

# 中国小游戏行业现状深度分析与发展前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国小游戏行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/705024.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

### 1、小游戏无需下载，即点即玩

小程序游戏（后文简称小游戏）是在抖音、微信等社交平台以小程序形式发布的游戏。对比APP游戏在应用商店后下载、安装方可游玩，小游戏拥有无需下载安装，即点即玩的特点。

小游戏与APP游戏的区别

类别

小游戏

APP游戏

平台

微信、抖音等社交平台

AppStore、华为应用商城等移动端应用商店

研发

研发成本低周期短，但受到一定的平台限制

研发成本高周期长，在技术及开发引擎上受限较少

发行

如有内购则需要版号，在平台完成备案后可上架

需要版号，通过应用商店审批后上架

推广

点击即可打开小游戏，链路较短

点击后跳转应用商店，下载后打开游戏，链路较长

资料来源：观研天下整理

### 2、我国游戏行业发展趋于平稳，小游戏或带来新增量

近年来，随着游戏产业人口红利逐渐减退，行业逐渐进入平稳发展的阶段，2022年用户规模有所下降，进入2023年则又止跌转增，整体来看用户规模稳定在6亿上下，活跃渗透率保持在50%左右。根据数据显示，2023年，我国游戏用户规模6.68亿人，同比增长0.61%；游戏市场收入首次突破3000亿，来到3029.64亿元，同比增长13.95%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

不过，小程序已成为新的流量入口。小程序游戏使用基于APP基础之上，具有即点即玩的轻便特点，更符合娱乐时间碎片化的中高年龄段玩家。数据显示，2023年8月，全网用户月人均使用小程序个数已达到15.9个，对比去年同期增长0.9个；分APP来看，微信/支付宝/百度智能/抖音小程序月活跃用户规模分别达到9.25/6.45/3.67/2.67亿。目前，小游戏主要平台为

微信APP与抖音APP，在小程序成为游戏行业新流量入口之后，小程序生态成为小游戏发展的肥沃土壤。

数据来源：观研天下整理

### 3、2023年我国小游戏市场收入同比增长300%

现阶段小程序游戏的变现模式主要包括内购付费、广告变现、混合变现三类。目前，由于内购付费的占比快速提升，以及低成本短周期、短触达高转化变现效率、社交关系沉淀提升用户粘性等优势带动小游戏市场规模较快增长。

数据来源：观研天下整理

### 4、小游戏研发低成本短周期，技术升级助力品类从轻向重

具体从优势分析，在研发方面，原生制作一般为手游转开发小游戏APP会使用的方案，APP游戏引擎为Unity，小游戏通过APP代码资源转换实现二次开发；H5版本兼容制作一般用于游戏立项时便准备双端运作的情况，使用cocos creator、laya、白鹭等作为游戏引擎，可兼容开发小游戏版本，H5兼容版本制作研发周期仅为3-4个月，研发费用为100-200万元。就算在原生制作的情况下，小游戏的研发周期与成本也至少能降低至APP的50%。

## 微信小游戏研发路线

### 研发路线

#### 分端原生制作

#### H5版本兼容制作

### 描述

同款游戏基于原生技术制作，APP和小游戏分开研发

同款游戏基于H5制作，再发布APP微端版本和小游戏版本

### 游戏引擎

HPP：Unity；小游戏：APP代码资源转换（C#转JS、Unity插件美术资源导出） 开发者工具二次开发

以cocos

creator、Laya、白鹭为主进行开发、H5版本发布APP微端版本，可兼容开发小游戏版本

### 研发特点

一般是手游APP立项未规划小游戏版本，手游产品转开发小游戏版本的CP会采用此类方案

一般是游戏立项已想好制作手游APP与小游戏双端，可以节省重复开发成本，小游戏开发周期可缩短到2-3个月。

资料来源：观研天下整理

与此同时，微信在2022年进行以下技术升级：1) 在cocos、laya等引擎之外推出Unity适配

方案，助力APP开发者更快链接小游戏；2)本地缓存空间自200M升至1G；3)性能优化，iOS端性能提升至20-45%；抖音小游戏同样能兼容Unity引擎开发的小游戏。

