

2016年

中国网页游戏行业

研究报告



研究方法

报告数据的收集和分析主要有以下方式：桌面资料搜集、企业财报整理、行业专家访谈，以及艾瑞数据产品。同时采用了在线问卷调查方法，对电子竞技行业产业链及商业模式进行研究而获得。

艾瑞行业研究方法说明

1、行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。

桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。

艾瑞获得一些公开信息的渠道：

- 政府数据与信息
- 相关的经济数据
- 行业公开信息
- 企业年报、季报
- 行业资深专家公开发表的观点

2、市场发展预估研究部分主要采用桌面研究、行业访谈以及数据的模型化推算的方法：

通过桌面研究及访谈获取市场运行相关数据。

对基础数据进行合理化推算，并依据评估模型和行业经验曲线对数据进行回归和预测。

在上述数据流程进行的同时，艾瑞咨询会对影响未来市场发展的关键因素进行评估，并根据评估情况对预测数值进行调整与修正，最终获取市场预测数值。

概念定义

网络游戏：

英文名称为 Online Game, 又称“在线游戏”, 简称“网游”。通带以个人电脑(PC)、平板电脑、智能手机等载体为游戏平台, 以游戏运营商服务器为处理器, 以互联网为数据传输媒介, 必须通过广域网网络传输方式(Internet、移动互联网、广电网等) 实现多个用户同时参与的游戏, 以通过对于游戏中人物角色或者场景的操作实现娱乐、交流为目的的游戏方式, 具有可持续性的个体性多人在线游戏。

PC客户端游戏：

简称端游, 是需要电脑上安装游戏客户端软件才能运行的游戏。包括角色扮演类多人在线网络客户端游戏 (MMORPG) 和休闲竞技类平台客户端游戏。

PC浏览器游戏：

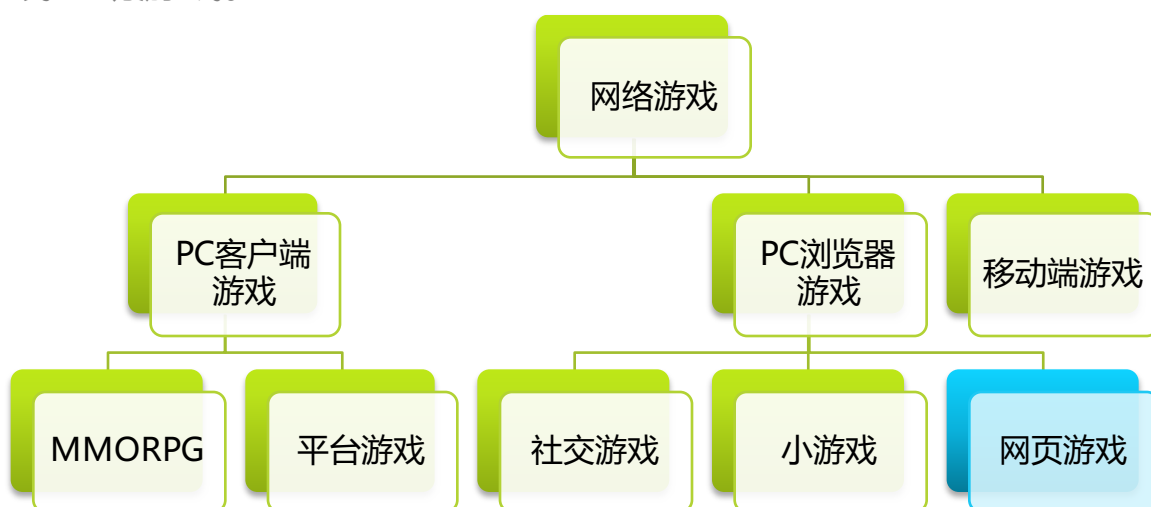
又称为 Browser Game、无端游戏, 指可以直接通过互联网浏览器玩的网络游戏。包括社交游戏、小游戏和网页游戏。

移动端游戏：

指运行在移动终端上的游戏软件。移动终端又称移动通信终端, 是指在移动中使用的计算机设备, 广义概念包括手机、笔记本电脑、平板电脑、POS机、车载电脑等, 现主要指的是智能手机和平板电脑。

网页游戏 (本报告主要研究内容)：

又称 Web Game, 简称页游, 指基于 Web 浏览器的网络多人在线互动游戏。



中国网络游戏行业发展现状

1

中国网页游戏行业发展现状

2

中国网页游戏行业典型企业

3

中国网页游戏行业发展趋势

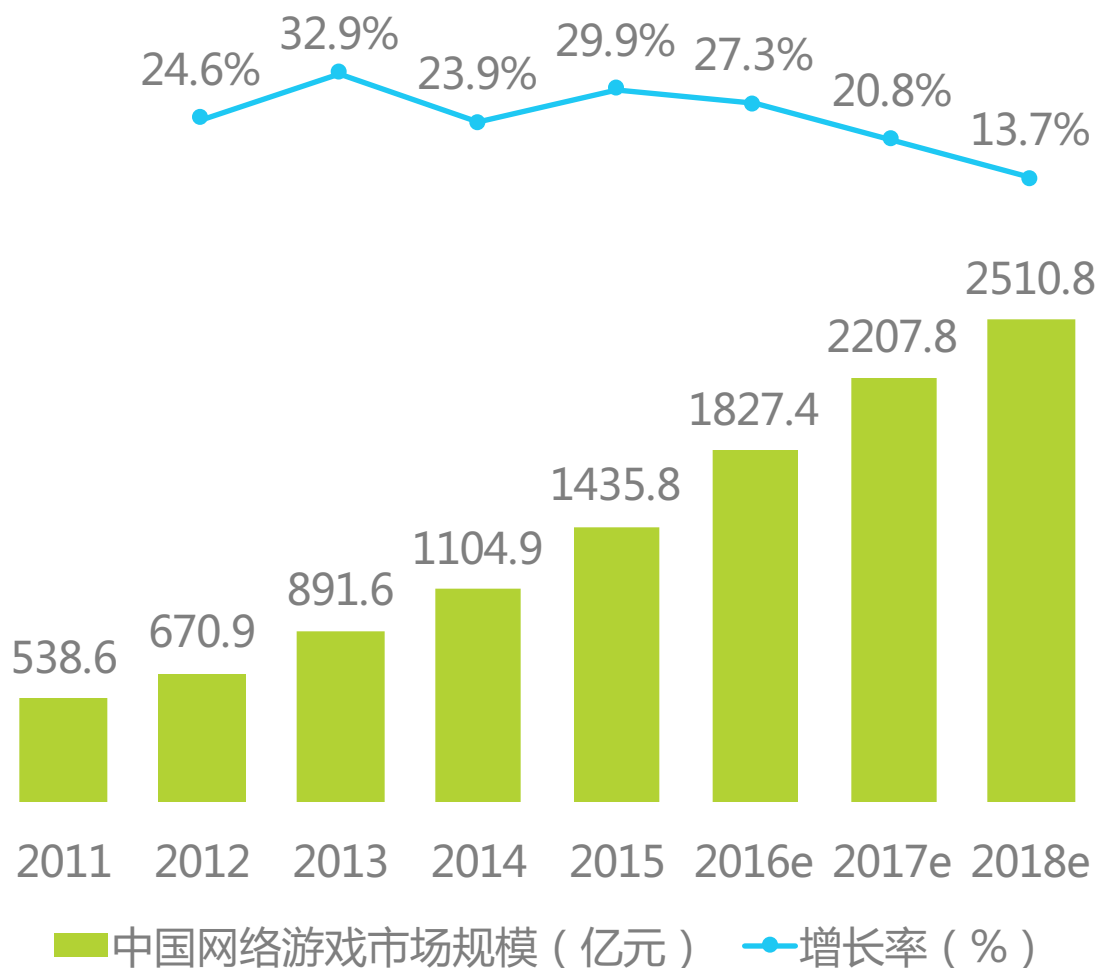
4

网游市场规模：稳步上升，预计2017年突破2000亿

中国网络游戏市场规模继续上升，主要得益于三个方面：1、从硬件上看，光纤网络和移动4G网络的全面普及为网络游戏的发展提供了良好的硬件设施；2、从需求上看，人民生活水平快速提升，人们对娱乐的需求越来越重；3、从企业经营来看，创新型的商业模式与运营模式为行业带来更多渠道。

