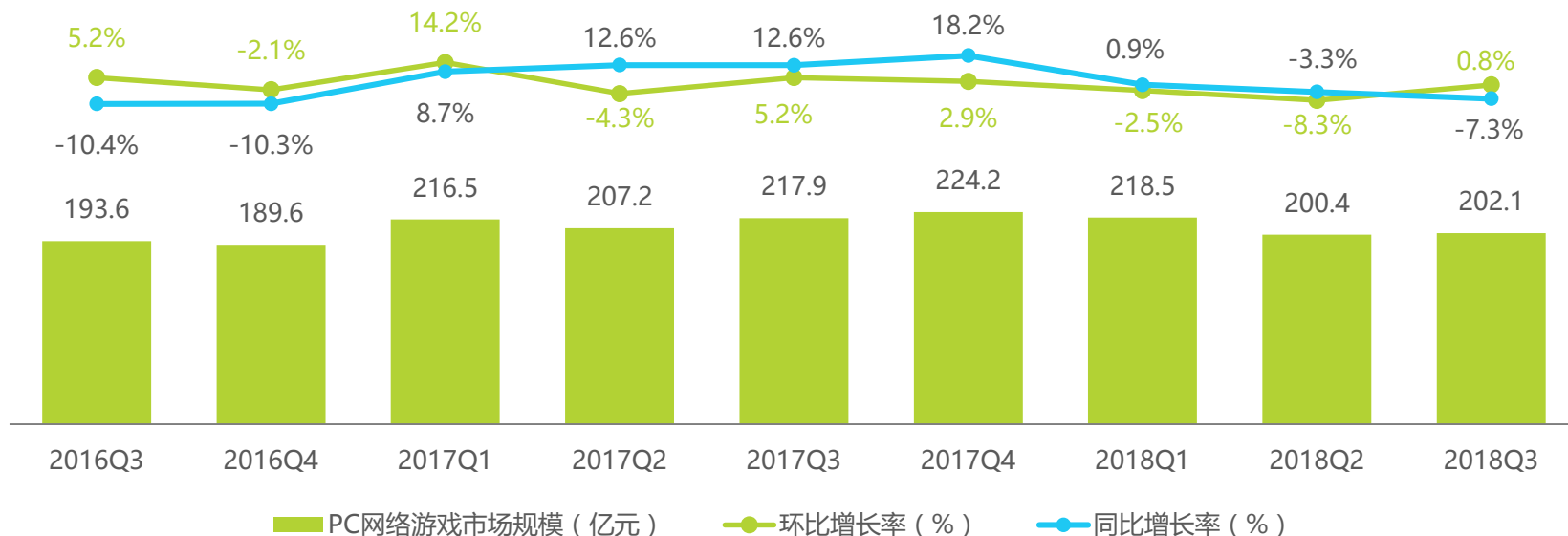
4

2018Q3中国PC网络游戏市场规模

PC高端游戏用户的价值潜力巨大

2018Q3，得益于网易推出的端游大作《逆水寒》，中国PC网络游戏市场规模勉强稳住了脚步，达202.1亿元，环比上涨0.8%，同比下跌7.3%。值得一提的是，PC客户端网络游戏虽然热度下跌，但PC客户端单机游戏的关注度却在不断提升。发布在steam平台的《太吾绘卷》《中国式家长》等国产单机端游，都受到了很高的关注度，以及可观的销量。随着“STEAM中国”项目的层层落地，PC客户端游戏可能在未来的几年内迎来第二春。

2016Q3-2018Q3中国PC网络游戏市场规模



注释：1.中国PC网络游戏市场统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏；2.PC网络游戏市场规模包含中国大陆地区PC网络游戏用户消费总金额，以及中国PC网络游戏企业在海外PC网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2018年游戏行业相关报告中做出调整。
来源：中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

