



# 2021年中国手机游戏 行业研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年10月



# 极光观点



**寒暑假是手机游戏玩家最为活跃的时期。**过去一年，手机游戏行业渗透率和月活的峰值出现在2月份，渗透率达64.9%，月活达7.2亿；暑期高峰出现在7月，渗透率达62.4%，月活超6亿



**王者荣耀仍是最热游戏**，9月MAU达1.49亿，但**同比下跌超两成**，原神继续保持强劲增势，9月MAU同比增长93.8%；《金铲铲之战》及《哈利波特：魔法觉醒》是近期出现的策略解谜及卡牌桌游类游戏爆款，拉动物品类渗透率强势上升



腾讯系用户体量占领手游行业超半壁江山，但较去年同期有所下跌，并未获得增长；腾讯系流量的主要来源微信和QQ用户增长已达天花板，加上短视频等新型流量渠道的冲击，虽然拥有账号体系优势，但**分发渠道优势难免被弱化**，因此正**加码投资和研发力度**



**超过八成Z世代玩手机游戏**，卡牌桌游和策略解谜是他们最爱的品类；轻度手游玩家中，休闲益智类玩家热衷社交和兴趣活动，扑克棋牌类玩家则关注汽车资讯，对比重度手游玩家，其中角色扮演类玩家热爱二次元文化，而即时战略类玩家追求时尚潮流



**未来游戏将持续发挥技术价值、教育价值及社会价值**，在技术方面游戏带来的技术革新可反哺物理世界，在教育方面游戏成为教辅工具应用在课堂教学，在社会价值方面功能游戏将有助于提升商业、医疗产业端的效率

# 目录

# CONTENTS

## 01 手机游戏行业概况

## 02 手机游戏企业分析

## 03 手机游戏用户画像

## 04 手机游戏行业发展趋势

# PART 01

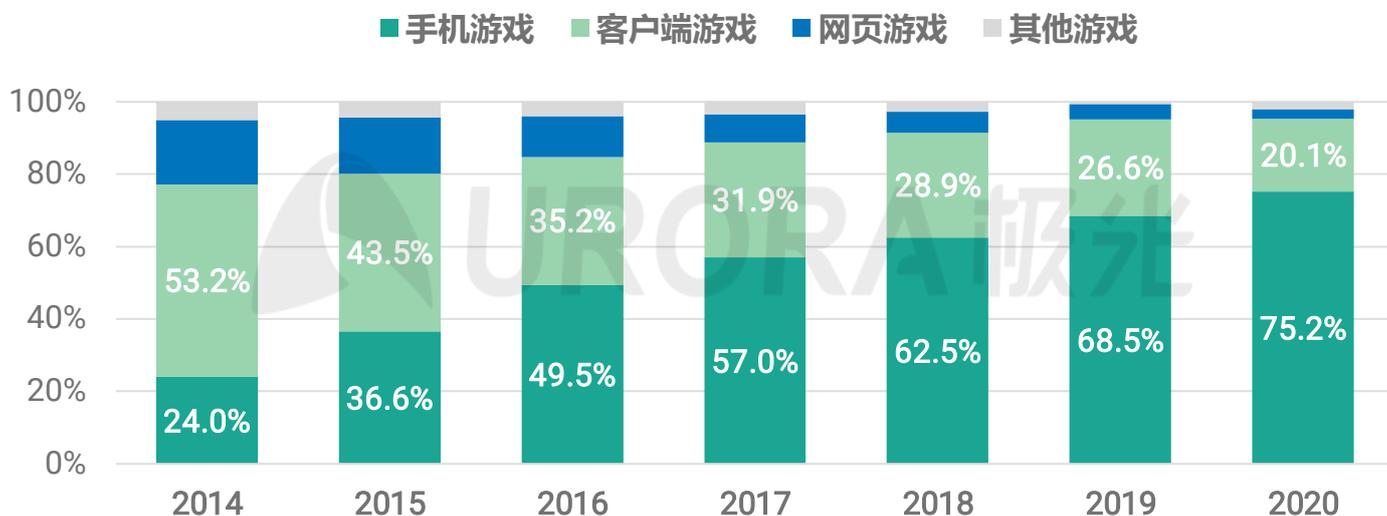
## 手机游戏行业概况

# 中国手机游戏市场销售收入

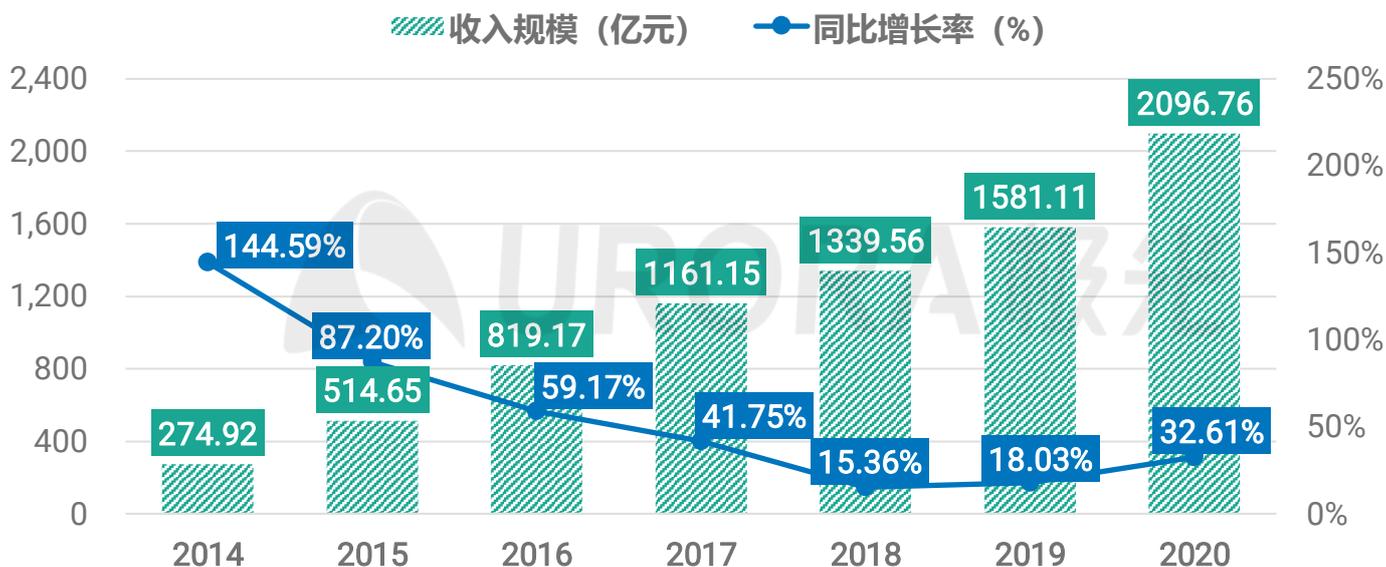
手机游戏占游戏市场超七成营收，收入规模持续扩大且增速回升

- 近年来，PC端游戏和网页游戏收入占比持续下降。反之，手机游戏行业收入增速回升，收入规模有望进一步扩大。2020年，手机游戏实际销售收入达到2097亿元，占游戏产业销售收入的75.2%，销售收入比重逐年提升。基于疫情推动“宅经济”和版号审批机制的常态化，手机游戏行业收入增长率高达32.6%

## 中国网络游戏细分领域实际销售收入比例



## 中国手机游戏市场实际销售收入及同比增长率



数据来源：中国音数协游戏工委

# 手机游戏行业政策分析

## 行业迎来强监管，“防沉迷”工作可理性看待

- 近年相关部门相继出台游戏监管政策，一来加强管理筛去劣质游戏厂商，释放益智类游戏的成长空间；二来实行多项措施增强对未成年用户的保护力度
- 在严格监管的行业背景下，需要理性看待“防沉迷”措施，企业通过拓展游戏品类和增强技术投入，可为社会带来正面价值

