

# 2026年 移动游戏 变现趋势洞察



# Sensor Tower

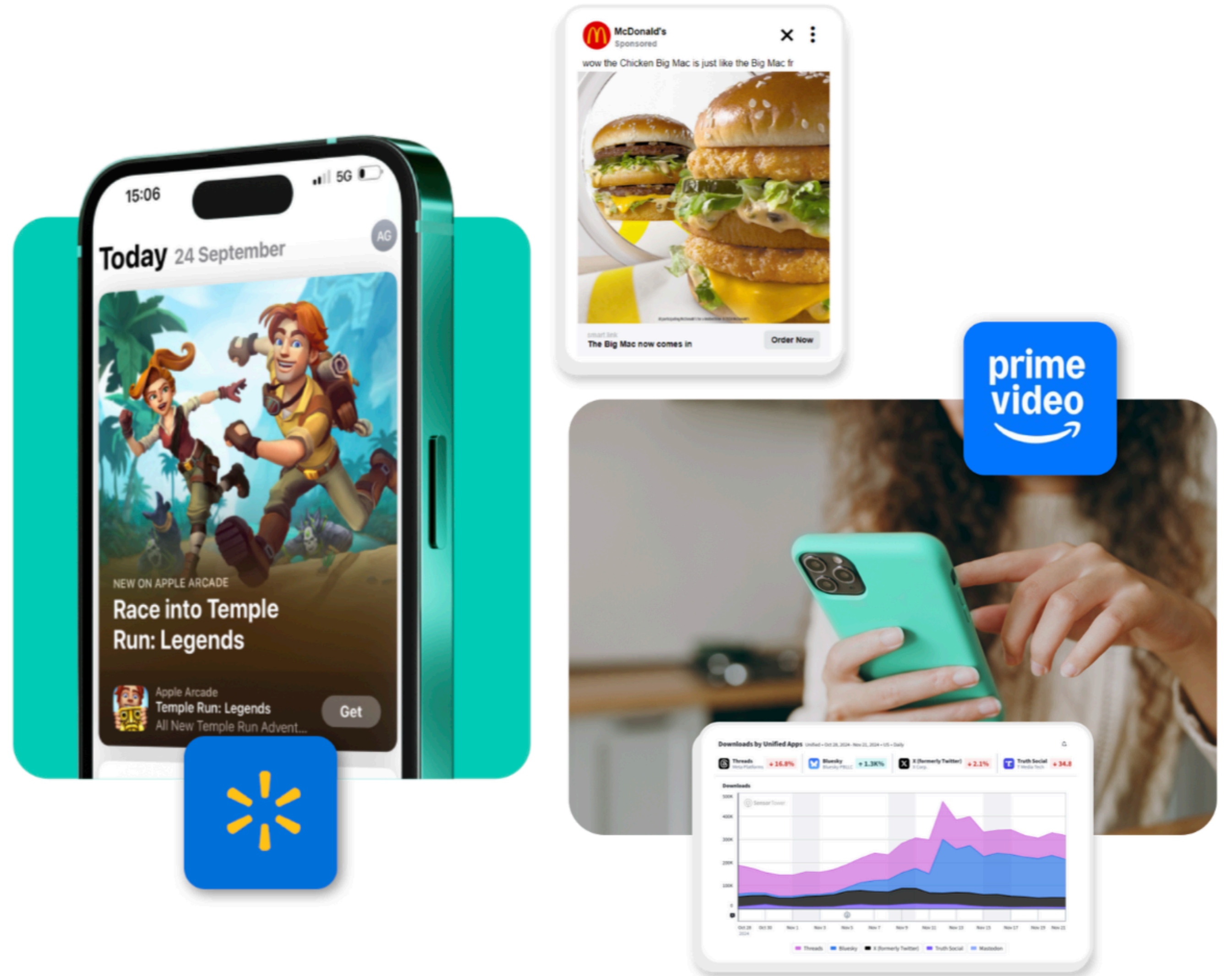
## 把握全球数字经济脉搏

Sensor Tower 是全球领先的移动应用、数字广告、零售媒体和受众洞察数据提供商，服务于全球顶级品牌和应用发行商。

Sensor Tower 致力于把脉全球数字经济，通过顶尖平台，提供关于移动应用及数字生态的深刻见解，赋能企业紧跟市场动态并做出明智的战略决策。

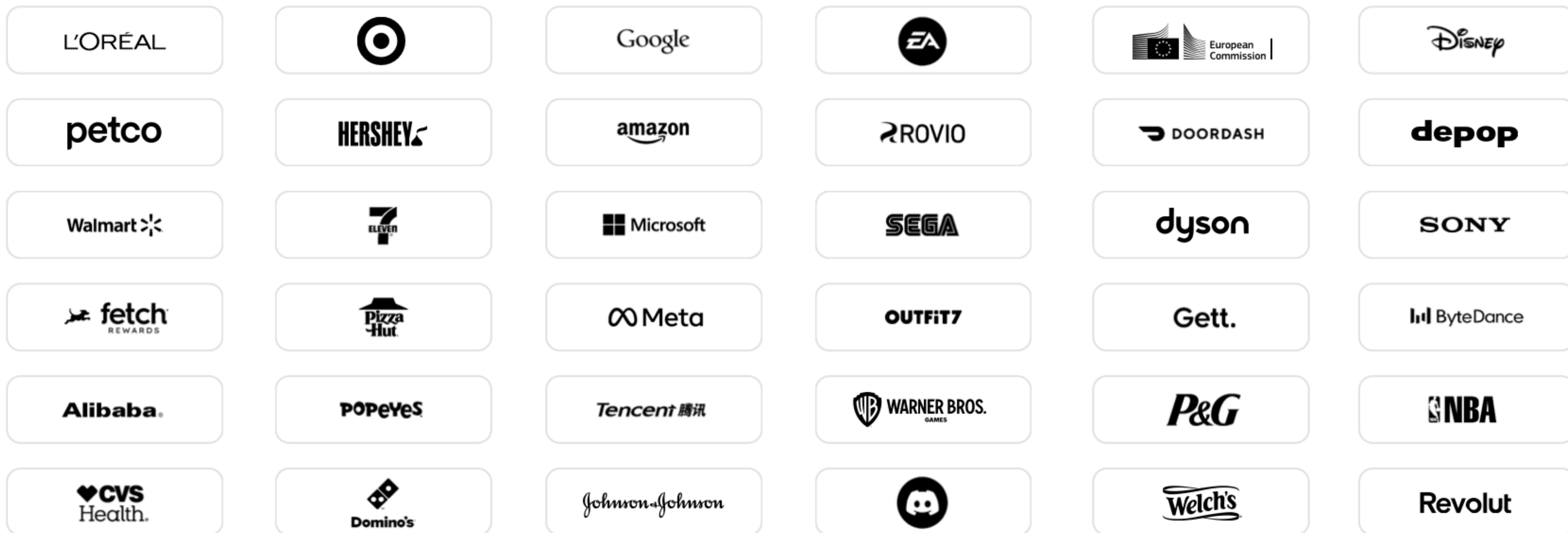
自2013年成立以来，Sensor Tower的移动应用洞察助力营销专家、应用开发者及游戏制作者透过使用情况、参与度及付费获取策略，洞悉移动应用生态的奥秘。时至今日，我们的数字市场洞察平台已涵盖受众、零售媒体及Pathmatics数字广告洞察，让品牌与广告公司能够全方位掌握其在网络、社交及移动平台上的竞品广告策略与目标受众。

媒体合作: [press-apac@sensortower.com](mailto:press-apac@sensortower.com)  
商务合作: [sales@sensortower.com](mailto:sales@sensortower.com)

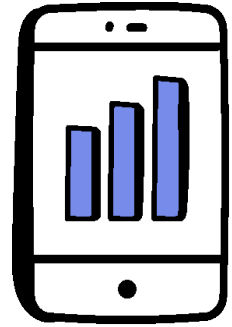


# Sensor Tower | 我们的客户

全球数字领域领导者的信赖之选



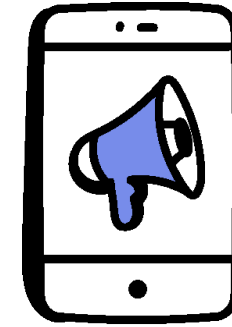
# Sensor Tower 解决方案



## Sensor Tower **App Performance Insights** 应用表现洞察

了解移动应用程序生态系统

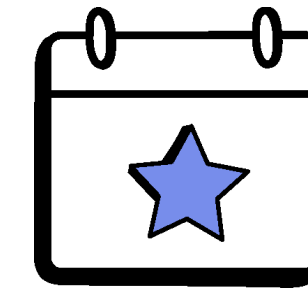
深入了解：应用程序排名、下载量和收入；活跃用户、人口统计、留存率、会话和花费时间；应用程序评级和评论、关键词、搜索广告等。



## Sensor Tower **App Advertising Insights** 应用广告洞察

了解付费用户获取策略

深入了解：全球和不同地区跨应用和大型广告平台的顶级广告商、发行商、热门广告素材，以及广告声量份额(SOV)。



## Sensor Tower **Live Ops Insights** 运营活动洞察

了解Live Ops机制与游戏变现之间的关联

深入了解：游戏内活动日历、游戏内容和系统追踪、精选分析报告、AI 总结趋势与亮点。

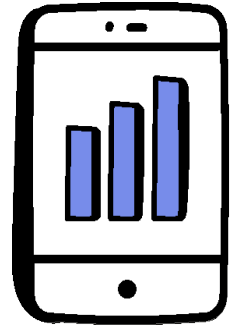


## Sensor Tower **Pathmatics Digital Advertising Insights** 数字广告洞察

了解数字广告生态系统

深入了解：品牌在主要广告渠道，例如Facebook、Instagram、X（原Twitter）、OTT、YouTube等平台的广告花费、曝光量、声量份额(SOV)和热门素材等。

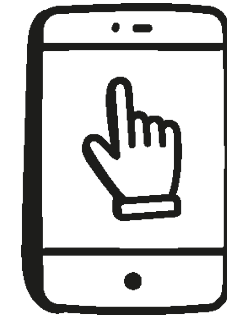
# Sensor Tower 解决方案



## Sensor Tower **Gaming Insights** 游戏洞察

### 了解移动游戏生态系统

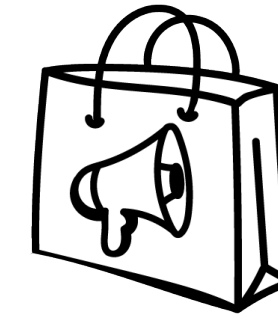
深入了解：顶级类型（生活方式与解谜）之外的手游下载量、收入、RPD和ARPPDAU，并可深入研究不同品类（解谜、街机等）和子品类（交换、单词等）手游。



## Sensor Tower **Advanced Usage Insights** 高级用户洞察

### 了解移动应用用户参与情况

深入了解：每个用户的会话数；花费时间；每日使用时长；每个时间段的使用天数；新用户、留存用户、复活用户和流失用户的趋势；以及群组使用重叠情况。



## Sensor Tower **Pathmatics Retail Media Insights** 零售媒体洞察

### 了解线上和线下零售品牌网络媒体投入的行业一手洞察

深入了解：各零售商品品牌和产品的广告支出、媒体组合、平台份额、曝光量和声量份额(SOV)，获得对联合品牌数字广告生态系统和零售媒体网络的洞察。



## Sensor Tower **Video Game Insights** PC/主机游戏洞察

### 了解PC和主机平台上的热门游戏趋势

深入了解：超过14万款PC和主机平台游戏在全球超100个市场的销量、营收、DAU、MAU等关键指标，分析玩家行为变化，洞察玩家获取与留存。

# Sensor Tower

## 介绍/说明

报告深度剖析2025年全球头部手游的变现机制，覆盖全球收入TOP100手游变现机制的使用频次，对比中重度、混合休闲、休闲及超休闲品类的变现差异，并拆解货币包、运营活动、新手礼包、宝箱、通行证、抽卡等核心机制在不同品类中的应用规律与策略逻辑。报告同时提供经典案例分析，帮助读者了解头部手游《Archer0 2》、《SD Gundam G Generation ETERNAL》与《Mabinogi Mobile》的收入表现与变现打法，助力厂商在收入增长、商业化策略、用户体验与口碑建设之间实现平衡与共赢。

