

بازار و صنعت بازی در ایران

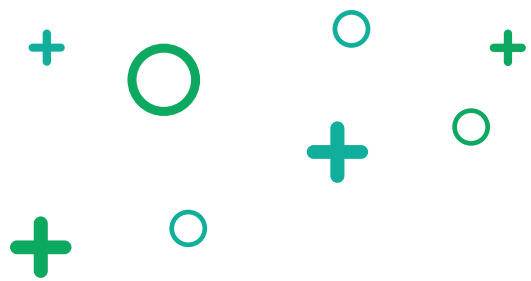
تولید، عرضه و نشر

بازار 

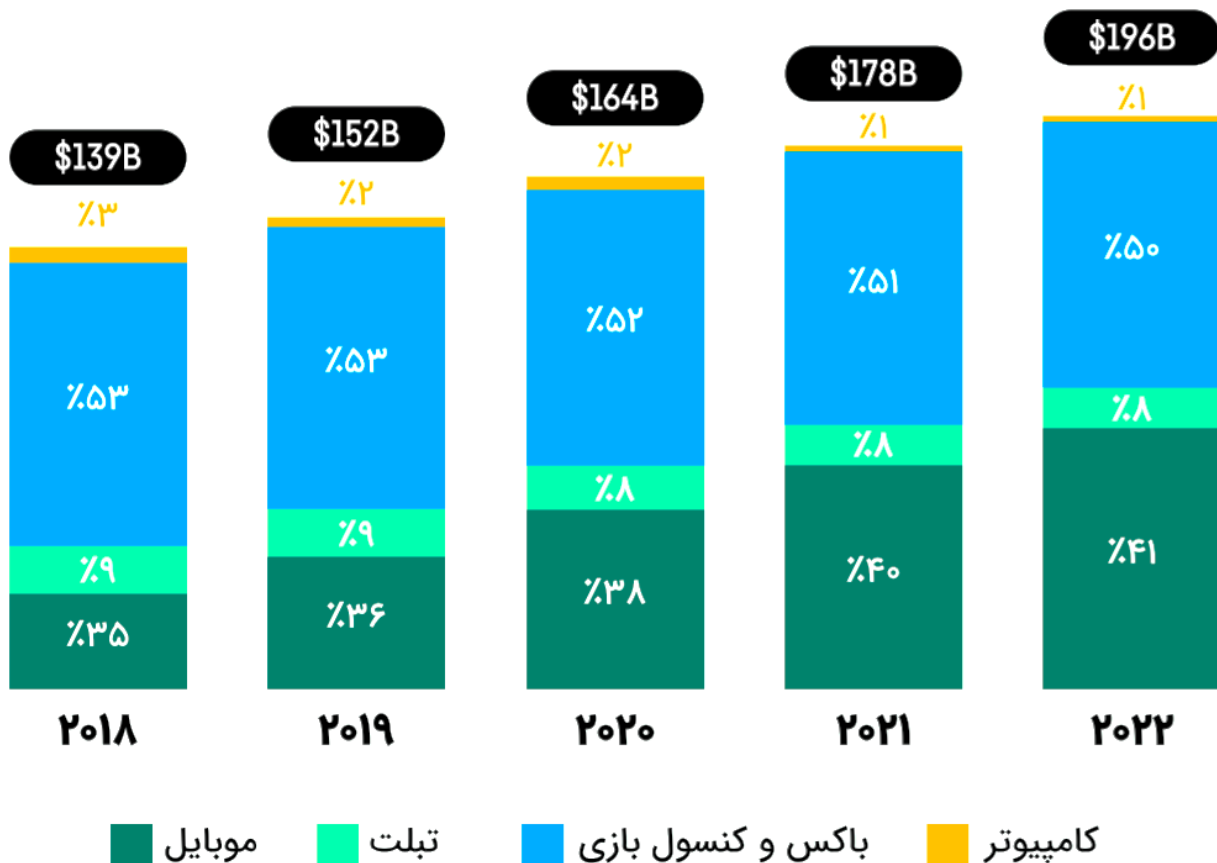
A hand holding a smartphone, with a green overlay covering the entire image. The phone screen shows a grid of small images, possibly a gallery or a social media feed. The background is blurred, suggesting an indoor setting.

صنعت بازی موبایل

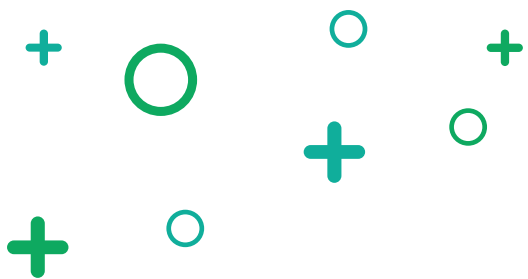
در دنیا و ایران



بازی موبایل در دنیا



- گزارش سال ۲۰۱۸ Newzoo
- ۵۱ درصد سهم بازی‌های موبایل از کل صنعت بازی

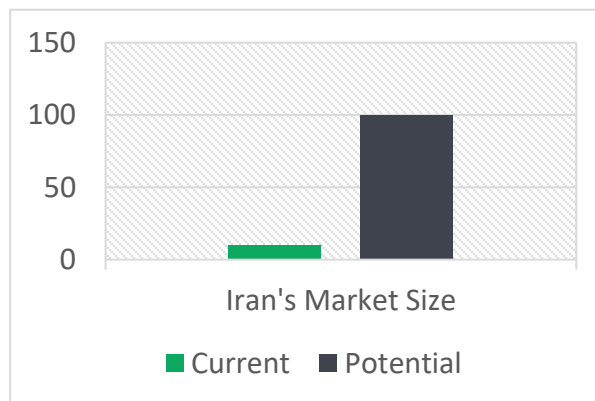


$$\frac{\text{Global Revenue} \times \text{PPP} \times \text{Iran Population}}{\text{Global Population}} = \text{Iran Revenue}$$