同时，随着人口红利的逐步用尽，网络游戏市场规模增长率逐渐下降，预计将在2020年左右进入平台期。

2011-2018年中国网络游戏市场规模



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2015年网络游戏相关报告中做出调整。

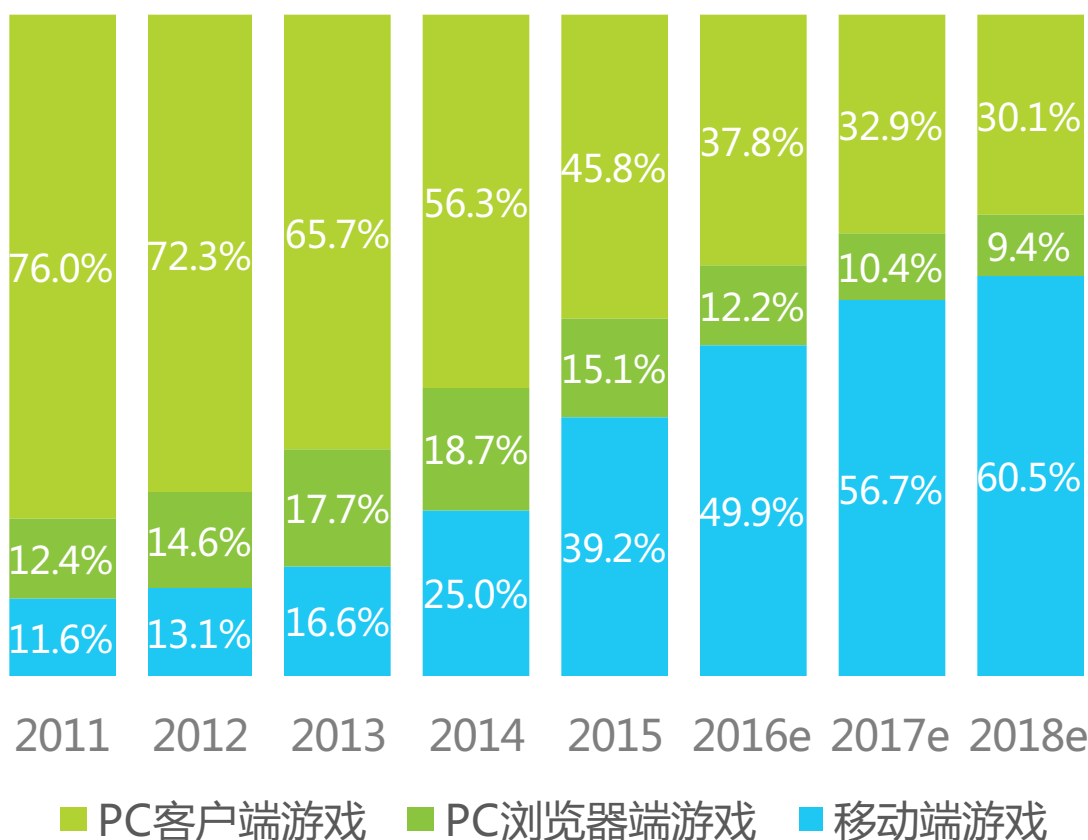
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

网游产业结构：手游成主要增长动力，页游提前进入冷静期

2015年手游市场规模相对2014年增长超过100%，推动游戏行业规模突破1400亿的同时，手游份额也增长至39.2%，端游份额自今年跌落50%以下，手游成为推动网络游戏行业增长的主要动力，手游市场份额预计将在2016年超过端游。

浏览器游戏的份额自2015年开始下滑，并预计于2018年跌破10%。以浏览器游戏中的页游为例，2011年 - 2014年的页游用户规模极速发展与游戏本身质量提升速度的不对等消耗了人口红利，吸引用户的同时没能留住用户。导致页游在遭遇手游侧面包抄时流失大量用户，提前进入冷静期，研运商们开始返璞归真专注提升游戏质量。

2011-2018年中国网络游戏产业细分



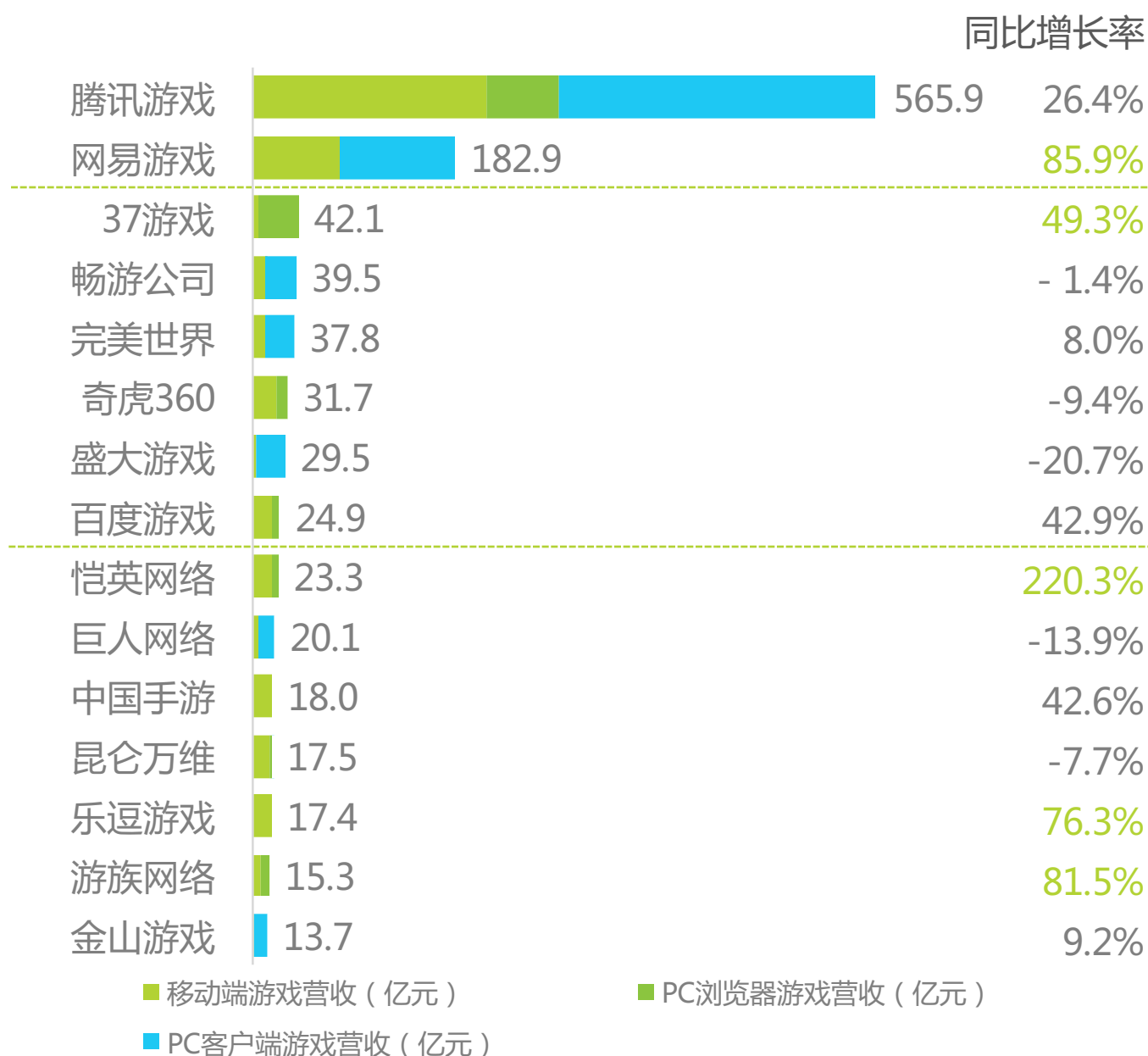
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2015年网络游戏相关报告中做出调整。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