### 关于收入统计的说明

Sensor Tower统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。



# 目录

介绍/说明	06
全球畅销手游变现策略趋势	08
手游变现机制解析	14
案例分析	21
重点摘要	25



# 全球畅销手游 变现策略趋势

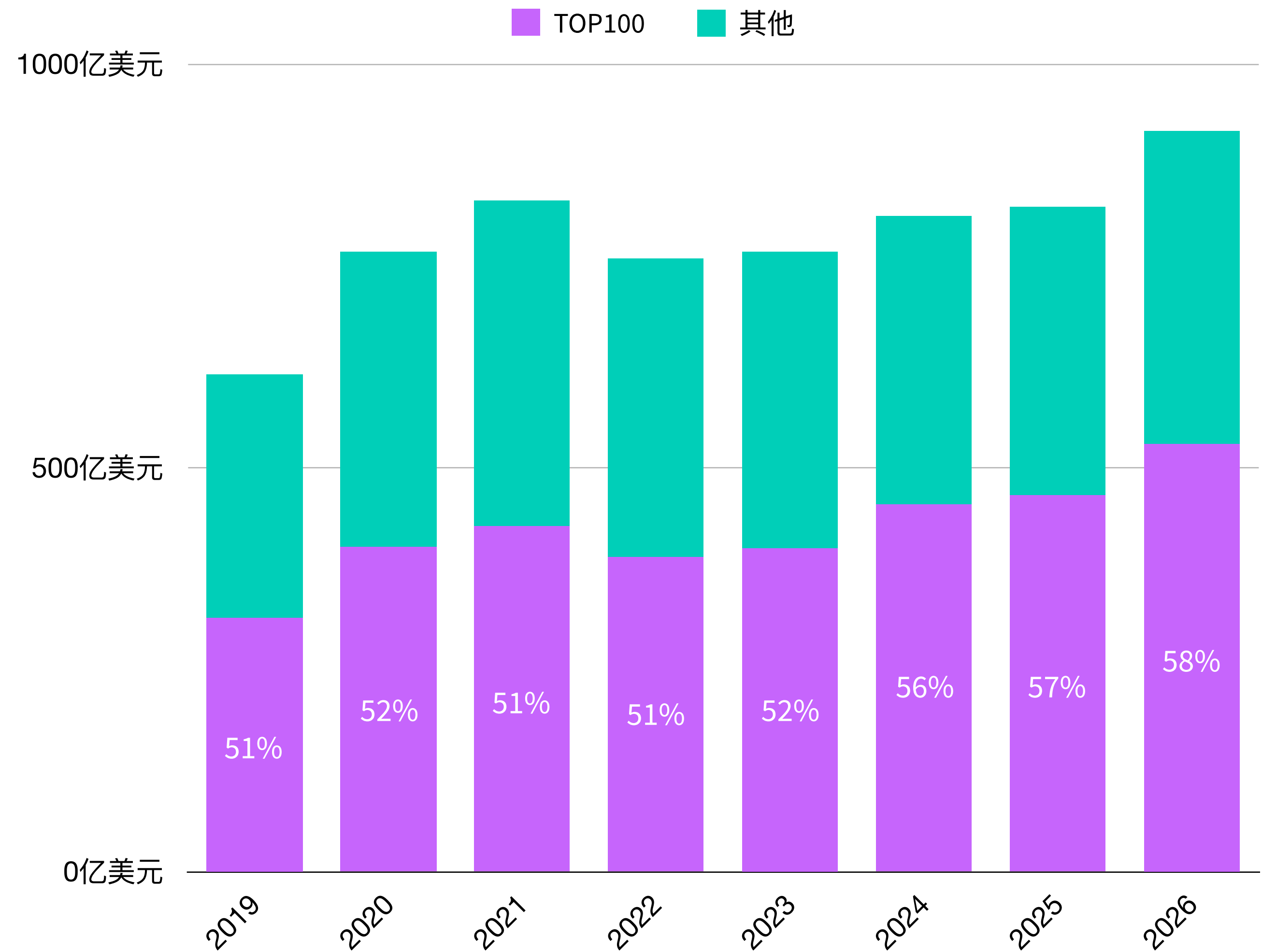
# TOP100手游收入份额持续增长，2026年预计总收入逼近530亿美元

2022至2025年间，全球TOP100手游收入保持稳步增长，2025年已逼近466亿美元，占全球手游总收入的份额也从2022年的51%提升至57%。

得益于头部游戏在运营活动上的加码，以及商业化策略的持续优化，预计2026年TOP100手游收入将进一步攀升至约530亿美元，占全球手游总收入的近58%。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察  
说明：2026年全球手游收入与TOP100手游收入为预估值

## 2019年至2026年全球手游收入与TOP100手游收入趋势



# 头部手游凭借“货币包 + 活动 + 宝箱 + 通行证 + 订阅 + 抽卡”全维度变现

数据来源: Sensor Tower 应用表现洞察

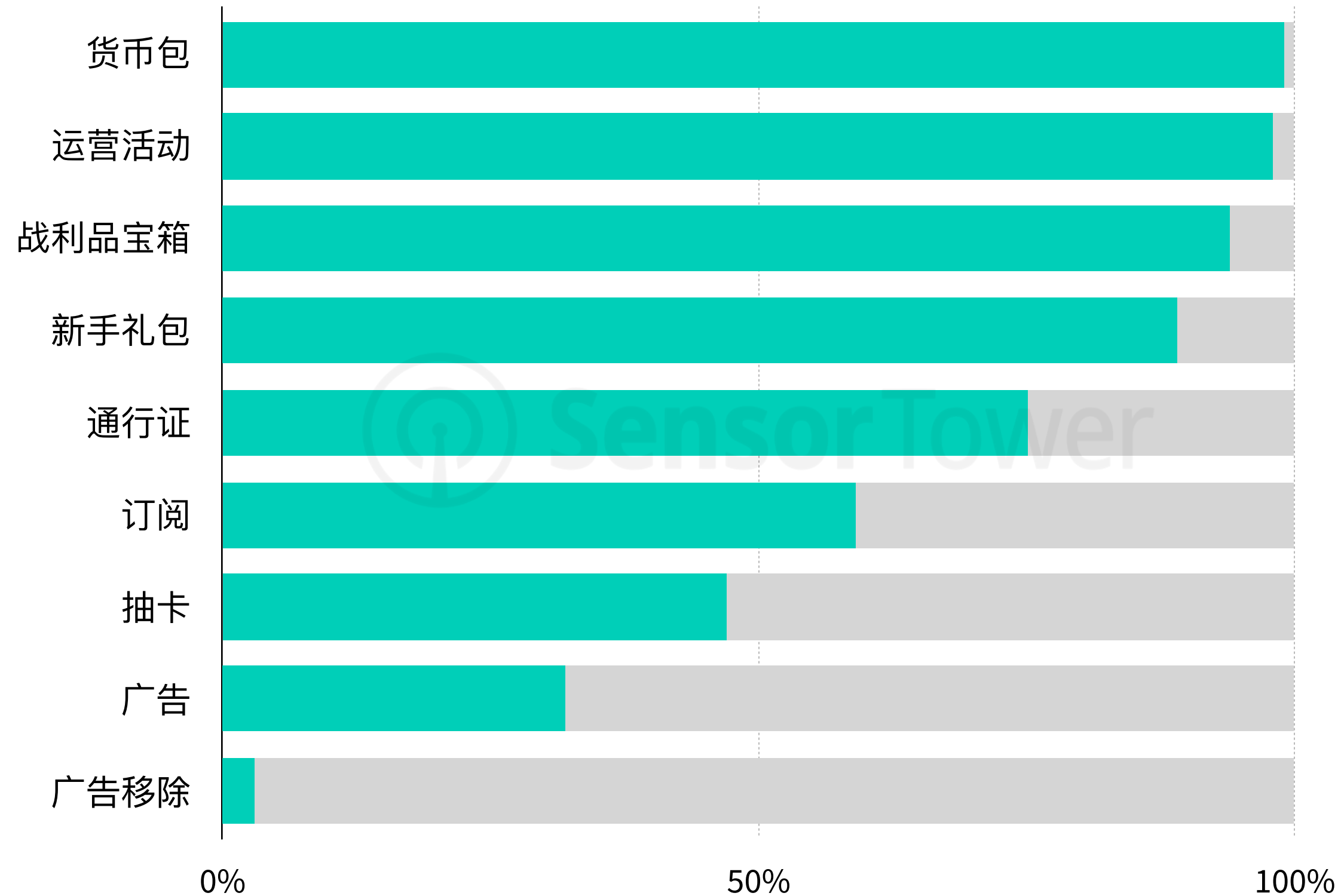
### 2025年全球收入TOP10手游变现策略概览

图标	游戏	2025年收入	货币包	运营活动	战利品宝箱	新手礼包	通行证	订阅	抽卡	广告	移除广告
1	Last War: Survival FUNFLY		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
2	Whiteout Survival 点点互动		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
3	Royal Match Dream Games		✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
4	MONOPOLY GO! Scopely		✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
5	Honor of Kings Tencent		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
6	Candy Crush Saga King		✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗
7	Coin Master Moon Active		✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗
8	Roblox Roblox		✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
9	和平精英 Tencent		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
10	Pokémon TCG Pocket The Pokémon Company		✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗

# 超过80%的头部游戏通过5-7种变现策略组合实现收入最大化

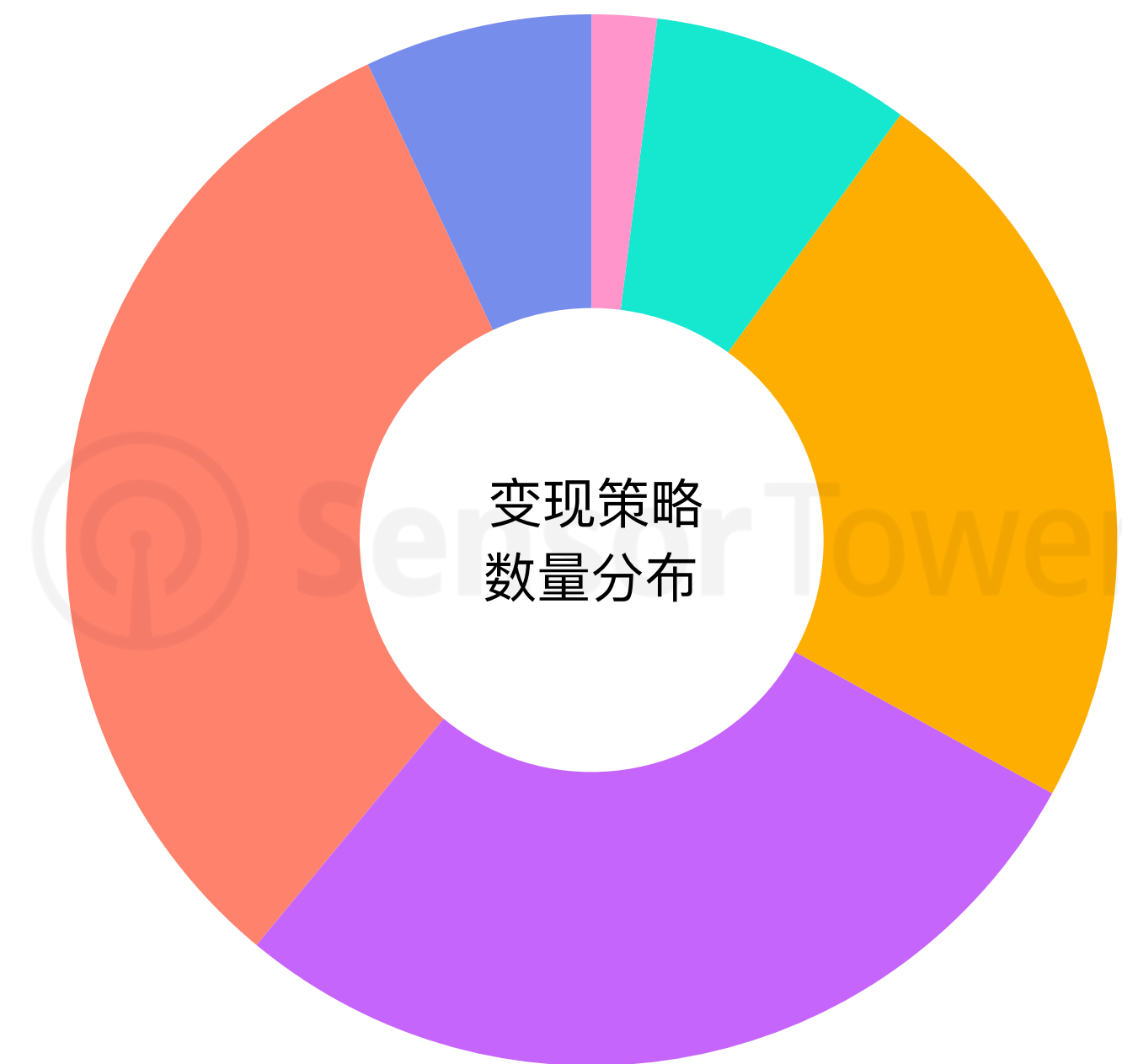
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察

### 2025年收入TOP100手游变现策略分布



货币包 + 运营活动 + 新手礼包这三类机制几乎成为所有手游的标配；战利品宝箱依然高普及；通行证渗透率达到75%，成为头部手游最重要的稳定收入来源。仅有47%的Top100游戏使用抽卡系统，但抽卡依然在RPG、SLG等品类强势。

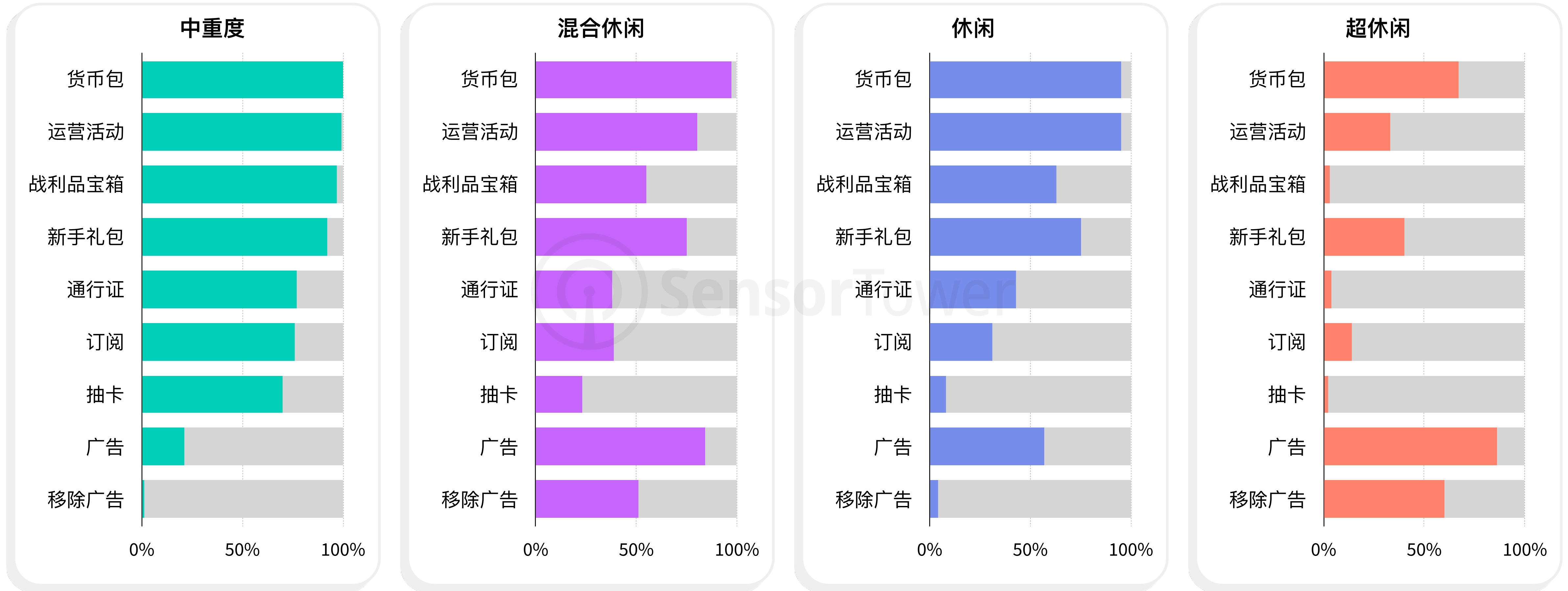
### 2025年收入TOP100手游变现策略数量分布



手游变现策略的搭配与节奏设计十分关键：超过八成（83%）的头部手游产品采用5-7个变现机制，通过复合策略覆盖不同阶段、不同类型玩家，实现收入最大化；而策略过少（3-4个）或过多（8个）的产品都极为有限。

# 中重度、混合休闲、休闲和超休闲等不同类型手游在变现策略上显著分化

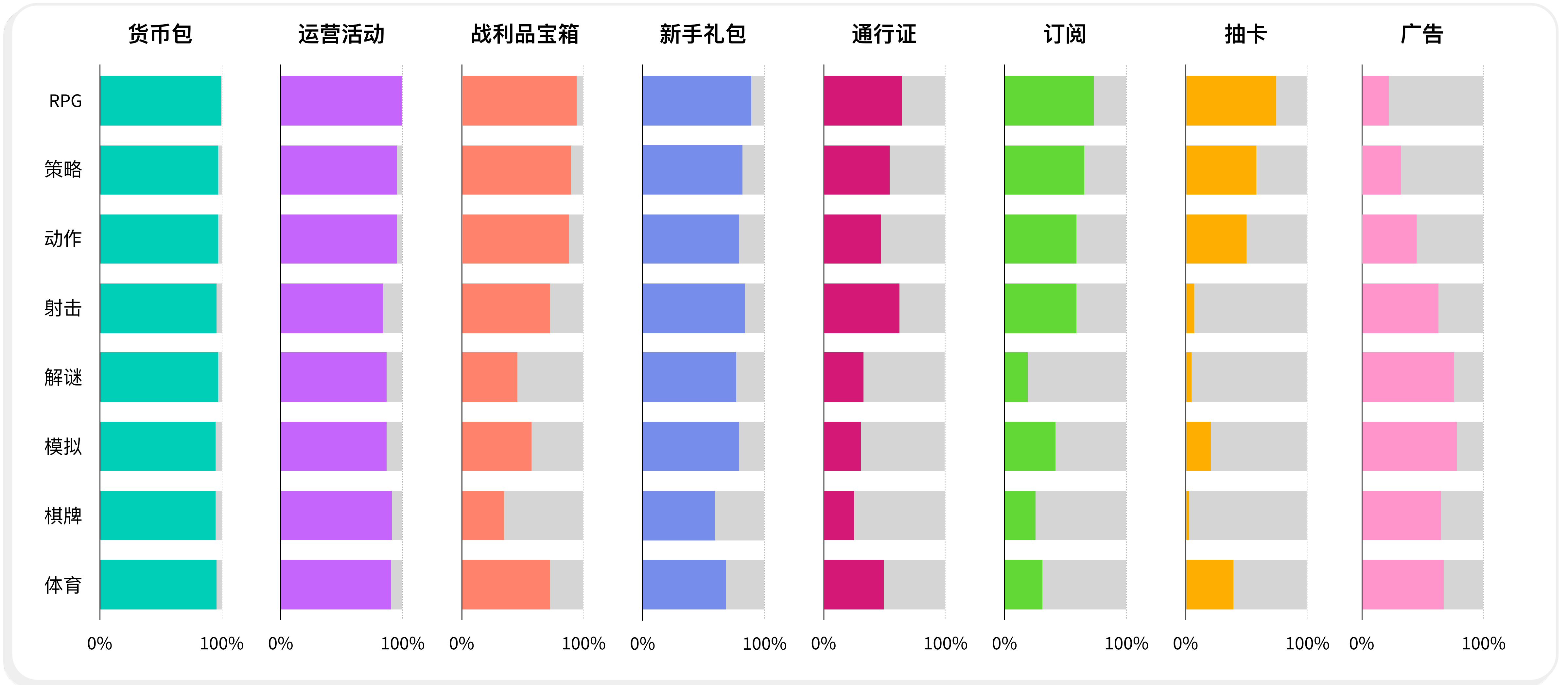
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察




中重度手游变现策略丰富，包含货币包、运营活动、战利品宝箱、新手礼包、通行证、订阅、抽卡等多元机制，但较少采用广告变现；混合休闲手游将广告变现融入中重度手游常见变现机制；休闲手游中抽卡、订阅和通行证机制较少，广告、货币包和运营活动等是主要机制；超休闲手游主要依靠货币包、广告和移除广告变现。

# 2025年不同变现策略在各手游类型中的使用频率

数据来源: Sensor Tower 应用表现洞察





# 手游变现机制解析

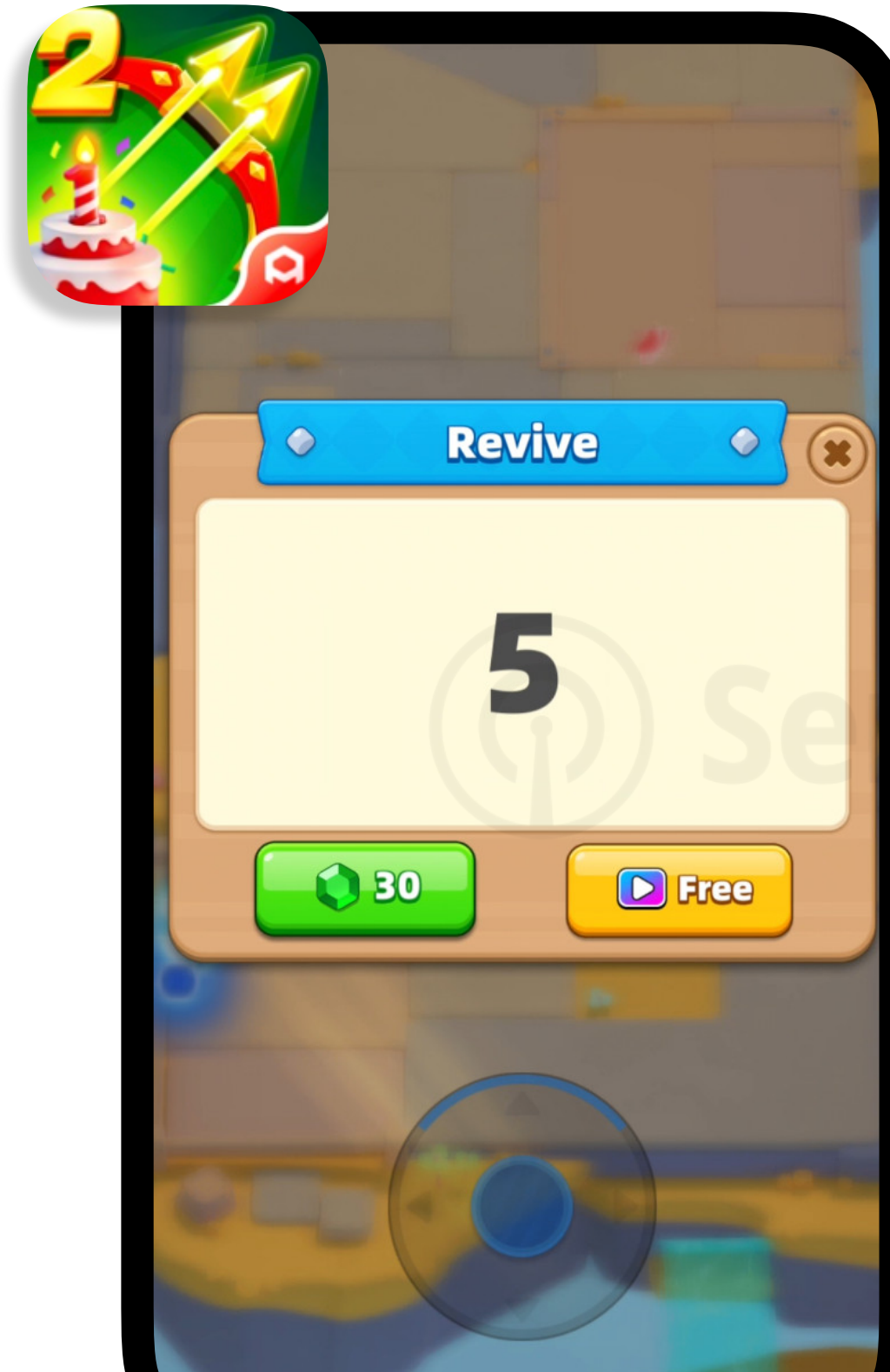
# 应用内广告： 激励视频广告被深度 整合入游戏核心循环

激励视频广告是一种应用内广告（IAA, In-App Advertising），玩家主动选择观视频广告，从而获得特定奖励（如体力、道具、货币等）。

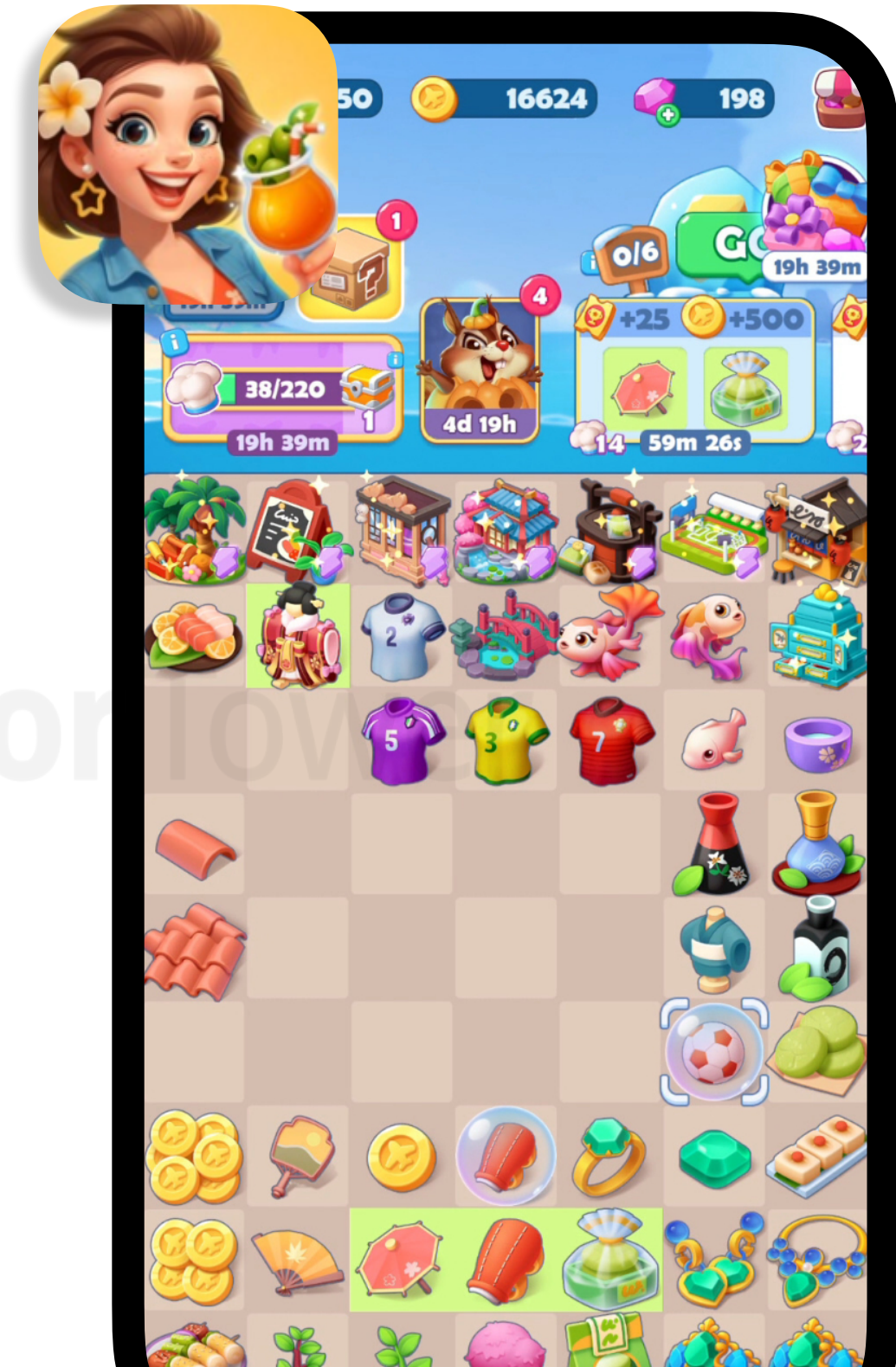
激励视频广告被深度整合到核心玩法循环中，用于帮助玩家突破资源瓶颈或加速进度。具体形式包括：获取核心资源、免费获取道具、跳过等待时间、战斗复活等。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察

## 《Archer0 2》与《Tasty Travels: Merge Game》激励视频广告



战斗复活：角色死亡后弹出5秒倒计时窗口，玩家可选择观看广告复活一次



解锁道具：通过观看广告免费开启包裹着高等级道具的“气泡”，或者消耗付费货币

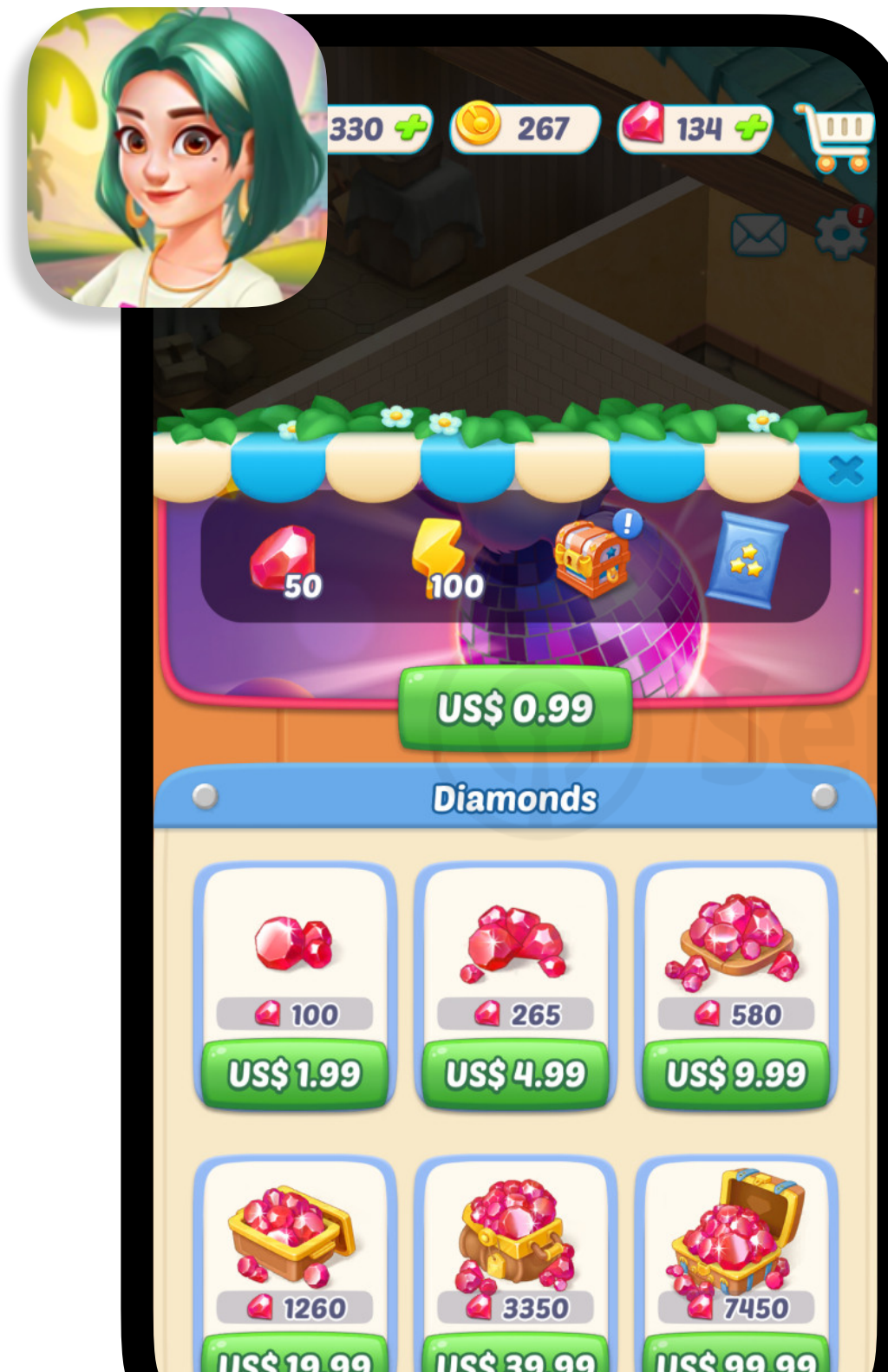
# 商店与货币体系： 构建游戏多层次 经济生态和付费入口

货币系统是一个多层次经济生态，通常包括基础货币(硬通货)、软通货、特殊/活动代币等。游戏货币可以通过直接购买、礼包销售、通行证、随机抽取和订阅等多种方式获取。

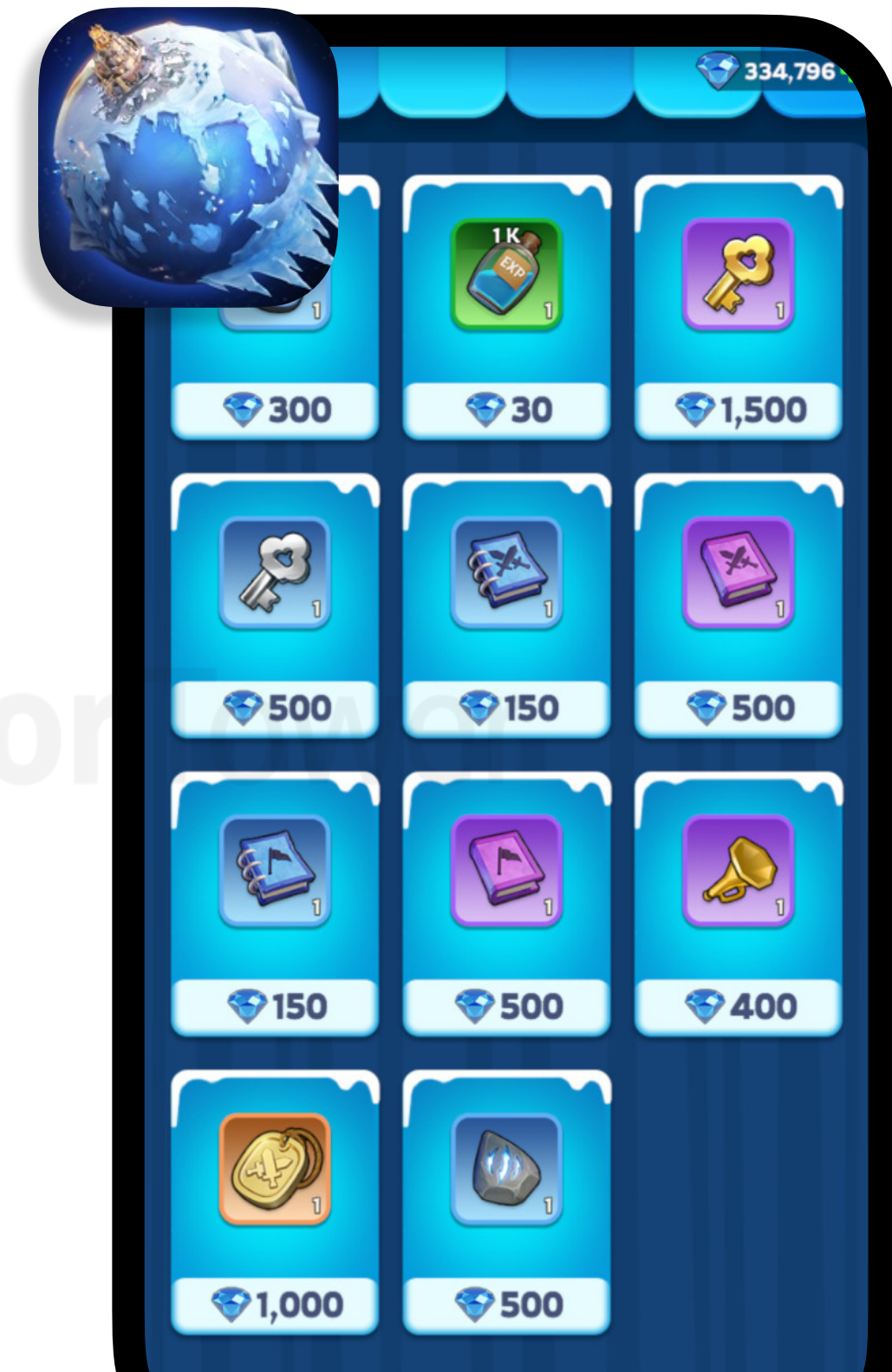
基础货币是游戏中通用性最强的货币，通常与真实货币直接挂钩，用于购买体力、时间、道具、特权等。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察

### 《Gossip Harbor》与《Whiteout Survival》商店与基础货币



钻石：游戏硬通货，主要通过充值获得，可购买体力、道具、加速时间、消除气泡等



宝石：游戏硬通货，可通过直接充值、购买礼包获得，用于购买体力、时间、道具等

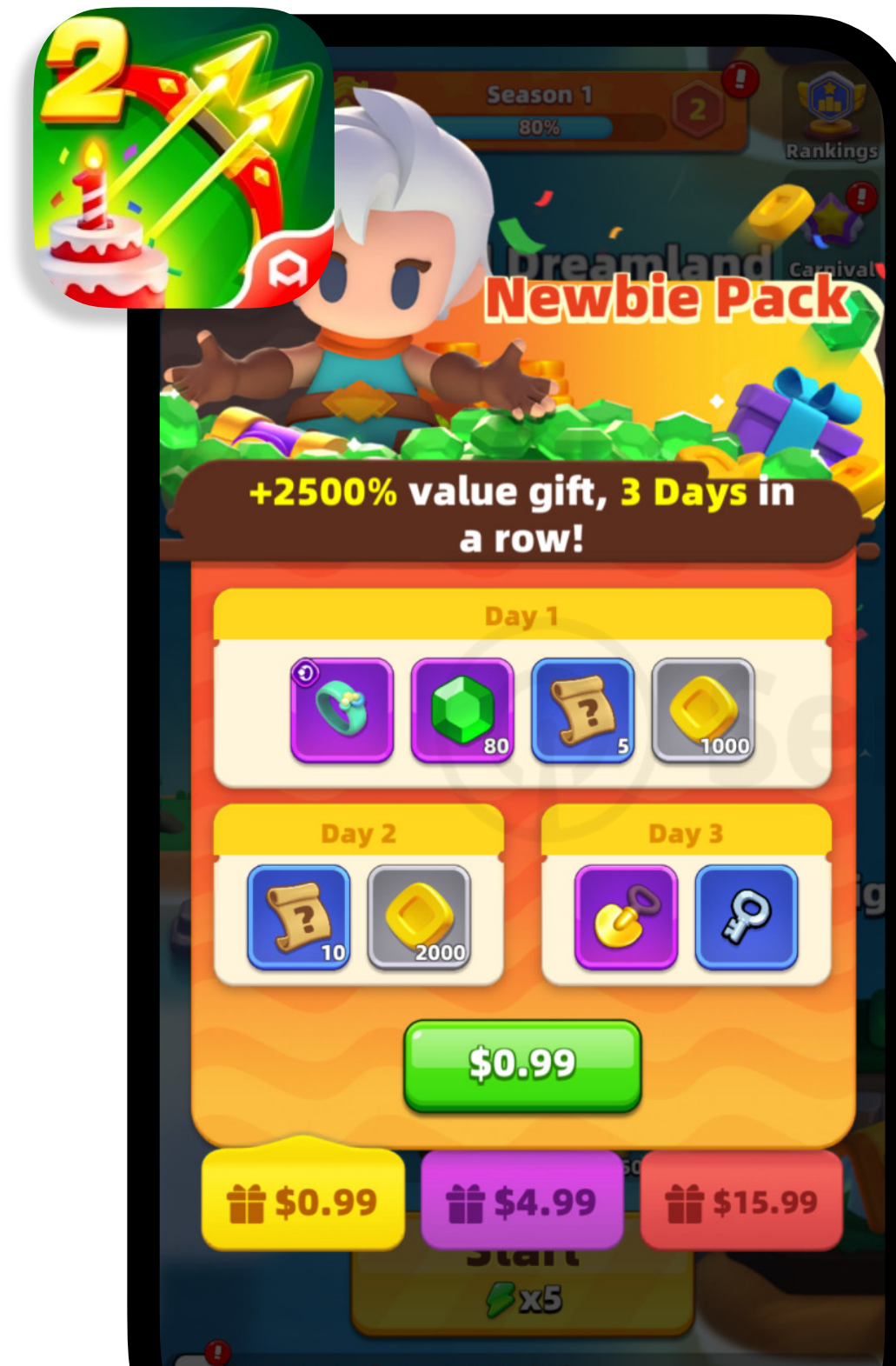
# 新手礼包与特惠礼包： 丰富的高性价比礼包 组合激励玩家消费

新手礼包是一种专门针对新玩家设计的限时或一次性促销优惠，旨在通过极高的性价比吸引玩家进行首次付费。

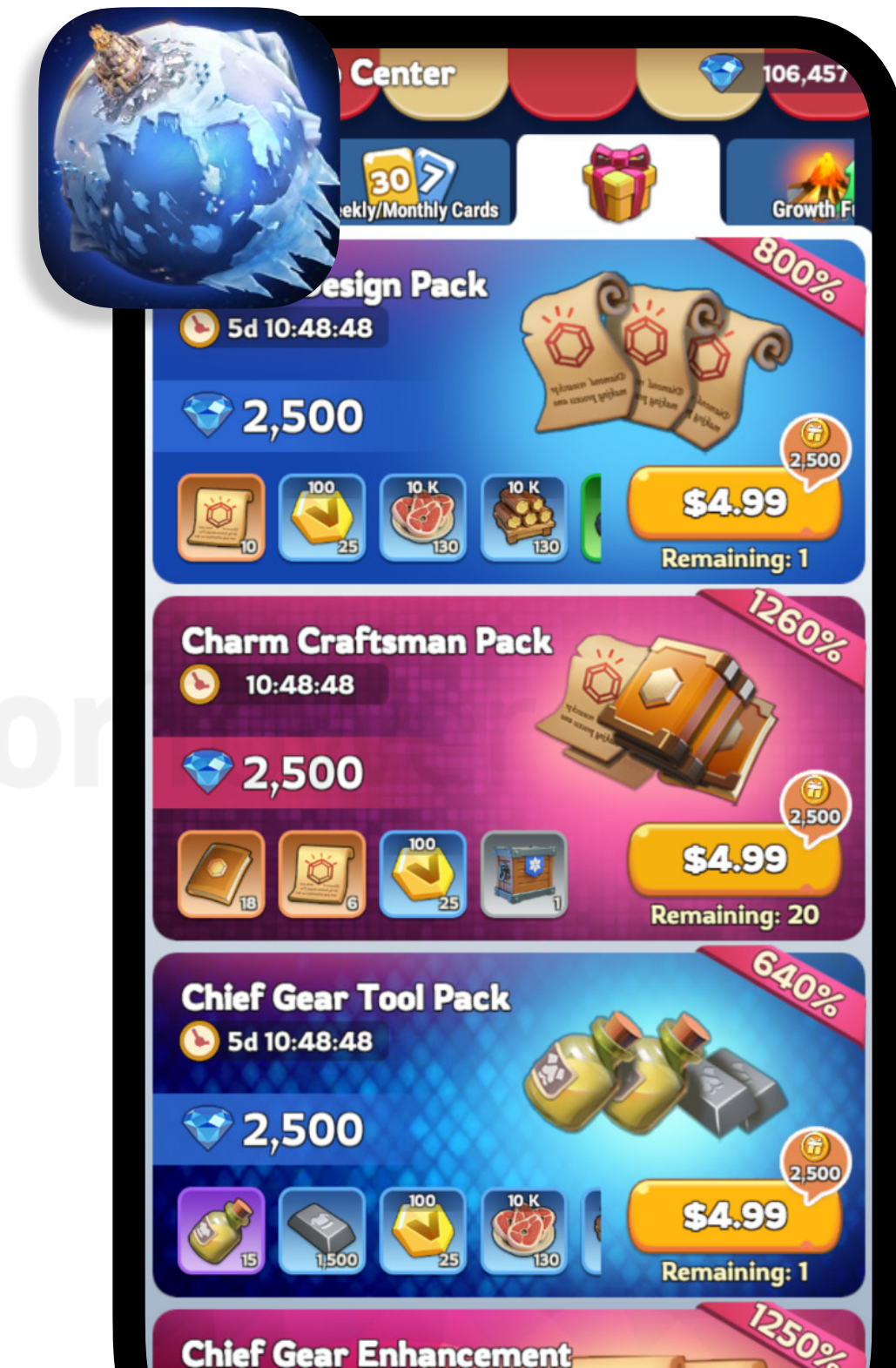
与新手礼包不同，特惠礼包通常面向所有玩家，通过“打折”和“打包”的心理战术，将非付费玩家转化为付费玩家，并提升现有付费玩家的消费额。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察

## 《Archer0 2》与《Whiteout Survival》新手礼包与特惠礼包



新手礼包：价格\$0.99，高性价比，仅对新玩家有效，购买后连续3天领取奖励



限时礼包：价格\$4.99，玩家只能购买有限的次数，包含高级货币、资源、VIP经验值等

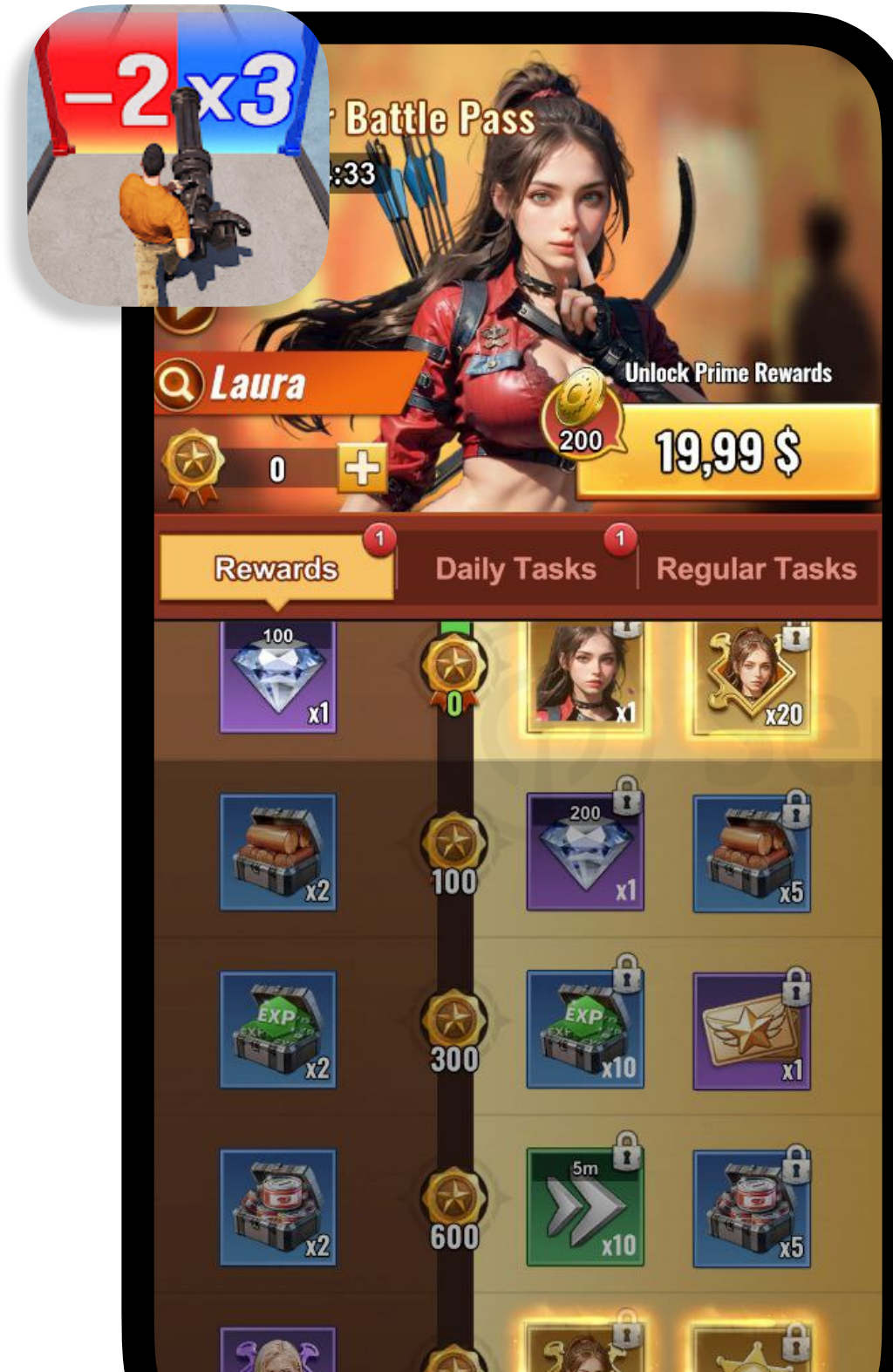
# 通行证：以清晰目标 驱动游戏留存与收入 增长的双重引擎

通行证是一种分层奖励系统，它将玩家的游戏行为转化为进度，从而解锁一系列奖励。通常包含免费和付费双轨奖励系统，付费轨道中玩家支付真实货币或高价值代币解锁丰厚奖励。

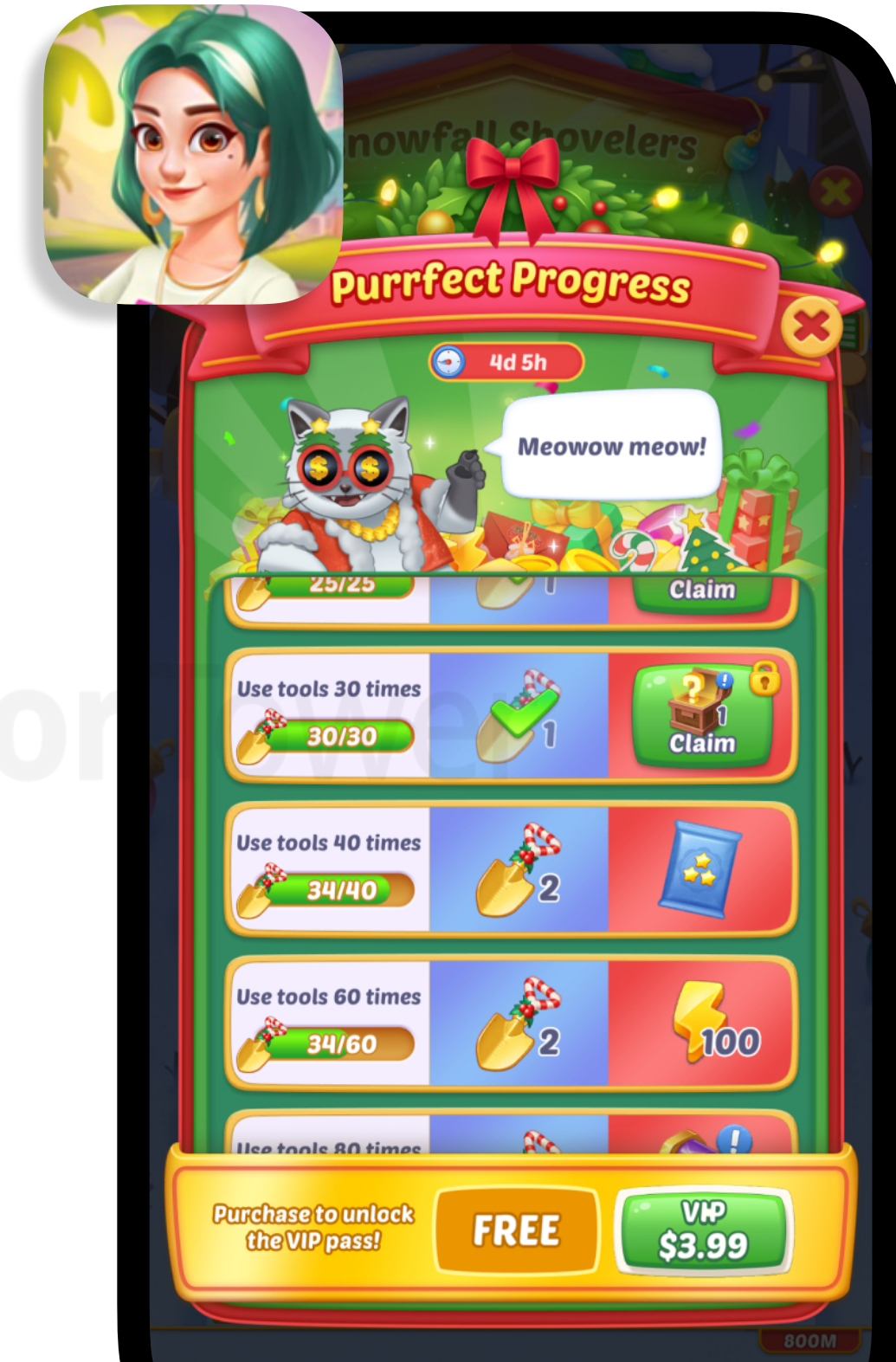
通行证通过每日、每周任务为玩家设立了清晰的短期和中期目标，实现提高留存和稳定收入的双重目标。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察

## 《Last Z: Survival Shooter》与《Gossip Harbor》通行证



付费通行证：购买\$19.99通行证解锁高级奖励，包含独家英雄碎片、皮肤或大量资源等



圣诞节主题VIP通行证：免费和付费两条奖励线，购买VIP通行证，解锁额外的高级奖励

# 抽卡：“随机性” 激发玩家持续消费， 突破游戏收入上限

抽卡机制源自日本的扭蛋机商业模式，核心在于随机性：玩家支付真实货币或游戏内高级货币，从物品池中随机抽取角色、装备、皮肤、资源等虚拟道具。

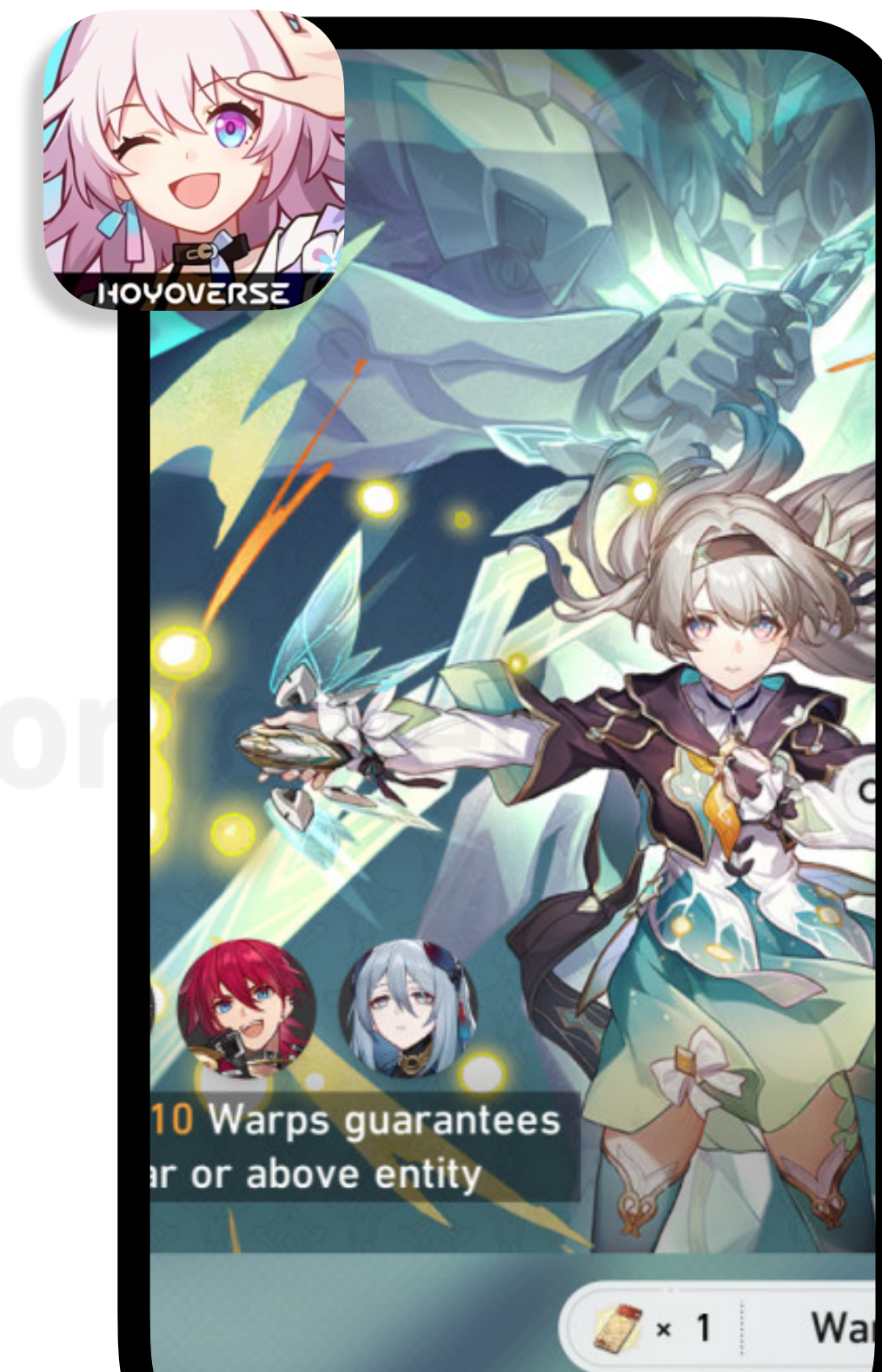
抽卡机制借助“不确定性”激发玩家的持续消费意愿，有效突破游戏的收入天花板。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察

## 《Last War:Survival》与《Honkai: Star Rail》抽卡机制



赛季限定招募：赛季专属的强力英雄或专属武器卡池，利用“限时”和“强度”刺激玩家消费



跃迁：玩家通过消耗“星轨专票”或“星轨通票”进行跃迁，以获取高稀有度的角色和光锥

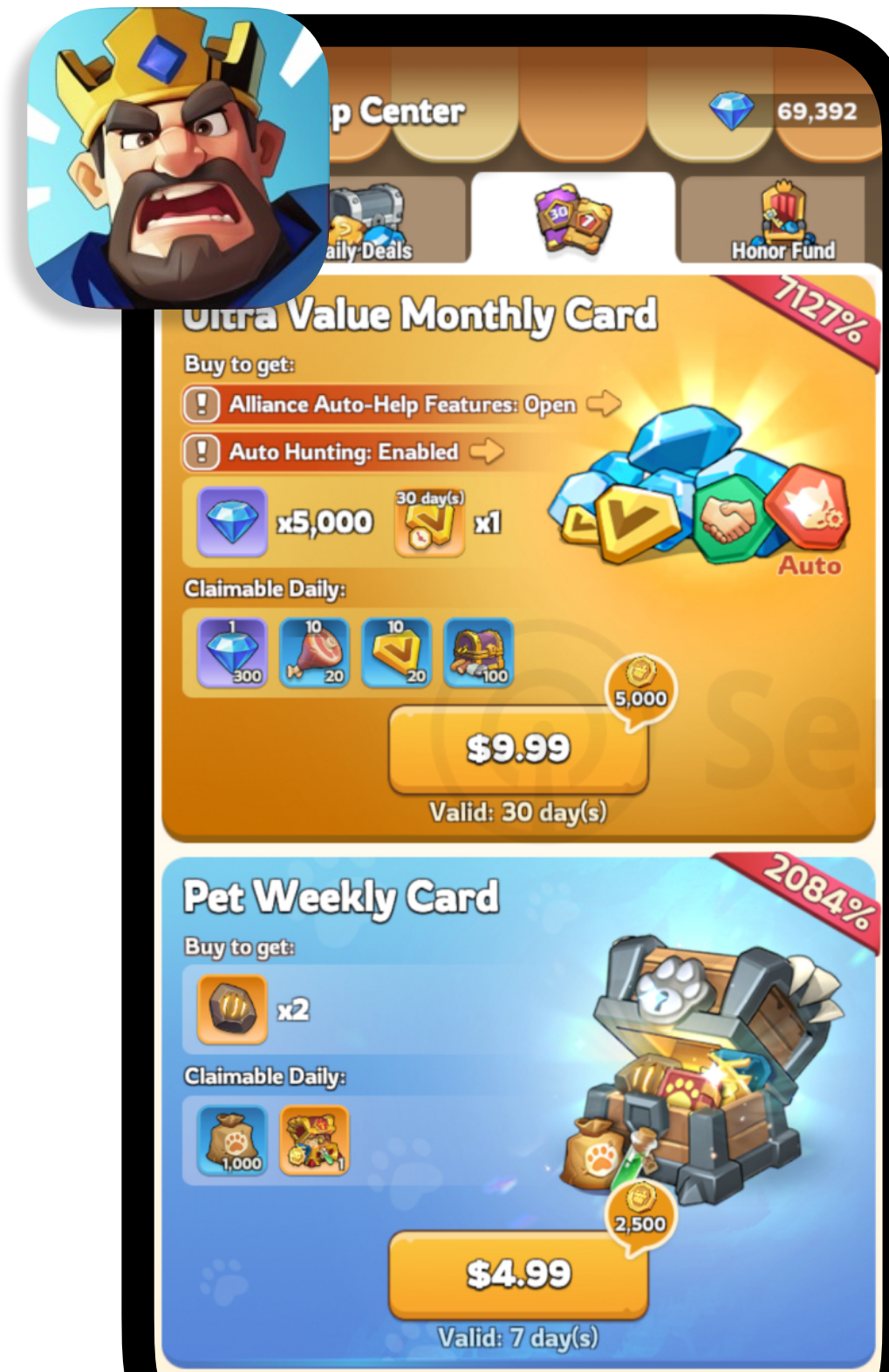
# 订阅： 一次性+每日奖励构建 手游最稳定持续性收入

订阅机制是指玩家通过支付一定费用（通常为真实货币），在约定周期内（按周、月、年计费，或为永久权益），持续享有游戏内专属收益、特权及服务的商业化模式，常见形式有周卡/月卡、VIP特权订阅、会员订阅等。

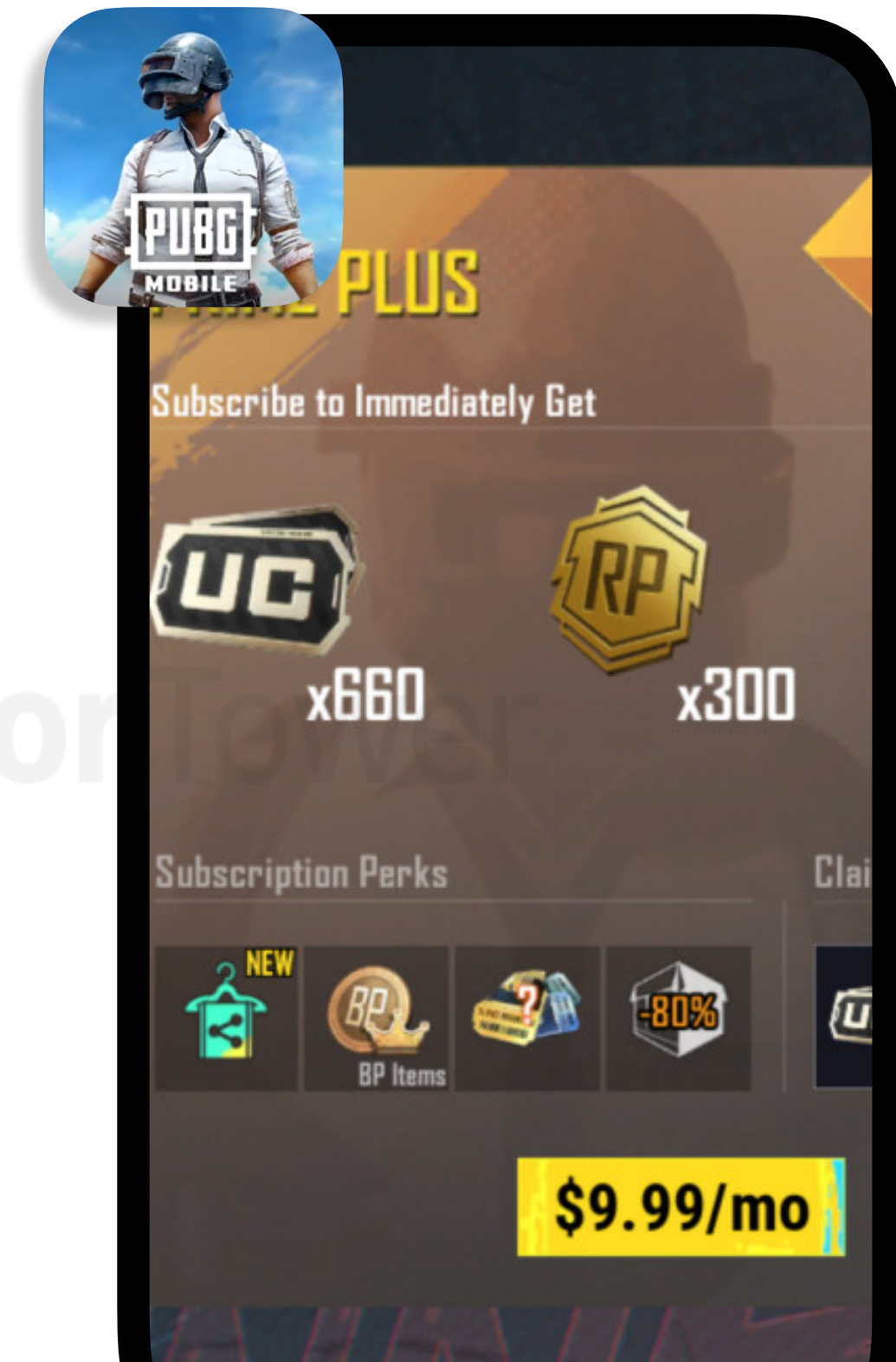
该机制通常在购买即刻发放丰厚即时奖励，后续每日解锁福利以维系玩家长线留存，一次性+每日奖励能为游戏带来稳定的持续性收入。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察

## 《Kingshot》与《PUBG MOBILE》订阅机制



超值月卡：\$9.99的月度订阅，玩家可立即解锁大量宝石、VIP特权和离线自动狩猎功能



Prime Plus订阅：\$9.99的月度订阅，可获得极具性价比的一次性福利和每日折扣



# 案例分析： 头部手游变现策略



# 《Archer 2》凭借全面的混合分层变现机制成为2025年全球收入增长最高的动作手游

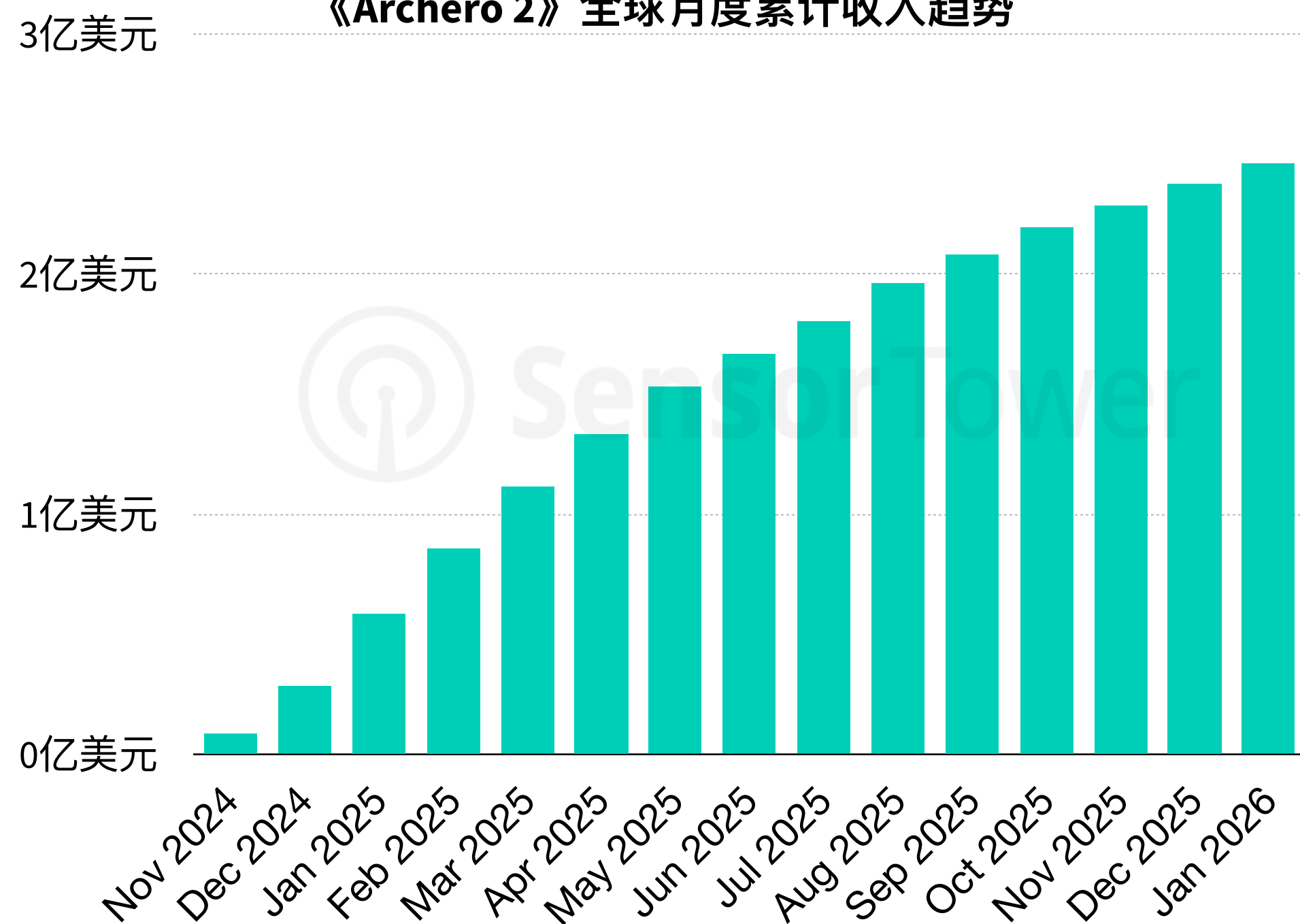
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察平台

说明：Sensor Tower 统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

《Archer 2》是Habby (海彼) 于2024年11月推出的动作类Roguelike手游，融合了单手射击、轻度肉鸽、ARPG养成与探索冒险玩法，在经典前作《Archer》的基础上，拥有更快速激烈的战斗体验、丰富多样的关卡设计和高重复可玩性。

货币包	运营活动	战利品宝箱	新手礼包	通行证	订阅	抽卡	广告	移除广告
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

《Archer 2》全球月度累计收入趋势



付费层级	价格	机制	核心作用
零付费	\$0	每日登录，挂机收益，免费通行证，激励视频广告	维持日活与留存，贡献广告收入和用户传播价值
入门付费	\$0.99 - \$4.99	新手礼包，月卡，活动增益订阅	极致性价比，降低付费门槛，促首充、提升次日留存
进阶付费	\$9.99 - \$29.99	基础通行证，特定玩法通行证，中级礼包，直购与终身卡，章节/成长基金	提升ARPU，满足中层玩家对成长速度、核心英雄的需求
深度付费	\$49.99 - \$99.99	大额钻石包，限定宝箱 / 抽卡，稀有道具礼包	筛选鲸鱼用户，通过概率抽取和稀缺资源拉高付费上限

《Archer 2》凭借“低门槛拉新 + 中档位稳收 + 高客单价冲高”的金字塔式**分层付费体系**，精准覆盖全层级玩家，成为2025年全球收入增长最高的动作手游，问鼎混合休闲手游收入榜冠军。截至2026年1月，游戏上线一周年全球累计收入达2.5亿美元，以极致商业化设计铸就休闲动作品类的营收典范。



# 《SD Gundam G Generation ETERNAL》 成功摘得2025年日本新发手游收入冠军

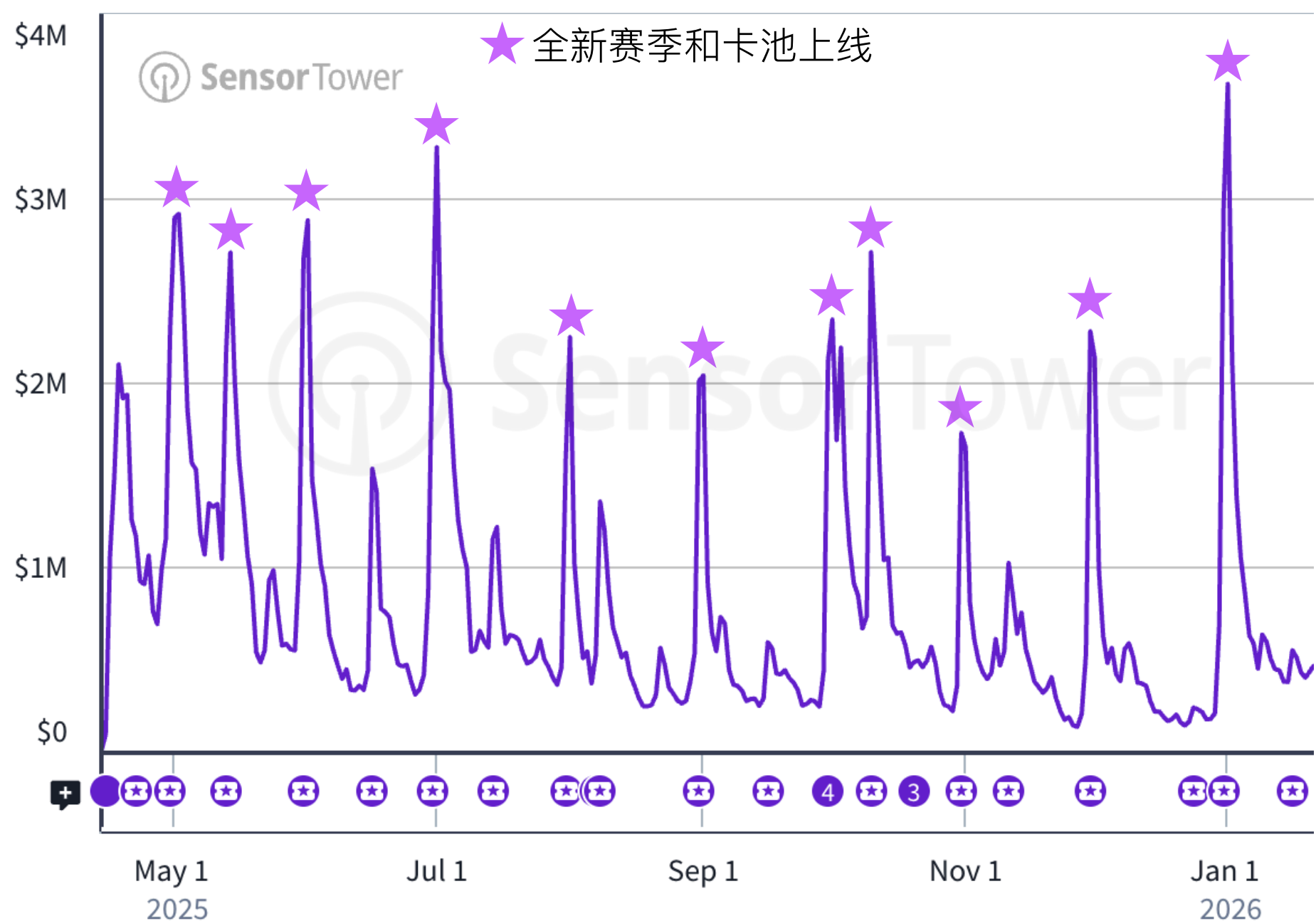
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察平台

说明：Sensor Tower 统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

《SD Gundam G Generation ETERNAL》是万代南梦宫 (Bandai Namco) 在2025年4月推出的一款策略类、机甲回合制RPG巨作，游戏以高达宇宙为背景，融合了丰富的机体收集、经典剧情再现与策略性战斗系统。

货币包	运营活动	战利品宝箱	新手礼包	通行证	订阅	抽卡	广告	移除广告
✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗

《SD Gundam G Generation ETERNAL》全球每日收入趋势



变现策略	机制	特点
基础货币	钻石是游戏内唯一付费硬通货，含低、中、高不同档位	用于抽卡、买礼包、体力、养成材料等所有核心消费场景
抽卡	游戏核心变现机制，玩家消耗“钻石”来抽取机体	EX机体与专属UR机师绑定、天井保底、重复机体升星等
订阅	提供每日钻石、抽卡券，降低玩家抽卡成本，提升订阅复购率	性价比远超单次充值，中R、活跃小R首选，高付费转化率
礼包	包含低、中、高不同档位的分层礼包矩阵，覆盖全付费用户	强调“限时+性价比”，礼包内容直接服务于抽卡与养成

《SD Gundam G Generation ETERNAL》构建了以**高频更新的抽卡体系为核心**、**分层礼包为支撑**的多层级内购系统，深度契合高达IP粉丝的收藏与养成需求，接连掀起玩家消费热潮。2025年4月上线至今累计收入达到3.3亿美元，成为2025年日本市场收入最高、下载量最大的新发手游。



# 《Mabinogi Mobile》突破传统MMORPG局限 成功夺得2025年韩国新发手游收入冠军

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察平台

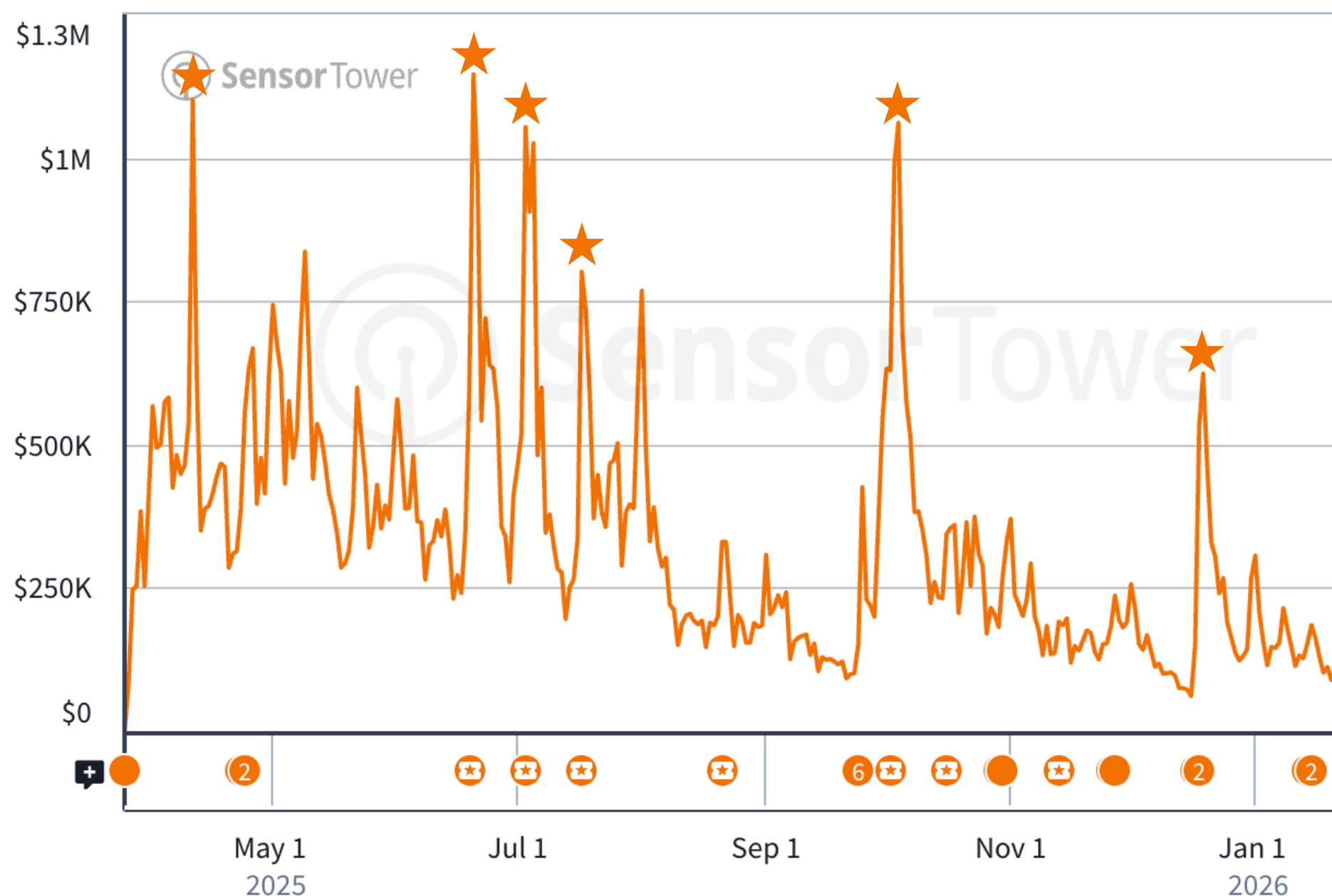
说明：Sensor Tower 统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

《Mabinogi Mobile》是Nexon于2025年3月推出的现代MMORPG，游戏承载了经典IP“Mabinogi”的奇幻世界，融合了开放世界探索、生活社交互动、角色成长和跨平台体验，为新老玩家提供了深度丰富的幻想冒险乐趣。

货币包	运营活动	战利品宝箱	新手礼包	通行证	订阅	抽卡	广告	移除广告
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗

《Mabinogi Mobile》全球每日收入趋势

★ 全新剧情和职业上线



对比维度	Mabinogi Mobile	传统硬核MMORPG
核心玩法	以生活+社交为核心，强调探索、音乐、染色、烹饪、采集、社交身份、角色成长故事	以战斗与数值成长为核心，强调重度装备养成、Boss竞速、公会战、PVP
角色成长体系	“轮回式成长”的非线性循环	明确等级、装备、战力、PVP/PVE的向上式数值螺旋
运营策略	内容驱动，版本更新以新剧情、区域、职业、生活玩法为主	数值驱动，版本更新以战力膨胀、新装备、新抽卡池为主
变现策略	轻付费，高购买率，低ARPPU，通过通行证、订阅、外观、礼包变现	重付费，低购买率，高ARPPU，通过角色和装备抽卡、战力道具、保底机制变现

《Mabinogi Mobile》突破了传统硬核MMORPG在数值驱动、养成压力与高门槛玩法上的局限，以生活系内容、轻社交体系和外观经济为核心，重构了移动端MMORPG的用户体验。截至2026年1月，该游戏全球吸金近1.5亿美元，成为2025年韩国市场收入最高的新发手游。

# 重点摘要

1

## 超过80%的头部游戏通过5-7种变现策略组合实现收入最大化

手游变现策略搭配与节奏设计十分关键：2025年83%的头部手游产品采用5-7个变现机制，通过复合策略覆盖不同阶段、不同类型玩家，实现收入最大化。

2

## 不同类型手游采用不同的变现策略组合

中重度手游变现策略丰富，包含货币包、运营活动、战利品宝箱、新手礼包、通行证、订阅、抽卡等多元机制，而广告策略较少；混合休闲手游将广告变现融入中重度手游常见变现机制，实现收入和用户的双重增长。

3

## 《Archer0 2》凭借混合分层变现机制成为2025年全球收入增长最高的动作手游

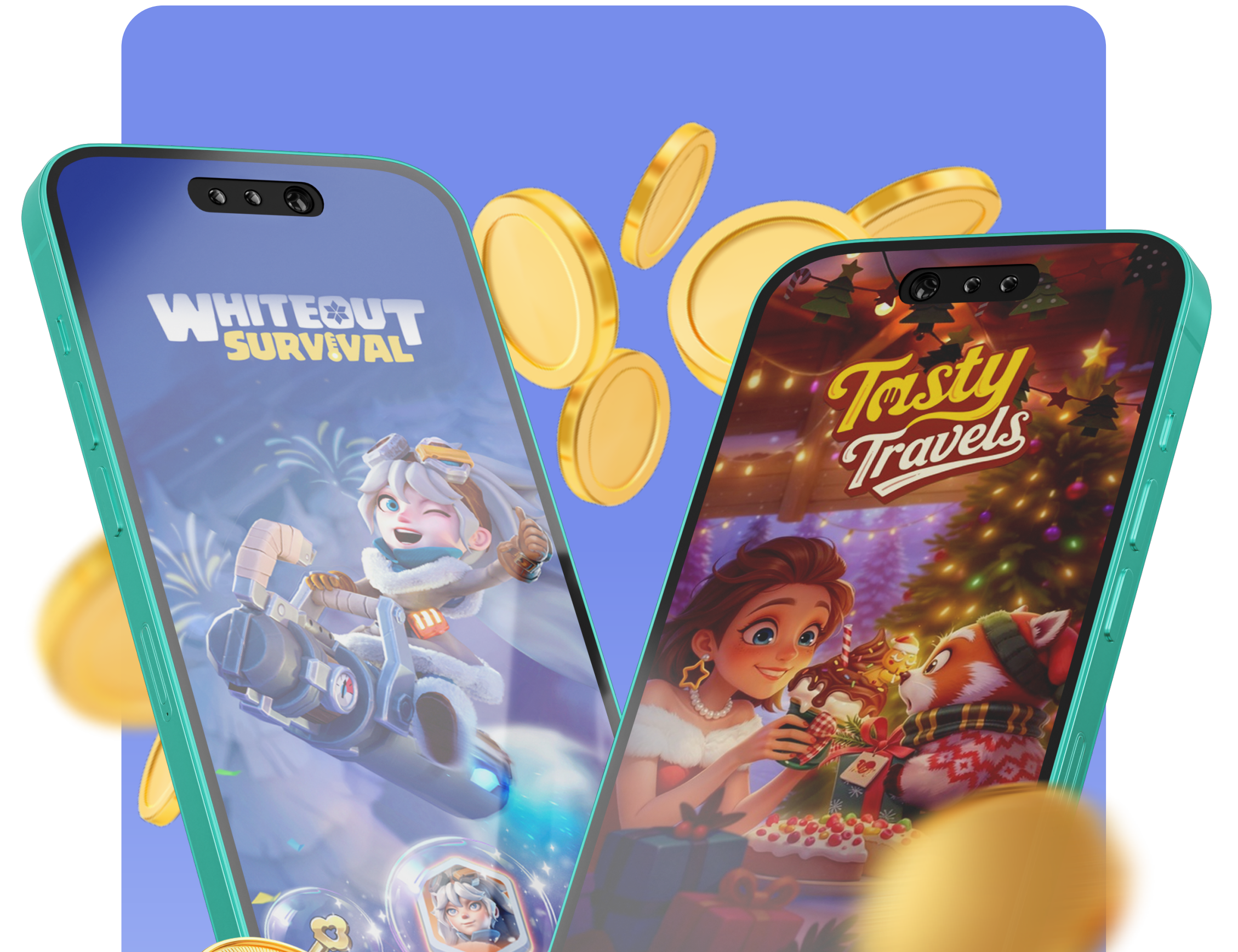
《Archer0 2》凭借金字塔式分层付费体系，精准覆盖全层级玩家，成为2025年全球收入增长最高的动作手游，问鼎混合休闲手游收入榜冠军。

# Sensor Tower

## 使用条款

本报告及其所有原创内容版权均归 Sensor Tower, Inc. © 2025 所有。未经授权，任何形式的修改、转载、分发或利用均构成侵权。应用图标、图片及品牌标识等素材归其各自所有者所有，仅用于编辑评论之目的。如需引用或转载本报告中的数据，请发送邮件至 [info@sensortower.com](mailto:info@sensortower.com)，我们将为您提供详细的转载指南。我们诚挚欢迎新闻机构合作方，并将提供定制化的数据、深度洞察以及专业评论。

如需帮助，请联系 [press-apac@sensortower.com](mailto:press-apac@sensortower.com)。



**是否需要了解更多 移动行业洞察？**

使用 [sensortower-china.com/blog](https://sensortower-china.com/blog) 查看并下载更多报告内容

# Sensor Tower

## 亚太市场洞察团队 作者简介

主要作者



**Rui Ma**  
亚太地区高级分析师  
深圳

撰稿人



**Nan Lu**  
亚太地区营销副总裁  
旧金山

撰稿人



**Donny Kristianto**  
首席市场洞察经理  
新加坡

撰稿人



**Hideyuki Tsuji**  
战略分析师  
东京

撰稿人



**Yena You**  
战略分析师  
首尔

撰稿人



**Daniel Zhang**  
大中华区市场营销经理  
北京

撰稿人



**Sara Tan**  
亚太地区营销运营经理  
新加坡

# SensorTower

## 简介

Sensor Tower是全球应用经济市场情报和洞察力的领先供应商。我们为移动营销人员、应用发行商和行业分析师提供关于移动应用和发行商的企业级数据以及相关竞争性洞察。我们的服务包括：应用情报、商店情报、广告情报、使用情报等。



### Los Angeles

3840 Watseka Ave  
Culver City,  
CA 90232  
United States



### New York City

WeWork  
33 Irving Place  
9th Floor,  
#9031 New York,  
NY 10023  
United States



### San Francisco

44 Montgomery St  
San Francisco,  
CA 94104  
United States



### Vancouver

555 Burrard St  
Vancouver  
BC V7X 1M9  
Canada



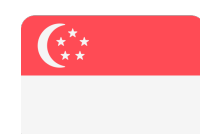
### London

3rd Floor,  
Hend House  
233 Shaftesbury  
Ave  
London  
WC2H 8EE  
United Kingdom



### Seoul

909-ho, 22,  
Teheran-ro 7-gil,  
Gangnam-gu,  
Seoul, South  
Korea,  
06130



### Singapore

WeWork Suntec  
5 Temasek Blvd,  
Level 17  
Singapore 038985  
Singapore



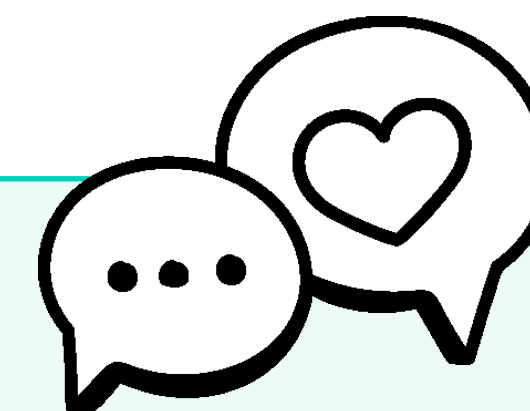
### Beijing

Guanghua Ocean  
International Center,  
10 Jintong Rd (W.),  
Tower AB, 7/F,  
Chaoyang, Beijing,  
100020 China



### Tokyo

Sokosha Nippori  
Building, 2nd Floor  
6-42-1 Higashi-  
Nippori, Arakawa-ku,  
Tokyo 116-0014  
Japan



### 联系我们

媒体合作: [press-apac@sensortower.com](mailto:press-apac@sensortower.com)

商务合作: [sales@sensortower.com](mailto:sales@sensortower.com)

访问官网

### 博客

查看最新文章

浏览更多

### 微信

订阅微信公众号





**Sensor Tower**