



2025

年度手游运营报告

目录

1 全球实时运营趋势

第5页

LiveOps trends in:

2 休闲

第16页

3 中重度

第31页

4 混合休闲

第45页

我们的客户

我们与350+家公司合作，其中包括众多知名厂商。



方法论

本报告的市场概览部分基于AppMagic在2022年至2025年期间的数据，实时运营概览部分则基于2024年12月至2025年11月的数据，涵盖Android和iOS平台。对实时运营活动的分析基于美国非付费Android用户的行为。

关键前提：

游戏是如何分类的？

所有分析均基于AppMagic的核心游戏自定义分类标签体系。

[点击此处了解更多](#)

市场分析数据的依据是什么？

收入和下载量估算基于各国免费排行榜和畅销排行榜中的应用排名得出。

实时运营运营活动是如何分类的？

在实时运营部分，活动事件类型与游戏的分类基于[实时运营与更新日历](#)工具进行特殊定义，可能与游戏在AppMagic榜单中的分类有所不同。

该方法强调出实时运营活动在整体市场中如何运用，提供更一致且可比较的跨品类洞察。关于各图表的方法论与口径，请查看每张幻灯片底部说明。

数据记录于2025年12月25日

全球实时运营趋势

要点总结

移动游戏市场增长正在放缓

收入同比增长率从+3.2%大幅下降至+0.7%，下载量同比增长率也从+6.0%放缓至+4.1%。

收入仍然集中在中重度及老牌游戏中

中重度游戏占据了65%的头部产品，而2015-2020年推出的游戏贡献了近一半的高收入总额。

实时运营活动持续加速

实时运营活动的平均数量从每月73次增长至89次，全年呈现稳定增长趋势，并在10月出现季节性高峰。

收集类机制主导实时运营活动

基于收集的玩法机制出现在近80%的游戏中，而钓鱼和远征仍属小众机制，各自仅在不到20%的项目中使用。

新活动上线高峰出现在春季

由于团队更侧重于实验，新活动上线在3月和4月达到峰值（每个项目每月0.8-0.9个）。

连胜奖励和社交连胜推动竞争型增长

连胜奖励和社交连胜的增长幅度最大（均超过50%），主要由更高密度的实时运营日程推动，而非新活动类型的引入。

更广泛的玩法机制突破休闲品类

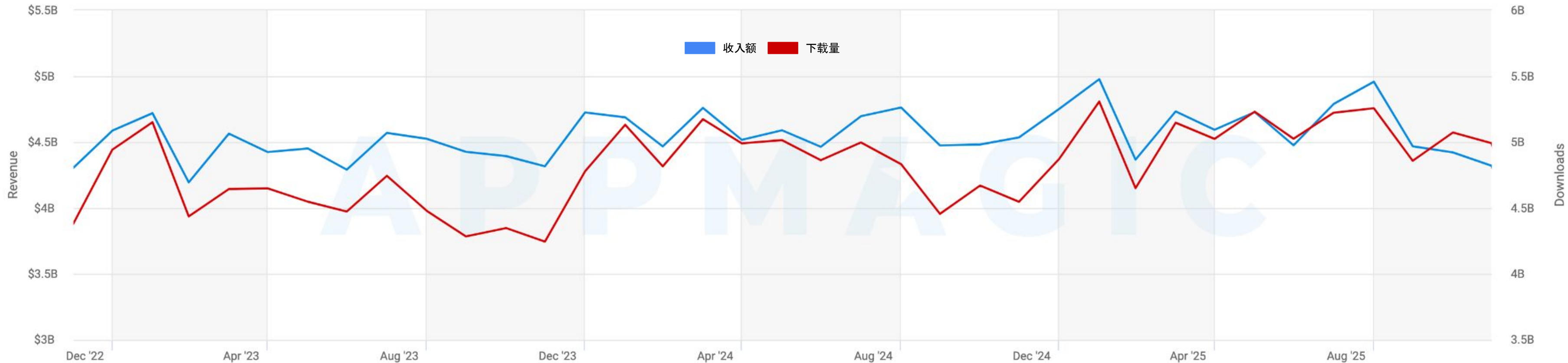
抽卡，远征和相册玩法已从休闲游戏扩展至中重度和混合休闲领域。

实时运营增长并非由节假日驱动

尽管节假日活动具有明显的季节性集中，但实时运营的整体增长并非由节假日期间推动。

年度趋势

2022-2025年全球下载量与收入趋势



移动游戏细分市场在过去两年中，在下载量和收入方面均呈现出稳定但逐渐放缓的增长趋势。

下载量去年增长了6.0%，但在最近一个周期内放缓至4.1%。收入增长也明显减速，从2024年的+3.2%下降至随后一年的仅+0.7%。

2022-2025年下载量与收入变化趋势(同比)

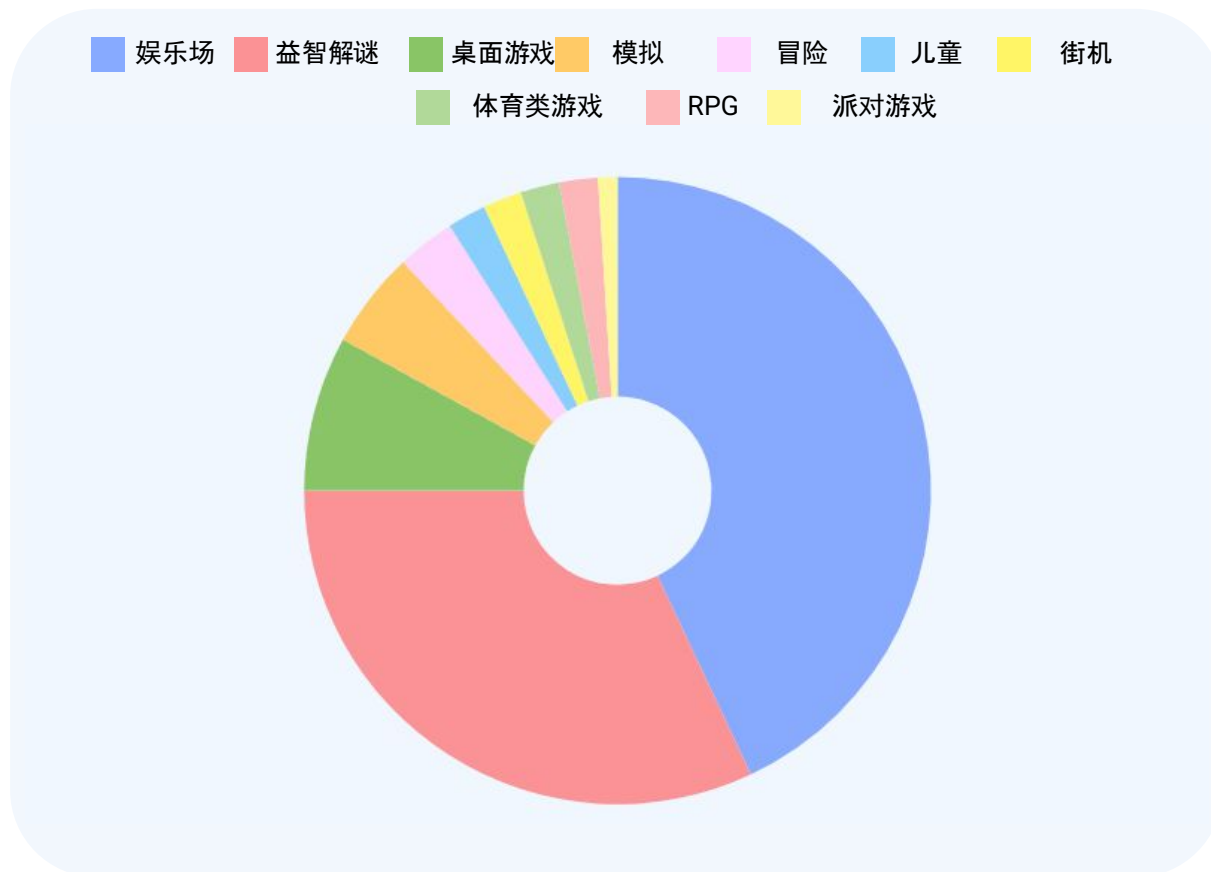
时期	收入	同比变化百分比	下载	同比变化百分比
2022年12月至2023年11月	\$53.4B	-	54.9B	-
2023年12月至2024年11月	\$55.1B	3.2	58.2B	6.0
2024年12月至2025年11月	\$55.5B	0.7	60.6B	4.1



2025年高收入榜回顾

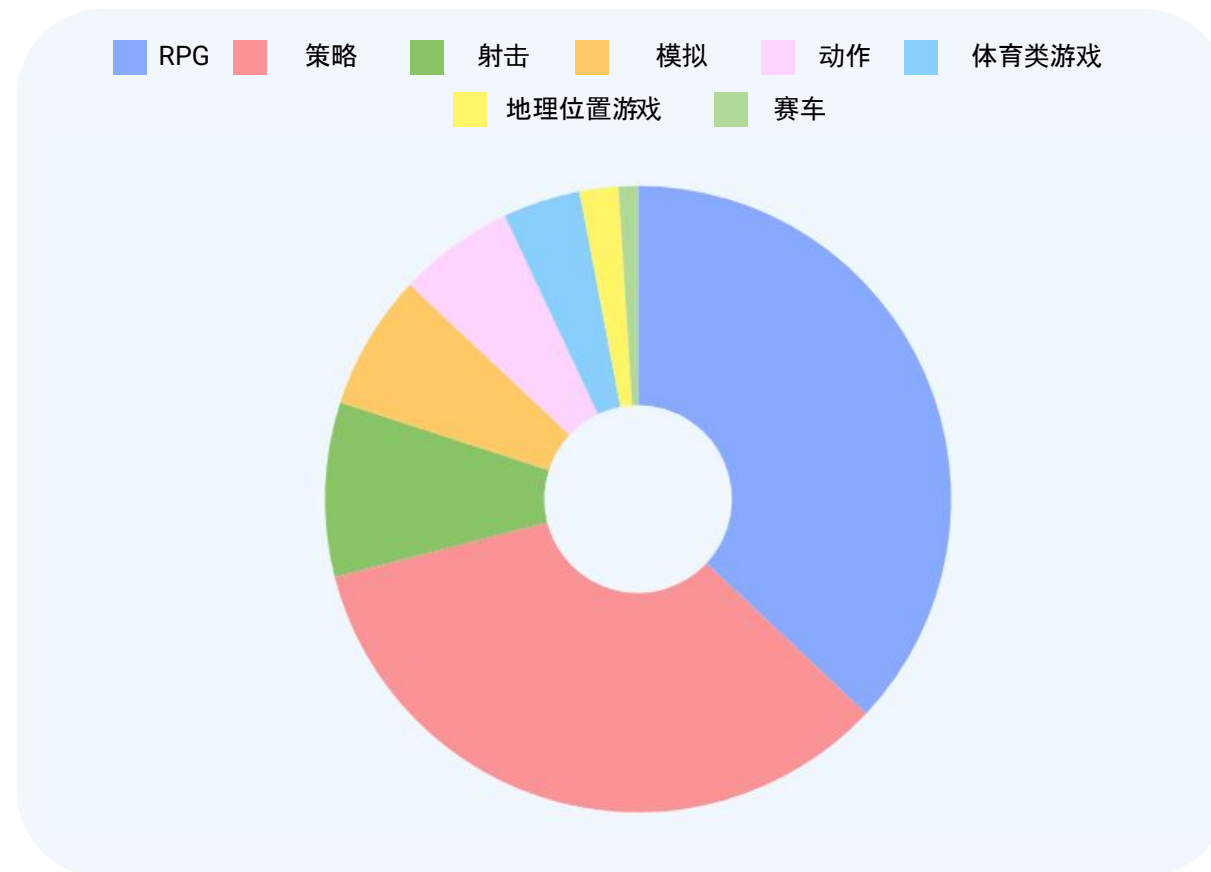
在2024年12月至2025年11月期间，全球市场中的头部游戏主要分布在三大细分领域：中重度(65%)，休闲(34%)和超休闲(1%)。

休闲



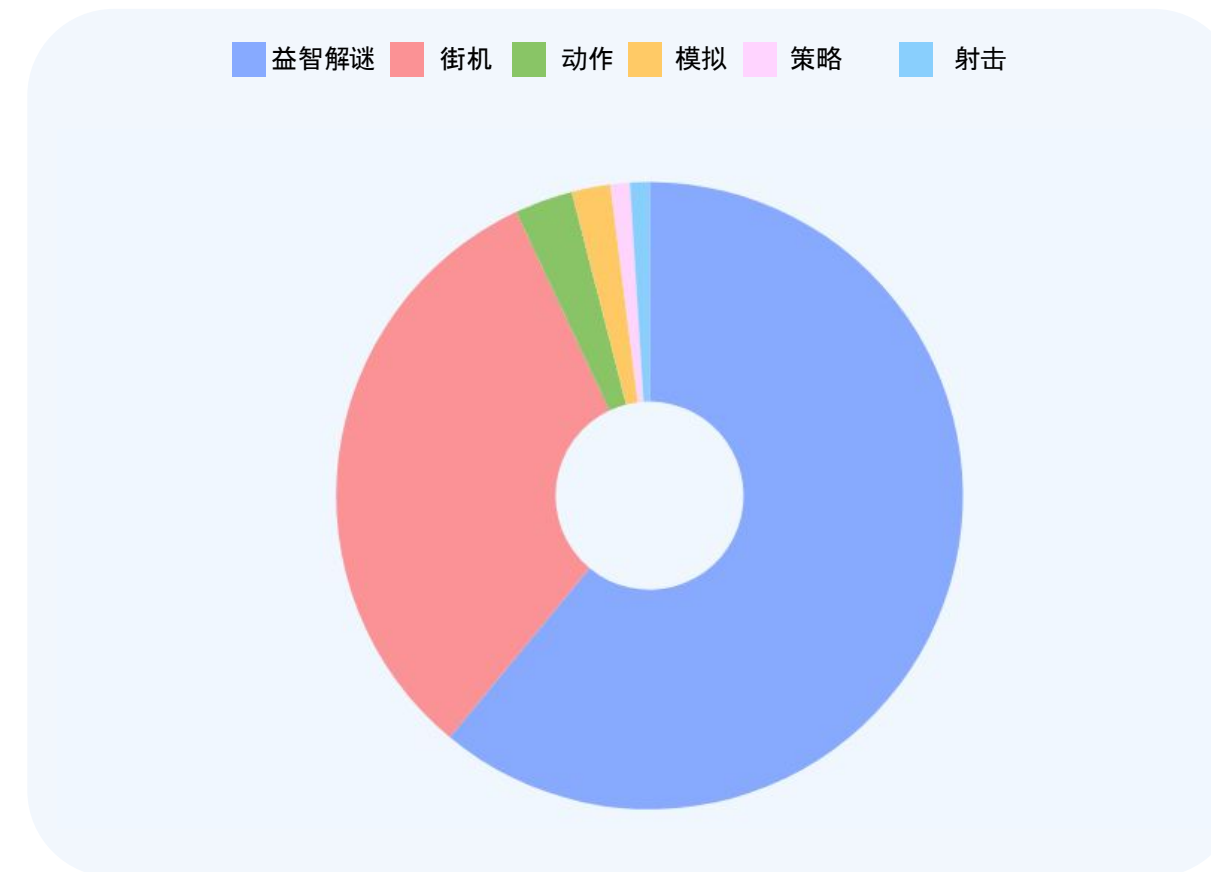
在收入排名前100的休闲游戏中，赌场类游戏贡献了43%的收入。

中重度



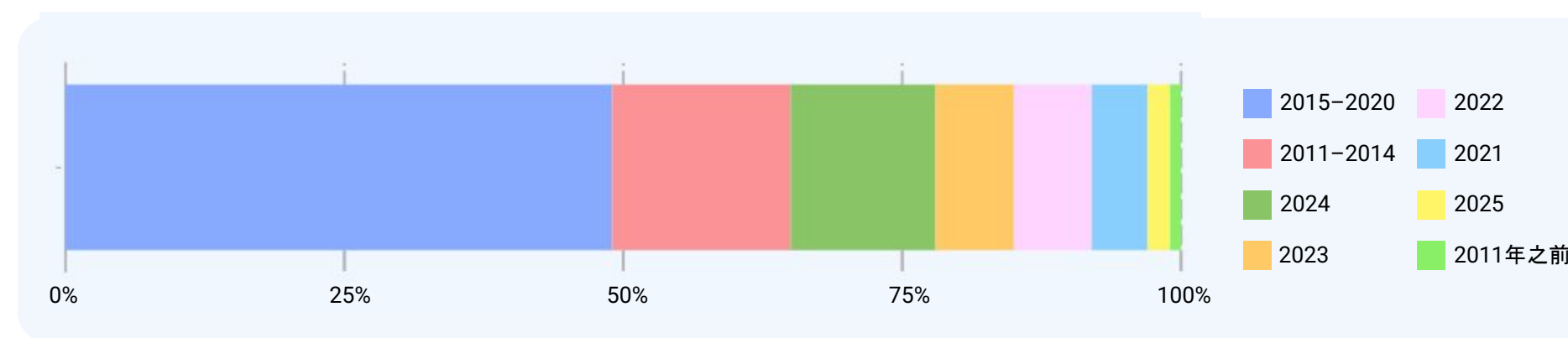
在收入排名前100的中重度游戏中，RPG以37%的占比成为最大的收入来源。

超休闲



在收入排名前100的超休闲游戏中，益智类游戏贡献了61%的收入。

收入仍然主要由老牌游戏推动：在该周期内，2015-2020年推出的游戏占据了高收入游戏的49%，而2023-2025年发布的作品仅占22%，凸显了长期运营作品持续稳固的市场实力。



活动变化趋势

自年初以来，实时运营活动数量持续增长：年初时，各游戏每月平均上线73个实时运营活动，而到年末这一数字已高达89个。<整体增长较为平稳：尽管10月在节假日活动以及实时运营从“淡季”回归的推动下出现峰值（每个游戏每月91个活动），但从同比角度来看，当前趋势依然保持稳定并持续上升。

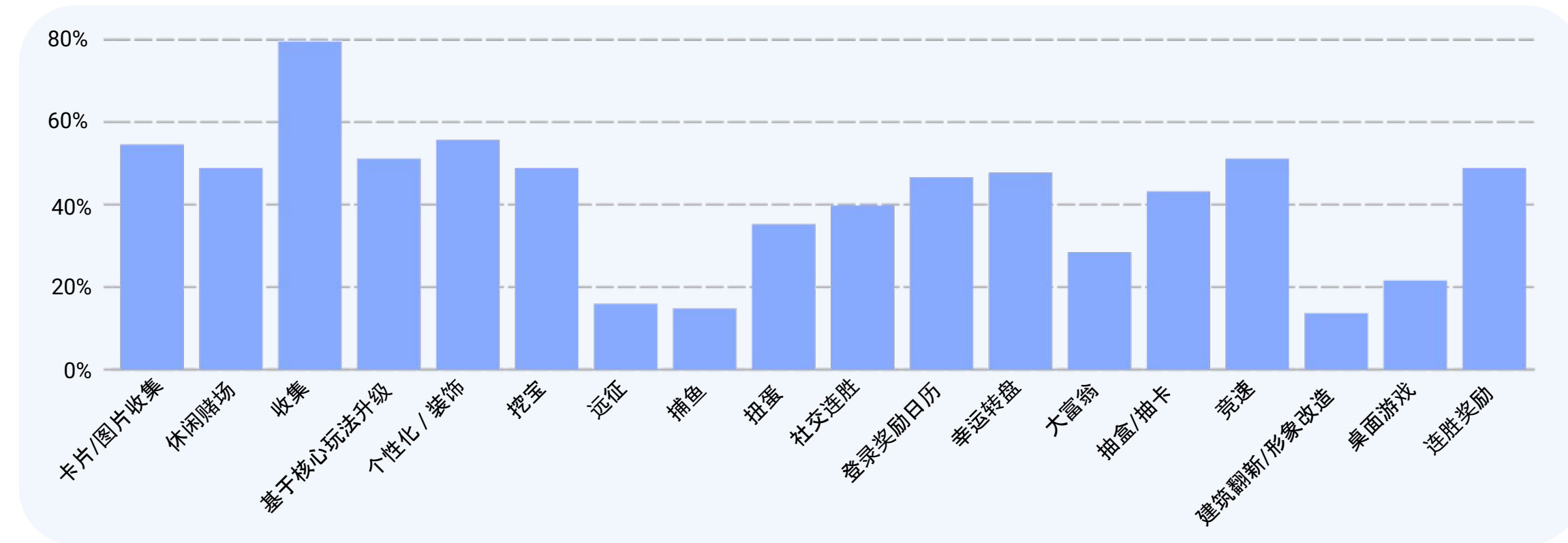
活动密度的提升也影响了不同玩法机制在活动中的占比。活动中最常见的玩法机制是收集，几乎出现在80%的受分析游戏中。与收集和获取元素相关的玩法机制同样变得尤为流行，例如卡片/图片收集机制和个性化机制。

总体来看，最不常见的玩法机制是捕鱼和远征，其在游戏中的覆盖率均低于20%。

每款游戏每月平均实时运营活动上线数量



2025年玩法机制分布



*不包括未注明游戏机制的活动

新活动

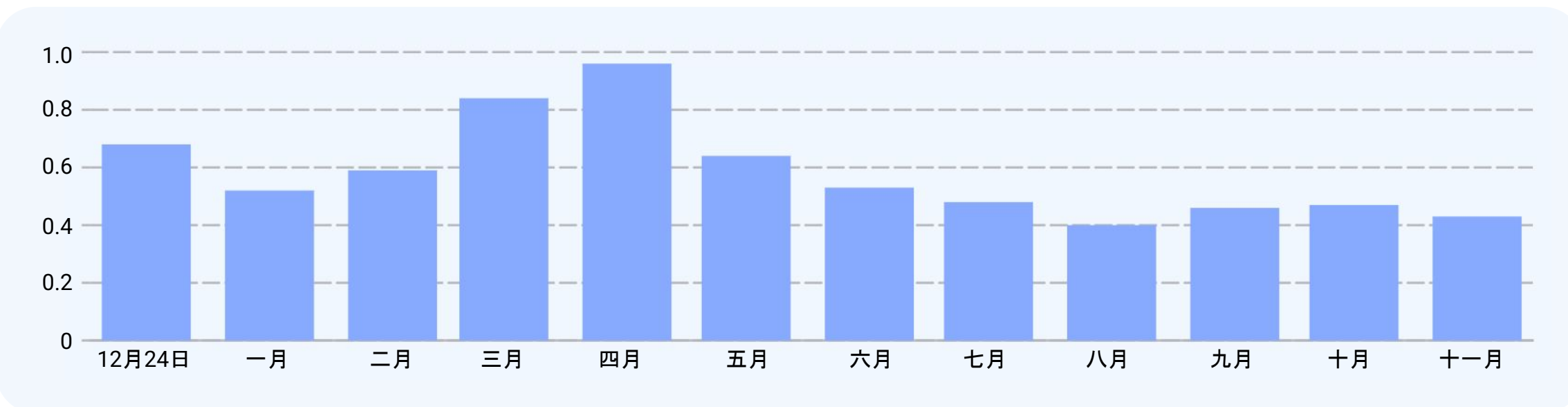
尽管秋冬季节的节假日活动数量有所增加，新活动数量的最高峰(每款游戏每月0.8-0.9个)实际上出现在春季中期，即3月和4月。

