

# گزارش صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایل در ایران

اندازه، رشد و روندها

در سال ۱۳۹۹

cafebazaar.ir



## مقدمه

بازار، گزارش صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایل ایران در سال ۱۳۹۹ را با هدف ساختن تصویر روشن‌تر از صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی تدوین کرده است. بر اساس این گزارش در انتهای سال ۱۳۹۹، بازار به عنوان بستر توزیع و پخش برنامه، بازی و ویدیو، بیش از ۴۴ میلیون نصب فعال داشته است.

کاربران بازار در طول یکسال ۱٫۶ میلیارد بار برنامه و بازی دانلود یا بروزرسانی کرده‌اند. بیش از ۲۸۰ میلیارد تومان درآمد نصیب توسعه‌دهنده‌های بازی و برنامه شده که در مقایسه با سال ۱۳۹۸، ۴۸ درصد افزایش داشته است.

بازار در کنار انتشار این گزارش، با راه‌اندازی وبسایت «بینش بازار» شاخص‌های صنعت و روند تغییر آن را برای تمام بازیگران صنعت برنامه‌های موبایلی در دسترس قرار داده تا بتوانند با آگاهی عمیق‌تر و شناخت بهتر از گذشته تصمیمات درست‌تری برای دستیابی به آینده‌ای روشن‌تر بگیرند.



۲۰	توزیع خریداران برنامه‌ها در کشور
۲۱	درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از برنامه‌ها
۲۲	بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های برنامه
۲۳	بیش از ۱ میلیارد نصب و بروزرسانی برنامه‌ها
۲۴	توزیع درآمد توسعه‌دهندگان بازی در کشور
۲۵	۶۷۰۰ بازی فعال فروشنده
۲۶	سهم بازی‌های فروشنده از کل برنامه‌های هر دسته
۲۷	نقشه رقابت بازی‌ها در صنعت محصولات دیجیتال
۲۸	توزیع خریداران بازی در کشور
۲۹	درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از بازی‌ها
۳۰	بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های بازی
۳۱	بیش از ۶۷۰ میلیون بار نصب و بروزرسانی بازی‌ها
۳۲	بینش مرجع داده در صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی ایران

۴	بازار در یک نگاه
۶	بازار در سال ۱۳۹۹
۸	نصب فعال و کاربر ثبت‌نامی بازار
۹	درآمد توسعه‌دهندگان
۱۰	توزیع درآمد توسعه‌دهندگان در کشور
۱۱	تعداد تراکنش موفق
۱۲	توزیع خریداران در کشور
۱۳	روند نصب و بروزرسانی برنامه و بازی
۱۴	تعداد و روند ماهانه‌ی جستجو
۱۵	عبارت و برندهای پر جستجو در بازار
۱۶	توزیع درآمد توسعه‌دهندگان برنامه در کشور
۱۷	۳۰ هزار برنامه‌ی فعال فروشنده
۱۸	سهم برنامه‌های فروشنده از کل برنامه‌های هر دسته
۱۹	نقشه‌ی رقابت برنامه‌ها در صنعت محصولات دیجیتال



+۶۷

هزار نفر  
توسعه دهنده



+۴۴

میلیون  
نصب فعال



**۱۵٫۷**

میلیون نفر  
خریدار



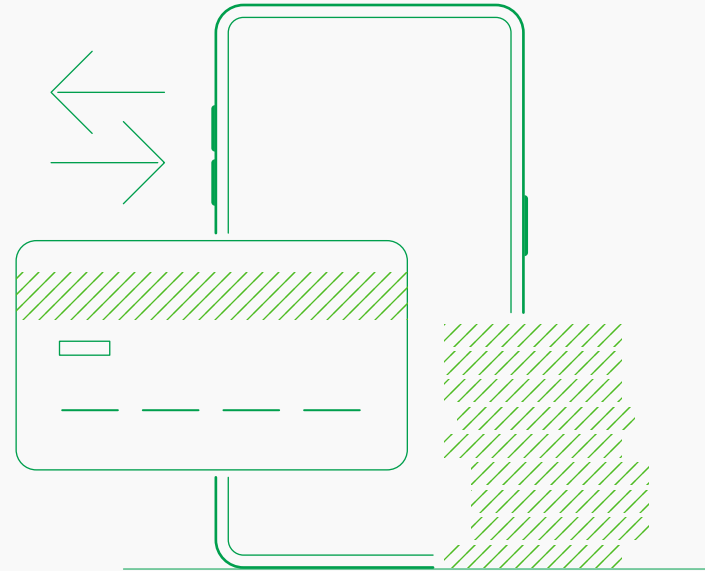
**+۱۱۷**

میلیون  
تراکنش



**+۷۵۶**

میلیارد تومان  
درآمد توسعه‌دهندگان





## بازار در سال ۱۳۹۹



۱۶۱

هزار عدد  
بازی و برنامه‌ی فعال



۱۶۲

میلیون بار  
رکورد ماهانه‌ی  
نصب و بروزرسانی



۱۲,۵

میلیون بار  
رکورد روزانه‌ی  
نصب و بروزرسانی



۱,۶

میلیارد بار  
نصب  
و بروزرسانی



+۴۴

میلیون عدد  
نصب فعال  
در انتهای سال ۹۹



## بازار در سال ۱۳۹۹

میلیارد تومان  
درآمد توسعه دهندگان

۲۸۰٫۵



برنامه

بازی

میلیون عدد  
تراکنش موفق

۲۷٫۱

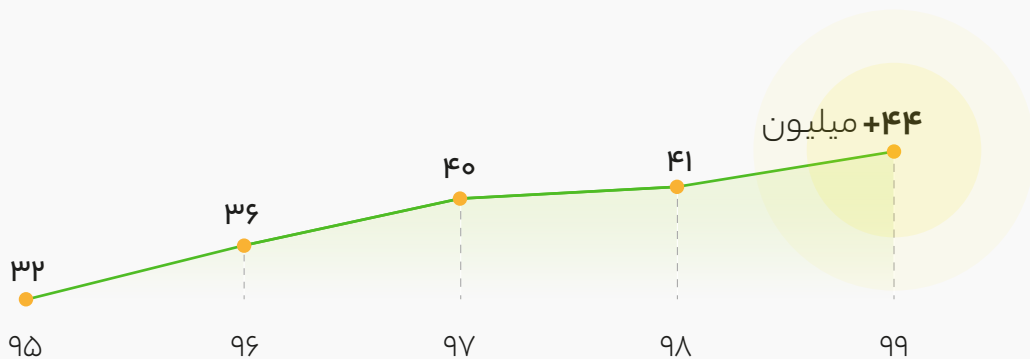


برنامه

بازی



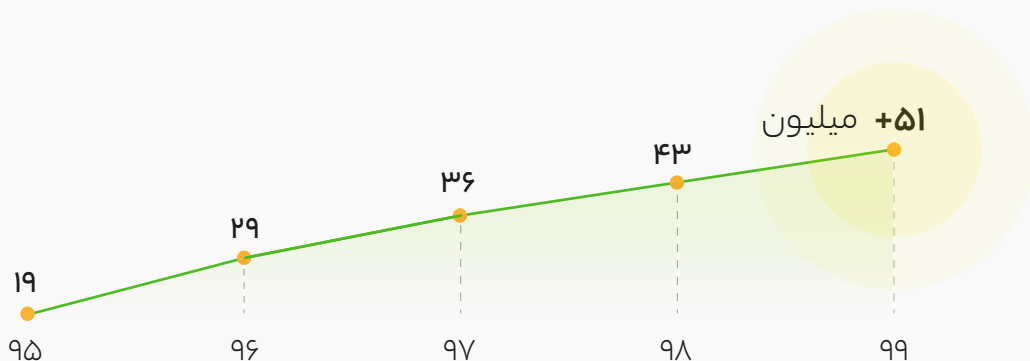
## نصب فعال و کاربر ثبت نامی بازار



### تعداد نصب فعال<sup>۱</sup>



در سال ۱۳۹۹ تعداد کل نصب فعال بازار به بیش از ۴۴ میلیون رسید. بازار در این مدت نسبت به سال گذشته بیش از ۷ درصد رشد داشته است.



### تعداد کاربر ثبت نامی<sup>۲</sup>



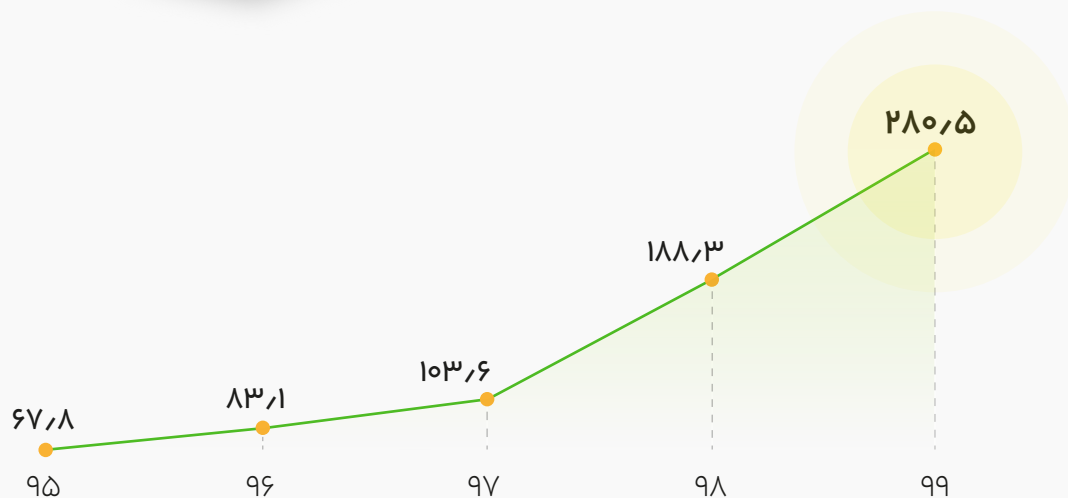
در سال ۱۳۹۹ با ثبت نام بیش از ۶٫۷ میلیون کاربر جدید، کل کاربران ثبت نامی بازار از مرز ۵۱ میلیون گذشت.

۱. تعداد کاربرانی که در طول دو ماه گذشته از زمان گزارش گیری برنامه‌ی بازار روی تلفن همراهشان نصب بوده است.  
 ۲. تعداد کاربرانی که در بازار حساب کاربری ساخته‌اند. استفاده از امکانات عمومی بازار مثل نصب برنامه و بازی نیازی به ساخت حساب کاربری ندارد.