网游上市企业：头部优势缩小，呈现多元化发展

除了老牌的端游企业腾讯、网易以外，越来越多的页游及手游企业进入榜单形成第二、第三梯队，缩小与头部企业的差距。从总体上来看，增长率都有一定程度下滑，部分企业出现负增长。由移动游戏的爆炸式发展带来的网络游戏泡沫逐渐被消化，中国网络游戏渐渐进入以产品质量、游戏体验为主的精品化时代。

2015年中国网络游戏上市企业营收 Top15



注释：1. 营收统计仅包含上市公司在网络游戏行业的营收；2. 营收统计均采用税前收入进行计算。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国网络游戏行业发展现状

1

中国网页游戏行业发展现状

2

中国网页游戏行业典型企业

3

中国网页游戏行业发展趋势

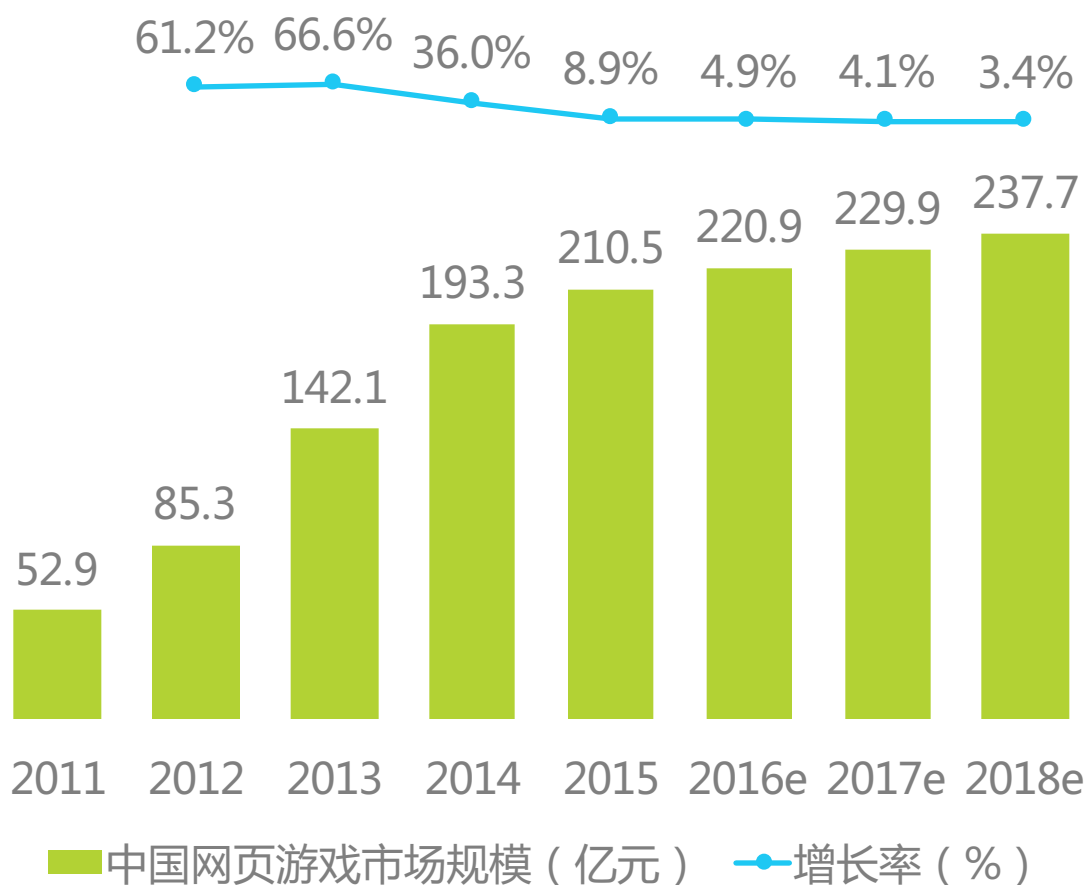
4

页游市场规模：爆发式增长过后，进入冷静期

中国网页游戏市场规模增长率在2013年达到顶峰，后逐年下降，2015年起增长几乎停滞，有以下几个原因：

- 质量与流量的发展不对等。非游戏流量平台的加入让流量提升了一个量级，然而游戏质量上并没有大的提升，部分企业投机性严重，短时间内推出大量换皮产品洗量，导致“劣币驱逐良币”的现象，阻碍了市场的健康发展。
- 人口红利利用尽。页游产品的宣传规模和营销手段已经覆盖到了几乎全部潜在玩家，市场可拓展空间有限。
- 手游产品的涌现冲击了页游的市场份额。

2011-2018年中国网页游戏市场规模



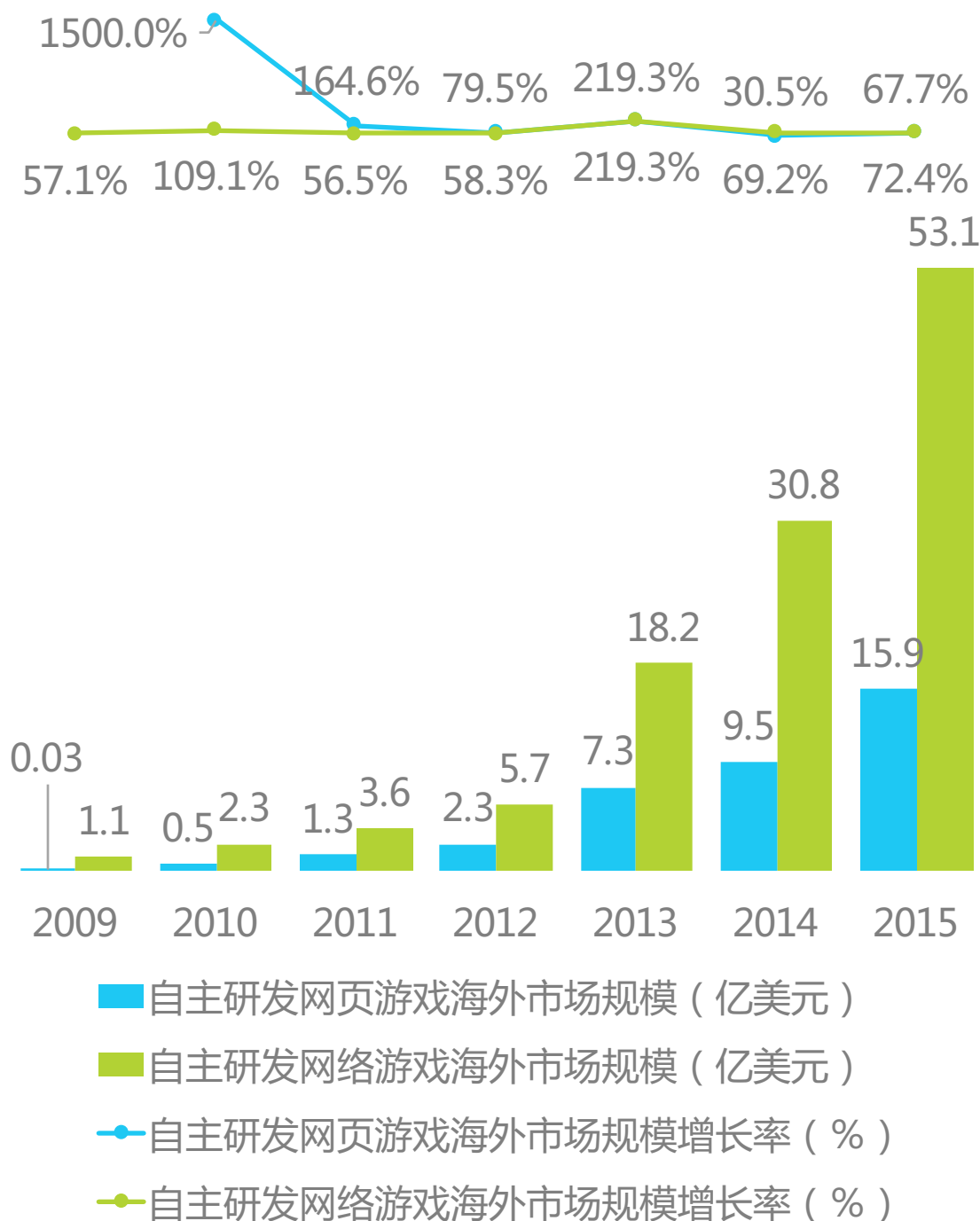
注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，中国网络游戏企业在港澳台及海外网络游戏市场获得的总营收。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

