



JIGUANG

—— 极光 数据服务

2018年年度手机游戏 行业研究报告

极光大数据

2018.11

关键发现



截至2018年10月最后一周，中国手游app市场渗透率为47.9%，用户规模为5.27亿，10月行业月均DAU为1.01亿



截至2018年10月最后一周，腾讯旗下手游渗透率为34.6%，网易旗下手游渗透率为3.8%



王者荣耀渗透率降至17.36%，仍居手游类app首位，绝地求生：刺激战场以13.07%的渗透率居于次位



类型/题材合胃口是手游玩家尝试某款手游的重要原因，明星“带货”能力弱



90后最“壕气”，过去半年，90后手游付费玩家平均付费金额超过一千元

目录

1 行业概况

2 运营数据

3 玩家调研

4 用户画像

CHAPTER 01

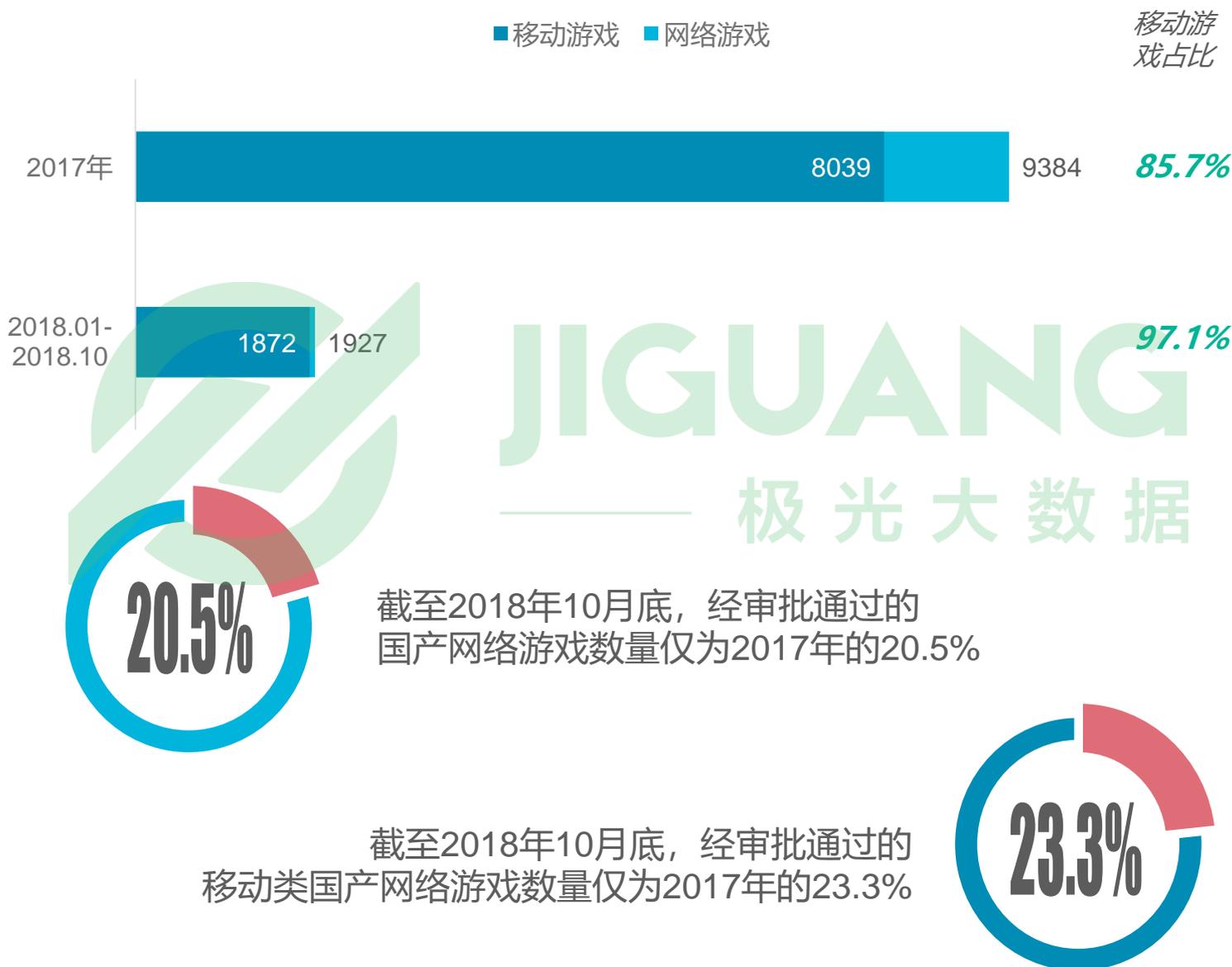
行业概况

游戏审批

截至2018年10月底，经审批通过的国产网络游戏数量远低于2017年

- 2018年1月1日至3月底，国家新闻出版广电总局共公示审批通过国产网络游戏1927项，其中移动游戏1872项，占比97.1%，2018年4月至10月底，未有国产网络游戏审批通过公示
- 截至2018年10月底，经审批通过的国产网络游戏数量仅为2017年的20.5%，移动类国产网络游戏数量仅为2017年的23.3%

2017-2018国产网络游戏审批数据



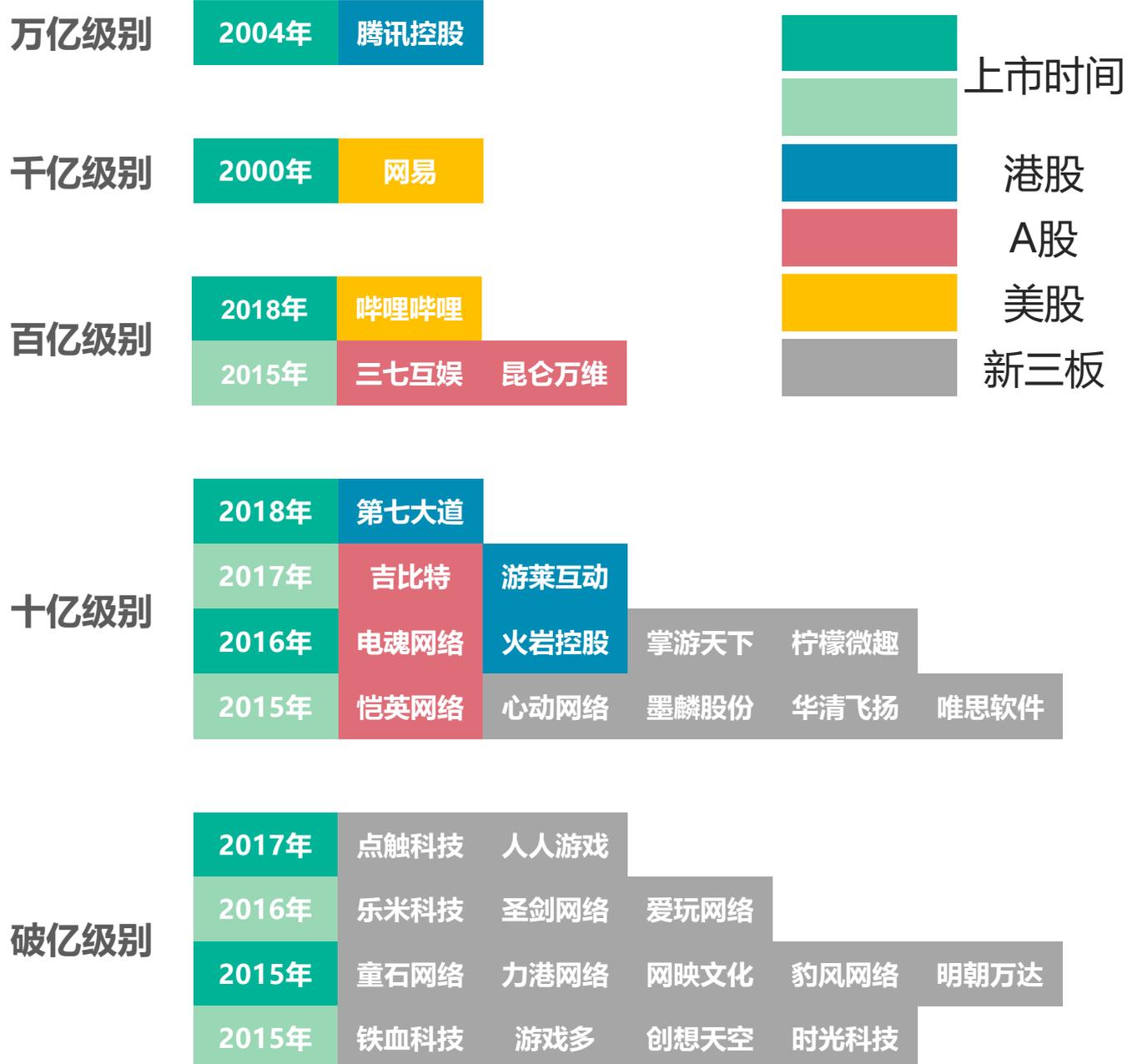
数据来源：根据公开资料整理；数据周期：2017.01-2018.10

上市公司情况

腾讯和网易市值遥遥领先，哔哩哔哩、三七互娱、昆仑万维市值均为百亿级别

上市公司市值

(市值统计时间为2018年10月底，且均按当日汇率统一为人民币)



数据来源：根据公开资料整理；数据周期：2018.10

CHAPTER 02

运营数据

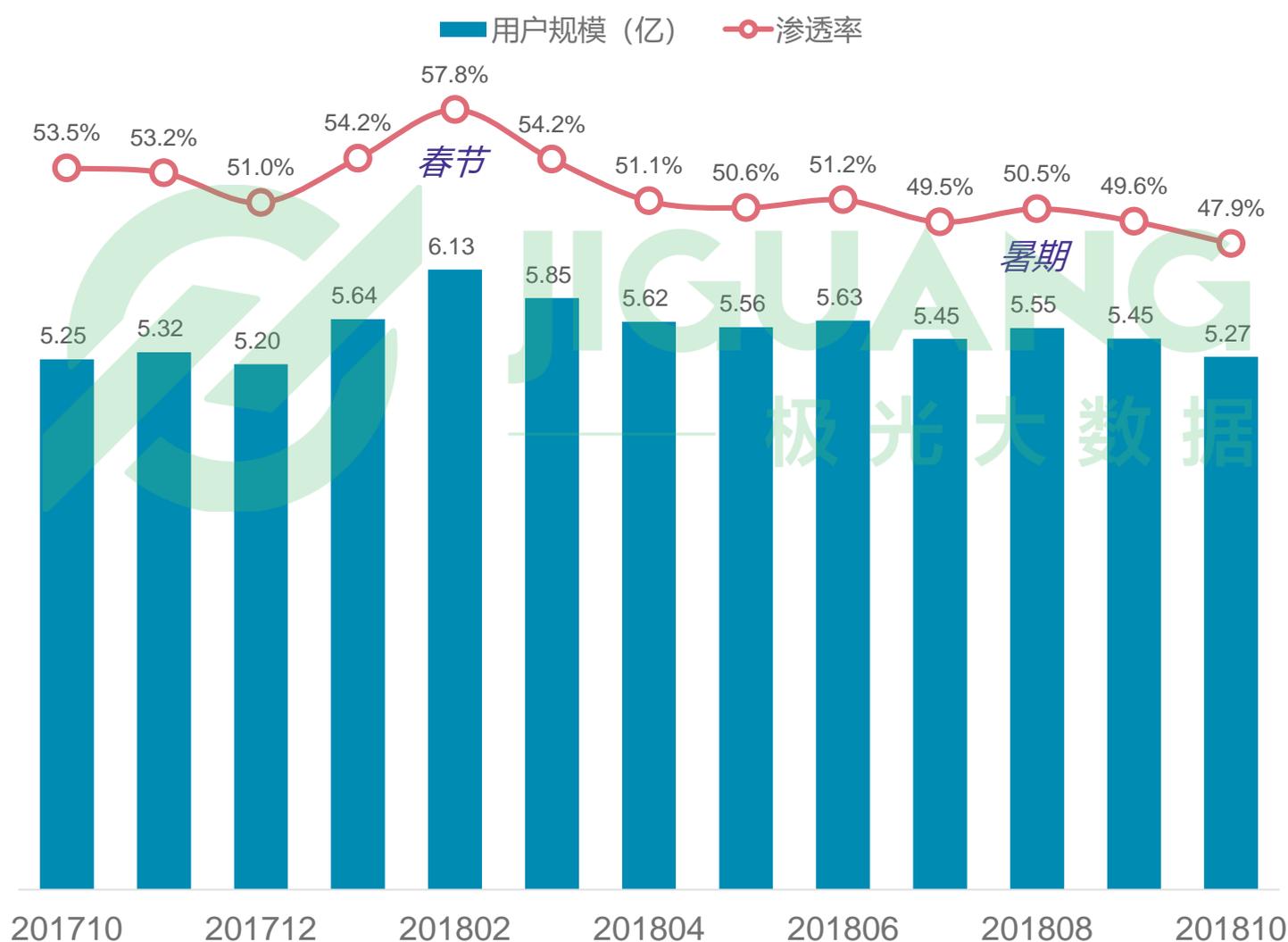
- 行业整体数据
- 主要厂商数据
- app榜单数据

行业渗透率及用户规模

截至2018年10月，手游行业渗透率为47.9%，用户规模为5.27亿

- 过去一年，手游行业整体渗透率波动较为明显，行业渗透率和用户规模顶峰出现在2018年2月，行业渗透率为57.8%，用户规模达6.13亿。此后渗透率和用户规模呈波动下降态势，截至2018年10月，行业渗透率下降至47.9%，用户规模降至5.27亿

2018年10月手游行业渗透率及用户规模



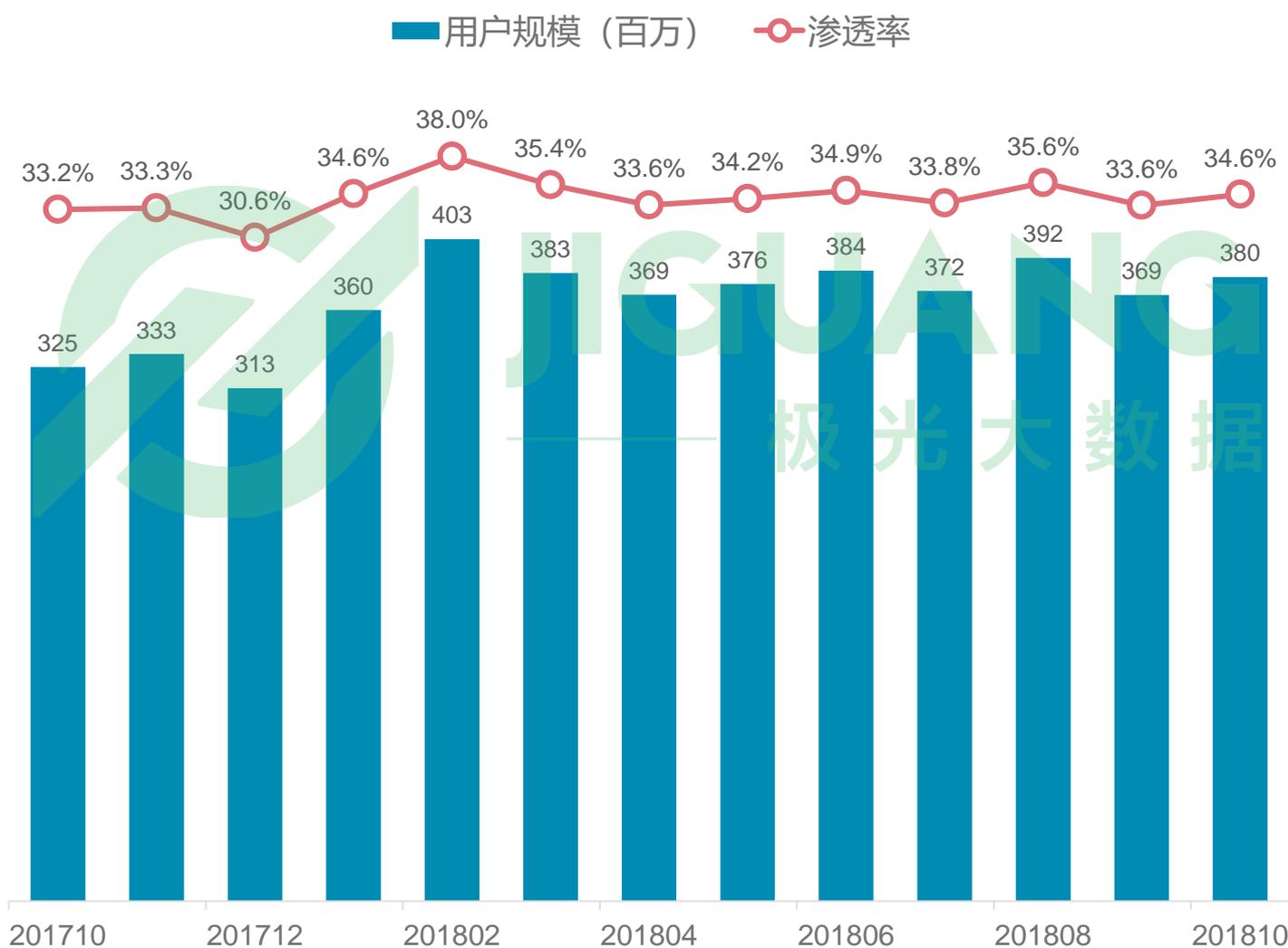
数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

