
REPORT
ON GAME RESEARCH AND DEVELOPMENT SURVEY
游戏
研发力量调查
移动游戏篇
2020
出品方
www.17173.com

COPYRIGHT STATEMENT

版权声明

- 本书所刊载的内容，包括文字报道、原创图表、版面设计、专栏目录与名称以及内容分类标准等信息，除特别注明外，均归北京畅游时空软件技术有限公司、TalkingData及电愉所有。

- 本书中涉及到的公司信息与游戏信息均由相关公司提供，未经书面许可，任何公司及个人均不得使用相关信息用于商业行为。文中使用的到图片（包括但不限于游戏截图、照片等）等素材，均已获得授权，未经许可不得转载使用。

- 本书数据来源于TalkingData数据中心，未经书面许可，任何公司及个人均不得使用相关信息用于商业行为。

- 本书内容最终解释权归17173所有。

研发力量调查介绍
COOPERATIVE PARTNER

由国内知名游戏媒体17173制作的“游戏研发力量调查报告”始于2004年，是针对中国游戏行业自主研发厂商整体情况的实地走访的普查活动。2006年结合当年的游戏趋势更名为《中国网络游戏研发力量调查报告》，时至今日，为顺应游戏行业发展趋势，面向更多元更国际化的产品和玩家，17173再次将报告调整为《游戏研发力量调查》。报告多次得到了包括音数协游戏工委以及超过100家游戏研发厂商的大力支持，同时受到政府监管部门和社会各界的极佳赞誉，为中国网络游戏研发行业的发展做出了应有的贡献。

2020年报告由17173联合国内知名数据服务商TalkingData共同打造。报告将分《行业篇》与《用户篇》及《行业专访》三大篇章：行业篇包含移动游戏行业概况、移动游戏营销分析、生命周期模型及营销趋势热点分析；用户篇包含游戏用户画像及游戏用户行为；行业专访包含多位资深游戏人的采访。报告不仅对2020年游戏行业的发展现状和趋势分析与预估，并集合游戏行业2020全年大数据及游戏大热点年度跟踪，分析游戏营销与媒体传播，为行业带来新鲜观点，引领行业创新发展。

2020年游戏研发力量调查报告

【用户篇】

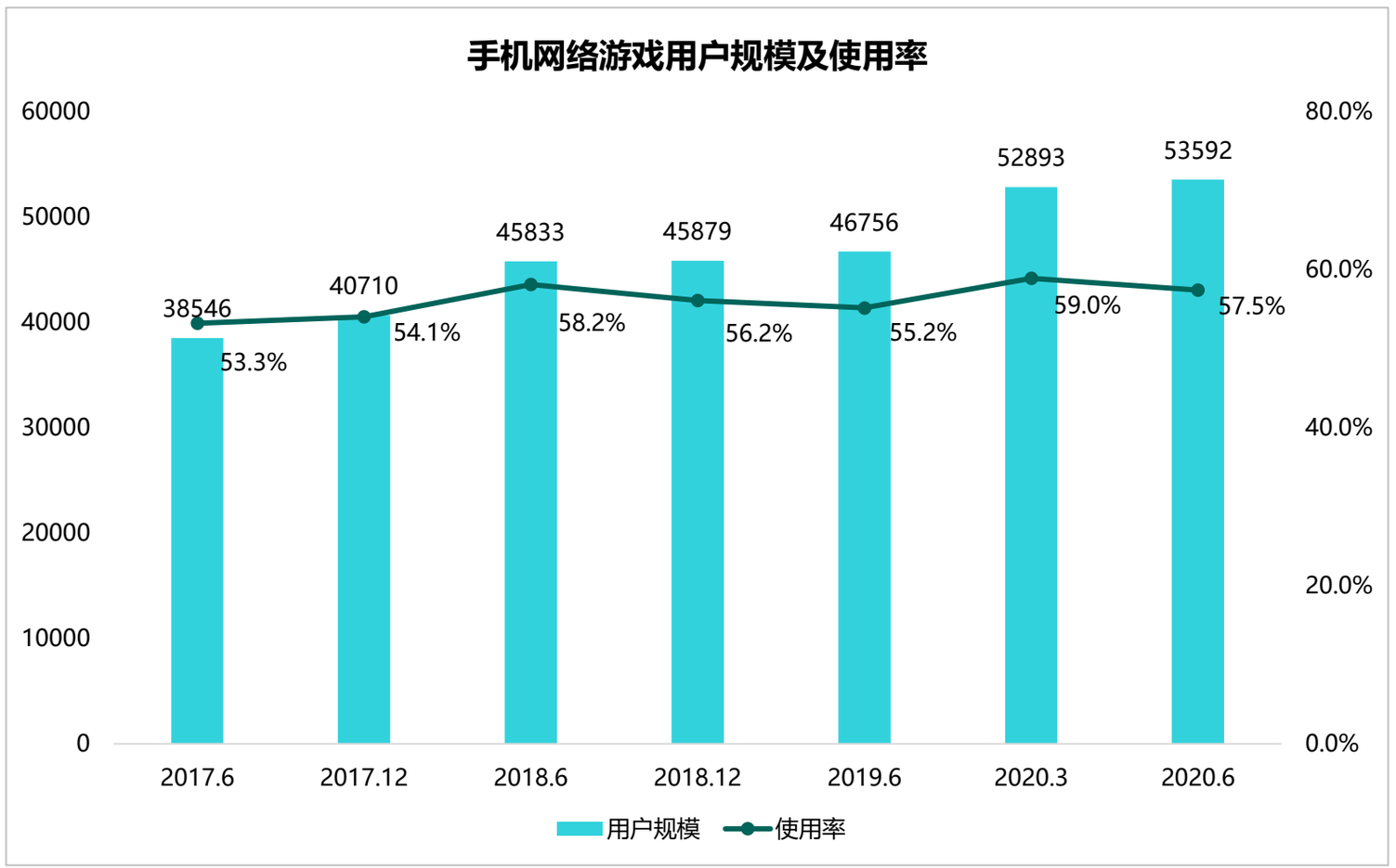
TalkingData

注：以下报告内容为精简版，完整版将于2021年3月正式推出，敬请关注。

手机网络游戏用户规模达5.36亿，使用率已接近饱和

CNNIC数据显示，截至2020年6月，中国手机网络游戏用户规模达5.36亿，同比增长14.6%。上半年受疫情影响，手机网络游戏作为娱乐需求，吸引了更多用户，因此上半年用户规模同比增长较为明显。

从使用率变化情况来看，手机网络游戏的使用率自2017年起始终维持在50%~60%，已经接近饱和状态，因此，老用户的留存变得更为重要，产品需要通过各类运营活动维持老用户的活跃。



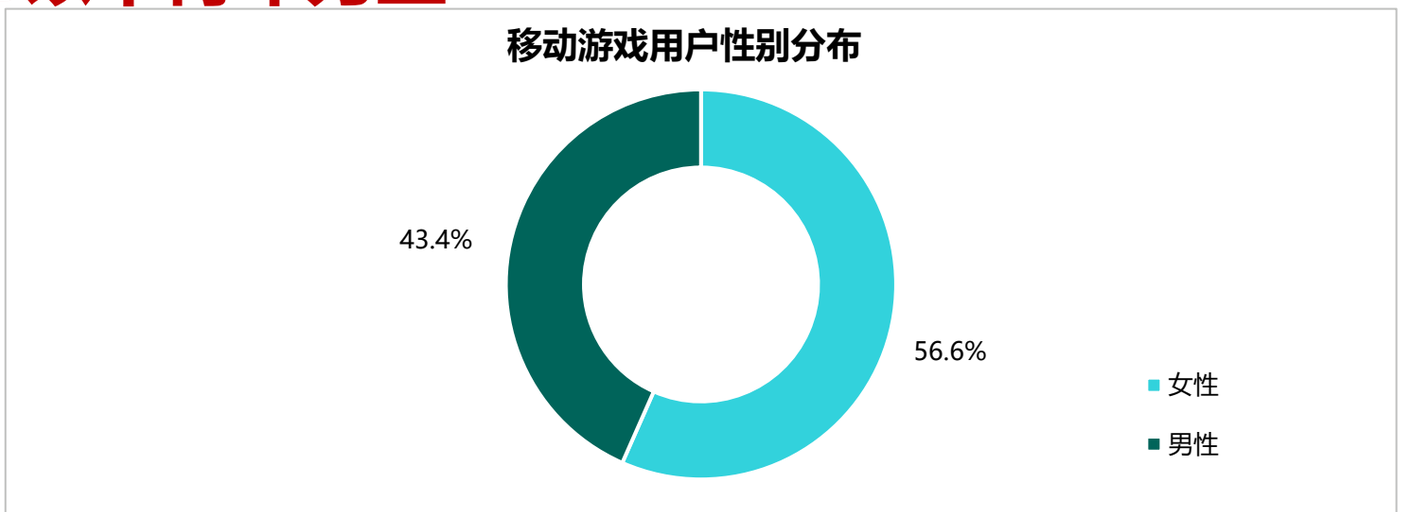
注：使用率为手机网络游戏用户占手机网民的比例。

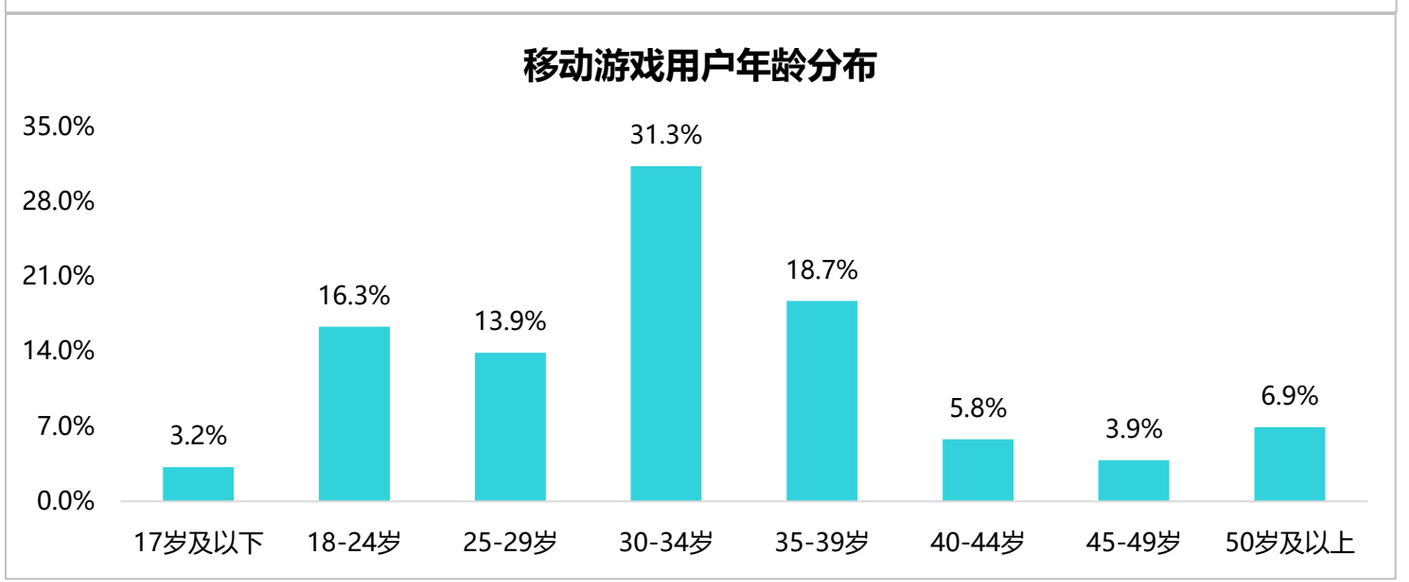
数据来源：CNNIC

女性用户占比近六成，年龄分布以中青年为主

移动游戏用户中，女性用户占比近六成，较男性用户多13.2%。市场中的多个女性爆款游戏展示出女性用户的消费潜力，女性向游戏这一细分市场仍有待进一步挖掘。

从移动游戏用户的年龄分布来看，18至39岁的中青年用户占比80.2%，是移动游戏的主要用户群体。

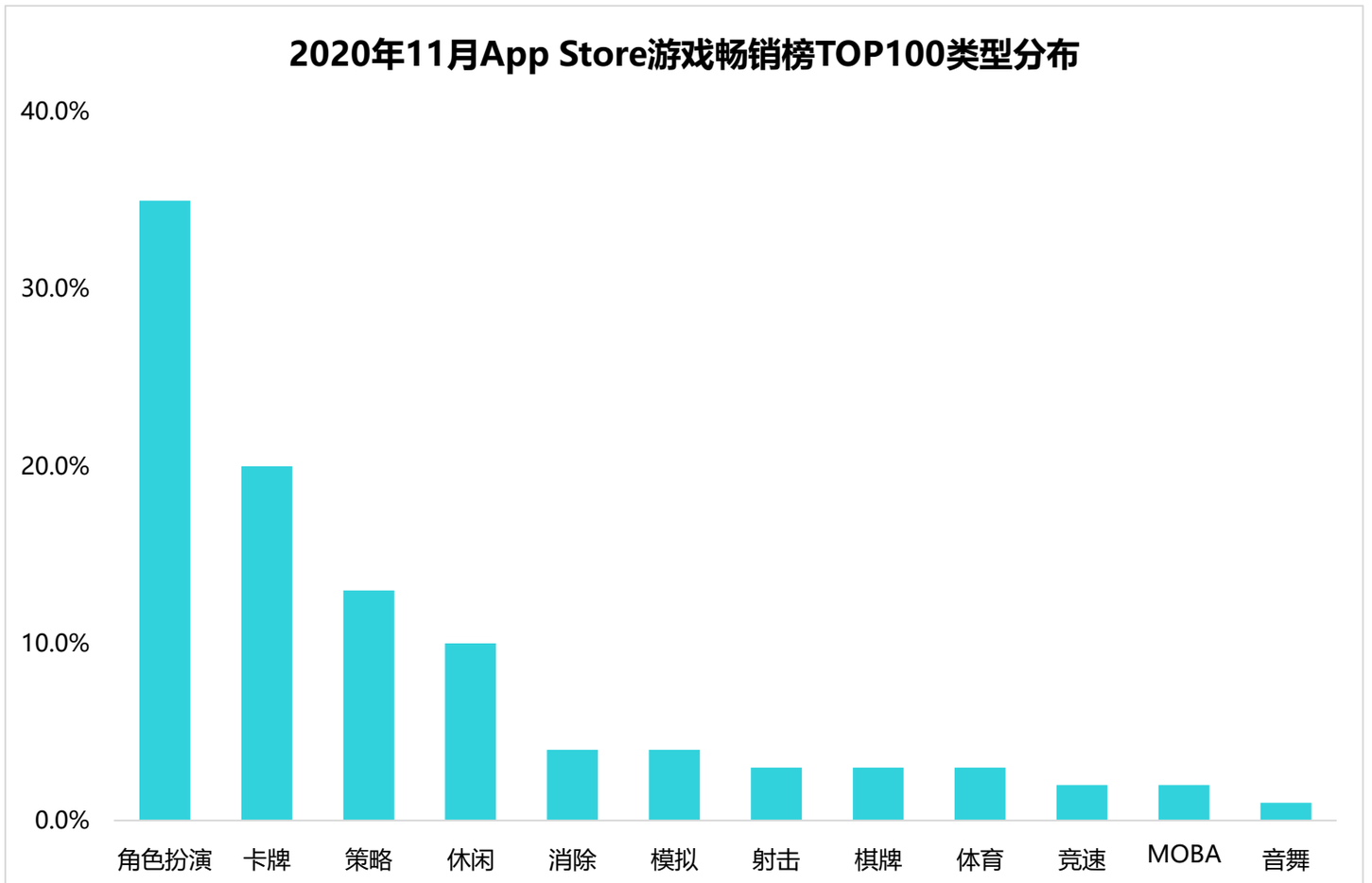




数据来源：TalkingData，2020年9月-2020年11月

数量占比近七成，用户更喜欢角色扮演、卡牌和策略游戏

角色扮演游戏一直是游戏市场中热门类型，从经久不衰的《梦幻西游》《问道》等，到近两年较为火爆的《原神》《天涯明月刀》等，这一类型展现出长久的生命力。此外，卡牌游戏和策略游戏也在市场中占据较大份额，从2020年11月App Store游戏畅销榜TOP100类型数量分布情况来看，角色扮演、卡牌和策略游戏累计占比近七成，是用户较为喜欢的游戏类型。

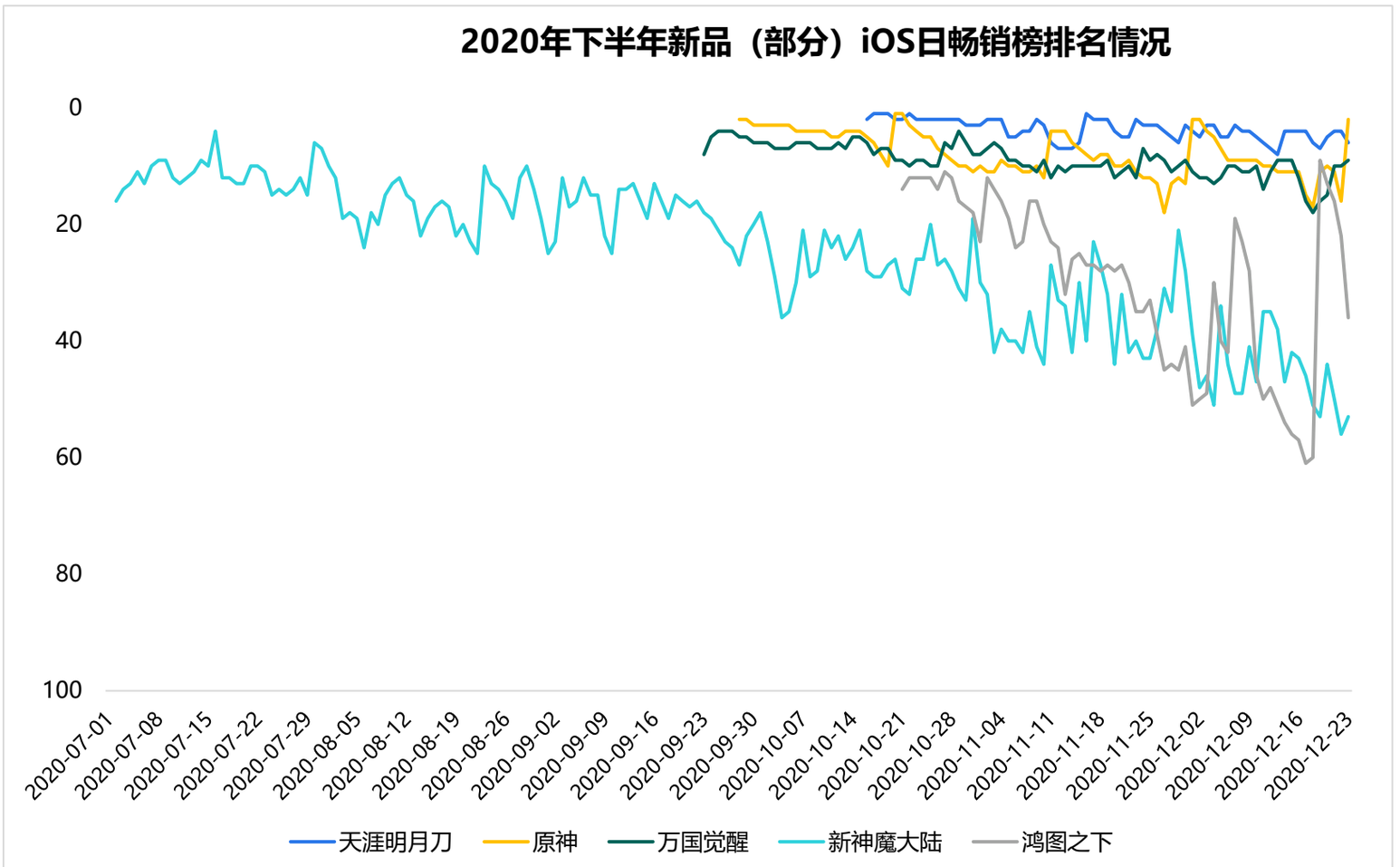


数据来源：TalkingData根据2020年11月App Store游戏畅销榜TOP100整理

下半年多款新品表现良好，类型主要为角色扮演类和策略类

2020年下半年，市场中涌现出多款表现良好的新品，产品类型依旧集中在用户喜爱的角色扮演类和策略类游戏中，如《原神》、《天涯明月刀》、《万国觉醒》、《新神魔大陆》、《鸿图之下》等。从这些新品的iOS日畅销榜排名情况可以看出，产品自上线后排名始终保持在TOP100以内，在众多新品中表现较为突出。从iOS日畅销榜排名的变化情况来看，《原神》、《天涯明月刀》和《万国觉醒》的排名较为稳定，自上线后排名一直在TOP20以内，而《新神魔大陆》和《鸿图之下》的排名则变化较大，需要通过活动运营来阶段性的提升排名。

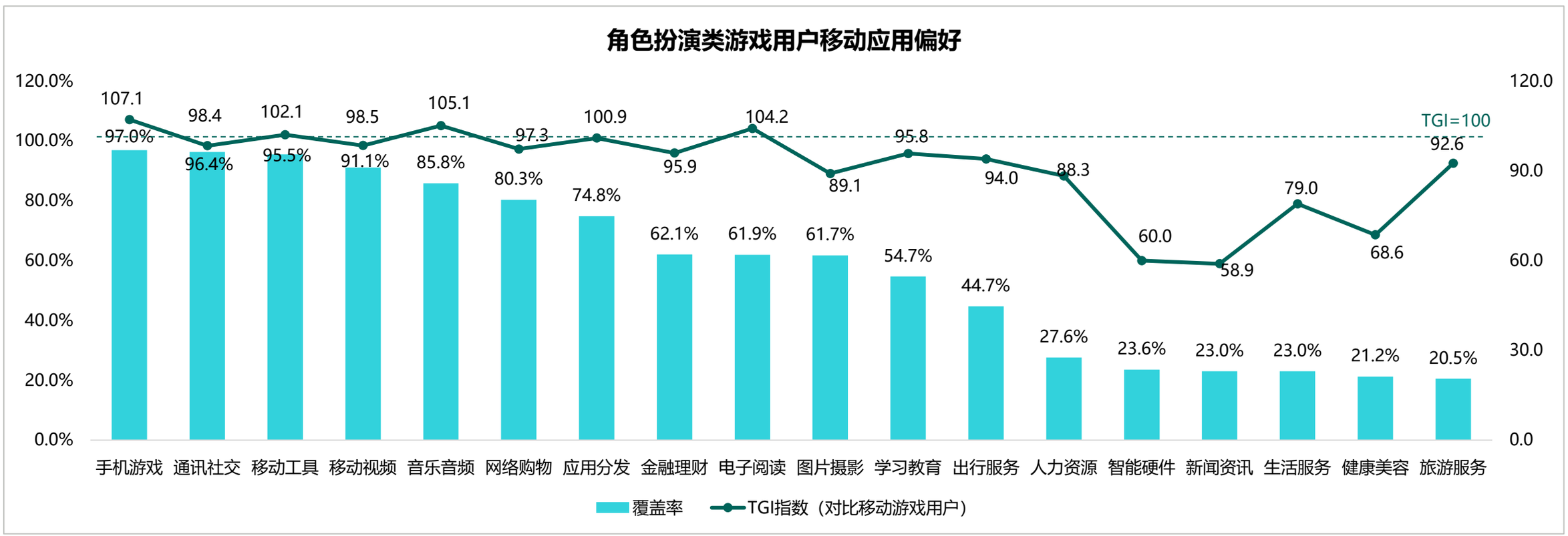
从这些新品来看，涵盖武侠、二次元、三国等多种题材，都是中国游戏用户接受程度较高的游戏题材。



数据来源：TalkingData根据App Store游戏畅销榜整理

角色扮演类用户除了玩游戏外，还喜欢听歌、阅读

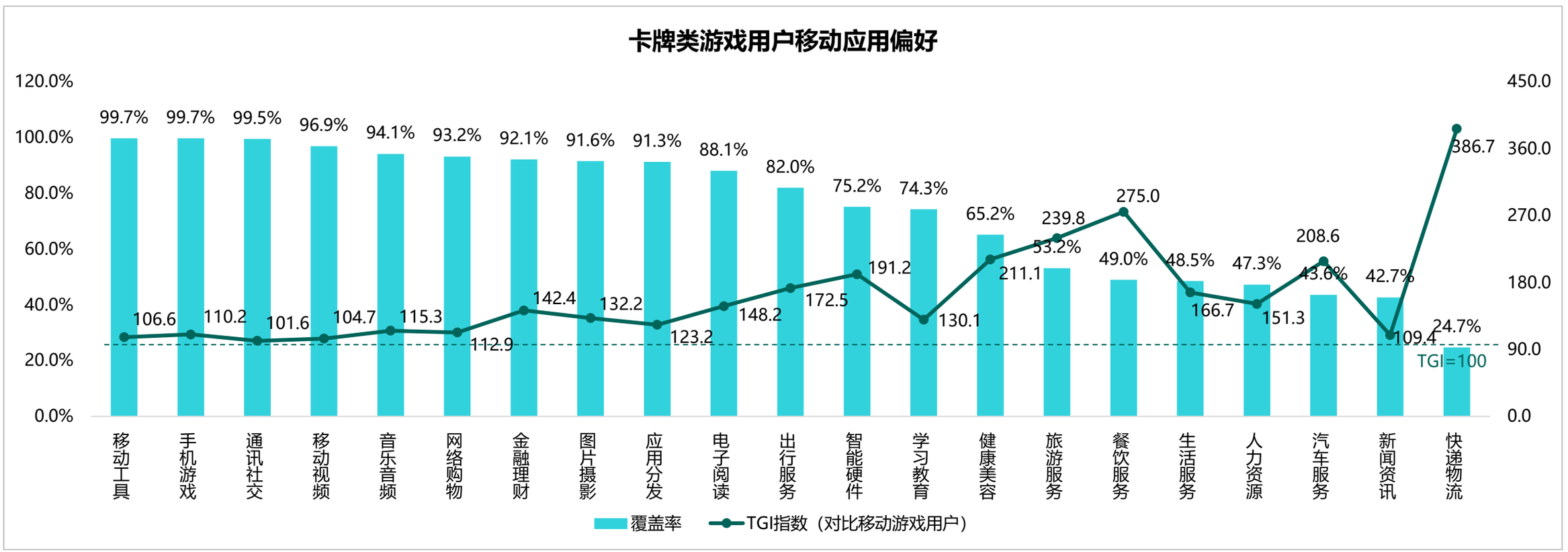
相较于移动游戏用户，角色扮演类游戏用户除了玩游戏之外，对于音乐音频类应用和电子阅读类应用的也有较高的偏好度，听听歌、看看小说、漫画，也是他们放松自己的重要方式。