这种安排可以解释为：在节假日高峰期需要依赖成熟，已验证的活动形式，而春季则成为理想的实验窗口期。这使团队能够对既有用户群体进行积极变现，同时又能在传统意义上的“夏季淡季”到来之前留出充足时间。

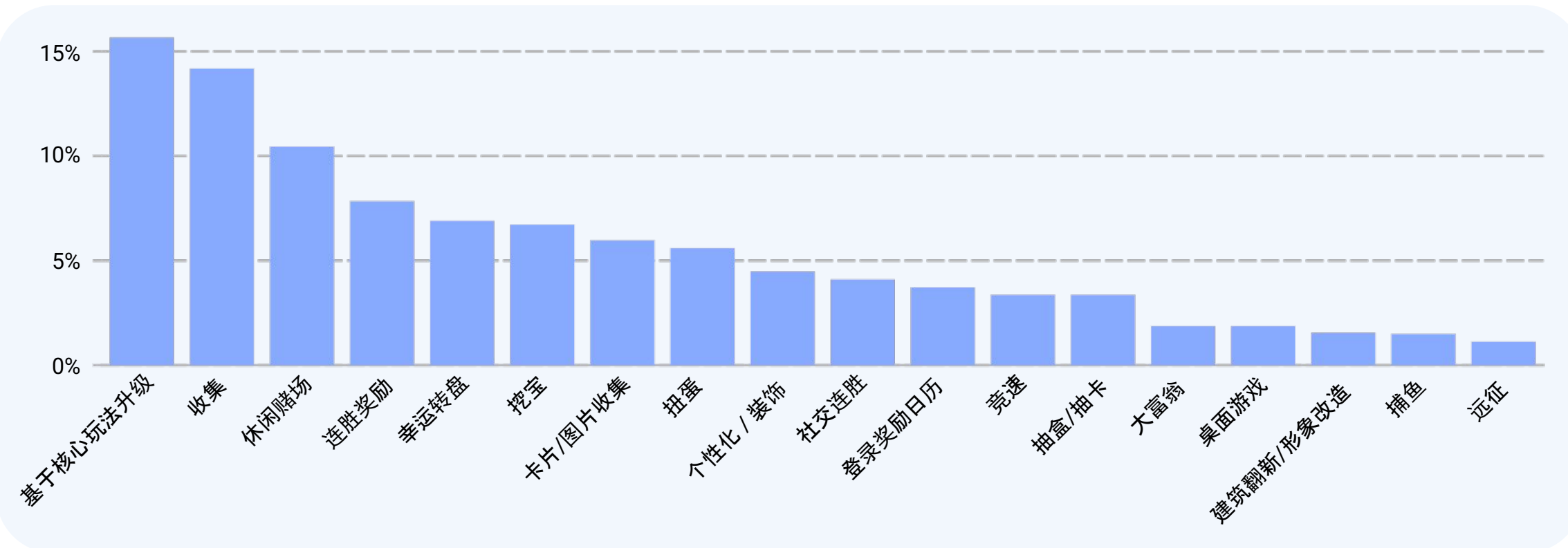
即使是新推出的活动类型，也往往依托于成熟的玩法机制，例如基于核心玩法升级(占16%的案例)或收集机制(占14%)。

在新活动中，最不受欢迎的玩法机制是远征(1%)和捕鱼(1%)。

每款游戏每月新活动上线动态



新活动中的游戏机制分布*



*不包括未注明游戏机制的活动



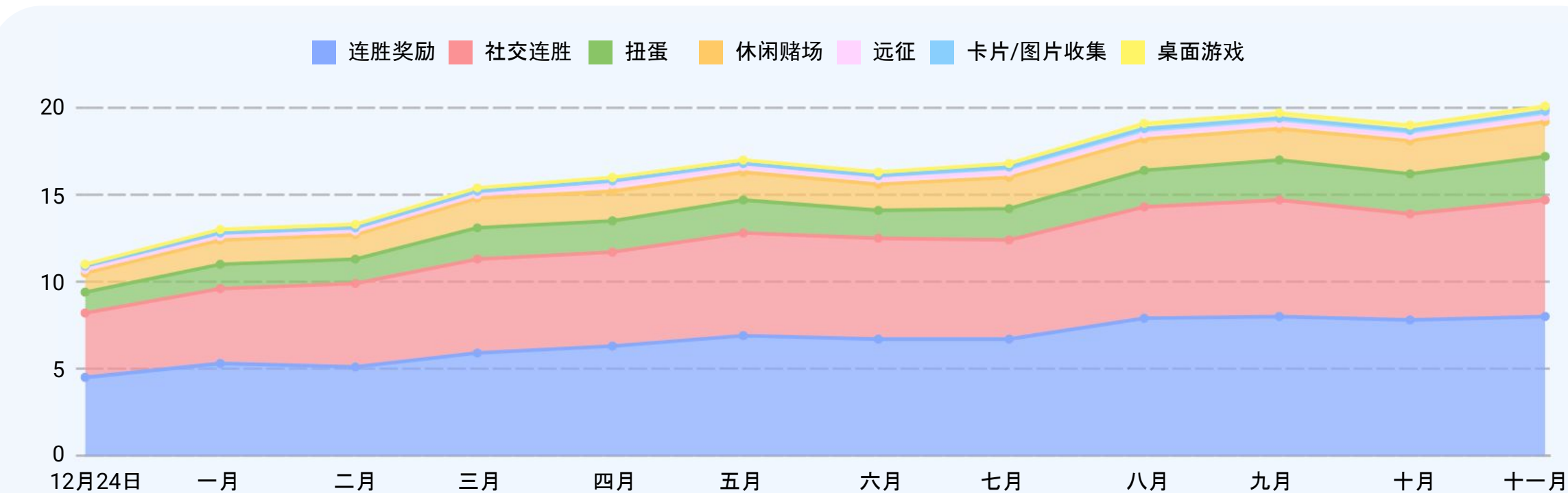
增长中的玩法机制

在主流玩法机制中，竞争型的连胜奖励和社交连胜机制录得最强增长，二者的增长幅度均超过50%。这一增长主要由现有项目中更高密度的实时运营安排所推动，而非源于全新活动类型的引入。尽管上线次数显著增加，这些机制在休闲品类之外的采用仍然较为有限。

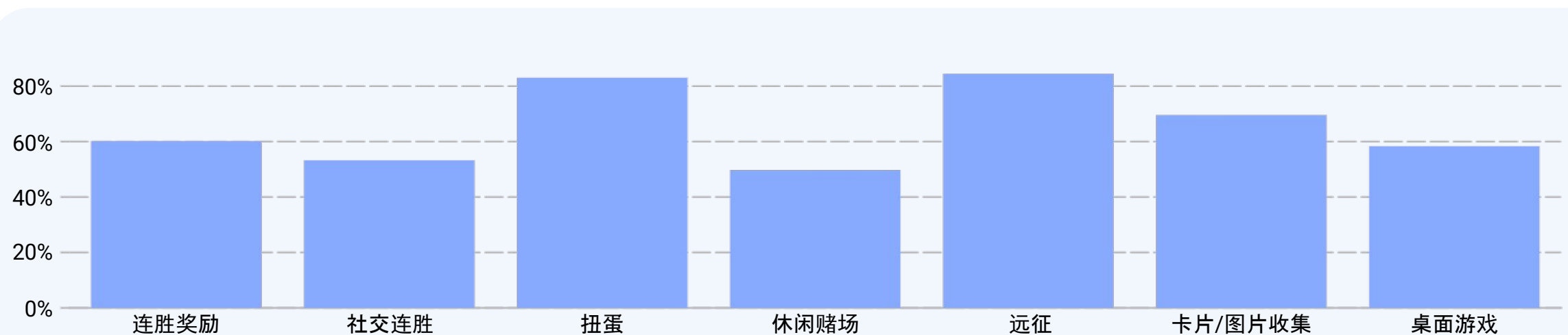
在相对不那么主流但更具通用性的玩法机制中，抽卡，远征和卡片/图片收集机制同样表现出显著增长，其出现频率提升至70%-85%。这一变化主要得益于这些机制向中核和混合休闲领域的扩展。

休闲赌场和桌面游戏机制的采用率也有所提升，但这主要源于赌场细分品类中更高密度的实时运营日历，而非在其他游戏类型中的广泛普及。

每款游戏中增长最快的玩法机制月度变化



按每款游戏上线次数统计的增长最快玩法机制(%)



增长中的玩法机制：连胜奖励

连胜奖励机制在各类游戏中被广泛使用，最常见的搭配是社交连胜，在该玩法中，玩家同时开始挑战，并需要在首次尝试中连续完成指定数量的关卡，最终奖励由成功晋级的玩家共同分享。该组合在休闲和中核游戏中最为常见，同时也已在赌场品类中广泛应用，例如《[Bingo Bash: Live Bingo Games](#)》的[Jingle Trek](#)活动。

在中重度游戏中，连胜奖励通常作为更复杂活动的一部分，用于映射核心进度或引入全新的玩法体验。一个典型示例是《[PUBG MOBILE](#)》中反复推出的[1v1 Popularity Battle](#)活动，其中连胜奖励可为玩家提供额外奖励。

以下是部分采用连胜奖励机制的游戏：



PUBG MOBILE

Pokémon
TCG Pocket

Fishdom



Royal Match



玩法机制覆盖率：

48%

同比增长率：

60%

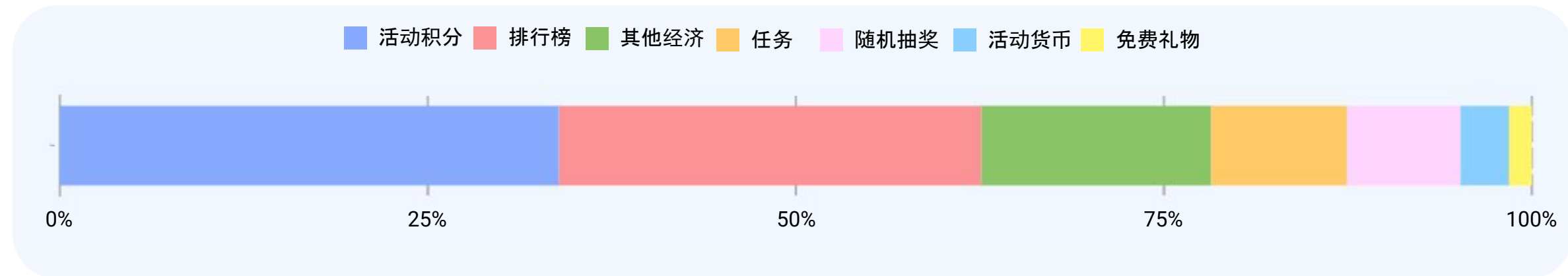
游戏内经济与变现体系

大多数限时活动对全玩家群体开放，包括付费玩家和非付费玩家。然而，近70%的活动主要面向硬核玩家或付费玩家。

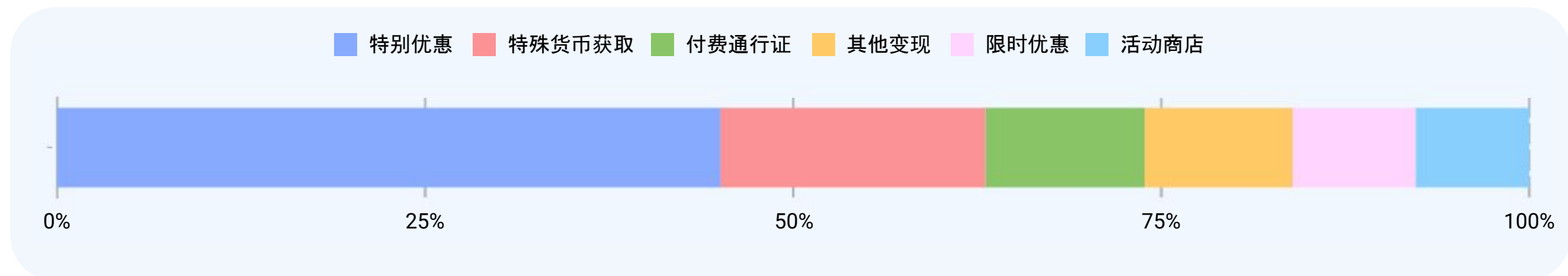
最常见的变现要素是排行榜和活动积分。

活动中也会使用以转化为导向的机制，例如免费礼物。随着年末临近，这类机制的采用率有所上升，免费礼物在活动中的出现频率提高了约30%。

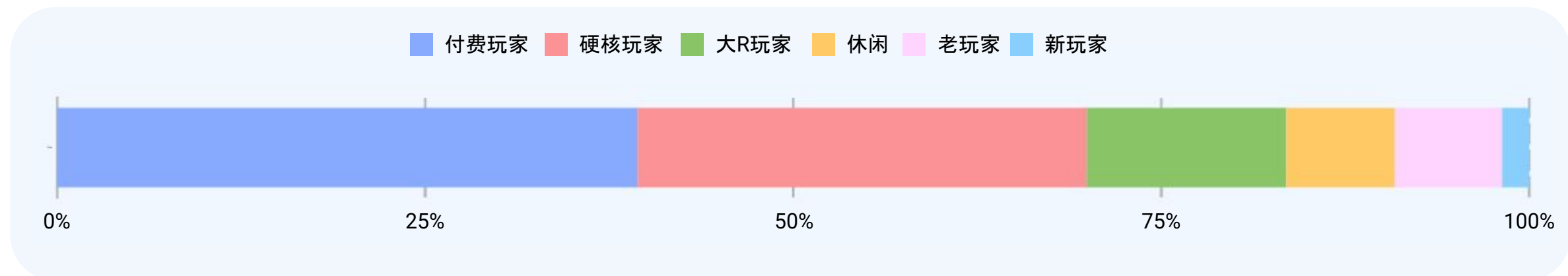
按经济标签拆分



按变现类型拆分



按玩家类型拆分



用户动机

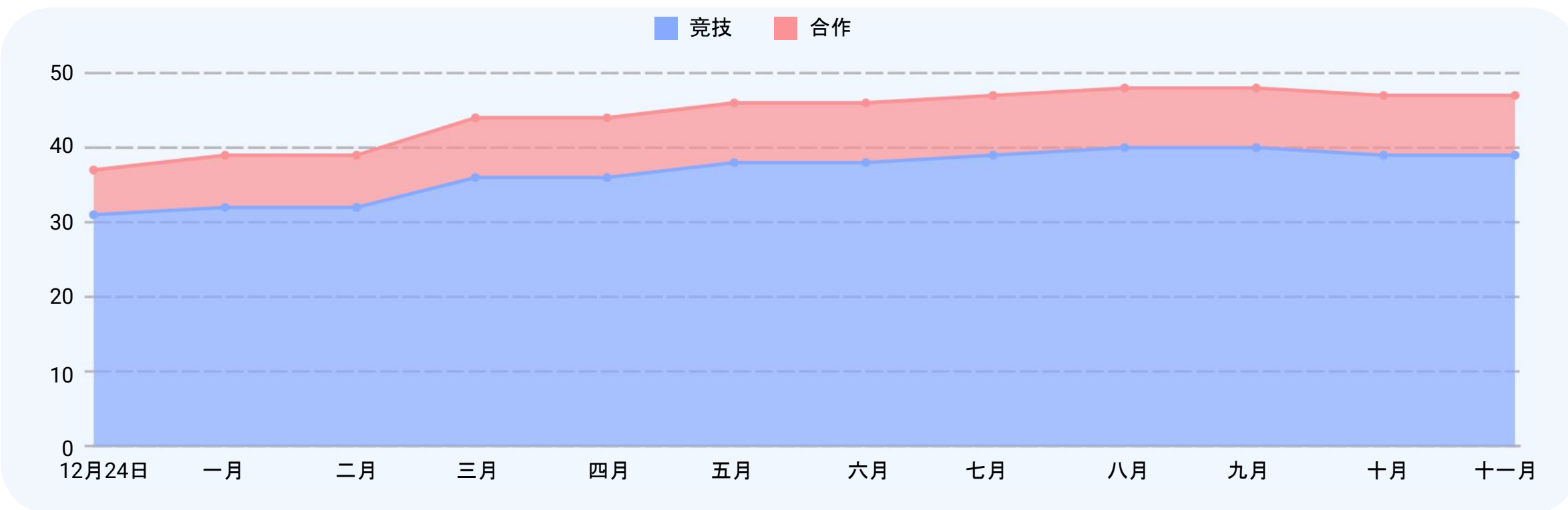
在以社交驱动的活动类型中，竞争型活动占据绝对主导地位。

与年初相比，竞争型活动增长了24%，并且在所有细分领域中的应用正在不断扩大。

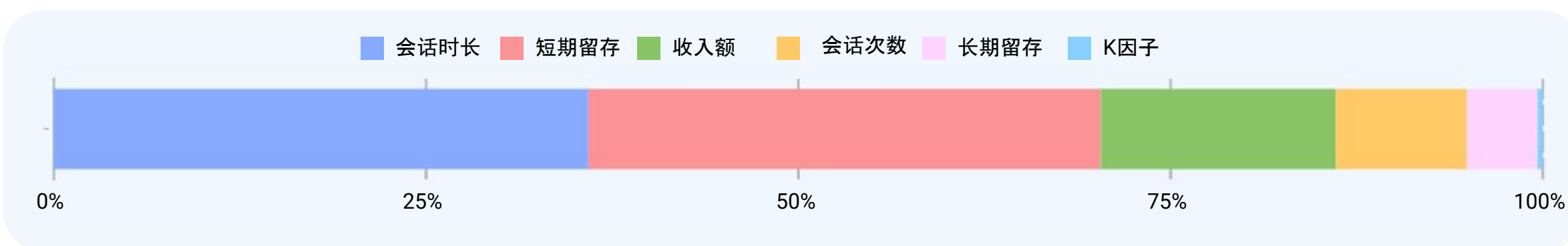
协作型活动在活动日程中的占比增长相对温和，今年的增幅为17%。

大多数活动主要聚焦于游戏时长和短期留存，而长期留存和K因子(传播系数)在各个品类中仍然属于次要驱动因素。

按社交动机拆分



按变现目标拆分



想进一步了解竞争对手的实时运营策略吗？探索我们的实时运营与更新日历，获取第一手洞察！

[点击此处了解更多](#)

节假日

尽管过去一年中实时运营活动密度呈现出稳定的月度增长趋势，这一增长并非直接由节假日期间推动。10月，11月和12月仍然是节假日活动最为集中的月份，主要受到万圣节，圣诞节和新年庆祝活动的推动。

查看我们的[冬季实时运营的研究内容](#)，深入了解热门活动形式以及它们如何适配冬季节假日季。

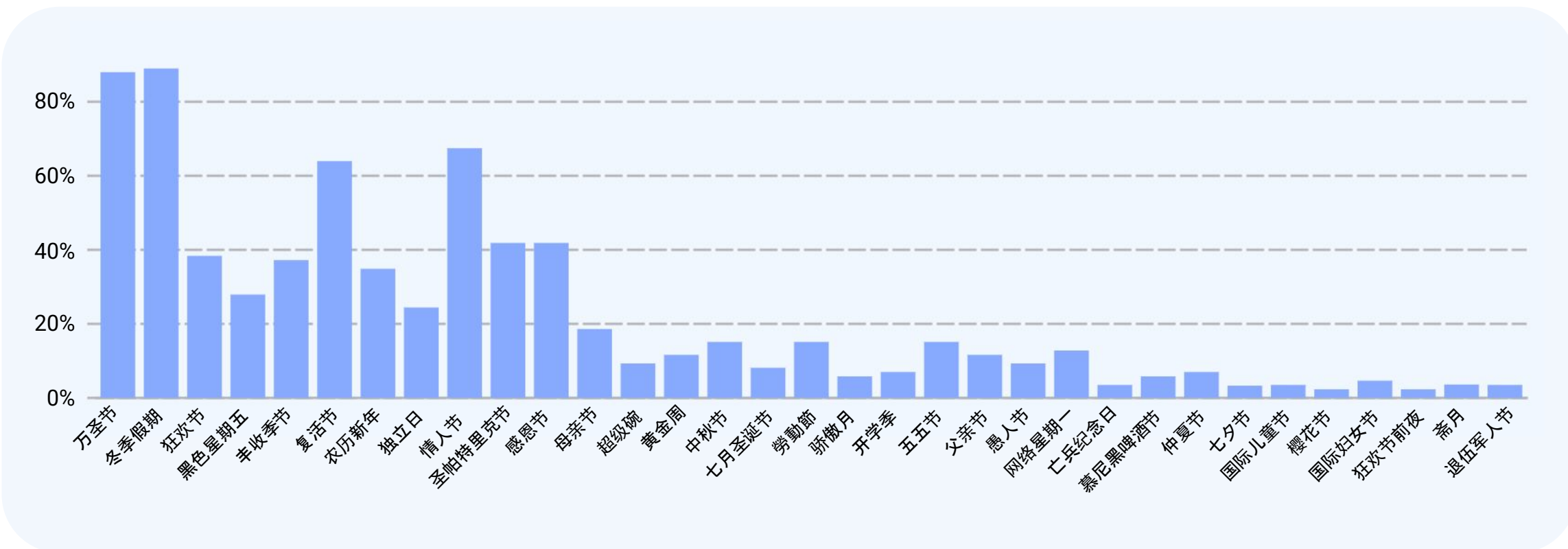
与此同时，这些月份中每个游戏的节假日主题活动平均数量基本保持不变。例如，在2024年12月，游戏平均每个标题上线了10个主题活动，而这一水平在2025年11月同样出现。

最常使用的节假日主题依然是万圣节，圣诞节和情人节。

每款游戏的节假日活动平均数量



移动游戏中最受欢迎的节假日



休闲细分领域的实时运营趋势

休闲

休闲游戏指整体体验轻松，且规则简单，游戏时长短，复杂度低，使广大用户群体都可以简单上手的游戏品类。



Monopoly GO!



