

2025年1—3月

中国游戏产业季度报告

北京伽马新媒文化传播有限公司

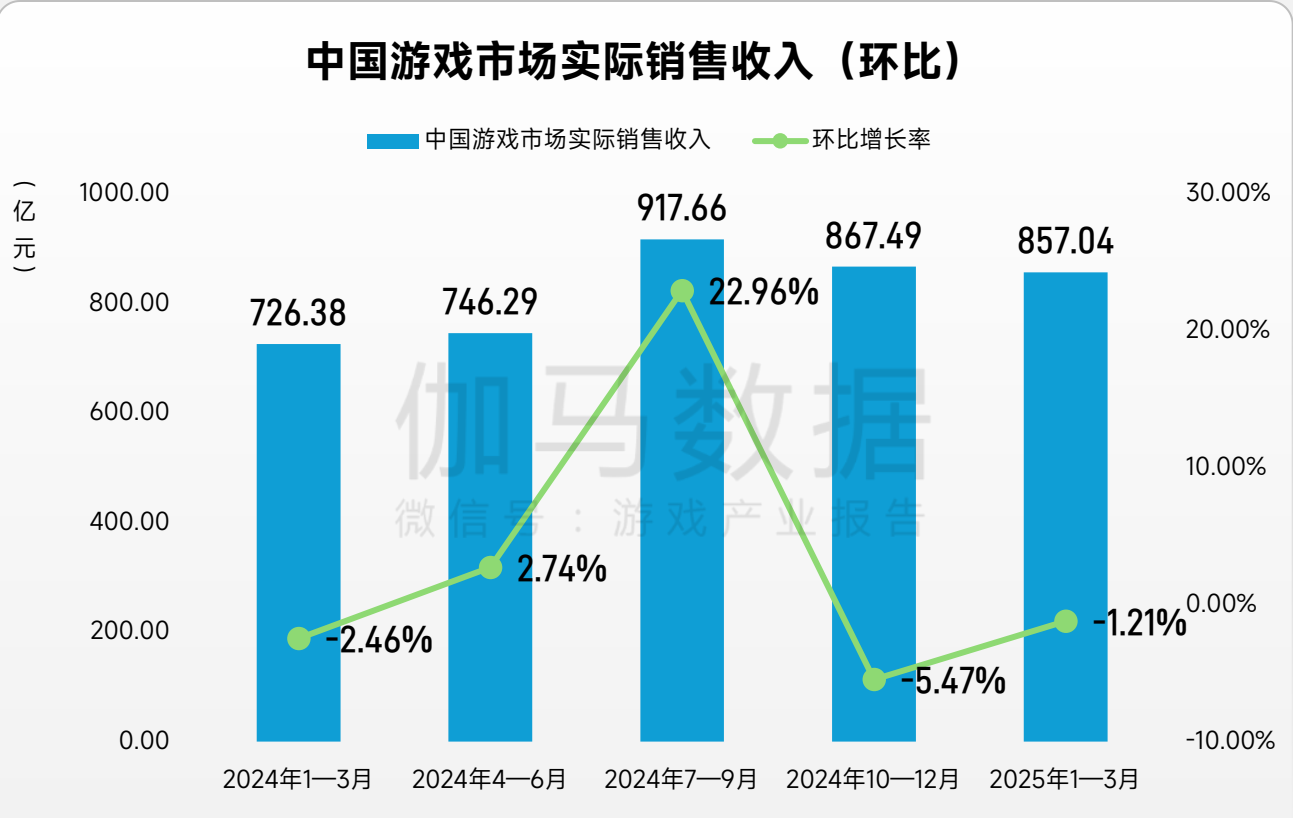
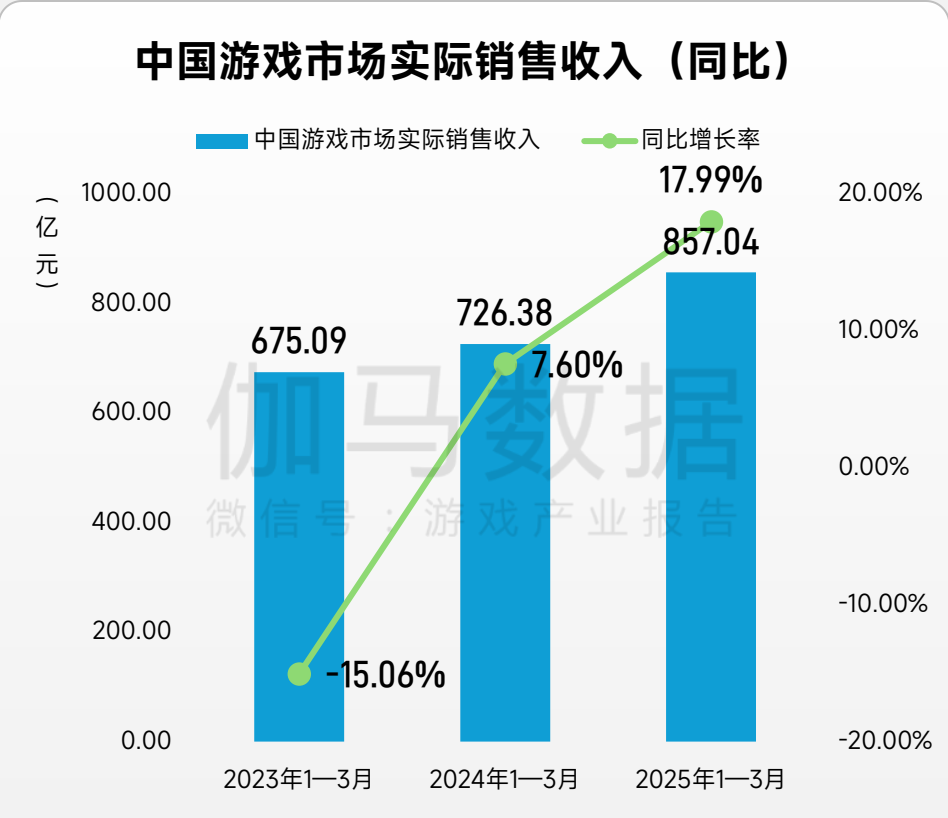


郑重声明

- 《2025年1—3月中国游戏产业季度报告（内部版）》所有内容均为内部参考，伽马数据（CNG）将在未来根据实际情况对报告所涉数据进行校正。
- 通过指定渠道获得本报告读者仅允许阅读，不可作为企业投资、决策等行为的依据。因擅自使用报告数据所造成损失的，伽马数据（CNG）不承担任何责任。

市场规模857.04亿元 同比增长17.99%

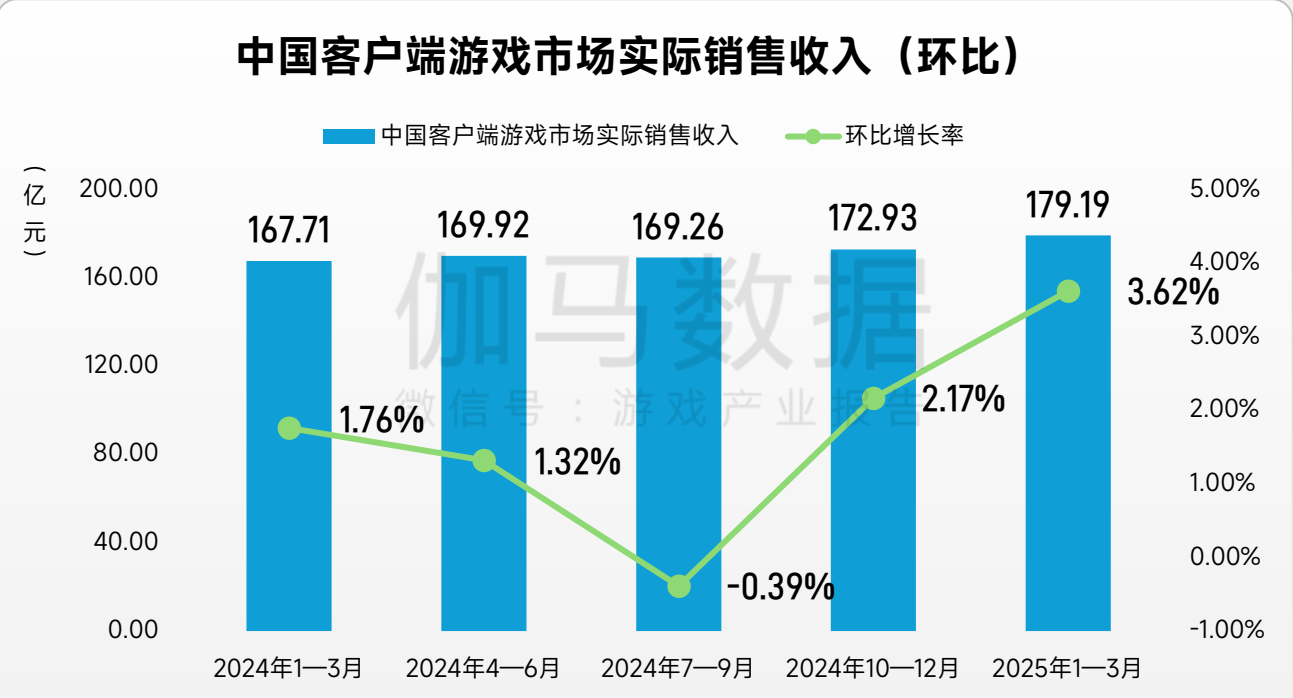
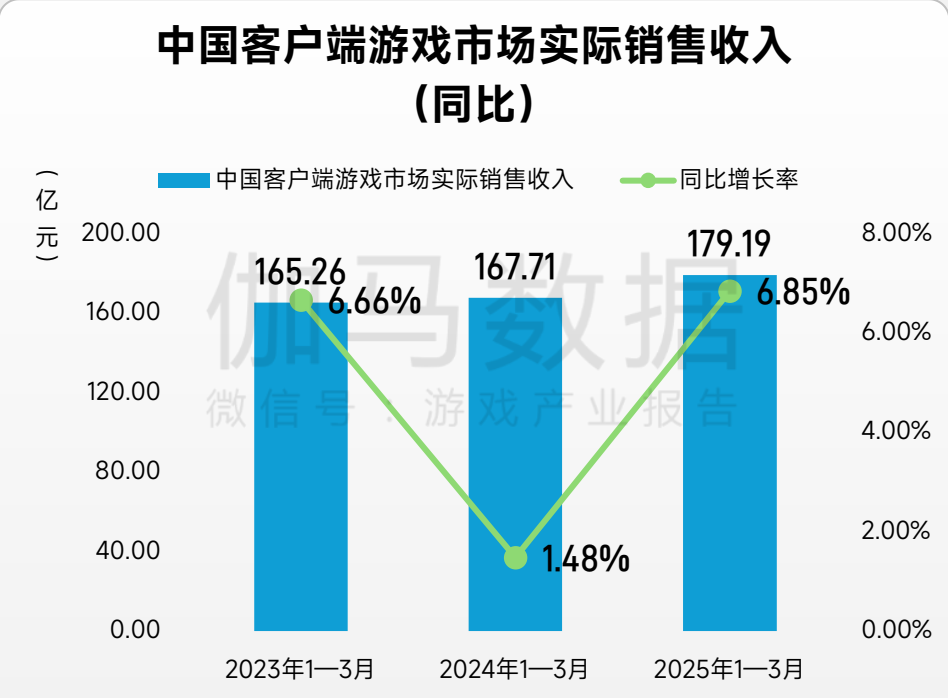
2025年1—3月，中国游戏市场规模为857.04亿元，同比增长17.99%，环比下降1.21%。移动端、客户端游戏市场均对整体游戏市场的同比增长做出贡献，两个终端新品及双端互通新品带来部分增量；此外，部分产品也体现了长线生命力，在运营多年后，产品流水仍能实现较大幅度同比增长。



数据来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

市场规模环比、同比双增长 增量来自多款双端互通次新品

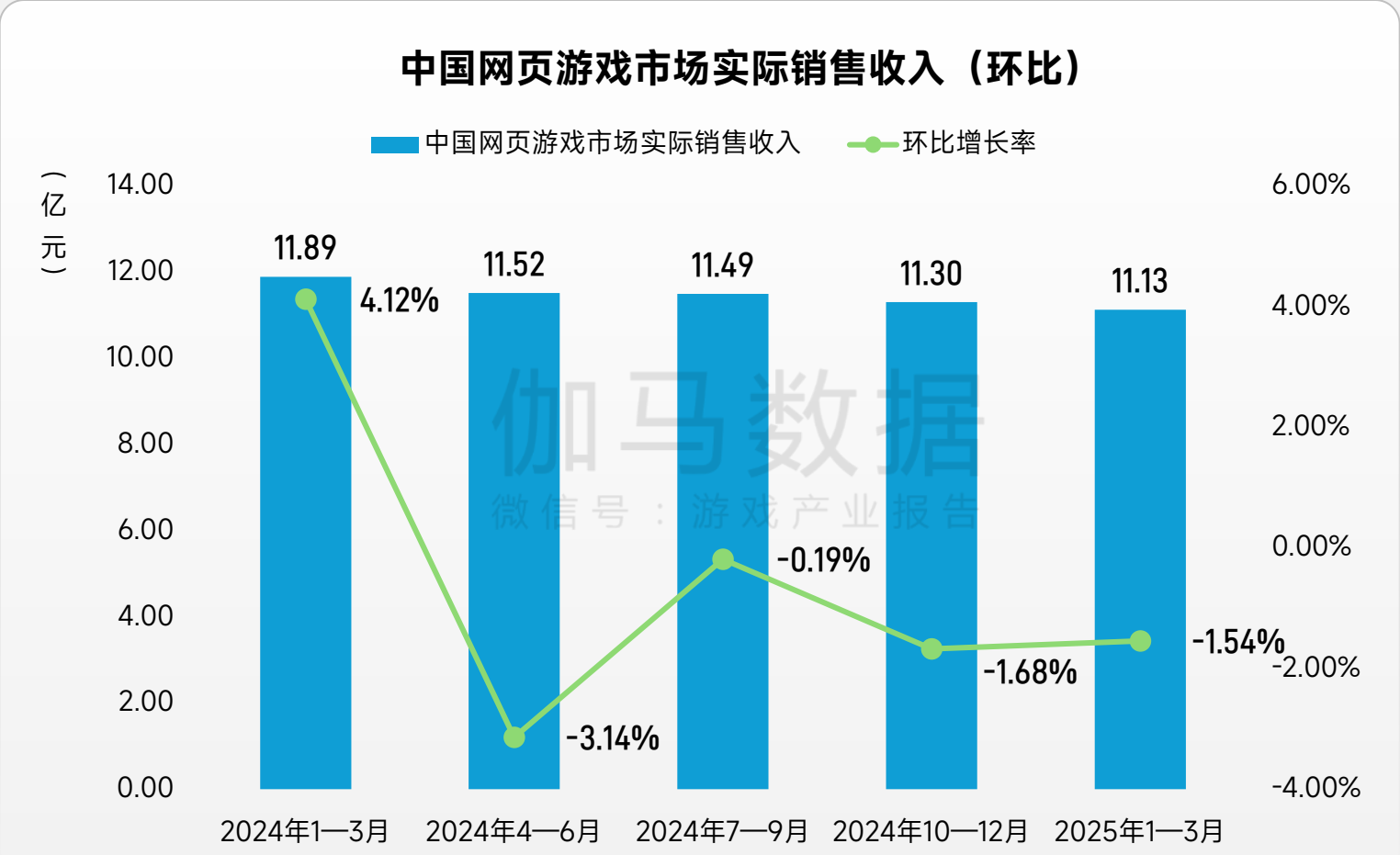
2025年1—3月，中国客户端游戏市场规模为179.19亿元，同比增长6.85%，环比增长3.62%。客户端游戏市场规模环比增长得益于部分产品运营活动集中于春节、情人节等节假日，实现收入增长；在同比表现上，老牌头部产品收入基本维持稳定态势。多款双端互通次新品（定义为去年同期之后上线或回归内地市场的产品）实现收入增长，具体包括《炉石传说》的回归、2024 年末上线的《燕云十六声》PC 版，以及 2024 年 9 月推出的《三角洲行动》。值得一提的是，《三角洲行动》在运营层面上，春节期间推出龙年限定皮肤礼包，同步开启红包雨与限时折扣活动；1月25日举办主播娱乐赛“大红杯”，赛事设置直播互动环节，观众通过直播间即可参与抽奖赢取丰厚福利；同时在新外观“水墨云图”的加持下，本季度活跃用户数持续攀升，再创新高。



数据来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

市场规模连续四季度下降

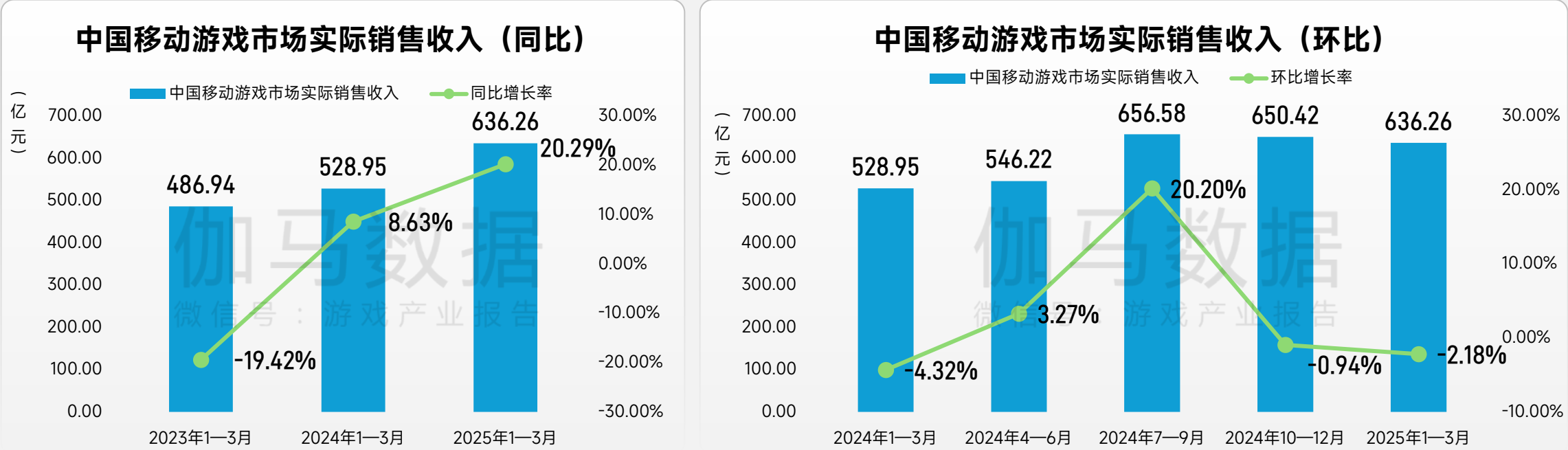
2025年1—3月，中国网页游戏市场实际销售收入为11.13亿元，环比下降1.54%，已连续四个季度呈现下降。



数据来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

市场规模636.26亿元 新品增量显著

2025年1—3月，中国移动游戏市场实际销售收入为636.26亿元，同比增长20.29%，环比下降2.18%。部分头部产品具备长线运营潜力，通过运营活动等方式在运营多年后仍能够取得同比增长，如《王者荣耀》在春节期间推出蛇年限定皮肤，将青龙、白蛇等传统文化元素融入设计，同期还有“三丽鸥联名皮肤”，游戏内登录送限时点券、全服抽奖等活动，促进活跃用户数量增长，并推动《王者荣耀》一季度流水创下历史新高。《穿越火线-枪战王者》于春节期间推出国风设计的化蛇主题武器道具、夜幕山庄新年广场等经典地图的重置与更新，与快手平台联动的福利，以及大量登录签到即送的道具奖励等活动，一季度流水也创下历史新高。此外，《地下城与勇士：起源》《无尽冬日》等去年同期未上线的产品也为移动游戏市场的同比增长做出了贡献。



数据来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

伽马数据移动游戏流水测算榜TOP10



两款去年同期未上线产品入榜
部分长线产品取得显著增长

2025年1—3月，伽马数据移动游戏流水测算榜TOP10中，《地下城与勇士：起源》《无尽冬日》入榜，《第五人格》等长线运营产品流水取得同比增长。

2025年1—3月，《地下城与勇士：起源》《无尽冬日》作为去年同期未上线新游，二者合计为移动游戏市场提供数十亿元增量；《第五人格》得益于与柯南道尔基金会联动活动以及周年庆相关活动取得流水同比大幅增长。

伽马数据移动游戏流水测算榜TOP10

排名	游戏名称	游戏类型	发行商	2025年1—3月全平台流水测算（亿元）
1	王者荣耀	MOBA类	腾讯游戏	
2	和平精英	射击类	腾讯游戏	
3	穿越火线-枪战王者	射击类	腾讯游戏	
4	地下城与勇士：起源	动作类	腾讯游戏	
5	金铲铲之战	自走棋	腾讯游戏	
6	无尽冬日	策略类（含SLG）	点点互动	
7	梦幻西游	角色扮演类	网易游戏	
8	第五人格	非对称竞技类	网易游戏	
9	英雄联盟手游	MOBA类	腾讯游戏	
10	火影忍者	角色扮演类	腾讯游戏	

注：流水TOP10移动游戏为伽马数据移动游戏流水测算榜中排名前十产品。伽马数据移动游戏流水测算榜是伽马数据（CNG）通过调研、查阅财报、监测榜单、构建模型等方法测算而得的统计周期内产品流水排行，产品流水为iOS、Android及越狱等渠道分成前的总流水，不包含海外市场流水，数据仅供参考，下同。

数据来源：伽马数据（CNG）

A black video game controller is positioned on the right side of the frame. The background is a dark blue gradient with faint, glowing circuit board patterns. The controller has two analog sticks, a directional pad, and several buttons. The overall aesthetic is tech-oriented and modern.

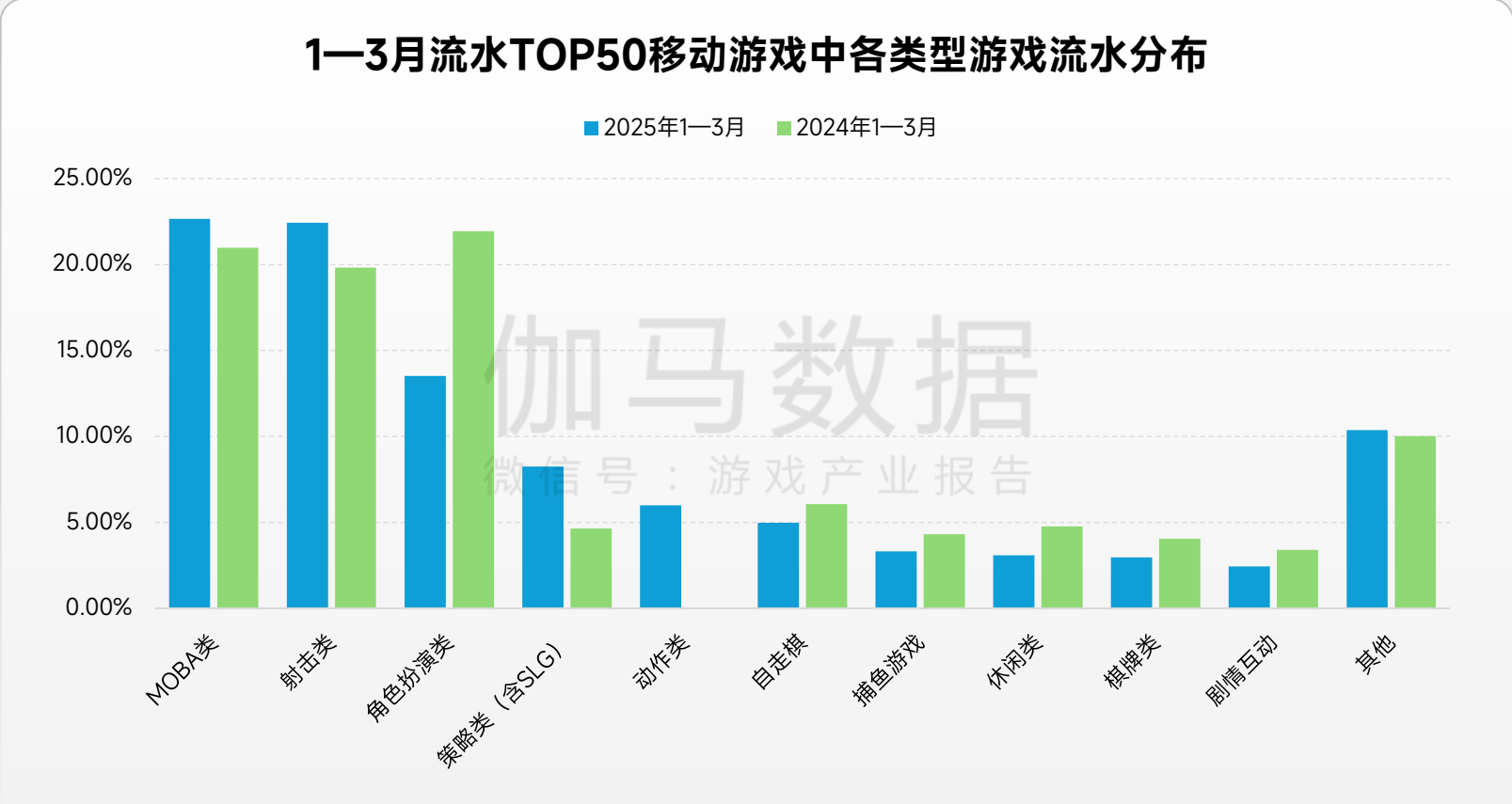
<01>

基础市场数据

MOBA类、射击类等类型产品流水份额增加
角色扮演类产品流水份额减少

2025年1—3月，移动游戏流水TOP50游戏类型中，MOBA类、射击类、策略类（含SLG）、动作类产品流水份额增加，角色扮演类流水份额减少较为明显。

MOBA类产品流水份额增加主要受《王者荣耀》流水创新高影响；射击类流水份额增加主要受产品《和平精英》流水同比增长和《穿越火线-枪战王者》流水创新高影响；策略类（含SLG）产品流水份额的增长主要由去年同期未上线的新品《无尽冬日》《三国：谋定天下》驱动；动作类产品流水增量则主要由《地下城与勇士：起源》贡献，去年同期无动作类产品进入TOP50。

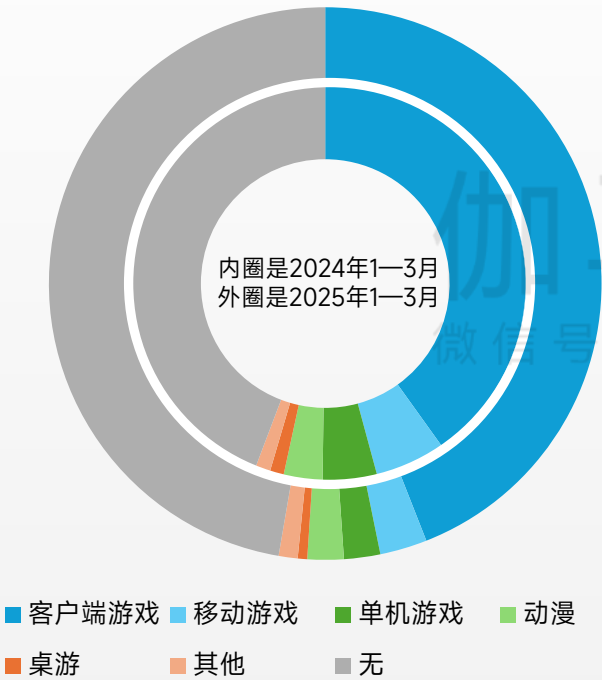


注：角色扮演类包含MMORPG、ARPG及其他RPG类，下同
数据来源：伽马数据（CNG）

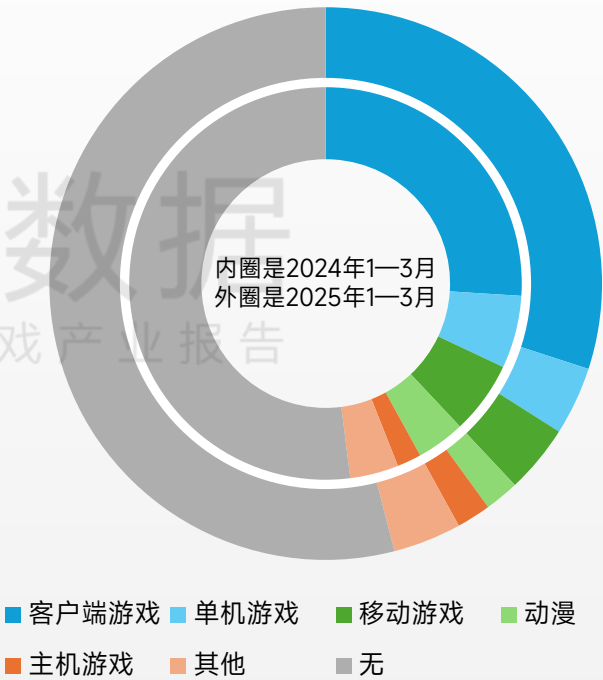
客户端游戏IP改编产品流水份额和数量均增加

2025年1—3月，流水TOP50移动游戏产品中，客户端游戏IP改编产品流水份额和数量均增加。移动游戏、单机游戏及动漫IP改编产品流水份额和数量占比均减少。

1—3月流水TOP50移动游戏中
各IP类型流水分布



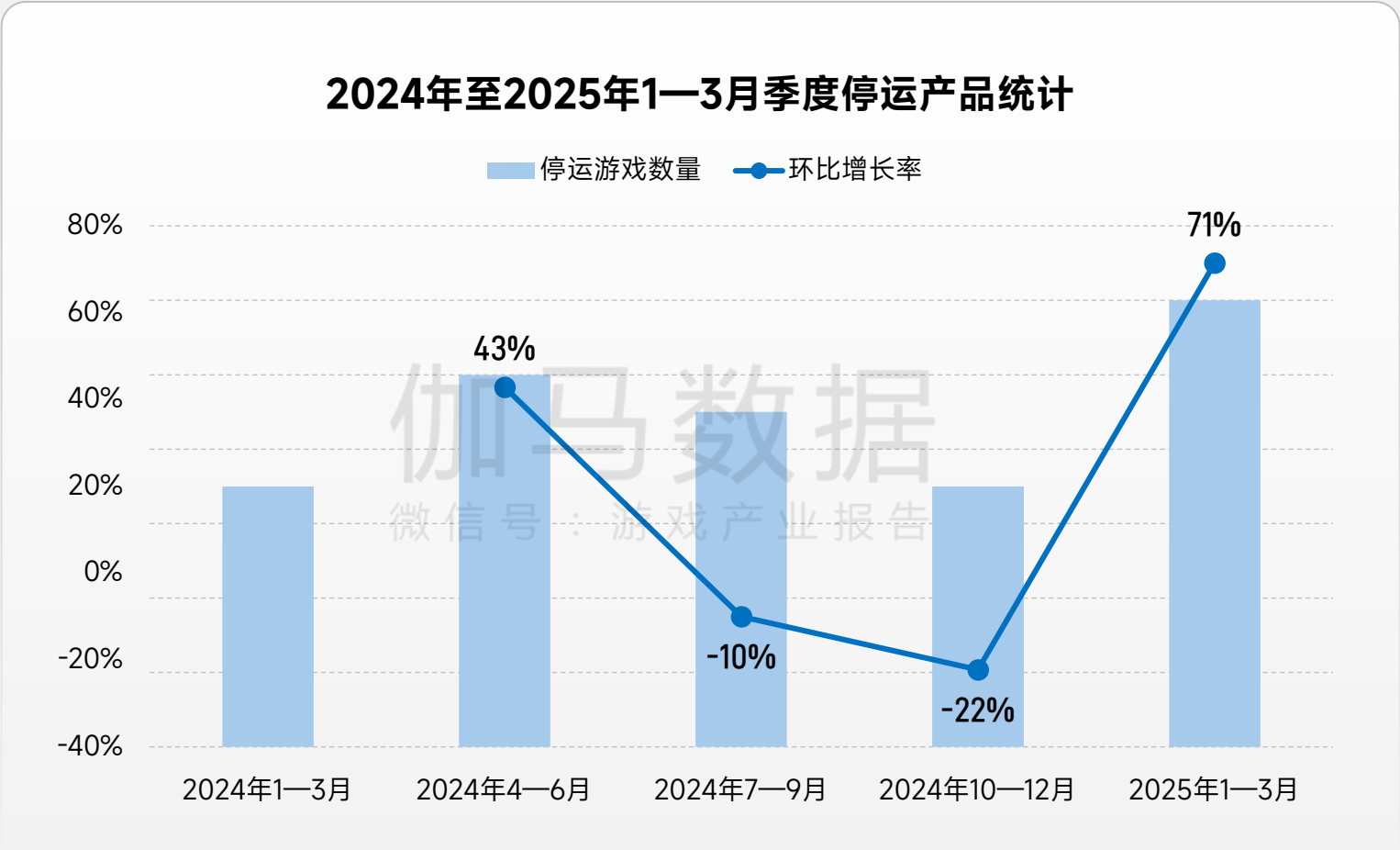
1—3月流水TOP50移动游戏中
各IP类型数量分布



数据来源：伽马数据（CNG）

停运产品数量为近五季度最大值

2025年1—3月，移动游戏产品停运数量环比、同比均增长，其中环比增长71%，停运产品数量为近五季度最大值。



注：统计范围为伽马数据研发竞争力模型所涉及的企业及产品，统计截止时间为2025年3月31日。

数据来源：伽马数据（CNG）

新游《燕云十六声》获TOP2

2025年1—3月，iOS渠道下载测算榜TOP10中，新游《燕云十六声》获TOP2。
《燕云十六声》于1月上线，上线后连续13天登顶App Store游戏免费榜，并且在2025年1—3月均保持在TOP30以内。

2025年1—3月iOS渠道下载测算榜TOP10

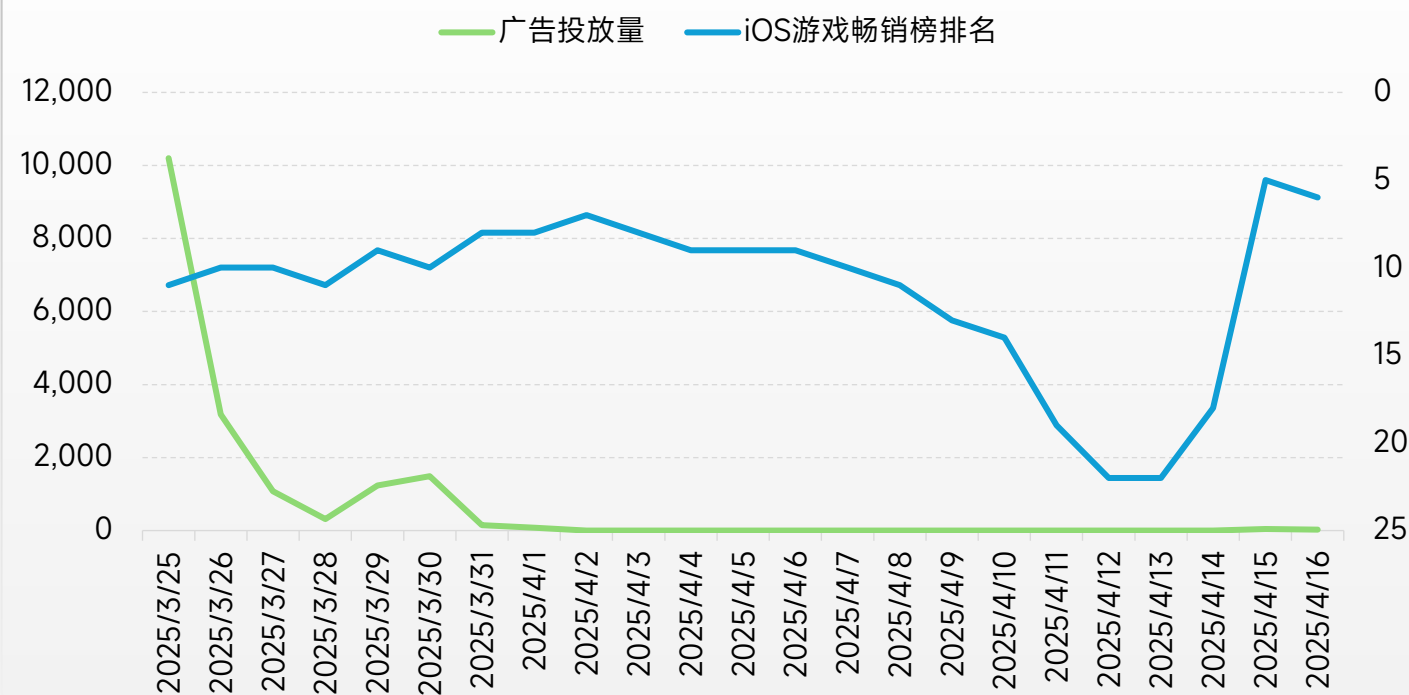
排名	游戏名称	游戏类型
1	王者荣耀	MOBA类
2	燕云十六声 new	开放世界RPG
3	和平精英	射击类
4	蛋仔派对	休闲类
5	三角洲行动	射击类
6	金铲铲之战	自走棋
7	开心消消乐	消除类
8	我的世界：移动版	沙盒类
9	贪吃蛇大作战	休闲类
10	飞机大厨：空中烹饪	模拟经营类

数据来源：伽马数据（CNG）

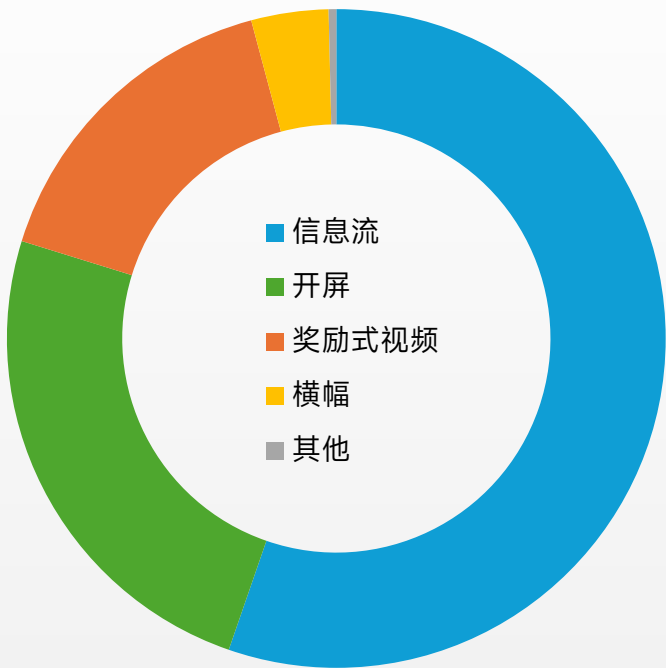
《美职篮全明星》

《美职篮全明星》于3月25日上线，广告投放量集中于上线当日，统计日期内，游戏在iOS游戏畅销榜排名多数时间保持在TOP20以内，4月15日升至TOP5。《美职篮全明星》的广告投放以信息流广告为主，信息流广告占比达55.3%。

《美职篮全明星》广告投放量与iOS游戏畅销榜排名情况



《美职篮全明星》广告投放形式分布



数据来源于App Growing 广告情报追踪，由伽马数据整理；统计日期为2025/3/25—2025/4/16

<02>

1—3月新游状况





《英雄没有闪》登顶新游榜 两款IP改编产品进入TOP3

2025年1—3月，伽马数据新游首月流水测算榜TOP5中，《英雄没有闪》登顶，两款IP改编产品进入TOP3。

《英雄没有闪》采用暗黑风格、竖屏横版卷轴放置RPG刷宝玩法，游戏上线以来（2025/2/28—2025/4/16）96%天数排名处于iOS游戏畅销榜TOP20以内，并有14天登顶iOS游戏免费榜。

IP改编产品中，《龙之谷世界》以还原端游体验为核心，并加入赛季制、冒险团及世界BOSS等新元素，吸引了较多新老用户。

2025年1—3月伽马数据新游首月流水测算榜TOP5

排名	游戏名称	游戏类型	IP类型	首月流水预估（亿元）
1	英雄没有闪	放置类	无	3+
2	龙之谷世界	ARPG	客户端游戏	3+
3	美职篮全明星	体育类	体育	3+
4	燕云十六声	开放世界RPG	无	2+
5	龙息：神寂	卡牌类	无	2+

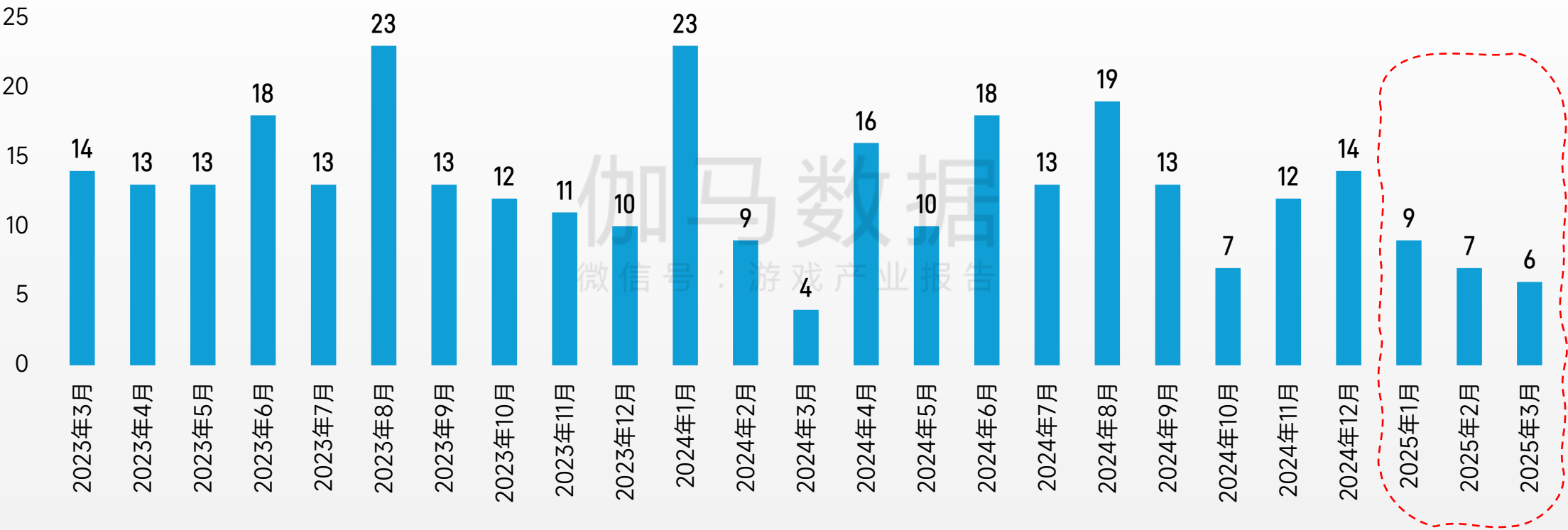
数据来源：伽马数据（CNG）

注：上述为2025年1—3月上线的移动游戏，并依据产品上线后30日国内全平台流水状况进行排名，上线不足30日的产品根据其目前流水状况推算首月流水。数据来源于伽马数据移动游戏流水测算，仅供参考。

上榜新游数量下降

2025年1—3月，进入过iOS日畅销榜TOP200的新游有22款，环比、同比均下降。

进入过iOS日畅销榜TOP200新游数量情况（款）



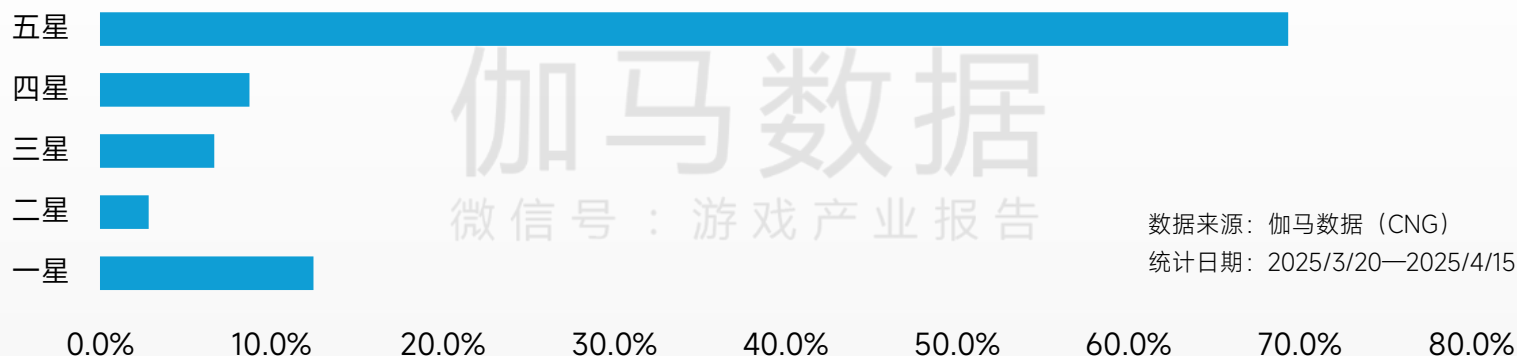
数据来源：伽马数据（CNG）

《龙息：神寂》

《龙息：神寂》于2025年3月20日上线，统计日期内，游戏在App Store的玩家评分中五星好评占比约70%。给出评分较高的玩家对游戏的画面表现、剧情、玩法、角色等方面较为满意；给出评分较低的玩家则持有游戏氪金程度较高、任务繁杂等观点。



《龙息：神寂》App Store评分分布情况



《龙息：神寂》正面评论词云图



《龙息：神寂》负面评论词云图



注：正面评论为用户评分4~5的评论，负面评论为用户评分1~3的评论；图中内容为单词筛选后呈现结果。

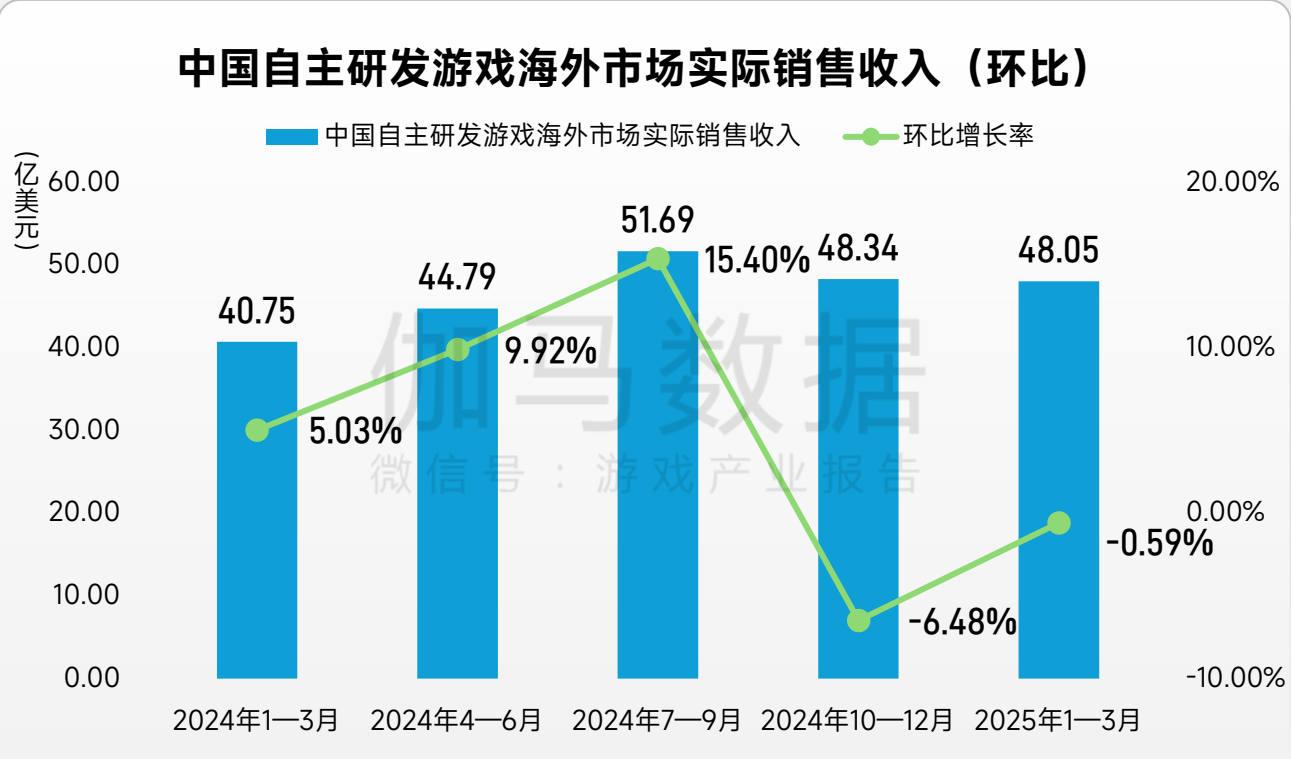
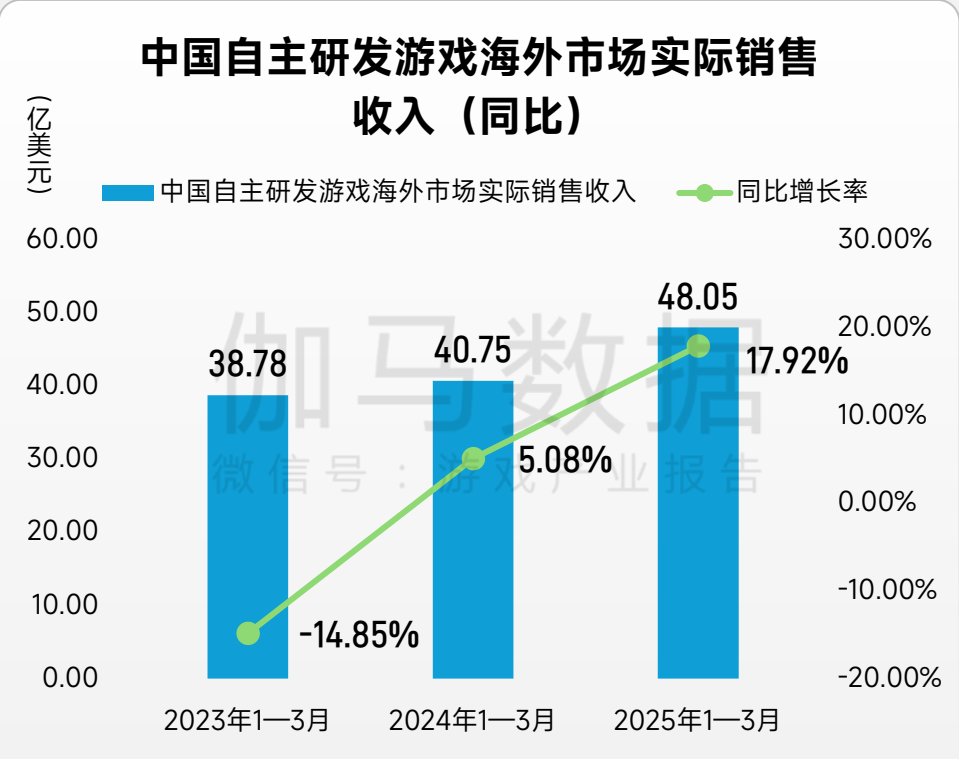
<03>

海外市场



自主研发游戏海外市场收入同比增长17.92%

2025年1—3月，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为48.05亿美元，同比增长17.92%，环比下降0.59%。同比增长主要由于大部分产品收入同比增长，代表产品如《Last War:Survival Game》《Whiteout Survival》（寒霜启示录）等，新游《I9: 인페르노 나인》（神火大陆）也带来明显增量。



数据来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

《寒霜启示录》增长显著 新游《神火大陆》入榜

2025年1—3月重点境外市场产品流水增长TOP10中，《寒霜启示录》登顶，新游《神火大陆》入榜。

《寒霜启示录》自上线以来始终保持较好的市场表现，本季度取得较大幅度流水增长，这得益于其较高频率的更新及广告投放等因素加持，美国、日本、韩国是其境外收入的重要来源市场。

《神火大陆》2025年1月在韩国市场上线，截至目前，游戏上线后收入基本保持平稳。在宣发层面，游戏与十余位本土KOL合作，投放素材也采用真人口播，角色、场景展示等多种形式。并且，在韩国MMORPG游戏市场热度较高的基础上，游戏以高性价比、高质量美术等优势吸引了较多玩家。

2025年1—3月伽马数据重点境外市场产品流水增长TOP10

排名	中文名称	发行商
1	寒霜启示录	点点互动
2	弓箭传说2	海彼网络
3	Dark War Survival	Florere Game
4	恋与深空	叠纸网络
5	决胜巅峰	沐瞳科技
6	绯闻港口	柠檬微趣
7	神火大陆 new	乐牛游戏
8	王国之歌	江娱互动
9	Last War:Survival	FirstFun
10	鸣潮	库洛游戏

注：伽马数据本页市场监测范围为美国、日本、韩国、中国香港、中国台湾省等重点地区。

数据来源：伽马数据（CNG）

The background of the slide features a person's hands holding a smartphone, displaying a map. The person is wearing a blue denim jacket. In the background, there is a server rack with blue indicator lights. The overall color scheme is dark blue with glowing circuit patterns.

<04>

重点洞察——手机设备

通过企业访谈、数据调研，伽马数据也洞察到手机设备将成为未来移动游戏进一步发展的关键。



肖 健 | 中手游董事长兼首席执行官

手机硬件性能是游戏体验的基础，很大程度上影响了游戏的用户留存与商业表现。高刷屏、AI算力、散热技术等硬件升级为游戏玩法提供了无限可能，但各个硬件性能差异大，测试、兼容性调整耗费30%以上研发精力。中手游作为全球化IP游戏运营商，以IP为核心，通过自主研发和联合研发，为玩家提供精品游戏。我们始终相信，移动游戏产业的进化是端到端的价值共振。建议硬件伙伴开放更多底层数据接口，内容方则需前置设备特性考量，双方共建从适配到渠道分发的完整解决方案。硬件与游戏是共生关系，深度协同可以达到共赢！



吴盛鹤 | 祖龙娱乐执行总裁

在移动游戏领域，硬件性能与运行稳定性是决定用户体验的核心要素。对于追求高品质呈现的游戏作品而言，旗舰级硬件配置是展现美术精度与玩法深度的基础保障。我们注意到，当前移动设备在图形渲染、散热控制等关键技术指标上的突破，正为次世代手游的体验升级创造着重要机遇。

我们始终秉持开放合作的态度，已与多家厂商建立技术共创实验室，通过深度适配调优将引擎效能提升30%以上。这种协同创新不仅让我们的产品实现了影视级画面表现，更助力合作设备在市场竞争中形成差异化优势。

面向未来，我们期待全行业共建生态：游戏硬件层面持续突破，软件侧深度挖掘潜能，内容端创新交互形态。这种三位一体的协同进化，将真正实现用户体验的世代跨越。



戴 奇 | 游族网络首席产品官CPO

可以说，手机游戏的发展历程，就是手机硬件技术演进的缩影。早期90年代末的手机游戏以单色像素风格的休闲小游戏为主，如《贪食蛇》《俄罗斯方块》等。之后塞班系统兴起，早期智能手机开始出现，游戏内容也丰富起来，当时使用N-Gage玩游戏，其性能基本能代替GBA类的掌上游戏机。2007年苹果发布首款iPhone后，手机游戏也随之进入了超高速发展，《水果忍者》《割绳子》等游戏几乎成为手机用户的标配应用。游戏类型也开始从轻度休闲向中重度转型，游族正是抓住了手机发展红利，开发了《少年三国志》《女神联盟》等卡牌游戏。

在研发层面，硬件性能提升为游戏厂商提供了更广阔的创作土壤，更多品类的游戏、乃至接近主机品质的视觉体验，都有机会呈现在手机端，极大地丰富了用户的体验。尤其近年来，随着新一代手机AI功能的扩展，更加提升了沉浸式体验与智能化交互，推动产业在技术创新与内容创作的双向奔赴。



王 俊 | 世纪华通极测信息CEO、盛趣游戏质量管理中心负责人

首先，手机硬件本身就会对游戏研运及用户体验带来直接影响，如果说有这样的手机硬件指标标准将会对游戏相关行业、用户体验改进提升带来帮助。对研运企业来说硬件指标标准可以将明显降低手机适配优化的研发成本、如手机的图形处理器（GPU）性能直接影响游戏的画质体验，而不同手机的GPU性能差异较大，目前画质分档的模式无法匹配所有手机，统一的硬件标准将会减少在游戏硬件优化上的费用人力投入，研发更多精力将放在推动游戏设计的创新、降本增效的同时有助提升游戏品质。

其次，对于用户而言，硬件指标将会对用户体验游戏有更加清楚的指导帮助，根据硬件所需定位匹配游戏产品，游戏产品需要对应的指标标准，从而降低用户体验门槛减少用户不必要的购买成本，对用户来说也是有帮助的。

总而言之，手机硬件与游戏发展是双向驱动，可以形成共同发展，共同塑造行业新生态模式。相比之下在目前同样的投入条件下，产品将实现更精美、流畅的特效表现，而玩家体验感将会更沉浸、更逼真、更丰富。



许怡然 | MultiMetaverse CEO

手机硬件的提升对游戏行业有非常重要的促进作用。就像PC和Console游戏机一样，不断在解放游戏开发者的创造力，提升玩家的体验。但也要注意的是：手持硬件的屏幕尺寸终究是有限制的，就算折叠屏已经能把屏幕尺寸逼近Pad甚至笔记本电脑，仍然无法跟PC/Console的体验相比。相信未来会有越来越多的手游在开发的初期就定位成跨平台产品，针对手机的优化压力会越来越小 这对整个游戏行业向高品质发展，进一步推动PC\Console游戏回归，甚至未来的VR游戏发展，起到巨大的推动作用。



叶国营 | 三七互娱品牌副总裁

高美术表现的游戏对手机硬件要求严苛，二者相互促进。一方面，先进的手机硬件，如高性能 GPU、大容量内存，能支持游戏实现高分辨率建模、动态光影渲染与复杂特效，保障画面精美的游戏流畅运行，为玩家带来沉浸体验，提升游戏口碑与竞争力。另一方面，为适配高端硬件，研发商可大胆探索新技术、新风格，拓展游戏类型与玩法，反向推动硬件厂商持续升级，形成良性循环，共同推动游戏行业高质量发展。



陆 亿 | 蛮啾网络副总裁

移动端性能的提升对丰富游戏品类和推动行业创新具有关键作用。作为以内容为核心竞争力的游戏公司，我们始终致力于在移动端构建更稳定的高品质内容输出体系——这不仅能够突破现有游戏制作的技术边界，更能为用户体验提供可靠保障。

当前移动游戏已成为智能手机赋能数字娱乐生活的重要载体，我们期待手机厂商在设备迭代过程中，能够从影音效果、操作反馈、性能支撑等多个维度充分考虑游戏用户需求，通过硬件与软件的深度优化，为游戏内容创作开拓更广阔的技术空间。



李明瑞 | 鹰角网络常务副总裁

对移动游戏而言，移动终端硬件能力的演进，已成为驱动移动游戏品质提升与内容创新的核心要素之一。高性能SoC架构、更强大的GPU算力、高刷新率屏幕及更完善的散热与功耗管理体系，使移动设备逐步具备了承载中高负载实时渲染、多角色AI计算和复杂物理交互的能力。这不仅扩展了游戏设计的表现空间，也在一定程度上降低了不同设备间适配与性能调优的技术门槛，提高了项目整体的开发与迭代效率。

以我司自主研发游戏《明日方舟：终末地》为例，这款3D作品在技术架构与美术表现上都明显超越了传统2D策略手游，其高质量模型、复杂战斗机制和动态光影效果，对终端的图形处理能力和系统资源调度提出了更高要求。为保证一致的用户体验，项目团队必须在多个硬件平台上进行精细优化，甚至根据不同芯片架构调整渲染路径和资源加载策略。因此，终端硬件性能的上限，不仅影响游戏的视觉效果，也决定了设计边界和系统复杂度。

纵观整个游戏行业的发展历程，技术进步始终与硬件演进相辅相成。从早期家用PC到今日高端智能手机，每一次硬件的飞跃都推动了游戏类型、玩法乃至叙事方式的革新。性能需求的增长促使厂商不断优化引擎、压榨硬件潜力，而更强的终端设备又反过来为创意提供实现土壤。在云游戏、AR/VR等新业态日益成熟的背景下，终端设备的性能标准化与技术开放性，正成为推动移动游戏品质与规模升级的关键因素。



姚 喆 | 西山居游戏副总裁

作为移动游戏研发与运营的深度参与者，我们始终坚信：手机硬件性能是高质量游戏体验的基石。从我们的实践经验来看，硬件性能与游戏画面、玩法复杂度及交互创新呈强正相关——高性能处理器为全局光照、物理引擎等次世代技术提供底层支撑，高刷新率屏幕与高速内存则保障了玩家在高速战斗中的流畅操作。面对碎片化硬件生态，我们迫切希望行业内能够建立关于硬件平台的相关标准，通过动态资源实现“一包多配”，既降低多机型适配成本，又能充分释放高端设备潜力，让开发商的生产资源更聚焦于核心玩法创新。

在技术协同层面，我们持续投入软硬件一体化建设：渲染引擎与芯片算力的深度适配显著提升帧率稳定性与能效比，定制化散热方案与输入交互设计则为用户操作体验提供更好的保障。我们观察到，玩家对沉浸体验的需求已形成“需求驱动技术迭代，技术反哺内容创新”的良性循环，这也正在推动行业加速技术攻关；而芯片与引擎深度联合的实验成果，也验证了“硬件预研→游戏验证→用户反馈→技术迭代”这一闭环的长期价值。

面向未来，我们判断硬件与游戏的共生关系将向三大方向突破：其一，云端协同计算打破本地性能限制，让低配设备也能享受高画质体验；其二，空间化交互技术推动游戏向虚实融合场景延伸，重构社交与探索的边界；其三，AI驱动的实时内容生成将彻底改变游戏叙事逻辑。为此，我们呼吁与硬件厂商、行业组织共建技术联盟，共同攻克异构计算调度、跨平台渲染等难题，让每一款精心打磨的游戏都能在性能无瓶颈、体验无边界的设备上绽放魅力——这不仅是玩家所期待的终极体验，更是整个移动游戏生态可持续发展的共赢路径。



左瑞文 | Unity中国技术副总裁

当前旗舰移动设备的CPU/GPU的处理能力，使得游戏引擎赋能开发团队在游戏中引入更复杂的物理特效、光照和阴影效果，从而提供接近主机甚至PC级别的视觉体验：比如基于物理的渲染（PBR），实时全局光照以及复杂粒子系统等。但移动设备的能耗和发热的限制，使得带宽成为主要问题，因此我们会和硬件厂商、手机厂商保持密切沟通，确保引擎在实现3A级画质的同时，能够在设备上实现更高效的资源利用和散热管理，避免因过热而影响用户体验。其他可以合作的点还有很多，比如对标准的一致支持，移动设备对于AR的支持，移动设备对于AI的支持等，都会为游戏开发者带来更多尝试和创新空间，也为游戏玩家带来更多更炫酷和新颖的体验。



沈 瑜 | 腾讯游戏云技术专家

在移动游戏领域，用户的游戏体验高度依赖于设备性能与技术优化的双重支撑。设备性能的突出与稳定，是确保游戏流畅运行的基础，尤其对于精品游戏而言，更需强劲硬件保障复杂画面与系统承载。同时，技术层面的持续优化同样关键，如腾讯云WeTest提供的性能测试工具，Dawn光照烘焙、SmartGI实时光照、Genesis-LOD模型减面等技术，都在不断提升游戏效果与运行性能。我们期待厂商在硬件和技术两方面共同发力，打造更出色的游戏体验。

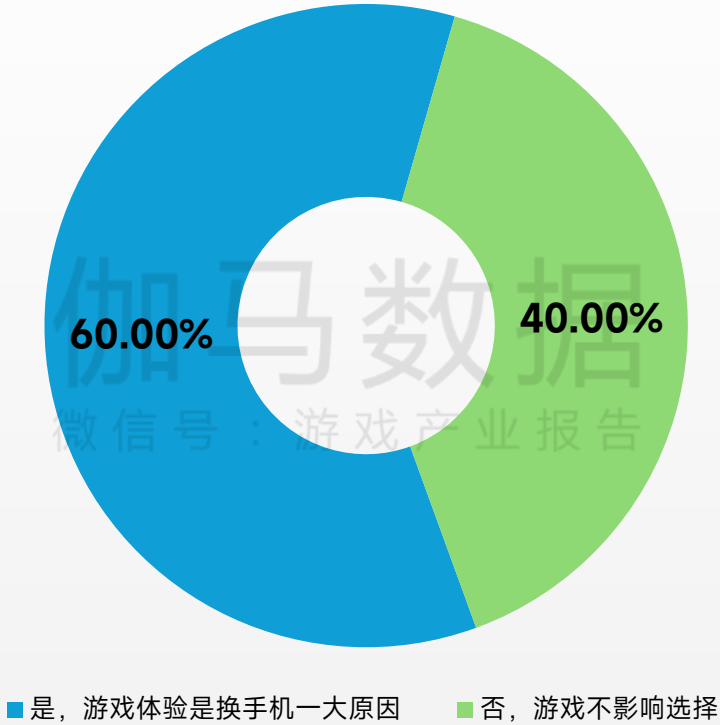
用户游戏体验需求成行业突破重点

硬件性能或为制约市场增长原因



在本期，伽马数据重点围绕移动游戏用户的需求，调研了一些用户需求层面较为重要的内容，以期为未来移动游戏市场的持续增长提供一些思路。值得注意的是，60%用户在更换设备时会把游戏体验作为更新手机评判因素，凸显移动游戏体验在智能终端选择中的决策权重愈发变大。根据伽马数据的观察，手机设备现阶段成为制约移动游戏市场增长的一个重要因素，即部分设备难以承载更高品质的游戏产品，进而制约了移动游戏市场高质量产品的普及，而这也成为了移动游戏企业重点关注的问题。基于这一状况，伽马数据重点围绕手机设备调研了用户的深层需求。

您是否因游戏体验更换过手机？



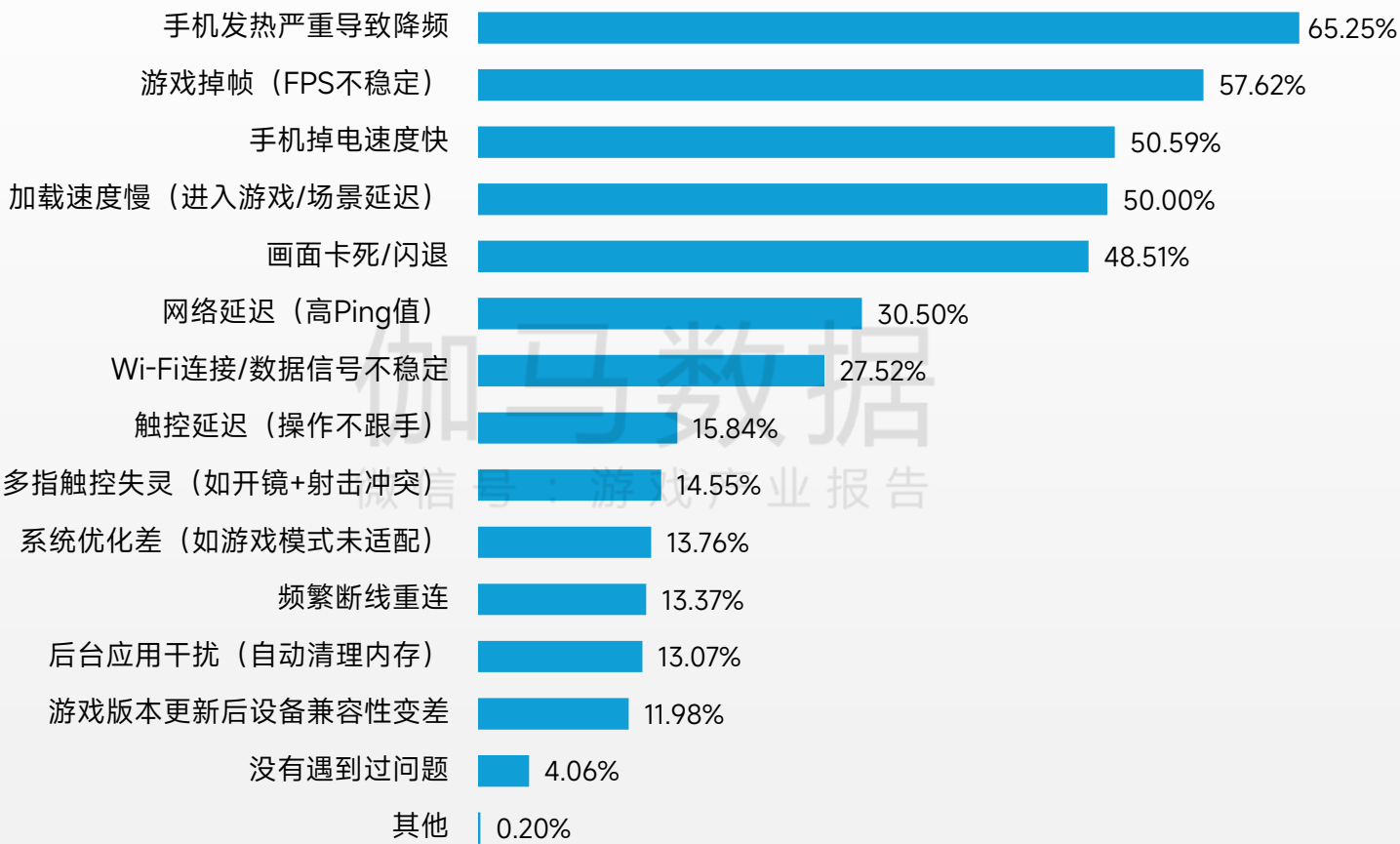
注：本章节所涉及用户数据均来自伽马数据（CNG）开展的专项用户调研，调研有效样本总量为1010份。
数据来源：伽马数据（CNG）

约96%的移动游戏用户存在设备问题 游戏体验具备提升空间



从调研数据来看，手机游戏玩家因设备问题导致的较差体验主要集中在芯片性能、触控性能与网络链接三大方面，其中“手机发热严重导致降频”和“游戏掉帧”分别以65.25%和57.62%的占比高居前列，玩家对游戏中卡顿掉帧的不满反映出芯片性能与散热调校不足是当前移动游戏体验的核心痛点，为控制功耗采取的激进降频策略进一步放大了帧率波动问题。网络问题则会显著影响PVP游戏体验，其中高延迟和信号不稳等网络连接问题对快节奏竞技类游戏体验更具破坏性，毫秒级延迟即可影响战局。而触控响应问题则直接破坏MOBA/射击游戏的操作连贯性，给玩家带来不好的游戏体验。这些痛点揭示了移动硬件性能与玩家体验需求之间的结构性矛盾，移动设备游戏体验仍具备提升空间。

您在玩手机游戏时，因设备问题导致的较差体验主要体现在哪些方面？



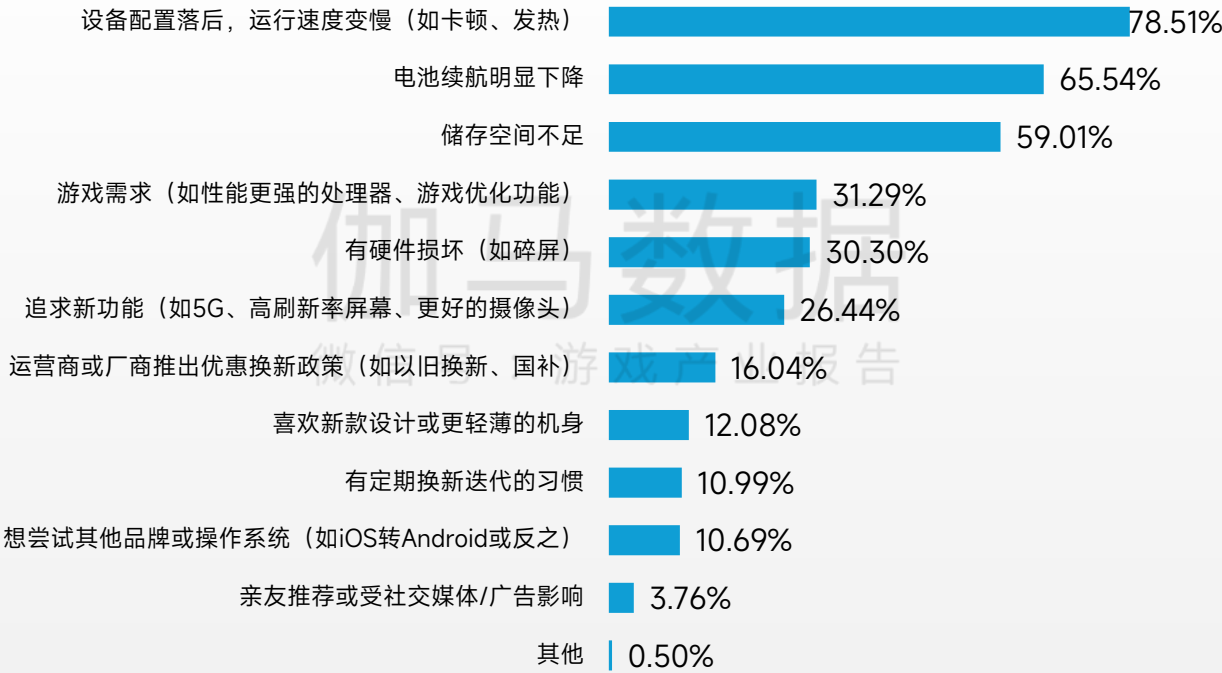
数据来源：伽马数据（CNG）

硬件性能主导换机决策 游戏需求成关键助推因素

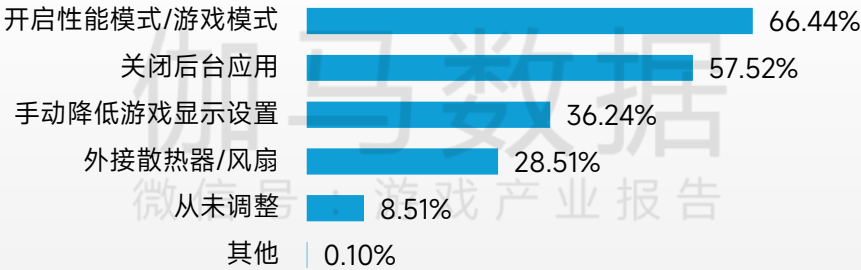


数据显示，78.51%的用户因设备配置落后、运行卡顿或发热而选择换机，65.54%因电池续航下降，59.01%因存储空间不足，这三项硬件性能问题构成了前三大用户的换机动因。值得注意的是，31.29%的用户将游戏性能需求作为独立换机因素，这与调研中60%用户将游戏体验作为设备性能评判标准的结果相互印证，凸显了移动游戏作为一种核心需求，对用户硬件升级的显著拉动作用。另外为了应对游戏卡顿问题，许多玩家主动调整手机设置，例如开启游戏模式或关闭后台应用，甚至使用外置设备辅助散热，试图缓解性能瓶颈。从换机周期来看，42.57%的用户选择2-3年更换设备，31.09%在1-2年内换机，这一时间窗口恰好与智能手机性能衰减周期，如处理器落伍、电池老化等问题集中显现期高度匹配。

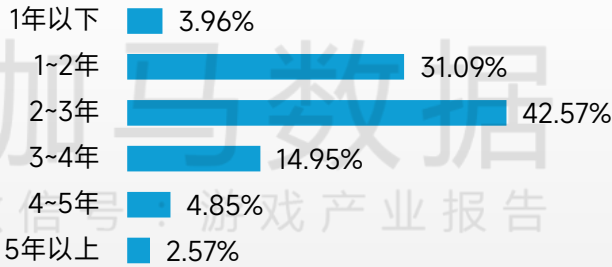
您会因为什么原因考虑更新设备？



您是否因游戏需求调整过手机设置？



您购买更新设备的周期大概是多久？



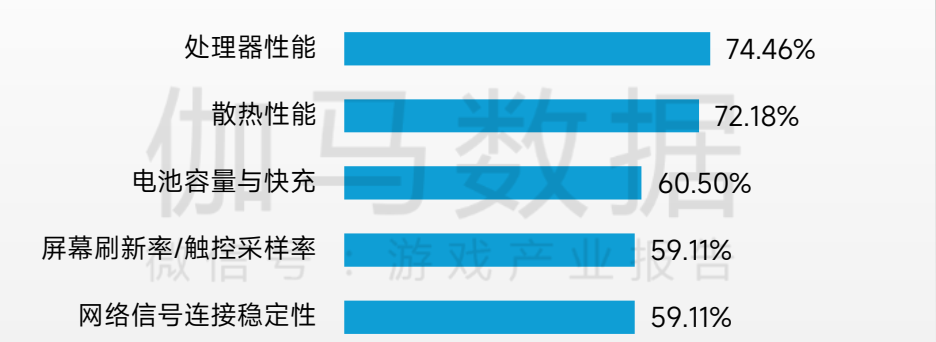
数据来源：伽马数据（CNG）

半数以上用户对设备性能、触控、网络层面存在较高期待

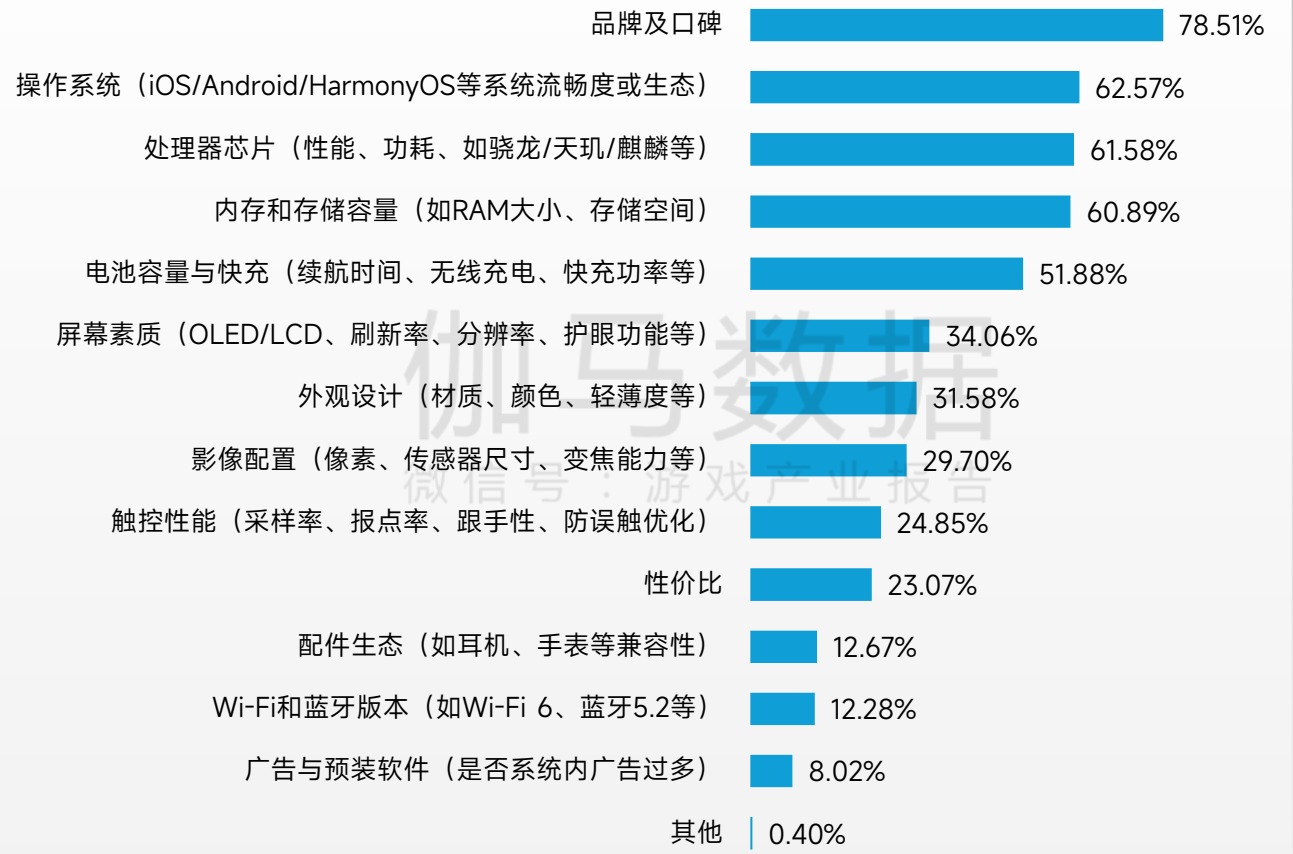


调查数据显示，消费者选购手机时最重视品牌及口碑和操作系统，反映出品牌忠诚度和系统生态体验是驱动用户换机的关键因素。紧随其后的是处理器性能、内存和存储容量等硬件指标，说明基础性能仍是用户的核心考量，这直接决定了日常使用的流畅度。对于游戏手机，用户特别关注芯片性能、散热优化以及高刷新率屏幕，同时网络稳定性和触控响应也备受重视，体现出游戏玩家对设备在极限场景下的稳定表现有着更高要求。总体而言，无论是常规机型还是游戏手机，硬件性能始终是用户体验的基石，而品牌影响力和系统优化能力则成为厂商建立竞争优势的重要维度。

您认为理想的游戏手机应优先提升哪方面？



您购买手机时会主要考虑什么因素？



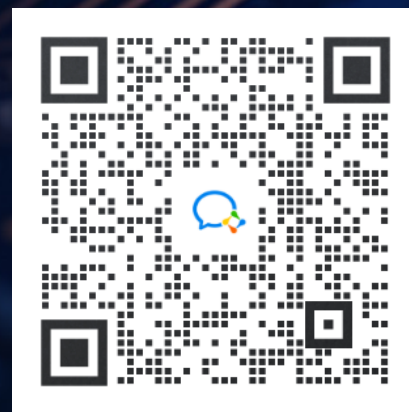
数据来源：伽马数据（CNG）

<公众号>



关注官方微信公众平台
获取更多游戏产业报告

<企业微信>



扫码添加企业微信
“伽马数据CNG”