

# 百度：2015 年游戏行业搜索流量报告



## 【1.1】流量。

2015Q1 中国网络游戏市场规模首次超过 300 亿元，达到 320.8 亿元，环比增长 8.0%，同比增长 24.7%，那么在这样的市场规模表现的基础上，游戏行业的搜索流量又有怎样的变化呢？

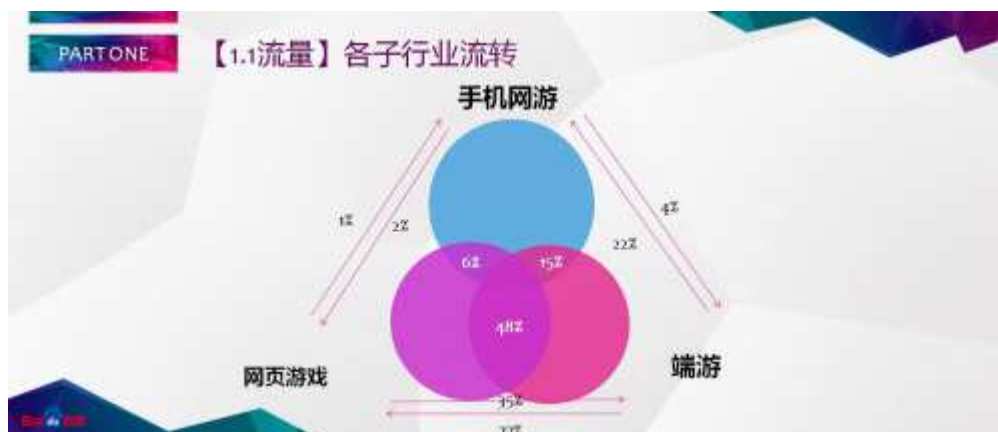


2015Q1 网络游戏行业流量达到 19.5 亿，近三个季度同比增长 20%左右。整体的流量随季度波动明显，Q3 由于暑期，整体流量上涨显著。

从检索量来看三个子行业占比，会发现虽然大体趋势还是端游>页游>手游，但手游最近的增长可谓一步一个脚印，稳稳蚕食着另两部分份额。



手游的增长离不开移动互联网的发展，相比去年 Q1，2015Q1 三个子行业无线流量均有增长；值得注意的是，端游，页游的无线流量，手机游戏的 PC 流量这两部分，已有相当大的份额占比，但目前来看，并未得到很好的利用。



同属于网络游戏，三个子行业的人群重合度也非常高，端游与页游的相关性无需多言。不统计跨屏数据的情况下，手游和端游已有 15% 的重合人群。且搜完端游的人有近 22% 的比例搜索了手机游戏。

这一方面使得手机游戏利用端页游无线流量，端页游利用手机游戏 PC 流量成为可能，也更向我们展示了 PC 无线游戏相互改编，甚至 PC 无线两端打通的可行性。

**【1.2】流量的利用。**

下面我们聚焦三个子行业流量的利用情况。



单独看端游的流量，近几个季度端游流量同比增长 20%，环比波动平稳；那么这些流量的利用状况如何呢？

2015Q1，FPS 类游戏流量利用率最高，其他类游戏的利用率基本正常，唯独 MOBA 类游戏流量基本未得到利用。这边厢最火的 LOL，DOTA 流量游戏客户不问津，那边厢可有一大波游戏直播客户早已蠢蠢欲动了啊。



单独看页游的整体流量，每年 Q3 随着暑期到来，都能有接近 50%的检索量增长，数量非常可观，看到这里不免要提个醒，现在才看到报告的同学们可要抓紧了，现场听了沙龙分享的页游同事们早已经回去给账户加词啦！

目前的流量利用情况基本是合理的，非品牌词普遍拥有较高利用率，毕竟品牌词顶多就是联运抢，通用类型口碑词可是人人都抢而且效果优质的。



手机游戏流量方面，整体增长迅速，最近几个季度同比都在 50%以上。

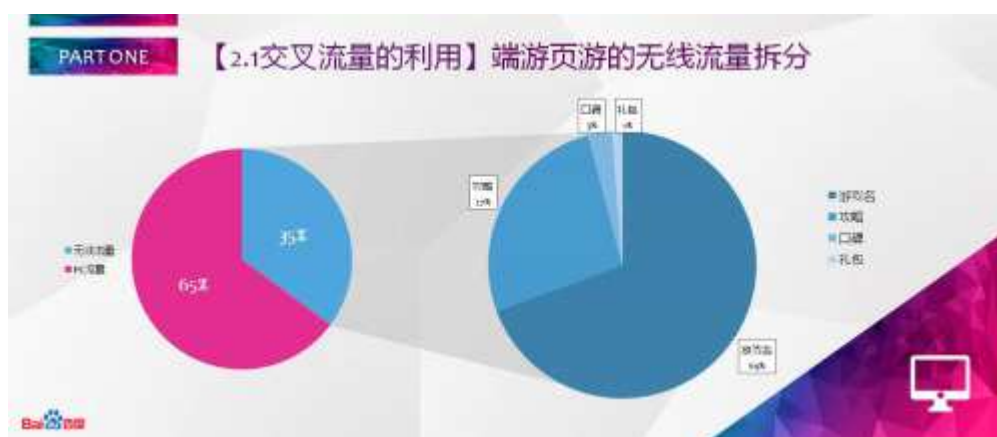
流量利用方面，看似平平淡淡，但如果跟刚才页游比较，就会发现问题：

主要的点击量都集中在品牌词上，而通用词、类型词、口碑词都远远没有得到充分的利用。非品牌词这部分，一方面本身效果优质，另一方面属于你多一点别人就少一点的。必争之地。许多手游客户在抱怨每天拿到的激活量太少，而无线端通用词这一部分的流量却没有几家能很好的利用起来。



