

# 2019 年 中国 H5 游戏行业市场研究

## 行业走势图



## TMT 团队

詹欣琪 分析师  
邮箱：cs@leadleo.com

## 相关热点报告

- 休闲服务系列研究——2019 年中国 vr 游戏行业研究报告
- 休闲服务系列研究——2019 年中国网络游戏行业概览
- 休闲服务系列深度研究——2019 年中国云游戏行业精品报告

## 报告摘要

H5 游戏为借助 H5 技术开发的浏览器游戏，即移动端的 web 游戏。H5 技术令开发商可透过单一代码创造于任何符合标准的网页浏览器上运行的游戏。以 H5 建立的游戏能够在智能手机、平板电脑、计算机及智能电视等多种平台上运作。随着 H5 游戏的产品设计日趋成熟，中国出现各种格式的创新 H5 游戏。2018 年中国 H5 游戏用户数量规模达 4.4 亿人，其中 62.1% 的 H5 游戏用户同时是传统手机游戏用户，用户重叠度较高意味着传统手机游戏的研发技术和情节设计等可借鉴性强，H5 游戏在手机游戏已经培养好的用户习惯上有着更高的发展起点。

### 热点一：流量大厂入局为 H5 游戏市场带来渠道扩展

社交平台是 H5 游戏的一大渠道，也是用户获取游戏资讯最重要的来源。超级 APP 占据大量用户使用移动端的时间，把控着流量入口，流量大厂入局 H5 游戏为行业带来更多的游戏用户。

### 热点二：产业链第三方服务完善

H5 游戏行业产业链上出现了众多创新型的第三方服务公司，服务于游戏运营商和用户，第三方服务的完善对于 H5 游戏企业而言，可以极大的节约成本，提高效率，可快速整合市场资源，提升产品品质；对于用户而言体验大幅提升，大量的用户数据也有利于产品的完善和商业模式的发展。

### 热点三：文娱 IP 为 H5 游戏助力

文学、动漫、影视、娱乐等文娱产业与游戏具有天然的契合属性，文娱产业与游戏的联合为用户提供更加丰富的娱乐方式，提高用户体验，放大 IP 价值。爆款网络小说 IP、影视 IP 等 IP 作品与游戏的联动产品是 H5 游戏市场发展的驱动力。

---

## 目录

1	方法论.....	4
1.1	方法论.....	4
1.2	名词解释.....	4
2	中国 H5 游戏行业市场综述.....	6
2.1	H5 游戏定义及特点.....	6
2.2	中国 H5 游戏行业发展历程.....	8
2.3	中国 H5 游戏行业市场规模.....	9
2.4	中国 H5 游戏行业产业链分析.....	10
3	中国 H5 游戏行业驱动因素.....	14
3.1	流量大厂入局为 H5 游戏市场带来渠道扩展.....	14
3.2	产业链第三方服务完善.....	15
3.3	文娱 IP 为 H5 游戏助力.....	17
4	中国 H5 游戏行业制约因素.....	20
4.1	H5 游戏缺少固定流量入口，内容缺乏创意，市场用户游戏粘性较弱.....	20
4.2	游戏版号发放与网络游戏监管趋严.....	20
5	中国 H5 游戏行业相关政策.....	22
6	中国 H5 游戏行业发展趋势.....	23
6.1	H5 小游戏向社交类发展.....	23

---

6.2	三端互通.....	24
7	中国 H5 游戏行业竞争格局分析.....	25
7.1	中国 H5 游戏行业竞争概览.....	25
7.2	典型企业分析——腾讯.....	25
7.2.1	腾讯 H5 游戏布局.....	25
7.2.2	腾讯具有强大资源优势为 H5 游戏平台发展奠基.....	26
7.3	典型企业分析——三七互娱.....	27

---

## 图表目录

图 2-1 中国游戏市场发展过程.....	8
图 2-2 中国 H5 游戏市场发展过程.....	9
图 2-3 中国 H5 游戏市场流水规模, 2014 年至 2023 年预测 .....	10
图 2-4 中国 H5 游戏产业链.....	11
图 2-5 游戏研发一般流程 .....	12
图 2-6 中国 H5 游戏部分发行方 .....	13
图 3-1 用户使用头部 APP 时间占比, 2018 年.....	14
图 3-2 头部 APP 为 H5 游戏提供自助接入.....	15
图 3-3 中国 H5 游戏第三方服务商.....	16
图 4-1 中国游戏行业监管政策.....	21
图 5-1 游戏版号审批职能重新划分 .....	22
图 6-1 H5 游戏主要流量入口 .....	23

---

# 1 方法论

## 1.1 方法论

沙利文研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从游戏、互联网、大数据等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 弗若斯特沙利文本次研究于 2019 年 02 月完成。

## 1.2 名词解释

- HTML——指超文本标记语言，是网页制作必备的编程语言，其中超文本指页面内可以包含图片、链接、音乐、视频以及程序等非文字元素。

- 
- H5——指使用第 5 代 HTML 制作的数字产品，是一系列制作网页互动效果的技术集合。
  - Windows——Microsoft Windows 操作系统是美国微软公司研发的一套操作系统。
  - Linus——Linux 是一套免费使用和自由传播的类 Unix 操作系统，是一个基于 POSIX 和 UNIX 的多用户、多任务、支持多线程和多 CPU 的操作系统。它能运行主要的 UNIX 工具软件、应用程序和网络协议。
  - Android——Android 是一种基于 Linux 的自由及开放源代码的操作系统，主要使用于移动设备，如智能手机和平板电脑，由 Google 公司和开放手机联盟领导及开发。
  - iOS——是由苹果公司开发的移动操作系统。在 iPhone、iPod touch、iPad 以及 Apple TV 等苹果公司产品上使用。iOS 属于类 Unix 的商业操作系统。
  - Web——World Wide Web，即全球广域网，也称为万维网，它是一种基于超文本和 HTTP 的、全球性的、动态交互的、跨平台的分布式图形信息系统。是建立在 Internet 上的一种网络服务，为浏览者在 Internet 上查找和浏览信息提供了图形化的、易于访问的直观界面，其中的文档及超级链接将 Internet 上的信息节点组织成一个互为关联的网状结构。
  - ARPU——Average Revenue Per User，即每用户平均收入。用于衡量电信运营商和互联网公司业务收入的指标。ARPU 注重的是一个时间段内运营商从每个用户所得到的收入。高端的用户越多，ARPU 越高。
  - IP——指具有人气基础的文学娱乐产品，包括小说、电视剧、电影、游戏或者动漫等。
  - RPG——Role-playing game，角色扮演游戏，是游戏类型的一种。在游戏中，玩家负责扮演这个角色在一个写实或虚构世界中活动。

