

2024中轻度游戏 全球市场趋势洞察



Meetgames
a Meetsocial company

www.meetgames.com

中轻度游戏研究范围

传统轻度游戏

传统轻度游戏是简单易玩、时间灵活、面向广泛用户群体的短暂休闲游戏，以桌游和消除品类为主

主要代表产品：



Ludo King
Gametion



Royal Match
Dream Games



UNO
Mattel163



Candy Crush Saga
King



Solitaire TriPeaks
Scopely



Gardenscapes
Playrix

传统中度游戏

传统中度游戏介于轻度与硬核游戏之间，拥有相对复杂的玩法和持久性，但依然注重打开频率和短期的游戏体验，以模拟和部分动作品类为主

主要代表产品：



恋与深空
Nikki Inc



Cookie Run: OvenBreak
Devsisters



King's Choice
Onemt



Alto's Adventure
Snowman



Build Master: Open Fire
北京元趣



Ninja Must Die 3
Pandada

出海小游戏

出海小游戏为轻量级、即点即玩的小程序游戏APP化出海的一类游戏，以融合了中轻度玩法的策略和RPG品类为主

主要代表产品：



BangBang Survivor
SP-Games



Legend of Mushroom
Joy Net Games



Doodle Magic
DODJOY



小妖問道
37Games



咻咻三國
Tanwan



Fatgoose Gym
Hortor

中轻度玩法游戏爆发

在中轻度游戏爆发的背景下，游戏厂商们也面临商业逻辑的转变：

1. 是继续倚重内容驱动的重成本，重资产游戏赛道去博取长线，且需要深度运营的盈利模式，还是开启小步快跑的轻资产，且更敏捷的轻度游戏赛道的尝试
2. 需要认真思考基于市场、用户和产品赛道的频繁变革环境下，作为研发商来说产品研发和策划，运营及发行能力的深耕方向该如何调整或者取舍，才能在效率、效果、能力壁垒上都保持竞争力。比如，inhouse和agency的分工和能力模块如何拆分才能有效降低团队成本，增加产出效率，提升效果

包括小游戏在内的中轻度游戏成为新的出海增长点 轻度游戏的玩法多元化和重度游戏的玩法轻度化成为趋势

中轻度游戏贡献了全球移动游戏近半的收入增长

- 得益于2020-2022年期间宅经济红利带来的大量轻度玩家，近几年中轻度游戏持续保持高速增长。2024H1全球中轻度游戏应用内收入同比增长近25%，远超全球整体手游的表现，贡献了全球整体手游近一半的收入增量。
- 中国游戏出海厂商在这一赛道增长速度整体落后于海外厂商，建议结合轻度游戏的玩法多元化、重度游戏的玩法轻度化等趋势，尝试中轻度游戏赛道的开发

小游戏迎来爆发，占中轻度手游出海营收的近三成份额

- 近一年国内市场涌现了上万款小游戏（小程序游戏），这类游戏融合塔防、割草、Roguelike、史莱姆like、咸鱼like等玩法，美术设计上大多是小清新、田园风、简洁风、Q版动植物可爱风等。
- 小游戏采用混合变现方式，综合收入表现突出，又吸引了可观的用户量级，凭借投入轻、回收快的优势成为了近一年中国游戏出海的新机遇。目前港澳台和日韩市场是大多小游戏出海的前哨站，但基于轻度游戏在欧美地区的高热度特征，缩短小游戏出海路径、加快小游戏进军欧美市场会成为小游戏的发展趋势