## درآمد توسعه دهندگان



سهم توسعه دهندگان

در سال ۹۹، درآمد توسعه دهندگان نسبت به سال قبل ۴۸ درصد رشد داشته است. از طرفی دیگر سال ۹۹ را می توان سال رشد تعداد تراکنش در صنعت محصولات دیجیتال نامید؛ به طوری که از کل ۱۱۷ میلیون تراکنش موفق انجام شده در طول عمر بازار، ۲۷٫۱ میلیون تراکنش در سال ۹۹ انجام شده است. این تعداد تراکنش توسط ۳/۷۳ میلیون خریدار صورت گرفته است.

میلیارد تومان  
درآمد توسعه دهندگان

۲۸۰٫۵



۲۸٪ بازی

۷۲٪ برنامه

سهم بازی و برنامه از درآمد توسعه دهندگان

رشد تعداد تراکنش  
نسبت به سال ۹۸

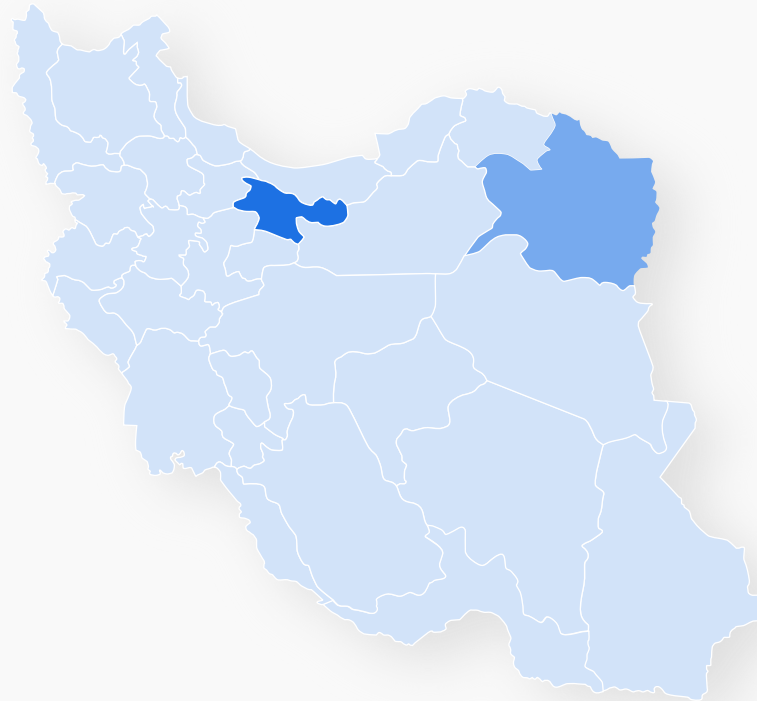
۱۳٪



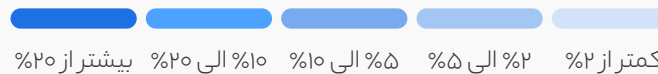


## توزیع درآمد توسعه دهندگان در کشور

- چهارمحال و بختیاری
- خراسان شمالی
- قزوین
- ایلام
- کهگیلویه و بویراحمد
- زنجان
- بوشهر
- اردبیل
- همدان
- خراسان جنوبی
- کرمانشاه
- سیستان و بلوچستان
- مرکزی
- کرمان
- یزد
- کردستان
- لرستان
- قم
- گلستان
- هرمزگان
- سمنان
- مازندران
- خوزستان
- آذربایجان شرقی
- اصفهان
- آذربایجان غربی
- فارس
- گیلان
- البرز
- خراسان رضوی
- تهران

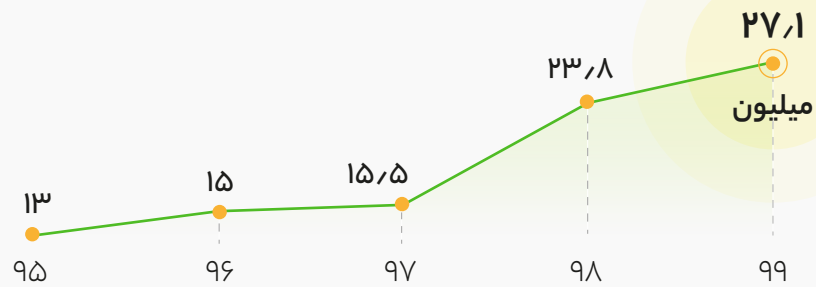


۸۸٪ درصد درآمد کل توسعه دهندگان در اختیار توسعه دهندگان استان تهران است. استان خراسان رضوی با ۵٪ در جایگاه دوم قرار دارد و سایر استان‌ها در مجموع فقط ۷٪ درآمد را دارند.





# تعداد تراکنش موفق



تعداد تراکنش موفق سالانه

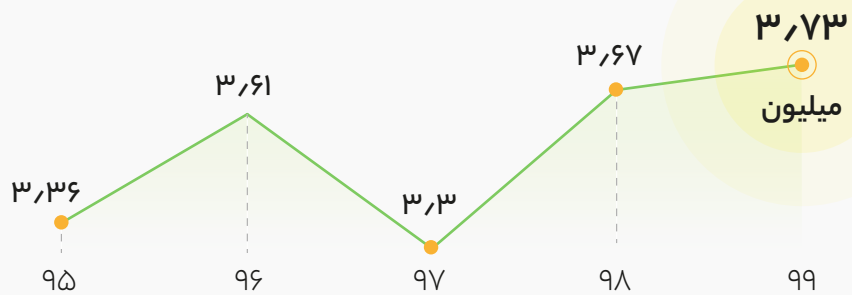
میلیون  
تعداد تراکنش  
در سال ۱۳۹۹

۲۷٫۱

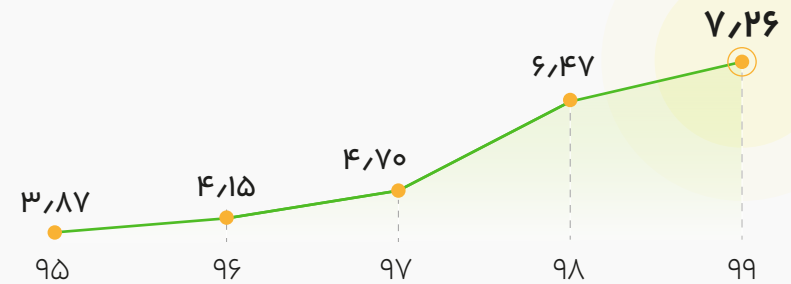


رشد تعداد تراکنش  
نسبت به سال ۹۸

۱۳%



تعداد کاربر خریدار در هر سال

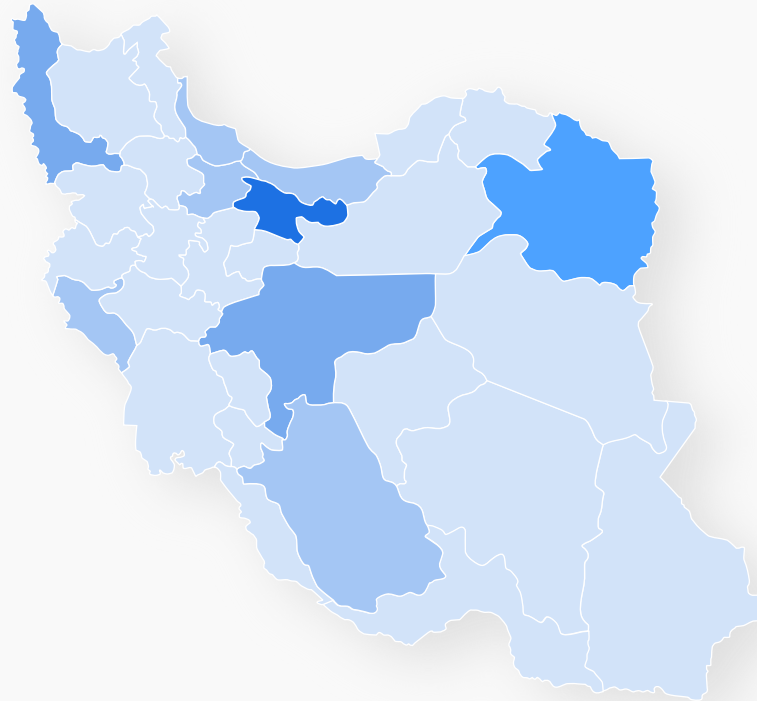


تعداد تراکنش موفق به ازای هر کاربر خریدار



## توزیع خریداران در کشور

- خراسان شمالی
- چهارمحال و بختیاری
- کهگیلویه و بویراحمد
- سیستان و بلوچستان
- خراسان جنوبی
- زنجان
- مرکزی
- سمنان
- کردستان
- اردبیل
- همدان
- بوشهر
- قزوین
- کرمان
- یزد
- کرمانشاه
- گلستان
- خوزستان
- قم
- هرمزگان
- آذربایجان شرقی
- لرستان
- مازندران
- فارس
- ایلام
- گیلان
- البرز
- اصفهان
- آذربایجان غربی
- خراسان رضوی
- تهران



بیش از نیمی از خریداران از سه استان تهران، آذربایجان غربی و خراسان رضوی هستند. ۳۲ درصد خریداران محتوای دیجیتال در استان تهران هستند. خراسان شمالی کمترین خرید محتوای دیجیتال را داشته است.