腾讯旗下手游渗透率及用户规模

截至2018年10月，腾讯旗下手游渗透率为34.6%，用户规模为3.8亿

- 过去一年来，腾讯旗下手游渗透率略有波动，但整体呈现较为稳定的态势
- 2018年2月，腾讯旗下手游渗透率达38%，用户规模破4亿

2018年10月腾讯旗下手游渗透率及用户规模



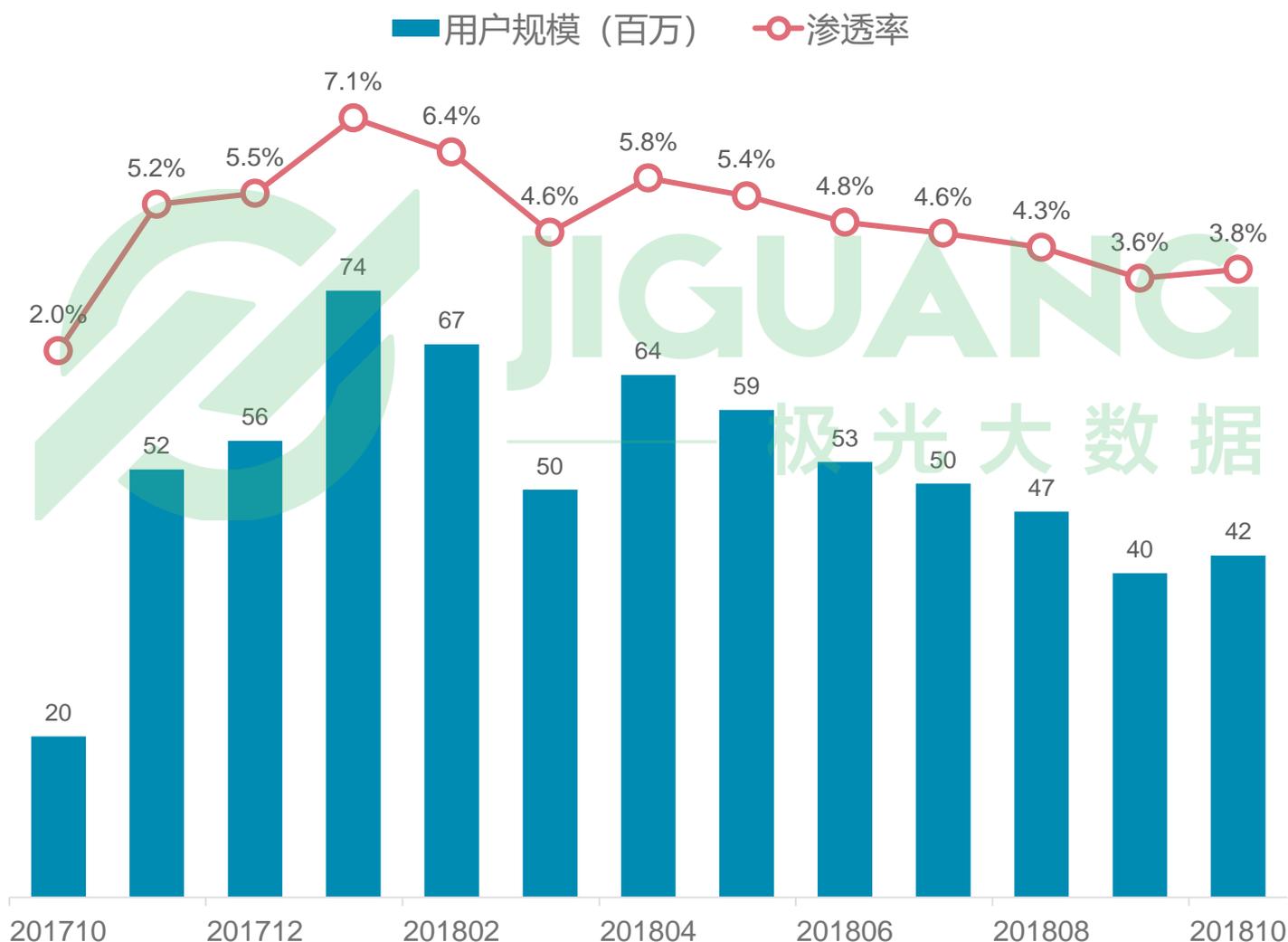
数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

网易旗下手游渗透率及用户规模

过去一年，网易旗下手游渗透率及用户规模波动较为明显

- 过去一年，网易旗下手游渗透率最高为7.1%，用户规模超七千万
- 截至2018年10月，网易旗下手游用户渗透率为3.8%，用户规模约四千万

2018年10月网易旗下手游渗透率及用户规模



数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

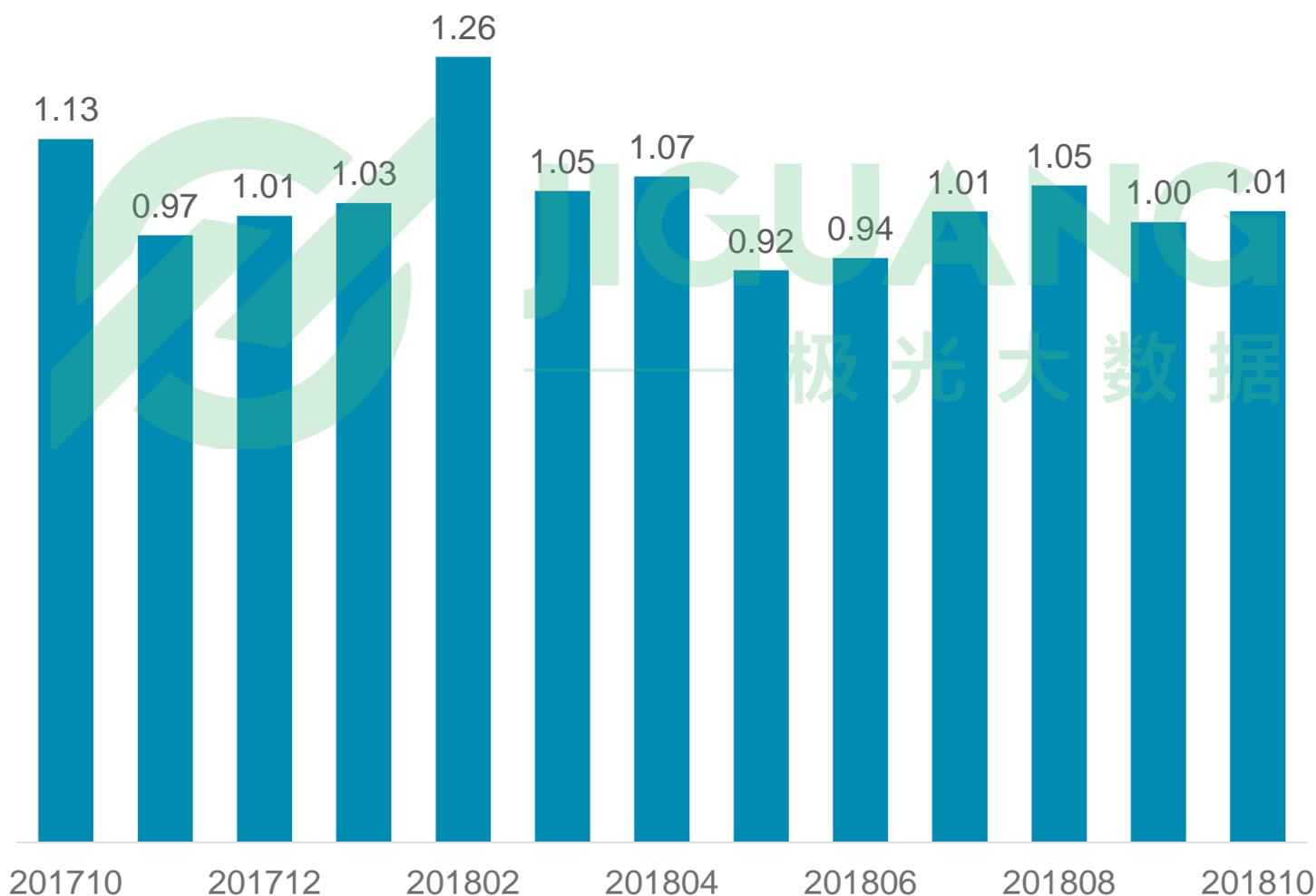
行业月均DAU

过去一年，手游行业月均DAU在1亿左右波动

- 2018年2月，手游行业月均DAU达1.26亿，为一年来巅峰

2018年10月手游行业月均DAU

单位：亿



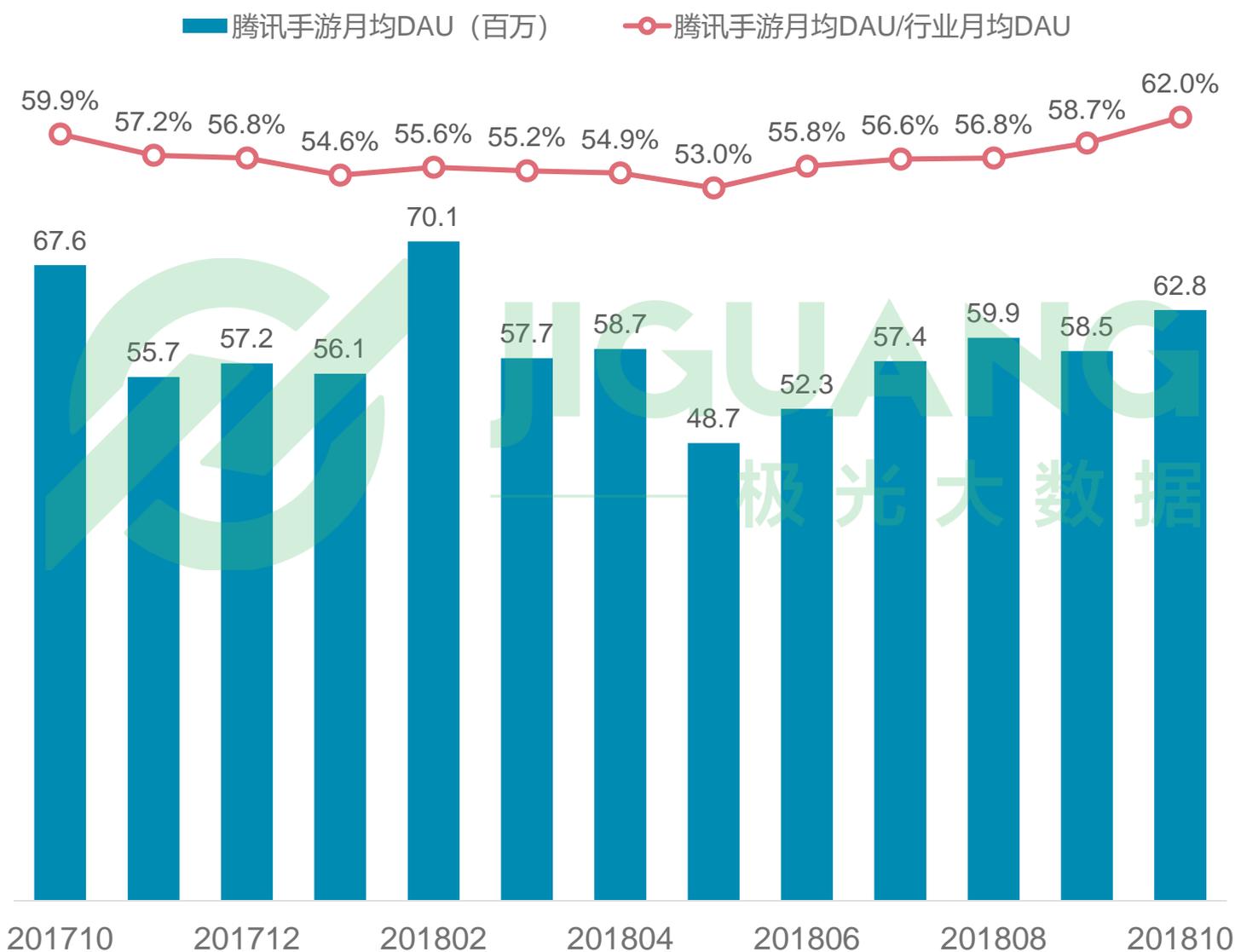
数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

腾讯手游月均DAU

过去一年，腾讯手游月均DAU多在六千万左右波动

- 2017年10月至2018年1月，或受多厂商发力“吃鸡”手游影响，腾讯手游月均DAU及其在行业月均DAU的占比均有所下降
- 2018年10月，腾讯手游月均DAU在行业月均DAU中的占比升至62%

