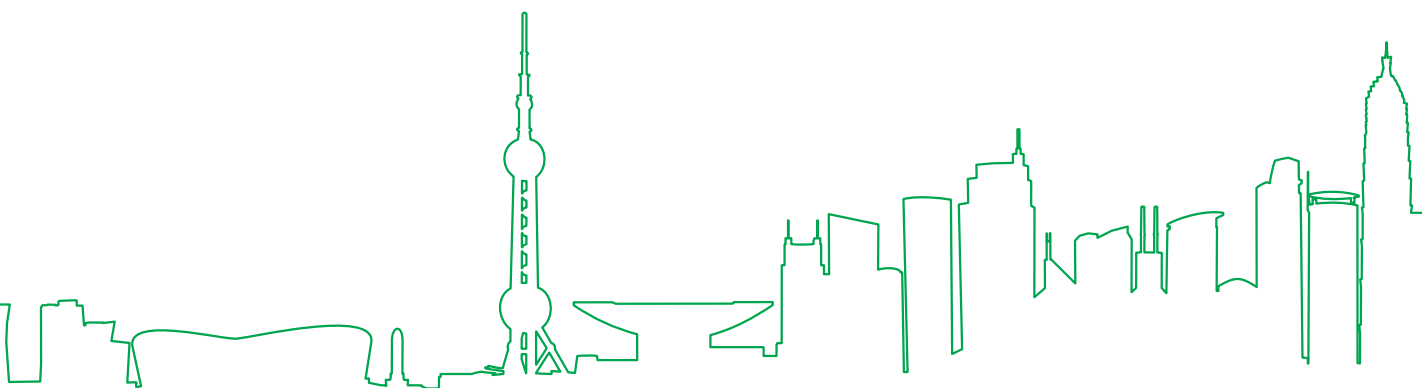




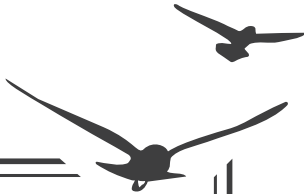
2017上海 SHANGHAI

游戏出版产业 数据调查报告



上海市新闻出版局

二零一八年



2017上海 SHANGHAI 游戏出版产业 数据调查报告



上海市新闻出版局

二零一八年

目录

CONTENTS

报告导读	05
基础数据	05
第一章 2017年上海游戏出版市场状况	07
1.1 上海游戏出版产业用户规模	07
1.2 上海游戏出版产业销售收入	09
1.2.1 上海客户端游戏销售收入	11
1.2.2 上海网页游戏销售收入	12
1.2.3 上海移动游戏销售收入	13
1.3 上海自主研发网络游戏出版状况	14
第二章 2017年上海游戏出版产品状况	16
2.1 上海游戏出版产品状况	16
第三章 2017年上海游戏出版产业海外出口状况	20
3.1 上海游戏出口状况	20
第四章 2017年上海ChinaJoy展览会状况	22
4.1 上海ChinaJoy展览会参与观众状况	22
4.2 上海ChinaJoy展览会参与企业状况	23
4.3 上海ChinaJoy展览会参展产品状况	24
第五章 2017年各地区游戏产业状况	25
5.1 地区移动游戏用户分布	25
5.2 地区研发游戏数量分布	26
5.3 地区游戏企业分布	27
工作机构	28

报告导读

FEATURES

1.1 基础数据

- ★ 2017年，上海PC网络游戏用户数量约为1700万人，同比增加2.2%。
- ★ 2017年，上海移动游戏用户数量约为2360万人，同比增长0.5%。
- ★ 2017年，上海网络游戏销售收入约为683.8亿元，同比增长21.1%。
- ★ 2017年，上海客户端游戏销售收入约为221.2亿元，同比增长4.6%。
- ★ 2017年，上海游戏出版产业中，客户端游戏市场占有率约为32.3%，比2016年下降了5.2%。
- ★ 2017年，上海网页游戏销售收入约为118.9亿元，同比降低20.4%。
- ★ 2017年，在上海游戏出版产业中，上海网页游戏市场占有率约为17.4%，比2016年下降了9.1%。
- ★ 2017年，上海移动游戏销售收入约为334.5亿元，同比增长69.1%。
- ★ 2017年，在上海游戏出版产业中，上海移动游戏市场占有率约为48.9%，比2016年上升了13.9%。
- ★ 2017年，上海自主研发网络游戏销售收入约为534.8亿元，约占全国自主研发网络游戏销售收入的38.3%，比2016年上升了2.2%。
- ★ 2017年，上海游戏产品中，上海自主研发游戏产品数量占比约为93.9%，引进游戏数量占比约为6.1%。
- ★ 2017年，上海网络游戏产品出版数量为1817款，同比增长34.0%。
- ★ 2017年，上海出版网络游戏产品中，移动游戏为1626款，网页游戏为97款，客户端游戏为40款，电视游戏为54款。
- ★ 2017年，上海网络游戏海外销售收入约为13.457亿美元，同比增长73.6%。
- ★ 2017年，上海网络游戏自主研发收入约占78.2%，海外引进收入约占21.8%。

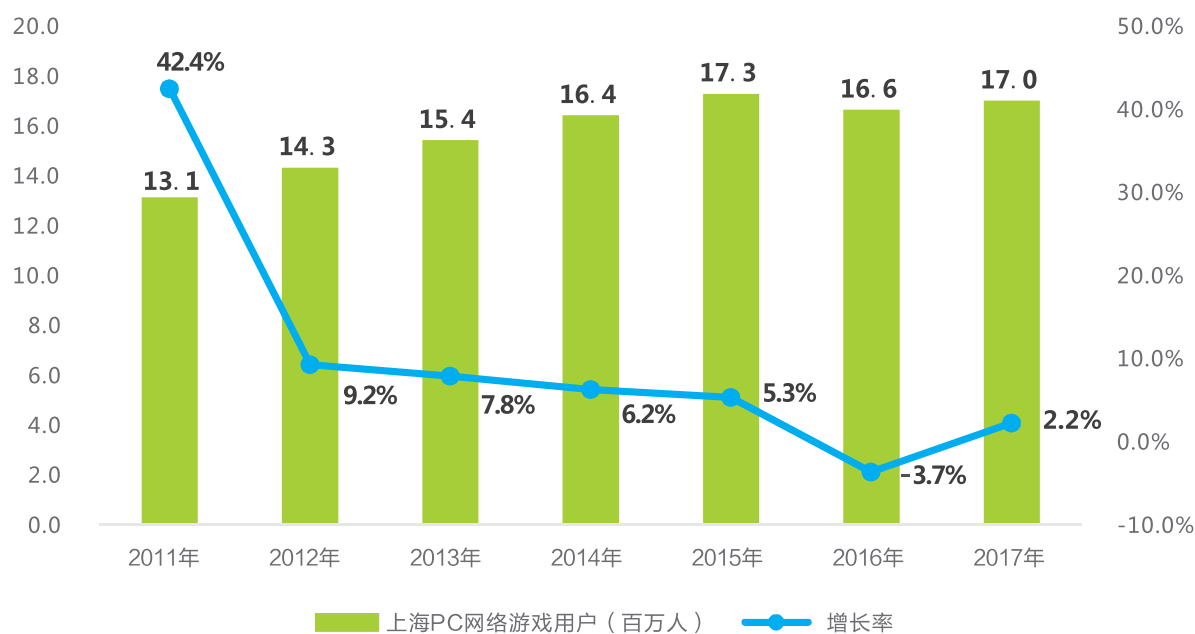
- ★ **2017年**，上海网络游戏国内市场销售收入约占87.6%，海外市场销售收入约占12.4%。
- ★ **2017年**，上海网络游戏出口收入中，客户端游戏占比约为22.7%，网页游戏占比约为14.2%，移动游戏占比约为63.1%。
- ★ **2017年**，上海ChinaJoy吸引观众达34.3万人次，比上届增长约为5.3%。
- ★ **2017年**，上海ChinaJoy参展企业总数达到历史新高约1000家。其中，国内展商总数约650家，海外企业约350家，占总参展企业的35%左右。
- ★ **2017年**，上海ChinaJoy参展产品总数达到4500款，连续4年ChinaJoy参展产品数量增量均维持在500款以上。

第一章

2017年上海游戏出版市场状况

1.1 上海游戏出版产业用户规模

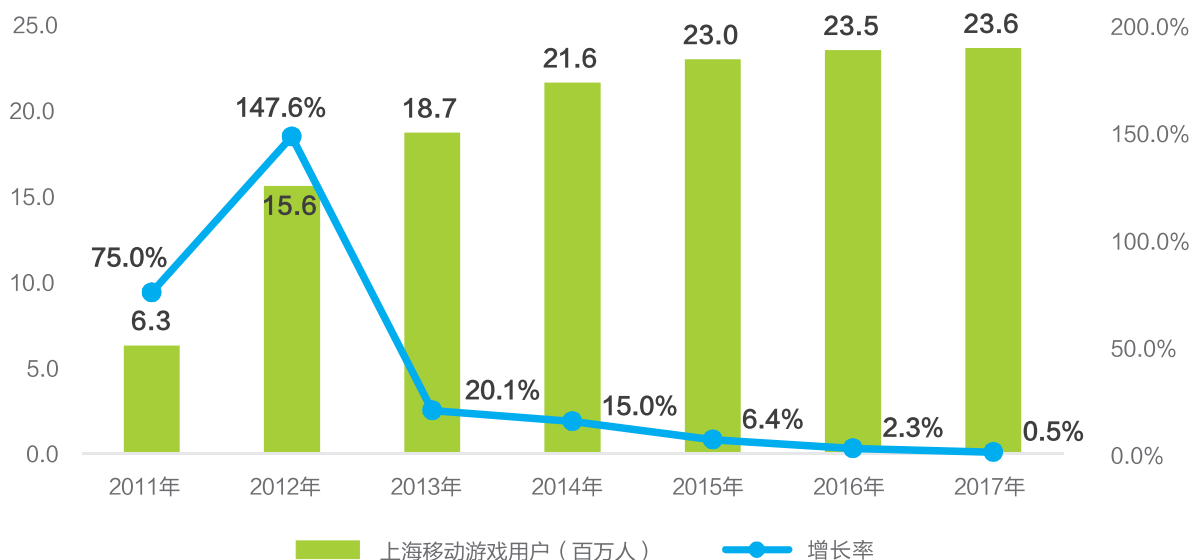
2011~2017年上海PC网络游戏用户数量



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海PC网络游戏用户数量约为1700万人，同比上升2.2%，用户数量出现回升。虽然PC网络游戏用户持续受到移动游戏的吸引，但PC网络游戏也出现多个爆款产品，有效提升了上海现有PC网络游戏用户的活跃度并拉动了部分用户的回流。

