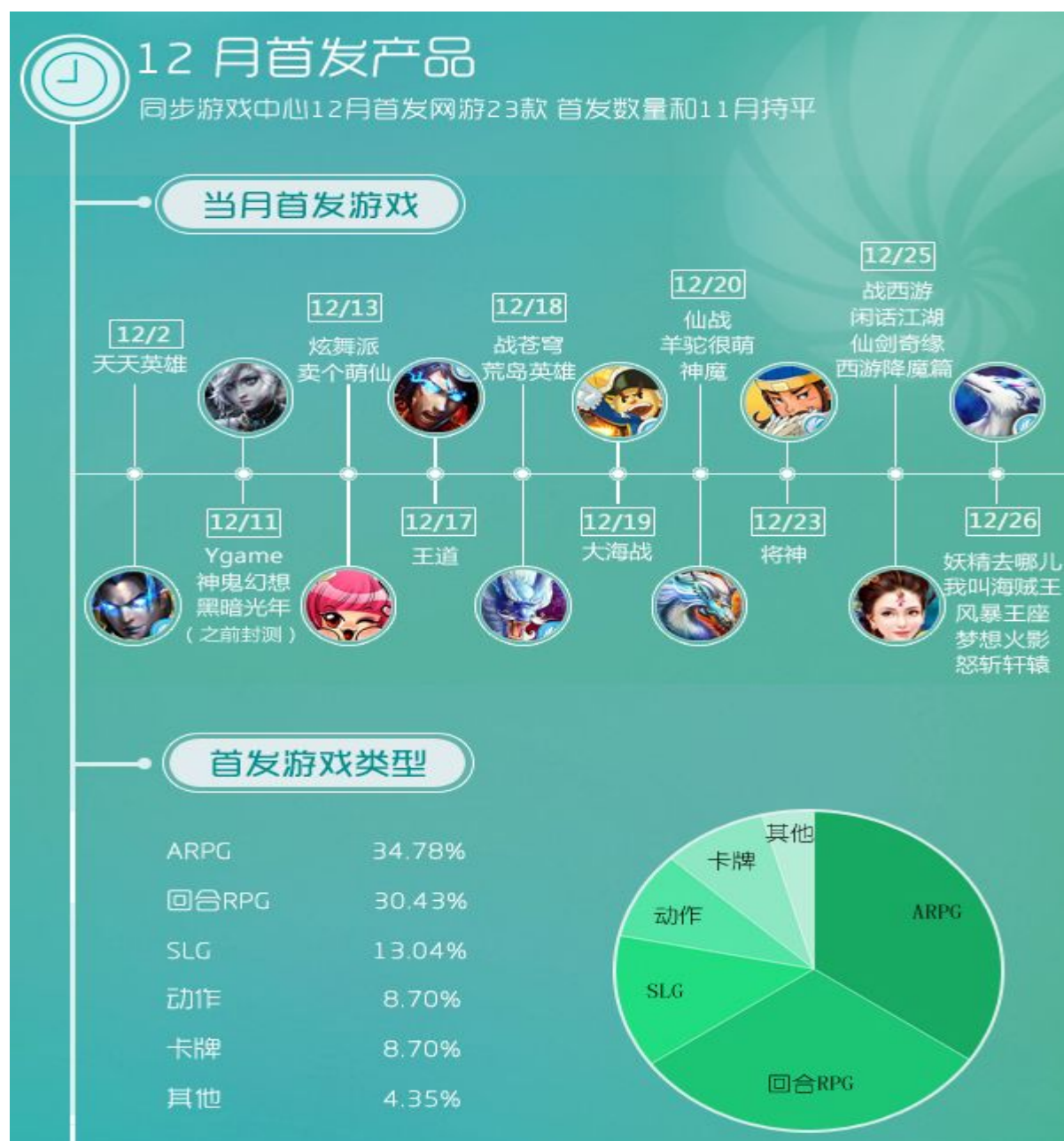


同步游戏中心 12 月首发网游 23 款，首发数量和 11 月持平，RPG 类游戏依旧占重要比例，此类游戏越来越获得用户认可的原因在于在品质和创新的长足进步。

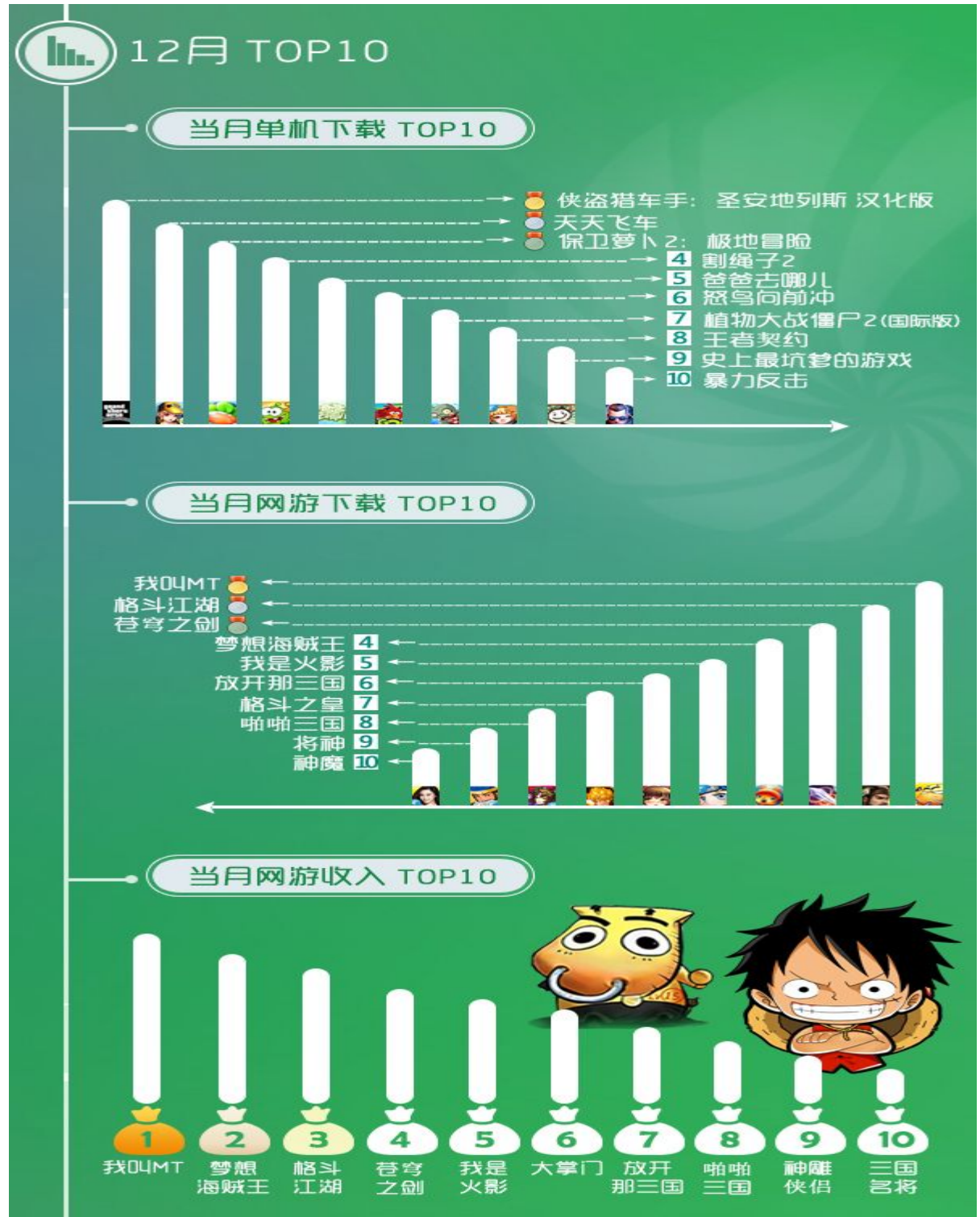


12 月首发游戏中，尽管卡牌游戏本月首发数量占比 8.7% 较之 11 月份的 33.33% 呈现下滑趋势，但从 12 月收入表现上看依旧表现出明显的集团优势，吸金能力稳定，卡牌游戏开始逐步转入低产量高品质化的阶段。

首发产品中，《将神》、《神魔》两款游戏均在 12 月下旬上线，在同步游戏中心的专业化运营服务以及其自身的市场营销配合下，在较短的上线时间内，均冲击进 12 月下载榜单的前 10 名。

## 娱乐营销及差异化品质刺激单机游戏异军突起

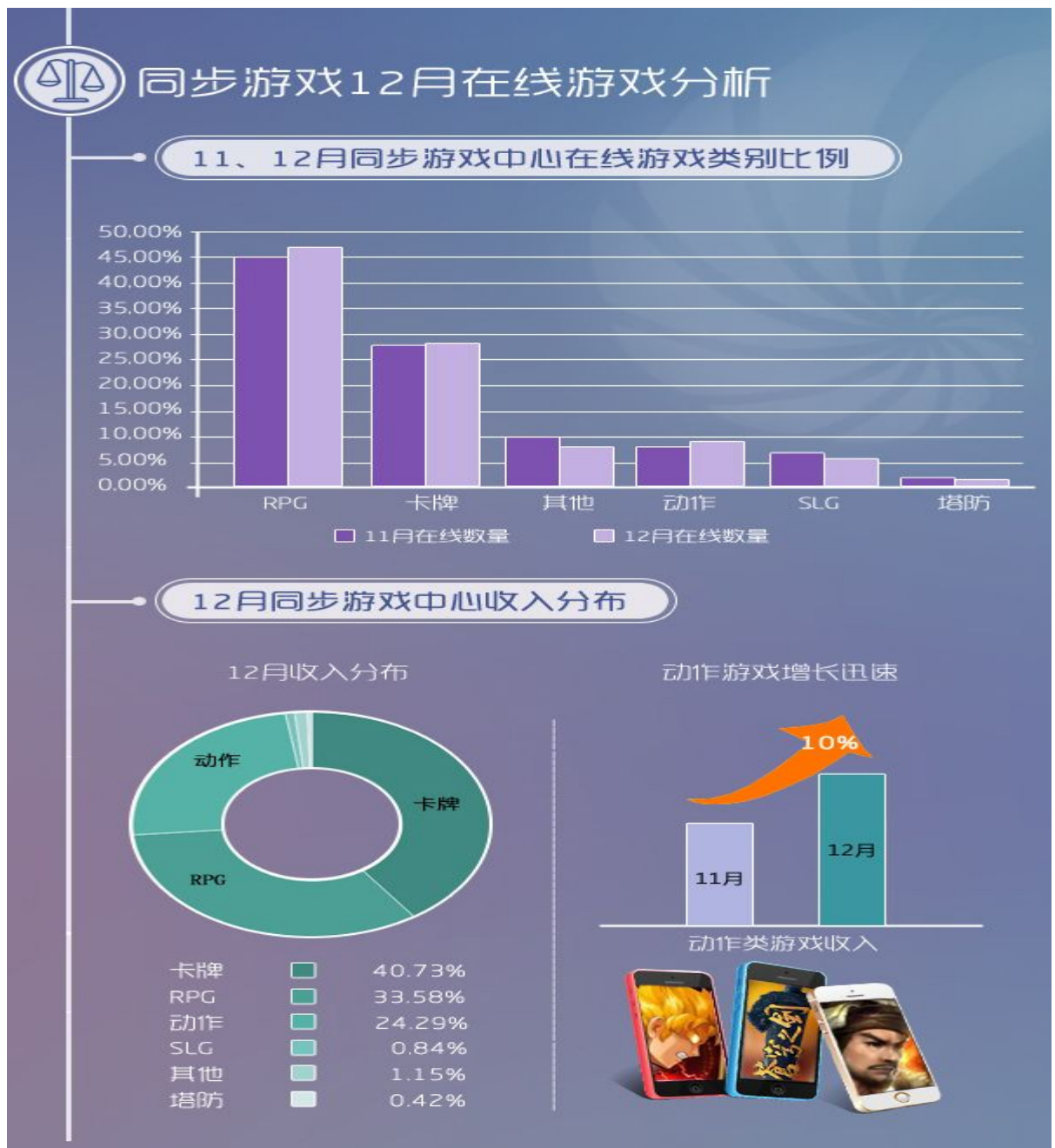
12月单机游戏方面,《爸爸去哪儿》凭借热门IP以及和娱乐营销的结合,上升势头迅猛。此外,凭借创新玩法和优秀的游戏品质,《王者契约》从众多老牌单机大作中成功突围进入前10。



## 卡牌 RPG 动作三强分割网游榜单 持续领跑

12月网游下载前10名的产品中，由于玩家对于拥有高市场知名度的产品的青睐，卡牌类继续占据4席。动作类游戏延续了11月的上升势头，3款动作类游戏进入前10，说明近期玩家对动作游戏的关注程度正在逐步提升。收入方面，卡牌游戏依旧势头强劲，在收入榜单前10中占据5席，其次是回合制RPG游戏有3款游戏升入榜单前10，结合12月首发游戏数据，RPG类游戏作为重度游戏中的主力军，正在以不断上升的趋势逐渐壮大。

## 看好重度游戏发展 且动作游戏成长明显



12月同步游戏中心全部在线网游中，回合制RPG游戏占比超过45%，卡牌和动作游戏紧随其后，且对比11月游戏数量，RPG、卡牌、动作3类游戏的总量在平台游戏总量中的占比均有提升。

收入方面，由于近期动作类产品游戏品质明显提升，并紧密配合市场营销行为，动作类游戏收入在全部游戏收入中占比明显增长，对比11月总收入提升10%，并保持持续上升的势头。

对比11月和12月同步游戏中心在线游戏数量及收入，卡牌类、RPG类、动作类为主的重度游戏的占比在持续成长，而SLG、塔防、以及其他类别的游戏数量和收入占比开始缓慢降低。

综合同步游戏中心平台在线游戏数量及收入进行分析，同步游戏中心预测，从2013年12月到2014年上半年，以RPG、卡牌、动作重度游戏将出现一个集体的上升态势，并且动作类游戏作为生力军将继续迅猛成长，2014年的移动游戏行业开始逐步向产品高品质化转变。