目录 INDEX

01

中轻度游戏
全球市场扫描

02

中轻度游戏
发展趋势分析

03

中轻度游戏
创意素材分析

04

关于我们

中轻度游戏全球市场扫描

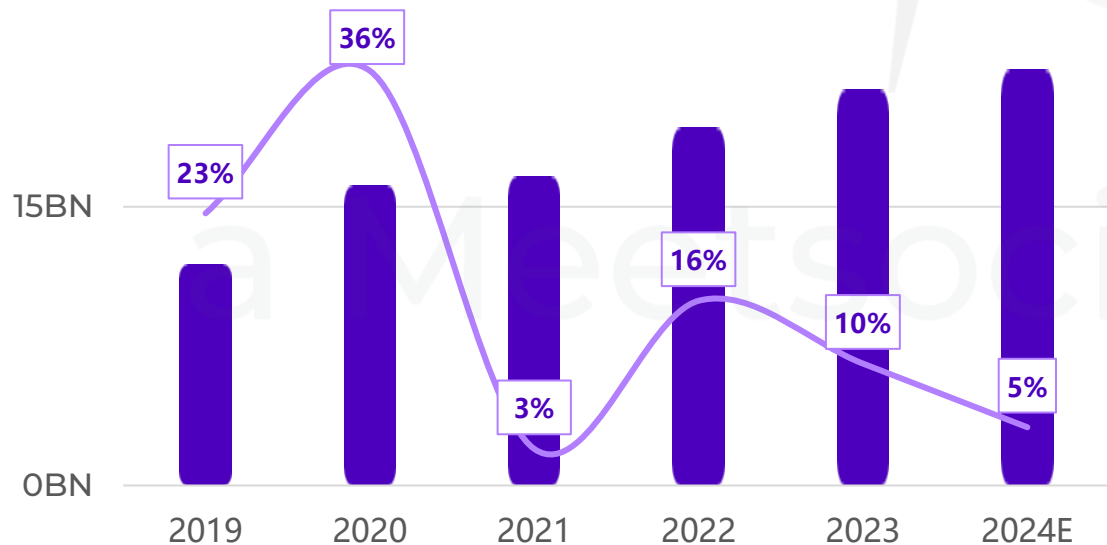
01

全球市场表现 | 中轻度游戏下载及收入表现

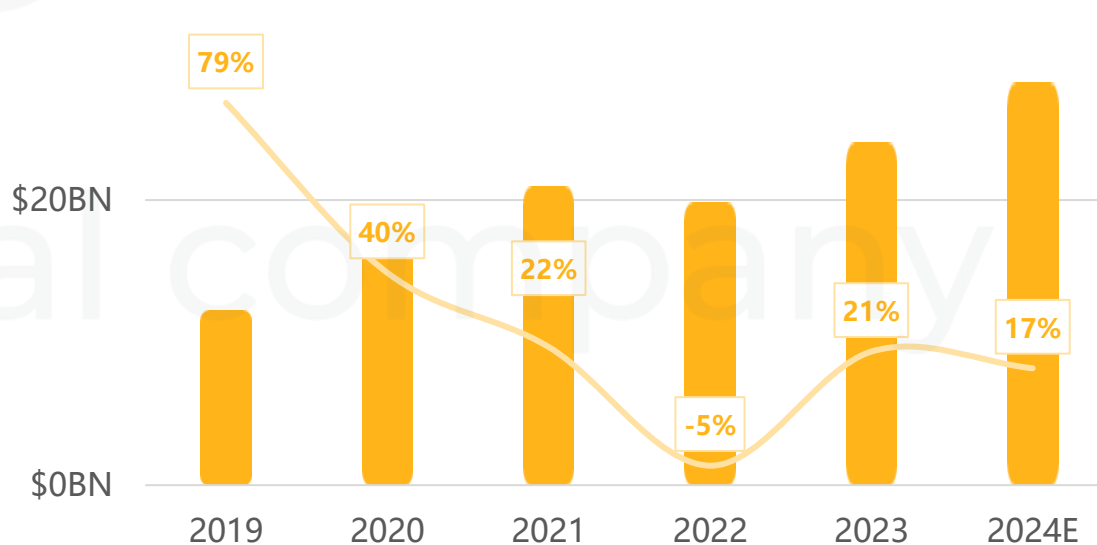
全球中轻度游戏市场份额表现亮眼，下载及收入增速均超整体手游平均水平



2019-2024E 全球中轻度游戏下载量及增速



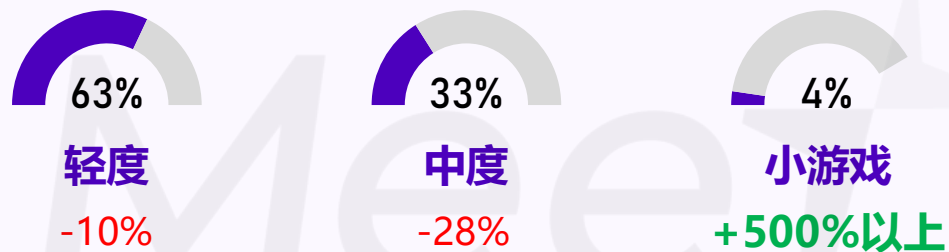
2019-2024E 全球中轻度游戏收入及增速



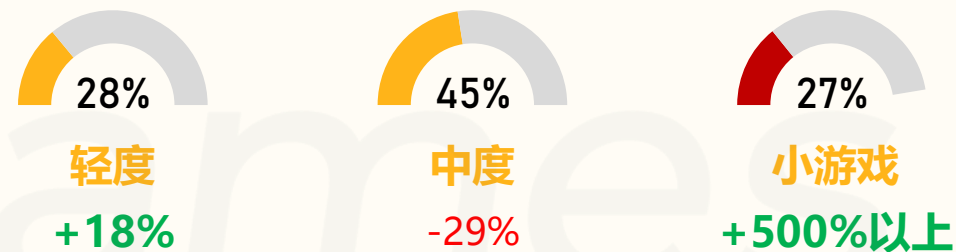
中国出海表现 | 中轻度游戏下载和收入变化

中国厂商凭借国内大热的小游戏（小程序游戏）出海在全球中轻度游戏赛道进行弯道超车

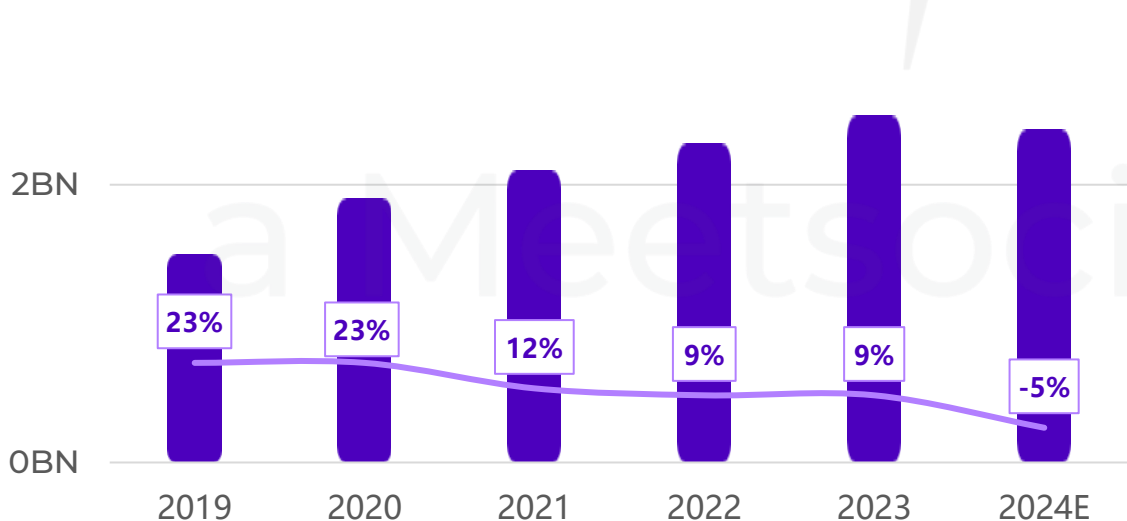
2024H1中轻度各品类出海下载量占比及下载增速



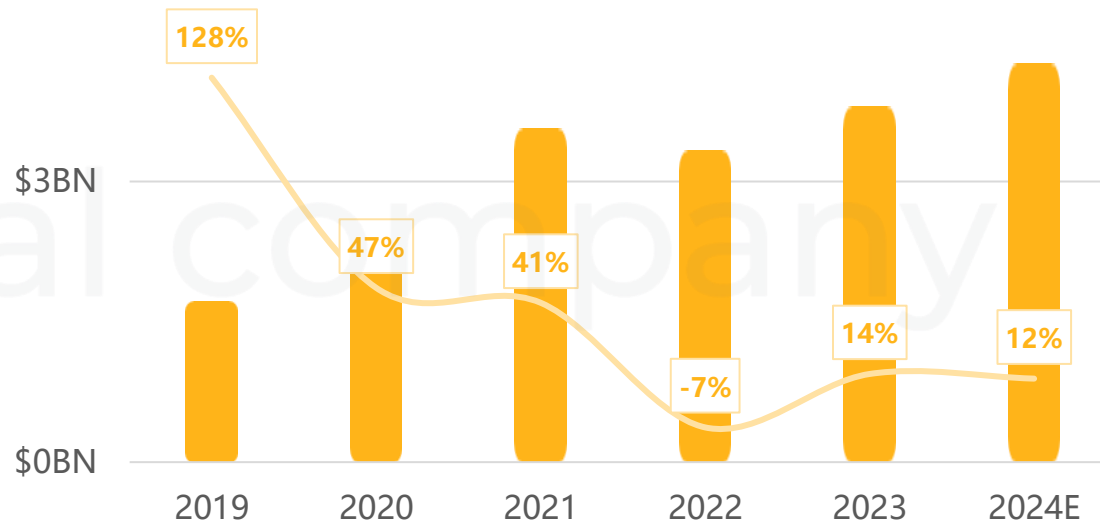
2024H1中轻度各品类出海收入占比及收入增速



2019-2024E 中轻度游戏出海下载量及增速



2019-2024E 中轻度游戏出海收入及增速



全球市场表现 | 2024H1中轻度手游细分品类榜单

2024H1中轻度手游细分品类下载量榜单

下载量排名	细分品类
1	模拟驾驶
2	模拟经营
3	创意沙盒
4	街机赛车
5	模拟动物
6	跑酷
7	装扮设计
8	文字游戏
9	潜行游戏
10	俄罗斯方块

2024H1中轻度手游细分品类收入榜单

应用内收入排名	细分品类
1	三消+
2	社交派对
3	放置RPG
4	传统三消
5	模拟经营
6	创意沙盒
7	轻度4X
8	合并
9	Roguelike
10	3D/堆叠消除

下载量TOP10 细分品类占比 53%



下载量主要集中在以【Indian Bikes Driving 3D】为代表的模拟驾驶、以【Township】为代表的模拟经营、以【ROBLOX】为代表的创意沙盒等细分品类。

应用内收入TOP10 细分品类占比 77%



应用内收入主要来自以【Royal Match】为代表的三消+、以【Monopoly GO!】为代表的社交派对、以【Legend of Mushroom】为代表的放置RPG等细分品类。

细分赛道市场概览 | 3D消除

3D/堆叠消除

2024H1下载

242MM



+18%

同比增长率

下载量 Top3 地区: 拉美、美国、南亚

下载增量 Top3 地区: 美国、南亚、西欧

出海下载 Top3 地区: 拉美、南亚、美国

中国厂商下载量占比 25%

头部产品表现



Tile Club

下载量
占该赛道的 9%



Tile Match Story

下载量
占该赛道的 6%



Triple Tile

下载量
占该赛道的 6%

2024H1收入

\$379MM



+106%

同比增长率

收入Top3 地区: 美国、西欧、大洋洲

收入增量 Top3 地区: 美国、西欧、大洋洲

出海收入 Top3 地区: 美国、西欧、日本

中国厂商收入占比 5%

头部产品表现



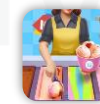
Match Factory

收入
占该赛道的 27%



Triple Match 3D

收入
占该赛道的 21%



Happy Match Cafe:
ASMR

收入
占该赛道的 8%

细分赛道市场概览 | 三消+

2024H1下载

289MM



-18%

同比增长率

下载量 Top3 地区: 拉美、南亚、东南亚

下载增量 Top3 地区: 韩国、北欧、港澳台

出海下载 Top3 地区: 拉美、东南亚、中东

中国厂商下载量占比 20%

头部产品表现



Royal Match

下载量
占该赛道的 27%



Project
Makeover

下载量
占该赛道的 11%



Fishdom

下载量
占该赛道的 10%

2024H1收入

\$2357MM



+18%

同比增长率

收入Top3 地区: 美国、西欧、日本

收入增量 Top3 地区: 美国、西欧、韩国

出海收入 Top3 地区: 美国、西欧、日本

中国厂商收入占比 7%

头部产品表现



Royal Match

收入
占该赛道的 44%



Gardenscapes
by Playrix

收入
占该赛道的 18%



Homescapes

收入
占该赛道的 11%

细分赛道市场概览 | 社交派对

2024H1下载

92MM



+12%

同比增长率

下载量 Top3 地区: 美国、西欧、东南亚

下载增量 Top3 地区: 美国、东南亚、南亚

出海下载 Top3 地区: 东南亚、西欧、美国

中国厂商下载量占比 5%

头部产品表现



MONOPOLY GO!

下载量
占该赛道的 42%



Coin Master

下载量
占该赛道的 21%



Dice Dreams

下载量
占该赛道的 12%

2024H1收入

\$1819MM



+90%

同比增长率

收入Top3 地区: 美国、西欧、东南亚

收入增量 Top3 地区: 美国、西欧、东南亚

出海收入 Top3 地区: 美国、西欧、中欧

中国厂商收入占比 1%

头部产品表现



Coin Master

收入
占该赛道的 51%



MONOPOLY GO!

收入
占该赛道的 37%



Dice Dreams

收入
占该赛道的 8%

细分赛道市场概览 | Roguelike

2024H1下载

91MM



- 下载量 Top3 地区: 美国、东南亚、拉美
- 下载增量 Top3 地区: 南亚、港澳台、韩国
- 出海下载 Top3 地区: 南亚、非洲、港澳台



头部产品表现

Dragon POW!	Survivor!.io	Zombie Waves
下载量 占该赛道的 11%	下载量 占该赛道的 9%	下载量 占该赛道的 7%

2024H1收入

\$264MM



- 收入Top3 地区: 美国、韩国、港澳台
- 收入增量 Top3 地区: 美国、东南亚、港澳台
- 出海收入 Top3 地区: 南亚、拉美、东南亚



头部产品表现

Survivor!.io	Top Heroes	Zombie Waves
收入 占该赛道的 29%	收入 占该赛道的 20%	收入 占该赛道的 10%



Roguelike

细分赛道市场概览 | 模拟经营

模拟经营

2024H1下载

811MM



+0.2%

同比增长率

下载量 Top3 地区: 拉美、东南亚、南亚

下载增量 Top3 地区: 南亚、拉美、非洲

出海下载 Top3 地区: 东南亚、美国、拉美

中国厂商下载量占比 12%

头部产品表现



Township

下载量
占该赛道的 4%



Supermarket Manager
Simulator

下载量
占该赛道的 2%



Good Pizza,
Great Pizza

下载量
占该赛道的 2%

2024H1收入

\$1189MM



-5%

同比增长率

收入 Top3 地区: 美国、西欧、日本

收入增量 Top3 地区: 东欧、北欧、中东

出海收入 Top3 地区: 美国、西欧、韩国

中国厂商收入占比 22%

头部产品表现



Township

收入
占该赛道的 24%



Family Island

收入
占该赛道的 10%



Hay Day

收入
占该赛道的 9%

细分赛道市场概览 | 放置RPG

2024H1下载

153MM



- 下载量 Top3 地区: 东南亚、美国、韩国
- 下载增量 Top3 地区: 美国、西欧、东南亚
- 出海下载 Top3 地区: 东南亚、美国、拉美



头部产品表现



Legend of Mushroom
下载量
占该赛道的 **19%**



AFK Journey
下载量
占该赛道的 **10%**



Hero Clash:
Save The Dog
下载量
占该赛道的 **10%**

2024H1收入

\$1621MM



- 收入Top3 地区: 日本、韩国、港澳台
- 收入增量 Top3 地区: 日本、韩国、港澳台
- 出海收入 Top3 地区: 美国、日本、西欧



头部产品表现



Legend of Mushroom
收入
占该赛道的 **28%**



出发吧麦芬
收入
占该赛道的 **5%**



AFK Journey
收入
占该赛道的 **4%**

全球市场扫描 | 中轻度手游地区表现

2024H1中轻度手游重点地区下载量及应用内收入表现

Tier1地区:

