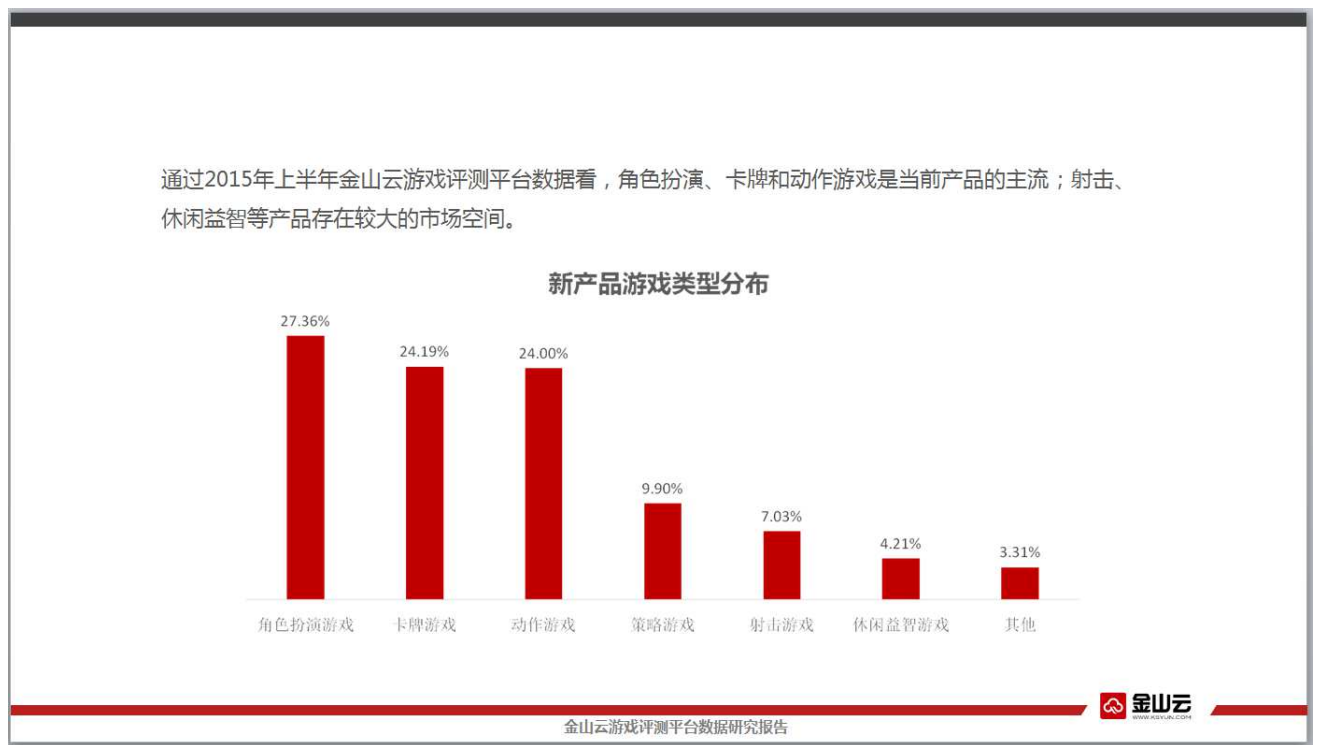


# 金山云：2015 手游业风向报告

手游行业已经进入大产品、大发行、大资金、大宣传主导的时代。云计算所带来的高稳定性、快速部署、高可用性、弹性便宜等优势，已经成为游戏厂商增强竞争实力的重要手段。因此，手游行业八成以上的游戏发行商和 CP 都在使用云计算，云服务逐渐成为刚需服务。

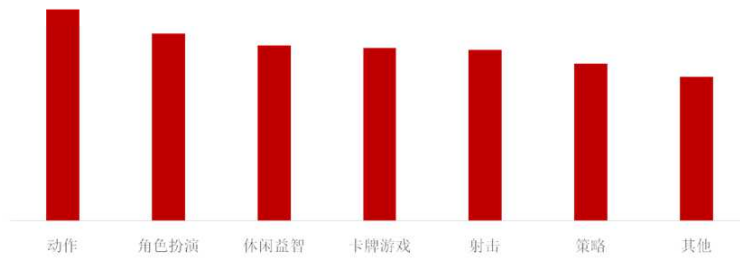
## RPG、卡牌、动作类手游三分天下



根据报告中数据显示，在最新产品中，角色扮演类手游占总体的 27.36%；卡牌类手游占总体的 24.19%；动作类手游占总体的 24%。三大主要类型手游占总体份额超过了 75%，这三类依然是主流。