## روند نصب و بروزرسانی برنامه و بازی

میلیون بار  
نصب و بروزرسانی  
در بهمن ماه سال ۱۳۹۹

۱۶۲

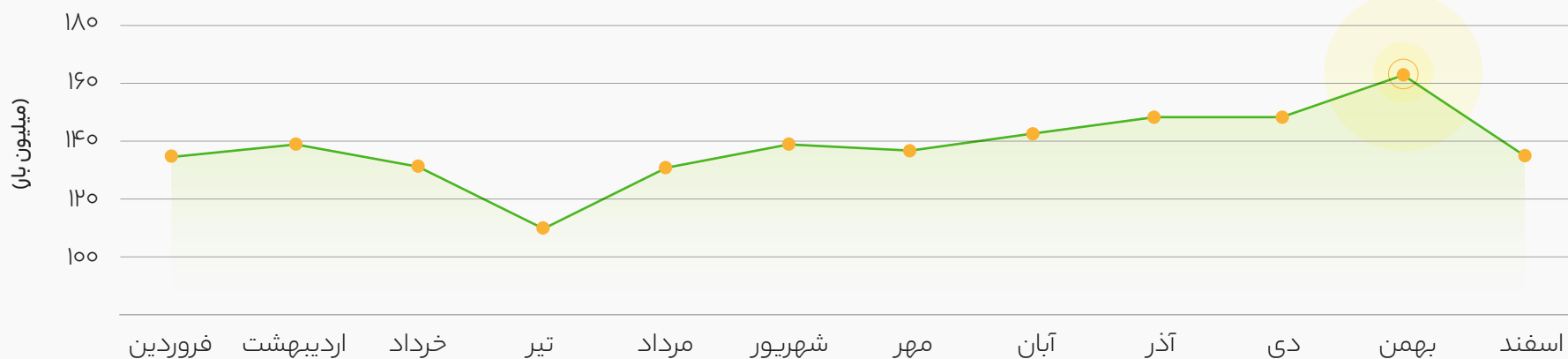


میلیارد بار  
نصب و بروزرسانی در بازار  
در سال ۱۳۹۹

۱,۶۷



### روند نصب بازی و برنامه در سال ۱۳۹۹





## تعداد و روند ماهانه جستجو

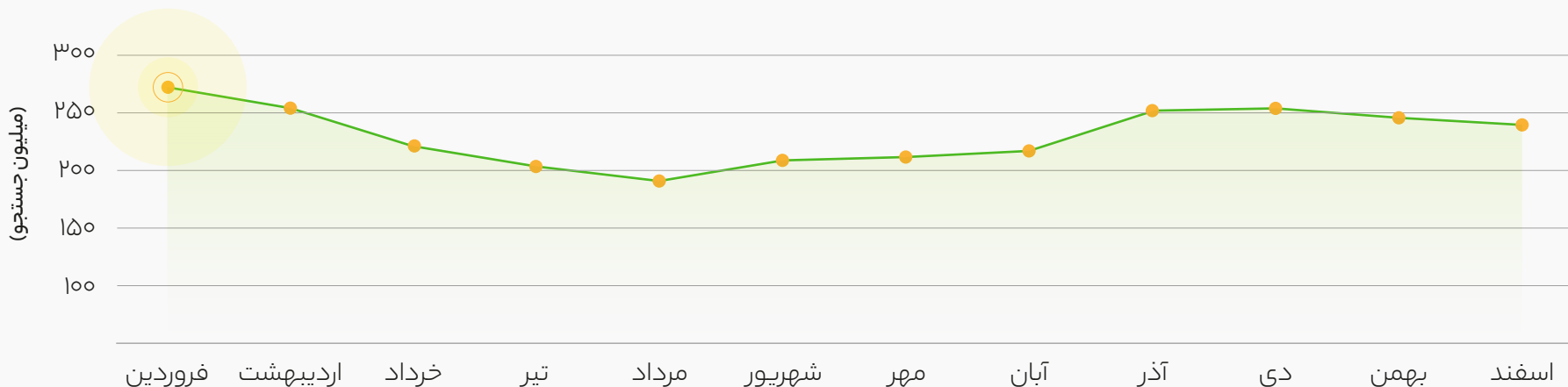
میلیارد بار  
تعداد کل جستجوی انجام شده  
در بازار در سال ۱۳۹۹

۲,۸



جستجو در بازار یکی از مهم‌ترین روش‌های پیدا کردن برنامه و بازی دلخواه است. بازار با بهبود الگوریتم‌های جستجو، سعی در بهبود نتایج نمایش داده شده به کاربران دارد.

تعداد جستجوی ماهانه در سال ۱۳۹۹





## عبارت و برندهای پر جستجو در بازار

### «اینستاگرام» و «بازی»

بیشترین جستجوی یک عبارت و برند



در این جدول عبارت و برند پر جستجو در هر ماه نمایش داده شده است. جستجوی پیام‌رسان‌های شناخته شده در کنار بازی ویژگی مهم عادت کاربران در جستجو است.

### عبارت پر جستجو در سال ۱۳۹۹

فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی	بازی
بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه	بازی جدید دخترانه
بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین	بازی ماشین

۱

۲

۳

### برندهای پر جستجو در سال ۱۳۹۹

فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
اینستاگرام	واتساپ	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام	اینستاگرام
واتساپ	اینستاگرام	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ	واتساپ

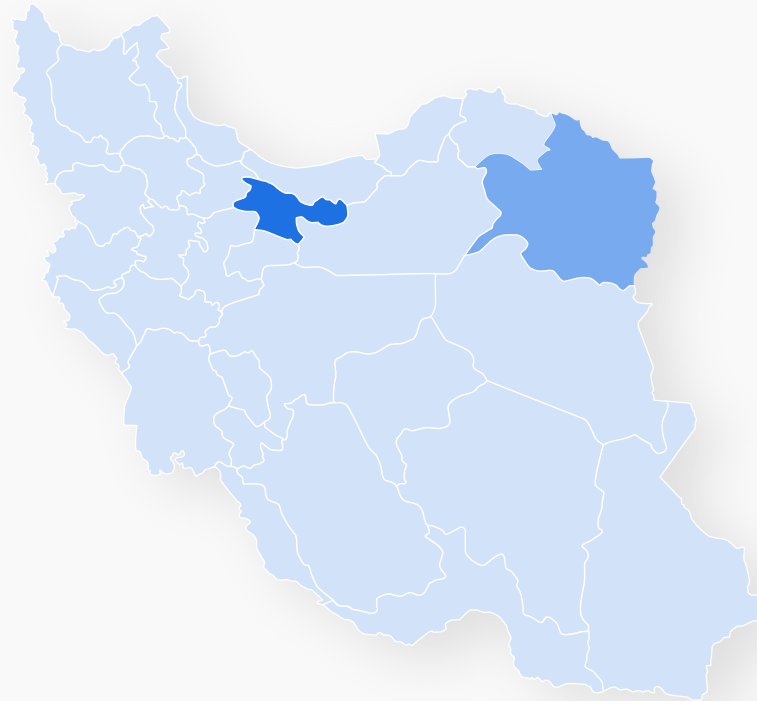
۱

۲



## توزیع درآمد توسعه دهندگان برنامه در کشور

- ایلام
- چهارمحال و بختیاری
- خراسان شمالی
- قزوین
- بوشهر
- کهگیلویه و بویراحمد
- همدان
- زنجان
- اردبیل
- خراسان جنوبی
- کرمان
- کرمانشاه
- مرکزی
- سیستان و بلوچستان
- یزد
- گیلان
- کردستان
- لرستان
- گلستان
- قم
- اصفهان
- مازندران
- هرمزگان
- سمنان
- آذربایجان شرقی
- خوزستان
- آذربایجان غربی
- فارس
- البرز
- خراسان رضوی
- تهران



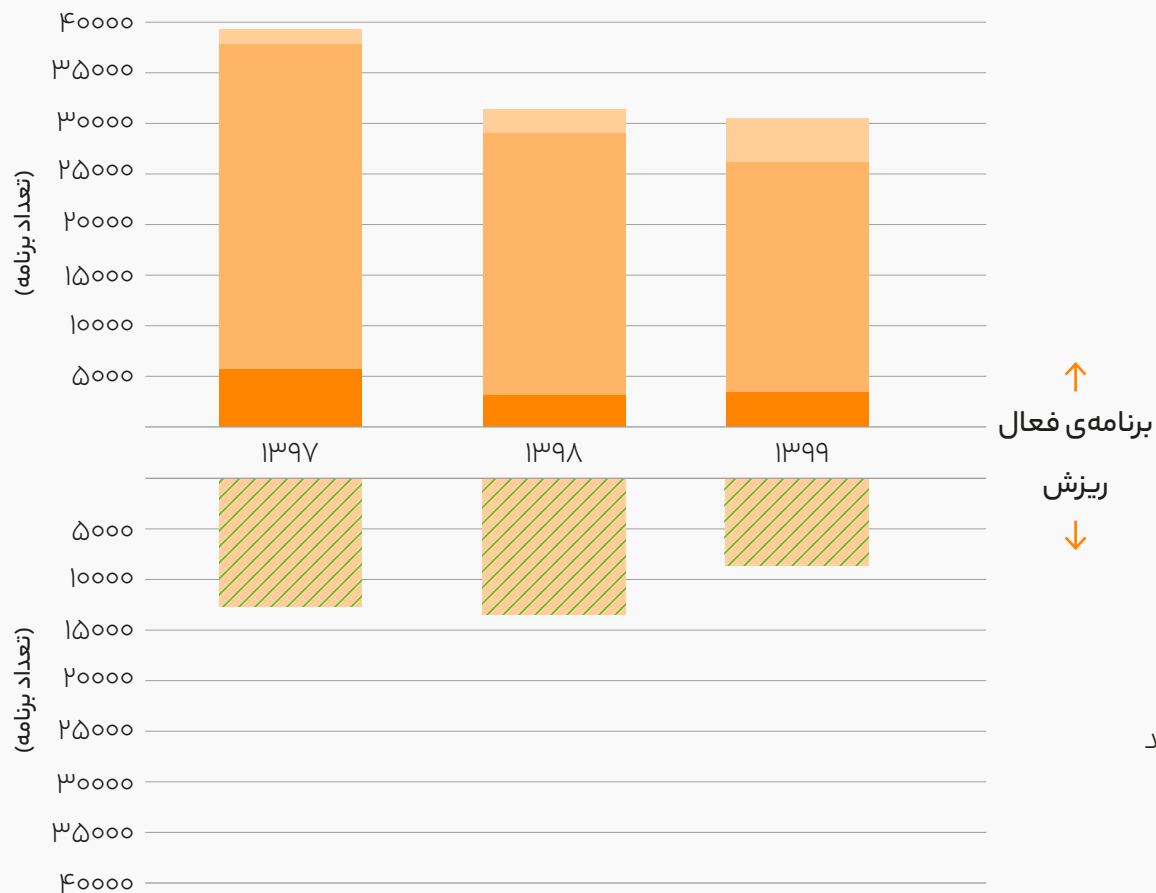
کمتر از ۲٪    ۲٪ الی ۵٪    ۵٪ الی ۱۰٪    ۱۰٪ الی ۲۰٪    بیشتر از ۲۰٪

۸۹٪ درآمد توسعه دهندگان در اختیار توسعه دهندگان استان تهران است. استان خراسان رضوی با ۶٪ در جایگاه دوم قرار دارد. توسعه دهندگان در سایر استان‌ها در مجموع ۵٪ درآمد کل را دارند.





## ۳۰ هزار برنامه‌ی فعال فروشند ه



سال ۹۹ در بازار، ۳۰ هزار برنامه‌ی فروشند ه فعال بوده‌اند. از این تعداد، ۳۳۰۰ برنامه‌ی فروشند ه، جدید هستند. ۲۲ هزار برنامه علاوه بر سال ۹۹ در سال ۹۸ نیز فروشند ه بوده و محتوای دیجیتال فروخته‌اند. تعداد برنامه که در سال ۹۸ فروش داشتند و در سال ۹۹ دیگر فروش نداشتند ۸ هزار برنامه بوده که نسبت به سال‌های قبل ریش کمتری ثبت شده است.

