

“评头论足” 女性向游戏那些事—

2020“她游戏” 大数据 研究报告

Mob研究院 ♥ 出品



01

『她游戏』市场发展分析

02

『她游戏』不同游戏类型分析

03

『她游戏』75/85/95/00世代偏好

04

『她游戏』典型企业分析

05

『她游戏』未来趋势预判



01

『她游戏』 市场分析

"Her game" market analysis

“她游戏”发展：从端游、页游到手游，女玩家步步“入坑”



端游：萌芽阶段

端游特点：高配置
操作要求高，在线时间长

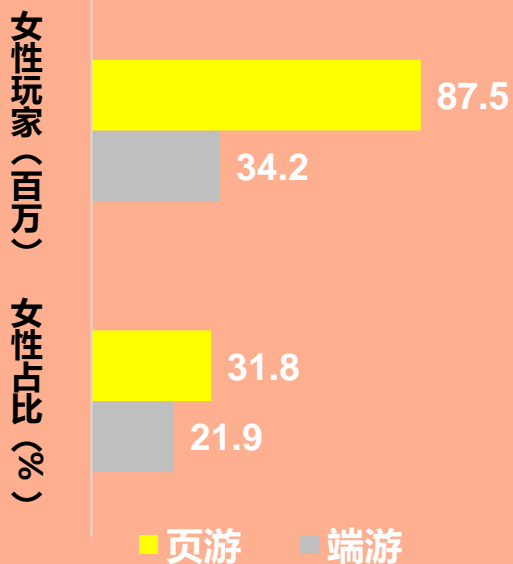
- 2001 热血传奇 MMORPG
- 2002 奇迹 MU MMORPG
- 2003 仙境传说 MMORPG
梦幻西游 MMORPG
- 2005 魔兽世界 MMORPG
征途 MMORPG
- 2008 地下城与勇士 MMOARPG
穿越火线(CF) FPS
- 2009 英雄联盟 MOBA
剑侠情缘三 MMORPG
(女性角色玩家占比37%)
- 2011 英雄联盟 MOBA
DOTA2 MOBA
- 2012 反恐精英：全球攻势 FPS
- 2014 炉石传说 策略类卡牌游戏
- 2016 守望先锋 FPS



页游：初现端倪

页游特点：操作简单
画面精美，即开即玩

- 舞蹈、赛车、偷菜类网页休闲游戏兴起
- 2016年页游女性玩家人数是端游的2.55倍



手游：大放异彩

手游 (智能手机前)
特点：物理键盘、非联网

- 贪吃蛇和俄罗斯方块等

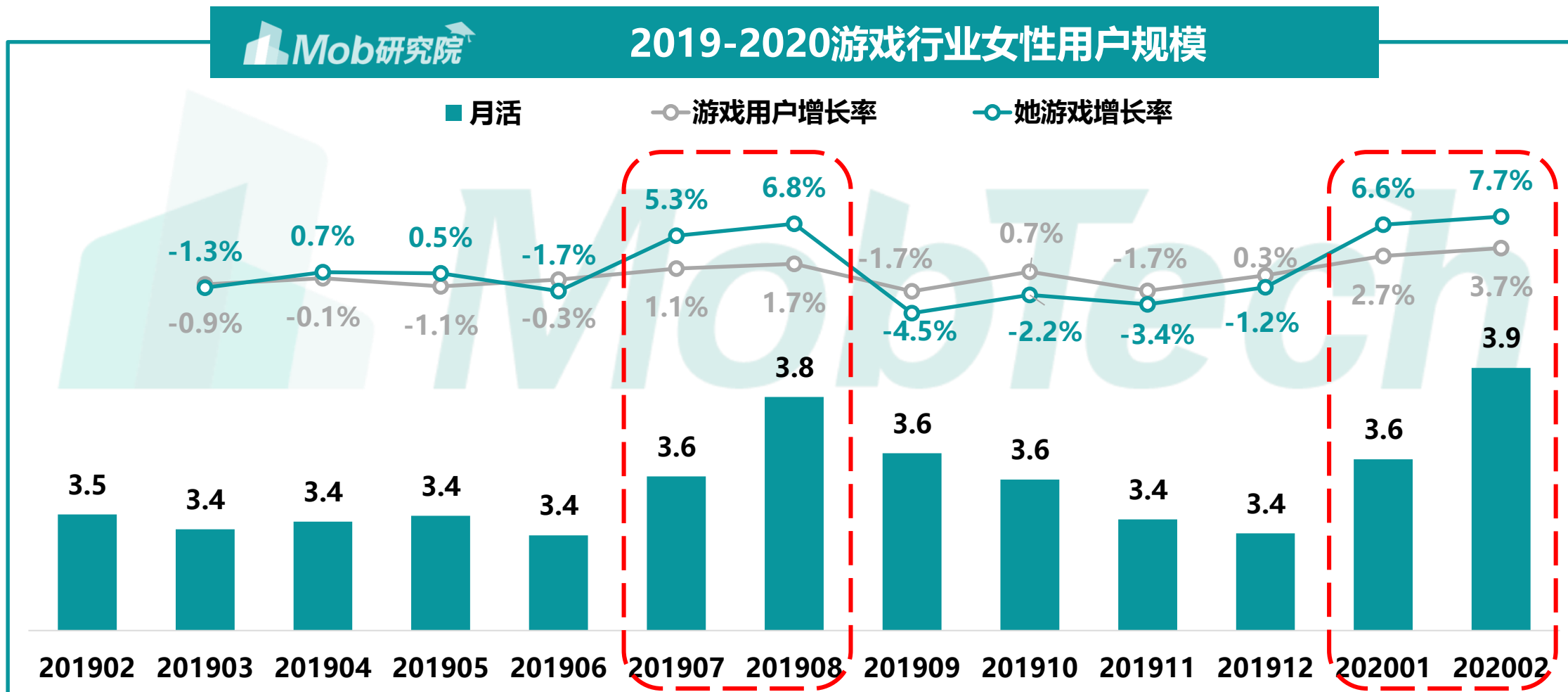
手游 (智能手机时代)

特点：虚拟键盘、联网

- 一阶段：休闲游戏。《愤怒的小鸟》、《植物大战僵尸》、《水果忍者》、《神庙逃亡》等。2017年1月水果忍者女性用户占比67%
- 二阶段：头部游戏带动女性入坑重度手游。《阴阳师》、《王者荣耀》等。2017年1月阴阳师女性用户占比35%，王者荣耀女性用户占比32%
- 三阶段：“她游戏”百花齐放