- MMORPG——Massive Multiplayer Online Role-Playing Game，大型多人在线角色扮演游戏，是网络游戏的一种。在游戏中，玩家要扮演一个虚构角色，并控制该角色的许多活动。
- API——Application Programming Interface，应用程序编程接口，是一些预先定义的函数，目的是提供应用程序与开发人员基于某软件或硬件得以访问一组例程的能力，而又无需访问源码或理解内部工作机制的细节。
- 独享主机——是租用服务器的一种形式，一般由有一定实力的网络服务商提供。包括放置服务器的机房、带宽、服务器硬件等。网络服务商提供网络监控服务、人工技术支持、代维服务。适用于大型的网站、网络服务器。

**招聘 行业分析师**

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程!

✉ 邮箱: [fs.recruitment@frostchina.com](mailto:fs.recruitment@frostchina.com)

📍 工作地点: 北京、上海、深圳、香港、南京、成都

## 2 中国 H5 游戏行业市场综述

### 2.1 H5 游戏定义及特点

HTML 指超文本标记语言，是网页制作必备的编程语言，其中超文本指页面内可以包含

---

图片、链接、音乐、视频以及程序等非文字元素。H5 指使用第 5 代 HTML 制作的数字产品，是一系列制作网页互动效果的技术集合，其为互联网提供了全新的框架和平台，包括提供免插件的音视频、图像动画、本体存储以及更多扩展功能，并使这些应用标准化和开放化，使互联网实现类似桌面的应用体验。H5 最显著的优势在于跨平台性，可兼容 Windows、Linux、Android 与 iOS 系统，这种强大的兼容性可以显著降低开发与运营成本。

H5 游戏为借助 H5 技术开发的浏览器游戏，即移动端的 web 游戏。H5 技术令开发商可透过单一代码创造于任何符合标准的网页浏览器上运行的游戏。以 H5 建立的游戏能够在智能手机、平板电脑、计算机及智能电视等多种平台上运作。随着 H5 游戏的产品设计日趋成熟，中国出现各种格式的创新 H5 游戏。

由于以 H5 建立的游戏可在多种平台上运作，因此其拥有巨大而有效的互联网用户覆盖能力，基于 H5 技术的游戏相比原生 APP 游戏拥有流量成本低、跨平台、持续交互、开源生态完整、更易传播等优点，游戏公司能够在网上以及其他媒体上推广及宣传游戏，而非仅局限于应用程序商店。

H5 游戏具有以下优势：

- 快速迭代、持续交互：运用 H5 技术开发的应用无需提交应用商店审核，可以实时更新、即时响应，快速满足用户需求，试错成本低。
- 开源生态系统：H5 前端是开放的正反馈循环生态系统，大量开源库可以使用，开发应用更轻松、敏捷，加快迭代速度，降低开成本。
- 导流入口多样：在各种类型的平台上均可根据用户属性进行游戏推广。大型 APP、搜索引擎、应用市场、浏览器都是 H5 的流量入口，基于 H5 开发的应用更易传播。
- 流量成本低：大型 APP、尤其是社交 APP 对 H5 应用能带来大量低成本流量。对于游戏厂商来说，H5 游戏最大的诱惑就是流量成本低：新增一个用户只需 5-10 元，远低于

于手游动辄 40-60 元的买量成本。

- 研发快速、成本较低：对于开发者来说，利用 H5 开发移动小游戏的门槛更低，所需时间更少，可以像写网页一样写游戏。相较于其他设备载体，H5 游戏的研发成本大大降低，平均研发周期为 1-2 个月。
- 降低用户进入成本：H5 游戏现在多于移动设备上运行，用户无需在设备上安装下载即可随时随地畅玩游戏，不需要占用过大内存。

## 2.2 中国 H5 游戏行业发展历程

- 中国游戏市场发展历程

中国游戏市场经历端游、页游、手游、H5 游戏的发展过程。PC 端游时代以 2001 年盛大网络引进《传奇》为开端。2007 年左右网页游戏迅猛发展。随着智能手机的普及，2011 年起手游持续发展，以腾讯与网易为代表的厂商迅速扩张并推出众多精品手游。2014 年起，H5 游戏《围住神经猫》、《愚公移山》等在互联网媒介平台广泛传播。

图 2-1 中国游戏市场发展过程

阶段	时间	介质	载体	类型
PC端游时代	2001年	PC主机	客户端	挂机类、策略类
PC页游时代	2003年	PC主机	PC浏览器	挂机类、策略类
手游时代	2011年	手机、平板电脑等移动端	APP安装包	角色扮演类、即时对战类
H5游戏时代	2014年	手机、平板电脑等移动端	各类APP、手机浏览器等	休闲类、社交类、轻竞技类

来源：沙利文研究院绘制

- 中国 H5 游戏市场发展历程

H5 游戏从 2012 年的《黎明帝国》开始，进入技术探索期。H5 游戏简易操作的特点加上好友排名等社交属性设定，使其容易在社交网络中传播。2014 年《围住神经猫》游戏上线仅 3 天，依靠朋友圈病毒式传播，用户浏览量过亿，H5 游戏市场进入快速发展期；2015 年《狂挂传奇》、《奇迹西游》等挂机类产品问世，月流水达到数百万；2016 年 MMORPG

产品《传奇世界》出现，是 H5 游戏行业首次实现盈利的产品，H5 游戏市场进入产品成熟期；2017 年《大天使之剑》成为亿级月流水产品，把中国 H5 游戏市场提升到新的高度。