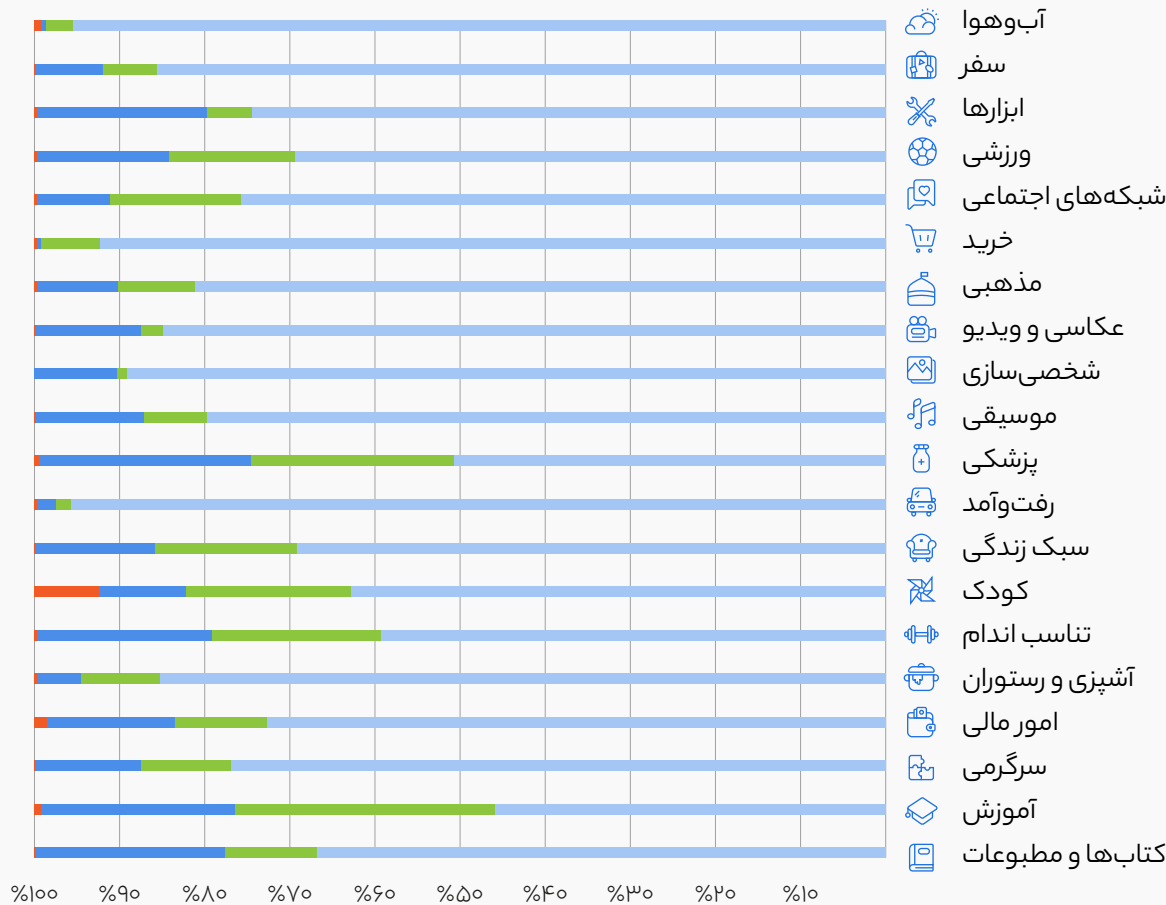
آمار فروشند ه‌های برنامه در سال ۱۳۹۹

۱. ریش برنامه: برنامه‌ای که در سال ۹۸ فروش داشته ولی در سال ۹۹ فروش نداشته است.



## سهم برنامه‌های فروشنده از کل برنامه‌های هر دسته

این نمودار نشان می‌دهد که چند درصد از برنامه‌های هر دسته رایگان هستند و چند درصد آنها محصولات دیجیتال دارند. در سال ۱۳۹۹، بیشترین برنامه‌های رایگان در دسته‌های آب و هوا، رفت و آمد و خرید بوده‌اند. در دسته‌های آموزش و دسته‌های پزشکی بیشترین روش فروش محتوای دیجیتالی از روش درون برنامه‌ای بوده است.



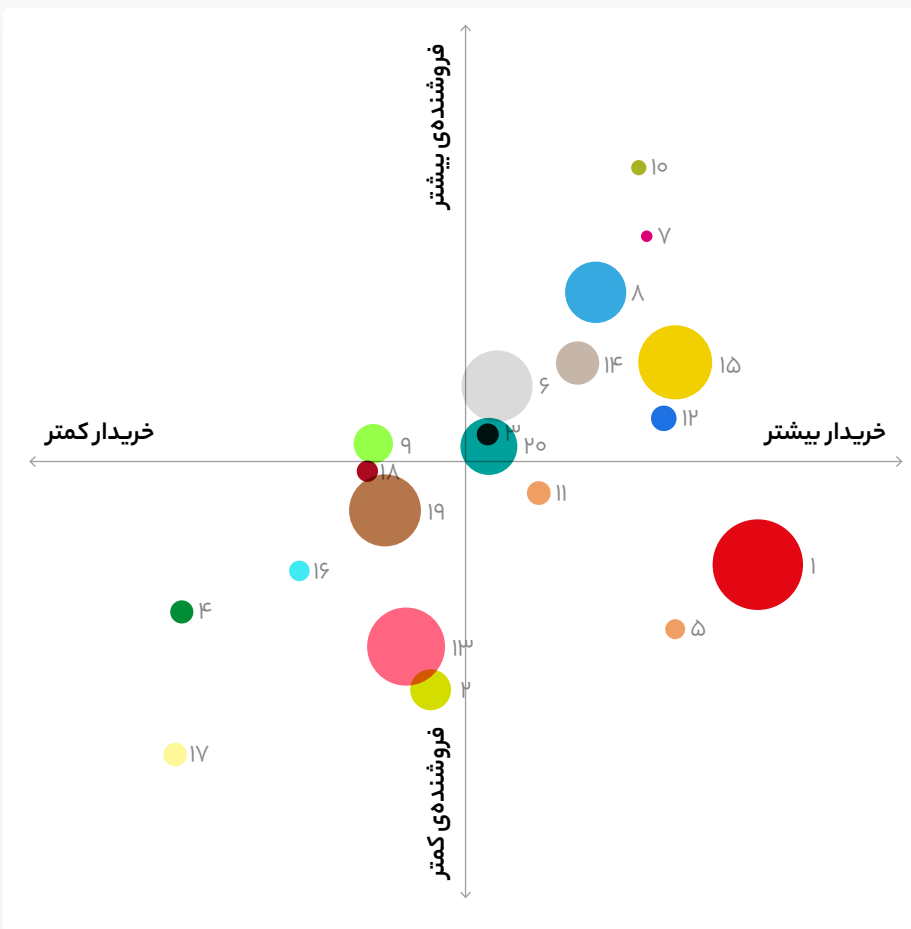
سهم برنامه‌های فروشنده از کل برنامه‌های هر دسته

رایگان | درون برنامه‌ای | فروش برنامه | اشتراک



## نقشه‌ی رقابت برنامه‌ها در صنعت محصولات دیجیتال

- ۱ خرید
- ۲ رفت و آمد
- ۳ موسیقی
- ۴ آشپزی و رستوران
- ۵ مذهبی
- ۶ پزشکی
- ۷ ابزارها
- ۸ کتاب
- ۹ سبک زندگی
- ۱۰ آموزش
- ۱۱ امور مالی
- ۱۲ شبکه
- ۱۳ کودک
- ۱۴ تناسب اندام
- ۱۵ سرگرمی
- ۱۶ سفر
- ۱۷ آب و هوا
- ۱۸ شخصی‌سازی
- ۱۹ ورزشی
- ۲۰ عکاسی و ویدیو



### میزان عرضه، تقاضا و تمرکز درآمد در دسته‌های مختلف برنامه‌های بازار

در نمودار حبابی رویرو وضعیت رقابت دسته‌های مختلف برنامه در سال ۹۹ نمایش داده شده است. محور افقی مقایسه نسبی تعداد خریدار و محور عمودی مقایسه‌ی نسبی تعداد فروشنده در هر دسته را نشان می‌دهد. اندازه‌ی هر حباب نشان‌دهنده‌ی میزان تمرکز درآمد در آن دسته است. منظور از تمرکز درآمد، میزان توزیع درآمد بین رقبای مختلف در هر دسته است. تمرکز بالا به معنای توزیع نامتوازن درآمد و تمرکز پایین به معنای توزیع یکسان درآمد بین رقبای هر دسته است.

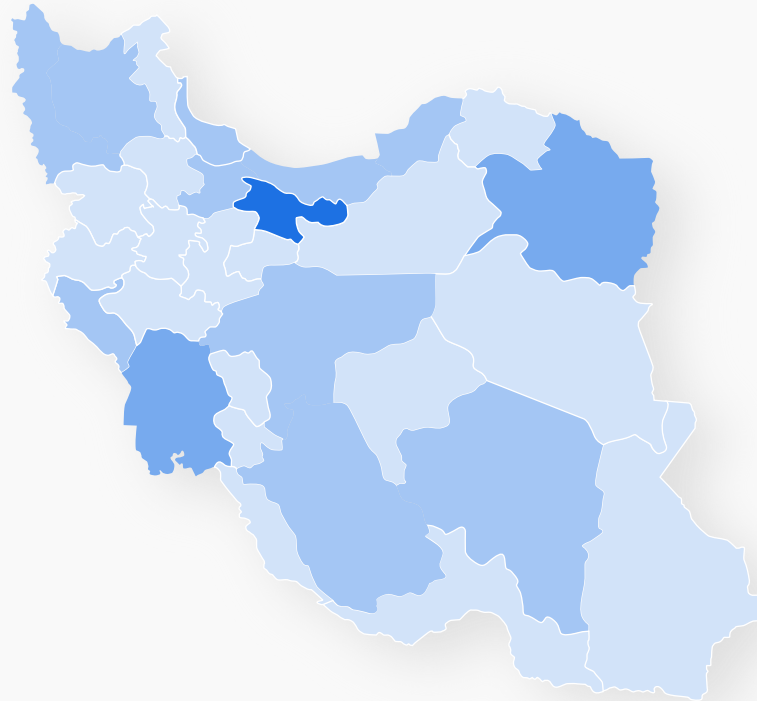


تمرکز کم ← → تمرکز زیاد

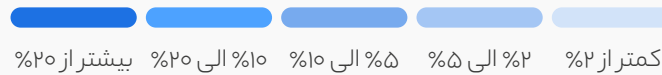


## توزیع خریداران برنامه در کشور

- کهگیلویه و بویراحمد
- خراسان جنوبی
- چهارمحال و بختیاری
- ایلام
- خراسان شمالی
- سمنان
- زنجان
- همدان
- اردبیل
- بوشهر
- مرکزی
- کردستان
- یزد
- لرستان
- قزوین
- سیستان و بلوچستان
- کرمانشاه
- قم
- هرمزگان
- آذربایجان غربی
- کرمان
- گیلان
- گلستان
- البرز
- آذربایجان شرقی
- مازندران
- فارس
- اصفهان
- خوزستان
- خراسان رضوی
- تهران