下载和收入量级均较高, 玩家价值较高

美国 | 西欧

Tier2地区:

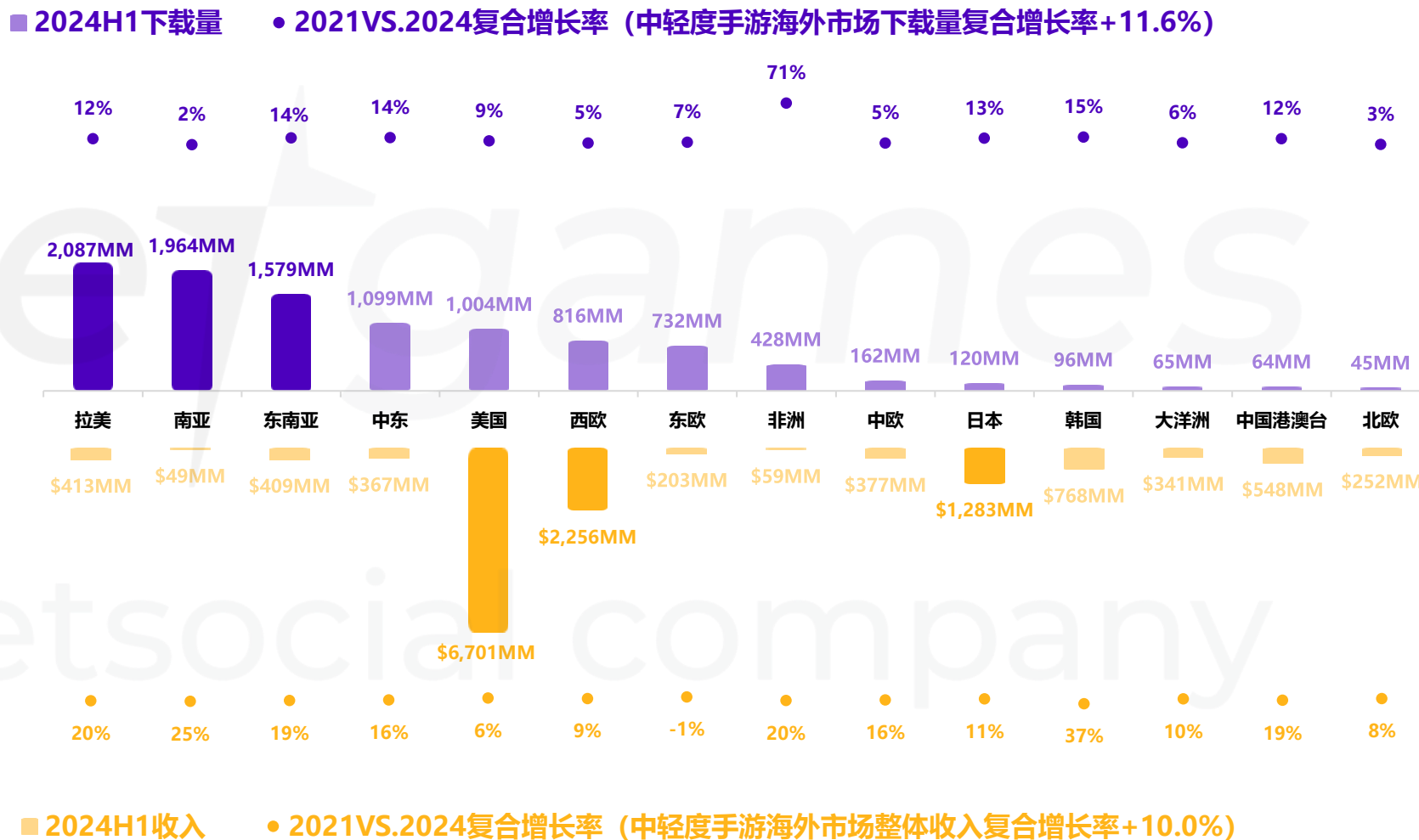
下载和收入量级表现一般, 玩家价值较高

日本 | 韩国 | 中国港澳台

Tier3地区:

下载位于头部且增速高, 但玩家价值较低

拉美 | 东南亚



美国市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1美国市场中轻度手游产品下载量Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 MONOPOLY GO! Scopely	社交派对	卡通	-37.3%	2023.04
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	-2.1%	2006.09
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	45.0%	2022.04
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	-15.8%	2021.02
 Subway Surfers Sybo	跑酷	卡通	-3.7%	2012.05
 AFK Journey Lilith	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Monster Never Cry Boltray Games	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Township Playrix	模拟经营	卡通	76.3%	2011
 Geometry Dash RobTop	平台动作	卡通	-12.0%	2013.08

2024H1美国市场中轻度手游产品收入Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 MONOPOLY GO! Scopely	社交派对	卡通	9.3%	2023.04
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	1.5%	2021.02
 Candy Crush Saga King	三消	卡通	-2.1%	2012.04
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	3.0%	2006.09
 Coin Master Moon Active	社交派对	卡通	-1.0%	2015
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	78.9%	2022.12
 Township Playrix	模拟经营	卡通	14.0%	2011
 Gardenscapes by Playrix Playrix	三消+	卡通	-20.0%	2016.07
 Toon Blast Peak	点消	卡通	44.6%	2017.03
 Fishdom Playrix	三消+	卡通	-3.0%	2008.06

西欧市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1西欧市场中轻度手游产品下载量Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	34.7%	2022.04
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	-18.1%	2021.02
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	-8.5%	2006.09
 MONOPOLY GO! Scopely	社交派对	卡通	-46.0%	2023.04
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Subway Surfers Sybo	跑酷	卡通	-9.9%	2012.05
 Stumble Guys Scopely	派对吃鸡	卡通	-21.3%	2020.09
 Township Playrix	农场	卡通	74.8%	2011
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	-5.3%	2022.12
 Travel Town Magmatic Games	二合	卡通	154.6%	2020.07

2024H1西欧市场中轻度手游产品收入Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Coin Master Moon Active	社交派对	卡通	-9.3%	2015
 Candy Crush Saga King	三消	卡通	-1.9%	2012.04
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	7.4%	2021.02
 MONOPOLY GO! Scopely	社交派对	卡通	8.6%	2023.04
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	2.4%	2006.09
 Gardenscapes by Playrix Playrix	三消+	卡通	-10.0%	2016.07
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	70.8%	2022.12
 Homescapes Playrix	三消+	卡通	-10.1%	2017.09
 Fishdom Playrix	三消+	卡通	5.4%	2008.06
 Township Playrix	农场	卡通	1.2%	2011

日本市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1日本市场中轻度手游产品下载量Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	-40.5%	2021.02
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	24.7%	2022.04
 Disney Tsum Tsum LINE	线消	卡通	39.2%	2014.12
 Hero Clash: Save The Dog Glacier Inc	放置RPG	卡通	637.9%	2023.02
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	13.7%	2022.12
 Fatgoose Gym Hortor	二合	卡通	-	2024.02
 Love and Deepspace Nikki Inc	社交约会	写实	-	2024.01
 Devil May Cry: Peak of Combat Nebula Joy	动作	写实	-	2024.04
 LINE: ジグソーパズル LINE	拼图	卡通	225.6%	2023.12

2024H1日本市场中轻度手游产品收入Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	9.1%	2024.03
 Disney Tsum Tsum LINE	线消	卡通	1.5%	2014.12
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	-2.1%	2021.02
 Whiteout Survival Century Games	4X 行军	卡通	3.0%	2022.12
 Saint Seiya : Legend Of Justice Wanda Film	放置RPG	动画	-1.0%	2024.01
 Gardenscapes by Playrix Playrix	三消+	卡通	78.9%	2016.07
 Toon Blast Peak	点消	卡通	14.0%	2017.03
 PokoPoko LINE	三消	卡通	-20.0%	2014.09
 Pixel Heroes More2 Game	放置RPG	像素	44.6%	2023.01
 MementoMori: AFKRPG Bank of Innovation	放置RPG	卡通	-3.0%	2022.10

韩国市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1韩国市场中轻度手游产品下载量Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	65.2%	2024.03
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	-8.5%	2021.02
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	26.2%	2022.04
 Dragon POW! Boltray Games	肉鸽	卡通	-	2024.01
 하이큐어!!FLY HIGH Changyou.com	街机运动	动画	-	2024.03
 고스톱M: 데이터 필요없는 맛고 게임 Noriworks	韩国花牌	卡通	1534.6%	2021.06
 Love and Deepspace Nikki Inc	社交约会	写实	-	2024.01
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	-9.3%	2006.09
 Boomerang RPG SuperPlanet	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	62.2%	2022.12