而抖音、快手等APP同时集成了WebGL与Native Instant Game双方案。Native Instant Game，Unity提供完整的提审、发布、更新方案，降低APP游戏开发者在Native Instant Game的适配成本，同时推出Unity团结引擎WeixinMiniGame平台，多维度助力提升微信小游戏WebGL版本的品质接近原生APP游戏。随着小游戏技术升级，其品类也逐渐从轻向重，模拟经营、女性向、二次元等新品类崭露头角。

#### 5、低成本弱竞争优化小游戏市场变现效率

而在发行方面，用户点击广告后直接跳转小游戏，无需下载，短暂加载后即可游玩。从用户角度来看，APP游戏广告整体链路长且需占用内存，小游戏广告链路极短，能够更高效触达用户，买量效率更高。数据显示，2023年10月，小游戏买量数量为1935款，对比1月506款增长282.4%，呈现快速增长趋势；而APP游戏买量数量为4641款，整体趋向平稳。整体来看，小游戏行业买量数量迅速提升，但数量仍明显低于APP游戏，但是买量成本低效率高，且竞争强度较APP游戏低。

数据来源：观研天下整理

从内购分成方面来看，传统APP游戏上线安卓渠道后分成比例普遍为5:5，苹果渠道为7:3（即开发者获得70%分成）。小游戏方面，安卓端，微信普通小游戏开发者可获得60%流水分成，获得平台“创意小游戏”认证之后增加到70%，抖音小游戏月消费总额在50万元以内的开发者能得到60%分成，超过50万则部分获得70%分成。此外，平台还为开发者提供诱人的广告金激励政策，所以整体上小游戏渠道成本优于APP游戏。

微信、抖音平台分成规则

平台

分成类型

分成细则

微信

内购分成

普通小游戏可获得60%内购流水分成；创意小游戏可获得70%内购流水分成

广告金配赠

对于全部月流水，使用快周转可获转充款50%的广告金，最高为月流水10%；对于月流水50万元部分，直接激励流水40%的广告金，最高20万元（自月流水首次1万元起，窗口期12个月）

广告金申领

近30日内，安卓现金投放每满200万元可申领10万广告金（多次达标多次申领，可用于安卓定向投放）

## 抖音

### 内购分成

小游戏在开放平台的月消费总额在50万元（人民币）以内，开发者获得60%当月可分配内购收益；月消费总额超过50万元以上（含本数），开发者获得70%可分配内购收益。可分配内购收益=消费总额×（1-渠道费率【5】%）

### 广告分成

推广的小游戏在开发平台的日收益总额在100万元（人民币）以内，开发者获得60%收益；推广的小游戏在开发平台的日收益总额超过100万元以上（含本数），开发者获得50%收益

### 广告金激励

投流特殊收益比例：每个自然月通过巨量引擎广告投放所产生的收入，扣除渠道费后60万元内平台不扣除服务费，每月1日重新计算额度；超出60万元的金额部分，开发者可获得其中80%的收益。广告金激励规则：每个自然月通过巨量引擎广告投放所产生的收入，扣除渠道费后超过60万元部分的10%作为广告金转充到同主体投放账户。

资料来源：观研天下整理

并且，近期抖音宣布全面升级小游戏激励政策（分别是“一般内购收益政策”和“减免版内购收益政策”），甚至祭出了“九一开 嘉箱 睐税 N獠 虎虞 幌 撰摒颯菘 鼈 輶”，为小游戏行业投掷一枚炸弹。

具体来看，对于未满足特定条件的小游戏，抖音方面规定的分成比例依然是“六四开 猜温 谓的“一般内购收益政策”，而“减免版内购收益政策”则是开发者不仅能够拿到90%的安卓消费总额，还可以获得相当于安卓消费总额5%的广告金激励。