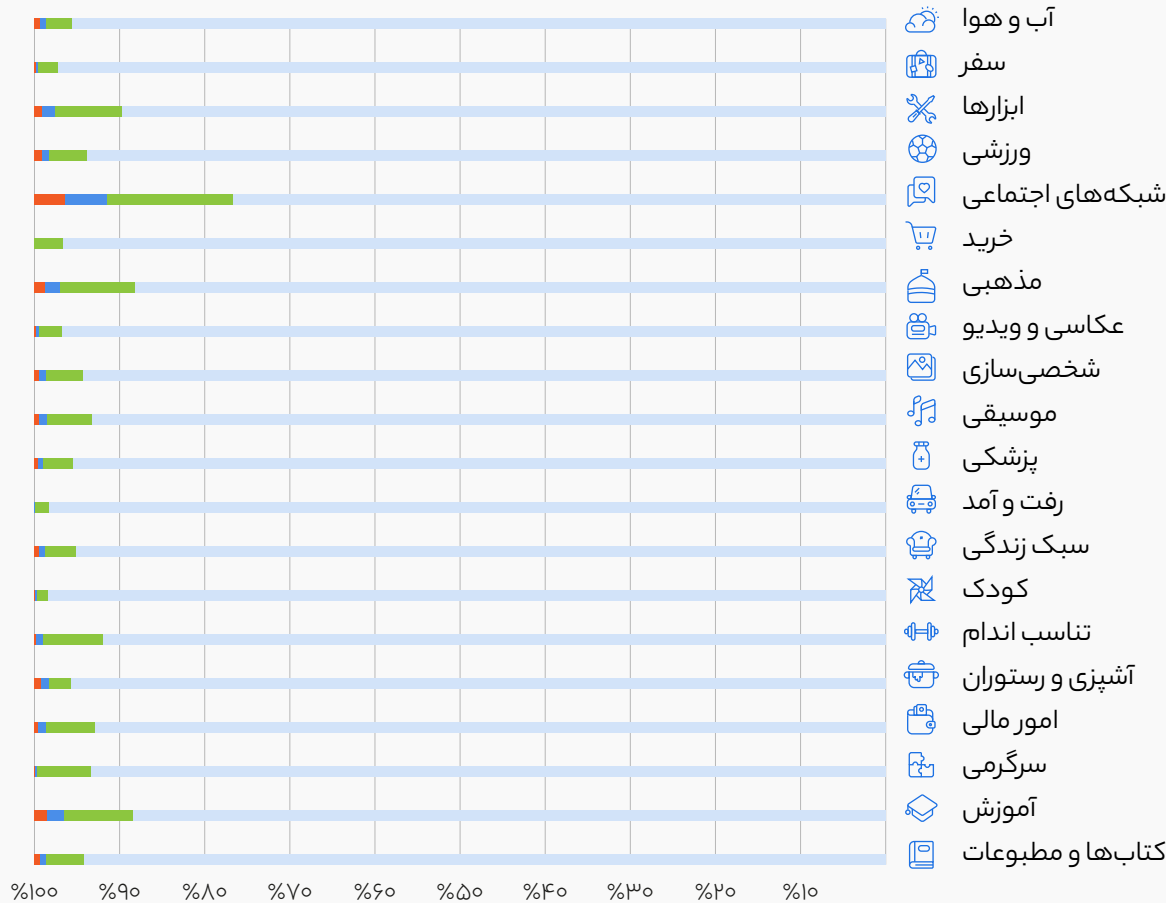


بیشترین خریداران محتوای دیجیتال برنامه در تهران، خراسان رضوی و اصفهان هستند.





## درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از برنامه‌ها



درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از برنامه‌ها

رقیب ۱ (light blue) رقیب ۲ (green) رقیب ۳ (dark blue) رقیب ۴ (orange) و بیشتر

در سال ۱۳۹۹، بیشتر خریداران، خریدهای خود را تنها از یک برنامه‌ی فروشنده انجام داده‌اند.

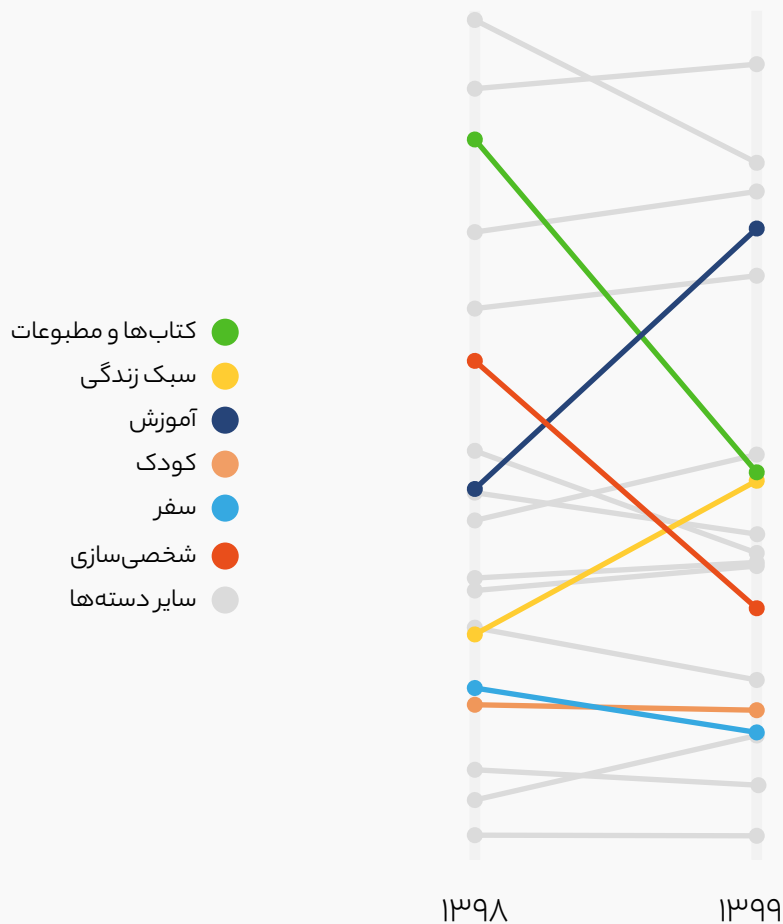
در واقع فروشنده‌های هر دسته کمترین اشتراک خریدار را با هم داشته‌اند. با این وجود، بیشترین اشتراک خریدار در دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی اتفاق افتاده است. در دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی ۱۴٪ خریداران از دو فروشنده‌ی مختلف، ۴٪ آن‌ها از سه فروشنده و در نهایت ۳٪ باقی‌مانده از بیش از ۴ فروشنده‌ی مختلف خرید کرده‌اند. در برنامه‌های این دسته، ۷۶٪ خریداران تمام خریدهای خود را تنها از یک فروشنده انجام داده‌اند.

در سال ۱۳۹۹، بعد از دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌های دسته‌ی مذهبی و آموزش بیشترین اشتراک خریداران از بین فروشنده‌های مختلف داشته‌اند؛ کمترین اشتراک خریدار در سال ۹۹ برای دسته‌های رفت و آمد، سفر و کودک است.



## بیشترین و کمترین رشد در نصب دسته‌های برنامه

در انتهای سال ۱۳۹۹، دسته‌های ابزارها، شبکه‌های اجتماعی، عکاس و موسیقی، بیشترین تعداد نصب فعال را داشته‌اند. دسته‌های کودک، ورزشی و آب و هوا، کمترین نصب را داشته‌اند؛ گرچه این سه دسته نسبت به سال پیش رشد داشته‌اند.



### بیشترین رشد تعداد نصب فعال!



کودک



سبک زندگی



آموزش



## بیش از یک میلیارد نصب و بروزرسانی برنامه‌ها

کاربران بازار در سال ۱۳۹۹، بیش از یک میلیارد برنامه، نصب و بروزرسانی کرده‌اند. از یک میلیارد نصب و بروزرسانی، ۷۰۰ میلیون آن برای نصب است. درصد قابل توجهی از این نصب‌ها، مربوط به دسته‌های ابزارها و شبکه‌های اجتماعی بوده است.

میلیارد بار  
نصب و بروزرسانی  
برنامه‌ها



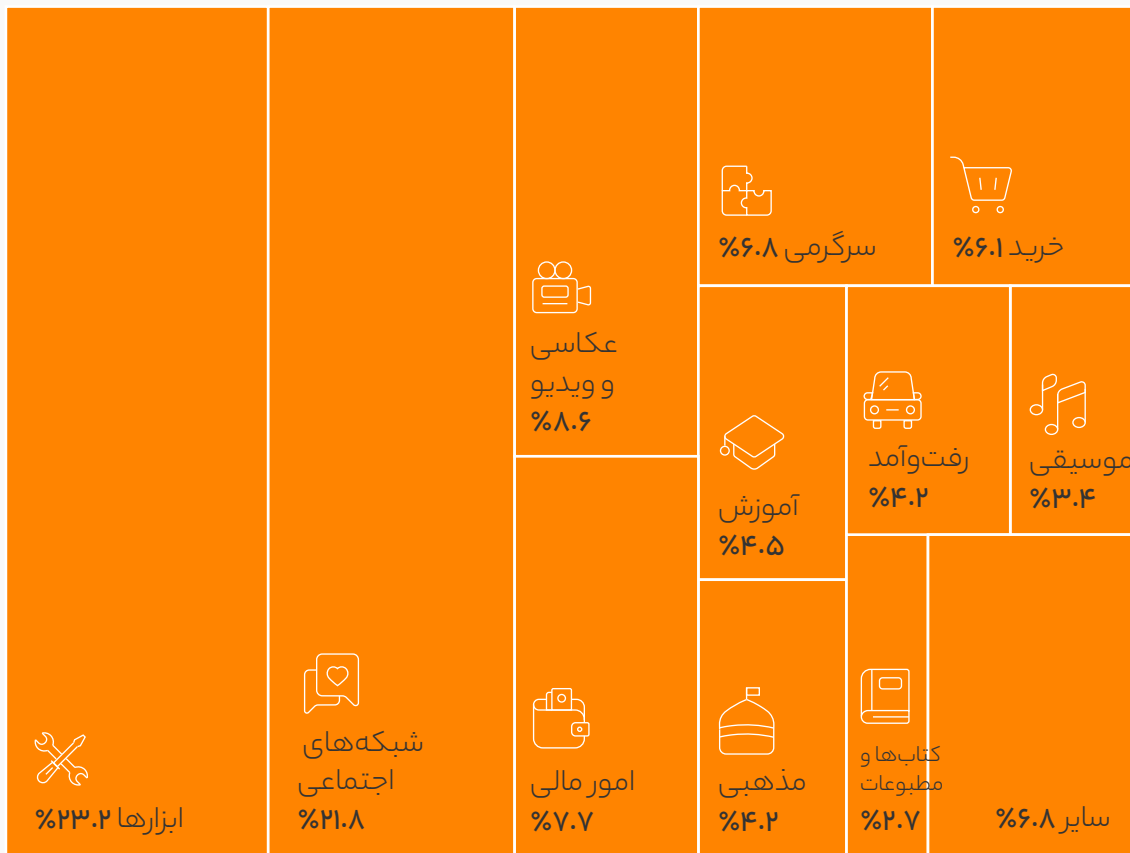
### بیشترین نصب:



شبکه‌های اجتماعی



ابزارها



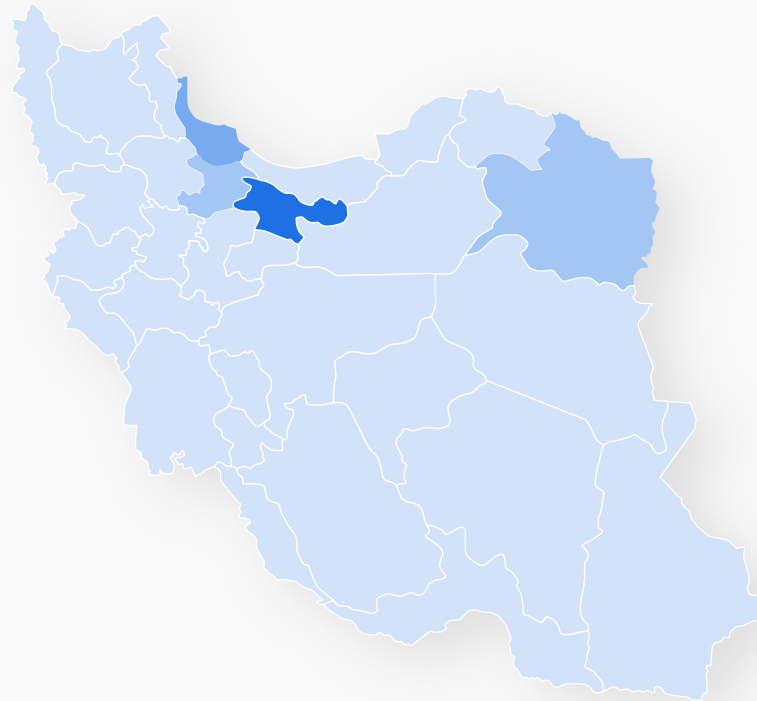
نصب و بروزرسانی برنامه‌ها براساس دسته





## توزیع درآمد توسعه دهندگان بازی در کشور

- کهگیلویه و بویراحمد
- زنجان
- چهارمحال و بختیاری
- قزوین
- اردبیل
- خراسان شمالی
- خراسان جنوبی
- سیستان و بلوچستان
- سمنان
- خوزستان
- لرستان
- مرکزی
- کرمانشاه
- آذربایجان شرقی
- همدان
- هرمزگان
- بوشهر
- ایلام
- کردستان
- مازندران
- یزد
- آذربایجان غربی
- قم
- گلستان
- کرمان
- فارس
- اصفهان
- البرز
- خراسان رضوی
- گیلان
- تهران



۸۴٪ درصد درآمد توسعه دهندگان بازی در اختیار توسعه دهندگان استان تهران است. گیلان با ۶٪، جایگاه دوم و استان خراسان رضوی با ۲٪ در جایگاه سوم قرار دارد.







## ۶۷۰۰ بازی فعال فروشنده



↑  
بازی فعال  
↓  
ریزش

در سال ۹۹، ۶۷۰۰ بازی فروشنده در بازار فعال بوده‌اند و از این تعداد، ۱۷۳۰ بازی فروشنده، جدید هستند. ۴۳۰۰ بازی علاوه بر سال ۹۹ در سال ۹۸ نیز فروشنده بوده و محتوای دیجیتال فروخته‌اند. ۳۰۰۰ بازی در سال ۹۸ فروش داشتند ولی در سال ۹۹ فروش نداشتند. این تعداد ریزش نسبت به سایر سال‌ها میزان کمتری بوده است.

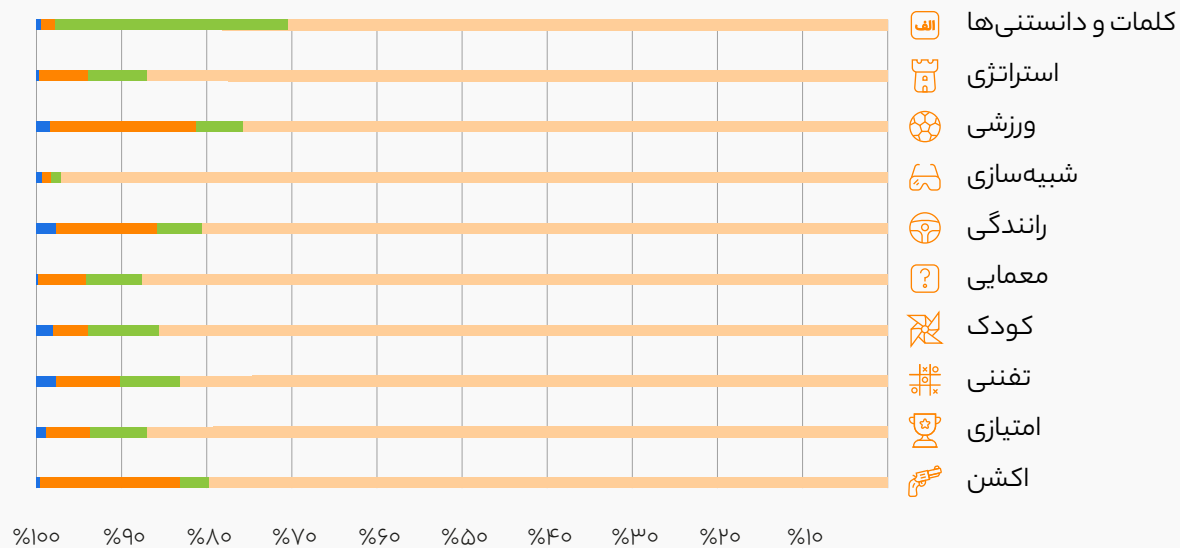
- بازی‌هایی که حداقل یک سال غیرفعال بودند
- بازی‌هایی که در سال‌های ۹۸ و ۹۹ فروشنده بودند
- فروشنده‌ی جدید
- ریزش<sup>۱</sup>

آمار فروشنده‌های بازی

۱. ریزش بازی: بازی‌ای که در سال ۹۸ فروش داشته ولی در سال ۹۹ فروش نداشته است.



## سهم بازی‌های فروشنده از کل بازی‌های هر دسته



رایگان | درون برنامه‌ای | فروش برنامه | اشتراک

سهم بازی‌های فروشنده از کل بازی‌ها

بازی‌های رایگان سهم بزرگی از کل بازی‌های بازار را دارند. بازی‌های فروشنده اغلب از روش پرداخت درون برنامه‌ای برای درآمد استفاده می‌کنند؛ البته در دسته‌ی بازی‌های اکشن، روش فروش برنامه نسبت به سایر روش‌ها بیشتر استفاده شده است.

بیشترین بازی‌های رایگان در دسته‌های امتیازی، معمایی و شبیه‌سازی هستند و در دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، ورزشی و اکشن برنامه‌ها بیشتر غیر رایگان هستند.

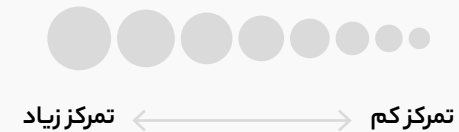


## نقشه‌ی رقابت بازی‌ها در صنعت محصولات دیجیتال

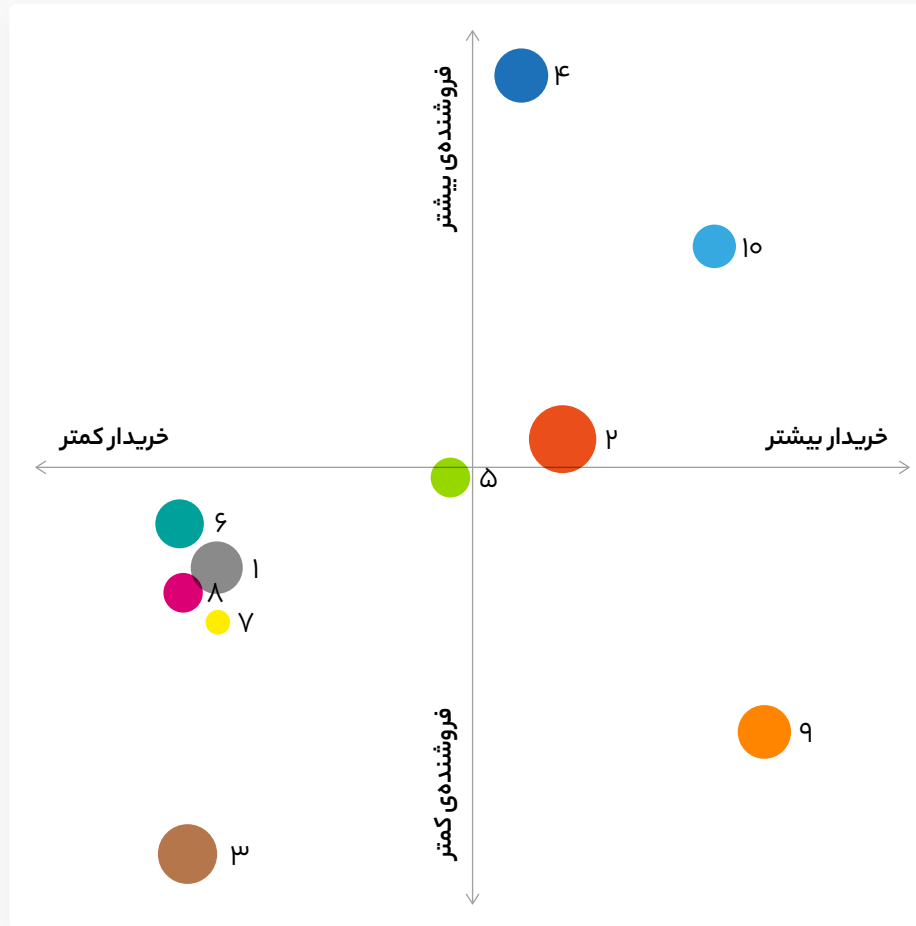
### میزان عرضه، تقاضا و تمرکز درآمد در دسته‌های مختلف بازی‌های بازار

در نمودار حبابی پیش رو وضعیت رقابت دسته‌های مختلف بازی در سال ۹۹ نمایش داده شده است. محور افقی مقایسه‌ی نسبی تعداد خریدار و محور عمودی مقایسه‌ی نسبی تعداد فروشنده در هر دسته را نشان می‌دهد. اندازه‌ی هر حباب نشان‌دهنده میزان تمرکز درآمد در آن دسته است.