数据来源：TalkingData，2020年9月-2020年10月

卡牌类用户更爱上网，经常“收快递”“订外卖”以及“出去玩”

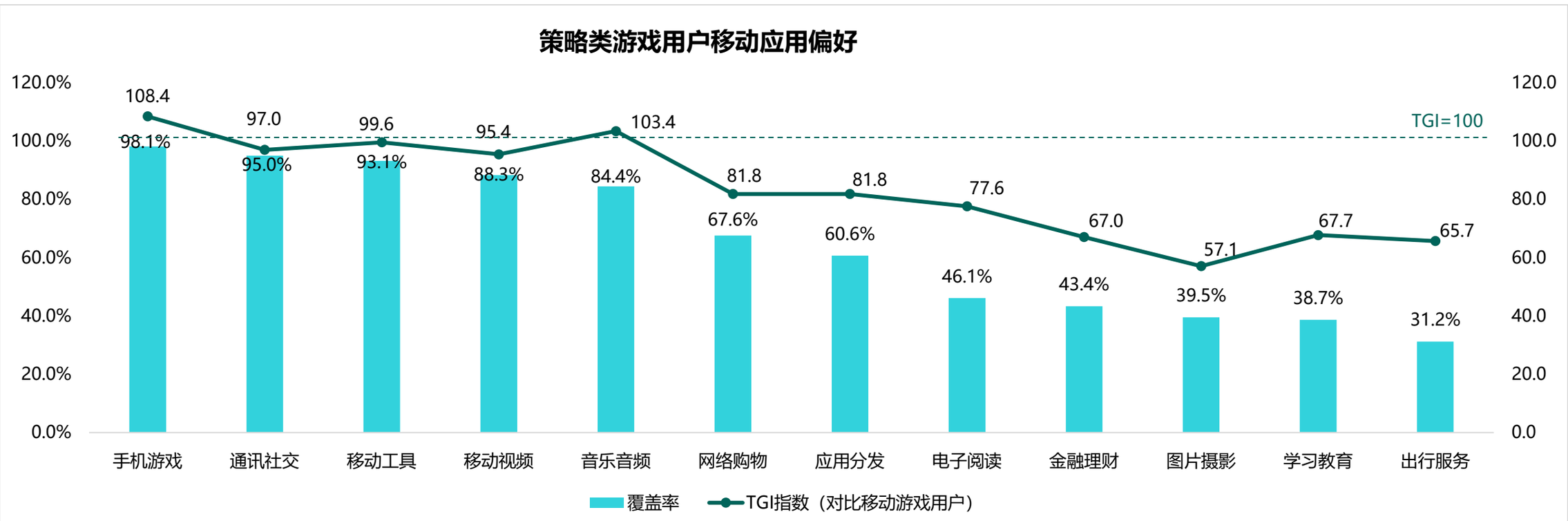
相较于移动游戏用户，卡牌类游戏用户更爱上网，对各类APP的覆盖率均高于移动游戏用户。从TGI指数来看，卡牌类用户对快递物流、餐饮服务和、旅游服务偏好明显，说明他们经常“收快递”“订外卖”以及“出去玩”。



数据来源：TalkingData，2020年9月-2020年10月

策略类用户不爱上网，但喜欢听小说

策略类游戏用户相较于移动游戏用户，对于各类移动应用的偏好度较低，除游戏外，仅音乐音频类应用的TGI指数超过100，其中荔枝FM等电台类应用的TGI指数达到195.2，听小说、听故事是策略类游戏用户的主要偏好。