### 研发“精神食粮”类手游



#### 申请版号不能忘

#### 《关于移动游戏出版服务管理的通知》

申报版号、提交防沉迷等材料

增加

- ✓ 功能游戏数量
- ✓ 手握版号获取的流量

降低

- ✓ 版号过审的手游数量
- ✓ 获批版号的手游企业竞争压力

### “防沉迷”成手游必备配套

#### 《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》

#### 《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》

仅可在周五、周六日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时服务

1 双减

2 双打

3 三倡议



政府

客观理性看待“防沉迷”工作



企业

研发功能游戏等新品类

实现社会价值

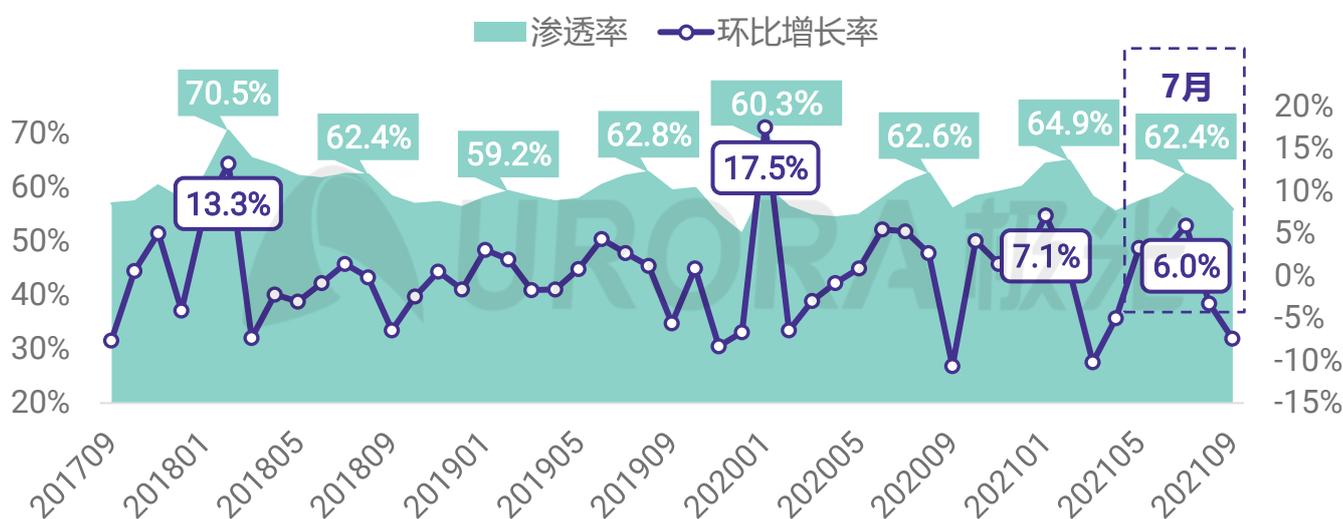
数据来源：公开资料整理

# 手机游戏行业覆盖情况

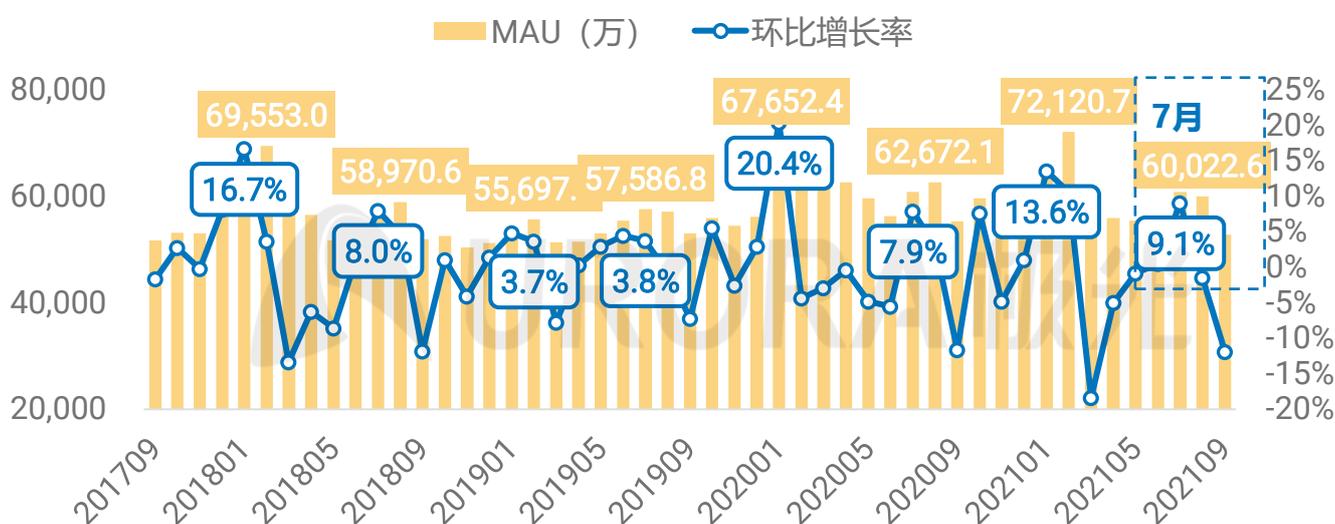
渗透率及MAU呈现周期性高峰，寒假+春节最高，暑假次之

- 过去四年间，手机游戏渗透率和月活的最高峰都出现在1-2月份或7-8月份，正值寒暑假期间，呈现明显的周期性变化
- 今年暑假，手机游戏行业的渗透率和MAU均在7月达到峰值，分别为62.4%和6.0亿，较上月增长6%和9.1%；对比2月份的渗透率和MAU，由于寒假及春节假期效应叠加，2月份的数据表现优于暑假

## 手机游戏行业渗透率变化



## 手机游戏行业MAU变化



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG);

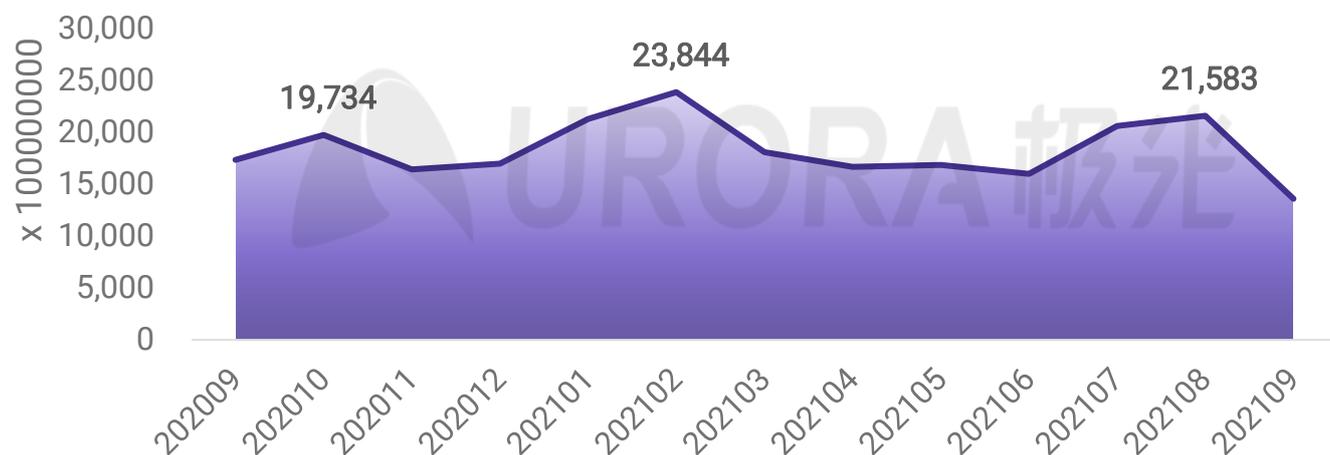
取数周期：2017.9-2021.9

# 手机游戏行业使用时长变化

用户规模平稳，受人均游戏时长下滑影响，行业总时长呈负增长趋势

- 手机游戏用户使用总时长在暑假（7-8月）和寒假（1-2月）期间达到峰值，其中，2021年8月用户使用总时长约为21,583亿分钟，2021年2月总时长约为23,844亿分钟
- 手机游戏用户使用总时长同比呈现负增长态势，主要受到活跃用户规模和人均游戏时长影响，且人均游戏时长影响更大。2021年3月人均游戏时长同比下滑34%，带动总时长同比增速下滑37.9%

## 手机游戏行业使用总时长（单位：亿分钟）



## 手机游戏总时长增速

■ MAU同比增长率
 ■ 人均时长同比增长率
 —○— 总时长同比增长率

20%

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\\_28953](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_28953)

