



JIGUANG
—— 极光 数据服务

阴阳师上线一周年回顾

2017年9月阴阳师app研究报告

极光大数据

2017.10

关键发现



9月份阴阳师app用户规模为683万，渗透率降至0.71%



9月份阴阳师app端DAU为149万



过去一年，阴阳师app日均日新增用户量峰值出现在2016年10月，为68.4万



阴阳师app女性用户占比为61.1%



阴阳师app用户平均安装周期为39.4天



江苏省网民对于阴阳师app偏好度最高，上海、北京、成都对于阴阳师app的偏好度居于全国城市top3

CHAPTER 01

定性分析

阴阳师app概况

日式和风卡牌回合制RPG手游

- 阴阳师app功能主要分为五个方面：卡牌收集及养成、回合制RPG战斗系统、日式风格声音画面、社交系统、经济功能

卡牌系统

卡牌收集

阴阳师中卡牌包括阴阳师、式神两大部分；阴阳师可随剧情进展解锁获得；式神可消耗符咒或勾玉进行抽卡获得，或通过碎片合成获得

卡牌养成

阴阳师：升级、技能解锁与配置、御灵强化

式神：升级、升星、式神觉醒、御魂获取及配置

战斗玩法

PVE：与游戏内NPC战斗，包括剧情内战斗、觉醒副本等

PEP：与游戏内其他玩家战斗；根据胜负积分划分为八个段位；每周日24:00发放周奖励并重置段位

日式风格

改编自日本小说《阴阳师》，故事及画面和风色彩较为浓厚

中文版角色配音均为日本声优担任；战斗音乐也由日本乐师创作

社交系统

好友系统；阴阳寮系统；悬赏封印

经济功能

勾玉：充值购买；可用于抽卡、购买皮肤、兑换金币等

金币：可勾玉兑换、也可通过游戏内活动获得；可用于购买御魂、式神升级等

数据来源：公开资料整理

阴阳师发展历程

阴阳师过去一年可主要分为三个方面：上线及发酵、游戏内功能完善调整、游戏外品牌营销挖掘

- 2016年9月，阴阳师app中文版上线；2016年10月至今，阴阳师在社交、战斗等多方面持续进行功能完善及调整，同时，通过品牌合作、衍生产品开发、进军海外等方式，进行品牌营销、挖掘阴阳师IP潜力