这对“六四开 嘉莖 幌 e 酸受N 護灑犏 隗 墟着狯 台扩大小游戏内容供给的雄心。微信为此也在不断尝试应对之法，在2024年3月21日，微信小游戏官方宣布，微信小游戏平台已开启“CPS合作”，鼓励具有流量场景的服务商（即流量渠道，如APP/小程序/公众号/社群/其他应用等）加入小游戏推广事业，并从中收获合作收益。言而简之，就是当服务商选定某款小游戏后，则能借助自身流量优势帮助该产品吸引新客或促成回流，并对相关用户进行标记，这类用户为小游戏贡献广告或内购收入时，服务商便可以遵照约定比例参与收入的分成，根据现行规则，新用户经由服务商渠道产生后，服务商将获得30%至45%比例的对应流水，而用户回流情况下，服务商的分成比例则在0%至45%之间。

不过，不管是抖音投掷的“九一开 盃 玉 蔑糾悵協 屢 ~ 鱒LC一 加剧小游戏行业竞争张力，有可能打造出双强并立之格局。

## 6、小游戏行业的社交关系沉淀提升用户粘性

最后，在运营方面，游戏圈是游戏衍生内容的社区载体。目前，小游戏已经覆盖微信小程序入口、搜索、微信下方游戏入口等多个场景，能够有效聚集游戏的垂类用户，提高用户转化。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。  
个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。  
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国小游戏行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》  
涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更  
辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业  
竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处  
的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。  
行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局  
，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的  
行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融  
机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、  
中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国小游戏行业发展概述

#### 第一节 小游戏行业发展情况概述

- 一、小游戏行业相关定义
- 二、小游戏特点分析
- 三、小游戏行业基本情况介绍
- 四、小游戏行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、小游戏行业需求主体分析

#### 第二节 中国小游戏行业生命周期分析

- 一、小游戏行业生命周期理论概述
- 二、小游戏行业所属的生命周期分析

#### 第三节 小游戏行业经济指标分析

- 一、小游戏行业的赢利性分析
- 二、小游戏行业的经济周期分析
- 三、小游戏行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球小游戏行业市场发展现状分析

- 第一节全球小游戏行业发展历程回顾
- 第二节全球小游戏行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲小游戏行业地区市场分析
  - 一、亚洲小游戏行业市场现状分析
  - 二、亚洲小游戏行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲小游戏行业市场前景分析
- 第四节北美小游戏行业地区市场分析
  - 一、北美小游戏行业市场现状分析
  - 二、北美小游戏行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美小游戏行业市场前景分析
- 第五节欧洲小游戏行业地区市场分析
  - 一、欧洲小游戏行业市场现状分析
  - 二、欧洲小游戏行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲小游戏行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界小游戏行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球小游戏行业市场规模预测

## 第三章 中国小游戏行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对小游戏行业的影响分析
- 第三节中国小游戏行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
  - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对小游戏行业的影响分析
- 第五节中国小游戏行业产业社会环境分析

## 第四章 中国小游戏行业运行情况

- 第一节中国小游戏行业发展状况情况介绍
  - 一、行业发展历程回顾



## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

### 第二节中国小游戏行业市场规模分析

#### 一、影响中国小游戏行业市场规模的因素

#### 二、中国小游戏行业市场规模

#### 三、中国小游戏行业市场规模解析

### 第三节中国小游戏行业供应情况分析

#### 一、中国小游戏行业供应规模

#### 二、中国小游戏行业供应特点

### 第四节中国小游戏行业需求情况分析

#### 一、中国小游戏行业需求规模

#### 二、中国小游戏行业需求特点

### 第五节中国小游戏行业供需平衡分析

## 第五章 中国小游戏行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国小游戏行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、小游戏行业产业链图解

### 第二节中国小游戏行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对小游戏行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对小游戏行业的影响分析

### 第三节我国小游戏行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国小游戏行业市场竞争分析

### 第一节中国小游戏行业竞争现状分析

#### 一、中国小游戏行业竞争格局分析

#### 二、中国小游戏行业主要品牌分析

### 第二节中国小游戏行业集中度分析

#### 一、中国小游戏行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国小游戏行业市场集中度分析

### 第三节中国小游戏行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国小游戏行业模型分析

### 第一节中国小游戏行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国小游戏行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国小游戏行业SWOT分析结论