Travel Town



Royal Match

要点总结

休闲游戏下载量增长，收入承压

下载量同比增长率从+6%提升至+7%，而收入同比则从+5.6%下滑至-1%。

益智增长，博彩变现走弱

益智类游戏在收入和下载量方面均实现增长，而博彩类游戏虽然用户规模扩大，但收入有所下滑；其他品类则整体承压。

休闲实时运营增长具有明显季节性

活动密度提升约15%，主要由秋冬季节的节假日活动推动。

挖宝机制推动增长，其他机制仍属小众

挖宝机制扩展速度最快，而远征仍然是小众机制；连胜奖励和卡片/图片收集机制则持续演进。

重点关注机制：印章

印章活动正在突破赌场品类的边界，逐渐成为休闲游戏中以变现为导向的热门机制。

《Gossip Harbor》成为新的趋势引领者

高强度的实时运营与超过7.7亿美元的收入，使《Gossip Harbor》成为新的行业标杆。

重点关注机制：益智

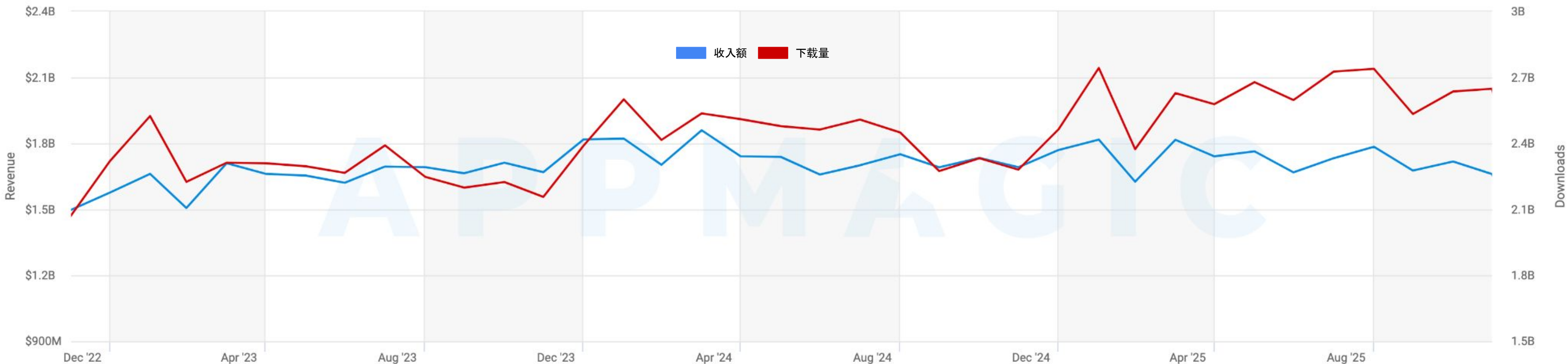
益智解谜正逐渐成为相册机制的轻量化替代方案，被整合进核心玩法，并通过活动礼包实现变现。

休闲活动主要面向付费与硬核用户

约70%的活动聚焦于付费玩家和硬核用户，变现主要通过活动礼包，硬通货和付费通行证实现。

年度趋势

2022-2025年全球下载量与收入趋势



总体来看，休闲细分领域的下载量同比增长表现强劲且持续加速，先后增长了+6%和+7%。

相比之下，收入增长表现并不稳定。收入同比先是小幅增长+5.6%，随后在最近一个周期内出现了-1%的下滑。

2022-2025年下载量与收入变化趋势(同比)

时期	收入	同比变化百分比	下载	同比变化百分比
2022年12月至2023年11月	\$19.8B	-	27.4B	-
2023年12月至2024年11月	\$20.9B	5.6	29.2B	6.6
2024年12月至2025年11月	\$20.7B	-1.0	31.3B	7.2

休闲游戏细分品类变化趋势

在全球范围内，益智，赌场和模拟仍然是收入最高的三大品类：

- 益智类游戏展现出稳健的收入增长，收入同比增长+8.1%，同时下载量也实现了强劲增长(+8.5%)。
- 赌场类游戏收入明显下滑，尽管下载量大幅增长(+11.8%)，收入却下降了-7.7%。
- 模拟类游戏收入小幅下滑，同比下降-4.5%，而下载量则温和增长(+5.1%)。

相比之下，RPG和射击类游戏在收入和下载量方面均出现了显著下滑。除其他主要增长品类外，策略类游戏同样实现了显著增长，代表性作品包括：



Tower Destiny Survive



Color Clash



Haunted Dorm

品类	2023年12月至2024年11月收入	2024年12月至2025年11月收入	同比变化百分比	下载量 2023年12月 - 2024年11月	下载量 2024年12月 - 2025年11月	同比变化百分比
动作	\$87.1M	\$79.6M	-8.6%	3.1B	3.3B	4.5%
冒险	\$577.2M	\$547.9M	-5.1%	771.4M	806.3M	4.5%
街机	\$457.0M	\$461.3M	1.0%	1.5B	1.6B	10.8%
娱乐场	\$7.6B	\$7.0B	-7.7%	1.5B	1.7B	11.8%
游戏合集	\$15,968	\$90,380	466%	186,929	774,772	314.5%
地理位置游戏	\$7,285	\$31,205	328.3%	122,261	138,660	13.4%
儿童	\$492.2M	\$548.7M	11.5%	4.7B	5.0B	7.2%
派对游戏	\$349.1M	\$274.0M	-21.5%	847.8M	890.9M	5.1%
益智解谜	\$7.6B	\$8.2B	8.1%	7.0B	7.6B	8.5%
赛车	\$50.3M	\$54.6M	8.5%	1.9B	1.9B	4.5%
RPG	\$531.7M	\$431.2M	-18.9%	271.0M	253.4M	-6.5%
射击	\$3.8M	\$2.9M	-23.7%	132.4M	94.3M	-28.8%
模拟	\$2.0B	\$1.9B	-4.5%	4.6B	4.9B	5.1%
体育类游戏	\$285.0M	\$258.4M	-9.3%	869.5M	857.3M	-1.4%
策略	\$64.6M	\$102.9M	59.3%	123.1M	202.6M	64.5%
桌面游戏	\$868.6M	\$934.1M	7.5%	1.9B	2.2B	14.9%

活动变化趋势

休闲细分领域在活动上线节奏上整体与全球趋势保持一致，仅存在少量偏差。

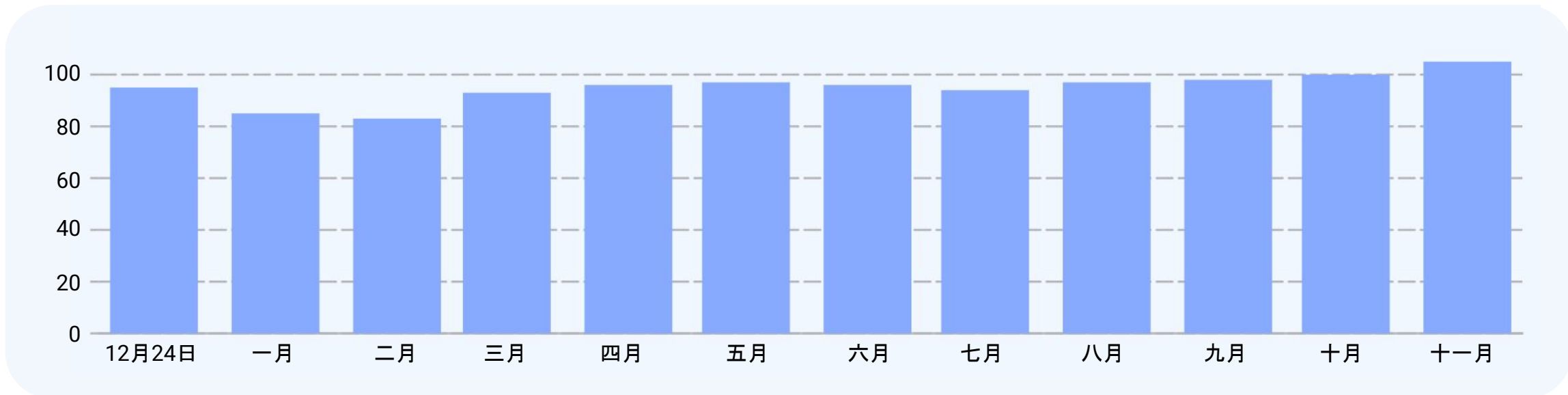
与其他细分领域相比，休闲游戏在秋冬节假日期间更显著地加密了活动日程，而1月和2月则出现了更为明显的回落。

因此，活动密度的整体增长幅度相对有限，平均约为15%，与年初相比并不十分突出。

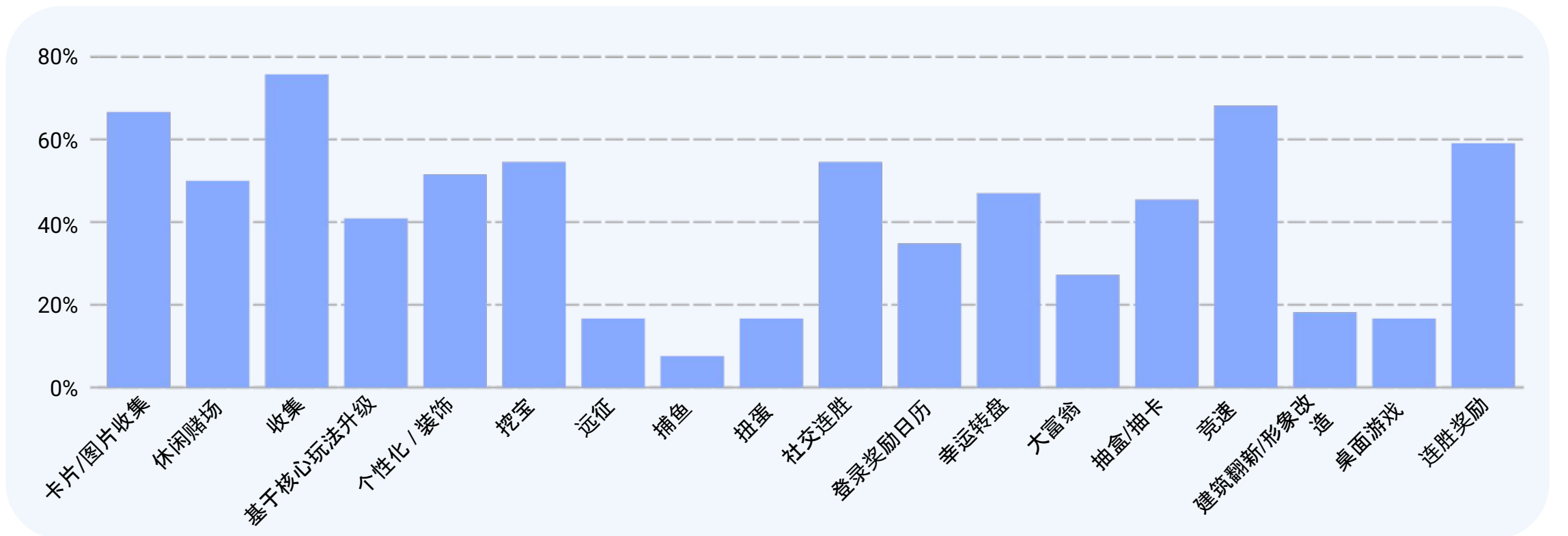
在休闲游戏中，收集(75%)，竞赛(68%)和卡片/图片收集(66%)仍然是覆盖率最高的玩法机制。



每款游戏每月平均实时运营活动上线数量



2025年玩法机制分布



*不包括未注明游戏机制的活动

新活动

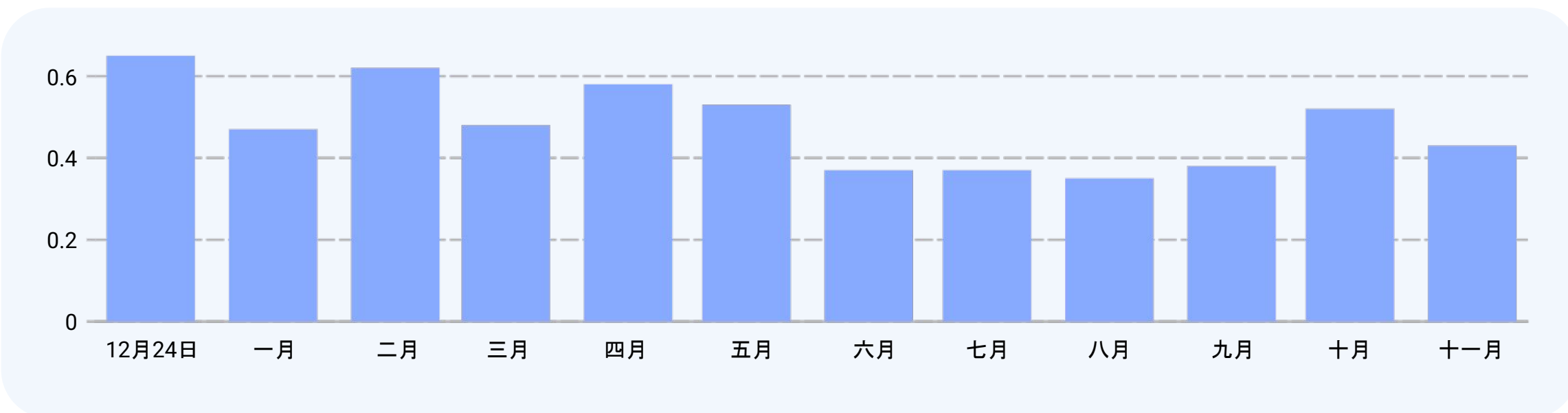
与其他细分领域相比，休闲细分领域对新活动类型的依赖程度明显更高，开发者也更频繁地进行玩法机制实验。

新活动上线的动态显示，休闲游戏在一年中的大部分时间都保持着稳定的活动节奏，唯独夏季（6月至9月）相对放缓。新活动数量的高峰出现在12月（每个游戏0.7个），以及2月至5月期间，这一阶段主要用于积极变现此前获取的用户。

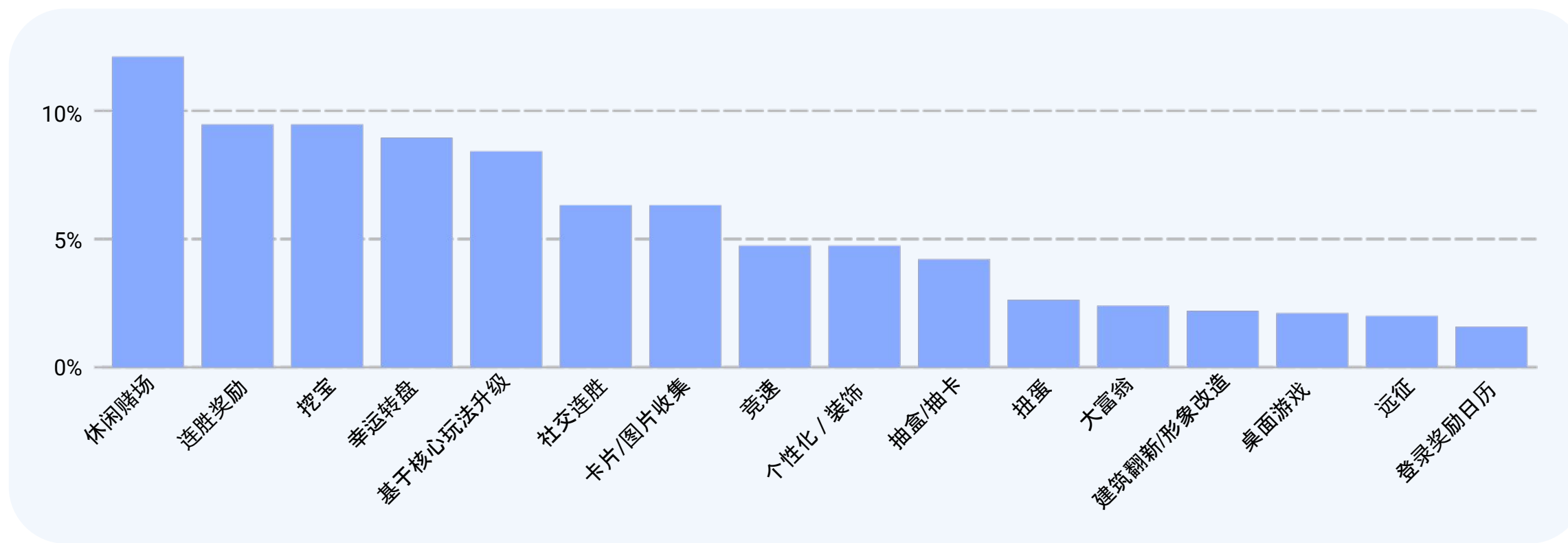
在休闲细分领域下，休闲赌场游戏占据了相当大的比重，并在很大程度上推动了休闲赌场类玩法机制的流行，使其成为目前使用最广泛的机制类型。

然而，如果排除赌场细分品类，连胜奖励和挖宝将成为今年新活动中最受欢迎的玩法机制。

每款游戏每月新活动上线动态



新活动中的游戏机制分布*



*不包括未注明游戏机制的活动

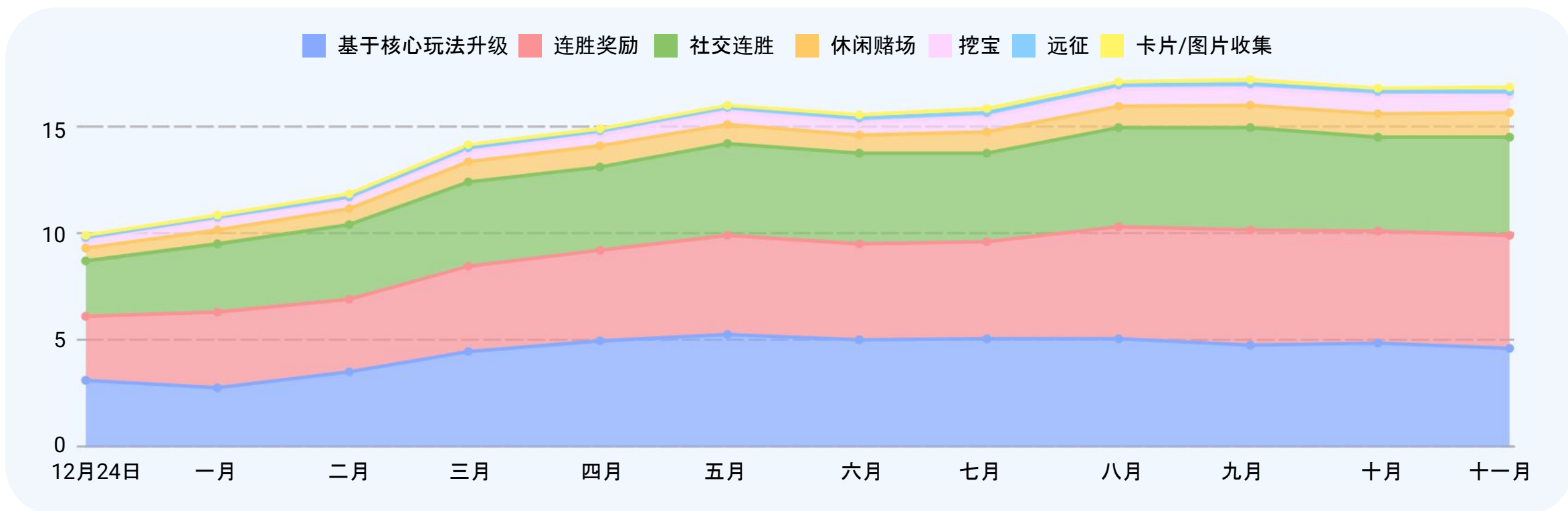
增长中的玩法机制

在主流玩法机制中，挖宝和远征在活动排期中的增长最为显著，增长幅度达到75%-80%。挖宝机制的热度长期以来持续攀升，而远征则是在年末才开始快速增长。目前，远征在休闲细分领域中的应用率仍然较低，仅被不到2%的游戏采用。

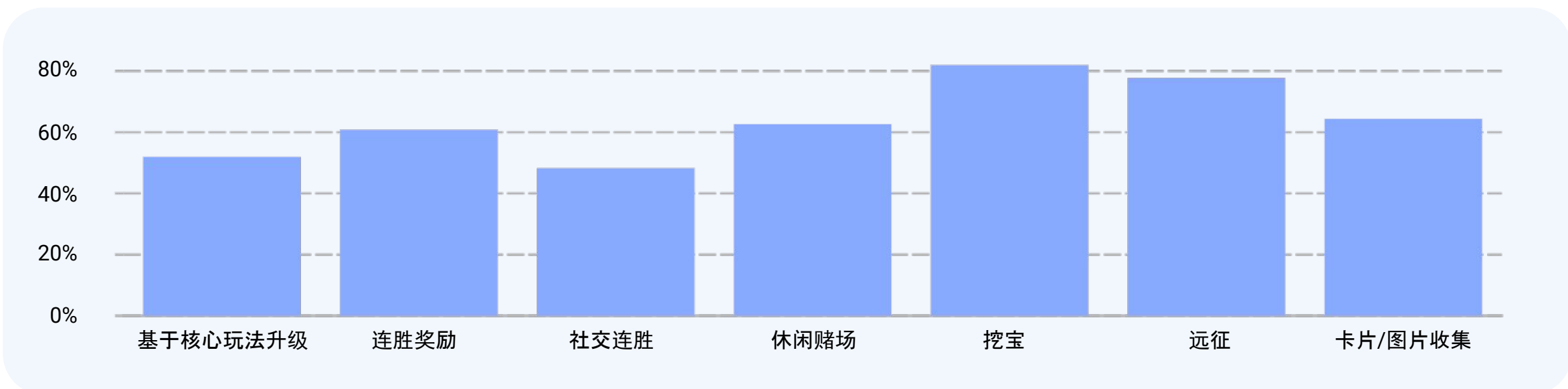
连胜奖励和社交连胜机制同样展现出强劲增长，二者在休闲游戏中往往搭配使用。不过，连胜奖励本身也呈现出独立增长趋势，既可作为单独模式出现，也常被纳入以抽盒/抽卡机制为核心的活动体系中。

相册机制也在持续演进，并逐渐趋于精细化。持续时间较短的相册(最长两周)正变得愈发常见，为玩法体验带来更多变化。

每款游戏中增长最快的玩法机制月度变化



按每款游戏的上线次数计算的增长最快玩法机制(%)



重点关注机制：印章

自去年以来，基于印章的活动在休闲细分领域中持续发展。多数情况下，印章活动与变现直接绑定：玩家可以通过游戏内行为或进行购买来获得印章。在完成整张印章卡后，玩家将获得硬通货，软通货或可收集卡牌作为奖励。

此类活动在赌场游戏中应用最为广泛，同时也常见于老虎机，金币掠夺及相关品类。不过，今年许多知名休闲游戏也开始积极采用这一机制，例如[《Match Masters》](#)，[《Travel Town - Merge Adventure》](#)以及[《Family Island™ - Farming game》](#)。