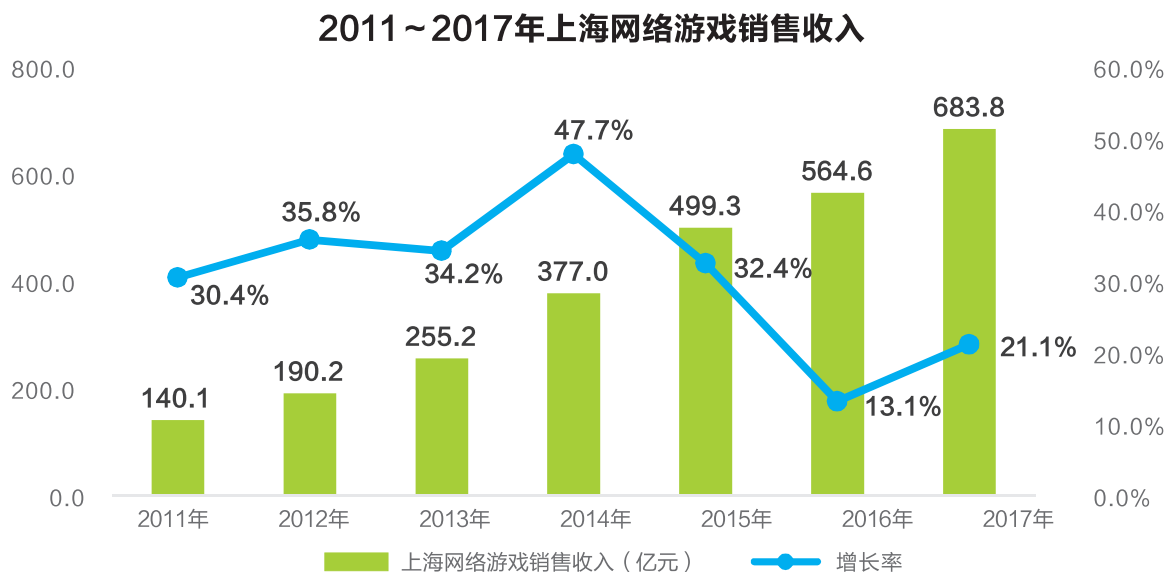
2011~2017年上海移动游戏用户数量



数据来源：伽马数据（CNG）

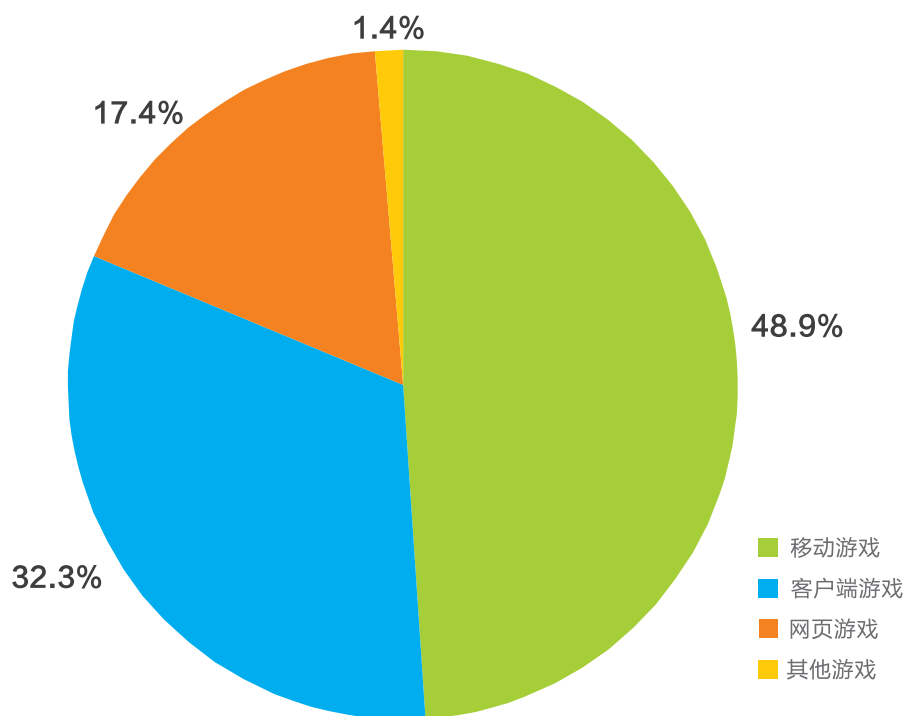
2017年，上海移动游戏用户数量约为2360万人，同比增长0.5%。上海移动游戏用户数量出现人口红利效应持续减弱的局面，与全国范围内移动游戏用户状况一致。

1.2 上海游戏出版产业销售收入



2017年，上海网络游戏销售收入约为683.8亿元，同比增长21.1%，在目前销售收入基数较大的状况下依然能维持较高的增长速度。这主要来源于近年上海游戏产业在二次元、女性向游戏、移动电竞等细分领域加强布局，并注重于对海外市场进行拓展，从而使得近四年来上海网络游戏销售收入增速实现首次回升。

2017年上海游戏市场收入构成

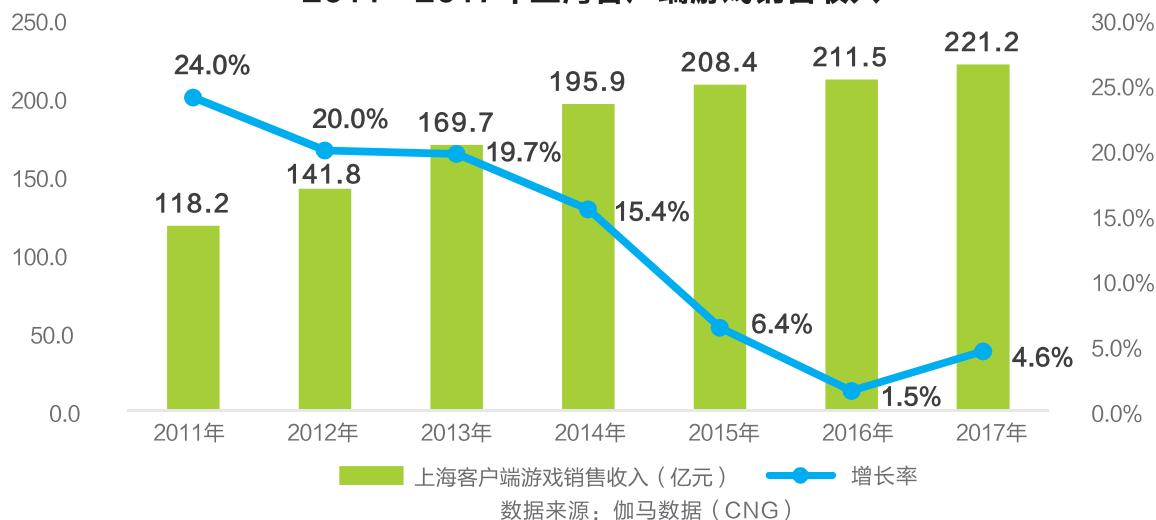


数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海游戏市场收入的48.9%由移动游戏构成，并首次超过了客户端游戏市场；客户端游戏虽然在上海游戏市场占有率逐年下降，但仍占据上海游戏市场总收入的32.3%；网页游戏下降幅度最大，由上年的26.5%降至17.4%；在其他游戏中，以单机游戏、电视游戏等为代表的其他游戏市场收入占比1.4%，较往年上升0.4%。

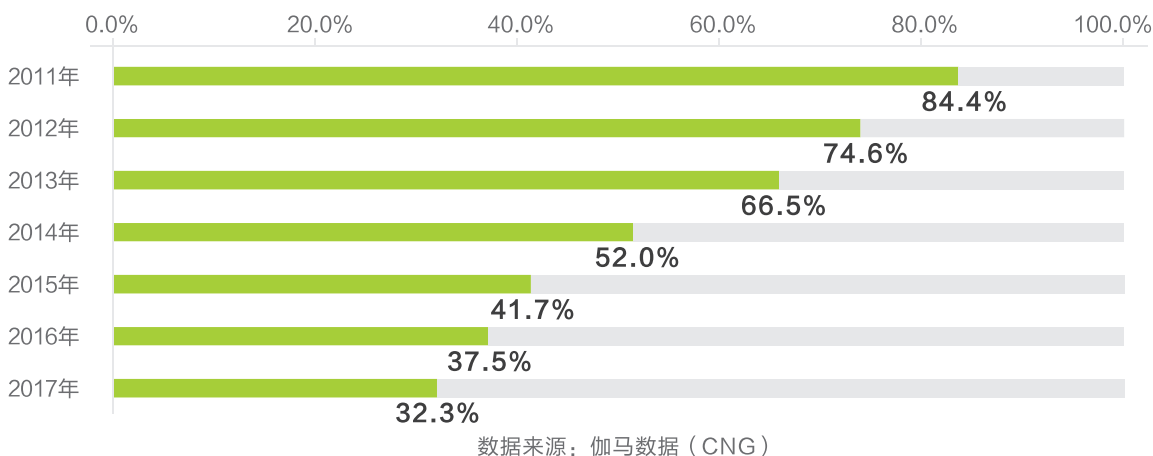
1.2.1 上海客户端游戏销售收入

2011~2017年上海客户端游戏销售收入



2017年，上海客户端游戏销售收入为221.2亿元，同比增长4.6%，近五年来首次出现增长率回升。其主要原因来自于上海客户端游戏市场引入的《反恐精英：全球攻势》(CS:GO)等数款新品发力，老款以电竞为主的产品稳定贡献营收。未来移动游戏对客户端游戏用户的吸引趋势虽然持续存在，但客户端游戏也在画面、操作性等方面具备移动端难以取代的特质，今后上海客户端游戏销售收入有望维持稳定。