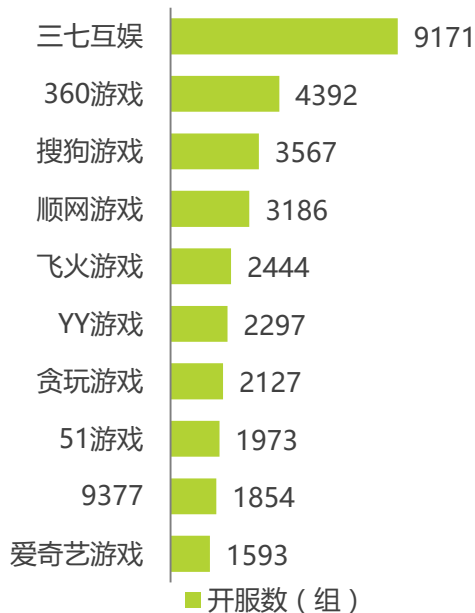
2018Q3中国网页游戏开服TOP10

保持长线生命力成为页游新的竞争要点

2018Q3，网页游戏整体开服数量有所下滑。游戏方面，《蓝月传奇》重新夺回榜首地位，展现出了超强的统治力与生命力；而《太极崛起》没能延续上一季度的强势表现，本季度减少近一半的开服数量；本季度新上榜游戏多达四款，分别是《灭神》、《血盟荣耀》、《红月传说》与《大天神》。平台与研发商方面，则依然由三七互娱保持着市场内绝对的霸主地位。

