

中国网络游戏社会化分发白皮书

2017年



2017年中国网络分发行业现状

- ◆ 网络游戏市场规模增速趋缓，行业整体需要创新。
- ◆ 分发渠道独立化，分发方式丰富化。
- ◆ 传统分发以官方曝光为主、重在下载，社会化分发以用户传播为主、内容驱动。

2016年中国网络游戏社会化分发特点

- ◆ 用户习惯的变化导致社会化分发成为主要的网络游戏分发方式之一。
- ◆ 社会化分发通过多样化多角度的触达提高用户的试玩意愿。
- ◆ 社会化分发的效果不局限于APP内下载更是全方位的流量提升。

2017年中国网络游戏市场发展趋势

- ◆ 分发内容深度化、泛娱乐化。
- ◆ 分发源头多样化，用户自主内容分发的重要性凸显。
- ◆ 分发数据化、精准化。

中国网络游戏分发行业概述

1

中国网络游戏社会化分发解析

2

中国网络游戏社会化分发案例分析

3

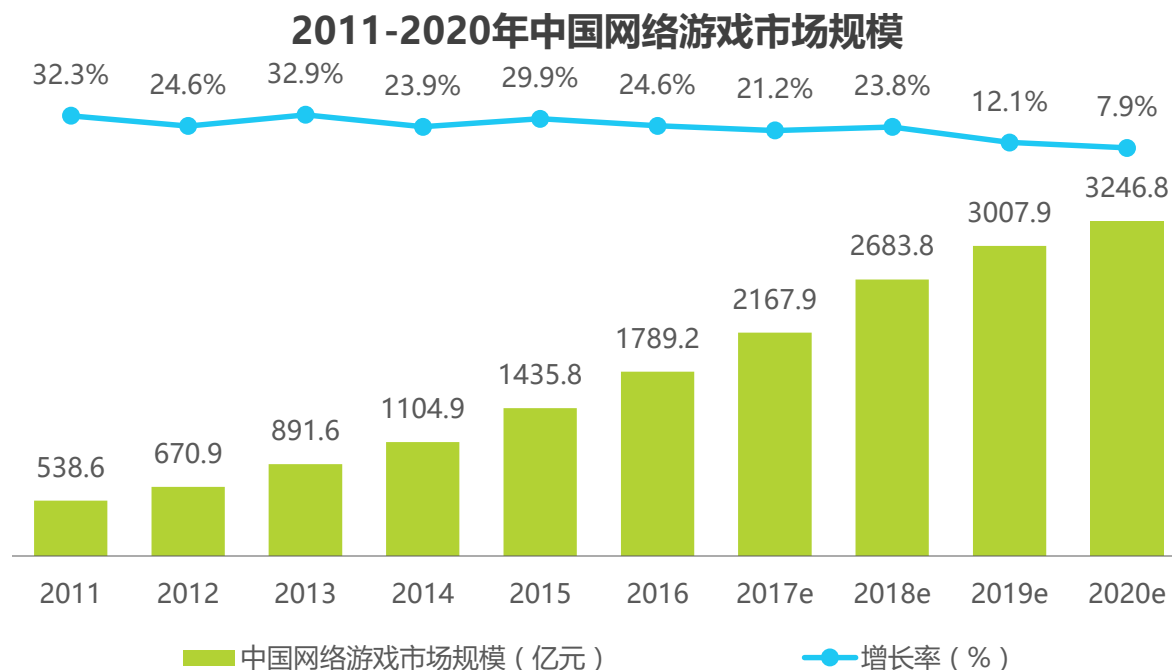
中国网游社会化分发发展前景展望

4

2017年中国网络游戏市场规模

千亿市场增速趋缓 行业整体需要创新

2016年中国网络游戏市场规模继续上升，但增长速度逐步放缓。随着人口红利利用尽，网游市场由增量市场向存量市场过渡，进入一个较为稳定的状态。市场规模的进一步扩大需要创新，如何在有限的用户规模中，增加用户粘性，提升用户付费率和付费值，是整个行业亟待优化的问题。

