

中国

小游戏 行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

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

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/727231.html>

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

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

二、报告目录及图表目录

1、微信打造小程序平台一来，小程序游戏悄然成为流量新宠

2024年8月，根据媒体消息苹果正要求微信、抖音配合封堵其APP中的“支付漏洞”，因为开发者和用户正利用“漏洞”将支付引导到苹果生态之外，从而避免30%的苹果税。

交锋缘起于微信内不断壮大的小游戏生态。报道进一步指出，苹果要求腾讯禁用游戏内创作者和玩家之间的聊天功能，该功能也可用于提供支付链接。如不改变，苹果未来将拒绝提供微信更新。

据国内媒体报道，在部分微信小游戏内，当玩家充值时，系统会将用户导向“客服聊天”界面，用户向客服发送充值指令后，客服返回一条支付链接，之后用户就可以通过微信支付完成充值。这一操作避开了被苹果收取30%的佣金。

小程序游戏（或称小游戏）是运行在APP平台上的轻量级应用程序，一般搭载在超级APP，如微信、抖音等软件上。相比传统的APP游戏，小游戏最直观的特征在于无需下载，点击直玩，更容易满足玩家即时性、碎片化的娱乐需求。

国内小游戏平台最大的当属微信小程序游戏平台。微信小游戏平台诞生于2017年的《跳一跳》，并在2018年开放接入，目前已有接近40万开发者，2023年小游戏规模同比增长超50%，超100个团队季度流水超千万元。

资料来源：公开资料整理

小游戏的兴起离不开“用户+内容+平台”三方的共同作用，层层递进。

（1）用户层面，客观条件上微信小程序较高的渗透率表明互联网用户已逐步养成小程序的使用习惯，为小游戏提供良好的发展土壤；

（2）技术革新一定程度上降低了小游戏的进入门槛并提升了小游戏的上限，使得更多品类的游戏可以进入小程序平台，丰富了小游戏的内容供给；

（3）平台侧，小游戏能够进一步挖掘平台流量潜力并拓展变现空间，并且抖音向微信导流亦完善了小游戏赛道的变现循环。成熟的商业生态使得越来越多的厂商与用户进入这一赛道。

如今，互联网已进入存量博弈时代，小程序已成为重要的引流方式。由于小程序具有免下载、易传播的特点，用户对小程序使用逐步提升，小程序已成为用户互联网使用场景的重要组成部分，互联网用户或逐步倾向于选择小程序作为应用使用场景。

或由于微信的产品定位在于支付、社交与办公等，与短视频及其他产品相比，微信使用频次更高，每次使用时间适中，与各类型小程序有较好的契合度。微信小程序近90%的渗透率或说明微信用户已经养成较好的小程序使用习惯，为微信小游戏兴起奠定用户基础。

资料来源：QM，观研天下数据中心整理

从新上线小程序类型来看，手机游戏一骑绝尘，成为新上线小程序最主要的类型。

资料来源：QM，观研天下数据中心整理

2、小游戏完美符合轻量化、碎片化的娱乐需求，行业尚未出现垄断性龙头公司

在经历了移动互联网红利和线上经济红利后，游戏行业急需新的增长引擎。小游戏赛道，面向更轻量化、碎片化游戏体验需求，通过挖掘更多更深层次的用户增加收入规模。小游戏相较于APP手游及端游，在用户体验及产业定位上存在较大差异，两者之间的替代性和竞争度或较低，因此看好小游戏在游戏新增量市场的开拓：APP手游及端游更为重度，为玩家提供更有挑战性的操作、更具丰富性的玩法和更深沉浸感的体验，因此偏向于更深度的娱乐需求；而小游戏则由于倾向于更轻操作的玩法、更碎片化时间的游戏体验和社交关系延伸，较APP手游及端游存在较大差异。

作为新渠道，小游戏能够触达非传统游戏用户，打开泛圈层用户的市场。作为新平台，小游戏更适合碎片化的游玩场景，或能以此延长轻度用户的游戏时长，提升收入贡献。作为新模式，小游戏可融合IAA和IAP的商业模式，实现高效率的流量变现。

资料来源：公开资料整理

根据2024微信公开课PRO，微信小游戏亦有极为广泛的受众，超过4亿的玩家数量中，性别比例相对均衡，低线城市玩家占比约50%，且40岁以上玩家占比约40%，扩展了传统游戏玩家的边界。

资料来源：微信公开课

游戏厂商可以通过在小程序端再次发行APP游戏，延长产品生命周期。以《叫我大掌柜》为例，其APP端产品表现稳定，推出小游戏版本后，通过获得大量泛休闲玩家，在一段时间内稳居微信小游戏畅销榜TOP3之列。

资料来源：公开资料整理

从商业利益角度看，与APP游戏相比，微信小游戏可通过拉起微信支付弹窗完成游戏充值，绕开苹果/安卓商店抽成。微信本身抽成较iOSAPPstore和安卓应用渠道低，此外，微信推出了小游戏成长计划、安装内购激励、广告变现激励等扶持政策。微信在计算广告奖励金后，微信小游戏厂商可分到的流水高于传统iOS和安卓渠道。