2024H1韩国市场中轻度手游产品收入Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	9.9%	2022.12
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	15.3%	2021.02
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	1.7%	2006.09
 Seven Knights Idle Adventure Netmarble	放置RPG	卡通	-48.1%	2023.09
 Gardenscapes by Playrix Playrix	三消+	卡通	-12.8%	2016.07
 Sudda NHN	桌游纸牌	卡通	11.8%	2017.08
 Survivor!.io Habby	肉鸽	卡通	-18.8%	2022.08
 Top War: Battle Game Topwar Studio	轻度4X	卡通	-24.7%	2020.01
 Seaside Escape MicroFun	二合	卡通	170.1%	2022.10

中国港澳台市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1中国港澳台市场中轻度手游产品下载量Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Dragon POW! Boltray Games	肉鸽	卡通	-	2024.01
 全明星街球派对 NetEase	街机运动	卡通	-	2024.04
 Love and Deepspace Nikki Inc	社交约会	写实	-	2024.01
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	20.5%	2022.04
 时温的旅行 广州游龙互娱	放置RPG	像素	-	2023.10
 ハイキュー!!FLY HIGH Changyou.com	街机运动	动画	-	2024.03
 超能世界 盛哲游戏	放置RPG	卡通	152.3%	2023.03
 出發吧麥芬 X.D. Network	放置RPG	卡通	-	2024.01
 Eggy Party NetEase	派对吃鸡	卡通	-76.5%	2023.06
 Fortress Saga: AFK RPG CookApps	放置RPG	卡通	2832.6%	2023.06

2024H1中国港澳台市场中轻度手游产品收入Top10


手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 出發吧麥芬 X.D. Network	放置RPG	卡通	-	2024.01
 Legend of Mushroom Joy Net Games	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	13.8%	2022.12
 Candy Crush Saga King	三消	卡通	-15.7%	2012.04
 Coin Master Moon Active	社交派对	卡通	-18.3%	2015
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	20.8%	2006.09
 全明星街球派对 NetEase	街机运动	卡通	-	2024.04
 Dragon POW! Boltray Games	肉鸽	卡通	-	2024.01
 Love and Deepspace Nikki Inc	社交约会	写实	-	2024.01
 黒子のバスケ Street Rivals 5xgames	街机运动	动画	-	2024.01

东南亚市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1东南亚市场中轻度手游产品下载量Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	21.4%	2006.09
 8 Ball Pool Miniclip	模拟运动	卡通	-13.4%	2010.10
 Stickman Party Playmax Game Studio	小游戏合集	卡通	-5.3%	2019.04
 SAKURA School Simulator Garusoft Development	模拟生活	卡通	17.3%	2018.12
 Subway Surfers Sybo	跑酷	卡通	7.1%	2012.05
 Ojol The Game CodeXplore	驾驶	写实	2120.6%	2021.01
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	3.8%	2022.04
 My Talking Tom Friends Outfit7	宠物	卡通	39.1%	2020.02
 My Talking Tom 2 Outfit7	宠物	卡通	1.3%	2018.11
 My Talking Angela 2 Outfit7	宠物	卡通	3.9%	2021.03

2024H1东南亚市场中轻度手游产品收入Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 Coin Master Moon Active	社交派对	卡通	36.5%	2015
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	0.8%	2006.09
 Candy Crush Saga King	三消	卡通	4.6%	2012.04
 Whiteout Survival Century Games	轻度4X	卡通	82.8%	2022.12
 MONOPOLY GO! Scopely	社交派对	卡通	-34.9%	2023.04
 Maple Rush SPARKGAME	放置RPG	卡通	-	2024.03
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	15.7%	2021.02
 Gardenscapes by Playrix Playrix	三消+	卡通	-9.6%	2016.07
 Everybody's Marble Netmarble	棋盘游戏	卡通	-2.8%	2013.06
 Homescapes Playrix	三消+	卡通	-9.5%	2017.09

拉美市场 | 中轻度手游产品排行榜

2024H1拉美市场中轻度手游产品下载量Top10

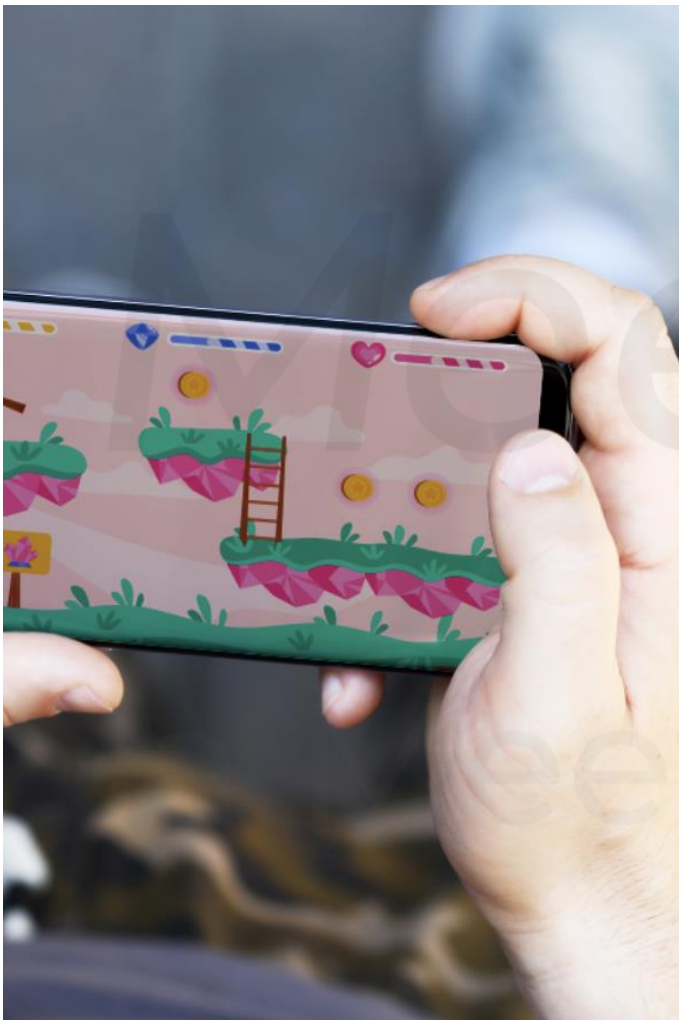
手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	18.7%	2006.09
 Subway Surfers Sybo	跑酷	卡通	1.9%	2012.05
 Stumble Guys Scopely	派对吃鸡	卡通	-3.4%	2020.09
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	41.0%	2021.02
 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	块消	卡通	18.0%	2022.04
 Pou Zakeh	宠物	卡通	-1.2%	2012.08
 8 Ball Pool Miniclip	模拟运动	卡通	-11.5%	2010.10
 My Talking Angela 2 Outfit7	宠物	卡通	-10.4%	2021.03
 Geometry Dash RobTop	平台	卡通	3.5%	2013.08
 Moto Wheelie 3D Anderson Horita	驾驶	写实	-	2023.12

2024H1拉美市场中轻度手游产品收入Top10

手游产品	产品类型	画风	环比增速	发布日期
 ROBLOX Roblox	创意沙盒	像素卡通	12.9%	2006.09
 Coin Master Moon Active	社交派对	卡通	-13.5%	2015
 Candy Crush Saga King	三消	卡通	-4.5%	2012.04
 Royal Match Dream Games	三消+	卡通	11.8%	2021.02
 Gardenscapes by Playrix Playrix	三消+	卡通	-7.8%	2016.07
 Minecraft Pocket Edition Mojang	创意沙盒	像素	26.5%	2011.08
 Fishdom Playrix	三消+	卡通	4.6%	2008.06
 Travel Town Magmatic Games	二合	卡通	73.2%	2022.02
 Homescapes Playrix	三消+	卡通	-13.2%	2017.09
 Stumble Guys Scopely	派对吃鸡	卡通	-51.3%	2020.09

中轻度手游

市场表现关键洞察



中轻度手游品类热度

- 中轻度类手游一般以混合变现为主，但2024年H1其应用内收入占到整体手游收入的39%，同比增速高达24.6%，相较其他类型手游，展现出较强应用内变现潜力；深挖细分品类，中轻度游戏中的模拟和消除品类表现突出，其中又以模拟经营、社交派对和三消+表现最为亮眼

中轻度手游地区表现

- 美国和西欧是中轻度手游的Tier1市场，其下载量和应用内收入量级均较大且玩家价值高；日韩及中国港澳台是Tier2市场，下载量和应用内收入不高但玩家价值仍然较高；拉美、及东南亚则是Tier3市场，下载表现突出且增速高，但应用内收入过低，还需加强培养玩家付费习惯

重点地区产品表现

- 美国和西欧地区下载榜中超8成产品均发行不到5年，而收入榜中超7成产品发行超5年，产品趋于固化，但位于美国地区双榜第一名以及西欧地区双榜第四名的【MONOPOLY GO!】这款产品则于2023年3月发行，可见中轻度赛道在Tier1市场仍有破圈机会；
- 日韩和中国港澳台地区的下载榜单过半均为发行不到一年的产品，新品进入市场的机会较大，榜单产品品类以放置RPG、轻度4X以及三消+为主，大部分产品的画风是卡通；
- 东南亚和拉美地区下载榜和收入榜中过半产品发行5年以上，新品进入难度较大，品类以创意沙盒、三消+及社交派对为主，画风以卡通为主。