2018年10月腾讯手游月均DAU



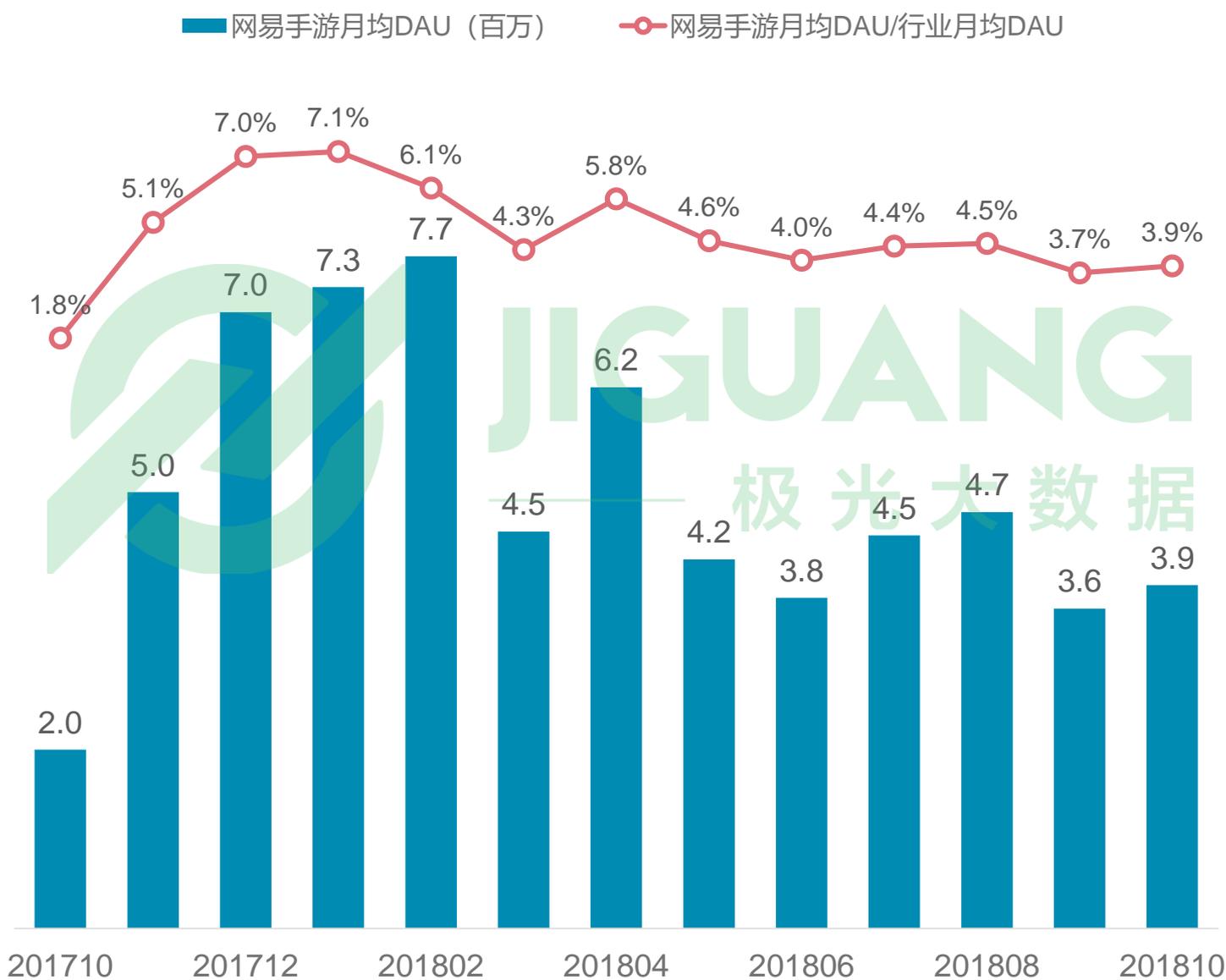
数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

网易手游月均DAU

2018年10月，网易手游月均DAU约为390万

- 2017年12月至2018年2月，或缘于“吃鸡”手游荒野行动的快速扩散及春节假期推动，网易手游月均DAU突破七百万，在行业月均DAU中的占比最高达到7.1%
- 2018年2月至今，网易手游月均DAU呈现波动下降态势，2018年10月，其月均DAU约为390万，在行业月均DAU中占比为3.9%

2018年10月网易手游月均DAU



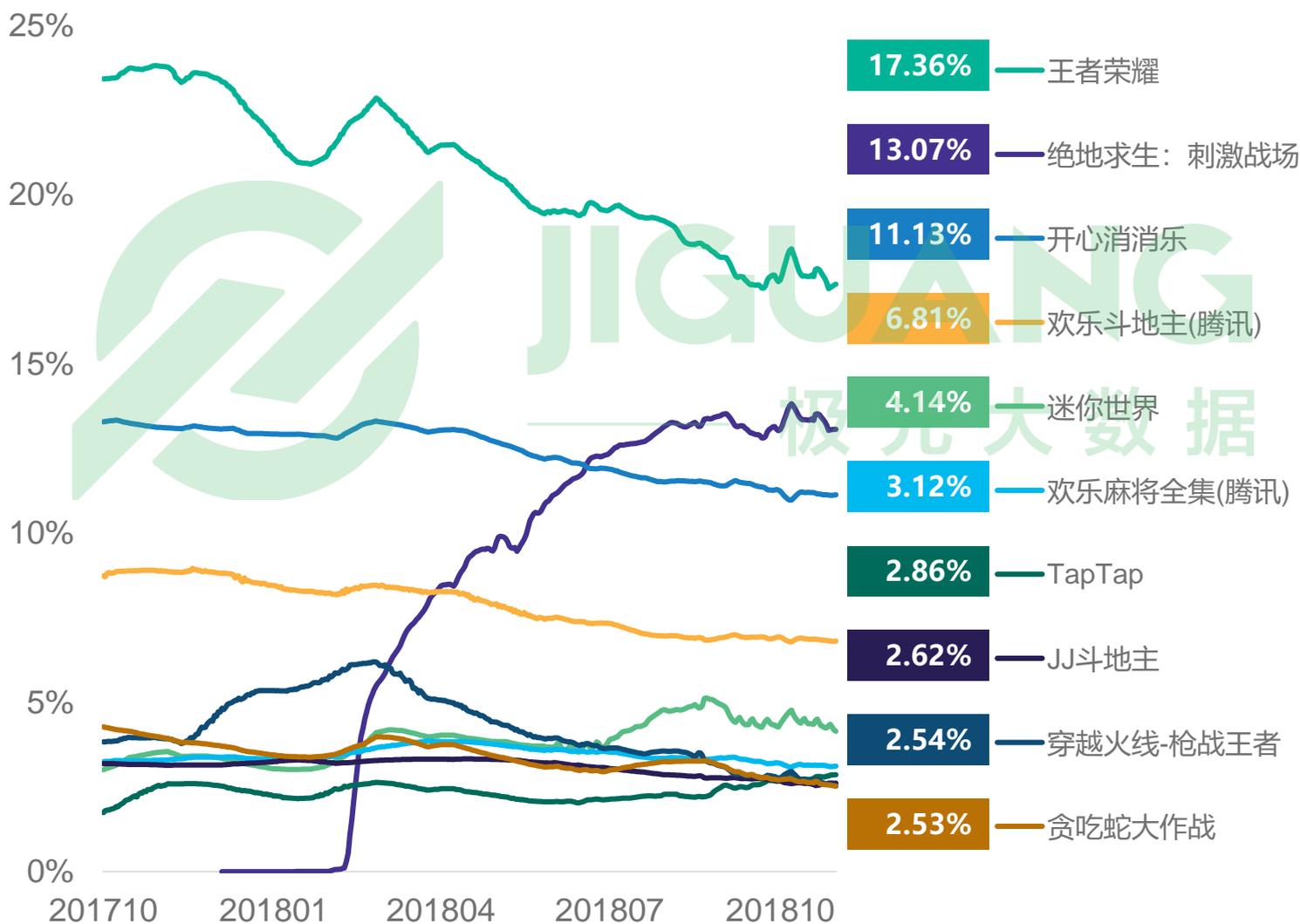
数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

渗透率top 10手游app

截至2018年10月，王者荣耀、绝地求生：刺激战场、开心消消乐三款手游app渗透率均在10%以上

- 截至2018年10月，王者荣耀渗透率降至17.36%，绝地求生：刺激战场以13.07%渗透率居于第二位，开心消消乐渗透率为11.13%

2018年10月渗透率top 10手游app



数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

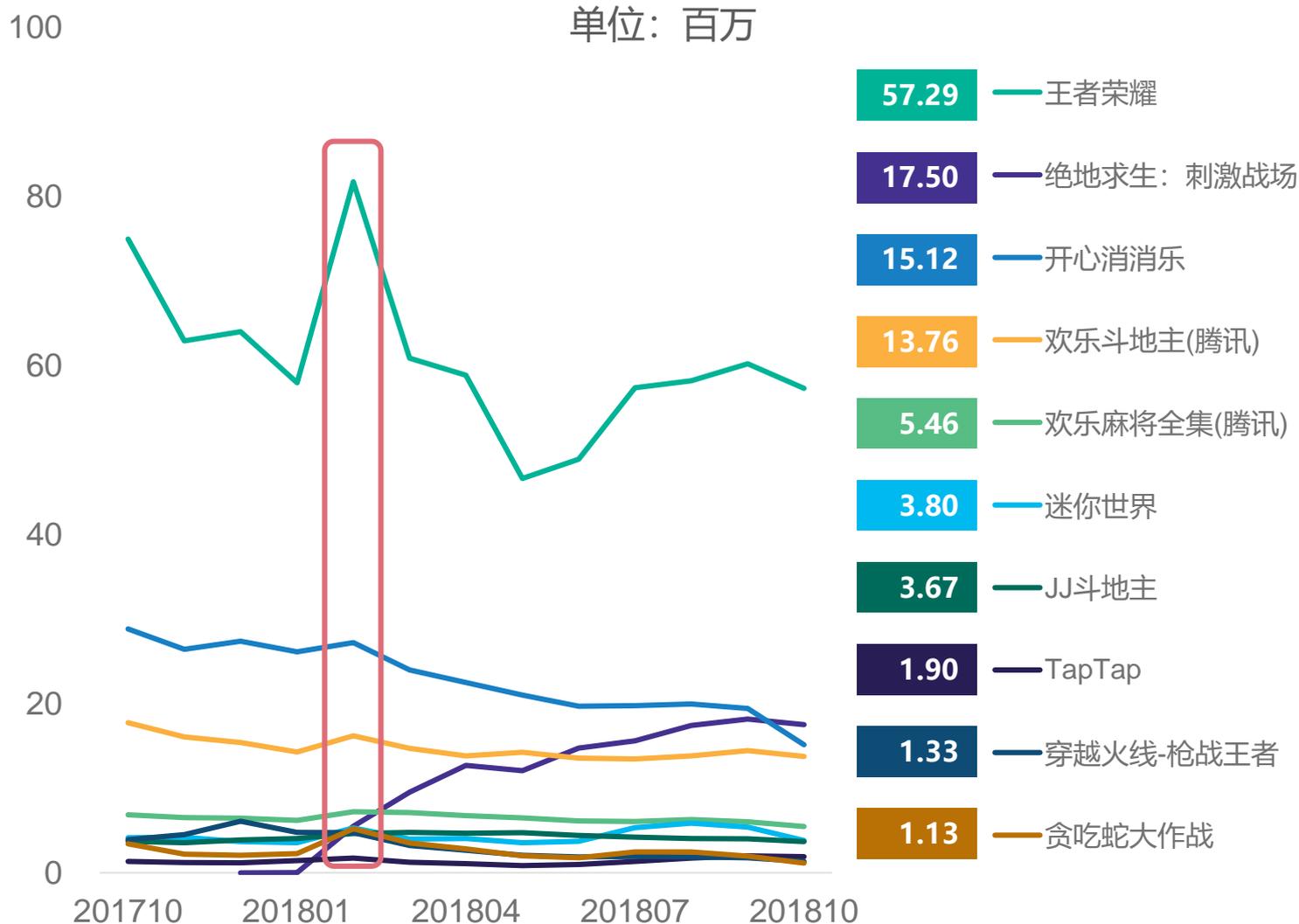
渗透率top 10手游app月均DAU

王者荣耀月均DAU遥遥领先，绝地求生：刺激战场超越开心消消乐升至第二位

- 2018年10月，王者荣耀月均DAU近六千万，明显高于其他手游app，绝地求生：刺激战场、开心消消乐、欢乐斗地主（腾讯）月均DAU均在千万级
- 2018年2月，或因春节假期拉动，手游app月均DAU均有所上升