采用印章机制的游戏：



Alice's Dream



Dice Dreams™



Solitaire Grand Harvest



Travel Town



玩法机制覆盖率：

24%

同比增长率：

96%

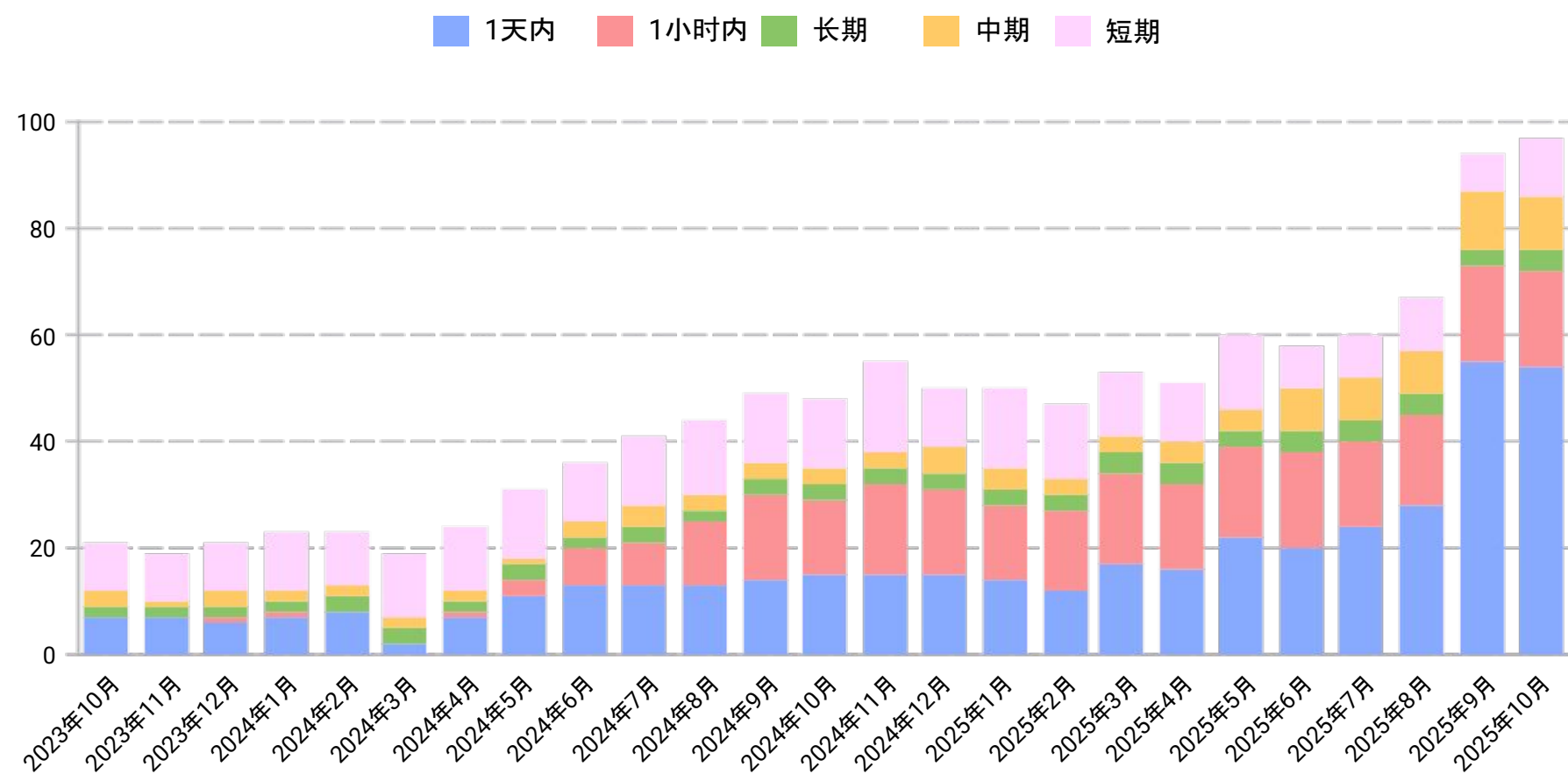
《Gossip Harbor》成为新的趋势引领者



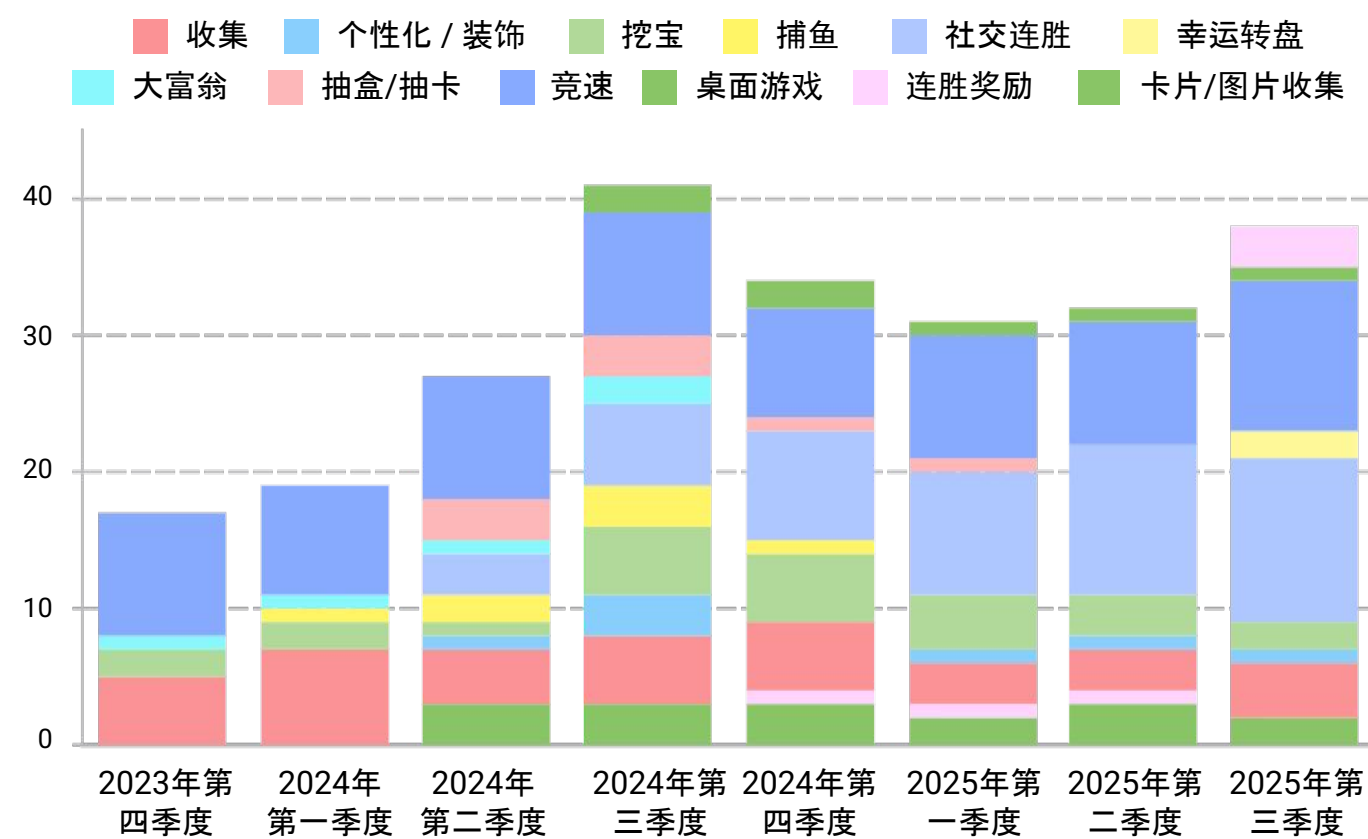
《Gossip Harbor》是Microfun Limited于2022年推出的头部二消合并游戏，并持续实现同比增长，累计收入已突破7.7亿美元。2025年，该游戏显著扩大了实时运营规模，仅在第三季度每月就接近100个活动。尽管该作品很少引入全新的活动类型，但其对既有活动的持续迭代方式尤为突出。你也可以在[我们专门的分析内容](#)中进一步深入了解其实时运营表现。

许多高收入游戏已经开始采用其实时运营与变现策略，这标志着行业趋势正在从《Royal Match》和《Monopoly GO!》转向《Gossip Harbor》。

月均活动数量变化趋势



月度活动玩法使用变化趋势



重点关注机制：益智

尽管相册机制已获得广泛认可，但对用户而言也逐渐出现饱和迹象。因此，一些休闲游戏开始尝试对收集机制进行多样化，其中一种方式便是益智解谜收集。

在大多数情况下，益智解谜碎片的收集与游戏的核心玩法紧密结合。在活动期间，玩家通过通关关卡或积极与游戏棋盘互动（例如在合并类游戏中）来填充包含拼图的进度条。每完成一个阶段目标，即可解锁一块益智解谜碎片。当玩家集齐所有碎片后，即可获得完成该活动的主要奖励。在多数情况下，活动的变现通过专属活动礼包来实现。

采用益智解谜机制的游戏：



Disney Solitaire



Word Collect



Gossip Harbor



Angry Birds Dream Blast



玩法机制覆盖率：

18%

同比增长率：

25%

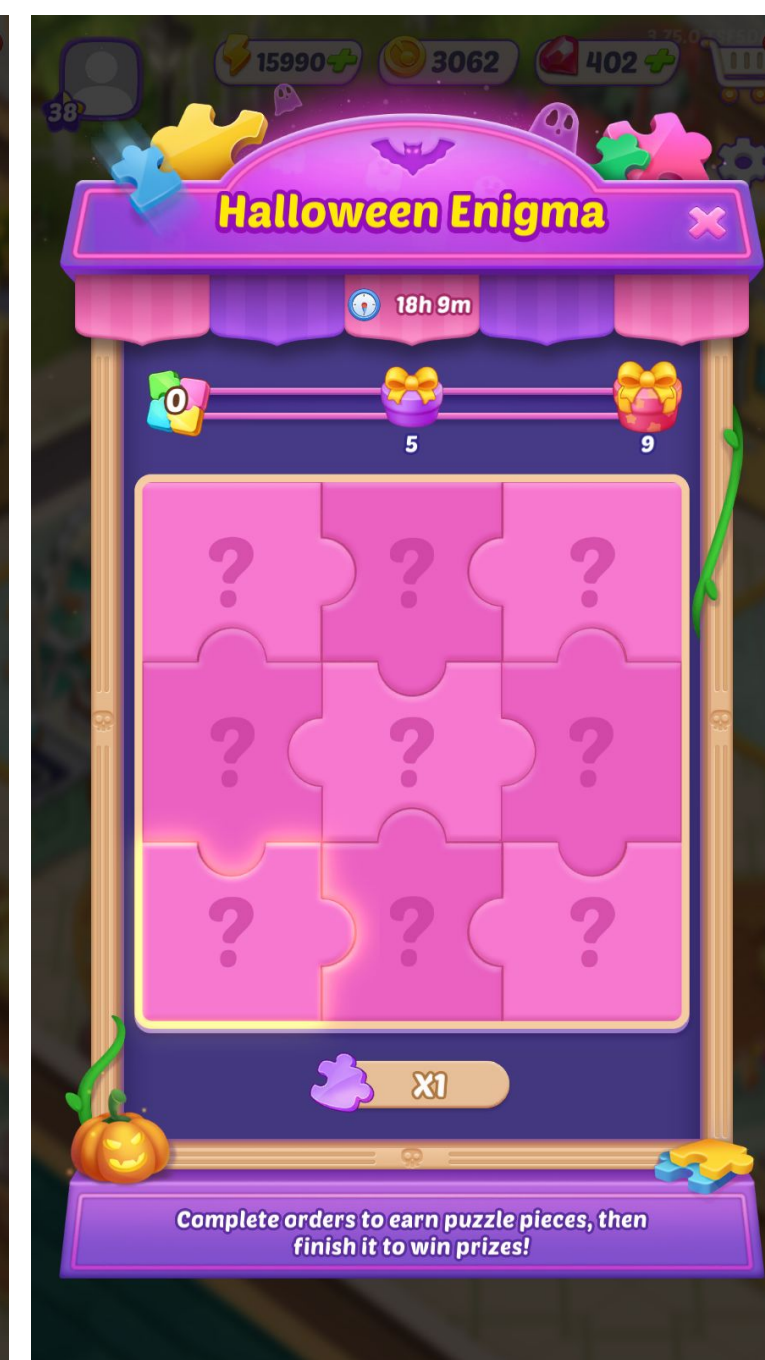
《Gossip Harbor》中的益智解谜活动

《Gossip Harbor》是合并类细分领域中最早引入益智解谜活动的项目之一，早在2024年11月便首次上线了该类活动。

通过完成常规订单，玩家可以收集益智解谜碎片，在活动界面中拼合完整图片。该过程会逐步填充包含多个里程碑的进度条，并解锁能量，增益道具以及用于相册的卡包等奖励。自上线以来，该活动已累计推出九次。

其中许多活动与重要节假日相关联，包括圣诞节，万圣节以及游戏周年庆，同时也涵盖春季和秋季庆典等更为通用的主题。

该活动主要聚焦于短期用户参与度，并通过深度绑定核心玩法来提升游戏时长。



想进一步了解竞争对手的实时运营策略吗？探索我们的实时运营与更新日历，获取第一手洞察！

[点击此处了解更多](#)

游戏内经济与变现体系

与整体全球趋势一致，休闲游戏的主要关注点集中在付费玩家和硬核玩家身上，相关活动占比接近70%。在大多数情况下，休闲玩家也可以参与这些活动，但由于时间限制以及排行榜等竞争型机制的存在，往往难以收集到全部奖励。

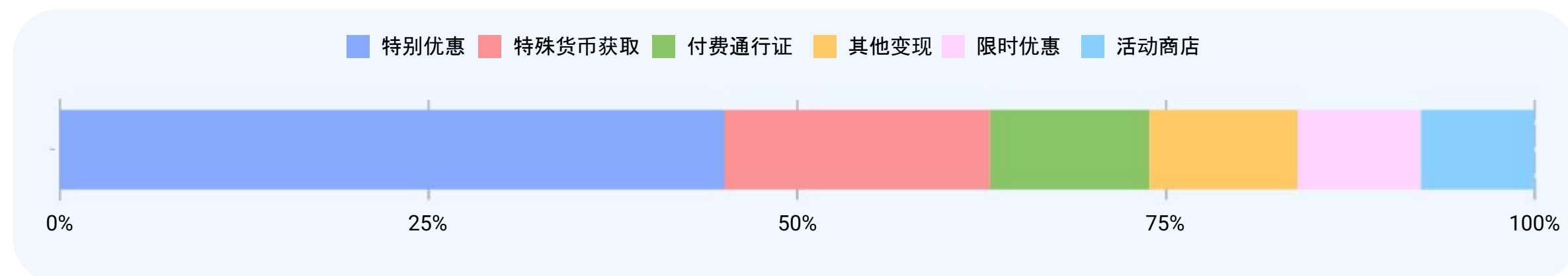
从经济系统设计的角度来看，最常见的解决方案是活动积分和排行榜（占比接近70%），而活动货币等其他经济要素的使用频率则明显较低。

大部分变现来源于专属优惠，硬通货以及付费通行证。

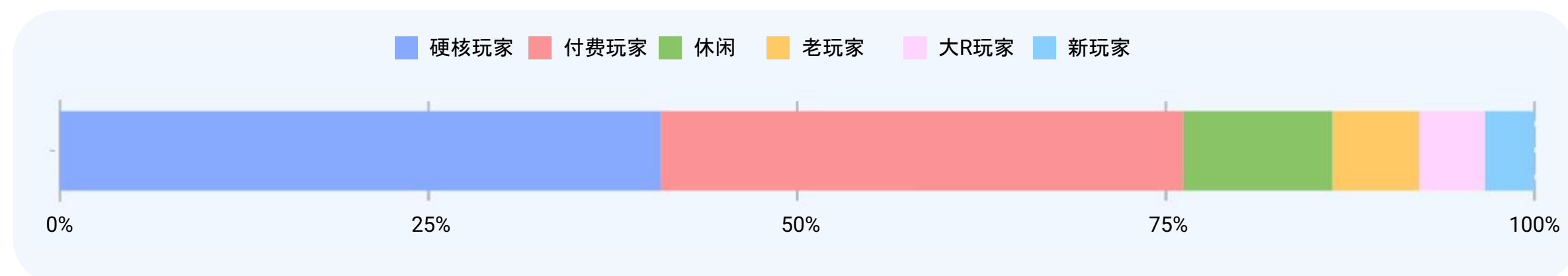
按经济标签拆分



按变现类型拆分



按玩家类型拆分



用户动机

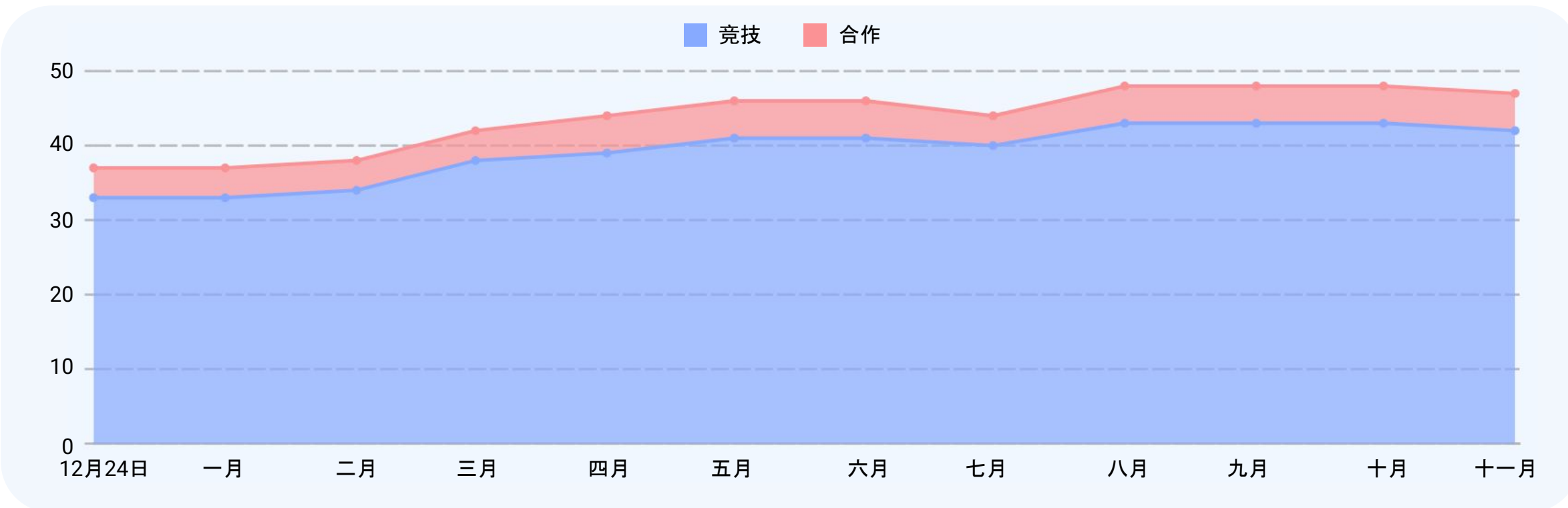
休闲活动的主要重心集中在竞争型形式上，通常结合排行榜，竞赛和社交连胜等玩法机制。

今年，协作型活动也出现了小幅增长，这类活动通常围绕礼物互赠或基于团队/公会的玩法展开。

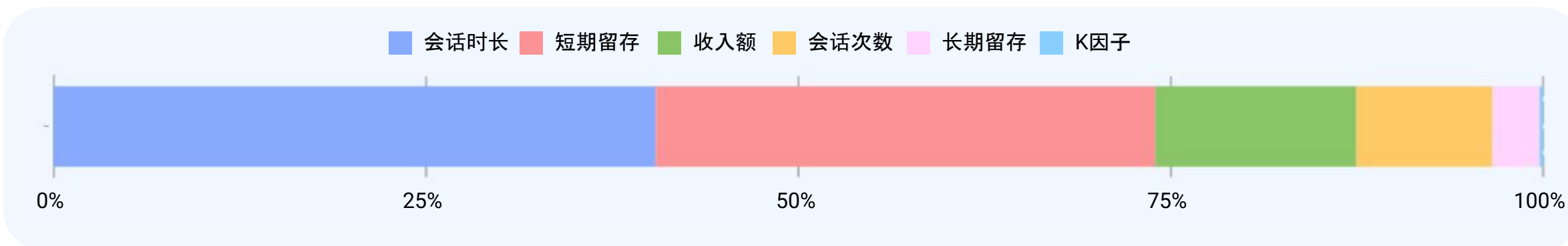
然而，整体增长的核心仍然来自以竞争为驱动的活动，其同比增长率达到26%。

总体而言，这些活动主要用于提升游戏时长和短期留存，而收入和长期留存仍然属于次要目标。

按社交动机拆分



按变现目标拆分



想进一步了解竞争对手的实时运营策略吗？探索我们的实时运营与更新日历，获取第一手洞察！

[点击此处了解更多](#)

节假日

与其他类型相比，休闲游戏对本地节假日的依赖程度明显更高。它们经常采用一些在其他品类中较少使用的短周期，小众节日，例如网络星期一，五五节或母亲节。

休闲细分领域也经常复用以往活动中的视觉主题。例如“七月圣诞节”这类活动较为常见，即在大多数游戏采用夏季主题背景的情况下，推出圣诞主题活动。

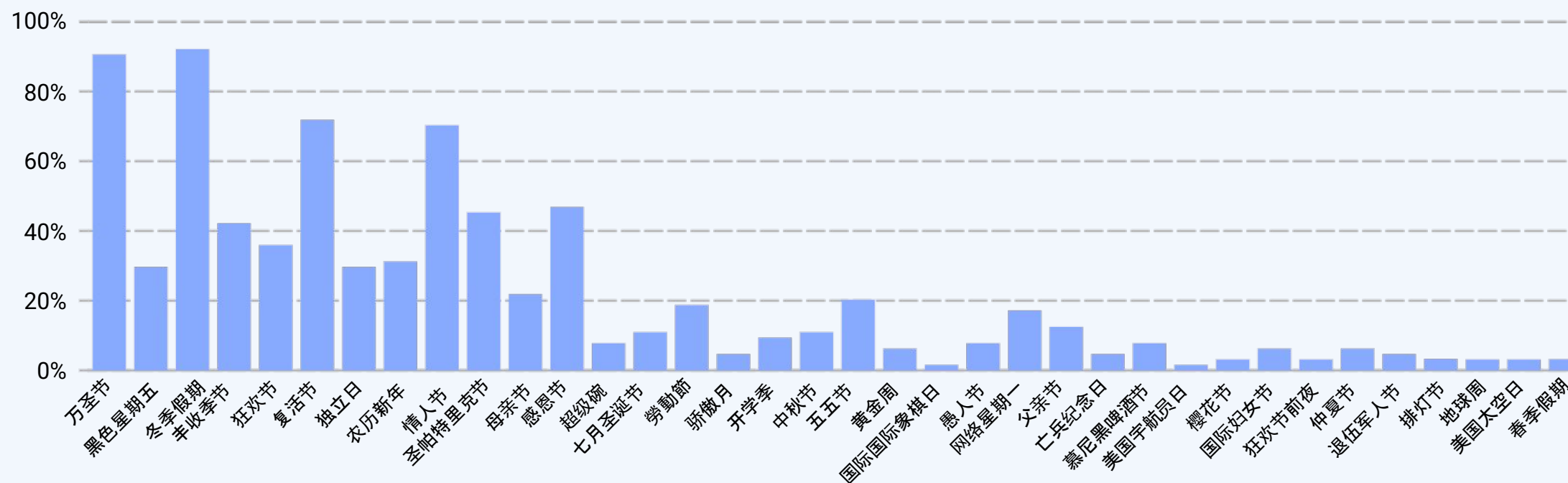
今年，黑色星期五同样获得了显著关注：除变现应用内购项目外，近30%的游戏还围绕该主题推出了专属的游戏内活动。