$$21.5 \text{ B\$} \times \left(\frac{1}{2} \sim \frac{1}{3}\right) \times \frac{1}{100} = 107.5 \text{ M\$} \sim 71.6 \text{ M\$}$$

$$\text{Iran's GDP} = 0.5\% \text{ of World GDP}$$

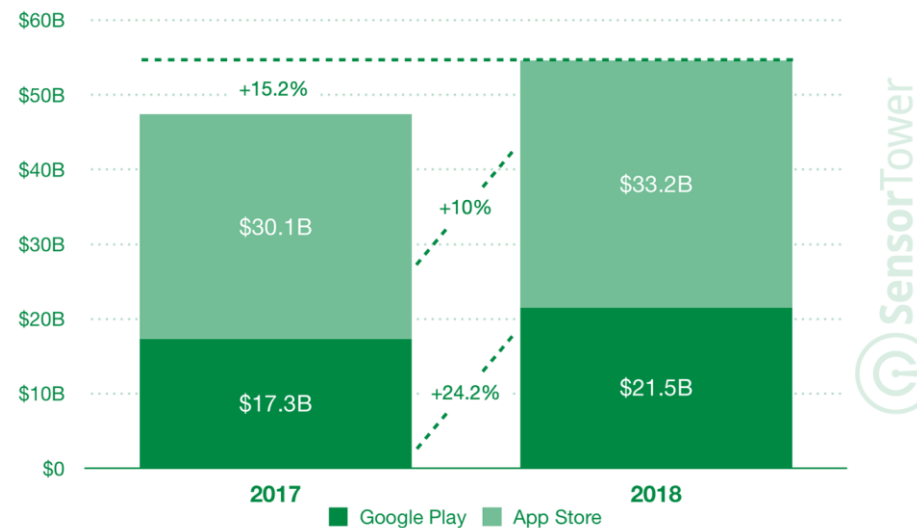
$$21.5 \text{ B\$} \times 0.005 = 107 \text{ M}$$



	Current	Potential
Iran's Market Size (Million \$)	< 9	100

پتانسیل بازار بازی

Worldwide Gross Mobile Game Revenue 2018



SensorTower Data That Drives App Growth

sensortower.com

تعداد مخاطبین بازار



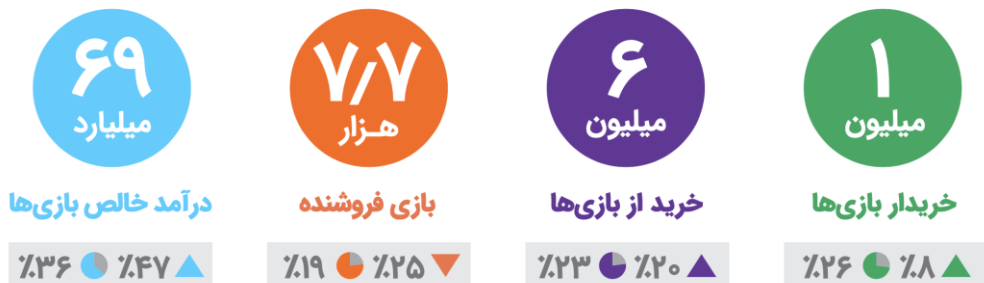
۵ میلیون بازدید روزانه

۲۹ میلیون بازدید ماهیانه

۴۱ میلیون نصب فعال بازار

بازار بازی ها در ایران

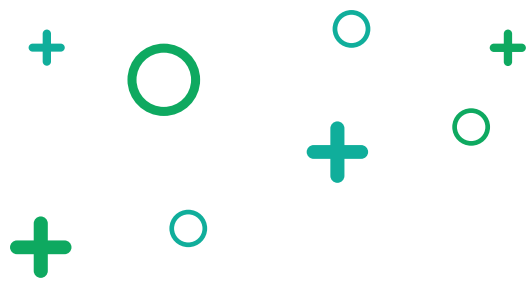
- سهم بازی از درآمد کل
- رشد بازی‌ها در دانلود و درآمد
- رشد مخاطبین بازی در بازار



در سال ۱۳۹۸، یک میلیون خریدار بیش از ۶ میلیون بار از ۷/۷ هزار بازی فروشنده خرید موفق داشتند و در مجموع ۶۹ میلیارد تومان درآمد خالص نصیب صنعت بازی شد.

۱۸ هزار بازی فعال در سال ۱۳۹۸، ۶۷۰ میلیون بار دانلود و یا بروزرسانی شدند به طوری که مجموع نصب فعال بازی‌ها در ۲۹ اسفند ۱۳۹۸ به عدد ۸۳ میلیون رسید.

▲▼ رشد سال به سال ● سهم از کل برنامه‌ها و بازی‌ها



پتانسیل بالای تولید و عدم رقابت در تولید بازی

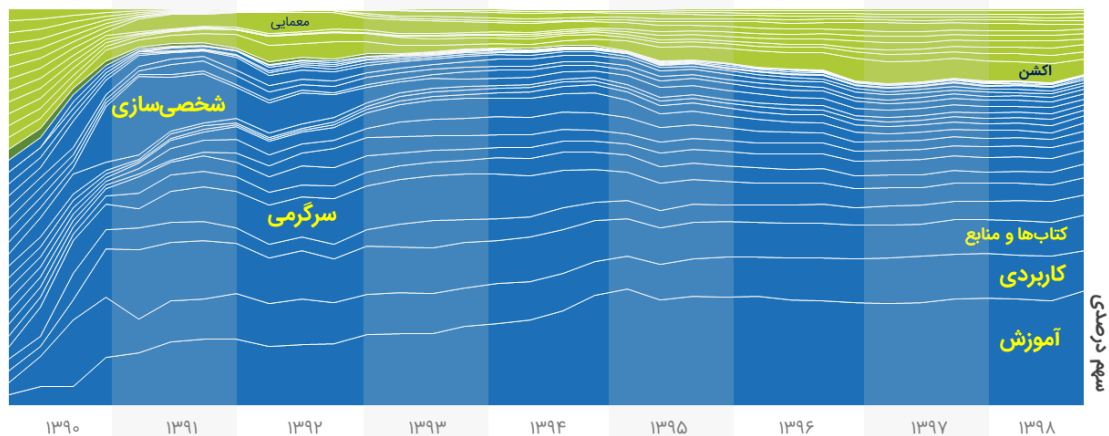
- نسبت بازی سازان به کل ۱۷٪
- نسبت درآمد بازی ۳۶٪