2018年10月渗透率top 10手游app月均DAU

单位：百万



数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

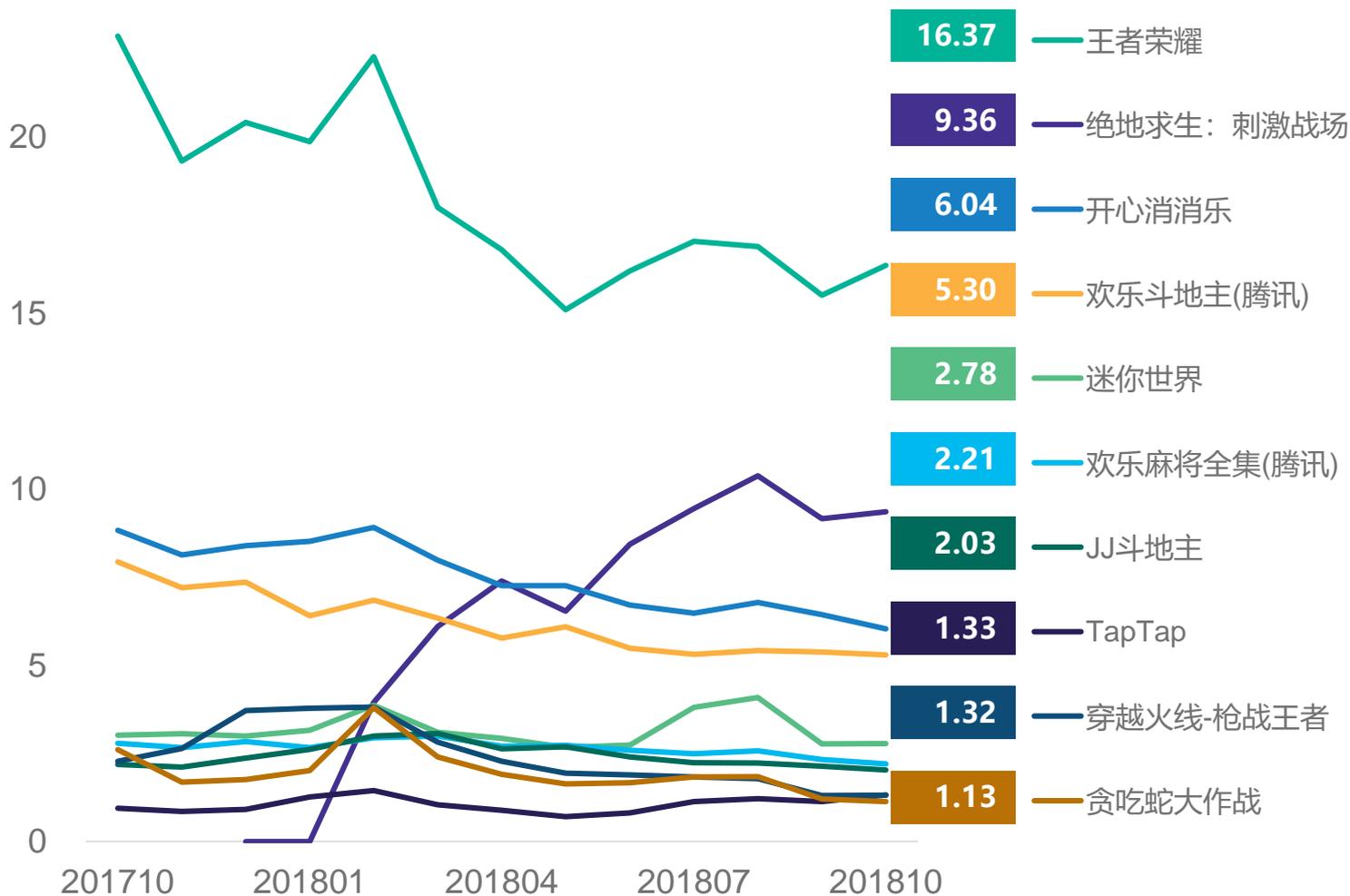
渗透率top 10手游app MAU

王者荣耀是唯一MAU破亿的手游app

- 过去一年，王者荣耀MAU呈现波动下降态势
- 绝地求生：刺激战场强势崛起，2018年10月MAU接近1亿

2018年10月渗透率top 10手游app MAU

单位：千万



数据来源：极光大数据；数据周期：2017.10-2018.10

CHAPTER 03

玩家调研

- 手游玩家整体情况
- 不同年龄段手游玩家比较

*本调研所称“手游玩家”为过去半年玩过app手机游戏的玩家

80后：出生于1980-1989年

90后：出生于1990-1994年

95后：出生于1995-1999年

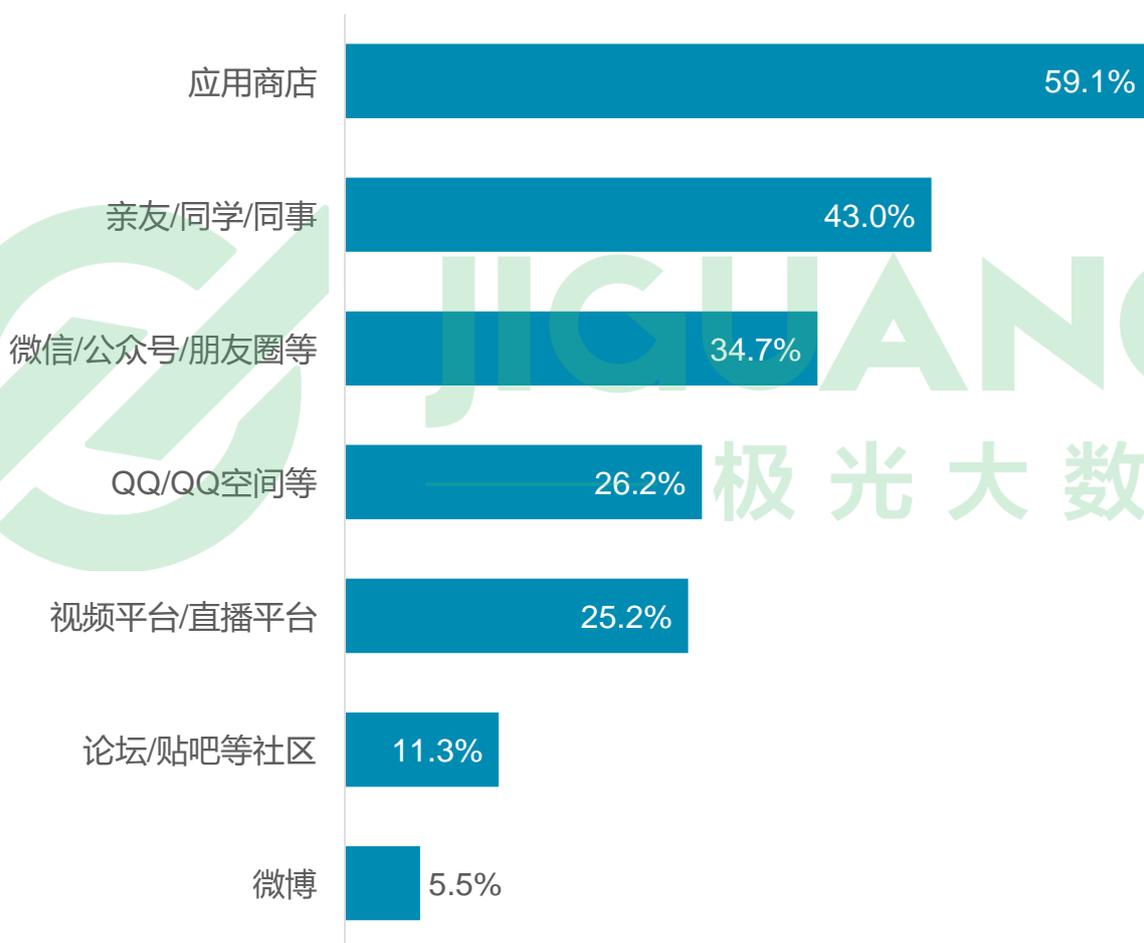
00后：出生于2000-2009年

了解渠道

应用商店宣传能力强，口碑传播仍是重要方式

- 约六成手游玩家通过应用商店了解新手游信息，亲友/同学/同事的推荐也是手游玩家获得新手游信息的重要渠道

新手游信息了解渠道



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

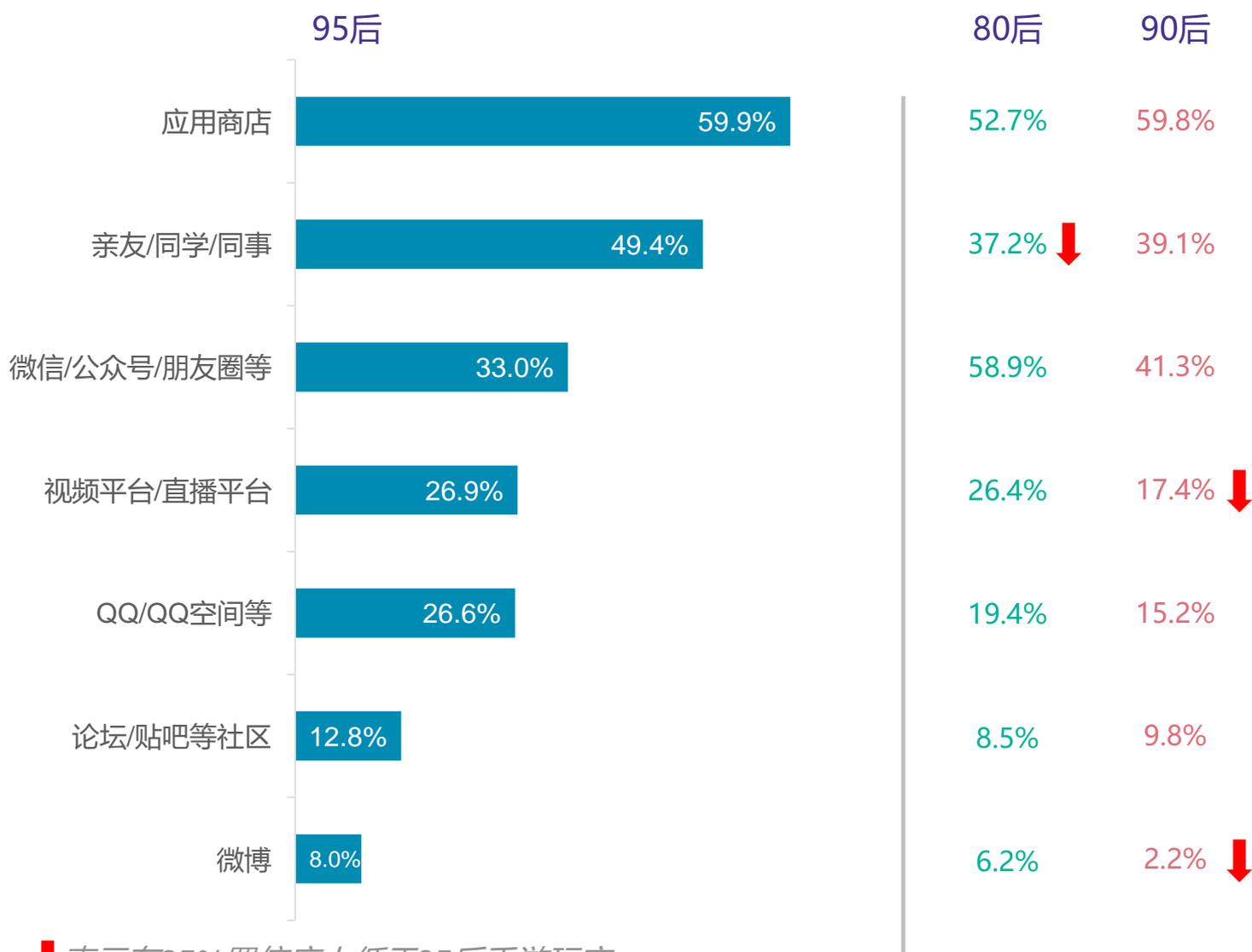
Q：请问，您通常是从哪些渠道了解到新款手游信息的呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

了解渠道

相比90后，更多95后手游玩家通过视频平台/直播平台了解新手游信息

- 约半数95后手游玩家通过亲友/同学/同事了解新手游信息，此占比显著高于80后手游玩家

不同年龄段手游玩家了解新手游信息的渠道



↓表示在95%置信度上低于95后手游玩家

数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

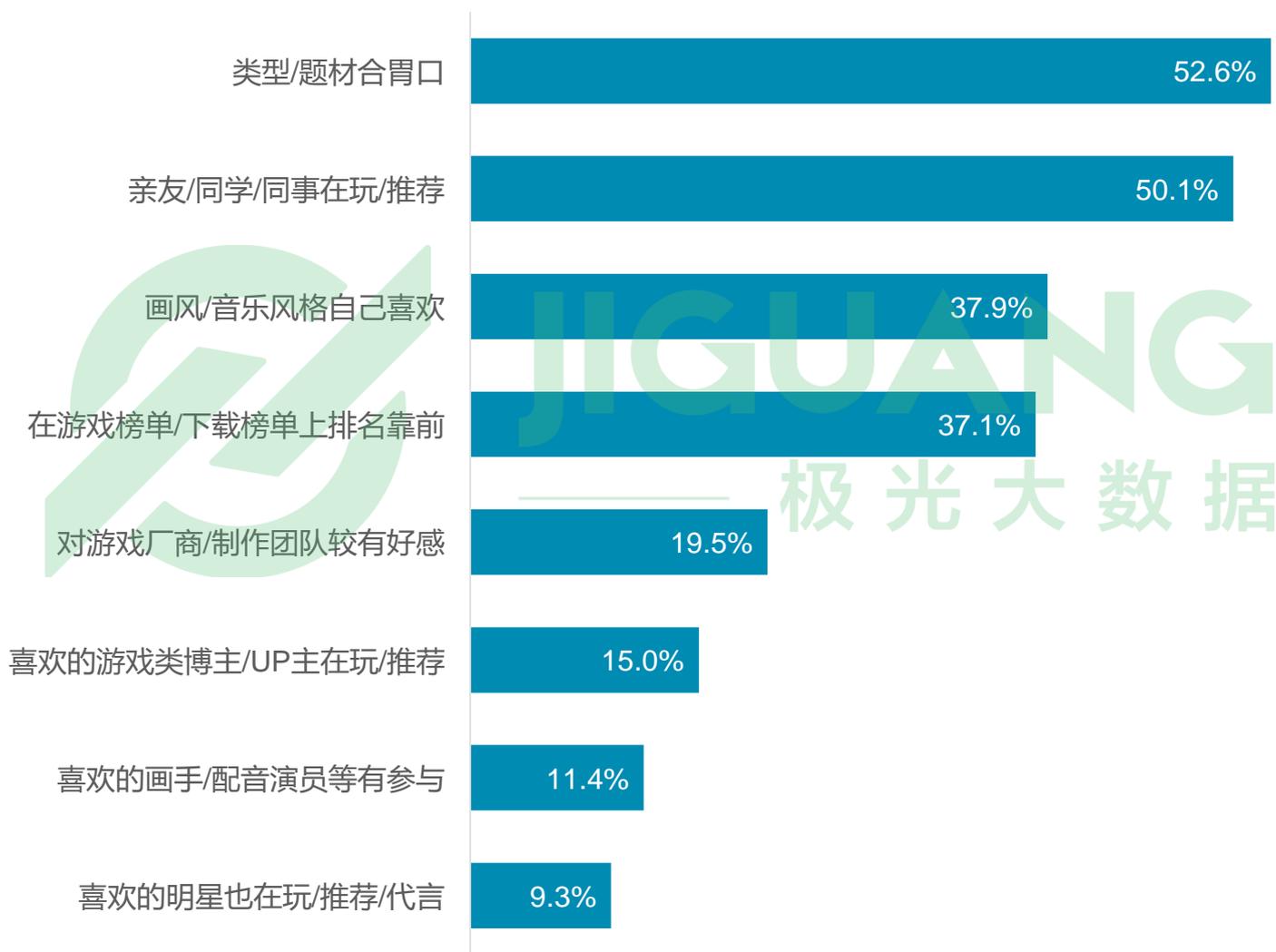
Q：请问，您通常是从哪些渠道了解到新款手游信息的呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

尝试原因

类型/题材合胃口是手游玩家尝试某款手游的重要原因，明星“带货”能力弱

- 手游“社交性”特质明显，半数手游玩家会因熟人推荐而尝试某款手游
- 不到一成手游玩家会因喜欢的明星也在玩/推荐/代言某款手游而去尝试

尝试某款手游的原因



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

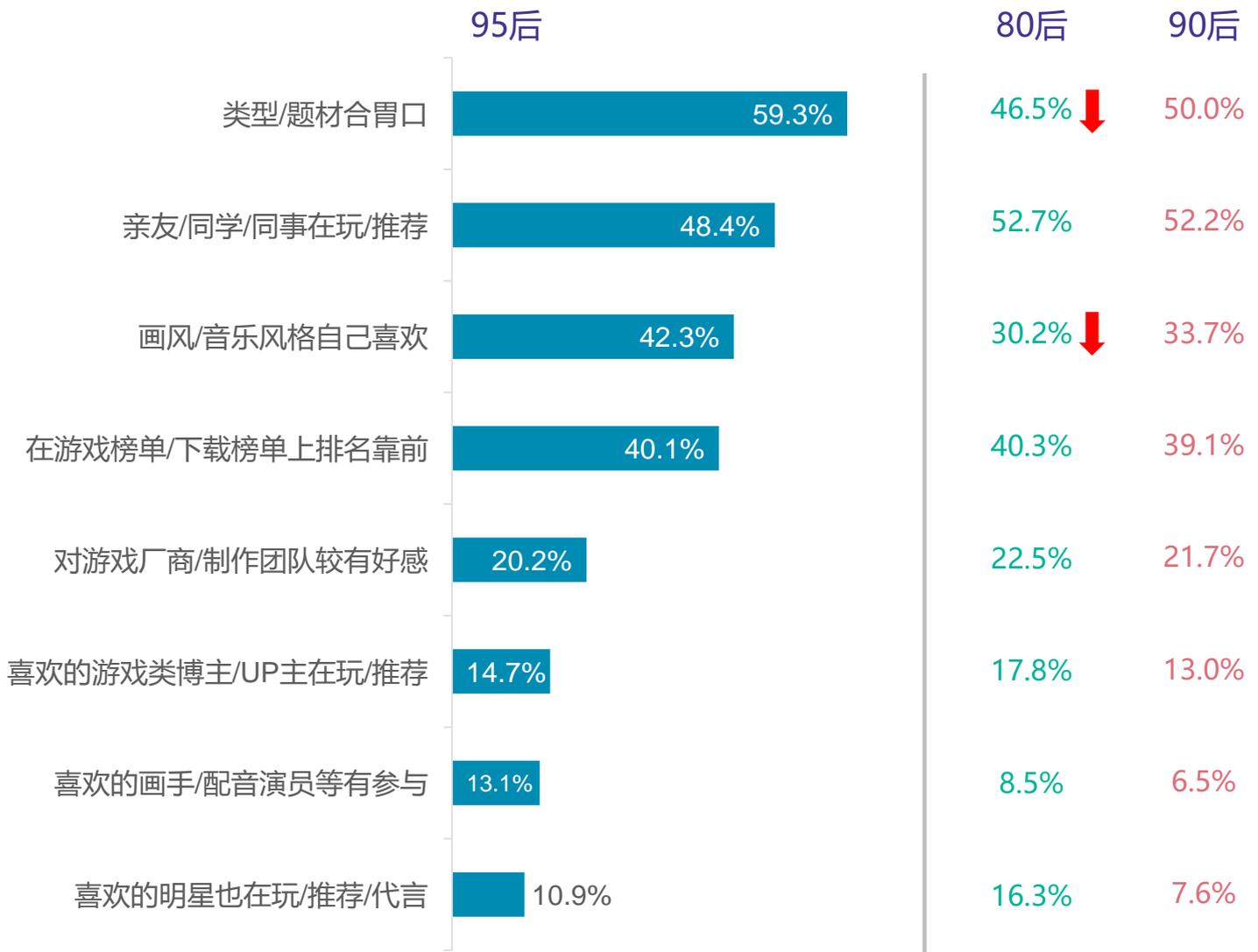
Q：请问，您为什么会去尝试某款手游呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