中轻度游戏发展趋势分析

02

趋势一：轻度品类玩法多元化

趋势解析

- **轻度品类玩法特点：** 占用玩家碎片化时间、操作简单易懂、以减压为目的的游戏，玩家投入的时间和金钱都相对较少。这种游戏类型的玩家群体更庞大和广泛，以休闲娱乐为主要目的，不追求深度沉浸的游戏体验，对游戏品质的要求相对更低，因此该类型游戏的厂商研发成本及买量成本也相对较低。
- **轻度品类玩法痛点：** 简单的游戏机制、门槛设计导致游戏玩法较为单一，游戏深度低、游戏故事性有限、游戏生命周期短，低难度的游戏设计可能给不到玩家足够的满足感而导致玩家易流失。
- **玩法多元化优势：** 轻度游戏玩法多元化会给游戏带来更多创新的可能性，也丰富了游戏机制，打破玩家圈层、扩大受众基础，提升玩家参与度。不仅如此多元化还可以给单一赛道的游戏减少市场的竞争风险、带来更稳定的收入。

轻度品类玩法多元化策略

• 游戏机制的创新：

- 引入新的游戏规则或变化现有的规则，为玩家提供新鲜体验。
- 引入角色扮演元素，比如在益智游戏中增加角色升级系统。

• 交互式故事线：

- 制定一个连贯的故事线，通过轻度游戏进程来推进剧情的发展。

• 多种游戏模式的切换：

- 提供多重游戏模式，在同一个游戏内可以轻易切换。

• 社交互动：

- 加入社交元素，比如允许玩家在游戏内建立朋友关系、交换礼物或互助。

代表性产品分析

Dream Games: 【Royal Match】

三消

剧情

模拟经营

交互式故事线



《Royal Match》采取了迪士尼的童话画风，同时也配备了颇具童话风格的情节，在核心玩法是三消的这款游戏中，游戏团队通过对buff的设置、游戏道具的合理优化、洞察玩家的心智、设置有剧情的简单关卡等操作，让整个游戏更具有可玩性

【Project Makeover】

三消

设计装修

剧情

游戏机制创新 (RPG)



麦吉太文旗下的三消手游《Project Makeover》，在三消游戏的基础上，融合了化妆、时尚装扮等元素在内，吸引了更多的年轻女性受众。《Project Makeover》从综艺节目中获得灵感，主打人物的装扮变化和房屋的DIY装修

【Archer】

Roguelike

割草

养成

游戏机制创新 (RPG)



《弓箭传说》的操作玩法极其简单，只需一根手指便可轻易操作。玩家在其中将扮演一名手持弓箭的战士，点击移动，停下射击。伴随着角色在游戏内的升级，会获得随机技能、基础属性等等buff，既能让玩家巧妙的利用起自己的碎片时间快速体验，也融合了养成玩法的持续投入，十分让人上瘾

趋势一：轻度品类玩法多元化 – 代表性产品Royal Match市场表现

产品介绍



品类：三消+
 厂商：Dream Games (土耳其)
 变现模式：IAP
 玩法：典型的三消玩法，结合了建造和装修玩法。玩家可以通过移动相邻的棋子来形成三个或更多相同棋子的直线（水平或垂直），从而消除它们并得分，可以使用获得的星星奖励来装饰城堡
 题材/画风：迪士尼的童话画风

2023年累计下载量
近 1.5亿

累计下载量
TOP3地区

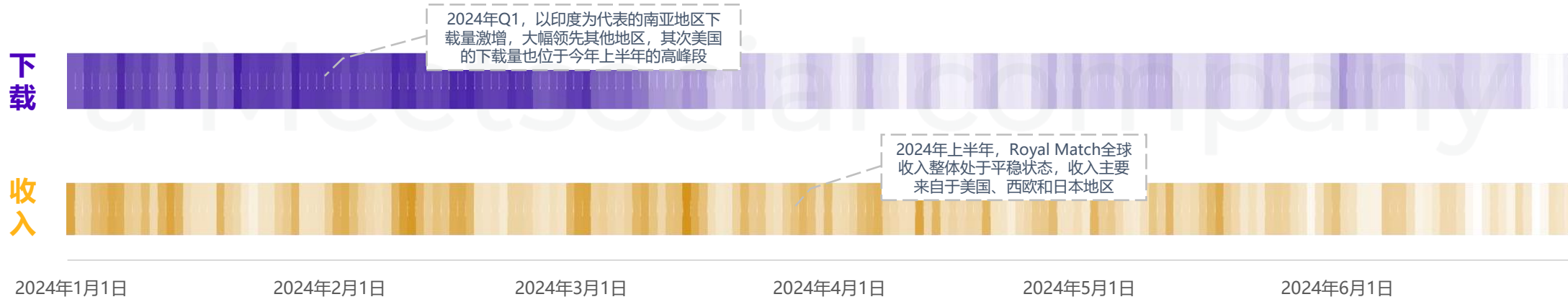
- No.1 美国
- No.2 南亚
- No.3 拉美

2023年累计创收
超 20亿美元

累计应用内收入
TOP3地区

- No.1 美国
- No.2 西欧
- No.3 日本

2024H1产品在全球范围的下载及应用内收入表现 * 以下色阶的颜色越深，代表下载或收入的量级越大



趋势二：重度玩法轻度化

趋势解析

- **重度游戏特点：**主要具备长线的游戏乐趣和深入的付费体系，更具有内容深度且商业化模式更丰富，ARPU值（每用户平均收入）高。该类游戏玩家游戏时长高，付费意愿也更为强烈，对游戏相关付费点接受度高，长期留存效果更好。中重度游戏主要分为竞技类、数值主导类及其他类。
- **重度游戏痛点：**重度游戏的门槛较高，上手难度较大，玩家需要投入大量时间甚至金钱。游戏数值体系庞大，研发成本高，且后期运营对于游戏平衡的调整难度较大，获客难度也较大。
- **玩法轻度化优势：**轻度化的融合降低了游戏的门槛，扩大了游戏获客市场。轻度化模式可以更快的带给玩家成就感从而增加玩家粘性，游戏时间也会从集中和长期向碎片化转变，从而让游戏时间变得更为灵活，提升玩家的游戏体验、提高游戏打开率。

重度玩法轻度化策略

• 精简游戏内容：

- 减少游戏的复杂性，例如简化战斗系统、任务系统或角色成长系统。

• 游戏性轻松化：

- 引入更多自动化功能，如自动寻路、战斗等。

• 游戏模式创新：

- 引入快速游戏模式，如5分钟一局快速对战。

• 运营方式转变：

- 提供多样化的微交易选项，允许玩家根据个人需求和时间投资不同的资金。

• 融合轻度玩法：

- 在游戏的核心玩法之外提供轻度副玩法，使得游戏更为有趣，也为游戏买量提供更多素材。

代表性产品分析

【Last War】

策略

卡牌

割草

游戏性轻松化

《Last War》在SLG玩法上使用了最传统的COK-like框架，游戏中的很多资源（建筑资源、金币、英雄经验）都可以通过放置挂机的方式直接获得。生产建筑可以安排幸存者参与工作，借此提升资源生产或者训练军队的效率。玩法重点放在放置要素上，不太具备策略深度



【Whiteout Survival】

策略

末日生存

模拟经营

精简游戏内容

《Whiteout Survival》凭借其独特的冰雪末日生存题材和差异化的模拟经营玩法在海外获得成功。游戏将叙事、主题、美术风格三者做到了高效组合，带给非SLG玩家独特的沉浸式体验的同时，还以玩法融合的方式，提升了SLG游戏玩法的深度，让SLG玩家能够获得新鲜的游戏体验



【Evony】

策略

拉环解密

割草

游戏性轻松化

《Evony》将拉环解谜玩法与各个文明深度融合，古香古色的写实画风，能给用户较好的沉浸式体验。游戏针对这一玩法设计了超过300个解谜关卡，每个关卡任务各不相同，具有更高的可玩性，对玩家拥有更大的吸引力



趋势二：重度玩法轻度化 – 代表性产品Last War: Survival Game市场表现



产品介绍



品类：4X策略

厂商：北京元趣（中国）

变现模式：混合变现

玩法：休闲中度化+SLG，玩家操作行军路线控制兵团进行战斗，通过行军路线选择BUFF增大军团或获得武器，进行战斗解锁地图。游戏也附带招募以及强化的养成系统

题材/画风：丧尸生存题材，Q版的3D卡通画风

上线10个月海外下载量
近4000万

累计下载量
TOP3地区

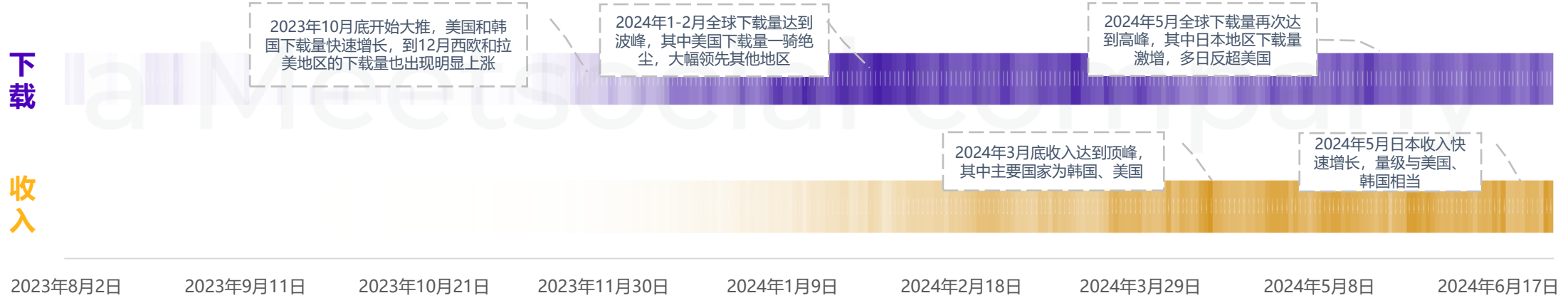
- No.1 西欧
- No.2 美国
- No.3 拉美

上线10个月海外总流水
超3亿美元

累计应用内收入
TOP3地区

- No.1 韩国
- No.2 美国
- No.3 中国港澳台

产品发行至2024.6.30全球下载及应用内收入表现 *以下色阶的颜色越深，代表下载或收入的量级越大



趋势三：热门小游戏（小程序游戏）出海

国内小游戏市场表现

- 国内小游戏市场规模在 2023 年已达到 400 亿人民币，预计今年将突破600亿大关
- 2023年微信小游戏开发者数量接近40万
- 微信小游戏用户整体粘性在增强，IAA小游戏和混变类小游戏大盘人均游戏时长达到了1小时，活跃7天留存率在60%以上

出海小游戏产品趋势

出海路线： APP化 → 港澳台 → 日韩 → 东南亚 → 西方

出海现状及趋势：

- 品类趋势：** RPG+，如融合Roguelike、史莱姆like、咸鱼like、放置、塔防...
- 题材画风趋势：** 流行“小清新风”——小鸡、小狗、蘑菇、咸鱼等Q版动植物角色纷纷成为了主角
- 营销趋势：** 从营销获量来看，大多以买量投放为主，效果型达人营销为辅。买量创意主要突出三点：
 - 不用下载可以试玩、轻松解压、直给爽感
 - "借力IP"、构建熟悉感
 - 整活搞笑、离谱魔性，突出趣味性

出海小游戏市场表现

- 从60+款出海的小游戏来看，**品类**集中在RPG和策略
- 从市场规模来看，**下载量**主要来自美国、西欧和拉美，**应用内收入**主要来自日本、韩国和美国

2024H1下载量地区分布



2024H1应用内收入地区分布



代表性产品分析

4399：【菇勇者传说】

小程序 → APP RPG+放置+史莱姆like 高福利 强营销

【菇勇者传说】在韩国的流行，和知名游戏，Nexon的招牌《冒险岛》的蘑菇IP产生共鸣，从而天然的收获了玩家的喜爱。游戏为新玩家提供免费3000抽的奖励，帮助他们提升，同时也提升了玩家的留存率和游戏体验



三七：【小妖问道】

小程序 → APP RPG+放置+修仙 本地化

进入海外游戏市场之后，海外版【小妖问道】虽然延用了猪鸟等角色，但是融入了圣诞帽、鹿角、圣诞老人手杖等经典西方元素，角色砍的树也结合圣诞、新年气氛、变成了欧美人皆知的圣诞树，带给玩家更好的本地化文化游戏体验



大梦龙途：【甘道夫醒醒吧】

小程序 → APP RPG+塔防+割草 高福利

游戏的核心玩法是塔防，玩家需要使用各种法术守住城墙，在操作方面，游戏为自动战斗，比较轻度，玩家只需要在击杀特定数量的怪物后选择各种增益buff来提升战斗力，升级技能后闯关，从而获得丰厚奖励



趋势三：热门小游戏（小程序游戏）出海 – 代表性产品 Legend of Mushroom 市场表现



产品介绍

品类：放置 RPG

厂商：4399-Joy Net Games (中国)

变现模式：混合变现

玩法：结合了社交互动、组队的休闲养成类游戏，游戏采用随机奖励战利品机制，鼓励玩家通过战斗收集奖励强化装备进行循环

题材/画风：蘑菇人战斗（炮制骑士团like+史莱姆like、休闲卡通画风）



上线一个月累计下载
超 80万

累计下载量
TOP3地区

No.1 美国

No.2 拉美

No.3 西欧

上线一个月总收入
已超 2000万美元

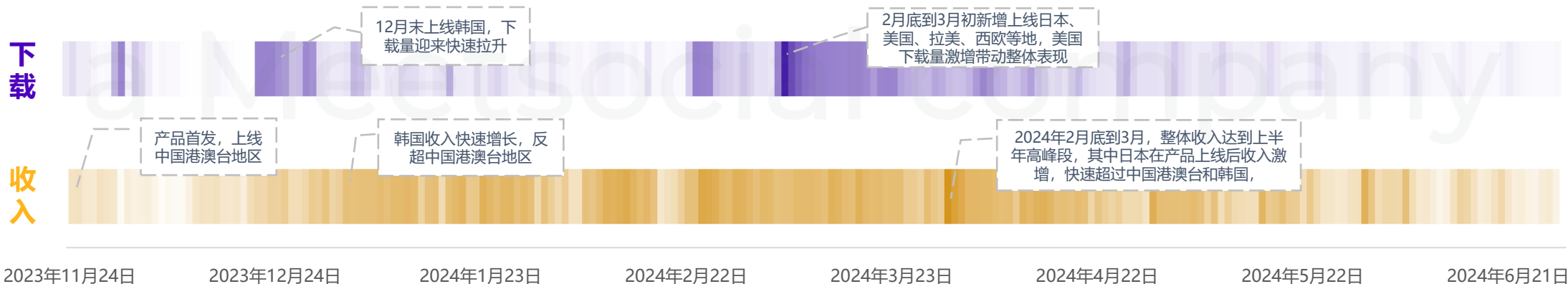
累计应用内收入
TOP3地区

No.1 韩国

No.2 日本

No.3 中国港澳台

产品发行至2024.6.30全球下载及应用内收入表现 * 以下色阶的颜色越深，代表下载或收入的量级越大



趋势四：互动影游新生态

趋势解析

- **中轻度游戏竞争环境：**中轻度游戏开发者在当下环境下面临的竞争不再仅仅是来自其他游戏，还包括了近年来网络平台上兴起的各种轻度娱乐形式，这其中包括了网文、短剧及短视频等。这类娱乐形式具有高度吸引人的内容，能够迅速吸引并占据用户的空闲时间，且受众通常喜欢碎片化和容易消费的内容，这与中轻度游戏的受众高度相似。这使得中轻度游戏需要与这种新兴的娱乐形式争夺用户有限的时间。
- **互动影游优势：**结合了影视叙事方式和游戏互动性的娱乐形式成为当下环境下的发展趋势之一，互动影游通过丰富的背景故事和逐步揭示的剧情，给玩家提供了类似于阅读网文或观看短剧的感受，增强玩家的沉浸感。同时在剧情方向上会有多个分支和结局，增加了游戏的重玩性，这种互动性可以吸引喜欢多线性故事和决策导向内容的用户。

互动影游创新策略

• 科技推动互动影游与其他领域的融合创新：

- 随着科技的发展，游戏与网文、短剧、影视等内容的交互性和融合度在提高。游戏开发者可以考虑整合短视频元素和互动小说成分，创造新颖的游戏体验，吸引更多广泛的用户群体。

• AI技术推动互动影游内容的多样性和互动性：

- AI可以根据玩家的游戏方式和偏好动态地生成内容，比如关卡设计、故事情节、任务挑战等。这意味着每个玩家的游戏体验可以是独一无二的，增加了内容的多样性。

- AI技术的进步让NPC（非玩家角色）可以拥有接近真人的互动能力。这些NPC能够根据玩家的行为做出复杂的反应，并与玩家进行深度交流，这大大提升了游戏的互动性和真实感。

代表性产品分析

【完蛋！我被美女包围了】

互动影游

恋爱模拟

短剧拍摄融合

《完蛋》突破传统影游的框架，采用真人参演、实时互动的的设计，让玩家沉浸式体验当下爆火的短剧男主的生活，且游戏中玩家可以与性格长相迥异的美女们展开一段段恋爱旅程，游戏的自由度极高，根据玩家的不同选择，剧情走向不同，给予玩家游戏个性化体验的同时，也激发了玩家对游戏多次探索的欲望



【谍影成双】

互动影游

解谜推理

剧情沉浸模拟

影视拍摄融合

《谍影成双》是一部与谍战影视剧融合的互动影游产品，且需要两位玩家分别扮演男女主角进行合作闯关。区别于其他互动影游产品，该游戏运用了“云游戏”的概念，开发者需要在云端做好相应部署来处理双人互动。游戏中也融合了各种双人在线解密玩法，让玩家能获得更多面对面合作的氛围和沉浸感



【美女，应接不暇】

互动影游

恋爱模拟

短剧拍摄融合

AI技术融合

《美女，应接不暇》是首款结合了AI技术的社交约会类互动影游。当玩家通关经典的影游剧情后，他们会获得能够与之进行交流互动和提供虚拟陪伴的AI虚拟角色。这位AI虚拟伙伴不单是采用深度学习和个性化技术构建而成，还可以根据玩家在游戏里的动作和决策来学习，进而发展出其独有的性格和习惯



趋势四：互动影游新生态 – 代表性产品完蛋！我被美女包围了！ 市场表现



产品介绍

品类：模拟恋爱与约会

厂商：intiny (中国)

变现模式：买断制

玩法：**真人互动影游**，游戏中玩家化身男主角顾易，用第一视角沉浸式与六位长相、性格都大相径庭的美女相识，并与她们展开惊喜甜蜜的恋爱之旅



“根据第三方数据统计平台Steamspy显示，《完蛋！我被美女包围了！》国内上线半个月已经售出超过 **80万份**。按照37.8元的优惠价格，再减去Steam平台的30%分成，游戏收入也超过了 **2000万元**”

PC端，根据2024Steam模拟恋爱热销产品榜显示，中国厂商制作的真人互动影游产品较多，以男性向为主，玩法较为轻度，大多好评如潮

Mobile端，男性向/3D画风/LGBTQ+的产品较少，此外女性向真人互动影游产品也缺失，基于PC端《完蛋！我被美女包围了》的互动影游在去年的爆火，可考虑该市场空白作为破圈点