2017 年，腾讯在微信平台推出 H5 格式的微信小游戏，并于 2017 年 12 月向游戏开发商开放微信小游戏平台，让 H5 游戏市场迅速壮大，而在此之前支付宝和手机 QQ 已先一步开启了各自的 H5 游戏中心。游戏大厂对 H5 游戏市场高度关注，投入资源制作优质产品，到 2018 年下半年，H5 游戏的质量有本质性提升。H5 游戏发展过程中，核心技术、产品、用户、入口等多方都在不断升级，专门针对 H5 游戏研发的引擎几近成熟；早期的游戏类型多为玩法单一的休闲益智，而如今已有多款高质量精品化的重度游戏上线；商业模式也从最基础的内嵌广告逐渐向变现能力较强的道具付费发展。

在海外，Facebook 也在 2016 年底打造了 H5 游戏平台 Instant Games，并在 17 年中旬打开了支付通道。全球互联网巨头纷纷开发 H5 游戏平台的趋势下，H5 游戏将真正步入正轨。

图 2-2 中国 H5 游戏市场发展过程



来源：沙利文研究院绘制

### 2.3 中国 H5 游戏行业市场规模

2018 年由于用户付费率和 ARPU 值的提升驱动，中国传统手机游戏市场规模稳步上升，用户规模增长平稳。2018 年传统手机游戏市场同比增长率有所下滑，一方面是受到用户规模的天花板限制，以及版号停发带来的负面影响，另一方面，中国手游产品同质化趋势

严重，市场需要创新型产品的刺激。而 H5 游戏研发成本低、创新性强和便捷的特点使其成为传统手机游戏的替代选择。随着中国居民生活水平提高，对娱乐的需求提升，用户的游戏习惯和付费习惯的逐渐成熟，用户付费的意愿和付费额度还有一定上升空间，整体市场稳定成长，沙利文预计 2019 年至 2023 年整体网络游戏市场还将继续保持稳定的增长。

根据沙利文数据，2018 年中国 H5 游戏用户数量规模达 4.4 亿人，其中 62.1% 的 H5 游戏用户同时是传统手机游戏用户，用户重叠度较高意味着传统手机游戏的研发技术和情节设计等可借鉴性强，H5 游戏在手机游戏已经培养好的用户习惯上有着更高的发展起点。

根据沙利文统计，2018 年中国 H5 游戏市场已有超万款游戏。在传奇类 H5 游戏产品的带动下，中国 H5 游戏市场快速发展。微信对小游戏的开放，使得 H5 游戏成为游戏行业发展的热点领域，腾讯的加入一方面给 H5 游戏带来更大的流量接入，并且实现了流量平台自身用户时间的再分配和深度利用，另一方面游戏大厂也为 H5 游戏市场产品带来更多启示和引导作用。根据沙利文数据，2018 年中国 H5 游戏市场流水达到 682.3 亿元(见图 2-3)，同比增长 394.2%，中国 H5 游戏市场收益达 75.5 亿元，同比增长 467.3%。

图 2-3 中国 H5 游戏市场流水规模，2014 年至 2023 年预测



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

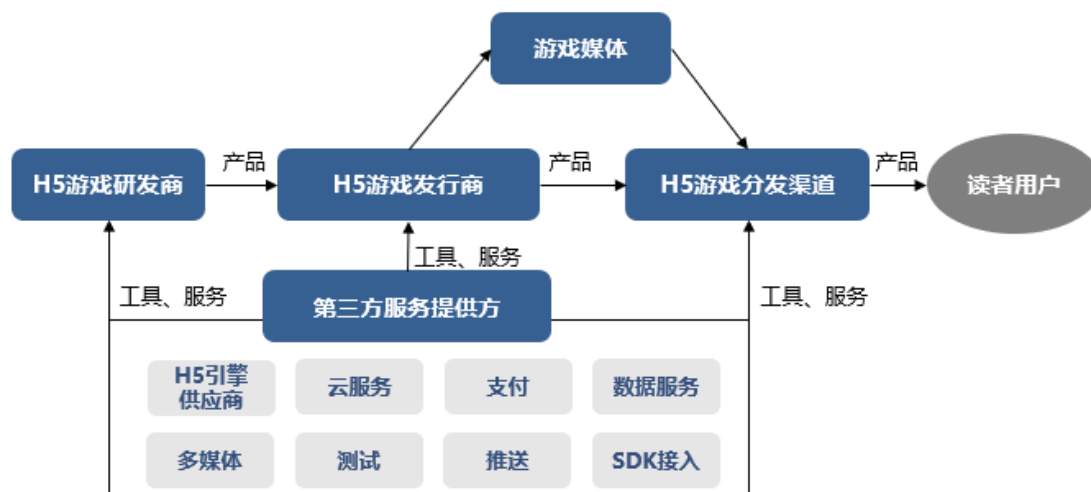
## 2.4 中国 H5 游戏行业产业链分析

H5 游戏产业链由上而下主要由研发、发行运营、分发渠道三部分组成，涉及引擎厂商、

游戏研发商、游戏发行商、分发渠道、支付渠道、游戏媒体、用户等环节（见图 2-4）。其中游戏研发商向上游版权方购买版权或在自有版权的基础上完成游戏的开发，完成后交由游戏发行商进行代理发行；发行商负责游戏的宣传并与各类渠道进行对接，提供各平台测试结果并要求开发商根据测试结果对游戏进行改进和版本更新；渠道通过用户下载实现流量的导入并从用户处获得支付，分成给产业链上游。

产业链上游主要是游戏研发商，其作用是为市场提供高质量的精品游戏。由于并非所有游戏研发商或开发团队都拥有营销推广、上线运营和渠道对接的职能与经验，并且游戏的审查、备案也需要由具有一定游戏发行资质的企业来完成，因此部分游戏开发商会选择处于产业链下游的游戏运营方和渠道商进行合作。运营方既可以运营其自主研发的游戏，也可以通过代理的形式运营其他游戏研发企业的游戏。渠道平台包括社交应用、通讯应用、热门垂直应用以及手机浏览器等。

