

بازار 

گزارش صنعت
برنامه‌های موبایل

در ایران cafebazaar.ir

اندازه، رشد و روندها

در سال ۱۳۹۸

| | |
|---|----------------------------|
| ۲ | مقدمه |
| ۳ | بازار در یک نگاه ۱۳۸۹-۱۳۹۸ |
| ۴ | بازار در سال ۱۳۹۸ |

روندها

| | |
|---|---|
| ۷ | بازار در ۵ سال اخیر |
| ۸ | ۲۴ میلیون تراکنش موفق در سال ۱۳۹۸ |
| ۹ | ۱۸۹ میلیارد تومان درآمد خالص توسعه‌دهنده‌ها در سال ۱۳۹۸ |

بازی‌ها و برنامه‌ها

| | |
|----|--|
| ۱۱ | سهم بازی‌ها: یک پنجم تراکنش، یک سوم درآمد |
| ۱۲ | فراز خریدارها و فرود فروشندگان در سال ۱۳۹۸ |
| ۱۳ | حجم بازار؛ رشد سال به سال و روند سال ۱۳۹۸ |
| ۱۴ | افزایش تمایل مصرف‌کننده‌ی محصولات دیجیتال به خرید |
| ۱۵ | روند دائلود برنامه در سال ۱۳۹۸ و رشد سال به سال نصب فعال |
| ۱۶ | ۲/۱۳ میلیارد بار جستجو در سال ۱۳۹۸ |

برنامه‌ها

| | |
|----|--|
| ۱۸ | توزیع درآمد برنامه‌ها در استان‌های کشور |
| ۱۹ | ۱/۲ میلیارد بار دائلود و به روز رسانی برنامه‌ها |
| ۲۰ | دائلود و به روز رسانی از دسته‌های مختلف برنامه در سال ۱۳۹۸ |
| ۲۱ | ۴۹ میلیون بار ثبت امتیاز برای برنامه‌ها توسط کاربران در سال ۱۳۹۸ |
| ۲۲ | درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از برنامه‌ها |
| ۲۳ | سهم برنامه‌های فروشنده از کل برنامه‌های هر دسته |
| ۲۴ | بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های برنامه |
| ۲۵ | بیشترین و کمترین رشد در تعداد تراکنش دسته‌های مختلف برنامه |
| ۲۶ | ۳۲ هزار برنامه‌ی فعال فروشنده در سال ۱۳۹۸ |
| ۲۷ | ۳ میلیون خریدار برنامه‌ها |
| ۲۸ | نقشه‌ی رقابت برنامه‌ها در صنعت محصولات دیجیتال |
| ۲۹ | برترین برنامه‌های ایرانی در سال ۱۳۹۸ |

بازی‌ها

| | |
|----|--|
| ۳۱ | توزیع درآمد بازی‌ها در استان‌های کشور |
| ۳۲ | بیش از ۶۷۰ میلیون بار دائلود و به روز رسانی بازی‌ها |
| ۳۳ | دائلود و به روز رسانی از دسته‌های مختلف بازی در سال ۱۳۹۸ |
| ۳۴ | ۳۰ میلیون بار ثبت امتیاز برای بازی‌ها در سال ۱۳۹۸ |
| ۳۵ | درصد خریداران مشترک بین رقبای هر دسته از بازی‌ها |
| ۳۶ | سهم بازی‌های فروشنده از کل بازی‌ها |
| ۳۷ | بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های مختلف بازی‌ها |
| ۳۸ | بیشترین و کمترین رشد در تعداد تراکنش دسته‌های مختلف بازی |
| ۳۹ | ۷,۷۰۰ فروشنده بازی در سال ۱۳۹۸ |
| ۴۰ | ۹۶۳ هزار خریدار بازی‌ها |
| ۴۱ | نقشه‌ی رقابت بازی‌ها |
| ۴۲ | برترین بازی‌های ایرانی در سال ۱۳۹۸ |

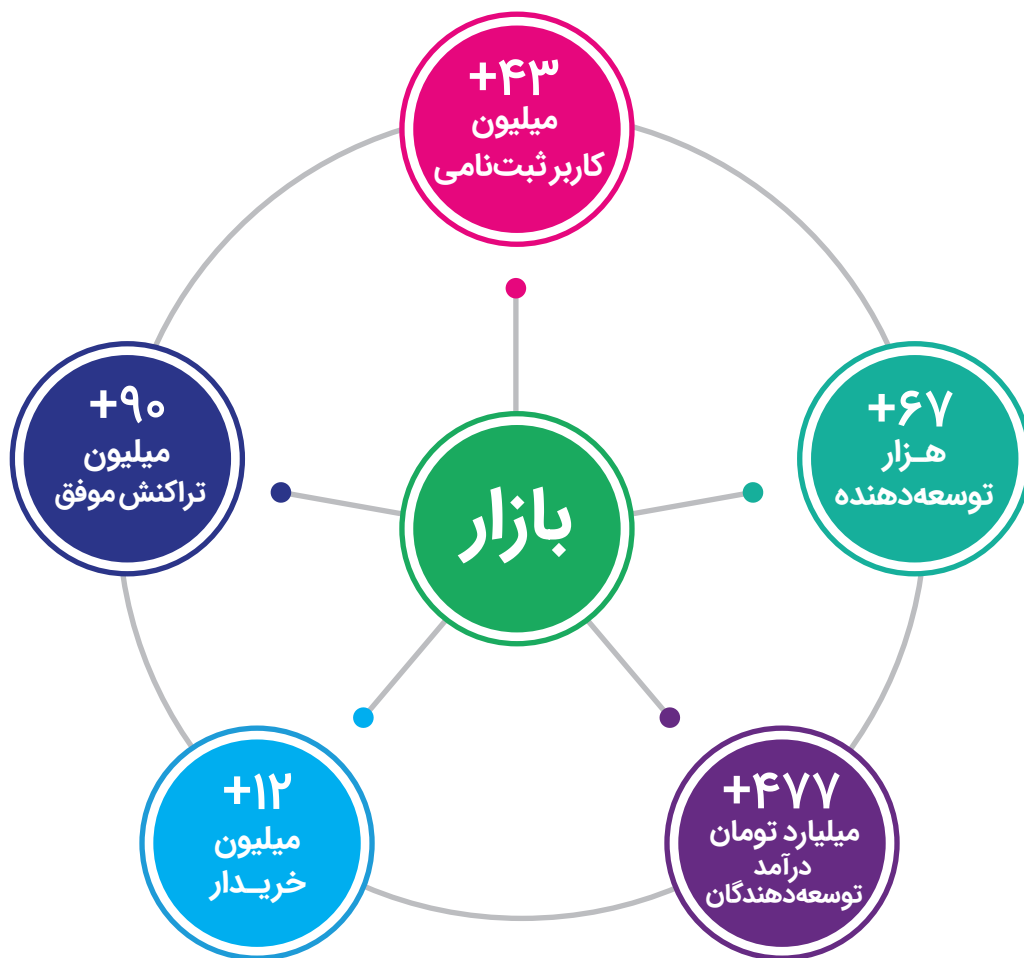
مقدمه

کافه بازار، «گزارش صنعت برنامه‌های موبایل ایران در سال ۹۸» را با هدف ساختن تصویری روشن‌تر از صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی اندروید، تدوین کرده است.

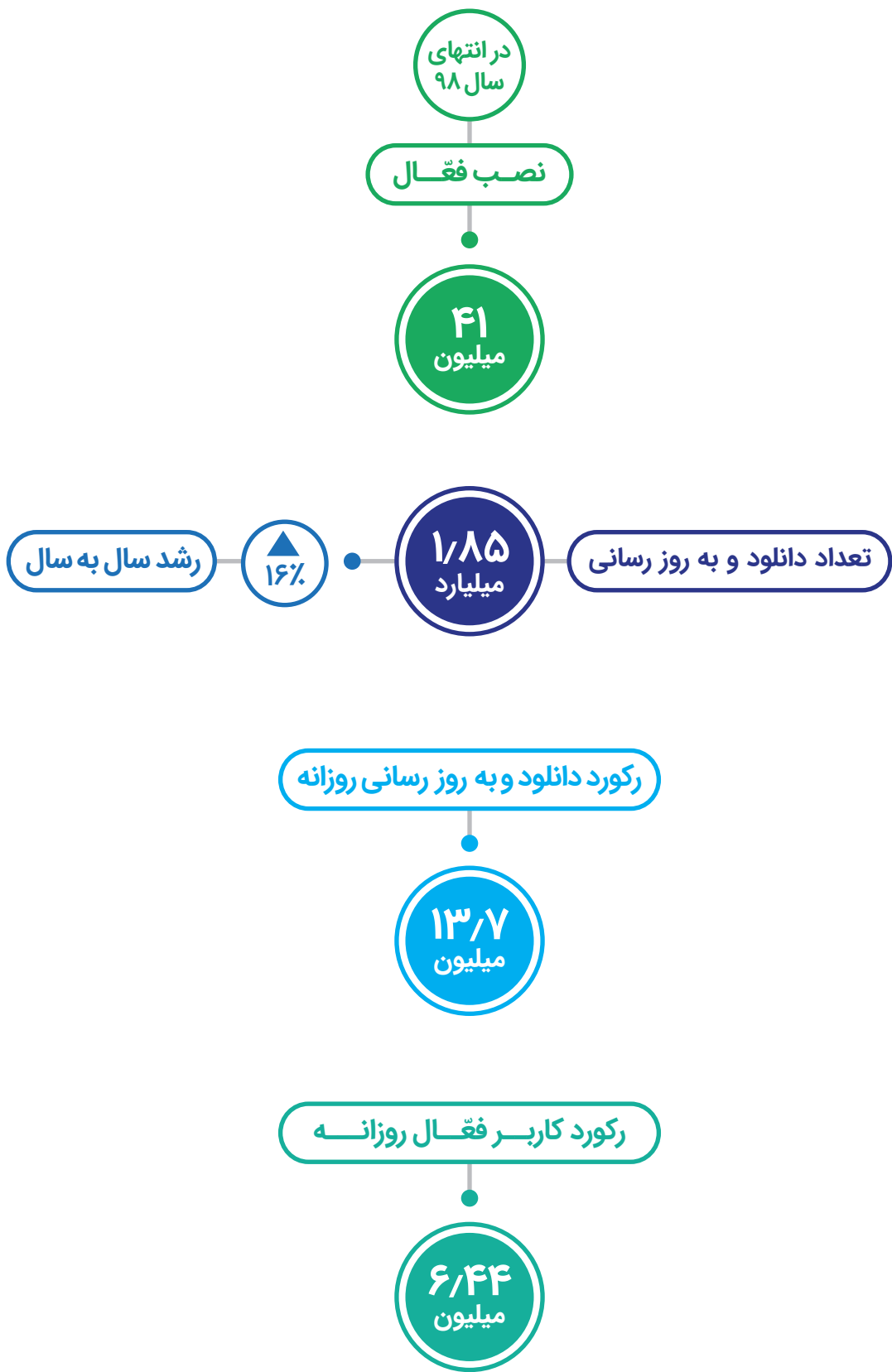
بر اساس این گزارش، در انتهای سال ۹۸، بازار به عنوان بستر توزیع برنامه، بازی و ویدئو، ۴۱ میلیون نصب فعال داشته است. کاربران بازار، ۱/۸۵ میلیارد بار، برنامه و بازی دانلود یا به روزرسانی کرده‌اند. همچنین ۳/۷ میلیون خریدار محصولات دیجیتال، با ثبت بیش از ۲۴ میلیون تراکنش موفق، ۱۸۹ میلیارد تومان درآمد خالص نصیب توسعه‌دهنده‌های بازی و برنامه کرده‌اند که در مقایسه با سال ۹۷، ۸۳ درصد افزایش داشته است.

در این گزارش ضمن بررسی رفتار کاربران، میزان رشد شاخص‌های مختلف در ۲۴ دسته‌ی برنامه و ۱۲ دسته‌ی بازی نیز ارائه شده است. صنعت برنامه‌های موبایل و کسب‌وکارهای آنلاین هم در سال ۹۸ تحت تأثیر روندهای کلان اقتصادی و اجتماعی مانند شیوع کرونا بود. ولی بررسی این صنعت نشان می‌دهد، روند رو به رشد آن در سال ۹۸ همچنان حفظ شده است.

کافه بازار تلاش می‌کند شاخص‌های صنعت و روند تغییر آن با انتشار این نوع از گزارش‌ها، برای تمام بازیگران صنعت برنامه‌های موبایلی در دسترس و واضح شود؛ تا بتوانند با آگاهی عمیق‌تر و شناخت بهتر از گذشته، تصمیمات درست‌تری برای دستیابی به آینده‌ای روشن‌تر بگیرند.