最受欢迎的节假日仍然是新年，万圣节，复活节和情人节。

每款游戏的节假日活动平均数量



移动游戏中最受欢迎的节假日



中重度细分领域的实时运营趋势

中重度

中重度游戏在难度与乐趣之间取得平衡，提供更复杂的玩法机制，更长的游戏时长，以及推进进度所需的适度策略性与操作技巧。



Pokémon TCG Pocket



Whiteout Survival



Clash Royale

要点总结

中重度增长保持稳定, 但收入增速放缓

下载量同比增长保持在8-9%, 而收入增速则从+3.7%放缓至+2.3%。

策略类超越RPG成为头部子品类

策略类游戏展现出最强劲的增长势头(收入+18%, 下载量+19%), 而RPG出现下滑; 射击类则呈现温和增长。

中重度实时运营增长保持稳定

活动密度全年稳步提升, 捕鱼, 挖宝和卡片/图片收集等玩法机制的使用率不断上升, 并与核心活动形式并行发展。

登录奖励日历成为增长最快的机制

登录奖励日历的采用率增长最为显著(+93%), 大富翁, 挖宝(约30%)和卡片/图片收集(+92%)同样呈现增长趋势, 但卡片/图片收集的实际落地仍不均衡。

增长中的玩法机制: 大富翁

大富翁在中重度领域仍属小众机制, 但在现有作品中的出现频率正在提升, 2025年也有《Legend of Mushroom》等新作品开始采用该机制。

中重度领域中合作玩法增长更快

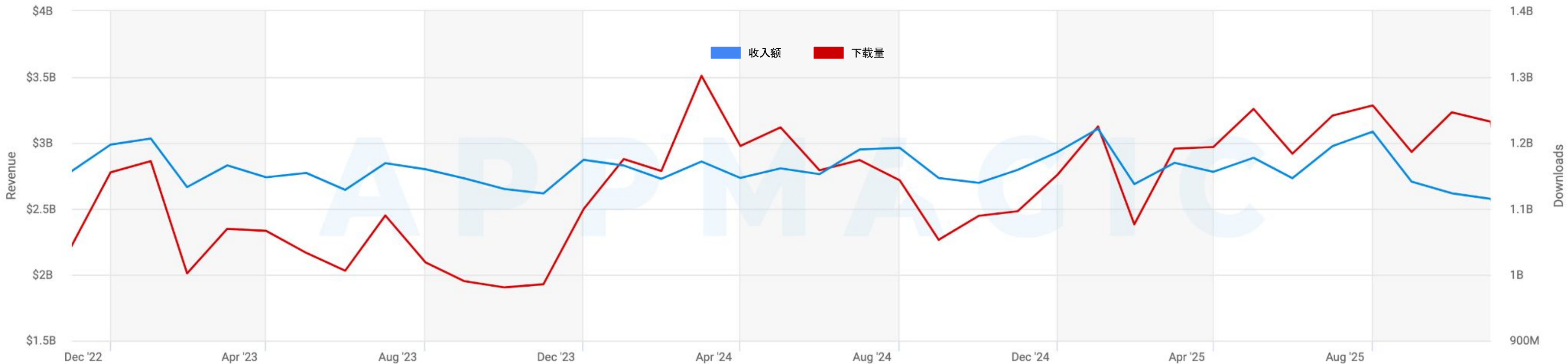
与竞争型活动相比, 合作型活动在中重度领域增长更快, 实时运营重点聚焦于短期留存和收入。

中重度领域中的K因子影响更高

与其他细分领域相比, 中重度细分领域展现出更强的K因子影响力, 这主要得益于更加活跃且凝聚力更强的玩家社区。

年度趋势

2022-2025年全球下载量与收入趋势



中重度细分领域在下载量和收入方面，多年来均呈现出稳定且可持续的增长态势。

尽管下载量年增长率始终保持在8-9%的较高水平，收入增长则相对温和，并呈现出逐步放缓的趋势(从+3.74%下降至+2.25%)。

2022-2025年下载量与收入变化趋势(同比)

时期	收入	同比变化百分比	下载	同比变化百分比
2022年12月至2023年11月	\$33.3B	-	12.5B	-
2023年12月至2024年11月	\$33.7B	3.7	13.8B	9.1
2024年12月至2025年11月	\$33.9B	2.3	14.4B	8.3

中重度游戏细分品类变化趋势

策略类和RPG仍然是收入最高的两大子品类，其中策略类在最近一个周期内超越了RPG。

- 策略类凭借强劲增长成为领跑细分品类：收入同比增长+17.9%，同时下载量增长+19.1%。
- 此前的领跑者RPG收入出现明显下滑，同比下降-15.3%，下载量也同步下降-8.1%。

射击类在收入和下载量方面均实现正向增长，收入增长+9.8%，下载量增长+8.2%。

品类	2023年12月至2024年11月收入	2024年12月至2025年11月收入	同比变化百分比	下载量 2023年12月 - 2024年11月	下载量 2024年12月 - 2025年11月	同比变化百分比
动作	\$1.6B	\$1.2B	-22.4%	2.2B	2.1B	-2.8%
冒险	\$167.9M	\$177.1M	5.5%	159.7M	176.4M	10.4%
街机	\$996	\$19,432	1851%	40,960	247,371	503.9%
地理位置游戏	\$857.6M	\$750.0M	-12.5%	58.6M	54.1M	-7.6%
赛车	\$360.9M	\$307.6M	-14.8%	1.1B	961.6M	-10.2%
RPG	\$12.8B	\$10.8B	-15.3%	1.4B	1.3B	-8.1%
射击	\$2.9B	\$3.2B	9.8%	2.2B	2.4B	8.2%
模拟	\$2.4B	\$2.9B	17.4%	3.9B	4.2B	7.5%
体育类游戏	\$1.5B	\$1.5B	-2.7%	1.1B	1.1B	3.2%
策略	\$11.1B	\$13.1B	17.9%	1.8B	2.1B	19.1%

相对增长幅度最大的是策略类游戏，代表作品包括：



Honor of Kings



Mobile Legends



Kingshot

活动变化趋势

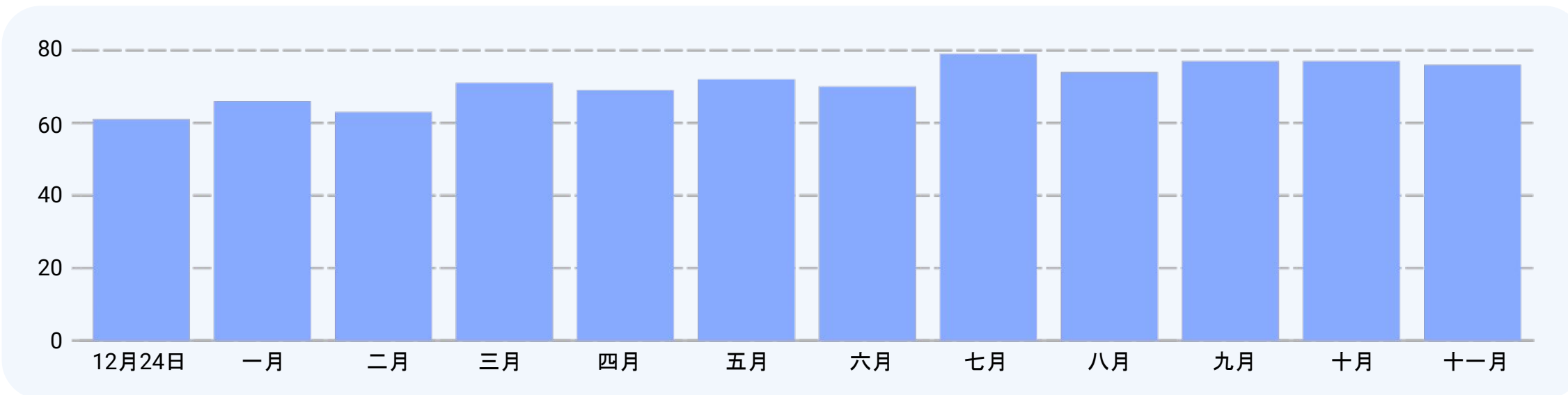
与高度依赖季节性的休闲细分领域不同，中重度领域的活动密度呈现出更加平稳的增长趋势。与年初相比，活动密度增长达到15%；若以12月为基准，这一增幅则显著提高至23%。

与此同时，该细分领域的游戏更倾向于在夏季推出高活跃度活动，例如联动活动，周年庆以及半周年庆活动，从而在月度层面维持整体活跃度。

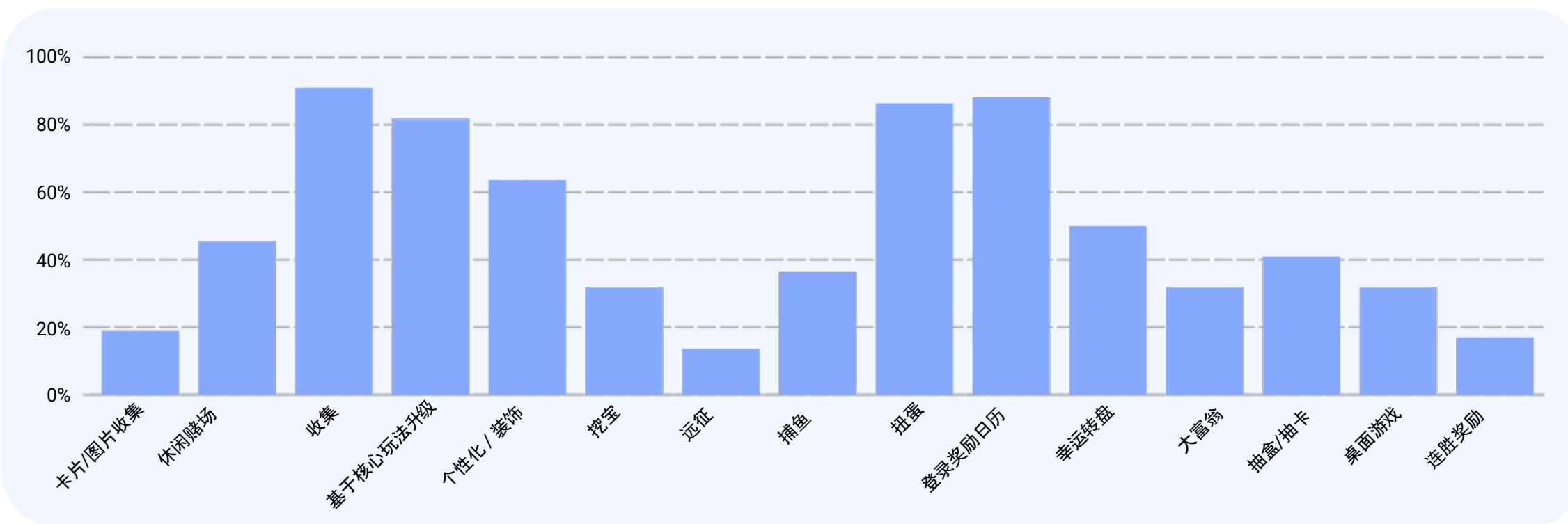
活动中最受欢迎的玩法机制仍然是收集和登录奖励日历，二者均属于该类型的核心机制。

然而在2025年，捕鱼，挖宝和卡片/图片收集这类传统上在该品类中较为少见的玩法，在其他游戏中的采用率均出现了显著增长。

每款游戏每月平均实时运营活动上线数量



2025年玩法机制分布



*不包括未注明游戏机制的活动

新活动

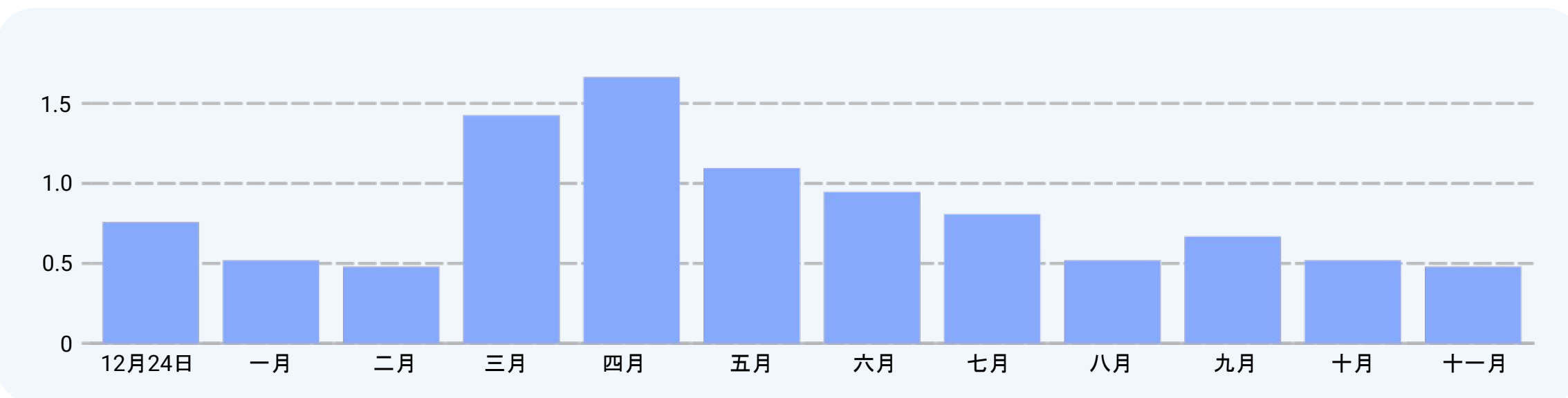
中重度细分领域中新活动的活跃度峰值出现在3月和4月，这是年初常见的联动活动上线窗口期，此时大多数重要节假日已经结束，游戏开始集中精力进行用户变现。在这一阶段，新活动数量尤为突出，达到每个游戏每月1.4-1.65个。

在多数情况下，新活动会将现有的核心玩法重新包装为活动形式，让玩家以新的方式体验熟悉的机制(占比32%)。

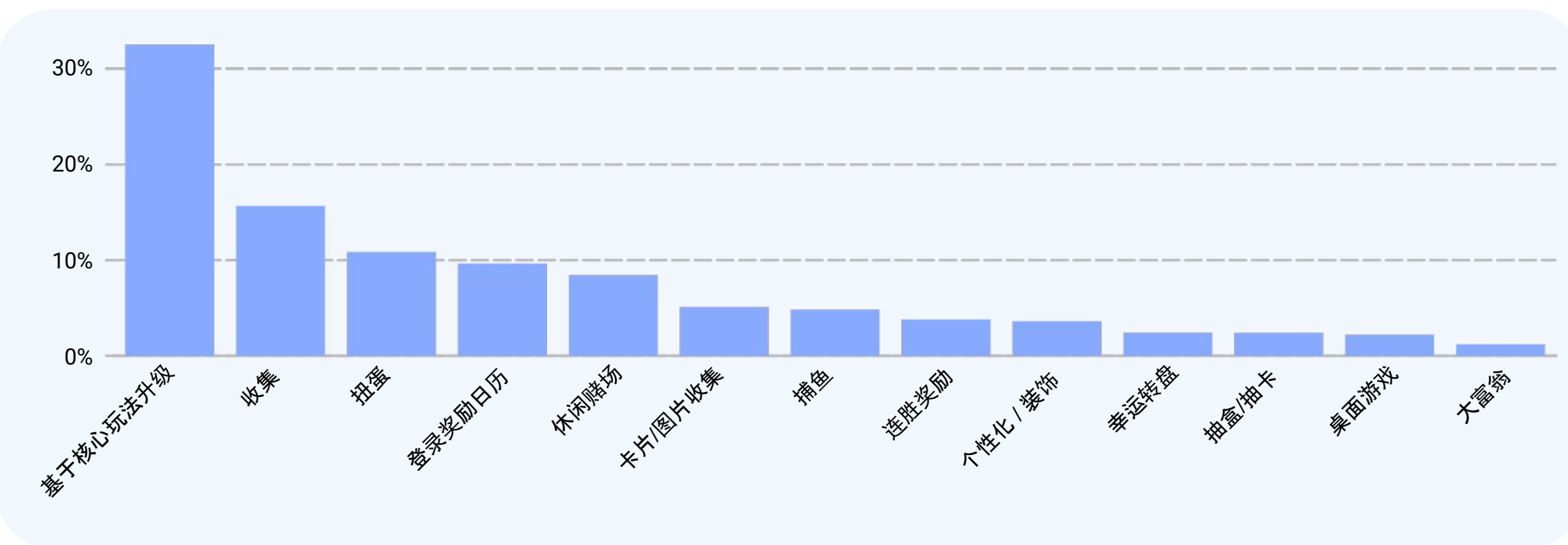
新活动中第二常见的选择是收集机制，在所有案例中占比为15%。

与核心玩法差异较大的机制使用频率非常低，例如大富翁机制的占比仅为1%。

每款游戏每月新活动上线动态



新活动中的游戏机制分布*



*不包括未注明游戏机制的活动

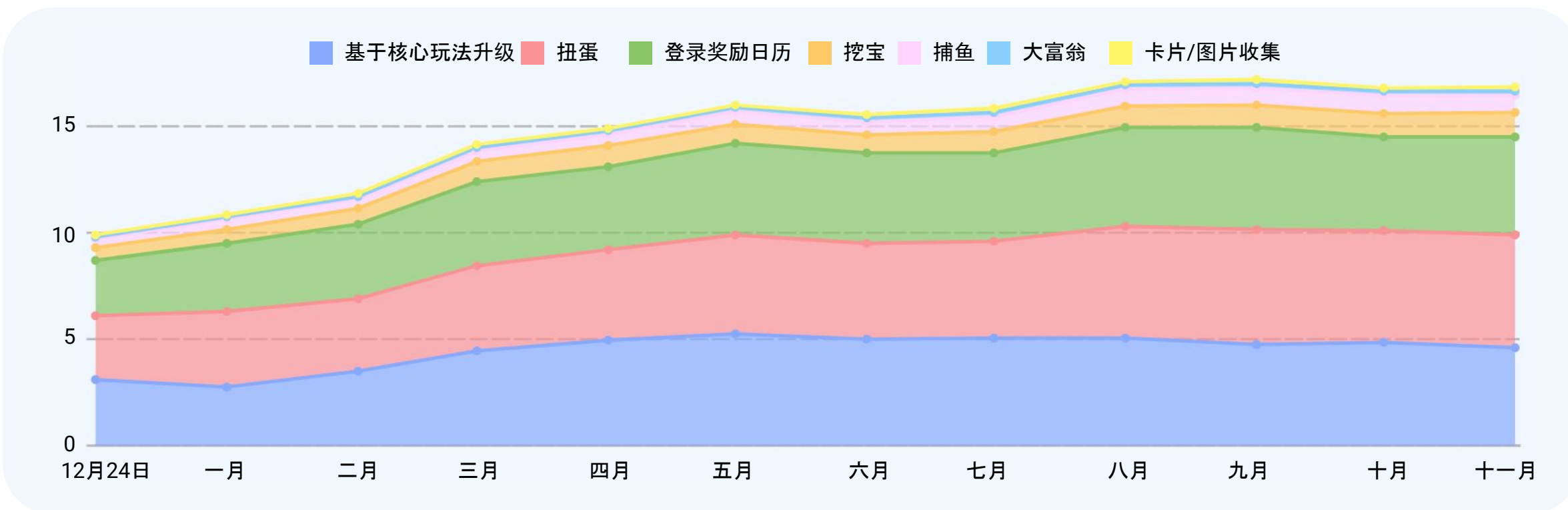
增长中的玩法机制

在主流玩法机制中，增长最为显著的是登录奖励日历。尽管该机制本身已被广泛采用，其使用率仍同比提升了93%。

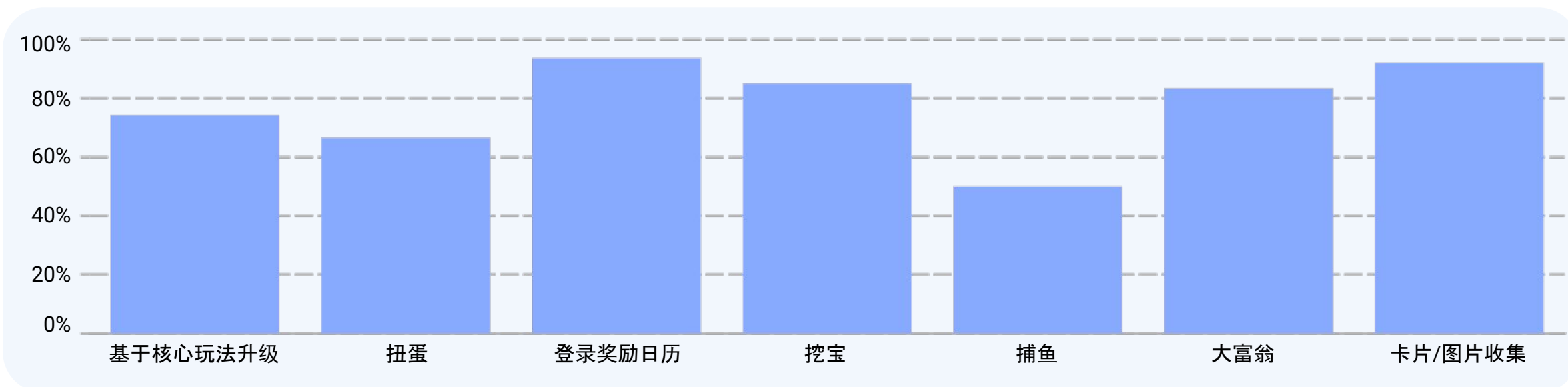
大富翁和挖宝机制同样展现出明显增长，增幅约为30%，目前在活动日程中的出现频率已显著高于以往。

卡片/图片收集机制也表现出明确增长(92%)，但其应用仍然零散且缺乏结构化。游戏正在逐步引入该机制，但在中重度细分领域中，其具体实现方式尚未形成统一标准。

每款游戏中增长最快的玩法机制月度变化



按每款游戏上线次数统计的增长最快玩法机制(%)



增长中的玩法机制：卡片/图片收集

在2025年，中重度游戏开始在其作品中积极采用卡片/图片收集及类似的收集机制。

《Whiteout Survival》在复杂活动中采用了较为经典的相册形式，而其他游戏则会根据自身品类需求，对该机制进行调整和再设计。

例如，在《Call of Duty®: Mobile》的Collapse Mutation活动期间，玩家可以在专属的活动相册中收集角色。

采用卡片/图片收集机制的游戏：



Whiteout Survival



Call of Duty®: Mobile



PUBG MOBILE



AFK Journey Crossover



玩法机制覆盖率：
12%

同比增长率：
92%

增长中的玩法机制：大富翁

大富翁机制在中重度活动中的整体普及程度并未出现显著提升；然而，在《[Monopoly GO!](#)》热度高峰期引入该机制的游戏中，其在活动日程中的出现频率明显上升。

例如，《[Evony: The King's Return](#)》中的[Great Expedition](#)活动自2024年以来便定期上线，最近一次启动时间为2025年12月。

与此同时，一些游戏在今年首次采用了该机制。例如，《[Legend of Mushroom](#)》于2025年4月首次推出了[Magic Monopoly](#)活动。

采用大富翁机制的游戏：



Last War: Survival



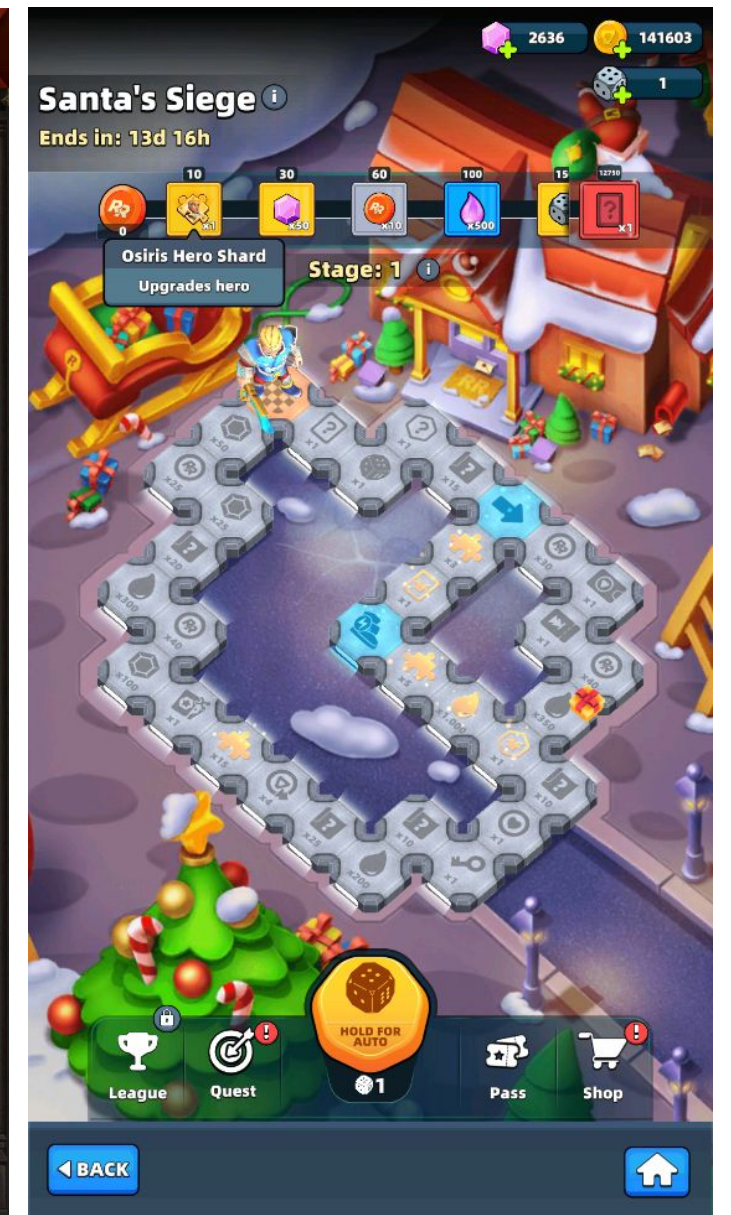
Evony: The King's Return



Call of Duty®: Mobile



Capybara Go!



玩法机制覆盖率：

31%

同比增长率：

83%

游戏内经济与变现体系

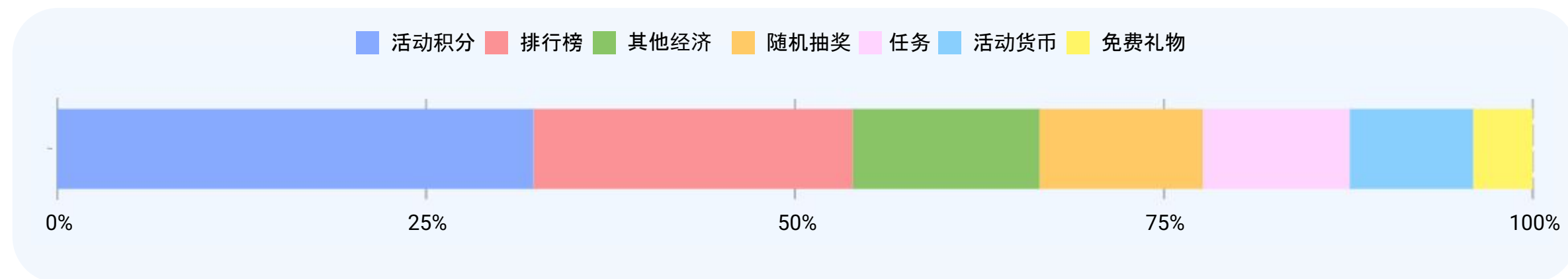
与休闲细分领域不同，中重度活动主要聚焦于付费玩家和大R玩家(接近70%)，而休闲玩家和新玩家仍然属于次要目标群体。

限时优惠变现方式的使用频率也相对较低。变现重点更多放在专属优惠和硬通货消耗上。

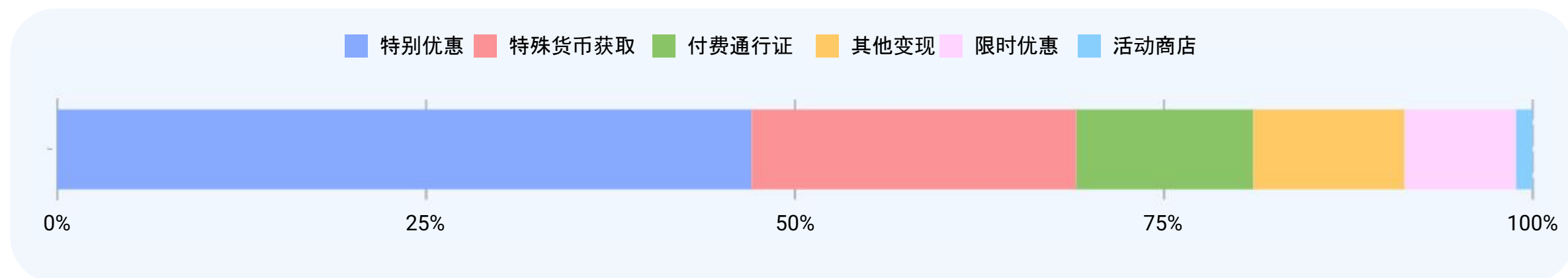
排行榜的使用频率同样较低，核心变现体系则更多围绕活动积分展开。



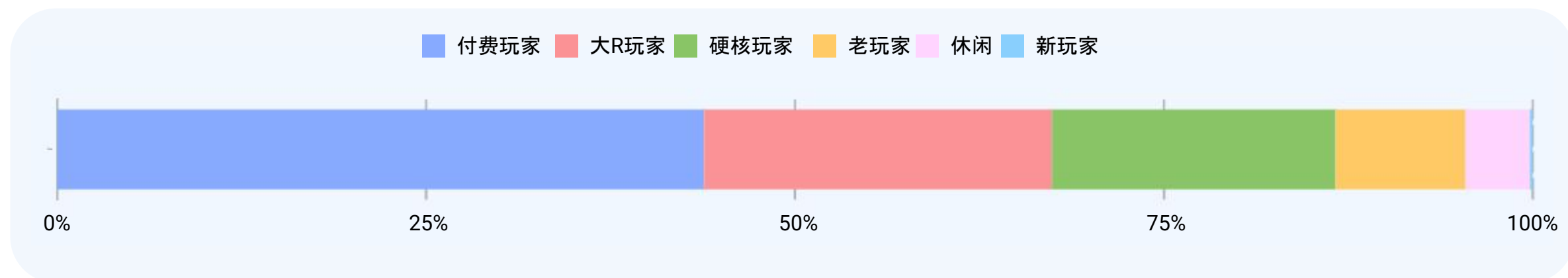
按经济标签拆分



按变现类型拆分



按玩家类型拆分



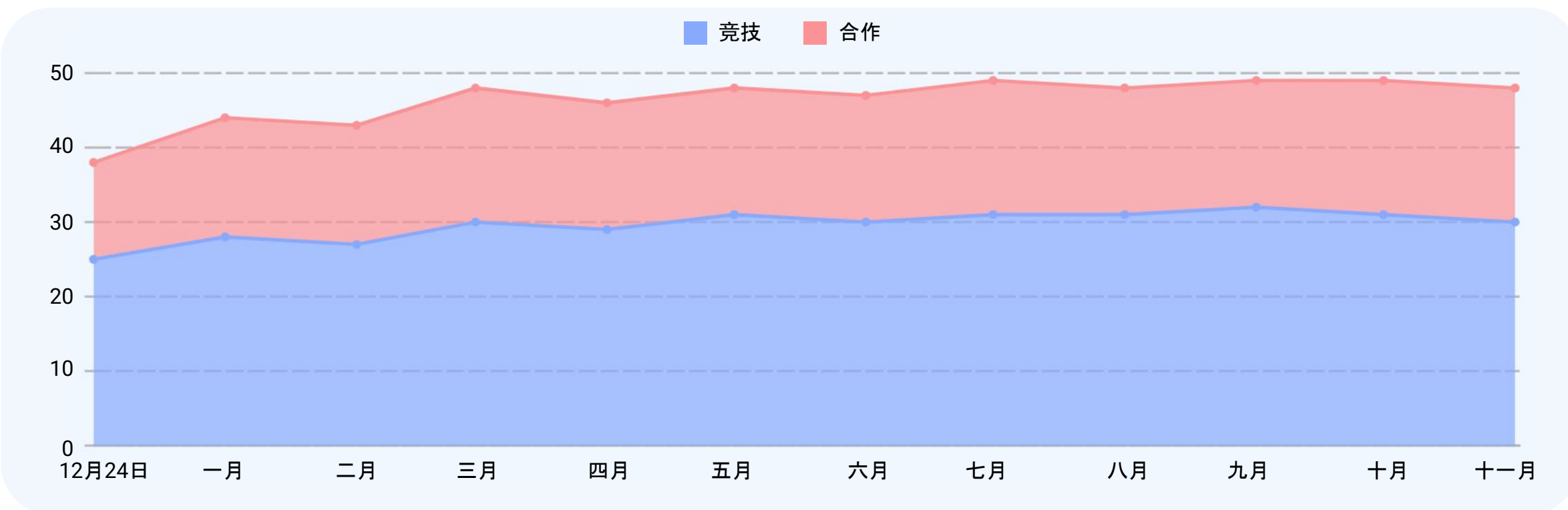
用户动机

在中重度细分领域中，合作类活动的受欢迎程度高于其他领域，且增长更为显著，与年初相比增长+16%，与2024年12月相比则达到+36%。

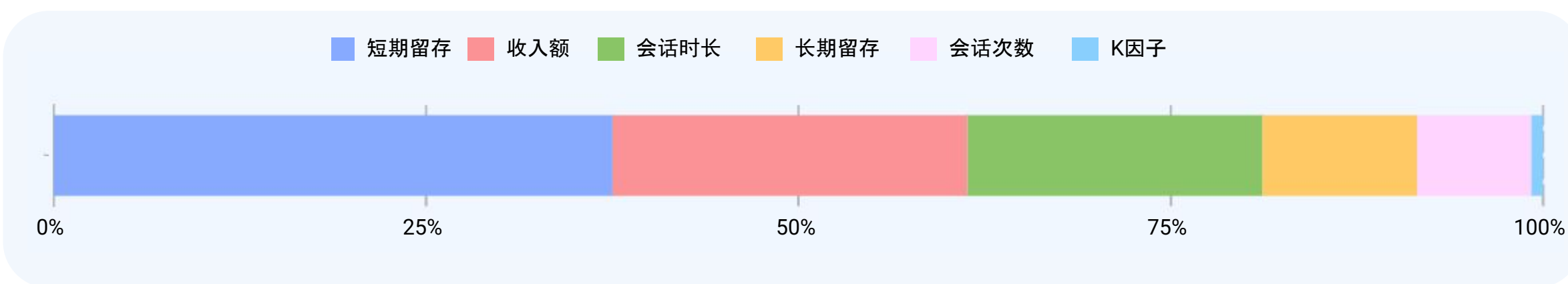
竞争类活动的增长幅度相对有限，与2024年12月相比增长+16%，与年初相比为+8%。

从动机角度来看，中重度游戏最常聚焦于短期留存和收入。不过，与其他细分领域相比，由于社区凝聚力更强，中重度领域中K因子的影响略高。

按社交动机拆分



按变现目标拆分



增长趋势：合作活动

合作类活动在相对轻度的游戏以及完整规模的4X策略游戏中均逐渐走红。不过，尽管此类活动通常聚焦于同一小组或公会内的玩家，一些游戏已经开始突破这一惯例，允许完全陌生的玩家共同参与。

例如，《Legend of Mushroom》推出的Drakebone Sanctum活动，允许同一服务器内的玩家组队，共同参与竞争性玩法。

同时，也存在更为传统的实现方式。例如，《Dark War: Survival》上线了Cozy Xmas圣诞活动，联盟成员通过完成任务协力培育共享的圣诞树。

采用合作活动的游戏：



Whiteout Survival



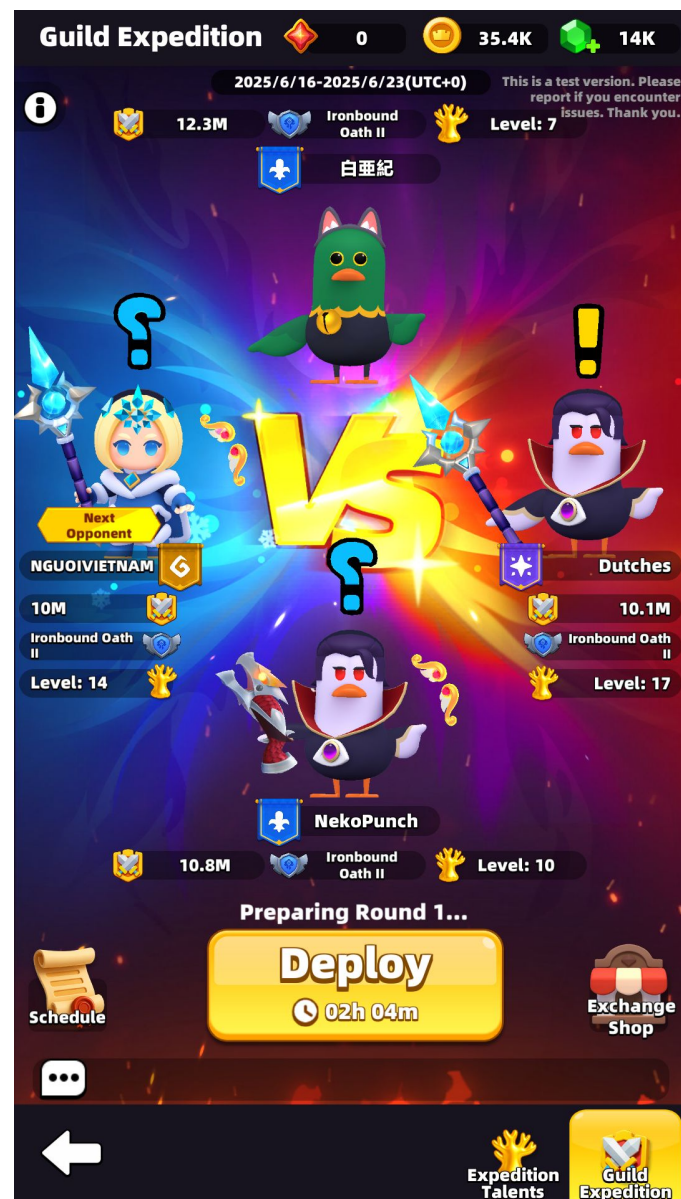
Brawl Stars



Rise of Kingdoms



Diablo Immortal



同比增长率：
16%

节假日

中重度细分领域中的活动同样主要围绕重要节假日展开，例如新年，万圣节和复活节。

不过，与休闲细分领域不同，由于活动周期更长，中重度活动的上线频率相对较低，这意味着每个游戏每月的节假日活动平均数量很少超过10个。

中重度细分领域对本地节假日的依赖程度也相对较低。

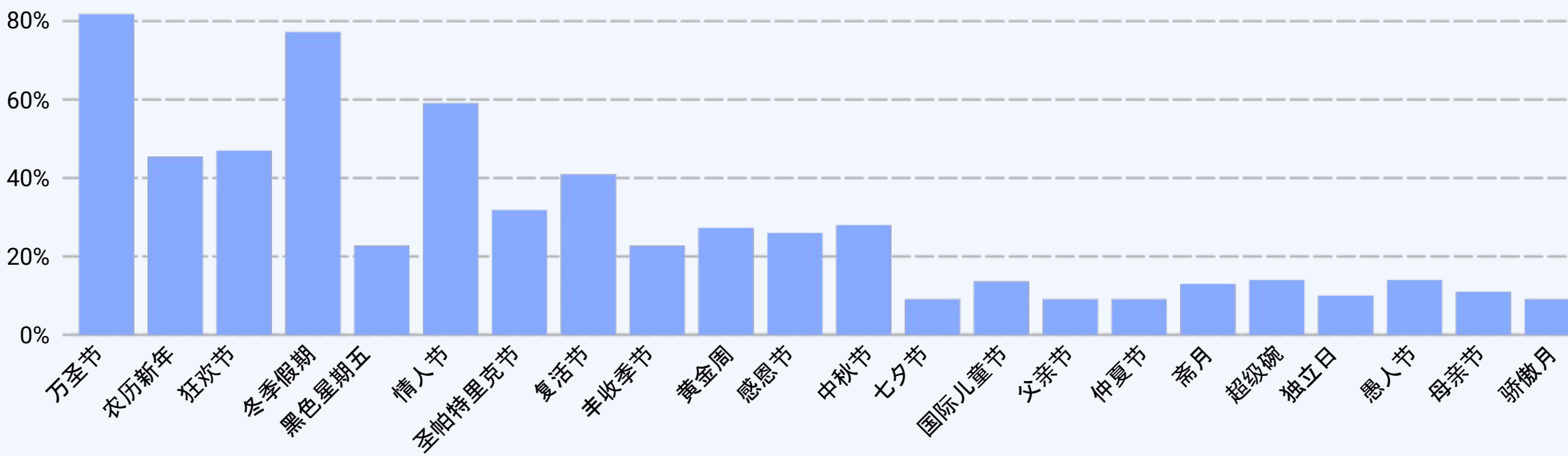
与休闲游戏相比，小众节假日通常不会被庆祝，像感恩节或圣帕特里克节这类持续时间较短的节日使用频率也更低。

唯一显著的例外是情人节，尽管周期较短，但它依然跻身中重度领域中最常被采用的三大节假日之一。

每款游戏的节假日活动平均数量



移动游戏中最受欢迎的节假日



混合休闲细分领域的 实时运营趋势

混合休闲

混合休闲游戏将直观，易上手的玩法与成长系统，可解锁内容以及 IAA 与 IAP 等变现功能相结合，赋予游戏更强的深度。



Survivor.io



Color Block Jam



All in Hole

要点总结

混合休闲收入增长快于用户增长

收入大幅飙升(同比+82%和+75%), 而下载量则先停滞后再转为下滑(+3.5% → -4%)。

益智成为混合休闲头部品类

益智类游戏超越街机, 尽管下载量下降, 但依然推动了最强劲的收入增长(+136%)。

混合休闲实时运营持续扩展

活动密度提升19%, 其中基于核心玩法升级和竞赛是最常见的玩法机制。

社交连胜持续扩张

社交连胜仍是体量较大且持续增长的玩法机制(+114%), 增长主要来自更密集的实时运营排期。

挖宝, 抽卡和休闲赌场持续扩展

挖宝和抽卡机制正从休闲游戏中逐步被引入, 而休闲赌场则呈现出不均衡但显著的增长(+132%)。

增长中的玩法机制: 休闲赌场

休闲赌场机制正在混合休闲领域中扩展, 逐步从幸运钉板(弹珠盘)延伸至老虎机, 抽卡以及其他随机抽奖玩法。

混合休闲以竞争为核心

混合休闲活动以竞争型为主, 主要由社交连胜驱动, 实时运营重点聚焦于游戏时长和短期留存。

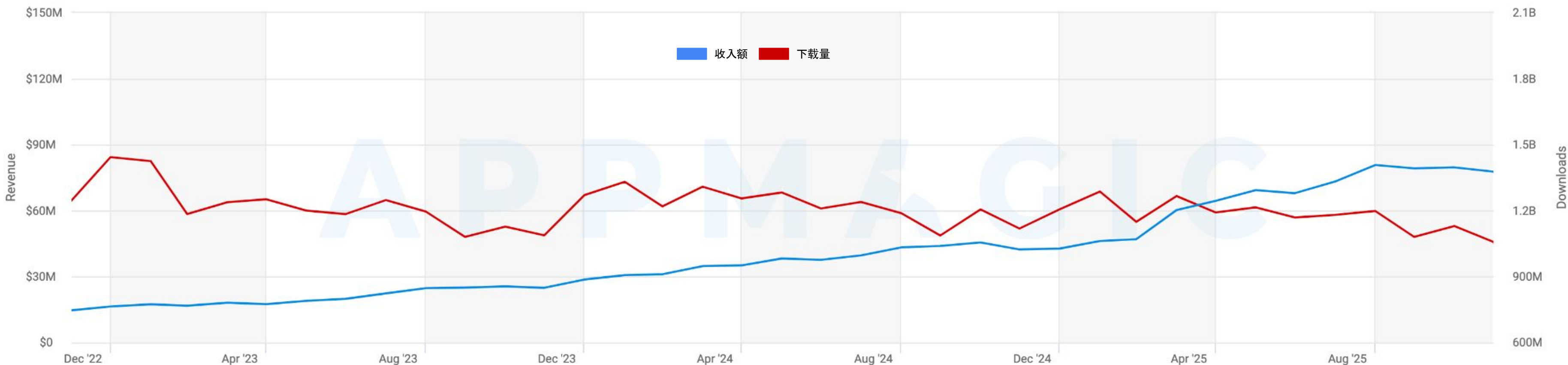
混合休闲具有明显季节性

活动活跃度在秋冬节假日期间达到峰值, 而全年大部分时间保持相对低调, 仅在情人节和复活节前后出现小幅波动。

超休闲年度趋势



2022-2025年全球下载量与收入趋势



超休闲细分领域在过去两年中收入出现了爆发式增长，同比先后增长了82%和75%。这一增长主要由混合休闲游戏推动，这些作品在该超级品类中位居收入榜前列，而并非传统的超休闲游戏。

然而，这一收入激增并未伴随用户规模的同步增长。下载量仅小幅增长(+3.5%)，并在最近一个周期内下降了4%以上。

2022-2025年下载量与收入变化趋势(同比)

时期	收入	同比变化百分比	下载	同比变化百分比
2022年12月至2023年11月	\$247M	-	14.2B	-
2023年12月至2024年11月	\$450M	82.2	14.7B	3.5
2024年12月至2025年11月	\$788M	75.1	14.1B	-4.1

超休闲游戏细分品类变化趋势

益智类和街机类仍是收入最高的两大子类型，其中益智类在最近一个周期内超越街机类，成为领跑者。

- 益智类凭借爆发式的收入增长成为头部细分品类，收入同比增长+136.1%，尽管下载量小幅下降(-3.3%)。
- 街机类表现出相对温和的增长，收入增长+36.8%，下载量保持稳定(+2%)。

模拟类同样展现出显著的收入增长，同比提升+111.5%，但下载量出现下滑(-12.7%)。

品类	2023年12月至2024年11月 收入	2024年12月至2025年11月 收入	同比变化百分比	下载量 2023年12月 - 2024年11月	下载量 2024年12月 - 2025年11月	同比变化百分比
动作	\$19.8M	\$20.2M	1.9%	1.9B	1.7B	-13.1%
冒险	\$98,819	\$258,489	161.6%	28.8M	19.7M	-31.5%
街机	\$210.6M	\$288.1M	36.8%	6.0B	6.2B	2.0%
儿童	-	-	-	88,100	291,942	231.4%
派对游戏	\$170,678	\$141,065	-17.4%	24.2M	26.4M	9.2%
益智解谜	\$184.0M	\$434.6M	136.1%	3.5B	3.3B	-3.3%
赛车	\$4.1M	\$3.7M	-10.3%	468.4M	375.8M	-19.8%
RPG	-	-	-	-	47101	-
射击	\$5.5M	\$5.4M	-1.8%	431.9M	465.6M	7.8%
模拟	\$8.2M	\$17.3M	111.5%	2.1B	1.8B	-12.7%
体育类游戏	\$3.1M	\$2.9M	-5.3%	134.7M	137.1M	1.8%
策略	\$14.9M	\$15.6M	4.5%	148.5M	133.9M	-9.8%
桌面游戏	\$31,088	\$15,539	-50%	2.0M	1.1M	-42.0%

益智类的相对增长幅度最大，主要得益于以下游戏：



Color Block Jam



Screwdom



Hole People

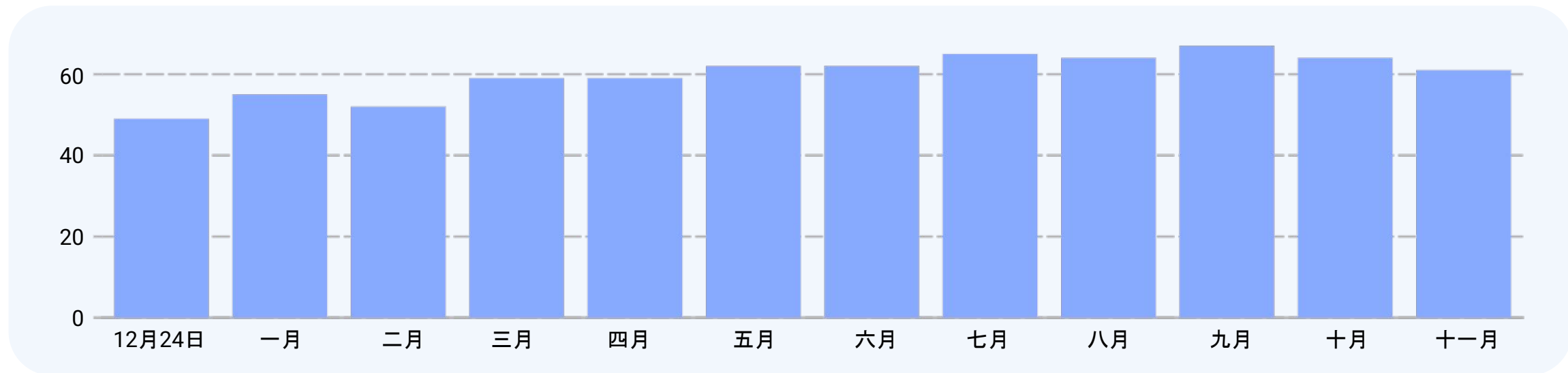
活动变化趋势

与大多数细分领域一样，混合休闲游戏的月均活动数量持续增长，整体增幅达到19%。这一趋势反映出该细分领域对其他品类的依赖性。

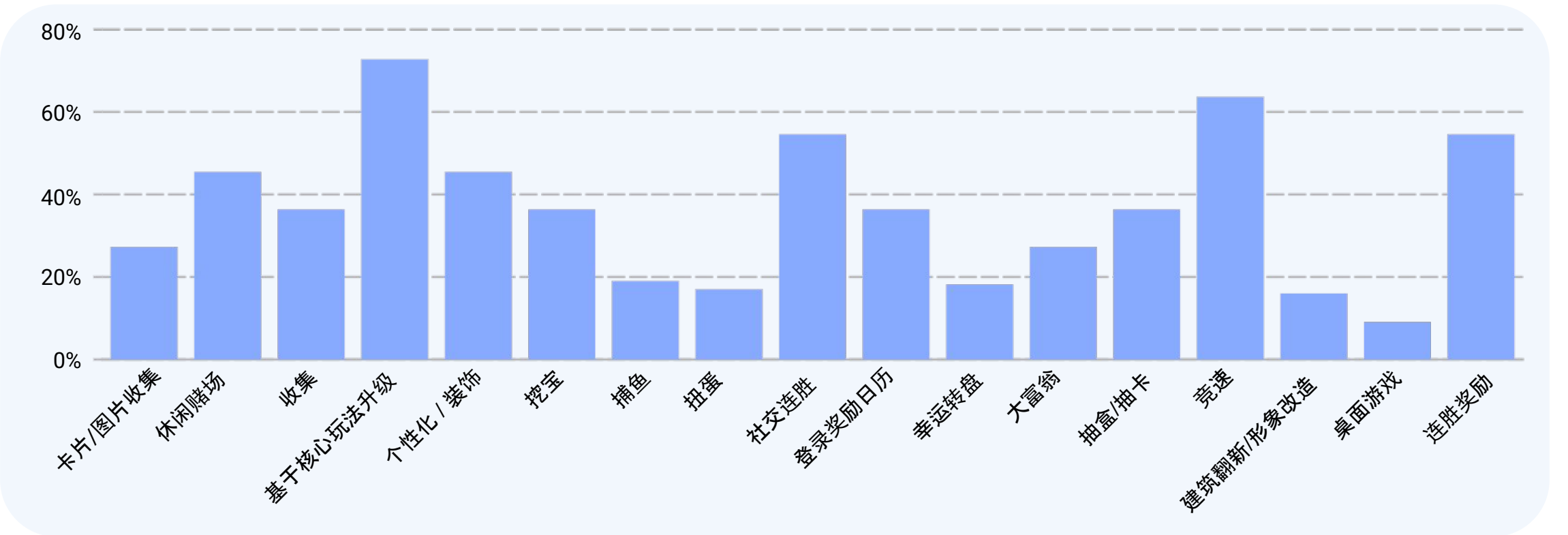
为了保持竞争力，游戏需要同时发展元玩法和实时运营。目前，单款游戏平均运行64个活动，略低于中重度细分领域的76个。

当前游戏中覆盖率最高的玩法机制是基于核心玩法升级，在72%的活动中出现，其次是竞赛机制，覆盖率为63%。

每款游戏每月平均实时运营活动上线数量



2025年玩法机制分布



*不包括未注明游戏机制的活动

新活动

混合休闲细分领域中新活动的最高活跃峰值出现在10月，即假日季来临之前，游戏平均每款上线接近0.6个新活动。除这一阶段外，混合休闲整体活跃度较低，平均每款游戏每月仅推出0.2-0.3个新活动，明显低于其他细分领域。

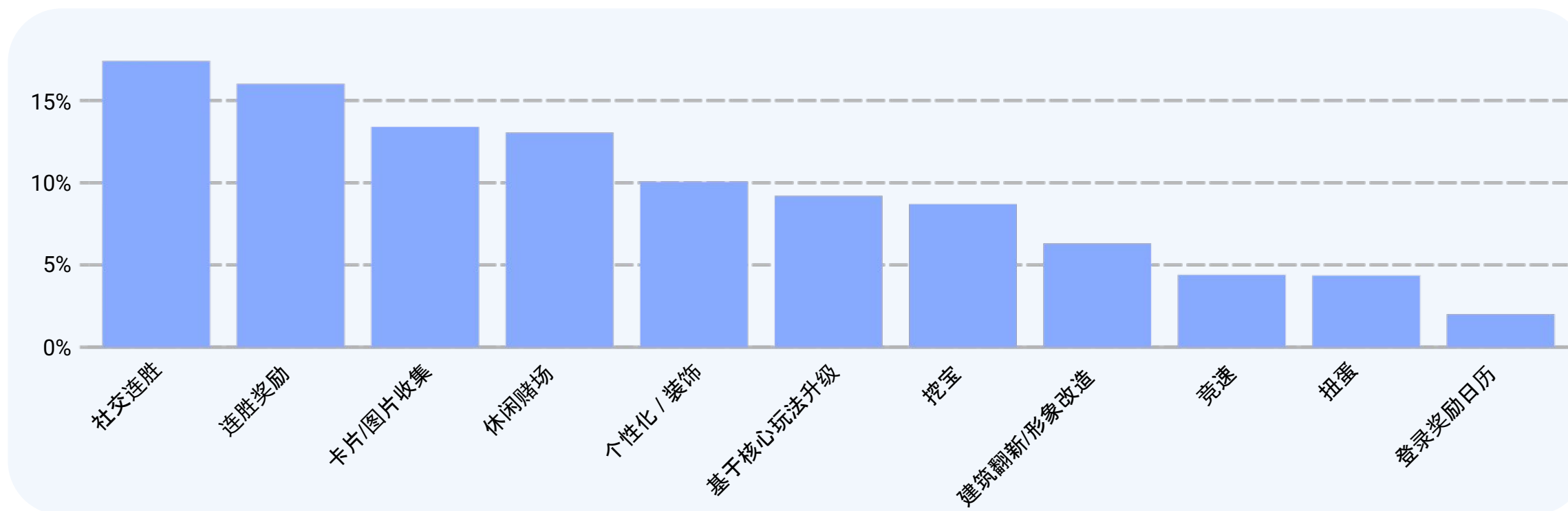
新活动中较为常见的选择包括社交连胜，连胜机制以及卡片/图片收集，这些机制正在不断渗透到混合休闲领域中。

值得注意的是，尽管竞赛类活动整体受欢迎程度较高，但作为全新活动形式推出的频率却明显偏低。相反，游戏更倾向于在保留底层机制不变的情况下，仅更新活动主题和视觉表现。

每款游戏每月新活动上线动态



新活动中的游戏机制分布*



*不包括未注明游戏机制的活动

增长中的玩法机制

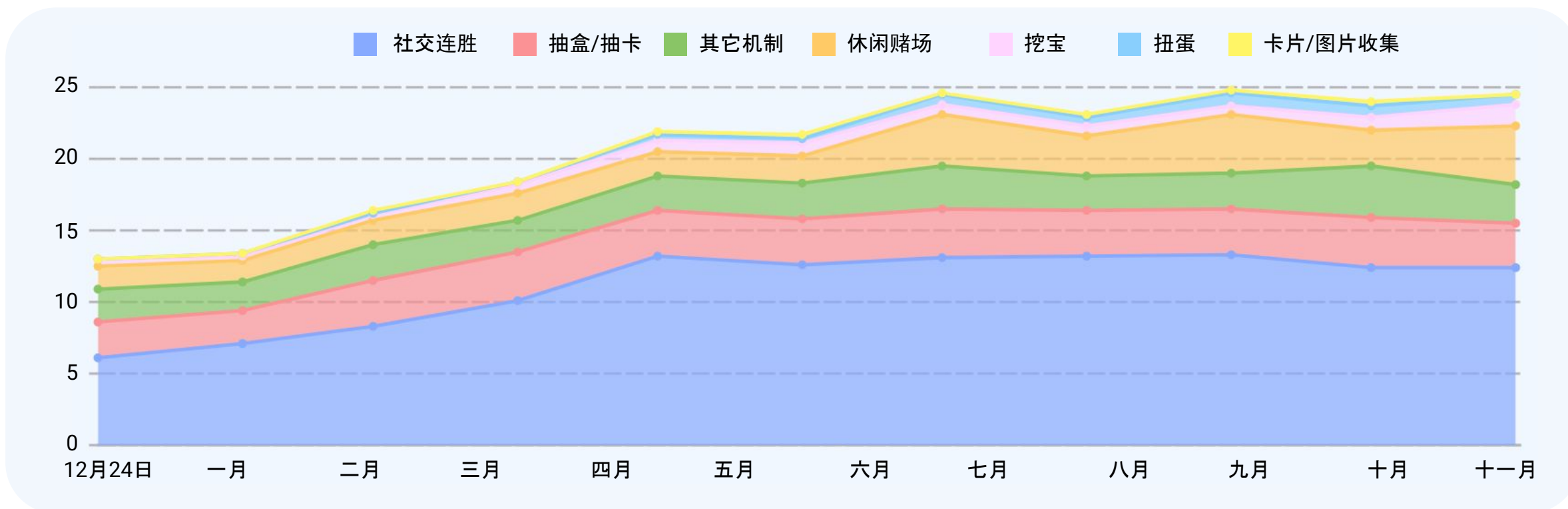
挖宝和抽卡机制在活动排期中的增长尤为显著。尽管它们在该细分领域中的整体占比仍然有限，但游戏正逐步从休闲领域引入这些机制，从而进一步加深其实时运营布局。

在主流机制中，社交连胜展现出尤为强劲的增长(+114%)，主要得益于实时运营活动排期密度的提升。

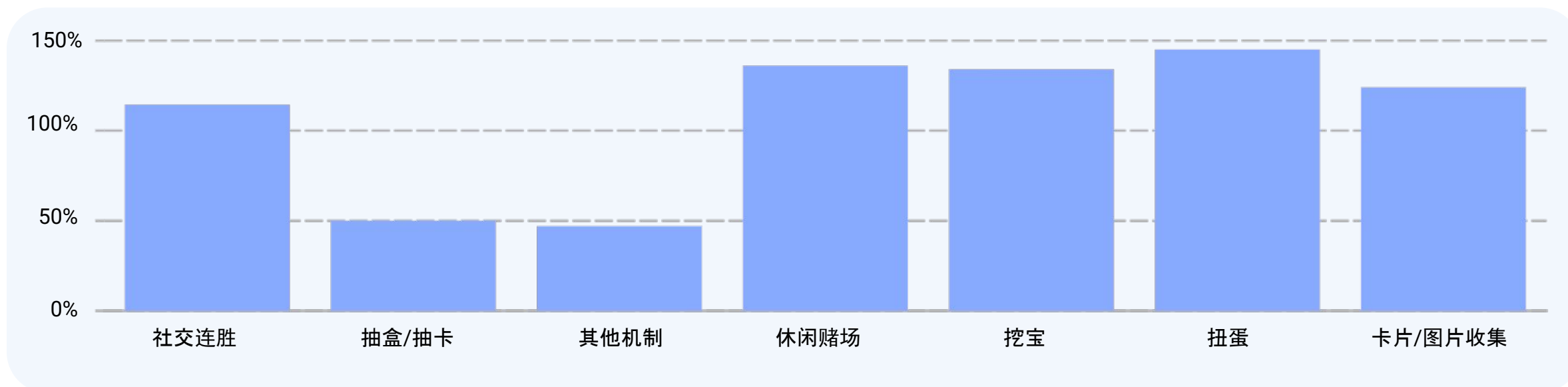
休闲赌场机制也从年中开始出现不稳定但明显的增长，全年平均增幅达到132%。



每款游戏中增长最快的玩法机制月度变化



按每款游戏上线次数统计的增长最快玩法机制(%)



增长中的玩法机制：挖宝

挖宝机制传统上广泛应用于休闲赌场类游戏以及其他休闲游戏中。

不过，今年该机制也开始在混合休闲游戏和轻度益智类游戏中获得关注。

近期的一个代表性案例是《Screwdom》：该活动基于挖宝机制设计，玩家通过完成关卡获得镐子，并使用镐子在网格中挖掘方块，以寻找宝石和其他道具。随着宝石的发现和网格推进，玩家可以获得包括游戏内货币和增益道具在内的多种奖励。

采用挖宝机制的游戏：



Block Jam -
3D Block
Puzzle



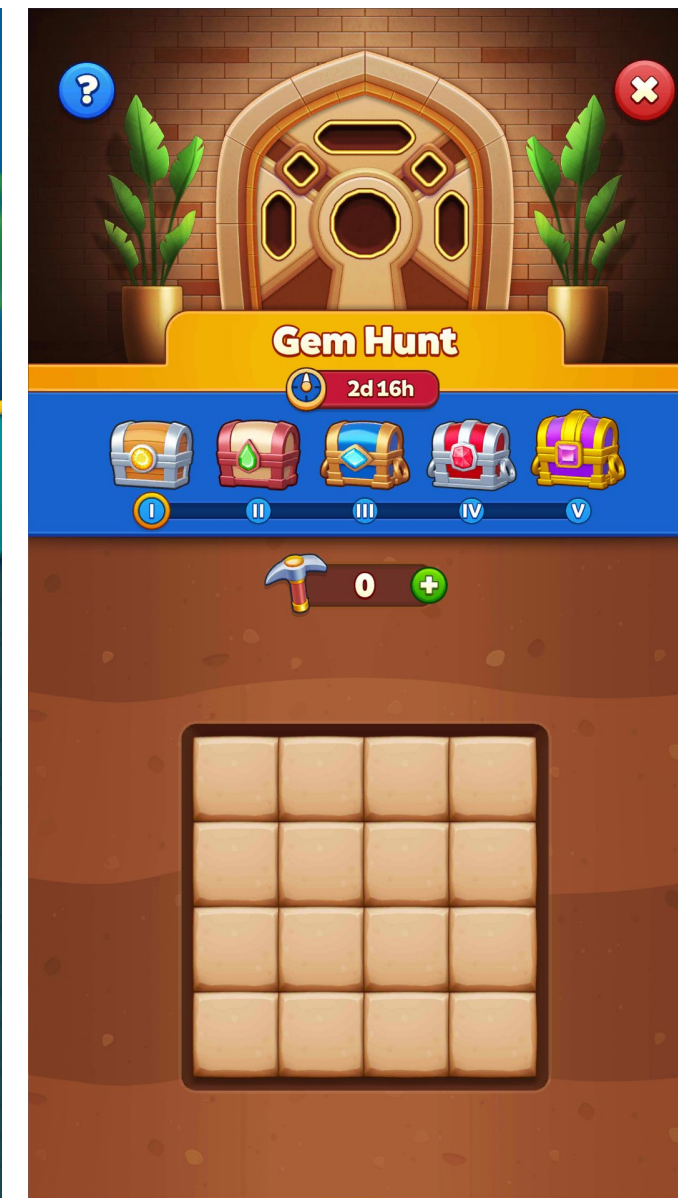
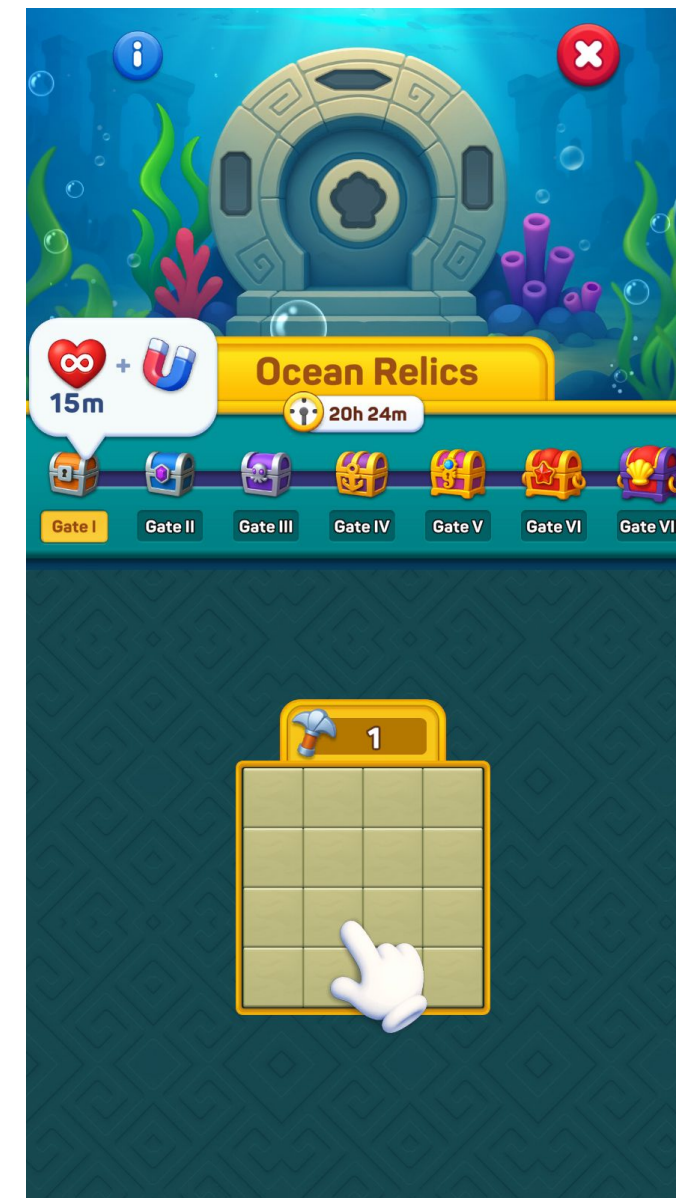
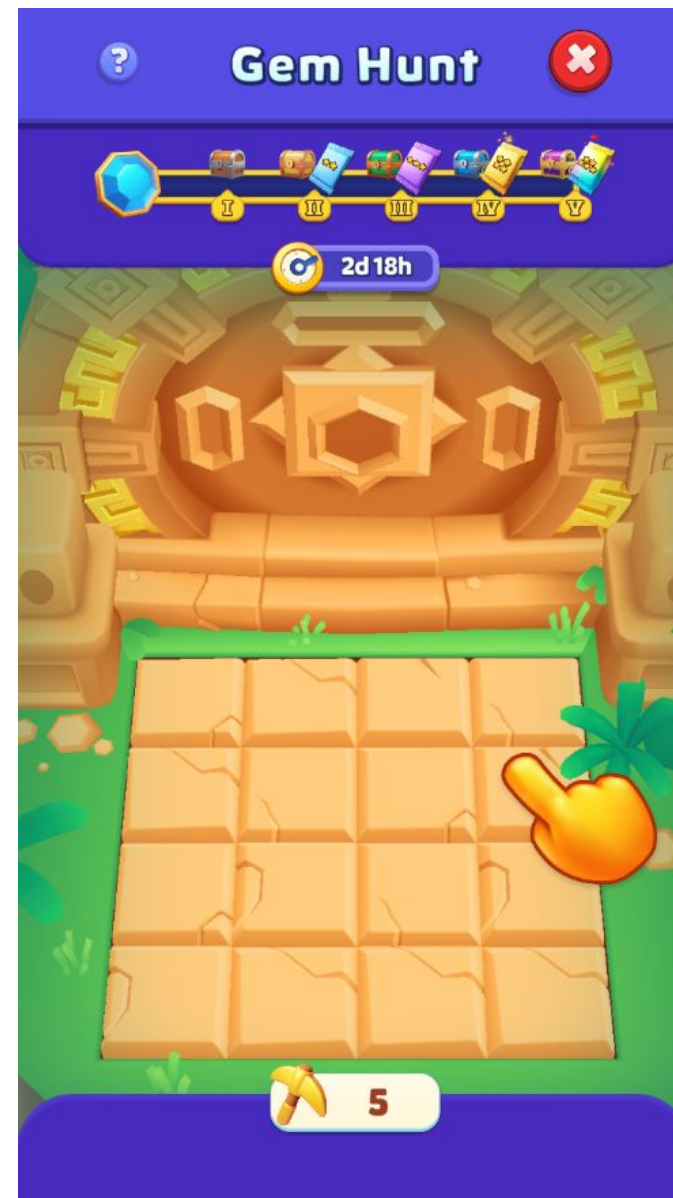
Screwdom



Collect Em All!
Clear the Dots



Goods Puzzle:
Sort Challenge™



玩法机制覆盖率：

36%

同比增长率：

134%

增长中的玩法机制：休闲赌场

休闲赌场机制自年中开始在混合休闲领域逐步走红。

其实现形式已不再局限于幸运钉板风格的机器，还扩展至老虎机(例如《Block Jam - 3D Block Puzzle》中的Pastry Partners活动)，抽卡机制，或其他随机抽奖形式(如《Survivor!.io》中的Fruit Frenzy，以及《My Perfect Hotel》中的情人节活动)。

采用休闲赌场机制的游戏：



My Perfect Hotel



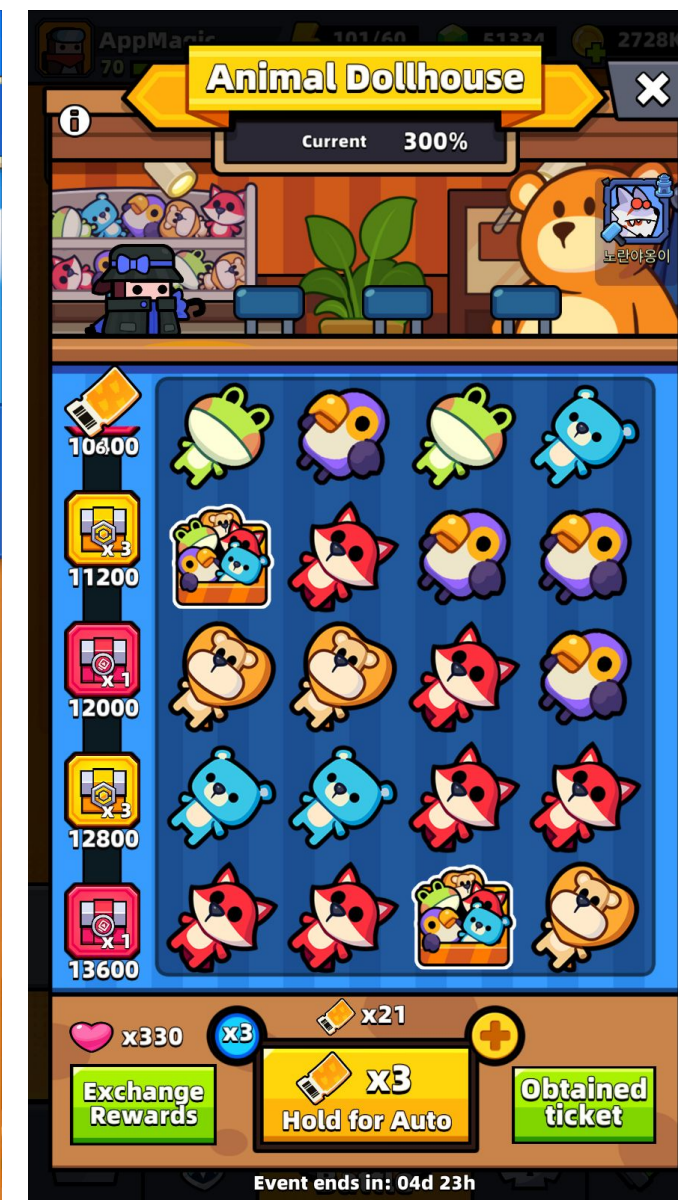
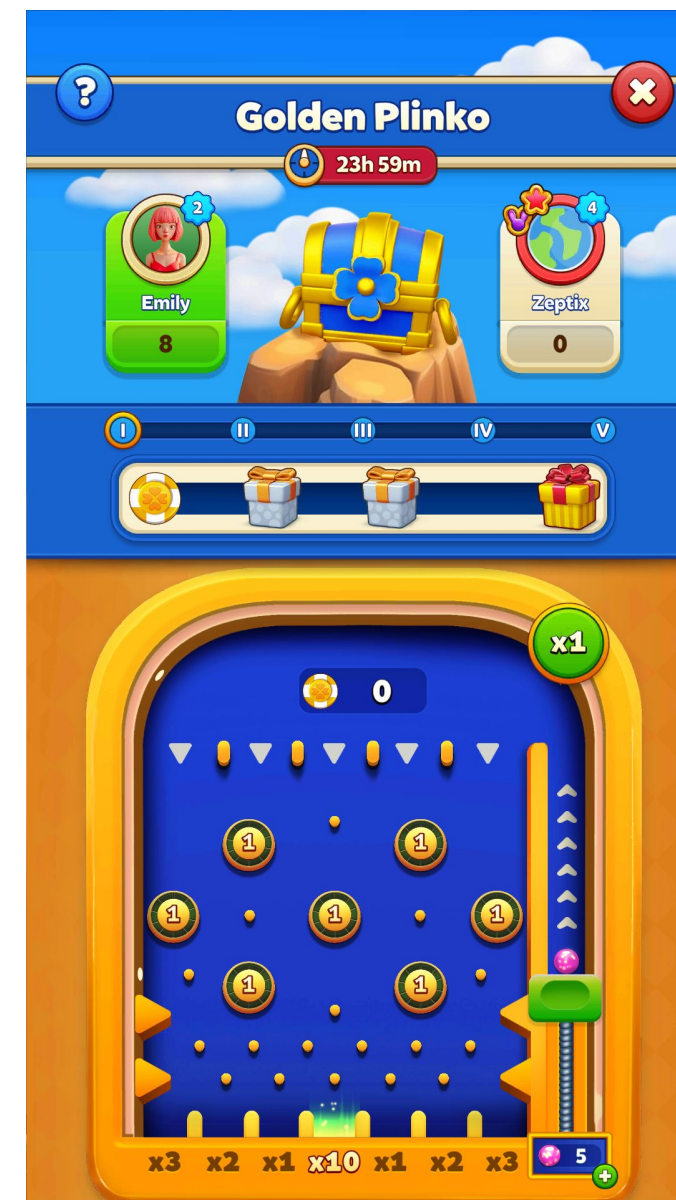
Survivor!.io



Block Jam - 3D Block Puzzle



Match Factory!



玩法机制覆盖率：

45%

同比增长率：

136%

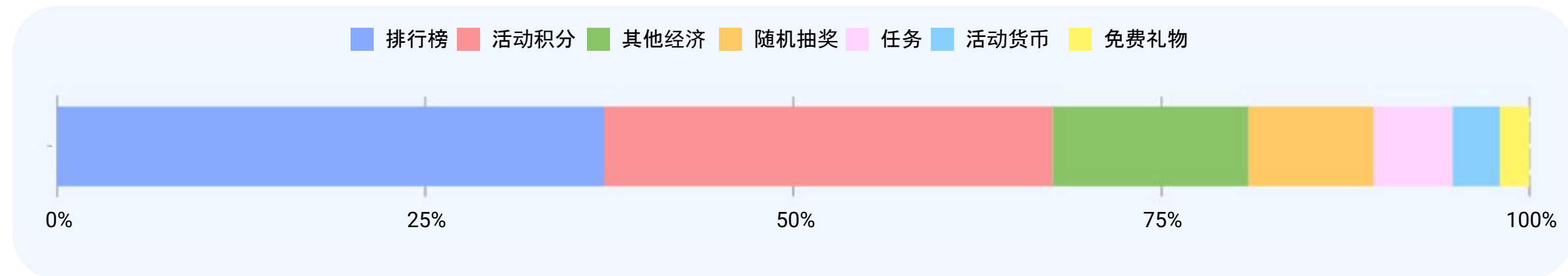
游戏内经济与变现体系

混合休闲游戏的活动设计通常主要面向硬核玩家，但并不一定针对付费玩家。这类活动几乎无法仅通过日常活跃游玩完成，往往需要观看广告或进行付费，整体上对广告变现的依赖度较高。

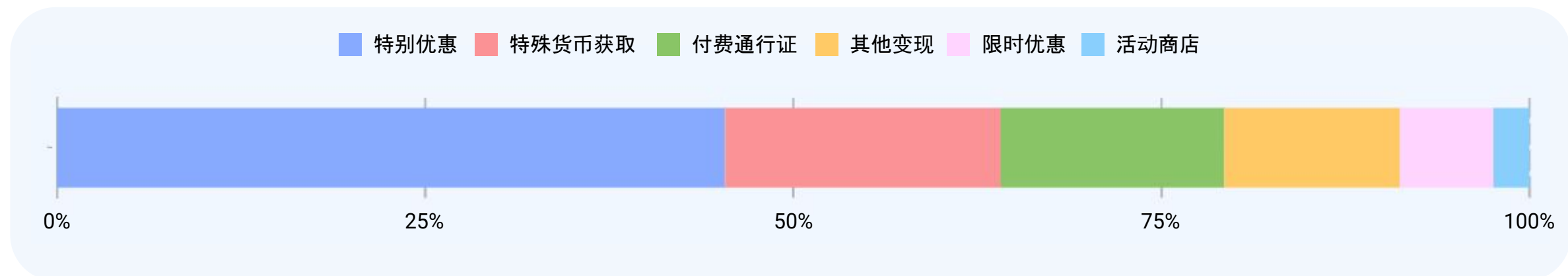
面向付费玩家的活动同样存在，通常围绕排行榜机制构建，以增强竞争动力。

与休闲游戏不同的是，尽管近年来玩法机制不断加深，混合休闲领域的活动很少以大R玩家为核心目标。

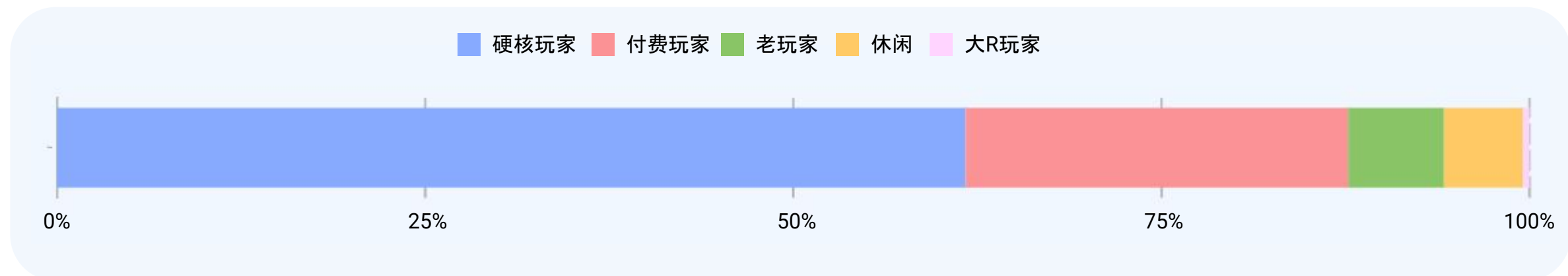
按经济标签拆分



按变现类型拆分



按玩家类型拆分



节假日

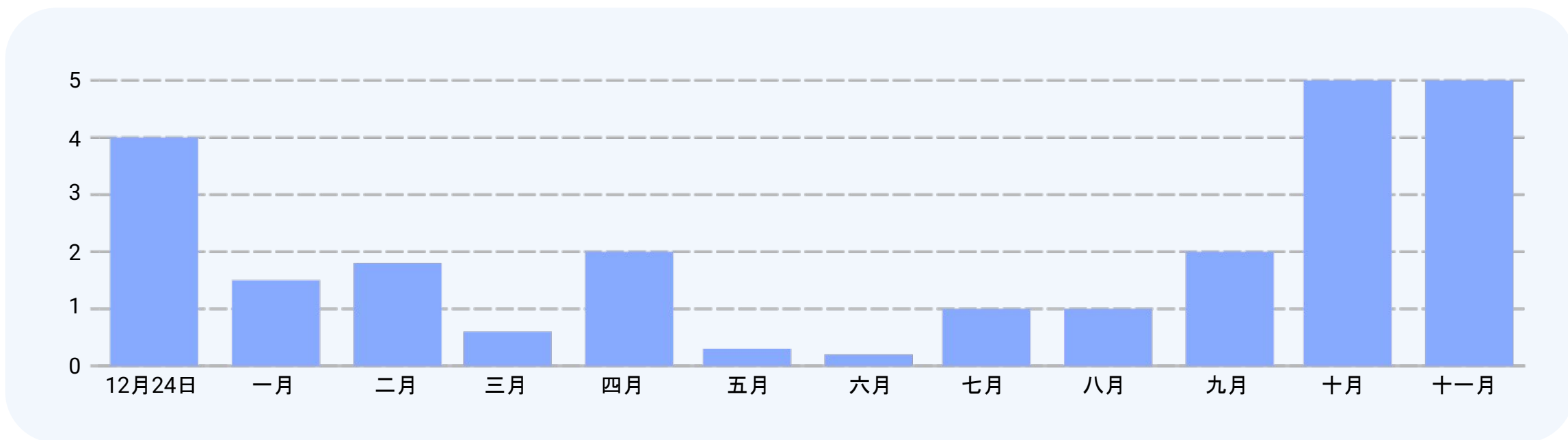
与大多数细分领域类似，混合休闲游戏当前活动密度最高的时期同样集中在秋冬假日季。

不过，与休闲和中重度细分领域不同，全年其余时间几乎始终处于低活跃状态，仅在2月(情人节)和4月(复活节)出现小幅波动。其月均活动数量也明显更低。

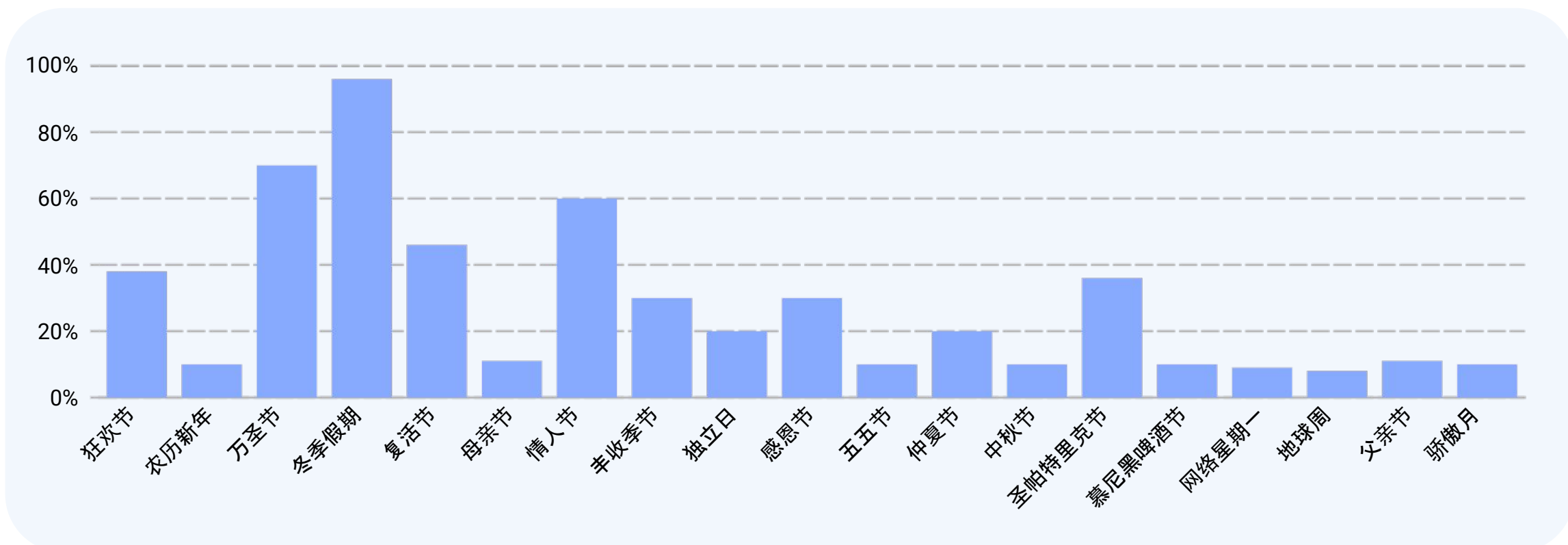
在高峰期，单款游戏最多可同时运行多达5个活动，而在春末和夏季，活动数量则下降至平均每款仅0.5个。

尽管整体上对节假日的依赖度较低，但部分节日仍保持相对较高的人气，例如狂欢节和圣帕特里克节，在36-38%的游戏中均有体现。

每款游戏的节假日活动平均数量



移动游戏中最受欢迎的节假日



用户动机

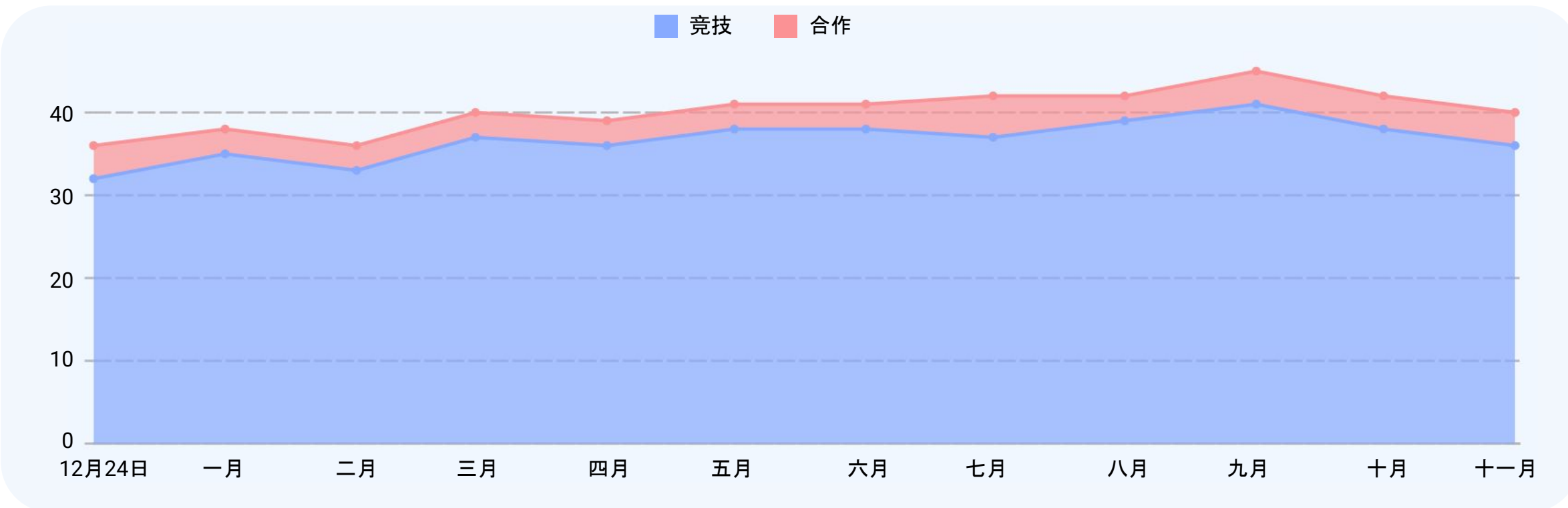
混合休闲领域的活动主要聚焦于竞争型玩法。竞争类活动增长的核心驱动力是此前提到的社交连胜机制。

与此同时，合作类活动也出现了小幅增长。例如，在《Block Jam - 3D Block Puzzle》中，Pastry Partners活动会定期举行，玩家可与另外四名玩家组队，共同参与蛋糕制作活动。这类活动占比的提升，反映出该细分领域中实时运营的逐步深化。

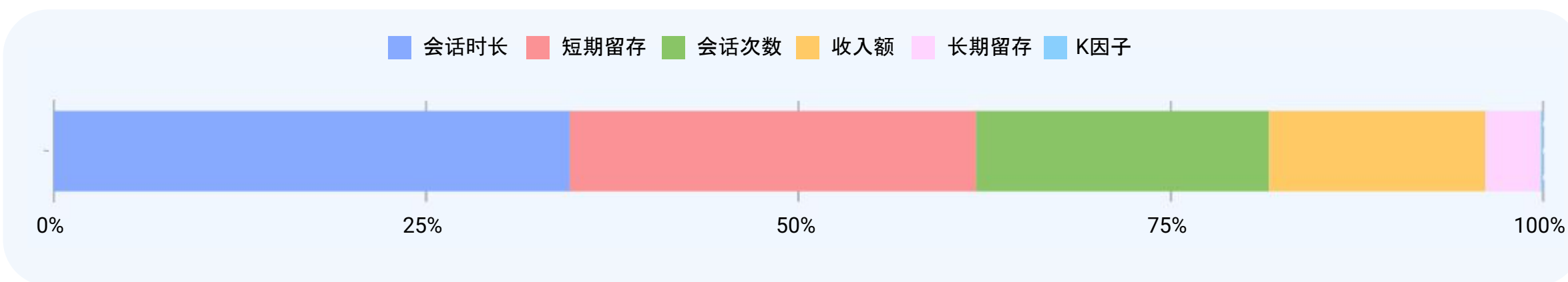
总体来看，混合休闲领域中的游戏活动主要围绕两个核心指标展开：游戏时长和短期留存。



按社交动机拆分



按变现目标拆分



Maxim Kozhnov

Azur Games

CRO(首席营收官)

对于Azur Games而言,实时运营是与玩家保持一致性的最有效方式。追踪竞速机制的上升或钓鱼活动的下滑等趋势,能帮助我们实时调整策略。这不仅仅是跟随潮流,更是做出聪明且及时决策的过程。观察其他工作室如何安排活动,让我们拥有更广阔的视野,将猜测转化为明确的战略。

Tatiana Kondratyeva

Play Pack

CEO(首席执行官)

作为一家小型初创公司,我们没有足够的资源去进行全面的市场调研。AppMagic完美地填补了这一空白。它为我们提供了关于趋势,品类和变现策略的快速且可靠的洞察,使我们能够专注于打造优秀的游戏。从创意阶段到实时运营管理,AppMagic帮助我们聚焦真正重要的事情,避免了许多代价高昂的失误。

Oleg Nalimov

AppQuantum

执行制片人

AppMagic会根据我们的反馈不断优化平台,满足我们在市场与实时运营分析方面的需求。快速迭代让我们始终走在市场变化的前沿,而简洁易用的深度研究工具简化了趋势分析流程,不仅助力现有项目的优化,也为新项目的开发提供了灵感,从而大大提升了我们的战略决策能力。

Mike Koh

Google APAC

首席分析顾问

我们的团队每天都在使用AppMagic, 提取能够助力核心客户增长的可操作性洞察。其直观的界面与高效的工作流程极大提升了生产力, 而强大的实时运营智能工具则为游戏运营提供了至关重要的洞察与支持。

Juha Lindell

Play Ventures VC

平台总监

AppMagic在帮助我们掌握实时运营方面发挥了不可替代的作用。它揭示了高层次的活动模式, 例如头部游戏同时运行多少活动, 如何在一周内安排活动节奏, 以及平日与周末活动之间如何平衡, 使我们能够在不陷入琐碎细节的前提下提取成熟的运营框架。如果没有AppMagic, 我们根本无法手动追踪和拆解每一个活动, 录制视频, 记录数十款游戏的精准时间点。但凭借AppMagic快捷直观的工具, 我们能将有限的时间投入到最具潜力的活动形式上, 并作出数据驱动的决策。对于那些没有能力配置全套内部活动拆解团队的公司来说, AppMagic帮助他们打破壁垒, 实现更智能, 更具影响力的实时运营策略。

关于AppMagic



AppMagic是一站式的应用市场分析解决方案，覆盖移动端与Steam应用市场，提供全面的数据洞察，帮助您领先竞争对手，识别增长机会，并最大化收入表现。



我们将复杂数据通过直观界面转化为可执行的洞察。无论您是开发者，市场营销人员还是发行商，AppMagic都能助您做出推动成功的明智决策。

作为一个Next-gen工具集，它被设计用来快速简单的发现可执行的高质量洞察，就如魔法一般！

感谢观看



欢迎扫码订阅公众号
查看更多行业洞察并联系我们