2018Q3中国网页游戏平台

开服TOP10



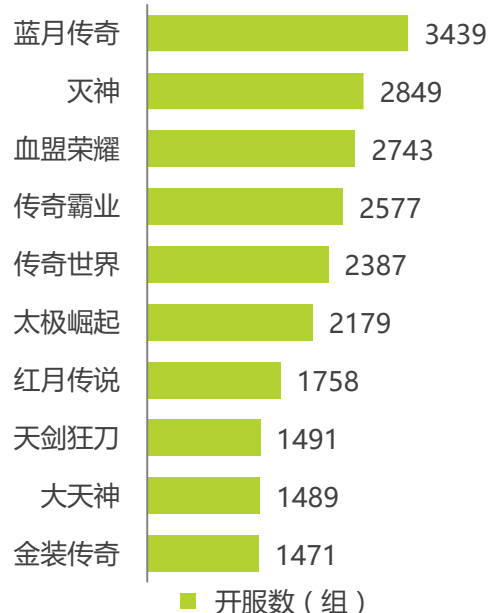
2018Q3中国网页游戏

研发商开服TOP10



2018Q2中国网页游戏开

服TOP10



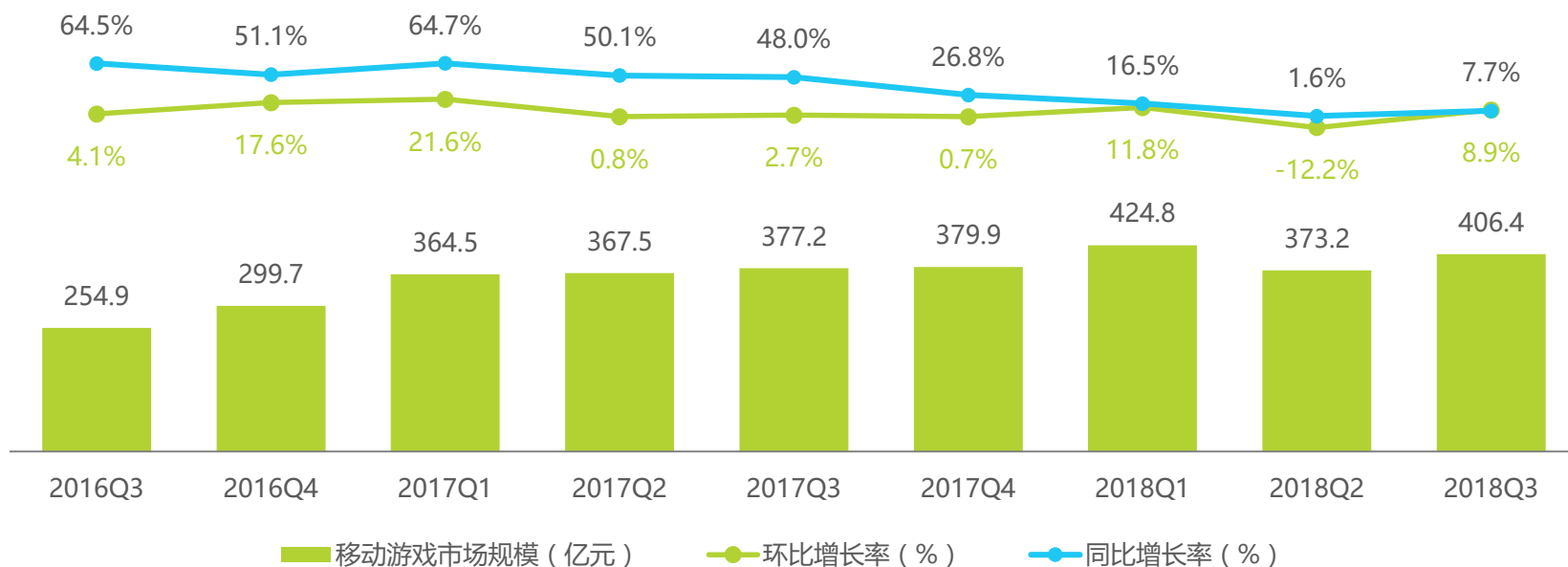
注释：1.本次开服数据统计中，只统计了2018年Q3有过开服记录的网页游戏；2.该开服数未统计腾讯开放平台上的网页游戏开服数据。
来源：艾瑞通过桌面收集整理获得。

2018Q3中国移动游戏市场规模

市场困境仍然存在 积极调整应对环境

2018Q3，面对严峻的市场环境，各大游戏厂商不再被动等待，而是根据自身能力积极调整战略方向，从而使得中国移动游戏市场及时止住了下跌势头。艾瑞分析认为，中国游戏市场的困境仍会持续一段时间，合理的使用现有的可支配资源，将会成为未来一段时间内各厂商竞争的关键。