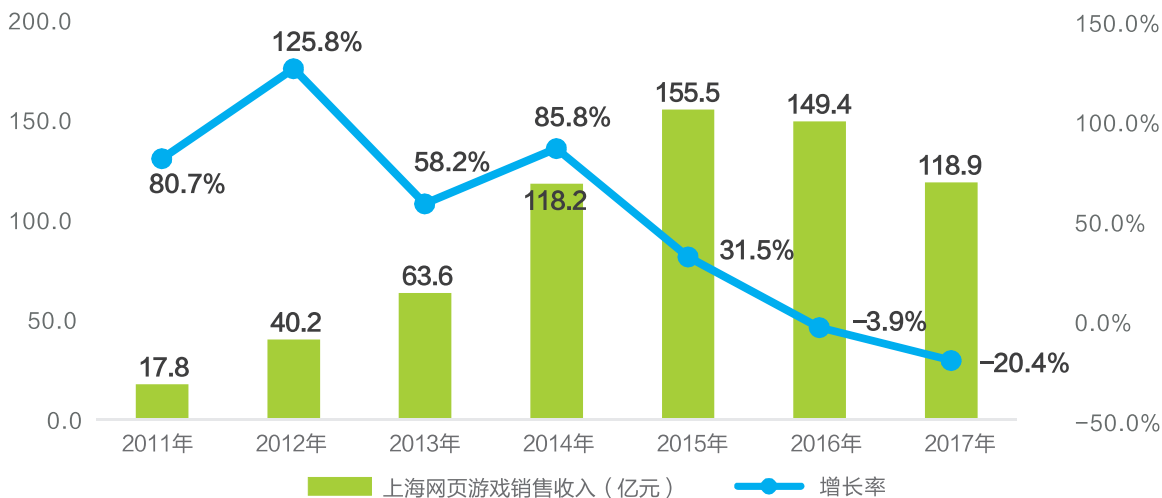
2011~2017年上海客户端游戏市场占有率



2017年，在上海游戏出版产业中，客户端游戏市场占有率约为32.3%，目前仍占据着上海游戏出版产业收入的较大份额。客户端游戏市场占有率的下降主要来源于其新品的匮乏，在研发层面上客户端游戏开发难度较高、周期长，且投入产出比类与移动游戏也并不具备优势，目前客户端游戏收入主要来源于在市场运营多年的老款产品，为数不多的主流新品也以海外代理的产品居多。

1.2.2 上海网页游戏销售收入

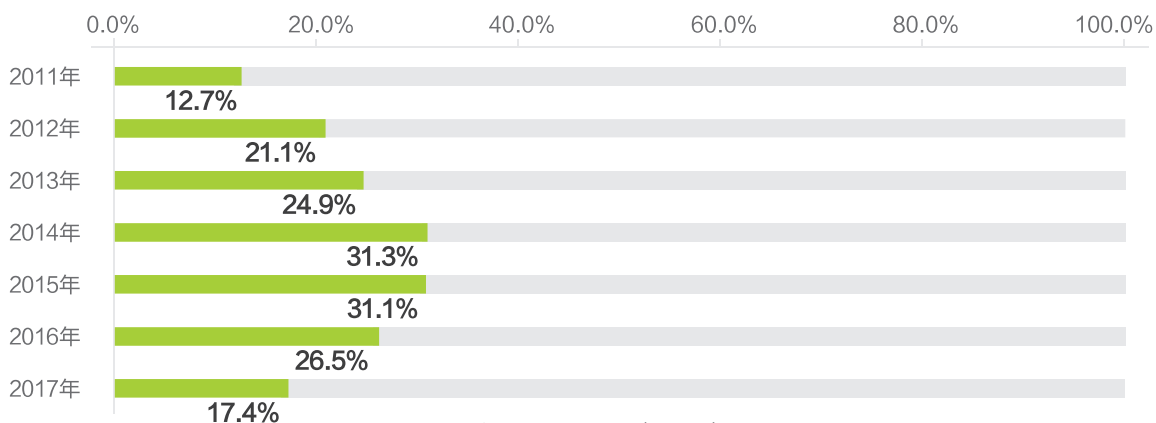
2011~2017年上海网页游戏销售收入



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海网页游戏销售收入约为118.9亿元，这一数值为三年来新低，同比降低20.4%。网页游戏销售收入大幅减少的主要原因是目前市场主流产品同质化严重且玩法单一，此外，随着网页游戏用户投入产出比的下降，网页游戏所依赖的买量推广方式也受到了一定程度的影响。

2011~2017年上海网页游戏市场占有率

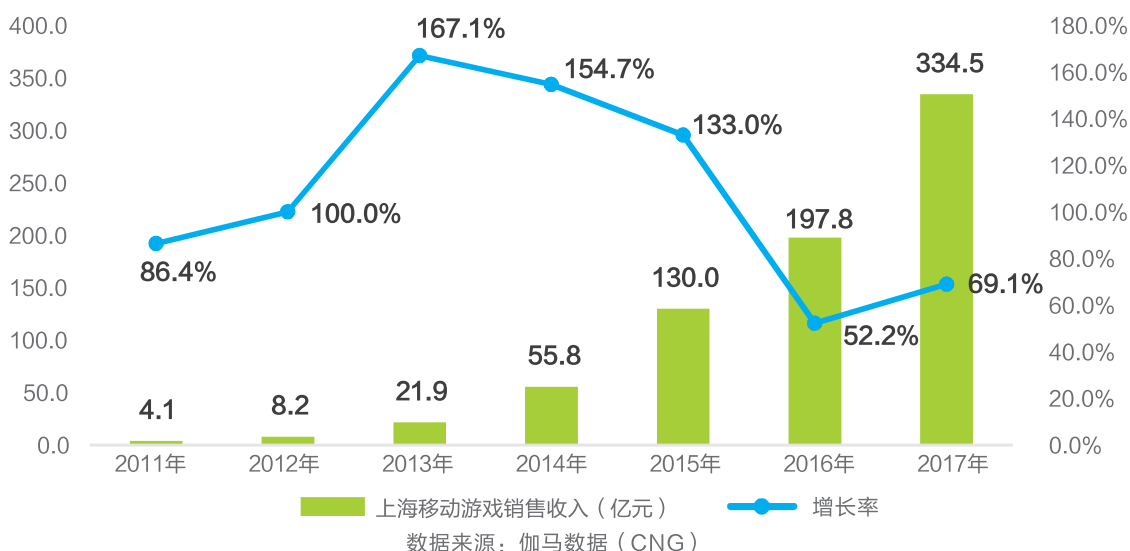


数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，在上海游戏出版产业中，网页游戏市场占有率约为17.4%，较去年有所下降，这一水平已逼近2011年网页游戏发展的前期阶段。近年来，网页游戏类比与客户端游戏所具备的即时性、便捷性、轻度化等方面的优势，也已经被不同类别的移动游戏所取代，未来在移动游戏更进一步发展的趋势下，网页游戏的市场占有率将会被再度压缩。

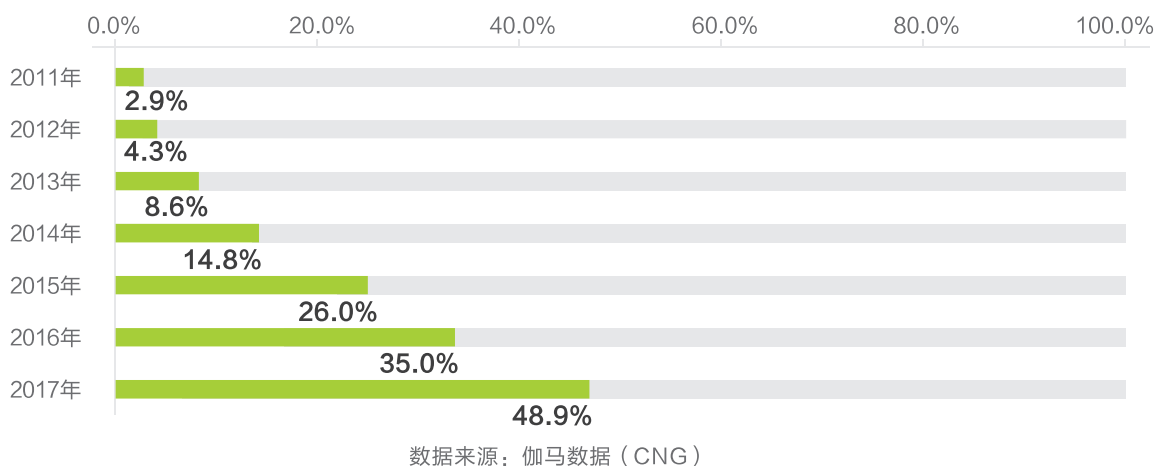
1.2.3 上海移动游戏销售收入

2011~2017年上海移动游戏销售收入



2017年，上海移动游戏销售收入约为334.5亿元，同比增长69.1%，增量达到136.7亿元，为历年来新高。其增长的主要动力来源于上海游戏企业自研的《龙之谷手游》《永恒纪元：戒》等在内的多款产品流水达到数十亿元级别，除自研实力的提升外，上海游戏企业积极引进的产品如《命运-冠位指定》等也带动了上海移动游戏销售收入的进一步增长。

