

中国 2D 回合制角色扮演类网络游戏报告

China 2D Turn-based MMORPG Report

2015 年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

iResearch
艾瑞咨询

目录

1. 中国网络游戏行业市场概述	2
1.1. 2011-2018 年中国网络游戏市场规模	2
1.2. 2011-2018 年中国网络游戏市场格局	3
1.3. 2014 年中国 PC 客户端网络游戏市场现状	4
1.4. 2014 年中国 PC 客户端网络游戏用户规模	5
1.5. 2014 年中国 PC 客户端网络游戏类别概述	8
2. 中国 2D 回合制角色扮演类客户端网络游戏市场概述	10
2.1. 2014 年中国 2D 回合制角色扮演类客户端网络游戏市场规模	10
2.2. 2014 年中国 2D 回合制角色扮演类客户端网络游戏用户规模及使用情况	12
2.3. 2014 年中国主要的 2D 回合制角色扮演类客户端网络游戏用户基本属性	14
3. 中国 2D 回合制角色扮演类客户端网络游戏产品案例分析	18
3.1 《梦幻西游 2》产品分析	18
3.2 《问道》产品分析	20
4. 中国 2D 回合制角色扮演类客户端网络游戏未来发展趋势	22
法律声明	23
公司介绍	23

1. 中国网络游戏行业市场概述

1.1. 2011-2018 年中国网络游戏市场规模

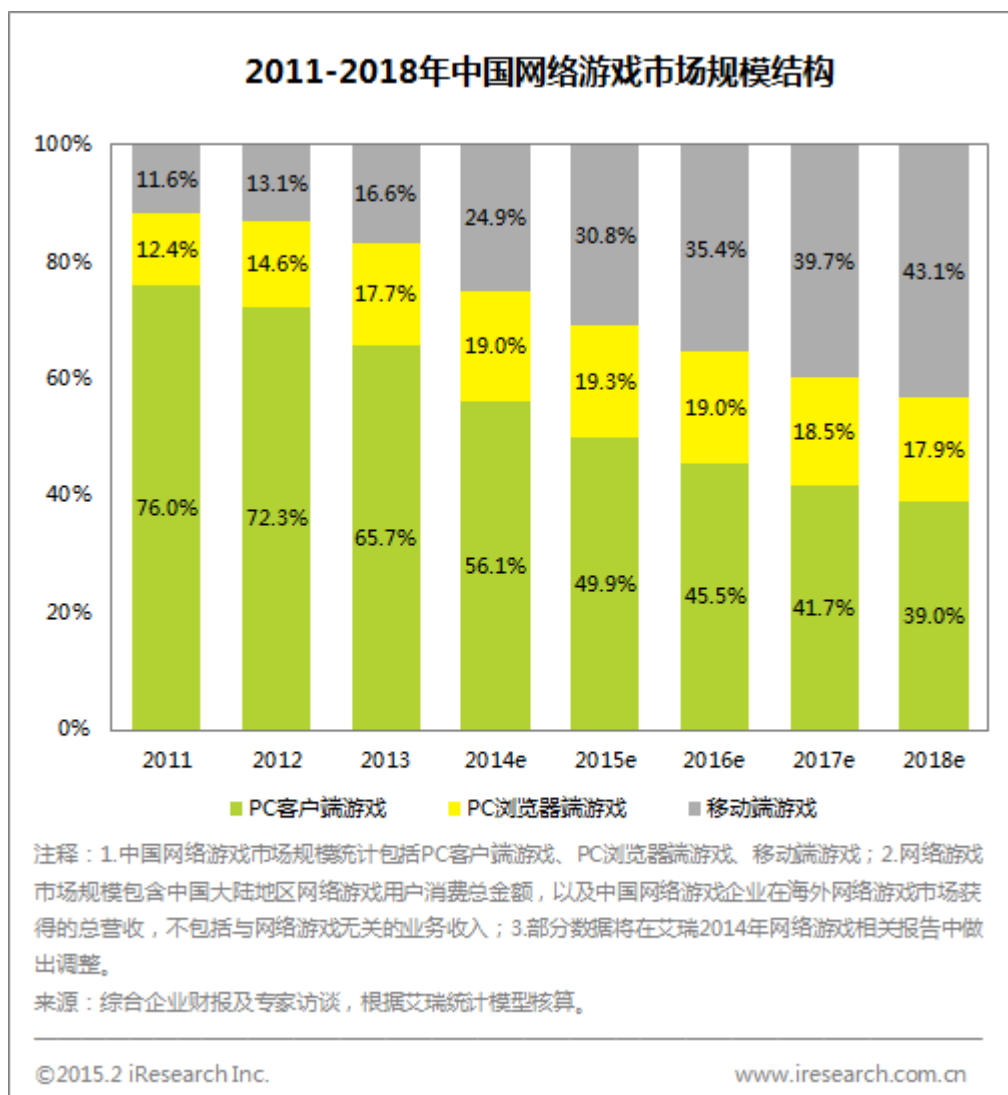
2014 年中国网络游戏行业市场规模达到 1108.1 亿元，首次突破千亿大关，相比 2012 年增长 24.3%，未来几年将仍维持较快增长，可以说，游戏已经成为中国人民最普遍的娱乐方式之一。