منظور از تمرکز درآمد، میزان توزیع درآمد بین رقبای مختلف در هر دسته است. تمرکز بالا به معنای توزیع نامتوازن درآمد و تمرکز پایین به معنای توزیع یکسان درآمد بین رقبای هر دسته است.



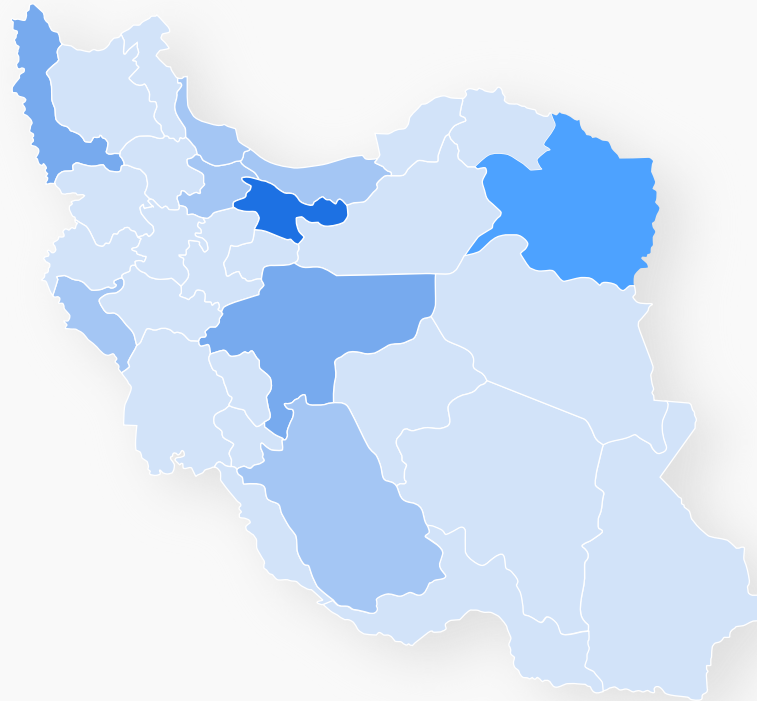
- ۱ ورزشی
- ۲ کلمات و دانستی‌ها
- ۳ شبیه‌سازی
- ۴ اکشن
- ۵ رانندگی
- ۶ معمایی
- ۷ کودک
- ۸ امتیازی
- ۹ استراتژی
- ۱۰ تفننی





## توزیع خریداران بازی در کشور

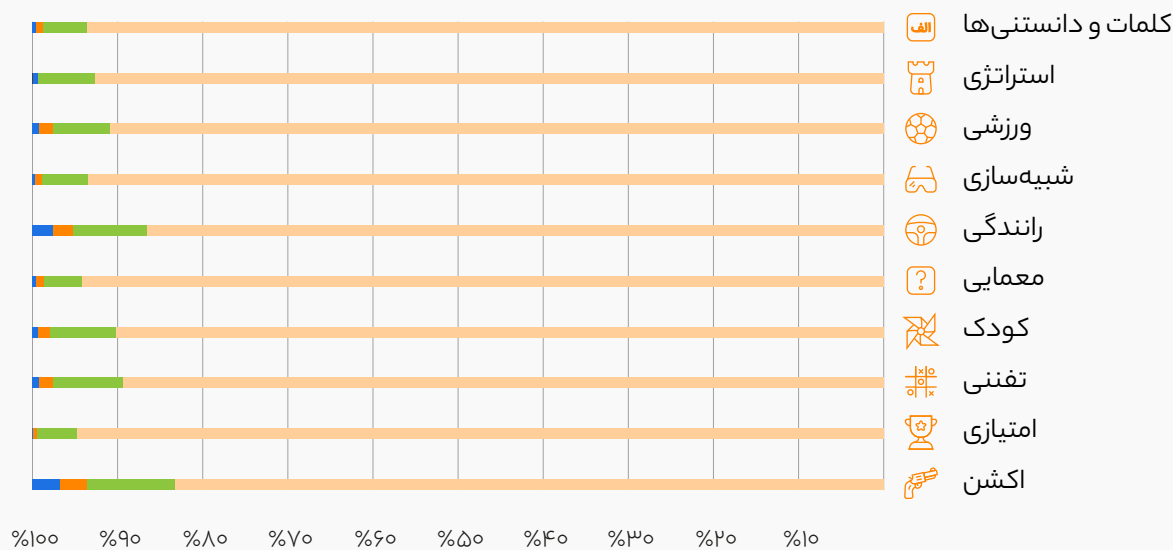
- خراسان شمالی
- چهارمحال و بختیاری
- کهگیلویه و بویراحمد
- خراسان جنوبی
- سیستان و بلوچستان
- زنجان
- مرکزی
- سمنان
- کردستان
- اردبیل
- همدان
- بوشهر
- قزوین
- کرمان
- یزد
- کرمانشاه
- گلستان
- خوزستان
- قم
- هرمزگان
- آذربایجان شرقی
- لرستان
- مازندران
- فارس
- ایلام
- گیلان
- البرز
- اصفهان
- آذربایجان غربی
- خراسان رضوی
- تهران



بیشترین خریداران بازی از سه استان تهران، خراسان رضوی و آذربایجان غربی هستند. اصفهان، البرز و گیلان در جایگاه سوم تا چهارم خریداران بازی بوده و ۵۰٪ از خرید بازی، در دو استان تهران و خراسان رضوی صورت می‌گیرد.



## درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از بازی‌ها



۱ رقیب ۲ رقیب ۳ رقیب ۴ رقیب و بیشتر

درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از برنامه‌ها

بازی‌های دسته‌ی اکشن، بیشترین اشتراک خریدار را بین دسته‌های بازی دارند. در برنامه‌های این دسته، ۸۳٪ خریداران تمام خریدهای خود را تنها از یک بازی انجام داده‌اند، ۱۰٪ خریداران از دو بازی مختلف، ۳٪ آنها از سه بازی و در نهایت ۳٪ باقی‌مانده از بیش از ۴ بازی مختلف خرید کرده‌اند.

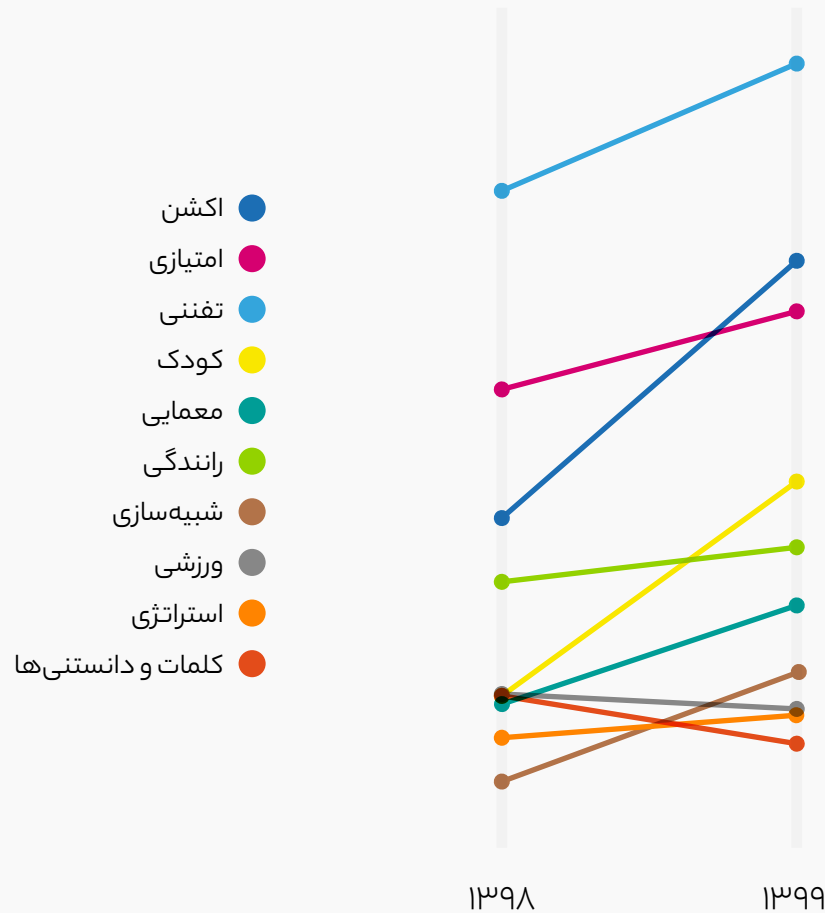
بعد از دسته‌ی اکشن، بازی‌های رانندگی و تفنی بیشترین اشتراک خریداران و بازی‌های معمایی و امتیازی کمترین اشتراک را بین فروشندگانی مختلف داشته‌اند.

خریداران بازی در دسته‌های امتیازی، معمایی و کلمات و دانستنی‌ها بیشترین تمایل را دارند که از یک بازی خرید خود را انجام بدهند.



## بیشترین و کمترین رشد نصب فعال در دسته‌های بازی

در سال ۹۹ از ۱۰ دسته‌ی بازی، ۸ دسته در تعداد نصب فعال رشد داشته‌اند. بیشترین رشد تعداد نصب فعال در مقایسه با سال ۹۸ مربوط به دسته‌های کودک، شبیه‌سازی و اکشن است. دسته‌های تفننی، اکشن و امتیازی به ترتیب بیشترین تعداد نصب فعال را داشته‌اند. در سال ۹۹ دسته کلمات و دانستنی‌ها بیشترین کاهش رشد در تعداد نصب فعال را داشته‌اند.



