



中移智库

中国移动研究院

中国云游戏行业趋势研究报告

中国移动研究院

2021年7月

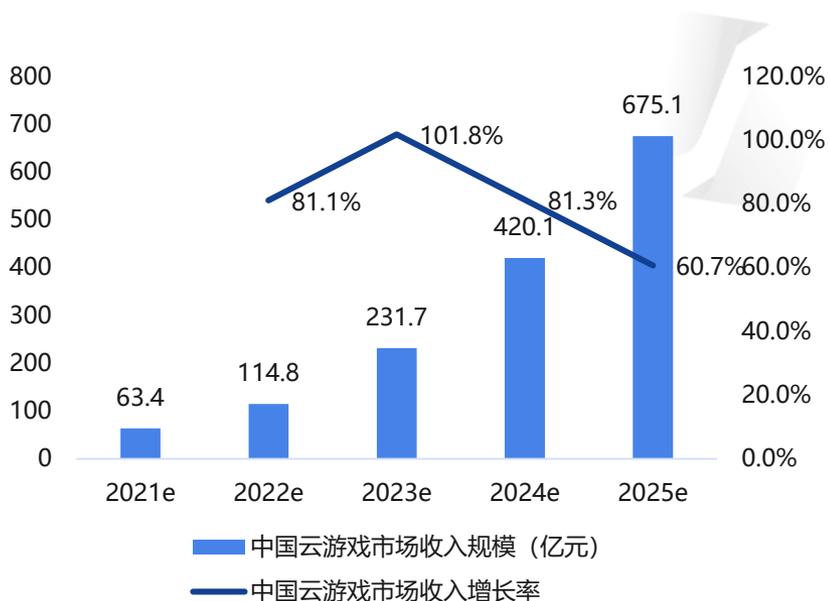
2021年云游戏行业进入头部厂商角逐阶段，竞争格局趋于稳定，行业加速成熟，入局窗口收紧。

- 一 云游戏行业进入新阶段
- 二 云游戏的三大发展趋势
- 三 头部厂商的发展策略
- 四 总结与展望

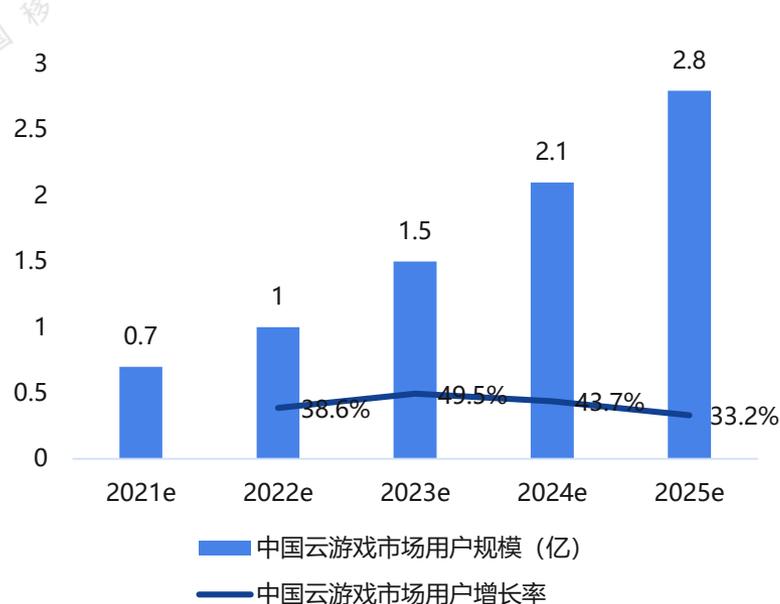
百亿市场空间吸引云游戏企业布局

中国云游戏收入规模和用户规模正逐步提升，随着众多游戏厂商、互联网巨头持续加大对云游戏产业的投入力度，社会和用户对云游戏的关注及认知程度逐步提升，传统游戏用户逐步转化为云游戏用户。据预测，2025年中国云游戏市场规模有望接近700亿元，用户规模将突破2.8亿，并且表现出稳定的增长态势。