بازار در سال ۱۳۹۸



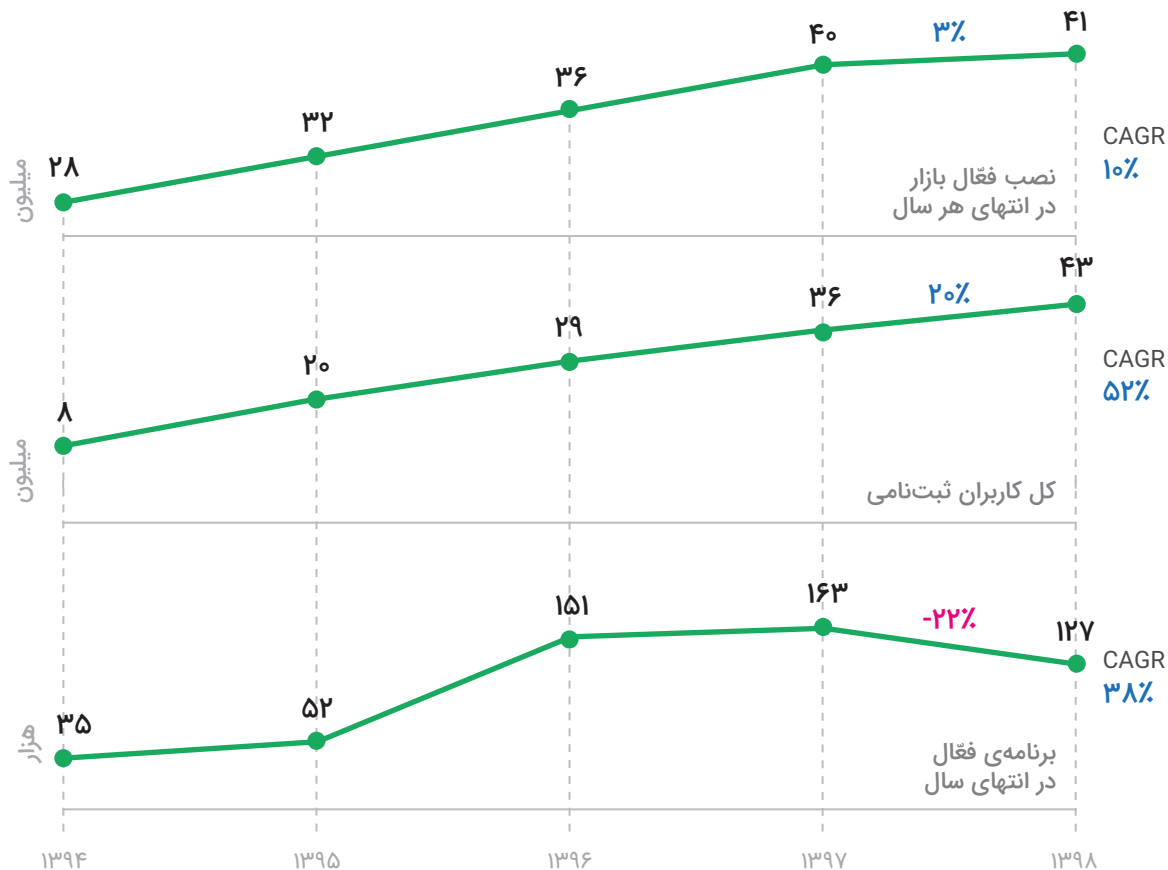


توسعه‌دهنده‌ی فعال: تیم توسعه‌دهنده‌ای که حداقل یک برنامه‌ی در حال انتشار در بازار داشته باشد.
 درآمد خالص توسعه‌دهنده: سهم برنامه از مبلغ پرداخت شده توسط خریدار که بعد از کسر سهم بازار به او تعلق می‌گیرد.
 تراکنش موفق: پرداخت موفق که توسط خریدار، برگشت (refund) نخورده باشد.

▲ رشد سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷



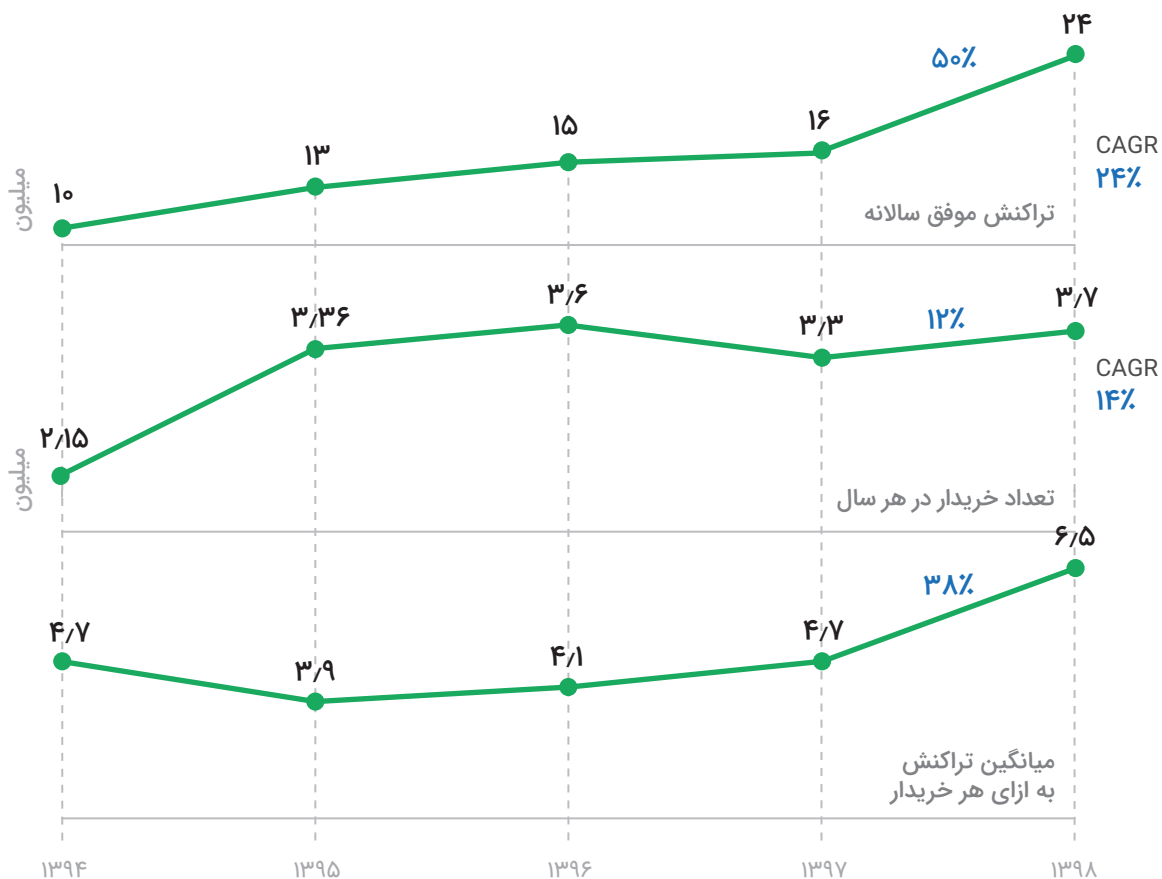
در سال ۹۸، با ثبت نام بیش از ۷ میلیون کاربر جدید، تعداد کل کاربران ثبت‌نامی در بازار به بیش از ۴۳ میلیون نفر رسید.



CAGR-Compound annual growth rate: نرخ رشد مرکب سالانه

نصب فعال: تعداد کاربرانی که در طول دو ماه گذشته از زمان گزارش‌گیری، برنامه‌ی بازار روی تلفن همراهشان نصب بوده است.
کاربر ثبت‌نامی: کاربرانی که در بازار حساب کاربری ساخته‌اند. استفاده از امکانات عمومی بازار مثل دانلود برنامه نیازی به ساخت حساب کاربری ندارد.
برنامه‌ی فعال: به برنامه یا بازی‌ای گفته می‌شود که در زمان گزارش‌گیری در حالت انتشار باشد.

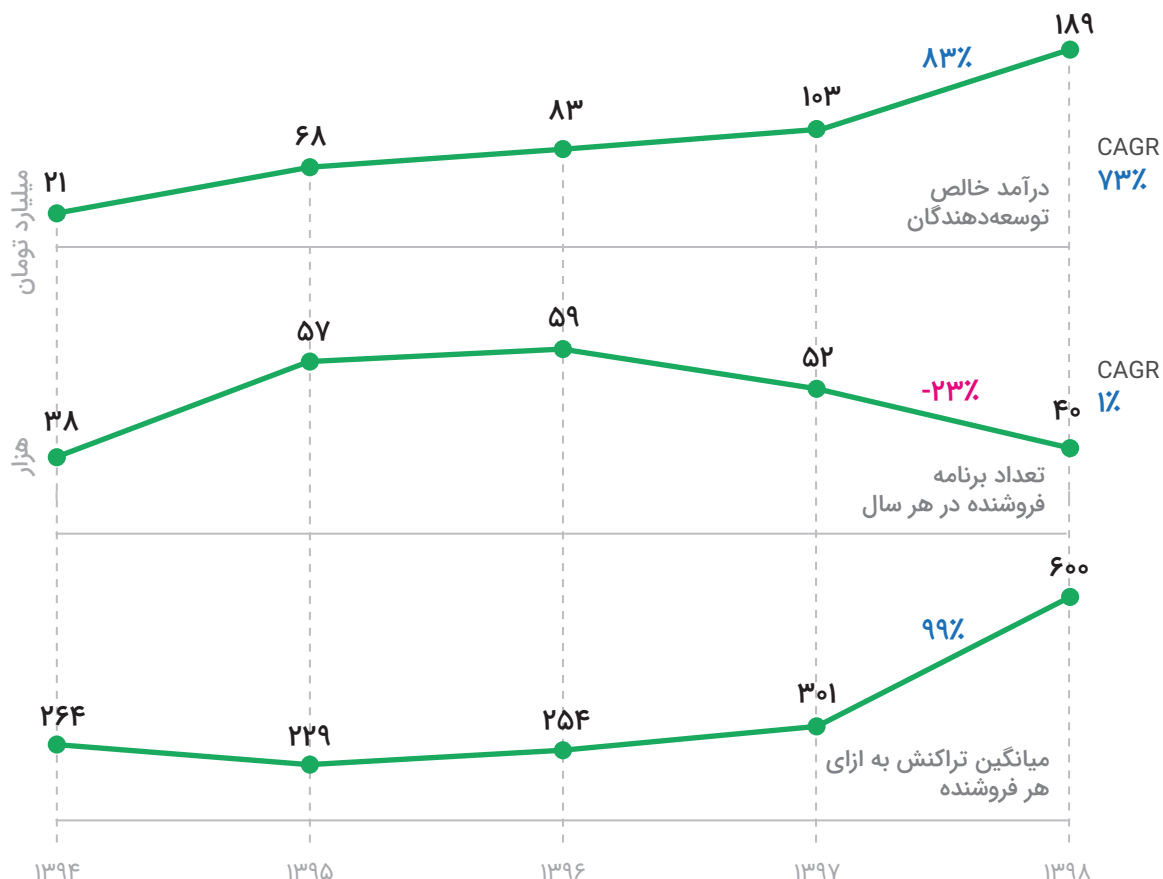
با افزایش تعداد خریدار و میانگین تکرار خرید، تعداد تراکنش موفق ۵۰ درصد افزایش یافت.



CAGR-Compound annual growth rate: نرخ رشد مرکب سالانه
 تراکنش موفق: پرداخت موفق که از طرف خریدار، برگشت (refund) نخورده باشد.

از کل ۹۰ میلیون تراکنش موفق انجام شده از سال ۸۹، ۲۴ میلیون تراکنش در سال ۹۸ توسط ۳/۷ میلیون خریدار انجام شده که نشان‌دهنده‌ی بیشترین رشد سال به سال است.

با وجود کاهش برنامه‌های فروشنده، درآمد توسعه‌دهنده‌ها و میانگین تعداد تراکنش به ازای هر فروشنده افزایش یافته است.



CAGR-Compound annual growth rate: نرخ رشد مرکب سالانه
 برنامه‌ی فروشنده: برنامه یا بازی‌ای که در دوره‌ی گزارش حداقل یک تراکنش موفق داشته باشد.
 درآمد خالص توسعه‌دهنده: سهم توسعه‌دهنده از مبلغ پرداخت شده توسط خریدار.

در انتهای سال ۹۸، مبلغ کل درآمد توسعه‌دهنده‌ها از زمان تأسیس بازار به بیش از ۴۷۷ میلیارد تومان رسید. درآمد توسعه‌دهنده‌ها در سال ۹۸ در مقایسه با سال ۹۷، ۸۳ درصد رشد داشته و به بیش از ۱۸۹ میلیارد تومان رسیده که توسط ۴۰ هزار برنامه‌ی فروشنده‌ی فعال به دست آمده است. تعداد برنامه‌ی فروشنده، روند نزولی خود را از سال ۹۷ ادامه داده و در سال ۹۸ با ۲۳ درصد کاهش به ۴۰ هزار برنامه‌ی فروشنده‌ی فعال رسیده است. در حالی که درآمد توسعه‌دهندگان (۸۳ درصد)، تعداد تراکنش (۵۰ درصد)، تعداد خریدار (۱۲ درصد) و در نهایت تعداد تراکنش به ازای هر فروشنده (۹۹ درصد) در سال ۹۸ افزایش یافته است.



برنامه‌ها
و بازی‌ها

در مقایسه با سایر برنامه‌های فروشنده، بازی‌های فروشنده میانگین نصب بیشتر و درآمد بالاتر به ازای هر تراکنش دارند.

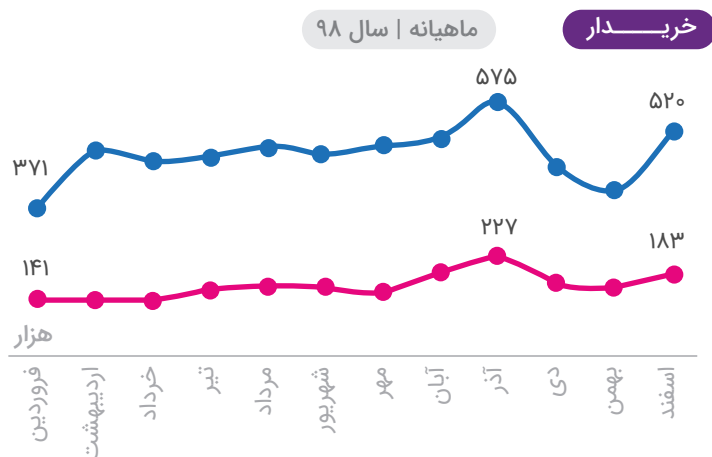
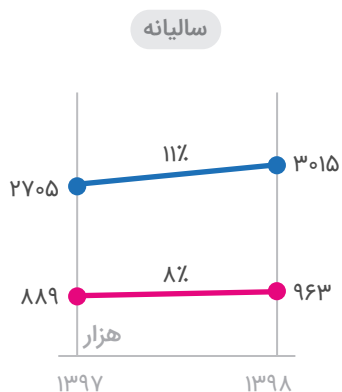
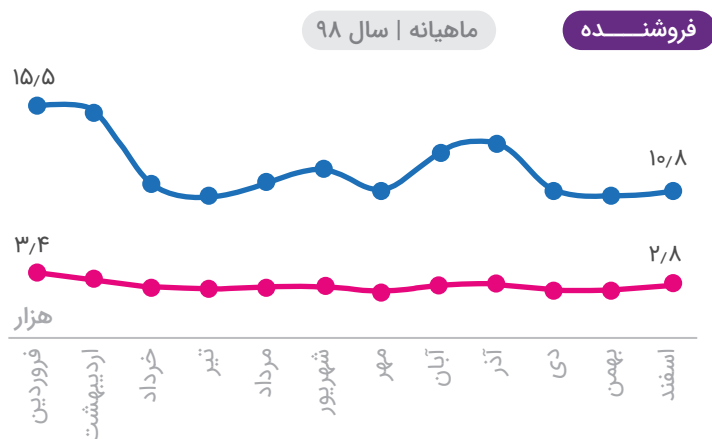
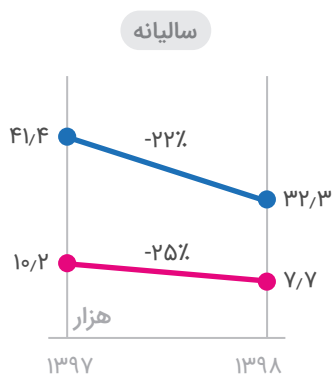


● بازی ● برنامه

میانگین درآمد از هر تراکنش، هزینه‌ی پرداخت‌شده توسط خریدار است.