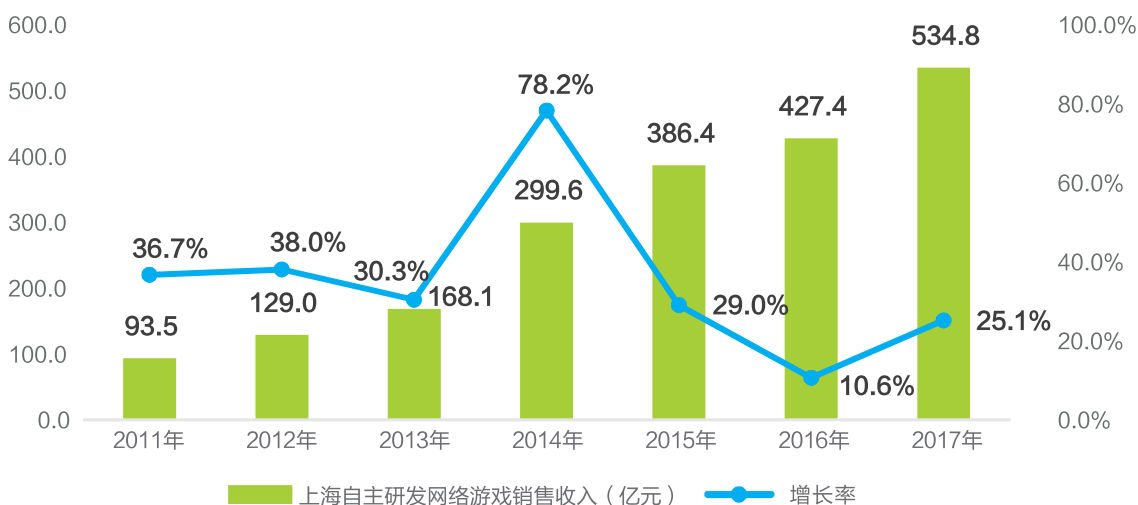
2011~2017年上海移动游戏市场占有率



2017年，在上海游戏出版产业中，上海移动游戏市场占有率约为48.9%，这主要来源于《龙之谷手游》《永恒纪元：戒》等产品在收入方面的良好表现。目前上海游戏企业主要的产品重心进一步转移到了移动游戏领域，并涌现出《奇迹：觉醒》《择天记》等月流水达到数亿元的新品，未来上海移动游戏的市场占有率还将进一步提升。

1.3 上海自主研发网络游戏出版状况

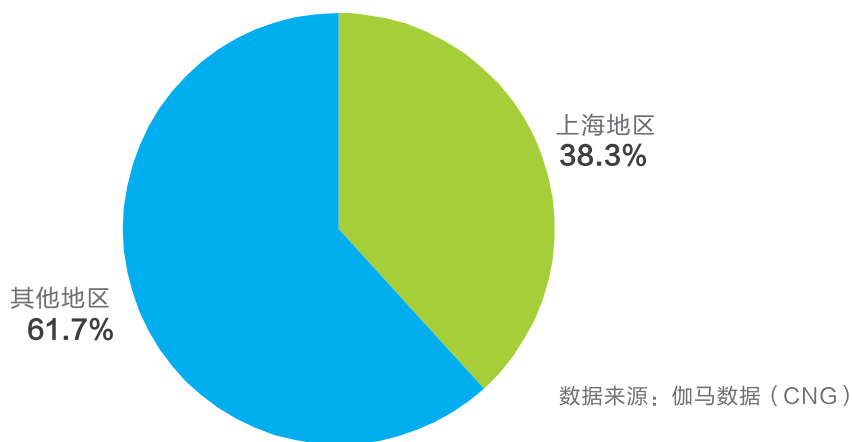
2011~2017年上海自主研发网络游戏销售收入



数据来源：伽马数据（CNG）

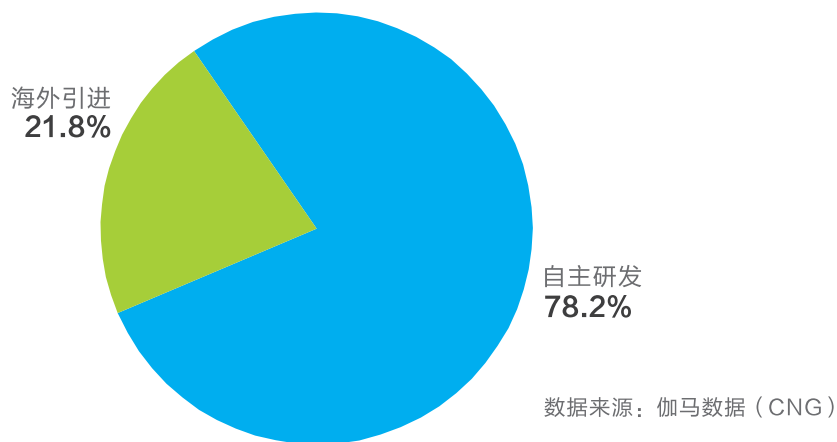
2017年，上海自主研发网络游戏销售收入约为534.8亿元，同比增长25.1%。在自研领域上海拥有盛大游戏、巨人网络等多个以研发为导向型的本土化游戏企业，从端游时代便积累的人才、技术等优势成为上海自主研发网络游戏销售收入持续提升的关键。

2017年上海自主研发网络游戏销售收入占全国比例



2017年，上海地区自主研发网络游戏销售收入约占全国自主研发网络游戏销售收入的38.3%，相比于2016年的36.1%小幅上涨。目前国内游戏研发企业除集中在北京、上海、广州、深圳一线城市外，杭州、苏州、成都等地区也立足于游戏产品研发，加快发展游戏产业，并积累了较强的研发实力，虽然竞争加剧，但上海地区的自研实力依旧保持着一定的优势。

2017年上海网络游戏自主研发与海外引进销售收入比例



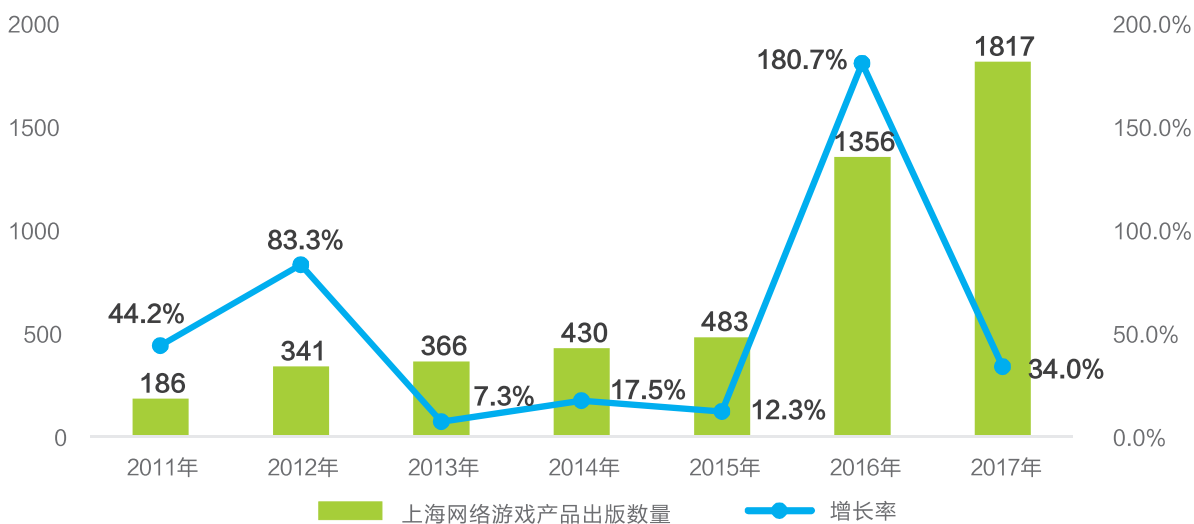
2017年，上海地区自主研发网络游戏销售收入约占78.2%，海外引进收入约占21.8%。2017年海外产品也在持续发力，这主要得益于以《命运-冠位指定》等为代表的移动游戏产品的引进。从审批流程、海外产品引入政策等方面来看，上海也在引导着海外优秀游戏产品加快进入国内的进程，从而满足国内游戏用户的多元化需求。

第二章

2017年上海游戏出版产品状况

2.1 上海游戏出版产品状况

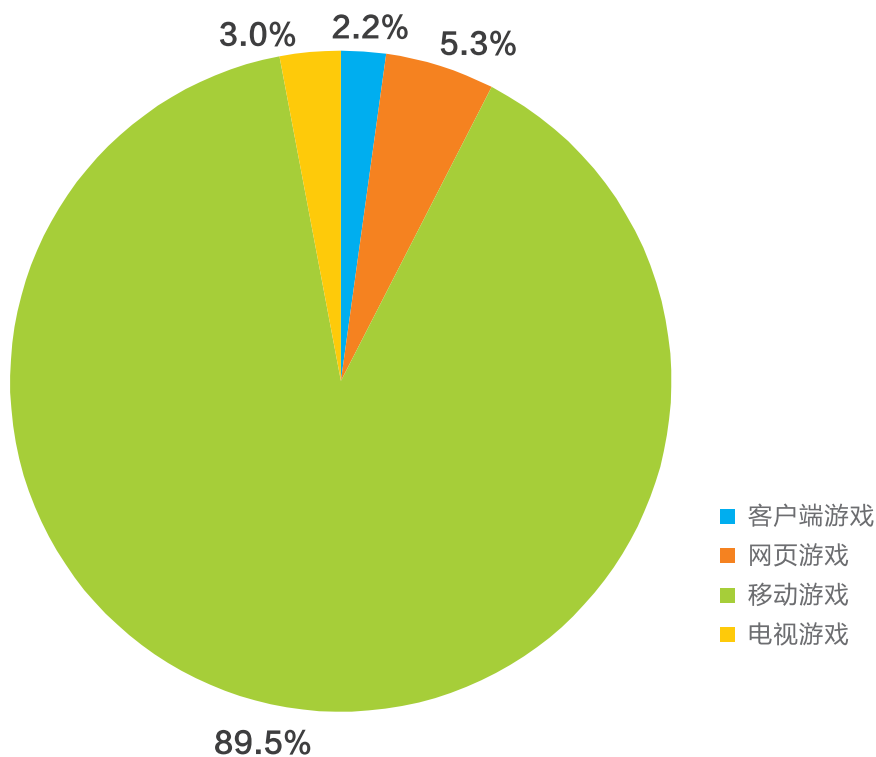
2011~2017年上海网络游戏产品出版数量（款）



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，经上海市新闻出版局报送，国家新闻出版署审批通过的网络游戏产品数量为1817款，同比增长34%，连续两年网络游戏产品出版数量超过千款，维持在较高水平。其增量主要来源于移动游戏，这也标志着上海针对于游戏申报采取的措施取得了显著成效。