页游海外市场规模：海外增长明显快于国内

中国网页游戏海外市场规模增长率明显高于国内市场，海外市场还有很大潜力。

2009-2015年中国网络游戏海外市场规模



来源：GPC IDC and CNG 《2015年中国游戏产业报告》。

2015—2016年页游行业大事记



1月

2015年1月 - 11月 广州创思（9377页游）两度求嫁均未成功。一嫁：2014年12月，山水文化拟以30亿收购广州创思，然而由于山水文化丑闻不断——借款纠纷、信息披露违规、管理混乱、使用个人账户等问题接连被查出。广州创思终止了此次收购。二嫁：2015年8月，德力股份拟以25亿收购广州创思。2016年2月，德力股份宣布，由于广州创思涉嫌侵犯著作权一罪案件仍在调查中，德力股份决定终止与其的重大资产重组事项。



4月

2015年4月 畅游2亿美元转让第七大道和2家海外子公司。



5月

2015年5月 由白鹭时代主办的“HTML5游戏生态大会”在北京国际会议中心举行。



8月

2015年8月 顺网科技与37游戏达成战略合作伙伴关系，将在游戏运营、大数据营销、资源联合、运营经验分享以及用户服务展开合作。顺网科技是领先的网吧平台服务商，并投资了慈文传媒集团，拥有影视作品和改编的优先权。37游戏拥有多年网页游戏平台运营经验。双方此次合作的达成，有利于双方进一步提升整体运营效率，将对各公司游戏业务运营产生积极的影响。



2015年8月 37游戏参与收购日本著名游戏制作开发和销售公司SNKP。SNKP开发过《拳皇》、《侍魂》等经典游戏产品。



12月

2015年12月 研发商墨麟集团挂牌新三板，2014年净利润8000万。



1月

2016年1月 游族页游《女神联盟2》全球公测，林志玲代言。



2月

2016年2月 游族网络收购游戏研发商青果灵动。青果灵动是《大战神》、《黑暗之光》等知名页游的研发商。



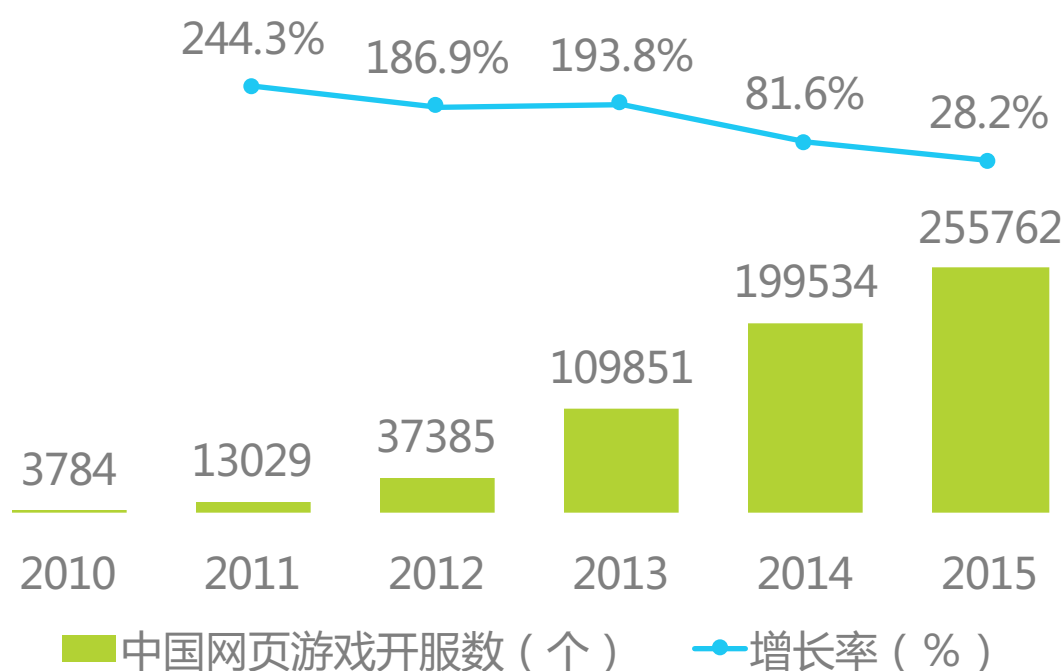
3月

2016年3月 页游《琅琊榜》游戏开发运营上朋万科技挂牌新三板。

页游开服量分析：小幅上升，传统页游平台进行纵向扩张

2015年，中国网页游戏的开服数仍呈上升趋势，但增长率持续下降。总体来讲，页游市场正逐渐趋于稳定。在游戏开服数Top10中，自研自发研运一体的公司占到七席。传统的页游平台纷纷向上发展，通过收购或投资等方式入股研发公司，利用自身运营经验，创作出更受玩家欢迎的产品。

2010-2015年中国网页游戏开服数



2015年中国网页游戏开服数量Top10

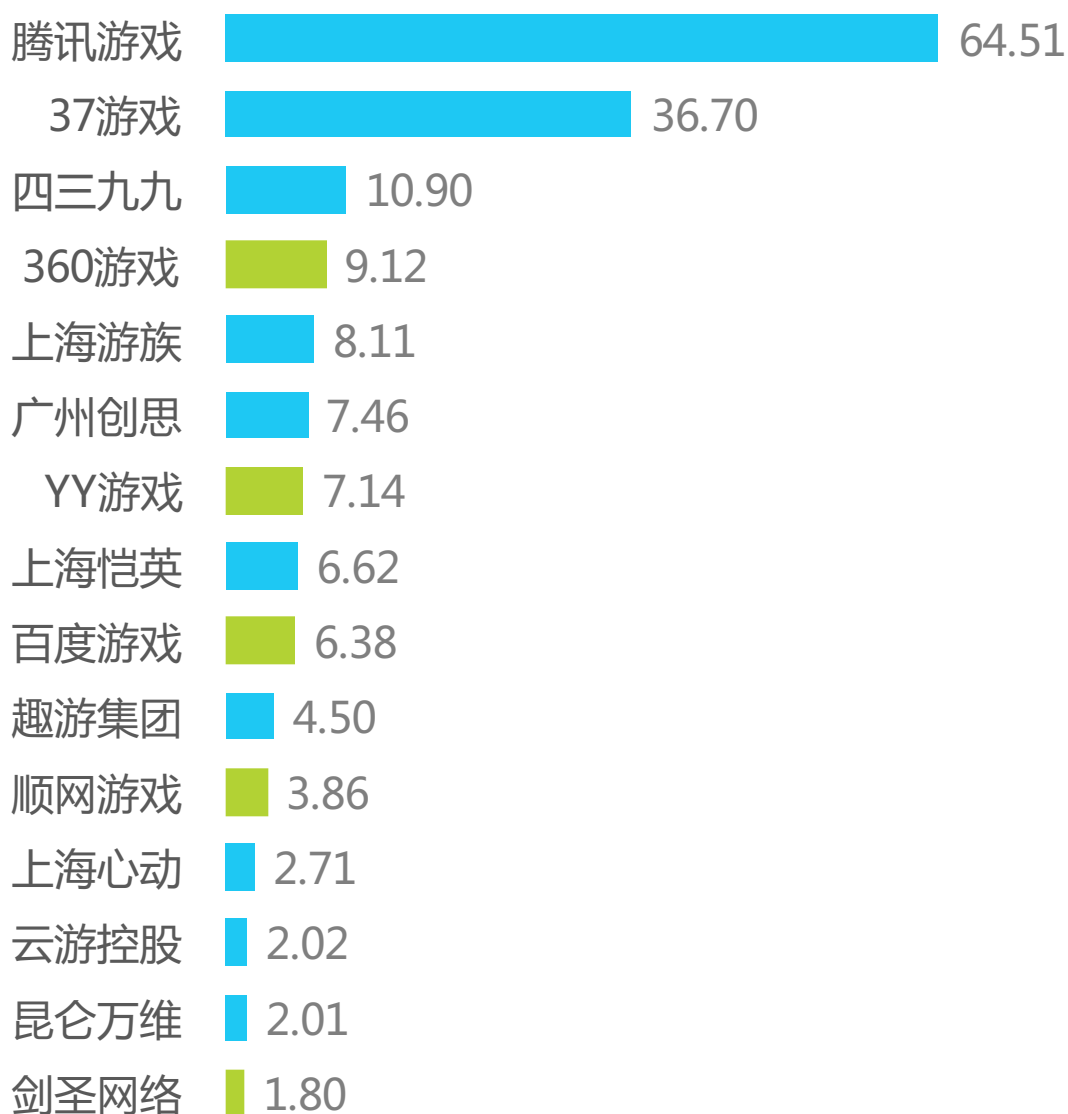
排名	游戏名称	开服数量	研发商	发行商
1	传奇霸业	20586	37游戏	37游戏
2	大天使之剑	11783	37游戏	37游戏
3	天书世界	10500	趣游集团	趣游集团等
4	烈焰	9384	广州创思	广州创思
5	雷霆之怒	7193	广州创思	广州创思
6	斩龙传奇	6733	上海重剑	上海恺英等
7	花千骨	6521	上海君游	PPS等
8	魅影传说	5954	广州创思	广州创思等
9	七杀	5184	广州4399	广州4399
10	莽荒纪	5088	风云互动	乐都网等