○ 上线及发酵

触达核心用户：测试期间，参加ChinaJoy、ComiCup等活动

上线：2016年9月2日，阴阳师登陆iOS平台于App Store首发；9月9日，阴阳师全平台公测

丁磊直播抽卡：2016年9月30日，网易CEO丁磊在CC直播、哔哩哔哩直播、熊猫直播等平台同步直播阴阳师游戏内抽卡

○ 功能完善调整

社交系统完善：好友切磋；好友式神寄养；亲友系统；聊天频道功能优化

卡牌系统完善：上线新的主角和式神；通过神龛系统等丰富式神获取渠道

战斗系统调整：式神技能调整；丰富御魂种类并进行效果调整；新增副本

剧情、美术等：完善丰富剧情；上线新的式神皮肤、庭院皮肤等

活动：根据节假日等情况，推出活动，吸引玩家参与、回流、消费

○ 品牌营销挖掘

品牌合作营销：2017年，阴阳师相继与华为、欧莱雅、农夫山泉、肯德基等展开品牌合作营销

IP挖掘：2016年12月15日，工夫影业、华谊兄弟电影和网易影业宣布联手打造《阴阳师》电影及剧集

进军海外市场：2016年10月初，阴阳师中文版在全球多国家App Store上架；2017年2月，日文版上线；2017年8月，韩文版上线

数据来源：公开资料整理

本报告中相关数据仅包含阴阳师app中文版

CHAPTER 02

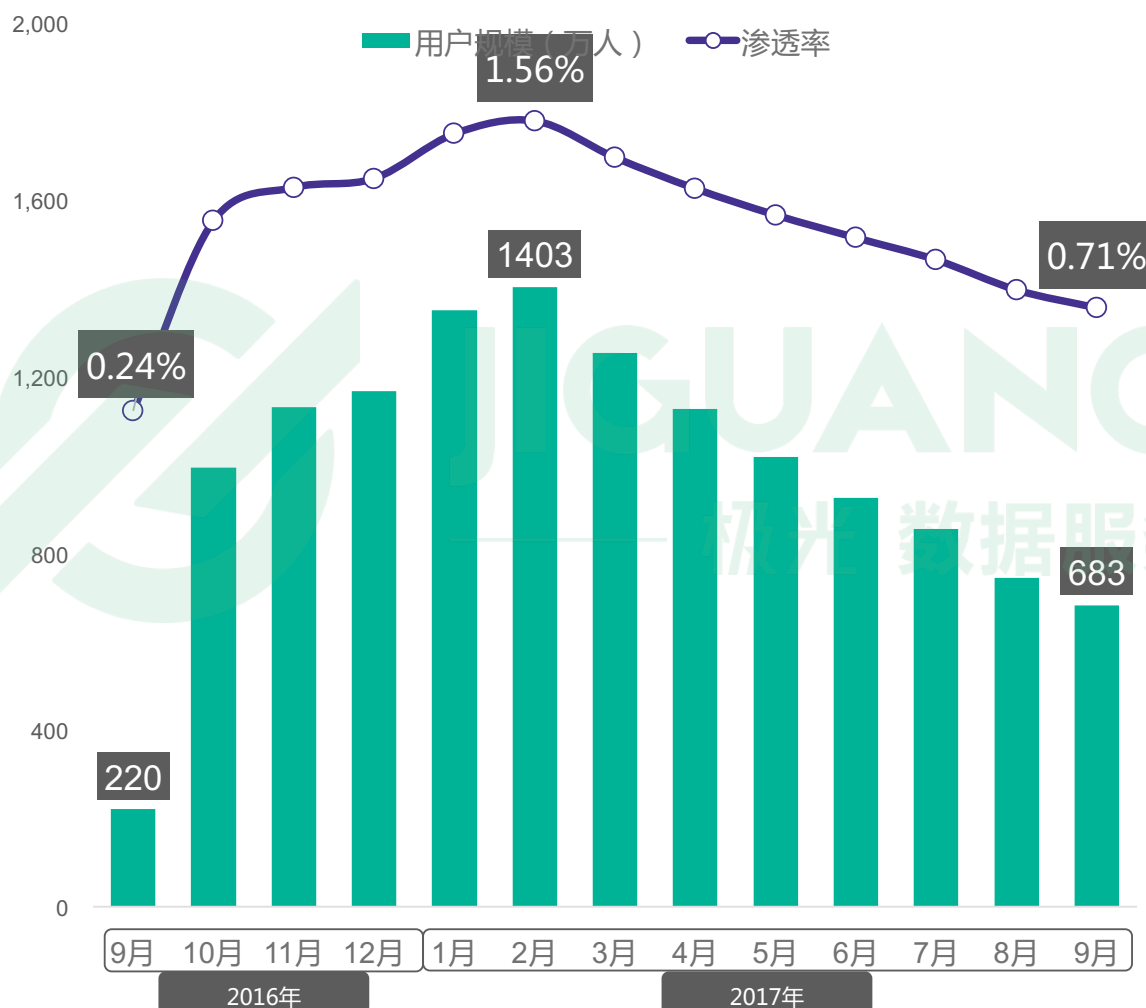
运营数据

阴阳师app渗透率及用户规模变化

2017年9月，阴阳师app市场渗透率降至0.71%，用户规模为683万

- 极光大数据显示，过去一年，阴阳师app用户规模先升后降
- 2017年2月底，阴阳师app用户规模达到顶峰，为1403万
- 截至2017年9月底，阴阳师app用户规模降至683万

阴阳师app用户规模及渗透率变化



渗透率 = 当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

数据来源：极光大数据

取数周期：2016.09-2017.09

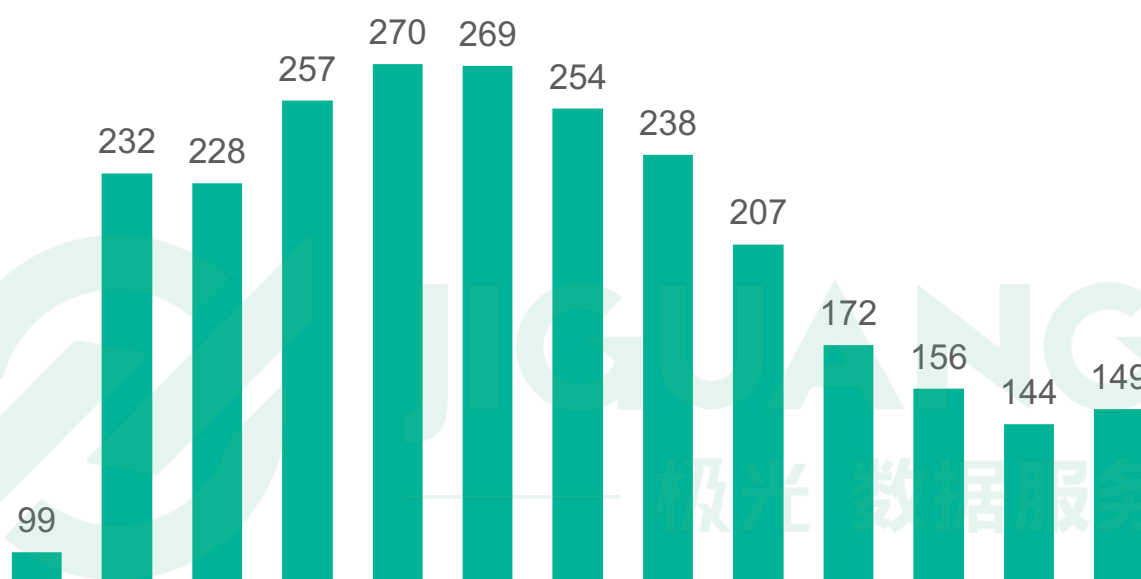
阴阳师app日活跃用户

2017年9月，阴阳师app月均DAU为149万

- 极光大数据显示，过去一年，阴阳师app月均DAU在2016年10月有明显提升，峰值出现在2017年1月，为270万
- 2017年9月，阴阳师app月均DAU为149万

阴阳师app月均DAU

单位：万人



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_22145