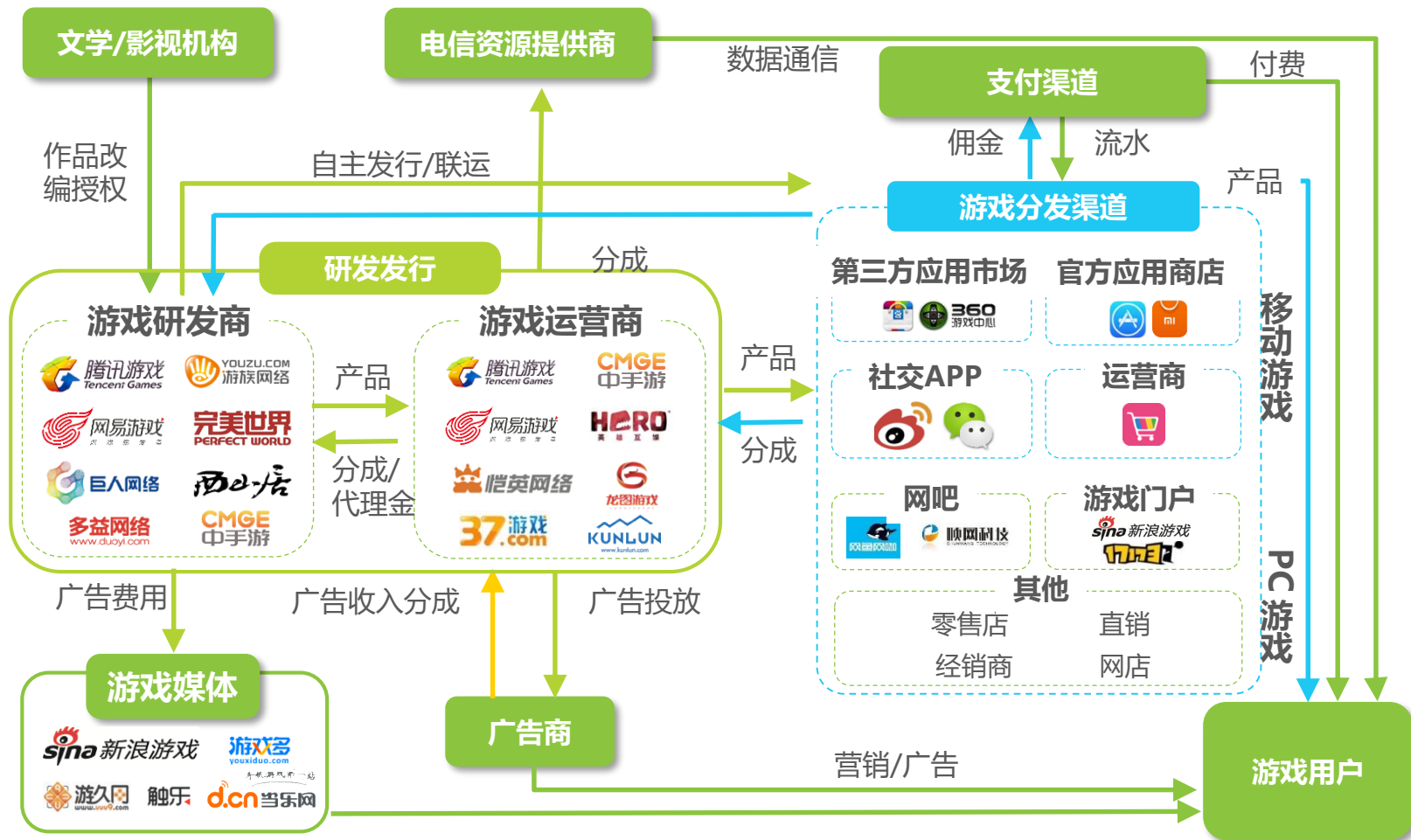


注释：1.中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2.网络游戏市场规模包含中国大陆地区网络游戏用户消费总金额，以及中国网络游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收；3.部分数据将在艾瑞2017年网络游戏相关报告中做出调整。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2017年中国游戏产业链图谱

游戏产业已形成分工明确的产业链

2017年中国游戏产业链图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2017年中国网络游戏分发渠道的功能

