

疫情防控期 游戏产业调查报告

—
(2020年1-3月移动游戏产业数据)

目录 / Contents

Part 01 报告背景因素及内容提要

Part 02 防控期游戏产业对经济的贡献

Part 03 防控期游戏对精神文化层面的作用

Part 04 防控期游戏产业对社会稳定方面的贡献

Part 05 防控期游戏产业海外出口状况

Part 06 防控期游戏企业承担社会责任状况

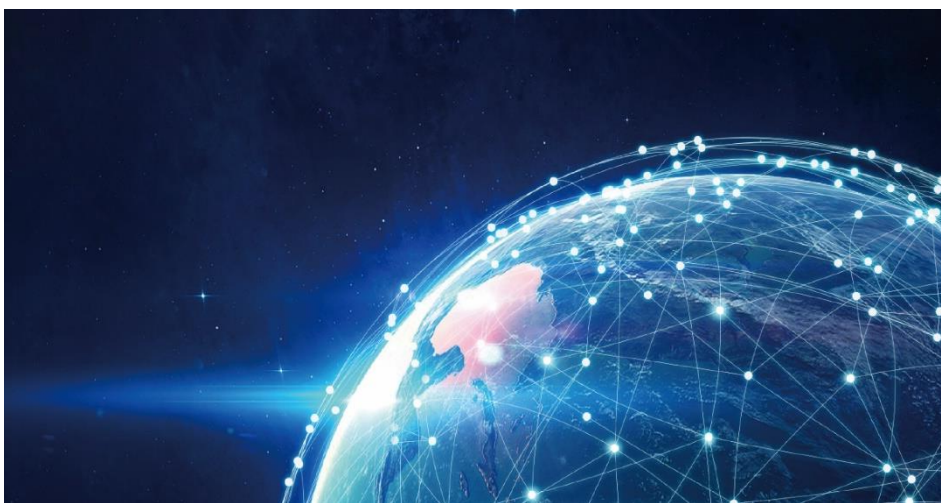


PART 01

报告背景因素
及内容提要

01 报告背景因素及内容提要

- 报告背景
- 内容提要



报告背景

疫情对于全球的影响正在持续。不久前，世界卫生组织（WHO）联合多家游戏公司推出一项名为“PlayApartTogether”的活动，在全世界范围内倡导游戏玩家尽可能地减少外出宅在家玩游戏。疫情防控效果显著的中国境内，坚持疫情防控与重点工作推进“两手抓”“两促进”。中共中央政治局常务委员会4月8日召开会议，分析国内外疫情防控和经济运行形势，研究部署落实常态化疫情防控举措、全面推进复工复产工作。中国游戏产业在疫情期间，遵守国家政策、积极响应国家号召，做出了积极的贡献。



内容提要：

- 移动游戏增长49%近550亿 为股市提振士气带来积极效应
- 多家企业利润出现增长，多家上市游戏企业市值出现增长
- 多产品2、3月活跃用户增幅达到春节所在1月的增长水平
- 疫情防控期间，游戏成为重要精神文化产品，弥补部分节日社交需求
- 疫情期间游戏平台同时在线人数连创历史纪录
- 游戏产业积极响应国家复工号召，较少出现大面积裁员与降薪
- 众多企业积极承担社会责任，为疫情防控贡献力量，同时以特有的方式对疫情防控提供支持
- 海外头部市场稳定增长，多家企业出海流水实现高增长

02 防控期游戏产业对经济的贡献

2020年1-3月移动游戏市场收入达到近550亿元，创历史新高，同比增长率超过49%，环比也出现较大幅度增长。

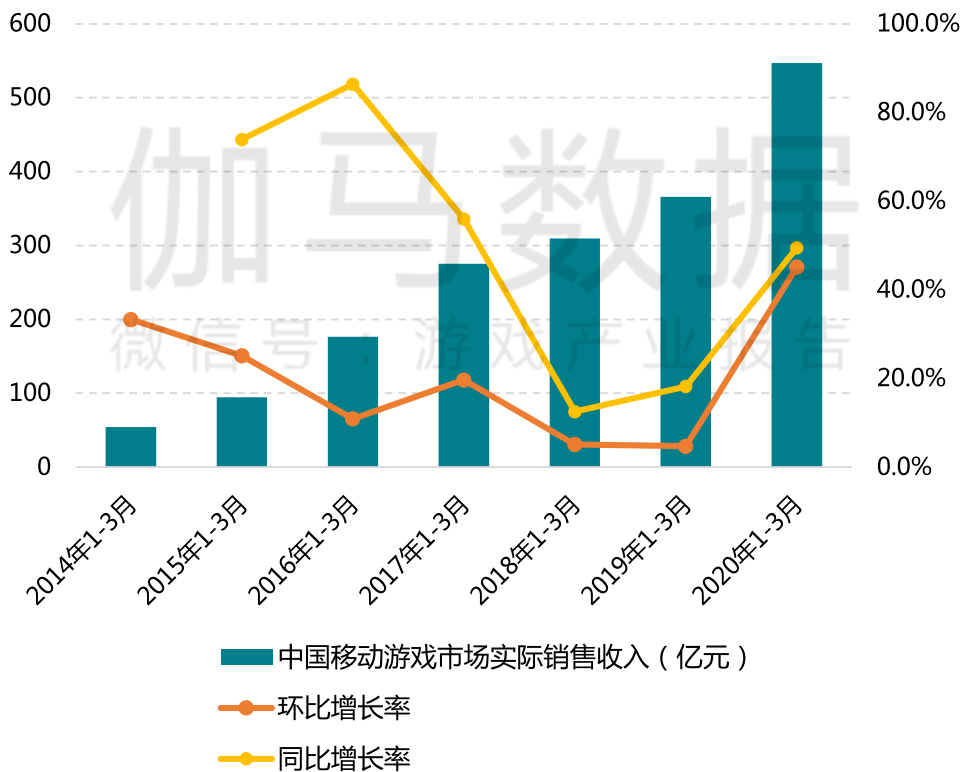
纵观疫情对经济各领域不同程度的影响可发现，数字经济在面对疫情时所迸发出的超常韧性，使得我国经济抗风险能力得到全面提升。



收入创新高，疫情防控激发数字消费、提供新动能

2020年1-3月移动游戏市场收入达到近550亿元，创历史新高，同比增长率超过49%，环比也出现较大幅度增长。此前，移动游戏产业曾出现过新游戏上线数量减少的现象，也受到了短视频等其他娱乐方式分流用户使用时长等因素的影响，但疫情防控期间，用户对于线上娱乐需求的激增，激发了数字经济释放效应，也夯实了游戏产业可持续发展的基础。

中国移动游戏市场实际销售收入（1-3月）

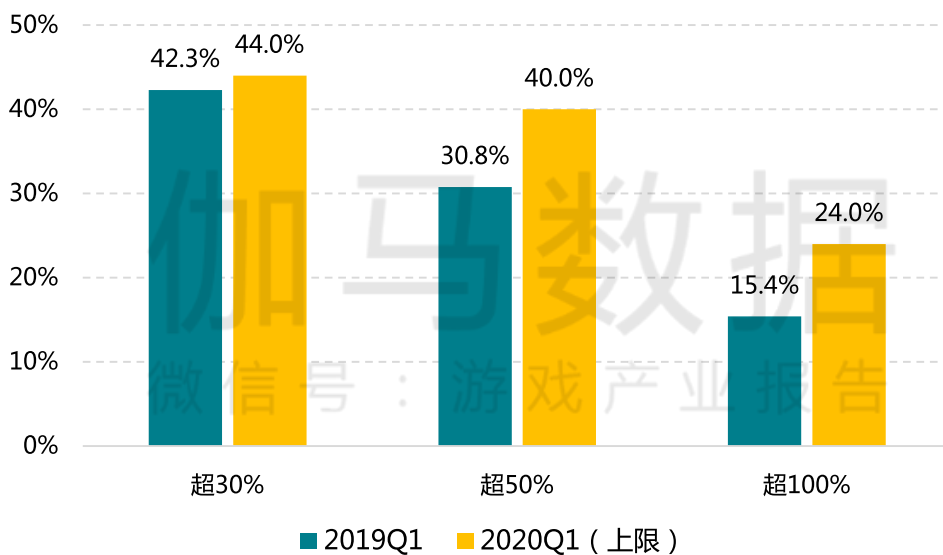


数据来源：伽马数据（CNG）

多家企业利润增长、推动市场规模进一步扩大

以游戏为主营业务的上市企业中，多家企业已经发布2020年1-3月业绩大幅增长的公告，说明了市场增长的基础。在本次监测的企业中，净利润增长超过30%、50%和100%的企业数量占比均超过了去年的水平，部分企业净利润同比增长率甚至超过200%。

1-3月盈利企业净利润同比增长率增幅分布

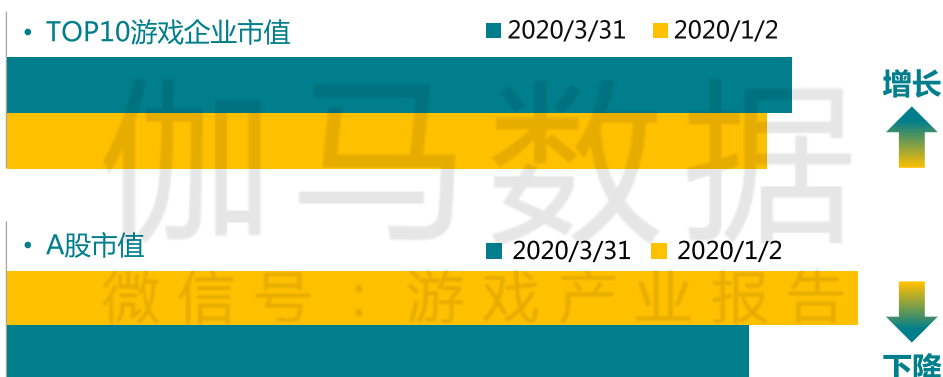


数据来源：伽马数据（CNG）

多家上市游戏企业市值出现增长， 游戏产业成为刺激经济复苏的重要推动力

纵观疫情对经济各领域不同程度的影响可发现，数字经济在面对疫情时所迸发出的超常韧性，使得我国经济抗风险能力得到全面提升。游戏产业同样也成为刺激经济复苏的重要推动力。根据伽马数据（CNG）对A股TOP10上市游戏企业市值的监测，2020年1-3月期间，虽然A股市值下降，但10家上市企业的合计市值却呈现出增长的趋势。

2020年1-3月A股TOP10 上市游戏企业市值与A股市值变化情况



数据来源：企业公开财报&伽马数据（CNG）

注：A股TOP10上市游戏企业为伽马数据（CNG）结合2019年前三季度游戏收入及企业估计第四季度游戏收入，得到全年数据排序得出的TOP10企业。

疫情防控期间的产品表现

1-3月游戏产品状况 | 流水测算榜TOP10

《穿越火线：枪战王者》《新笑傲江湖》进入榜单

2020年1-3月流水测算榜TOP10中，和去年同期相比，上榜的老游戏收入增减状况各不相同，虽然受到各自生命周期的影响，但部分老游戏1-3月流水仍然出现了明显上涨，例如《穿越火线：枪战王者》通过在1月上线新赛季、新模式以及武器、角色、配饰等诸多元素的更新，提升用户的活跃度，进一步刺激产品的流水，从而进入流水测算榜TOP10；《梦幻西游》手游通过五周年庆典活动推广，电视剧、动漫等多个IP合作与公益活动并行，进一步深挖潜在用户群价值，提升产品影响力。而去年1-3月之后上线的新游戏，已经起到支撑市场收入增长的作用。如《三国志战略版》《剑与远征》《新笑傲江湖》。

排名	游戏名称	游戏类型	1-3月全平台流水测算 (亿元)
1	和平精英	射击类	
2	王者荣耀	MOBA类	
3	三国志·战略版	策略类 (SLG)	
4	梦幻西游	回合制RPG类	
5	剑与远征	放置类	
6	穿越火线:枪战王者	射击类	
7	QQ飞车	竞速类	
8	斗罗大陆	ARPG (MMO)	
9	一刀传世	ARPG (MMO)	
10	新笑傲江湖	ARPG (MMO)	

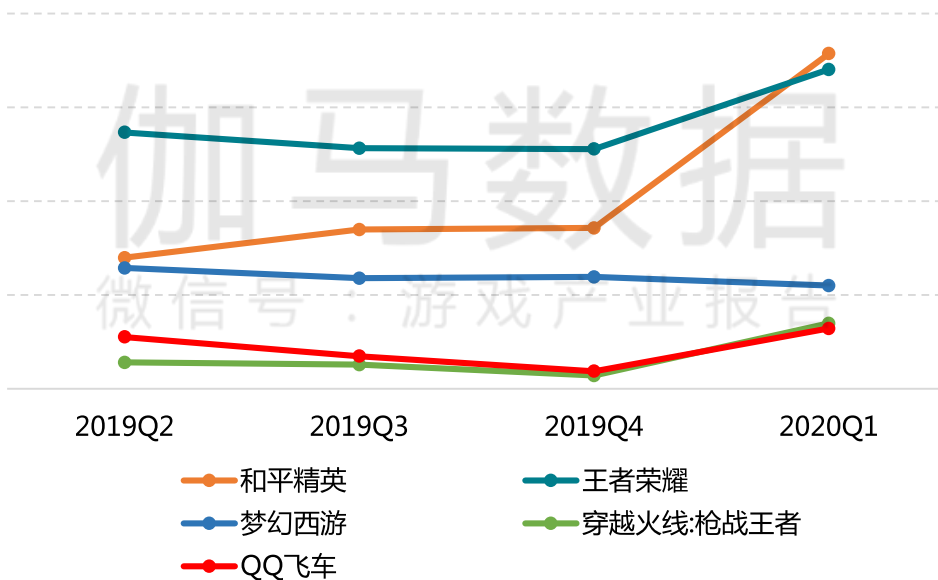
数据来源：伽马数据 (CNG)

注：TOP10移动游戏为伽马数据游戏流水测算榜中排名前十产品。伽马数据游戏流水测算榜是伽马数据 (CNG) 通过调研、查阅财报、监测榜单、构建模型等方法测算而得的统计周期内产品流水排行，产品流水为iOS、Android及越狱等渠道分成前的总流水，不包含海外市场流水，数据仅供参考，下同。

1-3月游戏产品状况 | 头部游戏收入稳定增长

疫情防控期间，头部游戏在1-3月的收入保持稳定增长，主要源于一月为春节假期，期间产品促销活动增强，企业投入巨大的运营资源，提升了用户活跃度，另外居家隔离增加了用户的游戏使用时长，从而刺激了付费率的提升。

上线近一年的1-3月流水TOP5产品收入变化状况
(亿元)



数据来源：企业公开财报&伽马数据（CNG）

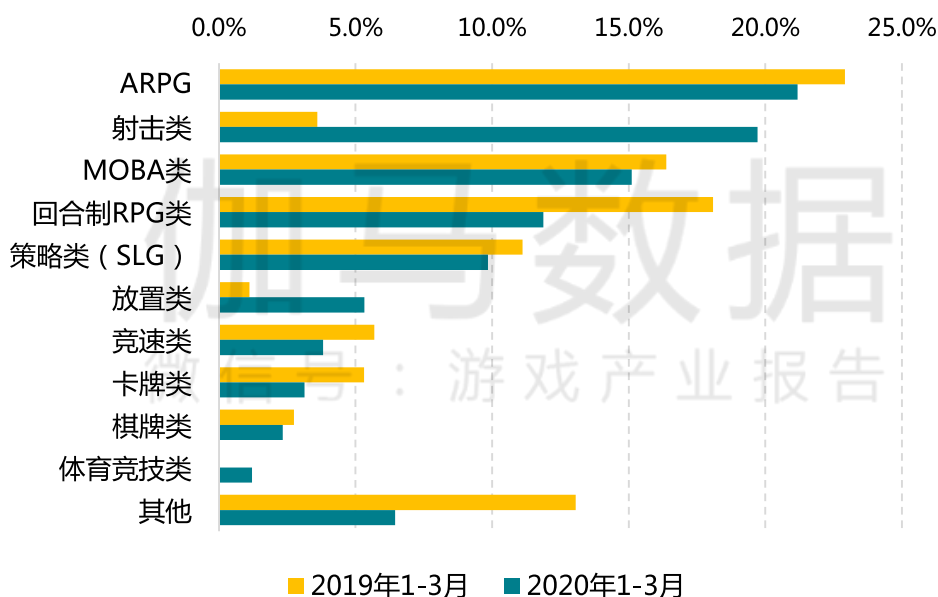
1-3月游戏产品状况 | 收入TOP50游戏产品类型分布

射击类与放置类流水份额提升

2020年1-3月中国移动游戏产品流水TOP50的类型分布数据显示，与去年同期相比，ARPG类、MOBA类、回合制RPG类游戏流水占比有明显的下滑，但仍

是TOP50产品流水的重要组成部分。射击类游戏的份额有了大幅度的提升，成为TOP50游戏产品流水的主要构成之一，这主要得益于《和平精英》《穿越火线：枪战王者》在1-3月良好的市场表现。同时，借助于《剑与远征》的市场表现，放置类游戏流水占比提高明显，成为TOP50游戏产品中的重要游戏类型。

1-3月流水TOP50移动游戏中各类型游戏流水分布



数据来源：伽马数据 (CNG)

1-3月游戏产品状况 | 流水TOP50游戏IP分布

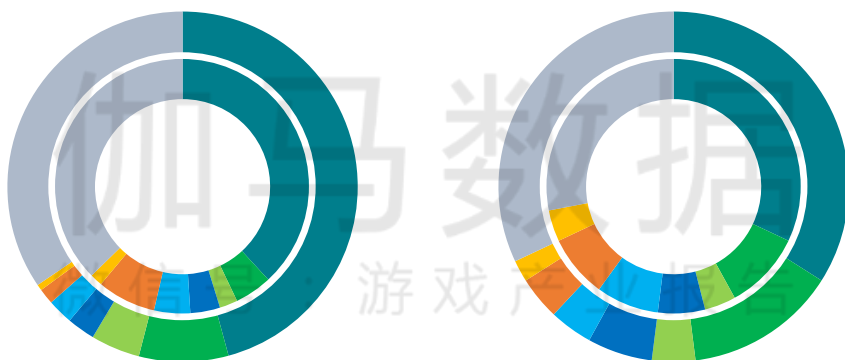
《新笑傲江湖》提升小说IP改编游戏收入的占比

2020年1-3月中国移动游戏产品流水TOP50中，客户端游戏IP改编的移动游戏继续占据主要的市场份额，客户端游戏IP流水份额有着明显的增长，主要得益于《梦幻西游》《三国志·战略版》《穿越火线：枪战王者》《QQ飞车》等多款客户端IP改编游戏的市场表现，客户端游戏IP是刺激IP改编移动游戏市场收入增长的重要部分。小说IP改编移动游戏产品在数量和流水占比方面均有提升。

主要是因为完美世界游戏于2019年12月上线的《新笑傲江湖》进一步拉动了小说IP改编移动游戏收入的增长。经典IP中的传奇类改编产品《雷霆霸业》则在近期出现了流水和用户数量大幅增长的现象，2020年1-3月流水环比增长超60%，用户量环比增长超50%。

1-3月流水TOP50移动游戏中
各IP类型流水分布

1-3月流水TOP50移动游戏中
各IP类型数量分布



■ 客户端游戏 ■ 小说 ■ 经典 ■ 移动游戏
■ 动漫 ■ 主机/街机 ■ 其他 ■ 无

(内圈为2019年1-3月，外圈为2020年1-3月)

数据来源：伽马数据 (CNG)

1-3月游戏产品状况 | 3月 iOS渠道下载测算榜TOP10

消除类游戏下载量最大

在3月的iOS渠道下载测算榜TOP10中，消除类移动游戏《爱上消消消》登上第一的位置。《爱上消消消》各个阶段植入“红包激励”，例如用户在游戏中会掉落红包，点击即可获得所谓的“现金红包”，同时可以观看视频广告让红包翻倍，游戏通过提现、邀请好友式的裂变营销手段来进一步提升下载量。同时，除《和平精英》《王者荣耀》之外，榜单中均为休闲类、模拟类等中轻度游戏，多款休闲类游戏进入榜单，成为iOS渠道下载测算榜的主要构成部分。

排名	游戏名称	游戏类型
1	爱上消消消	消除类
2	和平精英	射击类
3	王者荣耀	MOBA类
4	行走大师 (Walk Master)	模拟类
5	贪吃蛇进化论	休闲类
6	迷你世界	沙盒类
7	木工削削乐	模拟类
8	我的世界	沙盒类
9	是特工就上一百层	休闲类
10	超级木旋3D版	休闲类

数据来源：伽马数据（CNG）

1-3月游戏产品状况 | 3月新上线游戏表现

3月新游暂未出现流水破亿元产品

根据伽马数据（CNG）的预估，3月上线的新游中暂时未出现首月流水超过亿元的产品。伽马数据调查显示，部分只能在公司完成的工作，如研发层面涉及知识产权的，或者涉及平台限制的，包括3D模型、动画制作，等受到了疫情影响无法全面推进，从而影响到未上线游戏的研发进度、上线计划。

排名	游戏名称	游戏类型	IP类型
1	热血街篮	体育竞技类	无
2	天姬变	ARPG（非MMO）	无
3	风云岛行动	生存类	无
4	仙剑奇侠传移动版	ARPG（MMO）	单机游戏
5	暗黑起源	ARPG（MMO）	无

数据来源：伽马数据（CNG）

注：表中为2020年3月上线的移动游戏，并依据产品上线后30日国内全平台流水状况进行排名，上线不足30日的产品根据其目前流水状况推算首月流水。数据来源于伽马数据移动游戏流水测算，仅供参考。

防控期游戏对精神文化层面的作用

伽马数据从多个维度进行分析，调查研究得出结论：疫情防控期间，游戏成为民众重要的精神文化产品。同时，由于疫情防控正值春节，节日社交的刚需，大量从线下转移到线上，而游戏正是线上社交的重要工具之一。

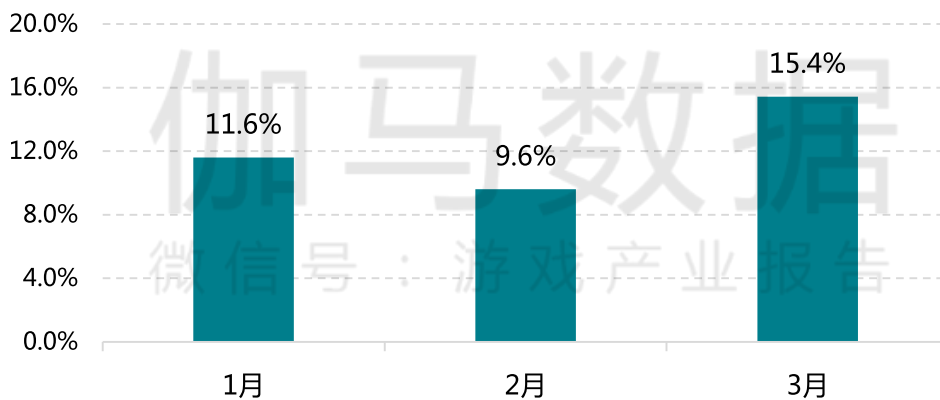
从iOS免费榜TOP20整体来看，2020年1-3月，月活跃用户数量（MAU）同比去年出现明显增长，这说明，疫情防控期间，大量宅在家的背景下，更多的玩家选择游戏来进行日常娱乐。



1-3月游戏产品状况 | 部分产品MAU同比明显提升

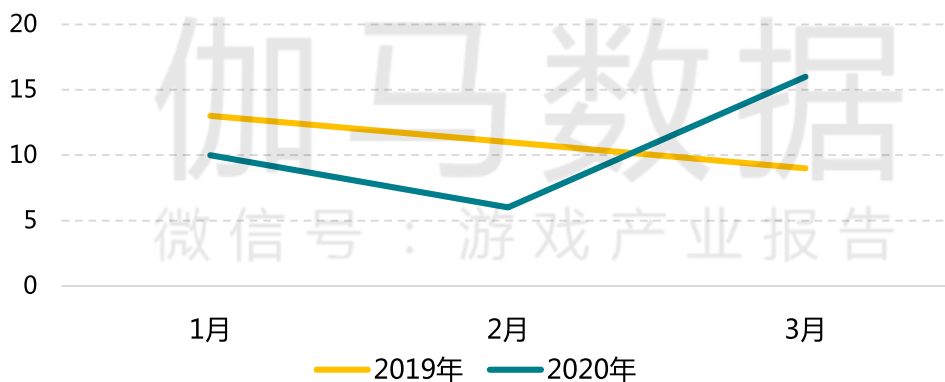
从用户活跃度来看，2020年1-3月，iOS免费榜TOP20游戏整体的月活跃用户数量（MAU）同比去年出现明显增长，且免费榜中轻度休闲类产品较多，覆盖用户量级更高，增长幅度下对应的量级也更为庞大。此外，在3月用户对新游的需求逐步显现，进入iOS免费榜TOP100的新游数量明显提升。