尝试原因

相比80后，95后手游玩家更易被感兴趣的类型/题材吸引

- 相比80后玩家，更多95后玩家会因为喜欢某类型/题材、画风/音乐风格而去尝试某款手游

不同年龄段手游玩家尝试某款手游的原因



↑表示在95%置信度上高于95后手游玩家

数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

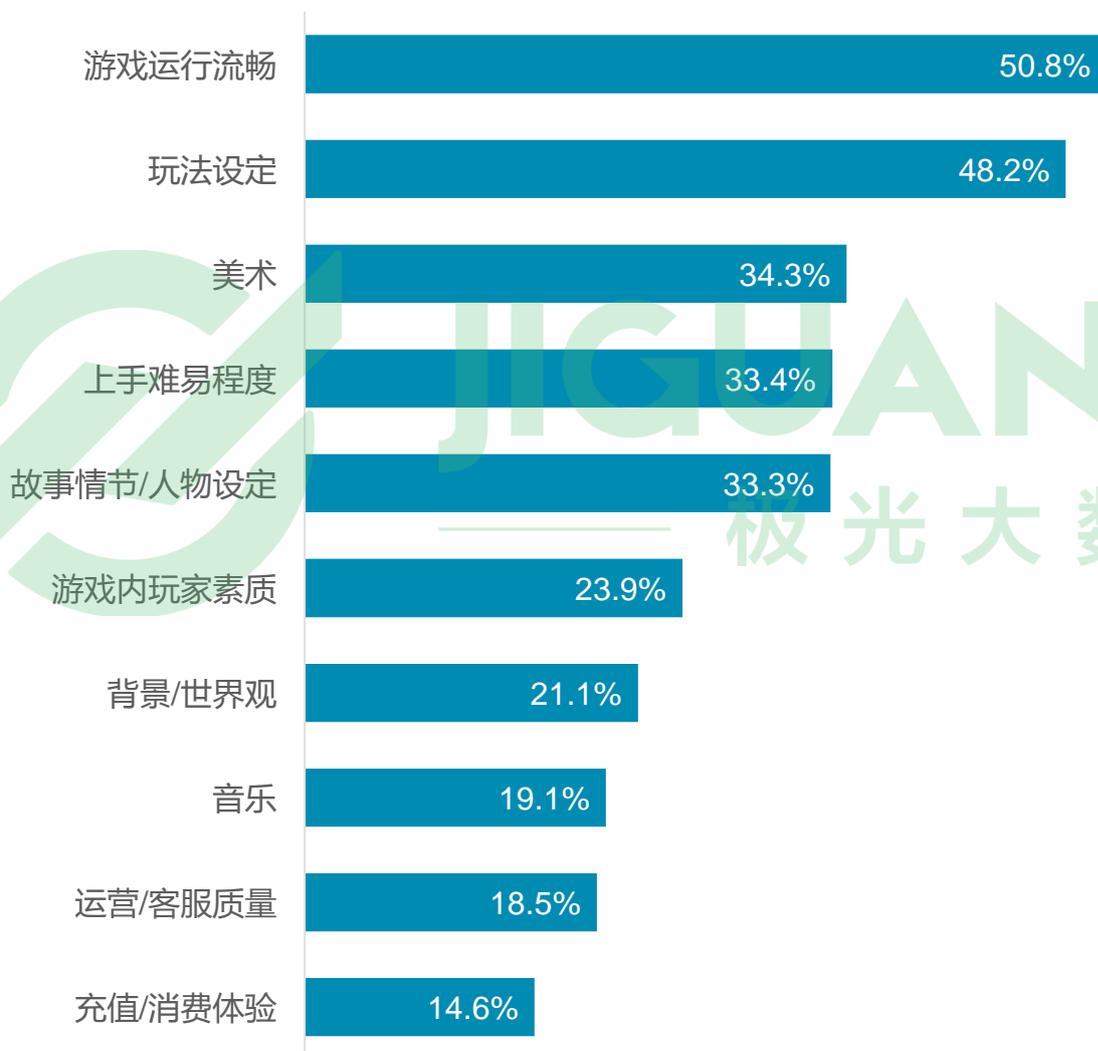
Q：请问，您为什么会去尝试某款手游呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

关注要素

运行流畅是基础，玩法设定很重要

- 手游玩家最为关注游戏运行流畅度和玩法设定
- 美术、上手难易程度、故事情节/人物设定也具有较高的关注度

手游玩家关注要素



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

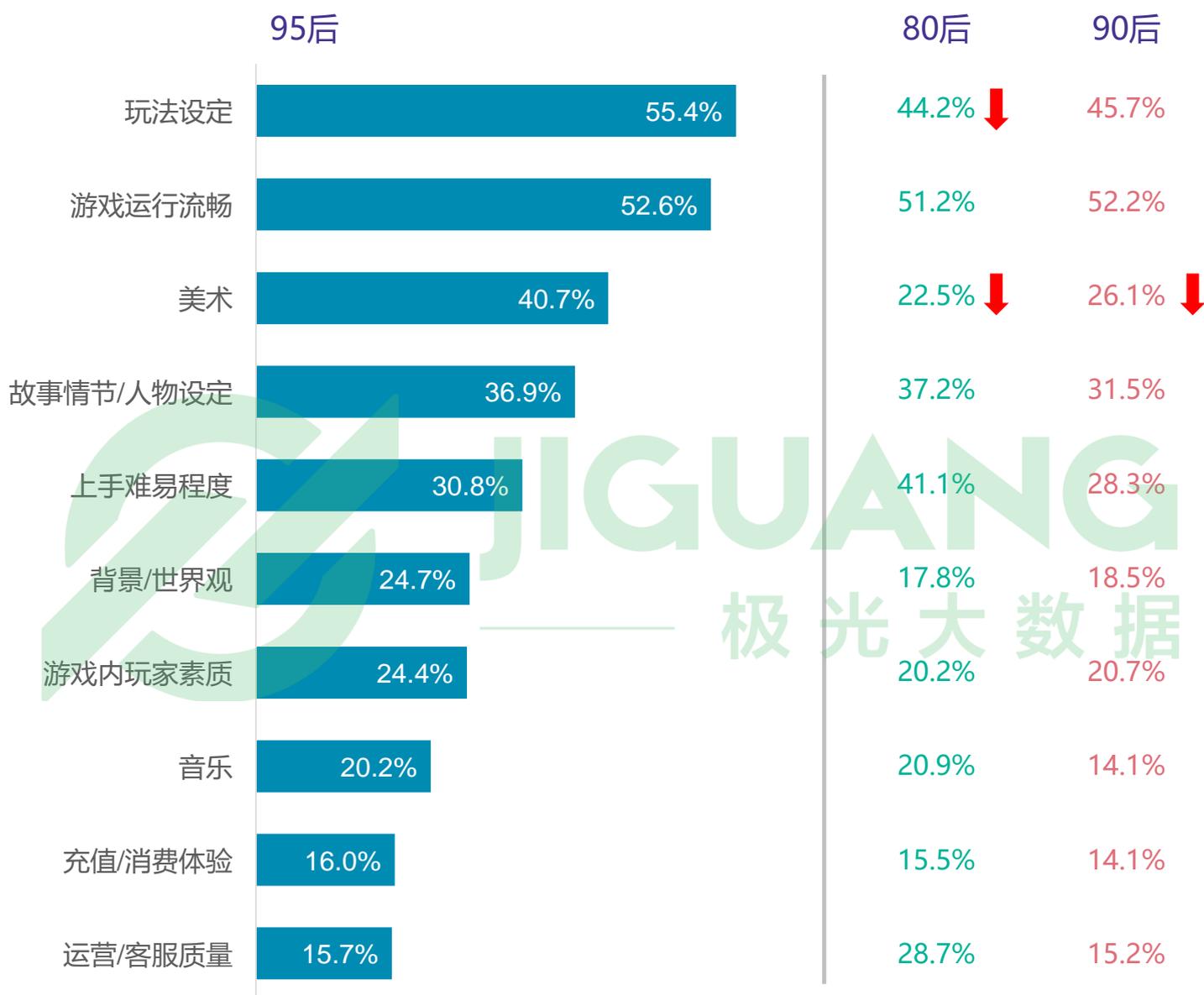
Q：请问，您玩手游比较关注哪些点呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

关注要素

95后手游玩家最关注玩法设定，美术也很重要

- 相比80后，95后手游玩家更关注玩法设定
- 95后手游玩家对美术的关注度也明显高于80后和90后手游玩家

不同年龄段手游玩家关注要素



↓表示在95%置信度上低于95后手游玩家

数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

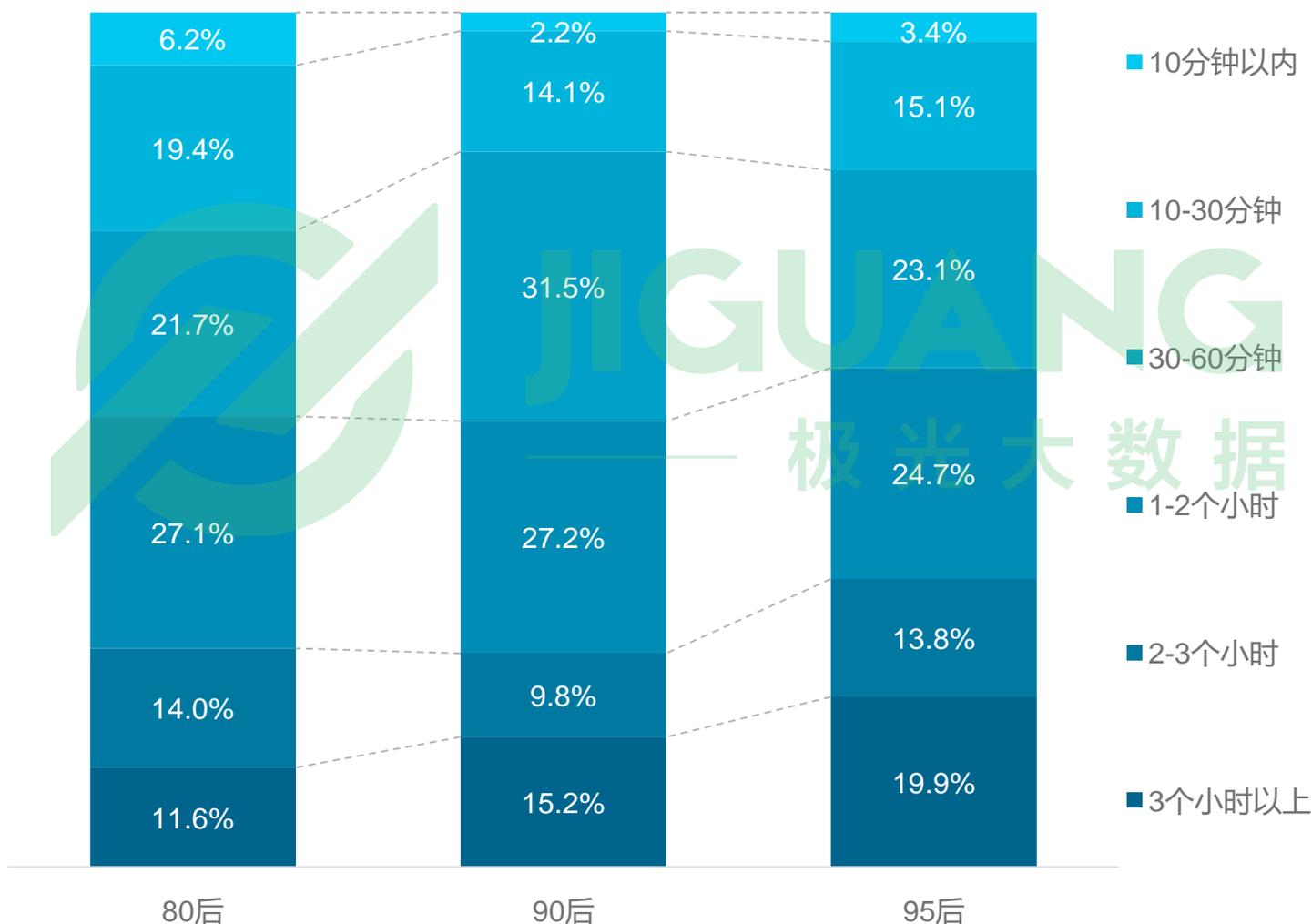
Q：请问，您玩手游比较关注哪些点呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

游戏时长

超三成95后手游玩家日均游戏时长在2小时以上

- 或因95后多为大学生，闲暇时间相对较多，其日均游戏时长明显高于80后和90后

不同年龄段手游玩家日均游戏时长



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

Q：请问，平均下来，您每天大概会花多长时间玩手游呢？（单选）

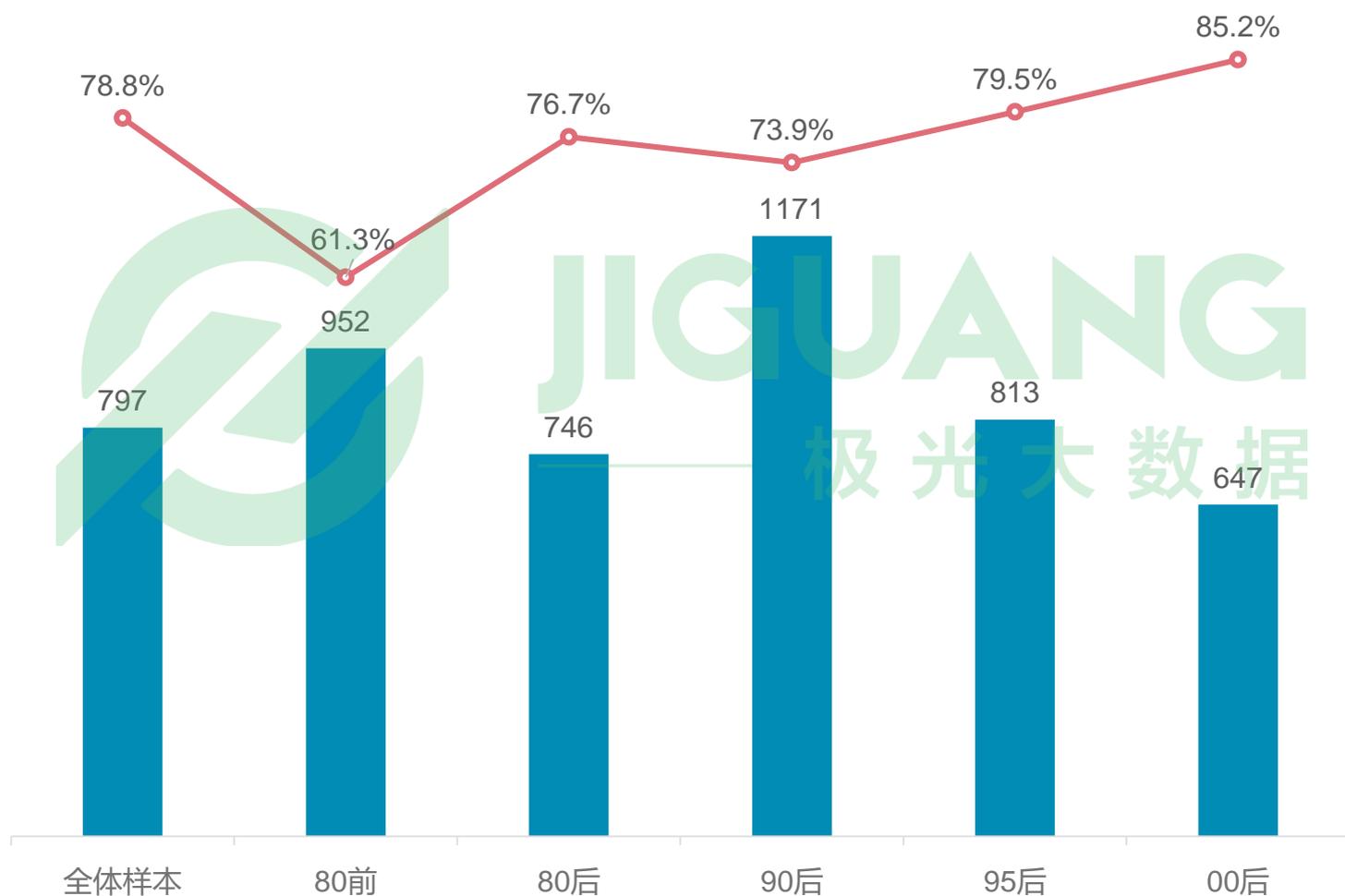
付费情况

00后付费意识最强，90后最“壕气”