图 2-4 中国 H5 游戏产业链



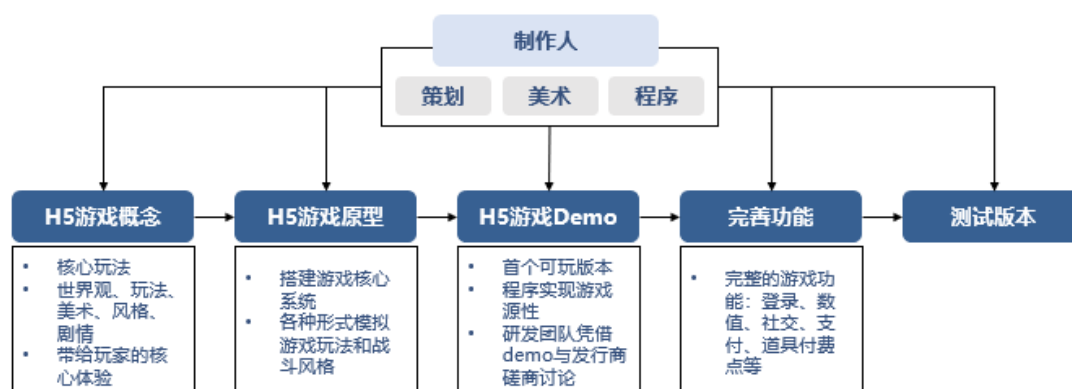
来源：沙利文研究院绘制

- 上游游戏研发

游戏研发是一个高度专业化、分工明确的系统性工程，游戏研发商需要深度理解用户需求。其中，游戏策划是游戏研发的核心，其策划出游戏的整体概念，定义游戏的玩法及规则，丰富游戏的世界观和美术风格，利用程序和美术将游戏概念实现为游戏产品带给用户，从而

带给玩家核心的游戏体验。游戏研发的核心竞争力体现在玩法的创新和内容的创意上。

图 2-5 游戏研发一般流程



来源：沙利文研究院绘制

中国 H5 游戏研发市场参与者众多，即包括腾讯、三七互娱、中手游、掌趣科技等大厂商，还包括 Forgame、闪吧科技、比悦科技、大连泛游、乐天成科技、起源天泽、蝴蝶互动等潜力企业，以及众多的中小型 H5 游戏研发团队。

目前 H5 游戏研发从业者绝大多数是中小团队，大部分还没有拿到投资，面临着很大的生存压力。游戏能否快速上线可能直接影响团队的生死，因此版号办理对中小型研发团队很大的影响。

#### ● 中游游戏发行运营

游戏发行承担了研发以外的推广、运营和服务等职能，整个游戏生命周期尤其是前期，需要投入大量的人力、资金来保证游戏的上线和推广，后期也需要持续的投入来维持正常运营。发行商通过推广和运营帮助游戏产品获得用户、留存用户以及促成用户付费。而发行商的核心竞争力也在于其获得优质产品的能力、与渠道对接的能力、推广能力以及产品运营能力。发行商的核心壁垒在于与上下游建立的深度合作关系、精细化的运营及推广能力。

图 2-6 中国 H5 游戏部分发行方

发行方	简介
白鹭时代	白鹭时代是致力于HTML5引擎技术和工具研发、H5游戏制作的技术公司。旗下游戏包括：《西游神传》-首款单月突破500万流水的H5游戏；《盗墓英雄》-首款像素风重度游戏；《三国魂》-首款页游转化的H5游戏。
指游方寸	指游方寸是A8新媒体集团精心打造的手机游戏代理发行商。旗下《我欲封天》在滴滴打车、起点、9G、1758、4399、猎豹等上百家H5渠道上线，月平均流水超百万。
四九游	四九游以手机网游、网页游戏、H5游戏等互联网游戏业务为主。旗下游戏包括《口袋妖怪联盟》、《新葫芦兄弟》等。
蝴蝶互动	蝴蝶互动是H5游戏研发、运营企业。旗下主力产品有《传奇世界H5》。
中手游	中手游是IP游戏开发商与发行商。旗下游戏《决战沙城》实行了大IP+主流品类+联运买量+的H5发行模式。

来源：沙利文研究院绘制

### ● 下游游戏渠道平台

中国 H5 游戏的渠道多为长尾渠道，H5 游戏由于其即点即玩的特点以及跨平台性，不需要像传统手游争夺应用下载中心等少量发行渠道，其流量入口主要包括：(1) 微信公众号。微信公众号买量是 H5 游戏主要的渠道，除垂直类游戏公众号外，休闲类游戏也通常会选择情感类、生活类公众号进行投放，根据沙利文统计，H5 游戏的微信公众号投放转化率约为 0.4%。(2) 工具类 APP。工具类 APP 如手机 QQ、墨迹天气、爱奇艺、美图秀秀等，也进行 H5 分发推广业务。(3) 浏览器、游戏平台等。H5 厂商也与各大浏览器、游戏平台、应用商店合作，如玩吧、萝卜玩、爱微游、鱼丸互动等，甚至开发线下渠道，让 H5 游戏获得更大的曝光率。