### بیشترین رشد تعداد کل نصب فعال:



اکشن



کودک



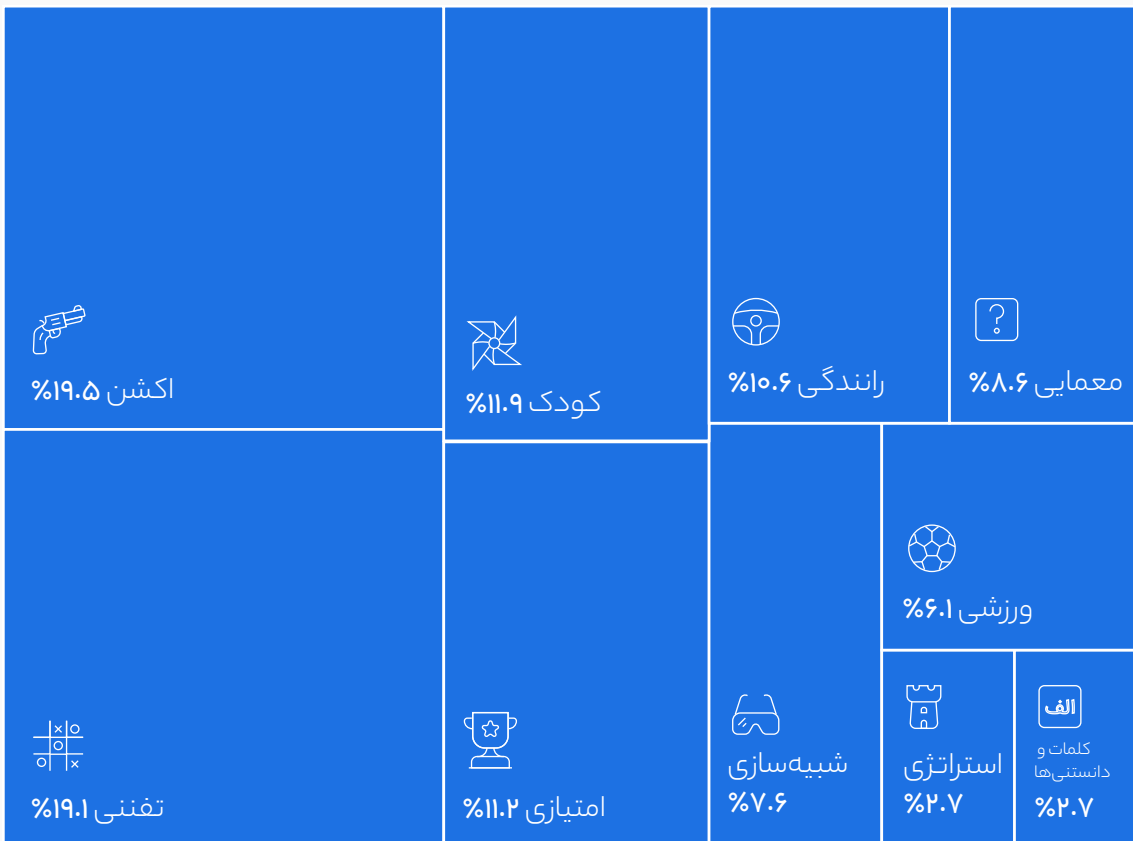
شبیه‌سازی



## بیش از ۶۷۰ میلیون بار نصب و بروزرسانی بازی‌ها

کاربران بازار در سال ۱۳۹۹، بیش از ۶۷۰ میلیون بار بازی، نصب و بروزرسانی کرده‌اند که ۴۷۰ میلیون آن برای نصب است. بیشترین نصب بازی برای دسته‌های اکشن، تفنی و امتیازی بوده است.

میلیون بار  
نصب و بروزرسانی بازی **+۶۷۰**



### بیشترین نصب:



نصب و بروزرسانی بازی‌ها بر اساس دسته

## بینش؛ مرجع داده‌های صنعت برنامه‌های موبایل در ایران

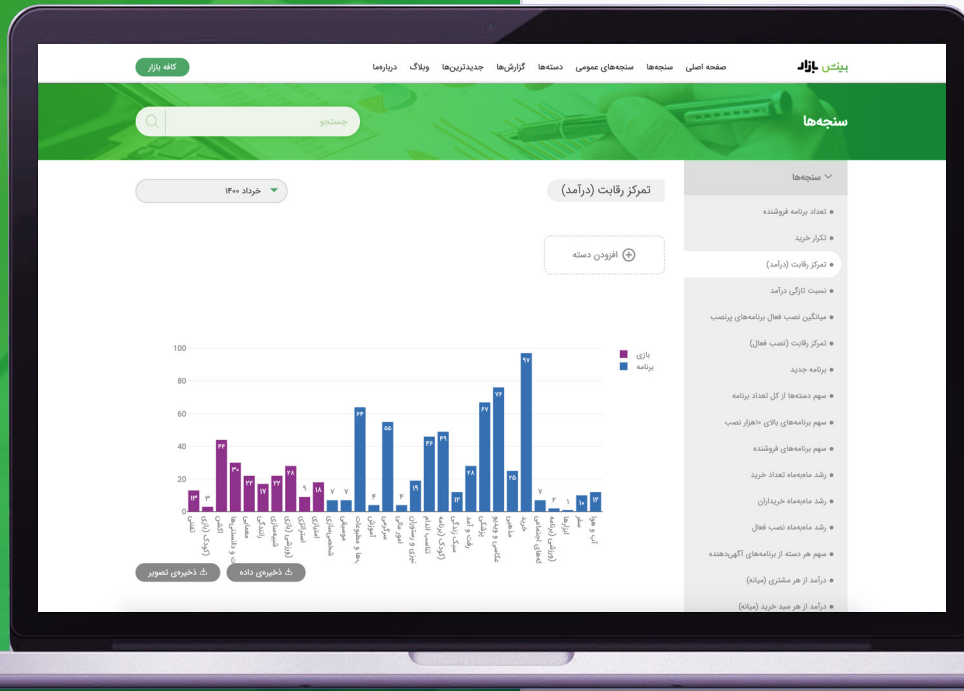
وب سایت «بینش بازار»، مرجع داده‌های صنعت برنامه‌های موبایل در ایران است. داده‌ها و گزارش‌های بینش از دل ۱۰ سال فعالیت بازار به عنوان بزرگ‌ترین فروشگاه ایرانی برنامه و بازی اندروید برآمده و فعالیت صد هزار کاربر فعال امروز بر اساس سنجه‌های متفاوت، بررسی و محاسبه شده است.

هدف بینش روشن کردن مسیر تمام کسانی است که در این صنعت کار می‌کنند یا می‌خواهند به این حوزه وارد شوند. بینش بازار انتظار دارد برای توسعه‌ی محصول کمک کننده باشد.

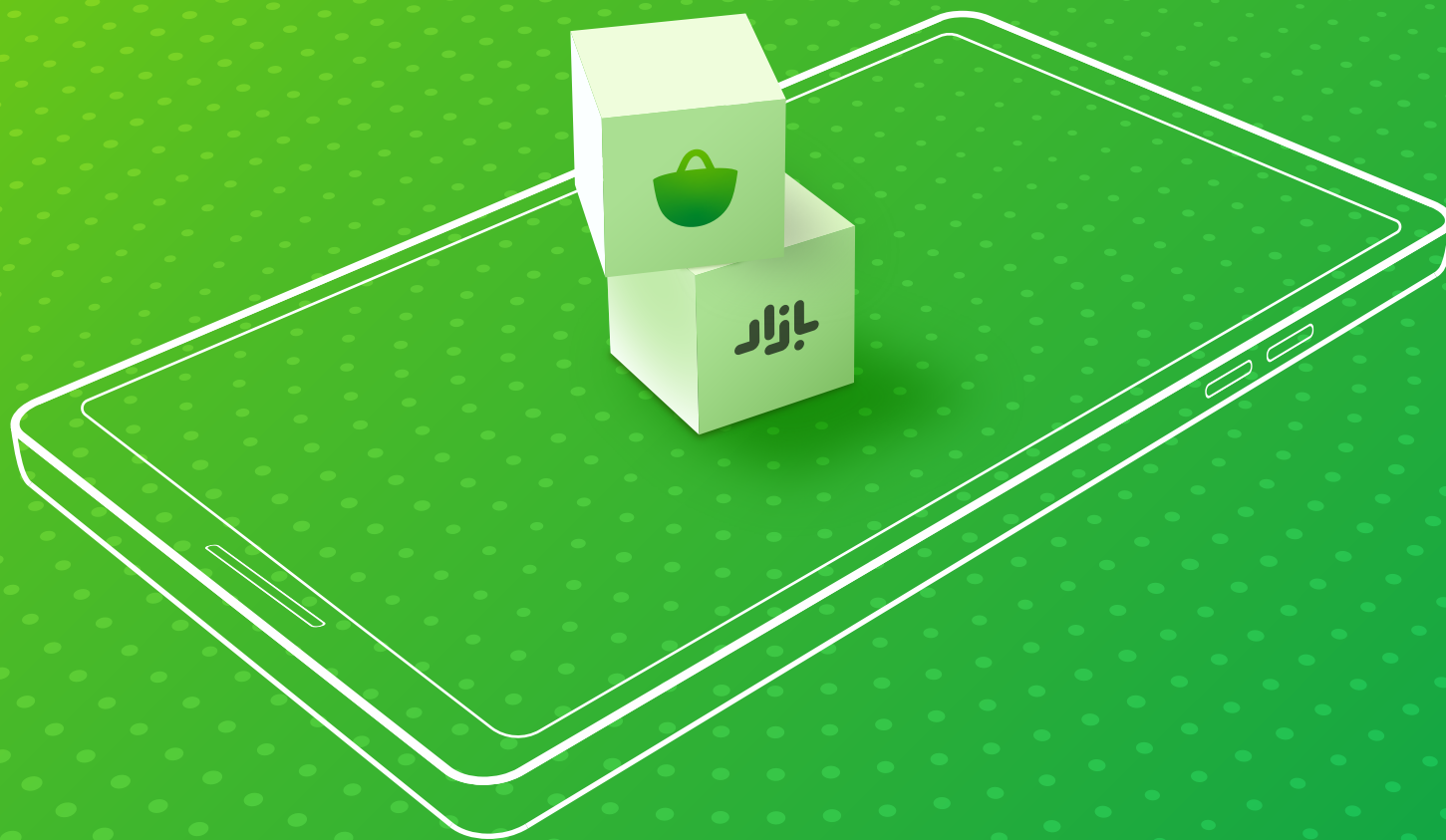
همچنین برنامه‌ریزی کمپین‌های مارکتینگ را آسان‌تر و نتایج را قابل پیش‌بینی‌تر کند، برای هدف‌گذاری شاخص‌های کلیدی ارزیابی عملکرد و برنامه‌ریزی راهبردی یار مدیران شود و سرمایه‌گذاران با اطمینان خاطرتری دوچندان وارد کسب و کارها شوند؛ از طرفی دیگر داده‌ها فضای نقد و آگاهی را برای رسانه‌ها باز کرده و ظرف تحقیقات دانشگاهی را بزرگ‌تر می‌کند.

بینش عمیق‌تر نسبت به صنعت، به سیاست‌مداران کمک می‌کند، واضح‌تر ببینند و به رشد صنعت برنامه‌های موبایلی کمک کنند. بینش بازار، به عنوان مرجع داده‌های این صنعت سعی دارد در کنار افراد باشد.

با بینش تصمیم بگیریم: [insight.cafebazaar.ir](http://insight.cafebazaar.ir)







[cafebazaar.ir](http://cafebazaar.ir)