- 手游玩家整体付费率达到78.8%，85.2%的00后手游玩家过去半年有付费行为
- 手游付费玩家过去半年平均付费金额为797元，90后手游付费玩家过去半年平均花费金额在一千元以上

不同年龄段手游玩家付费情况

■ 过去半年付费金额 ● 付费率



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

Q：请问，过去半年，您在所有手游上大概共付费多少钱呢？（单选）

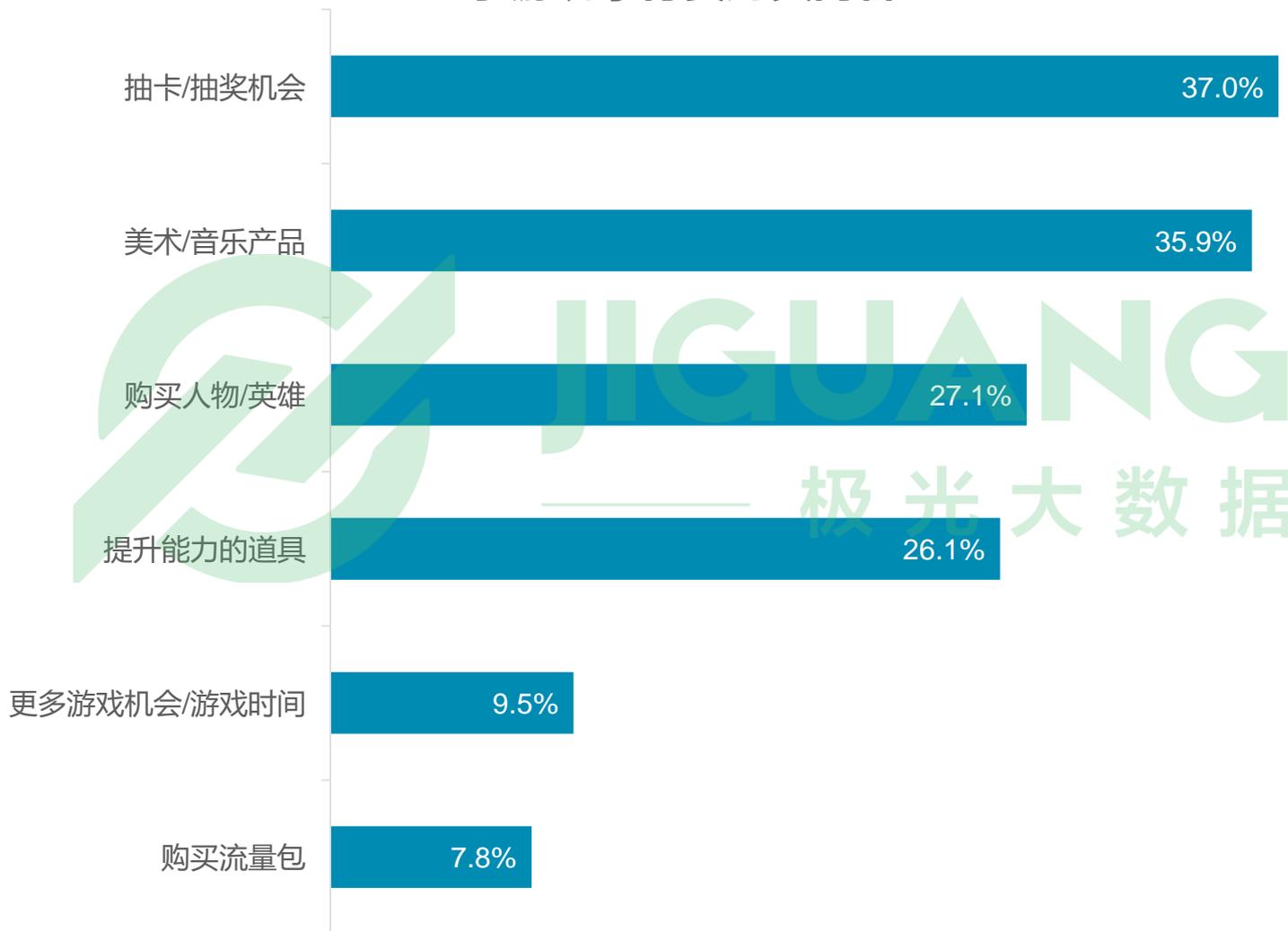
*付费金额数据仅统计过去半年有过付费行为的玩家

付费情况

“再氪一单，这次一定能抽到想要的卡”

- 购买抽卡/抽奖机会是付费玩家的主要购买内容，优秀的美术/音乐产品也会令玩家甘愿奉上钱包

手游玩家付费购买内容



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

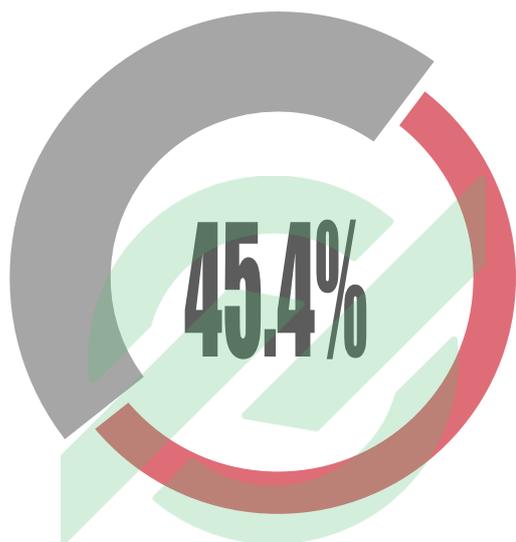
Q：请问，您在手游内主要充值购买什么内容呢？（多选；图表中未显示“其他”选项结果）

周边购买

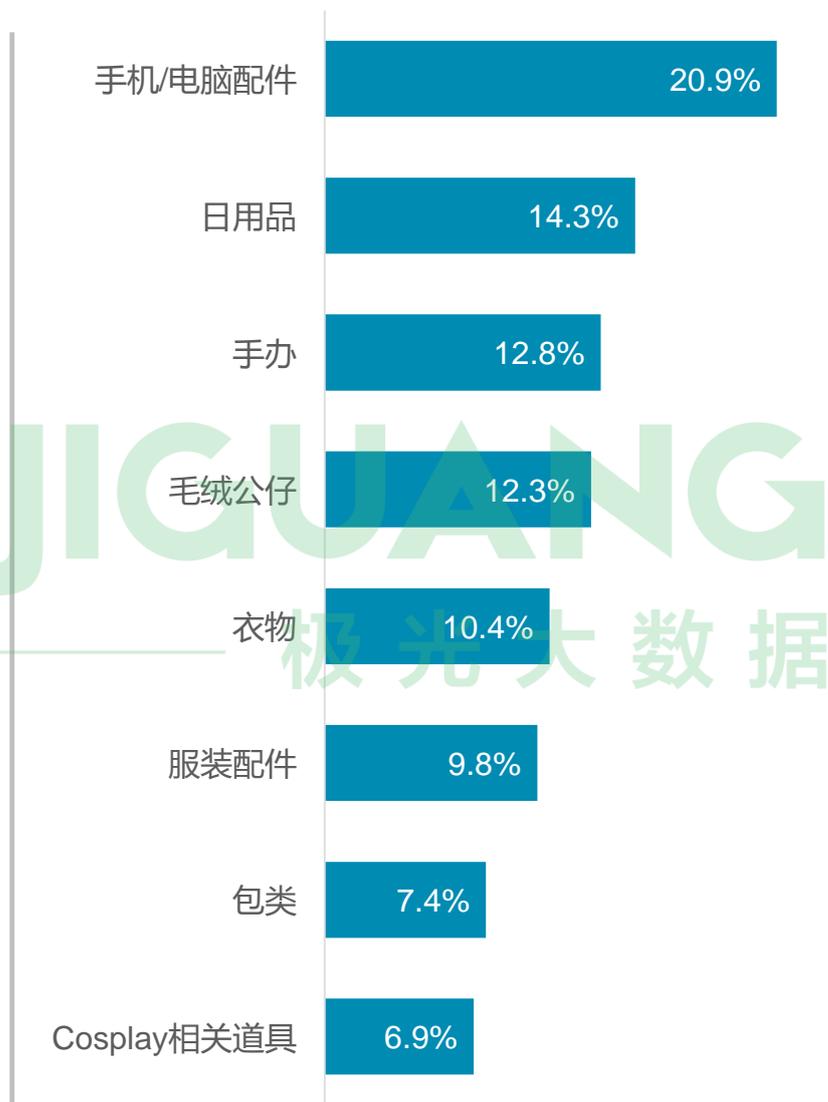
手游周边市场有待进一步开拓

- 手游周边市场有待进一步开拓，45.4%手游玩家从未购买过周边产品
- 实用的手机/电脑配件、日用品最受欢迎，其次为手办

手游玩家周边产品购买情况



45.4%的手游玩家
从未购买过手游周边产品



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

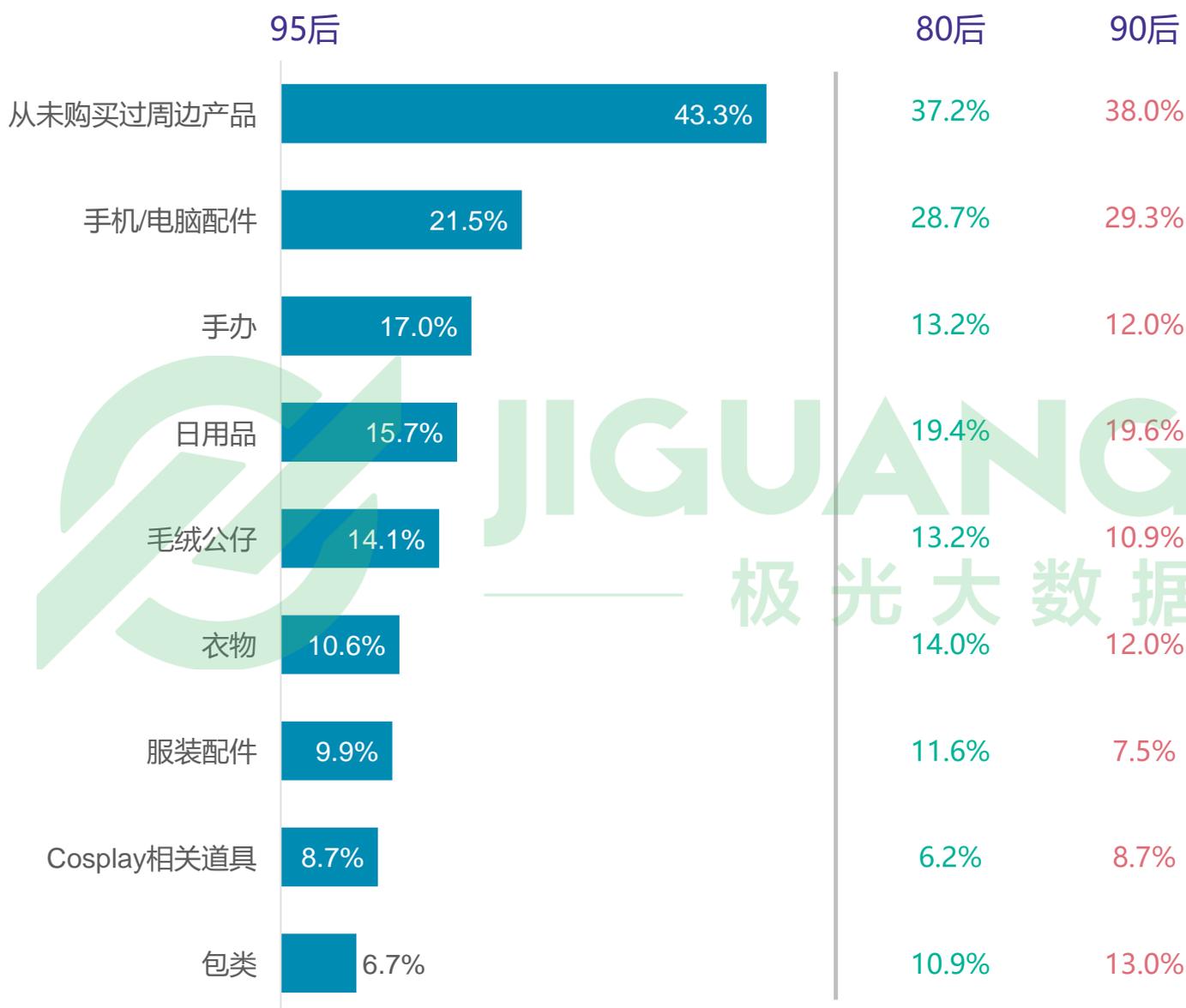
Q：请问，您有购买过以下手游相关周边产品吗？（多选，图表中未显示“其他”选项结果）

周边购买

95后手游玩家中超四成从未购买过周边产品

- 95后手游玩家较为喜欢手机/电脑配件、手办类周边产品
- 相比95后手游玩家，80后和90后中购买过手办的手游玩家占比较低，购买过日用品或包类的比例较高

不同年龄段手游玩家周边产品购买情况



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

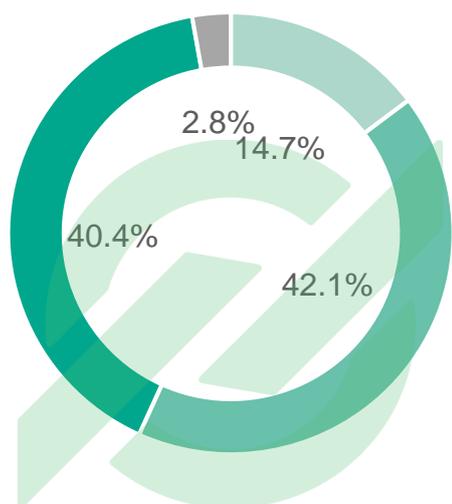
Q：请问，您有购买过以下手游相关周边产品吗？（多选，图表中未显示“其他”选项结果）