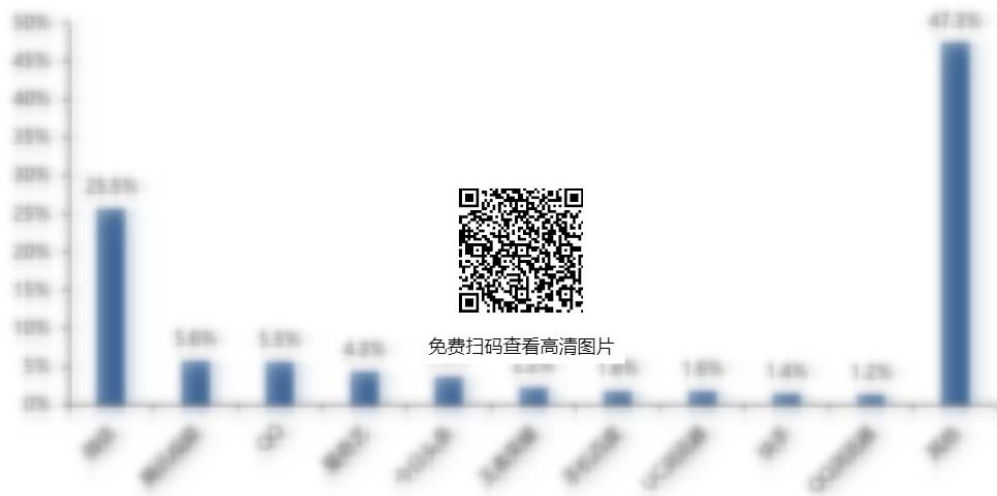
渠道的核心竞争力在于拥有数量大、获客成本低、质量高的用户。微信、微博等超级 APP 具有极强的用户粘性，拥有极高的壁垒；以 Bilibili 为代表的垂直流量入口掌控了垂直领域的用户，在二次元等细分领域拥有核心竞争力。

### 3 中国 H5 游戏行业驱动因素

#### 3.1 流量大厂入局为 H5 游戏市场带来渠道扩展

社交平台是 H5 游戏的一大渠道，也是用户获取游戏资讯最重要的来源。超级 APP 占据大量用户使用移动端的时间，把控着流量入口（见图 3-1），流量大厂入局 H5 游戏为行业带来更多的游戏用户。

图 3-1 用户使用头部 APP 时间占比，2018 年



<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=5f9b8d462d5b8719d8f999d5>

来源：fsTEAM 软件采编，N=658，沙利文数据中心编制

中国 H5 游戏行业面对因传统页游厂商的入局而丰富的 H5 游戏产品，以及移动游戏带来的激烈竞争，亟需各大流量平台的接入，一方面为 H5 游戏市场带来更多稳定的流量，实现流量和用户时间的再分配；另一方面 H5 游戏研发商可与流量平台合作，在产品思路上获得更多的启示，为 H5 游戏的付费性和持续性作出新的引导。

2013 年以来，H5 游戏一直是互联网业界和资本市场的热门话题。2016 年，手机 QQ、支付宝纷纷开启了 H5 游戏的平台，互联网巨头纷纷开发 H5 游戏入口，为 H5 游戏市场带来新用户增量。至今，腾讯针对 H5 游戏已经开通不少固定入口，包括微信小游戏、手 Q 秒玩游戏专区、厘米游戏平台、QQ 空间玩吧等一众平台，大平台对 H5 游戏逐渐开放，说明

大厂正视 H5 游戏市场，这将吸引产业链各方，尤其是研发商的积极参与，产生更多高品质内容，进而吸引更多 H5 游戏玩家。

2017 年，微信开放 H5 小游戏的端口。微信小游戏是一个有微信用户资源、社交性和完整开发、审核、发布系统的开放平台。通过微信小游戏，部分 H5 游戏开发者将可能得到一个廉价但高效的产品发布平台，从微信本身用户体量和其强社交性与小游戏的契合程度来看，微信小游戏为 H5 游戏带来爆发的机会。

头部 APP 为 H5 游戏提供全流程服务，包括平台接入、服务接入、测试支持的基础接入服务；游戏结合平台服务的分享、消息、礼包等功能，将游戏在平台内扩散；用户数据分析、活动建议等游戏运营服务；拉新、拉货、拉收等游戏平台营销活动。并且 APP 还为 H5 游戏提供新品资源、推广资源、活动专题资源、首发资源等流量支持。

图 3-2 头部 APP 为 H5 游戏提供自助接入



来源：沙利文研究院绘制

流量平台为 H5 游戏提供入口，抓住新的流量增量模式，同时通过 H5 平台或产品积累流量，然后通过广告变现或者导向其他应用。多数 APP 对 H5 游戏推出自助接入流程，对接入游戏类型和数量限制较少。H5 游戏对用户碎片时间利用和用户自传播带量提出了较高要求，目前头部产品最高每天能导入数十万新流量，互惠互利的商业合作关系的良性发展有助于 H5 游戏依靠各大流量平台拓展用户资源。

### 3.2 产业链第三方服务完善

H5 游戏行业产业链上出现了众多创新型的第三方服务公司，服务于游戏运营商和用户，第三方服务的完善对于 H5 游戏企业而言，可以极大的节约成本，提高效率，可快速整合市场资源，提升产品品质；对于用户而言体验大幅提升，大量的用户数据也有利于产品的完善

和商业模式的发展，第三方服务商推动着 H5 游戏产业持续健康地发展。

图 3-3 中国 H5 游戏第三方服务商



来源：沙利文研究院绘制

- 游戏引擎

游戏引擎对于游戏开发至关重要，游戏效果的呈现方式与游戏引擎能够支持的渲染方式直接挂钩。目前的 H5 游戏渲染方式主要有 2D 渲染、3D 渲染、VR 渲染三种。

2D、3D、VR 都支持的游戏引擎有 Egret 和 LayaAir 等；Egret 引擎在游戏开发过程中的每个环节基本都有工具支撑，其不仅仅提供了一个基于 HTML5 技术的游戏引擎，更是提供了原生打包工具和众多周边产品；LayaAir 引擎提供开发工具和可视化编辑器，能开发超大型游戏，使用其开发的作品包括 Forgame 的醉西游，腾讯的 QQ 农场，乐动卓越的浪漫 H5 等作品。

- 数据服务：大数据精准营销

数据服务主要通过对游戏内玩家行为的监测和分析，帮助移动游戏厂商实现精细化运营和精准营销。数据服务商对海量游戏数据进行收集、分析、优化并为游戏运营商提供解决方案，在大数据支持下进行精准营销，并识别优质玩家以进行精细化运营提高营收效率。

- 在线支付技术

随着网民大规模向移动端迁移，移动支付技术创新动力强大。中国在线支付技术水平先进，在线支付覆盖率广，使得用户使用在线支付变得更加便捷，相较过去使用的网页充值、电话充值等的繁琐，在线支付有助于提高用户的付费率。支付作为商业的基础设施的关键一