روند رو به رشد عرضه و تقاضای بازی‌ها در ایران

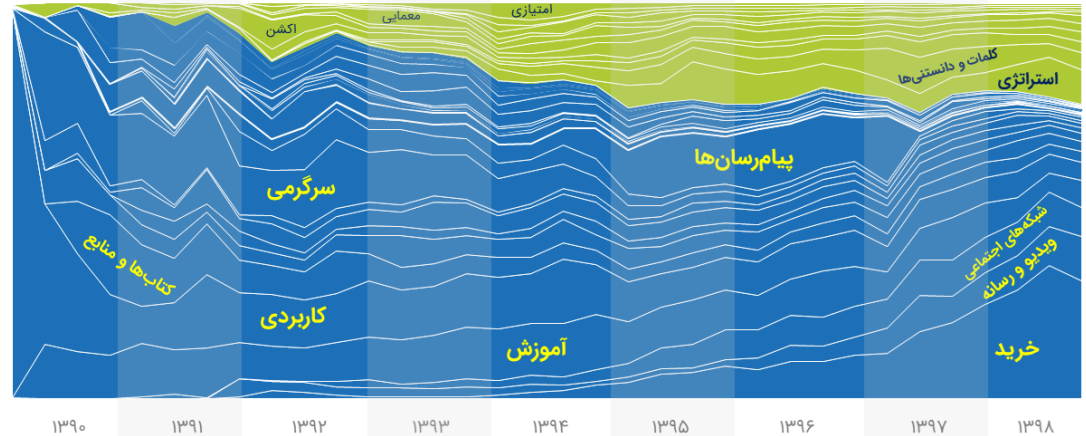
عرضه - برنامه‌های فروشنده

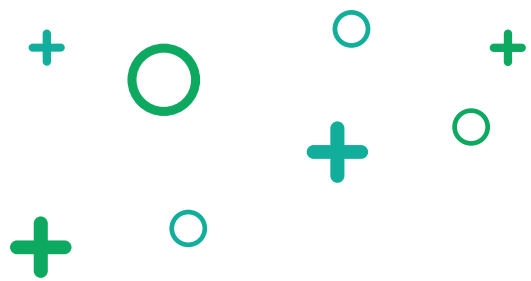
بازی‌ها
برنامه‌ها



تقاضا - خریداران

بازی‌ها
برنامه‌ها

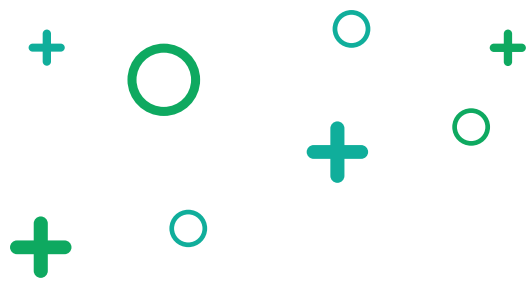




چرا بازی‌ها فرصت‌اند؟



۱. افراد بیشتری به دستگاه‌های هوشمند با صفحه‌ی نمایش و توان پردازشی مناسب برای بازی دسترسی دارند.

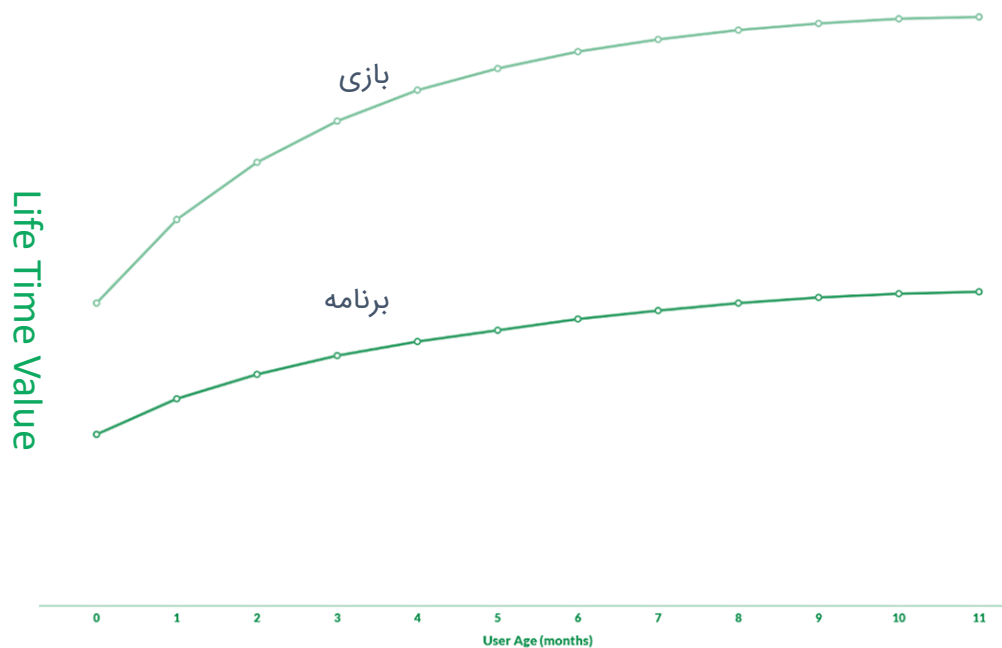


چرا بازی‌ها فرصت‌اند؟

۲. سودآوری مشتریان بازی بیشتر است.