从研发时间来看，微信于2021年推出Unity导出H5

游戏包的方案，便于中重度游戏进驻小游戏。2023年Unity团结引擎推出一站式微信小游戏解决方案，便于开发者将其他平台的游戏转换为小游戏。

H5兼容版本研发周期更短、费用更低，两种路线研发周期与成本较app游戏均有显著优势。基于H5制作后分别发布app和小游戏，小游戏开发

周期可缩短到3-4个月。据微信广告，即使是在app已有代码基础上进行转换的小游戏，研发周期与成本也能至少降至app游戏的50%，因此相较于app，小游戏相同投放效果下回本周期更短。

2023年12月，APP游戏排名前10中，9款为游戏大厂“三巨头”——腾讯、网易和米哈游旗下产品，中腰部厂商在头部APP手游的生存空间较小。而在微信小游戏畅销排名中，尚未出现大厂垄断的现象，或说明中腰部厂商在小游戏平台存在更多的机会。

微信小游戏畅销榜排名Top10 排名 运营开发游戏厂商 游戏名称 1 三七互娱 《寻道大千》 2 豪腾天佑 《咸鱼之王》 3 三七互娱 《灵魂序章》 4 乐蜀网络 《疯狂像素城》 5 波克城市 《跃动小子》 6 青时游戏 《青云诀之伏魔》 7 途游 《次神:光之觉醒》 8 寰宇九州 《小鸡舰队出击》 9 贪玩游戏 《三国吧兄弟》 10 腾讯 《欢乐斗地主》

资料来源：公开资料整理（YM）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

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

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

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

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国 小游戏 行业发展概述

第一节 小游戏 行业发展情况概述

- 一、 小游戏 行业相关定义
- 二、 小游戏 特点分析
- 三、 小游戏 行业基本情况介绍
- 四、 小游戏 行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式

3、销售/服务模式

五、小游戏 行业需求主体分析

第二节 中国 小游戏 行业生命周期分析

一、小游戏 行业生命周期理论概述

二、小游戏 行业所属的生命周期分析

第三节 小游戏 行业经济指标分析

一、小游戏 行业的赢利性分析

二、小游戏 行业的经济周期分析

三、小游戏 行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球 小游戏 行业市场发展现状分析

第一节 全球 小游戏 行业发展历程回顾

第二节 全球 小游戏 行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲 小游戏 行业地区市场分析

一、亚洲 小游戏 行业市场现状分析

二、亚洲 小游戏 行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲 小游戏 行业市场前景分析

第四节 北美 小游戏 行业地区市场分析

一、北美 小游戏 行业市场现状分析

二、北美 小游戏 行业市场规模与市场需求分析

三、北美 小游戏 行业市场前景分析

第五节 欧洲 小游戏 行业地区市场分析

一、欧洲 小游戏 行业市场现状分析

二、欧洲 小游戏 行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲 小游戏 行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界 小游戏 行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球 小游戏 行业市场规模预测

第三章 中国 小游戏 行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对 小游戏 行业的影响分析

第三节 中国 小游戏 行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对 小游戏 行业的影响分析

第五节 中国 小游戏 行业产业社会环境分析

- 第四章 中国 小游戏 行业运行情况
- 第一节 中国 小游戏 行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国 小游戏 行业市场规模分析
 - 一、影响中国 小游戏 行业市场规模的因素
 - 二、中国 小游戏 行业市场规模
 - 三、中国 小游戏 行业市场规模解析
- 第三节 中国 小游戏 行业供应情况分析
 - 一、中国 小游戏 行业供应规模
 - 二、中国 小游戏 行业供应特点
- 第四节 中国 小游戏 行业需求情况分析
 - 一、中国 小游戏 行业需求规模
 - 二、中国 小游戏 行业需求特点
- 第五节 中国 小游戏 行业供需平衡分析
- 第五章 中国 小游戏 行业产业链和细分市场分析
- 第一节 中国 小游戏 行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、 小游戏 行业产业链图解
- 第二节 中国 小游戏 行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对 小游戏 行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对 小游戏 行业的影响分析
- 第三节 我国 小游戏 行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
- 第六章 2019-2023年中国 小游戏 行业市场竞争分析
- 第一节 中国 小游戏 行业竞争现状分析
 - 一、中国 小游戏 行业竞争格局分析
 - 二、中国 小游戏 行业主要品牌分析
- 第二节 中国 小游戏 行业集中度分析
 - 一、中国 小游戏 行业市场集中度影响因素分析

- 二、中国 小游戏 行业市场集中度分析
- 第三节 中国 小游戏 行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征
- 第七章 2019-2023年中国 小游戏 行业模型分析
 - 第一节 中国 小游戏 行业竞争结构分析（波特五力模型）
 - 一、波特五力模型原理
 - 二、供应商议价能力
 - 三、购买者议价能力
 - 四、新进入者威胁
 - 五、替代品威胁
 - 六、同业竞争程度
 - 七、波特五力模型分析结论
 - 第二节 中国 小游戏 行业SWOT分析
 - 一、SOWT模型概述
 - 二、行业优势分析
 - 三、行业劣势
 - 四、行业机会
 - 五、行业威胁
 - 六、中国 小游戏 行业SWOT分析结论
 - 第三节 中国 小游戏 行业竞争环境分析（PEST）
 - 一、PEST模型概述
 - 二、政策因素
 - 三、经济因素
 - 四、社会因素
 - 五、技术因素
 - 六、PEST模型分析结论
- 第八章 2019-2023年中国 小游戏 行业需求特点与动态分析
 - 第一节 中国 小游戏 行业市场动态情况
 - 第二节 中国 小游戏 行业消费市场特点分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好

