

Report

2026年 移动游戏 变现趋势洞察



更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

Sensor Tower

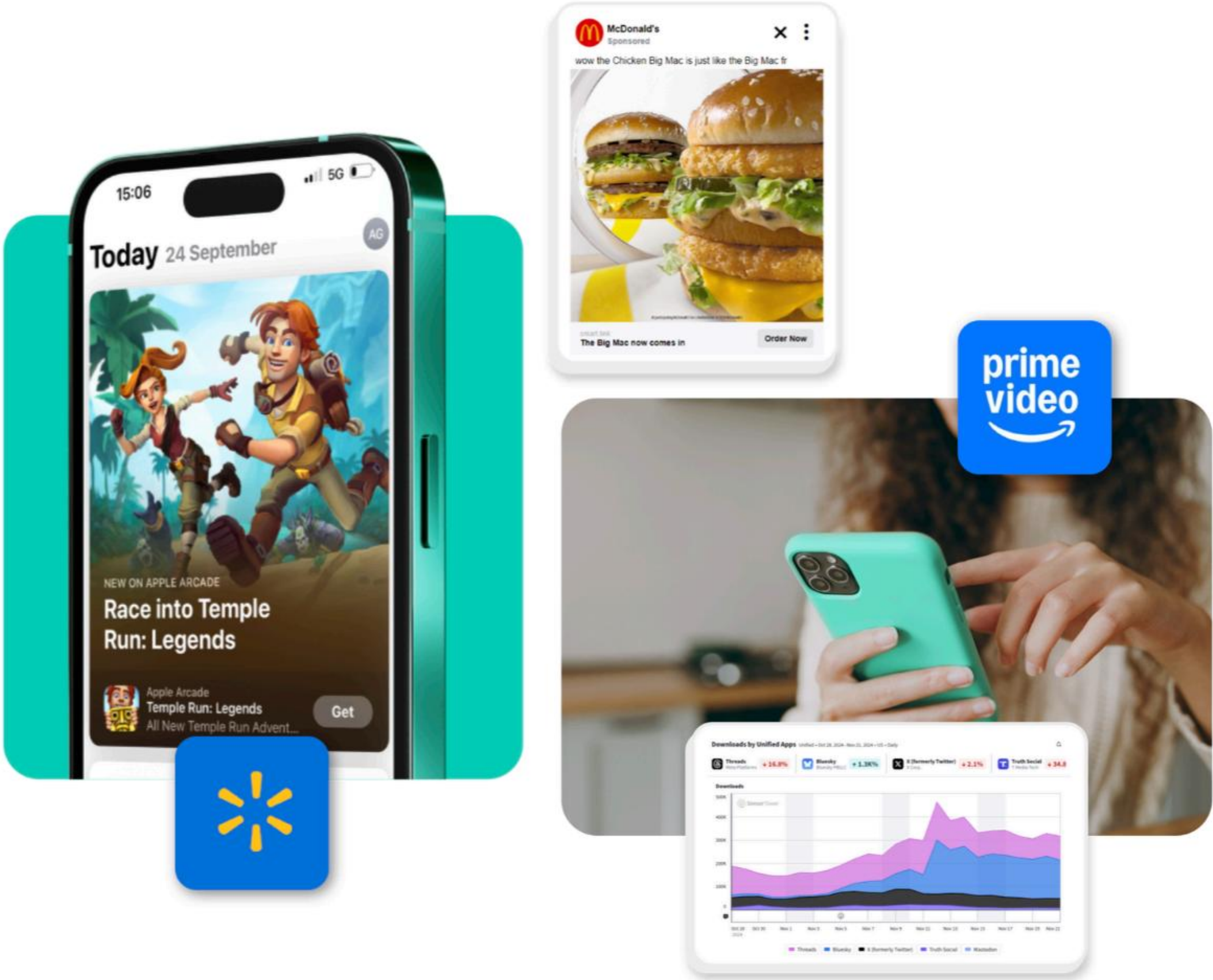
把握全球数字经济脉搏

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
商务合作：sales@sensortower.com



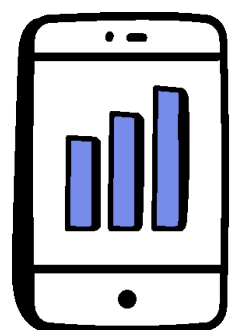
Sensor Tower | 我们的客户

全球数字领域领导者的信赖之选

L'ORÉAL		Google			Disney
petco	HERSHEY's	amazon	ROVIO	DOORDASH	depop
Walmart*	7 ELEVEN	Microsoft	SEGA	dyson	SONY
fetch REWARDS	Pizza Hut	Meta	OUTFIT7	Gett.	ByteDance
Alibaba	POPEYES	Tencent 腾讯	WARNER BROS. GAMES	P&G	NBA
CVS Health	Domino's	Johnson & Johnson		Welch's	Revolut

Sensor Tower

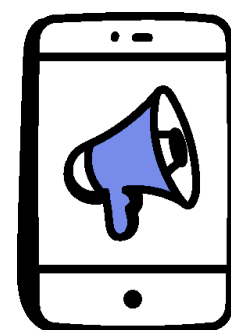
解决方案



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

了解移动应用程序生态系统

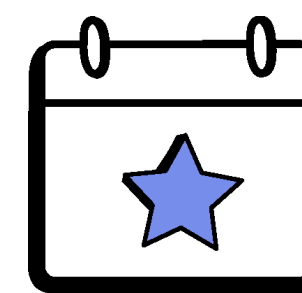
深入了解：应用程序排名、下载量和收入；活跃用户、人口统计、留存率、会话和花费时间；应用程序评级和评论、关键词、搜索广告等。



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。



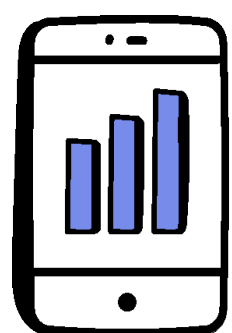
Sensor Tower **Pathmatics Digital Advertising Insights** 数字广告洞察

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

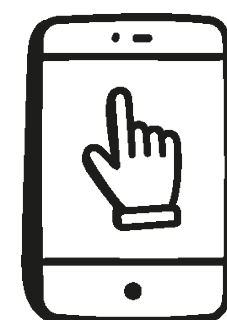
解决方案



Sensor Tower **Gaming Insights** 游戏洞察

了解移动游戏生态系统

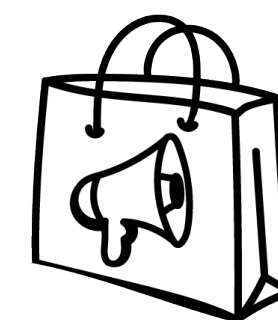
深入了解：顶级类型（生活方式与解谜）之外的手游下载量、收入、RPD 和 ARPD AU，并可深入研究不同品类（解谜、街机等）和子品类（交换、单词等）手游。



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



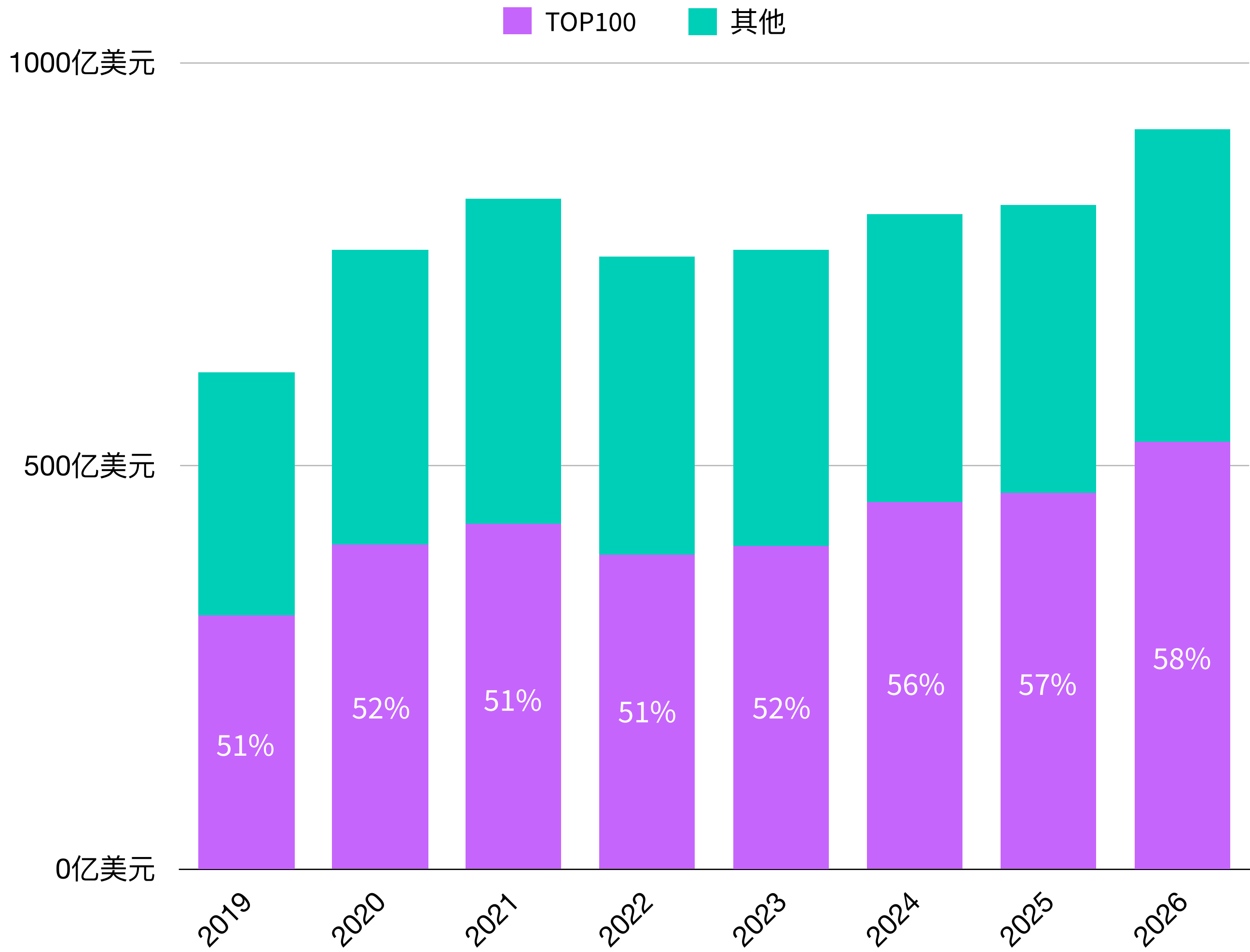
TOP100手游收入份额持续增长，2026年预计总收入逼近530亿美元

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

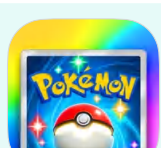
2019年至2026年全球手游收入与TOP100手游收入趋势



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

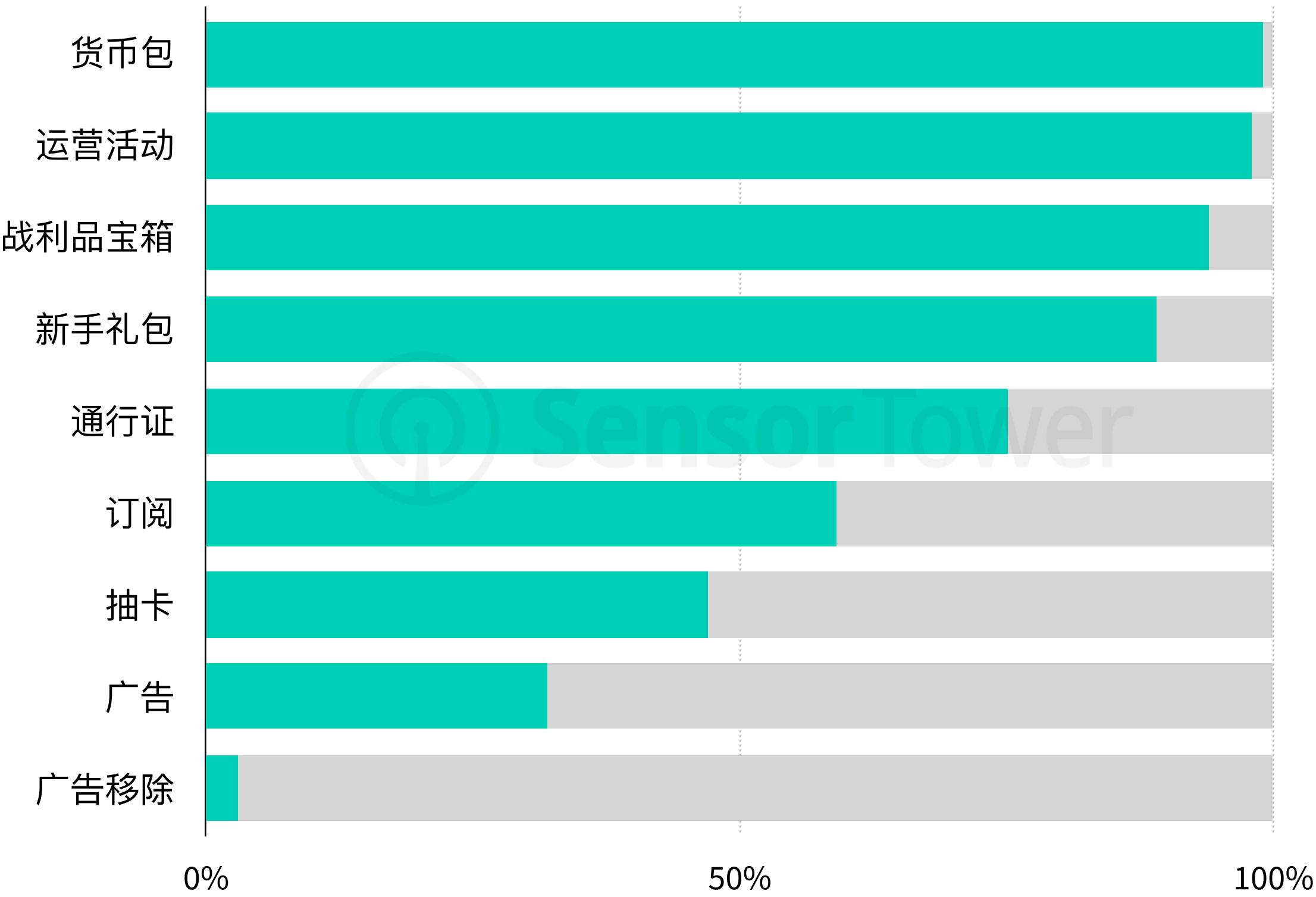
2025年全球收入TOP10手游变现策略概览

	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	24亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
2		Whiteout Survival 点点互动	21亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
3		Royal Match Dream Games	21亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
4		MONOPOLY GO! Scopely	20亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
5		Honor of Kings Tencent	20亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
6		Candy Crush Saga King	16亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗
7		Coin Master Moon Active	13亿美元	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗
8		Roblox Roblox	11亿美元	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
9		和平精英 Tencent	10亿美元	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
10		Pokémon TCG Pocket The Pokémon Company	10亿美元	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗

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

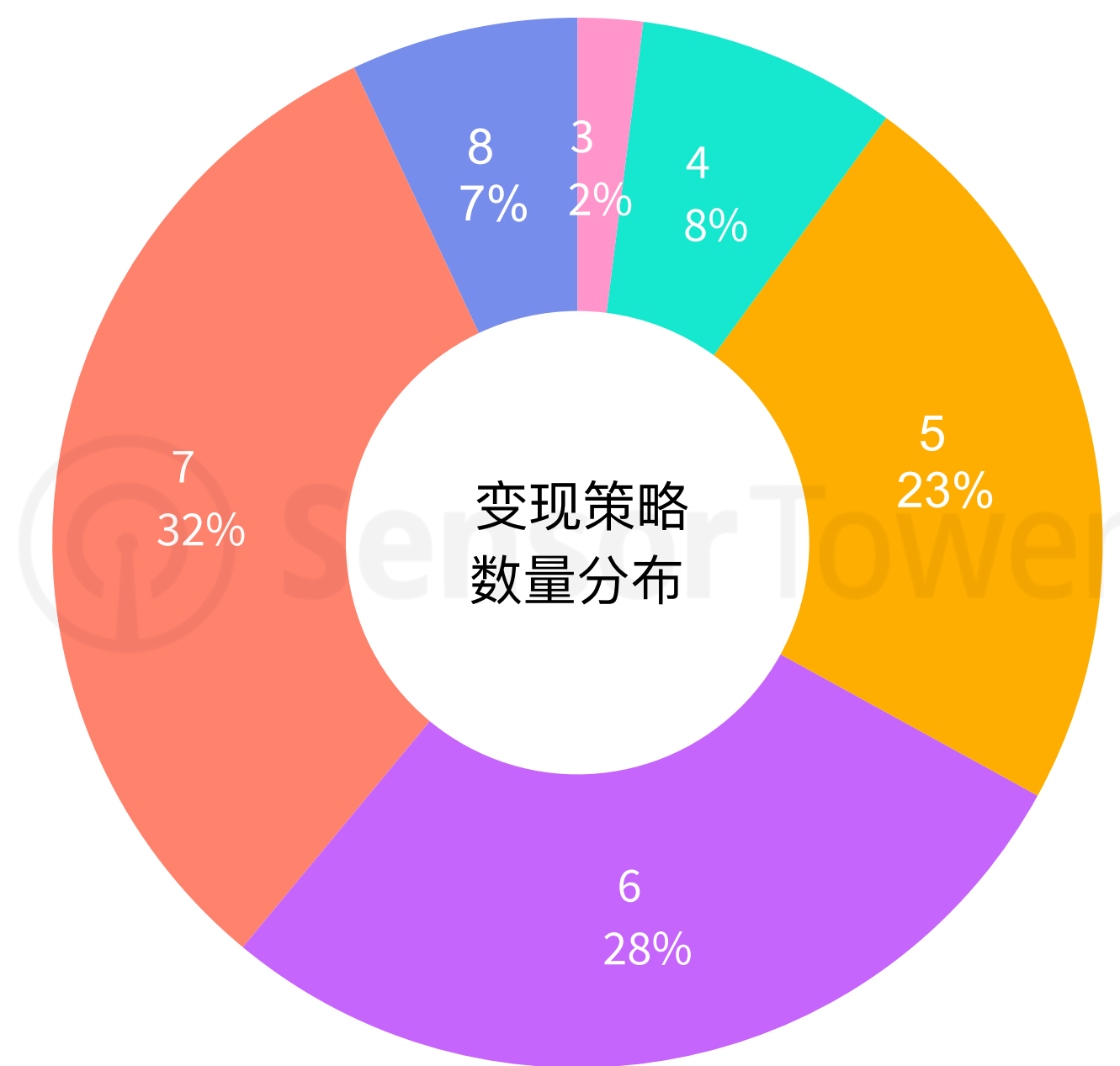
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察

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。

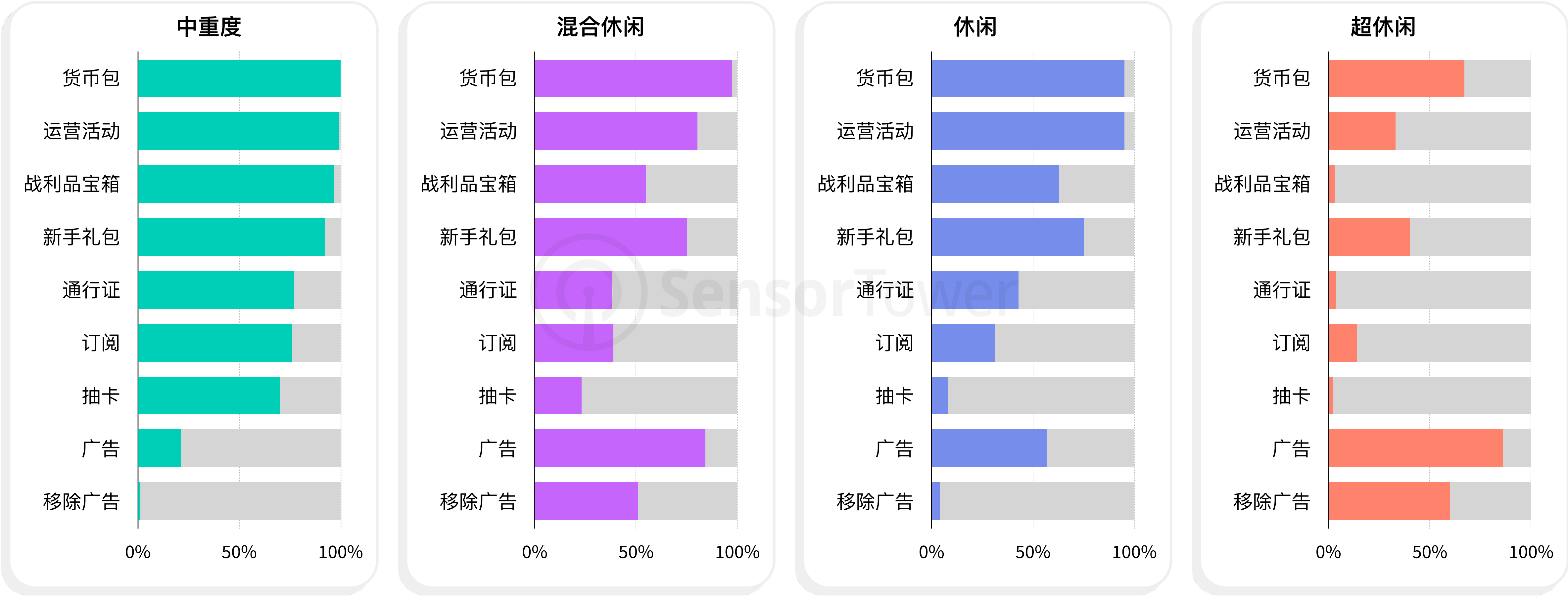
2025年收入TOP100手游变现策略数量分布



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的手机在变现策略上显著分化

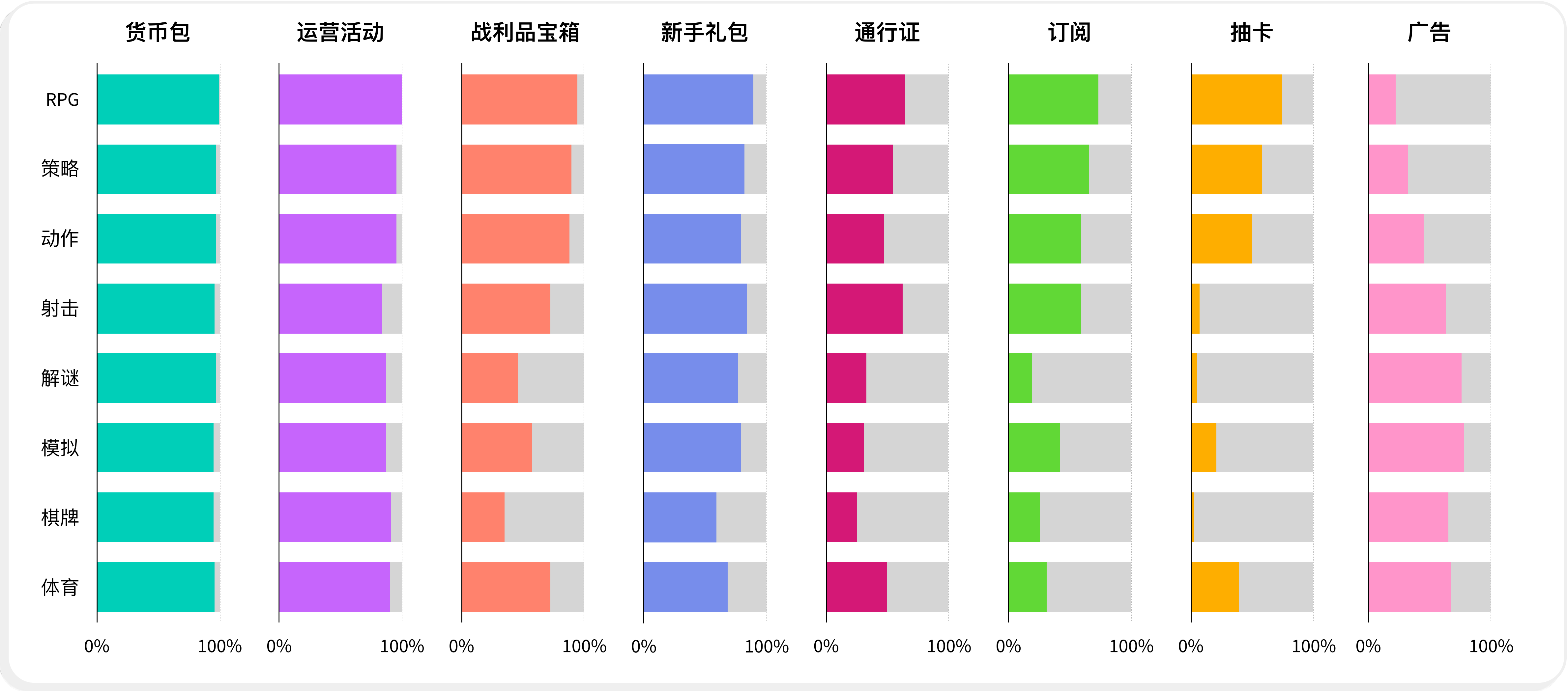
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察



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

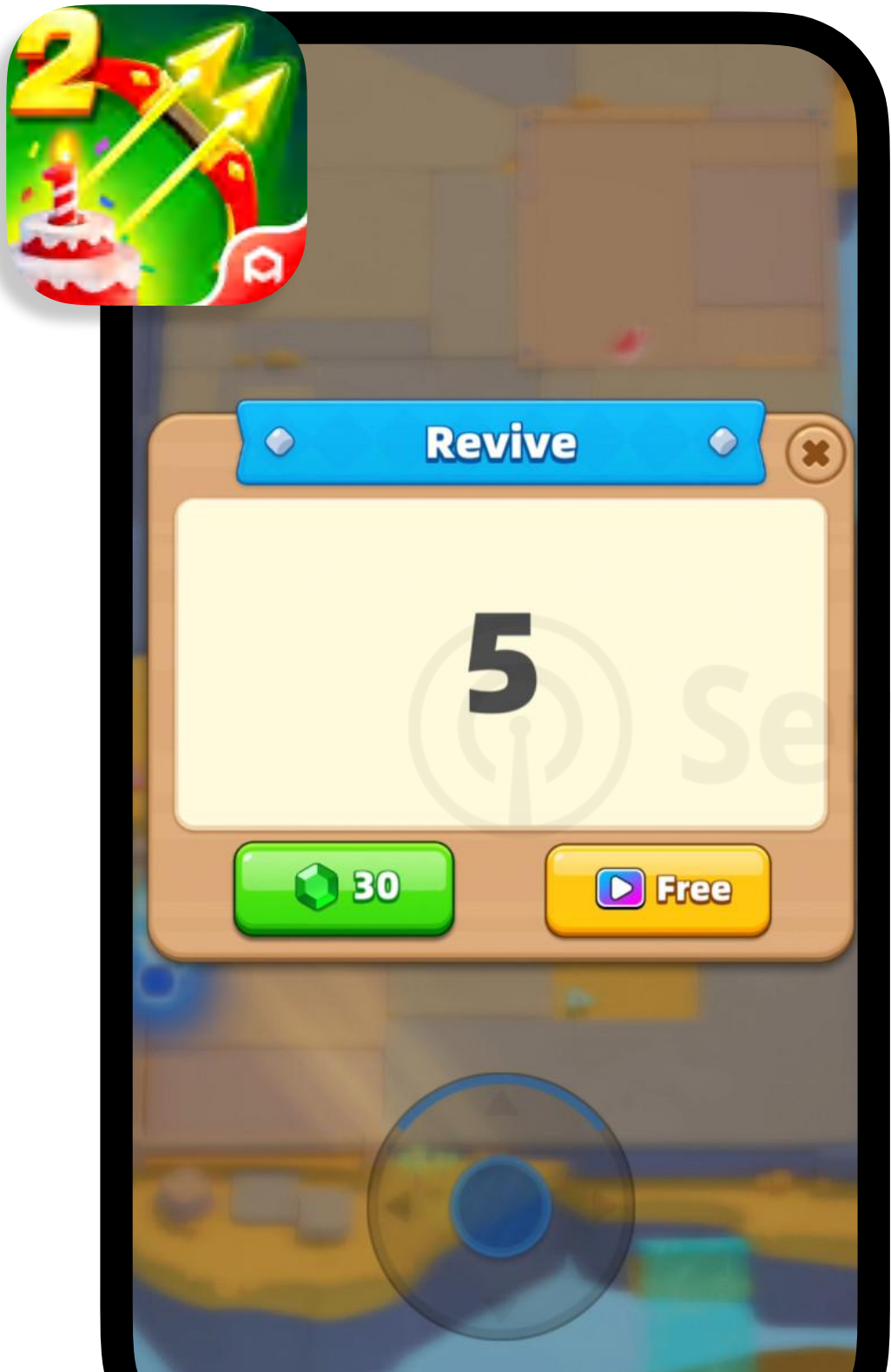
应用内广告： 激励视频广告被深度 整合入游戏核心循环

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）。

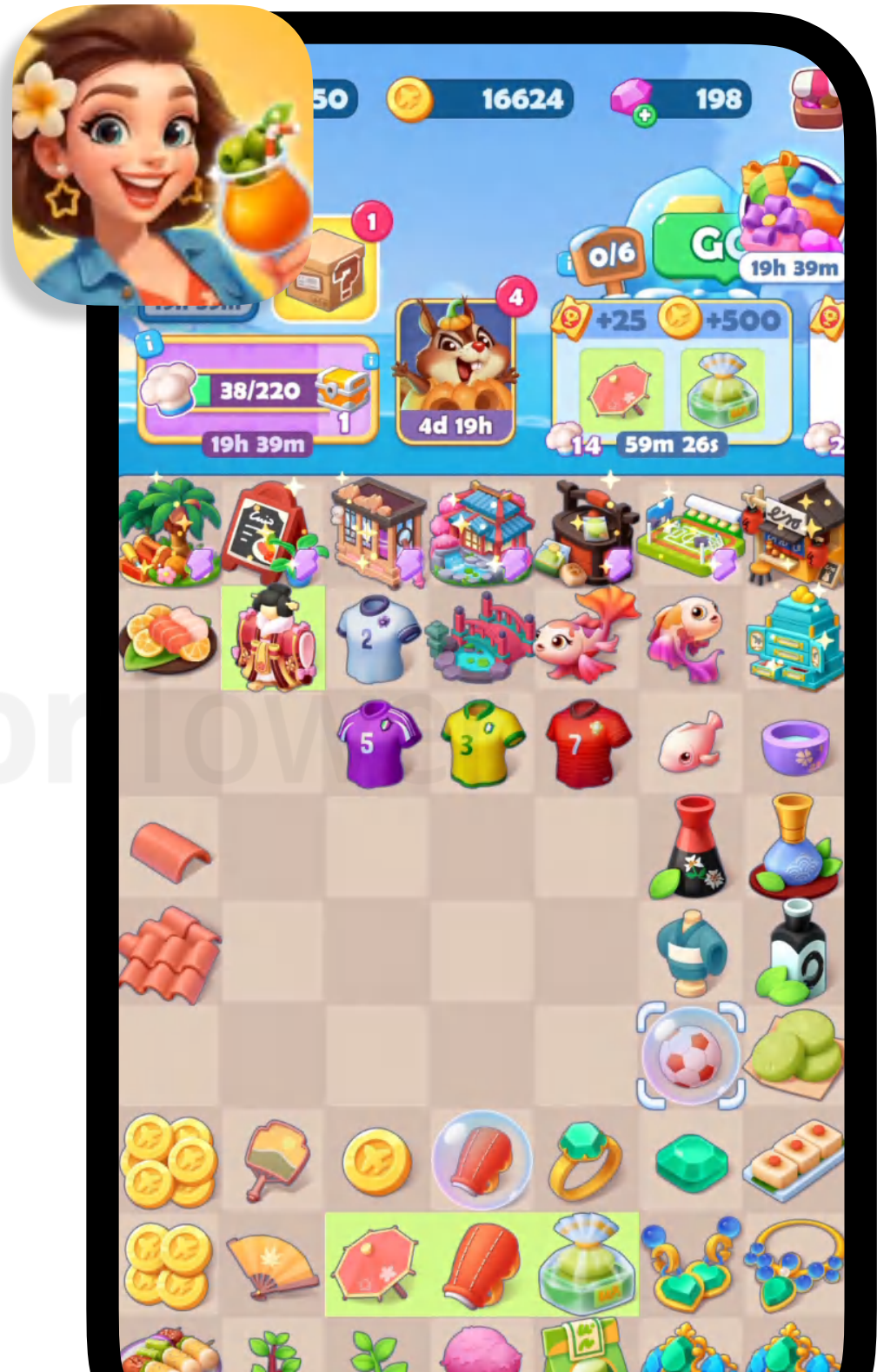
激励视频广告被深度整合到核心玩法循环中，用于帮助玩家突破资源瓶颈或加速进度。具体形式包括：获取核心资源、免费获取道具、跳过等待时间、战斗复活等。

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

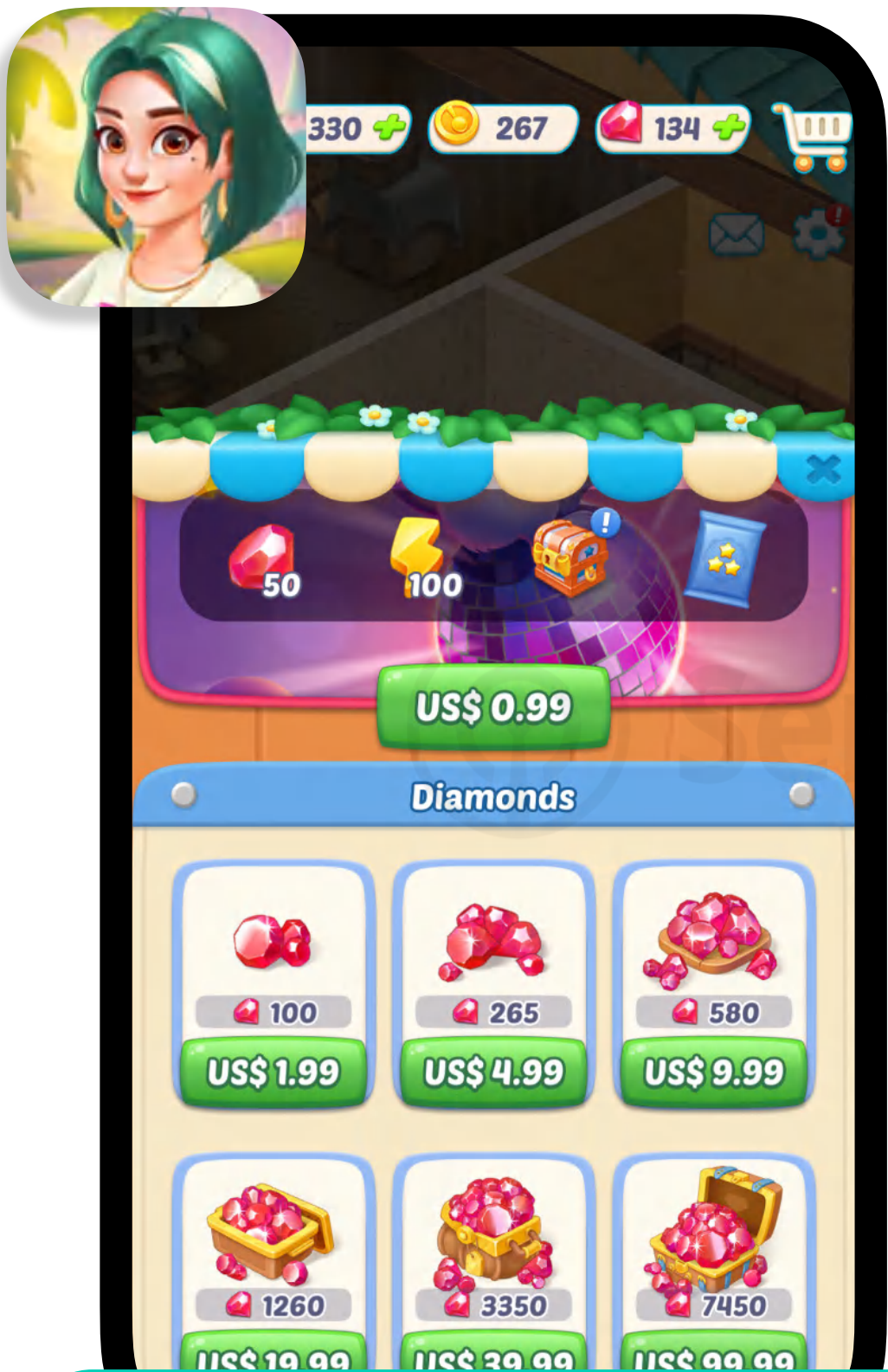
商店与货币体系： 构建游戏多层次 经济生态和付费入口

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。

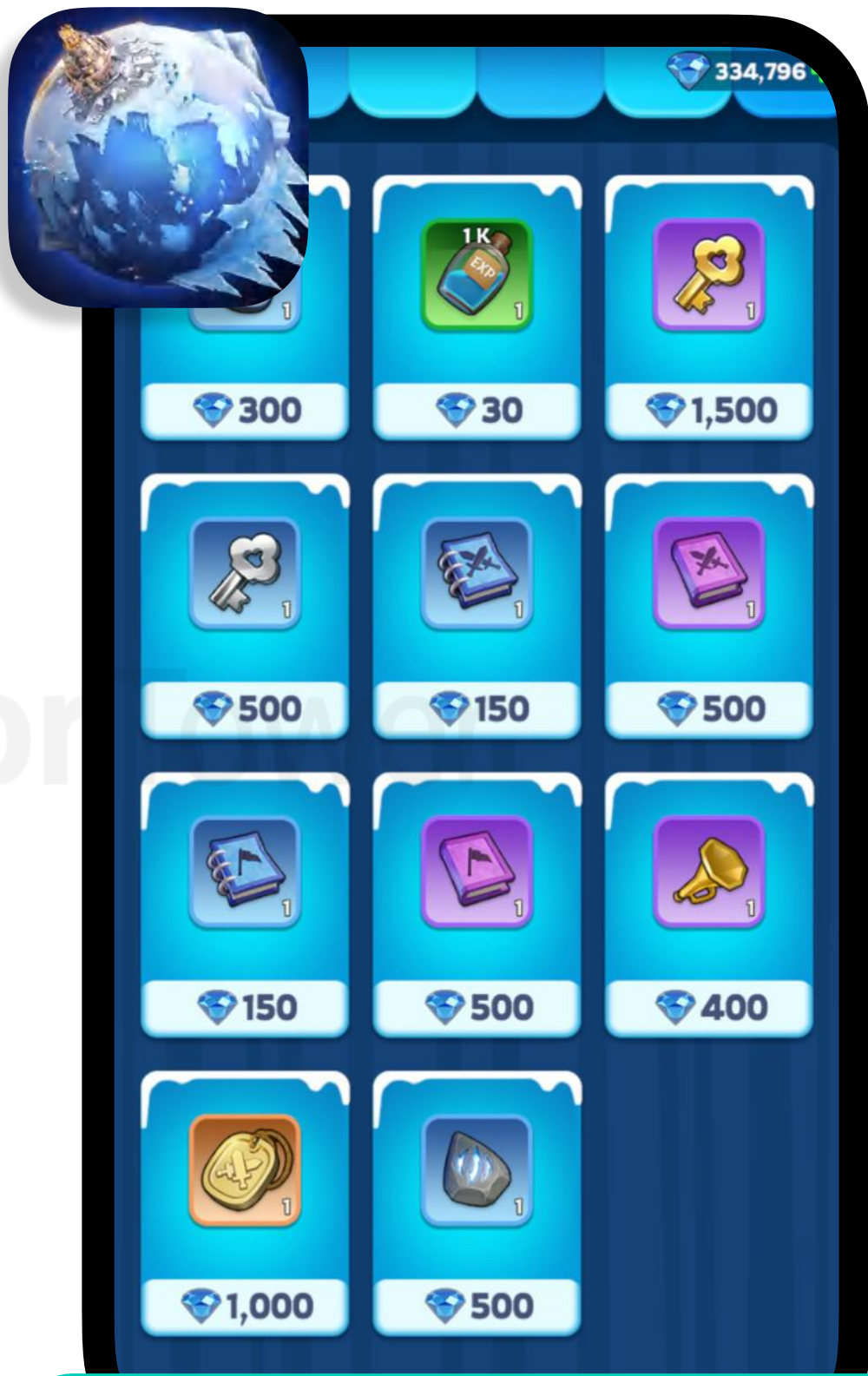
基础货币是游戏中通用性最强的货币，通常与真实货币直接挂钩，用于购买体力、时间、道具、特权等。

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

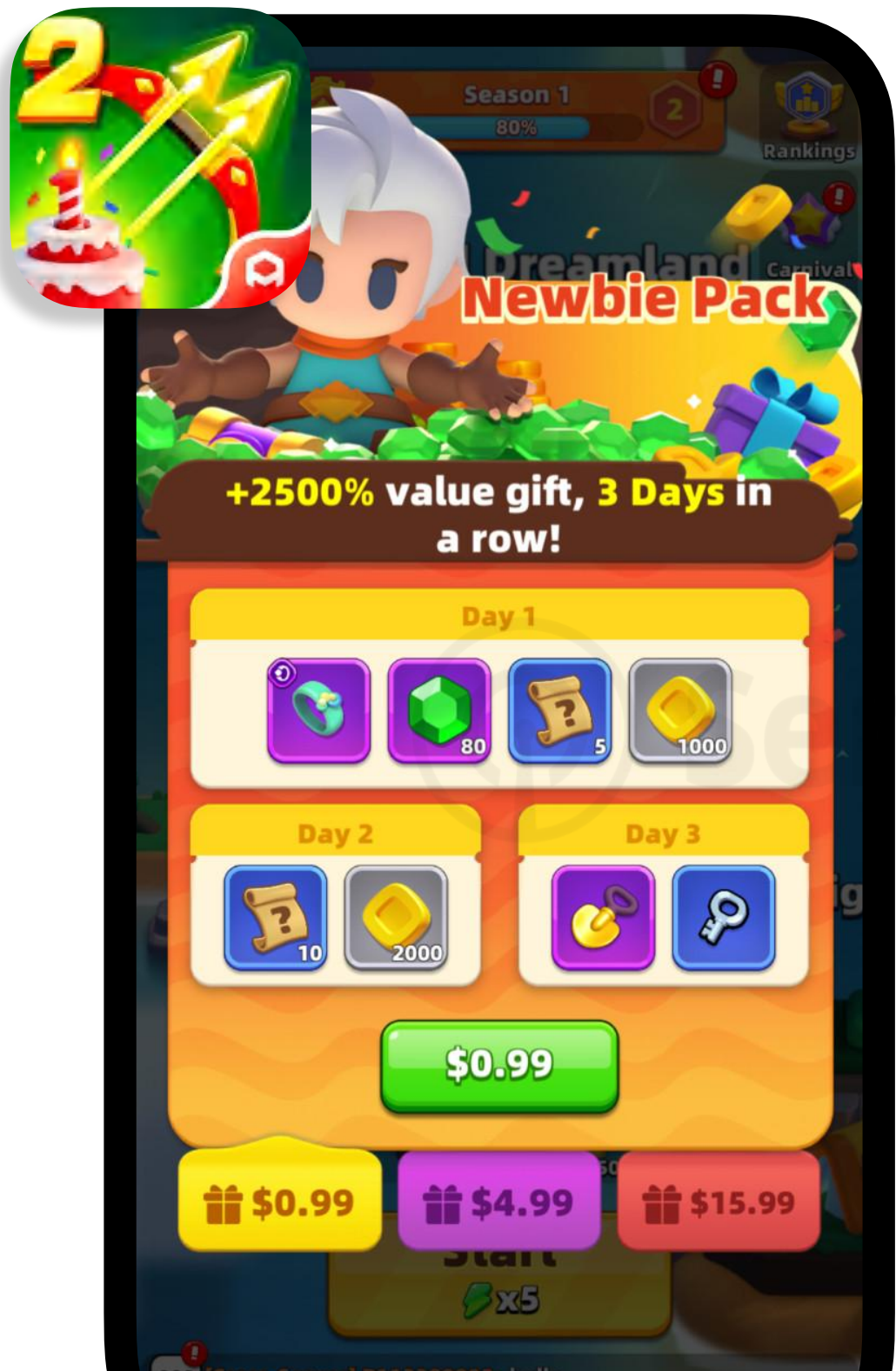
新手礼包与特惠礼包： 丰富的高性价比礼包 组合激励玩家消费

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。

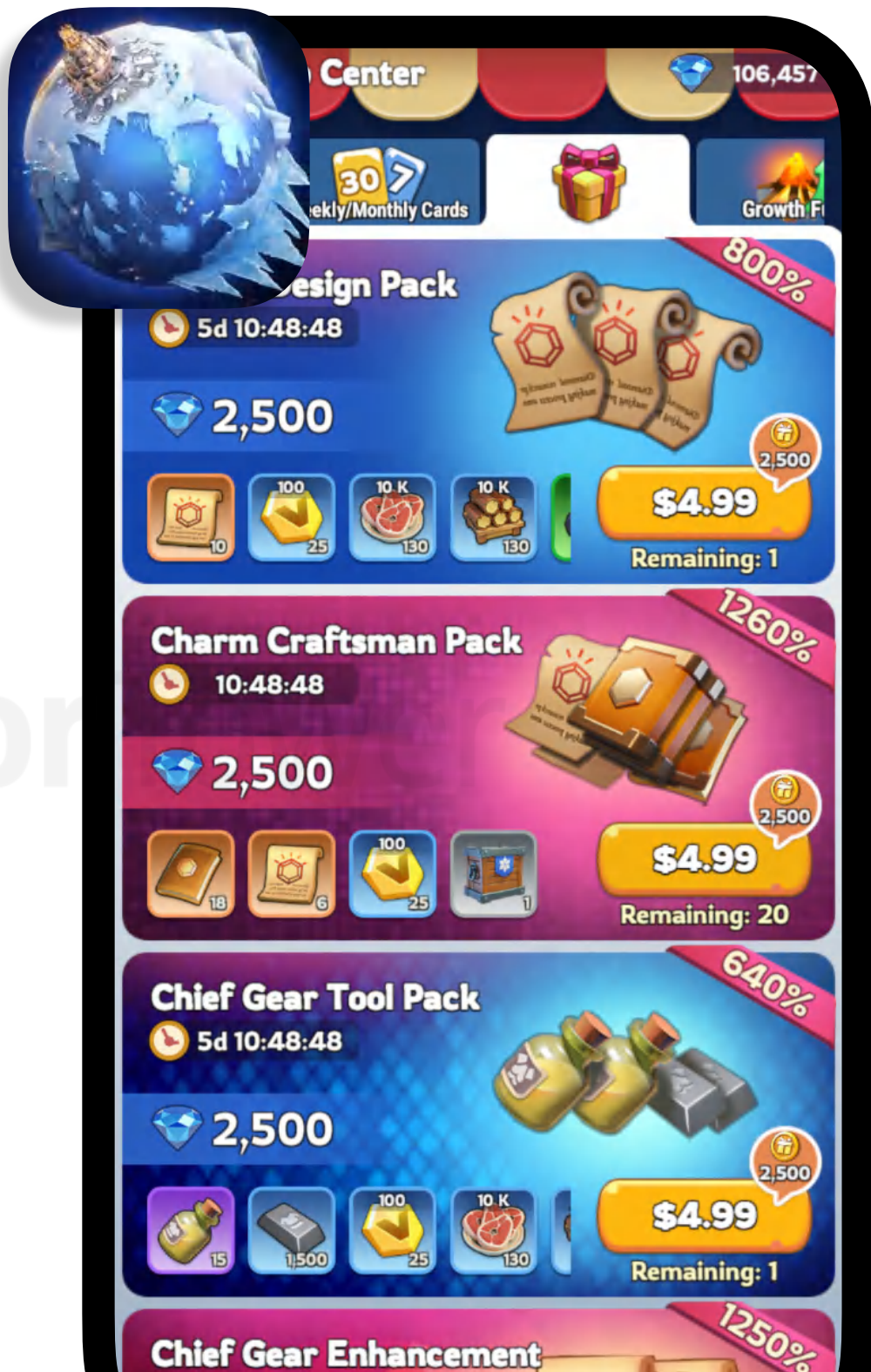
与新手礼包不同，特惠礼包通常面向所有玩家，通过“打折”和“打包”的心理战术，将非付费玩家转化为付费玩家，并提升现有付费玩家的消费额。

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

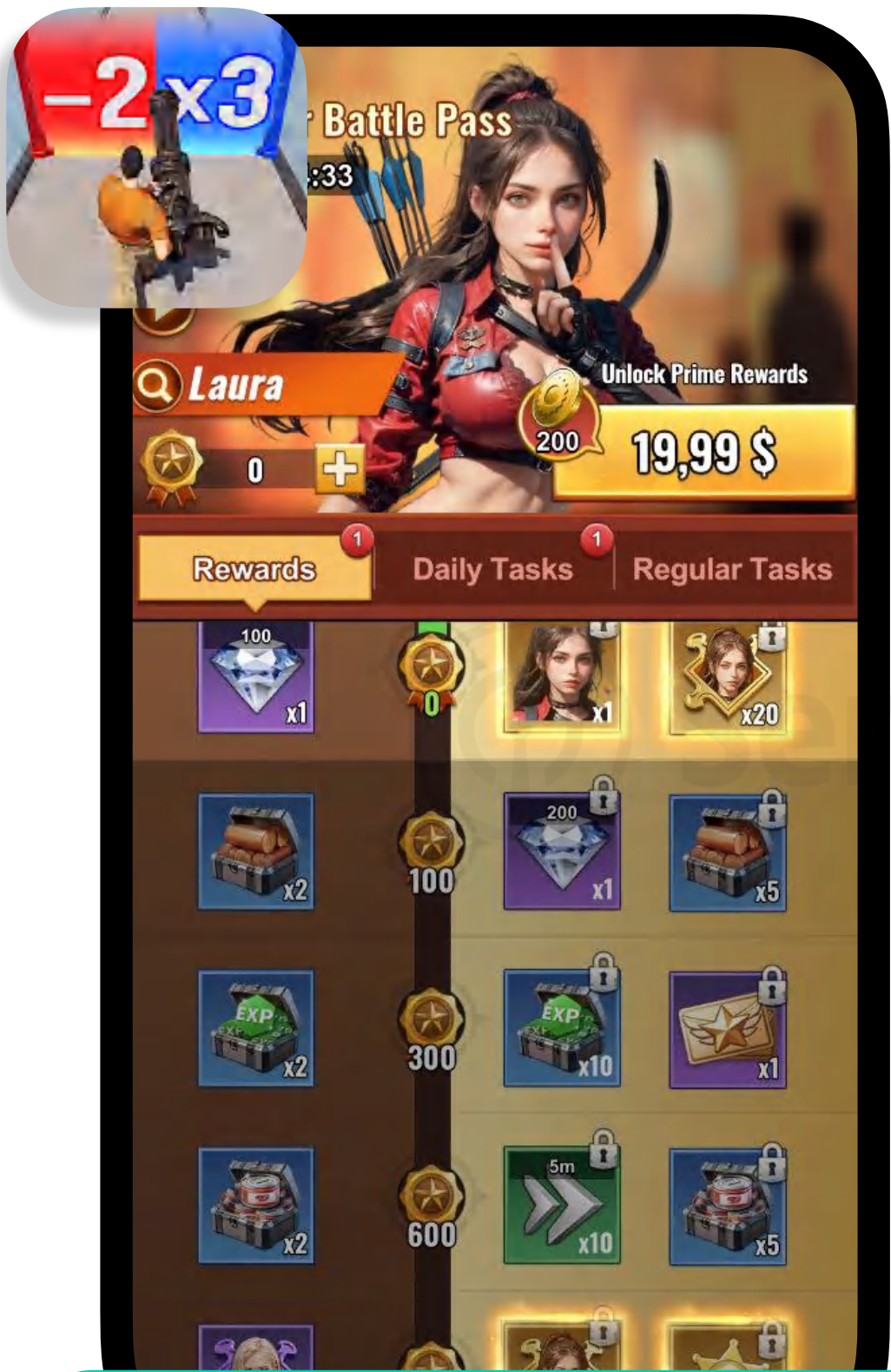
通行证：以清晰目标 驱动游戏留存与收入 增长的双重引擎

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

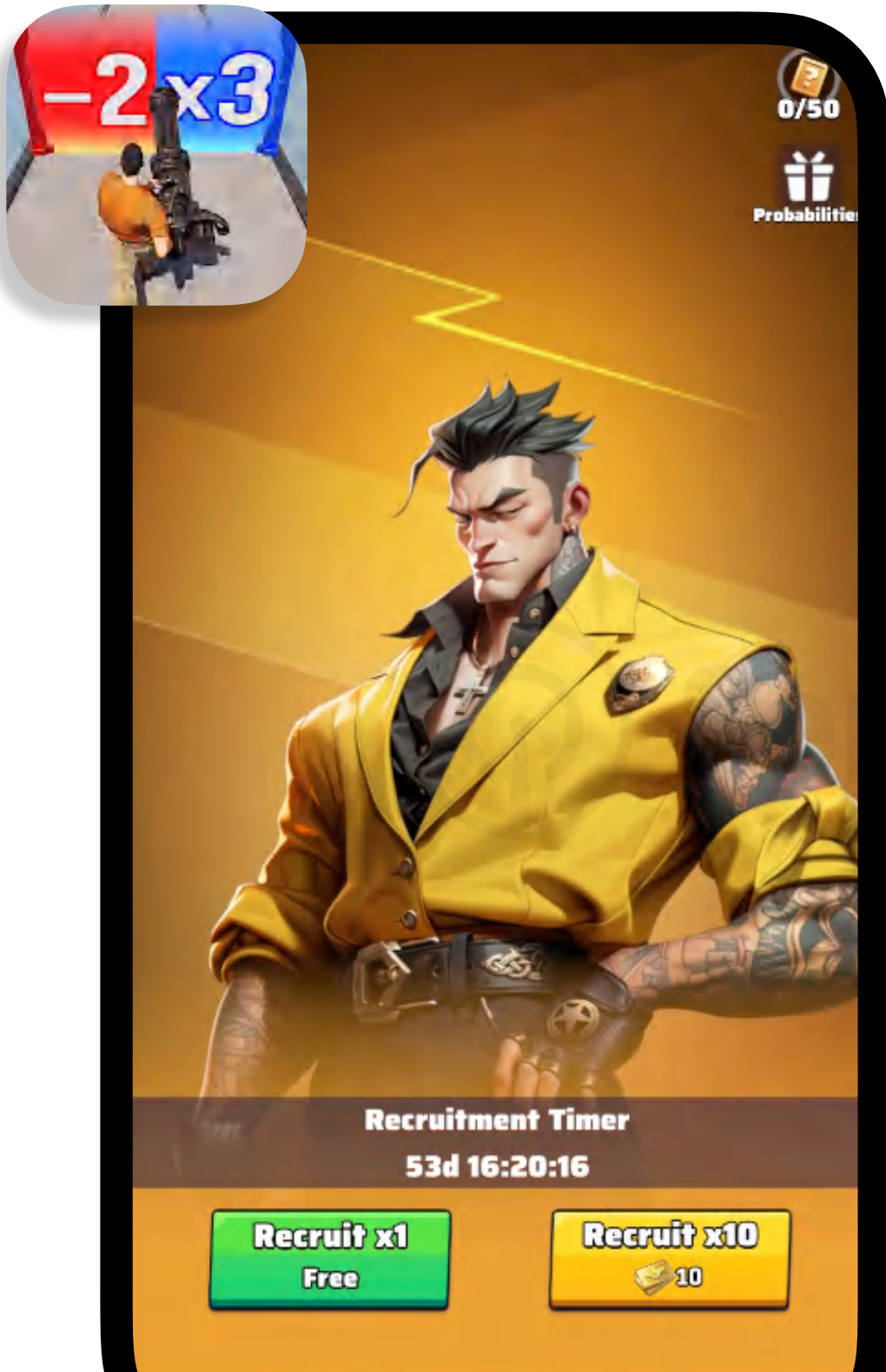
抽卡：“随机性” 激发玩家持续消费， 突破游戏收入上限

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。

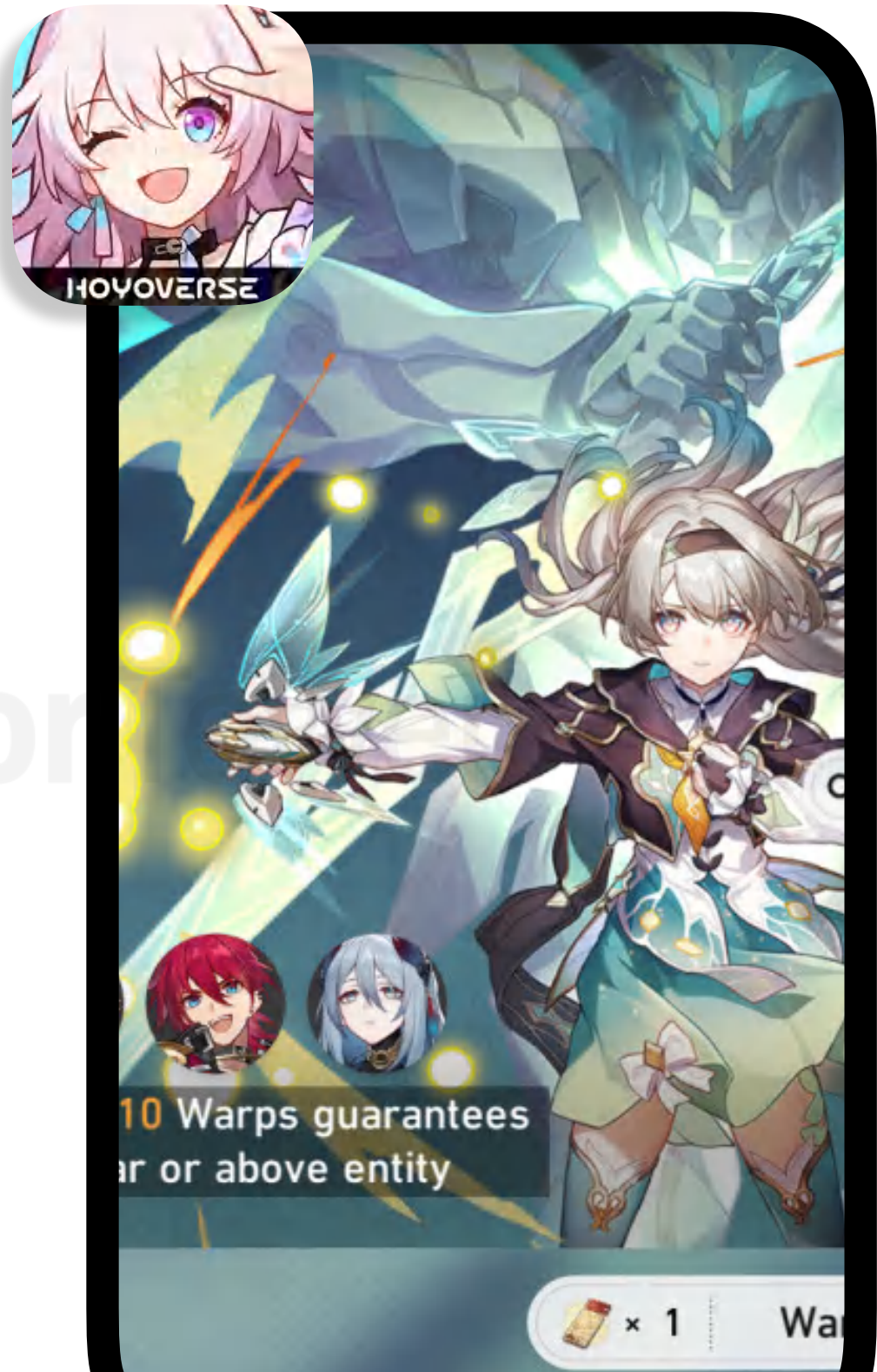
抽卡机制借助“不确定性”激发玩家的持续消费意愿，有效突破游戏的收入天花板。

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

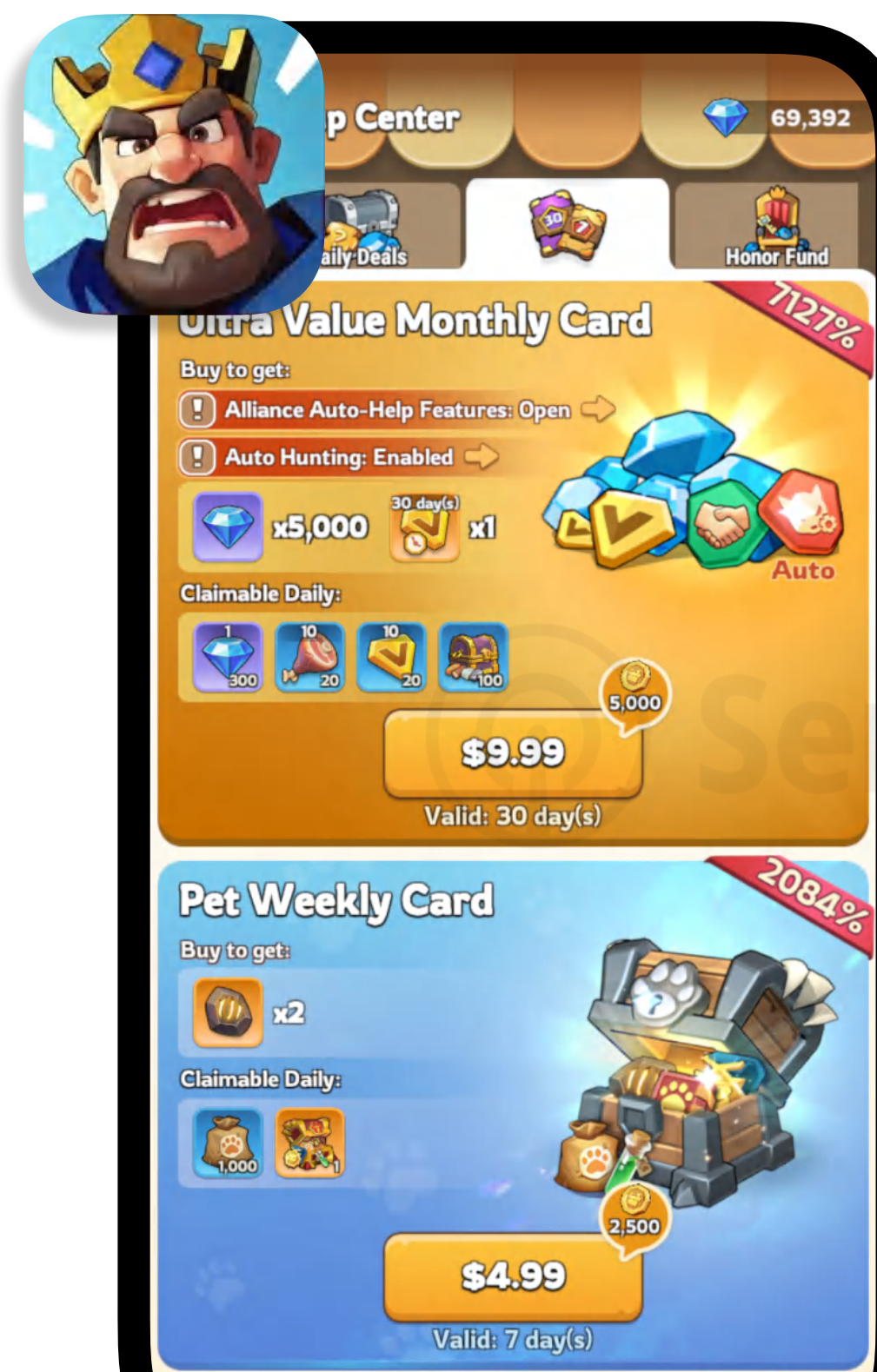
订阅： 一次性+每日奖励构建 手游最稳定持续性收入

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。

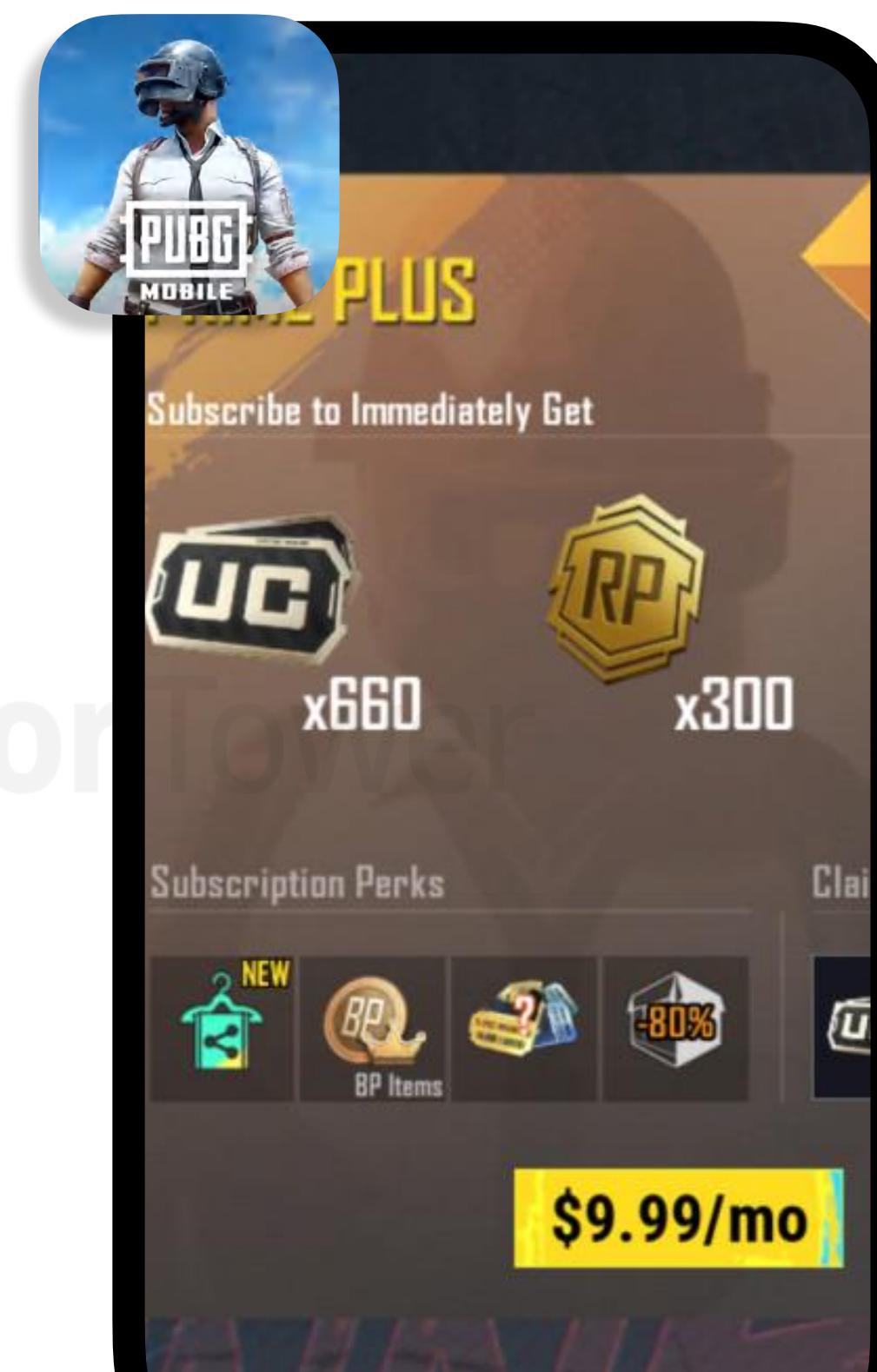
该机制通常在购买即刻发放丰厚即时奖励，后续每日解锁福利以维系玩家长线留存，一次性+每日奖励能为游戏带来稳定的持续性收入。

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

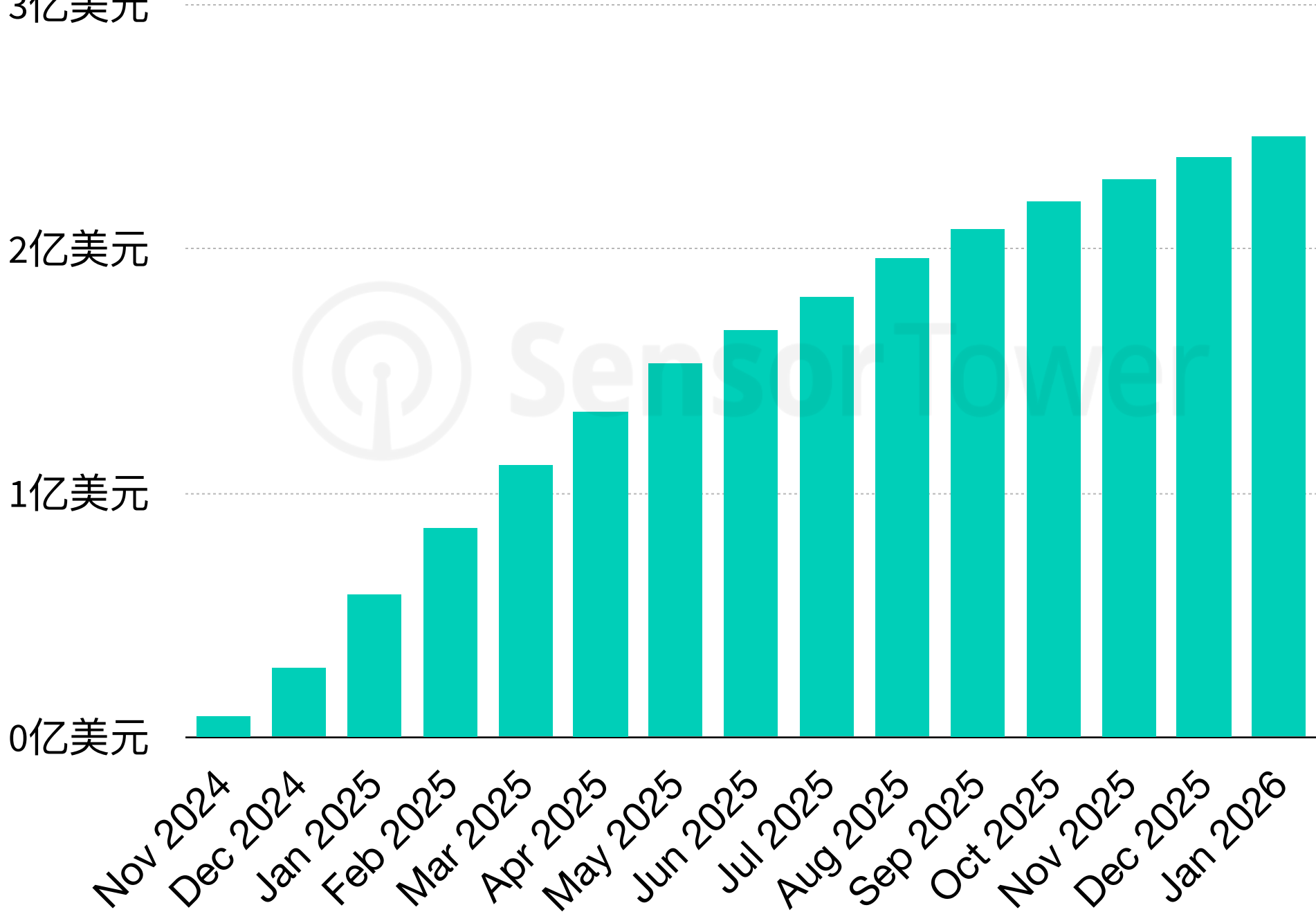
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察平台

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

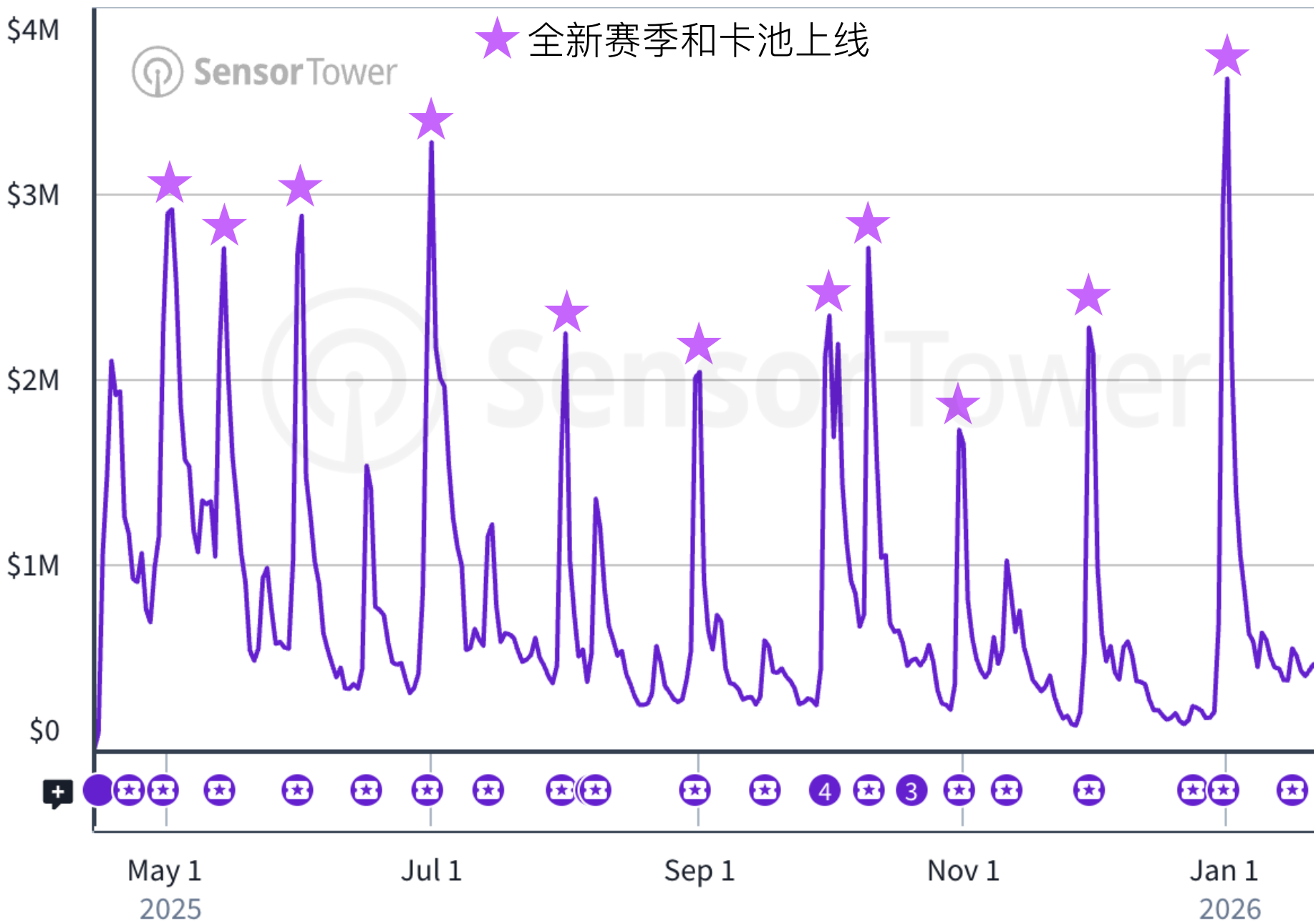
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察平台

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

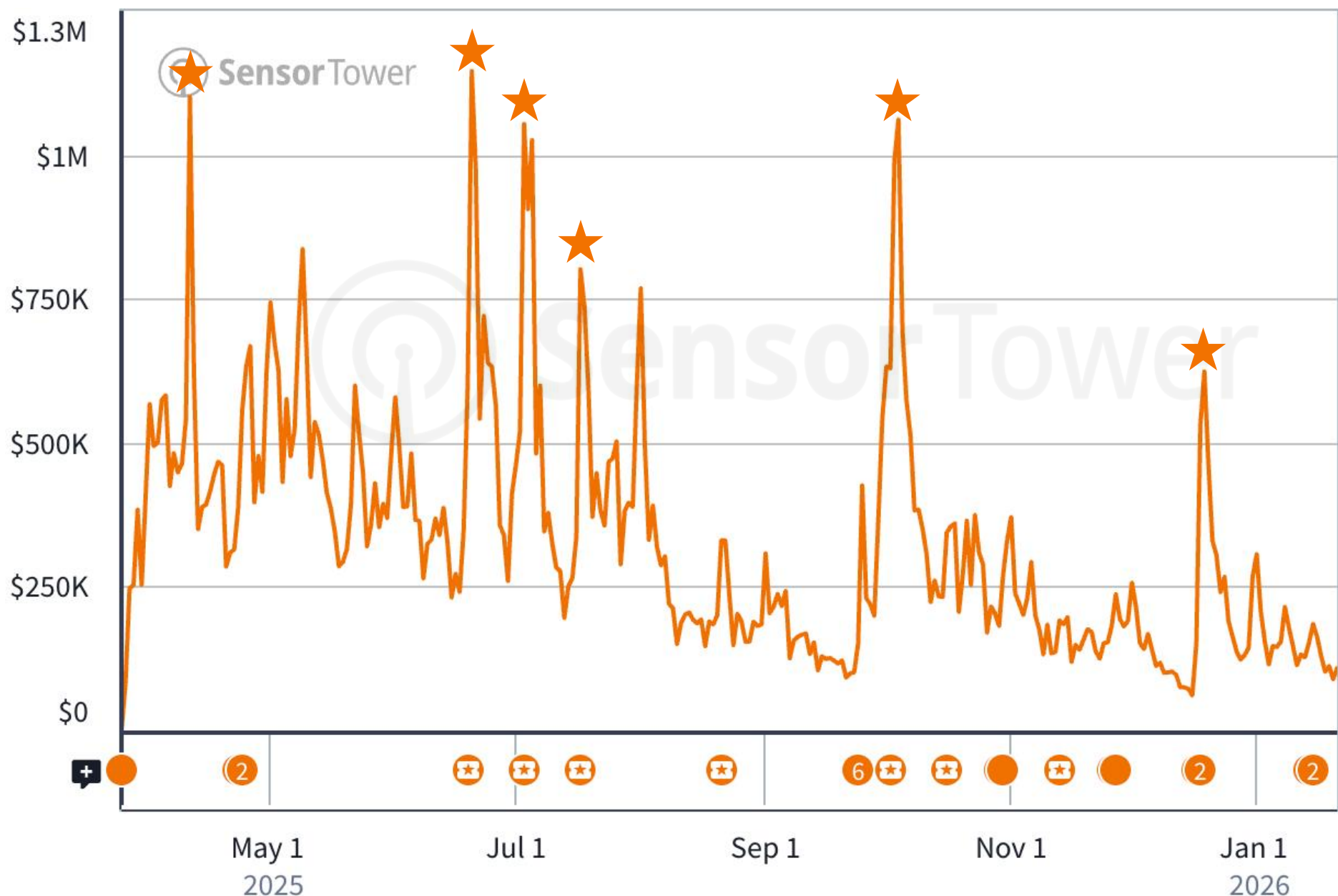
数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & 运营活动洞察平台
说明：Sensor Tower 统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

《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。