分发渠道在用户认知下载留存的各个阶段都有关键作用

2017年中国网络游戏分发渠道的三大功能

认知

宣传推广

宣传推广是网络游戏分发渠道的主要功能之一。网络游戏分发渠道是玩家认知游戏的入口，厂商通过各种分发渠道来宣传游戏，获得用户流量。

下载

下载游戏

下载游戏是网络游戏分发渠道的主要功能之二。分发渠道需要尽量精减包体大小，提高下载稳定性，提升下载速度，从而在下载这个阶段更好的服务玩家。

留存

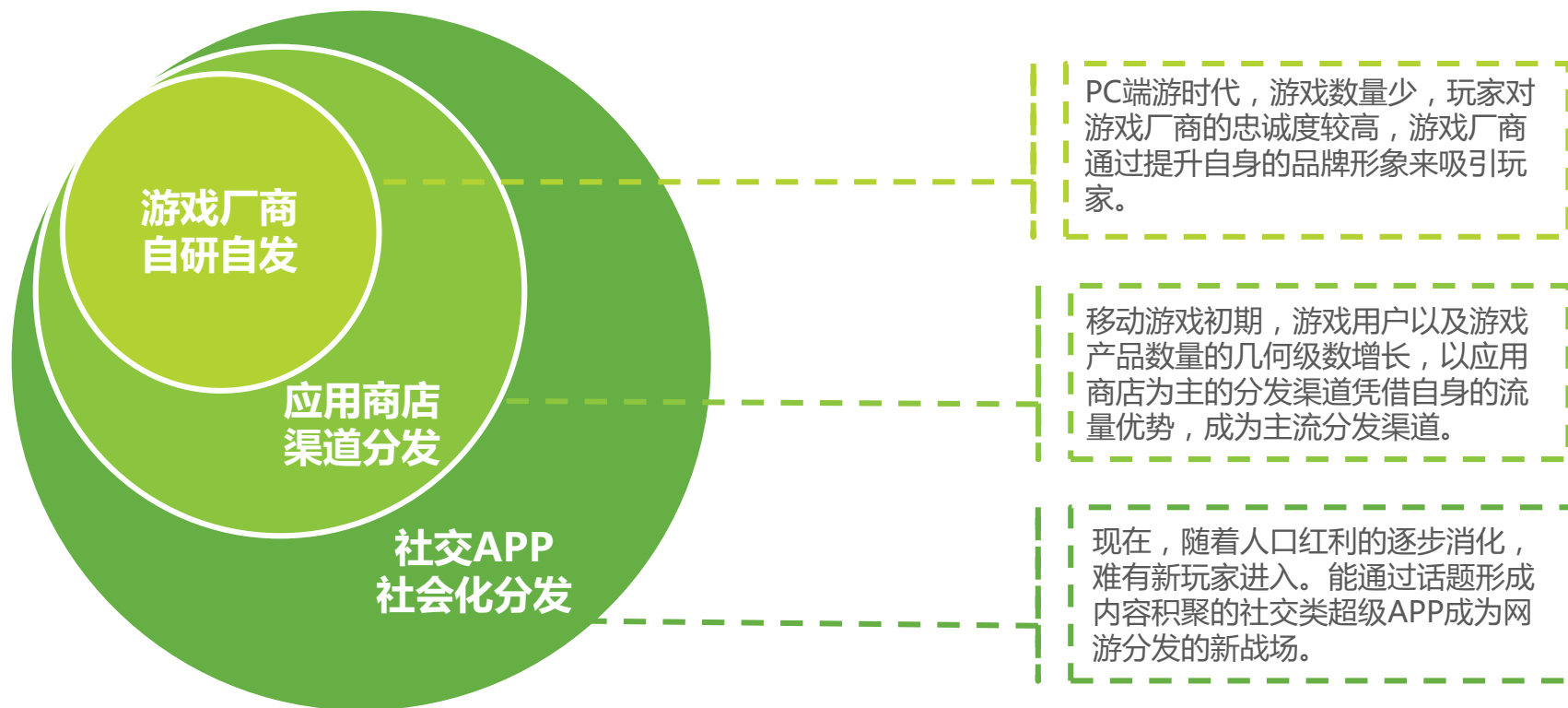
更新维护

更新维护是网络游戏分发渠道的主要功能之三。持续更新一方面修正漏洞，另一方面丰富游戏，更好的留住已有玩家。游戏分发渠道需要批量对接不同设备的玩家，帮助玩家快速便捷的进行游戏更新。

中国网络游戏分发的发展历程

分发渠道独立化 分发方式丰富化

2000-2017年中国网络游戏分发的发展历程示意图



2017年中国网络游戏分发渠道分类

传统分发以官方曝光为主 社会化分发以用户传播为主

2017年中国网络游戏分发渠道分类

游戏分发渠道

传统分发渠道

以B2C的官方曝光为主的游戏宣传平台，主要参与者是应用市场、游戏门户、线下渠道等。

传统分发渠道

第三方应用市场



官方应用商店



游戏门户



运营商



网吧



其他

零售店 直销
经销商 网店

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_21432