- 第三节 小游戏 行业成本结构分析
- 第四节 小游戏 行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、其他因素
- 第五节 中国 小游戏 行业价格现状分析
- 第六节 中国 小游戏 行业平均价格走势预测
 - 一、中国 小游戏 行业平均价格趋势分析
 - 二、中国 小游戏 行业平均价格变动的影响因素
- 第九章 中国 小游戏 行业所属行业运行数据监测
- 第一节 中国 小游戏 行业所属行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、行业资产规模分析
- 第二节 中国 小游戏 行业所属行业产销与费用分析
 - 一、流动资产
 - 二、销售收入分析
 - 三、负债分析
 - 四、利润规模分析
 - 五、产值分析
- 第三节 中国 小游戏 行业所属行业财务指标分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 二、行业偿债能力分析
 - 三、行业营运能力分析
 - 四、行业发展能力分析
- 第十章 2019-2023年中国 小游戏 行业区域市场现状分析
- 第一节 中国 小游戏 行业区域市场规模分析
 - 一、影响 小游戏 行业区域市场分布的因素
 - 二、中国 小游戏 行业区域市场分布
- 第二节 中国华东地区 小游戏 行业市场分析
 - 一、华东地区概述
 - 二、华东地区经济环境分析
 - 三、华东地区 小游戏 行业市场分析
 - (1) 华东地区 小游戏 行业市场规模
 - (2) 华东地区 小游戏 行业市场现状
 - (3) 华东地区 小游戏 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 小游戏 行业市场分析

(1) 华中地区 小游戏 行业市场规模

(2) 华中地区 小游戏 行业市场现状

(3) 华中地区 小游戏 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 小游戏 行业市场分析

(1) 华南地区 小游戏 行业市场规模

(2) 华南地区 小游戏 行业市场现状

(3) 华南地区 小游戏 行业市场规模预测

第五节 华北地区 小游戏 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 小游戏 行业市场分析

(1) 华北地区 小游戏 行业市场规模

(2) 华北地区 小游戏 行业市场现状

(3) 华北地区 小游戏 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 小游戏 行业市场分析

(1) 东北地区 小游戏 行业市场规模

(2) 东北地区 小游戏 行业市场现状

(3) 东北地区 小游戏 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 小游戏 行业市场分析

(1) 西南地区 小游戏 行业市场规模

(2) 西南地区 小游戏 行业市场现状

(3) 西南地区 小游戏 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 小游戏 行业市场分析

(1) 西北地区 小游戏 行业市场规模

(2) 西北地区 小游戏 行业市场现状

(3) 西北地区 小游戏 行业市场规模预测

第十一章 小游戏 行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国 小游戏 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 小游戏 行业未来发展前景分析

一、 小游戏 行业国内投资环境分析

二、中国 小游戏 行业市场机会分析

三、中国 小游戏 行业投资增速预测

第二节 中国 小游戏 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 小游戏 行业规模发展预测

- 一、中国 小游戏 行业市场规模预测
- 二、中国 小游戏 行业市场规模增速预测
- 三、中国 小游戏 行业产值规模预测
- 四、中国 小游戏 行业产值增速预测
- 五、中国 小游戏 行业供需情况预测
- 第四节 中国 小游戏 行业盈利走势预测
- 第十三章 2024-2031年中国 小游戏 行业进入壁垒与投资风险分析
- 第一节 中国 小游戏 行业进入壁垒分析
 - 一、 小游戏 行业资金壁垒分析
 - 二、 小游戏 行业技术壁垒分析
 - 三、 小游戏 行业人才壁垒分析
 - 四、 小游戏 行业品牌壁垒分析
 - 五、 小游戏 行业其他壁垒分析
- 第二节 小游戏 行业风险分析
 - 一、 小游戏 行业宏观环境风险
 - 二、 小游戏 行业技术风险
 - 三、 小游戏 行业竞争风险
 - 四、 小游戏 行业其他风险
- 第三节 中国 小游戏 行业存在的问题
- 第四节 中国 小游戏 行业解决问题的策略分析
- 第十四章 2024-2031年中国 小游戏 行业研究结论及投资建议
- 第一节 观研天下中国 小游戏 行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节 中国 小游戏 行业进入策略分析
 - 一、行业目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择
- 第三节 小游戏 行业营销策略分析
 - 一、 小游戏 行业产品策略
 - 二、 小游戏 行业定价策略
 - 三、 小游戏 行业渠道策略
 - 四、 小游戏 行业促销策略
- 第四节 观研天下分析师投资建议
- 图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/727231.html>