艾瑞分析认为，由客户端网络游戏（“端游”）、浏览器端网络游戏（“页游”）和移动网络游戏（“手游”）组成的中国网络游戏市场中，每一年都有强力的驱动因素，如果说 2004 年端游的爆发，2008 年页游崛起，那 2014 年必定是属于移动网络游戏的。



1.2. 2011-2018 年中国网络游戏市场格局

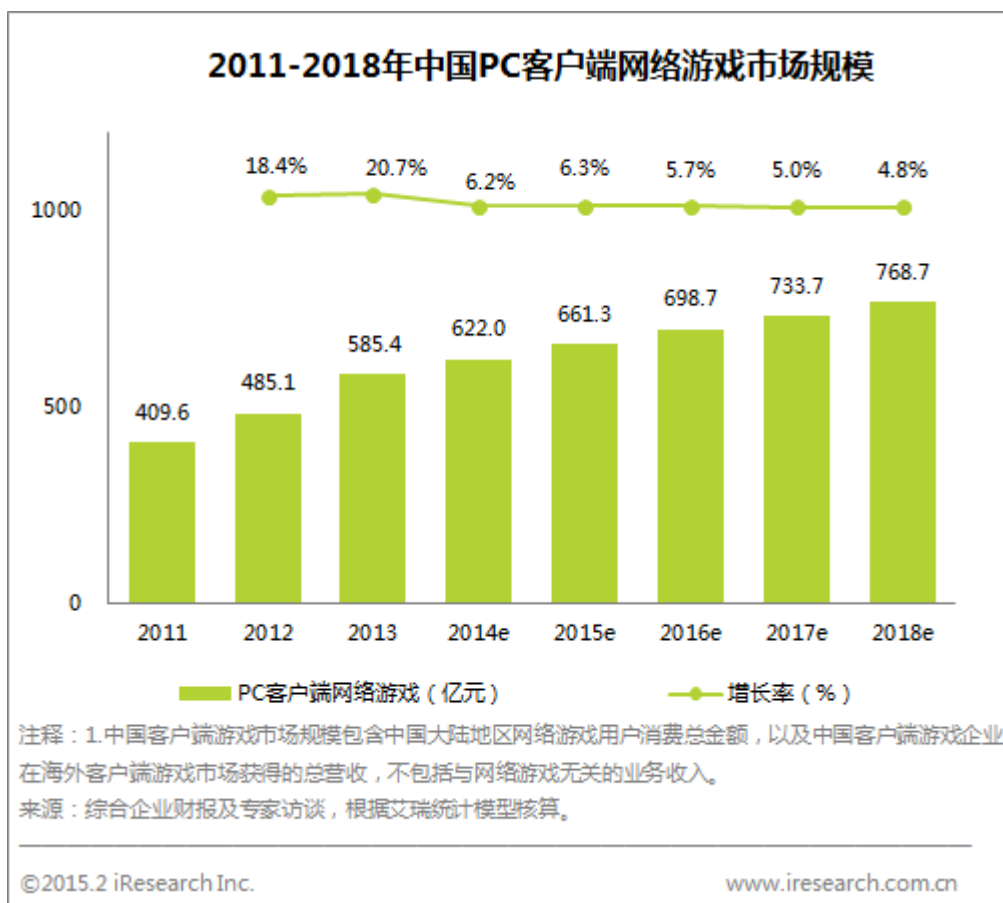
2014 年中国客户端网络游戏的份额进一步被蚕食，从 2011 年的 76% 下降到 56.1%，移动游戏的市场则保持高速增长，已经超过页游，达到 24.9%。艾瑞分析认为，未来中国网络游戏市场的格局将呈现出移动游戏极速扩张，页游基本保持不变，端游份额下降的趋势。移动游戏凭借着碎片化，便捷的模式，更适合现代用户的消费心理，吸引诸多原先的非游戏用户，预计到 2018 年将超过端游成为最大的游戏细分领域。