注释：因为统计口径不一致，腾讯游戏平台的开服数不在统计范围内。
来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

页游厂商分析：头部集中，自研自发自成主流

腾讯游戏凭借庞大的自有流量继续领跑网页游戏研运商排行。Top15的企业中，包括腾讯游戏，37游戏在内，有10家为研发运营两手抓的综合型页游企业，其余5家企业为页游运营商。

2015年中国网页游戏研运商营收Top15



■ 页游运营商营收 (亿元)

■ 综合型页游企业营收 (亿元)

注释：1.网页游戏研发商营收核算中仅包含该企业在页游研发或运营方面的收入，不包括手游、端游及其他部分的收入。2.网页游戏企业营收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。

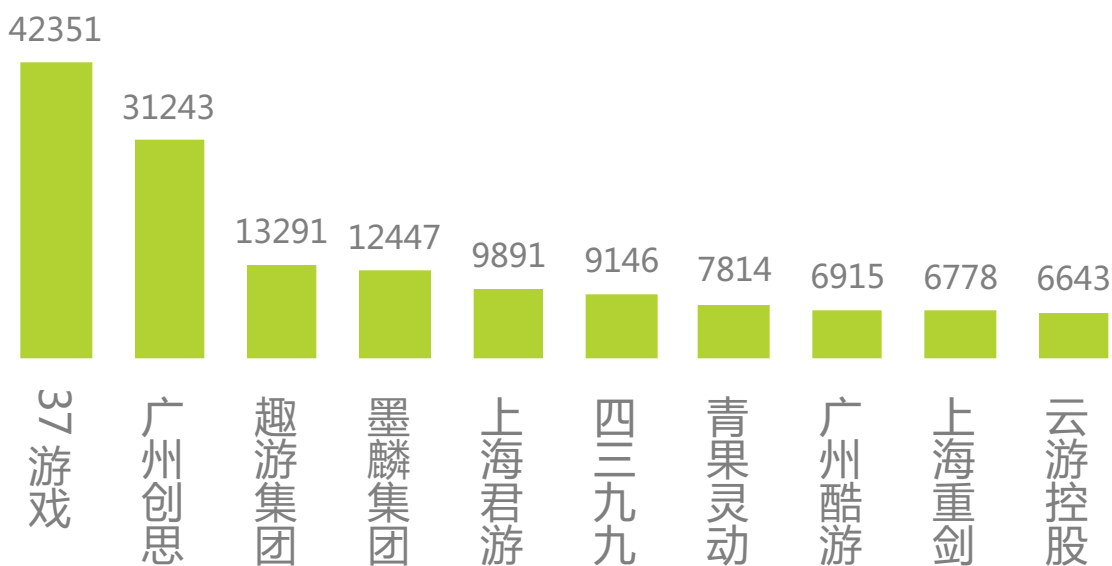
来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

页游厂商分析：头部集中，有较大的长尾市场

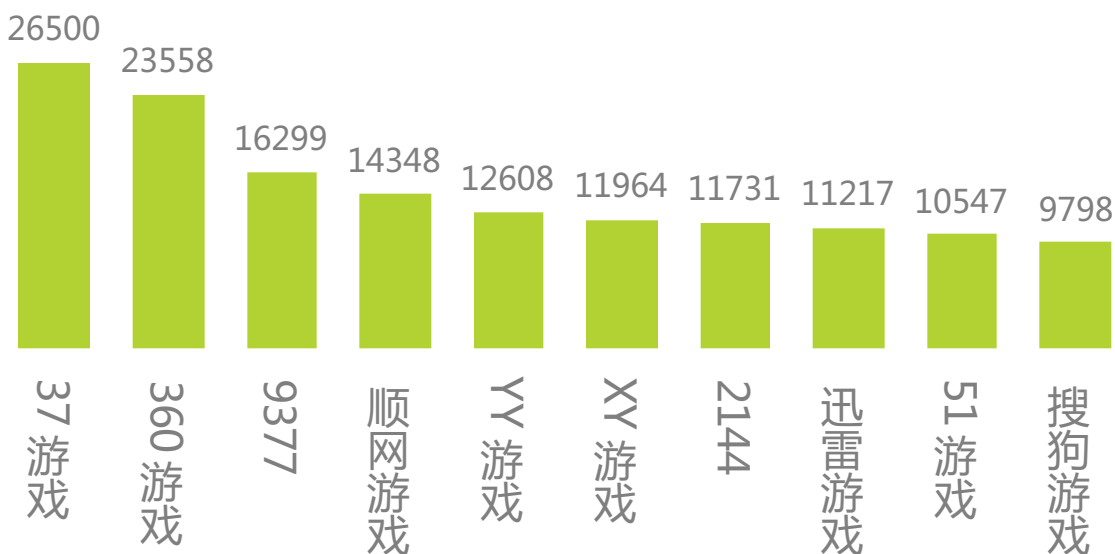
研发商开服数中，头部企业差距较大。从第三名开始差距逐渐缩小，有较大的长尾市场。运营商的开服数递减较为平缓，与2014年相比，变化不大。

37游戏凭借自研自发的《大天使之剑》和《传奇霸业》两款页游的出色表现分别占据研发商和运营商开服数Top1的位置。

2015年中国网页游戏研发商开服数Top10



2015年中国网页游戏运营商开服数Top10



注释：因为统计口径不一致，腾讯游戏平台的开服数不在统计范围内。
来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

页游产品分析：风格单调，题材丰富

角色扮演类游戏霸屏

角色扮演类游戏在页游游戏类型分布中占的比例逐年上升，2015年达到了93%的占比，霸屏严重。

93%

写实类风格占大多数

市场上大多数页游都是传奇类换皮产品，导致游戏在美术风格上非常单一，91%的产品是写实类风格。

91%

88%

2D画面依旧是主流

画面方式的分布相对而言比较稳定，近3年2D的占比都是在72%徘徊，3D和2.5D的占比则比较平均，分别是15%和13%

72%

即时制为主要战斗方式

即时制战斗以其节奏快、方便上手的特点，贴合页游玩家的需求，2015年88%的页游都采用了即时制战斗模式。

88%

魔幻
37.74%

其他
2.30%

体育
1.05%

奇幻
4.31%

玄幻
5.48%

神话
7.18%

历史
9.47%

游戏题材分布

仙侠
11.41%

武侠
11.04%

三国
10.02%

注释：某类游戏占比 = 该类游戏款数 / 总页游款数
来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