---

环，将客户信息和交易数据聚合，通过大数据挖掘和应用，有助于升级用户服务。

- 云服务平台

H5 游戏因其低流量成本低，跨平台、持续交互、开源生态完整、更易传播等优点受到游戏市场的追捧。以金山游戏云为代表的云平台服务商也以自身优势，为更多精品 H5 游戏供给服务，完善游戏运营。H5 游戏开发与传统手机游戏相比规模小、开发周期短，因此 H5 游戏厂商需要更低成本、更高效的方式去解决 H5 游戏在研发、运营过程中的问题。游戏云企业为 H5 游戏提供的专属云服务是一个典型的解决范式。

云服务可解决 H5 游戏将网关、登录、大厅、区服、数据等模块整合到同一个虚拟服务器中的多合一方式极易出现游戏登陆异常、数据无法恢复等问题。此外，传奇类 H5 游戏同屏玩家多，游戏内交互量大，带来的资源抢占问题也是安全运营的重要威胁。基于产品需要，云服务平台可以为 H5 游戏采取方案轻量，资源利用率高，即开即用，交付更高效的专属云解决方案。

云服务平台提供的云计算解决方案产品在独享主机上进行部署，按需调度、按需虚拟化，可集群管理。云计算解决方案将游戏客户资源与公有云上其他用户的资源进行物理隔离，实现资源独享，既有公有云的完善功能、高性能、高可扩展性，又有私有云的资源独占，却不像私有云一样产生高昂成本，有效保障 H5 游戏在多合一架构下的数据安全及稳定运营。

### 3.3 文娱 IP 为 H5 游戏助力

目前游戏的玩法创新仍然比较困难，H5 游戏创意成本不断上升，即使是巨头厂商，在产品类型与玩法上也逃不出固定的一些类别。在这种情况下，IP 成为规避同质化、突出产品差异、提高手游曝光度、吸引特定用户群体的极佳手段，成熟的 IP 将为 H5 游戏提供更多发展空间。以腾讯为例，首批推出的微信小游戏中，《欢乐斗地主》、《欢乐消消消》、《坦克大战》、《保卫萝卜》都是非常成熟的经典 IP。非腾讯系游戏中，表现优异的都是经典手游 IP

---

移植的 H5 游戏，如《奇迹西游》、《传奇世界》、《大天使之剑》等。传统经典手游的版本转化与二次开发将为 H5 游戏带来丰富的游戏内容。

此外，文学、动漫、影视、娱乐等文娱产业与游戏具有天然的契合属性，文娱产业与游戏的联合为用户提供更加丰富的娱乐方式，提高用户体验，放大 IP 价值。爆款网络小说 IP、影视 IP 等 IP 作品与游戏的联动产品是 H5 游戏市场发展的驱动力。

# 前哨 2020 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利

Insights into Tech and the Future

直播时间  
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程  
+私享群互动

随报随听

## 王煜全

海银资本创始合伙人  
得到《全球创新260讲》主理人



### 扫码报名

微信咨询: InnovationmapSM

电话咨询: 157-1284-6605

---

## 4 中国 H5 游戏行业制约因素

### 4.1 H5 游戏缺少固定流量入口，内容缺乏创意，市场用户游戏粘性较弱

H5 游戏目前存活周期较短，根据沙利文数据，2018 年 H5 游戏的平均次日留存率为 13.2%，7 日留存仅为 3.8%，30 日留存近乎为 0，远远低于传统手机游戏。主要原因是 H5 游戏缺少固定流量入口，影响用户后续留存率，且游戏内容缺乏新意，无法吸引和留存用户。

微信小游戏在上线之后取得了“100 天，2000+ 款游戏”的不俗成绩，然而大部分游戏都可以找到参考原型。即便是头部产品，在核心玩法上也明显缺乏新意。2018 年有上万款 H5 游戏面世，然而产品内容同质化严重，直接导致用户体验差留存低。在用户逐渐审美疲劳的背景下，爆款产品不易复制，难以形成商业化生产流水线，H5 游戏仍难以完全打开市场。

### 4.2 游戏版号发放与网络游戏监管趋严

游戏能否获得版号上线是游戏行业最关键的问题。2018 年，由于审批部门职责变化，中国国内游戏版号停止发放，版号停发直接导致了游戏行业的“产品荒”加剧，影响新游戏的上线进度以及商业化。

以腾讯为例，手机游戏“绝地求生”由于未能取得版号，即使成为了 2018 年的爆款游戏，但产品无法变现拖累营收，整体新游戏上线进度被拖慢。虽然目前版号已恢复发放，但可见游戏版号监管把握住整体游戏产业的脉搏，游戏版号发放政策决定着游戏行业的发展。

此外，2018 年 8 月 30 日，中国教育部等八部委推出《综合防控儿童青少年近视实施方案》，要求国家新闻出版署对网络游戏上线运营数量进行总量调控，控制新增网游商务运营数量；探索符合国情的适龄提示制度，实现游戏分级；采取措施限制未成年人使用时间。政策或将加强儿童防沉迷，家长监护游戏等方向，游戏产业将受到一定冲击。

图 4-1 中国游戏行业监管政策

时间	政策	颁布机构	内容
2002	《互联网出版管理暂行规定》	新闻出版署和信息产业部	网络游戏上网出版前，必须向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请，经审核同意后，报国家新闻出版广电总局审批。
2008	《文化部主要职责内设机构和人员编制规定》	国务院	将动漫、网络游戏管理（不含网络游戏的网上出版前审批），及相关产业规划、产业基地、项目建设、会展交易和市场监管职责划给文化部。
2010	《网络游戏管理暂行办法》	文化部	国产网络游戏在上网运营之日起30日内应当按规定向国务院文化行政部门履行备案手续。
2016.06	《关于移动游戏出版服务管理的通知》	广电总局	未经总局批准的游戏，不得上网出版运营。在各渠道推广移动APP时，必须要取得游戏版号。
2016.06	《文化部加强移动网络游戏管理规范》	文化部	运营发行移动网络游戏的企业，需要取得《网络文化经营许可证》。
2018.02	《关于严格规范网络游戏市场管理的意见》	宣传部、网信办、工信部等	整治规范几类产品：一是用户数量大、社会影响力大的头部产品，二是内容低俗、含有暴力色情产品，三是对未经许可、版号等内容不全的产品，四是来自境外，含有法律法规禁止内容的产品。
2018.03	《游戏申报审批重要事项通知》	广电总局	由于监管部门调整，全面暂停所有游戏版号的发放。
2018.08	《综合防控儿童青少年近视实施方案》	教育部等八部委	要求国家新闻出版署对网络游戏上线运营数量进行总量调控，控制新增网游商务运营数量；探索符合国情的适龄提示制度，实现游戏分级；采取措施限制未成年人使用时间。