1.3. 2014 年中国 PC 客户端网络游戏市场现状

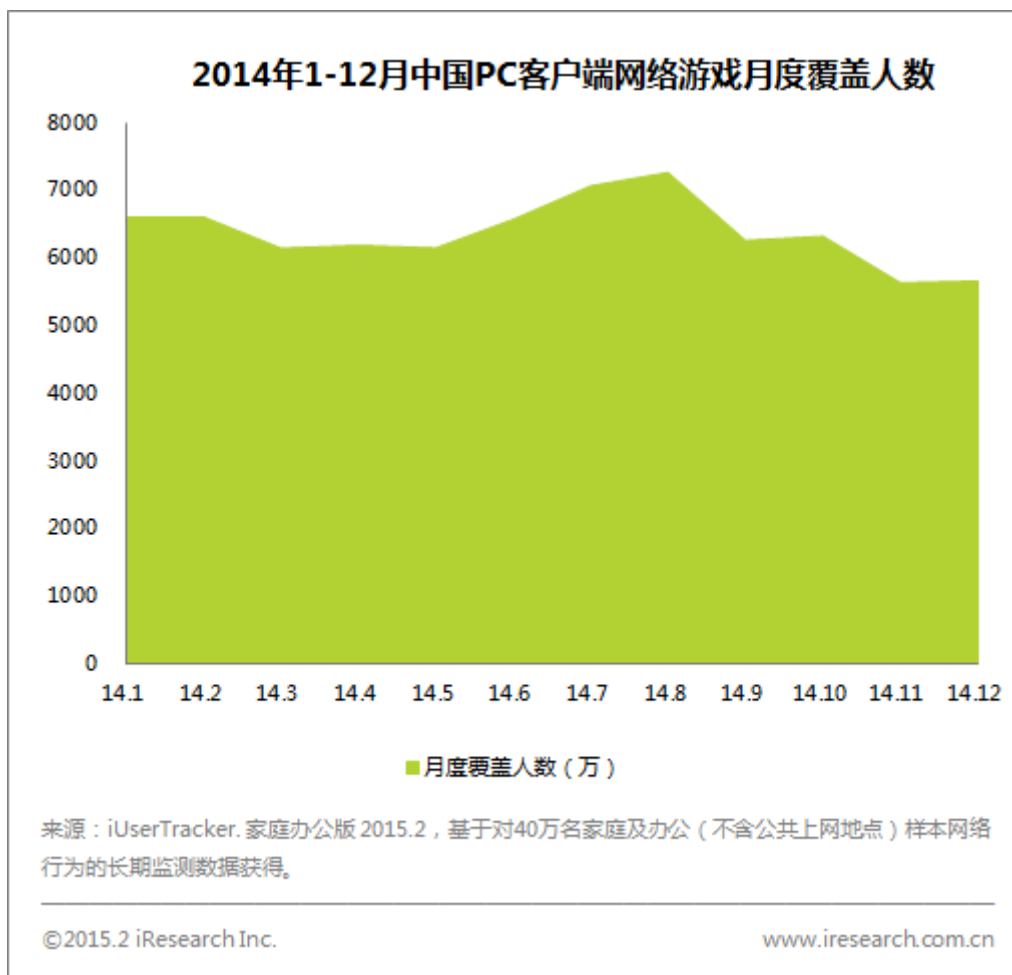
在中国发展已有十余年的客户端网络游戏已经进入成熟期，虽仍将保持增长，但缺乏高速增长动力；而随着移动市场的火爆，端游企业重心偏向移动游戏，端游企业在客户端网络游戏的资源逐渐转移至维护用户而非吸引新用户，2014 年鲜有端游大作出现。