2021-2025年中国云游戏市场收入规模预测



2021-2025年中国云游戏用户规模预测



2021年国内云游戏行业进入快车道

根据云游戏行业发展大事记，2019年及以前云游戏厂商处于入场阶段，2020年云游戏厂商活动密集，大规模开展行业布局，2020年为云游戏行业转折年，2021年游戏领域投资加速，云游戏行业正式进入快车道。



云游戏用户画像逐渐清晰

研究显示，云游戏玩家主要分为两种类型：一是“因云玩游戏”，对游戏品质要求不高的云游戏玩家，用户低龄化趋势明显，对于云游戏的便捷性有刚性需求；二是“因游戏上云”，喜欢尝新的重度游戏玩家，受限于现有云游戏的体验，此类玩家尝试云游戏后流失率较高，仅在特殊情况下将云游戏作为补充的游戏方式。

- 以男性玩家为主，占比78%
- 女性比例高于传统游戏



- 年龄25岁以下用户占比近58%
- 低龄占比明显高于传统游戏



- 偏好于射击类游戏，占比55%
- 尤其偏好手游



- 手机终端操作占比79.6%
- 观看游戏直播、获取资讯等用户活跃度均高于传统游戏玩家



国内云游戏行业进入新阶段

云游戏业务成本巨大，云游戏入局者面临较大的资金压力，目前云游戏创业公司处境艰难，头部厂商加速布局。腾讯、网易等游戏头部厂商凭借内容及技术储备逐渐完成行业布局，字节跳动、快手等新生势力也纷纷加入，行业竞争日渐激烈，逐步转入围绕内容和竞争的新阶段。

云游戏行业新阶段主要表现为“由小屏到大屏”、“由手机触摸屏到专用外设”、“由游戏上云到打造体验”三大发展趋势。



由小屏到大屏



由触摸屏到专用外设



由游戏上云到打造体验

一 云游戏行业进入新阶段



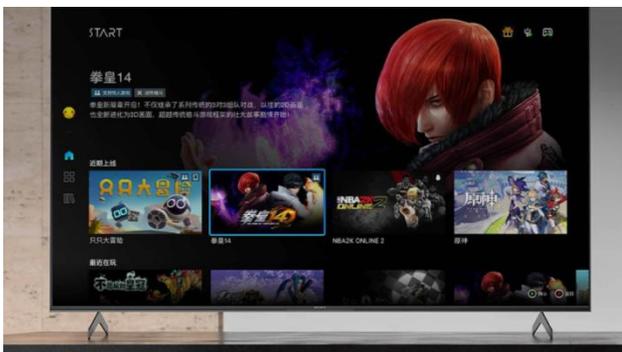
二 云游戏的三大发展趋势

三 头部厂商的发展策略

四 总结与展望

由小屏到大屏——以家庭娱乐为突破口

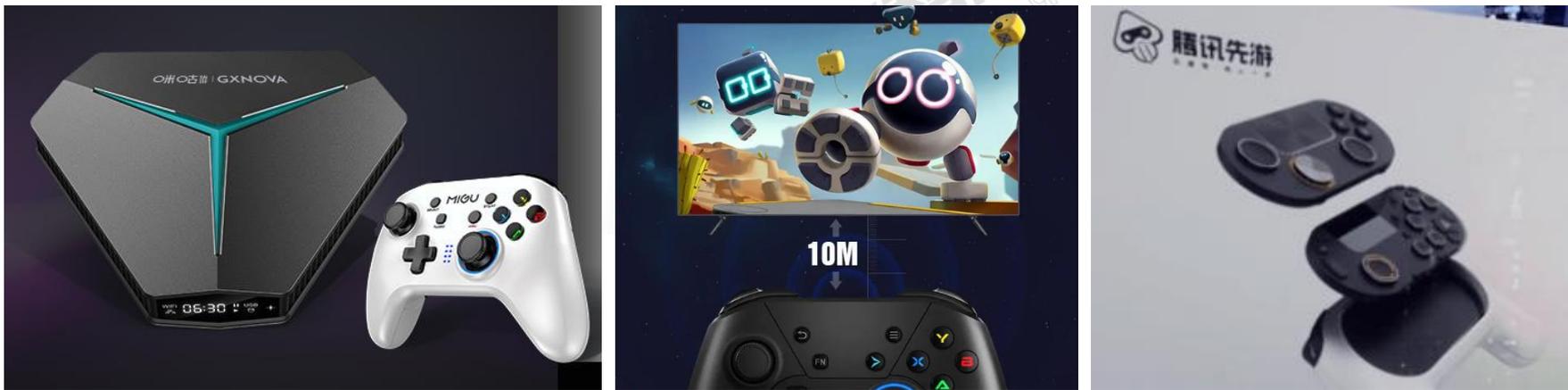
伴随智能家居的兴起、客厅娱乐强势回归、游戏政策逐渐松绑，国内游戏厂商纷纷发力电视大屏游戏，寻求以家庭娱乐为突破口，如腾讯、咪咕快游。云游戏打破了游戏硬件限制，游戏玩家可以低成本获取3A游戏体验，同时，家庭环境网络稳定，大屏视觉感受更佳，适合云游戏体验。



- 2020年12月腾讯START TV版公测，游戏内容、产品形态、操作方式更符合主机单机玩家的兴趣和使用习惯。
- 2021年5月腾讯先游与运营商协同发展客厅娱乐，尝试云游戏互动玩法，目前正与湖南有线、广西广电、重庆广电等运营商接洽中。
- 咪咕快游将热门游戏资源移植至电视，如《荒野行动》、《神庙逃亡》等热门手游，《拳皇14》、《WRC8》等经典主机游戏。经专业玩家测试，咪咕快游在画质和时延方面的表现令人满意。

由触摸屏到专用外设——既改善体验又增加卖点

云游戏实现了跨终端使用，大屏、手机、VR等均可以体验云游戏，也给游戏手柄带来了巨大的市场。各平台纷纷推出适配手机的游戏控制手柄，优化了用户在触摸屏上使用虚拟键盘的体验。游戏手柄能够为用户带来良好的云游戏体验，提供低时延、高稳定、操控感好的游戏手柄，几乎成为云游戏平台的首选动作。



- 2020年11月咪咕推出家庭娱乐终端，包括云游戏机和游戏手柄。云游戏机预装了近百款咪咕快游平台的游戏，连上手柄即可畅玩。
- 2020年12月腾讯START定制了北通手柄，降低了云游戏的操作时延。
- 2021年5月腾讯先游发布游戏手柄，手柄主体和操作面板采用分体设计，通过不同的面板，完美适配各种游戏键位，使用外置手柄享受原生的操控体验。

作为内容驱动型产品，云游戏行业的引爆点在于高品质的游戏内容，而目前行业缺乏原生云游戏，大厂纷纷跑马圈地，通过投资并购、合作研发抢占游戏内容市场，通过版权诉讼构筑内容护城河。其中腾讯是内容领域当之无愧的霸主。

大厂投资并购CP

大厂通过投资并购游戏公司，抢占游戏市场，为云游戏内容资源做好准备。

- 据企查查数据及虎嗅统计，2021年上半年游戏行业投资高达百起，其中腾讯、B站、字节跳动分别以52起、11起、7起的投资数量，位列前三。
- 2021年上半年，腾讯投资表现激进，平均每5天投资一家游戏公司，腾讯在投资的过程中注重核心团队，只要有可能会出爆款就会出手投资。

共研原生云游戏

产业链玩家通过共建工作室或参与联盟，积极推动自研原生云游戏。

- 2020年1月，盛趣游戏联合咪咕快游，成立擎云工作室，专注研发原生云游戏。
- 2020年7月，云鹭科技在中国5G云游戏产业联盟指导下成立云河原生云游戏中心。

诉讼案构筑护城河

腾讯通过诉讼维护版权利益，构建护城河。

- 2020年4月，广州互联网法院发出国内首份“云游戏”诉中禁令，裁定极云网络删除《英雄联盟》游戏内容，并停止相关宣传推广。
- 2020年8月，腾讯起诉广州点云科技，法院判决广州点云科技有限公司停止侵权，立即停止在“点云菜鸡”网站和“菜鸡”云游戏平台提供《英雄联盟》等游戏，删除与上述游戏有关的用户数据，赔偿腾讯258万元。

自云游戏发展以来，新应用探索从未停下脚步，目前具有成长空间的是云试玩广告、云测试以及直播。

云试玩

案例：以《大话西游》为例，用户点击该游戏广告时，无需下载客户端，就可以直接进行游戏试玩。“云试玩”形态，能够为营销赋能，提升广告效果，降低用户心理门槛与操作成本。

价值：云试玩广告获取流量的流程同以往的视频广告，但转化效果明显，腾讯即玩在AMS信息流广告的合作中，实现了全链路用户价值30~70%的提升，有效提升广告投放ROI。

云测试

案例：网易曾在云游戏平台发放了2000多个《全面战争：竞技场》的测试资格，让不少的玩家在游戏测试期间体验到云游戏的魅力。

价值：云测试是云游戏在B端的落地尝试，通过云测试，能够更容易且及时地触达用户，触达用户的数量和质量更可控，同时，能够及时得到用户反馈。

直播+云游戏

案例：直播平台提供“一起玩”、“互动直播”等玩法，拉近了主播和观众的互动。虎牙直播2020年12月推出“一起玩”功能，率先将“直播+云游戏”概念落地。主播可以与语音房间内的观众在线连麦、转移游戏控制权限，甚至隔空对战等。

价值：对于用户而言，“直播+云游戏”的玩法，打破了用户对直播平台的传统认知；对厂家而言，直播为厂家带来更大的产品分发曝光。

一 云游戏行业进入新阶段

二 云游戏的三大发展趋势

 三 头部厂商的发展策略

四 总结与展望

云游戏头部厂商竞争策略

国内云游戏头部厂商聚焦自身优势，积极参与云游戏行业竞争。以腾讯为代表的全能型玩家，基本覆盖全产业链；以华为云、金山云为代表的技术型玩家，通过自研锻造技术壁垒；以网易游戏、盛趣游戏为代表的內容型玩家，老游戏上云和原生云游戏研发并行；以咪咕快游、天翼云游戏为代表的网络型玩家充分利用运营商技术和网络优势，积极布局云游戏生态。

	全能型	技术型	内容型	网络型
	腾讯	华为云 金山云	网易游戏 盛趣游戏	中国移动 中国电信
策略概述	构建产品闭环，发展云游戏生态	专注B端业务，通过自研锻造技术壁垒	老游戏上云和原生云游戏开发的齐头并进	充分利用运营商优势，布局云游戏生态
云服务	GameMatrix 技术中台	 华为云  金山云	——	——
云游戏平台	  	——		 
内容研发	  	——	  	——



腾讯——构建产品闭环，发展云游戏生态

作为全球领先的游戏厂商，拥有优质的自研和代理的游戏内容，囊括应用宝、WeGame等用户庞大的游戏发行渠道，打造闭环的云游戏行业解决方案，并积极推动行业标准落地。

对外生态布局

利用版权大战，PK掉初创公司

- 腾讯利用版权大战，快速抢占云游戏市场，在愈发严格的版权保护环境下，国内主流C端云游戏平台选择庭外和解，与腾讯建立合作关系。

与巨头合纵连横，补齐自身短板

- 2020年3月，腾讯游戏与华为签署战略合作备忘录，共同宣布成立联合创新实验室。双方合作内容包括：移动云游戏、游戏引擎、前沿技术。

对内构建云游戏闭环

内部赛马机制，打造多个云游戏平台

- 腾讯云游戏业务布局分为两条路径：其一是云与智慧产业事业群（CSIG）主导的腾讯云云游戏方案，致力于成为云游戏技术解决方案提供商；其二是互动娱乐事业群（IEG）推出的START和腾讯即玩，致力打造云游戏内容分发平台。

推出独立云游戏APP，旨在降低玩游戏成本

- 腾讯推出王者荣耀、和平精英独立云游戏APP。腾讯大力试水独立云游戏，通过独立云游戏形式来降低玩游戏的成本，吸引低性能手机用户使用，同时提升用户对云游戏的认知度。

【全能型】腾讯竞争策略（2/2）

腾讯—云游戏内部布局

腾讯云游戏面向C端和B端均有布局，代表有腾讯先游和GameMatrix技术中台。

	 腾讯先游	 START	GameMatrix 技术中台	 腾讯即玩
上线状态	2019年12月上线	2019年11月上线	2019年3月品牌升级	2019年2月上线 2021年7月5日下架
定位	集游戏内测与云游戏于一体的平台 侧重手机游戏	云游戏平台 侧重PC主机游戏	原生云游戏中台	云游戏平台
支持平台	多终端 手机、网页、PC、TV	多终端 手机、PC、TV	—	支持安卓
隶属部门架构	CSIG	IEG和TEG IEG的创新产品中心	CSIG	IEG IEG的设备与平台部



作为腾讯重点打造的云游戏矩阵的一员，腾讯先游积极探索云游戏多样玩法，并拓展游戏外设的商业模式。

- 网络时延：腾讯先游将时延稳定在30ms-50ms左右；在顺畅的网络环境下，腾讯先游PC端时延低至10ms。
- 内容方面：腾讯先游拥有上百款游戏的资源库，拥有丰富的游戏品类，如热门游戏《王者荣耀》、《和平精英》，新晋大作《天涯明月刀》、《使命召唤》等。海量云游戏的上线，夯实了腾讯先游的内容基础。
- 外设方面：2021年5月腾讯先游推出了定制云游戏手柄，外设的尝试也是其商业探索的一部分。



华为——整体技术解决方案服务商

华为于2016年开始布局云游戏研发，建立包含云手游、云手机、云电脑等在内的八项全套云服务产品，凭借强大的云基础设施、云渲染、编解码以及网络传输等核心技术，为云游戏厂商提供基础设施、运维、推广等一体化服务。

华为云-管-端整体协同，锻造技术壁垒

- 华为云最新推出5G云游戏解决方案2.0，方案采用自研的鲲鹏处理器。云游戏渲染能力升级、算力升级后高清游戏在线密度并发提高3倍，降低平台运营成本；
- 鲲鹏云游戏采用“5G+边缘云部署”优化云游戏E2E方案，大幅降低设备时延与成本。目前，鲲鹏云游戏已完成华南、华东、华北等地区部署。同时，鲲鹏云已完成新加坡等海外区域的部署，帮助国内云游戏公司实现出海。

利用技术优势，积极合作布局生态

- 华为基于云-管-端整体协同云游戏解决方案，为网易游戏、雅基COCOS、三七互娱、游族网络提供技术支持。

合作企业	合作内容
网易游戏	签署战略合作协议，成立5G云游戏联合创新实验室
雅基COCOS	2018年建立联合项目，共同研发云游戏方案
三七互娱	联合发布首款云游戏产品《永恒纪元》
游族网络	达成云游戏合作协议
腾讯游戏	签署战略合作备忘录，联合构建GameMatrix云游戏平台



金山云

金山云——专注云游戏PaaS平台

金山云于2018年开始布局云游戏，2020年6月正式上线了云游戏PaaS平台，通过技术和产品形态进行创新，为B端客户打造云游戏平台。

多角度技术创新

- 金山云在游戏云化、视频编解码、硬件选型、边缘计算等多个角度发力，结合不同类型场景的具体项目，与行业内合作伙伴进行大量的技术、设备、边缘节点方案选型、算力调优合作，大幅节省边缘带宽和机房成本。借助KSC265视频编解码技术，金山云提高码率、提高帧数、降低带宽消耗，将网络时延控制在30ms以内，并能支持TV、PC等多终端；
- 金山云持续在全场景、全硬件、全架构、边缘计算、算力复用、算力池化、原生云游戏配套组建等多领域深度创新，优化成本，提供丰富场景化解决方案。

专注游戏云化

- 金山云为客户搭建游戏平台，提供游戏的适配和并发服务，支持产品快捷接入和规模化支持服务器的动态扩容，一键增配、一键减配、更加灵活的匹配厂商需求，快速验证云游戏商业模式。

服务客户



西山居的剑网三



格来云游戏



小米云游戏平台



网易游戏——发挥平台和内容资源优势，布局云游戏平台

2020年 网易云游戏平台公测，网易云游戏充分发挥平台技术和资源优势，同时，网易也在积极推进原生云游戏的发展。

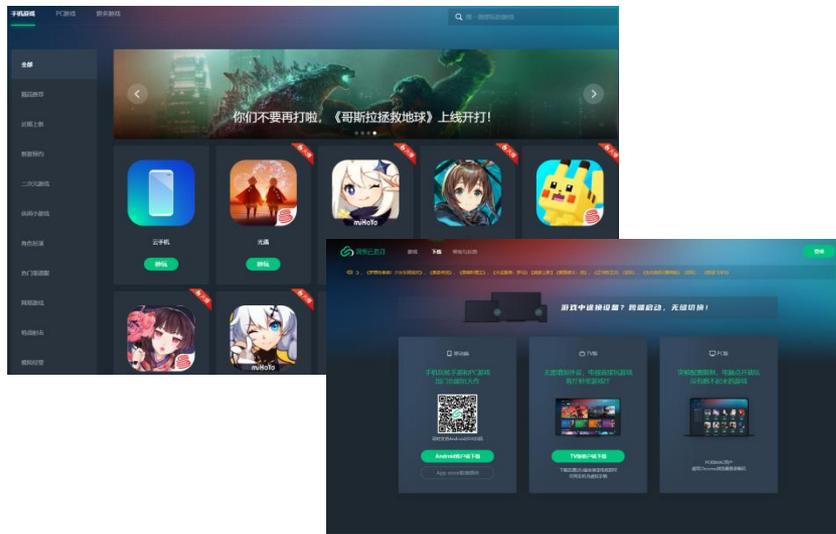
与华为合作，补齐技术短板

- 网易借助华为在云、AI、5G、终端等方面的优势加快云游戏布局。双方围绕云游戏系统方案、渲染、云计算技术、AR/VR技术、HMS生态构建、全场景智能娱乐终端生态等进行深度交流和创新，优先运用于游戏《逆水寒》。



多终端覆盖，实现内容无缝切换

- 网易云游戏平台，首发40款手游，包括《阴阳师》、《第五人格》、《决战平安京》、《梦幻西游》等，目前已实现手机、PC、TV多终端覆盖，实现跨平台多端无缝切换。





盛趣游戏

盛趣——聚焦内容侧发力

2019年盛趣游戏启动云游戏战略，做到“游戏上云”和“原生云游戏开发”的齐头并进；陆续参与云游戏技术研究、标准制定和产品试水。

游戏上云

- 盛趣游戏以“端游上云”作为首要目标，已经完成多款端游云游戏化的开发和内部测试，如《传奇世界》、《最终幻想14》、《冒险岛》、《龙之谷》、《永恒之塔》、《彩虹岛》等。
- 《最终幻想14》云游戏在10Mbps网速下，可实现1080P、60帧、延迟小于40ms的游戏体验。



原生云游戏开发

- 盛趣游戏联合咪咕互娱成立了国内首个原生云游戏工作室——擎云工作室，专注研发原生云游戏。
- 新工作室有望发挥盛趣游戏的内容研发优势和咪咕互娱的流量优势。





咪咕快游——构建云游戏生态闭环，助力原生云游戏产业快速发展

咪咕快游充分发挥了5G网络优势，打造“五新”特点，运用新技术、推广新模式、使用新手段、建立新机制以及开创新蓝海，树立行业标杆。

加强产业链上下游合作，积极探索新生态

- **功能创新：**2020 ChinaJoy展中，咪咕快游首次在全球推出支持4K、60帧的超高清云游戏体验产品，打造“云观战、云助战、云对战”的核心能力。
- **技术支持：**咪咕为首届ChinaJoy Plus线上云展提供算力支撑，计划进一步拓展“5G+4K+VR”全链路应用。
- **产品形态：**2020年咪咕快游覆盖手机、TV、PC、VR四大终端；推出家庭娱乐终端，包含游戏主机盒子及手柄。
- **内容布局：**咪咕快游内容覆盖手游及PC主机游戏，涵盖动作、模拟、射击、策略等多种类型。
- **生态合作：**与海马云、金山云、百度开展技术能力战略合作；与盛趣、东方明珠开展内容合作；与Multiverse（摩登世纪）开展VR云游戏内容合作。





天翼云游戏——与产业链上下游联手，抢占家庭市场

2020年5月天翼云游戏TV版发布，推出4K画质，首批落地15个城市，上线多款知名IP大作。

从大屏切入

- 天翼云游戏TV版支持4K级画质云游戏，已上线《火影忍者究极风暴》、《拳皇14》等多款知名IP大作，首批将服务于全国15个重点城市。
- 天翼云游戏与TCL电视厂商合作，打造TCL天翼云游戏专区以及推出专属游戏套餐。
- 天翼云游戏与完美世界合作，首推《新魔神大陆》云游戏版本。



线上线下载道打通

- 打造中国电信电竞营业厅，集电竞、游戏、娱乐、科教于一体，拥有高端 PC 终端、云VR、云游戏以及极速直播设施等，为用户接触云游戏提供了线下渠道。



一 云游戏行业进入新阶段

二 云游戏的三大发展趋势

三 头部厂商的发展策略

 四 总结与展望

中国云游戏发展面临诸多瓶颈，原生内容缺乏，时延卡顿难解决、成本投入巨大，商业模式不成熟，都给产业链玩家提出了严峻考验。大厂竞争格局的形成，为瓶颈的突破带来可能，云游戏将进入快速成长期。

原生内容正加速自研

- 云服务厂商积极发力多机多核计算能力，为原生云游戏创造技术条件；
- 产业联盟构建原生云游戏促进组织，助力原生云游戏的自研发展；
- 互动直播、大屏游戏、VR游戏、云约战、云观战、等诸多游戏形式，为云游戏内容创新带来强劲动力。

时延卡顿有望解决

- 网速达到30Mbps时即可满足4K、60帧的云游戏体验，但丢包可能导致数据在传播介质中消失，从而造成卡顿，而5G商用能够为玩家的体验提供可靠的网络环境；
- 目前腾讯先游将时延稳定在30ms-50ms左右，为游戏体验提供了保障。

云服务厂商发力云化技术

- 由于云化服务器、IDC、带宽等服务成本高昂，云化技术成为壁垒，据调研，目前50%以上的企业对云游戏流化技术有需求，超8成的企业寻找云游戏平台合作。以华为云为代表的云服务厂商积极自研，锻造云服务能力，为产业链下游提供整体技术解决方案，助力行业加速。

商业模式正积极探索

- 积极培养用户习惯，由“免费+内购”向“订阅+时租制”发展，通过会员奖励激励等运营动作，刺激用户付费。如腾讯的“付费加时”服务。
- 通过探索新场景，不断探索新的商业模式。丰富的云游戏应用场景会催生新的商业模式，如，云游戏+直播，直播为云游戏提供推广渠道。

目前作为国内游戏龙头的腾讯已通过自研、投资完成全产业链布局；网易云游戏凭借内容优势创新云游戏的新玩法；字节跳动通过投资并购进军云游戏行业，意图弯道超车；华为云加速与产业链下游合作，做好整体技术解决方案服务商角色；咪咕快游发挥运营商优势布局云游戏平台……大厂角逐的新阶段，高手对决，留给新玩家的入局窗口已不多，已入局的玩家均聚焦自身优势，打造好自身内功，迎接风口到来！

关注更多渠道，了解更多信息

研究院官方微信



微信号：中国移动研究院

研究院官方网站



<http://cmri.chinamobile.com/>

中移智库官方微信



微信号：cmrizyk