来源：沙利文研究院绘制

## 5 中国 H5 游戏行业相关政策

中国网络游戏审批涉及两个环节，(1) 上线前，需国家新闻出版广电总局审批，获得游戏版号之后方可上线并开启商业化；(2) 游戏上线运营 30 天内，需在文化部做游戏运营备案，备案通过的，在其显著位置标明文化部备案编号；备案中发现问题的，由申请单位限期改正，改正后再上报备案。

中国网络游戏的监管，主要涉及文化部与国家新闻出版广电总局两个职能机构，2008 年颁布的文化部和版署的三定方案，明确了二者职能划分。2016 年，广电总局颁布《关于移动游戏出版服务管理的通知》进一步明确未经国家新闻出版广电总局批准的移动游戏，不得上网出版运营。

2018 年 3 月 28 日以来，由于审批部门职责变化，中国国内游戏版号暂停发放。审批部门的重新划分为国家新闻出版广电总局被拆分为国家广播电视总局、国家新闻出版署、国家电影局三个机构，其中国家广播电视总局为国务院直属机构，负责广播电视管理；国家新闻出版署与国家电影局均属中宣部管理。即网游的版号发放权利划拨到了中宣部旗下。

图 5-1 游戏版号审批职能重新划分



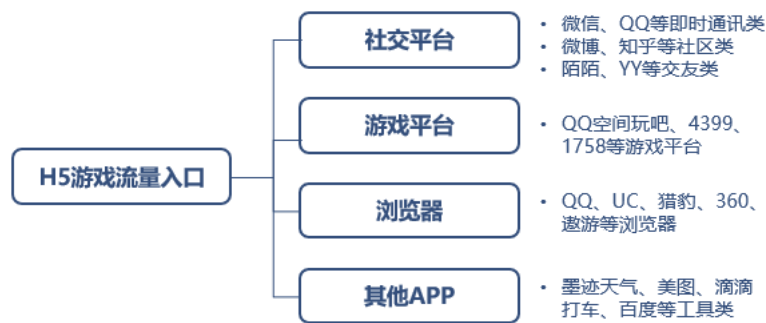
来源：沙利文研究院绘制

## 6 中国 H5 游戏行业发展趋势

### 6.1 H5 小游戏向社交类发展

H5 游戏的一大渠道为社交网络，流量入口以来社交渠道传播。而当前大众对于游戏的需求也不再是单纯的单机游戏，而是倾向于与社交网络结合，和更多的人一起参与到游戏中，并通过游戏进行社交。

图 6-1 H5 游戏主要流量入口



来源：沙利文研究院绘制

小游戏有较高的社交潜质，QQ 空间用户通过 H5 游戏进行社交的比例有 20%-30%，社交平台希望有更多休闲社交产品出现，点亮社交。而对于陌生人社交平台而言，小游戏带来的不只是流量变现，更是把陌生人社交从“尬聊”中解救出来的利器，陌陌和 YY 等平台有望通过 H5 游戏大幅度提高自身平台的社交黏性，并且开创直播之外的变现途径。H5 市场具有庞大而相对廉价的流量，可有效推动社交和游戏的再度融合。

H5 游戏依附社交平台不仅给自身带来更多流量，社交平台也依靠 H5 游戏满足了用户多样的社交需求，充分挖掘用户留在社交平台中的时间。这一良好的双向反馈的互利机制在游戏用户社交化游戏需求增加的前提下，为 H5 游戏开发方向带来灵感。借助社交平台，H5 游戏的分享联机更加简易，H5 游戏中也会出现更多的社交属性。

随着 4G、Wifi 等移动端互联网及移动游戏直播平台的高速发展，整体移动游戏市场对具有社交属性的联网类、强联动类及具有高观赏性的游戏类型普遍具有较高的关注度。此外，

---

具有游戏战绩异步交互特性的休闲小游戏《跳一跳》在微信小程序平台的成功，体现了移动游戏用户对游戏中用户之间数据、战绩的对比的偏好。

## 6.2 三端互通

H5 游戏玩法发生变化,产品品质大幅提升的同时,产品形式以三端互通 H5 游戏呈现,推广方面将从原本依赖社交 APP 或渠道传播到跨端买量模式,研发商和发行商自主权提升。

三端互通可以大幅提升用户粘性,以 2017 年推出的《大天使之剑》为例,PC 页游、手机页游 (H5)、移动端三端上线,数据互通,既保持了 H5 游戏跨端、多平台、轻度的属性,又解决了 H5 游戏推广和入口受限的问题,与 APP 手游实现渠道打通,上线仅 24 天即宣告流水破亿。三端互通也能将传统手游用户引流至 H5 游戏,此类游戏用户群稳定且付费能力较强,会为 H5 游戏带来更大盈利空间。

优质的游戏产品自身将成为一个品牌,PC 页游、H5、移动端将仅仅作为游戏产品运行的载体,跨屏的数据连通将为用户带来更好的体验,使用户更加无限制以方便的形式参与游戏,H5 游戏由于开发相对简易,有望成为新的游戏类型的发源地,在三端互通的趋势下,不仅吸收其他端的流量,也借助其他端扩散 H5 游戏产品 IP。

