

中国游戏IP价值案例研究报告 ——阴阳师

2020年



摘要



2019年中国游戏市场收入规模约 **2939.3** 亿元，同比增长 **17.1%**；移动游戏用户规模约 **6.6** 亿人，PC游戏用户规模约 **4.0** 亿人。



2019年中国在线文化娱乐市场营收规模约 **8335.0** 亿元，IP授权市场营收规模约 **1093.5** 亿元，游戏IP具备充足的发展空间与良好地发展基础。



阴阳师IP围绕“平安世界”的世界观设定，已具备十分丰富的产品矩阵。其总用户规模达 **2.1** 亿人，总市场价值达 **702.2** 亿元。



游戏厂商对于游戏IP的运营应该更加常态化，加强授权业务的资源投入，并组建专业的运营团队，注重游戏IP生命周期的延长和潜在价值的提升。

中国游戏行业发展现状

1

中国游戏IP化发展现状

2

典型游戏IP运作案例及价值评估

3

游戏IP化前景展望

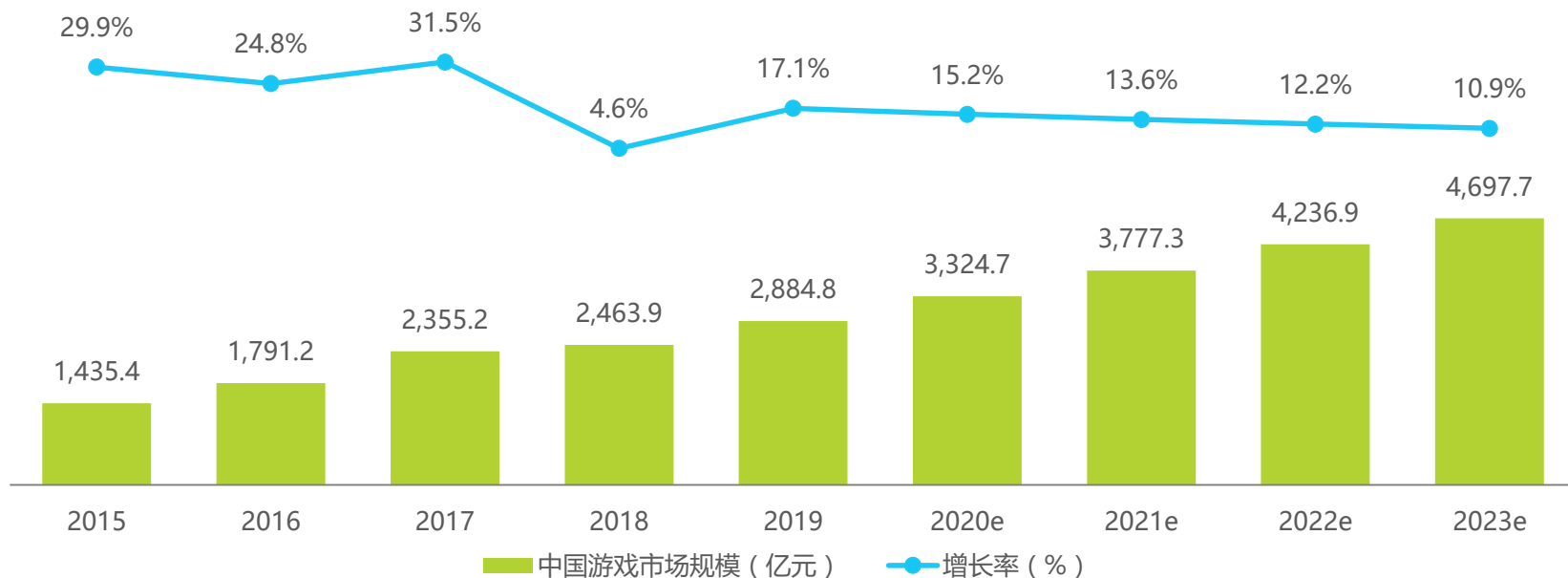
4

2020年中国游戏市场规模

高质量产品与精细化运营助力中国游戏市场跨越寒冬

2019年中国游戏市场营收规模约2884.8亿元，同比增长17.1%。在经历了2018年版号停发的寒冬期后，中国游戏厂商更加珍惜每一个已获得版号的游戏产品，这也使得“深度打磨产品质量”和“提高运营精细程度”这两个游戏产业发展方向被真正的落实。在此前提下，不仅新上线的游戏会以更充足的推广资源和更完整的游戏内容面向玩家，对于已上线的老游戏，研发商也会投入更多的精力和成本制作更优质的版本内容以飨用户，最终带动游戏用户整体付费额度有所提高。再辅以各大游戏厂商对海外市场的积极探索，使得中国游戏市场规模在2019年得到了超出市场预期的增长幅度。

2015-2023年中国游戏市场规模



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游戏用户消费总金额，以及中国游戏企业在海外游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2020年游戏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。

2020年中国游戏市场细分结构

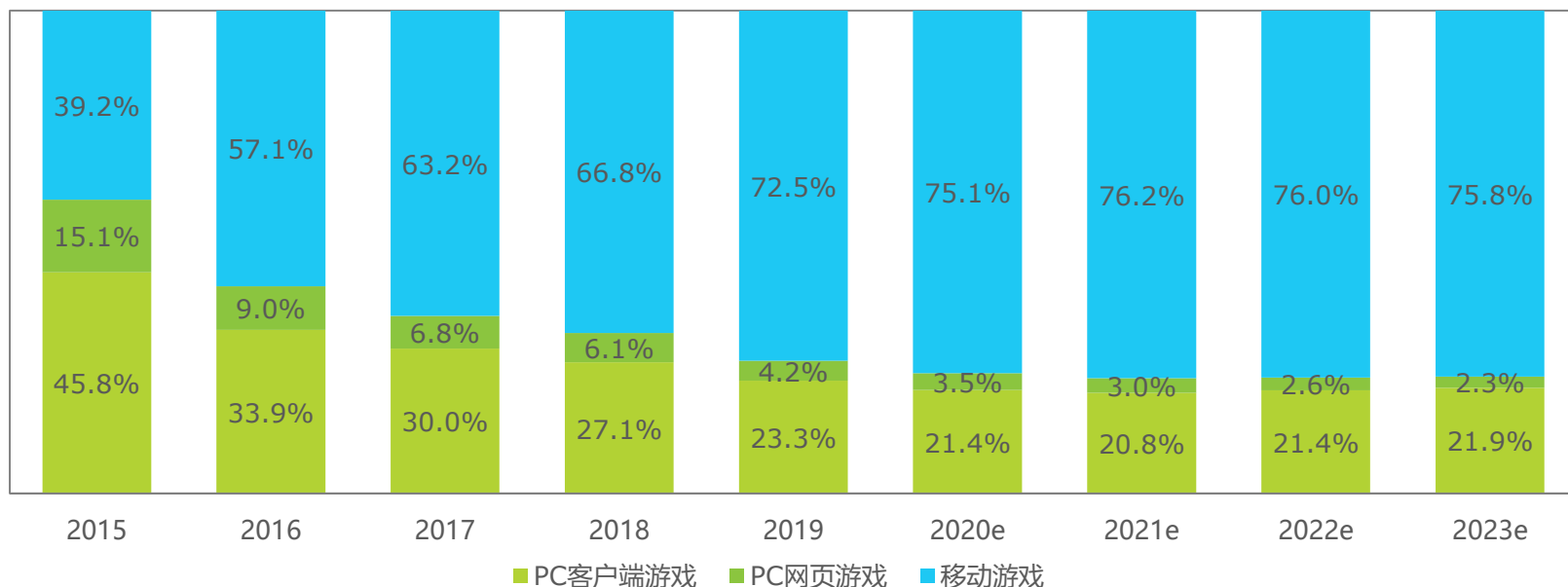
三大终端从竞争走向合作

PC客户端游戏：依托于电子竞技的蓬勃发展，PC客户端游戏的市场规模占比下滑速度已有所减缓。再辅以单机游戏在最近两年的逐步兴起，未来PC客户端游戏仍将稳定占据中国游戏市场的部分份额。

PC网页游戏：从2018年开始，大量的网页游戏用户转移至了H5游戏和移动微端。但PC网页游戏存在其本身无法替代的特殊性（即：可用键鼠操控的快速游戏窗口），最终将演变为PC端游、手机游戏甚至主机游戏的延伸及补充。

移动游戏：移动游戏目前的整体体验，已十分的成熟和优秀，并且手机性能的高速发展也基本满足了开发者和用户的游戏需求。即便是进入云游戏时代，手机屏幕也将是最重要的游戏场景之一。

2015-2023年中国游戏市场规模细分结构



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游戏用户消费总金额，以及中国游戏企业在海外游戏市场获得的总营收；3. 部分数据将在艾瑞2020年游戏相关报告中做出调整。

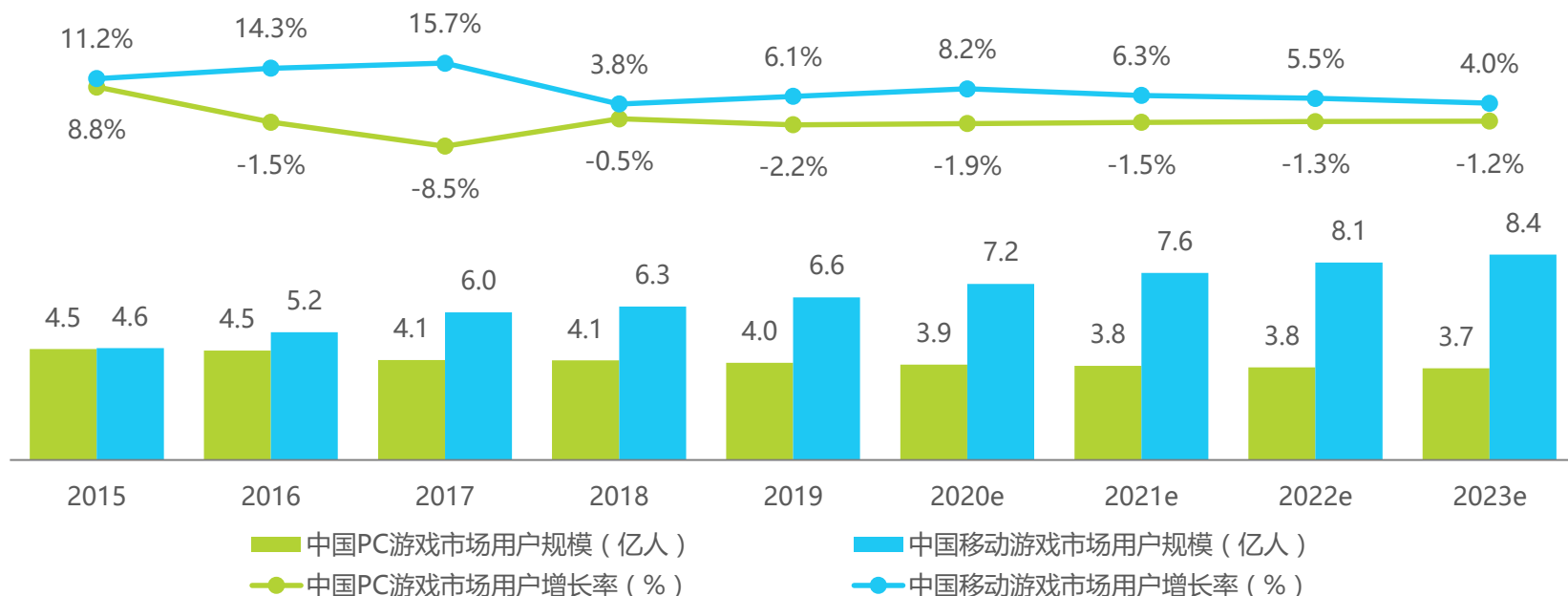
来源：中国游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2020年中国游戏市场用户规模

玩游戏是中国网民最普遍的娱乐方式之一

2019年中国移动游戏用户规模约6.6亿人，对比中国移动网民数量（CNNIC发布的第44次《中国互联网络发展状况统计报告》中可知，截至2019年6月，中国网民规模约为8.47亿），占比约为77.92%。可以说，游戏作为一种低门槛、低成本的娱乐手段，已成为大部分人生活中习以为常的一部分。但需要注意的是，中国游戏用户中存在大量只玩棋牌游戏或轻度小游戏的休闲用户，这部分用户的游戏属性弱、付费意愿低，如能有效挖掘出这类用户的潜在需求，将对中国游戏市场产生强大的推动作用。

UserTracker-2015-2023年中国游戏市场规模



注释：中国游戏用户规模统计包括中国大陆地区游戏用户总数量。
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2019年中国移动游戏产品畅销TOP30

IP游戏占据大半壁江山 但原创游戏IP数量稀缺

从下图中我们可以看出，IP对于移动游戏来说，已经是不可或缺的一部分了。有IP来源的游戏，具备天然的吸量能力和变现优势，而没有IP（即原创IP）的游戏，则期望通过产品质量、用户规模和舆论口碑，产生一定的粉丝效应，从而将该游戏塑造成全新的IP。但纵观上榜的8款原创IP游戏，即便在收入上已经达到市场头部，但并非每款游戏都能达到“IP化”的级别。一款优秀的产品或许能够创造一个IP，但对于IP的深度运营和价值扩张，中国游戏厂商仍需要持续的探索和研究。

（下图中绿字标出的游戏皆为原创IP游戏）

2019年中国移动游戏产品畅销榜TOP30

| 排名 | 游戏名称 | IP来源 | 排名 | 游戏名称 | IP来源 | 排名 | 游戏名称 | IP来源 |
|----|-------|------|----|--------|------|----|------------------|------|
| 1 | 王者荣耀 | 原创 | 11 | 乱世王者 | 原创 | 21 | 三国志·战略版 | 主机游戏 |
| 2 | 梦幻西游 | 端游 | 12 | QQ炫舞 | 端游 | 22 | Fate/Grand Order | 动漫 |
| 3 | 和平精英 | 端游 | 13 | 神武4 | 端游 | 23 | 一刀传世 | 端游 |
| 4 | 完美世界 | 端游 | 14 | 倩女幽魂 | 端游 | 24 | 剑侠情缘 | 端游 |
| 5 | 阴阳师 | 原创 | 15 | 明日之后 | 原创 | 25 | 龙族幻想 | 小说 |
| 6 | 大话西游 | 端游 | 16 | 火影忍者手游 | 动漫 | 26 | 楚留香 | 小说 |
| 7 | QQ飞车 | 端游 | 17 | 红警OL | 端游 | 27 | 崩坏3 | 原创 |
| 8 | 率土之滨 | 原创 | 18 | 穿越火线 | 端游 | 28 | 魂斗罗 | 主机游戏 |
| 9 | 明日方舟 | 原创 | 19 | 开心消消乐 | 原创 | 29 | 奇迹MU | 端游 |
| 10 | 跑跑卡丁车 | 端游 | 20 | 天龙八部 | 端游 | 30 | 梦幻模拟战 | 主机游戏 |

中国游戏行业发展现状

1

中国游戏IP化发展现状

2

典型游戏IP运作案例及价值评估

3

游戏IP/产品品牌

4

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20840