通过分析题材&游戏类型对吸量的影响得知，动作游戏受用户关注度最高，在各游戏类型中页面转化率最优。

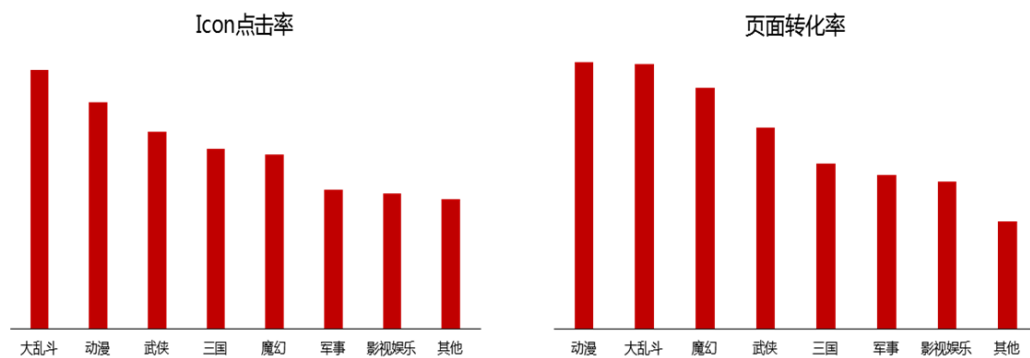
页面转化率



通过分析游戏题材和游戏类型对吸量的影响，发现动作游戏的转化率非常强势，成为游戏类型中吸量 NO1。但实际上动作类手游与角色扮演、休闲、卡牌、射击类主流类型游戏拉开的差距并不是很大。

## 大乱斗与二次元更受用户追捧

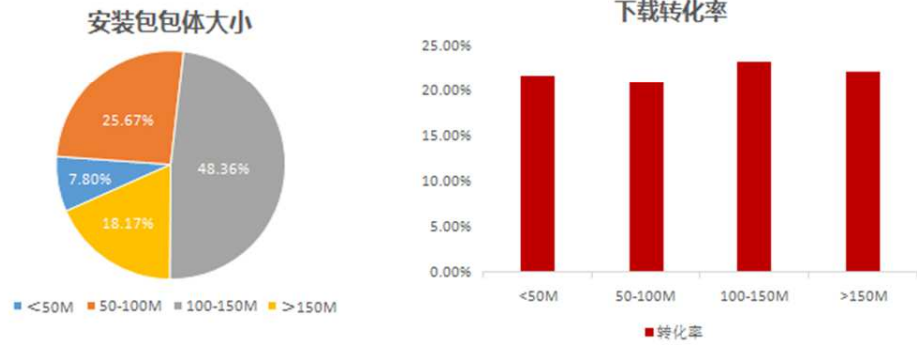
通过分析题材&游戏类型对吸量的影响得知，大乱斗及动漫题材产品受到用户追捧，而传统的三国题材在吸量能力方面表现欠佳。



大乱斗与动漫题材受到用户的强烈追捧，而三国、武侠的表现却并不理想，被远远抛在后方，事实说明数量过多会造成审美疲劳，从红白机时代、到端游、到网游一直以来最热门的三国与武侠题材已经让用户失去新鲜感。

### 包体压缩大小对转化率基本没有影响

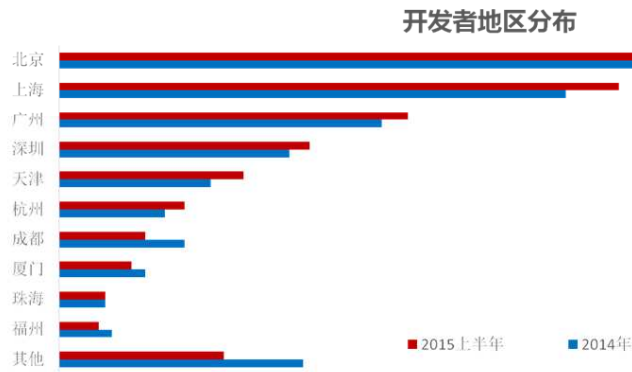
随着移动互联网的发展和wifi的普及，手机游戏包体的大小对游戏激活转化率的影响已越来越小。



随着 wifi 的普及、上网资费的下调和手机容量的增大，包体大小对于转化率的影响也越来越小。转化率更多体现在游戏的画面、可玩性与互动性上。其中 100-150M 左右的大包体，占据了绝对主流，近 1/2 市场份额，而超过 150M 的占有也达到了 18.17%。

## 北上广成为人才聚集地

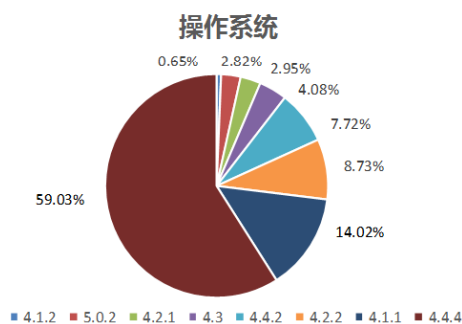
从全国市场来看，教育基础好、人才密集的一线城市及部分孵化基地的产品数量明显上升，二线城市研发商测试产品数量明显下降。