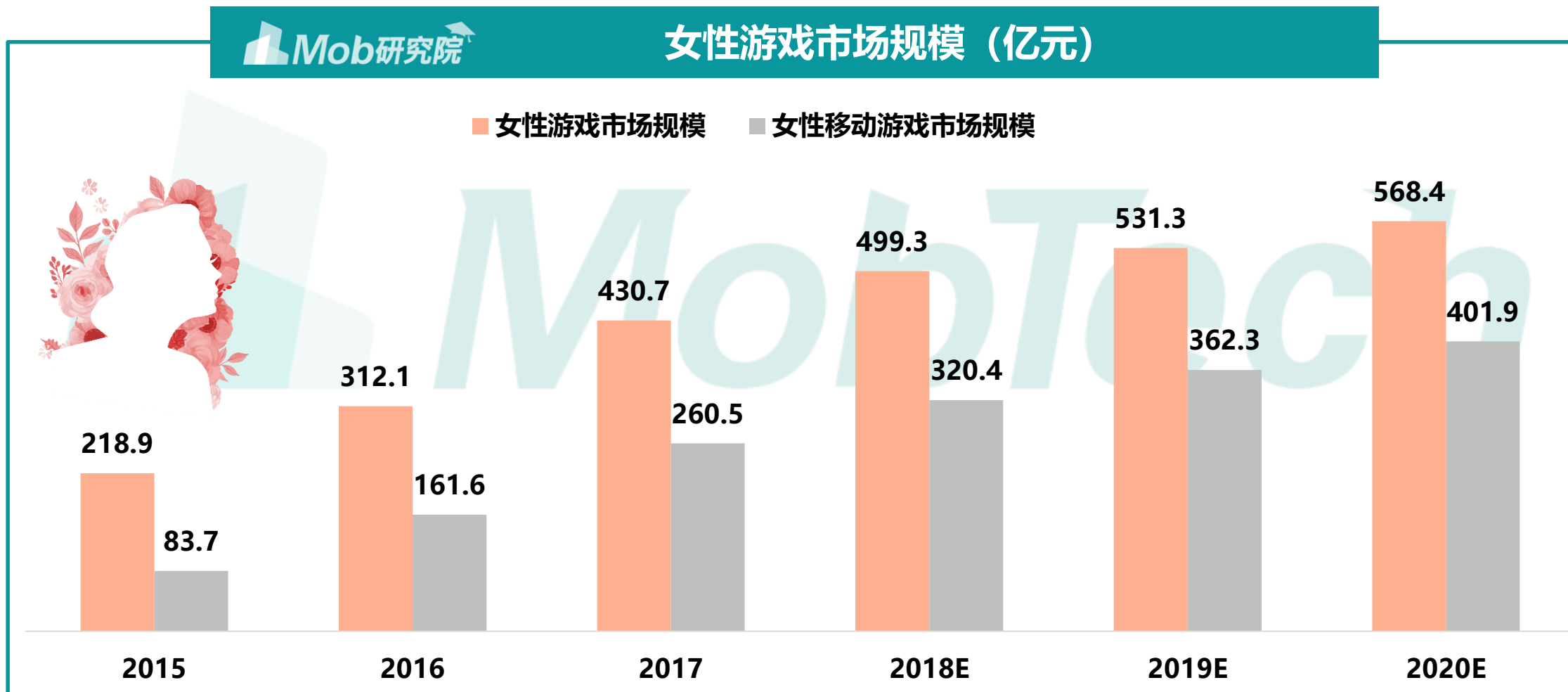
用户规模：3.9亿女性玩家来袭

与整体游戏玩家一致，女性玩家也是寒暑期更活跃，并在今年疫情期达到月活新高**3.9亿**



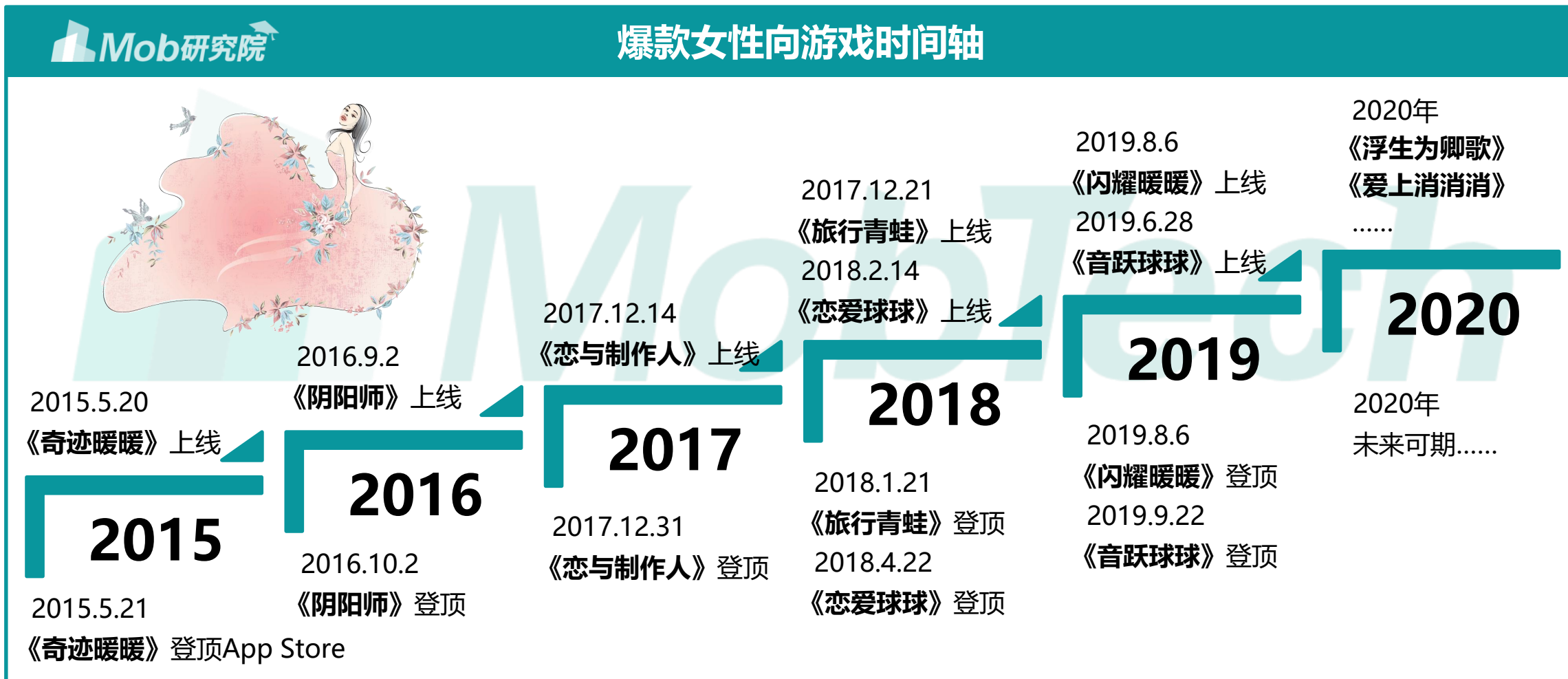
市场规模：500多亿市场，未来潜力巨大

预计在2020年，女性游戏市场规模将达到568.4亿元，她游戏潜力仍待进一步开发



游戏类型：从换装到二次元，“她游戏”爆款类型逐渐多元

《暖暖》换装、《阴阳师》二次元、《制作人》RPG、《青蛙》放置，她游戏市场日臻完善



注：爆款女性向游戏筛选规则，①女性用户占比超过70%，为女性向游戏；②App Store登顶，用户规模百万、千万级

Source: Mob研究院根据公开资料整理，七麦数据，光大证券

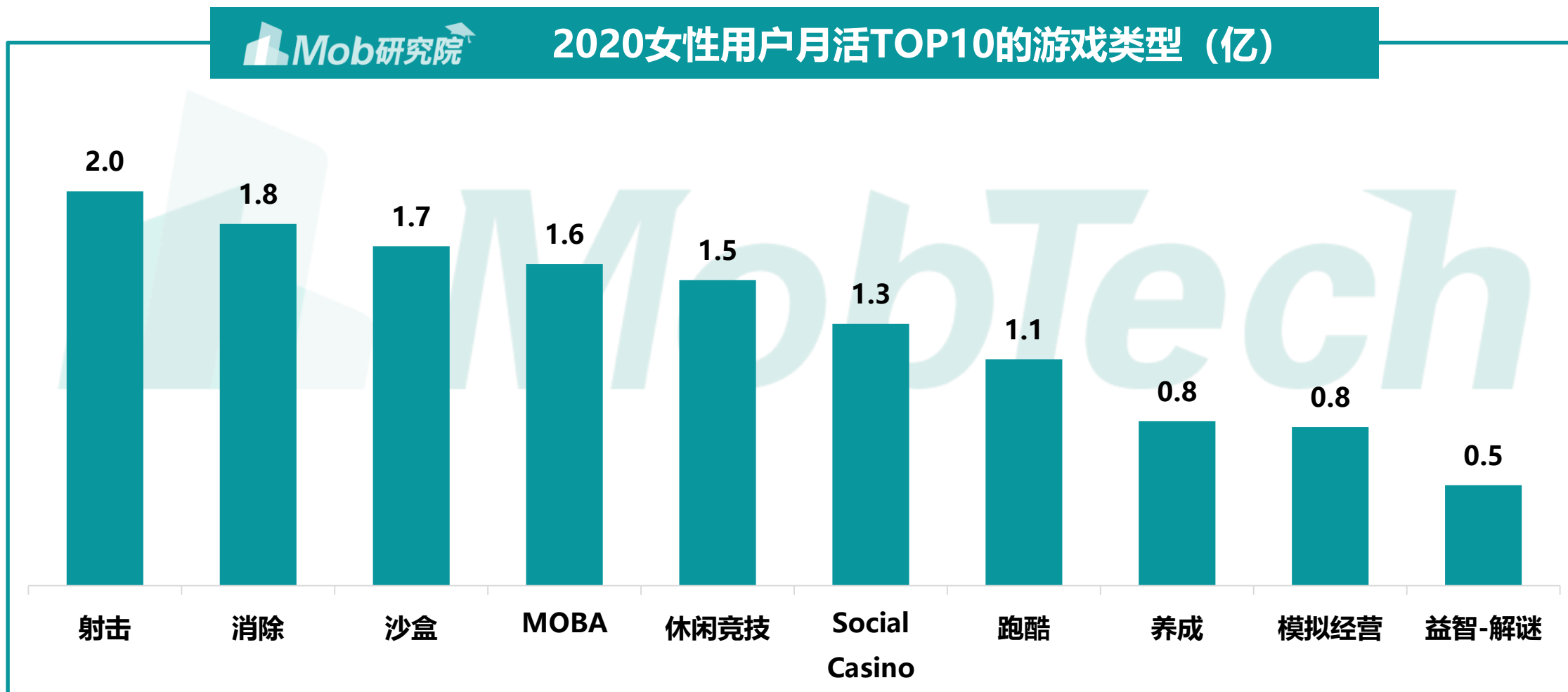
02

『她游戏』 细分品类分析

Data analysis on the type of "her game"