### 第三节中国小游戏行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国小游戏行业需求特点与动态分析

### 第一节中国小游戏行业市场动态情况

### 第二节中国小游戏行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好

## 四、其他偏好

### 第三节小游戏行业成本结构分析

### 第四节小游戏行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、其他因素

### 第五节中国小游戏行业价格现状分析

### 第六节中国小游戏行业平均价格走势预测

#### 一、中国小游戏行业平均价格趋势分析

#### 二、中国小游戏行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国小游戏行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国小游戏行业所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节中国小游戏行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节中国小游戏行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国小游戏行业区域市场现状分析

### 第一节中国小游戏行业区域市场规模分析

#### 一、影响小游戏行业区域市场分布的因素

#### 二、中国小游戏行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区小游戏行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区小游戏行业市场分析

- (1) 华东地区小游戏行业市场规模
- (2) 华南地区小游戏行业市场现状
- (3) 华东地区小游戏行业市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区小游戏行业市场分析
  - (1) 华中地区小游戏行业市场规模
  - (2) 华中地区小游戏行业市场现状
  - (3) 华中地区小游戏行业市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区小游戏行业市场分析
  - (1) 华南地区小游戏行业市场规模
  - (2) 华南地区小游戏行业市场现状
  - (3) 华南地区小游戏行业市场规模预测

### 第五节 华北地区小游戏行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区小游戏行业市场分析
  - (1) 华北地区小游戏行业市场规模
  - (2) 华北地区小游戏行业市场现状
  - (3) 华北地区小游戏行业市场规模预测

### 第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区小游戏行业市场分析
  - (1) 东北地区小游戏行业市场规模
  - (2) 东北地区小游戏行业市场现状
  - (3) 东北地区小游戏行业市场规模预测

### 第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区小游戏行业市场分析

- (1) 西南地区小游戏行业市场规模
- (2) 西南地区小游戏行业市场现状
- (3) 西南地区小游戏行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区小游戏行业市场分析
  - (1) 西北地区小游戏行业市场规模
  - (2) 西北地区小游戏行业市场现状
  - (3) 西北地区小游戏行业市场规模预测

## 第十一章 小游戏行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

### 第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优势分析

#### 第五节企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第六节企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第七节企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第八节企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第九节企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第十节企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

## 第十二章 2024-2031年中国小游戏行业发展前景分析与预测

### 第一节中国小游戏行业未来发展前景分析

- 一、小游戏行业国内投资环境分析
- 二、中国小游戏行业市场机会分析
- 三、中国小游戏行业投资增速预测
- 第二节中国小游戏行业未来发展趋势预测
- 第三节中国小游戏行业规模发展预测
  - 一、中国小游戏行业市场规模预测
  - 二、中国小游戏行业市场规模增速预测
  - 三、中国小游戏行业产值规模预测
  - 四、中国小游戏行业产值增速预测
  - 五、中国小游戏行业供需情况预测
- 第四节中国小游戏行业盈利走势预测

### 第十三章 2024-2031年中国小游戏行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国小游戏行业进入壁垒分析
  - 一、小游戏行业资金壁垒分析
  - 二、小游戏行业技术壁垒分析
  - 三、小游戏行业人才壁垒分析
  - 四、小游戏行业品牌壁垒分析
  - 五、小游戏行业其他壁垒分析
- 第二节小游戏行业风险分析
  - 一、小游戏行业宏观环境风险
  - 二、小游戏行业技术风险
  - 三、小游戏行业竞争风险
  - 四、小游戏行业其他风险
- 第三节中国小游戏行业存在的问题
- 第四节中国小游戏行业解决问题的策略分析

### 第十四章 2024-2031年中国小游戏行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国小游戏行业研究综述
  - 一、行业投资价值
  - 二、行业风险评估
- 第二节中国小游戏行业进入策略分析
  - 一、行业目标客户群体
  - 二、细分市场选择
  - 三、区域市场的选择

### 第三节小游戏行业营销策略分析

一、小游戏行业产品策略

二、小游戏行业定价策略

三、小游戏行业渠道策略

四、小游戏行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/705024.html>