尽管整个客户端网络游戏市场在 2014 年略显沉寂，但也有一些新的变化的出现，游戏直播的兴起和电竞的火热为行业带来了新的活力，同时在原有的时长收费和道具收费模式的基础上，出现了一次性买断式的新的收费模式，即用户只需支付一次钱购买游戏客户端之后，就可以免费畅玩游戏，没有后续费用，这种模式最早在欧美网游中使用，国内厂商则是在引进相关游戏时选择沿用这种模式，对于玩家来说，这种模式相对时间收费制更为便宜，相对道具收费制网游，游戏平衡性更好；但对于厂商来说，要维持长期的运营和收入需要不断引入新用户，这种模式能否在网络游戏普遍采用时间免费道具收费模式的国内立足还需要更长时间和更多游戏的验证。



1.4. 2014 年中国 PC 客户端网络游戏用户规模

根据艾瑞数据监测显示，2014 年中国 PC 客户端网络游戏月度覆盖人数约在 **6380.8 万** 人，全年整体变化不大，人数呈现季节性波动，在寒暑假期间人数略有上涨。从整体来看，PC 客户端网络游戏的周覆盖人数在整体软件类型中排在第 **23** 位，占整体软件用户的渗透率为 **11.9%**。



2014年中国不同类型软件月覆盖人数排行Top30

排名	软件类型	渗透率	排名	软件类型	渗透率
1	浏览器	98.9%	16	图片处理	42.0%
2	资讯弹框	97.1%	17	游戏平台	17.2%
3	病毒防护	94.9%	18	编程软件	25.2%
4	即时通讯	97.5%	19	视频加速器	16.6%
5	病毒专杀工具	92.2%	20	网络硬盘	27.4%
6	输入法	95.7%	21	邮件收发工具	11.6%
7	办公软件	83.8%	22	网游语音	17.4%
8	手机助手	81.4%	23	网络游戏	11.9%
9	其它软件	67.6%	24	金融软件	13.1%
10	网络电视	73.8%	25	单机游戏	6.4%
11	影视播放	51.8%	26	翻译软件	8.3%
12	音乐综合	56.4%	27	制图工具	6.8%
13	压缩工具	35.2%	28	网络防火墙	4.4%
14	下载软件	40.5%	29	P2P下载共享	2.8%
15	视频工具	20.0%	30	动画3D	2.2%

注释：1.渗透率指该软件的月覆盖人数占整体软件用户人数的比例；2.网络游戏指用户必需连接互联网来运行的游戏软件；3.单机游戏指仅使用一台计算机或者连接局域网即可以运行的游戏软件。

来源：iUserTracker. 家庭办公版 2015.2，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

©2015.2 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

2014 年 PC 客户端网络游戏的人均每周使用时长达 **404.9** 分钟，仅次于浏览器类软件排在**第二位**，同时人均一周使用天数达 **3.8** 天，排在**前十**之内。艾瑞分析认为，客户端网络游戏尽管覆盖人数不多，但由于游戏的沉浸式体验，该类软件的用户粘性非常强，每周的使用时间和使用频次都非常高。

2014年中国不同类型软件人均一周使用时长排行Top5

排名	软件类型	使用时长（分钟）	使用 占运行时长比例
1	浏览器	665.7	8.1%
2	网络游戏	404.9	26.9%
3	RSS阅读器	326.6	37.9%
4	单机游戏	269.2	73.5%
5	浏览器助手	264.8	60.9%

注释：使用时长指平均每个用户，该周对该软件的有效使用时间。使用占运行市场比例指该软件中的有效使用时间占该软件运行时间的比例。

来源：iUserTracker. 家庭办公版 2015.2，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

©2015.2 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

2014年中国不同类型软件人均一周使用天数排行Top10

排名	软件类型	人均一周使用天数(天)
1	病毒防护	5.4
2	病毒专杀工具	5.3
3	浏览器	5.0
4	输入法	4.8
5	网络防火墙	4.8
6	即时通讯	4.5
7	资讯弹框	4.4
8	编程软件	4.4
9	手机助手	4.0
10	网络游戏	3.8

注释：人均一周使用天数指平均每个用户，该周使用该软件的 actual 天数。

来源：iUserTracker. 家庭办公版 2015.2，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

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_21779