2016Q3-2018Q3中国移动游戏市场规模



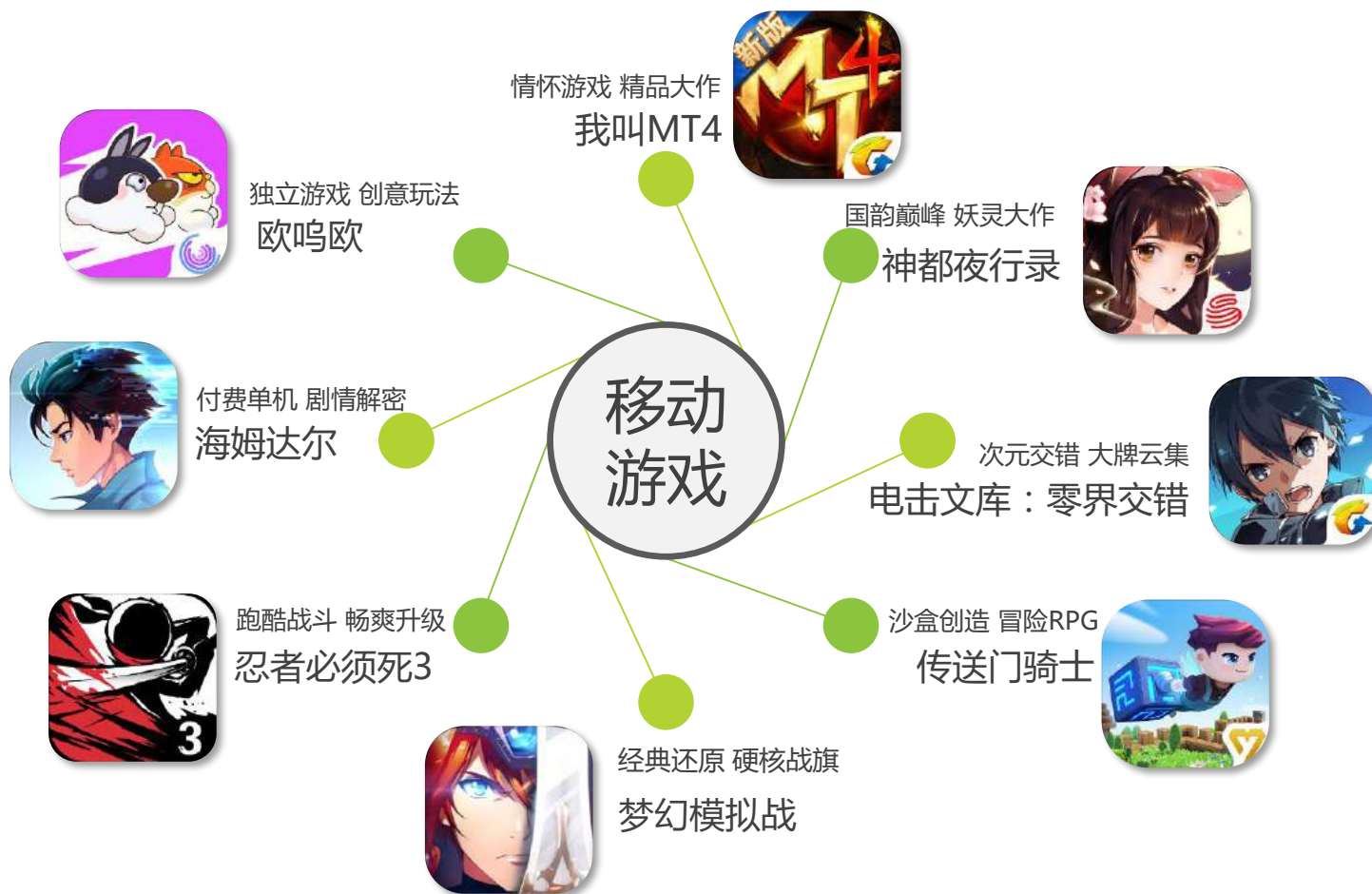
注释：1. 移动游戏营收规模包括中国大陆地区移动游戏用户消费总金额，以及中国移动游戏企业在海外移动游戏市场获得的总营收；2. 部分数据可能在2018年游戏相关报告中进行调整。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2018Q3中国移动新游风云榜

新游力度略显不足 长期维护与游戏品质同样重要

2018Q3中国移动新游风云榜



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国网络游戏市场概述

1

中国网络游戏细分市场解析

2

中国网络游戏行业盘点

3

中国网络游戏市场趋势解读

4

2018Q3中国网络游戏行业事件盘点

2018Q3网络游戏行业大事记盘点

- 7月
- 资本** **爱奇艺**
- 7月17日，爱奇艺宣布收购Skymoons Inc.和天象互娱的100%股权，收购金额共计20亿元。双方实则已合作多年，推出了《花千骨》《醉玲珑》等多款产品。游戏是泛娱乐产业的重要一环，此次收购完成，也进一步夯实了爱奇艺在游戏业务上的综合能力。
- 资本** **绿洲游戏**
- 香港游戏发行商绿洲游戏投资了奥地利独立游戏开发商Iron Mountain 300万美元，在收购部分股份的同时，还获得了其两款游戏的全球发行权。
- 8月
- 政策**
- 8月30日，教育部、国家新闻出版署、国家广播电视总局等八部门联合印发了《综合防控儿童青少年近视实施方案》，其中指出：“实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，采取措施限制未成年人使用时间。”方案发布的当天，中国上市游戏公司股价普遍下跌5%左右。
- 9月
- 资本** **公益基金**
- 9月10日，哔哩哔哩与人民日报全国党媒信息公共平台正式签署战略合作框架协议，双方将联合发起媒体融合公益基金。该基金致力于激励优质内容创作，努力开拓媒体融合新局面。
- 资本** **资金回购**
- 9月18日，世纪华通发布公告，拟以不超过20亿元回购公司股份。世纪华通旗下拥有多家游戏公司，而对老牌游戏大厂——盛大游戏的收购也在有条不紊的进行当中。这次巨额的回购，也可以看出世纪华通对自身能力的信心以及对游戏市场发展潜力的高度认可。

2018Q3中国网络游戏行业事件盘点



2018Q3腾讯游戏大事记盘点

- 7月**
 - 手游** **权利的游戏**
 - 7月2日，游族网络宣布旗下由华纳兄弟正版授权、游族网络自主研发的大型SLG手游《权利的游戏：凛冬将至》将由腾讯独家代理。这是《权利的游戏》在中国的第一款正版授权游戏，也是游族2018年的重点研发产品。
- 8月**
 - 资本** **蓝洞公司**
 - 腾讯将斥资人民币30亿元二次收购《绝地求生：大逃杀》开发商蓝洞公司8.5%的股份，本次收购完成后，腾讯将持有蓝洞公司10%的股份，成为其第二大股东。
 - 资本** **Square Enix**
 - 8月30日，日本知名游戏厂商Square Enix宣布与腾讯达成战略合作关系，此次战略合作的成果将会包含一家新成立的合资公司、合作开发一款基于全新IP的3A级大作，对现有IP的授权等等。合作将面向全球市场，并且不仅限于游戏。
- 9月**
 - 手游** **天天德州**
 - 9月10日，腾讯旗下《天天德州》发布公告，停止充值和赛事服务，并与9月25日10:00正式关闭服务器并清空数据。《天天德州》自2012年上线起，曾一度进入国内AppStore畅销榜前五名，而它的退市，也意味着棋牌游戏监管的日趋严格。
 - 手游** **乐高无限**
 - 9月19日，腾讯Next Studio发布了全新产品《乐高无限》，这是腾讯首款自研的平台型3D沙盒游戏，由乐高正版授权，旨在通过优秀的品质、更低的门槛以及强大的IP号召力，让腾讯在生存沙盒品类中占据一席之地。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

2018Q3中国网络游戏行业事件盘点



2018Q3网易游戏大事记盘点

- 7月**
 - 资本** **Jumpship**

网易于7月收购了英国游戏开发商Jumpship的少数股份，但Jumpship的联合创始人Dino Patti称公司仍将保持独立性，并继续制作工作室的首款游戏科学题材动作冒险游戏《Somerville》。网易入注的资金将加快游戏的开发速度，同时扩大公司规模。
 - 资本** **Improbable**

7月27日，英国游戏公司Improbable宣布，与网易达成战略合作，获得来自网易的5000万美元投资。Improbable致力于研发SpatialOS技术平台，该平台可实现极其复杂的模拟计算。据悉网易也将采用SpatialOS来研发一款全新的游戏。
- 8月**
 - 资本** **Survios**

8月10日，网易宣布与VR游戏厂商Survios联合成立一家合资公司——影核互娱，主营精品VR游戏的发行。全力开展线下业务，主打线下门店直接体验游戏，以此带动VR设备的销量将是公司前期运营的主要业务。
- 9月**
 - 电竞** **NeXT**

网易首届电竞NeXT赛事于9月举行，并宣布未来三个赛季将投入2亿元用于用于赛事建设、平台搭建、包装运营等关键层面当中。这其中包含了网易旗下自主研发的多款游戏，以及代理发行的“暴雪系”游戏。这些赛事的举办，也是网易尝试通过电竞去拓宽市场的策略之一。与此同时，网易还与共青团中央网络影视中心合作，致力于发展电竞教育，帮助增长青少年的电竞产业知识。