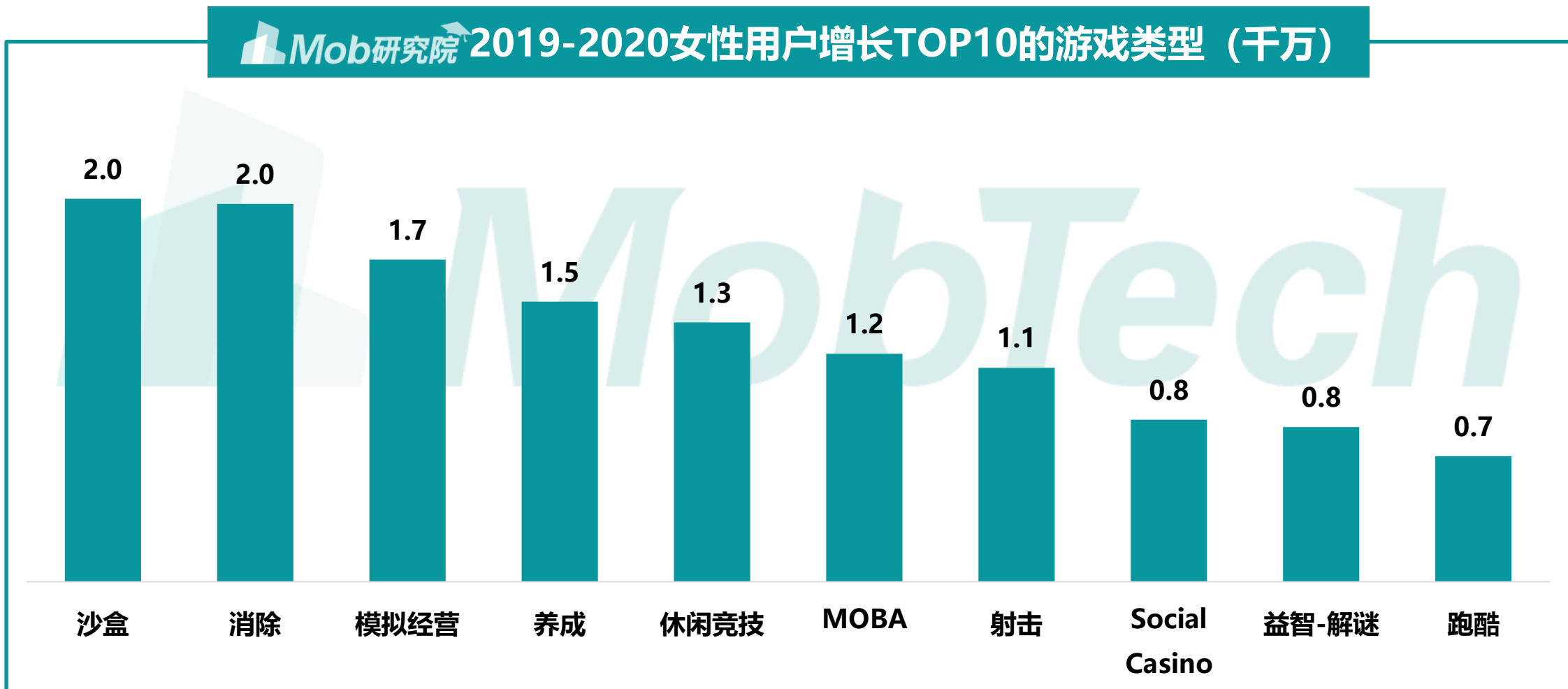
最多女性玩家类型：射击类游戏登顶

从用户规模来看，射击、消除、沙盒三类游戏的女性用户月活量最多



最具活力类型：沙盒类游戏女性用户增长最多

从增加值来看，沙盒、消除、模拟经营三类游戏的女性用户相较去年用户增长最多

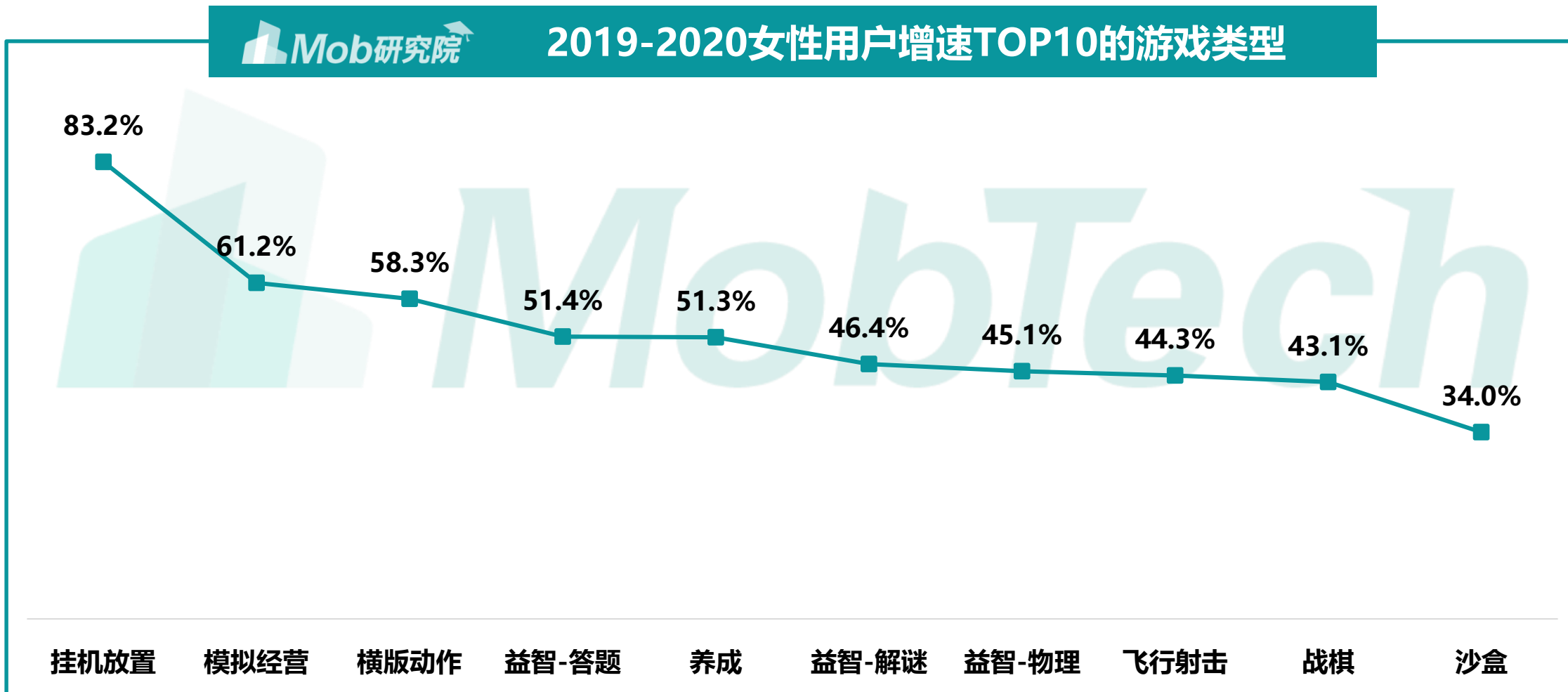


Source: MobTech, 2019.2, 2020.2

注：增长TOP10，是指2020月活量减去2019月活量的值的TOP10

最具潜力类型：挂机放置类游戏女性用户增速最快