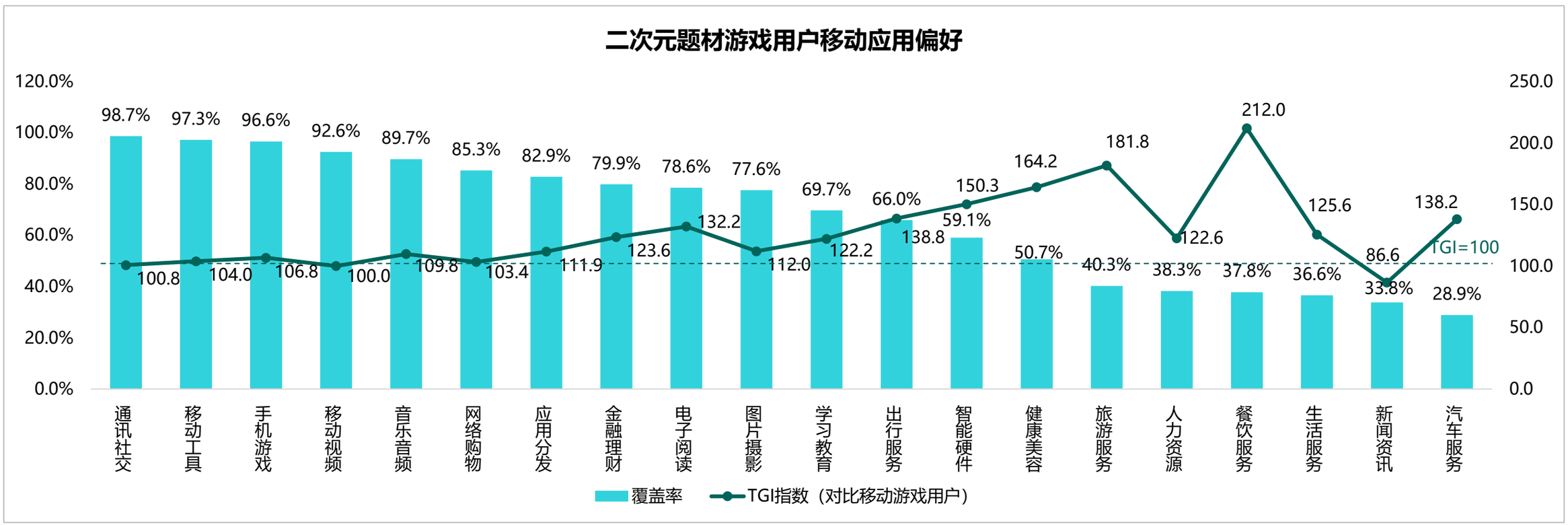


数据来源：TalkingData，2020年9月-2020年10月

二次元用户喜欢“订外卖”“出去玩”和“健身”，不爱“看新闻”

二次元题材游戏用户相较于移动游戏用户对于大部分类型的应用偏好度都更高。从TGI指数来看，他们对餐饮服务、旅游服务和健康美容的偏好都更为明显， 点点外卖、出门转转，有空再去健个身，是他们的生活常态。

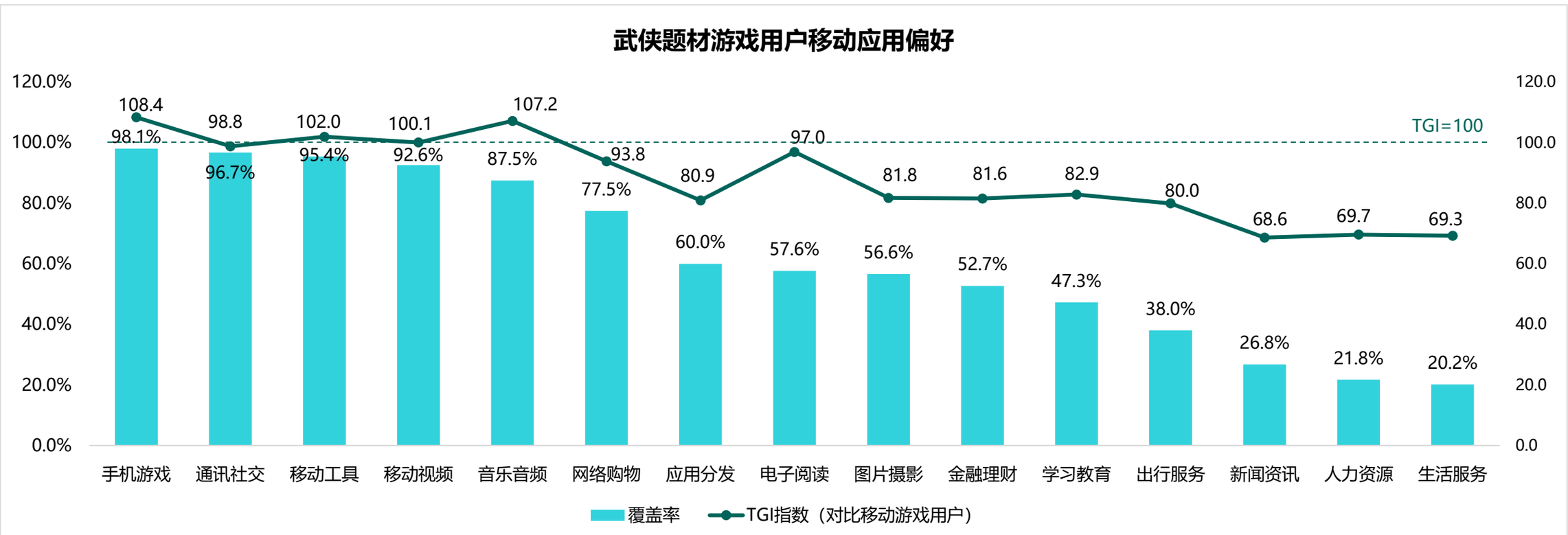
同时，二次元题材游戏用户对于新闻资讯类APP的偏好度较低，TGI指数仅为86.6，该类型用户不爱“看新闻”，日常生活中，他们阅读场景更多集中在社交媒体及各类小说、漫画网站上。



数据来源：TalkingData，2020年9月-2020年10月

玩游戏、听广播是武侠用户最爱的放松方式

武侠题材游戏用户手机游戏类应用的TGI指数为108.4，音乐音频类应用的TGI指数为107.2，在日常生活中，相较于移动游戏用户，武侠题材游戏用户除了更爱玩游戏外，还喜欢听听广播来放松自己。