2018Q3中国网络游戏行业事件盘点

- 8月**
- 电影** **独行**
- 8月18日，由中手游参与赞助的中国独立游戏记录大电影《独行》正式上映。影片通过采访、跟拍上百名独立游戏开发者的方式，真实地展现了在独立游戏这条道路上的种种酸甜苦辣。参与赞助该电影，与之前推出“拿手好戏”项目的目的相同，中手游一直在不遗余力的推动中国独立游戏的前进与发展。
- 9月**
- 资本** **港交所IPO**
- 9月4日，中手游向港交所递交了IPO申请。根据招股书所示，中手游在2018年上半年实现营收6.73亿元，同比增长15.94%；净利润达1.63亿元，同比增长166.60%。发行是中手游的核心业务，但在收购了北京文脉、北京软星之后，也拥有了不俗的研发能力。研运一体的结构也会进一步助力中手游的业务增长。未来中手游将继续深化与全球IP方的合作，长远布局IP运营，围绕IP拓展包括影视、动漫、衍生品及线下娱乐等泛娱乐业态合作，打造世界级的文化品牌
- 发布会** **聚能玩**
- 9月26日，全球化IP游戏运营商中手游在深圳举办了“聚能玩-中手游战略暨新品发布会”，会上公布了超25款新品游戏。IP方面，中手游将发行《龙珠觉醒》、《家庭教师》、《修真聊天群》、《雷霆霸业》、《画江湖之杯莫停》等25款IP精品大作。二次元手游方面，预计会有五款类型各异的产品推出：异次元都市动作手游《代号：VGame》；日系和风回合制MMO手游《八相命之轮》；山海经国风二次元塔防游戏《山海万华镜》、日本经典二次元塔防游戏《千年战争》、成语拟人化二次元手游《文字乙女》。女性向游戏：《MAKES-早安我的少年》、《咱们裸熊：萌熊物语》、《如懿传》。H5游戏：《大富翁-迷宫大冒险》、《泡泡鱼2》、《全民枪神》等。一次性公布如此多重量级的产品，将进一步巩固中手游“以IP为核心”的战略目标；同时中手游也将发力海外市场，进一步带动整体收入成长。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

中国网络游戏市场概述

1

中国网络游戏细分市场解析

2

中国网络游戏行业盘点

3

中国网络游戏市场趋势解读

4

游戏出海仍以买量为主要推广方式

手游出海仍处于买量的蓝海阶段

由于2018年中国游戏版号政策紧缩，使得大量企业都纷纷踏上了游戏出海之路。海外游戏投放目前以Google Play、Facebook、App Store三大平台为主，买量仍是最主要的运作模式。中国游戏企业对于买量模式的运转十分成熟，而相较于人口红利已基本消耗殆尽的国内市场，海外游戏市场仍有很大的发挥空间。但需要注意的是，游戏出海不但考验游戏本身的品质，同样也考验发行商对市场的认知。不同的市的特性不同，有目的性、有针对性的推广适合该市场的游戏，才能将产出比最大化。

典型游戏出海厂商&产品

cheetah games



厂商：猎豹游戏
游戏：《跳舞的线》

elex



厂商：智明星通
游戏：《奇迹暖暖》

FUNPLUS



厂商：趣加游戏
游戏：《阿瓦隆之王》

eFun



厂商：易幻网络
游戏：《三国志M》

小游戏的流量红利尚有余裕

纷纷入局小游戏 平台拥有主导权

2017年底，微信小游戏的开放，引发了小游戏市场的浪潮。而由于小游戏拥有：无内购功能则不需要版号、研发速度快、项目成本低等特性，许多申请不到版号的游戏工作室纷纷入局小游戏，希望依靠广告分成获取资金来支撑公司的运作。而包括今日头条、淘宝、硬核联盟等平台，都处于小游戏的流量红利期，所以在版号紧缩的环境之下，小游戏反而获得了更大的成长空间。

但也正因为如此，导致当前小游戏市场乱象丛生——抄袭、侵权、贩卖源代码等，都对市场的良性发展起到了阻碍。我们可以看到，各类平台上关于小游戏的新政不断推出，都是在为了更好的市场环境做努力。但市场环境不能只依靠平台，它需要所有从业者的自觉性和共同努力。

各类不同APP的小游戏中心

淘宝



今日头条



UC浏览器



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