抓住人性需求，给男性玩家极高情绪价值

游戏瞄准男性玩家的精神状态和精神需求，给予他们极致的恋爱享受和博弈的快感

在新媒体平台玩家中流行

互动影游与付费短剧的受众及商业模式类似，风靡海外的短剧游戏化或可以更好地转化短剧用户，实现玩家拓圈

互动影游未来的发展空间更大

受益于AI技术的推广，这种“短剧+游戏”的模式会越来越普遍，游戏制作效率提高、制作难度下降，更多优质的应用作品或将问世，IP的变现能力增强

“It’s an interesting way to learn about how young men in China see themselves today”

“The game is sufficiently popular with English-speaking users as well with reviews telling of “feeling loved for the first time” thanks to the game”

“A 2023 report by the China Net casting Services Association revealed that nearly 95% of internet users use short-form video apps”

“As AI and game production technologies advance, companies can achieve lifelike graphics without them”

→ By Adrian Hon, A megahit Chinese FMV romance game that ‘s surprisingly wholesome, 2024-03-05

中轻度游戏创意素材分析

03

中轻度 | 创意素材

「扩充玩法 拓宽受众」

拓宽受众范围

聚焦游戏原生内容和主玩法展示，吸引核心玩家群体，同时扩充不同副玩法类型素材，捕获更宽泛的玩家群体

降低买量成本

副玩法通常更易上手，降低了用户试玩的心理门槛，从而提高素材的点击转化、实现买量成本的下降

创新玩法素材

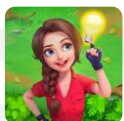
近两年市场上充斥着大量相似的副玩法素材，因此副玩法素材也需要不断创新试错，避免同质化导致的买量效果下降



模拟经营游戏通常包含多种轻松有趣的小游戏作为副玩法，易于在广告中展示并吸引用户

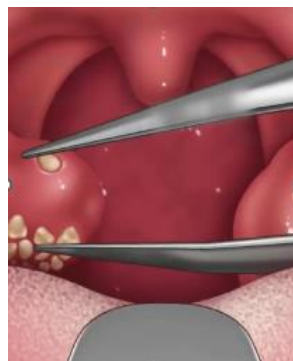
轻度化的策略游戏主玩法可能依然存在一定门槛，可以通过更简单的副玩法来吸引轻度玩家尝试后再转化

角色扮演游戏通常设置有丰富的副本、挑战等副玩法，可以利用它们来吸引不同种类的玩家



Dragonscapes Adventure

原生游戏内容（模拟经营） & 增加了剧情开头的原生内容：趣味开头、游戏实录的内容直击欧美休闲类玩家的内心，该类素材吸引**模拟经营类的核心用户**。



副玩法：在“拯救狗狗”、“ASMR解压”等副玩法最火热的时候做了相关的副玩法素材的扩充，达到持续吸量目的。

对于欧美用户而言，他们日常也经常进行【刮毛】、【剃须】、【清理皮肤】等行为。因此，这类素材在**视觉上带有一定冲击力**更易引起欧美玩家的共鸣。

中轻度 | 创意素材

「真人实拍 突出真实」

真实可靠

真人实拍素材提供了一种真实性，可以增加广告的可信度，让玩家感觉游戏中的体验接近现实

情感投入

真人在广告中可以表达更加复杂和微妙的情感，这有助于激发观看者的共鸣，提高对游戏的情感投入

突出社交

真人实拍素材可以重点展现游戏的多人互动和社交功能，向潜在玩家展示游戏的社交体验



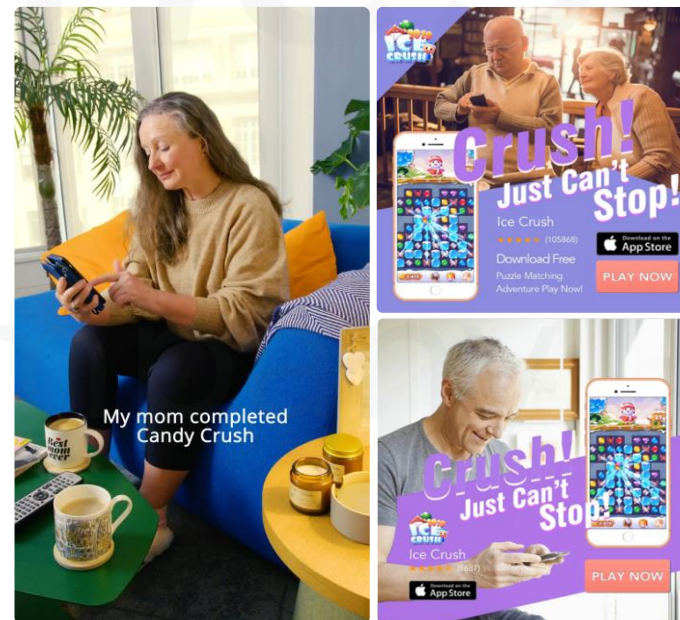
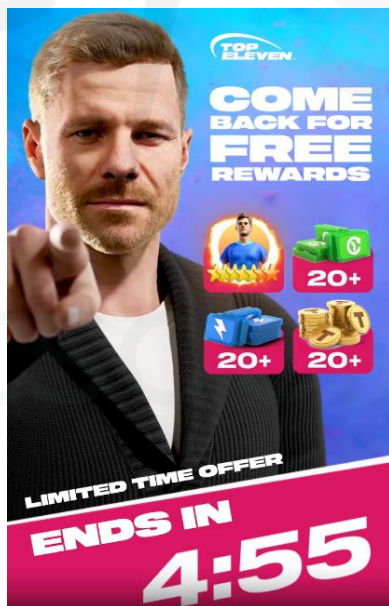
如足球、篮球、赛车等**体育类游戏**，真人实拍可以展示运动员的动作和表情，增强广告的现实感和吸引力

在**社交派对类游戏**中，真人实拍可以突出游戏的社交元素，增强广告受众的代入感

在飞行、赛车、枪械等**模拟器游戏**中，真人实拍可以展现游戏的逼真体验和操作感

健身类游戏中，真人实拍可以展现玩家实际参与和锻炼的过程，凸显游戏对健康的积极影响

适合儿童或老人的休闲游戏采用真人实拍可以直白地传达游戏操作简单、目标受众是谁等信息



中轻度 | 创意素材

「搭配宠物 吸引用户」

情感共鸣

很多人都喜爱宠物，因此宠物的形象可以激发人们的情感共鸣，从而加强对游戏广告的记忆

放松氛围

宠物往往和轻松、乐趣的氛围联系在一起，宠物素材可以帮助塑造轻松愉快的游戏形象

提高传播

宠物的照片和视频往往具有很高的社交媒体分享率，这可以帮助游戏广告在社交平台上获得更多的自然传播

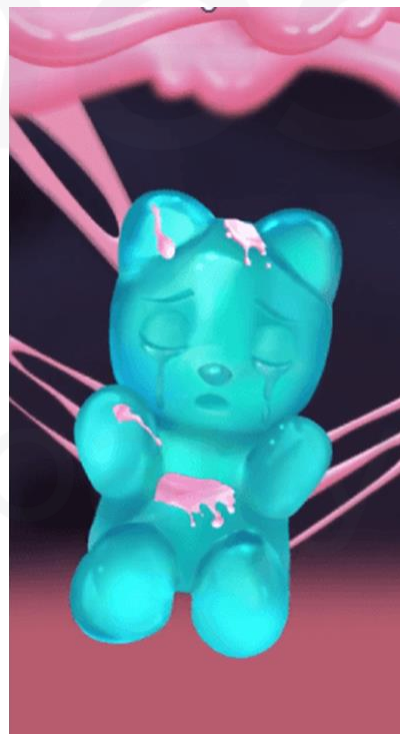
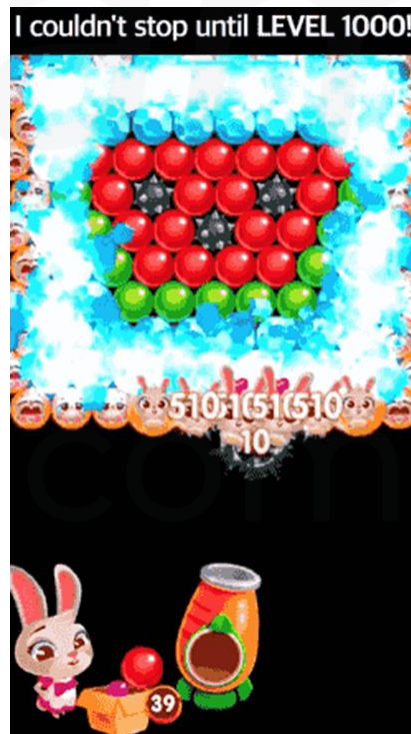