数据来源：TalkingData，2020年9月-2020年10月

2020年游戏研发力量调查报告

【行业专访】

注：以下报告内容为精简版，完整版将于2021年3月正式推出，敬请关注。

一群SLG资深“爱好者”，给“老炮”做了款游戏

“三国+策略”组合已经泛滥，市场上同类游戏质量参差不齐，除了审美疲劳外，还有口碑危机。制作这类游戏的团队，往往先被打上“只想赚快钱”的标签，即便这当中有认真做游戏的人。

延续经典已有难度，更何况在经典上做出新意？《三国志·战略版》证明了自己。该作将三十四年经典IP延续到了移动端上，实现了口碑与商业的双丰收。

据国外数据研究机构Sensor Tower数据显示，灵犀互娱旗下《三国志·战略版》自今年1月以来收入持续提升。5月在中国区App Store收入达到8540万美元，位居全球手游收入第6；且自去年9月上市以来，该游戏在App Store累计吸金4.91亿美元。《三国志·战略版》已成为全球收入最高的SLG手游。



《三国志·战略版》发行制作人 曾令鹏表示：“我们很明白自己需要什么，也相信有那么一群和我们一样的人，不满足于纯数值对抗的SLG游戏，我们认为存在市场机会。”

完整专访请扫描
右侧二维码观看

《黎明之海》周然：我们跟《盗贼之海》不一样

除了改进方向与计划之外，周然还特别提到了《黎明之海》与经典航海游戏的区别。不少玩家将《黎明之海》与《盗贼之海》、《刺客信条：黑旗》联系到一起，甚至有人希望开发团队能够将这些经典航海游戏中的部分特色玩法“搬到”《黎明之海》中。

能站在巨人肩膀上借鉴经典元素，确实会省时省力不少，但对于“拿来主义”，周然并不认可，关于这点他有自己的独到见解——要做最契合《黎明之海》定位的特色玩法，在融合的基础上做创新，不在内容上妥协。

周然认为，《黎明之海》与《盗贼之海》是两种完全不同类型的游戏，前者是MMO，后者是合作竞技游戏，类型的不同会导致在制作初期就走不同的方向和底层，就好比《魔兽争霸3》和



澄海3C，虽然背景和题材一样，但玩法完全不同。而《黎明之海》确实无法做到《盗贼之海》那种战斗形式，游戏方式也完全不同。

完整专访请扫描
右侧二维码观看

合作伙伴介绍
COOPERATIVE
PARTNER

17173成立于2001年，是中国游戏行业领域最具影响力的垂直媒体平台之一。为游戏玩家提供导购、资讯、攻略、论坛等全游戏生命周期内的一站式服务，为游戏发行商提供综合营销解决方案，是面向游戏玩家、运营商、发行商的矩阵化、多平台媒体业务平台。

17173 在新媒体平台采取矩阵式媒体战略，通过多层次、多角度、多元化、结构化的战略模式，满足不同玩家对于游戏内容的需求。截止目前，17173共收录游戏81533款，覆盖50+主流新媒体/视频媒体平台，已创下多个媒体平台近44.45亿的全网阅读量，视频及短视频播放量突破10.2亿。每月在头部媒体号的上百篇原创内容更能引爆20万以上的玩家互动，产生亿级的玩家生成内容（UGC）。

TalkingData 成立于2011年，是国内领先的第三方数据智能服务商。TalkingData秉承“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，围绕SmartDP（TalkingData数据中台）构建“连接、安全、共享”的数据智能应用生态，致力于帮助商业企业和现代社会实现以数据为驱动力的智能化转型。

作为一家技术型创业公司，TalkingData重点投入大数据、人工智能技术的探索与演进，并与全球顶尖科研机构和创新团队合作，实现国际前沿技术在国内丰富场景上的落地应用。TalkingData提出“成效合作伙伴”模式，并凭借领先的数据智能产品、服务与解决方案，帮助企业从数据中获取商业价值，已在加速金融、零售、互联网、智慧城市等众多行业和领域数字化进程的实践中积累了丰富经验。

合作伙伴介绍
COOPERATIVE PARTNER

游戏客栈以IP资讯、数据分析为内容核心，致力于打通游戏产业、IP运营产业、影视产业、动画产业等泛娱乐相关产业链，在互联网泛娱乐行业取得了广泛的关注和影响力。
2018年推出《女性向游戏人群行为分析报告》，2019年推出《二次元游戏人群行为分析报告》，2020年出品图书《正面管教:孩子的游戏思维管理》，探讨未成年人游戏的利与弊。

电愉成立于2017年，是一家游戏产业媒体。通过深入浅出的产品脉络梳理、注重细节的营销事件回顾、角度独特的行业故事挖掘，输出具有启发性、功能性的行业内容。关注活动宣发的亿点细节，从品类剖析，到社区反响，携大家一同盘算生态衍变的深远影响。

北京动漫游戏产业协会成立于2009年9月，经北京市社会团体登记管理机关核准登记的非营利性社会团体法人，也是北京市民政局审定的5A级行业协会组织。截止目前，协会会员单位涵盖了全国动漫、游戏企业120余家。协会业务主管单位为北京市民政局，业务指导单位为北京市文化和旅游局。每年发表《北京动漫游戏产业发展报告》，同时也是“动漫北京”大型品牌动漫游戏展会的承办方，为动漫游戏产业推广提供展示、交流、合作平台。