电竞关注度

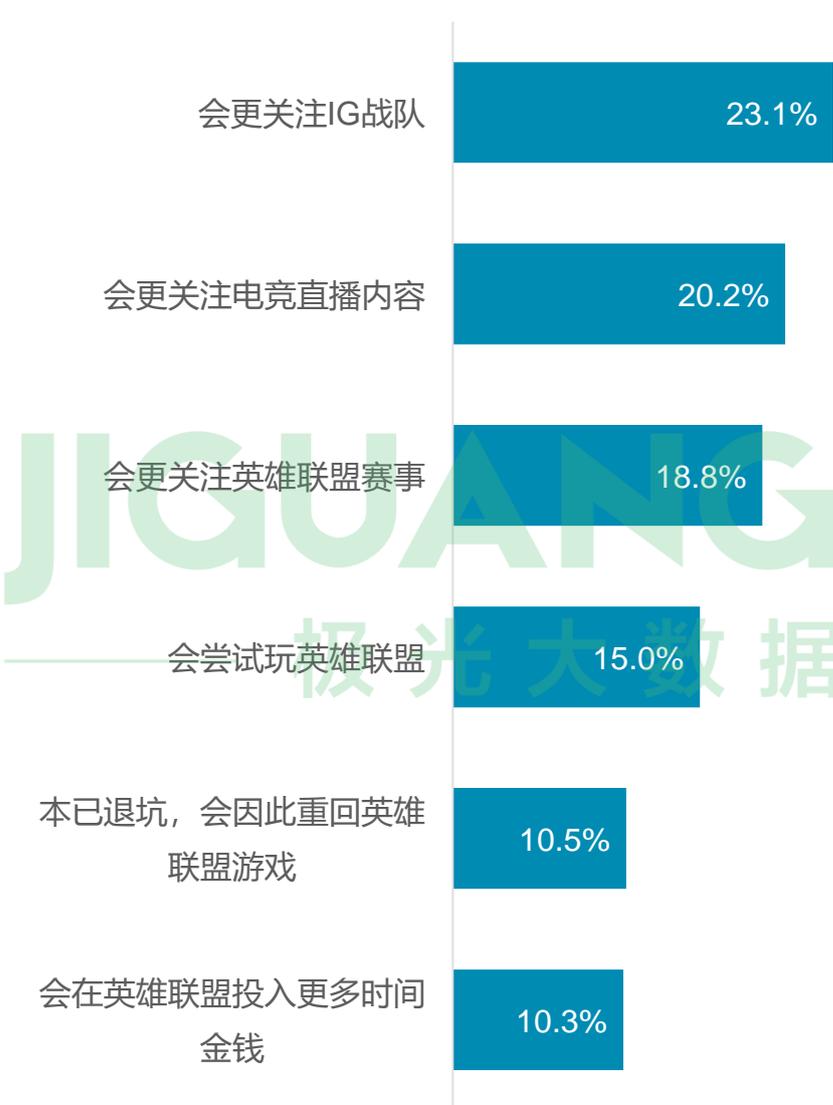
IG战队不止赢得冠军

- 超八成手游玩家表示听说过或比较了解IG在英雄联盟S8世界赛总决赛夺冠，其中超两成玩家表示以后会更加关注IG战队

手游玩家对IG夺冠的关注度及其影响



- 没听说过
- 听说过但不太了解
- 比较了解此事
- 其它



数据来源：极光调研；数据周期：2018.10-11

Q：请问，您是否知道IG战队在英雄联盟S8世界赛总决赛夺冠呢？（单选）

Q：请问，IG夺冠对您可能会有哪些影响呢？（多选，图表中未显示“其他”选项结果）

CHAPTER 04

用户画像

- 行业用户画像
- 腾讯用户画像
- 网易用户画像

手游用户：安装有手游类app的用户

腾讯手游用户：安装有腾讯旗下手游类app的用户

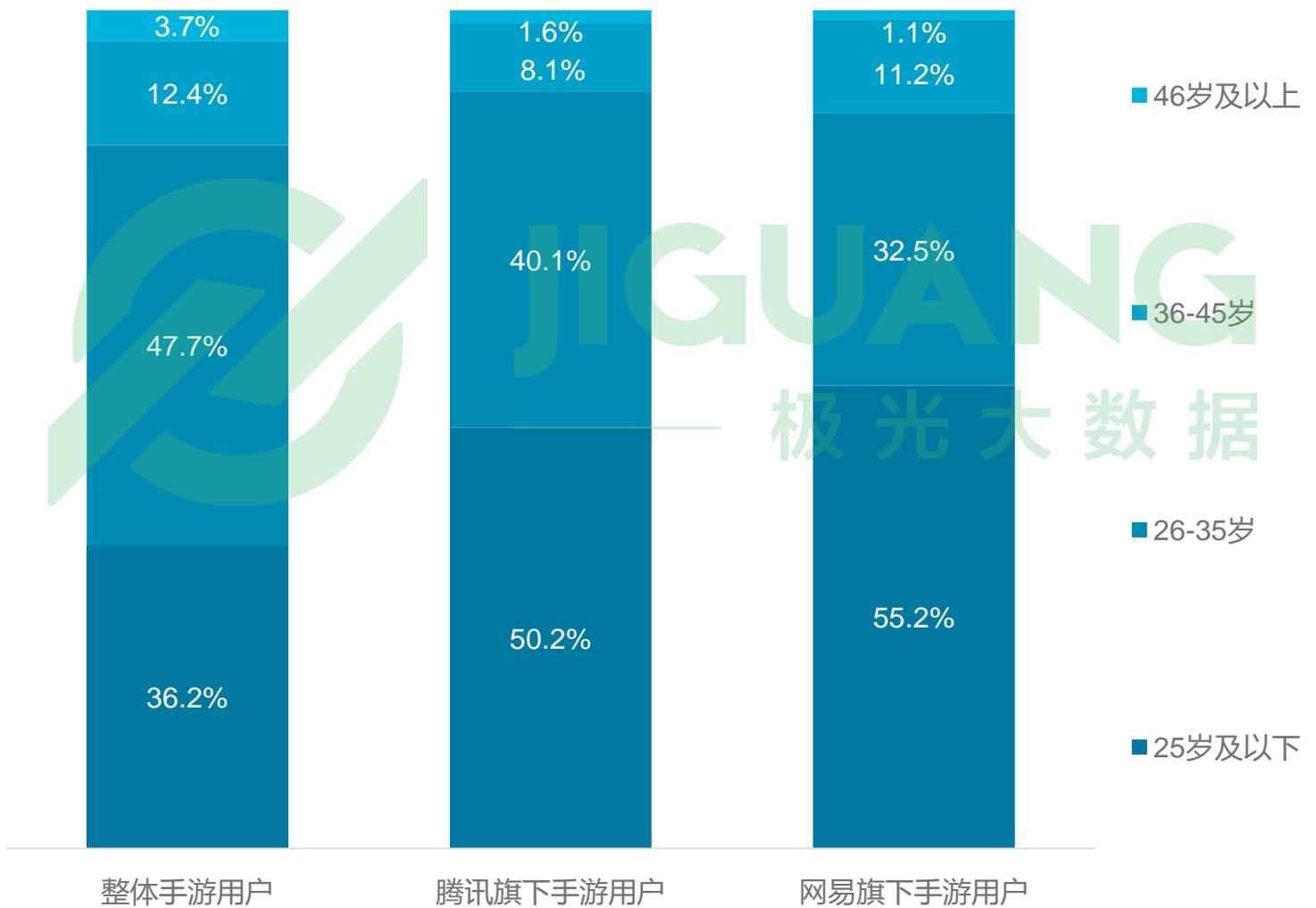
网易手游用户：安装有网易旗下手游类app的用户

年龄分布

半数手游用户年龄为26-35岁

- 手游用户较为集中于青少年人群，36岁及以上中老年人群占比仅约16%
- 腾讯和网易旗下手游用户较为集中于25岁及以下人群，占比均超五成

年龄分布



数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

性别分布

男性手游用户略多于女性

- 男性手游用户占比为55.5%，比女性占比多一成
- 腾讯手游用户性别比均衡，网易手游用户中近六成为男性

性别分布

■ 男性 ■ 女性

整体手游用户



腾讯游戏
Tencent Games



网易游戏
游戏爱好者



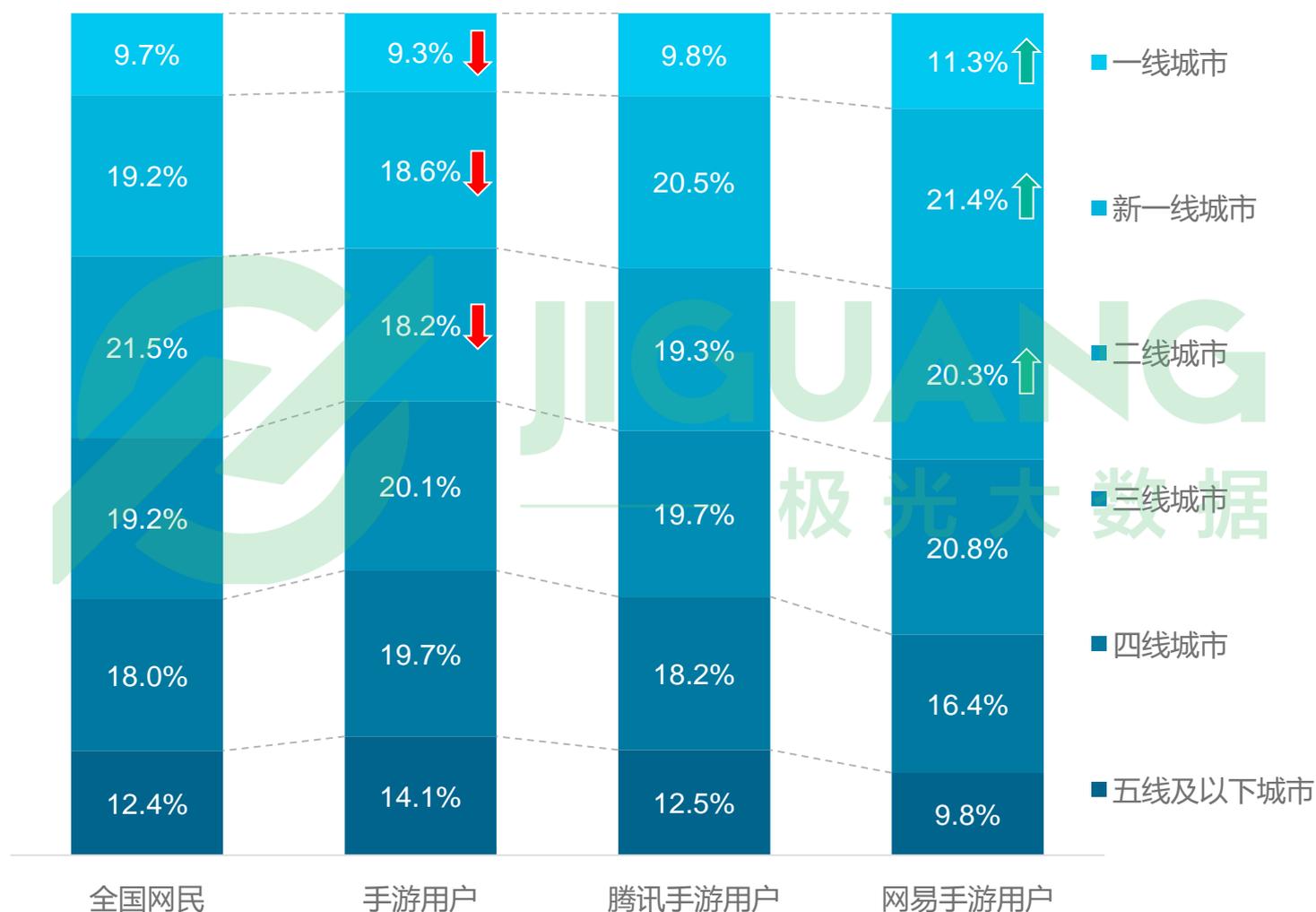
数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

城市等级分布

手游用户更集中于三线及以下城市

- 手游用户中，二线及以上用户占比低于全国网民平均水平，三线及以下手游用户占比过半
- 相比腾讯，网易手游用户更集中于二线及以上城市

城市等级分布



↑ 表示网易手游用户中此城市等级用户占比高于腾讯

↓ 表示手游用户中此城市等级用户占比低于全国网民

数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

城市等级分布：一线城市包括北上广深；新一线城市包括成都等15个城市；二线城市包括厦门等30个城市；三线城市包括潍坊等70个城市；四线城市包括乐山等90个城市；五线及以下城市包括永州等129个城市

省份分布

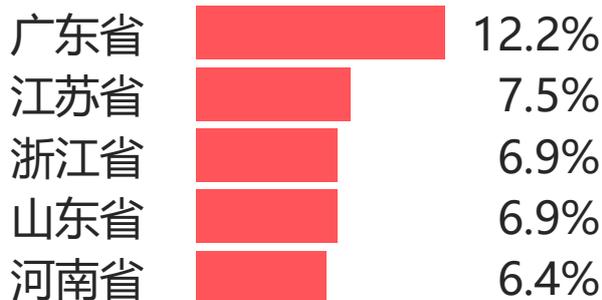
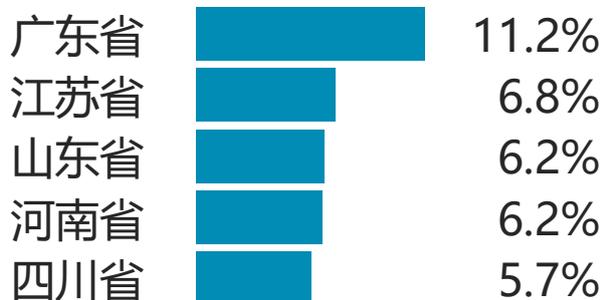
广东为手游用户大省，内陆河南表现强劲

- 手游用户中，广东省用户占比最高，其次为江苏省和山东省
- 浙江省进入腾讯手游用户占比top 5省份
- 除广东省外，江浙手游玩家在网易手游用户中也具有较高占比

用户占比top 5省份



手游用户



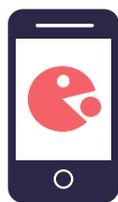
数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

城市分布

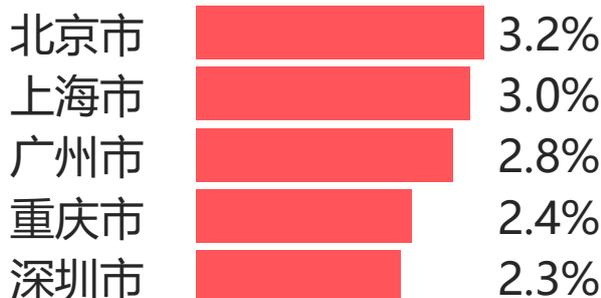
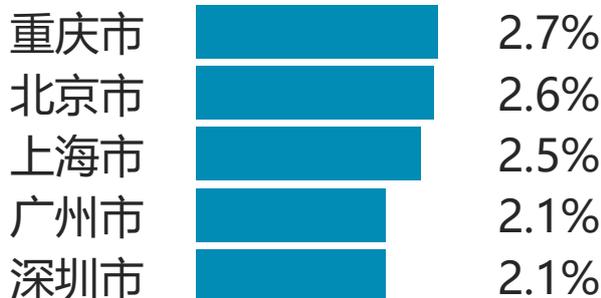
重庆手游用户占比力压北上广深

- 手游用户中，重庆用户以2.7%占比力压北上广深居于首位
- 网易手游用户中，北京、上海用户占比均达3%以上

用户占比top 5城市



手游用户



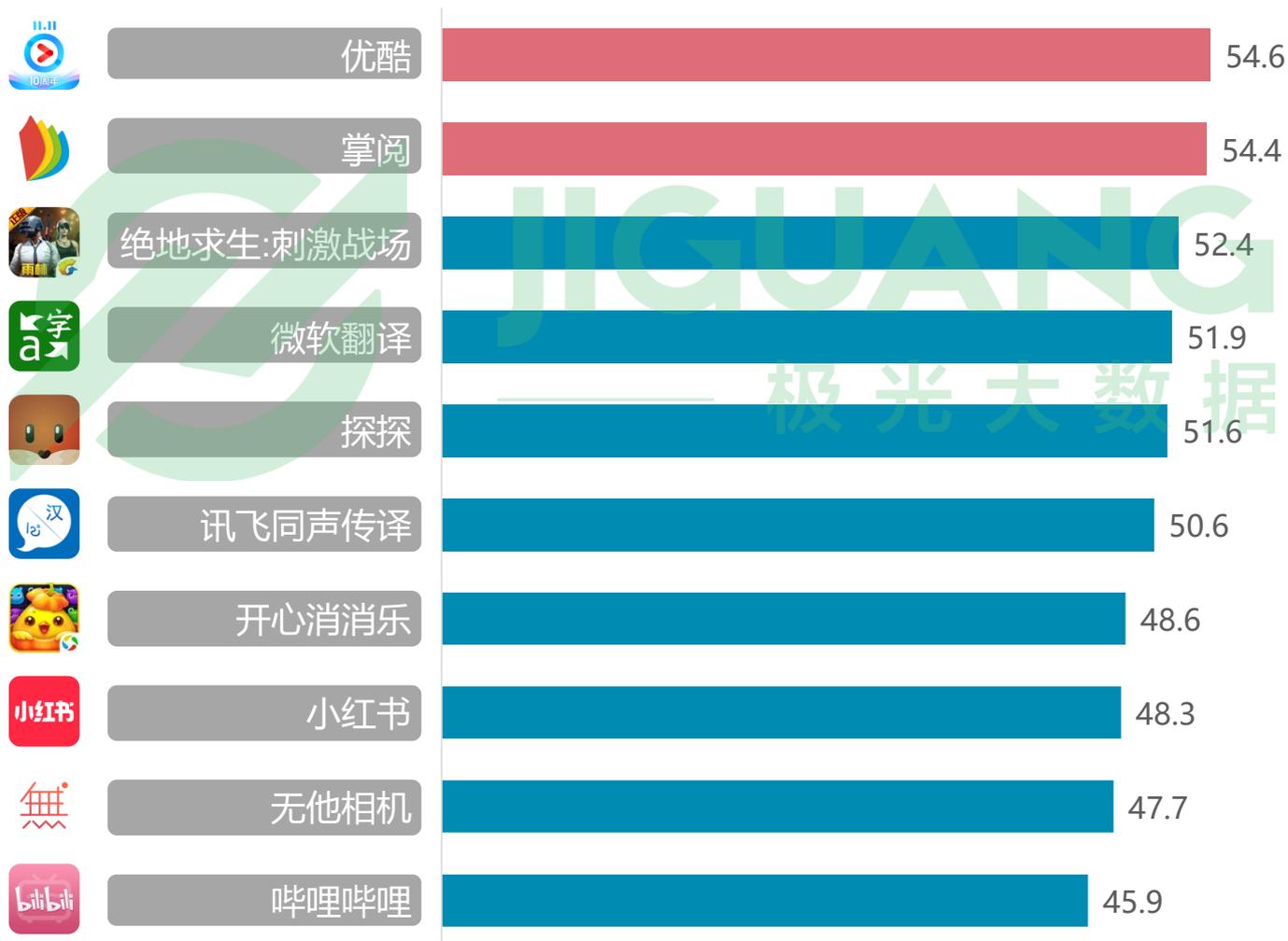
数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

偏好app

爱玩也爱“看”，手游用户偏好优酷和掌阅

- 手游用户最为偏好视频类app优酷，其次为数字阅读类app掌阅

手游用户偏好度top 10 app

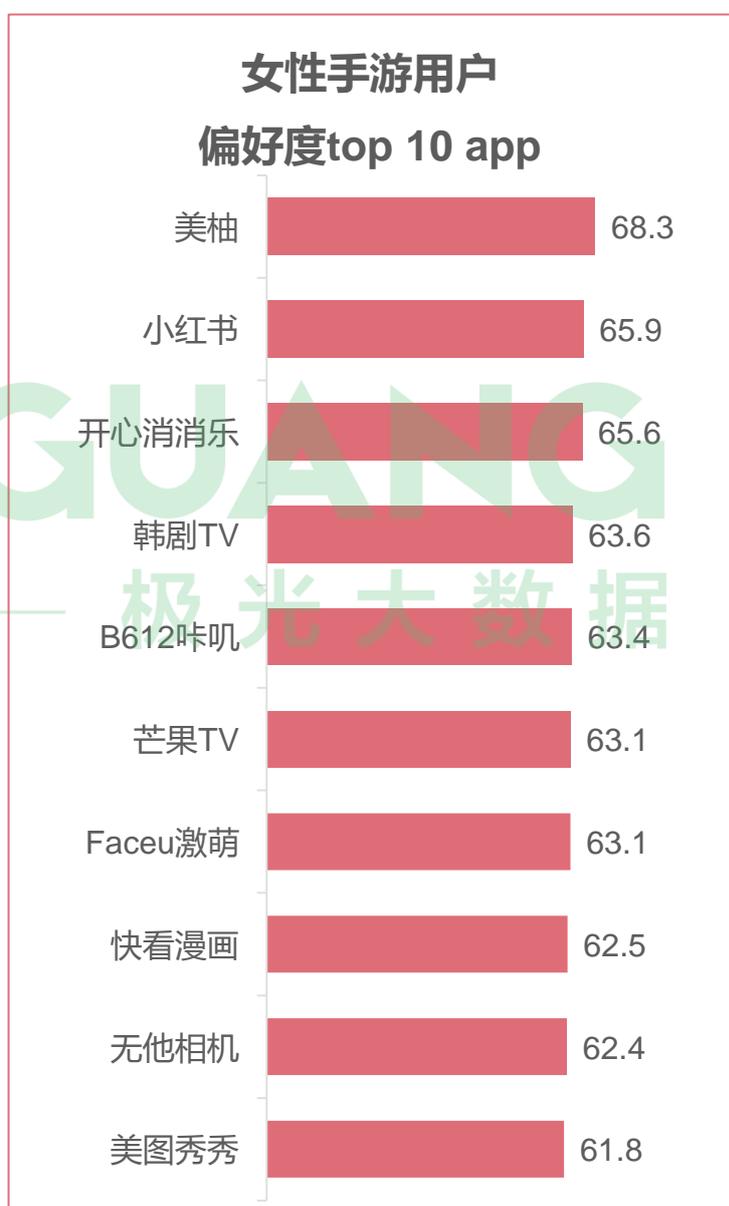
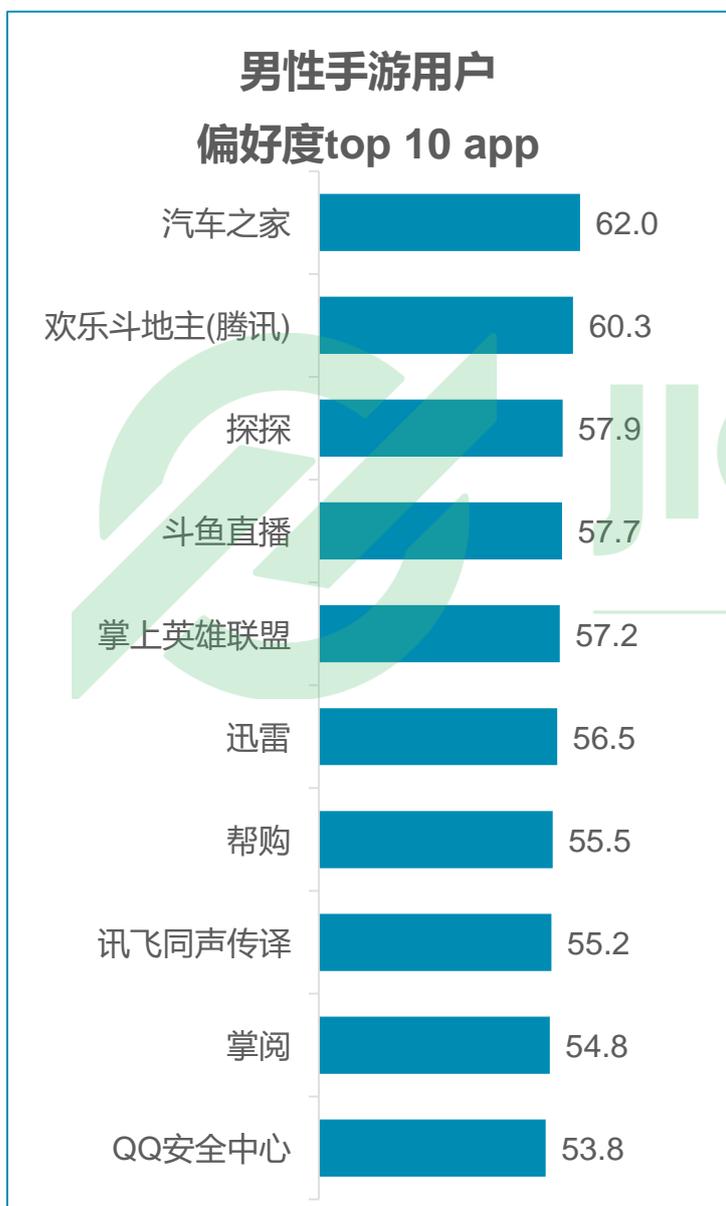


数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

偏好app

男性偏好斗地主，女性偏好休闲游戏

- 男性手游用户最为偏好的app为汽车之家，女性则最为偏好美柚
- 男性偏好的手游app为欢乐斗地主（腾讯），女性则是休闲手游开心消消乐
- 男性偏好斗鱼直播和迅雷，女性偏好韩剧TV和芒果TV

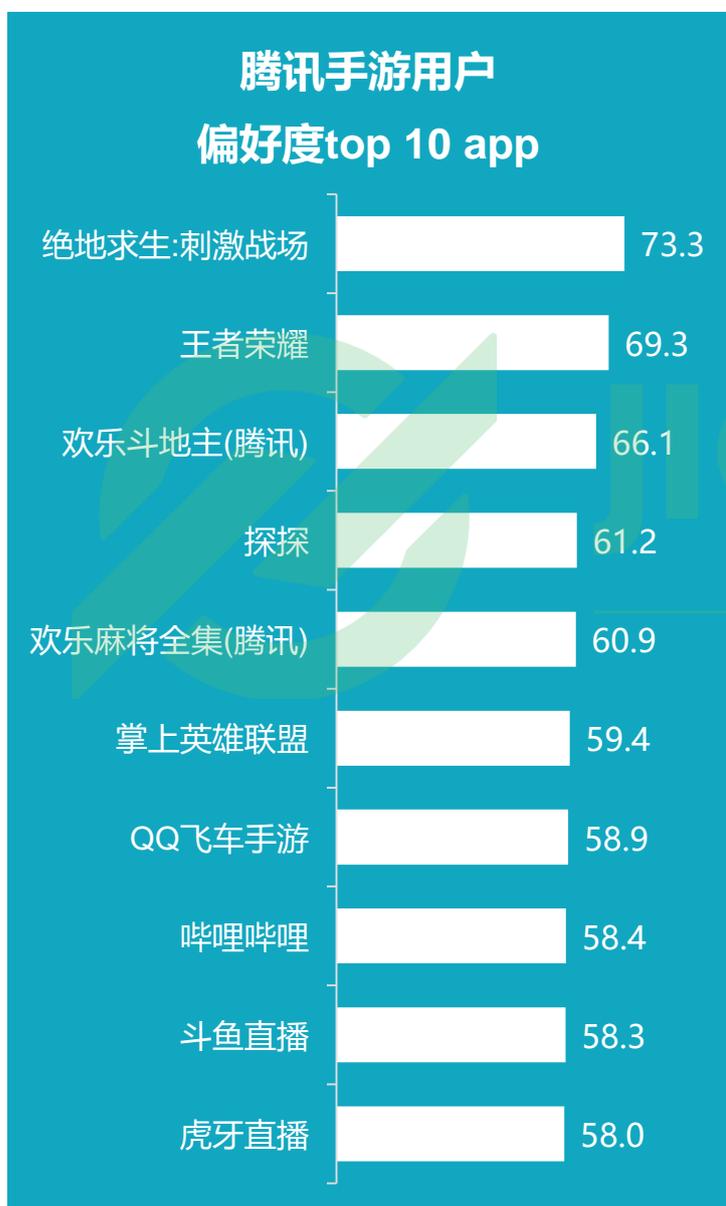


数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

偏好app

腾讯和网易手游用户均较为偏好自家app

- 腾讯手游用户偏好度top 10 app中有六款为腾讯旗下手游类app
- 网易手游用户偏好度top 10 app中有五款网易旗下app
- 绝地求生：刺激战场不光位列腾讯手游用户偏好度top 10 app，也赢得了网易手游用户的偏爱



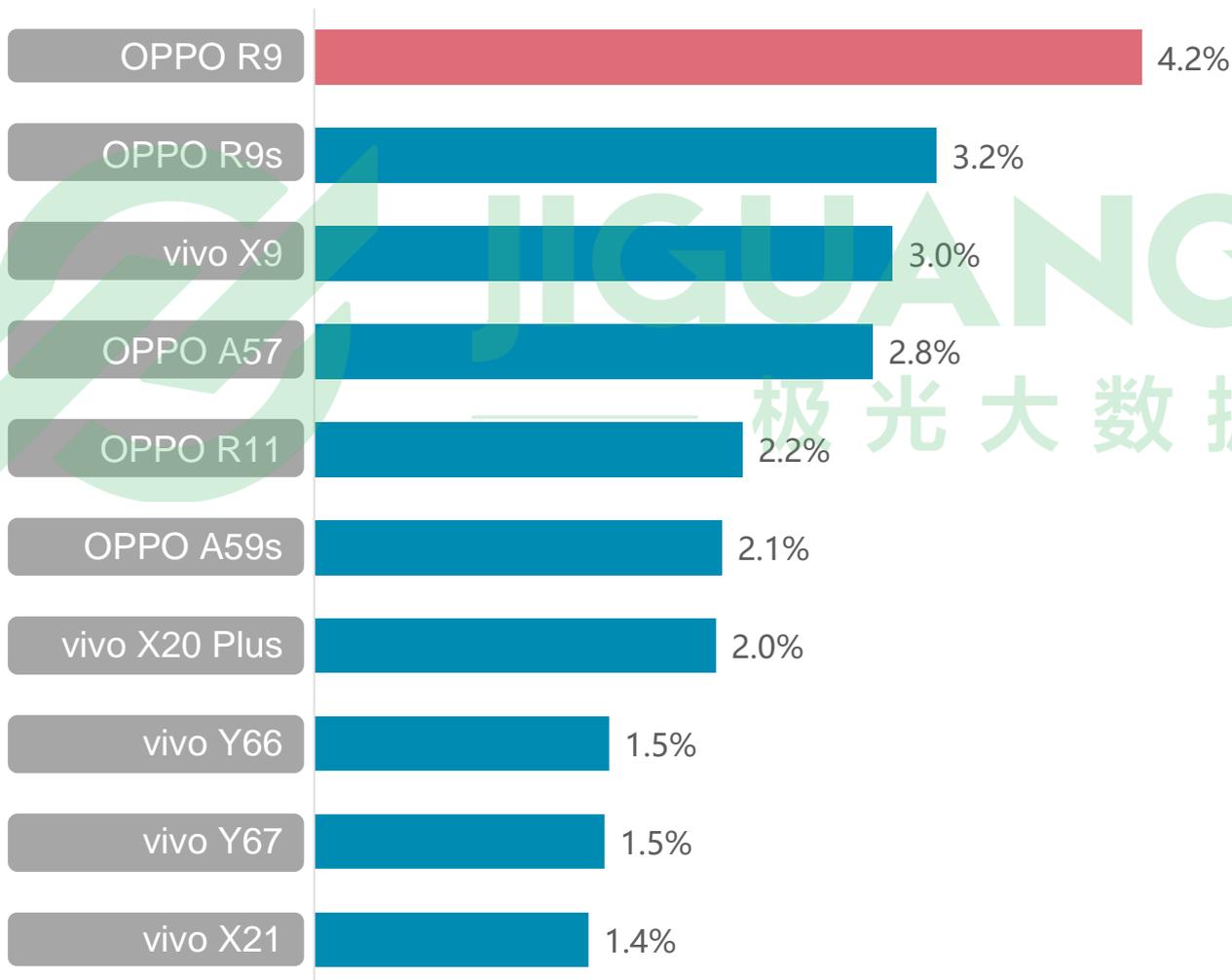
数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

设备分布

“蓝绿” 称霸，OPPO R9用户占比最高

- 安卓手游用户使用最多的机型为OPPO R9，机型分布top 10均为OPPO、vivo旗下产品

安卓手游用户机型分布top 10



数据来源：极光大数据；数据周期：2018.10

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析。调研数据，通过极光调研平台进行网络调研，共回收有效问卷1008份，执行周期为2018年10-11月

2. 数据周期

报告整体时间段：2017.10-2018.11

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注

4. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件和短信等开发者服务。截止到2018年9月份，极光已经为36.9万移动开发者和99.1万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近174亿，月度独立活跃设备近10.3亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



华北地区数据咨询

胡畅达: hucd@jiguang.cn

华东、华南地区数据咨询

Oliver: jianghh@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用:

marketing@jiguang.cn