---

## 7 中国 H5 游戏行业竞争格局分析

### 7.1 中国 H5 游戏行业竞争概览

H5 游戏的参与者包括流量大厂、移动游戏公司、页游公司以及 H5 游戏创业公司等。腾讯控股在 PC 时代就是第一大页游平台，并且在移动时代掌握了最重要的 H5 流量入口，根据沙利文数据，2018 年微信、手机 QQ 占据了我国 H5 游戏市场的 68.6% 的市场份额。三七互娱和游族网络都以页游起家、以买量见长，在 H5 游戏发展早期，复制在页游时代的成功经验，开发了热门 H5 游戏。

### 7.2 典型企业分析——腾讯

#### 7.2.1 腾讯 H5 游戏布局

2017 年 1 月，腾讯在微信平台推出 H5 格式的微信小游戏，微信小游戏指通过微信 APP 小程序平台投放的移动端 H5 游戏；2017 年 3 月腾讯正式在微信，手机 QQ 两大社交平台上进行 H5 游戏的首轮测试；2017 年 12 月，微信迎来更新，正式上线小游戏，并开放了小游戏开发文档和开发者工具，向游戏开发商开放微信小游戏平台，游戏开发商可利用微信小游戏平台开发 H5 格式的微信小游戏。

微信 H5 游戏平台为开发者提供技术支持，微信小游戏从技术环境上比较友好，引擎商在引擎框架上提供了专门的支持。开发者需要做的只是控制首包大小(4M)、调用社交 API 和接入微信登录和支付。

腾讯针对 H5 手游已经开通不少固定入口，其中包括微信小游戏、手 Q 秒玩游戏专区、厘米游戏平台、QQ 空间玩吧等一众平台。目前微信小程序中的游戏多为微信团队自己开发。腾讯各平台初期以轻度休闲游戏为主，注重社交属性和关系链的沉淀，正加快商业化。

- 微信小游戏

---

微信小游戏首批上线了轻度休闲兼具社交属性的游戏，如跳一跳、欢乐斗地主、欢乐坦克大战、拳皇命运 KO 不服等 16 款小游戏，主要由腾讯内部自研或代理。H5 游戏市场小玩家希望获得腾讯的战略合作，以获取腾讯的流量以及技术支持。

小游戏和小程序战略定位相通，小程序定位是打通线上线下，抢占用户时间和场景，将低频低时的应用场景以小程序呈现，小游戏帮助培养用户使用小程序的习惯，助力构建小程序生态，完善微信大生态圈。

- 手 Q 秒玩游戏专区

手 Q 秒玩游戏专区具有大用户量、大 IP 的休闲游戏及棋牌游戏。包括《欢乐消消消》、《保卫萝卜迅玩版》、《欢乐斗地主 H5》、《全民大乐斗》以及《爱消除乐园》等，H5 游戏较 APP 更强调好友互动。

- 厘米游戏平台

厘米游戏平台是 QQ 内置的好友互动游戏平台，将 H5 游戏定位为社交方式，游戏多为时长较短的轻度竞技游戏。包括腾讯自研的《厘米 fly》、《厘米大乱斗》、《欢乐斗地主》等，以及代理的《咕咚大作战》、《消除大作战》、《迪士尼过马路》等。

- QQ 空间玩吧

QQ 空间玩吧具有轻量、休闲、易上手游戏，对游戏品类及游戏更开放。接入的产品主要为休闲益智、策略经营，社交桌游，轻度 RPG 等四大类别，数量达几百款。

## 7.2.2 腾讯具有强大资源优势为 H5 游戏平台发展奠基

腾讯具有移动端各大内容分发领域资源，无论是用户量大小、游戏业务矩阵、广告资源矩阵都是目前其他厂商不可比拟的。在社交工具方面，微信与智能终端 QQ 在中国各自拥有着超 10 亿及 7 亿人次的月活跃用户数，使腾讯成为了当之无愧的领军企业；在应用商店方面，腾讯应用宝同样占据着市场头部位置，为腾讯旗下游戏的推广与直接分发做出了极大

---

的贡献；在游戏直播领域，腾讯同样广有布局，无论是旗下的企鹅电竞还是腾讯已经入股的斗鱼 tv，均有着为数不少的休闲移动游戏主播并影响着数以万计的游戏观众。此外还有腾讯新闻、QQ 浏览器等大流量内容渠道的辅助。

由于腾讯微信拥有大量用户及广阔的社交网络，小游戏可以调用腾讯产品中的原生用户、转发、支付、文件等接口，因此广大的用户迅速接纳微信小游戏。与其他 H5 游戏平台相比，于用户基础、用户的依赖性及其社交网络特色方面，腾讯微信拥有庞大竞争优势。在众多“腾讯系”大流量平台的扶持下，腾讯游戏赢得了较大的分发渠道优势，并借此吸引到了大量海内外优秀产品的合作机会。由于难以找到其他竞争渠道，H5 游戏开发商可能严重依赖腾讯微信作为其于中国的发行渠道。

### **7.3 典型企业分析——三七互娱**

三七互娱拥有长期运营和研发网页游戏的经验，是中国国内页游市场的领军企业之一。公司荣获 2017 年游戏行业金翎奖，成为 H5 游戏领域的行业标杆。

三七互娱凭借自身在页游端和手游端的丰厚积累，向 H5 游戏领域发力扩展。一方面，三七互娱通过技术创新推动产品品类创新，实现了 H5 游戏领域品类发展；另一方面，三七互娱旗下《大天使之剑》等代表性产品已有十余年的粉丝积累，沉淀了较高的 IP 价值。得益于其在 IP 和技术两方面所积累的优势，2017 年 9 月底推出的重量级 IP 产品《大天使之剑 H5》成为第一个月流水达到亿级的 H5 游戏。

公司有效开拓与整合渠道商的合作，为所发行的产品争取更多流量资源，腾讯视频、QQ 空间等访问量庞大的平台均拥有《大天使之剑 H5》的游戏入口。优质的研发实力及已有的成功运营经验，使公司在 H5 游戏行业具备较大的想象空间。

## 头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



### 四大核心服务：

#### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

#### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

#### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

#### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



## 报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

## 详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451