宠物元素适合用在**宠物养成**、**虚拟宠物**等类型的游戏中，宠物的广告素材将直接反映游戏内容

休闲游戏的目标玩家群体通常寻求轻松愉快的娱乐体验，宠物元素可以吸引这类玩家的兴趣

模拟经营游戏经常包含照顾动物或建设动物园的元素，使用宠物素材可以吸引对这些活动感兴趣的玩家

宠物元素通常对年轻玩家有很大吸引力，**家庭和儿童类游戏**广告很适合采用宠物元素



中轻度 | 创意素材

「拟人元素 拉近用户」

增强视觉效果

拟人化的角色或物体往往具有或可爱或夸张的动态形式，可以增强广告的视觉效果，成为游戏的记忆点和符号

建立情感连接

拟人化的元素因具备人类特征，比如表情、语言和情感，可以让玩家更容易与之建立情感联系，引起共鸣

吸引目标受众

偏可爱的画风与表现手段，更能吸引幼龄群体与女性群体



派对类游戏适合采用拟人化的元素来营造轻松活跃的游戏氛围，且拟人化角色可以增进玩家之间的社交互动

有趣和轻松的拟人化广告素材可以有效传递休闲的游戏体验，非常适合**休闲游戏**的买量策略

模拟游戏中通常包含动植物元素，可以将这些元素拟人化后制作成广告素材体现游戏的可玩性和娱乐性

儿童游戏和**女性向游戏**可以通过可爱、生动的拟人化广告素材收获幼龄群体和女性群体的喜爱



中轻度 | 创意素材

「聚焦解谜 挑战自我」

提高点击转化

受众在看到挑战或谜题时，会自然产生想要解开它的冲动，这种心理促使他们更有可能点击广告并尝试游戏

增强广告印象

解谜挑战类广告素材具有较强的参与性和交互性，在受众参与的过程中可以提升其对广告的印象和游戏产品的认知

促进社交传播

当挑战和谜题内容足够吸引人时，玩家可能会分享到社交媒体上寻求帮助或炫耀自己的解题成果，从而带来转发分享



益智解谜游戏侧重于脑力挑战，通常设置较多关卡和难题，使用解谜挑战类素材可直观反映游戏主要乐趣

冒险游戏拥有复杂故事线和谜题设计的冒险游戏，通过解谜类广告可以吸引喜欢剧情和探索的玩家

逃脱类游戏往往包含多个谜题和逻辑挑战，使用挑战素材能预示游戏体验

解谜挑战类广告素材适合**融合相关轻度玩法的游戏**，以相对较低的成本吸引目标受众下载游戏



中轻度 | 创意素材

「测试题目 探索自我」

激发好奇心

大多数人都对自己的智力水平和性格特质感兴趣，因此这类测试能够迅速吸引他们的注意力，产生点击尝试的欲望

增强互动性

测试题素材需要用户回答一系列问题，能够有效地增加用户与广告的互动时间，从而增加点击广告下载游戏的可能性

提高分享欲

这些测试的结果往往是用户愿意在社交媒体上分享的内容，因为它们有趣、个人化，且能引发朋友间的讨论

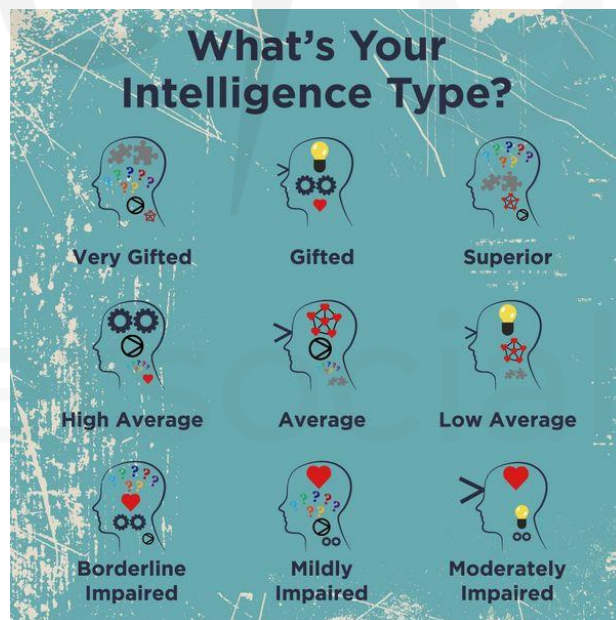


角色扮演游戏允许玩家选择或定制角色特质，测试类广告可以吸引追求游戏角色个性化的玩家

叙事剧情类游戏通常设置了多种游戏结果，测试类素材可以展示游戏的核心内容并吸引玩家进行自我探索

配对测试类广告会吸引希望在游戏中建立或真实或虚拟亲密关系的玩家，因此比较适合**恋爱约会类游戏**

智商测试类素材吸引那些对学习和自我提升感兴趣的用户，适合**益智解谜类游戏**



中轻度 | 创意素材

「解压内容 制造爽感」

吸引注意力

解压素材通常使用高对比度、鲜艳的颜色和动态效果，可以在信息量较大的社交平台上快速抓住用户的视线

延长满足感

受众在看到令自己舒适解压的内容后会为了延长这种满足感持续看下去，从而增加了广告的播放时长

激发尝试欲

通过展示一种由紧张压缩状态转变为放松解压状态的过程，可以激发观众想要体验相似爽感的欲望，从而下载游戏



休闲游戏具有简单的游戏机制和放松的游戏体验，解压类素材正好可以反映这一点，吸引寻求轻松娱乐的玩家

模拟经营游戏需要玩家管理资源、解决问题，通过相关的整理类解压素材可以有效表达从混乱到秩序的过程

通关类解压素材可以展示游戏的思维挑战性和解决问题后的成就感，适合**益智解谜类游戏**和**消除游戏**

闯关类游戏采用舒适开局的解压素材搭配后期失误操作可以给受众带来极强的反差感从而激发尝试欲



中轻度 | 创意素材

「进度提示 制造焦虑」

制造紧迫氛围

进度条即将达到完成状态时，用户可能会出于不想错过完成的冲动，被诱导去点击广告，从而提高广告的点击率

提效用户引导

进度条可以用来展示游戏中的某个过程、任务或者成长路径，结合剧情可以有效引导用户了解、参与和完成游戏

加强通关成就

进度条与完成任务和获得成就的进度相关联，这种视觉提示可以让玩家有预期的挑战游戏并加强玩家的通关成就感



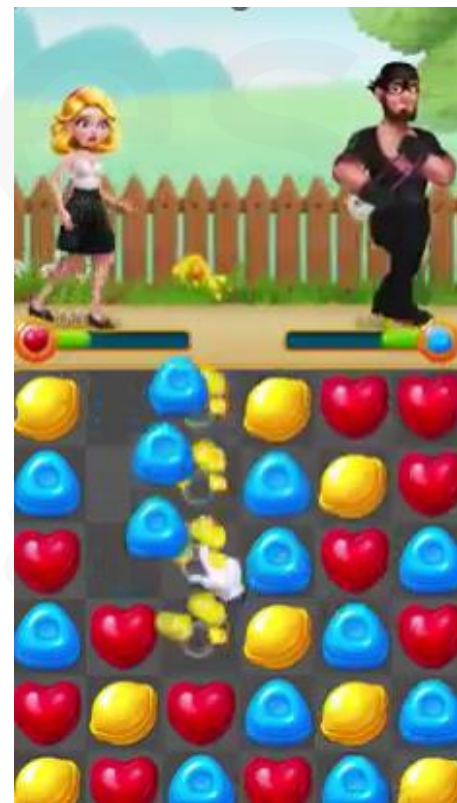
差一点的完成度进度条素材会吸引具有强迫症的玩家下载完成游戏，适合**闯关类、剧情类游戏**

时间进度条增加了游戏通关条件，可以营造紧张氛围激发玩家挑战欲，常见于**时间管理游戏**和**消除游戏**

模拟经营游戏常有收集、建造、养成等环节，进度条可以展示完成情况，增加玩家期待感



达成点
 百分比
 进度条
 氛围



A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The screen displays a vibrant match-three puzzle game with various colored tiles (red, green, blue, yellow) on a grid. The background of the game shows a stylized landscape with buildings and trees. The person's fingers are positioned as if they are about to tap or drag a tile.

关于我们

04

Meet Intelligence

飞书深诺旗下的Meet Intelligence专业海外洞察团队为出海企业提供热门市场/赛道洞察、竞对分析、玩家画像和产品评估等策略咨询服务，覆盖包括RPG、策略、MOBA、射击、模拟、中轻度等丰富游戏品类。

团队成员来自国际头部咨询公司，平均6年以上咨询与研究经验，联动10年全球投放数据、超10家国际头部付费数据库及各大专业机构、超8,800万全球消费者样本库，助力出海策略到营销的真正落地，打破出海信息壁垒。



更多Meet Intelligence出品报告
请扫描二维码获取

三大服务模块

市场洞察 市场：全球及目标市场现状与趋势
品类：品类及垂直赛道现状与机会
竞对：竞争格局与竞品成功要素分析

用户调研 玩家：玩家画像、付费与游戏行为透视
产品：产品测试与玩家反馈
营销：广告测试与营销效果评估

策略咨询 立项期：立项与产品定位策略
上线前：海外市场进入/拓展策略
上线后：本地化策略与营销策略



Meetgames

a Meetsocial company

Meetgames是飞书深诺旗下专注游戏全球发行服务的平台。Meetgames在不同业务阶段全程陪伴赋能游戏企业全球发行，提供包含定制调研、产品测试、媒介采买、广告投放、创意素材、品牌营销、数据平台、SDK工具及其他发行基建能力在内的各项发行服务，致力于帮助国内处于出海成长阶段的游戏客户打破出海壁垒、降低出海门槛、快速起步，获得全球成功。



声明

1、数据来源

飞书深诺集团服务全球近10万客户，覆盖200+个国家/地区，40+媒介渠道，每日广告触达40亿+人次，每年为客户带来25亿+下载量。基于飞书深诺集团庞大的全球投放及产品发行数据沉淀和集团内Meet Intelligence研究团队特有的数据统计模型，并结合超10家国际头部付费数据库及各大专业机构公开资料的校正，我们可以洞察游戏、APP、电商品牌等行业的大盘趋势。

2、数据周期及指标说明

报告整体时间段：2024.1- 2024.6；具体数据指标请参考各页标注

3、版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4、免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合飞书深诺自有数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与飞书深诺无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

游戏出海干货



咨询游戏出海服务



报告制作：郑紫庭、虞媛-飞书深诺 Meet Intelligence

如果您对报告中的内容存在异议，可通过官网
<https://www.meetgames.com/>联系我们。