从增长率来看，挂机放置、模拟经营、横版动作的女性用户同比增速最快

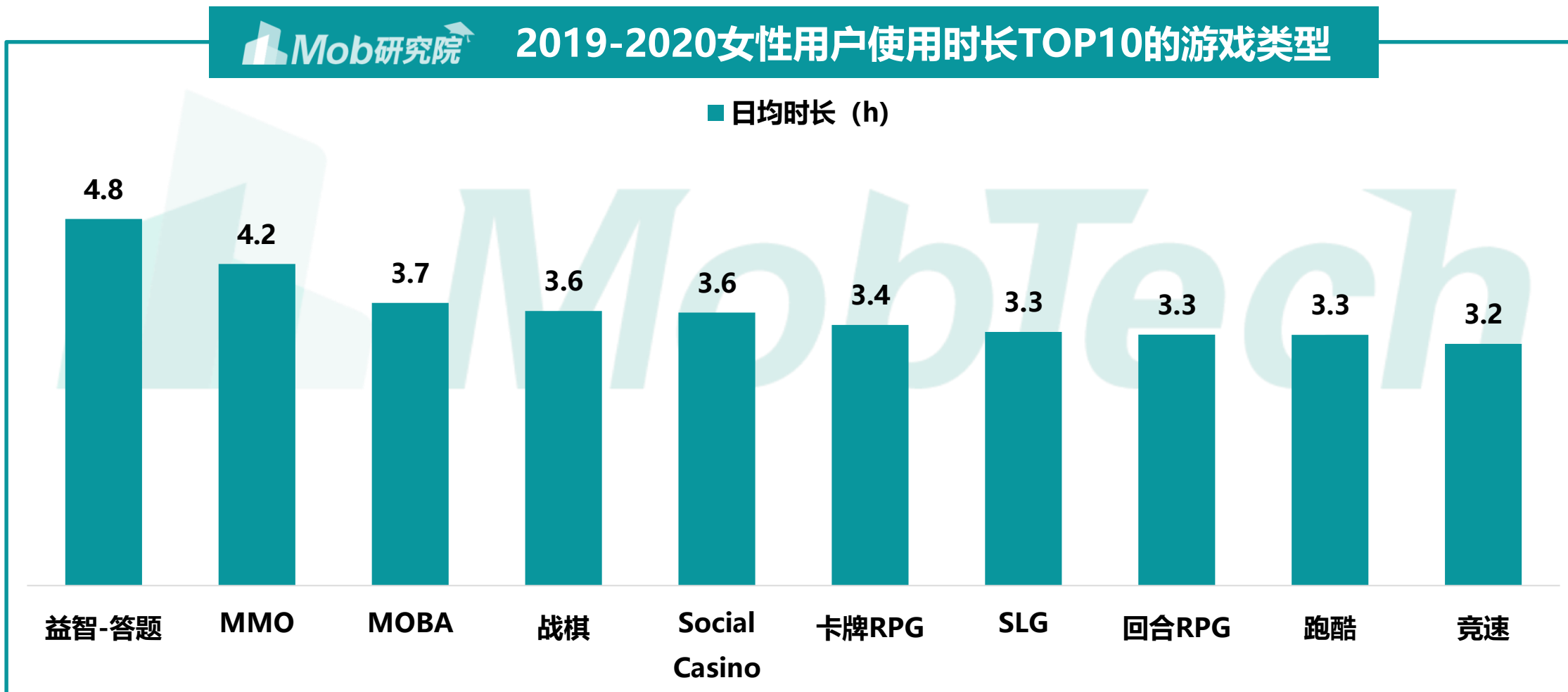


Source: MobTech, 2019.2, 2020.2

注：增速TOP10，是指同比增长率的TOP10

最具吸引力类型：益智答题类游戏沉浸时间最长

益智答题、MMO、MOBA游戏更能让女性用户沉浸进去，花费更多时间



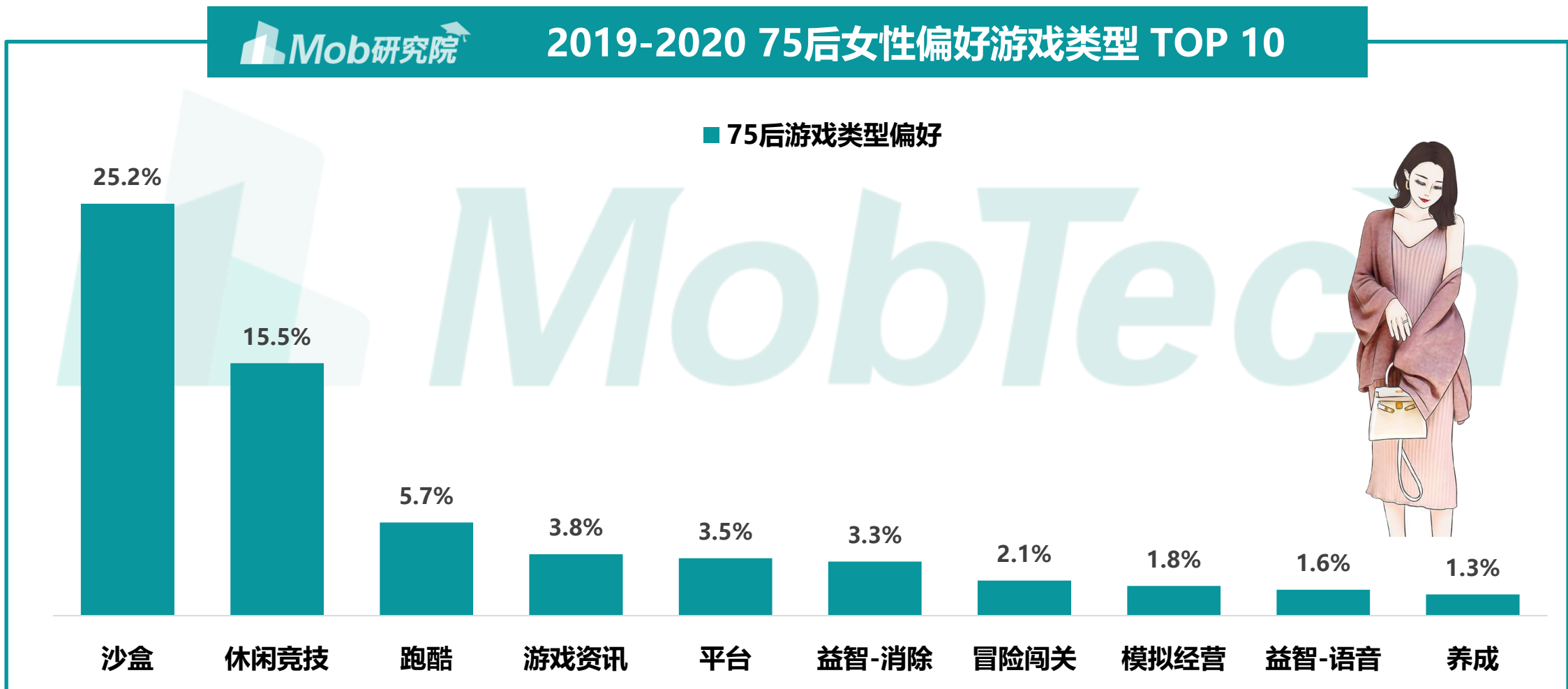
03

『她游戏』 不同世代偏好

Data analysis on the generation of "her game"

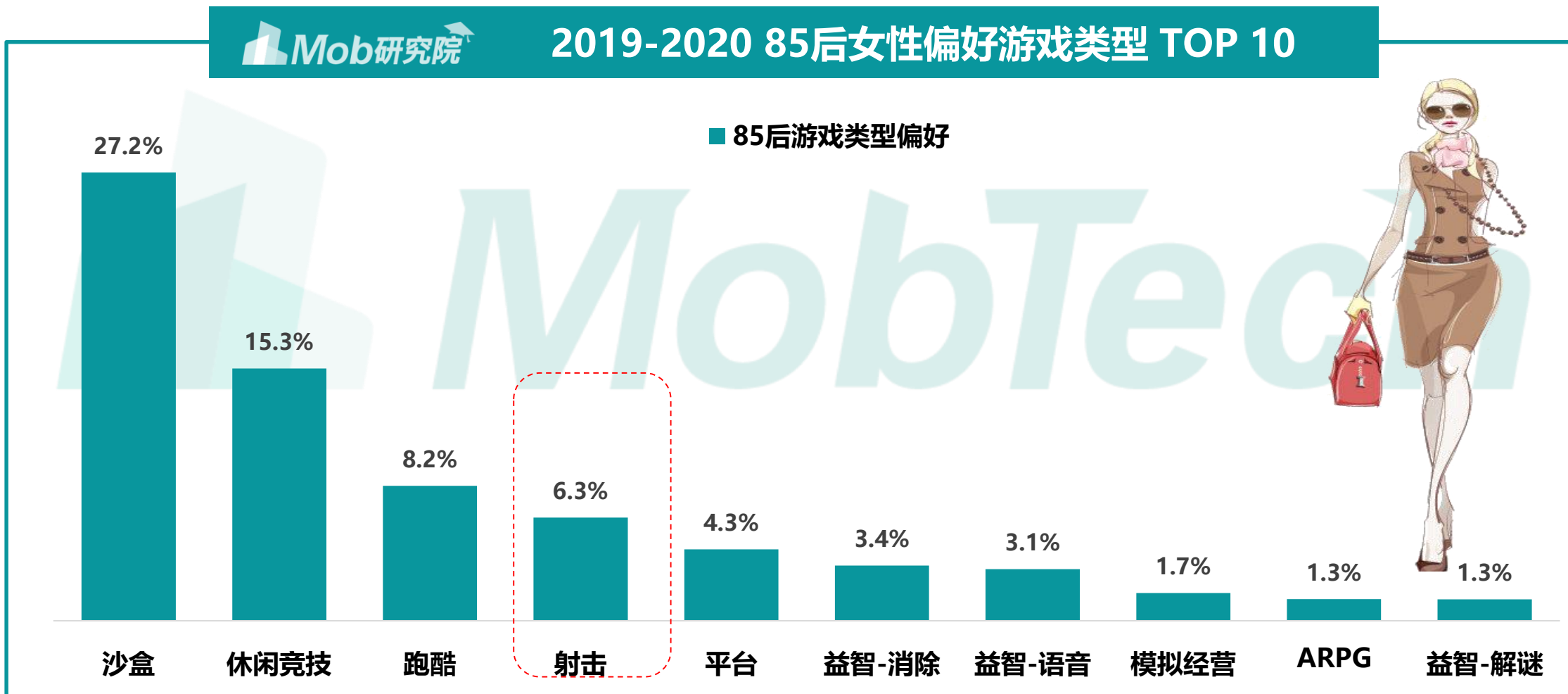
75后女性玩家游戏类型偏好—沙盒类、休闲竞技类、跑酷类

沙盒类游戏等偏重消磨时间的游戏受到偏爱



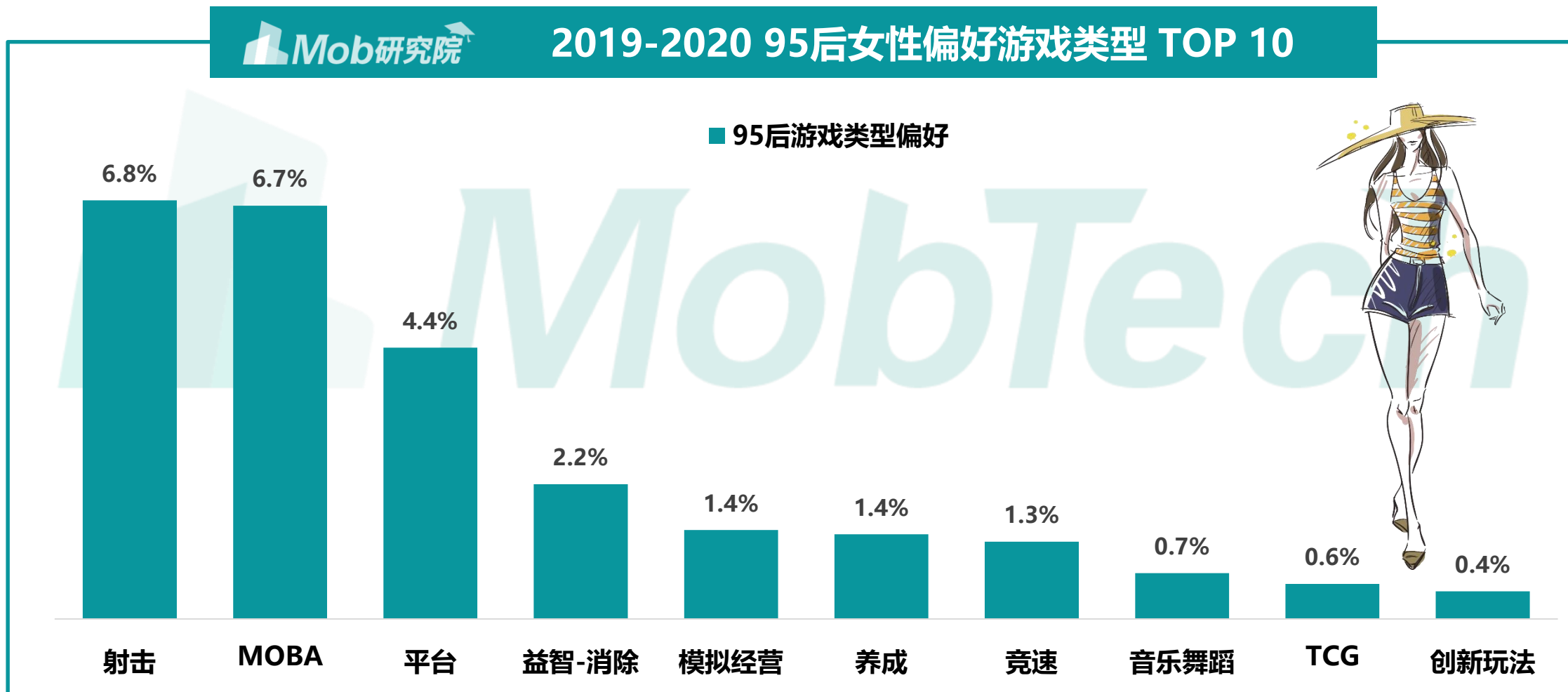
85后女性玩家游戏类型偏好—沙盒类上榜，射击类进前五

益智类游戏在TOP10中占据三席



95后女性玩家游戏类型偏好—射击类成榜首，其次是MOBA

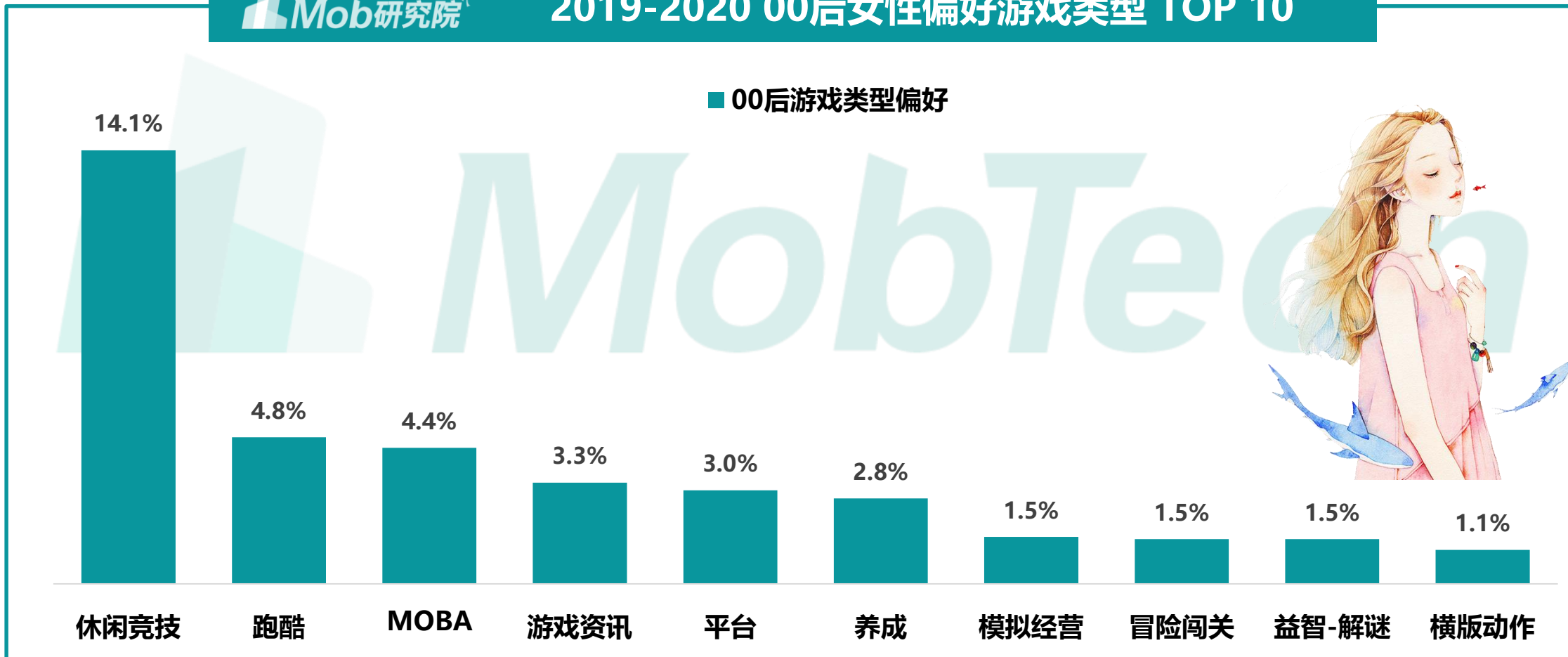
射击类、MOBA类游戏是心头好，消除类与养成类游戏亦上榜



00后女性玩家游戏类型偏好——休闲竞技类受偏爱

新兴世代女性玩家更喜爱休闲竞技类游戏，跑酷类与MOBA类也受到偏爱

Mob研究院 2019-2020 00后女性偏好游戏类型 TOP 10



不同年龄段的女性偏好的游戏类型不同

“爱”是永恒主题，女性向游戏核心在于情感与社交需求

女性向游戏类型



换装养成

爱美、渴望长大

小女孩 (18岁以下)

成熟女性-上班族



三消、跑酷

通勤路上消磨时间

恋爱养成、MOBA、射击

情窦初开、交友恋爱

年轻女性 (18岁以上)

成熟女性-妈妈



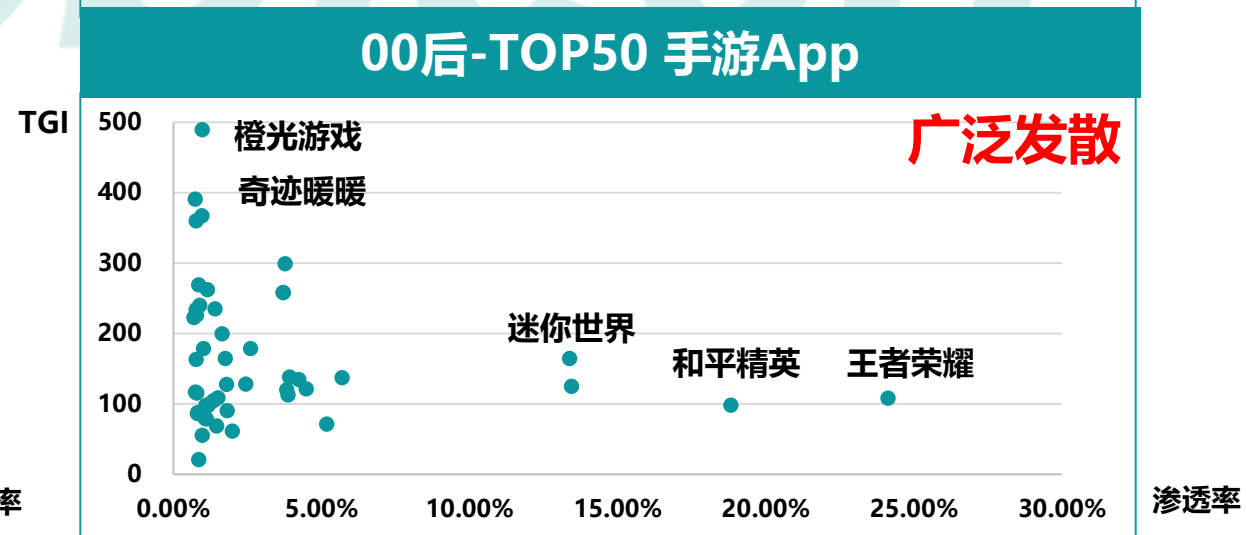
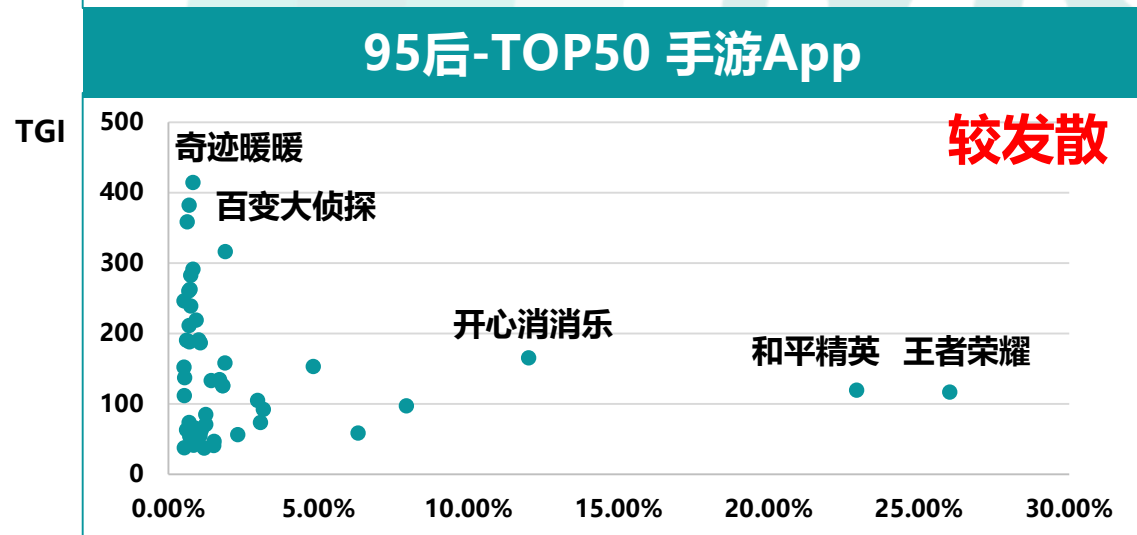
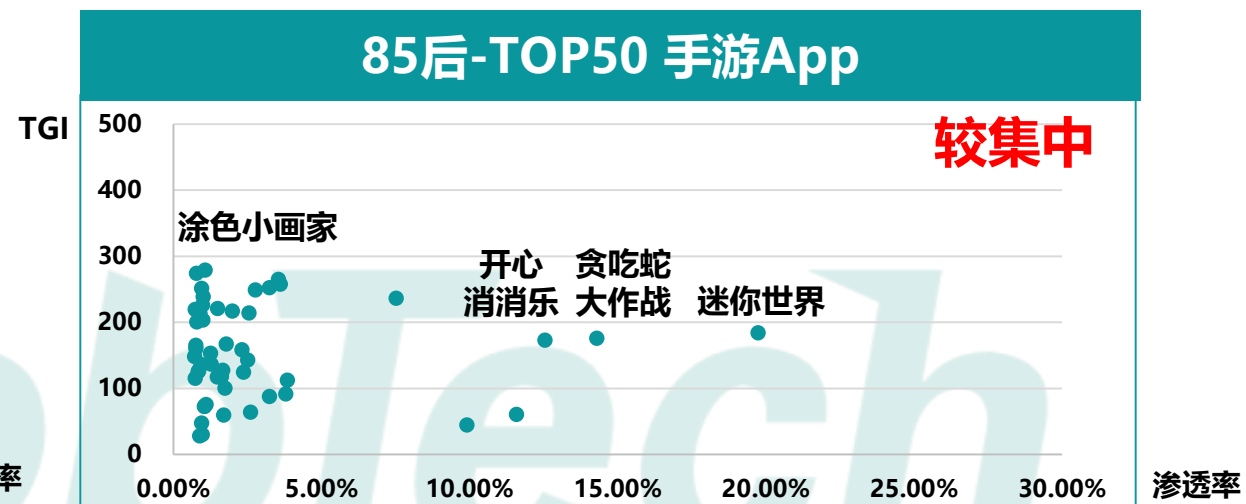
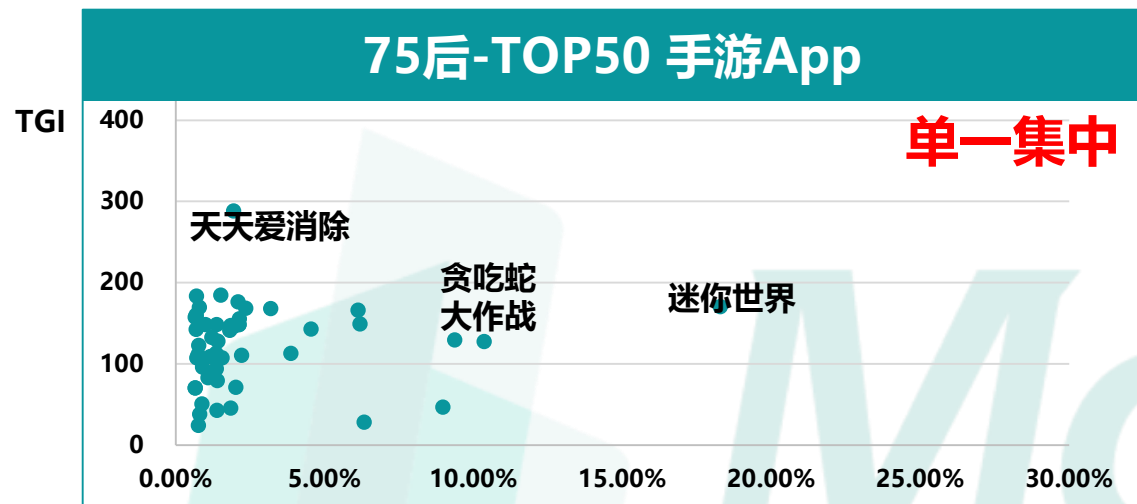
沙盒、模拟经营

陪伴孩子成长



游戏世代差异：年轻世代女玩家更“花心”

95、00后女性高TGI、高渗透率兼具，既进入主流游戏市场，又圈地自萌，坚守女性向阵地



Source: MobTech, 2020.2, 00后女性《王者荣耀》渗透率=00后女性《王者荣耀》用户规模/00后女性在MOBA类手游用户规模

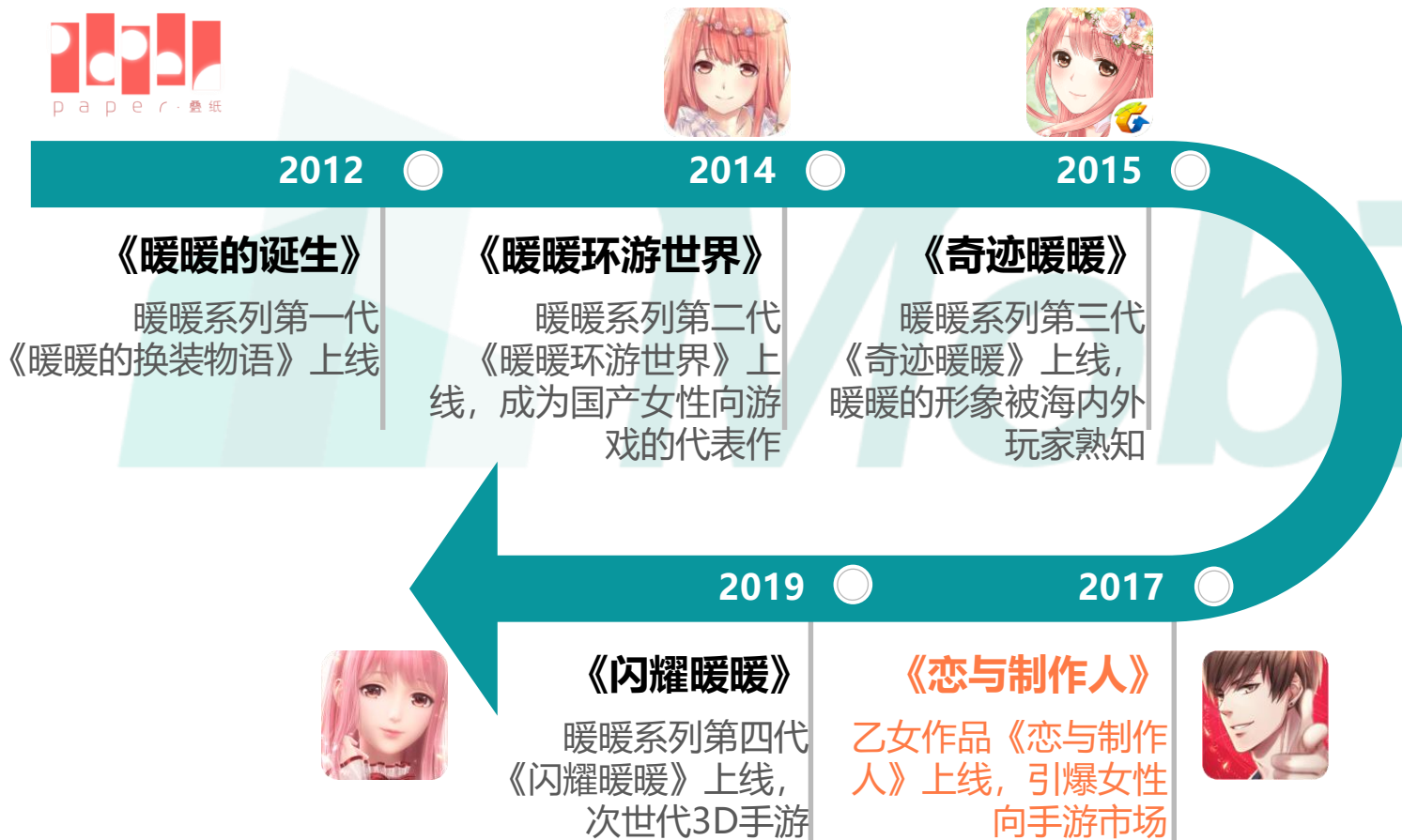


『她游戏』 典型游戏企业

Typical enterprise of "her game"

叠纸网络——扛起中国女性向游戏市场大旗

早期依靠换装手游积累种子用户，中期打造乙女作品《恋与制作人》引爆市场



换装类游戏“暖暖系列”引发女性用户关注

叠纸网络在公司成立之初就主要定位于女性游戏市场，从早期的换装类游戏“暖暖”系列引发女性游戏用户的关注，积累了核心用户群体。

恋爱养成类游戏《恋与制作人》引起广泛关注

2017年底，恋爱养成类游戏《恋与制作人》成为话题性的女性向游戏，引起广泛的关注和讨论。叠纸网络通过对女性游戏用户核心诉求的掌握，依托现有的市场优势，有效地占据了女性市场明显的优势

叠纸网络代表手游——恋与制作人

“打打杀杀”的游戏之后，专供满足“少女心”的恋与制作人引爆女性向游戏市场

Mob研究院

『恋与制作人』玩家画像



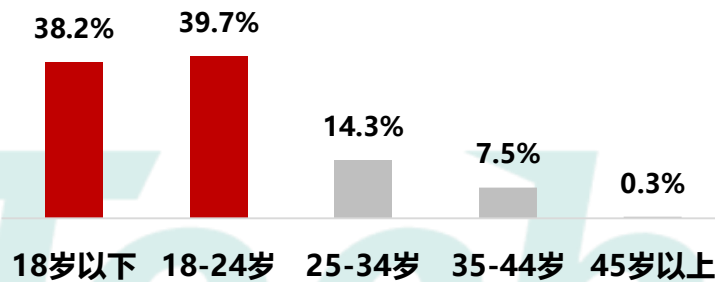
女性

91.5%

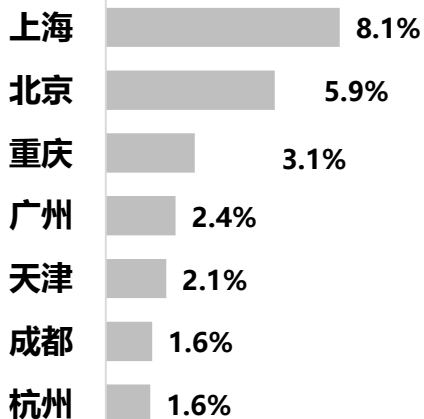


学生

63.4%

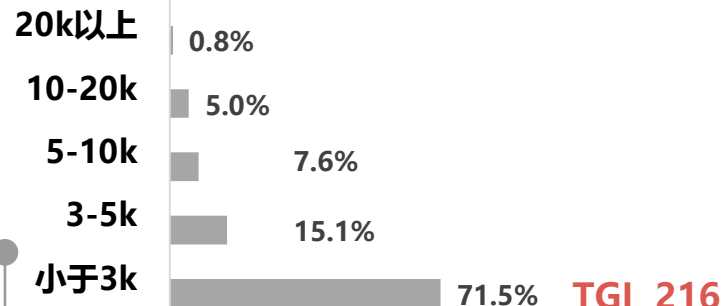


24岁以下 77.9%



广东

11.5%

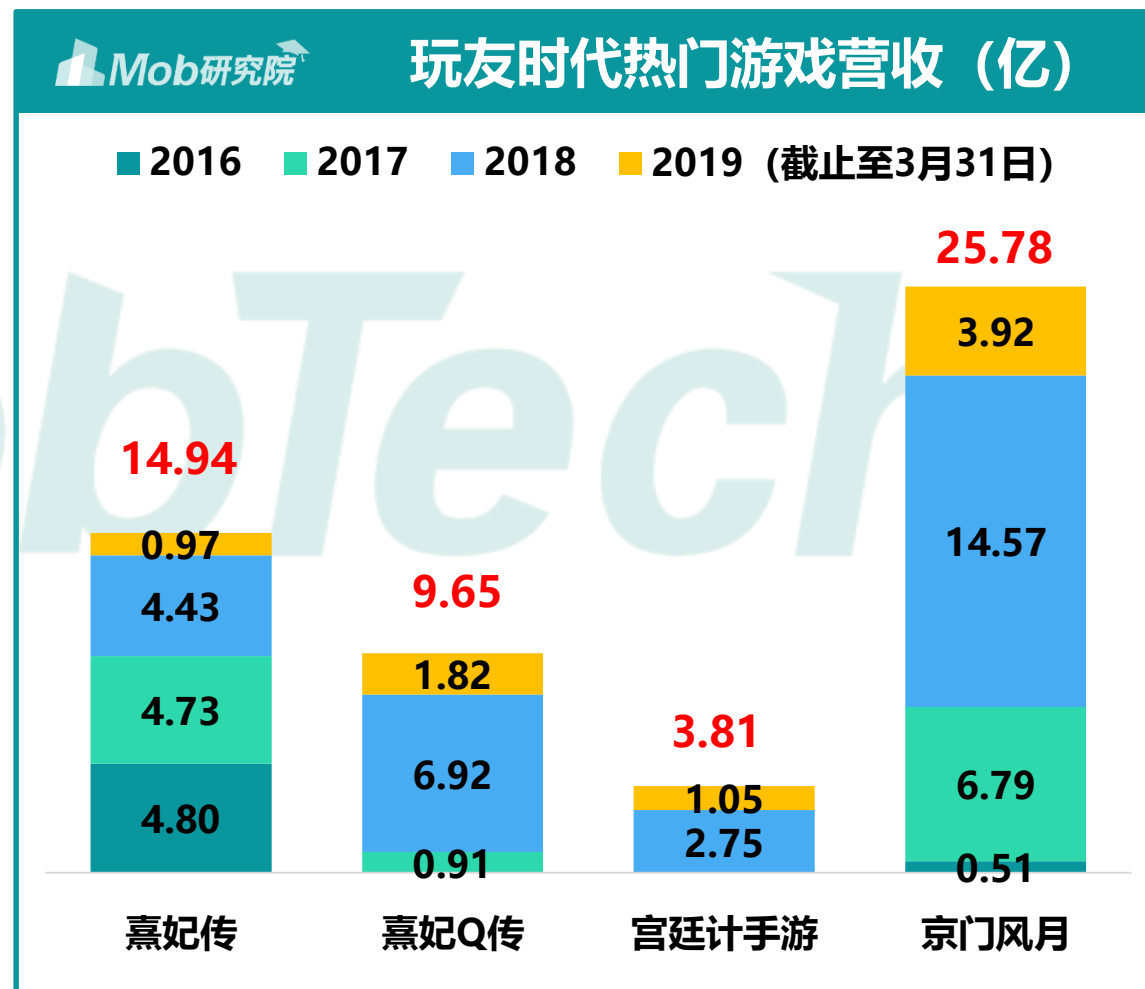


月收入3K以下 71.5%

TGI 216

玩友时代——开创了古风女性向游戏品类

定位“可以玩的宫廷小说”，打造宫廷古风手游矩阵，2019年10月登陆港股



玩友时代代表手游——熹妃传

打开女性宫斗手游市场的空白，玩家主要集中在女性白领阶层

Mob研究院

『熹妃传』玩家画像



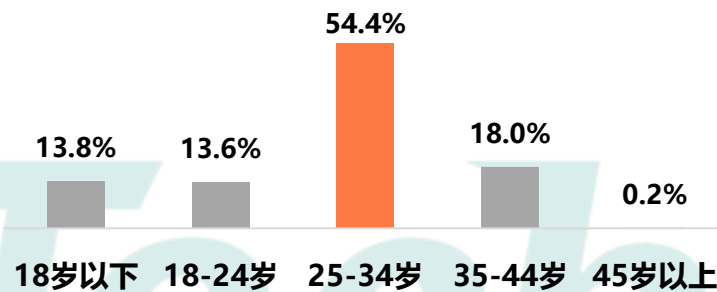
女性

85.3%



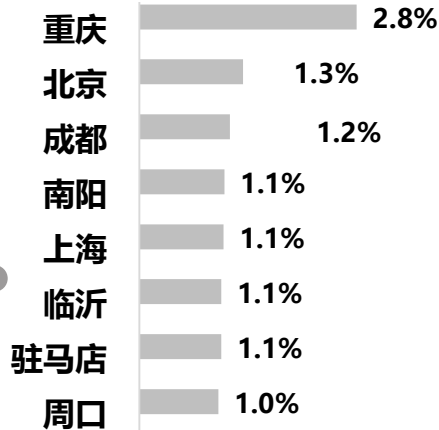
企业白领

38.8%



25-34岁

54.4%



HENAN PROVINCE

河南

8.9%



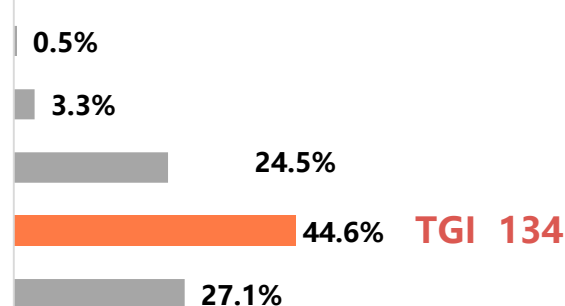
20k以上

10-20k

5-10k

3-5k

小于3k



月收入3-5K

44.6%

TGI 134



『她游戏』 未来趋势预判

Future trend prediction of "her game"

借助VR、AR技术，女性向游戏IP开发将逐渐多元化

通过游戏IP改编动画/电视剧、游戏主题CV直播、沉浸式VR体验展等一系列活动，充分挖掘女性向游戏IP价值，推动游戏触达到更多年轻用户



以《恋与制作人》IP开发为例

□ 游戏改编动画

01

将游戏进行动画改编，动画正式名为《恋与制作人EVOL×LOVE》，《恋与制作人》动画是叠纸与动画公司MAPPA合作制作，又一部中日合作动画

□ 线下沉浸式体验展

02

体验展以“他的世界”为主题，真实还原周棋洛、白起、许墨、李泽言四位男主的日常生活场景，打造沉浸式的超现实恋爱体验。

□ 合作挖掘IP价值

03

红豆Live与《恋与制作人》达成深度的合作。基于红豆Live平台内直播、短视频配音、有读对话小说等功能，推出了同人对话小说、游戏配音大赛以及游戏主题的CV直播等一系列活动

轻氪金玩家为主，重氪金玩家稳步增长

跑酷类、消除类等可充分利用碎片化时间，轻氪金游戏仍将大比例占据市场

2020年2月女性向游戏排行榜（玩家中女性玩家占比超7成定义为女性向游戏）

排名	手游App	2020年2月渗透率	2019年2月渗透率	类型
1	汤姆猫跑酷	3.0%	2.4%	跑酷
2	宾果消消消	1.6%	1.2%	消除
3	我的安吉拉	1.5%	1.1%	益智语音
4	我的汤姆猫2	1.2%	1.1%	益智语音
5	汤姆猫炫跑	1.0%	--	跑酷

轻度氪金女玩家



- 偏爱社交性强的游戏
- 偏爱画面唯美的游戏
- 偏爱轻松休闲的游戏
- 游戏时间相对碎片化
- 消费的意愿相对较低

重度氪金女玩家



- 偏爱长时间沉浸在一款游戏
- 类型多与二次元有交集
- 玩家群体消费意愿强
- 正呈现稳步增长的趋势

1.数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2019.01-2020.03

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，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。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MobTech监测产品数据，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MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com



关注我们