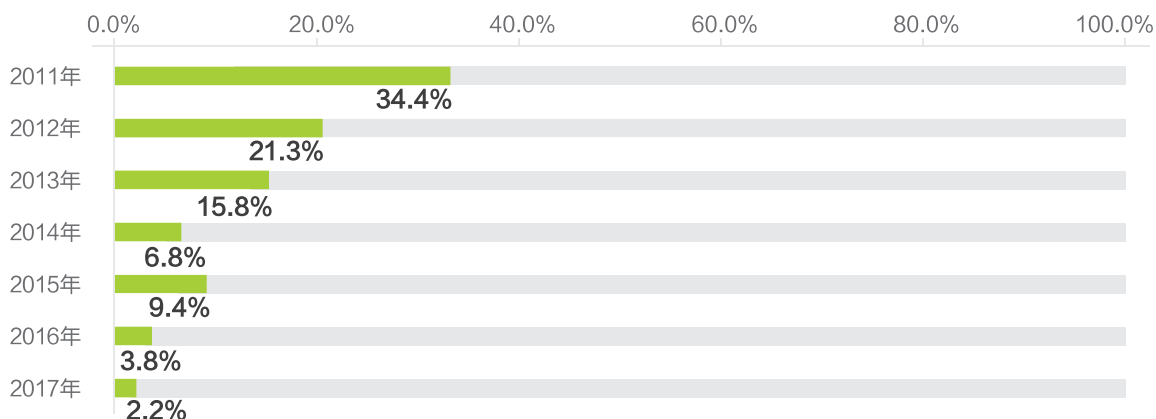
2017年上海出版网络游戏产品类型分布



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，经上海市新闻出版局报送，国家新闻出版署审批通过的网络游戏产品中，移动游戏为1626款，网页游戏为97款，客户端游戏为40款，电视游戏为54款。相比于2016年，除移动游戏外其他产品类型数量与占比均出现了不同程度的下降，这主要因为近年来移动游戏市场表现强势，促使其他类型游戏企业或开发商陆续转入移动游戏产品的开发。

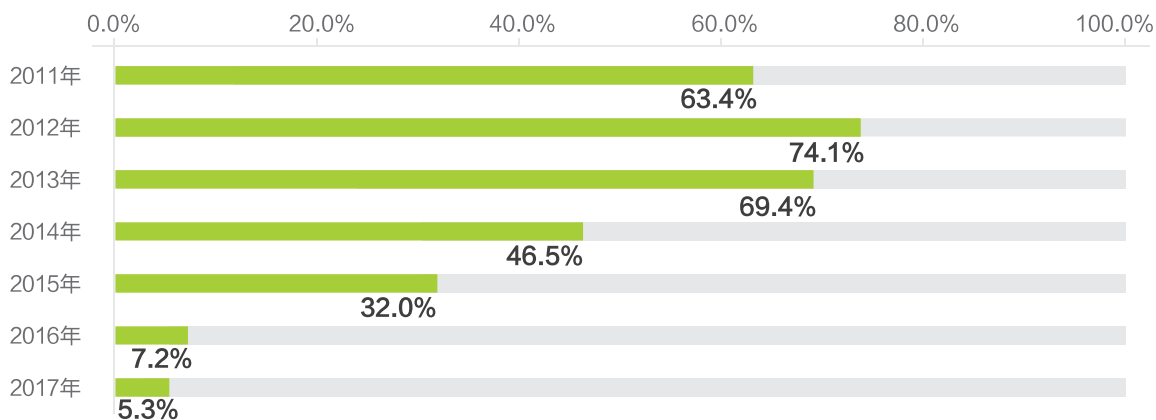
2011~2017年上海客户端游戏数量占全部游戏比例（出版）



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海客户端游戏出版比例进一步减小，占比仅为2.2%。鉴于移动游戏现阶段的发展潜力，众多端游企业也陆续将研发重心转向移动游戏领域，再加上客户端游戏头部产品均被重度网络游戏所把控，后来者切入市场机会较小，这直接导致了客户端游戏产品新品数量的减少。

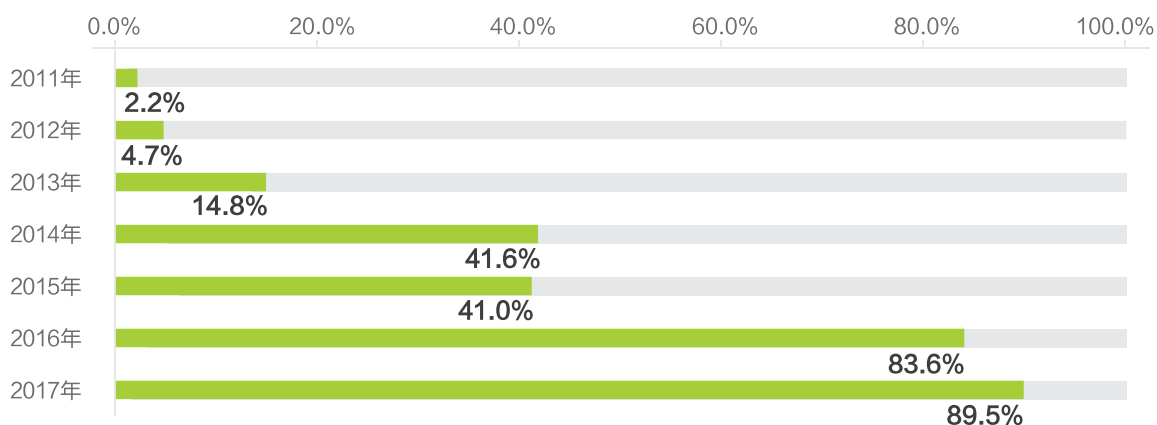
2011~2017年上海网页游戏数量占全部游戏比例（出版）



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海网页游戏出版比例进一步减小，占比达到5.3%，数量上达到97款，相比于2016年仅减少一款。网页游戏目前的市场空间虽然大幅下滑，但其可复制的换皮开发模式也决定了其开发成本相对较低，这也使得目前网页游戏出版产品数量仍然维持在近百款，但同质化现象严重。

2011~2017年上海移动游戏数量占全部游戏比例（出版）



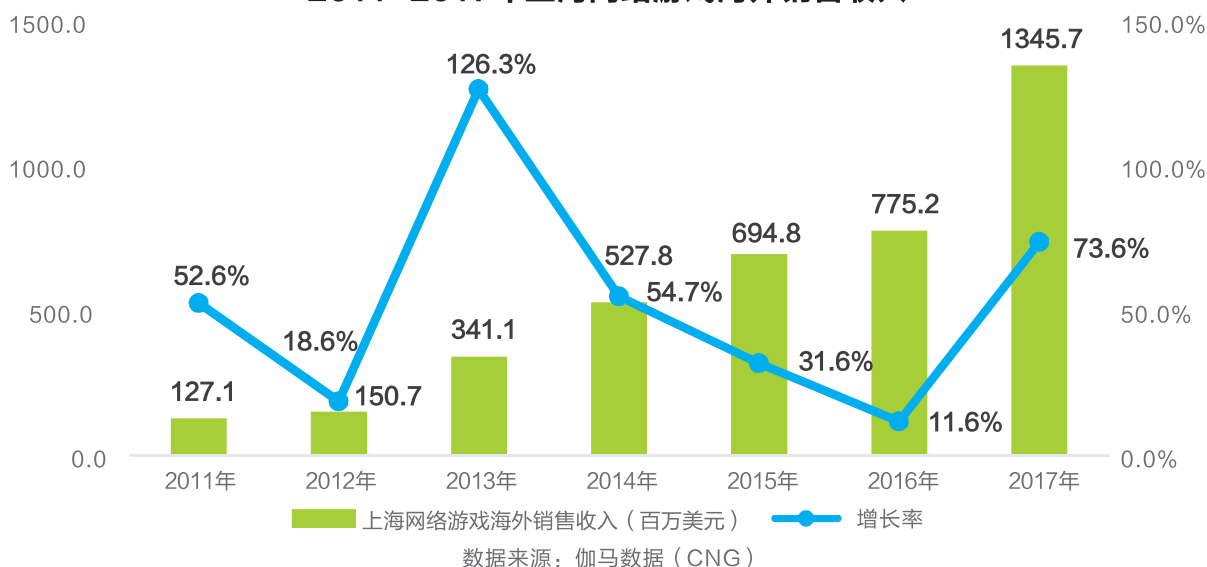
数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海移动游戏出版比例达到89.5%，数量上达到1626款，相比于2016年增长近500款，移动游戏近年来收入的大幅增加成为推动出版产品数量增加的主因。

第三章

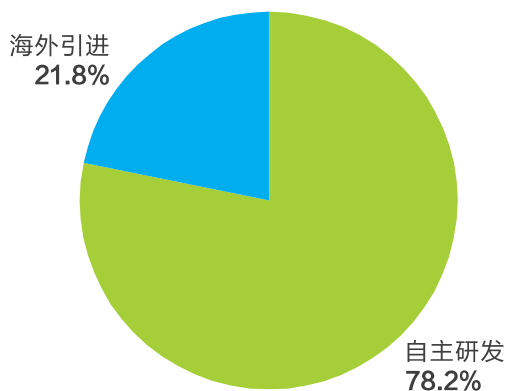
2017年上海游戏出版产业海外出口状况

2011~2017年上海网络游戏海外销售收入



2017年，在上海游戏出版产业中，网络游戏海外销售收入约为13.457亿美元，同比增长率约为73.6%，增量达到5.705亿美元，为历史最高点。近年来随着国内人口红利效应持续减弱，国内网络游戏市场竞争加剧，产品出海成为了国内游戏企业重要的战略，上海的多个游戏企业也以游戏产品出海为核心布局全球化战略。

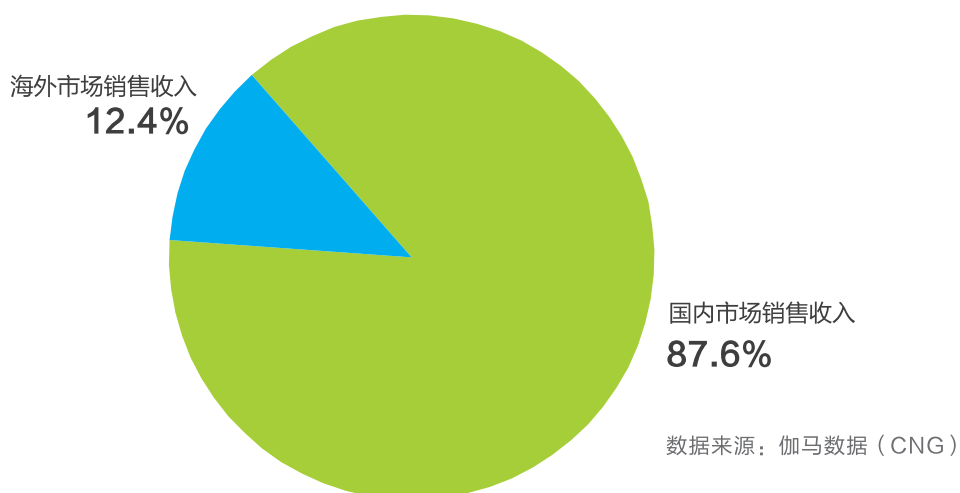
2017年上海网络游戏自主研发
与海外引进销售收入比例



在上海网络游戏销售收入中，2017年海外引进游戏收入比例与2016年相比有所减少，占上海网络游戏销售总收入的21.8%。随着上海游戏产业的进一步发展，其自主研发实力持续增强，这也加强了上海游戏产品在多个领域对海外产品的竞争优势，从而提升了销售收入占比。

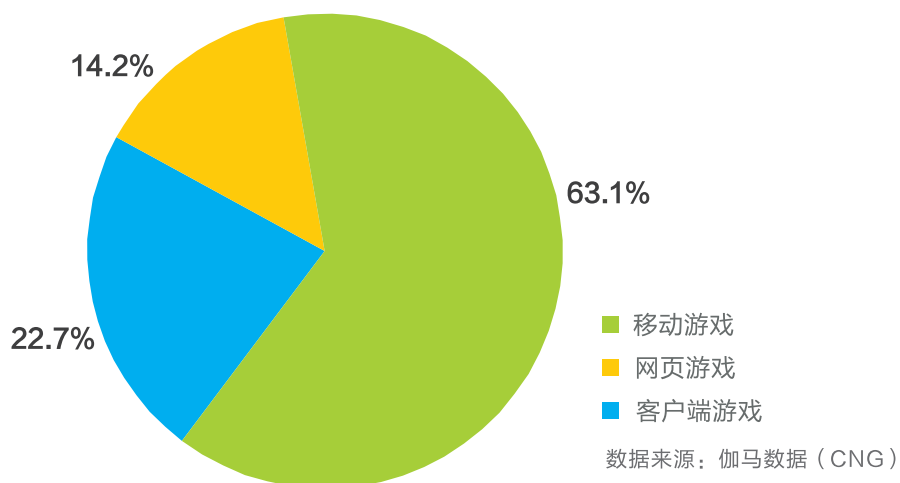
数据来源：伽马数据（CNG）

2017年上海网络游戏国内与海外市场销售收入比例



相比与2016年，2017年上海网络游戏海外市场销售收入比例上升2.9%，其中上海移动游戏是其出海产品的主要组成部分，包括《永恒纪元》《碧蓝航线》等产品在东南亚、日本等海外市场均取得了一定的成绩。目前上海网络游戏也正在由文化相近的东南亚文化圈地区，向更远的欧美地区拓展，并通过资本运作、战略合作等多种方式打开海外市场，未来上海海外市场销售收入占比有望进一步提升。

2017年上海网络游戏海外出口产品结构（按收入）



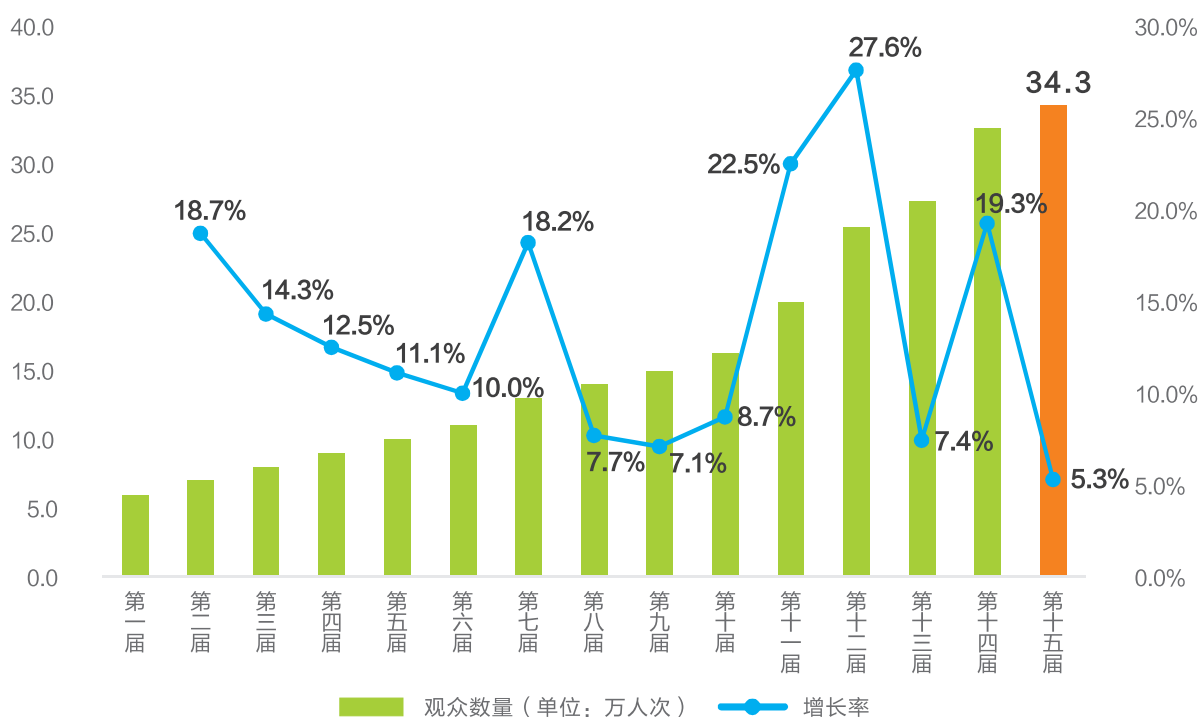
2017年上海移动游戏海外出口收入占比达到63.1%，相比于2016年提升20.2%，目前移动游戏已成为上海网络游戏出海的主力。

第四章

2017年上海ChinaJoy展览会状况

4.1 上海ChinaJoy展览会参与观众状况

第一届~第十五届ChinaJoy观众数量增长状况

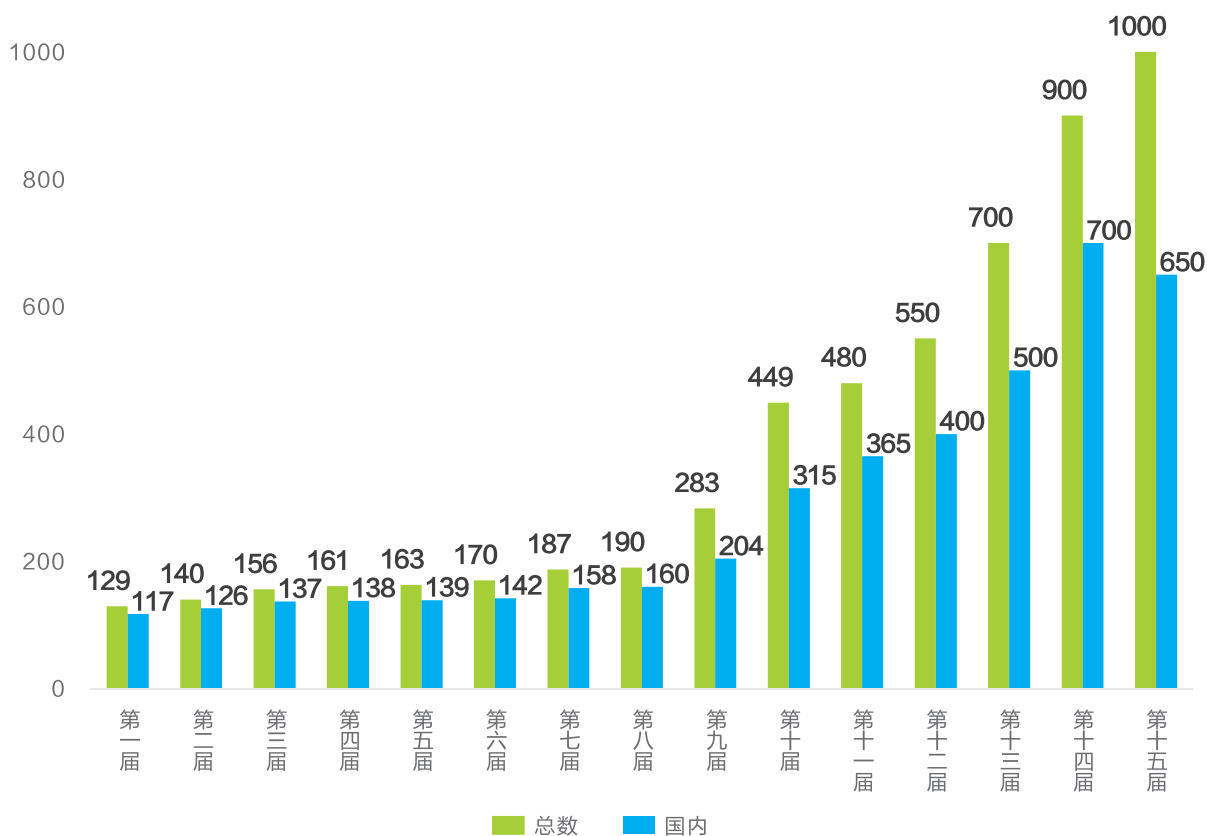


数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海ChinaJoy（第十五届中国国际数码互动娱乐展览会）吸引观众达34.3万人次，比上届增长约为5.3%，连续14届观众数量增长率维持在5%以上。

4.2 上海ChinaJoy展览会参与企业状况

第一届~第十五届ChinaJoy企业参展数量增长状况

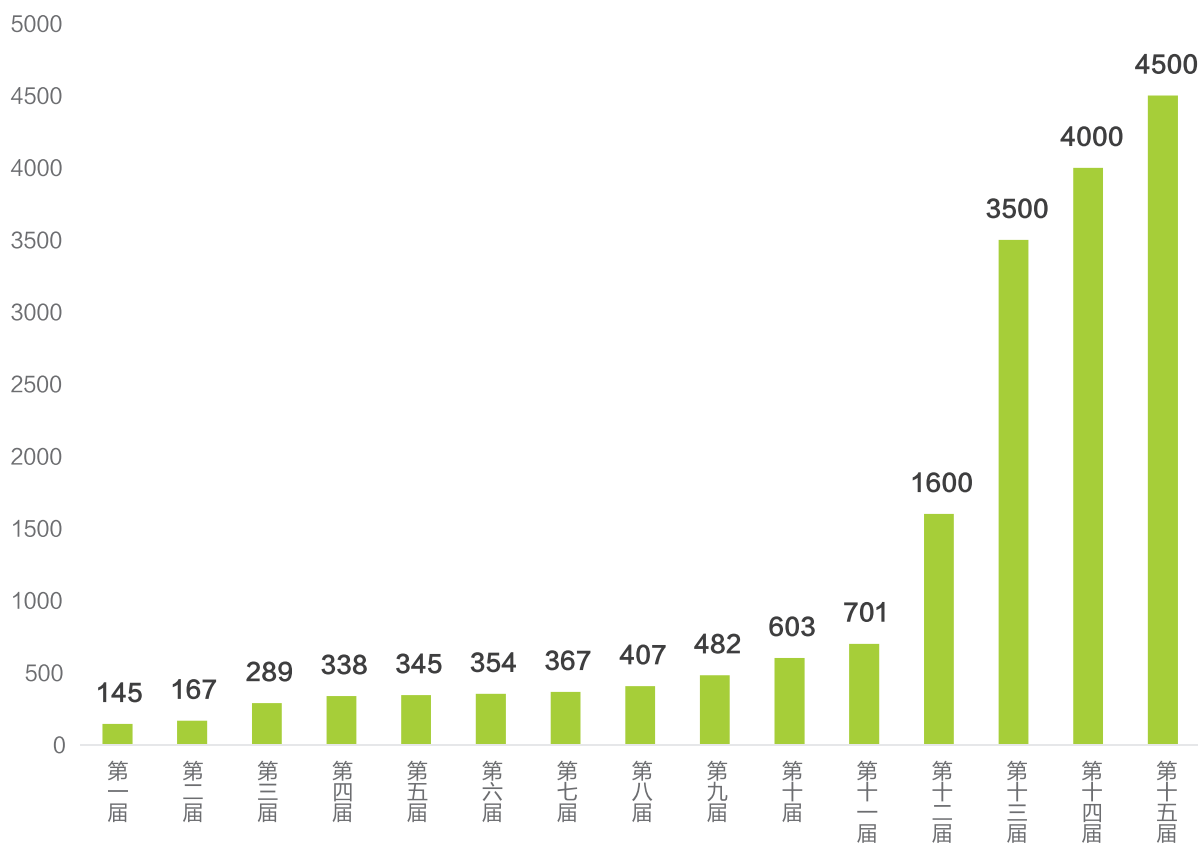


数据来源：伽马数据（CNG）

2017年，上海ChinaJoy参展企业总数达到历史新高约1000家。其中，国内展商总数约650家，相比于上届略微下降，其主要是由于海外展商较大幅度增加，这也体现了ChinaJoy在全球范围内逐渐扩大的影响力与对海外展商所具备的吸引力。

4.3 上海ChinaJoy展览会参展产品状况

第一届~第十五届ChinaJoy参展产品数量增长状况



数据来源：伽马数据（CNG）

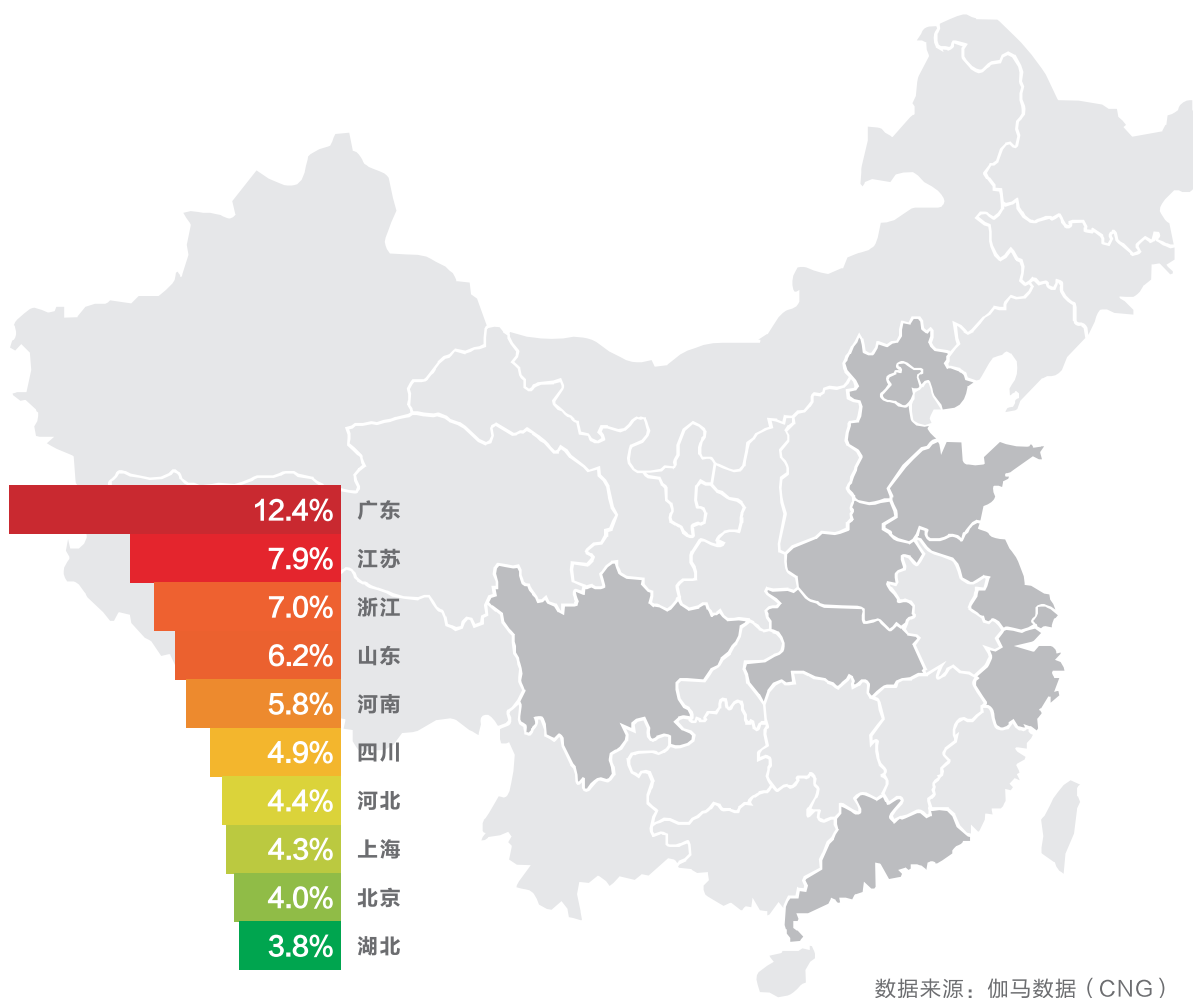
2017年，上海ChinaJoy参展产品总数达到4500款，连续4年ChinaJoy参展产品数量增量均维持在500款以上。

第五章

2017年各地区游戏产业状况

5.1 地区移动游戏用户分布

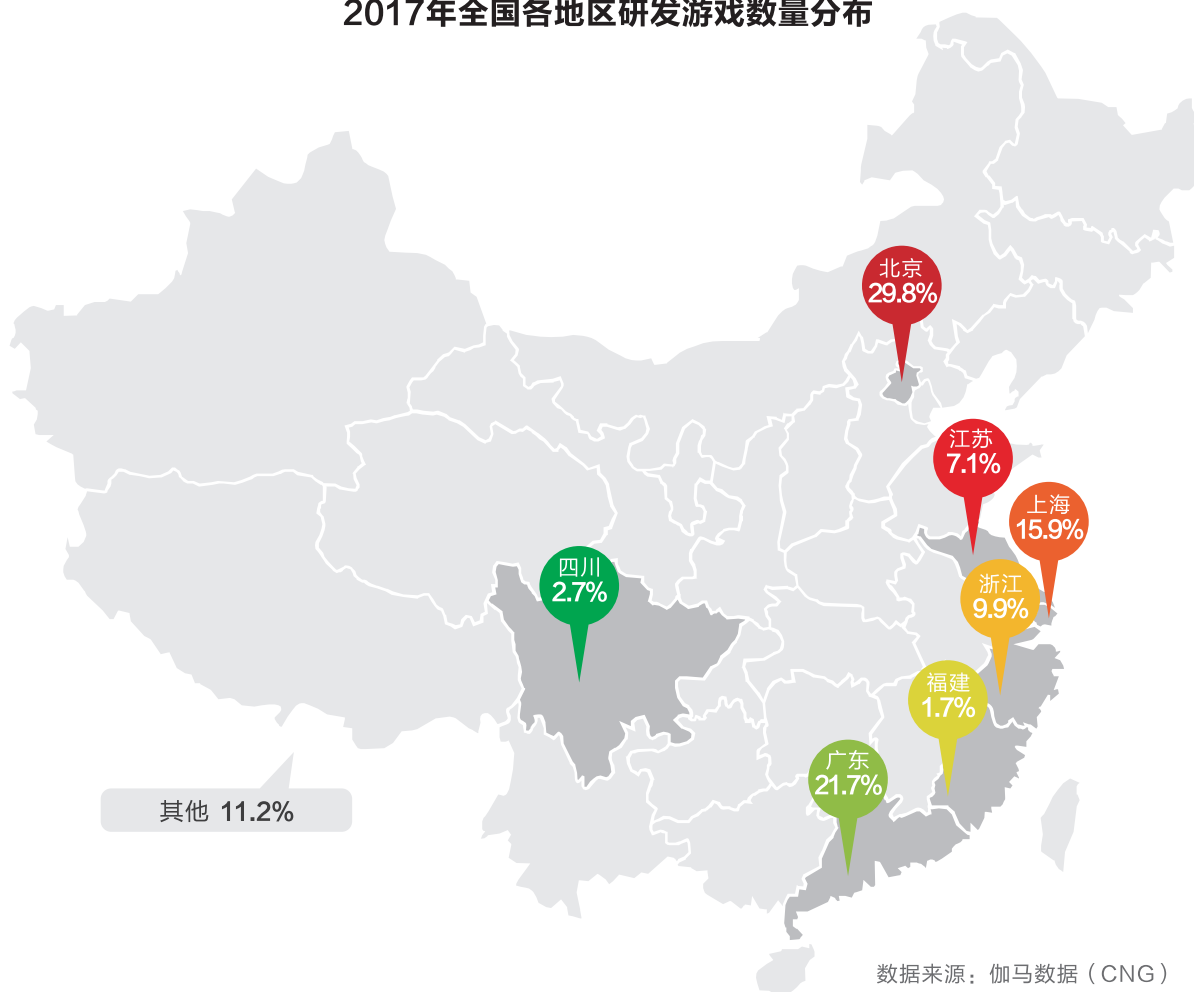
2017年各地区移动游戏用户规模占比TOP10



2017年各地区移动游戏用户规模占比中，排名前十的地区除了本身人口基数影响外，经济越发达地区移动游戏用户占比也呈现出较高趋势，其中上海、北京地区虽然常住人口排名在全国20名以外，但仍以较高的移动游戏渗透率排在前十。

5.2 地区研发游戏数量分布

2017年全国各地区研发游戏数量分布

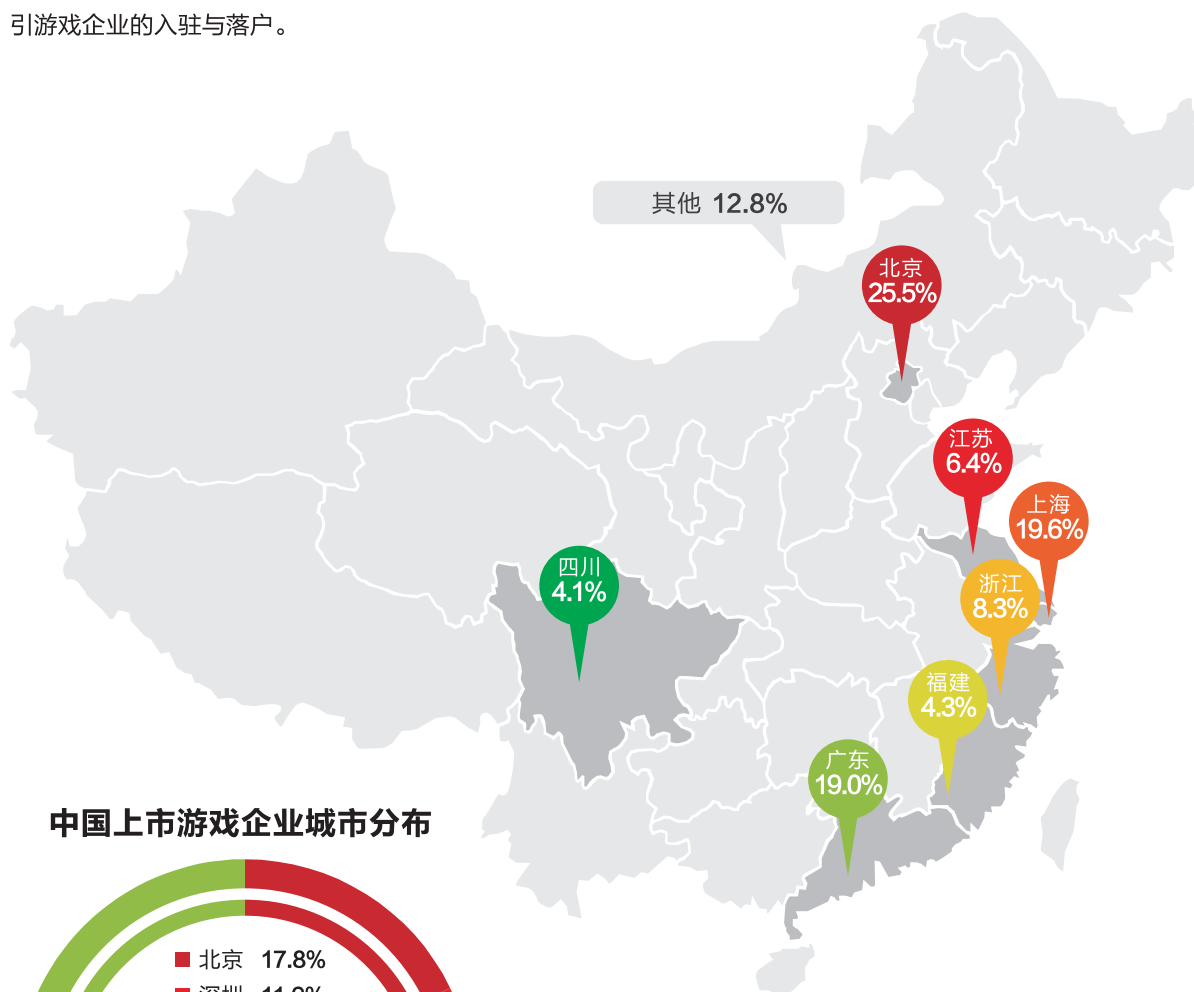


2017年全国各地区研发游戏数量分布中，北京、广东、上海分列前三甲，研发游戏数量占比均超过15%，三地区共占据近七成游戏产品。在后续地区中浙江、江苏占据了较高比例，这与各地游戏企业的研发实力具备较大关联。

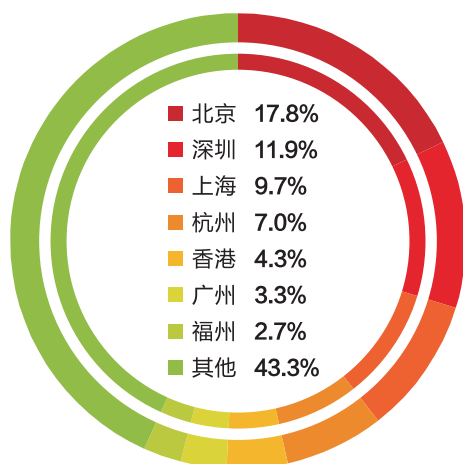
5.3 地区游戏企业分布

全国游戏企业地域分布

2017年全国游戏企业地域分布中，北京、上海、广东占据前三，且占比较为接近，这与上述地区较早出台游戏产业扶持政策相关。游戏企业数量是该地游戏产业发达程度的重要标志，目前多个地区均出台相关政策，从而吸引游戏企业的入驻与落户。



中国上市游戏企业城市分布



数据来源：伽马数据（CNG）

2017年国内上市游戏企业主要分布在北京、深圳、上海、杭州，这四座城市占比均超过5%，上市游戏企业数量也在一定程度上代表着该城市优质游戏企业的数量，且上市游戏企业更易获得资本的支持，从而加快企业发展速度，此外，其对外的资本投入和扩张，也能进一步促进当地游戏产业的发展。

工作机构

WORKING INSTITUTIONS

支持单位：上海市新闻出版局

报告撰写：伽马数据（CNG）

数据研究：伽马数据（CNG）

2017SHANGHAI
GAME PUBLISHING
INDUSTRY
DATA
REPORT