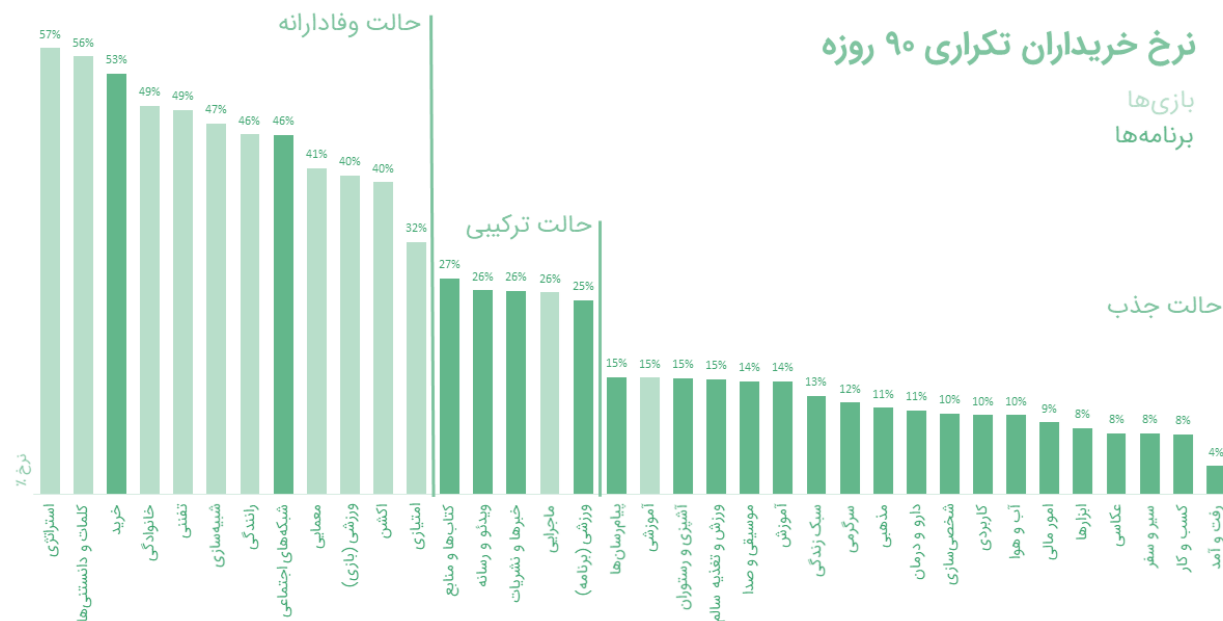
مشتریان بازی، وفادارترند.

ارزش طول عمر مشتری بازی‌ها ۱.۸۹ برابر برنامه‌هاست.



نرخ خریداران تکراری ۹۰ روزه

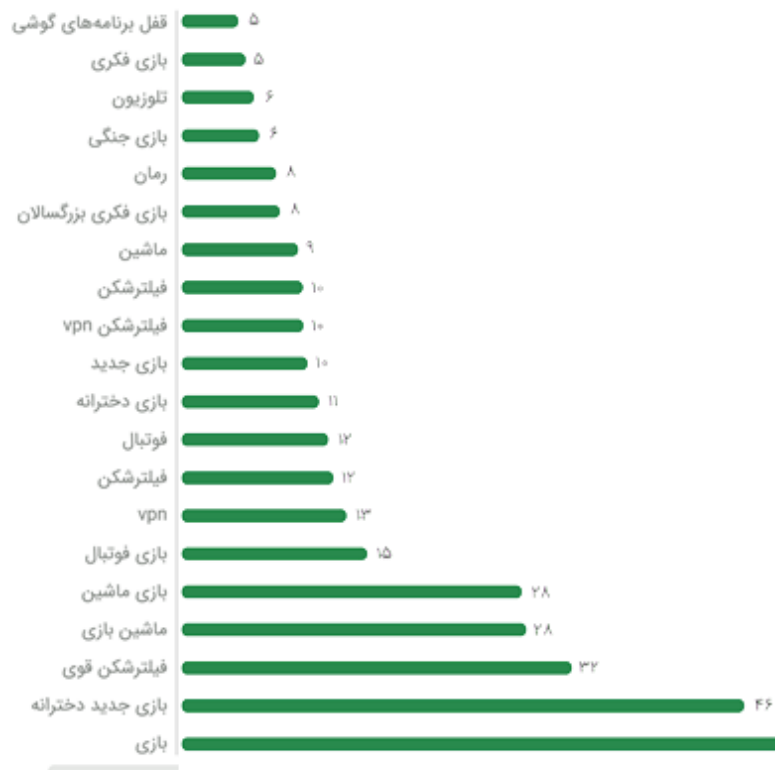
بازی‌ها
برنامه‌ها



حالت جذب

چرا بازی‌ها فرصت‌اند؟

۳. کاربران در جستجوی بازی هستند.



بیشترین جستجوی یک کلمه در ماه - میلیون

Province	Search Volume	Top Search Term
اسفند	4/2	بازی
بهمن	4/5	بازی
دی	3/3	بازی
آذر	4/6	بازی
آبان	3/1	بازی
مهر	3/0	واتساپ
شهریور	3/9	بازی
مرداد	3/9	بازی
تیر	3/8	بازی
خرداد	3/8	دانلود تلگرام تلایبی
اردیبهشت	8/6	تلگرام
فروردین	3/7	تلگرام تلایبی

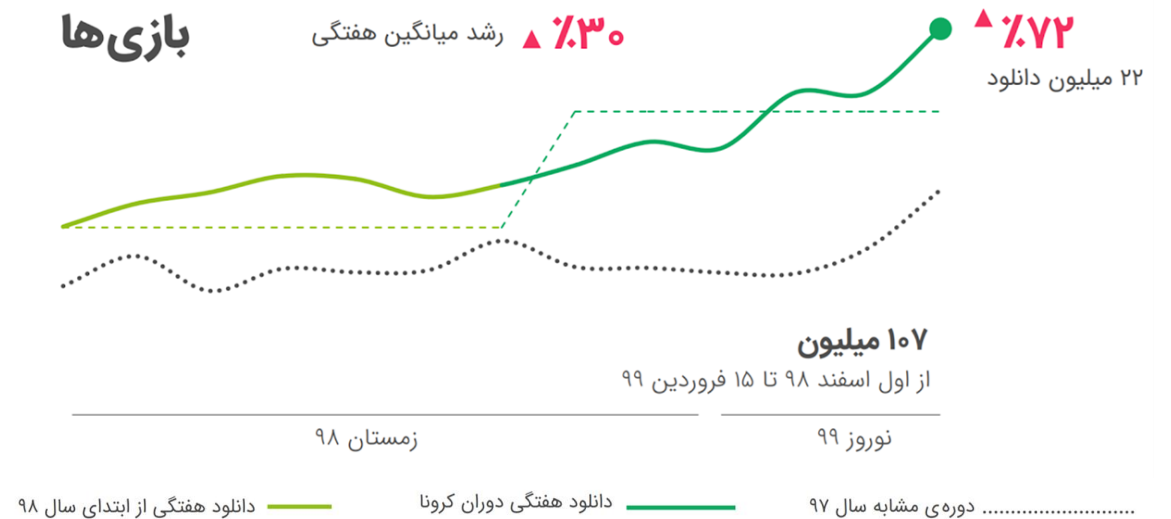
سه عبارت با بیشترین جستجو

نست به بیشترین جستجو

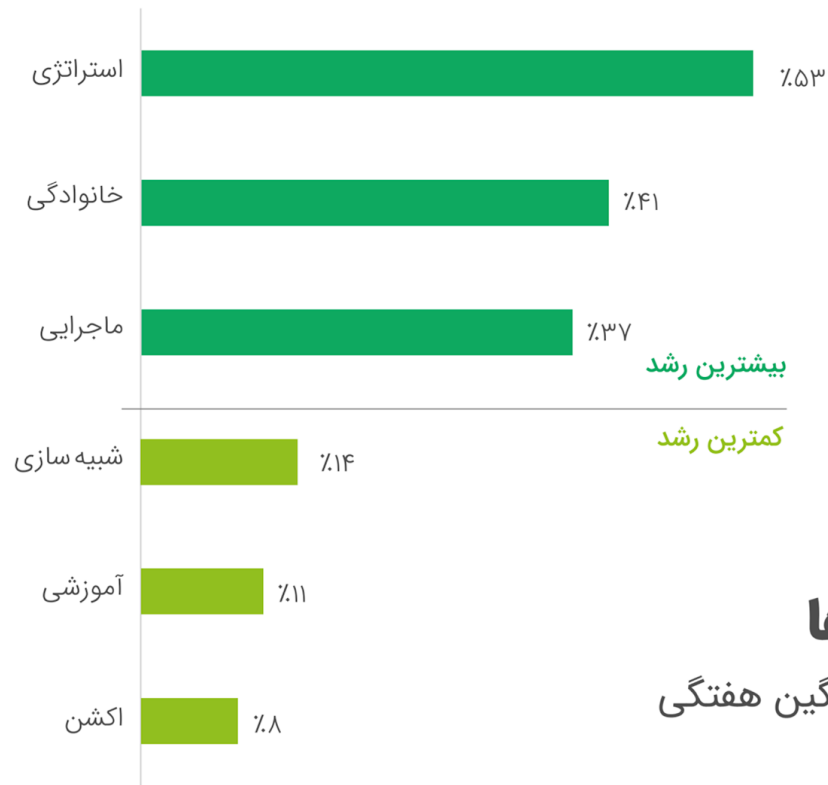
چرا بازی‌ها فرصت‌اند؟

۴. مردم همیشه بازی می‌کنند.

بازی‌ها

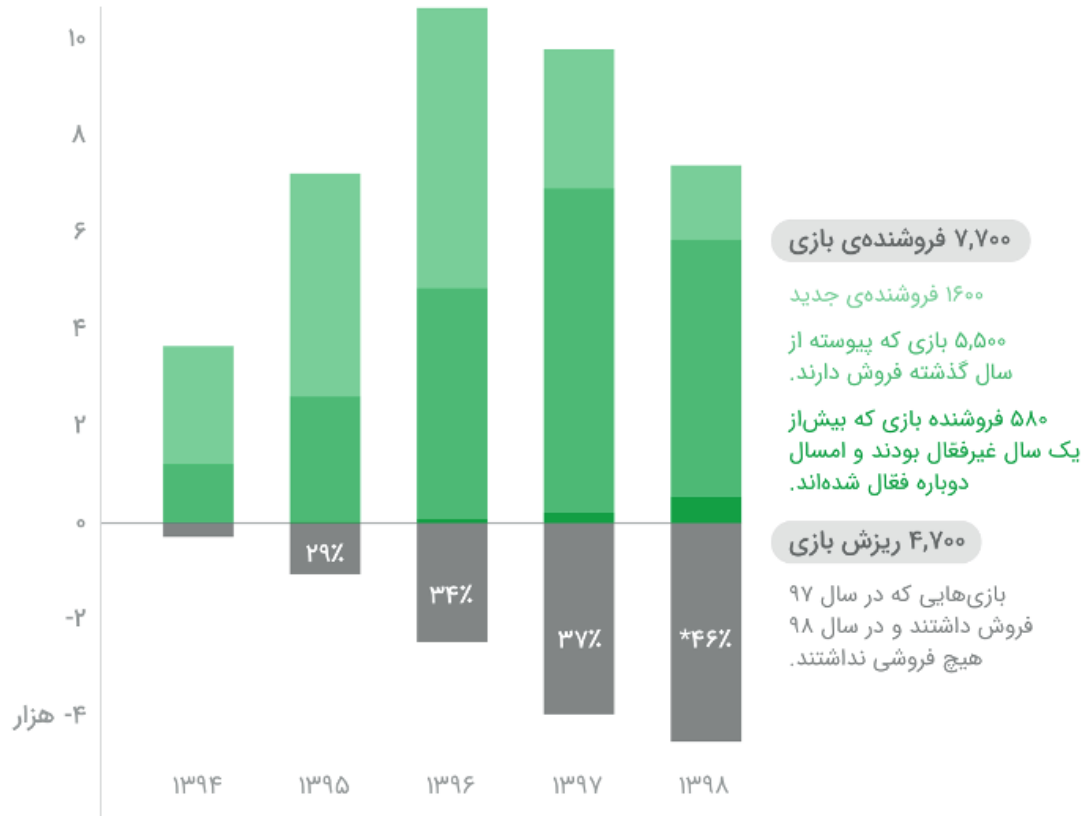


رشد دانلود همه دسته‌های بازی در دوران کرونا



بازی‌ها رشد میانگین هفتگی

تعداد تیم‌ها و افزایش کیفیت فروش



- افزایش طول عمر بازی‌ها
- توجه به ارائه‌ی Game as a Service
- ۹۸,۴۷ درصد درآمد بازی‌ها از IAP است

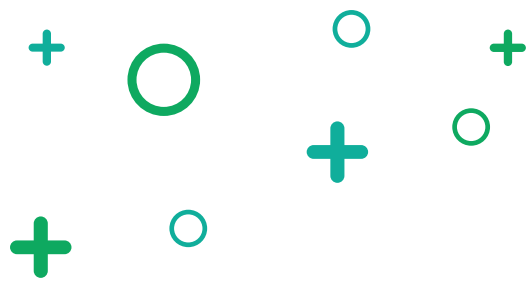


توجه ویژه
به بازی در بازار

هدف سال کافه بازار

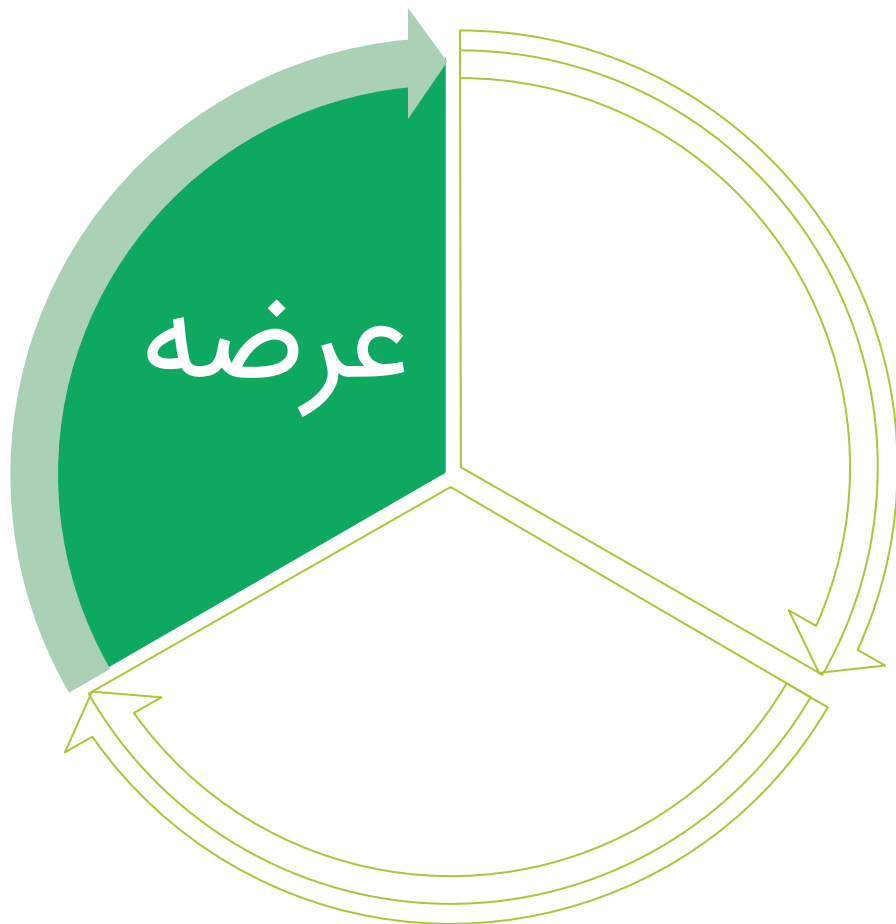
- تمرکز به روی رشد صنعت بازی موبایل در کشور
- تکمیل زنجیره‌ی عرضه

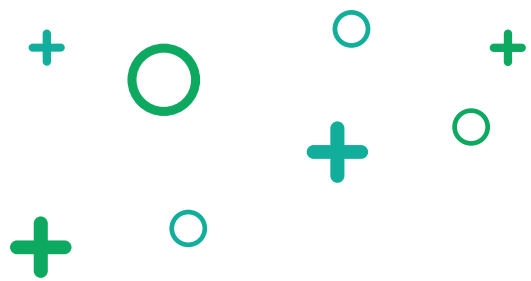




عرضه

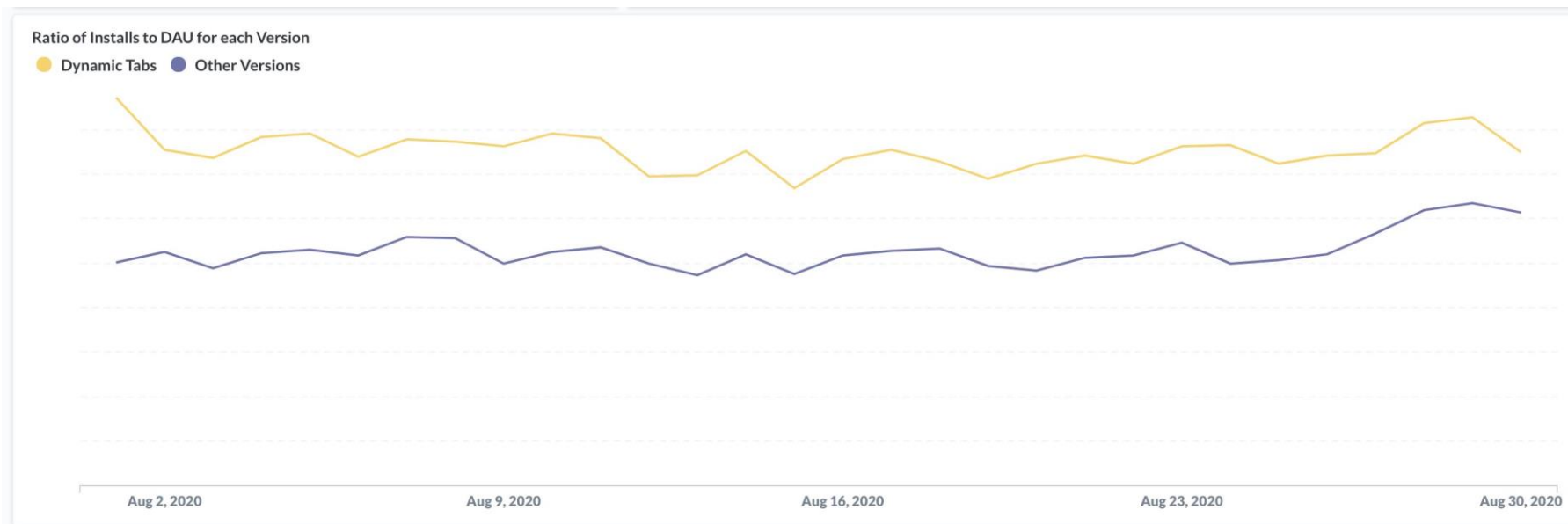
- بهبود عرضه
- تکمیل سایر بخش‌ها





بهبود کیفیت عرضه

- تشخیص هوشمند و جدا کردن صفحات بازی، برنامه و ویدئو
- ۵۰٪ افزایش نصب صفحه بازی و برنامه نسبت به خانه



بهبود کیفیت عرضه

- اولویت دادن به نمایش محتوای شخصی
- ۱۰۰٪ افزایش نصب صفحه اصلی

مسیر پرروشن اتوماتیک

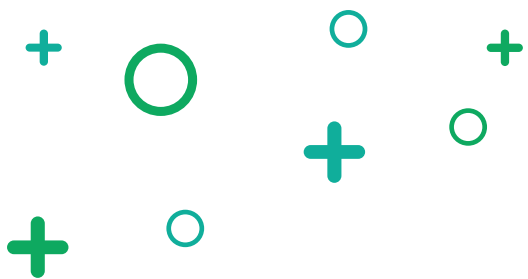
- ۳ برابر افزایش بازدهی بازی‌های با کیفیت در شروع عرضه
- ۶ برابر افزایش نصب در لیست‌های اتوماتیک در دسته‌بندی‌ها نسبت به حالت قبلی



ارائه‌ی آمار اختصاصی مربوط به بازی

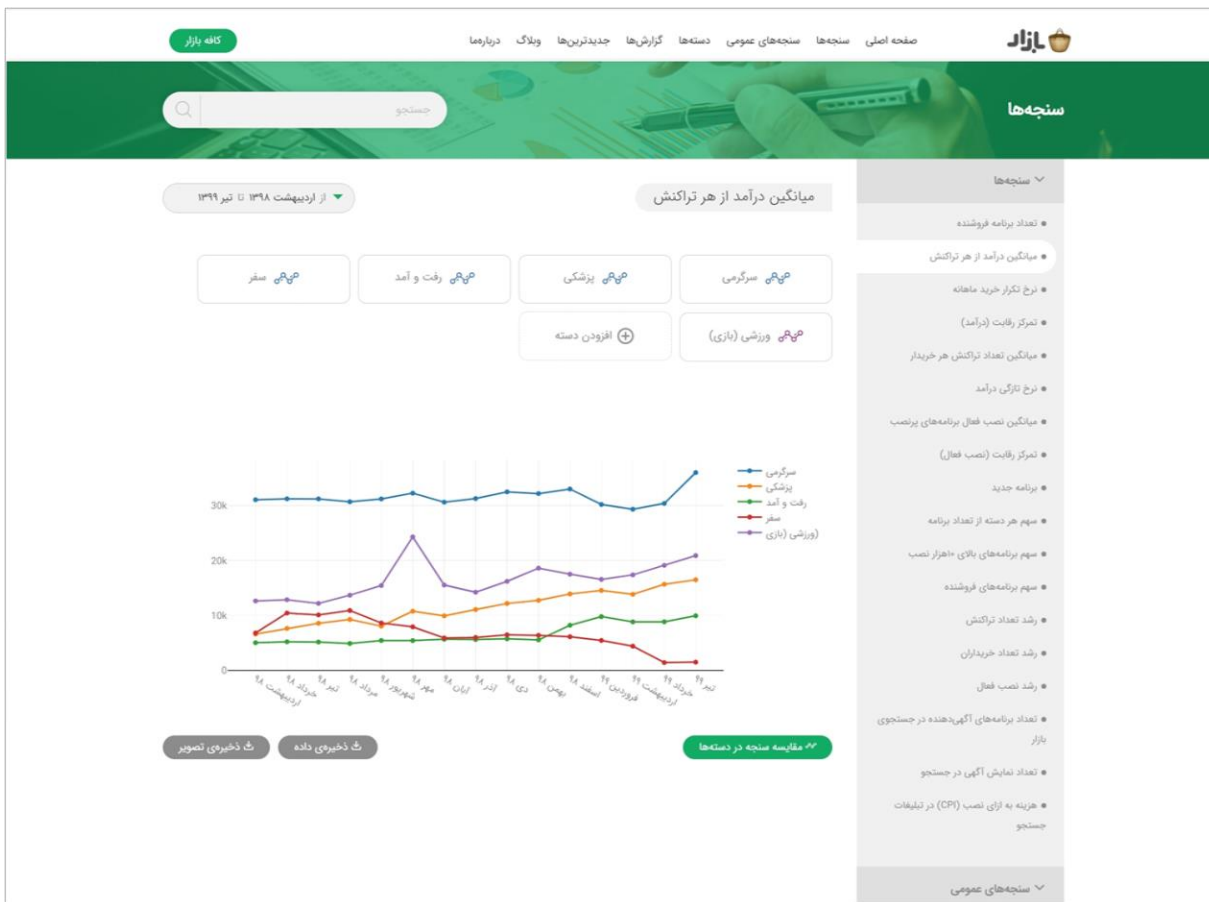
• گزارش اختصاصی آمار بازی‌ها





اینسایت، با بینش تصمیم بگیرید

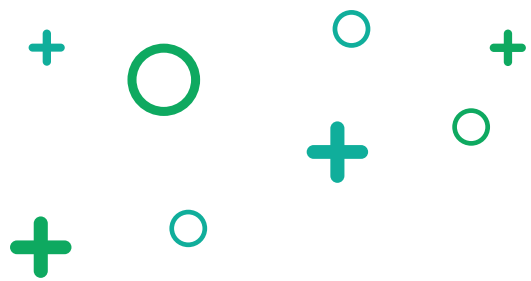
- شروع به فعالیت از هفته‌ی دوم مهرماه
- ارائه سرویس بر اساس داده‌های بازار
- مقدار و روند تغییر سنجه‌های مرتبط با رفتار کاربران ایرانی در نصب و استفاده





نشر بازی

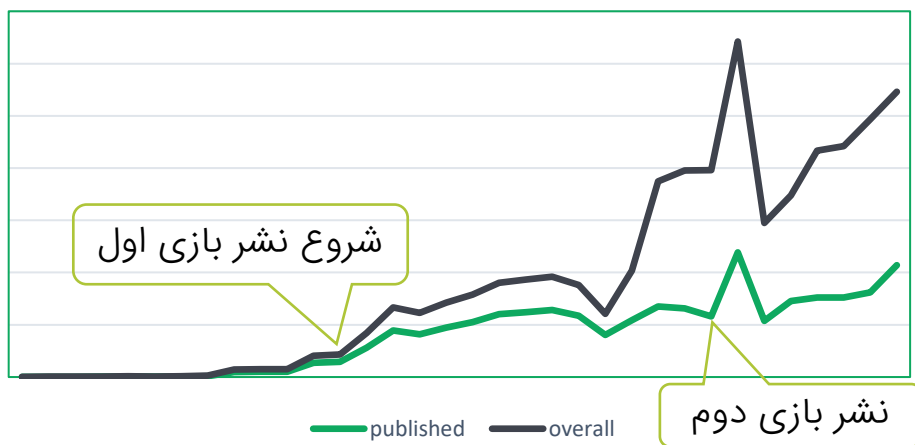
- شناخت بهتر نیاز توسعه‌دهنده و بازیکنان
- تاثیر به روی فروش سایر بازی‌ها

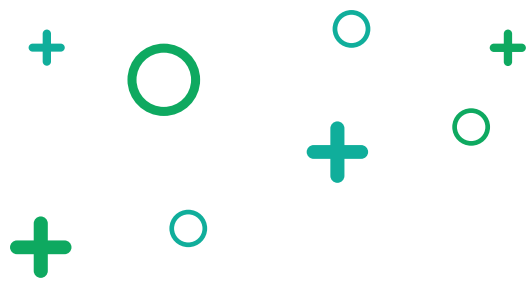


نشر بازی خارجی

- تنوع محصول منجر به افزایش تعداد خریدار می‌شود
- محصولات متنوع باعث افزایش نرخ بازگشت و تمایل به دانلود بیشتر محصولات می‌شود
- تاثیر بازی‌های خارجی به روی فروش کل بازی‌ها

تعداد خریدار در یک ژانر

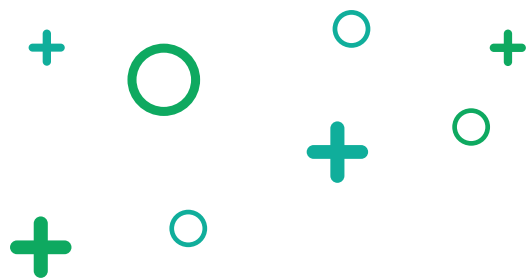




نشر در منطقه‌ی MENA



- شناخت بهتر نیاز توسعه‌دهندگان جهت عرضه‌ی جهانی
- گشایش مسیر جدیدی برای صادرات بازی



کمک و همکاری با ناشرین داخلی

• آواگیمز، نمونه‌ی یک همکاری موفق



تولید بازی در بازار

- توسعه‌ی تولید
- سرمایه‌گذاری در تولید
- کمک به حفظ و آموزش نیروی انسانی

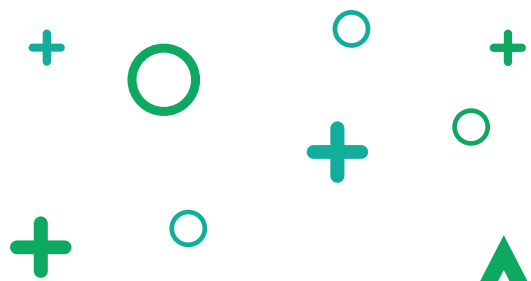


تولید

شتابدهی به صنعت بازی

- تسهیل ارتباط بخش‌های مختلف، از جمله تولید، نشر و عرضه
- برگزاری رویداد ورزش الکترونیک
- کمک به آگاهی عمومی
- کمک به ارتقای آموزش و انتقال تجربه
- سرمایه‌گذاری در سایر پروژه و تیم‌های بازی‌سازی





برگزاری رویداد ورزش‌های الکترونیک

- شناسایی و پاسخ به رفتار مصرف کننده
- تاریخ برگزاری اول و دوم آبان
- شرایط ثبت نام به زودی...



کژوال کمپ اولین گام برای بخش اختصاصی شتابدهی



با سپاس

آزاد 