页游明星产品 - 经典传奇IP大作《传奇霸业》



>>>> 经典传奇类游戏



作为37游戏近两年的王牌页游，《传奇霸业》由37游戏旗下的极光网络自主研发，获得了盛大游戏正版的《传奇》IP授权。主打**原汁原味的“传奇”体验**，希望以优质的画面和流畅的战斗体验吸引《传奇》的真爱粉们。

>>>> 自家平台优势 + 明星强势宣传



《传奇霸业》利用**自家平台优势**，常年占据37.com首位，保持高曝光率。

启用明星代言，通过电视端广告、网页弹窗广告等方式360度全方位覆盖用户。

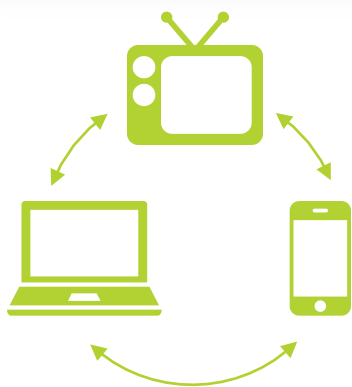
开辟明星服务器，充分利用明星的影响力来提高用户黏度。

页游明星产品 - 网文影视IP大作《花千骨》



>>>> 2015年中登场的黑马之作

上线20天流水**破五千万**
2015年总流水约**3.15亿**
次日留存率在**20%**以上
累积活跃用户达**3800万人**



>>>> 电视电脑手机三屏联动

游戏与影视剧同时上线，手游、页游发行商均为爱奇艺PPS游戏，在多地同时宣传两款游戏。保证了产品的**流量**。



>>>> 原著IP与影视IP双授权

原著作者亲自操刀游戏改编，保证游戏剧情**质量**。

中国网络游戏行业发展现状

1

中国网页游戏行业发展现状

2

中国网页游戏行业典型企业

3

中国网页游戏行业发展趋势

4

研运一体典型企业案例

- 37游戏

15年，37游戏在游戏业务上继续夯实基础，巩固页游运营、发力自主研发、拓展手游研运，在海外市场也做得风生水起，将37游戏的品牌推广到全球。

同时，37游戏积极推进**泛娱乐产业的布局**，购买了大批优秀IP，并计划进军直播、影视、动漫和VR等领域。37游戏正围绕“平台化、全球化、泛娱乐化”的发展战略，逐步扩张商业版图，成为一家**全面发展的互动娱乐公司**。

泛娱乐

- **购买优秀IP**，如《琅琊榜》《天堂2》《航海王》等；
- **扶持潜力CP**，投资上海极光网络、成都朋万等研发商，发布海外“雏鹰养成”计划；
- **引入优质产业投资者**，如奥飞动漫，芒果传媒等；
- 与听听网络、星皓影业、Archiact达成战略合作协议，**布局直播、影视、动漫和VR产业**。

海外扩展

- 37GAMES **国际**平台；
- **泰国**市场的GMTHAI平台，**韩国**市场的PUPUGAME平台，在当地的页游市场份额排名第一；
- 入股韩国无极娱乐，参与收购**日本**游戏公司SNK。

手游研运

- **自主研发**《热血高校》《大天使之剑：魔界版》（研发中）
- **发行**《苍翼之刃》《天将雄师》《三打白骨精》等市场大作；

页游运营

- 2015年在页游市场的份额超**17%**
- 自主运营37.COM等运营平台，国内累积注册用户超过**4.8亿**；
- 代运营2345游戏中心等；

页游研发

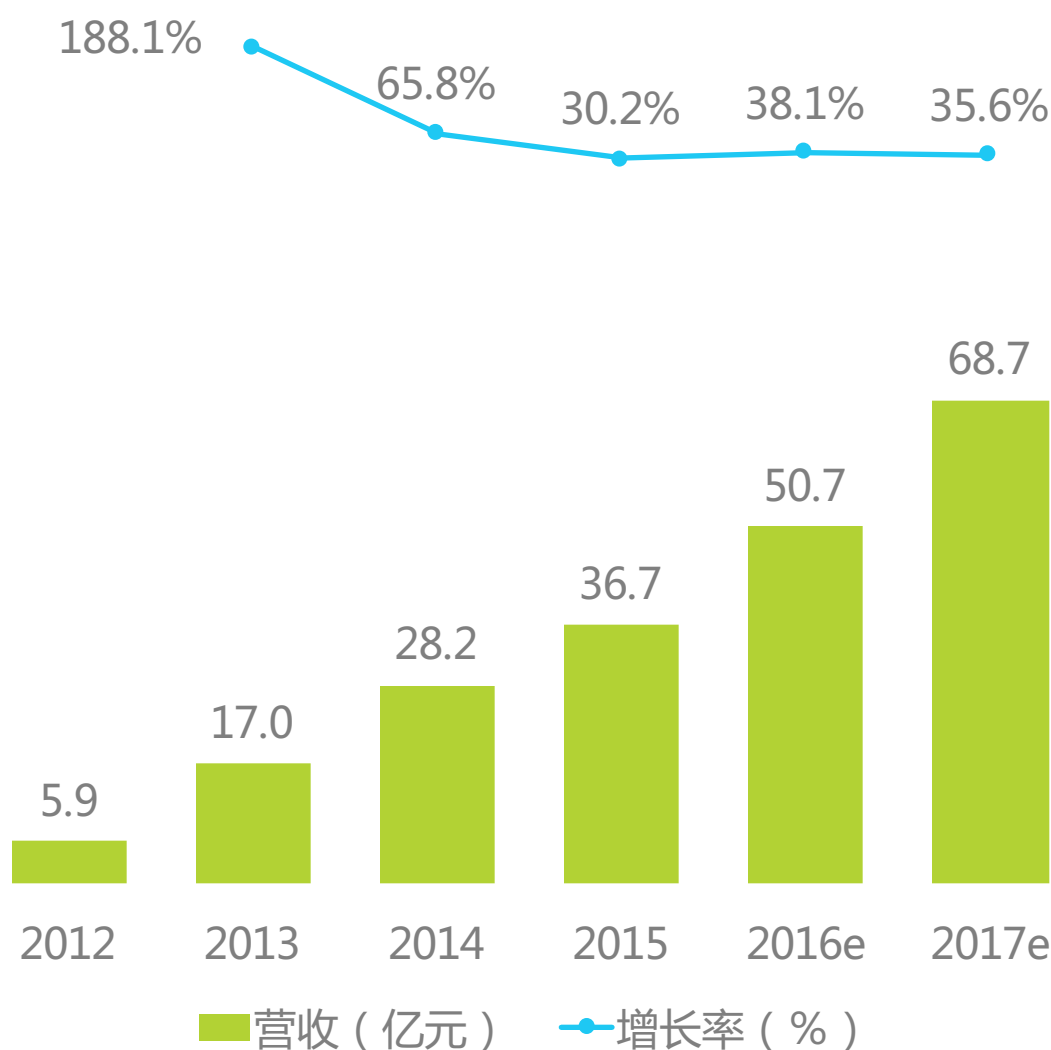
自主研发的《传奇霸业》《大天使之剑》等产品受到广泛关注，斩获**多项业内大奖**。

研运一体典型企业案例

- 37游戏

2015年37游戏网页游戏部分的营收约36.7亿元。同比增长率为30.2%，高于页游行业的整体增长率。在平台运营和游戏发行方面，是除腾讯系页游平台以外的最大网页游戏运营平台；在游戏研发方面，自主研发的两款页游表现优异，领跑2015年页游市场。表现出了**平台的规模化、精细化运营和精品化研发**的优势。

2012-2017年37游戏网页游戏营收



来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

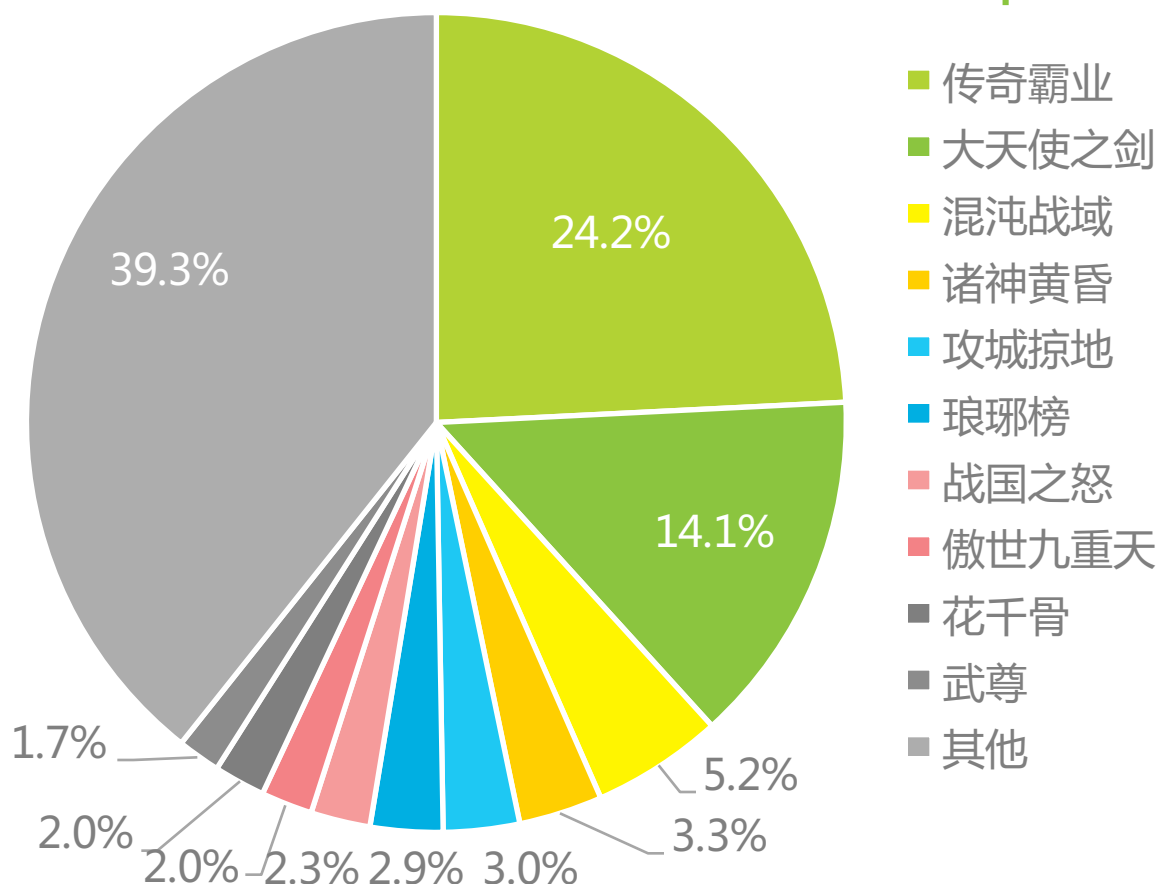
研运一体典型企业案例

- 37游戏

2015年37游戏平台开服游戏产品中，自主研发的两款游戏 - 《传奇霸业》和《大天使之剑》占比较重，超过四成。这一方面是由于两款游戏在质量、用户留存率、用户付费率上的确优于其他游戏，另一方面，由于是自研产品，37游戏能够**从研发和运营两方面双管齐下，拉长自研页游产品的生命周期**，更好的控制游戏运营的节奏。

除此以外，其他游戏开服数均较为平均，头部集中度总体来讲较低，有较大的长尾市场。艾瑞分析认为，37游戏平台虽然不是自有流量平台，但目前拥有较稳定的流量来源和渠道，庞大的数据量会让37游戏根据游戏的特点，为产品匹配合适的宣传和导流渠道，精准覆盖目标用户群。因而游戏头部集中度较低，**用户群体的游戏行为更加丰富**。

2015年37游戏平台开服游戏产品Top10



来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

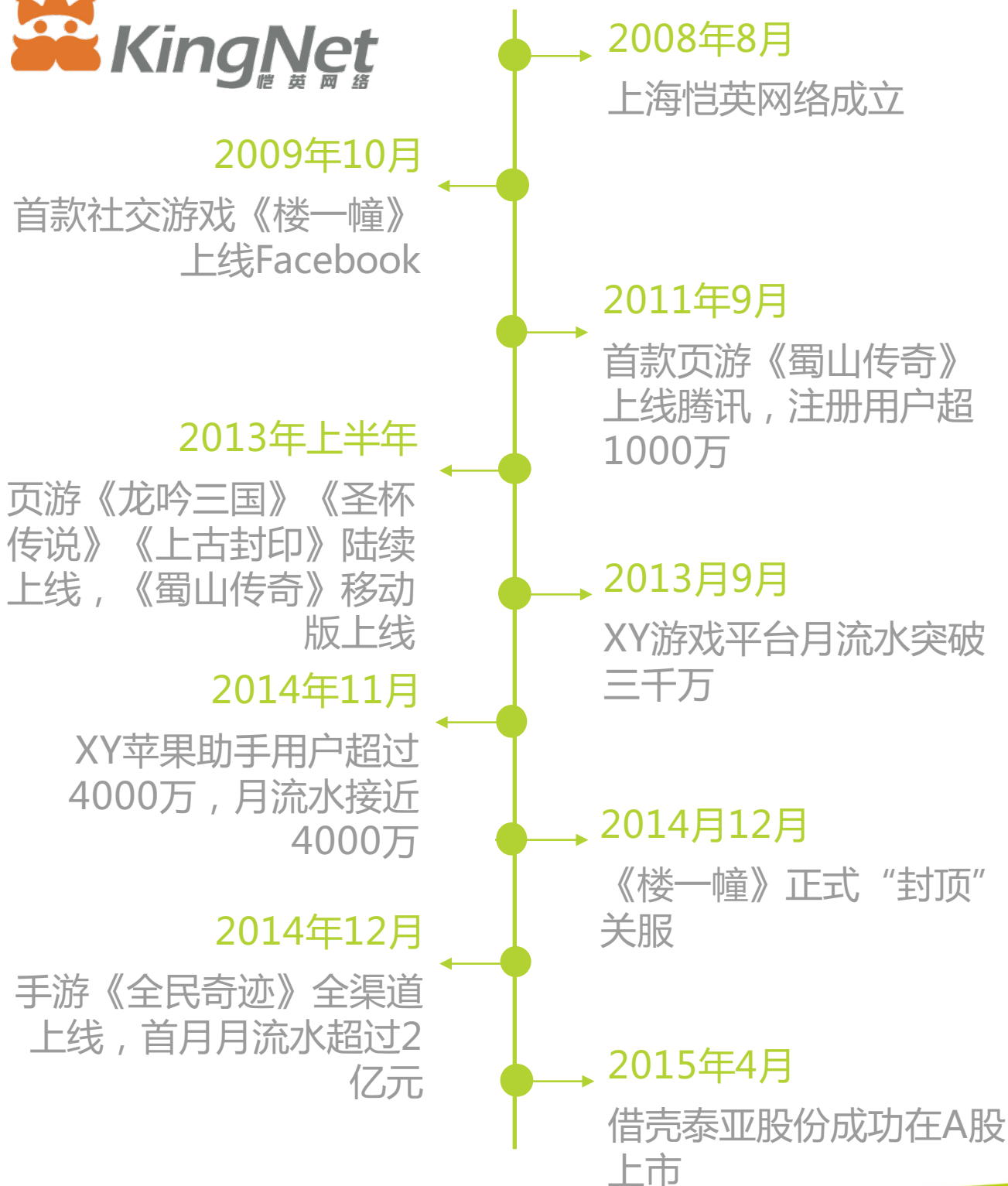
拥抱手游典型企业案例

- 恺英网络

恺英网络自2008年成立至今，经历了从社交游戏到网页游戏，从网页游戏到手机游戏的**两次重要转型**。现阶段，恺英网络一方面运营页游平台XY游戏，一方面逐渐将主营业务中心转移到手游研运，推出了XY苹果手机助手和《蜀山传奇》、《全民奇迹》等多款自主研发手机游戏。



KingNet
恺英网络

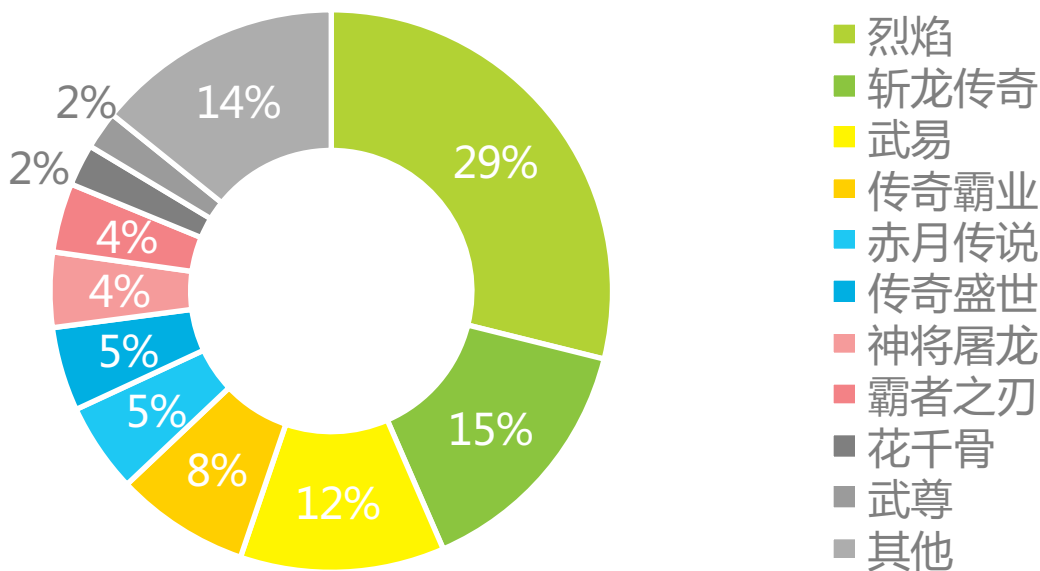


拥抱手游典型企业案例

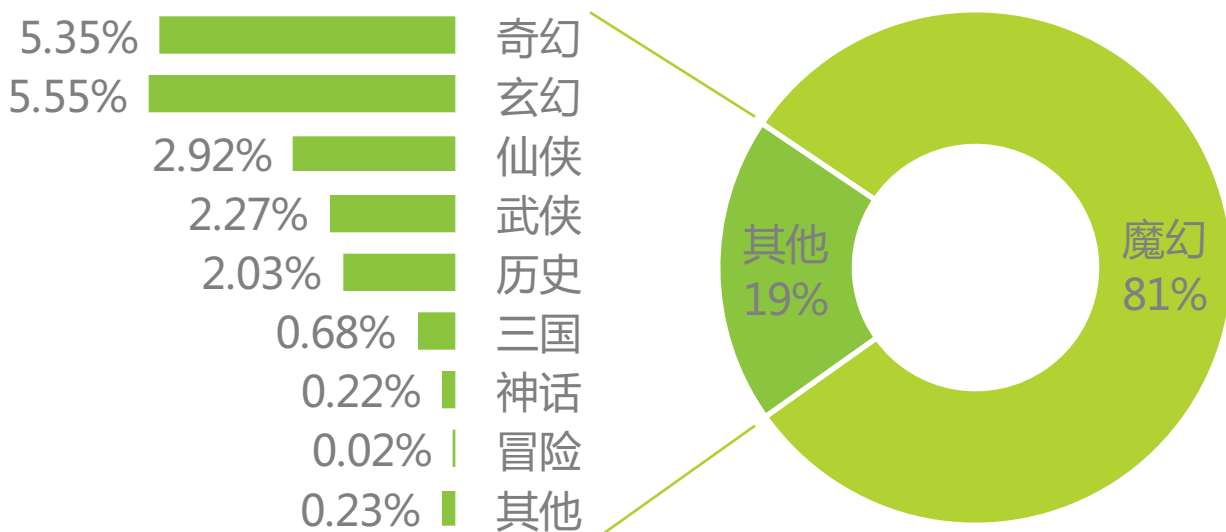
- 恺英网络

2015年XY平台开服头部集中度较高，开服Top10游戏占总开服数的86%。游戏题材上以魔幻为主。艾瑞分析认为，XY游戏平台作为一家非自有流量的页游联运平台，鉴于平台上游戏曝光位及流量导入的数量限制，XY平台更倾向于**把有限的资源投入给表现更好的游戏**，相比做全做大，XY平台更专注于深挖魔幻游戏领域。

2015年XY平台开服游戏产品Top10



2015年XY平台开服游戏类型Top10



来源：综合企业财报，9K9K公开数据及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

专注研发典型企业案例

- 青果灵动

青果灵动作为一个拥有核心研发技术的团队合作型公司，组织结构较为简单。以自主研发的跨平台3D游戏开发引擎Fancy3D为核心，针对不同游戏成立多个研发工作室，来迅速灵活的应对市场变化。

1个发行团队，负责对接游戏的发行运营等商务合作

《黑暗之光》《大战神》等10余款游戏

1

1个引擎团队，负责游戏开发引擎Fancy3D的研发和维护

1

8个独立的手游页游研发团队，基于Fancy3D引擎进行游戏研发

8

10

部分产品出口至22个国家和地区

22



中国网络游戏行业发展现状

1

中国网页游戏行业发展现状

2

中国网页游戏行业典型企业

3

中国网页游戏行业发展趋势

4

中国网页游戏行业的挑战

便携轻量的移动游戏抢占了页游玩家的游戏时间

手机产业的成熟和4G网络的普及优化了手机用户的使用体验，各种应用类软件井喷式发展，在提高用户生活品质的同时加强了用户对手机的依赖性，进一步带动了移动游戏的发展。

移动游戏凭借硬件的便携性和游戏本身轻量级重娱乐的特点抢占了玩家的游戏时间。



电竞游戏通过视频直播等方式占用玩家的屏幕空间

游戏直播的兴起，让以英雄联盟为代表的电竞游戏吸引了很多非电竞玩家的关注。通过观看直播，既能欣赏学习高手的游戏技巧，也能打发时间。相较自己上手，观看电竞直播及比赛显得更为轻松。



中国网页游戏行业的机会

知识产权（IP）合理运作能为页游加把火



IP类产品容易顺势而火，打造现象级产品

IP产品可以从影视、动漫和游戏等不同产业同时发力，相互借势营销，形成规模效益，打造现象级产品。



IP类产品的页游用户获取成本远低于无IP的产品

IP产品因为本身具备一定的知名度，可以减少游戏宣传初期的广告成本。



各企业纷纷引进优秀IP

以37游戏、腾讯游戏为首的各大游戏厂商均将IP运作提上议程。通过购买和与优质CP合作等方式，争先恐后的抢占IP市场。

已在巨人的肩膀上， 然后呢？



IP并不是万能药

诚然IP自身携带的各种光环属性能为产品的前期推广省下很多力气，但用户留存还是要取决于产品本身的质量。也就是说，IP只是为产品裹上了一层糖衣，玩家愿不愿意吃下这颗安利还是看游戏品质。

中国网页游戏行业的机会

海外页游市场潜力巨大



目前海外页游市场处于稳步发展期，借助在国内市场丰富的运营经验，中国游戏正逐渐走向世界。

2015年中国自主研发的网页游戏在海外市场的收入超过90亿人民币，同比增长近70%。

与此同时，国内厂商也在积极引进海外优秀的游戏产品，或与有实力的海外CP联合开发优质IP。在技术层面上相互交流学习，形成良好的产业生态链。



法律声明

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，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，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

艾瑞咨询介绍：

艾瑞咨询成立于2002年，由杨伟庆发起创立，致力成为中国大数据时代下最佳互联网收视率及消费者洞察公司。艾瑞咨询以“生活梦想 科技承载”为理念，为客户提供中国市场最专业的互联网相关领域的的数据产品、研究咨询等专业服务，助力客户提高对互联网产业的认知水平、盈利能力和综合竞争力，让互联网的力量点燃中国各个行业。

联系方式：400-026-2099

微信公号：





生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS