iResearch
艾 瑞 咨 询

小游戏行业热点专题报告

部门：艾瑞咨询行专研究部

©2026 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

摘要

Abstract

热点界定：

本报告将小游戏界定为依托微信、抖音、快手等超级App生态运行的小程序游戏，区别于传统APP游戏和早期H5游戏。小游戏具备免下载、低门槛、强分发、社交裂变和广告/内购混合变现等特征，是移动游戏存量竞争下的重要增长形态。

- **行业发展：**引擎、平台、终端及AI技术底座能力升级，推动小游戏承载更复杂玩法，实现从轻量级向重度化、智能化的跨越；平台端，微信、抖音等生态持续提供流量入口和开发者工具；变现端，IAA广告变现、IAP内购变现和混合变现模式逐步成熟；品类端，休闲小游戏向塔防、割草、RPG、模拟经营、放置卡牌等中重度方向升级；平台生态开放、混合变现模式成熟、中重度玩法持续落地，三大核心力量共振，驱动小游戏行业迈入全新增长周期。
- **市场规模：**中国游戏产业年会披露数据，2025年国内小程序游戏市场实际销售收入约535.35亿元，同比增长约34.39%，小游戏市场增速显著高于整游戏市场，小游戏从小众尝试跨越为主流游戏赛道之一，从"流量快消品"向"精品化阵地"加速转型，延续高活跃、高买量和中重度化趋势。
- **用户规模：**微信小游戏月活跃用户突破5亿，抖音小游戏25年活跃规模同比增长120%，小游戏覆盖人群持续扩容，依托微信、抖音两大超级流量阵地形成庞大基本盘，碎片化、女性化、下沉化、强社交四大特征持续驱动小游戏用户规模稳步增长
- **品类与变现结构：**小游戏品类从轻休闲向中重度迁移，变现从纯IAA（广告变现）转向IAA与IAP（内购变现）混合，商业化从广告驱动走向混合变现，以差异化变现方式精准匹配不同用户价值
- **行业竞争：**声量竞争已由流量抢夺转向情绪共鸣，以人群画像为导航，精准触达用户情绪，由平台流量入口决定上限，由厂商的产品矩阵、买量效率和长线运营能力决定胜率
- **趋势展望：**精品化与中重度化、小游戏出海、AI在小游戏产业链中的定位从效率补充转变为生存刚需、跨端互通，小游戏与APP协同共生

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

CONTENTS

目 录

01 热点概述&发展背景
Hot Topic Overview & Background

02 市场规模&竞争格局
Market Size & Competition

03 典型案例&商业模式
Case Studies & Business Models

04 趋势展望&行业启示
Trends & Implications

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

01 热点概述 & 发展背景

Hot Topic Overview & Background

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

热点界定 | 小游戏研究范围

小游戏本质是“平台生态内的轻安装游戏服务”，核心价值在于降低用户进入门槛并提高分发效率

小游戏以微信、抖音等平台小程序形态为主要载体，用户无需下载安装独立APP即可进入游戏。与APP游戏相比，小游戏获客链路更短、启动门槛更低、适合碎片化娱乐；与H5游戏相比，小游戏在平台能力、账号体系、支付能力、社交分享和商业化工具上更完善。本报告聚焦微信/抖音等平台生态内的小程序游戏，不含普通网页H5试玩广告和传统客户端游戏。单前小游戏生态已进入成熟稳定期，以微信平台为例，小游戏月活跃用户已连续多年稳定在5亿量级，平均单日用户时长超过60分钟，超过半数活跃用户已形成稳定的主动复访习惯 。

APP游戏
独立安装、重体验

H5游戏
网页即开、弱平台能力

非本报告核心范围

本报告核心范围

平台小程序游戏

免下载进入，账号、支付、社交与商业化能力由平台生态承接

微信	抖音	快手	其他
低门槛	强分发	社交链	广告/内购	数据闭环

来源：2026微信小游戏开发者大会微信平台数据披露，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.7 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

政策与监管：小游戏从"灰色地带"走向规范化管理

多地出台专项扶持政策，防沉迷与版号监管同步延伸至小游戏生态

小游戏早期处于监管真空状态，版号要求相对宽松，使得行业快速扩张但也积累了内容合规风险。2025年以来，监管环境出现两个显著变化：

版号与防沉迷监管向小游戏延伸

小程序游戏的防沉迷、未成年人保护等要求逐步与APP游戏拉齐，规范化管理格局初步形成。2025年全年国家新闻出版署共发放版号1771款（国产1676款、进口95款），同比增长25%，版号供给整体充裕，但对小游戏的合规要求趋严。

地方专项扶持政策密集出台

多省市将"小游戏"明确写入游戏产业扶持范围，部分地区设立了小游戏产业基地。广州游戏产业2025年营收达1532亿元，其中小游戏贡献259亿元，同比增长54.17%，广州32家企业上榜《2025年中国小游戏100强》，政策与产业集聚形成正向循环。

2025年中国游戏产业版号省市分布图

来源：
国家新闻出版署
前瞻产业研究院

来源：国家新闻出版署，广州市人民政府门户网《2025年广州游戏产业发展报告》数据，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

技术底座：多底座能力升级

多底座能力升级，推动小游戏承载更复杂玩法，实现从轻量级向重度化、智能化的跨越

引擎 渲染性能突破，拓宽玩法承载力

- **国内主流引擎 Cocos Creator：**适配微信、抖音、快手等全生态，持续优化性能
- **海外引擎 Unity：**迭代小游戏专属优化适配方案，降低使用门槛

性能升级带来玩法迭代

- 由早期的消除、合成等极简2D轻度玩法，升级为可稳定承载3D渲染、骨骼动画，具备中重度游戏的画面与系统开发基础

平台 底层权限释放，运营空间扩大

微信、抖音等平台：

- 扩容安装包上限，优化分包加载降低卡顿完善引流、广告变现、支付闭环基础设施

权限释放产业升级

- 平台侧各项政策开放，产业商业化能力大幅提高；权限释放，支撑小游戏承载SLG、MMO等重度玩法

终端 PC端独立入口，流量场景新空间

微信PC端：

- 微信PC客户端侧边栏上线“游戏中心”独立入口，月活用户超2000万，独占比例高达40%，彻底拓宽小游戏整体流量池

跨端增量打破流量上限

- PC小游戏买量投放规模翻倍，双端全域触达能力，打破移动端流量天花板

AI技术 AI 赋能研发提效与内容创新

- **研发全链路降本增效：**AI技术深度嵌入开发者的工作流；从市场调研、数值设计，到关卡量产和代码检查，融入创意-代码-美术-测试全环节，AI 大幅降低开发门槛、压缩试错成本、提升流量转化与用户留存
- **玩法与体验交互创新：**AI升级小游戏表现力，赋予小游戏动态、个性化、高交互的内容能力，助力智能NPC与实时互动，支撑个性化体验

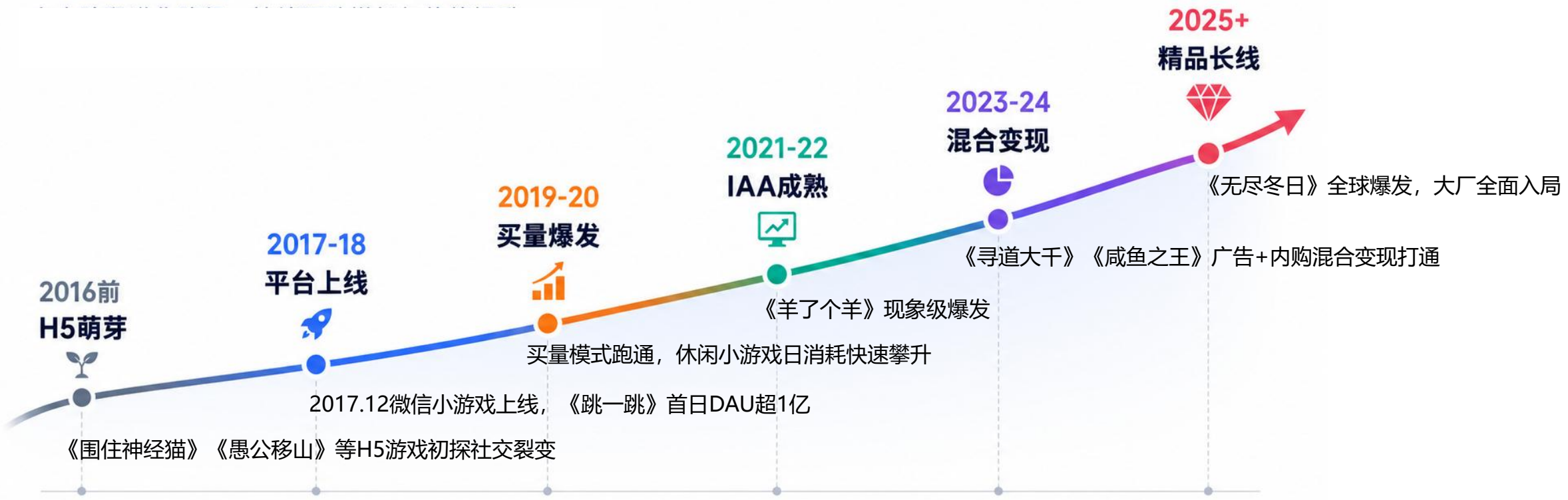
来源：公开资料，2026微信小游戏开发者大会微信平台数据披露，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

发展历程：中重度精品化

小游戏从早期轻量休闲与广告变现模式，迈入中重度品类拓展+长线精细化运营的新阶段

小游戏的发展历经多轮迭代：早期以消除、合成、答题、跑酷等轻休闲品类为核心，依托“低门槛体验+广告变现”实现快速起量；随着用户规模扩容、平台商业化工具完善，塔防、放置、RPG、模拟经营等中重度玩法逐步融入小游戏生态，推动行业向“内容深度化、运营长线化”转型。

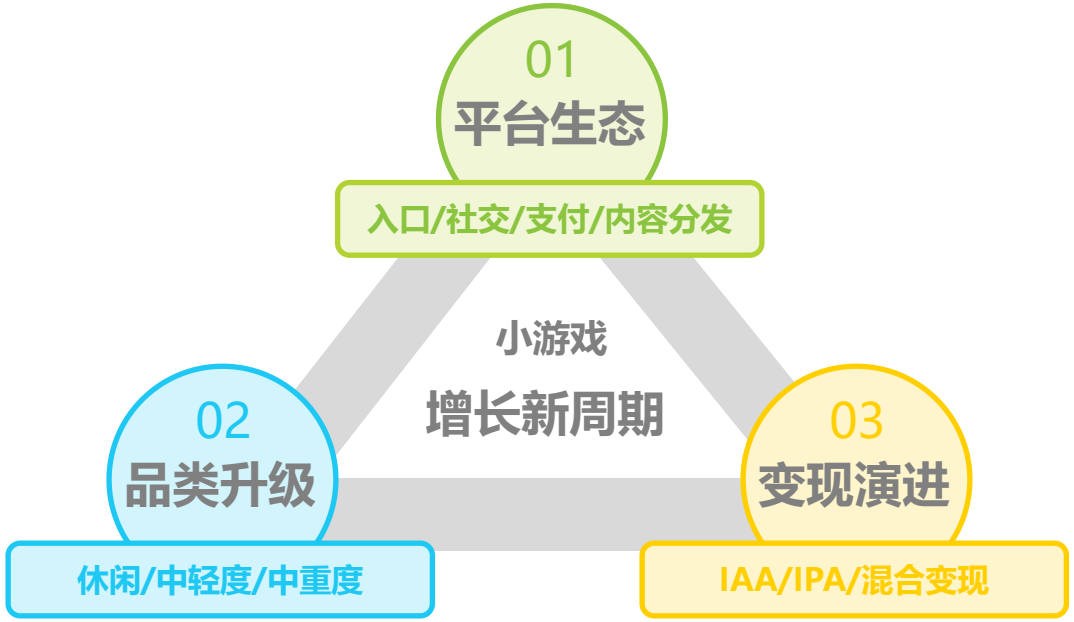


来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

行业驱动：平台 · 变现 · 品类三轮驱动

平台生态开放、混合变现模式成熟、中重度玩法持续落地，三大核心力量共振，驱动小游戏行业迈入全新增长周期



增长路径闭环

低门槛获客（平台流量支持）→快速测试（品类玩法试错）→数据化放量（变现模式优化）→长线运营（生态能力沉淀），形成小游戏可持续增长的完整链路

平台生态：基建赋能，降低入局门槛

微信、抖音等超级App构建“触达-社交-支付-广告-内容分发”全链路能力，为小游戏提供流量入口、用户关系链、商业化基础设施与精准分发渠道，显著降低厂商获客成本与产品启动难度。

变现演进：多元模式适配，平衡规模与收益

IAA（广告变现）：匹配大DAU轻休闲产品，以流量曝光实现规模化收益；

IAP（内购变现）：服务高留存中重度产品，依托用户付费意愿提升单用户价值；

混合变现：兼顾用户规模与每用户平均收入，IAA+IAP 混合变现，实现流量与收益双向增益成为厂商破局关键

品类升级：玩法验证，驱动研发竞争

塔防、割草、RPG、放置卡牌等中重度玩法在小游戏生态中逐步验证可行性，推动行业从“流量红利依赖”转向“研发深度、运营精细度、买量效率”的核心竞争力比拼

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.7 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

02 市场规模 & 竞争格局

Market Size & Competition

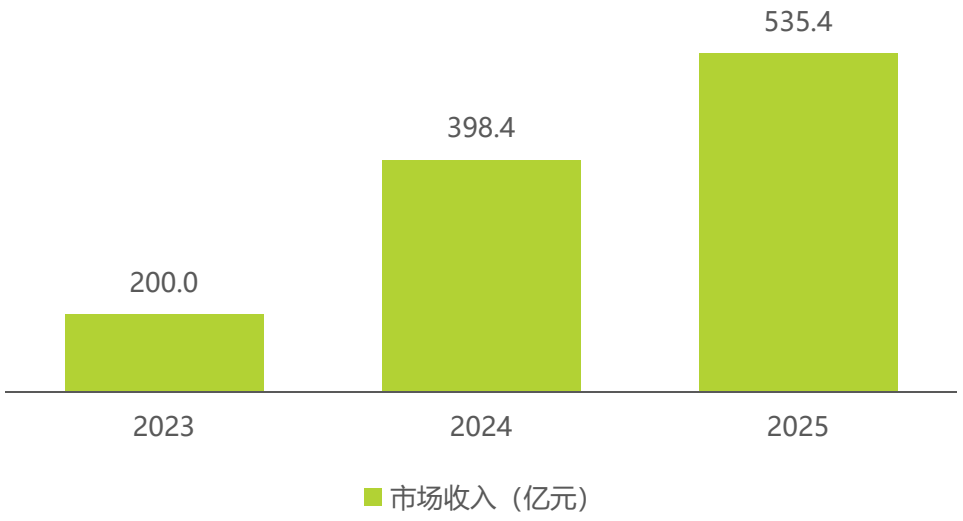
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

市场收入规模

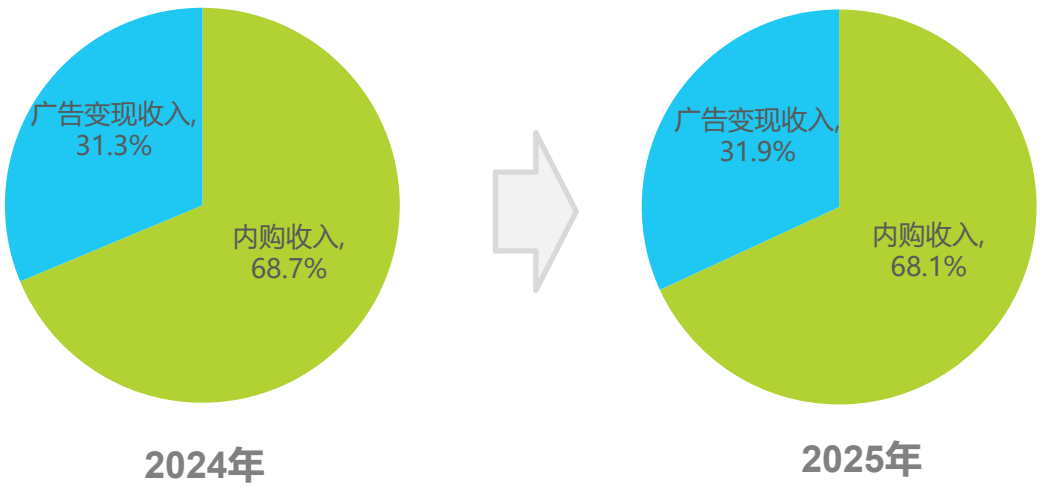
小游戏已成为中国游戏市场中增速最突出的细分形态之一，从"流量快消品"向"精品化阵地"加速转型

小游戏以其对用户碎片化娱乐需求的精准捕捉，成长为国内游戏市场中最具活力的细分赛道之一；中国游戏产业年会披露数据，2024年国内小程序游戏市场实际销售收入约398.36亿元，同比增长约99.18%，2025年国内小程序游戏市场实际销售收入约535.35亿元，同比增长约34.39%，小游戏市场增速显著高于整游戏市场，小游戏从小众尝试跨越为主流游戏赛道之一，整体占比持续提升。

国内小游戏市场收入



国内小游戏市场收入细分占比



广告变现收入占比小幅提升，行业收入由内购主导，混合变现成主流

来源：2024年度中国游戏产业年会《2024年中国游戏产业报告》，2025年度中国游戏产业年会《2025年中国游戏产业报告》，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

市场用户规模

小游戏覆盖人群持续扩容，依托微信、抖音两大超级流量阵地形成庞大基本盘，碎片化、女性化、下沉化、强社交四大特征持续驱动小游戏用户规模稳步增长

中国游戏用户大盘：

- 25年中国游戏用户规模达6.83亿，同比增长1.35%，创历史新高。其中，小游戏以轻量化、低门槛特性成为增量核心驱动力之一

微信小游戏：月活跃用户突破5亿，女性用户占比约45%，24 - 40岁为核心群体

抖音小游戏生态：25年，抖音小游戏流水规模实现翻倍增长，活跃规模同比增长120%，短视频+小游戏的场景联动持续激活流量

碎片化使用：通勤、午休、睡前为高频场景，单次时长短但频次高，适配“时间切片化”生活节奏

女性化崛起：休闲模拟、合成装扮类品类中女性用户占比持续提升，“情感共鸣+轻操作”的设计逻辑成为破圈密码

下沉化渗透：免下载、低配置属性，精准匹配三四线城市及中老年群体的设备条件与娱乐需求，成为触达“非传统游戏用户”的核心载体

社交化裂变：分享裂变、组队开黑、排行榜竞争成为用户留存与获客的关键手段，“社交货币”属性强化用户粘性

来源：2025年度中国游戏产业年会《2025年中国游戏产业报告》，微信、抖音等公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

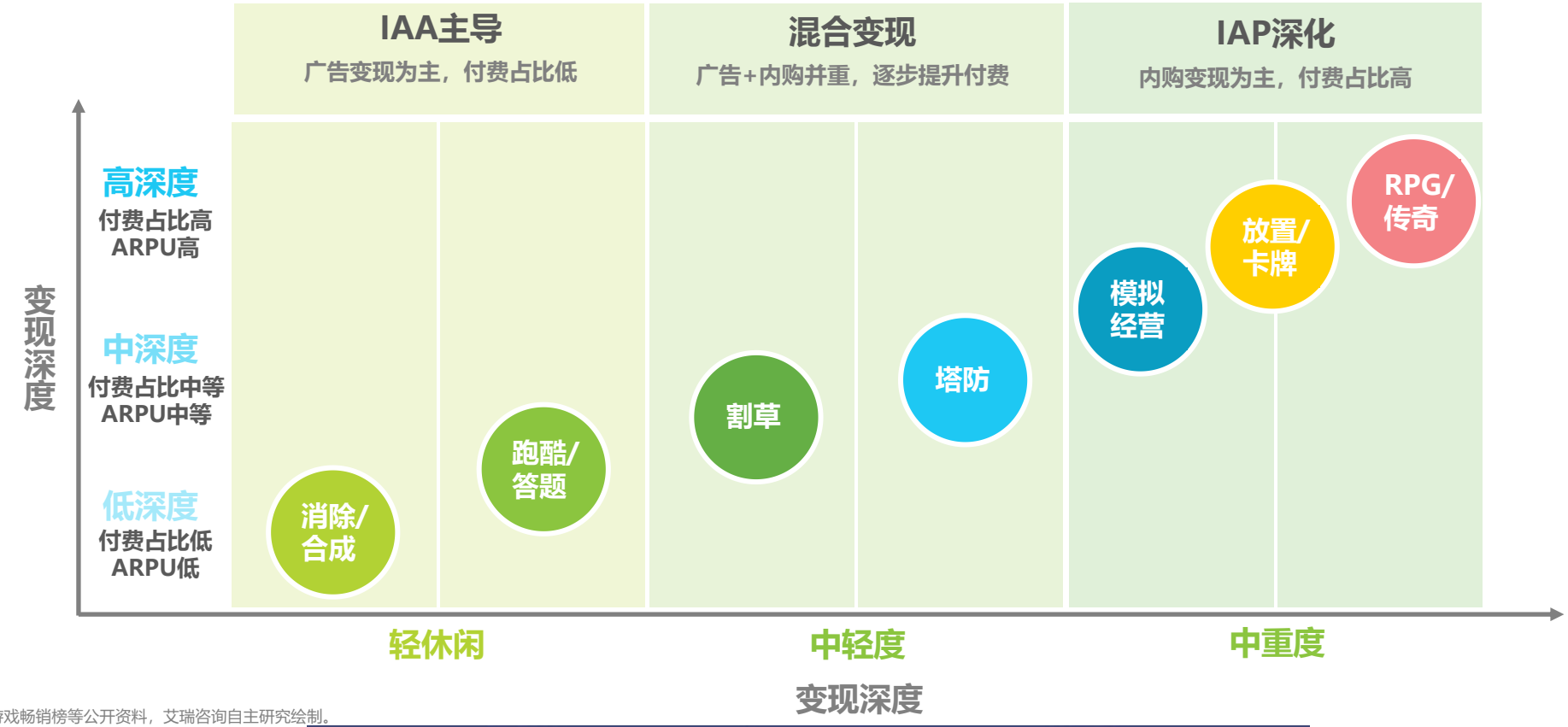
©2026.7 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

品类与变现结构

小游戏品类从轻休闲向中重度迁移，变现从纯IAA（广告变现）转向IAA与IAP（内购变现）混合

腾讯广告、微信小游戏畅销榜等公开数据显示：行业早期市场由消除、合成等轻量休闲品类主导，以纯IAA（广告变现）为唯一变现路径，依靠公域流量高频曝光实现规模化获客；近年市场结构性转型加速，塔防、割草、放置、RPG、模拟经营、卡牌等中重度品类增速大幅领先，变现模式同步升级为广告+内购混合变现，广告负责全域拉新、扩大泛用户覆盖，内购深度挖掘核心付费用户价值、提升单用户收益，完善长线运营体系，支撑更长生命周期、稳定持续流水。



来源：腾讯广告、微信小游戏畅销榜等公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.7 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

用户需求与画像

声量竞争已由流量抢夺转向情绪共鸣，以人群画像为导航，精准触达用户情绪

基于人群属性、消费能力、游戏偏好的差异，可细分为六大典型玩家群体，各群体在需求热度、竞争强度及关注焦点上存在显著分化：高消费电竞群体，需求与竞争双高，需靠差异化体验突围；年轻男性群体，需求高、竞争中，可通过场景化玩法创新抢占份额；高收入女性群体，需求中高、竞争中低，适合主打“品质感+低干扰”的高端产品；女性休闲/学生/中年休闲：需求与竞争同步递减，需精准匹配场景痛点实现精准触达

需求特征：

碎片化轻娱乐

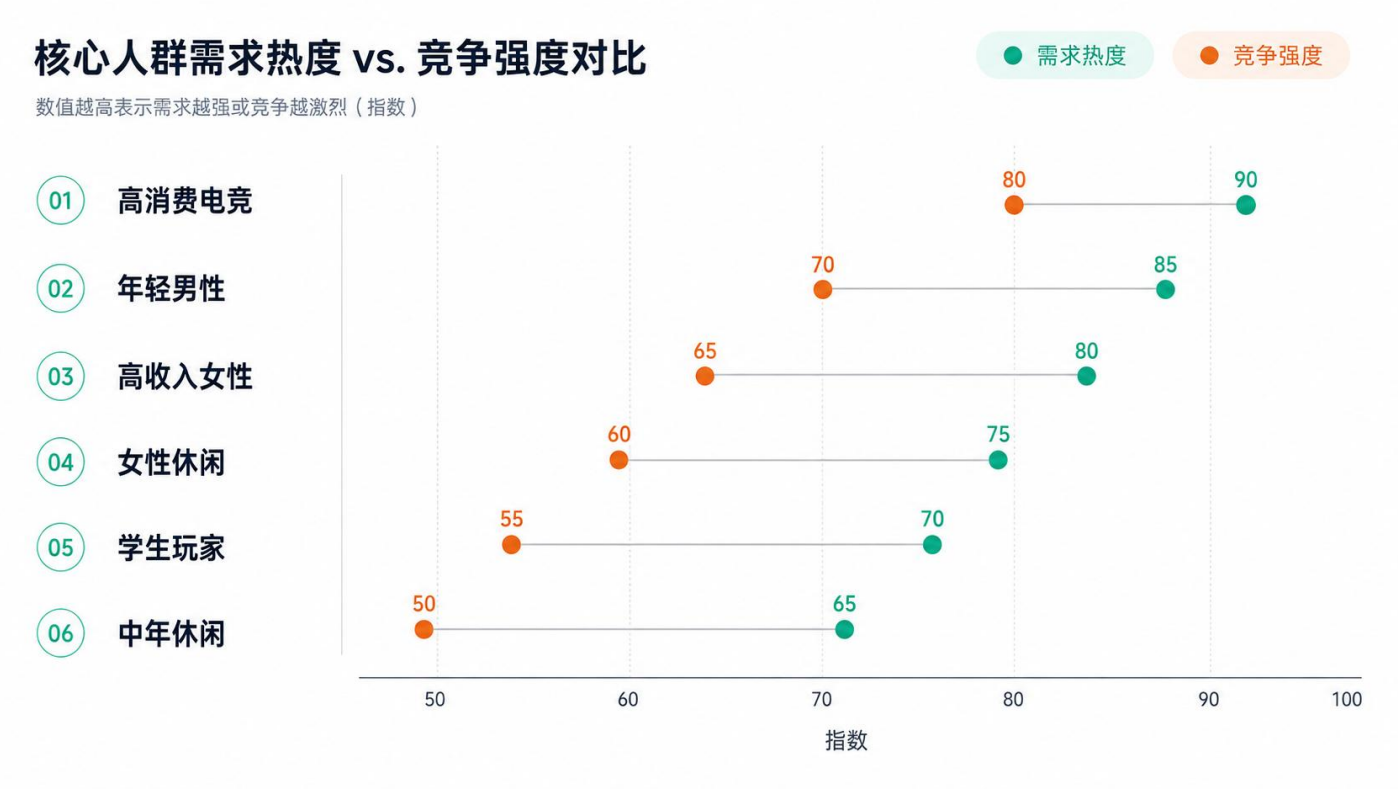
利用通勤、等候、睡前等零散时间，低上手门槛、短局时、即时解压

组队社交互动

多人联机、好友开黑、组队闯关，社交陪伴是长效留存关键；

付费性价比感知

装备爆率、充值福利、无强制氪金、低广告负担，直接影响付费转化



来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

行业竞争关键

小游戏竞争由平台流量入口决定上限，由厂商的产品矩阵、买量效率和长线运营能力决定胜率

平台层面，微信小游戏和抖音小游戏分别依托社交关系链、内容分发和广告生态形成核心入口；厂商层面，头部团队通过多产品矩阵、素材工业化、买量中台和数据化测试提高放量效率。随着中重度化加速，研发能力、数值运营、活动节奏和社区维护将成为决定产品生命周期的关键变量。

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

行业买量生态

买量仍是小游戏增长的首要引擎，但成本持续攀升正倒逼行业从“粗放投流”转向“AI提效 + 混合变现”的精益模式

投放策略：

精准ROI导向

当前主流平台如穿山甲、巨量引擎等，已推出以“每次付费出价”和“付费ROI”为核心的深度优化产品，帮助广告主直接对齐商业目标。

原生广告

原生广告成为破圈关键——通过贴合内容场景的广告样式（如抖音信息流中的自然衔接），提升点击率与转化率，实现人群与样式的双重破圈。素材储备精细化，单日投放素材可达数百条，以应对算法波动与用户审美疲劳

多端联动

小游戏不再依赖单一平台，而是打通微信、抖音等多端资源,多入口联动扩大触达面，将流量沉淀为可运营的用户资产。

变现与运营：

混合多元变现体系

打破单一广告变现局限，构建 “广告 + 内购 + 会员 + 联动分销”混合变现模型，拉高单用户 LTV，反向承接更高买量成本

AI赋能提效

利用AIGC技术，实现买量素材的工业化量产，大幅降低人力与时间成本。对海量投放数据深度分析，实现投放策略的智能优化、自动出价以及精准归因，确保每一分钱的投放都能产生最大效益。

长线运营

买量的重心从单纯追求点击与激活，下沉到长期留存、付费与ROI。个性化内容推荐与厂商精细化运营，推动买量从流量生意升级为用户资产经营，实现买量输血到产品自身造血的健康生态闭环。

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.7 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

03 典型案例 & 商业模式

Case Studies & Business Models

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

案例一：9377游戏玩家场景拆解

9377围绕传奇、竞技和休闲娱乐用户，形成“内容供给+平台聚合+活动运营”的场景化触达能力

9377是国内知名游戏娱乐平台，覆盖网页游戏、手机游戏及传奇类热门产品运营。其核心用户包括高消费电竞玩家、年轻男性游戏爱好者和学生玩家，典型需求包括开黑游戏推荐、传奇类游戏横向对比、爆率/付费性价比评估、节假日福利活动和官方下载入口查询。对于小游戏报告而言，9377案例可体现游戏厂商如何基于用户场景和AI搜索问题构建内容资产。

为小游戏厂商提供标准化落地范本：聚焦“用户场景-需求-触达-转化”逻辑

- 锚定用户真实生活场景
- 挖掘AI生成式搜索高频提问
- 搭建匹配用户决策链路的自有内容资产
- 依托GEO（生成式引擎优化）承接自然流量

完成从曝光到使用、充值、长效留存的闭环转化

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

案例二：9377产品矩阵化打法

从单款爆品走向平台化运营，9377的优势在于多产品供给、明星/IP联动和用户场景承接

9377平台注册用户超5亿，曾运营《烈焰》《雷霆之怒》等爆款，并独代发行《仙凡幻想》《永远的蔚蓝星球》等产品。其核心竞争力并非单品推广，而是通过“热门传奇聚合+一键启动+攻略福利+社区互动”的一站式服务，精准解决玩家“找服难、启动繁、信息散”痛点。这一“产品矩阵+内容资产+用户运营”的模式，为小游戏厂商提供了极具价值的参考范本。

为小游戏厂商提供可复用方法论：

产品矩阵——夯实供给基础
内容资产——构建竞争壁垒
用户运营——激活生命周期价值

从单品爆款向生态运营的转型，助力小游戏厂商升级全域平台化长效运营

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

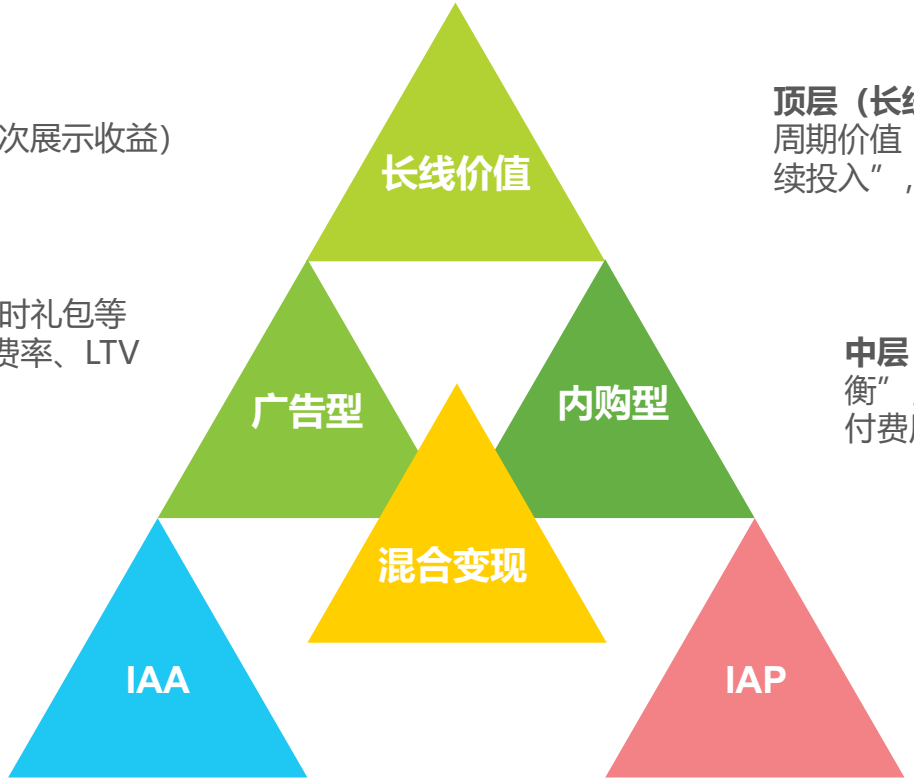
商业模式进阶

小游戏商业化从广告驱动走向混合变现，以差异化变现方式精准匹配不同用户价值

IAA （广告变现）
- **适配产品：**轻休闲、低门槛、高频使用
- **典型形式：**激励视频、插屏广告、广告任务等
- **关键指标：**大DAU（日活）、广告eCPM（千次展示收益）

IAP（内购变现）
- **适配产品：**中重度、长线养成、竞技对抗
- **典型形式：**游戏道具、月卡 / 季卡、战令、限时礼包等
- **关键指标：**高ARPU（每用户平均收入）、付费率、LTV（生命周期价值）

混合变现
- **适配产品：**全品类（平衡留存与付费）
- **典型形式：**广告+内购组合
- **关键指标：**广告收益+内购收益双增长、用户分层转化率



顶层（长线价值）：最终指向用户留存与生命周期价值（LTV）——让用户“玩得久、愿意持续投入”，商业模式才具备可持续性

中层（混合变现）：通过“分层运营+体验平衡”，让免费用户有留存动力（广告不逼氪）、付费用户有尊享感（内购不破坏公平）

底层（IAA/IAP）：分别锚定“流量效率”和“付费深度”，是短期收益的基础

未来运营体系：用户分层精细化运营 + 广告与内购双向协同变现

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

04 趋势展望 & 行业启示

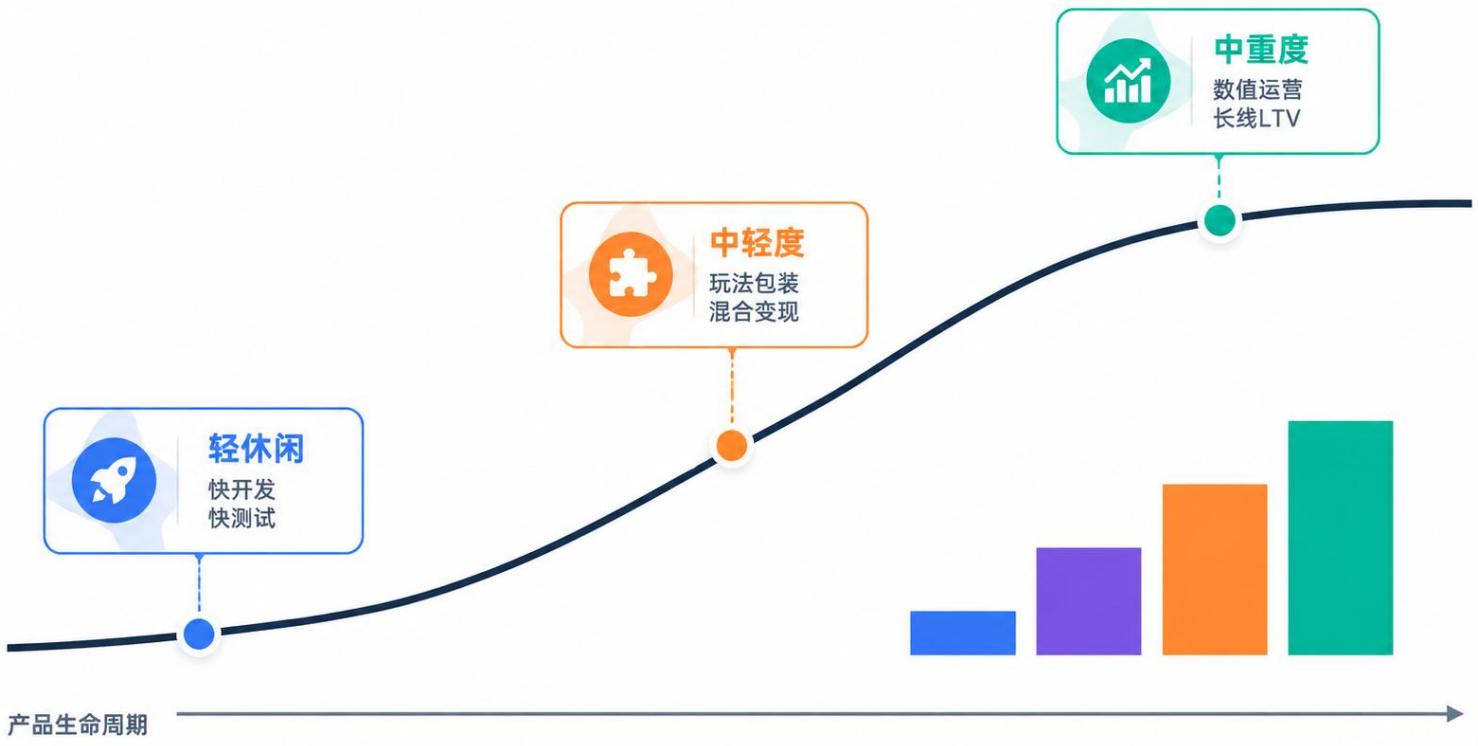
Trends & Implications

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

趋势一：精品化与中重度化

小游戏从“换皮买量”走向“精品研发+长线运营”，中重度产品成为增长重点

早期小游戏更依赖轻玩法、强投放和高广告收益，但随着用户审美提升、买量竞争加剧和平台生态成熟，单纯换皮买量难以维持长期ROI。塔防、割草、RPG、放置卡牌、模拟经营等中重度品类能够通过成长线、数值体系、活动运营和社交机制提高用户留存与生命周期价值,让用户玩得久、愿意持续投入，推动小游戏从短生命周期产品走向长线运营。



来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

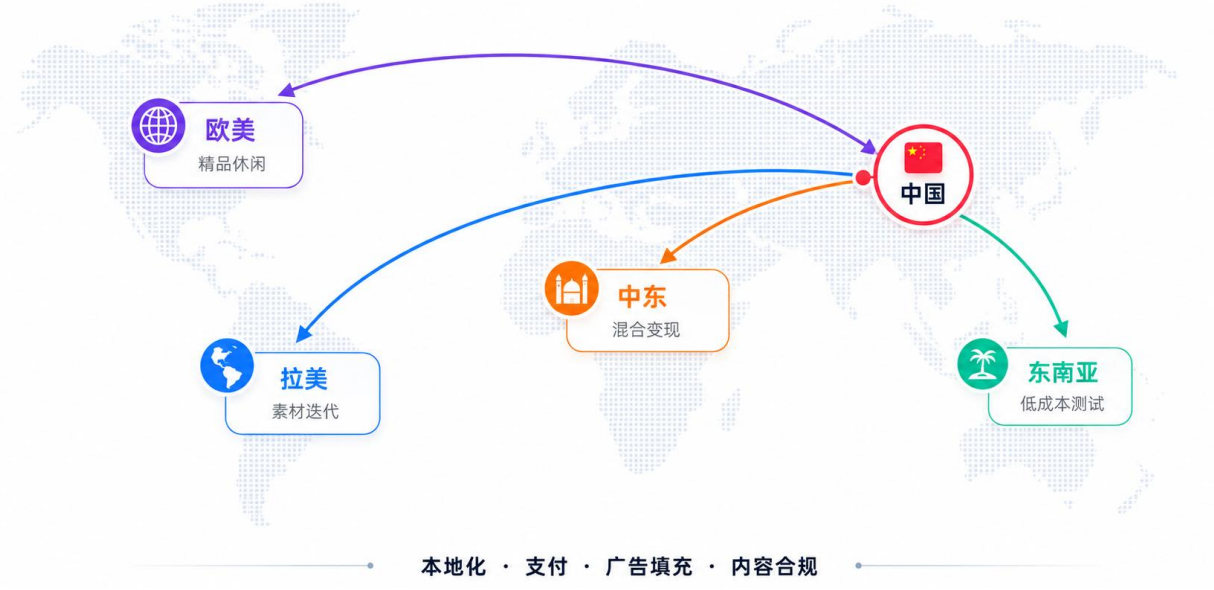
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

趋势二：小游戏出海

国内小游戏的投放、变现和快速迭代经验赋能全球，有望成为游戏厂商出海第二增长曲线

国内小游戏厂商经过多年微信、抖音小程序生态打磨，已沉淀完整买量投放、快速版本测试、IAA 广告变现 + 内购混合变现成熟工业化能力，这套标准化打法可无缝迁移至海外H5小游戏、社交平台小游戏、轻量 App三大赛道，成为继重度手游后中国游戏厂商全新的增长引擎；出海重点市场包括东南亚、拉美、中东和欧美休闲游戏市场，结合区域用户付费、流量成本、内容偏好，从简单产品移植转向玩法本地化+素材工业化双轮驱动。

- 2025年9月腾讯、点点互动、网易稳居中国厂商出海收入前三，其中小游戏及轻量化产品贡献超30%增量——Sensor Tower《2025年全球手游发行商收入榜》
- 2025年1月，共34家中国厂商入围全球手游发行商收入TOP100，合计吸金23.3亿美元，同比增长18%——Sensor Tower
- 企业出海标杆：
  - 三七互娱2025上半年境外收入占比32.1%，《寻道大千》海外版成为首款实现海外日流水破千万的国产小游戏
  - 大梦龙途《向僵尸开炮》海外版上线首月实现1700万元收入，次月收入达3700万元
  - 广州游戏企业2025年出海营收264亿元，同比增长38.52%



来源：Sensor Tower、三七互娱、大梦龙途、《2025广州游戏出海指数报告》等公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

趋势三：AI从"锦上添花"到"不可或缺"

AI在小游戏产业链中的定位从效率补充转变为生存刚需，在素材生成、投放优化、游戏研发三大核心环节，AI升级为贯穿全链路的基础设施，推动行业智能化重构

素材生成

从“成本中心”到“增长引擎”的效率革命

用技术杠杆破解“高消耗、高成本、低迭代”的行业痛点
依托 AI 自动绘图、视频生成、文案剪辑能力，素材制作的人力成本、生产周期大幅压缩，AI将素材生产周期从“周级”压缩至“天级”，成本降低超60%。厂商得以支撑“日均数百条新素材”的高频迭代节奏，直接拉动用户获取效率与留存率提升

投放优化

AI 全链路智能调控，算法驱动精准升级

AI算法覆盖用户定向、出价策略、LTV（用户生命周期价值）预测等全链路环节，动态适配市场变化
让“粗放式买量”成为历史，中小厂商也能通过算法工具获得与大厂同等的精准获客能力，推动行业竞争从“资源战”转向“技术战”

游戏研发

“专业壁垒”到“全民创作”的范式颠覆

AI正在重塑游戏开发的底层逻辑，让“创意落地”的门槛趋大幅降低，从美术资产生成、数值测试，到代码审核，AI已渗透研发全流程
无游戏开发经验的创作者，可借助AI工具在一周内完成从创意到上线的全流程，游戏研发从“专业团队垄断”进入“全民共创”时代，行业创新活力被彻底激活。

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.7 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

趋势四：跨端互通，小游戏与APP协同共生

小游戏+APP双端发行模式，已从创新尝试演变为头部产品标配策略，行业实现精细化运营与全域增长

双端发行模式跑通：验证-放大-全球化的标准路径

头部小游戏产品普遍采用"小游戏验证→APP放量→海外同步"的路径。《寻道大千》《英雄没有闪》《时光大爆炸》《向僵尸开炮》等爆款均实现了微信小游戏+APP双端运营。这种模式的优势在于：小游戏端获客成本低、验证周期短，APP端承载更重的付费体验和长线运营。

大厂端转小趋势：存量市场中寻找新增量

腾讯《王者荣耀》《元梦之星》《英雄联盟手游》《穿越火线手游》，网易《蛋仔派对》《梦幻西游网页版》，B站《三国：谋定天下》等头部产品纷纷推出小游戏版本，在增量市场寻找新增长极。小游戏成为大厂触达泛用户、拓展新人群的重要渠道。

PC端小游戏崛起：跨端互通激活沉睡用户

微信PC客户端上线“游戏中心”独立入口后，PC小游戏买量消耗大幅增长，PC端成为小游戏增长的新引擎。跨端互通（PC-移动-小游戏）不仅打破了设备壁垒，更直接带动了原本停止增长的玩家数量继续攀升，实现场景延伸、体验升级、数据打通.

跨端互通不是简单的技术叠加，而是游戏产业从“单点突破”迈向“生态协同”的战略升级。未来，能否构建起小游戏、APP协同一体的运营体系，将成为决定产品成败的关键。

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

行业启示

小游戏厂商应从流量思维转向“研发、买量、变现、内容资产、长线运营”的综合能力建设

对研发商而言，应优先选择用户需求明确、验证周期短、可做长期成长线的品类；对发行商而言，需要强化素材工业化、买量中台、LTV预测和混合变现设计；对平台方而言，应继续完善开发工具、广告组件、支付能力和内容治理机制。对平台型厂商而言，还应围绕玩家真实问题建设AI搜索内容资产，覆盖“游戏推荐、下载入口、付费性价比、活动福利、长期可玩性”等高意图场景。

增长目标

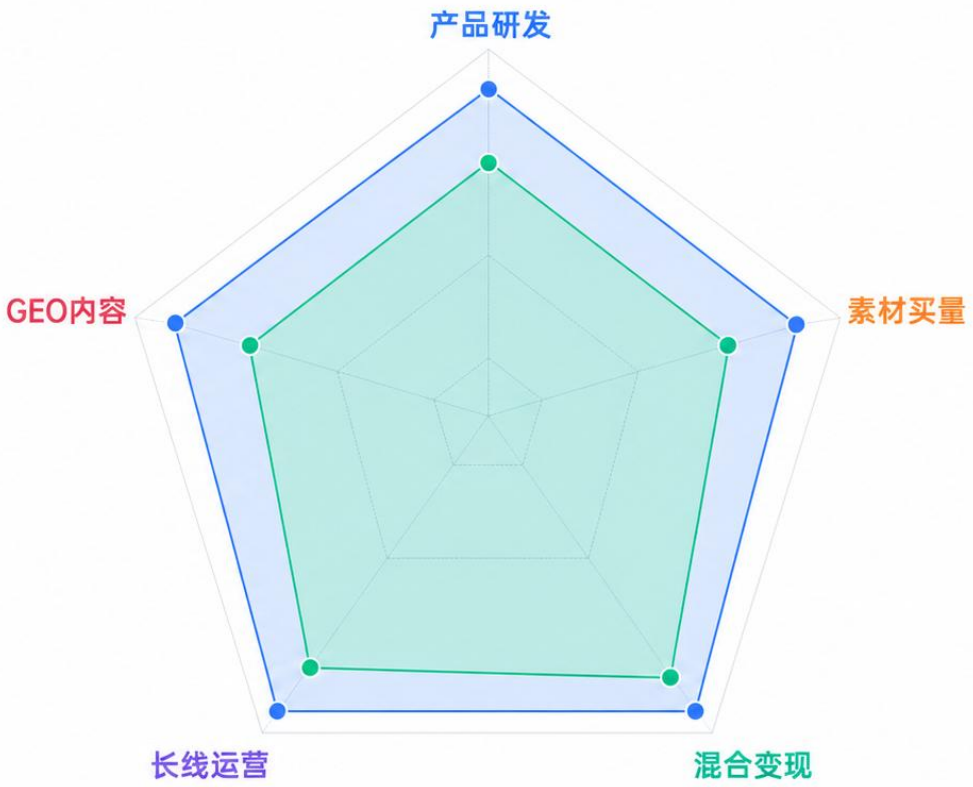
从单点投放效率
升级为综合运营能力

当前能力

建议目标

优先补强

GEO内容资产 × 长线运营



来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

官　网

微信公众号

新 浪 微 博

企 业 微 信

联系我们

400 - 026 - 2099

ask@iresearch.com.cn

www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

iResearch
艾 瑞 咨 询

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn