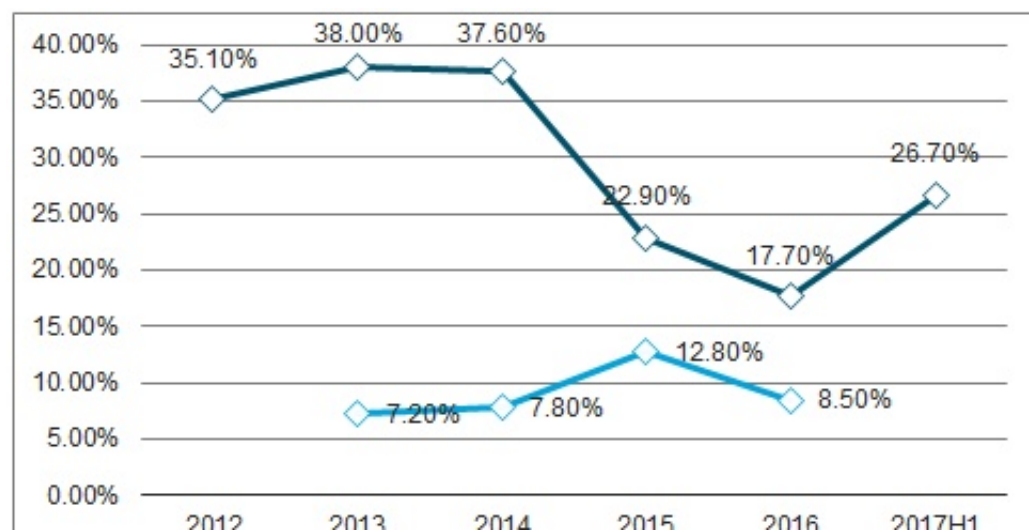


数据来源：中国产业信息网

中国游戏市场用户规模图



数据来源：中国产业信息网

2.当前游戏行业市场格局什么样？

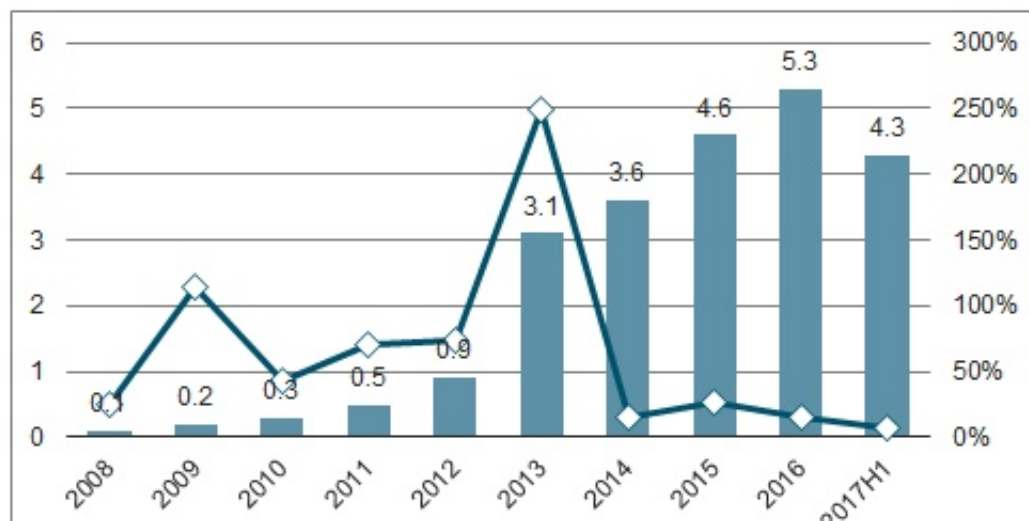
来，我们看看相关统计怎么说

(1) 手游已成行业支柱

2017 上半年的997.8 亿市场收入中，手游的比例占56.3%，相比2016

年上升6.8%，手游市场实际销售收入达到561.4亿元，同比上升49.8%，增长额近200亿，手游已经快速成长为整个游戏行业的支柱。

中国移动游戏市场规模及增速



数据来源：中国产业信息网

移动电竞增势迅猛，《王者荣耀》功不可没。2017上半年，中国电子竞技游戏市场实际销售收入达359.9亿元，同比增长43.2%。其中移动电子竞技游戏市场实际销售收入达到176.5亿元，同比增长100.6%，占电子竞技市场49%，增长主要来源于以《王者荣耀》为代表的社交性质电竞游戏的崛起。客户端电子竞技游戏市场实际销售收入达到183.4亿元，同比增长12.3%，占电子竞技市场51%。

中国电竞市场规模及增速

数据来源：中国产业信息网

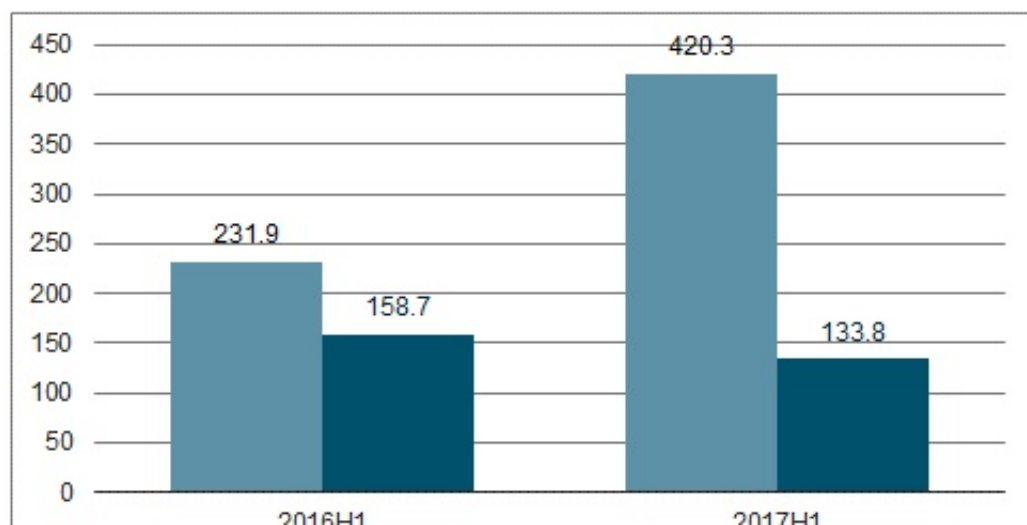
在用户规模方面，端游用户数量由2016 上半年1.38 亿人回落至1.36亿人，未来端游用户规模或将进入一个以核心用户为主的稳定的区间。

中国客户端游戏用户规模及增速

数据来源：中国产业信息网

从页游用户规模层面来看，2017 上半年用户数量为2.47 亿人，同比下降11.4%，减少3000 万人。出现下降的主要原因与手游的崛起有必然的联系，但也有自身同质化严重，大作锐减的原因，预计在小厂由于盈利困难逐步退出市场之后，页游市场将形成由几大页游大厂寡头垄断的局面。

中国页游用户规模及增速



数据来源：中国产业信息网

游戏畅销榜CR10 游戏集中度对比



数据来源：中国产业信息网

2017年全球游戏行业市场规模高达1005亿美元，2018年预计将达到1125亿美元，我国游戏市场占据着近四分之一的市场份额，随之而来游戏市场的诸多问题也渐渐显露，造成利润分配不均、一家独大、头部效应显著从而导致普通用户没有议价权、利润分成低微的不合理局面。

此外，当前游戏行业还存在以下几个问题：

从用户角度来说，

第一，游戏道具不能跨游戏、跨区服交易；第二，用户之间缺乏信誉体系，交易成本高；第三，游戏

内部经济体系不合理，这可能加速游

戏死亡。从平台角度来讲，

第一，仅职业玩家能够参加官方组织的比赛，草根玩家只能看电竞比赛，不能参赛；第二，平台赛事作弊造假；第三，游戏玩家投入较大但是获得的回报很少。

“区块链+游戏”究竟怎么玩？

2018年以来，区块链游戏层出不穷，据DappRadar统计的相关数据显示，目前全球范围内至少有100多款区块链游戏，内容涉及宠物养成类、地产类、经营类、购买类、博彩类等多个领域。360、网易、腾讯等科技公司争相拥抱区块链游戏。



(2) 你在百度区块链“养狗”了么？

继区块链云养猫后，2018年2月4日，百度上线了区块链游戏“莱茨狗”，并提供了10只形态各异的宠物狗供领养，并分为神话、史诗、稀有等几个等级。

关于“莱茨狗”这一名称的来历有不同说法，一种说是“Let 's go' ”的谐音，另一种说是因为数学家莱布尼茨发明了微积分，而“莱茨狗”的交易媒介刚好也叫“微积分”。

或许是因为它的零成本，参与即可免费领取，还送你1000微积分，亦或许是它本身就有所谓的“价值”吧，养“狗”的人越来越多，再后来养“狗”还要实名认证，导致“狗价”也是一涨再涨。看看，是不是有种数码宝贝的既视感，满满的都是我们的童年啊。



(4) 斐讯科技“天天牛”

“天天牛”是斐讯首款基于天天链的区块链休闲宠物养成游戏。所有的“天天牛”的养成都将记录在区块链上，这些宠物将是独一无二的，一旦被你拥有，就无法被任何人复制、修改或销毁，令这些宠物极具“收藏”价值。

“天天牛”由8种一级基因和256种二级基因随机组合而成，并且拥有基因和天赋两个不同的特征以及体重值、成长值、生育值、掘金值、幸福值5个不同的属性，确保了丰富的进化性玩法以及收藏价值。此外，斐讯“天天牛”的数量也相对稀少，获取难度要大一些，无形中降低了各自宠物的升值空间。



(2) SHOP农场

“SHOP农场”由韩国BCG游戏公司携手消费品链开发的一款以农场为背景、结合区块链的模拟游戏，区块链更有利于游戏用户对虚拟资产的创建、增值、交易与长期持有，游戏将创造一个全新的游戏体制，用户扮演一个农场的经营者从购买种子到耕种、浇水、施肥、除草、收获果实，再到出售给市场获得劳动成果的过程。游戏将传统游戏融合区块链模式，增加游戏的趣味和共享精神，全民参与农场建设，打造一个公平、公开的游戏环境，游戏中玩家可以可对房屋、土地等进行升级，获得更加强大、高效的农场。



3.社区平台类

这里的平台的概念主要是指利用区块链技术产生一条公链，并基于公链发行相应的代币，通过将不同游戏接入区块链平台，玩家既可以使用平台代币玩游戏A，也可以玩游戏B、C等等，还能便捷的通过区块链平台进行B2B或者B2C交易，游戏的虚拟资产都能和平台发行的代币互换，区块链平台起到了导流作用，降低了游戏公司推广成本，同时也为每一个玩家提供更多机会，平台会根据玩家的贡献大小提供相应的奖励，给游戏玩家更好的游戏体验。还有很多小企业，或许他们有好的内容，但是在传统游戏领域受到了渠道和厂商的挤压，并没有直接受益。而区块链技术通过小企业孵化到技术解决再到资产流通，从而形成一个完整的区块链游戏生态链条。目前在做这方面工作的有布萌科技、第一滴血、BIT.GAME等。

“游戏行业新经济” or “资本市场投机炒作” ？

一只77万人民币的“区块链猫”让众多投资者在区块链游戏中看到了商机，于是有了2018年以来区块链游戏的火爆场面，站在区块链时代的风口浪尖，游戏引入区块链技术的价值究竟在哪？游戏火爆的背后泡沫究竟有多大？来看看业内人士怎么说。

1.游戏行业内人士怎么看

有位朋友在一家专门从事游戏研发和推广的公司工作，为此小编专门向他咨询了区块链游戏的应用价值，下面我们一起来看他怎么说。

问：您认为当前区块链主要应用于哪一类别的游戏？

答：大部分产品都是模拟养成和模拟经营类的（以太猫、CryptoCountries等）。基本都是将虚拟资产的产出写在区块链中。



问：您认为区块链游戏成本和收益是什么？

答：成本主要是游戏开发成本
加区块链的技术成本。

游戏开发成本和现在的游戏差不多，区块链技术的成本可能根据共识机制的不同变化也比较大；大部分模拟经营或者模拟养成的区块链游戏，盈利可能主要是靠炒虚拟资产再加上手续费或抽成。



2.区块链是把“双刃剑”

(1) 区块链技术价值在哪？

通过上面对区块链游戏的分析，不难看出，当前区块链游戏虚拟资产有了更为广泛的流通性，资产交易也更为灵活，为游戏开发商带来了更多的用户流量，对于游戏开发商而言，能够更容易实现游戏资产的跨游戏复用。

首先，针对用户，区块链可以建立游戏中虚拟资产与数字货币之间的交易机制，并基于区块链进行流通，从而使得游戏虚拟资产流通更便捷、成本更低。通过将不同游戏接入区块链平台，玩家既可以使用平台代币玩游戏A，也可以玩游戏B、C等等，还能便捷的通过区块链平台进行B2B或者B2C交易，从而保证游戏中虚拟资产有较高的长期持有价值；区块链平台起到了导流的作用，而游戏公司既可以增加用户流量，又降低了导流成本。目前布萌科技就在做这方面的事情。



(2) 区块链游戏还太“年轻”

目前，区块链游戏仍存在模式单一、页面简单、玩法初级、缺少互动等问题，从加密猫（CryptoKitties）到加密国家（Crypto Countries），区块链游戏还没有摆脱将数字货币拟物化的设计思想，本质上仍是一个击鼓传花的游戏，每个人都比前一个人获得了将近20%的收益，只有最后一个人是“站岗”的，而每个人都会趋向于相信自己不是最后一个。

春节期间加密国家（Crypto Countries）创造了7天4.5万ETH的交易流水记录，超过了加密猫4个月的总交易额，这恐怕连开发者都吃惊到怀疑人生。



当前区块链技术还处于初级阶段，很多相关设施还不够完善，技术、监管也都不是很成熟，虽然区块链技术的确能够解决当前游戏行业存在的一些问题，但是也不能盲从，当前市场上区块链游戏的疯狂增长短期内虽说能够带来一些资本收益，但是可持续发展性不强，炒作投机现象太过普遍，似乎都忘记了游戏的本质——好玩，如何在这个浮躁的市场中保持理性，踏踏实实做一款有灵魂的游戏产品，或许是当前区块链游戏行业更应该思考的问题。