随着各大巨头的加入以及手游 IP 战略，囤积了大量优秀人才的北上广为代表的一线城市开发优秀产品的优势越来越明显，二线城市研发商的测试产品数量明显下降，教育基础好、人才密集的一线城市及部分孵化基地的产品数量明显上升。

**安卓 4.0 仍是操作系统主流，5.0 以上用户不足 3%**

- 安卓操作系统下绝大部分用户使用4.0以上版本，使用5.0以上系统用户不足3%。
- 对于新游首轮测试，在机型、系统相对集中的用户渠道，更容易获得核心玩法验证的准确数据。
- 随着IOS越狱渠道的用户数量骤减，研发商和发行商对安卓渠道的测试需求逐渐增加。

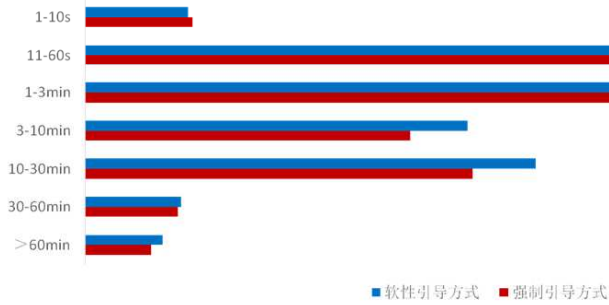


97%以上的玩家都在使用 4.0 以上的版本，5.0 用户非常稀少。对于新游首轮测试，在机型、系统相对集中的用户渠道更容易获得核心玩法验证的准确数据。随着 IOS 越狱渠道的用户数量骤减，研发商和发行商对安卓渠道的测试需求逐渐增加。

## 引导时限在三分钟内更易被大众所接受

通过产品引导留存分析结果分析，非强制引导方式的产品，在首次游戏时长指标上略高于强制引导方式的产品。

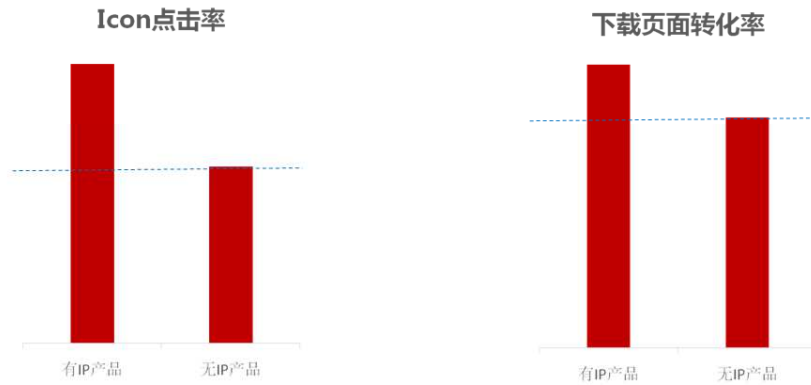
引导方式与首次游戏时长的关系



通过上图可以看出，非强制引导更适合目前的主流引导方式，强制引导用户流失比例更高，同时引导时间在3分钟内时达到最高峰，超过3分钟流失比例明显大幅增加，所以非强制引导并且时间在3分钟内的产品最容易获得大量留存。

**有IP游戏相比无IP游戏的吸量高2倍以上**

根据金山云游戏评测平台现有数据，基于同样的展现位置，有IP的游戏产品在下载页面转化率指标上平均比无IP产品高出17.60个百分点。

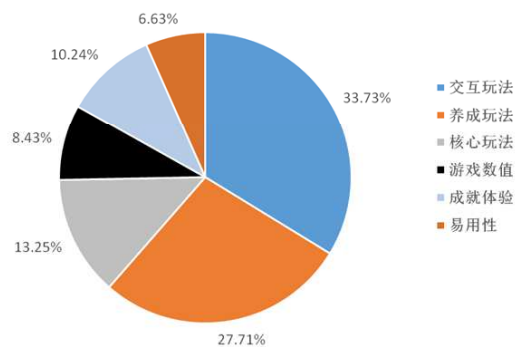


有IP的产品要比无IP产品天生具有优势，而且高出17.60个百分点，证明IP对吸量还是很重要的。此前曾有报道，蓝港《后宫·甄嬛传》IP的吸量能力几乎是业界均值的5~6倍；另有数据称，IP游戏的下载量相比没有IP游戏的转换上面高达到2.4倍。

## 互动交流成玩家最期望的玩法



通过玩家样本调查和分析，在玩家反馈中，玩家最希望得到优化的游戏内容为交互玩法。



通过玩家样本分析，交互玩法是玩家最希望得到的优化项，手机已经成为一种生活方式，因此玩家更渴望将手游当做一个社交平台，在游戏过程中交流展示自己，是他们迫切需要的。