



2015-2016年中国网吧行业

顺网大数据报告蓝皮书

2016.07

目 录

Catalog

1	引 言	02
	Introduction	
2	2015-2016年中国网吧市场格局分析报告	03
	Analysis report on the market structure of Chinese Internet bar in 2015-2016	
3	2015-2016年中国网吧用户属性分析报告	23
	China Internet bar user attribute analysis report 2015-2016	
4	2015-2016年中国网吧主要娱乐活动数据分析报告	60
	2015-2016 Chinese Internet cafes, the main entertainment data analysis report	
5	结 语	123
	Conclusion	

引言

随着互联网产业的发展，网吧行业管理政策的开放，网吧市场也在发生一场新的变革，无论是经营规模、模式，都更加趋向市场主导，促成市场的良性竞争。

如今的网吧市场，俨然展现一幅互联网网民众生相。网吧网民，是年轻、时尚、最接“互联网”地气的一群人。游戏是他们的调剂品，但绝不是唯一，多元化的需求刺激着网吧的发展，使这个行业一直伴随着新的事物共同成长。当年的网络游戏起步、壮大于网吧，如今电竞的高温燃烧在网吧，VR这一最新兴的互联网娱乐体验，也在网吧萌发生机。网吧逐步从单一的上网场所变革为泛娱乐休闲场所，为年轻一代的网民继续提供更加丰富多样的娱乐体验及服务，网民足不出“吧”，便享大千世界。

时值一年一度的ChinaJoy盛会，“**杭州顺网科技股份有限公司**”作为服务网吧行业及网吧用户人群的最大的泛娱乐平台，就网吧业内生态的变化进行多维度盘点，并联合“**中国音数协游戏出版工作委员会**”、“**上海汉威信恒展览有限公司**”共同发布。

2015-2016年 中国网吧市场格局分析报告

《2015-2016年中国网吧市场格局分析报告》分目录

阅读说明.....	05
网吧市场及经营概况.....	06
网吧设施概况.....	14

阅读说明：

- ✓ 此报告内容基于顺网大数据中心统计，部分数据通过对网吧业主的定制“问卷调研”采集；
- ✓ 顺网后台数据采用2016年上半年维度，与2015年同期对比；
- ✓ 问卷调研回收有效样本数3178份；
- ✓ 调研覆盖内容包含网吧经营模式、网吧配置等；
- ✓ 最终数据分析采用了后台数据与调研数据分类分析和交叉分析。
- ✓ 顺网覆盖全国网吧及终端占比约70%，文中顺网大数据中心数据范围为顺网全国覆盖网吧数据；

网吧市场及经营概况

关键词



市场规模平稳
网吧数量同期增长约3.4%



网吧整体营业时间稳定,
客流量小幅下滑,
但单用户上网时长增加



政策开放促进部分
中小网吧的开业且
多为二线较发达城市

娱

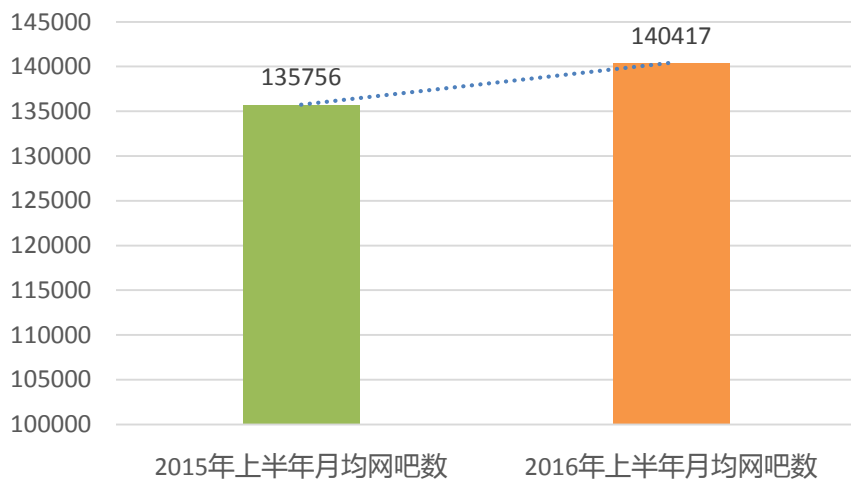
趋向高端化、网咖化
的娱乐场所



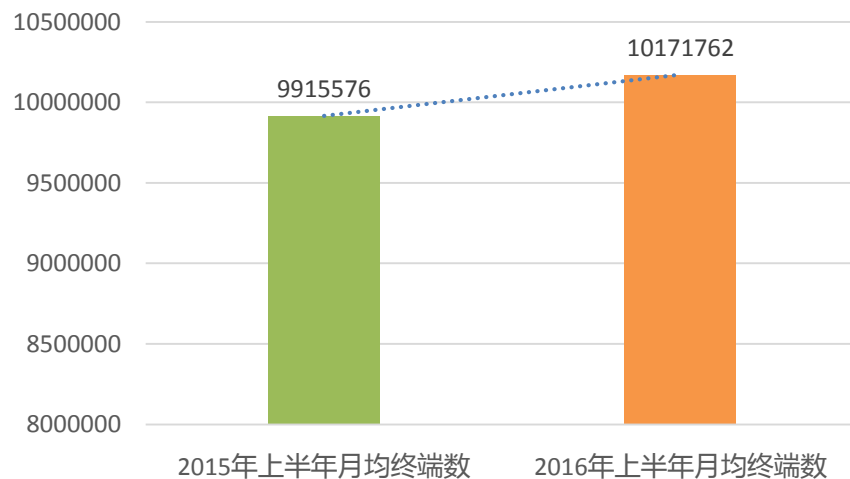
连锁网吧占两成
经营管理更加集中有序

■全国网吧规模 >>>同期对比小幅增长，网吧数总量增长3.4%，管理终端数月均增长2.6%，市场良性发展

网吧数变化（家）

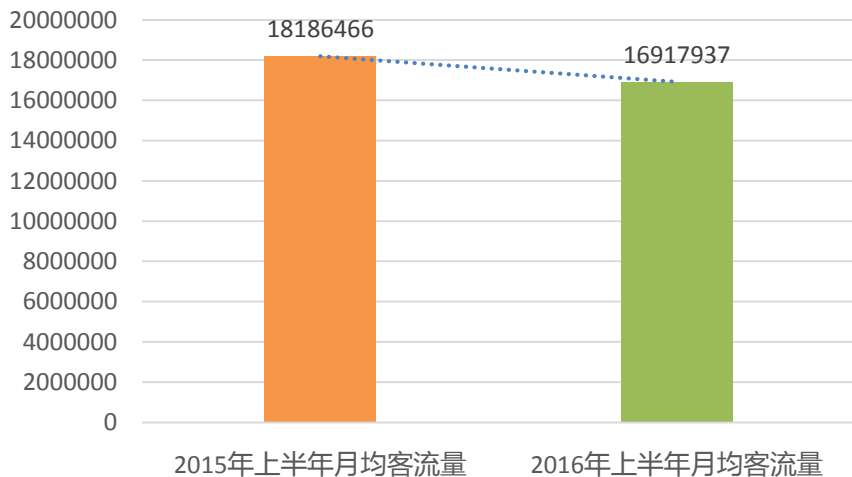


终端数变化（台）

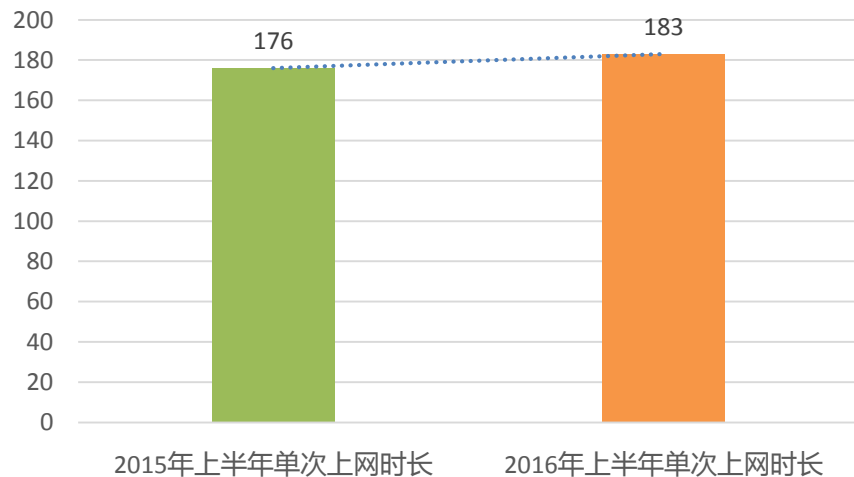


■启动与在线行为 >>> 网吧日均客流量略有下降，但平均单次上网时长提高约6分钟

客流量变化（人次）

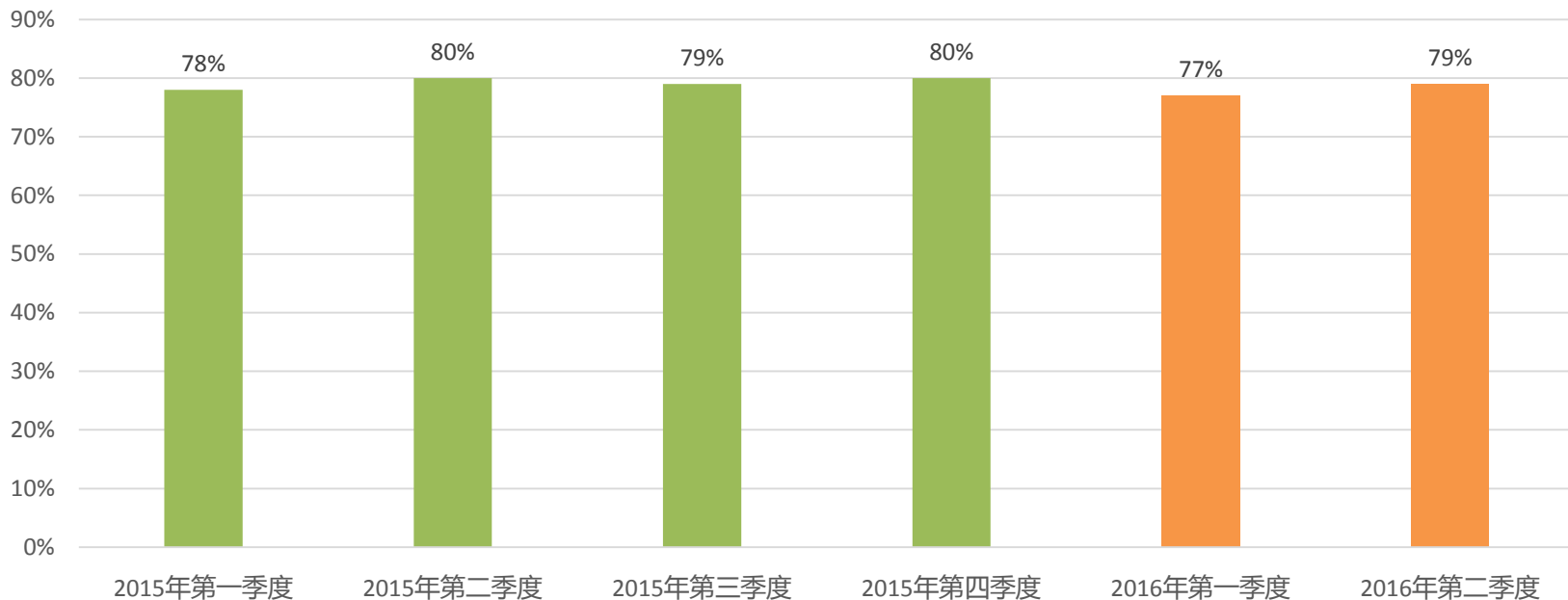


单次上网时长变化（分钟）



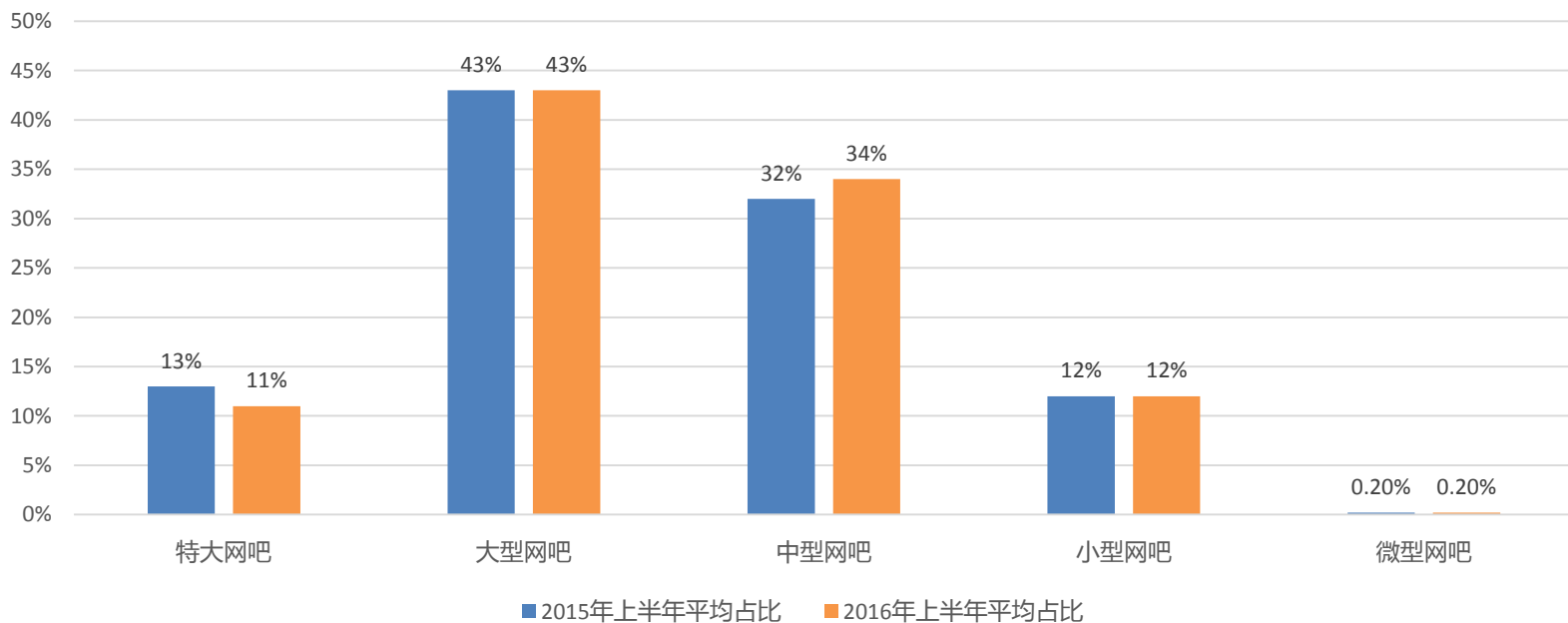
■网吧上座率 >>>网吧上座率依旧维持在8成左右，经营状态稳定

2015-2016网吧上座率变化趋势



■网吧规模趋势 >>>受政策开放影响，中型网吧占比略有增加，整体变化趋势平稳

2016对比2015上半年网吧规模变化趋势

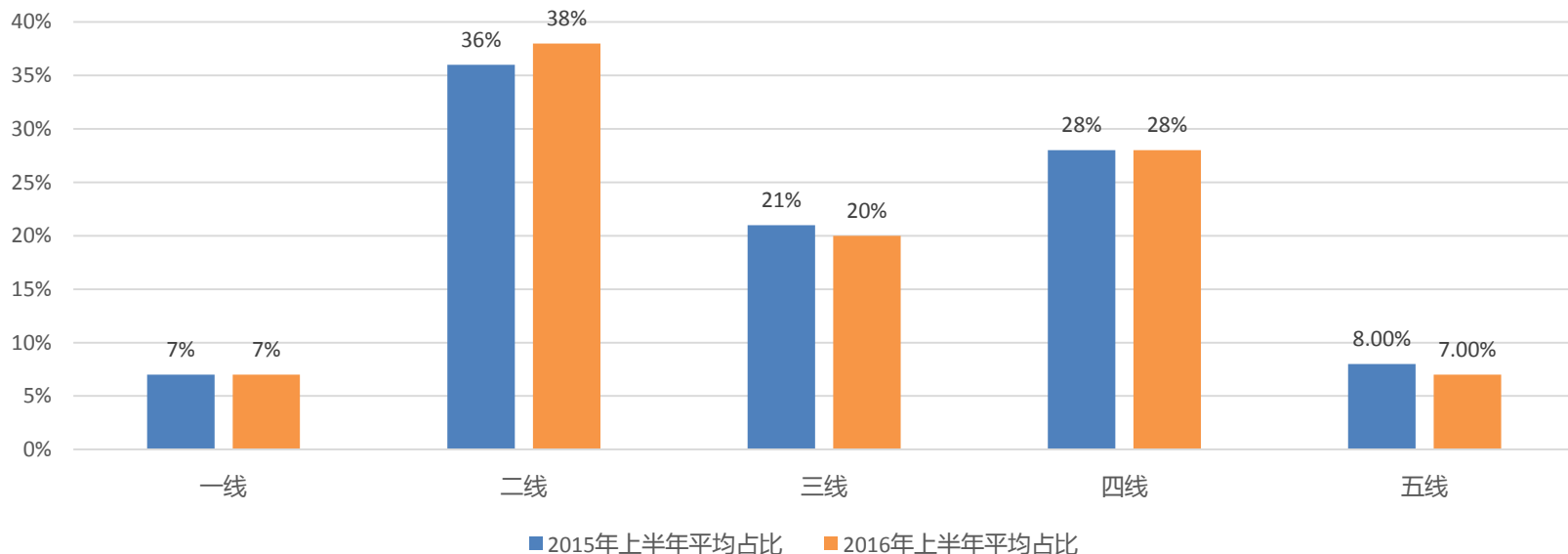


注：特大网吧:200台及以上 大型网吧:100~200台 中型网吧:50~100台 小型网吧:10~50台 微型网吧:1~10台

数据来源：顺网大数据中心

■网吧城市占比 >>>主要集中在二线城市，且占比略有增长

2016对比2015上半年网吧分布变化趋势

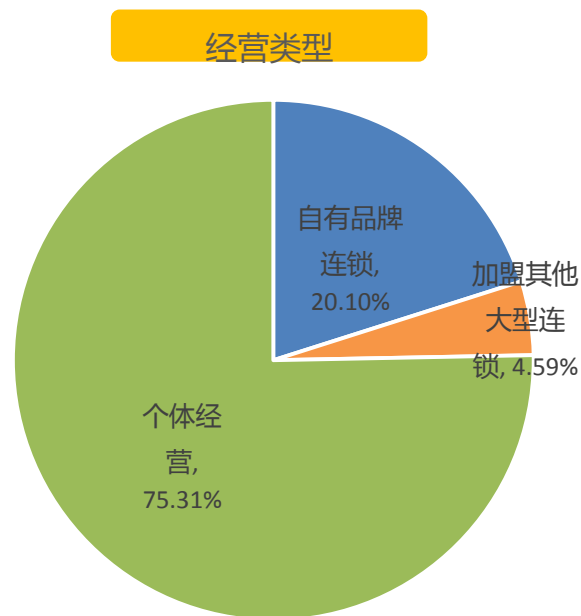
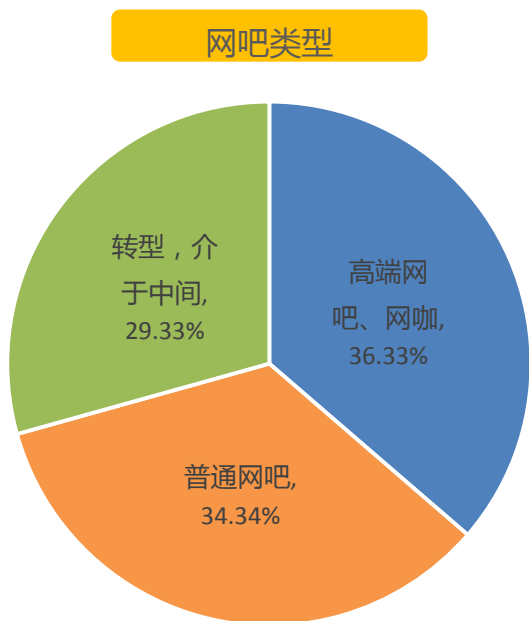


注：一线：北京、上海、广州、深圳
四线：经济发展水平一般的城市

二线：直辖市、省会城市、经济特别繁荣的地级市
五线：其他中小城市、县乡镇
三线：经济发展较好的城市

■网吧经营模式 >>>高端化、网咖化、品牌化转型趋势明显，连锁网吧已占20%+份额

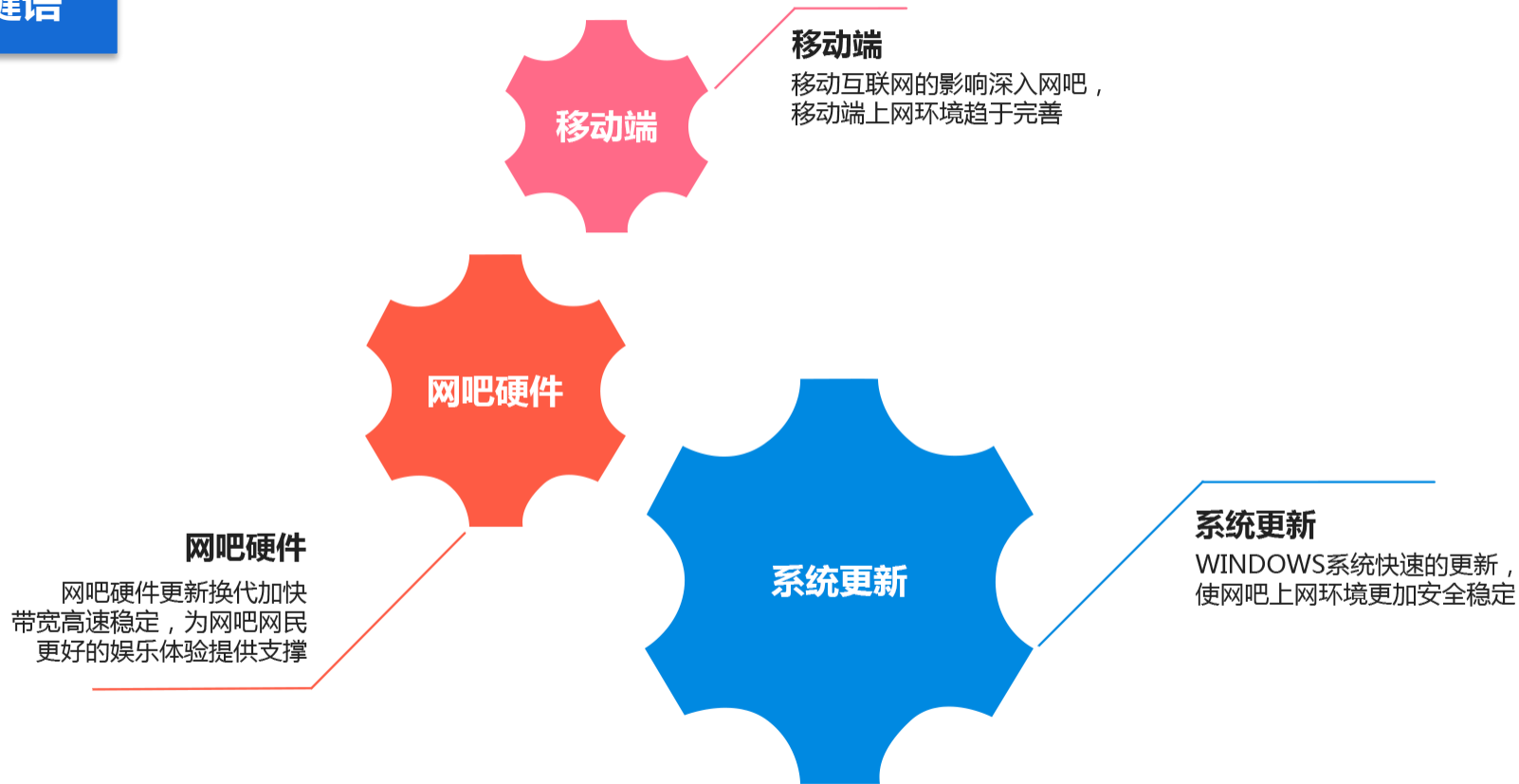
- 网吧、网咖、两者转型三类网吧基本各占三分之一；
- 网吧仍是个体经营模式，但连锁化、品牌化已经达到一定规模。



数据来源：2016网吧业主调研

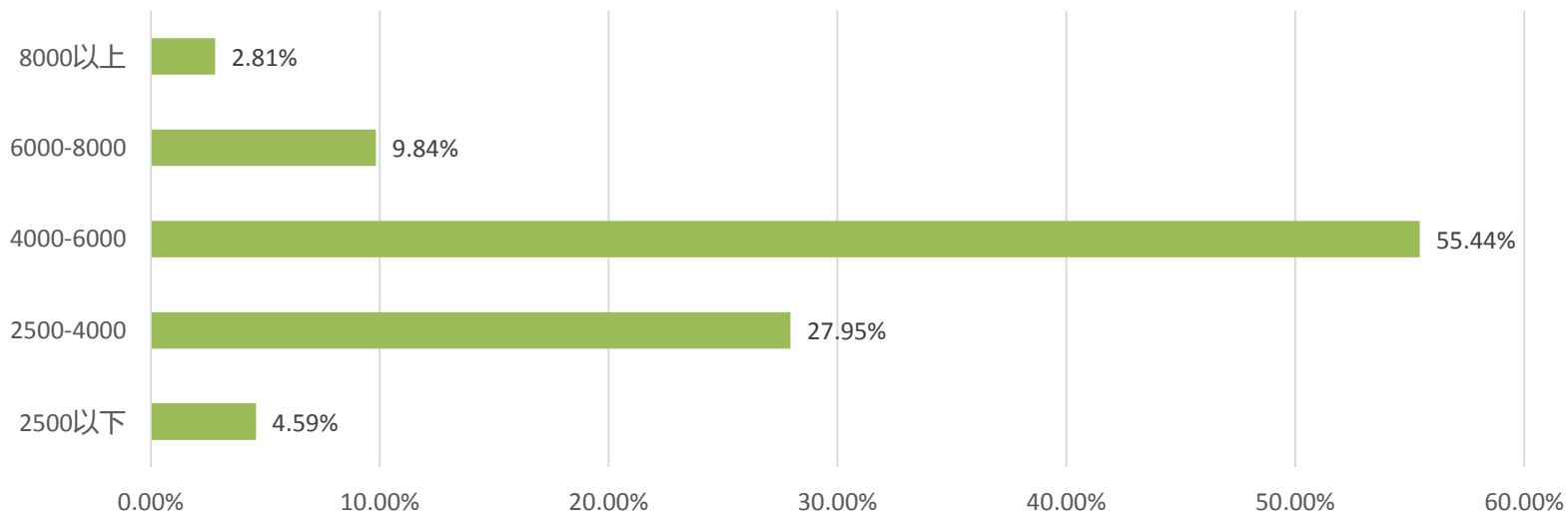
网吧设施概况

关键词



■PC设施情况 >>>七成以上网吧PC配置为中高档，单终端费用4000元以上的占比达68%

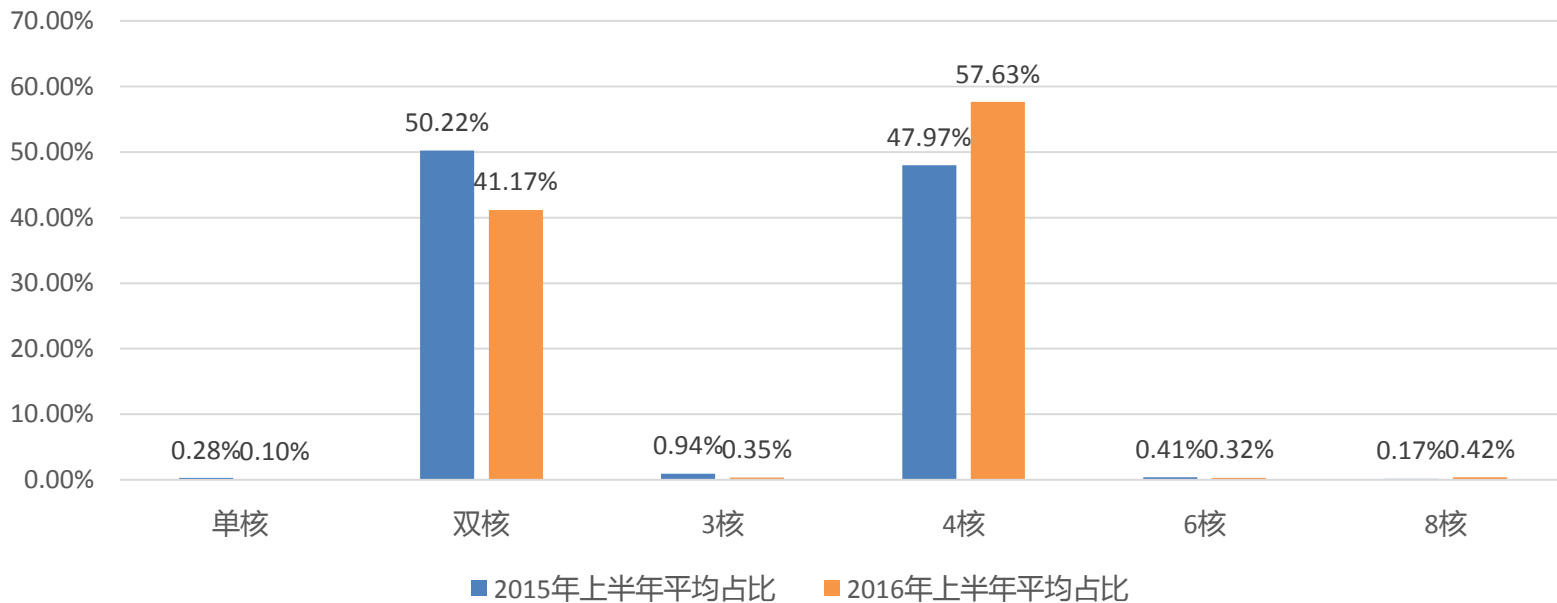
2016年网吧单终端配置价格情况



数据来源：2016网吧业主调研

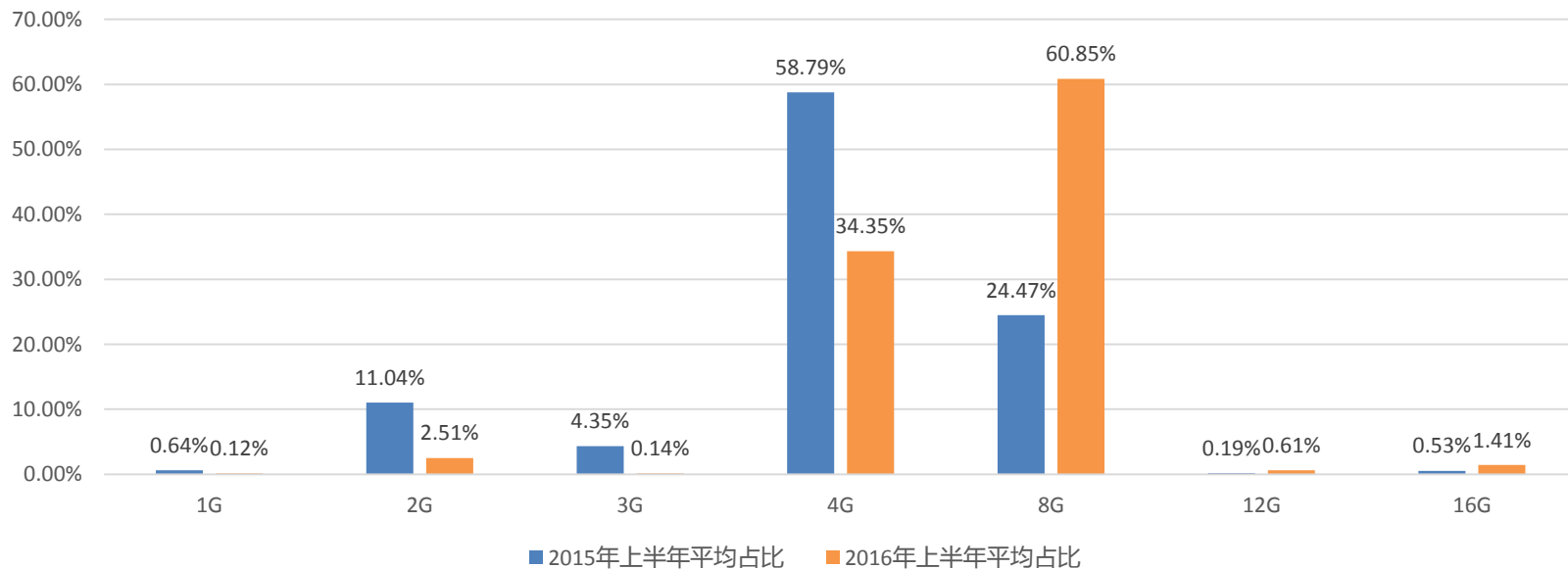
■CPU发展趋势 >>>CPU不断升级，四核与双核成网吧主力，一年内四核已经占比过半，取代双核地位

2016对比2015上半年网吧CPU核数变化趋势



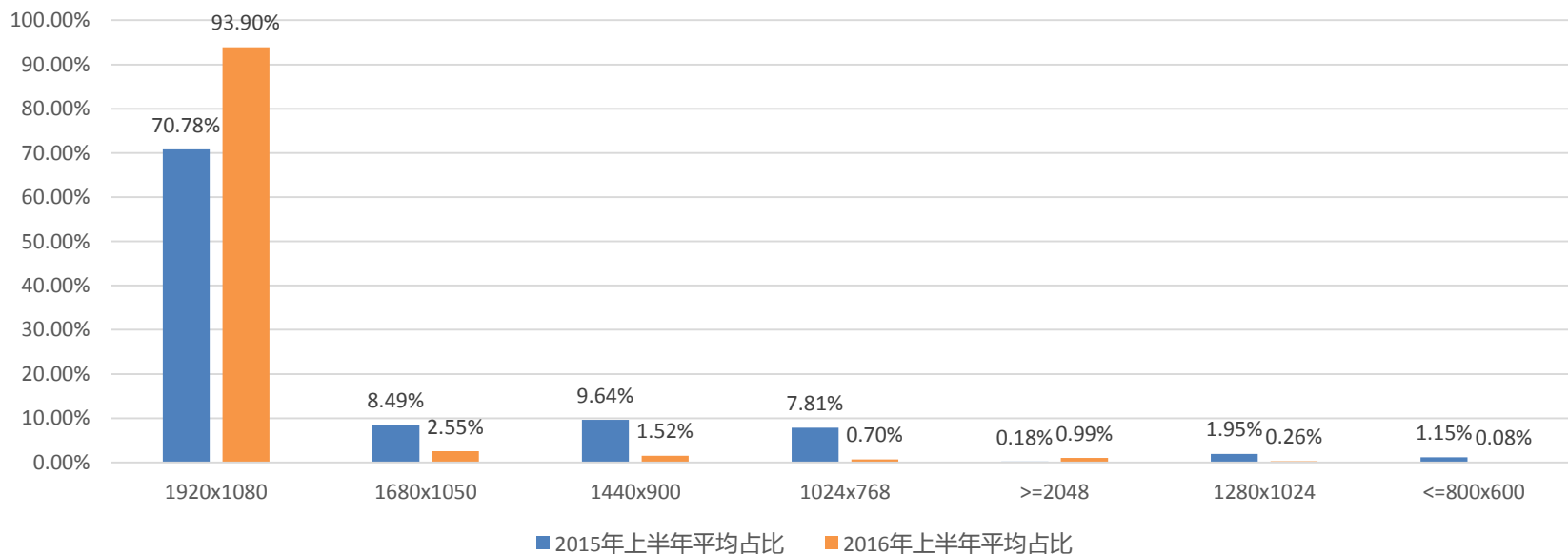
■内存发展趋势 >>>8G内存已经成为网吧标配，4G时代正成为历史

2016对比2015上半年网吧内存容量变化趋势



■显示分辨率趋势 >>>大屏已成网吧娱乐体验的主流，9成以上网吧显示器都可满足用户1920X1080高分辨率需求

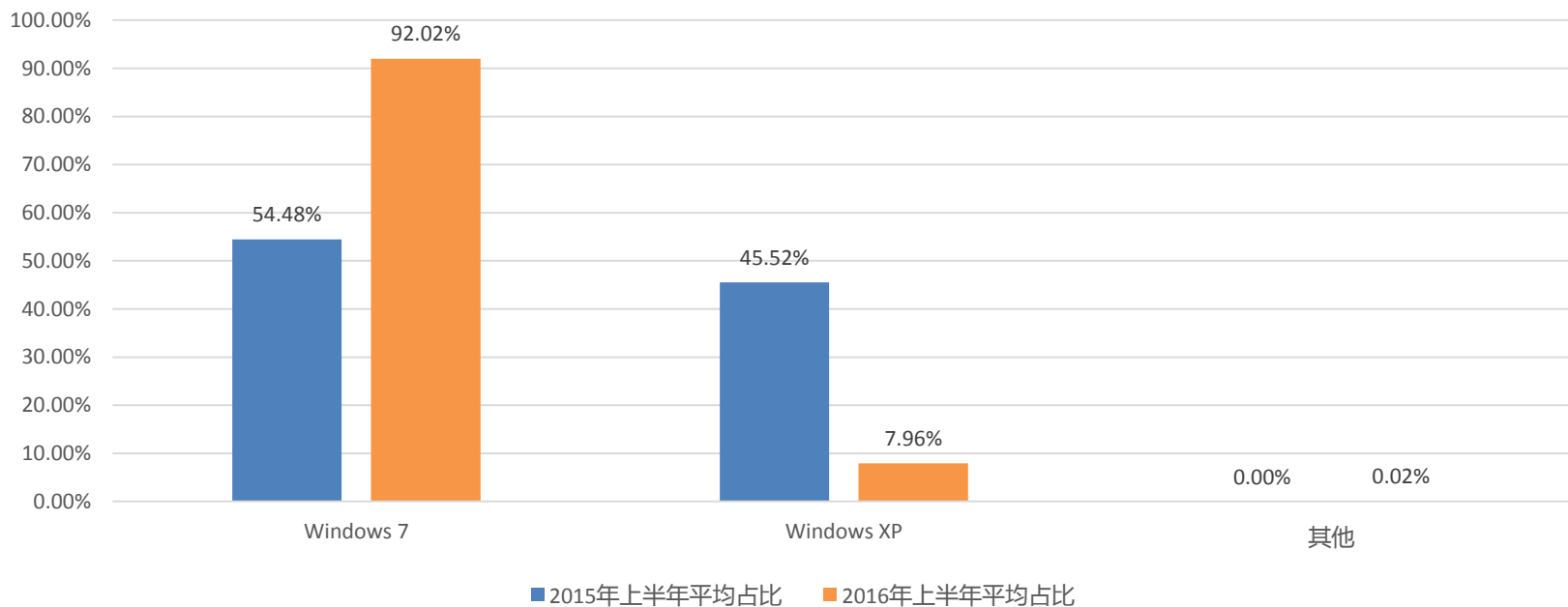
2016对比2015上半年网吧显示分辨率变化趋势



数据来源：顺网大数据中心

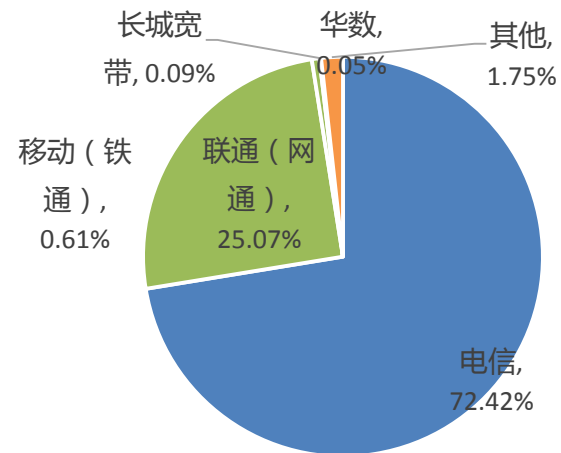
■网吧操作系统 >>>受微软策略影响，WIN 7逐步取代WIN XP，网吧系统兼容性更佳，且更安全、更稳定

2016对比2015上半年网吧操作系统变化趋势

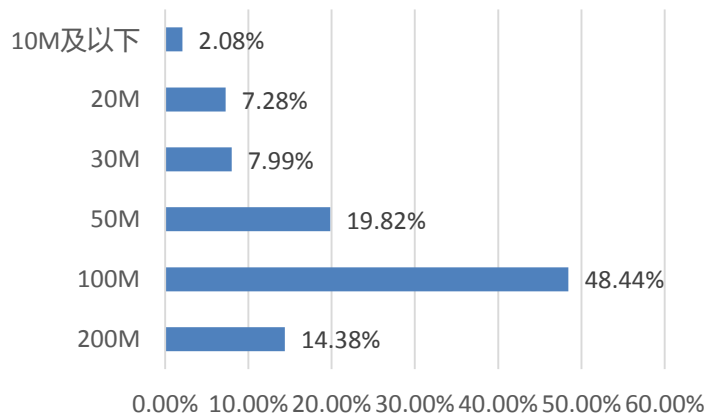


■网吧带宽情况 >>>电信网络占比最高，5成以上采用双线保障，6成以上网吧采用速度体验好的百兆以上带宽，代理加速器仍有市场空间

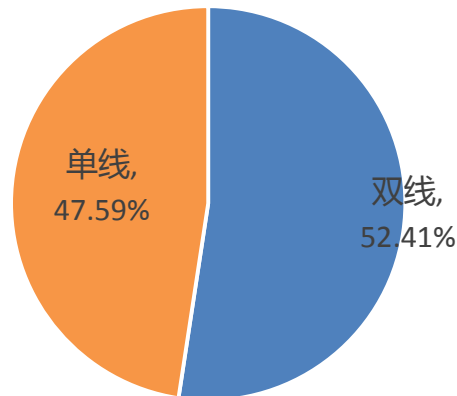
网吧宽带运营商情况



网吧宽带带宽情况



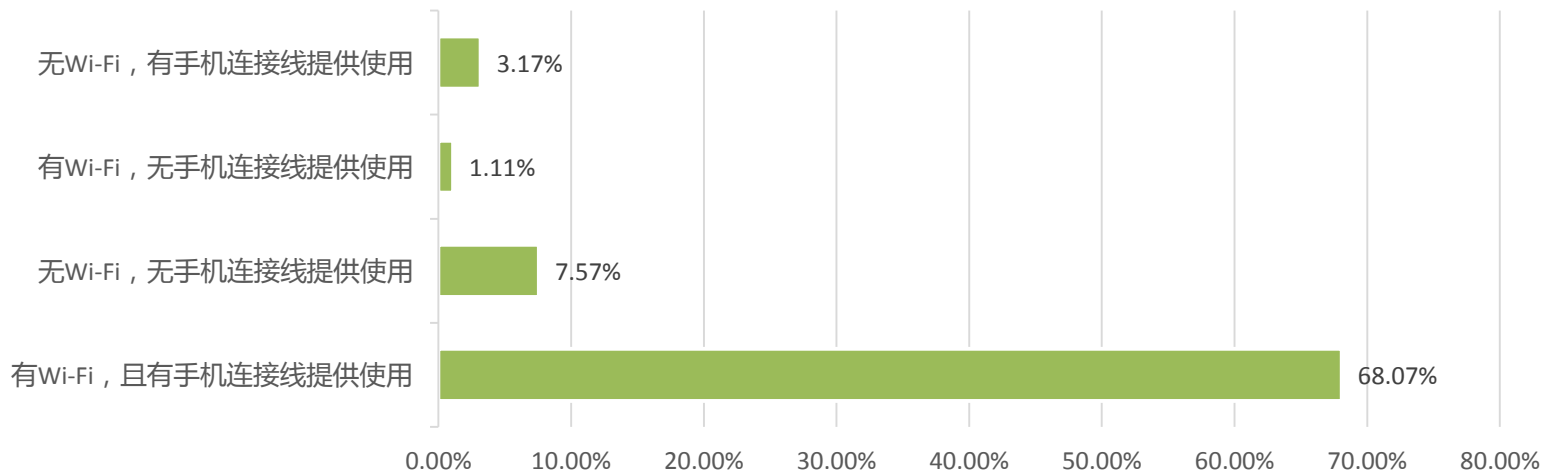
网吧为单线或双线



数据来源：2016网吧业主调研

■周边设施情况 >>>顺应移动互联网的发展，近7成网吧提供Wi-Fi和手机连线，为移动端提供便利服务

2016年网吧Wi-Fi及手机连接线部署情况



2015-2016年 中国网吧用户属性分析报告

《2015-2016年中国网吧用户属性分析报告》分目录

阅读说明.....	25
用户基础属性.....	26
用户上网习惯.....	34
用户消费行为.....	41
用户游戏习惯.....	46

阅读说明

- ✓ 此报告内容基于顺网大数据中心的数据统计，部分数据通过对网吧网民的定制“问卷调研”采集；
- ✓ 在顺网覆盖的网吧内，根据2015年-2016年6月的监测数据，对整个网吧用户进行深度分析；

累计用户数	活跃用户数
216,094,605	70,594,508

- ✓ 对网吧网民进行了问卷调研，共回收有效样本20526份；
- ✓ 调研覆盖内容包含网吧用户的基础属性、以及各类型游戏网吧用户的社会属性、上网行为、游戏行为、媒体喜好等；
- ✓ 最终数据分析采用了顺网大数据中心数据与调研数据分类分析和交叉分析；
- ✓ 顺网覆盖全国网吧及终端占比约70%，文中顺网大数据中心数据范围为顺网全国覆盖网吧数据；

注：

累计用户数为：顺网平台发生过上网行为且可以独立标识的用户数

活跃用户数为：顺网平台最近3个月发生过上网行为且可以独立标识的用户数

用户基础属性

关键词



10个人中有9个为男性



多为学生、务工群体



95后，年轻、个性人群



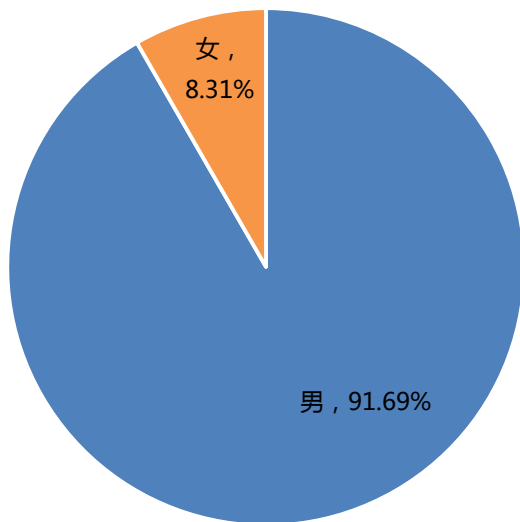
爱游戏 爱竞技
娱乐休闲主要目的



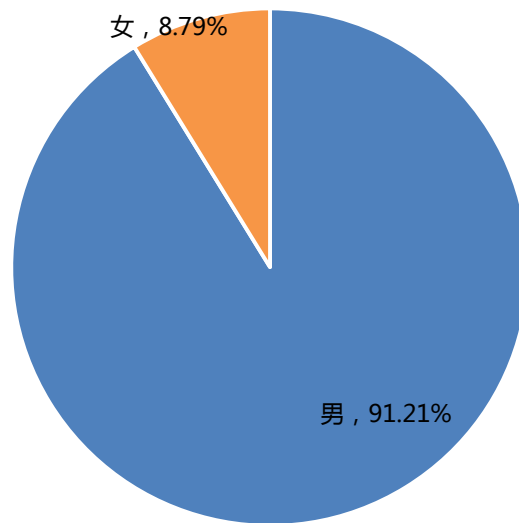
二三线城市半数以上
消费有开发潜力

■用户基本特征 >>>男性用户仍为网吧主导，女性用户略有增加，网吧内推广应更贴近主流用户兴趣趋向

2015年用户性别分布

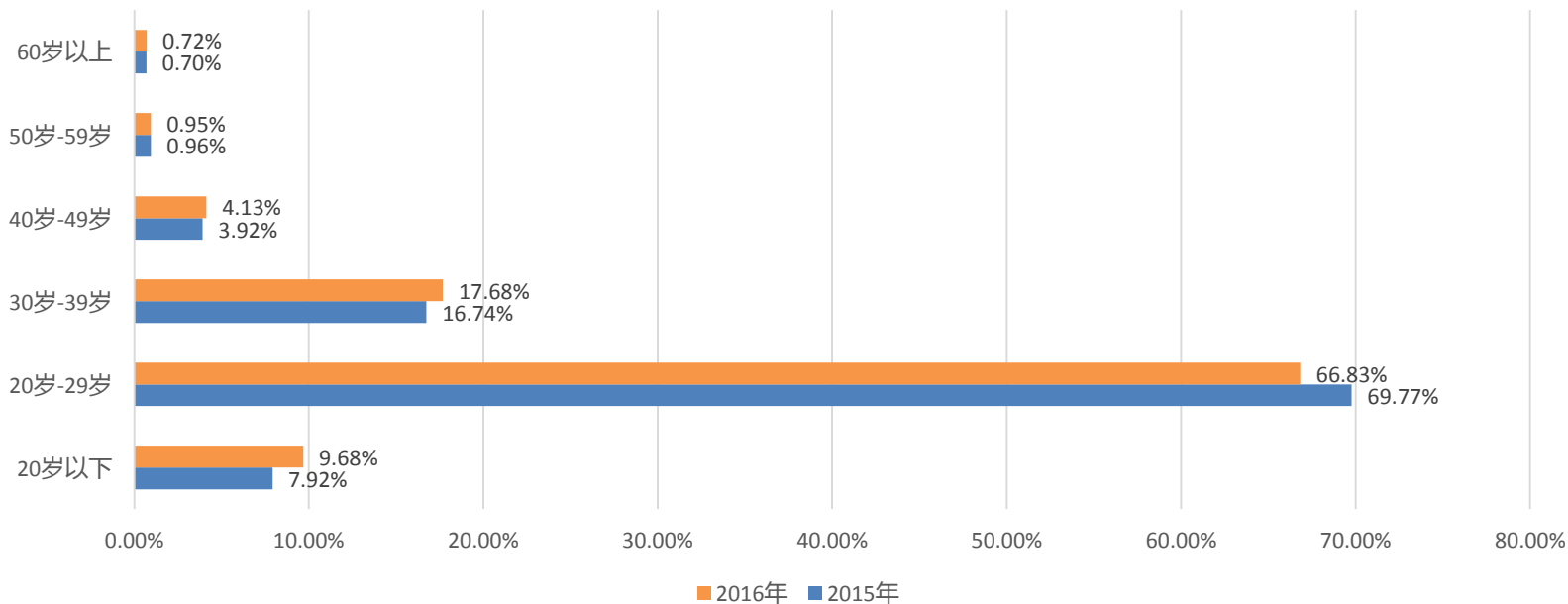


2016年用户性别分布

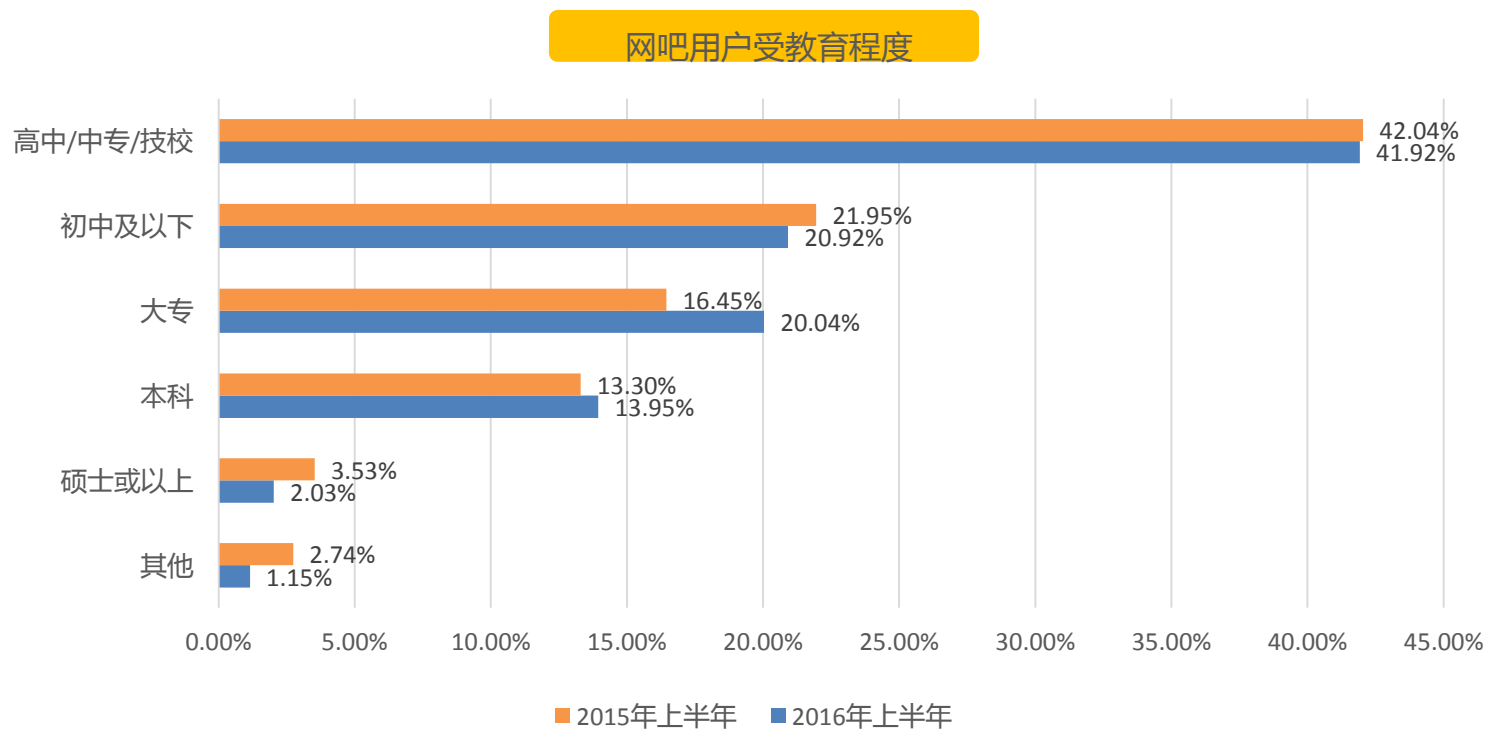


■ 用户基本特征 >>> 网吧依然是年轻网民的聚集地，90后用户占据主导地位，个性、紧随时代潮流才能更好的吸引此类用户

网吧用户年龄

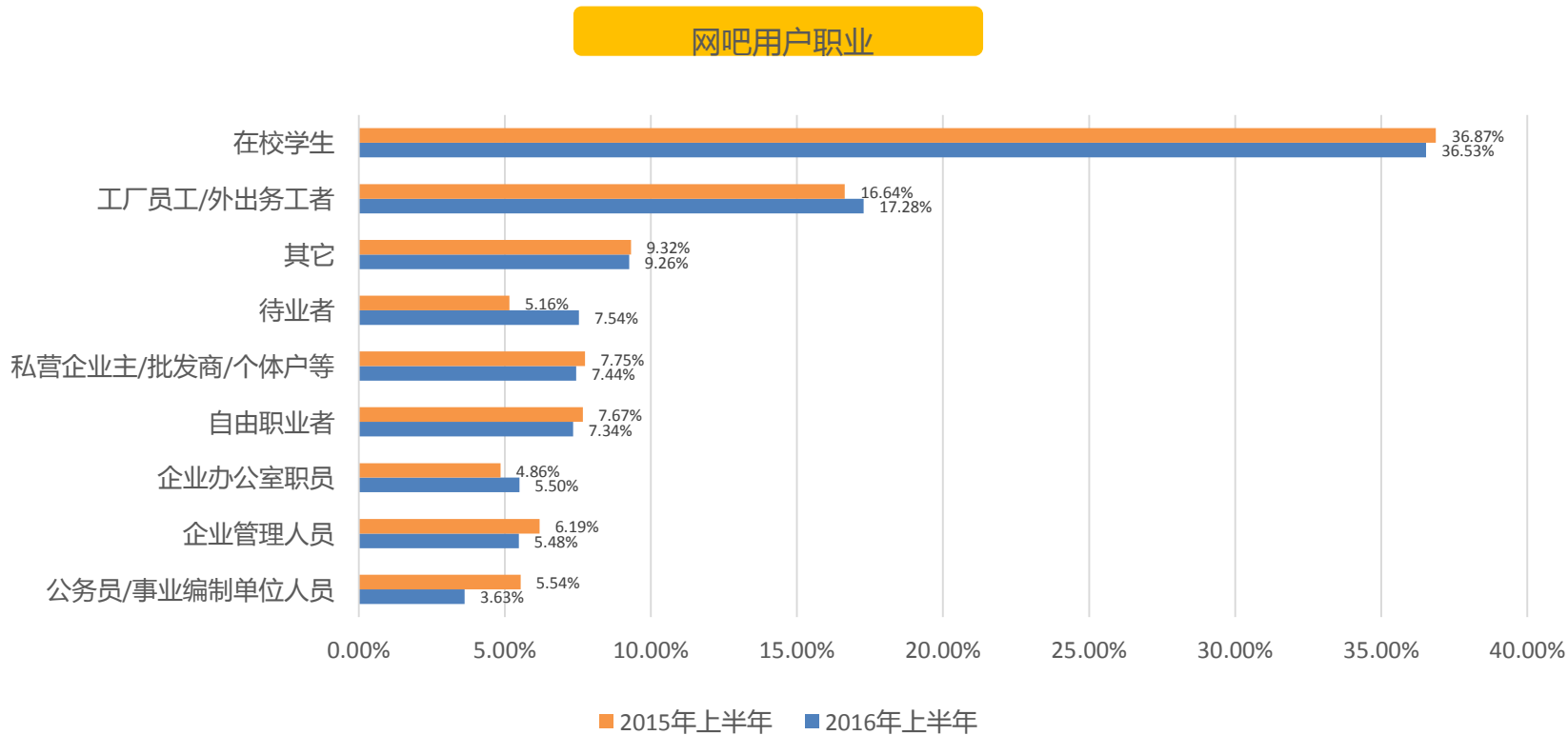


■用户基本特征 >>>网民整体受教育程度有所提升，大专、本科用户占比提升明显



数据来源：2016网吧用户调研

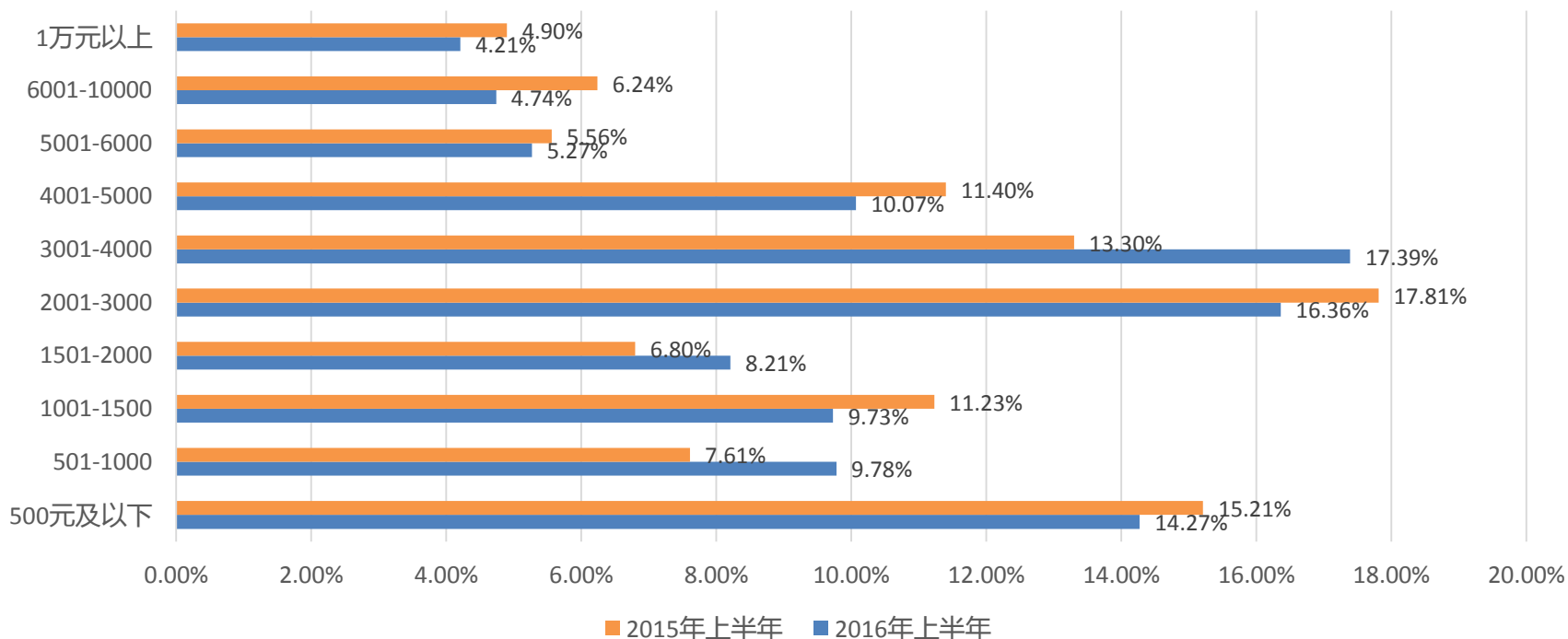
■用户基本特征 >>>学生、务工者依然为网吧主要用户群体



数据来源：2016网吧用户调研

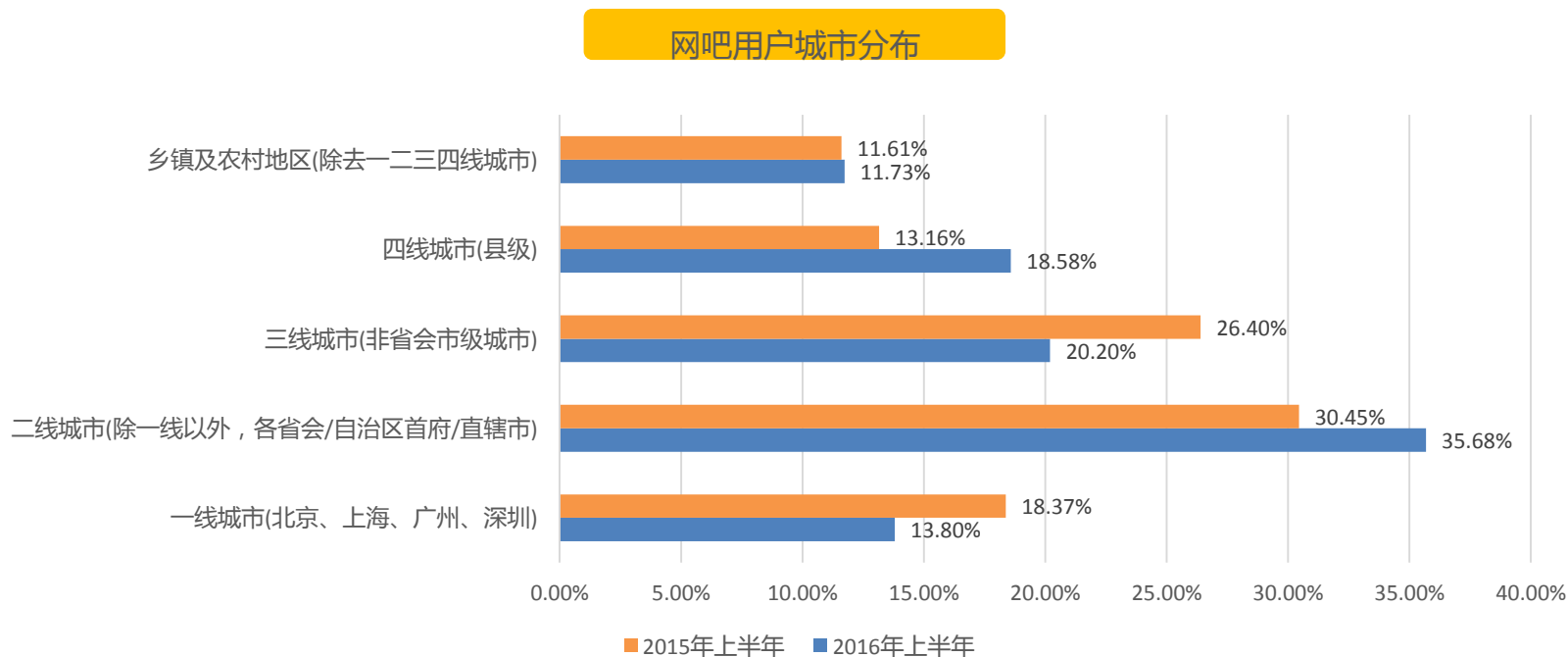
■用户基本特征 >>>与职业分布有关（学生为主要群体），收入水平偏低

网吧用户收入情况



数据来源：2016网吧用户调研

■用户基本特征 >>>一半以上网吧用户在二、三线城市活跃



用户上网习惯

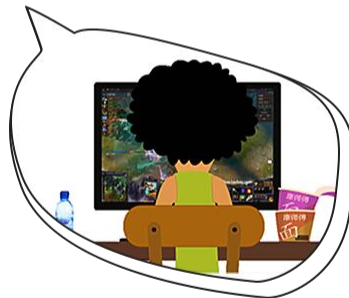


去网吧就是大家一起嗨，
结伴去，比一个人在家有意思

关键词



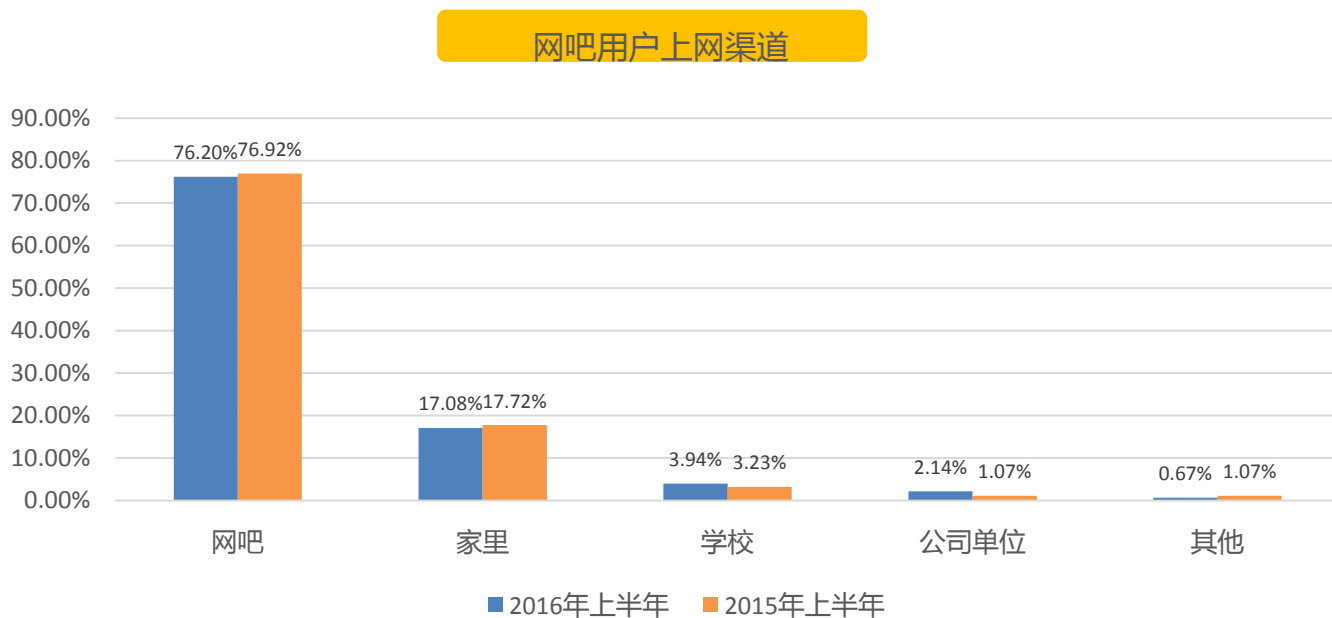
去网吧不单单玩游戏，听听歌，看看电影，
网吧可以提供各类休闲娱乐体验



基本每周都会去网吧娱乐
4成用户可娱乐5小时以上

■用户上网渠道 >>>选择取向单一，用户集中度较高且黏性强

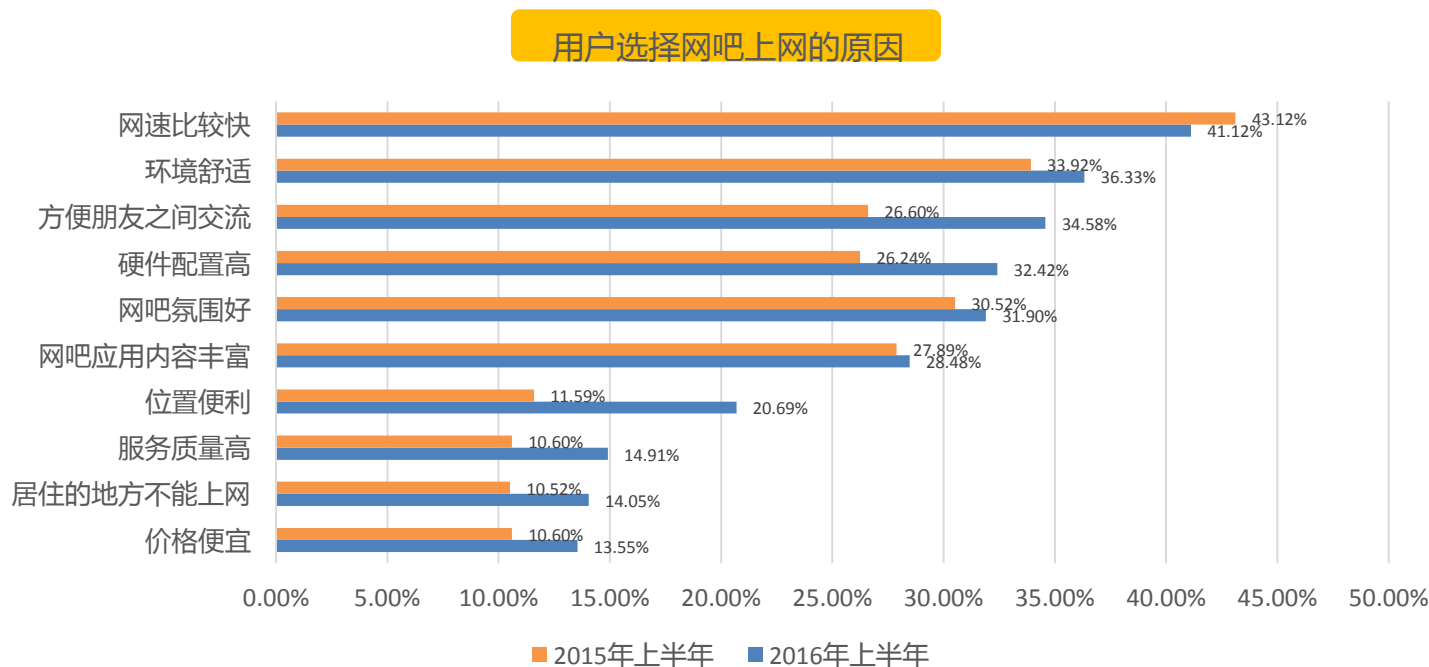
- 将近80%用户选择网吧为主要上网场所；
- 在家上网人数略有减少，在学校上网人数略有增长，整体分布差别不大。



数据来源：2016网吧用户调研

■网吧上网原因 >>>网吧网民对网吧设施认可，主要看中的就是网吧的网速、硬件、环境舒适度及氛围

- 网速快虽然是最主要原因，但其他因素的重要性比例较去年都略有递增；
- 方便朋友间交流的因素占比增长最多，社交、位置、服务是上升幅度最多的三个原因。

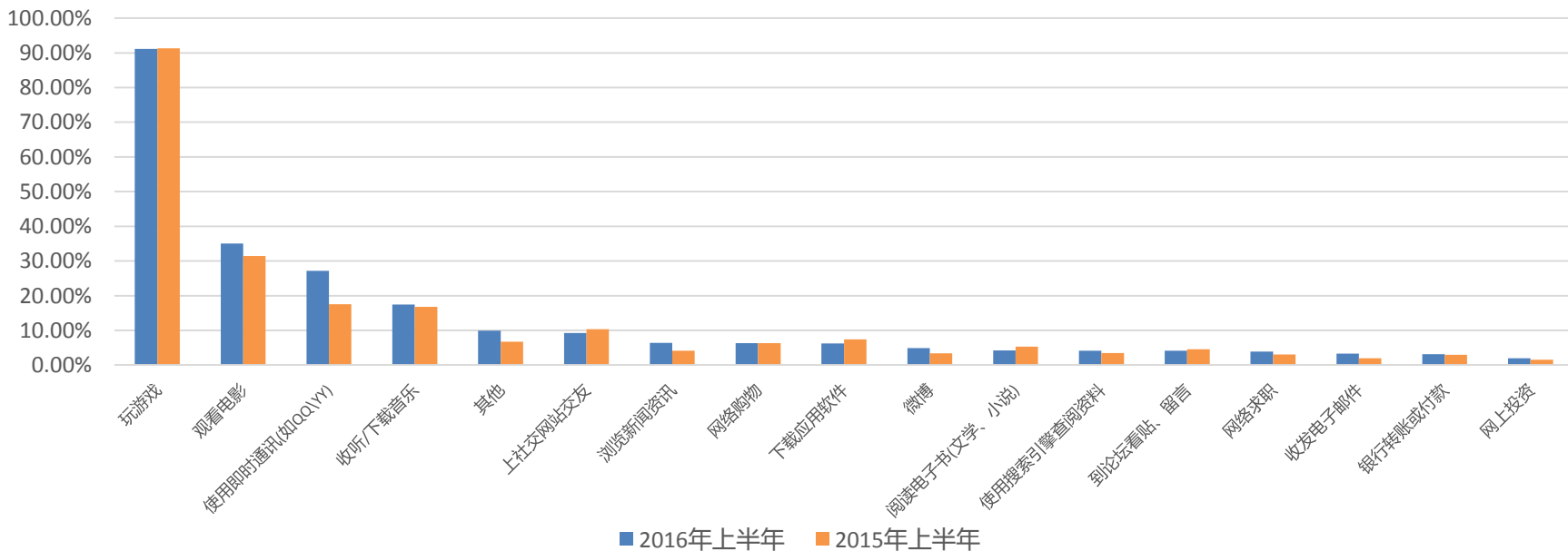


数据来源：2016网吧用户调研

■网吧上网目的 >>>娱乐休闲需求为主，游戏、影视、聊天交友占据前3位

- 用户到网吧的最主要目的仍是玩游戏；
- 看电影、聊天和听音乐其次，分别占比35.04%、27.20%和17.47%。

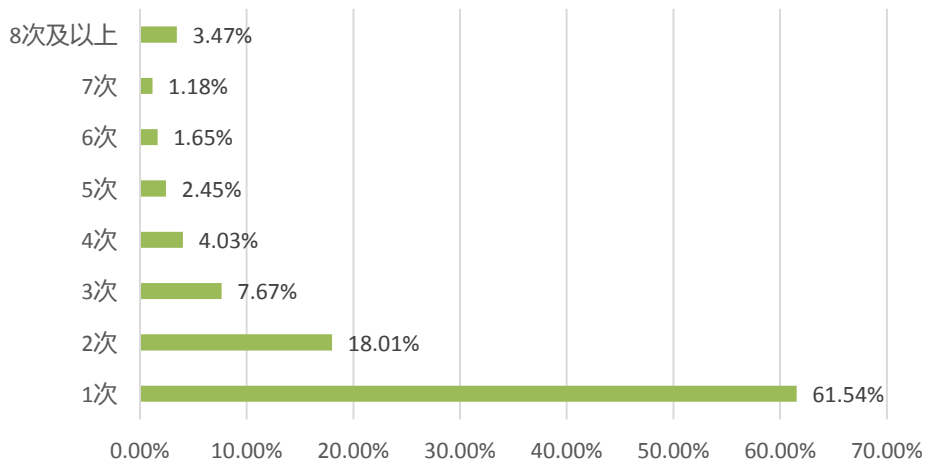
用户到网吧的主要目的



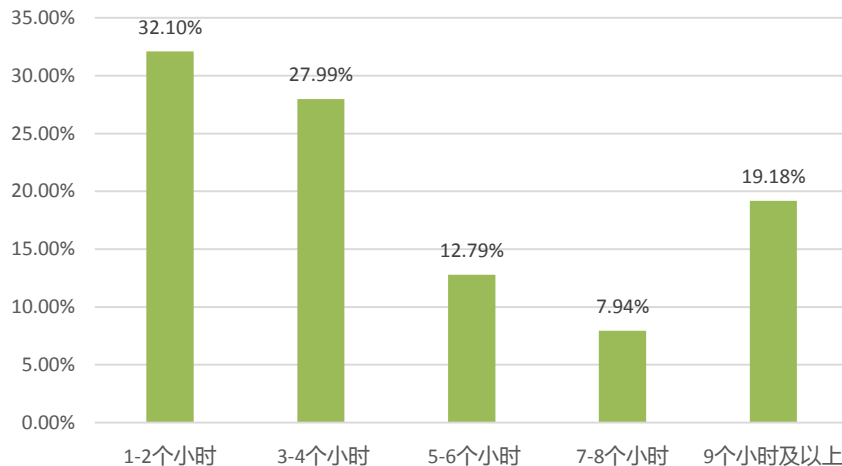
数据来源：2016网吧用户调研

■网吧用户粘性 >>>近4成用户每周至少去2次网吧，4成用户每周上网5小时以上

用户周上网次数



用户周上网时长

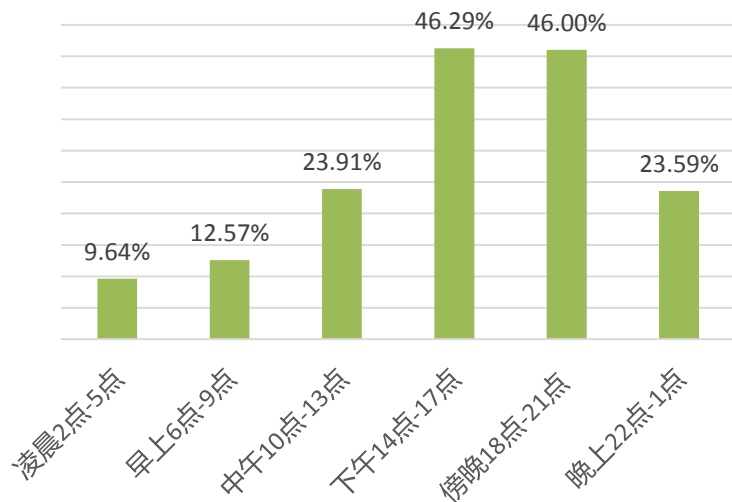


数据来源：顺网大数据中心

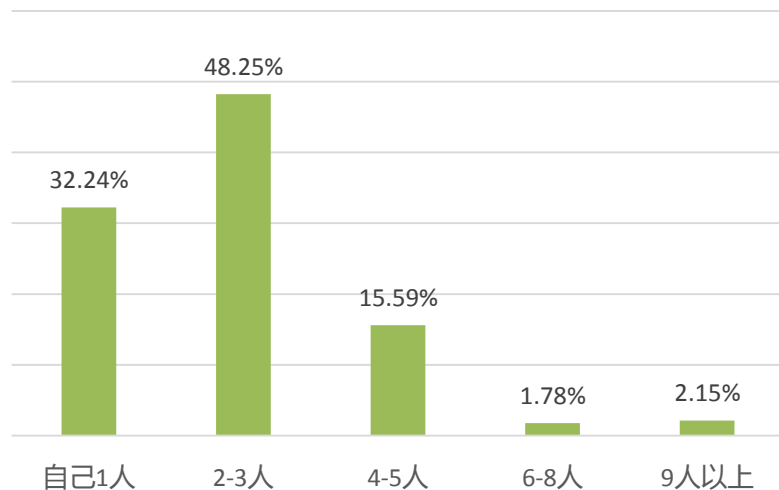
■网吧上网规律 >>>下午到傍晚为上座高峰时段，7成用户会结伴而行

- 下午14-17点，傍晚18点到21点的用户比例最高，分别占46.29%和46%；
- 2-3人同行的用户比例最高，占48.25%。

用户上网时段

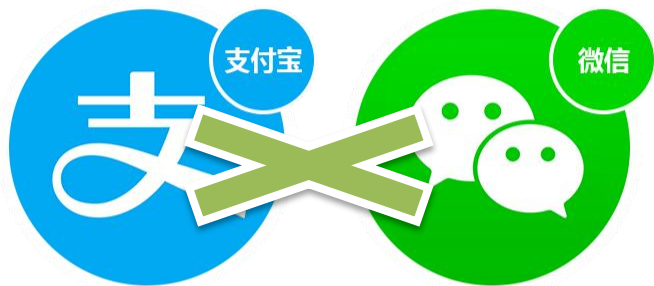


同行情况



用户消费行为

支付方式



关键词

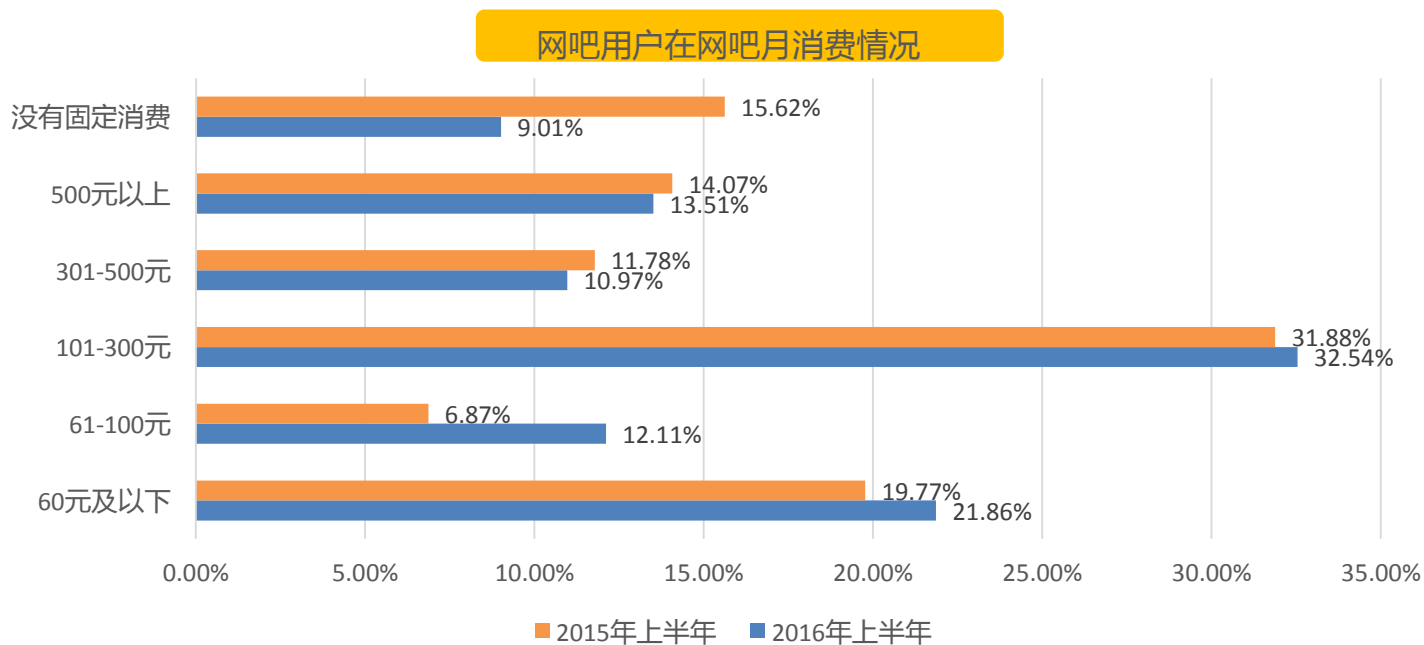
主要消费途径



网吧用户消费水平有一定提升，支付仍以现金为主，支付宝、微信等快捷支付日常线下网吧使用仍不够普及，但杭州及周边区域支付宝等线上支付方式非常发达

■用户网吧消费 >>>无固定消费用户减少，中等消费水平用户增加明显，整体消费潜力有待开发

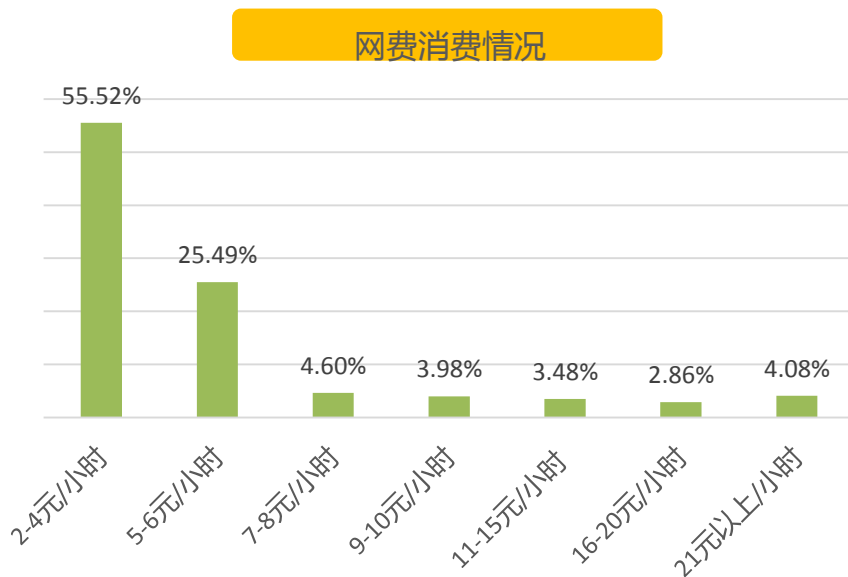
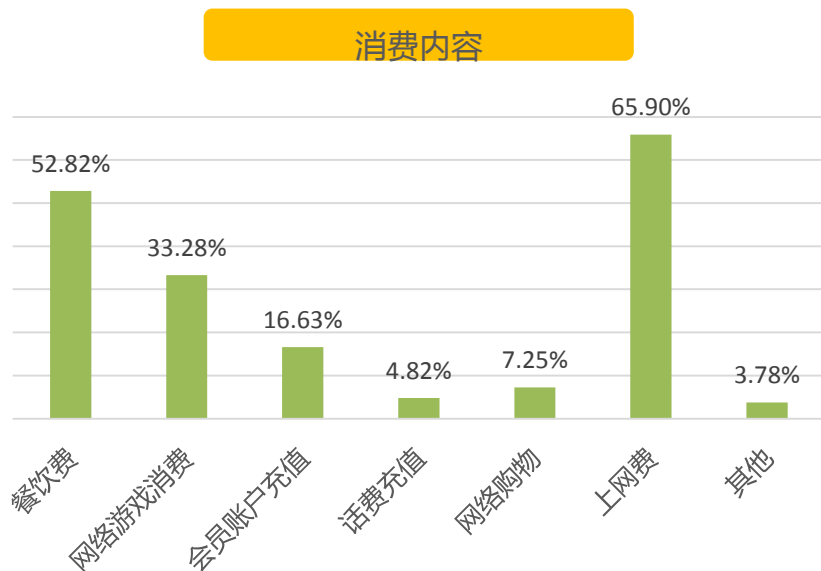
- 无固定消费用户减少；
- 61-300元消费层级用户增加明显。



数据来源：2016网吧用户调研

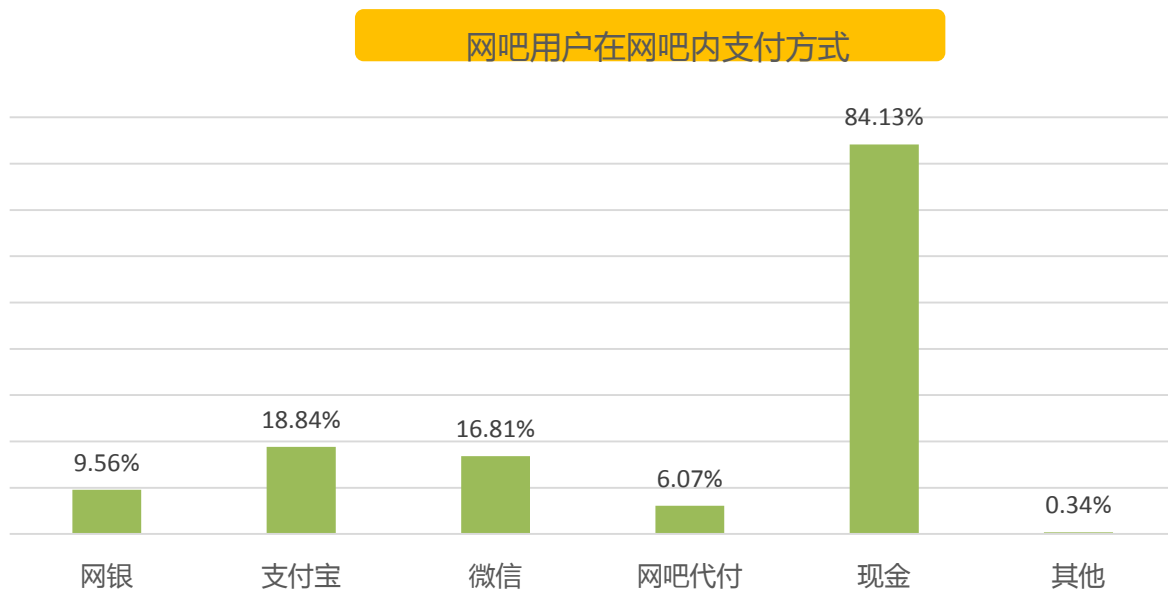
■用户消费情况 >>>除去网费、餐饮费等网吧内日常必要支出，游戏及网络购物占主导，网费及会员充值也可作为支付手段

- 上网、餐饮费是主要支出，但作为娱乐休闲的诉求，游戏和网购才是主体；
- 每小时网费与城市结构、网吧规模的比例相吻合，6元以下占7成。



数据来源：2016网吧用户调研

■用户支付方式 >>>网吧内支付方式，仍以现金为主，部分网吧已经开始使用支付宝和微信的快捷支付方式



数据来源：2016网吧用户调研

用户游戏习惯

关键词

多端共存
PC&移动多端共存
多端互通才是将来游戏趋势
市场需要多样丰富

多端共存

竞技、休闲

竞技、休闲

游戏玩家更加追求
竞技体验、快捷、游戏时间可控制度高
MOBA、FPS等竞技、休闲游戏受热捧

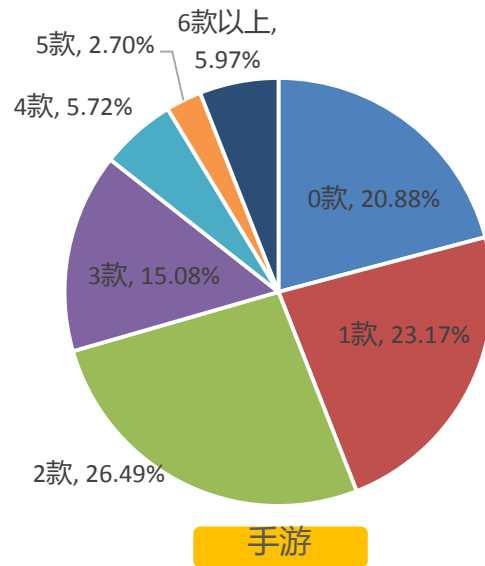
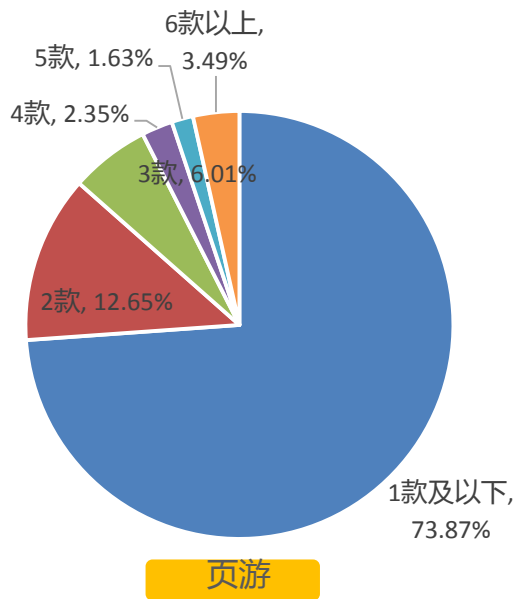
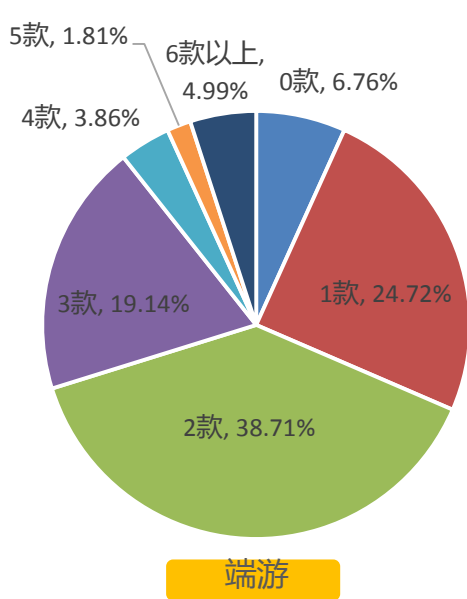
品质是王道

品质才是王道

品质才是王道，营销是催化剂，
玩家依然关注游戏本身的内容

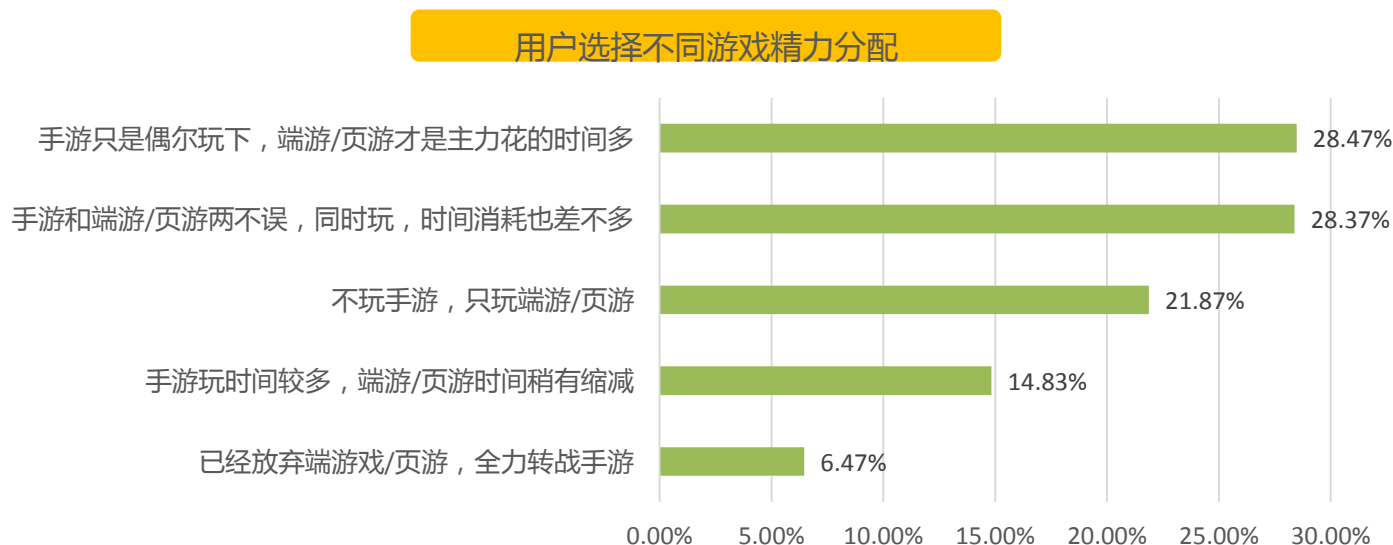
■用户游戏选择 >>>近6成用户同时玩2-3款端游，约半数用户会选择页游，8成同时体验手游

- 其中每次到网吧体验两款游戏的用户数最多，占38.71%；
- 有36%用户玩多款页游，网吧有固定的页游用户群体。



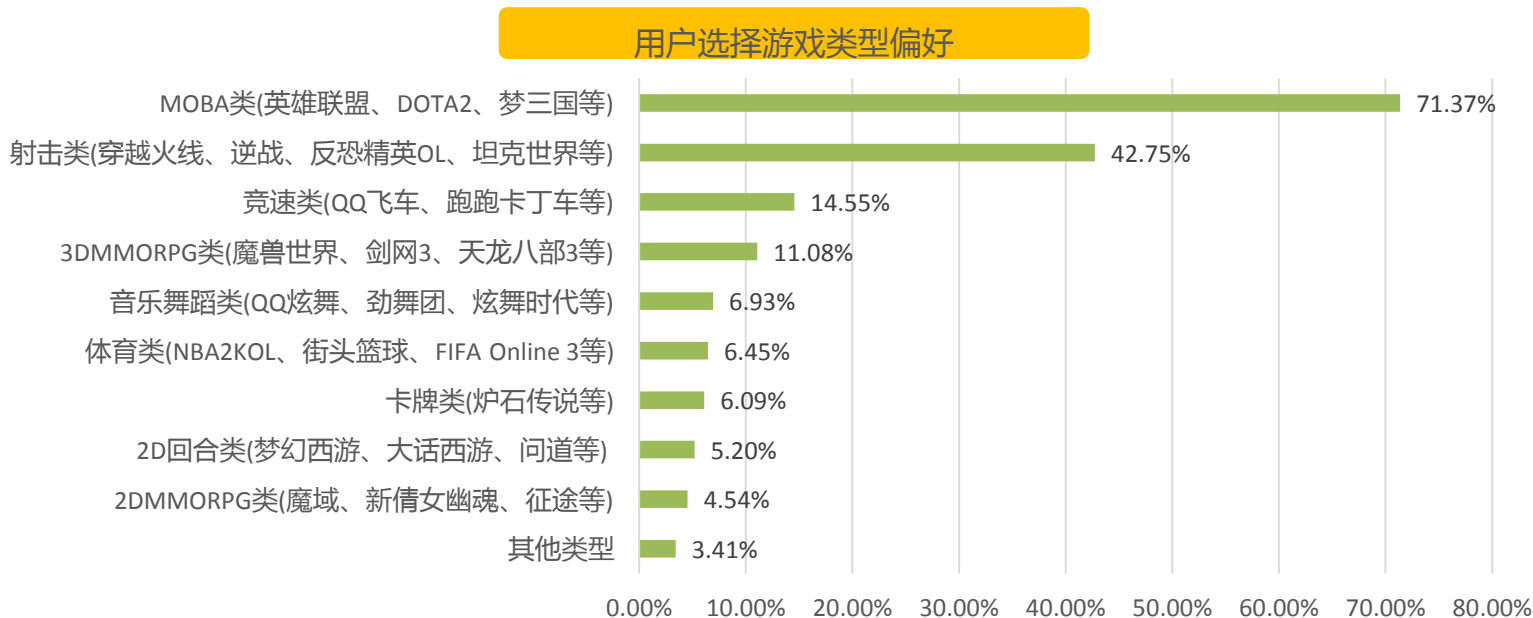
■ 游戏精力分配 >>> 网吧用户多数精力仍在PC上体验游戏，并未因移动市场的发展彻底放弃PC端游戏，而是多端体验

- 93.53%的用户还是继续忠于PC端游及页游；
- 仅6.47%的用户彻底放弃PC端游戏，完全投入手游。



■ 游戏类型偏好 >>>MOBA、FPS类游戏人气最高，玩家选择游戏更趋向竞技、快捷，对游戏时间跨度的要求期望更自由随性

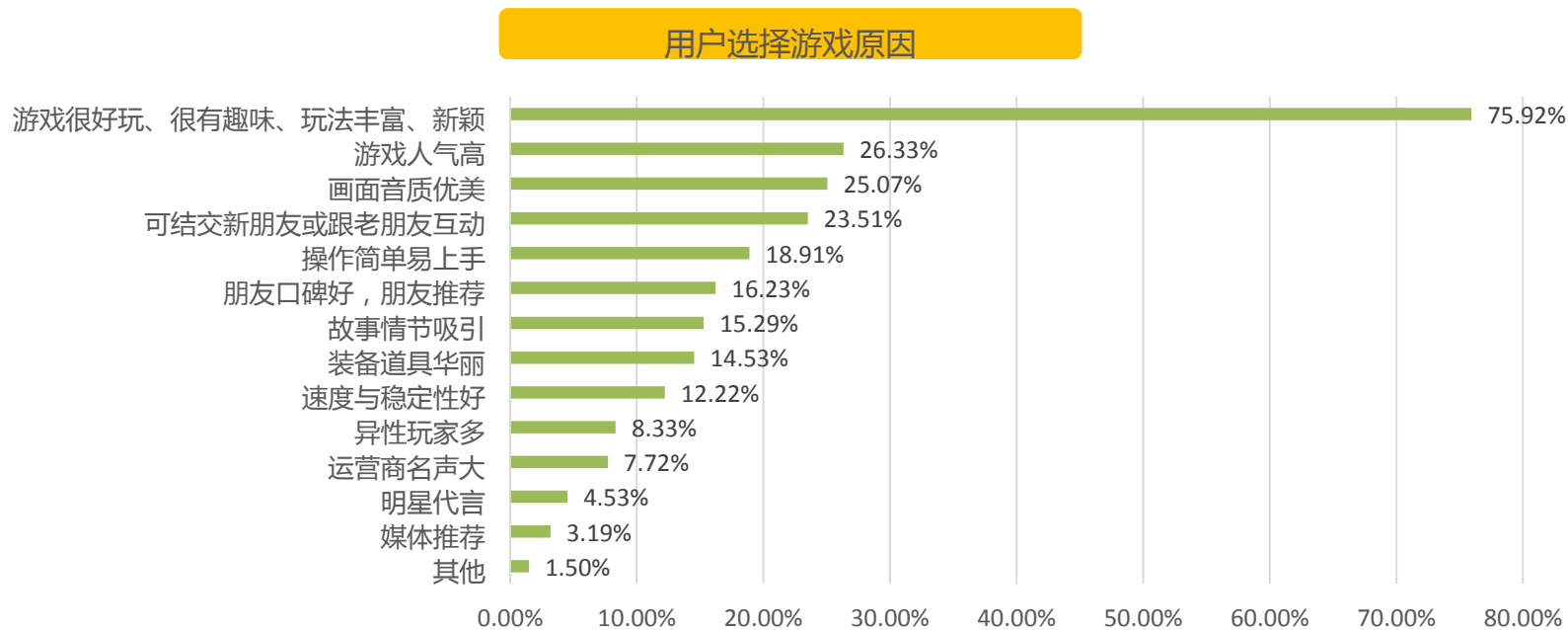
- MOBA类游戏在网吧拥有7成用户喜爱；
- 射击类游戏在网吧拥有4成用户喜爱。



数据来源：2016网吧用户调研

■偏好原因分析 >>>游戏本身决定用户选择，品质才是王道

- 媒体推荐、明星代言，运营商名气并不是用户选择投入游戏的主要原因，只能作为诱因；
- 游戏品质、游戏人气以及用户的好友互动是选择一款游戏并投入的最主要原因。

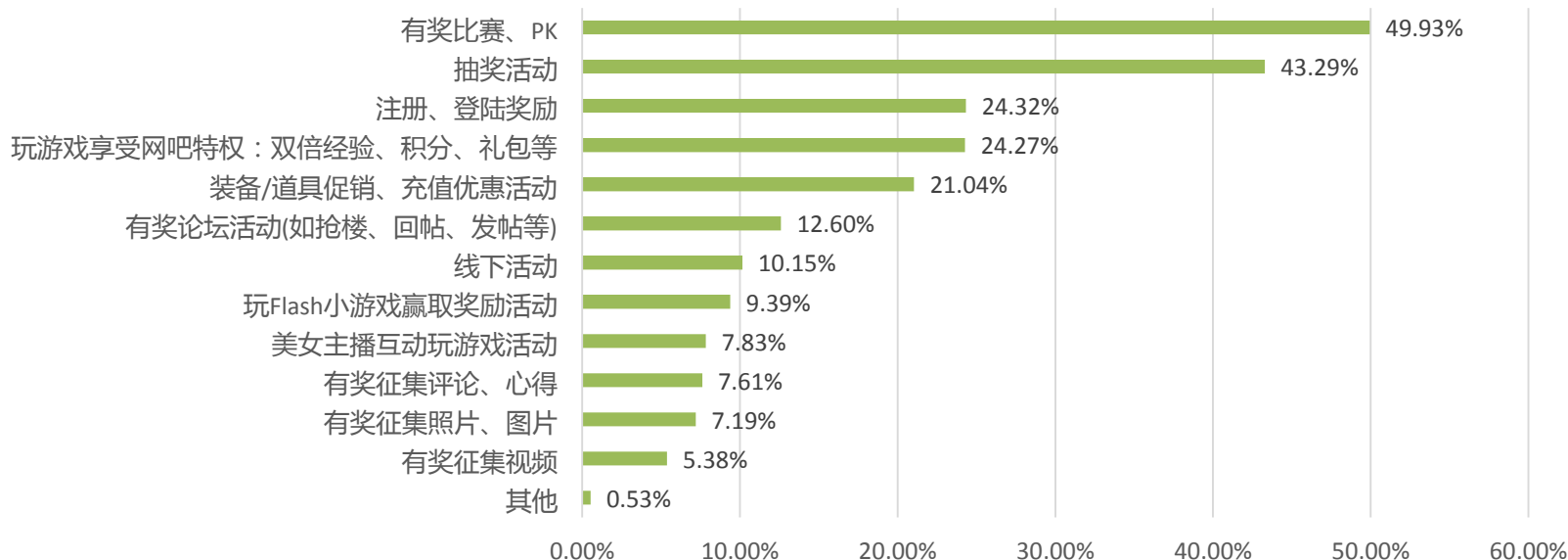


数据来源：2016网吧用户调研

■用户喜爱活动 >>>比赛和抽奖是用户较喜爱的游戏活动形式，竞技概念加强

- 比赛被越来越多用户关注，近一半用户选择；
- 网吧特权、充值促销、注册登陆有奖等活动形式也有一定的用户支持。

用户最喜爱的游戏活动偏好



数据来源：2016网吧用户调研

■用户奖品喜好 >>>实物类奖品最容易吸引用户参与活动

- 用户对于游戏周边的偏好程度一般；
- 游戏内道具、虚拟货币、特权礼包也是用户较为喜爱的奖品。

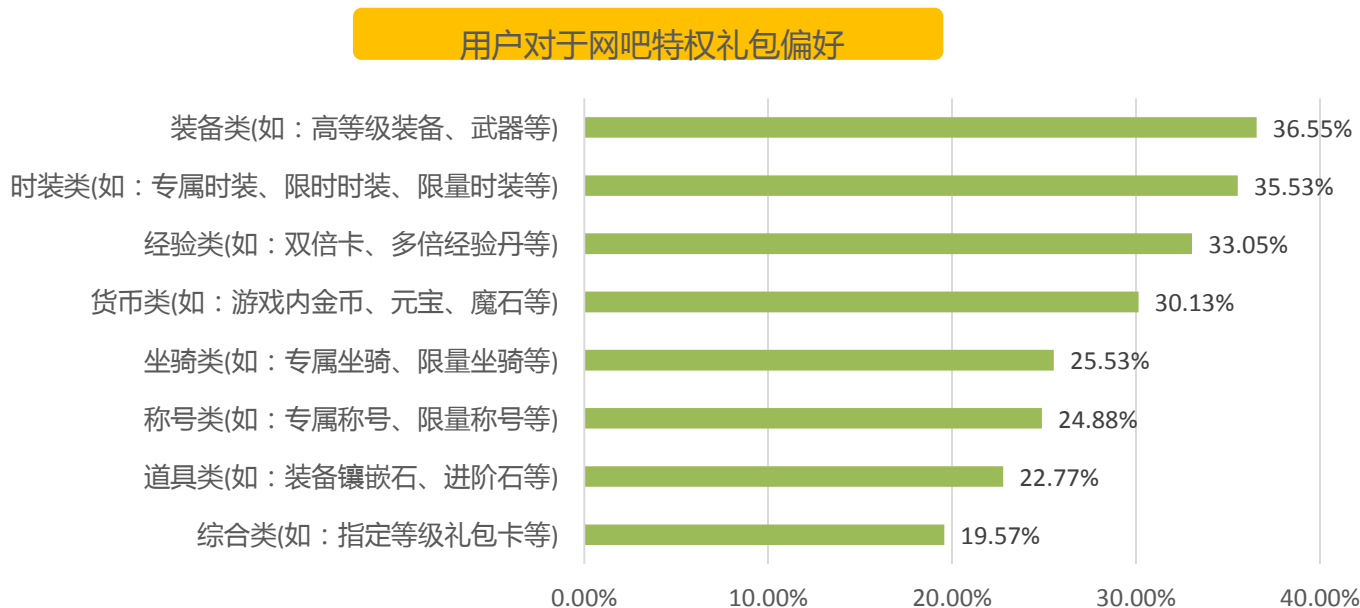
用户对于活动奖品偏好



数据来源：2016网吧用户调研

■特权礼包偏好 >>>对于游戏礼包的喜好分布相对较平均

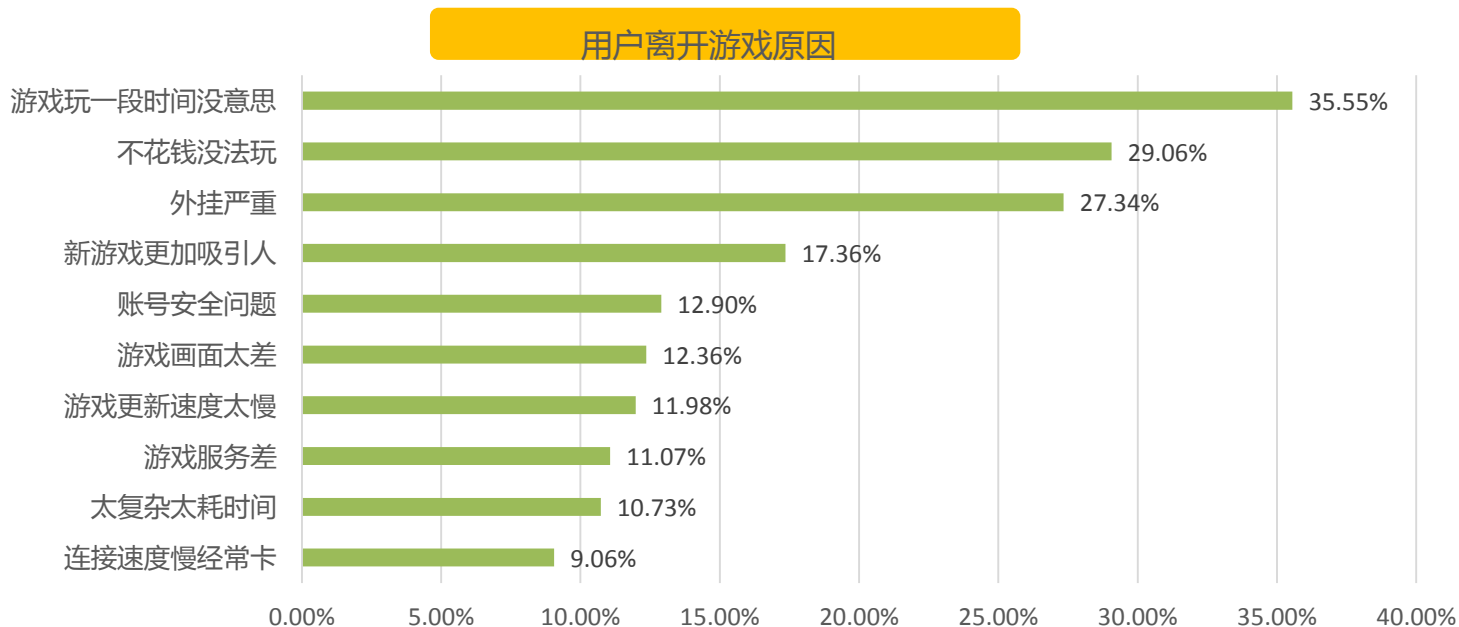
- 装备类、时装类礼包的占比略高；
- 对于指定等级的礼包偏好程度最低。



数据来源：2016网吧用户调研

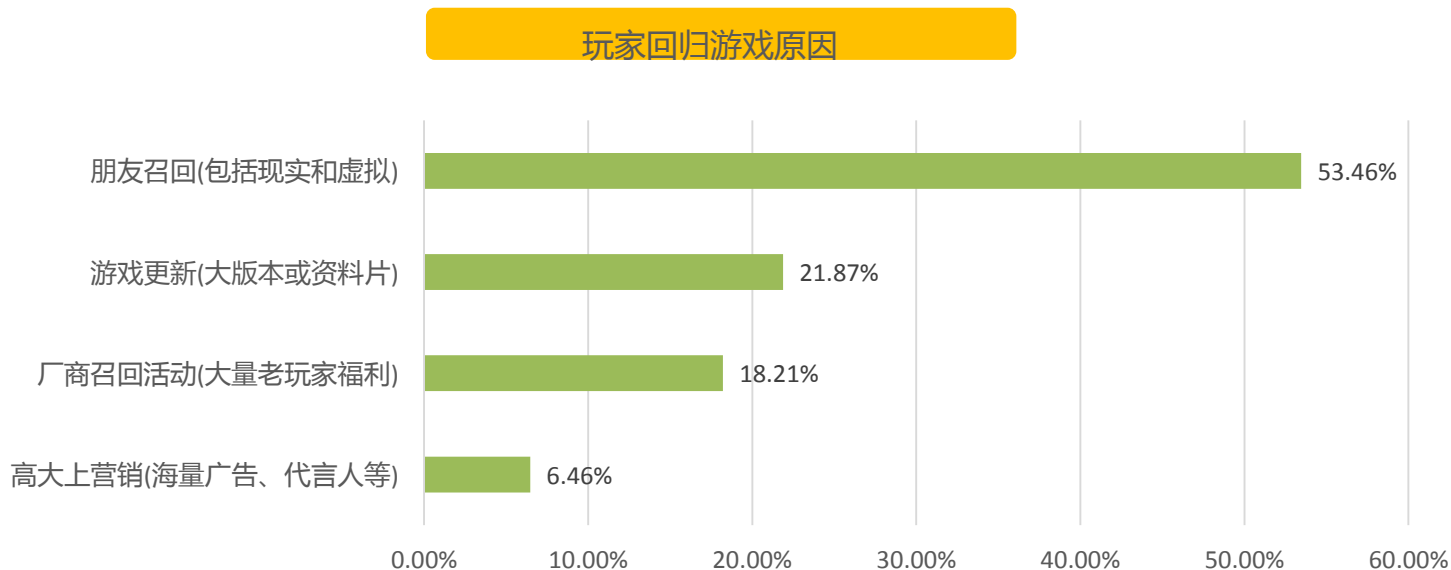
■离开游戏原因 >>>游戏内容不能持续吸引、游戏过分依赖付费、外挂是导致玩家离开游戏的三个主要原因

- 对于新游戏的追捧，也是众多玩家离开现有游戏的主要原因之一，产品需要快速迭代创新，提升品质才能留住用户；
- 相对来说，网速卡、游戏服务差、耗时间直接导致用户离开的比重不高。



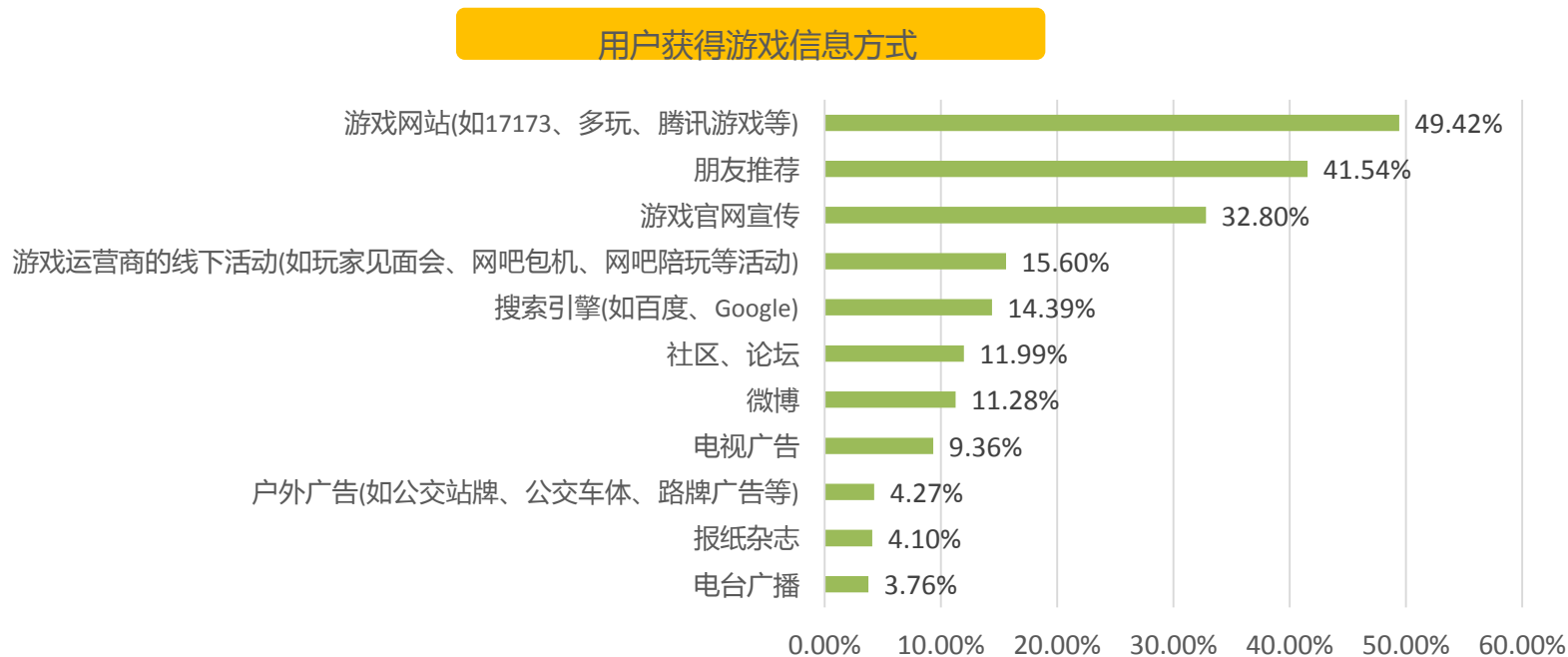
■回归游戏原因 >>>好友召回是老玩家回归游戏的主要原因，玩家更注重游戏内的氛围归属

- 超过一半人回归游戏是由于朋友的召唤；
- 老玩家的回归营销活动对老玩家召回有一定作用。



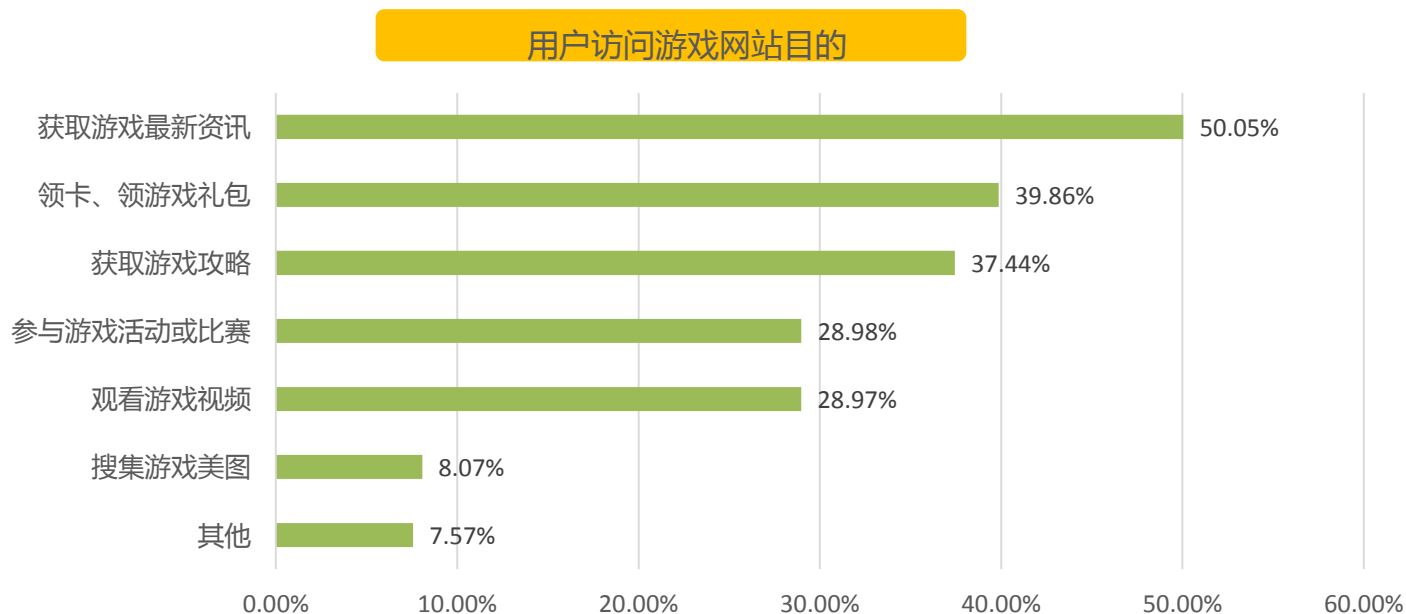
■ 游戏信息渠道 >>> 游戏网站和朋友推荐是用户最主要获得游戏信息的方式

- 游戏网站 (49.42%) 朋友推荐 (41.54%) 是用户接触游戏信息最主要渠道 ;
- 游戏官网宣传 (32.80%) 紧随其后。



数据来源：2016网吧用户调研

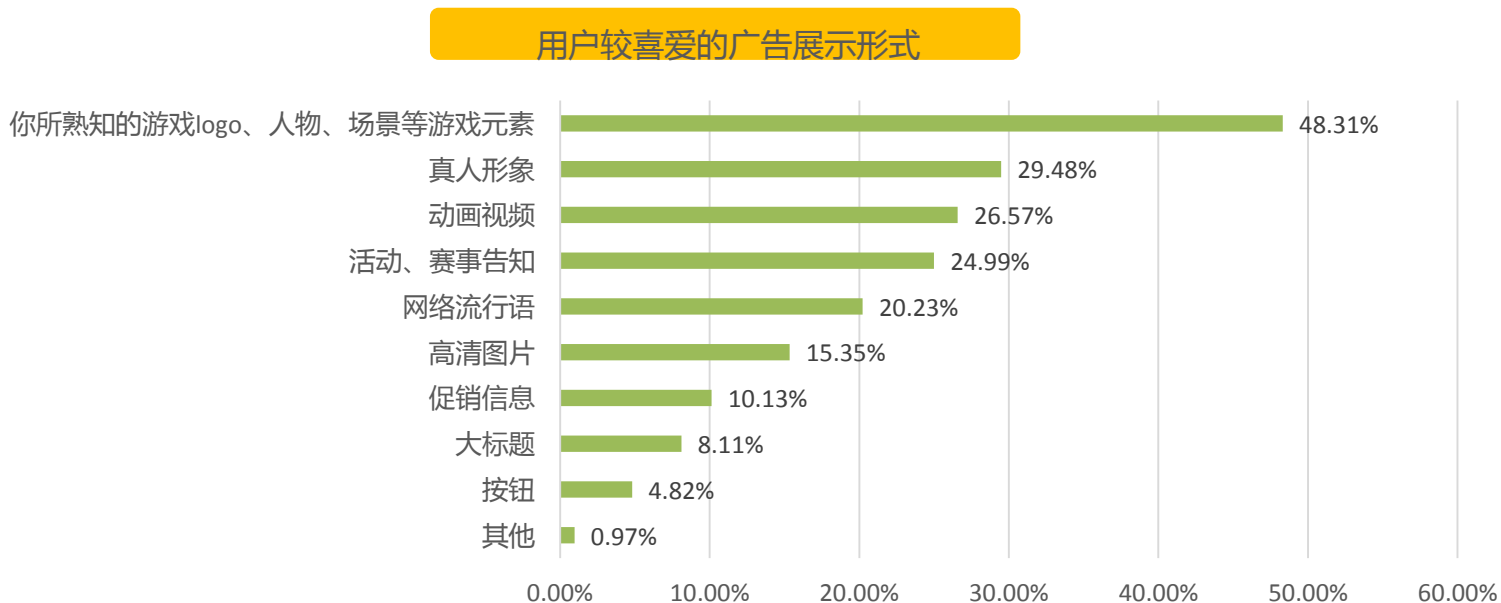
■访问游戏网站 >>>与游戏直接相关的资讯、礼包更受青睐



数据来源：2016网吧用户调研

■网游广告形式 >>>熟知的事物更易引发联想，得到网吧用户关注

- 网游广告中，所熟知游戏元素最易引起网吧用户关注，占比48.31%；
- 网吧用户对按钮的关注仅占4.82%。



数据来源：2016网吧用户调研

2015-2016年 中国网吧主要娱乐活动数据分析报告

《2015-2016年中国网吧主要娱乐活动数据分析报告》分目录

阅读说明.....	62
端游数据情况.....	63
页游数据情况.....	88
手游数据情况.....	94
网吧电竞情况.....	101
游戏外娱乐活动数据情况.....	109

阅读说明

- ✓ 此报告内容基于顺网大数据中心统计，部分数据通过对网吧业主和网吧用户编制的“问卷调研”采集；
- ✓ 在顺网覆盖的网吧内，根据2015年-2016年6月的监测数据，对整个网吧用户进行深度分析；
- ✓ 网吧业主调研回收有效样本3178份；
- ✓ 网吧用户调研回收有效样本20526份；
- ✓ 最终数据分析采用了顺网大数据中心数据与调研数据分类分析和交叉分析。
- ✓ 顺网数据可对网吧现有端游、页游、手游、电竞、线上娱乐各类型等相关信息通过对应产品获取市场格局及用户数据；
- ✓ 顺网覆盖全国网吧及终端占比约70%，文中顺网大数据中心数据范围为顺网全国覆盖网吧数据；

端游情况分析

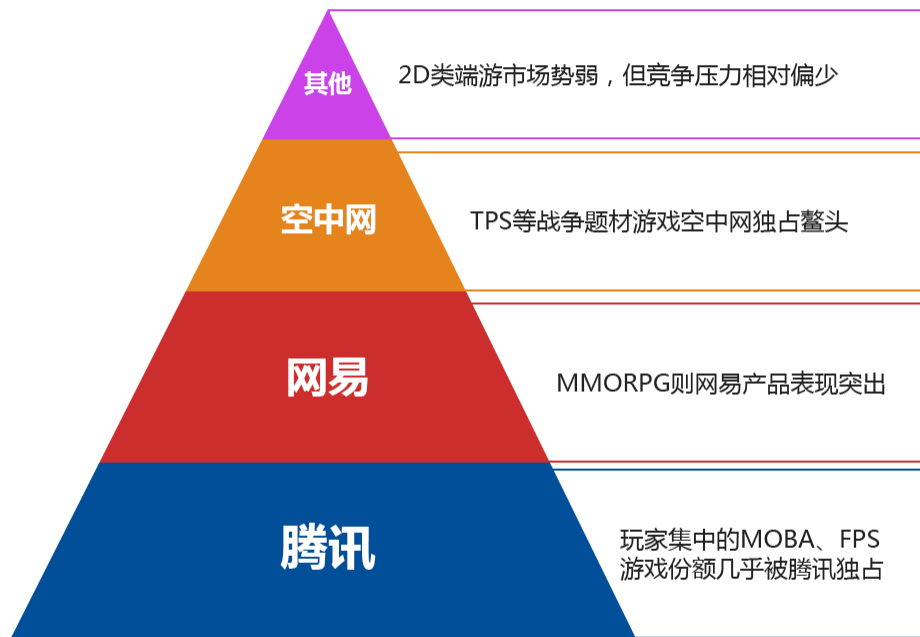
关键词

UP ↑

玩家点击与时长增加

DOWN ↓

新游数量相对减少

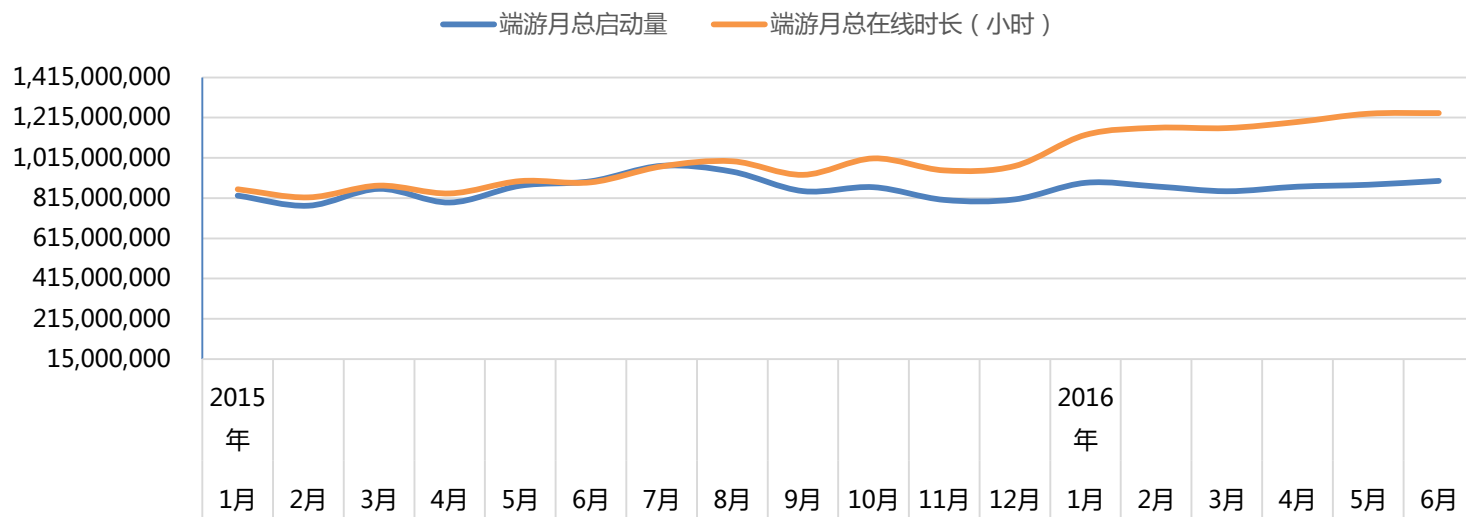


网吧玩家对于端游的热情并未降低

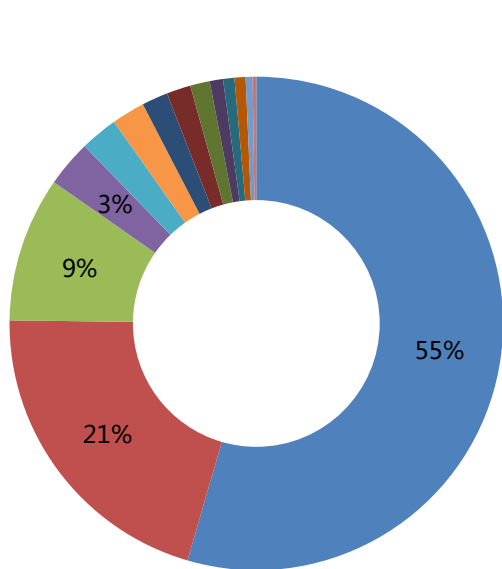
端游市场大厂集中形势愈演愈烈，玩家集中的MOBA、FPS游戏份额几乎被腾讯独占，MMORPG则网易产品表现突出，TPS等战争题材游戏空中网独占鳌头，2D类端游市场势弱，但竞争压力相对偏少

■游戏启动及时长 >>>游戏月启动量平稳，维持在月总启动9亿次，总时长上升明显，月总时长达到12.4亿小时，用户黏性增加明显

2015.1-2016.6端游月启动量&在线时长变化趋势

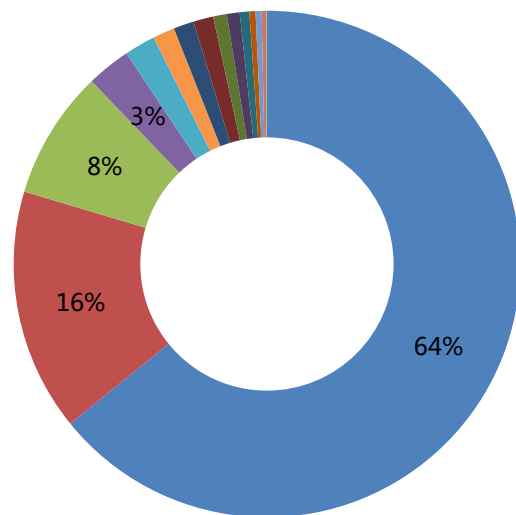


■各类型启动量 >>>MOBA类游戏数量有所增长，总体份额仍呈上升趋势，持续吞噬其他类型用户



2015上半年各类型游戏
总启动量

- MOBA(多人联机在线竞技)
- FPS(第一人称射击)
- 横版格斗
- REC(竞速)
- 3D即时MMORPG
- MUG(音乐舞蹈休闲竞技)
- SPG(体育竞技)
- 对战平台
- 2D回合MMORPG
- 2D即时MMORPG
- 3DARPG
- TPS(第三人称射击)
- 棋牌游戏平台
- 卡牌游戏



2016上半年各类型游戏
总启动量

■端游排行榜 >>>拥有竞技元素的游戏占据网吧市场的绝对优势地位

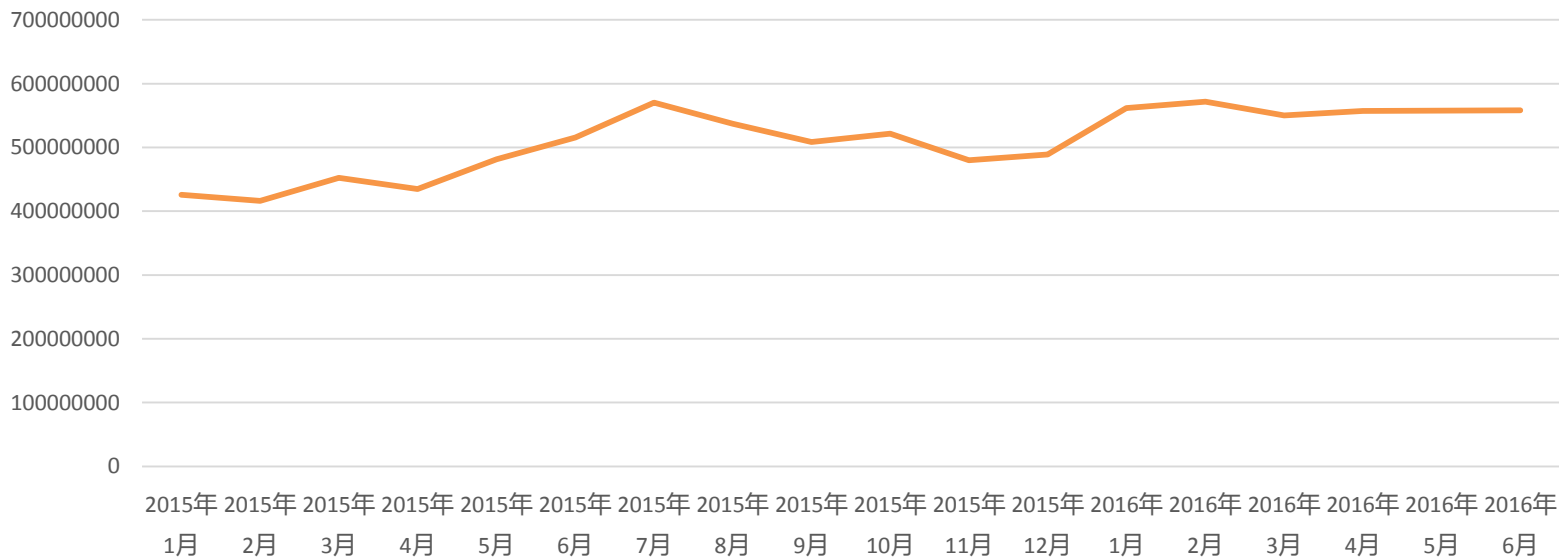
网络游戏排名	2015年6月	2016年6月	排名变化
1	英雄联盟	英雄联盟	-
2	穿越火线	穿越火线	-
3	地下城与勇士	地下城与勇士	-
4	逆战	QQ飞车	↑
5	QQ飞车	逆战	↓
6	QQ炫舞	守望先锋	↑ (新游)
7	NBA2KOL	QQ炫舞	↓
8	梦三国2	NBA2KOL	↓
9	剑灵	Dota2	↑
10	Dota2	梦三国2	↓
11	暗黑破坏神III	魔兽世界	↑
12	天谕	使命召唤Online	↑
13	天涯明月刀	炉石传说	↑
14	使命召唤Online	天涯明月刀	↓
15	FIFA Online 3	剑灵	↓
16	反恐精英Online	坦克世界	↑
17	梦幻西游	FIFA Online 3	↓
18	街头篮球	梦幻西游	↓
19	劲舞团	街头篮球	↓
20	炉石传说	反恐精英Online	↓

■端游新游榜变化 >>>2015年7月-2016年6月网吧共有15款大型客户端新游上线，出色的游戏品质及推广策略让产品均有亮眼成绩

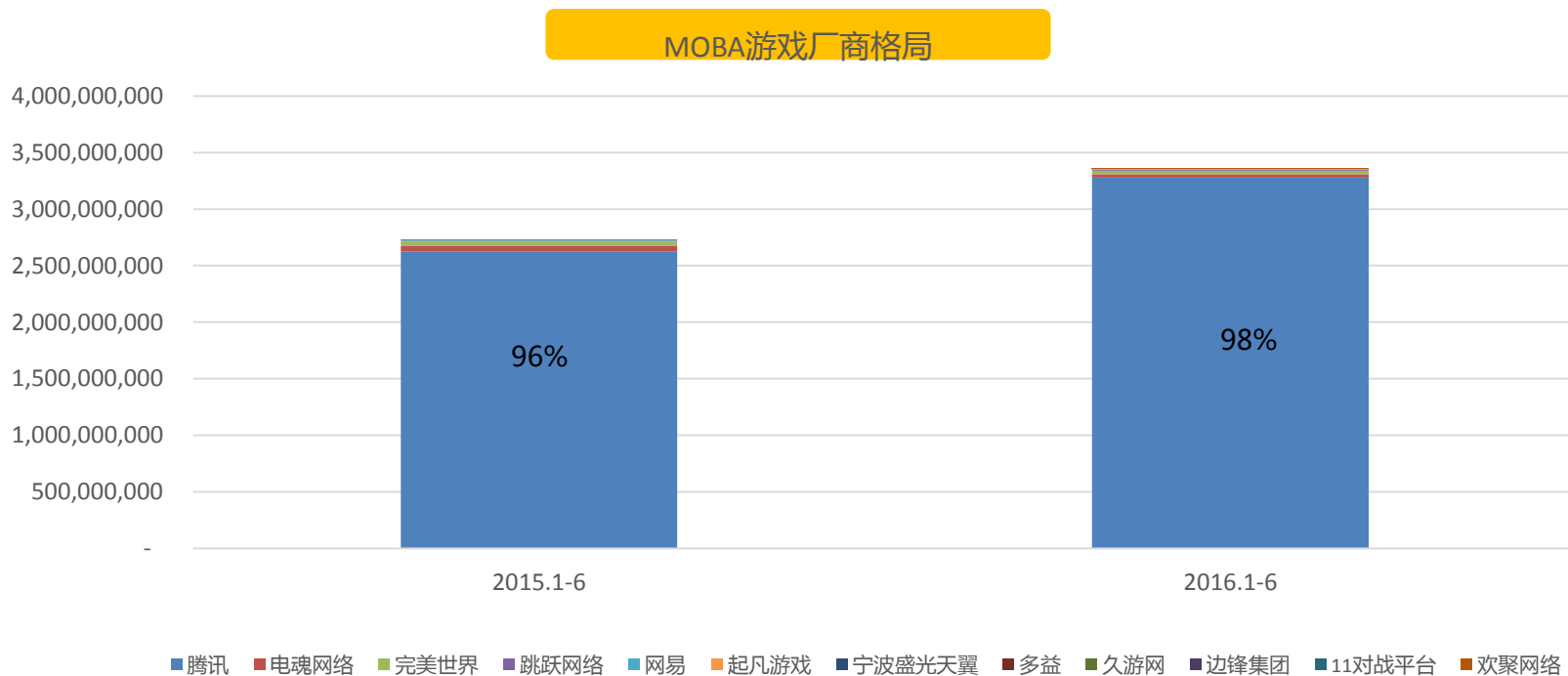
TOP5新游网吧数据表现					
游戏名称	厂商	游戏类型	上线时间	峰值启动	峰值游戏排名
守望先锋	网易	FPS	2016年5月	684074	6
天涯明月刀	腾讯	3D即时MMO	2015年7月	580657	6
怪物猎人Online	腾讯	3DARPG	2015年12月	224196	7
战舰世界	空中网	TPS	2015年11月	144252	9
上古世纪	腾讯	3D即时MMO	2015年9月	139845	11

■MOBA类游戏趋势 >>> 网民喜好度最高，保持着稳定缓慢上升趋势

2015.1-2016.6 MOBA类游戏月启动量变化趋势

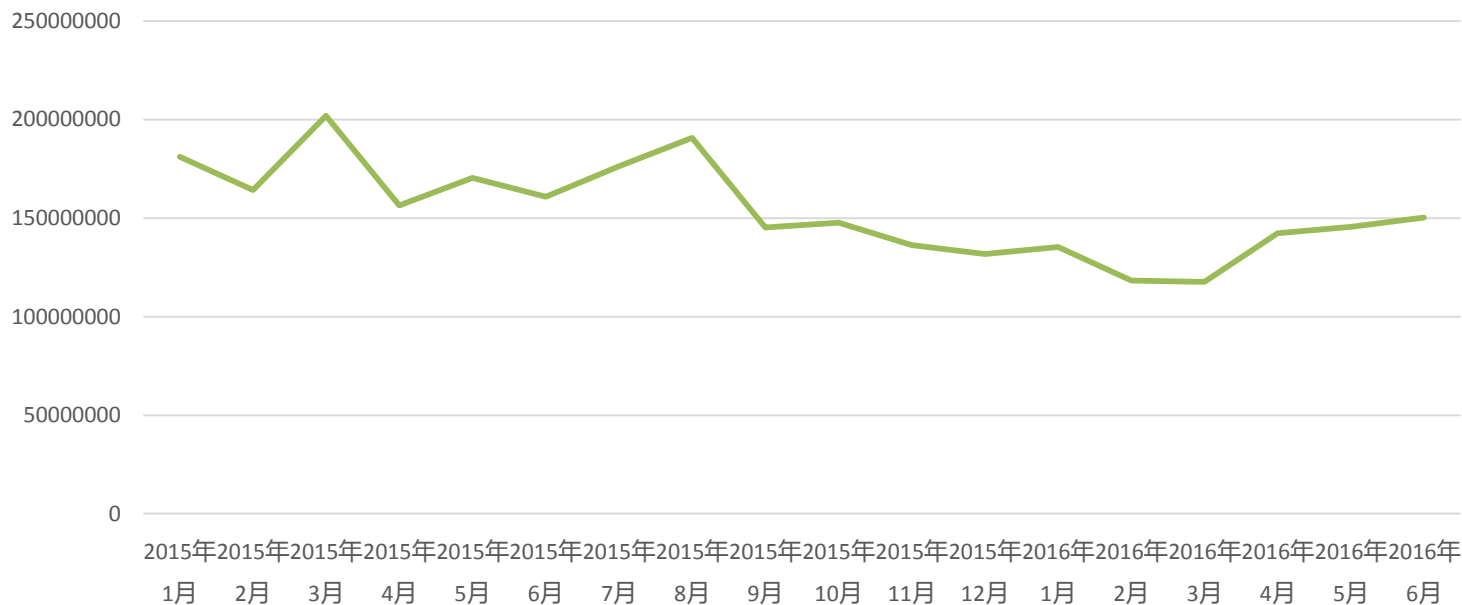


■MOBA类格局 >>> 腾讯占据着垄断地位，市场份额持续提升

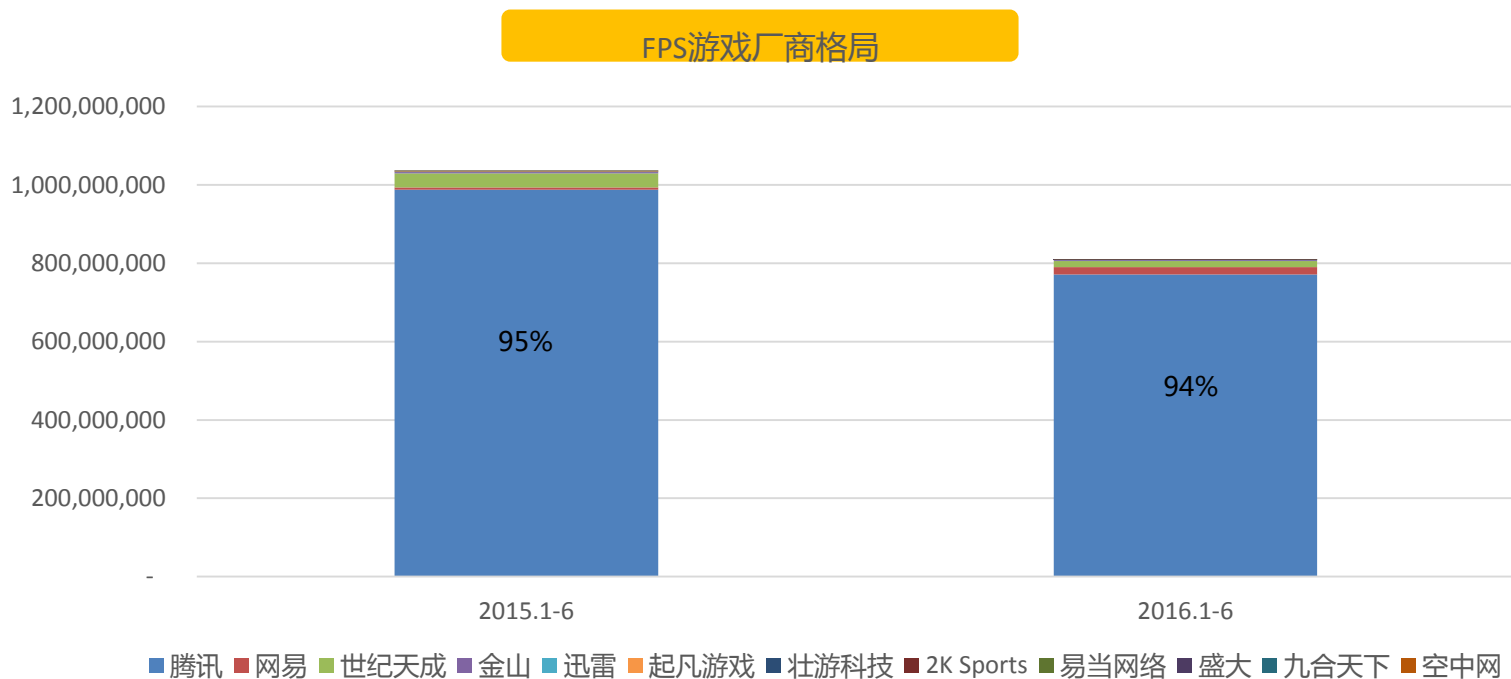


■FPS类游戏趋势 >>> 近年缺乏有说服力的新产品，用户有小幅流失， 《守望先锋》上线，扭转连续下滑趋势

2015.1-2016.6 FPS类游戏月启动量变化趋势

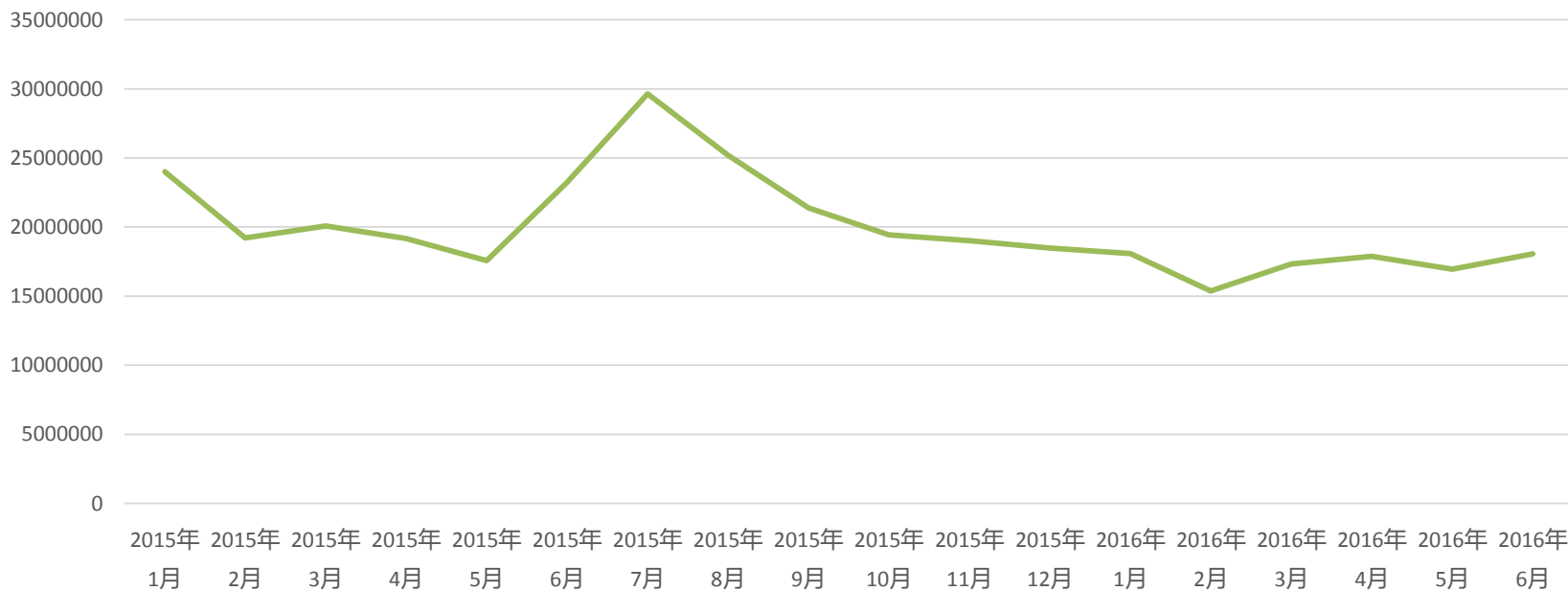


■FPS类格局 >>> 腾讯依旧占据着垄断地位，由于网易系产品开始发力，格局小幅度受到影响



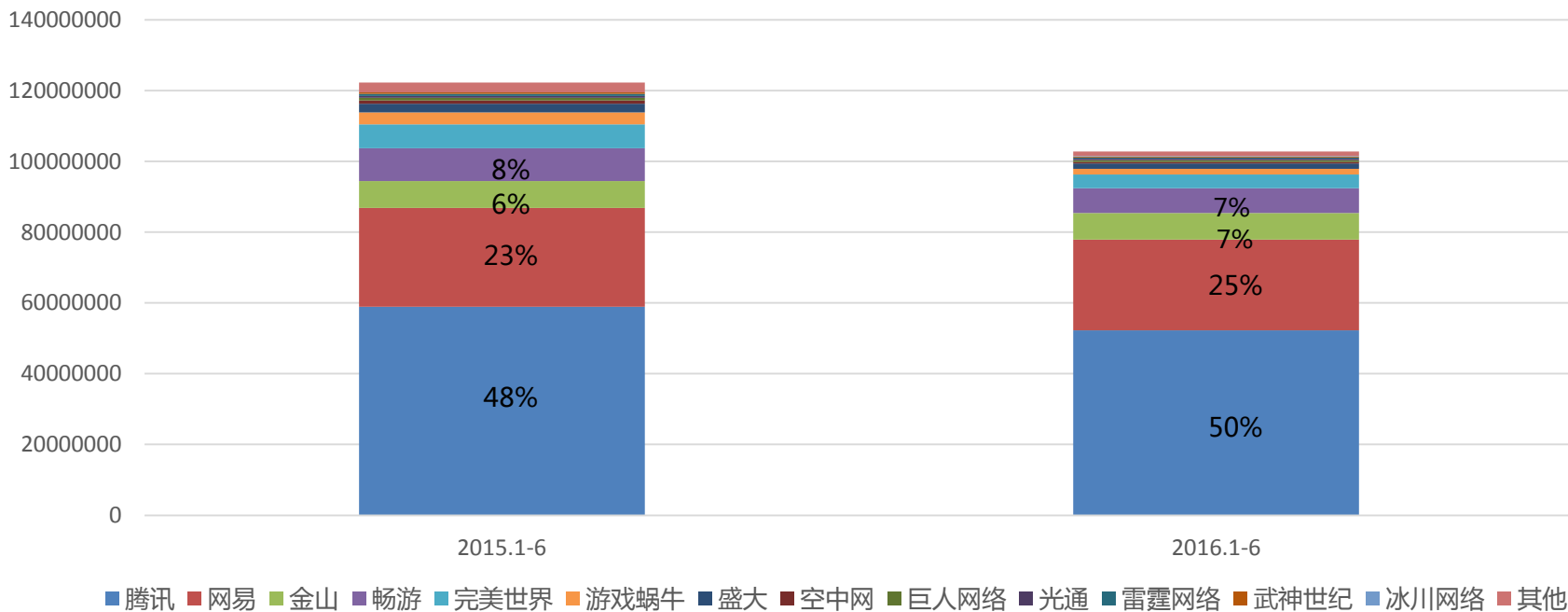
■3D即时MMO类游戏趋势 >>>重度MMO类玩家趋于平稳，玩家较为固定，但缺乏新作，对大盘仍有一定影响，小幅下滑

2015.1-2016.6 3D即时MMO类游戏月启动量变化趋势



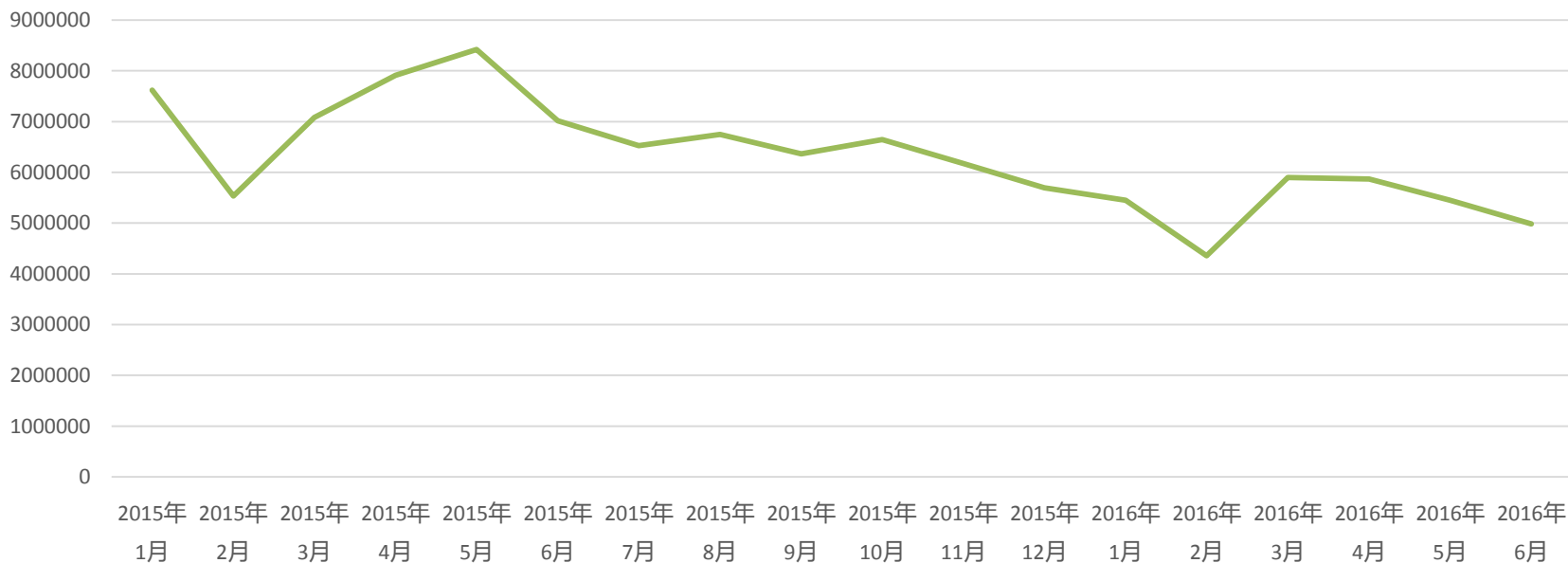
■ 3D即时MMO类格局 >>> 作为最成熟的游戏类型，依旧是各大厂商争夺的主战场

3D即时制游戏厂商格局



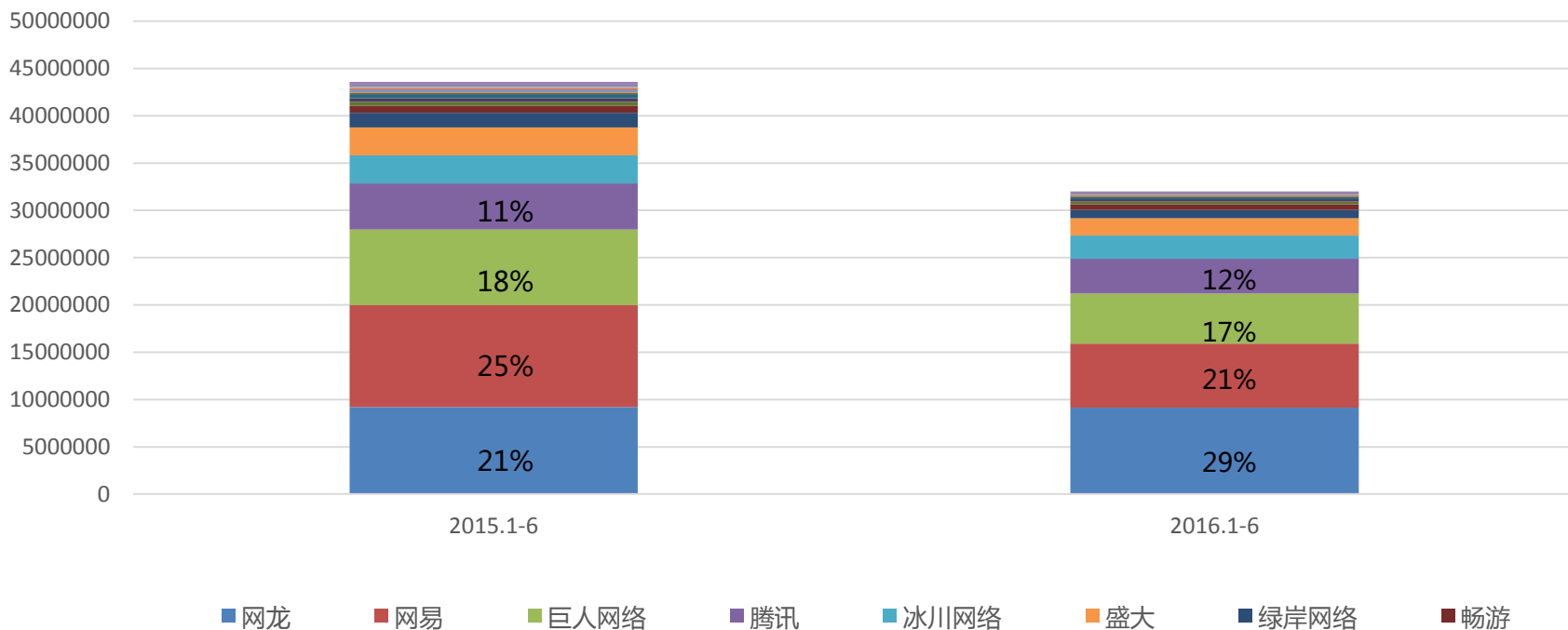
■2D即时MMO类游戏趋势 >>>数据下滑较显著，玩家流失到其他类型游戏， 2D画面逐渐在端游中趋于弱势

2015.1-2016.6 2D即时MMO类游戏月启动量变化趋势



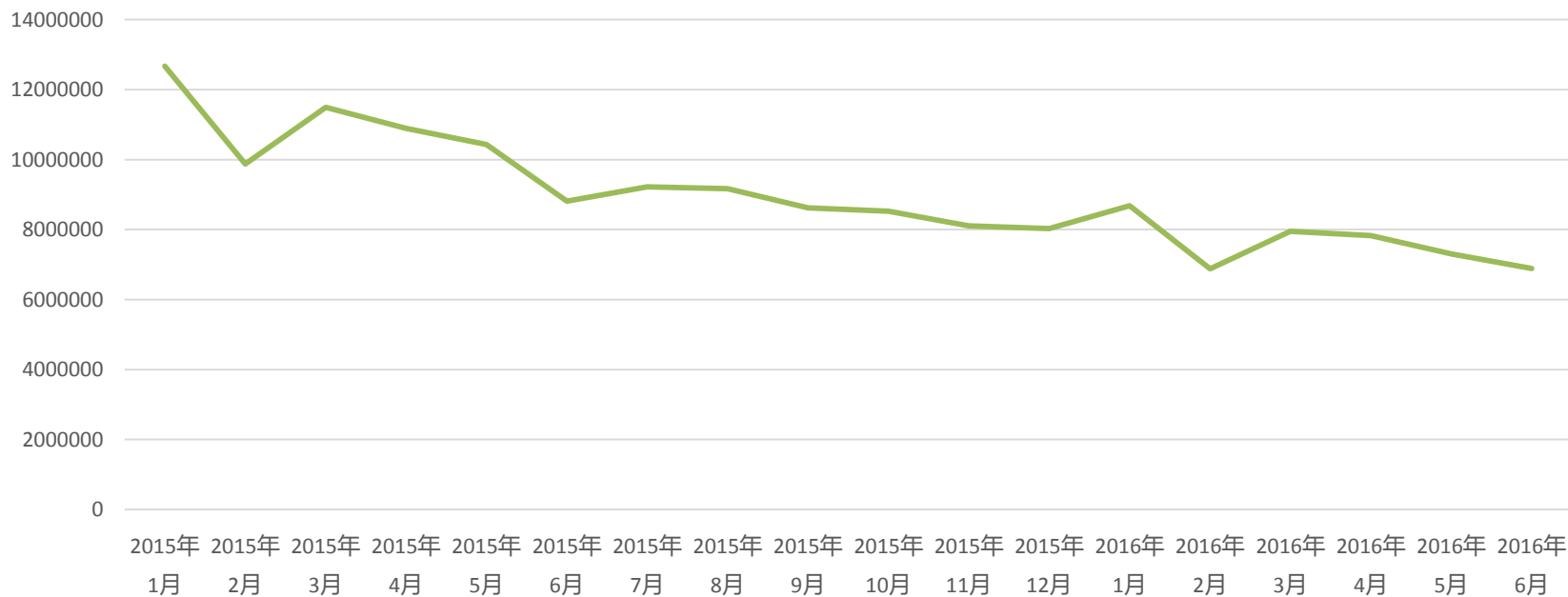
■2D即时MMO类格局 >>>2D端游产品乏力，整体用户量压缩，老产品地位稳固

2D即时制游戏厂商格局



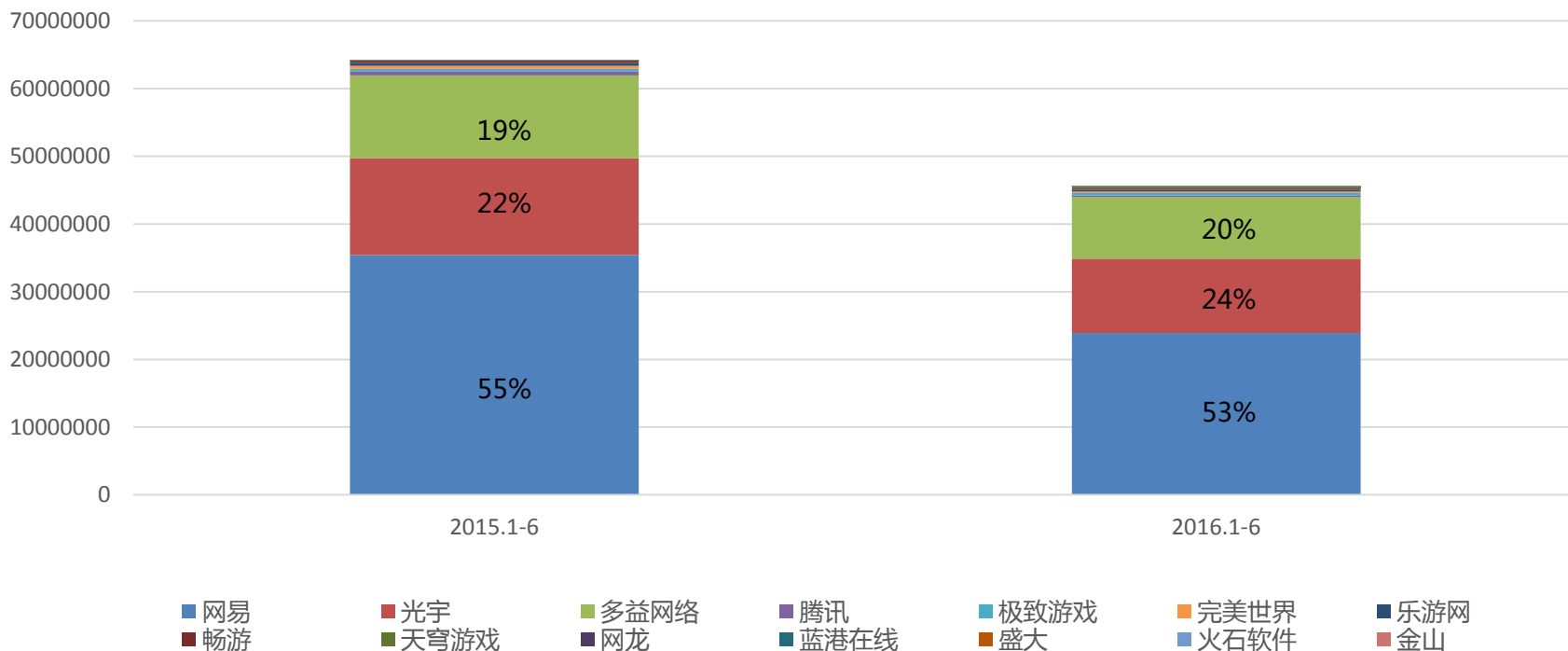
■2D回合MMO类游戏趋势 >>>数据下滑较为明显，2D回合制在端游中趋于势弱

2015.1-2016.6 2D回合MMO类游戏月启动量变化趋势



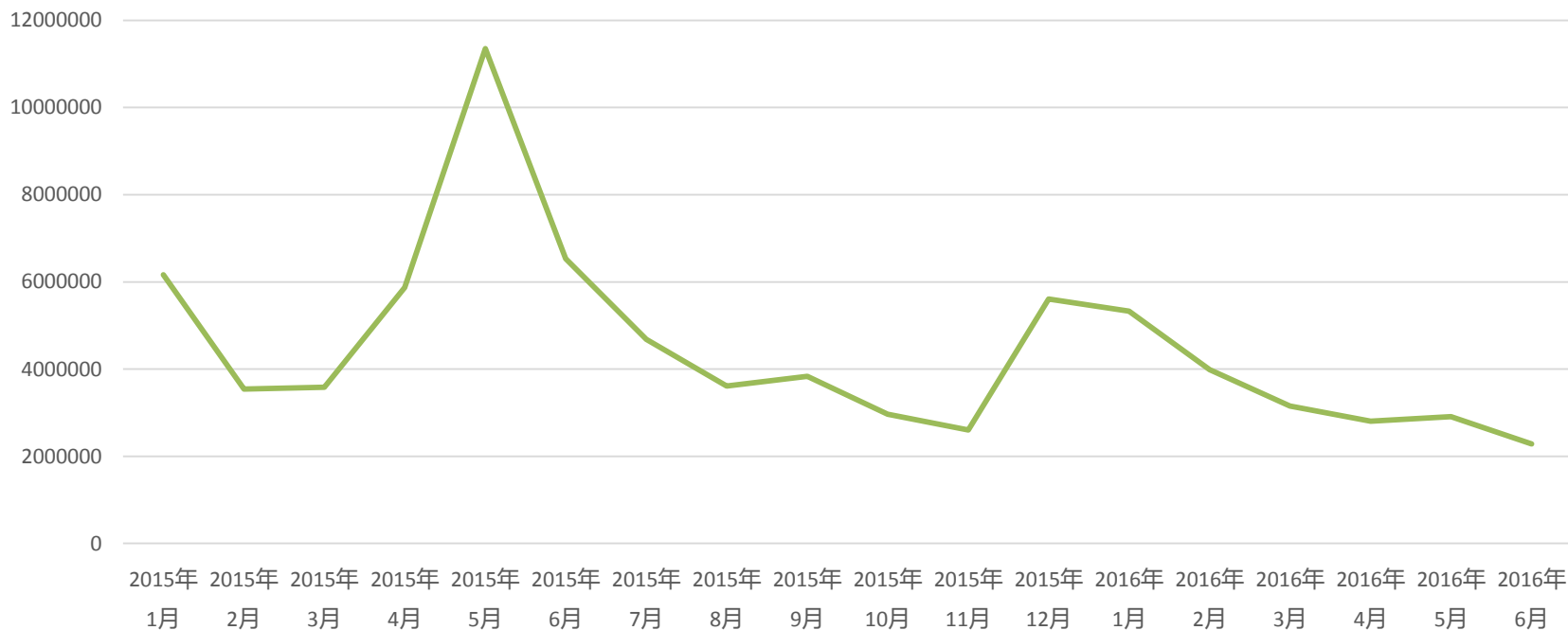
■2D回合MMO类格局 >>> 网易、光宇、多益三家厂商占据明显优势

2D回合制游戏厂商格局



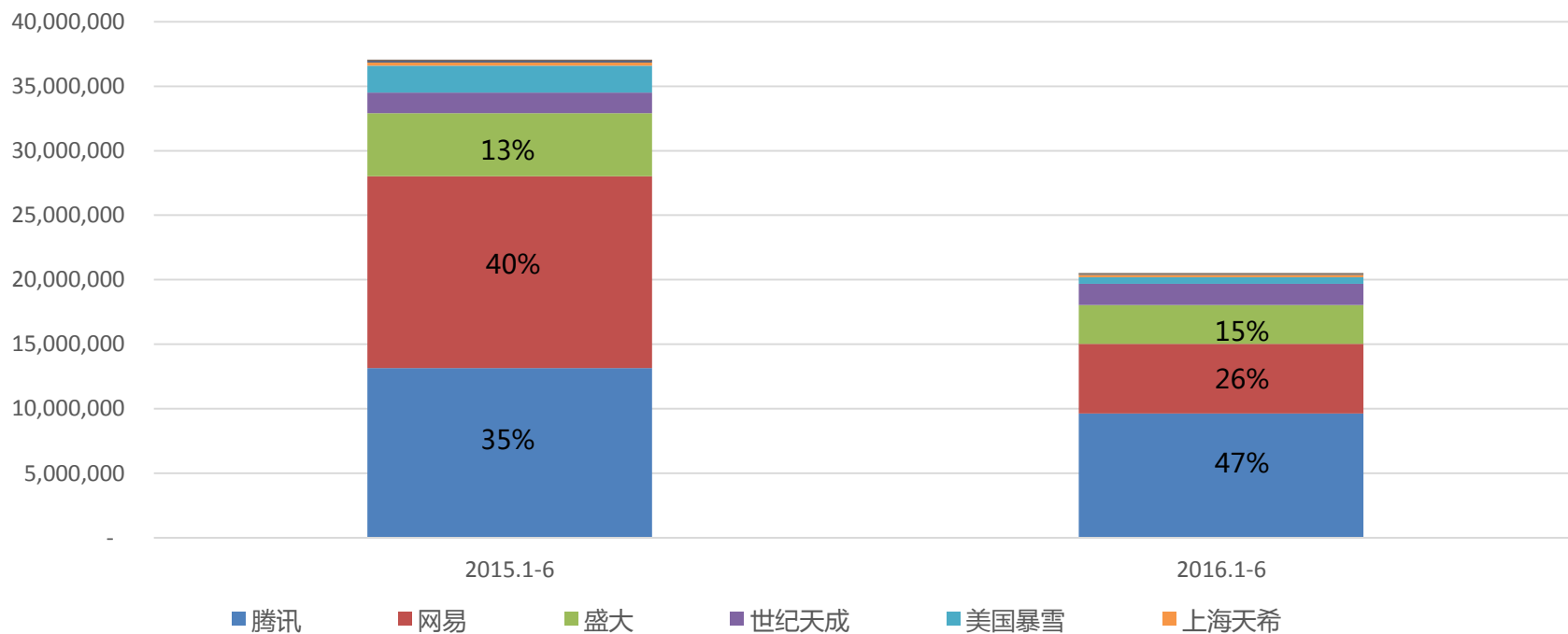
■ 3DARPG类游戏趋势 >>> 16年无撑场新游，点击量快速下滑

2015.1-2016.6 3DARPG类游戏月启动量变化趋势



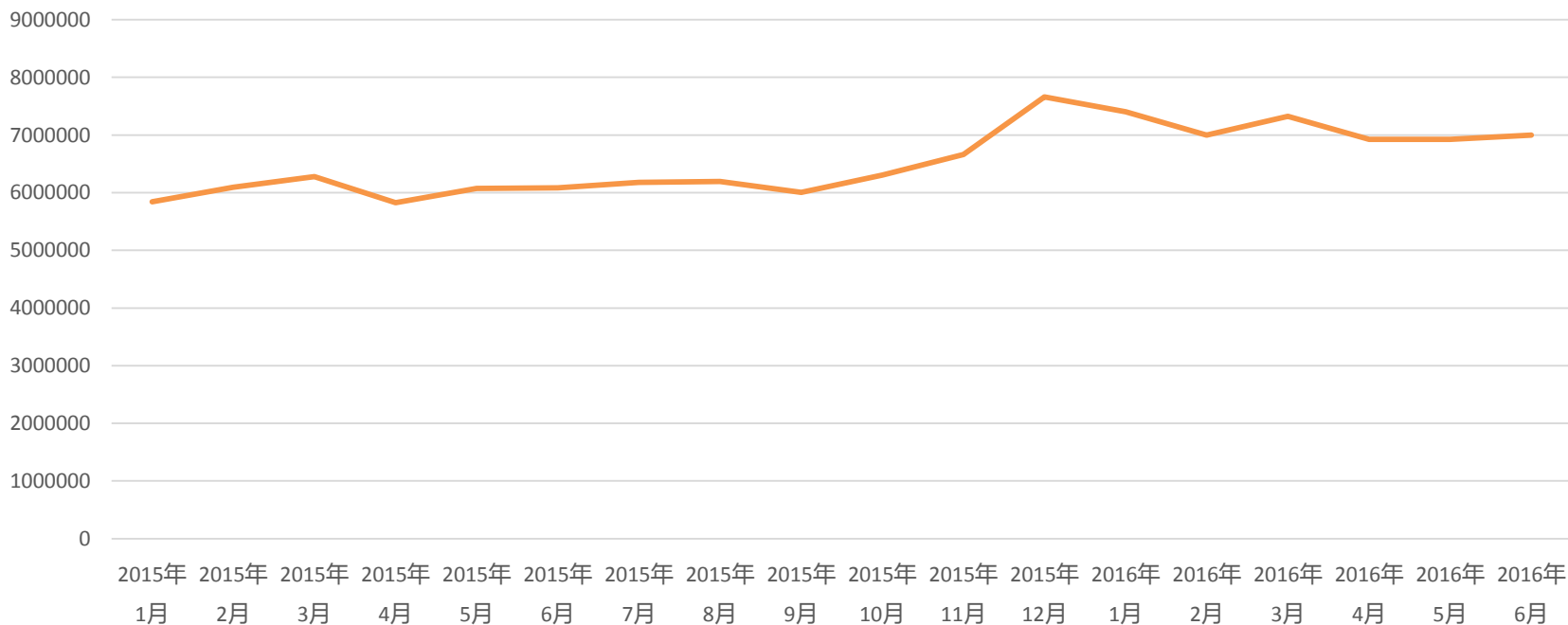
■ 3DARPG类格局 >>> 腾讯和网易占据着明显优势，2016年两家占比达73%

3DARPG游戏厂商格局



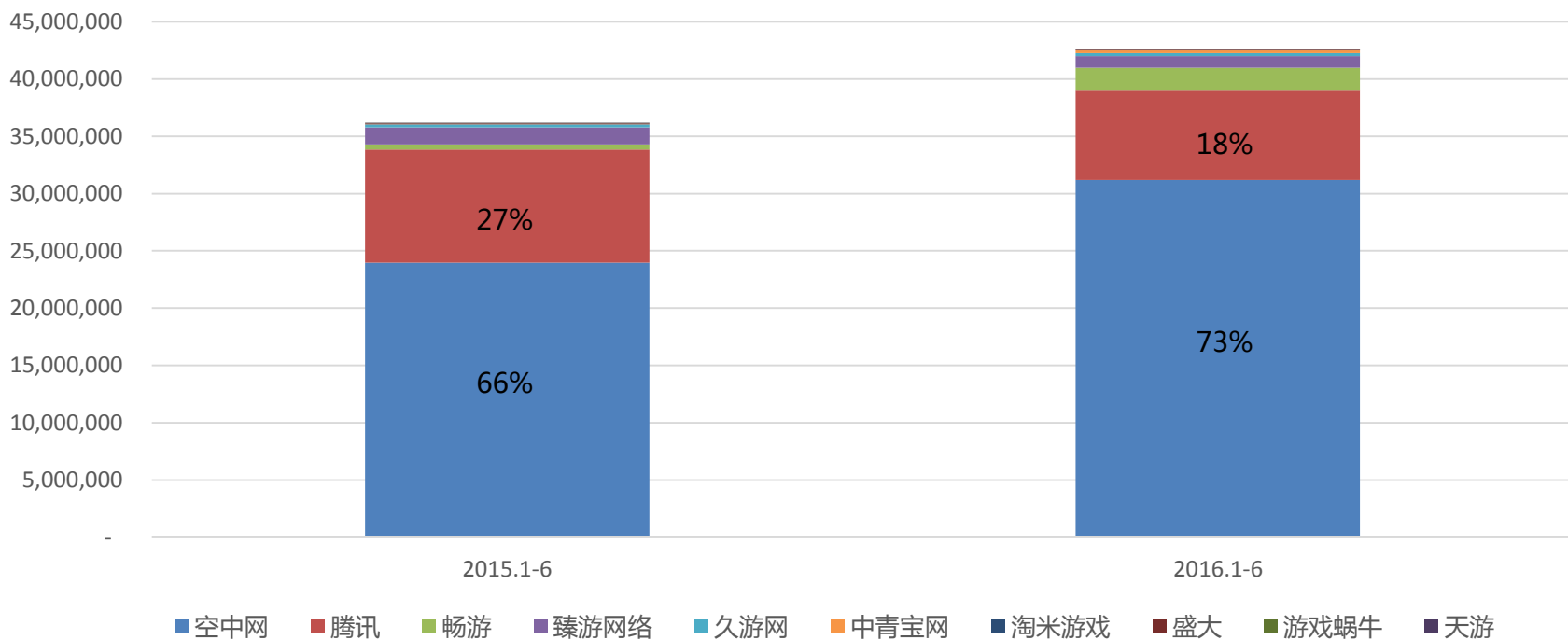
■TPS类游戏趋势 >>> 《战舰世界》的加入带动整个TPS类游戏点击稳中有升

2015.1-2016.6 TPS类游戏月启动量变化趋势



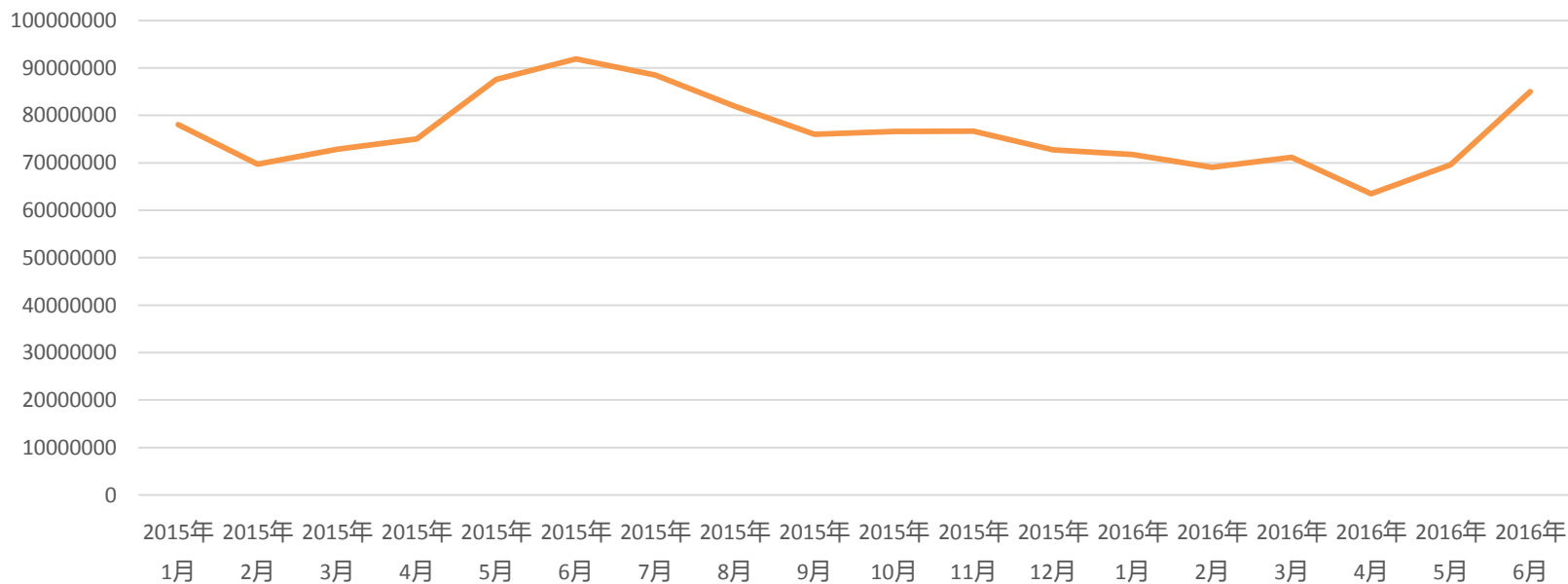
■TPS类格局 >>>空中网战争类系列独占鳌头，占比达73%

TPS游戏厂商格局



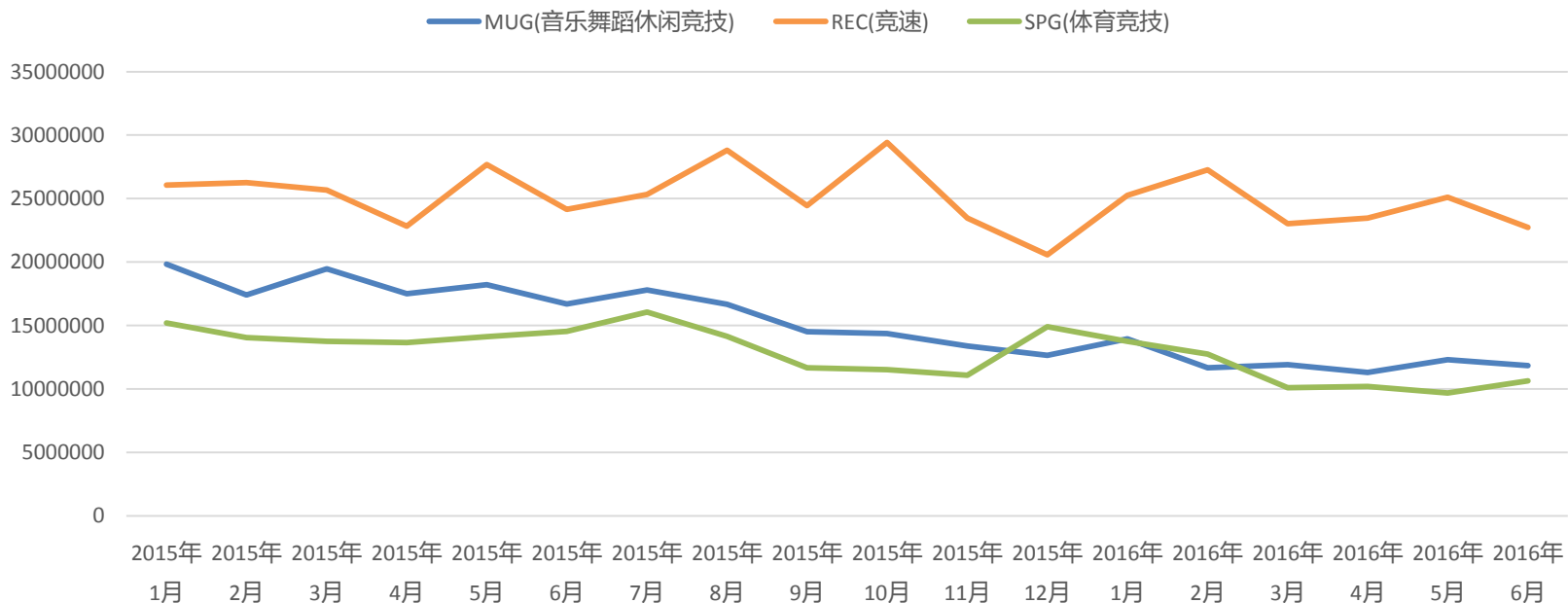
■横版格斗类游戏趋势 >>>无新晋产品加入，启动量走势较为稳定

2015.1-2016.6 横版格斗类游戏月启动量变化趋势



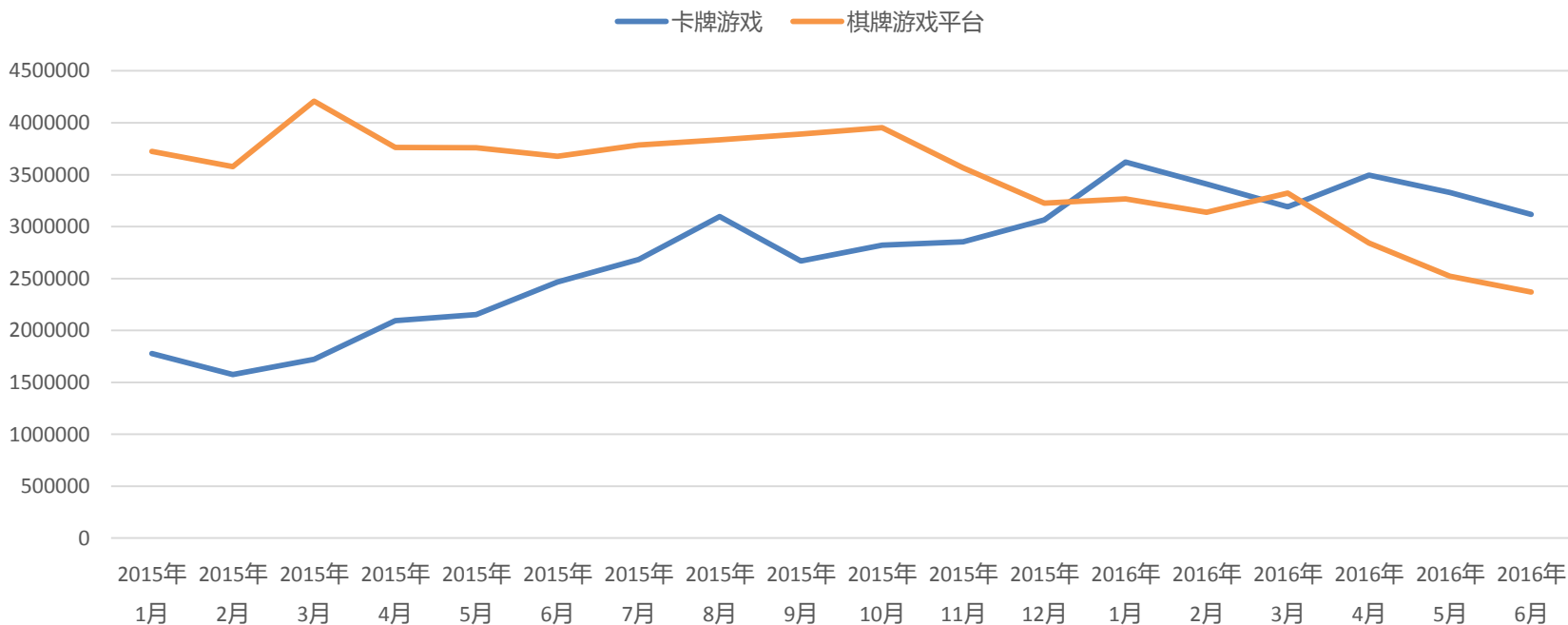
■ MUG&REC&SPG类格局 >>> 缺乏新游市场模型固定，点击量略有下滑

2015.1-2016.6 MUG&REC&SPG类游戏月启动量变化趋势



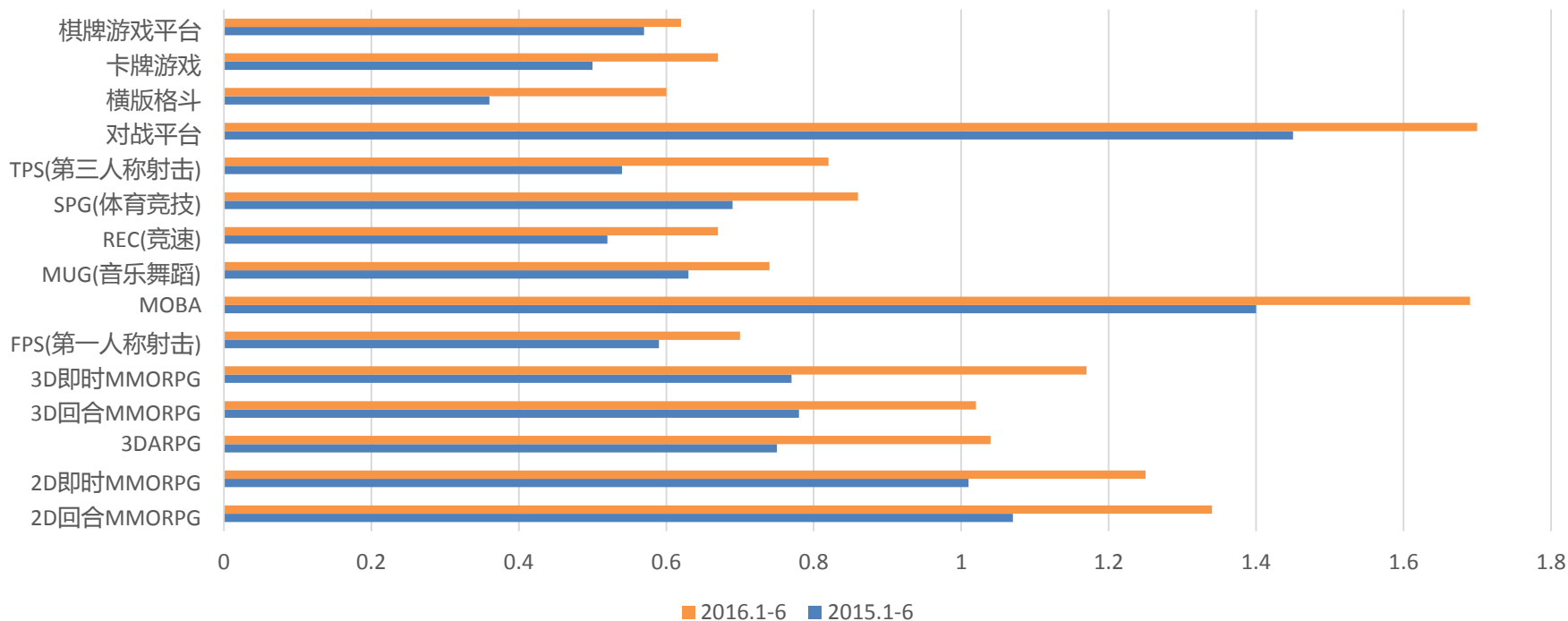
■ 卡牌&棋牌类游戏趋势 >>> 产品单一，跟随《炉石传说》启动量稳步增加

2015.1-2016.6 卡牌&棋牌平台类游戏月启动量变化趋势



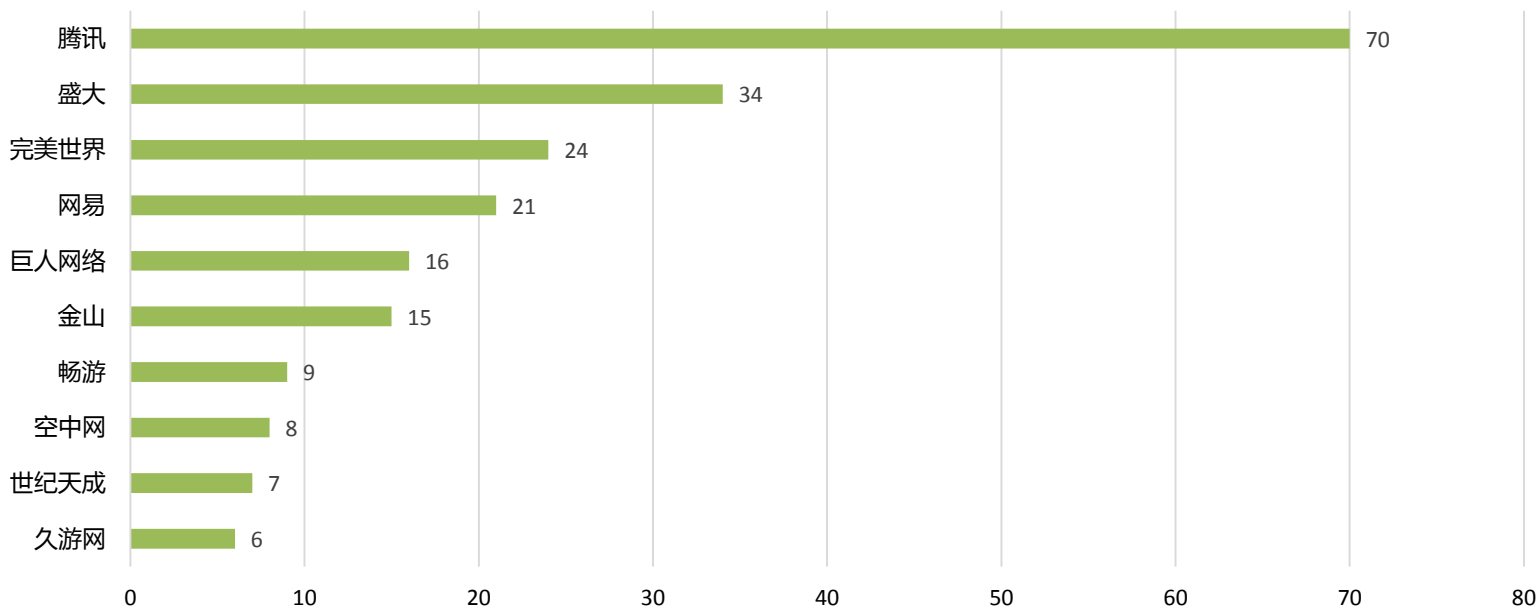
■各类型游戏活性 >>>黏性更强，同比日均单次启动在线时长均比15年有所提升

各类型游戏同期在线时长变化



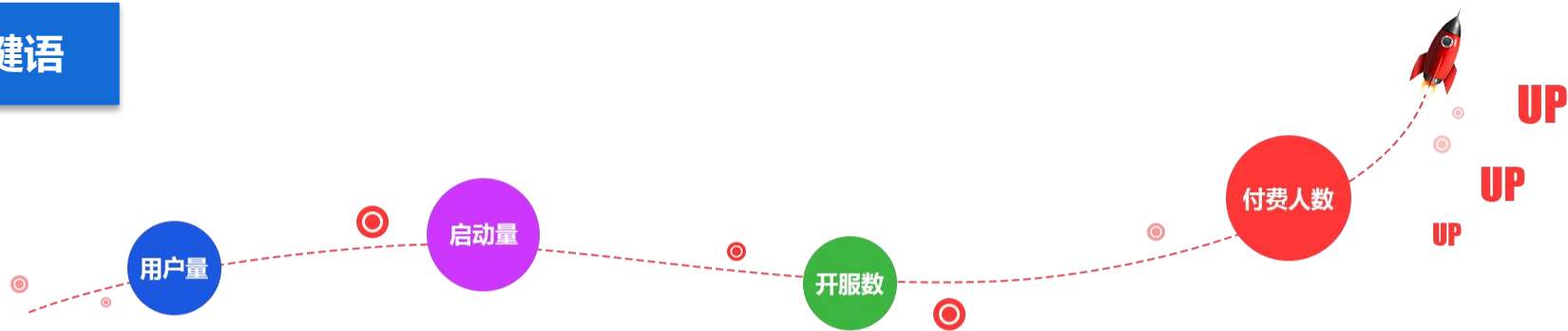
■厂商游戏数量排行 >>>腾讯、盛大、完美居前三，网易市场份额占据第二，但数量偏少，游戏单品质量更吸用户

厂商游戏数量top10



页游情况分析

关键词



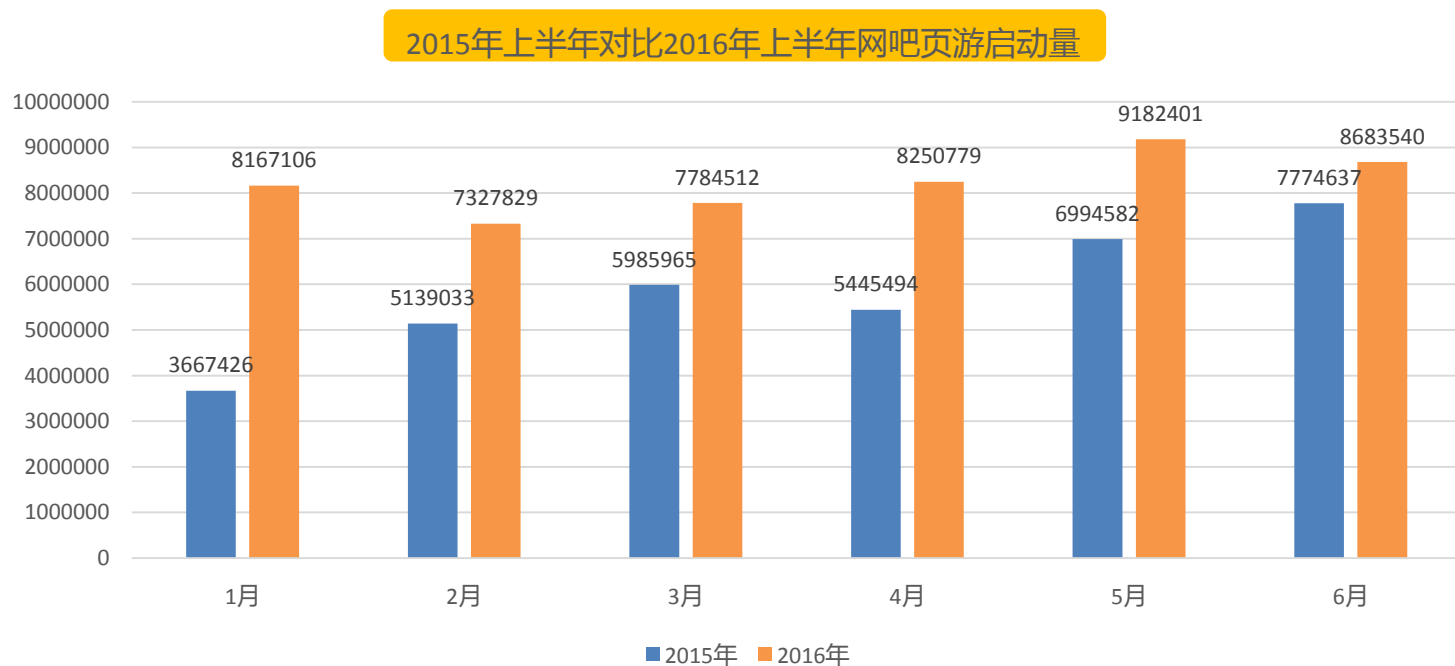
用户量 启动量 开服数 付费人数等持续上升



页游在网吧有固定的用户市场，**页游产品质量有所提升**，画面更加精致，由原来的2D逐步转变为3D，且**页游双端化**，从载体角度也在一定程度上保障了质量提升

■网吧页游启动量 >>>网吧页游启动量整体呈上升趋势

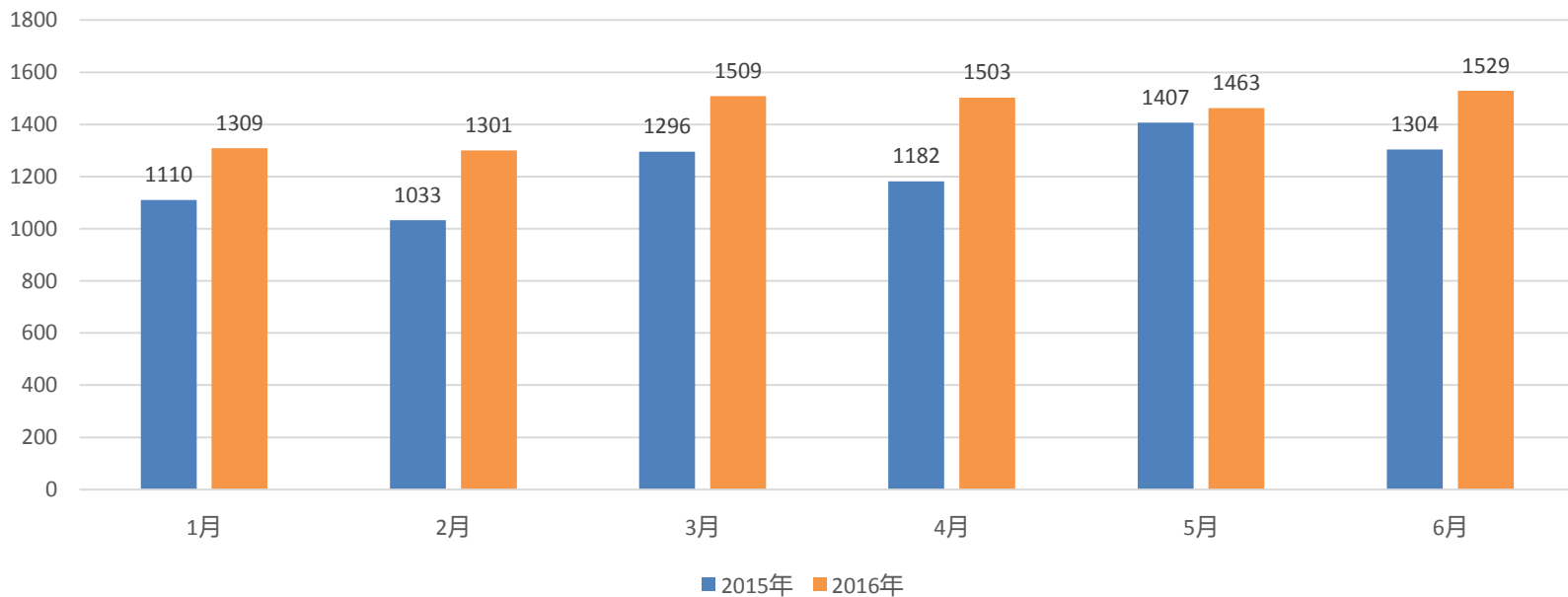
➤ 2016年上半年同比2015年上半年，增长了41.1%。



■网吧页游开服数 >>>网吧页游开服数上升明显

➤ 2016年上半年同比2015年上半年，增长了17.5%。

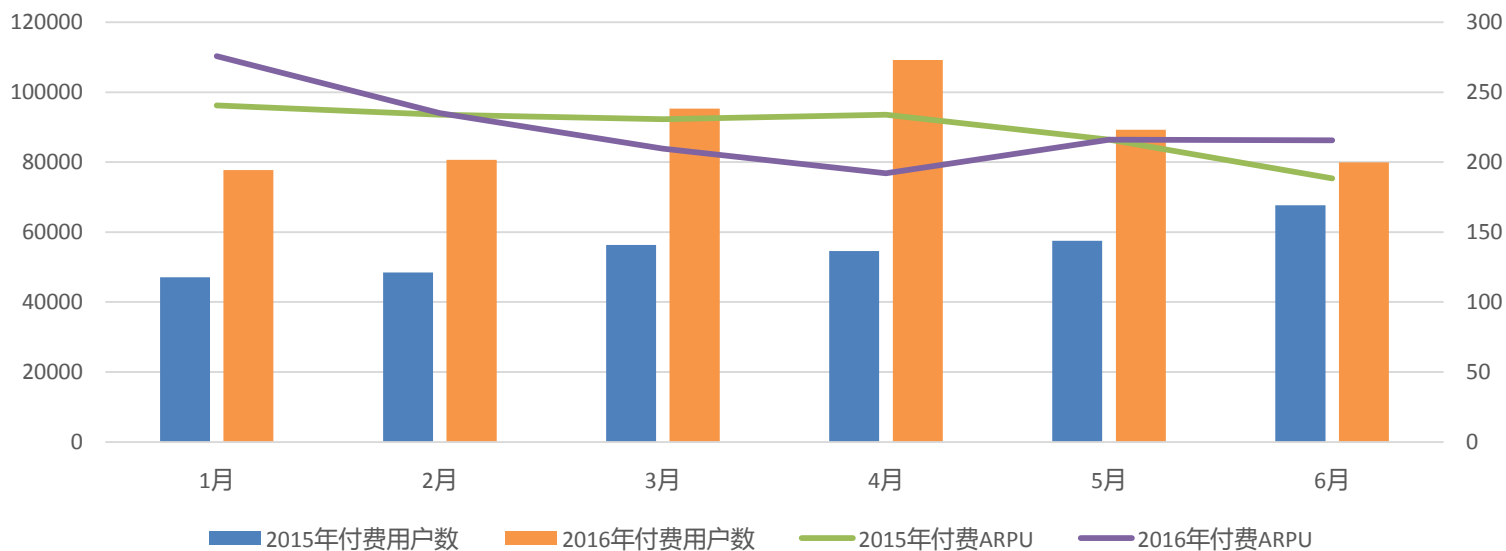
2015年上半年对比2016年上半年网吧页游开服数



■ 付费趋势与ARPU >>> 同比付费人群提高，ARPU保持稳定在200-250元

➢ 付费人数：2016年上半年同比2015年，增加了60%。

2015年上半年对比2016年上半年网吧页游付费人数与ARPU



■付费情况排名 >>>大战神、大主宰是网吧2016年两款超吸金页游产品

2016年付费金额TOP10页游	
1	大战神
2	大主宰
3	传奇霸业
4	武神赵子龙
5	九阴绝学
6	剑雨江湖
7	大天使之剑
8	传奇盛世
9	主宰西游
10	花千骨

2016年付费人数TOP10页游	
1	武神赵子龙
2	九阴绝学
3	传奇霸业
4	大主宰
5	大战神
6	剑雨江湖
7	主宰西游
8	魔域世界
9	大天使之剑
10	决战武林

手游情况分析

关键词



安卓用户
仍占主导地位



大部分用户
习惯在网吧连接Wi-Fi

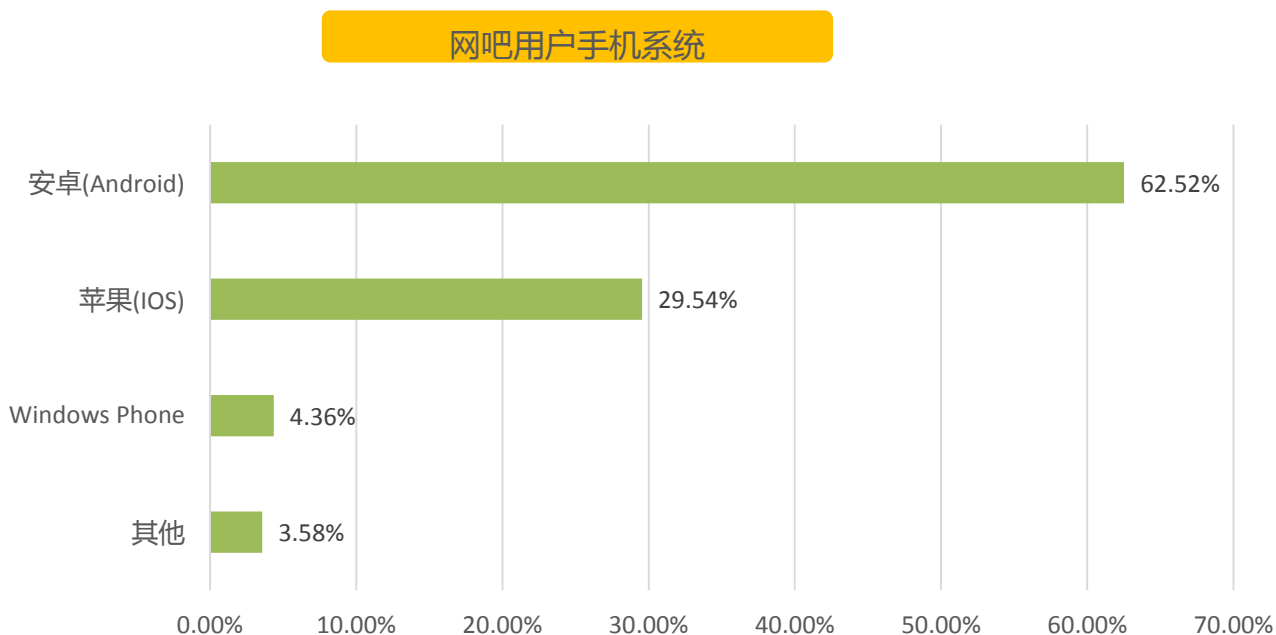


通过网吧环境下载游戏&应用
的用户也占多数



PC模拟器体验手游呈增长趋势，
体现了端手互通的特性

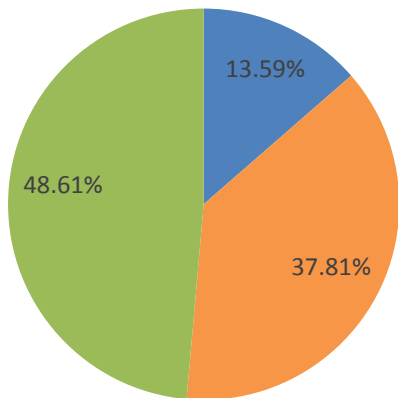
■网吧网民手游系统 >>>安卓仍为手游用户的主要阵地，ios占据3成



数据来源：2016网吧用户调研

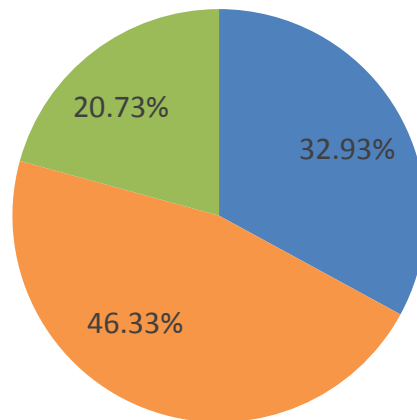
■网吧下载手游情况 >>>半数人会在网吧插线下载，8成网民在网吧连接过Wi-Fi

是否在网吧插线下载过游戏/应用



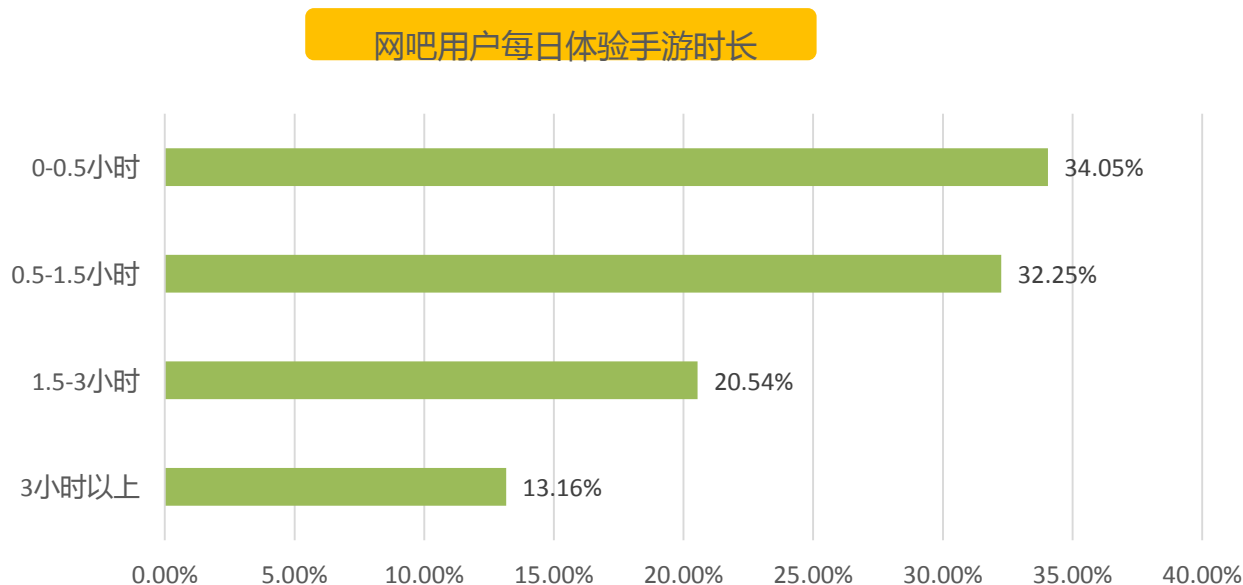
■ 经常下载(插线/网吧Wi-Fi) ■ 偶尔下载 ■ 不会在网吧下载

是否在网吧连接过Wi-Fi

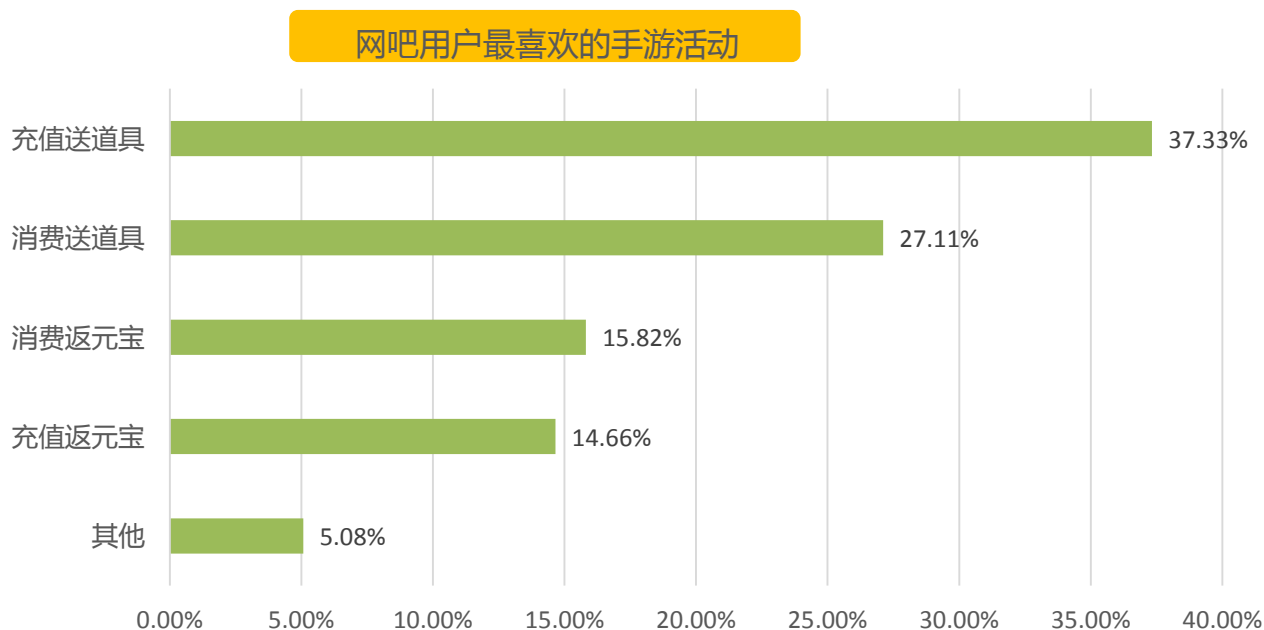


■ 经常 ■ 偶尔 ■ 没连过

■用户手游精力消耗 >>>网吧手游用户相对轻度，6成以上用户每天游戏在1.5小时内，
休闲碎片游戏更易为网吧用户接受

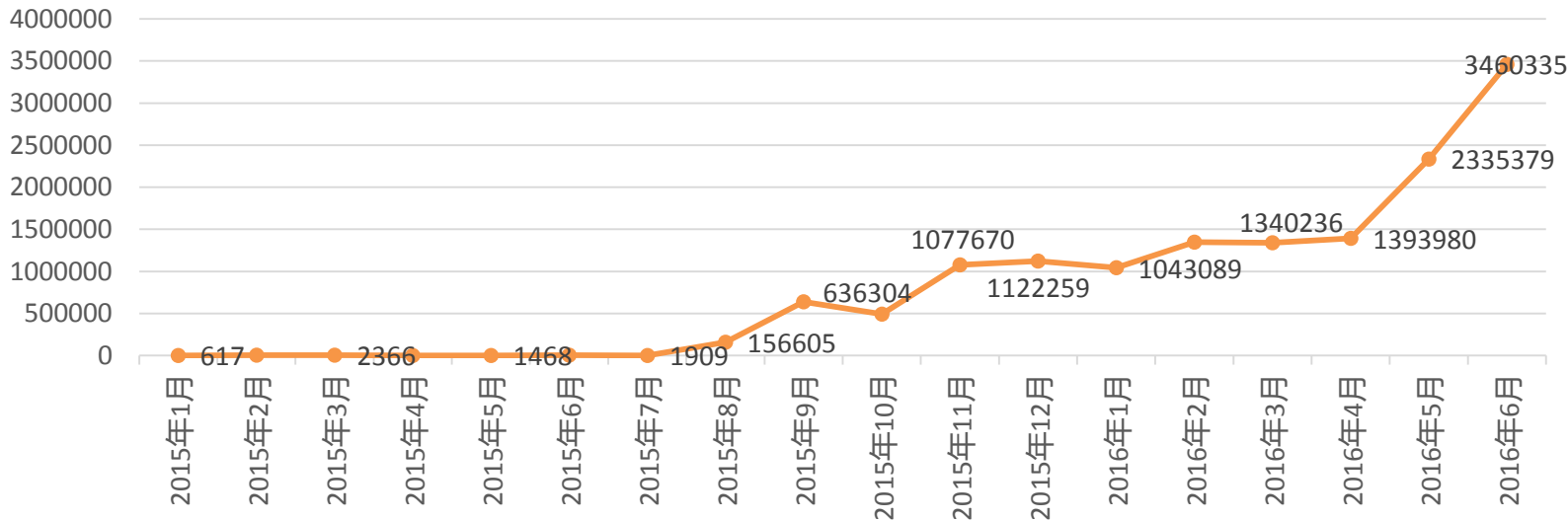


■ 手游活动喜好 >>>37%的用户对充值送道具感兴趣，27%对消费送道具感兴趣



■ 模拟器启动量 >>> 手游模拟器启动量上升明显，目前点击已突破350万/月

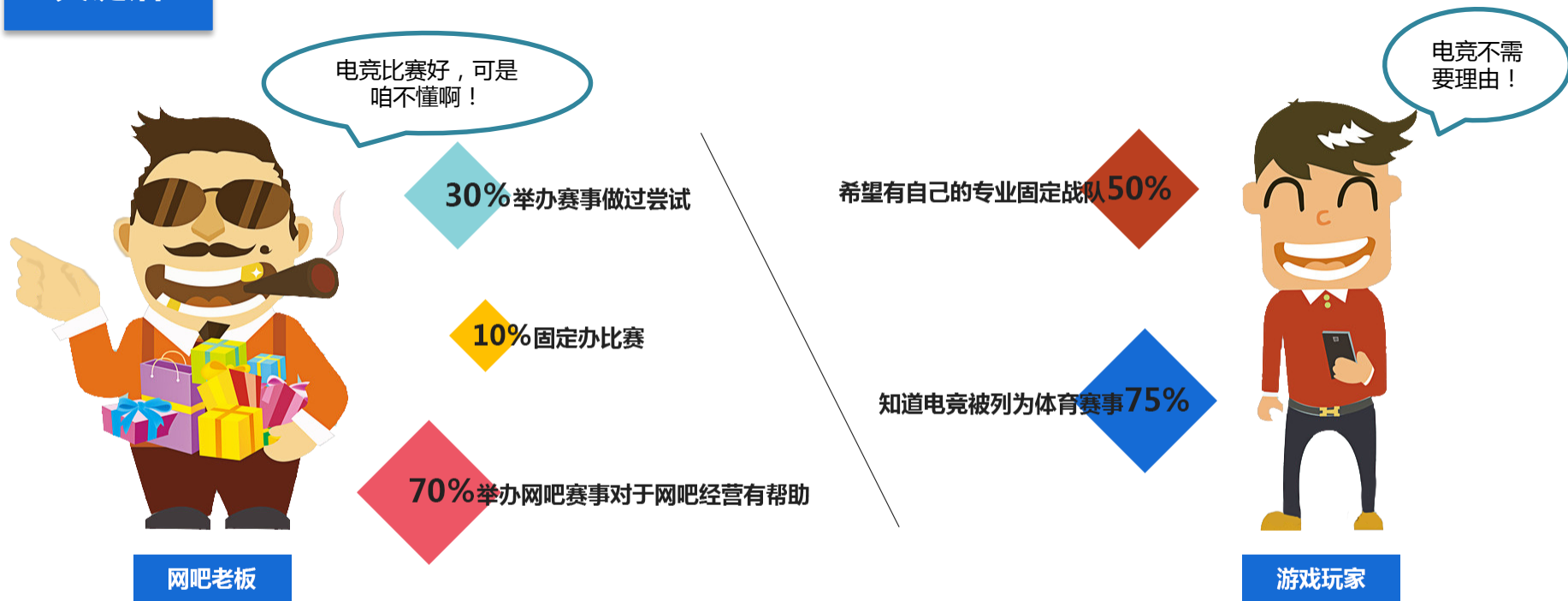
网吧手游模拟器启动量



数据来源：顺网大数据中心

网吧电竞情况

关键词

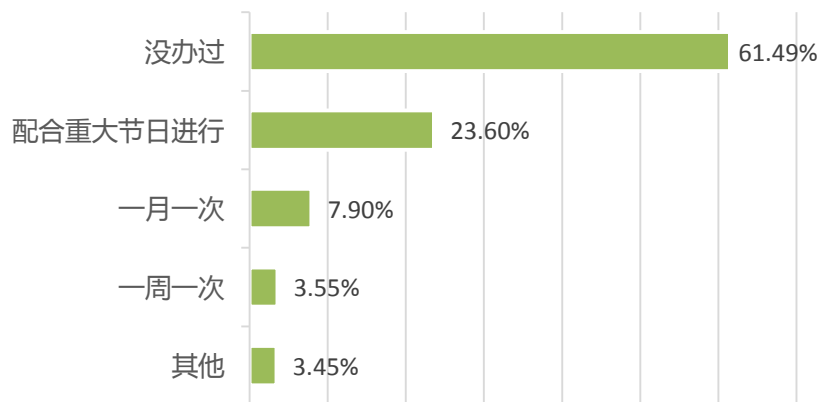


- 网吧是电竞的天然聚集地
- 赛事办理困难与空间并存
- 线上赛事平台成就网吧、服务玩家

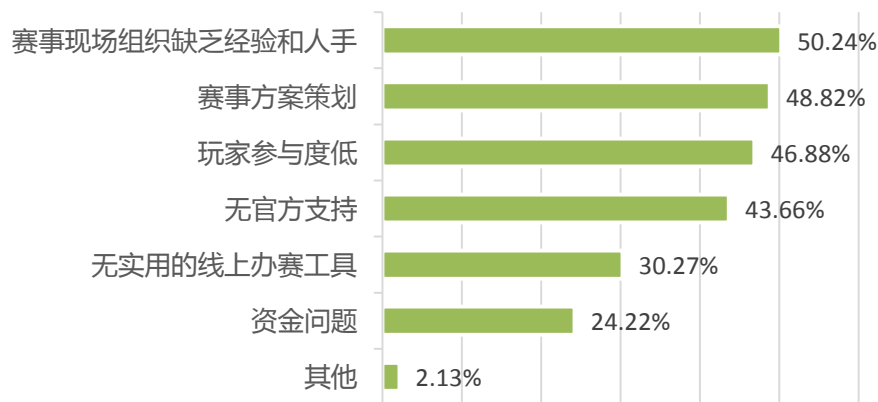
■网吧线下赛事 >>>多数网吧没办过比赛，问题困难多样

- 少数网吧会配合节日举办比赛，仅10%的网吧会固定办赛；
- 缺乏经验和人手、赛事策划、玩家参与度低是办赛的主要困难。

网吧举办线下赛事频率

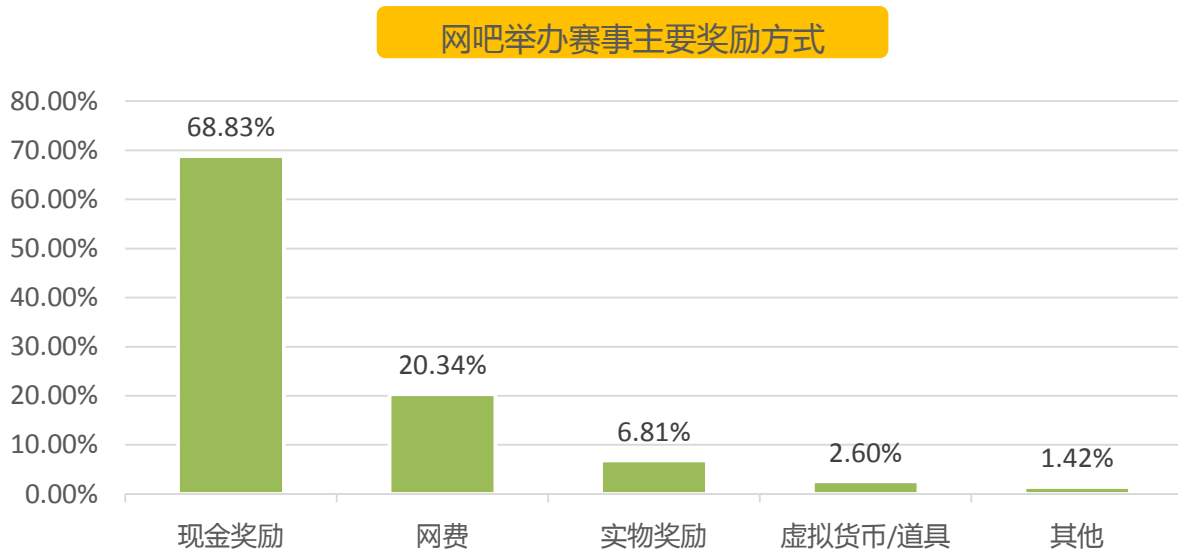


网吧举办线下赛事主要困难



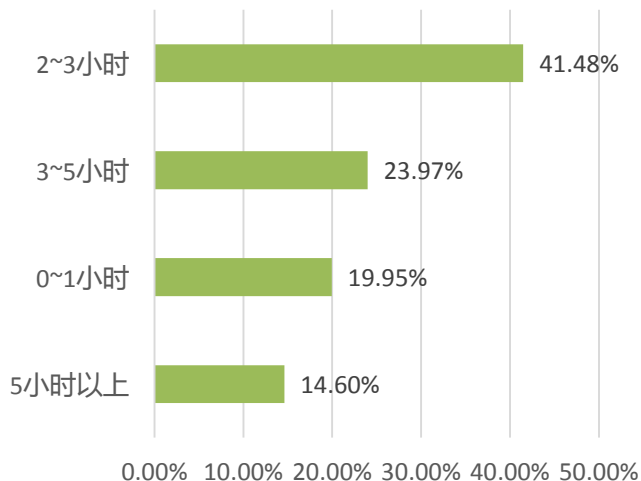
■ 网吧赛事奖励 >>> 玩家对于现金奖励最为看重

➤ 玩家奖励的设置现金最为有效（68.83%），其次是上网时间（网费）奖励（20.34%）。

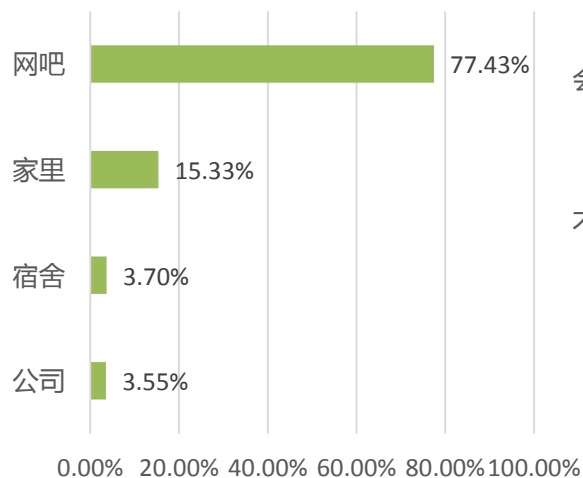


■ 时间、地点、意愿 >>> 网吧是电竞的天然场所，电竞游戏时长占据了游戏活动的主要时间，6成以上用户想参与比赛，近3成已经有过比赛经验

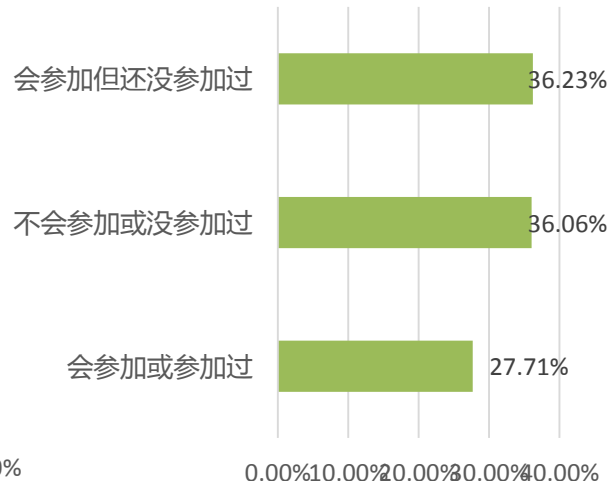
用户每日体验电竞游戏时长



用户体验电竞地点



用户参与电竞赛事意愿

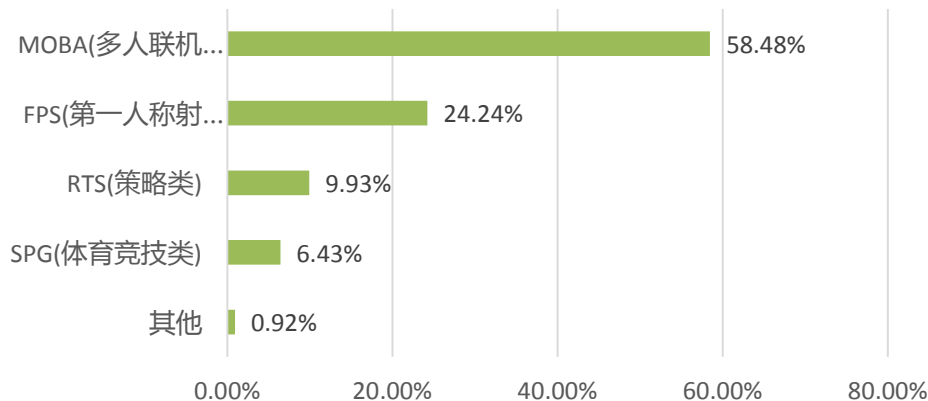


数据来源：2016网吧用户调研

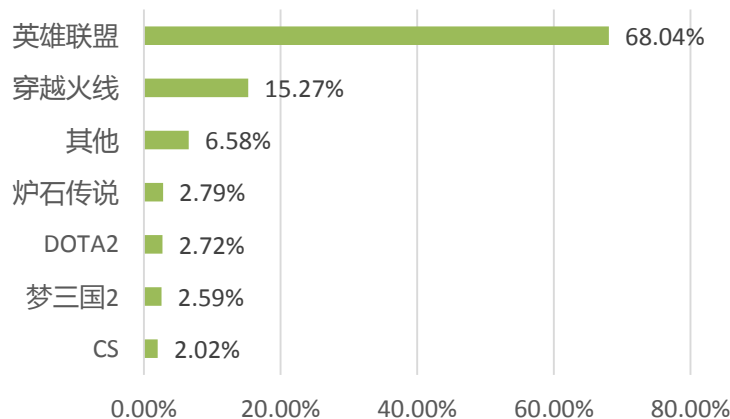
■ 网民参与情况 >>>MOBA类是网吧网民参与的最主要电竞游戏类型

- 近6成人在网吧通过MOBA类游戏参与电竞比赛，主要游戏是英雄联盟；
- 其次是FPS类型，占24%，主要游戏是穿越火线。

用户参与电竞游戏类型



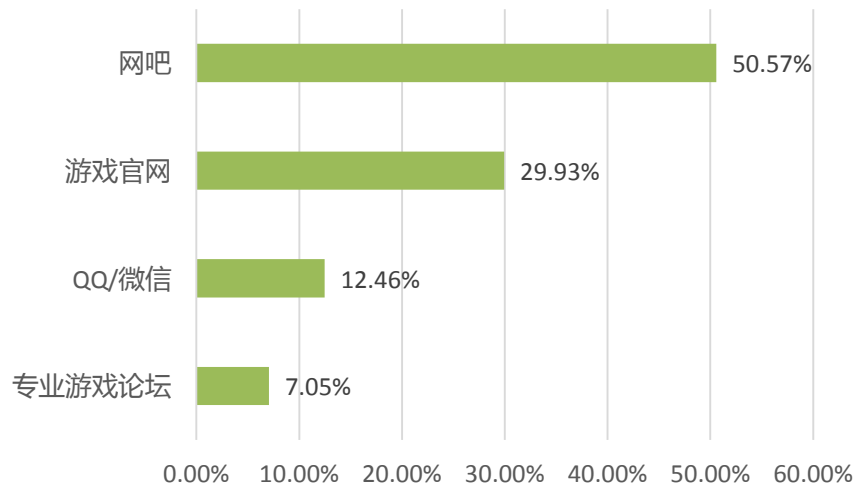
用户参与的主要电竞游戏



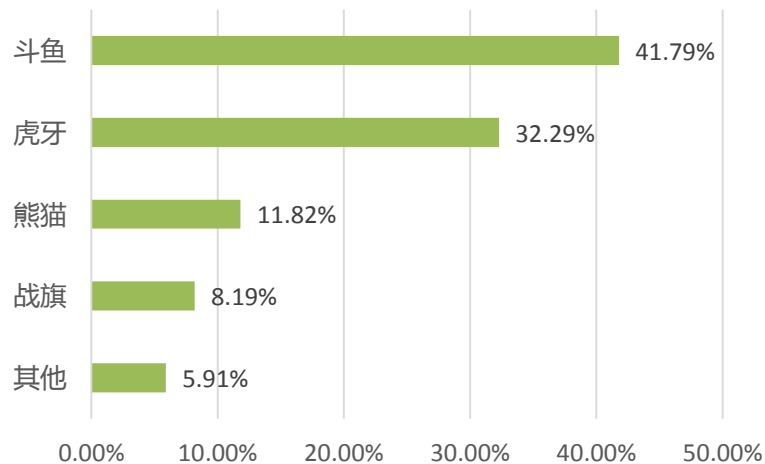
数据来源：2016网吧用户调研

■ 赛事信息相关 >>>主要通过网吧和官网获得赛事信息，在斗鱼和虎牙观看直播

用户获得电竞信息主要渠道



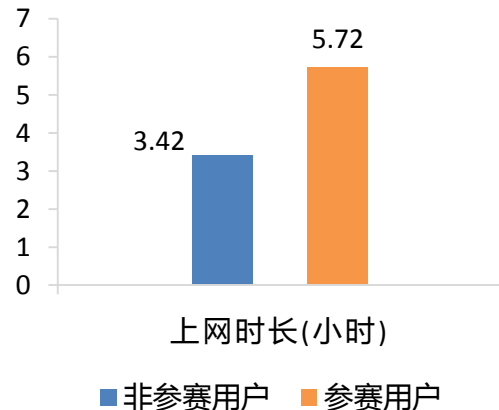
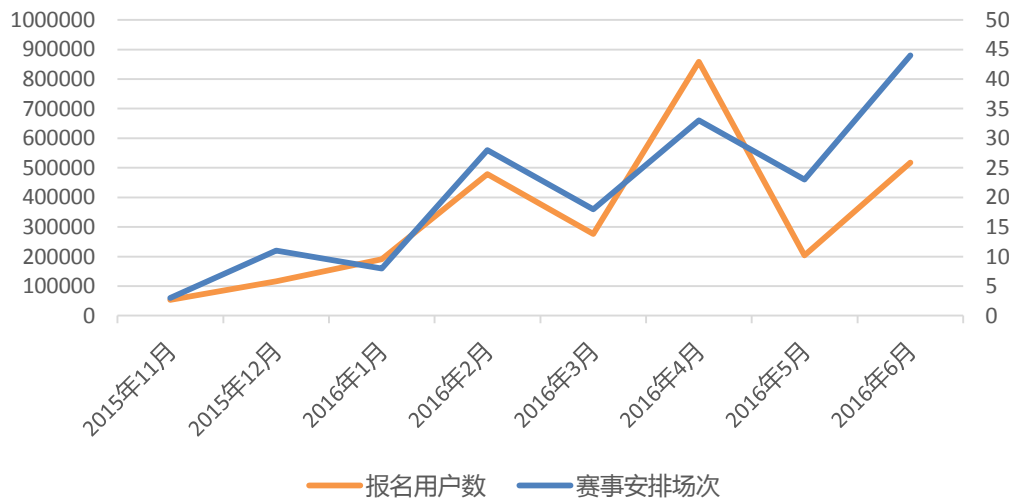
用户观看电竞赛事主要平台



数据来源：2016网吧用户调研

■ 火马电竞数据 >>>通过便捷的线上赛事平台模式让网民、网吧业主的需求均得到满足，在提升上座率和上网时长均有明显效果

- 15年10月至16年6月，累计报名参赛人次262W，近170场全国性比赛；
- 网吧活动上座率平均提升：16%；
- 赛事玩家上网时间延长：67%。



游戏外娱乐活动数据情况

关键词

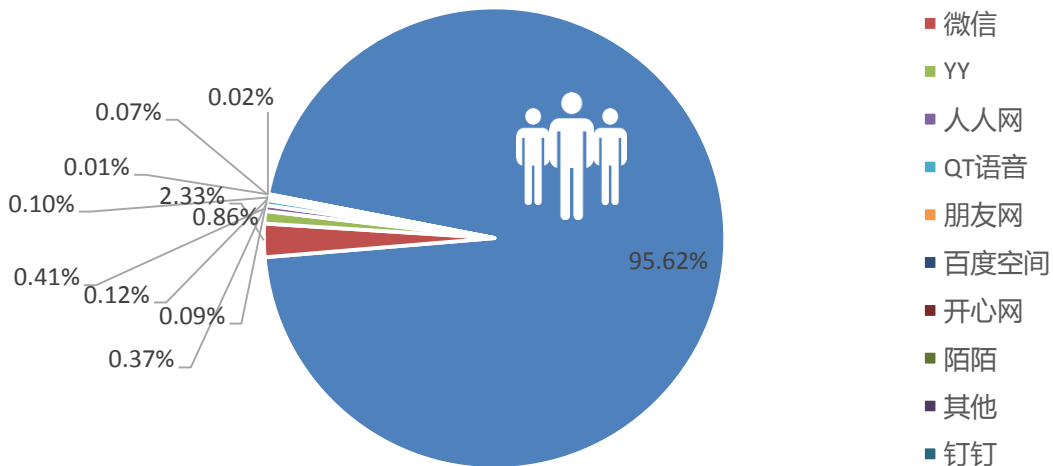


网吧作为泛娱乐平台，**游戏**作为主力休闲方式的同时，**聊天交友、电影音乐**等娱乐活动有大量的用户群体进行体验；随着互联网o2o的发展，**美食订餐、招聘**等在网吧中应用也越来越频繁；顺应时代，网吧环境**高端化**，**电视游戏、VR**等也逐步在一些网吧出现。

■ 聊天交友及社交类网站类 >>>QQ和微信是目前网吧最主要的聊天联络工具

➢ 聊天交友及社交类网站月均用户数2987万。

聊天、交友类top10软件/网站的pv占比



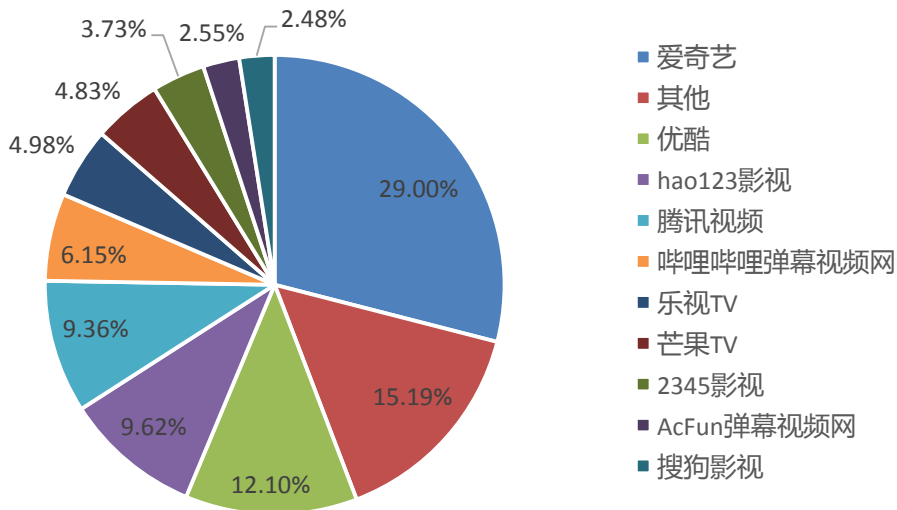
排名	名称	占比
1	QQ	95.62%
2	微信	2.33%
3	YY	0.86%
4	人人网	0.41%
5	QT语音	0.37%
6	朋友网	0.12%
7	百度空间	0.10%
8	开心网	0.09%
9	陌陌	0.07%
10	其他	0.02%
11	钉钉	0.01%

数据来源：顺网大数据中心

■ 影视播放/网站 >>>受内容影响较大，爱奇艺在网吧的使用率相对较高

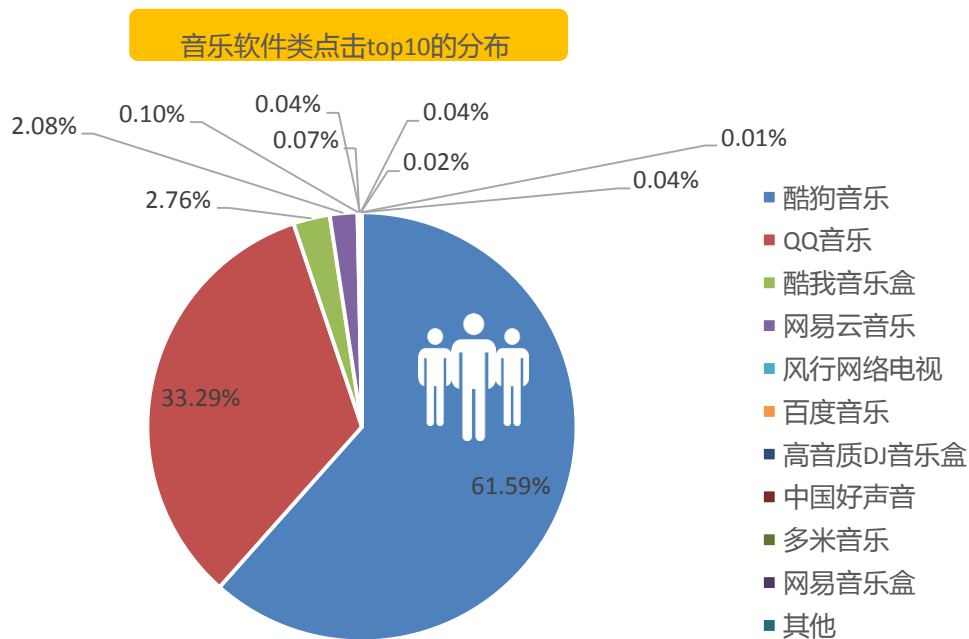
- 影视类月均用户量1477万；
- 部分网吧用户通过导航类视频类网站寻找视频观看

影视类top10网站的pv占比



■ 音乐类 >>>酷狗音乐和QQ音乐是用户使用率较高的音乐软件

➢ 音乐类软件月均用户量1593万。

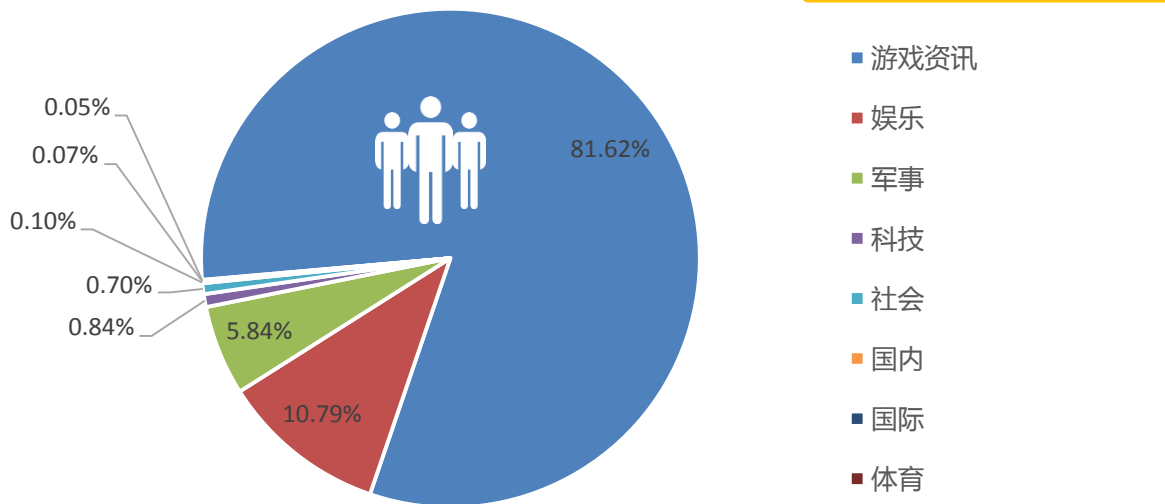


排名	名称	占比
1	百度音乐盒	41.23%
2	酷我	18.47%
3	网易云音乐	8.52%
4	其他	6.72%
5	QQ音乐	6.33%
6	Dj舞曲	5.09%
7	9酷音乐	3.25%
8	好123音乐	3.05%
9	酷狗音乐	2.83%
10	虾米音乐	2.51%
11	音悦台	2.01%

数据来源：顺网大数据中心

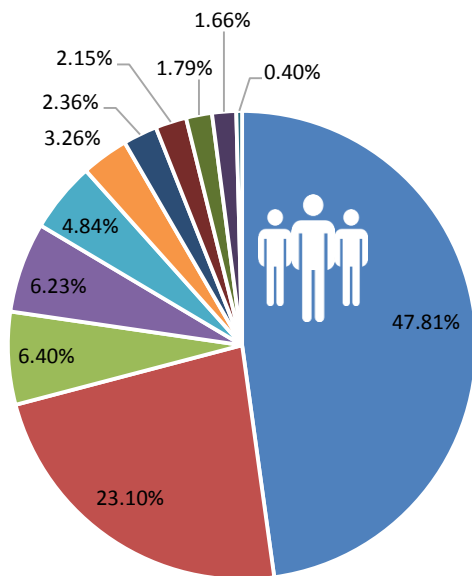
■ 新闻资讯类 >>> 网吧玩家对资讯类的需求主要是获取游戏资讯

➢ 新闻资讯网站月均用户量1903万。



■ 娱乐主播类 >>>娱乐主播类网站竞争相对较激烈，六间房位居榜首

➤ 娱乐主播月均用户量50万。

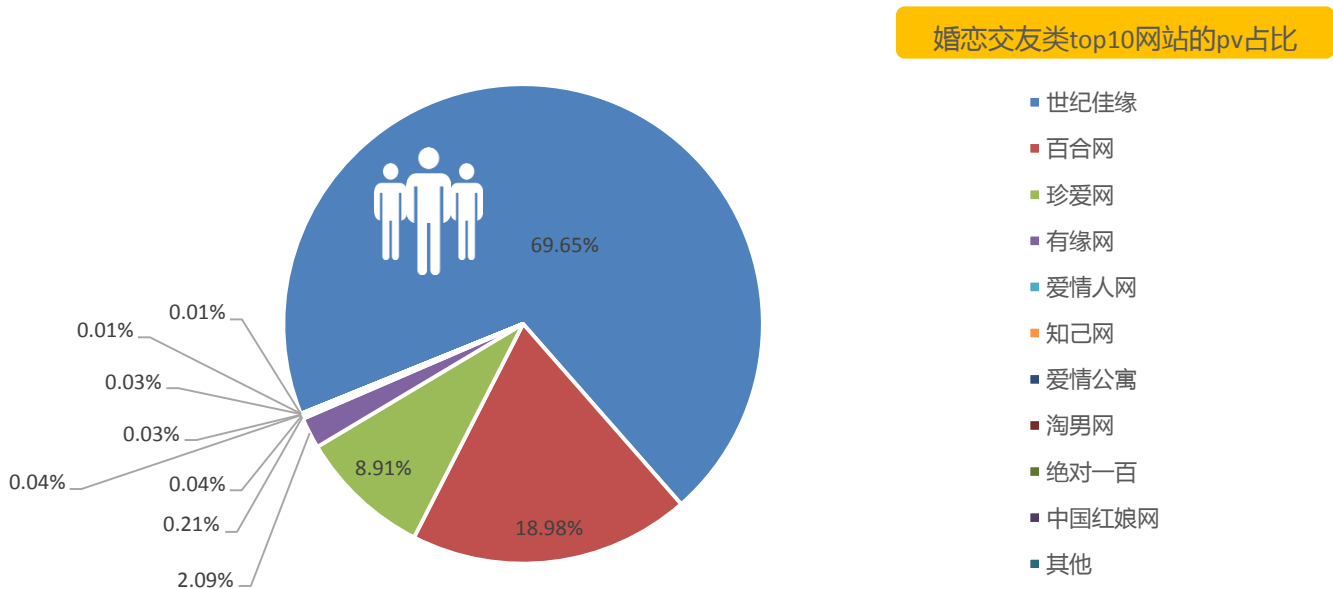


娱乐主播类top10网站的pv占比

- 六间房
- 繁星直播
- 氧吧
- YY直播
- 歪阅
- 我秀
- 其他
- kktv2
- BoBO娱乐
- 神曲
- 秀色

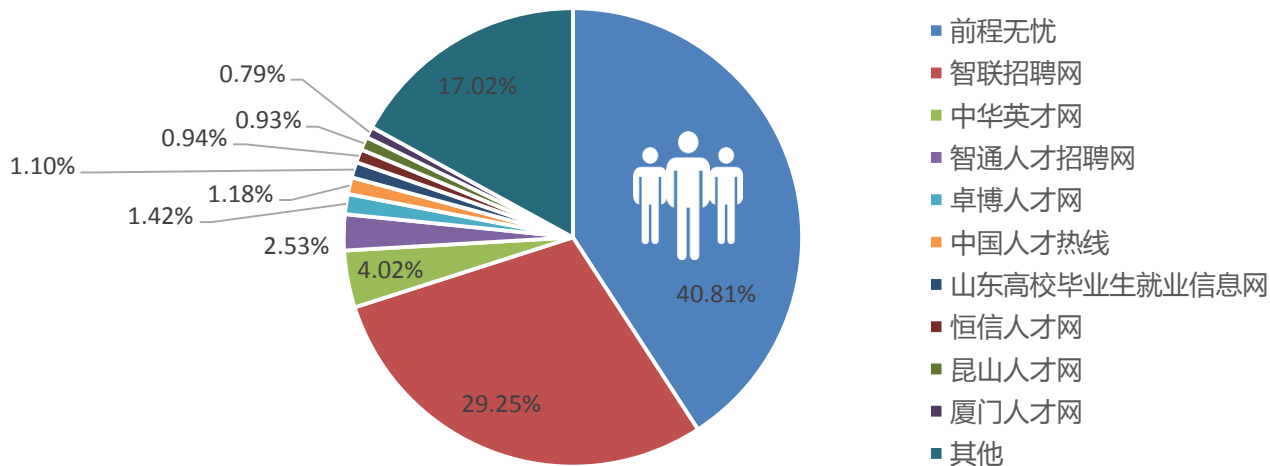
■ 婚恋类 >>>婚恋交友需求存在，世纪佳缘在网吧的使用率相对较高

➢ 婚恋网站月均用户量1.4万。



■ 招聘类 >>>前程无忧和智联招聘是最主要的招聘类平台，占约70%， 学生务工人员有较大需求

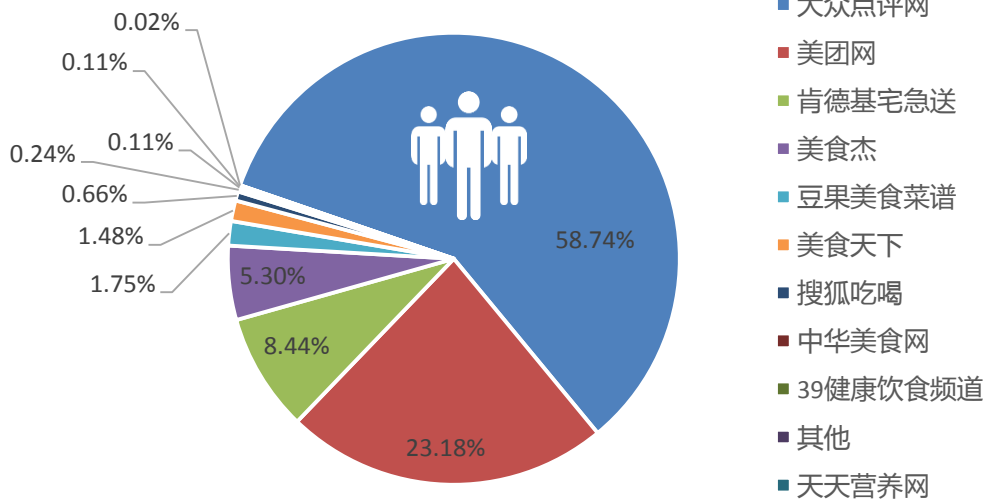
➤ 招聘类网站月均用户量8.57万。



■ 美食类 >>>餐饮需求较大，约6成用户优先选择大众点评选择美食

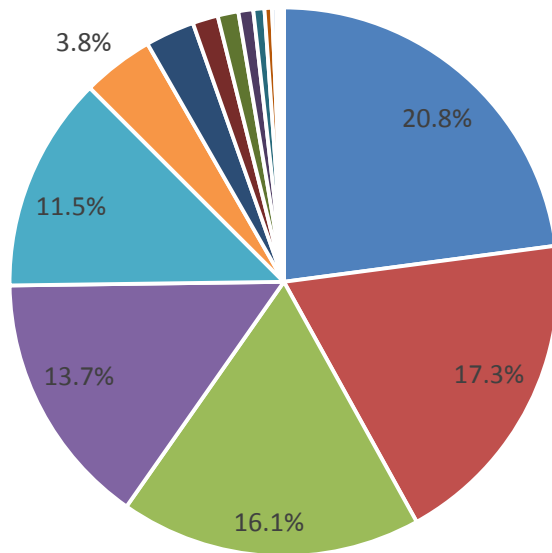
➢ 美食类网站月均用户量1.45万。

美食类top10网站的pv占比



数据来源：顺网大数据中心

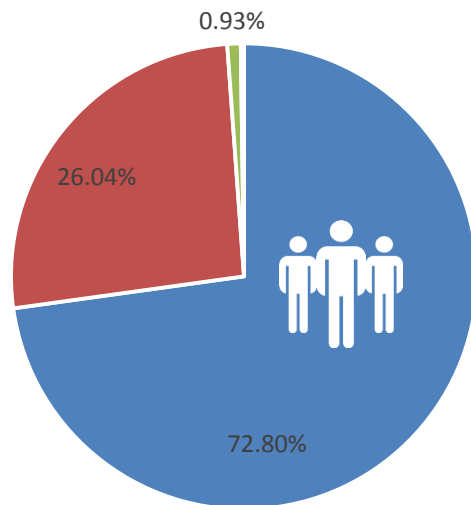
■ 网吧浏览器 >>>f1、IE、QQ、360、YY是网吧用户使用率较高的浏览器



网吧各类型浏览器启动情况

- f1浏览器
- IE浏览器
- QQ浏览器
- 360极速浏览器
- YY浏览器
- 360安全浏览器
- 2345浏览器
- 谷歌浏览器
- 搜狗浏览器
- 百度浏览器
- UC浏览器
- 猎豹浏览器
- 桔子浏览器
- 遨游浏览器
- 火狐浏览器
- 世界之窗浏览器
- 115浏览器

■ 网吧输入法 >>>QQ和搜狗输入法是网吧用户使用最频繁的输入法



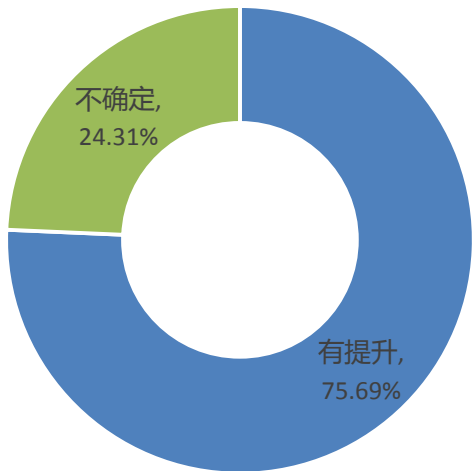
网吧各类型输入法使用情况

- QQ输入法
- 搜狗输入法
- 百度输入法
- 2345输入法
- 魔手输入法
- 手心输入法
- 奇点拼音输入法
- 逍遥笔手写输入法
- 讯飞输入法
- 东方输入法
- 其他

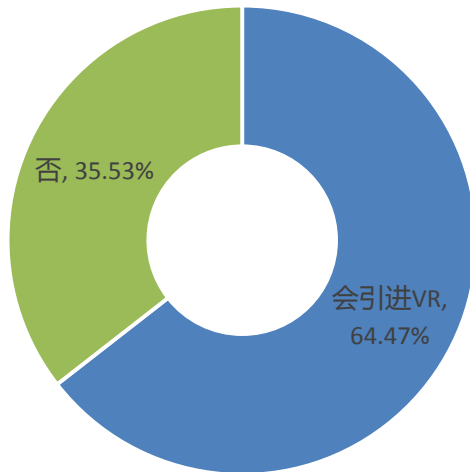
■ 网吧看待VR >>>多数网吧认为会对经营有利，且考虑引进

- 75.69%的网吧认为未来VR会对网吧营收有提升；
- 64.47%的网吧业主会考虑在网吧引进VR设备。

VR是否会对网吧经营有所提升



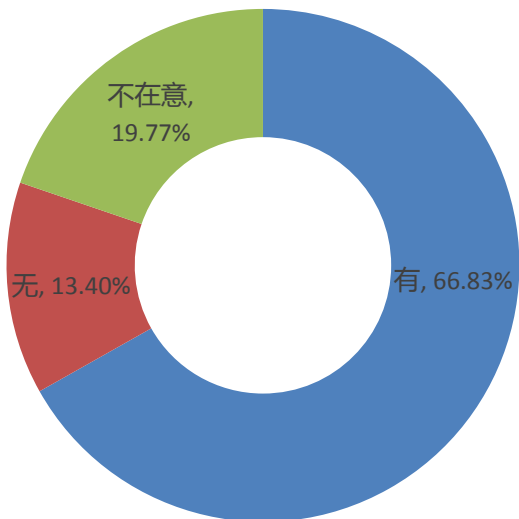
是否考虑在网吧引进VR设备



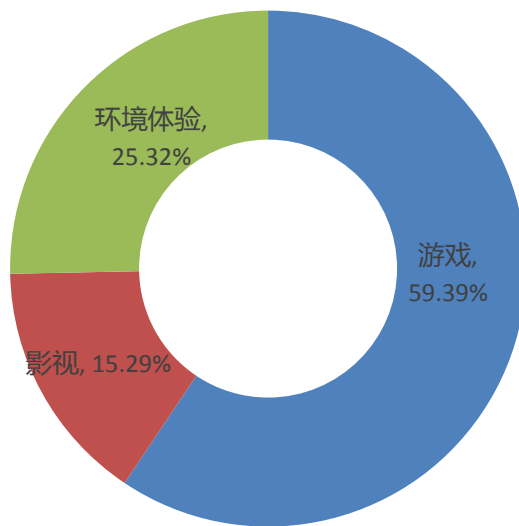
■ 网民看待VR >>>约67%网民对VR感兴趣，希望体验内容以游戏为主

- 66.83%的网民对于VR有兴趣；
- 59.39%的网民希望早日体验VR游戏。

是否对网吧VR感兴趣



最希望体验的VR内容



结 语

2016年时间已过半数，希望通过这份蓝皮书，对网吧从业者、互联网娱乐内容提供商更加深入的了解中国网吧市场及中国最具代表性的网吧网民有所帮助，将这些数据应用到各自的经营、产品研发及市场营销中去。

如今的网吧行业在科技更替中求发展、求创新，顺势走入了互联网泛娱乐领域，更贴切的去满足用户和市场的需求，顺网科技作为网吧行业的参与者，乐于见到这样的变化，也愿意拥抱这样的变化。随着VR与电竞元素的加入，一个全新的网吧时代即将到来，让这个拥有高度集中群体、精准用户的泛娱乐休闲场所释放无限的潜力。

在此感谢“**全国互联网上网服务行业协会**”、“**中国音数协游戏出版工作委员会**”对蓝皮书的指导与支持。

未来，网吧行业会更加丰富与精彩，让我们共同期待！

杭州顺网科技股份有限公司携
中国音数协游戏出版工作委员会、上海汉威信恒展览有限公司

联合发布



杭州顺网科技股份有限公司

地址：杭州西湖区文一西路857号杭州智慧产业创业园A幢 股票代码：300113

电话：0571-88852727 传真：0571-88853737