数据趋势如上，那面对如此充满机遇与挑战的游戏行业检索趋势，我们应该何去何从呢？

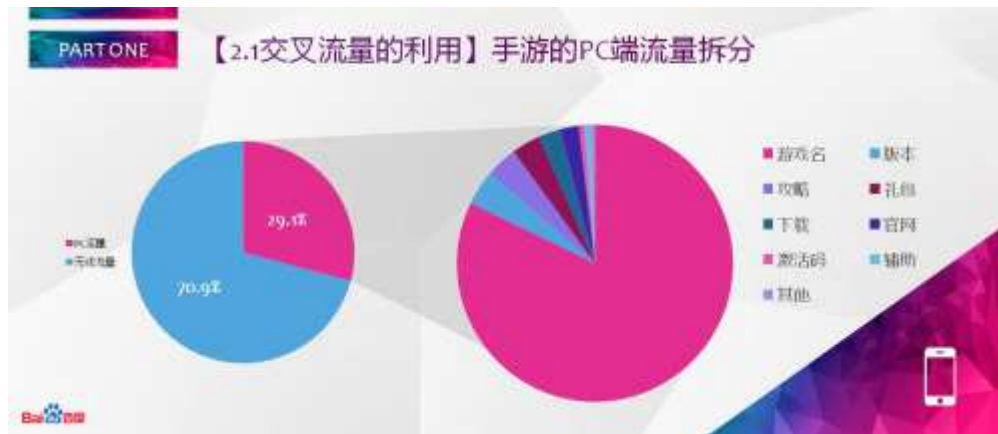
### 【2.1】品牌词交叉流量的利用。



端游、页游无线端需求重点为品牌名称，攻略，口碑，礼包等，最主要的检索需求还是品牌名的直接检索，很可能是不知在哪看到了我们的广告，或者听人家提起了我们的游戏，拿起手机就搜了起来。



这时候，不需要太多，只要一个品牌专区&搜索推广，就能完成发号，礼包等等的功能，从而收口无线的流量。



手机游戏 PC 端流量占总流量的 30%，具体的需求较为分散，品牌名称，版本、攻略、礼包、下载等都有涉及。虽然 PC 端下载的流程较长，但 PC 端的下载相关检索还是比较高。尤其在三四线城市，“PC 上下载游戏，用数据线传到手机上玩”这样的流程还是很常见的。



而现在看，大多手游客户并没有注意对 PC 端流量的收口和保护。



有心的客户早已购买了 PC 端的品牌专区，保证大部分流量都能顺利流入自己的官网。

### 【2.2】非品牌词的利用。



刚才提到，手游行业非品牌词的利用还远远未达标。回过头看看整个 Q1，手机游戏客户的非品牌词点击量获取，做的最好的客户获取了 360 万点击，然而大部分客户一个季度在非品牌词上，也只获取了 10 万左右的点击，核算到每天就只有 1000 个点击左右。



那么，top 客户是怎么购买非品牌词的呢？

我们尝试把非品牌词分成了 包含“手机”和不包含“手机”的两类，不像 PC 端，在无线端搜索游戏，很明显，需求就是指向了手机游戏的。通过两个饼图对比，明显 TOP10 的游戏词占比要高出许多，如果没有 TOP10 客户的拉伸，行业整体的游戏词流量会更低。所以 TOP10 客户能在非品牌词成功放量，离不开对“游戏词”的充分利用。

### 【2.3】新流量的引入。

说了那么多现有流量的利用，其实在前面提到的行业流量之外，百度还有大把的流量我们叫他们“人群词”，随着手游的兴起，改编潮流也变得火热，很多我们之前的人群词都变成了品牌词，这也是我们乐于看到的。关于哪些人群词适合改编 IP，我们也通过百度数据做了一系列研究，希望能给大家更多启发





首先，我们跑出了百度检索量最大的 500 个人群，发现跟 3 年前相比，可作为 IP 改编的人群数有一个明显的增加。这些 IP 主要集中在游戏，动漫，电视，综艺，电影，小说 6 个类目，其中“综艺”这个类目是去年开始兴起的新类目，之前的综艺节目，远没有达到现在这样的量级。



这些 IP 的量级知道了，那么哪些更适合改编呢？我们利用百度大数据的分析工具，给出了相关性的指标。如图可知，小说动漫类相关度较高，其中，动漫类有大量 IP 尚未被改编。