1-3月iOS免费榜TOP20 MAU同比增长情况



数据来源：伽马数据（CNG）

1-3月iOS免费榜TOP100中新游数量变化（款）

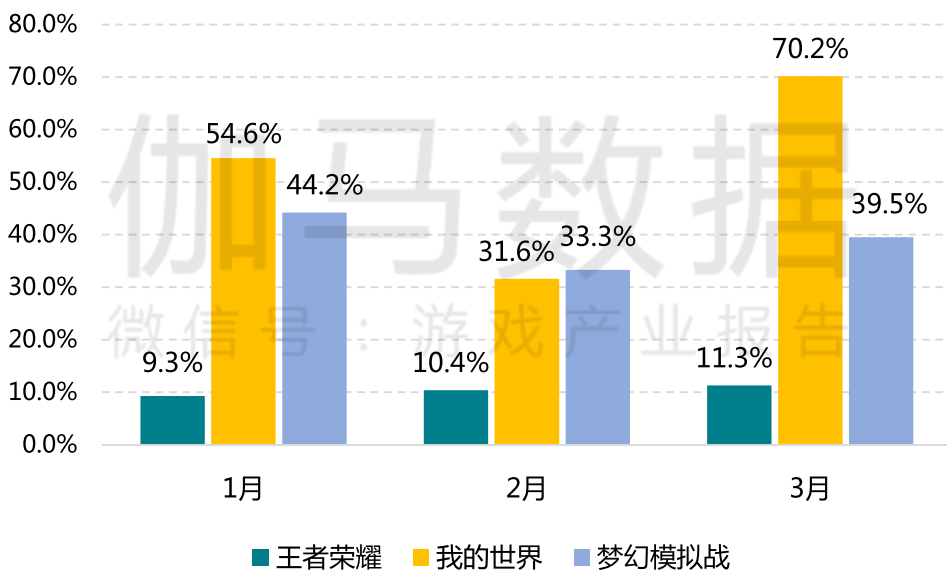


数据来源：伽马数据（CNG）

1-3月游戏产品状况 | 多产品2、3月活跃用户增幅达到春节所在1月的增长水平

从不同量级的具体产品月活跃用户数同比增幅也可以看出，2、3月的增幅已经明显可以比肩或超过春节所在的1月增幅。

2020年1-3月个例产品MAU同比增长情况



数据来源：伽马数据（CNG）

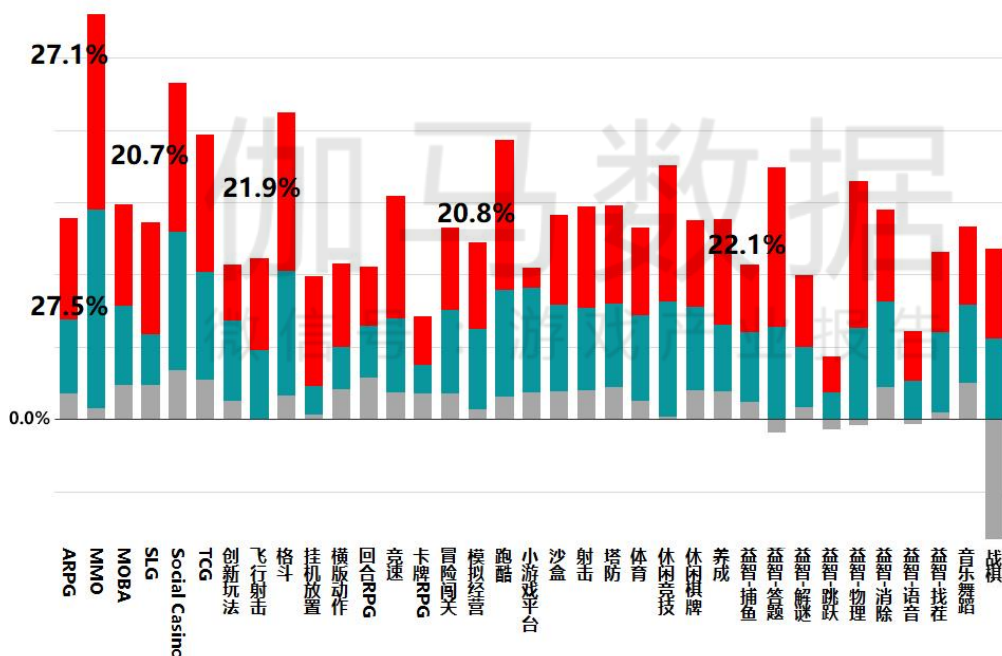
疫情防控期间，游戏成为线下社交的重要替代品

中国的春节在往年伴随着大量线下交往娱乐活动，但疫情防控下，游戏成为了重要的线上替代平台。从各类型游戏日均使用时长的同比涨幅来看，2020年春节档相比于2019年春节档的同比涨幅出现上升，而将春节档延长继续追踪可以发现，同比于2019年的相同时段，多数品类游戏使用时长涨幅进一步出现提升。

Mob研究院

2019&2020春节档-手游类型-日均时长涨幅对比

■ 2019春节档 (2.4-2.10) ■ 2020春节档 (1.24-2.2) ■ 2020春节档延长 (1.24-2.12)



数据来源：Mob研究院

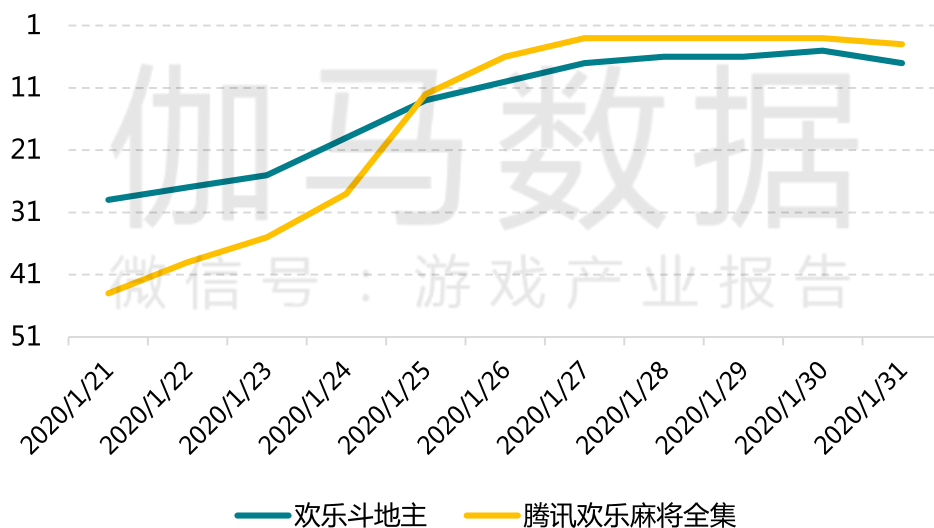
线上替代平台发挥重要作用

棋牌往往是春节期间主要的线下娱乐方式，2020年春节期间用户将这一诉求反应于线上，通过网络棋牌游戏满足家庭、朋友社交的需要，为长时间居家生活减压，减少外出次数，从iOS免费榜可以看出，2020年除夕后棋牌类代表性产品排名出现大幅度攀升，而2019年则并未出现类似情况，可以看出网络棋牌游戏替代线下娱乐所发挥的作用和意义。

PART 03

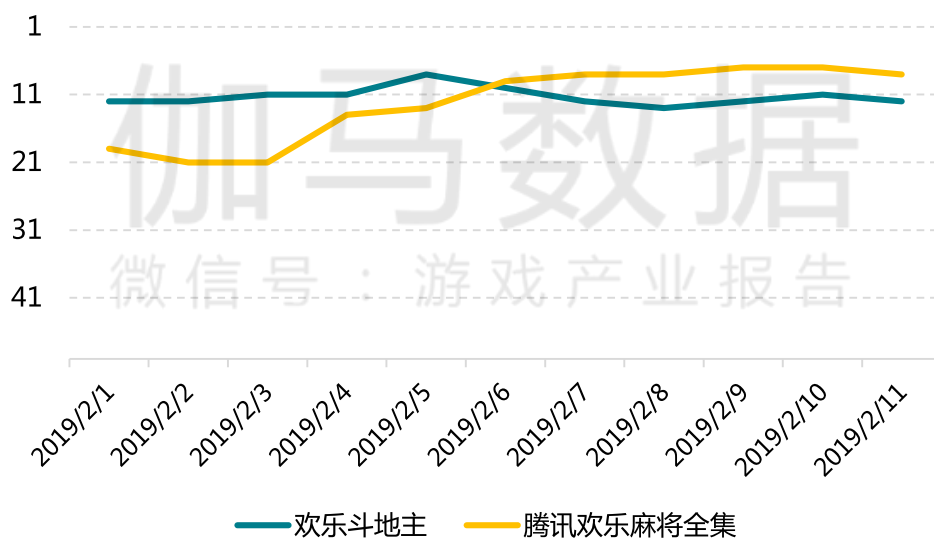
防控期游戏对精神
文化层面的作用

2020年春节期间代表性棋牌游戏iOS免费榜表现



数据来源：伽马数据（CNG）

2019年春节期间代表性棋牌游戏iOS免费榜表现



数据来源：伽马数据（CNG）

疫情防控期间， 游戏成为满足广大民众精神文化需求的重要载体

疫情防控期间，由于居民外出活动的大幅减少，游戏起到了满足用户精神需求、丰富用户居家生活、缓解心理压力等方面的积极作用。根据伽马数据调查发现：针对疫情期间的用户行为87%的用户在疫情防控期间玩过游戏，65%用户认为游戏很好地缓解了居家的郁闷情绪，42%的用户表示曾与家人朋友一起玩游戏。

疫情防控期间用户游戏行为调查

- 在疫情防控期间玩过游戏



- 游戏很好地缓解了宅在家的郁闷情绪



- 曾和家人朋友一起玩游戏

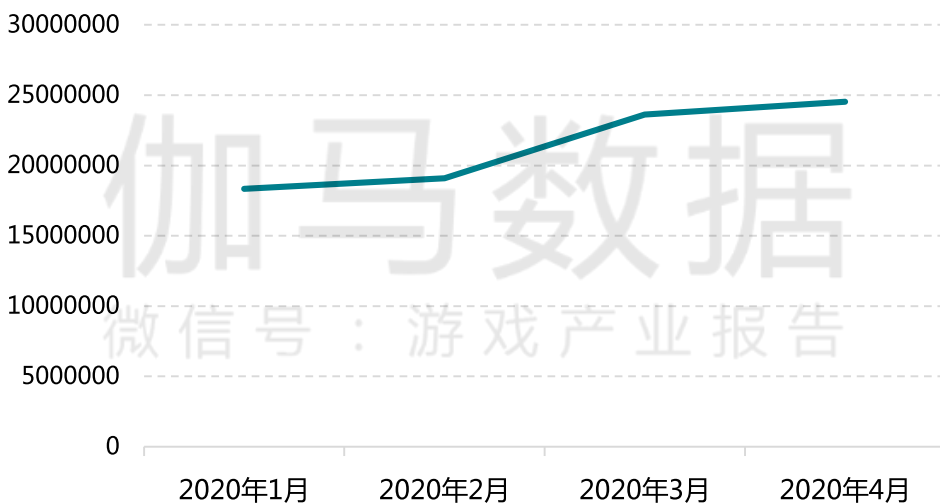


数据来源：伽马数据（CNG）

疫情期间游戏平台同时在线人数连创历史纪录

随着海外疫情的蔓延，大幅增加了人们的居家时长，对游戏的需求量也明显提升。游戏平台Steam官方数据显示，2020年3月15日，平台同时在线人数达2024.6万；3月21日，平台同时在线人数突破2200万人；3月29日，平台在线人数超过2300万人；4月3日，Steam在线人数峰值达到了2400万，连创历史纪录。许多游戏企业积极对营销推广策略进行调整，应对疫情期间快速增长的游戏需求。

Steam在线人数峰值变化

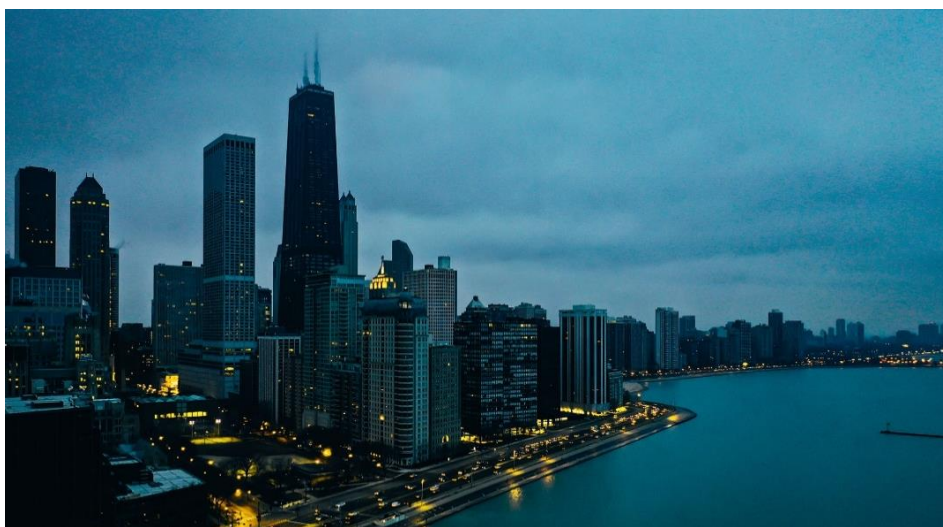


数据来源：Steam公开数据

04

防控期游戏产业对社会稳定方面的贡献

疫情防控期间，中国游戏产业的经济增长，是贡献的一方面。而积极响应国家复工号召，少降薪裁员，则为社会稳定做出了非常积极的贡献。

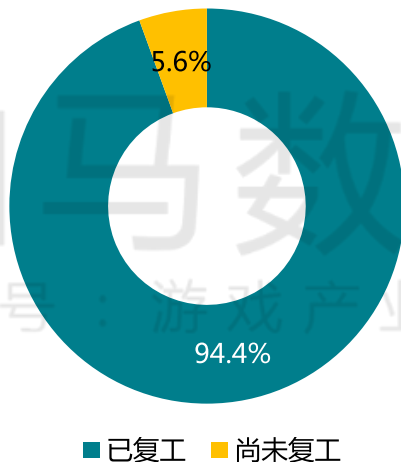


游戏产业积极响应国家复工号召

伽马数据对游戏收入TOP50企业中的36家进行了调研，发现截至4月15日，有94.4%的游戏企业已复工，仅有两家企业仍采取远程办公的方式，尚未复工。调查显示，作为提供线上娱乐的游戏企业需及时复工以维护产品的正常运行，相关人员在春节过后即投入正常工作，而受疫情影响较小的一些支持部门，如法务、人力资源等，则大多在3月初投入工作。

游戏企业在复工时，均采取了各项措施对员工进行复工保障，如三七互娱在2月初，就采购了体温检测设备，以便对返岗员工进行及时监测；返岗前，三七互娱制作《三七互娱应对“新型冠状病毒”防控手册》，向员工普及防疫知识，提醒员工返程返工的注意事项；西山居为员工购置笔记本电脑并启用虚拟专线帮助员工获取文件；盛趣游戏设计网络聊天文字筛选机制用于保证新品上线运营；中手游为保证员工复工配备充足防疫物资，并开发统一订餐及健康上报系统降低员工患病风险；多益网络开发“广州抗疫APP”供员工使用，普及疫情防控知识，提示周边风险等。

游戏企业复工状况分布



注：数据来源于伽马数据（CNG），样本仅为伽马数据调查到的36家游戏企业。

游戏产业较少出现大面积降薪裁员等现象

根据伽马数据对收入TOP50游戏企业中的36家企业的调查，结果显示36家游戏企业均未出现大面积裁员降薪等情况（部分企业因为涉及业务不止游戏一个领域，非游戏领域的裁员降薪的情况本报告中不予考虑）。相反，游戏企业纷纷启动相应的人才招聘计划，如腾讯、网易均启动2020年度春季招聘，三七互娱成立成都分公司，中手游于江苏无锡成立华东总部，盛趣游戏、莉莉丝、巨人网络、英雄互娱等企业也都采用“无接触招聘”模式进行人员储备，在维护社会稳定发展方面做出了贡献。

游戏企业人才招聘状况（部分）

- **腾讯**启动2020年度春季招聘，包括3000个暑期实习生与应届生补录岗位，以及近5000个社招岗位，社招岗位数量较去年增加25%。
- **网易**启动无接触招聘，对外开放2800个岗位，应聘者可进行在线投递简历、在线面试，以及在线入职。同时，于3月份启动春季校招，包括1500个春招实习生和应届生补录岗位，继续沿用无接触招聘方式。
- **三七互娱**研发品牌三七游戏于2020年1月设立成都分公司，旨在推进研发人才的布局，更好地运用地区人才优势，优化研发体系，满足研发需求，提升产品品质。2020年三七互娱全面启动线上招聘，春招需求岗位超1000个。研发人员招聘方面，需求和体量也在不断增大，2020年研发人员数有望达到2000，未来三年，员工人数有望达到5000人。
- **盛趣游戏**为保证在研与孵化项目的研发人员需求，2月初启动“无接触招聘”，在确保全过程的人员安全的同时，通过社会招聘与校园招聘完成研发人员储备。
- **莉莉丝**发布远程招聘信息，职位涵盖技术、美术、产品、发行各个部门，进一步扩张规模。
- **中手游**疫情之后未进行裁员、降薪，相反较大范围对技术、动画设计、美术、特效等人才进行扩招。2020年3月中手游于江苏无锡成立华东总部，将借助区域人才优势及场景优势，进一步对《仙剑奇侠传》等IP内容进行深度合作开发，行程“虚拟+现实、数字+创意、互联网+文旅”的独特发展模式。
- **巨人网络**推出“无接触招聘”，开放的岗位涵盖球球大作战IP赛道、泛二次元赛道、3DMMO赛道、UE4赛道、研发中台等业务板块，包括技术、美术、策划、项目管理等多个岗位。
- **英雄互娱**3月与中国西安人才市场、陕西省人才交流服务中心共同主办陕西省2020年“抗疫情、扩就业、稳经济、促发展”线上公益人才交流会，通过线上人才交流会、线上招聘等渠道，做好助力劳动者就业、推动企业复工复产工作。

注：企业招聘信息为伽马数据（CNG）根据公开资料进行的不完全统计，仅供参考。

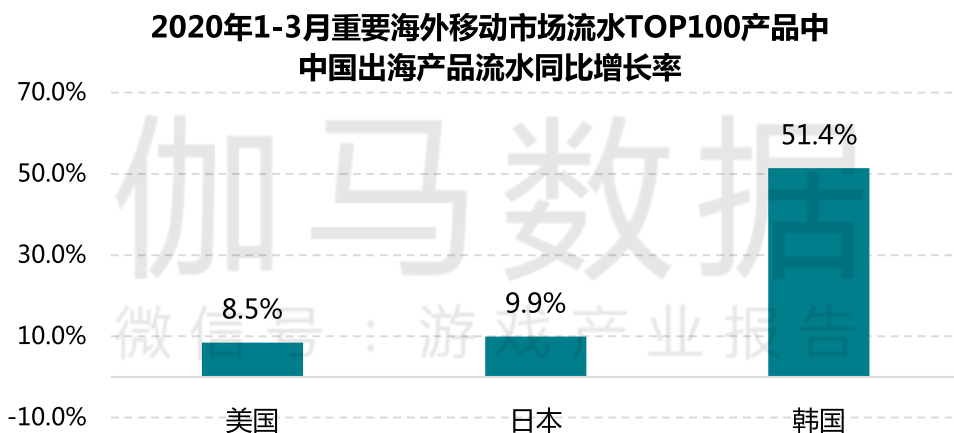
05 防控期游戏产业海外出口状况

疫情防控期间对于中国产品出口，带来较大挑战。不过，中国游戏的海外出口收入持续增长，并未受到太大影响。



海外头部市场稳定增长 爆款产品带来大幅拉升

2020年1-3月，中国移动游戏出海表现稳定，从美、日、韩等全球头部市场来看，同比流水均呈现增长，其中韩国市场受《万国觉醒》《奇迹之剑》《AFK Arena》《明日方舟》《勇者英雄》《梦幻模拟战》等多款产品拉动，流水同比出现超5成增幅，紫龙游戏在TOP10中有两款产品上榜，《梦幻模拟战》与《风之大陆》已连续多月进入榜单TOP10。综上可见游戏产品的海外发行与运营受疫情影响有限，成为此间少数稳定的外汇收入来源。



2020年1-3月韩国移动游戏市场中中国出海游戏流水TOP10

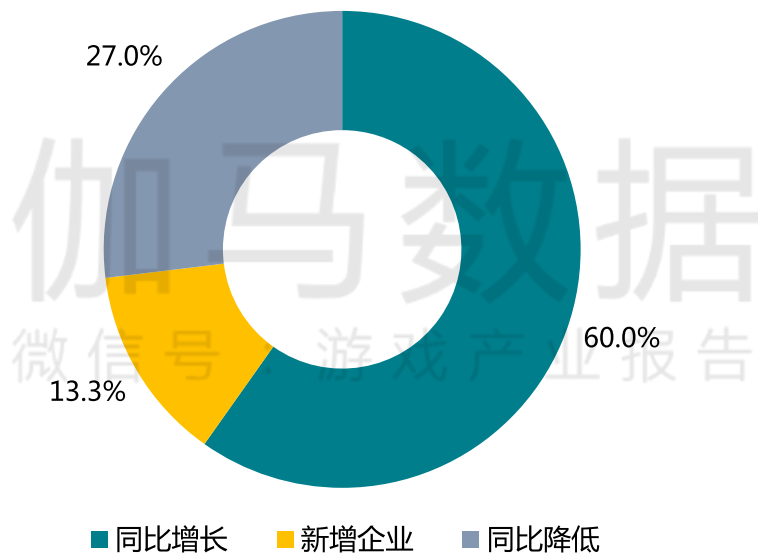
排名	游戏名称	发行商	游戏类型
1	万国觉醒	莉莉丝	策略类 (SLG)
2	奇迹之剑	4399	ARPG (MMO)
3	AFK Arena	莉莉丝	放置类
4	明日方舟	鹰角网络	塔防类
5	勇者英雄	4399	ARPG (非MMO)
6	梦幻模拟战	紫龙游戏	战棋类
7	PUBG MOBILE	腾讯游戏	射击类
8	风之大陆	紫龙游戏	ARPG (MMO)
9	叫我官老爷	创酷互动	剧情互动
10	叫我万岁爷	点触科技	剧情互动

数据来源：伽马数据(CNG)

加速海外布局，多企业出海流水实现高增长

从TOP30出海企业海外流水同比变化来看，2020年1-3月多企业实现增长，有10家流水同比增幅超50%。其中上市企业，如三七互娱表现较为突出，出海流水同比增长超70%，主要受出海新品《奇迹MU：跨时代》《狂野西境》拉动；非上市企业如莉莉丝，《剑与远征》《万国觉醒》海外流水表现居高。此外，2020年1-3月TOP30出海企业中入围4家新增出海业务的企业，如鹰角网络、掌趣科技等，这些出海收入由无到有的转变是2020年中国游戏出海收入的重要增量之一。从整体来看，企业加速海外布局，受益明显。

2020年1-3月TOP30出海企业海外流水收入
同比增减情况分布



数据来源：伽马数据(CNG)

防控期游戏企业承担社会责任状况

众多企业在疫情防控期积极承担社会责任，在捐款、捐物的同时，兼顾开发功能游戏，体现了游戏企业的责任与担当。



众多企业积极承担社会责任 为疫情防控贡献力量

疫情期间，国内多家游戏企业积极捐款捐物，用于疫情防控工作。腾讯、网易、三七互娱、完美世界、中手游、世纪华通、金山软件、掌趣科技等上市游戏企业均在第一时间捐款捐物，支援湖北地区；同时，乐元素、多益网络、紫龙游戏、米哈游、君海网络等稳步发展的企业也积极采取措施，为疫区贡献力量。据不完全统计，参与捐赠的游戏企业捐款金额超过20亿元。其中，腾讯设立了15亿元“抗疫基金”，分别投入物资支援、技术支援、人员关怀、科研与医疗事业等领域，支持抗疫，另外，腾讯还设立了1亿美元“腾讯全球战疫基金”，助力抗击全球日益严峻的新型冠状病毒疫情。同时，3月以来，腾讯加速推进防沉迷新规接入，目前已接入包括《和平精英》在内的33款游戏产品，计划上半年内在全部移动游戏中启用新的防沉迷规则。微信小游戏、QQ小游戏也已正式接入健康系统，通过实名认证功能和未成年用户游玩限时、付费限额等能力，适度限制和管理未成年用户的游戏行为。另外，作为国内最早一批推行未成年人防沉迷系统的企业，从端游到手游，网易一直高度重视未成年人保护课题。目前公司旗下包括《梦幻西游》手游、《大话西游》手游、《猫和老鼠》、《我的世界》等38款游戏产品已启动防沉迷新规试点，其余也将分批加速接入。

参与捐赠的游戏相关企业及组织名单（部分）

腾讯	网易	三七互娱	世纪华通	完美世界
中手游	360	乐元素	金山软件	多益网络
西山居	柠檬微趣	爱奇艺	盛天网络	游族网络
米哈游	英雄互娱	昆仑万维	掌趣科技	字节跳动
紫龙游戏	沐瞳科技	新浪	莉莉丝	叠纸科技
广州百田	4399	黑桃互动	哇麦游戏	吉比特
哔哩哔哩	Wargaming	微派网络	光娱游戏	9377
IGG	卓讯互动	掌游科技	创梦天地	君海网络
途游游戏	玩友时代	恺英网络	世曼凯	鹰角网络
3K游戏	益玩游戏	贪玩游戏	顺网	赫德时代
家乡互动	世纪天成	网龙	波克城市	百易科技
广东省游戏产业协会	海彼网络	Aster星辰电子竞技俱乐部		游动网络
广州市游戏行业协会	FPX俱乐部	湖北省信息网络安全协会游戏安全专委会		
游久游戏（刘亮个人名义）		4AM电子竞技俱乐部		

注：该名单为伽马数据（CNG）根据企业公开信息进行的不完全统计，仅供参考。

游戏企业以特有的方式对疫情防控提供支持

各游戏企业除了积极捐款捐物支援疫区之外，还以特有的方式，多层次地为疫情防控工作提供支持，如应用于服务战疫工作的相关技术开发、慰问战疫工作人员和患者以及防疫工作的科研与科普、推出宣传片、捐赠影视剧版权、游戏内组织支援疫情相关活动、游戏集体停服祭奠活动等。

游戏企业社会效益体现方式

腾讯游戏

- 腾讯游戏携手腾讯医典，在旗下几乎全部游戏产品中为用户推送资讯，累计向4.85亿人次推送了抗疫信息，进一步拓展了医疗科普的实用场景。
- 腾讯游戏在《天涯明月刀》《乐高无限》等多款产品中设置了互动环节，借助游戏的形式，对一些辟谣信息、健康知识有更深入、更生动的普及。《乐高无限》发起创作了《疫情知识闯关》和《火神山医院》等疫情题材的UGC游戏作品，并专门上线了疫情板块，让更多的玩家获得游戏乐趣的同时，学习到专业的疫情防护知识，寓教于乐，目前和疫情相关的UGC作品，游玩量已经达80余万。《天涯明月刀》将疫情常识以游戏内“辨真假”活动的方式进行呈现，玩家体验的过程中需要辨别信息的真与假，覆盖超过百万人群。
- 腾讯游戏成长守护平台联合公益机构共同策划了“成长守护·疫期特辑”，向家长和孩子提供18节高质量的公益课程。课程上线以来，累计观看超过40万次。
- 腾讯互动娱乐旗下的编程平台腾讯扣叮，免费对外开放了包括了一系列涵盖艺术、创意、硬件、人工智能为主题，适合6~18岁青少年在家自学的免费课程，希望通过游戏化学习的方式，激发更多青少年学习编程的兴趣与动力，帮助孩子们丰富课余时间，锻炼逻辑思维和科技素养。

网易游戏

- 网易游戏旗下近全线产品通过游戏内通知或官方公众号推送，向用户发布关于疫情防控的提醒，部分产品通过多样性活动积极传递正能量，向有需要的用户提供帮助。
- 网易游戏旗下产品《我的世界》中国版，携手开发者上线了火神山及雷神山医院的玩法地图，并为前线“白衣逆行者”们设计了三款抗疫医护人员的皮肤形象，以此向抗疫一线工作人员致敬，也让用户对共同抗疫有更深刻的体验和认知。随后，《我的世界》中国版联合广州呼吸健康研究院等机构共同打造名为“南山防疫科普小讲堂”的科普问答闯关玩法。该玩法针对青少年群体定制了专业的防疫知识问答，并且还模拟了一个逼真的医疗环境。通过生动有趣的方式，帮助青少年群体身临其境地投入到防疫知识的学习中。
- 网易互动阅读平台次元与暨南大学功能游戏训练营合作，孵化了六款防疫题材互动叙事作品。用户可以通过体验疫情隔离版模拟人生，解锁专业防疫知识，识破恐慌谣言。
- 网易CC直播与北京基金会达成了公益合作，在风华正茂频道开播 12 期的武汉线上心理网课，对武汉中小學生进行心理疏导，重树健康心理状态。网易CC直播及其官方微博首页置顶播出了战“疫”直播特别节目，发起“防疫小贴士”的应援视频录制。多名主播直播展示自身才艺的同时，也向粉丝们宣传防疫卫生知识。



完美世界

- 完美世界电竞推出《岂曰无衣与子同袍》宣传片，以电竞人特有的方式向全体医护人员致敬；还主办了“同心共行”电竞全明星表演赛，旨在支援疫区、抗击新冠病毒。完美世界影视参与了公益组织联合发起的“抗疫活动”，旗下影视剧《最美的青春》《青年医生》《老酒馆》《河山》向湖北广播电视台、湖北卫视等捐赠了播出版权；完美世界控股集团旗下完美鲲鹏推出的动画片《宇宙护卫队》参与“众志成城共同战疫”公益展播活动，无偿提供播出版权，在全国各级广播电视台播出。
- 完美世界游戏的《神雕侠侣2》手游泰国公测版本即将上线，游戏内置防疫温馨提示，在登录公告、过场loading、答题活动、游戏剧情、游戏道具等各个环节，号召用户安全防疫。
- 完美世界控股集团旗下洪恩教育响应“停课不停学”号召，从2月3日起正式开启线上直播课，向幼儿园教师、培训学校教师、停课在家的学龄前儿童免费提供优质教学和教育资源，截至目前，洪恩教育共开通累计公开课近300场，累计观看人次超过2300万。《洪恩双语绘本》APP特别上架《妈妈要去打怪兽》互动有声绘本，向孩子传递“勇敢就是在很害怕的时候，还能去做正确的事”的理念。《全历史》APP上线一系列瘟疫与人类历史相关专题，如“瘟疫影响历史进程”、“古人是如何给空气消毒”、“17年前的‘非典’时期你是怎样度过的”等，并从系统资料库里提取大量医学、微生物等与疫情相关的学科发展史，帮助用户更好了解人与病毒。

三七互娱

- 3月初，三七互娱与广州日报联合制作《消毒大作战》H5，通过小游戏向市民科普家居消毒的正确方法，让市民们养成消毒清扫的良好习惯，为以后的正常生活提供更有力的保障；此外，三七互娱还与在线旅游平台去哪儿旅行联合推出“新型肺炎确认同行程查询”H5，为用户提供及时了解自己乘坐交通工具的疫情动态，排查确认感染人员。
- 在疫情期间，除了向疫区捐赠资金和紧缺物资，三七互娱还发起“微小善举 齐战疫情”活动，旗下发行平台37网游在发行运营的多款网络游戏中推出多个礼包。只要用户参与活动，三七互娱就以集团的名义，捐赠等值的金额至壹基金的“壹基金紧急驰援湖北”项目，为疫情影响地区提供医疗应对物资和设备，同时为社区提供疫情排查、防疫消杀、心理关怀等支持工作；此外，三七互娱与上海教育电视台《健康大不同》共同推出10期战“疫”特别节目，邀请各个领域专家全方位多维度科普抗疫知识。

世纪华通

- 世纪华通旗下盛趣游戏内部发起“趣豆在行动”抗击疫情倡议书，号召员工奉献爱心。截至2月28日下午16时，有915位盛趣游戏人投入这场支援医护工作者的行动。首批募集来的资金转换成千份医用物资、网红蛋糕和祝福顺利送达华山总院、华山西院、华山北院和中山医院4家医院，覆盖近3000名医护工作者。2月17日，盛趣游戏CEO唐彦文将个人捐赠的500套防护服送到复旦大学附属中山医院，贡献自己的力量。

西山居

- 西山居在《剑网3》开启了“祈愿烛火”的活动，推出“愿平安”和“盼凯旋”两款烛火，分别用于祝愿灾区同胞平安及祈盼白衣天使凯旋，用户可以通过购买烛火参与募捐，最终《剑网3》游戏中有超过98000名玩家一共捐出了156万元的现金，募捐的善款用于购买火神山、雷神山医院的远程探视系统设备，以及核酸检测试剂盒等抗疫物资。

乐元素

- 乐元素通过旗下知名产品《开心消消乐》，针对疫情发展态势，在游戏推送通知、QQ/微信粉丝群、官方社区等多渠道多方式科普防疫知识，疏导用户恐慌情绪，全力做好疫情防控信息传播和舆论引导；在春节期间迅速开展行动，成立捐赠特别小组，在德国中国商会的协助下，从海内外采买符合各项标准的医护物资，第一时间送抵疫区医院，包括李文亮医生生前所在的武汉市中心医院、湖北省中医院光谷院区、武汉蔡甸区人民医院和湖北十堰市指定医院。同时积极响应由光华设计发展基金会等联合发起的燃灯计划公益社区（简称“燃灯计划”），为湖北省内经济发展有限、交通较不便利的地县级医院捐赠物资，全部送达包括老河口市中医医院、谷城县精神病医院、荆门市掇刀人民医院等在内总计9家医院。

中手游

- 中手游非常重视企业社会责任，并聚焦于青少年福利及社会公益事业。于武汉新冠肺炎爆发初期，向湖北慈善总会和湖北五家一线医疗机构捐赠善款，其中部分善款定向捐赠于华中科技大学同济医学院附属同济医院、华中科技大学同济医学院附属协和医院、武汉大学中南医院、黄冈市黄州区人民医院，助力湖北一线医疗机构打赢这场新型冠状病毒的防控战。

紫龙游戏

- 紫龙游戏秉承踏实做事，用成绩促行业发展，用心回馈社会的理念，积极配合上级领导部门工作，严格配合防疫部门的相关规定，加强防控，同时与所有员工一起，提高自我管控的能力；做到确保员工健康，不给社会增加压力。此外，紫龙与唐人影视一起，通过壹基金共同捐款用于此次疫情攻克和治理。

多益网络

- 多益网络在疫情爆发后，迅速投入疫情攻坚战，支持一线抗疫和复工复产双线工作。向武汉第七医院、广州中山大学附属第三医院、广州市妇女联合会、广州市妇女儿童基金会捐赠抗疫物资、体恤医护群体。携手广东省钟南山医学基金会，定向捐赠湖北地区16家定点医院，缓解抗疫一线物资短缺的难题。此外，多益网络携手广州市工商联开展“返岗直通车”活动，助力民企解决用工缺口及员工返岗事宜；同时向广州市疾病预防控制中心提供捐助，合力“外防输入，内防反复”，为复工复产护航。

掌趣科技

- 新冠肺炎疫情发生后，掌趣科技第一时间联动慈善机构及公益组织，驰援抗疫工作。1月26日，公司向湖北省慈善总会捐赠专项资金，用于疫区前线抗击及防治工作，包括药品、医疗用品、口罩、防护服、消毒液、护目镜等急需物资的采购和对一线医护人员的帮助。同时，公司紧密配合地方政府防疫工作，在严格落实防疫措施基础上，安全有序复工复产。

恺英网络

- 恺英网络和盛和网络向湖北多地捐赠抗疫物资。定向捐赠至湖北省武汉市协和医院、武汉市江夏区第一人民医院、孝感市大悟县人民医院、安陆市第二人民医院、武汉市金银潭医院、黄冈市红安县人民医院、安陆市第二人民医院、武汉市协和医院、黄冈市浠水县中医院、黄冈市英山县人民医院、咸宁市中心医院、天门市第一人民医院、荆州市公安县人民医院、黄冈市英山县红山镇卫生院、鄂州市中心医院、咸宁市通城县人民医院等15家一线医院及武汉市红十字会、安陆市慈善会。捐赠物资除由武汉市红十字会和安陆市慈善会统一调配外，其余均直接交由医院方调配使用。

4月4日，全国哀悼日，众多游戏企业纷纷自发停服一天，深切哀悼在抗击新冠肺炎斗争中的牺牲烈士和逝世同胞。

开发优秀抗疫作品 科学认识与抗击疫情

国内疫情暴发后，游戏除了作为用户居家娱乐的重要方式外，也发挥了更多的正面价值。随着疫情的持续升温，用户对于相关知识的学习也更加主动，简单有效的科普方式变得尤其重要。而游戏是知识普及的有效手段之一，协会组织与多家游戏企业、相关单位等，进行了防疫科普类小游戏的研发；比如中国音数协游戏工委依照《关于抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情的倡议书》向游戏企业、会员单位发出倡议，积极履行社会责任，参与疫情防控，并与部分企业及游戏人取得联系，组织协调制作并上线名为《消灭冠状病毒》的抗疫小游戏。中国独立游戏联盟（CiGA）也发起“游戏元气弹”线上游戏开发活动，有一百多位游戏开发者、海外华人及在校学生参与活动，征集到抗击疫情的公益游戏作品超过40款。抗疫类游戏产品内容多聚焦于日常生活，以寓教于乐的形式，普及疫情防控相关知识。在众多抗疫类产品中，《逆行者》不同于其他科普类游戏，它通过不同角色的视角记录了此次疫情，展现“逆行者”们通过自己的“逆行”给患者和普通人带来希望，游戏在TapTap上线并取得了9.5的高评分。此外，网易游戏、腾讯游戏、完美世界游戏等也在产品中加入有关疫情的用户互动环节，让用户更深入地了解与疫情相关的内容。

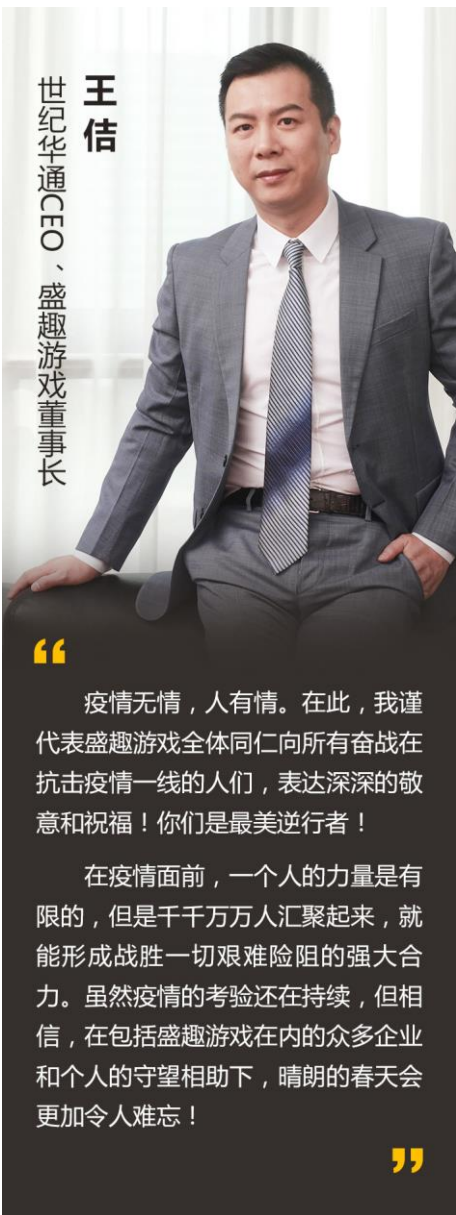
防疫科普类游戏产品名单（部分）

游戏名称	研发团队
消灭新冠病毒	游戏工委倡议，并联系部分企业及游戏人制作
消毒大作战	广州市文明办指导，三七互娱、广州日报联合研发
一起来战疫	新华社、腾讯云、腾讯健康
全民战疫，有你必胜！	人民日报、读特客户端
防护小能手	中国传媒大学动画与数字艺术学院
打破谣言，关于新型冠状病毒，你知道多少？	人民日报、读特客户端
请戴好口罩	中国传媒大学动画与数字艺术学院
2020新冠肺炎防治统一考试（全国卷）	人民日报、读特客户端
病原体大作战	海淀区委宣传部与人民体育联合发起，字节跳动研发
逆行者	Klaus及主动参与的其他开发者
人民战“疫”总动员	人民好医生、波克城市

注：该名单为伽马数据（CNG）根据公开资料进行的不完全统计，仅供参考。

游戏企业寄语

世纪华通 CEO、
盛趣游戏董事长
王佶



“

疫情无情，人有情。在此，我谨代表盛趣游戏全体同仁向所有奋战在抗击疫情一线的人们，表达深深的敬意和祝福！你们是最美逆行者！

在疫情面前，一个人的力量是有限的，但是千千万万人汇聚起来，就能形成战胜一切艰难险阻的强大合力。虽然疫情的考验还在持续，但相信，在包括盛趣游戏在内的众多企业和个人的守望相助下，晴朗的春天会更加令人难忘！

”

“

作为一家互联网科技企业，在这场战役中，我们三七互娱将充分发挥组织优势、技术优势，整合企业力量，做好疫情防控和复工复产两不误的同时，与各界同仁携手并肩，同心同力，共拼美好未来！

”

三七互娱
董事长
李逸飞



游戏企业寄语



游戏企业寄语

“

今年以来COVID-19的迅速扩散已在全世界造成了严重社会混乱和很多损失。作为互联网科技企业，中手游在危机发生的第一时间开始紧急联系并援助一线的医护。这体现了企业组织积极承担社会责任的意识。利用我们的技术和知识，我们积极维护员工的复工安全，保护客户合作的顺利开展，以及开展力所能及的社区和医护的帮助。

中手游公司格言是“为热爱而生”。我们明白，与COVID-19作战并从影响中恢复是一项长期工作。但我们相信，凭借热爱的力量、人性向善的伟大最终让我们团结起来走出黑暗，继续繁荣和强大。

”

肖健
中手游
董事长



唐忆鲁
多益网络
CEO



“

守望相助，共克时艰。在抗击新冠肺炎疫情中，多益网络与社会各界并肩作战，为支持前线抗疫和复工复产尽心尽力。多益网络将始终坚守游戏企业的社会责任价值与游戏作为文化产品的正向价值，共塑美好昌盛文化产业的未来。

”

游戏企业寄语

游族网络
总裁
陈芳



“

在战疫的特殊时期，游族开启了下一个十年的新篇章。疫情发生后，我们调动全球资源，第一时间捐赠物资驰援前线。涓滴可汇海，春暖花必开。面向未来，游族将持续向社会传递正向价值，坚持分享快乐、守护梦想，在“共创全球娱乐经典”的道路上不断前进。

”

“

西山居做游戏始终坚持“创造快乐，传递快乐”，希望游戏可以陪伴大家渡过艰难的日子，希望国产游戏振作。

”

西山居CEO / 《剑网3》系列制作人
郭炜炜



游戏企业寄语

刘惠城
掌趣科技
董事长



“

疫情发生以来，全国人民守望相助，众志成城，所展现出的勇气、坚韧和专业令人敬佩与自豪。掌趣科技第一时间联动慈善机构、公益组织、爱心同行和个人等多方力量，第一时间为抗疫一线提供力所能及的支援，义不容辞承担起社会责任。

疫情虽然对各行业造成冲击，却也催生出很多产业模式进步与革新，更需要企业迎难而上，加速提档升级。今日之行，明日之兴，公司将在继续做好科学抗疫工作基础上，进一步凝心聚力，修炼内功，用更多优秀的游戏文化作品为国家、社会作出应有贡献。

”

“

“口红效应”是一时的，作为游戏开发商，必须回归产品的文化属性。品质高、能打动人心，才能最终胜出。

”

刘伟
米哈游
总裁




PART 06

防控期游戏企业
承担社会责任状况

游戏企业寄语

陈金海
君海游戏 创始人&CEO



“
防控疫情，人人有责。作为文创产业的一份子，我们都应积极响应国家号召，保障顺利复工复产，同时严格防控，团队一心，一起打赢疫情防控战！
”

众志成城
共克时难



“罩”顾好自己
就是对彼此最好的爱

.....



扫码关注伽马数据 (CNG)
官方公众号“游戏产业报告”
获取更多游戏产业报告

北京伽马新媒文化传播有限公司

地址：北京市朝阳区尚都国际中心2810室

Q Q：1140697577 / 6581758

微信：CNGWANG / VINCENT45