در انتهای سال ۹۸، میانگین نصب فعال بازی‌های فروشنده، ۴,۳۰۰ نصب فعال و برای برنامه‌های فروشنده ۲,۸۰۰ نصب فعال است. از طرفی میانگین مبلغ ریالی هر تراکنش در بازی‌ها ۱/۸۸ برابر میانگین تراکنش در سایر برنامه‌ها است.

در سال ۹۸، تعداد خریداران افزایش و تعداد فروشنده‌های محصولات دیجیتال در بازار کاهش یافت.



● بازی ● برنامه

تعداد کل فروشنده‌های فعال در سال ۹۸ در مقایسه با سال ۹۷، در بازی‌ها ۲۵ درصد و برنامه‌ها ۲۲ درصد کاهش یافته است. در طول سال، تعداد برنامه‌های فروشنده با فراز و نشیبی همراه بوده است؛ به طوری که در فصل پاییز افزایش نسبی و در زمستان کمترین تعداد فروشنده‌ی فعال را شاهد بوده‌ایم.

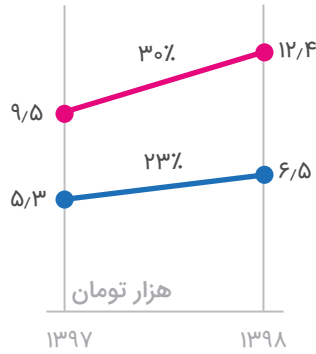
درآمد بازی‌ها و برنامه‌ها در آذرماه ۹۸ به بیشترین اندازه‌ی خود رسیده و در سه ماه آخر سال کاهش یافته است.



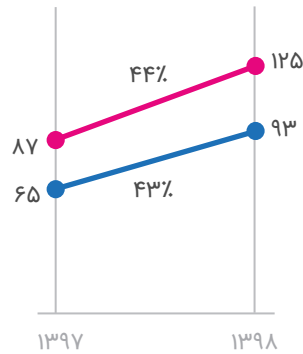
درآمد توسعه‌دهندگان و تعداد تراکنش‌های موفق در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ افزایش یافته است. برنامه‌ها با ۷۳ درصد افزایش به ۱۸ میلیون تراکنش و بازی‌ها با ۲۰ درصد افزایش به ۶ میلیون تراکنش رسیده‌اند. درآمد توسعه‌دهندگان برنامه نسبت به سال ۹۷ بیش از دو برابر افزایش یافته و به عدد ۱۲۰ میلیارد تومان رسیده است. درآمد توسعه‌دهندگان بازی هم با ۴۷ درصد افزایش نسبت به سال ۹۷، به عدد ۶۹ میلیارد تومان در سال ۹۸ رسیده است.

در سال ۹۸، خریداران به دفعات و هزینه‌ی بیشتر در مقایسه با سال ۹۷ از محصولات دیجیتال خرید کرده‌اند.

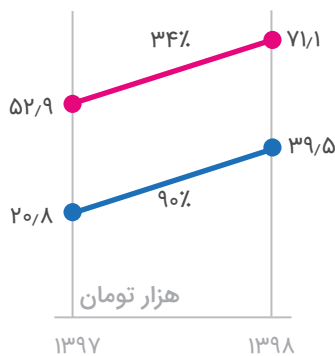
میانگین درآمد از هر فروش



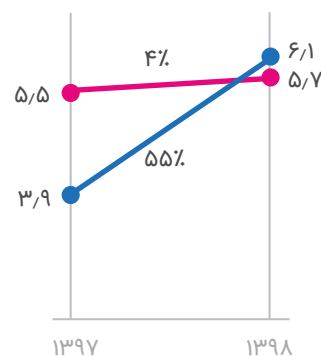
خریدار به‌ازای هر فروشنده



میانگین درآمد سالیانه از هر خریدار



میانگین تکرار خرید

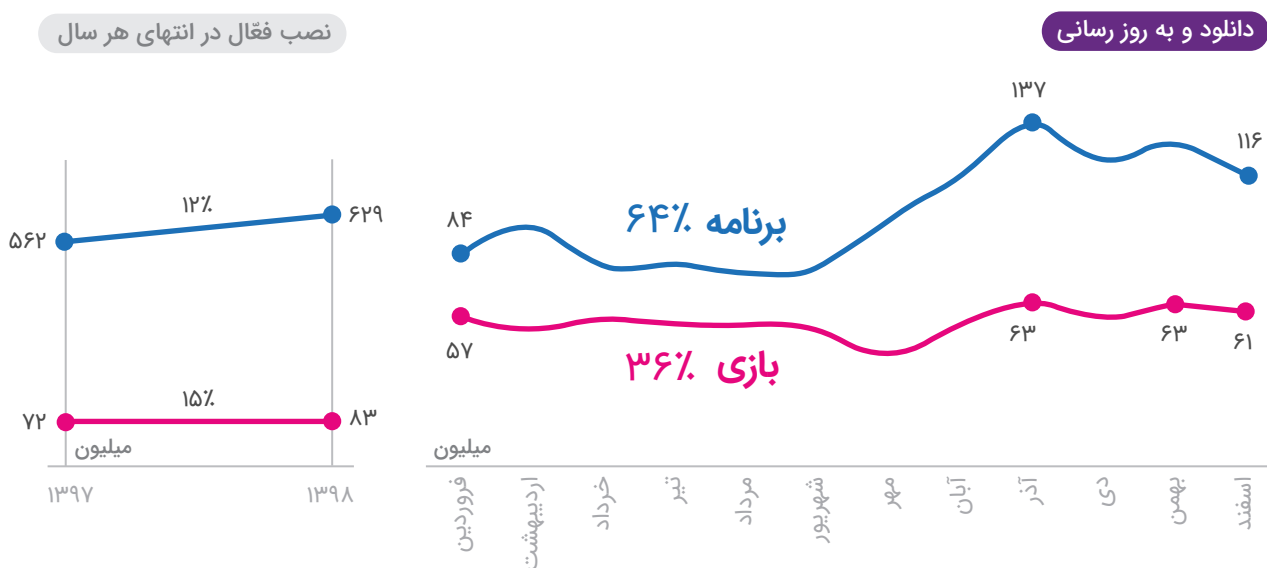


● بازی ● برنامه

میانگین درآمد از هر فروش و هر خریدار مربوط به سهم برنامه از فروش است.

در سال ۹۸ کماکان «میانگین درآمد سالیانه از هر خریدار»، «میانگین درآمد از هر فروش» و «تعداد خریدار به ازای هر فروشنده» در بازی‌ها بیشتر از برنامه‌ها بوده و در هر دو دسته نسبت به سال ۹۷ افزایش یافته است. در این سال برای هر بازی فروشنده ۱۲۵ و برای هر برنامه‌ی فروشنده ۹۳ خریدار وجود داشت که در مقایسه با سال ۹۷ هر دو رشد داشتند. از طرفی میانگین تکرار خرید هر خریدار در بازی‌ها به نسبت سال ۹۷ افزایش کمی داشته است ولی برای برنامه‌ها با افزایش به عدد میانگین ۶/۱ خرید به ازای هر خریدار در یک سال رسیده که برخلاف سال ۹۷ از میانگین تکراری خرید هر خریدار از بازی‌ها بیشتر است.

تعداد دانلود و به روز رسانی برنامه‌ها و بازی‌ها در نیمه‌ی دوم سال افزایش داشته و در آذرماه به بیشترین مقدار خود رسیده است.

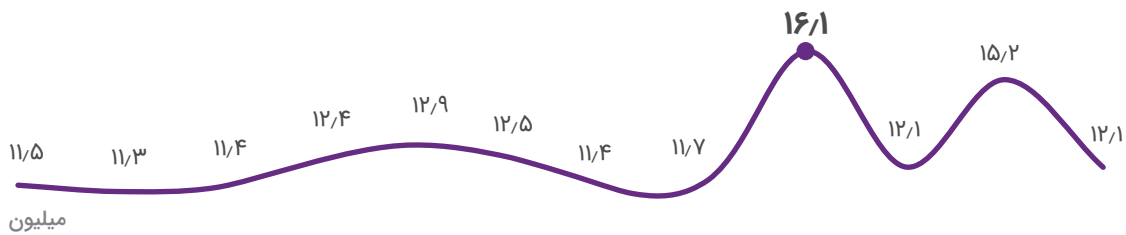


در سال ۹۸، کاربران بیش از ۱,۸۷۱,۰۰۰,۰۰۰ بار اقدام به دانلود یا به روز رسانی برنامه‌ها و بازی‌ها از بازار کرده‌اند؛ ۶۴ درصد دانلودها مربوط به برنامه‌ها و ۳۶ درصد دانلودها مربوط به بازی‌ها است. این روند در شش ماهه‌ی دوم افزایش داشته است چنان‌که برنامه‌ها در ماه آذر به رکورد ۱۳۷ میلیون دانلود و بازی‌ها به ۶۳ میلیون دانلود در یک ماه رسیده‌اند.

در پایان سال ۹۸، مجموع نصب فعال برنامه‌ها و بازی‌ها در مقایسه با پایان سال ۹۷ تقریباً به یک میزان افزایش یافته و در مجموع به بیش از ۷۱۲ میلیون نصب فعال در اسفند ۹۸ رسیده است. برنامه‌های پرنصب شرکت‌هایی مانند گوگل و سامسونگ که معمولاً به طور پیش‌فرض روی گوشی‌ها نصب هستند در محاسبه‌ی نصب فعال در نظر گرفته نشده‌اند.

کاربران به طور میانگین هر ماه ۱۲/۵ میلیون کلمه متفاوت را جستجو می‌کنند.

تعداد کلمات منحصربه‌فرد جستجو شده در هر ماه

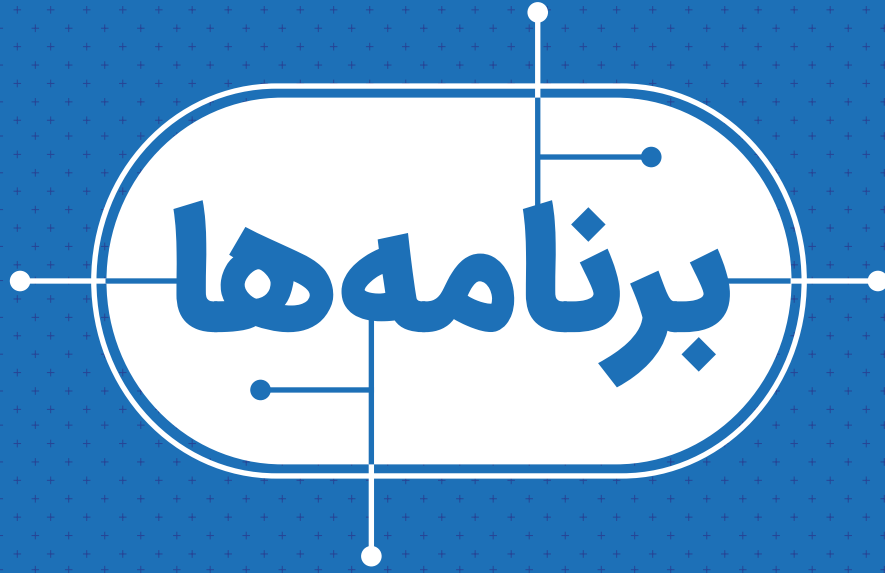


بیشترین جستجوی یک کلمه در ماه - میلیون

| تعداد | ۳/۷ | ۸/۶ | ۳/۸ | ۳/۸ | ۳/۹ | ۳/۹ | ۳/۰ | ۳/۱ | ۴/۶ | ۳/۳ | ۴/۵ | ۴/۲ |
|-----------|-----------------|------------------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| تگرم تلای | تگرم | بازی | بازی | بازی | بازی | واتساپ | بازی | بازی | بازی | بازی | بازی | بازی |
| بازی | تگرم تلای | تگرم | تگرم | واتساپ | اینستاگرام | اینستاگرام | اینستاگرام | اینستاگرام | اینستاگرام | اینستاگرام | اینستاگرام | واتساپ |
| تگرم | تگرم بدون فیلتر | دانلود تگرم تلای | واتساپ | اینستاگرام | واتساپ | بازی | واتساپ | واتساپ | واتساپ | واتساپ | واتساپ | اینستاگرام |
| فروردین | اردیبهشت | خرداد | تیر | مرداد | شهریور | مهر | آبان | آذر | دی | بهمن | اسفند | |

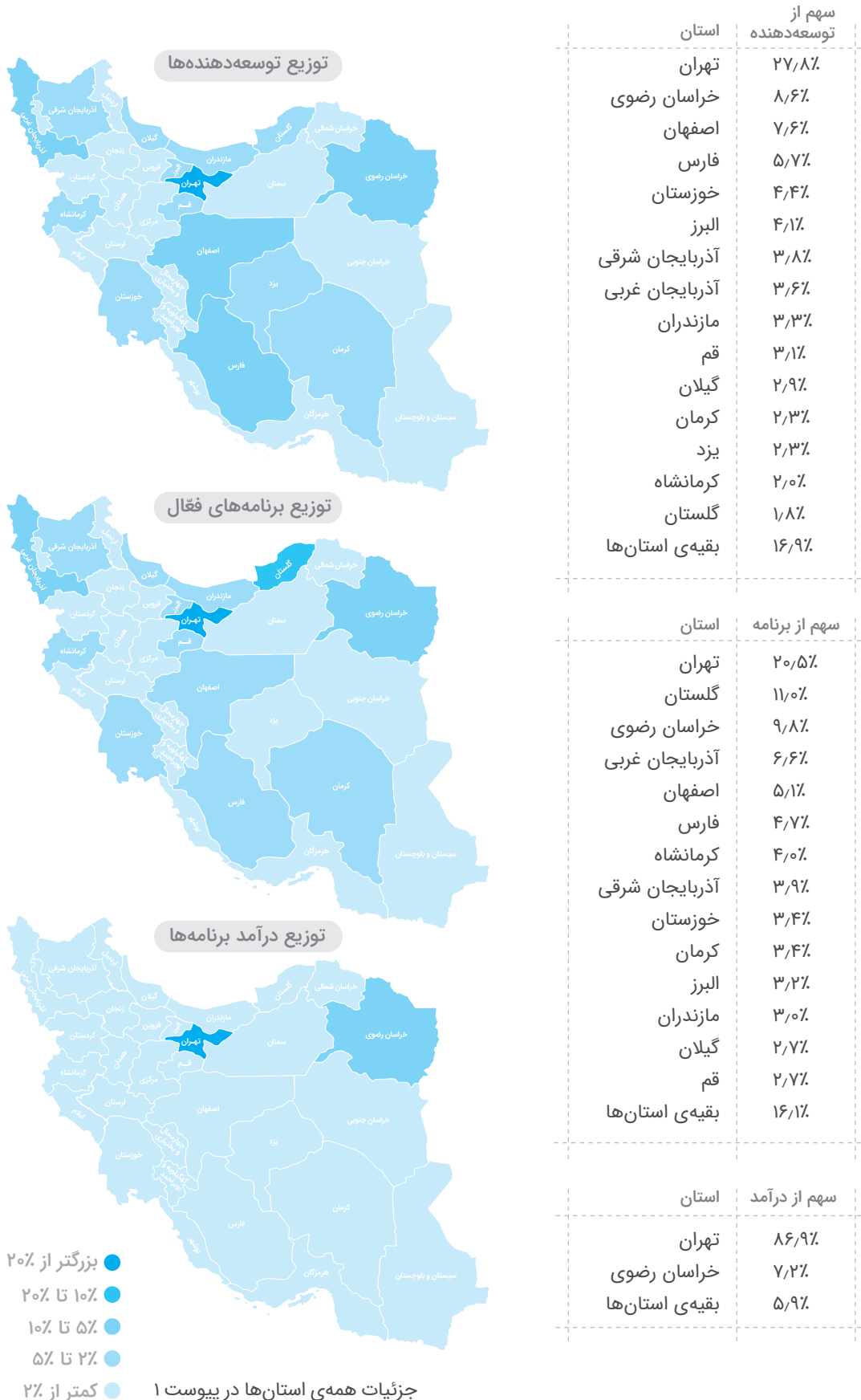
سه عبارت با بیشترین جستجو

در سال ۹۸ کاربران بازار، بیش از ۲/۱۳ میلیارد بار برای یافتن برنامه‌ی دلخواه خود جستجو کرده‌اند که بیشترین آن در ماه آذر اتفاق افتاده است. کاربران به طور میانگین هر ماه ۱۲/۵ میلیون کلمه‌ی متفاوت را جستجو می‌کنند. رکورد این تعداد در ماه آذر به ۱۶/۱ میلیون کلمه‌ی منحصربه‌فرد جستجو شده رسیده است. در این نمودار سه کلمه‌ی پر جستجو در هر ماه نمایش داده شده و رکورد بیشترین جستجوی یک عبارت نوشته شده است.

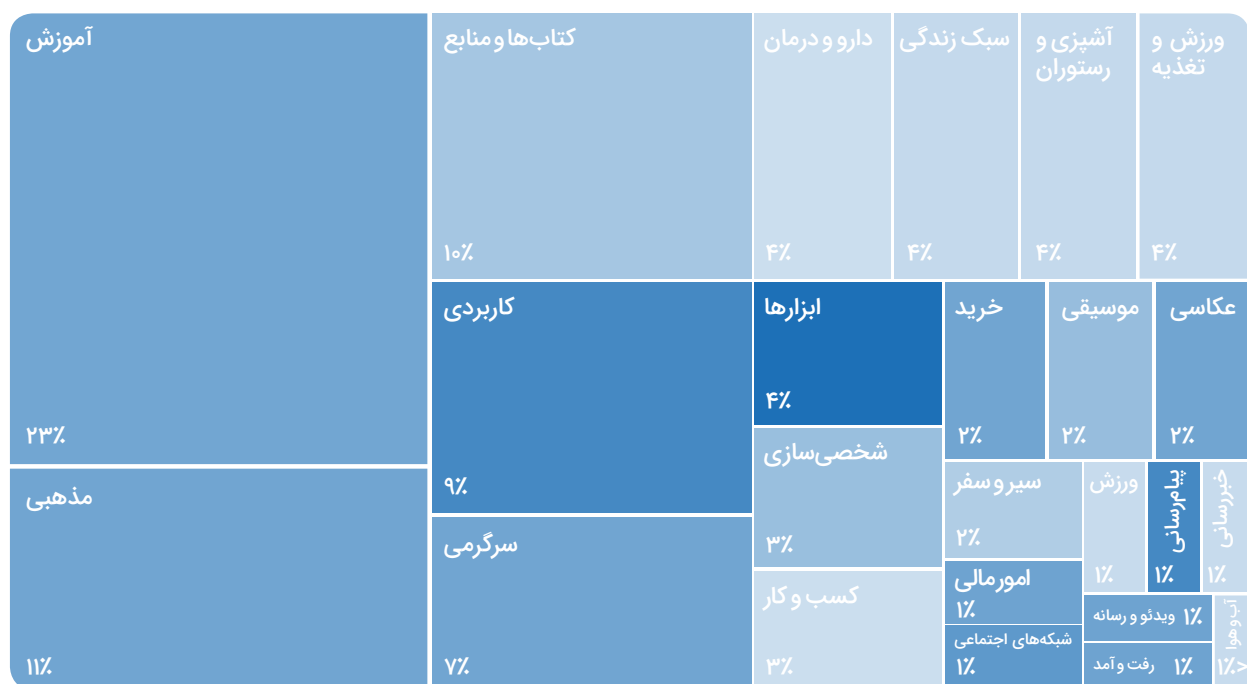


برنامه‌ها

۸۷ درصد درآمد سال ۹۸ سهم توسعه‌دهنده‌های استان تهران شد.



دسته‌ی آموزش بیشترین تعداد برنامه و دسته‌ی ابزارها بیشترین تعداد دانلود و به روز رسانی را دارد.



۸۶٪ از کل برنامه‌ها و بازی‌ها

۱۵٪ سهم دانلود از کل دانلودها

۶۴٪ از کل دانلودهای سال ۹۸

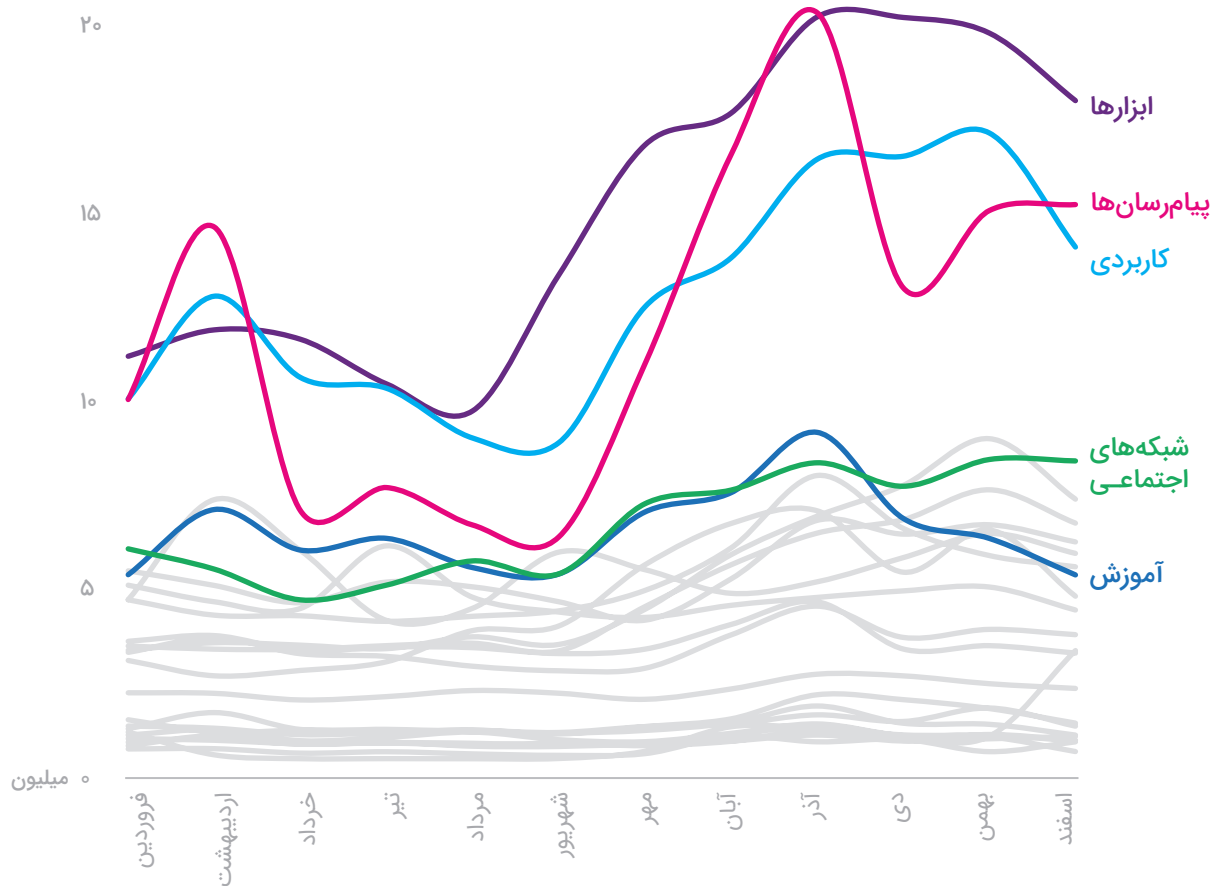
سهم دانلود از کل دانلودها

تعداد برنامه‌ها

جزئیات در پیوست ۲

در انتهای سال ۹۸ بیش از ۱۰۹ هزار برنامه در دسترس کاربران بازار بود. دسته‌ی آموزش، مذهبی و کتاب‌ها و منابع به ترتیب بیشترین سهم را از کل این برنامه‌ها دارند. در این سال برنامه‌ها بیش از ۱/۲ میلیارد بار دانلود شده‌اند. دسته‌های ابزارها، کاربردی و پیام‌رسان‌ها بیشترین سهم از دانلود را در سال ۹۸ داشتند.

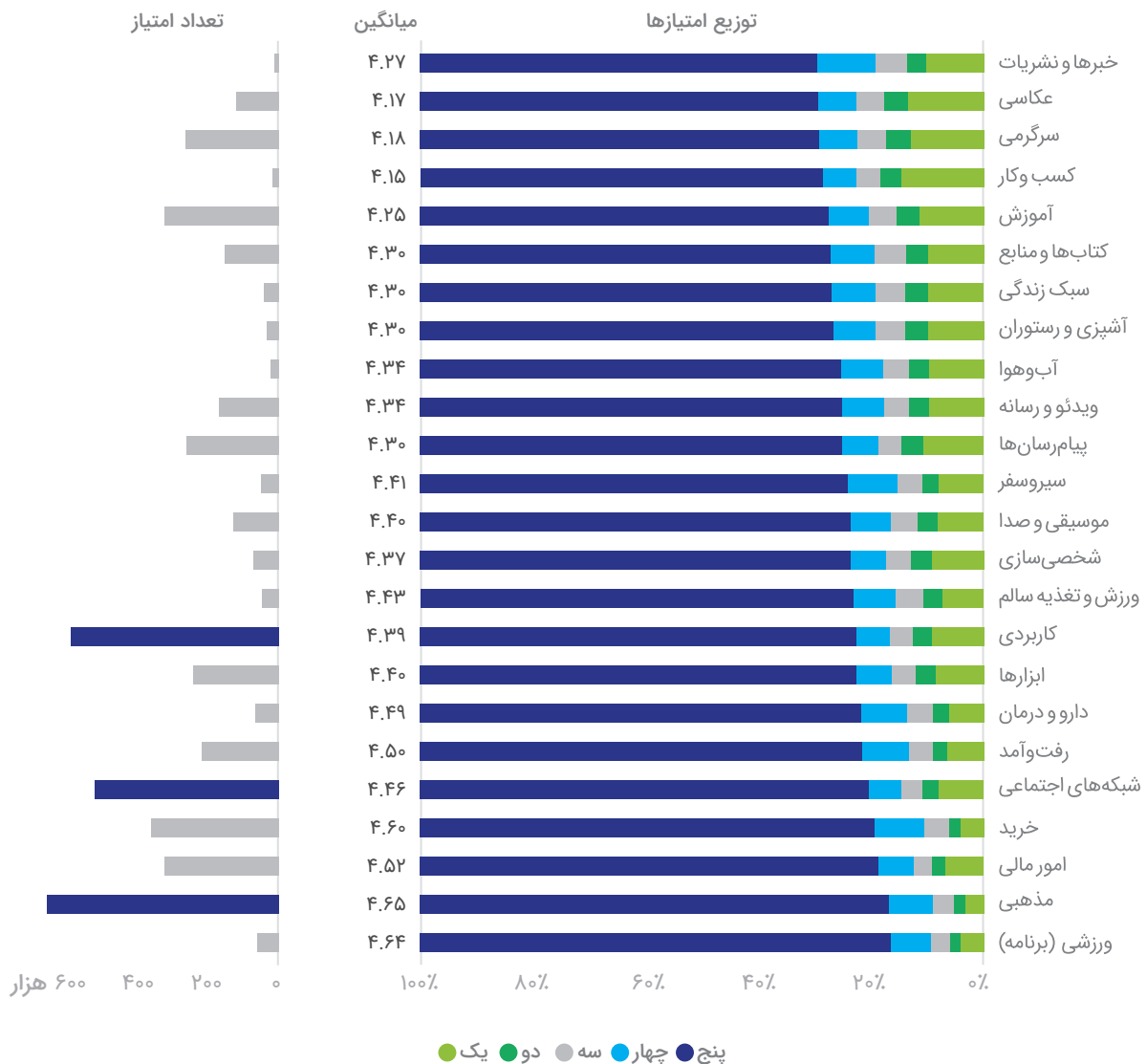
ابزارها، پیام‌رسان‌ها، کاربردی، شبکه‌های اجتماعی و آموزش به ترتیب بیشترین تعداد دانلود و به روز رسانی را در سال ۹۸ داشتند.



سهم دانلود همه‌ی دسته‌ها در پیوست ۲

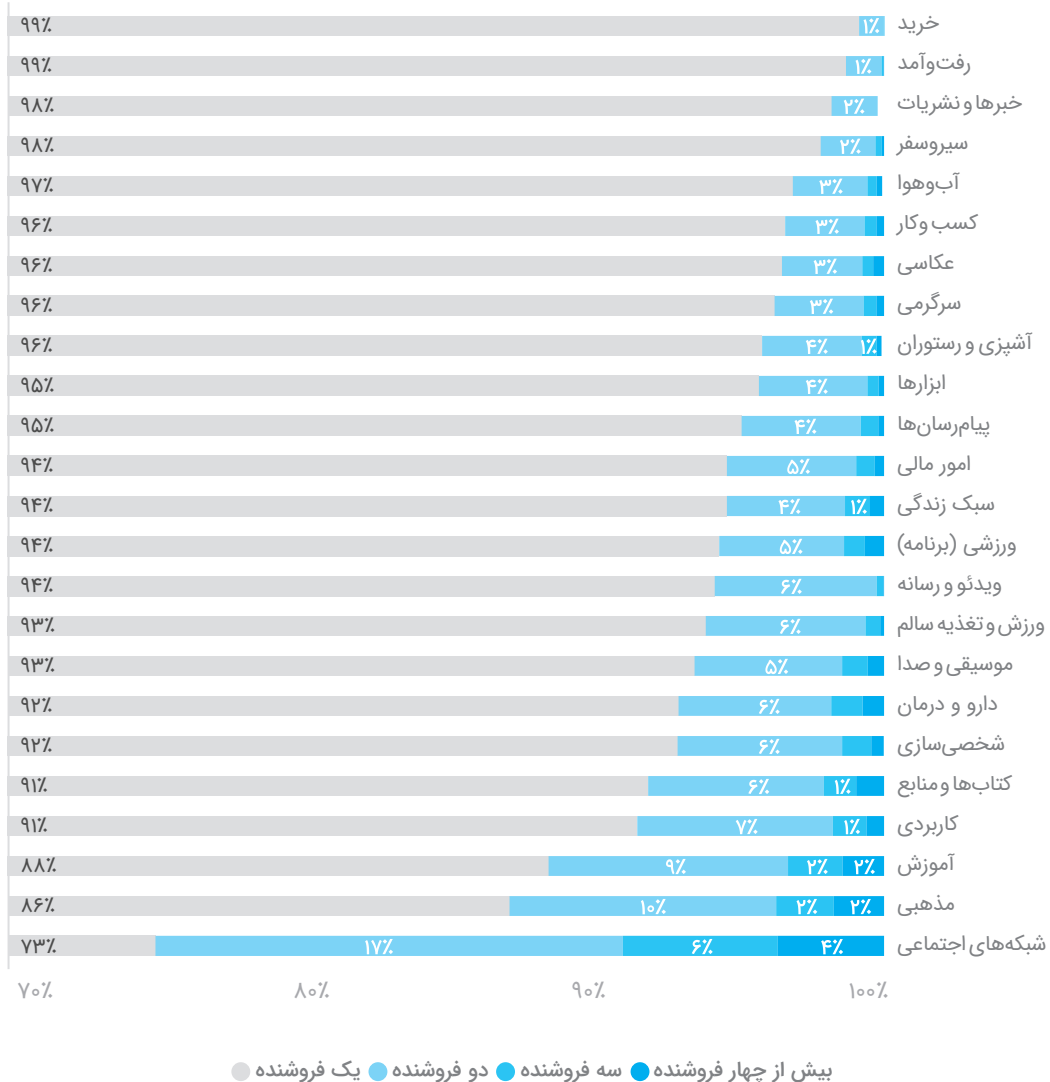
در طول سال ۹۸، روند دانلود و به روز رسانی برنامه‌ها از دسته‌های مختلف علاوه بر شرایط فصلی تحت تأثیر تحولات فضای بازار قرار گرفته است. برخی از دسته‌ها به طور کلی در شش ماهه‌ی دوم با افزایش دانلود مواجه بودند.

دسته‌های ورزشی، مذهبی و امور مالی بیشترین امتیاز ۵ را در بین تمام امتیازات ثبت‌شده‌ی خود دارند.



از ۷۸ میلیون امتیاز ثبت‌شده توسط کاربران در سال ۹۸، ۴۹ میلیون امتیاز به برنامه‌ها تعلق دارد. در این سال، کاربران بیشترین تعداد امتیاز را در دسته‌های مذهبی، کاربردی و شبکه‌های اجتماعی ثبت کرده‌اند. برنامه‌های دسته‌ی ورزشی، مذهبی و امور مالی به ترتیب بیشترین امتیاز ۵ و دسته‌های خبرها و نشریات، عکاسی و سرگرمی کمترین امتیاز ۵ را گرفته‌اند. با این وجود میانگین امتیاز ثبت‌شده در همه‌ی دسته‌ها بیشتر از ۴ است.

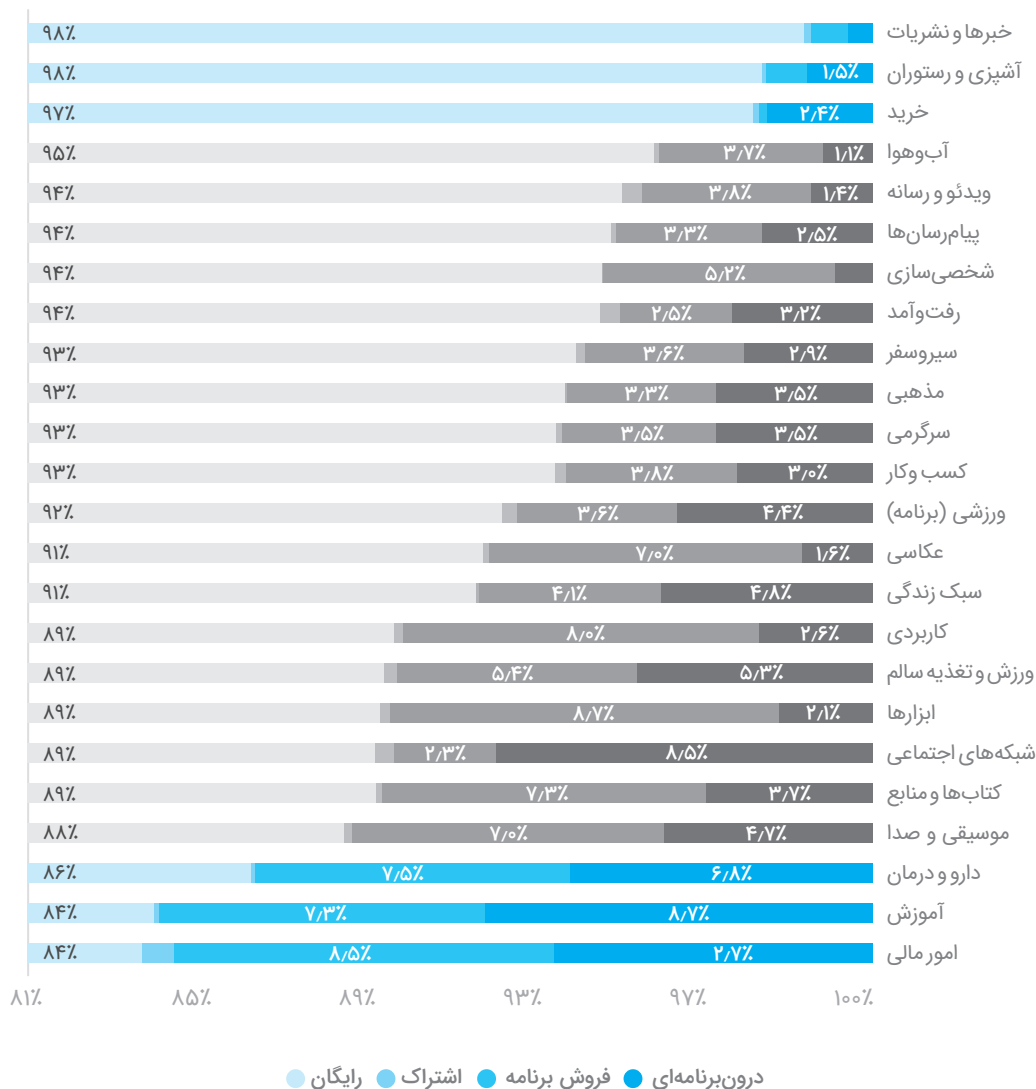
در اغلب دسته‌ها، بیشتر خریداران خریدهای خود را تنها از یک رقیب انجام می‌دهند.



بیشترین اشتراک خریدار در دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی اتفاق افتاده است. در برنامه‌های این دسته ۷۳ درصد خریداران تمام خریدهای خود را تنها از یک فروشنده انجام داده‌اند. ۱۷ درصد خریداران از دو فروشنده‌ی مختلف، ۶ درصد آن‌ها از سه فروشنده و در نهایت ۴ درصد باقی‌مانده از بیش از ۴ فروشنده مختلف خرید کرده‌اند.

در سال ۹۸، بعد از دسته‌ی شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌های دسته مذهبی و آموزش بیشترین اشتراک خریداران را بین فروشنده‌های مختلف دارند. در این سال، دسته‌های خرید، رفت و آمد و خبرها و نشریات کمترین اشتراک خریدار را داشته‌اند.

در دسته‌های امور مالی، آموزش و دارو و درمان، توسعه‌دهندگان تمایل کمتری به انتشار برنامه‌های رایگان دارند.



تمام دسته‌ها به‌طور یکسان امکان فروش محصولات دیجیتال را ندارند. از این رو بخش بزرگی از برنامه‌های منتشرشده در هر دسته، هیچ محصول دیجیتالی برای فروش ندارند. برخی از این برنامه‌ها به‌طور کلی سرویس رایگان ارائه می‌دهند و بخشی از آن‌ها از راه فروش محصولات غیردیجیتال درآمد داشته و از روش‌های پرداخت بازار استفاده نمی‌کنند. تاکسی‌های آنلاین یا خرده‌فروشی‌های آنلاین و یا برنامه‌هایی که از تبلیغات درآمد دارند، جزو برنامه‌های رایگان در بازار دسته‌بندی می‌شوند.

با توجه به تعاریف فوق، این نمودار نشان می‌دهد چند درصد از برنامه‌های هر دسته رایگان و چند درصد آن‌ها محصولات دیجیتال دارند. برنامه‌های رایگان در دسته‌های امور مالی، آموزش و دارو و درمان کمترین سهم و در دسته‌های خبرها و نشریات، آشپزی و رستوران و خرید بیشترین سهم را دارند.

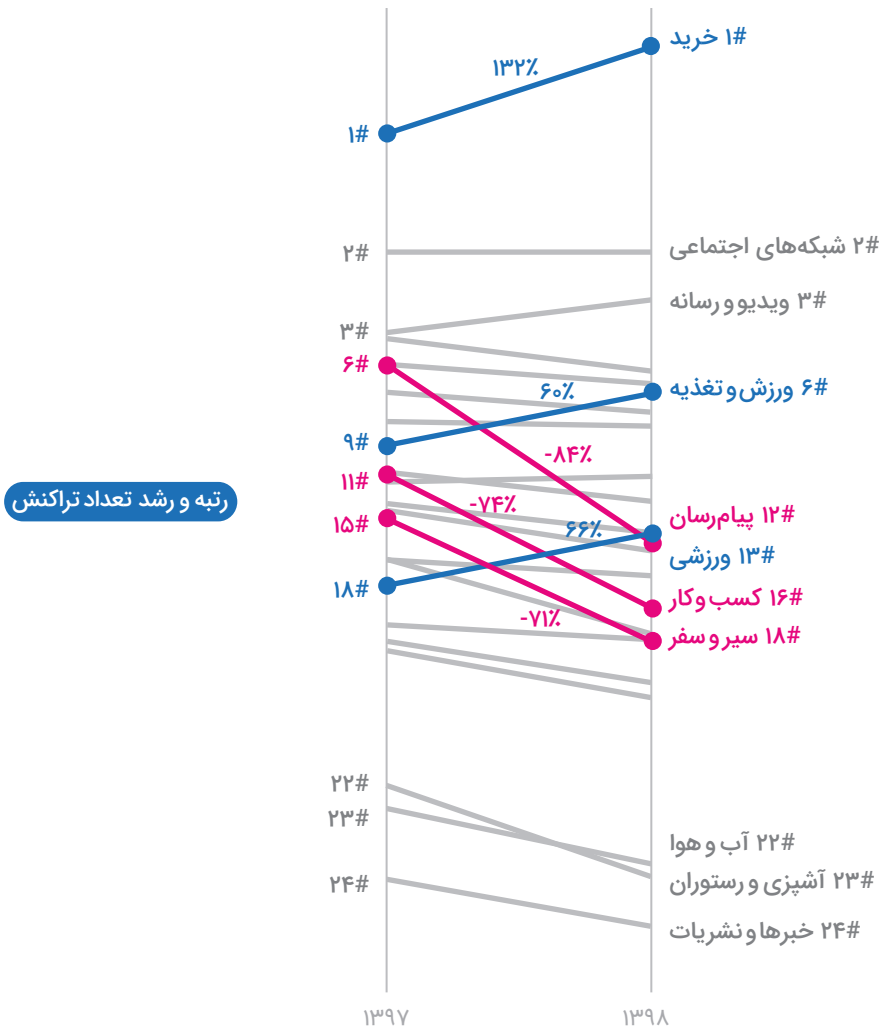
برنامه‌های امور مالی، موسیقی و صدا و شبکه‌های اجتماعی بیشترین رشد تعداد کل نصب فعال را در مقایسه با انتهای سال ۹۷ داشتند.



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

در انتهای سال ۹۸، دسته‌های کاربردی، ابزارها و پیام‌رسان‌ها به ترتیب بیشترین تعداد نصب فعال را داشته‌اند و جایگاه برتر خود را در سال ۹۷ حفظ کرده‌اند. دسته‌های آب و هوا، سبک زندگی و ورزشی همانند سال ۹۷ در سال ۹۸ هم به ترتیب کمترین تعداد نصب فعال را در بین دسته‌های مختلف برنامه‌ها دارند. بیشترین رشد تعداد نصب فعال در مقایسه با سال ۹۷ مربوط به دسته‌های مالی، موسیقی و صدا و شبکه‌های اجتماعی است. دسته‌های امور مالی از جایگاه هفتم در سال ۹۷ به جایگاه ۴ در سال ۹۸ رسیده است. تعداد نصب فعال دسته‌های خبرها و نشریات، عکاسی و سبک زندگی در مقایسه با سال ۹۷ کاهش داشته است.

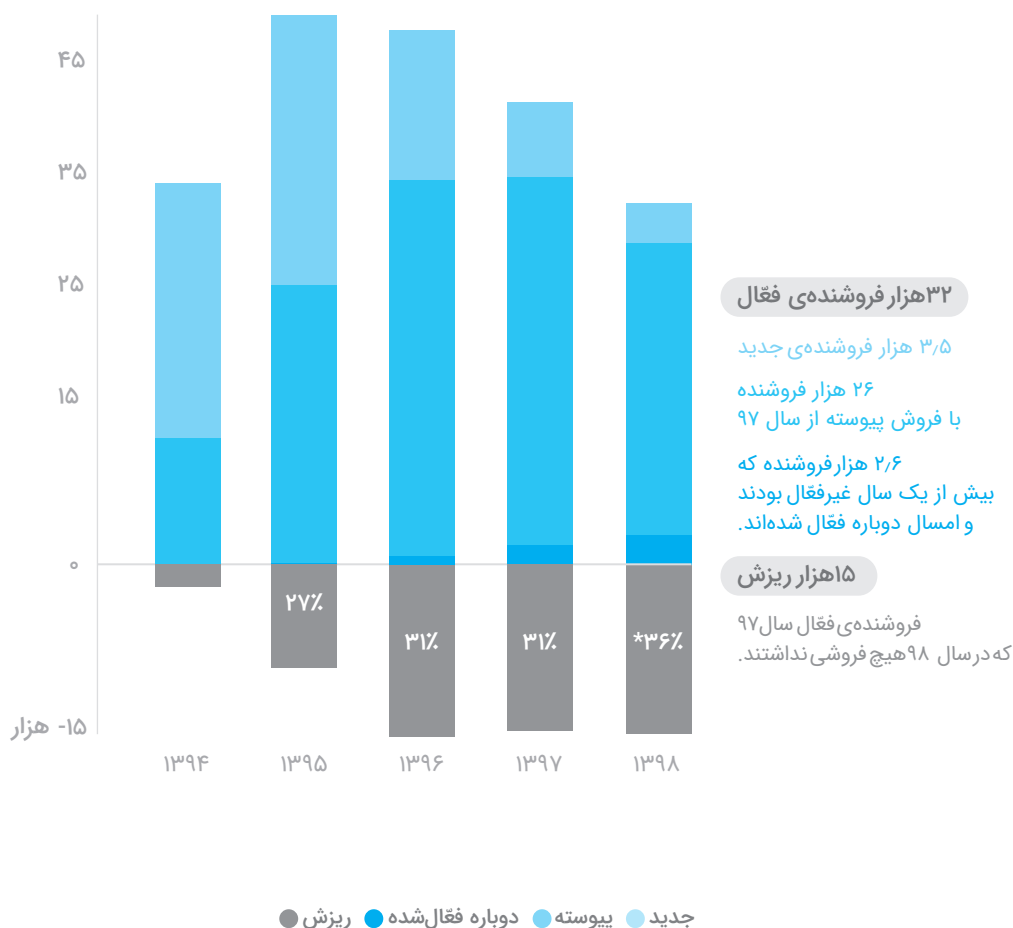
برنامه‌های دسته خرید، ورزشی و ورزش و تغذیه بیشترین رشد تراکنش موفق را در مقایسه با سال ۹۷ داشتند.



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

در سال ۹۸، دسته‌های خرید، شبکه‌های اجتماعی و ویدیو و رسانه با حفظ جایگاه برتر خود همچون سال ۹۷ بیشترین تعداد تراکنش را بین دسته‌های مختلف برنامه داشتند. بیشترین رشد تعداد تراکنش مربوط به دسته‌های خرید، ورزشی و ورزش و تغذیه است که باعث شده دسته‌ی ورزش و تغذیه از جایگاه ۹ در سال ۹۷ به جایگاه ۶ در سال ۹۸ و دسته‌ی ورزشی از جایگاه ۱۸ به جایگاه ۱۳ برسد. در این سال، دسته‌های پیام‌رسان‌ها، کسب و کار و سیر و سفر با کاهش تعداد تراکنش نسبت به سال ۹۷ مواجه بودند. در نتیجه پیام‌رسان‌ها از جایگاه ۶ در سال ۹۷ به جایگاه ۱۲ در سال ۹۸ سقوط کردند.

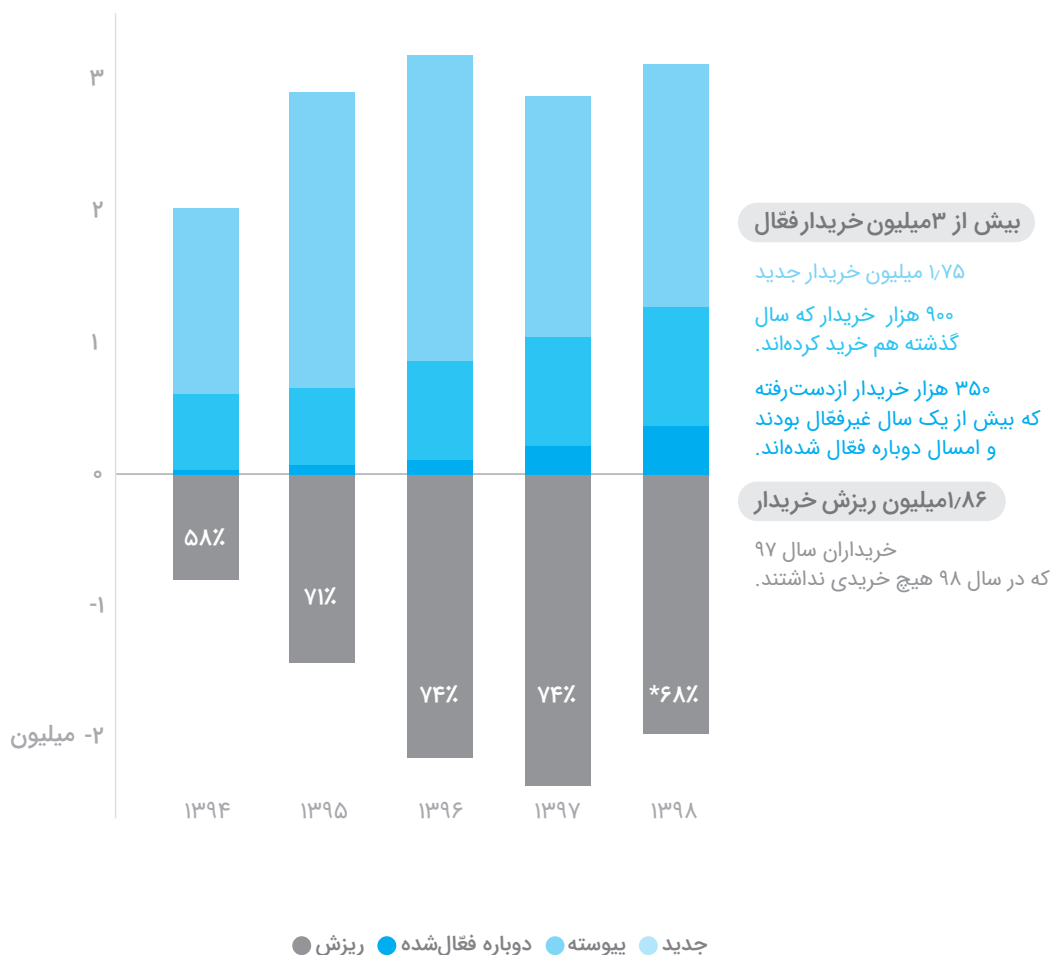
در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، بیش از ۸۴ هزار برنامه در بازار فروش داشتند که ۳۲ هزار عدد از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند.



* نرخ ریزش برنامه: درصد برنامه‌هایی که سال گذشته فروش داشتند و امسال دیگر فروش ندارند.

از ۳۲ هزار فروشنده در سال ۹۸، ۳۵۰۰ تا فروشنده‌ی جدید هستند و ۲۶ هزار تا فروشنده برنامه‌هایی هستند که هم در سال ۹۷ فعال بوده‌اند و هم فروش خود را در سال ۹۸ ادامه داده‌اند. ۲۶۰۰ فروشنده در سال ۹۸ جزو فروشنده‌هایی هستند که بیش از یک سال غیرفعال بوده‌اند و در سال ۹۸ مجدداً فعال شده و فروش داشته‌اند. فروشنده‌های بازفعال شده در سال ۹۸، رشد قابل توجهی نسبت به سال ۹۷ داشته‌اند. ۳۶ درصد از برنامه‌های فروشنده‌ی سال ۹۷، در سال ۹۸ هیچ فروشی نداشتند و غیرفعال شده‌اند. این نرخ ریزش در سال ۹۷ و ۹۶ برابر با ۳۱ درصد بوده است.

بیش از ۱/۷۵ میلیون خریدار جدید در سال ۹۸ محصولات دیجیتالی را از برنامه‌های فروشنده خرید کرده‌اند.



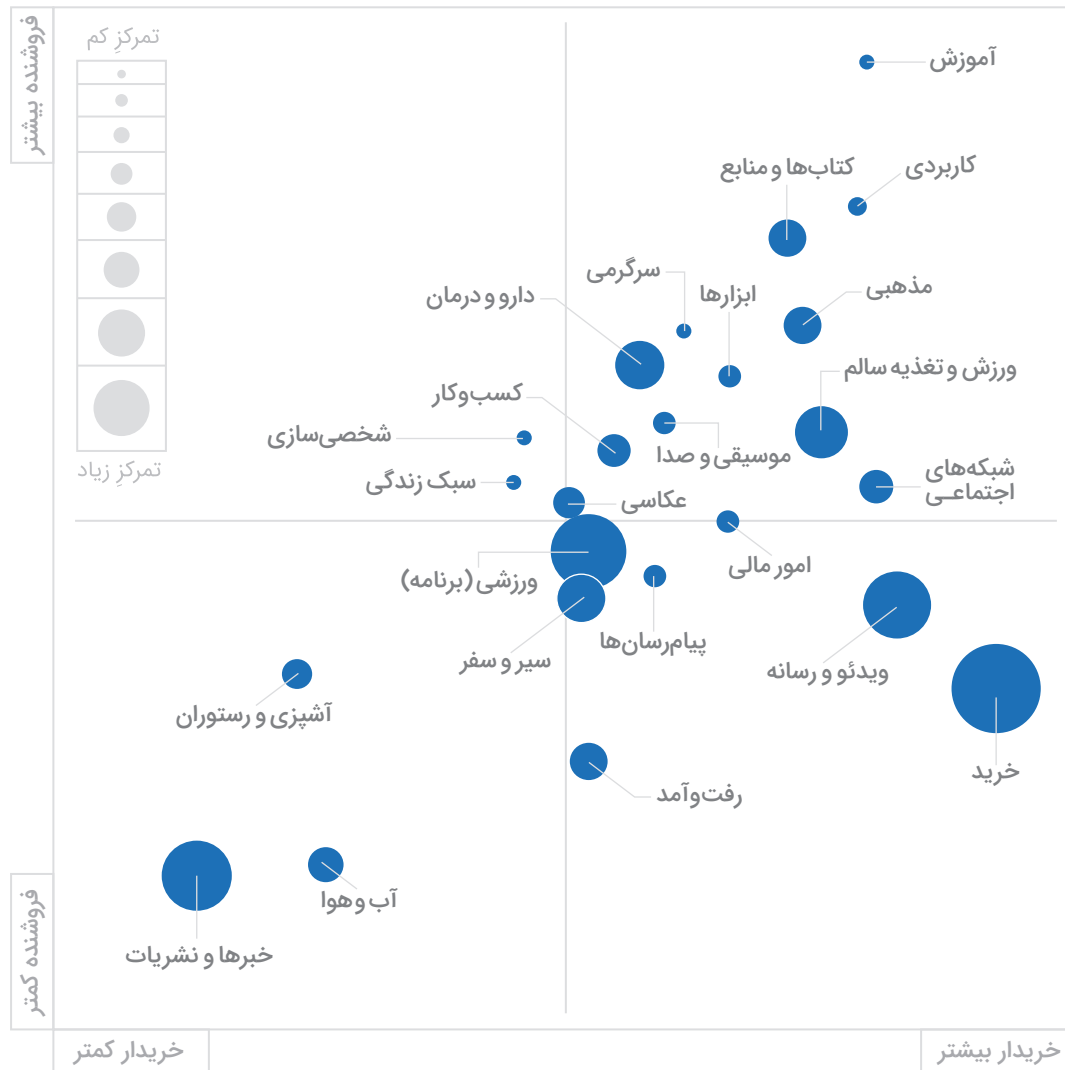
* نرخ ریزش سالانه‌ی خریدار: درصد خریدارهای سال گذشته که امسال خرید نکرده‌اند.

در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، بیش از ۱۰/۸ میلیون خریدار از برنامه‌ها خرید کرده‌اند که حدود ۳ میلیون نفر از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند.

در بین خریداران سال ۹۸، ۱/۷۵ میلیون نفر اولین بار خرید کرده‌اند. ۹۰۰ هزار نفر از خریداران سال ۹۷ در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند و حدود ۳۵۰ هزار نفر از خریدارانی که بیش از یک سال فعال نبودند مجدد فعال شده و خرید انجام داده‌اند.

حدود ۱/۸۶ میلیون خریدار سال ۹۷ (۶۸ درصد کل خریداران آن سال) در سال ۹۸ ریزش داشته و خرید خود را تکرار نکرده‌اند. نرخ ریزش سالانه‌ی خریدار در سال ۹۸ در مقایسه با ۳ سال قبل از آن کاهش داشته است.

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



نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۲

در این نمودار حبابی وضعیت رقابت دسته‌های مختلف برنامه در سال ۹۸ نمایش داده شده است. محور افقی نشان‌دهنده‌ی نسبت نرمال شده‌ی تعداد خریدار، محور عمودی نشان‌دهنده‌ی نسبت نرمال شده‌ی تعداد برنامه‌ی فروشنده (برنامه‌ای که حداقل یک فروش در طول سال داشته) و اندازه‌ی حباب‌ها نشان‌دهنده‌ی نرخ تمرکز بازار است. نرخ تمرکز یا concentration rate نشان می‌دهد وضعیت بازار از نظر رقابت چگونه است. تمرکز بالا یعنی بازاری که تعداد بسیار کمی از رقبا سهم بسیار زیادی از بازار را دارند. در تمرکز پایین، سهم از بازار همه برنامه‌ها تقریباً پایین است و هیچ بازیگری با سهم عمده در بازار وجود ندارد. این نرخ بر اساس شاخص هر فاندال-هیرشمان (HHI) و بر اساس فرمول زیر محاسبه شده است:

$$HHI = r_1^2 + r_2^2 + \dots + r_n^2$$

که در آن r نشان‌دهنده‌ی درصد سهم بازار هر کدام از برنامه‌هاست و n تعداد کل برنامه‌هایی که حداقل یک فروش در طول سال داشته‌اند. هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیک باشد نشان‌دهنده‌ی تمرکز بالای بازار و هرچه به صفر نزدیکتر باشد نشان‌دهنده‌ی تمرکز پایین بازار است.

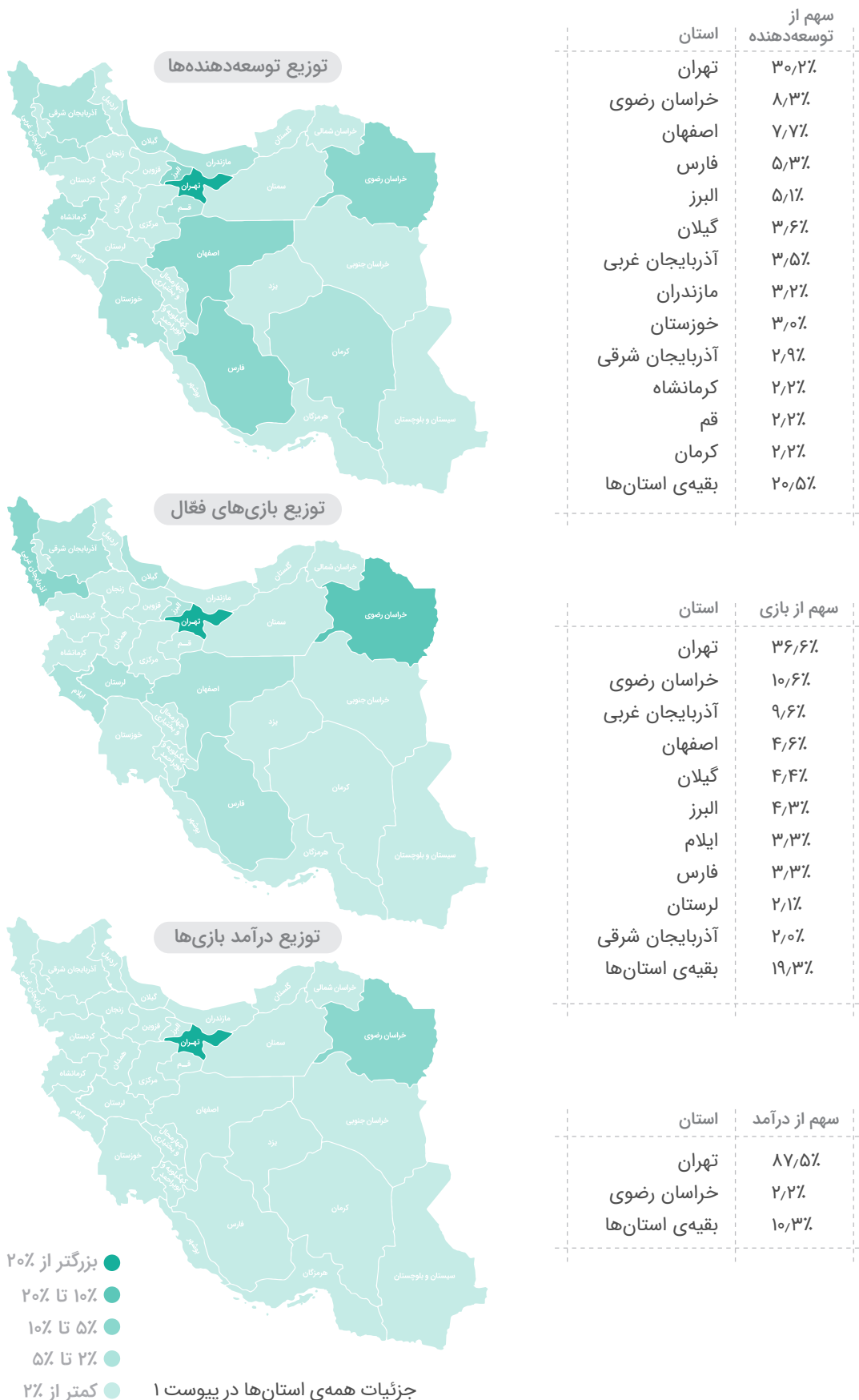
| پرنصب‌ترین برنامه‌ی جدید | بیشترین رشد | پرنصب‌ترین |
|---|---|--|
|  <p>۳ میلیون رمزبان (رمز یکبار مصرف بانک ملی) کاشگران همراه کیش</p> |  <p>۳۲٪ رشد صاپ (پرداخت بانک صادرات ایران) فناوران و راه‌حل‌های هوشمند سپهر</p> |  <p>۲۰ میلیون دیوار دیوار</p> |
|  <p>۲ میلیون پیام‌رسان سرروش پلاس ستاک هوشمند</p> |  <p>۲۸٪ رشد رمزساز سپه بانک سپه</p> |  <p>۱۱ میلیون آپ آپ</p> |
|  <p>۱ میلیون رمز یکبار مصرف امن ریما بانک کشاورزی</p> |  <p>۱۵٪ رشد ایزی‌پی ezPay</p> |  <p>۱۱ میلیون ایرانسل‌من شرکت خدمات ارتباطی ایرانسل</p> |
|  <p>۱ میلیون رمزنگار ملت همراه بانک ملت</p> |  <p>۱۴٪ رشد آف‌الوایب هوشمند همه‌کاره + دانلودر تیم برنامه‌نویسی آرین</p> |  <p>۱۰ میلیون تقویم اذان‌گو یاد صبا موج همراه</p> |
|  <p>۱ میلیون همراز بانک تجارت</p> |  <p>۱۲٪ رشد استیکرکده (استیکر واتساپ) میلادیزاین</p> |  <p>۷ میلیون استپ استپ</p> |

در این رده‌بندی تنها برنامه‌های توسعه‌دهنده‌های ایرانی در نظر گرفته شده‌اند. در سال ۹۸ شاهد رشد چشمگیر برنامه‌های جدید رمز دوم پویا بودیم.

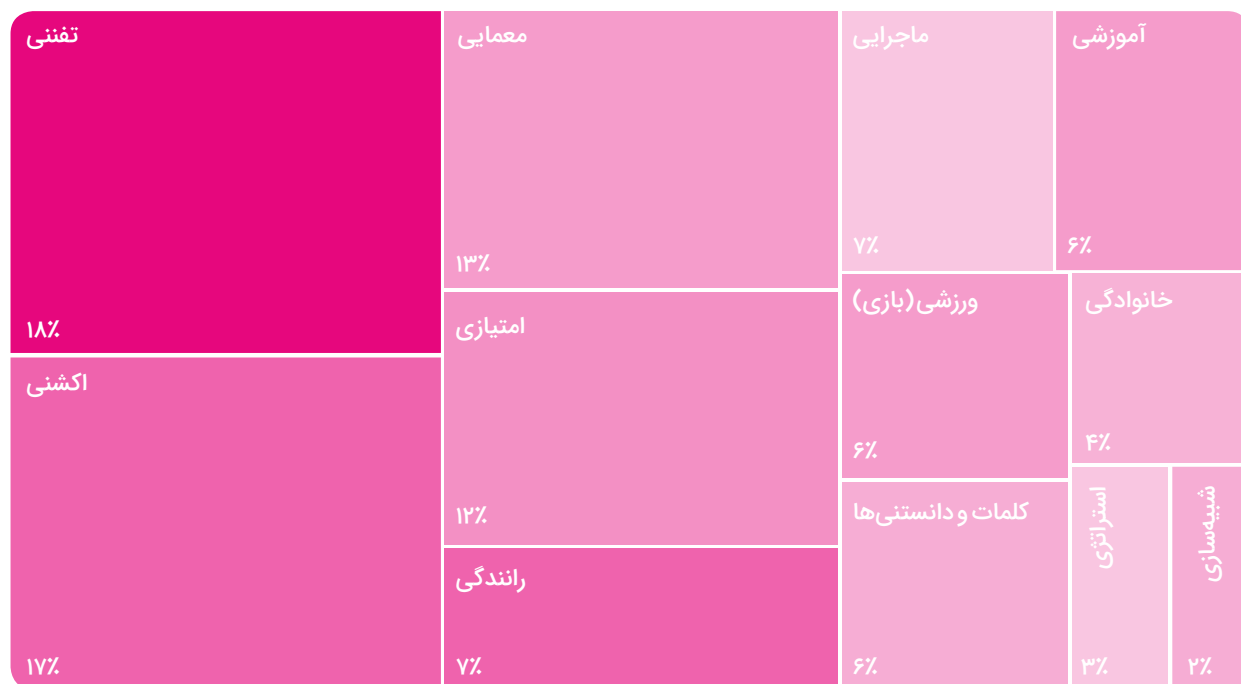
- پرنصب‌ترین: برنامه‌های فعالی که بیشترین نصب فعال را در انتهای سال ۹۸ داشتند.
- بیشترین رشد: برنامه‌هایی که در انتهای سال ۹۷ فعال بوده‌اند، بیش از ۱۰ هزار نصب داشتند و در انتهای سال ۹۸ بیشترین میزان رشد را در تعداد نصب فعال به دست آوردند.
- پرنصب‌ترین برنامه‌ی جدید: برنامه‌هایی که در طول سال ۹۸ منتشر شده‌اند و در پایان سال ۹۸ توانستند بیشترین نصب فعال را بین برنامه‌های جدید دیگر داشته باشند.



توسعه‌دهنده‌های بزرگ بازی در تهران، ۸۸ درصد از درآمد بازی‌ها را در سال ۹۸ را به خود اختصاص دادند.



دسته‌ی تفنی بیشترین تعداد بازی و بیشترین دانلود و به روز رسانی را بین ۱۲ دسته‌ی مختلف بازی دارد.



۱۴٪ از کل برنامه‌ها و بازی‌ها

۰٪ تا ۲۰٪

۳۶٪ از کل دانلودهای سال ۹۸

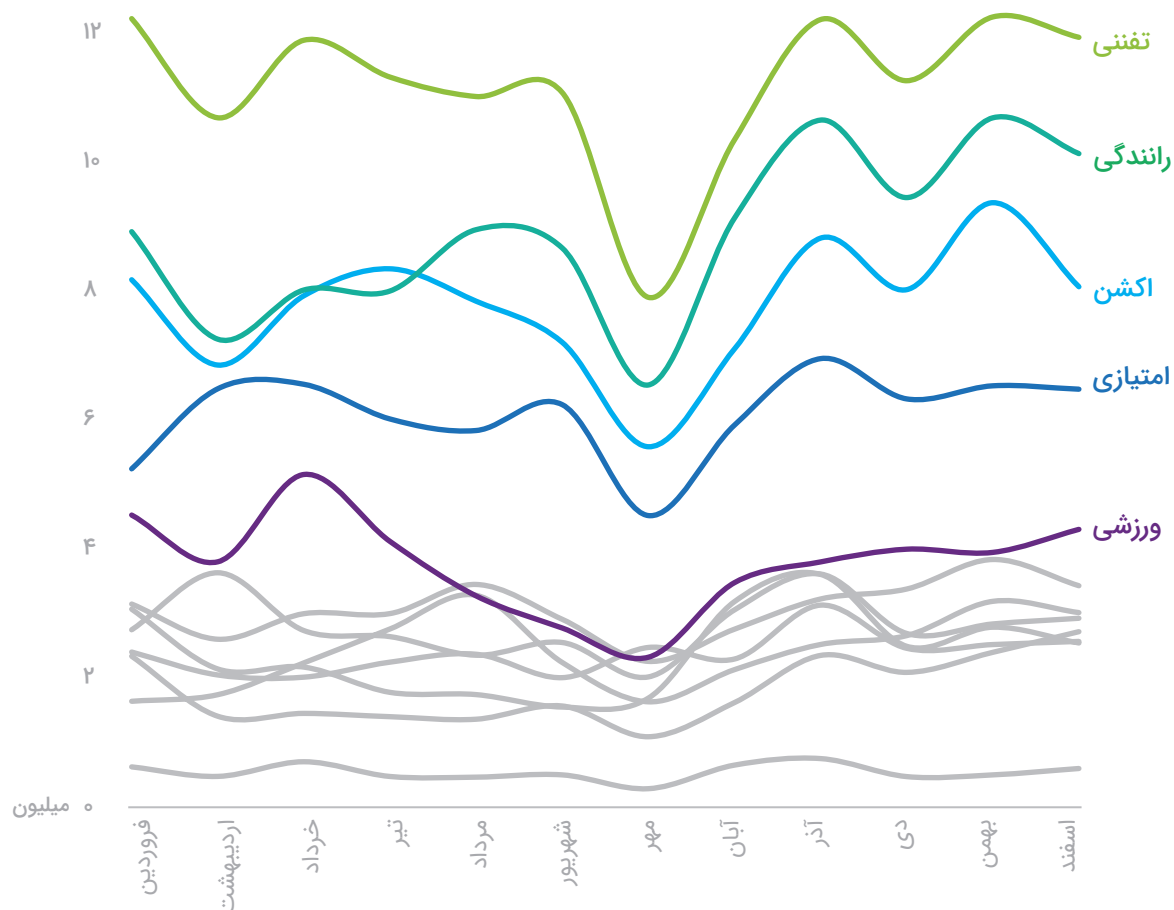
سهم دسته از کل دانلودهای بازی

تعداد بازی‌ها

جزئیات در پیوست ۲

در انتهای سال ۹۸ بیش از ۱۸ هزار بازی فعال در دسترس کاربران بازار بود. دسته‌ی تفنی، اکشن و معمایی به ترتیب بیشترین سهم را از کل این برنامه‌ها دارند. در این سال، کاربران بیش از ۶۷۰ میلیون بار بازی‌ها را دانلود یا به روز رسانی کرده‌اند. دسته‌های تفنی، رانندگی و اکشن بیشترین سهم از دانلود را در سال ۹۸ داشتند.

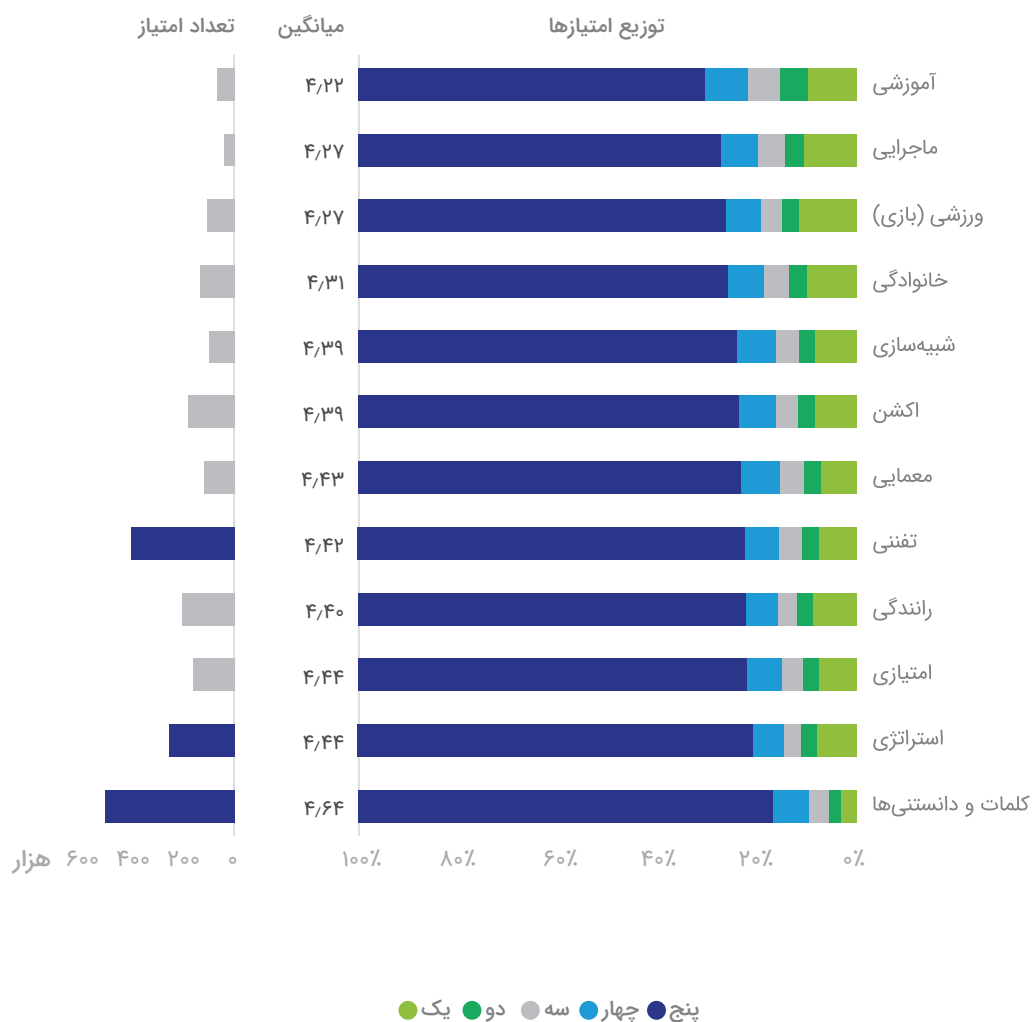
بازی‌های تفننی، رانندگی، اکشن، امتیازی و ورزشی به ترتیب بیشترین تعداد دانلود و به روز رسانی را در سال ۹۸ داشتند.



سهم دانلود همه‌ی دسته‌ها در پیوست ۲

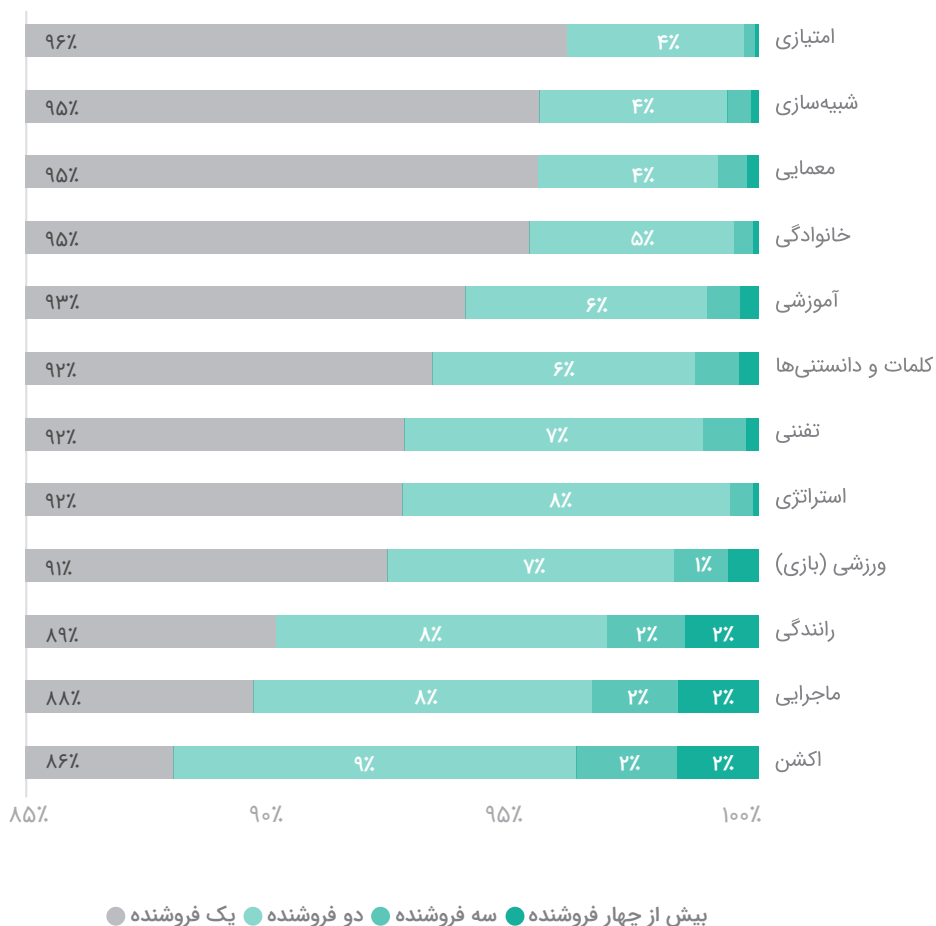
کاربران ایرانی به ترتیب بیشترین دانلود و به روز رسانی را از دسته‌های تفننی، رانندگی، اکشن، امتیازی و ورزشی انجام داده‌اند. روند دانلود بازی‌ها در مهرماه کاهش یافته و بعد از آن به مرور افزایش یافته است.

دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، امتیازی و استراتژی بیشترین امتیاز ۵ را بین تمام امتیازات ثبت‌شده‌ی خود دارند.



از ۷۸ میلیون امتیازی که در سال ۹۸ توسط کاربران ثبت شده است، بیش از ۳۰ میلیون آن مربوط به بازی‌ها است. بازی‌های دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها، استراتژی و امتیازی به ترتیب بیشترین امتیاز ۵ و دسته‌های آموزش، ماجرای و ورزشی کمترین امتیاز ۵ را گرفته‌اند. بیشترین تعداد امتیاز ثبت‌شده در دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، تفریحی و استراتژی است.

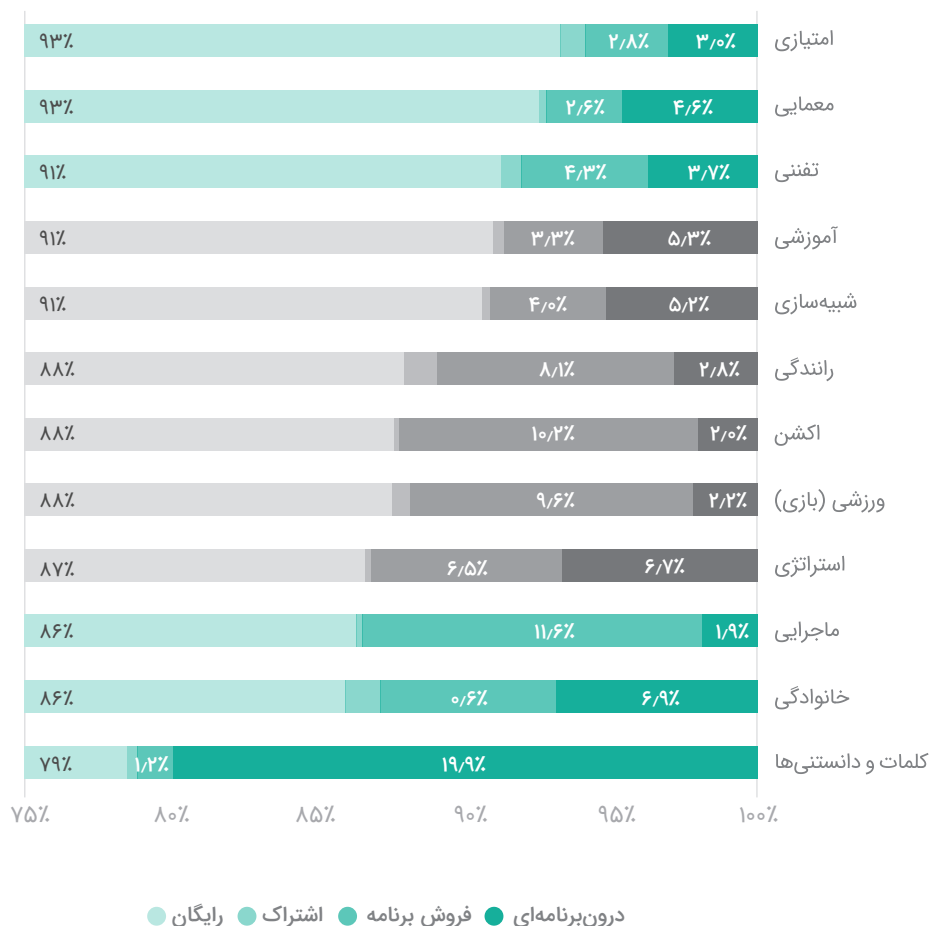
خریداران بازی‌های اکشن، ماجراجویی و رانندگی تمایل بیشتری برای خرید از چندین بازی در همان دسته را دارند.



بازی‌های دسته اکشن، بیشترین اشتراک خریدار را بین دسته‌های بازی دارند. در برنامه‌های این دسته ۸۶ درصد خریداران تمام خریدهای خود را تنها از یک بازی انجام داده‌اند، ۹ درصد خریداران از دو بازی مختلف، ۲ درصد آن‌ها از سه بازی و در نهایت ۲ درصد باقی‌مانده از بیش از ۴ بازی مختلف خرید کرده‌اند.

بعد از دسته‌ی اکشن، بازی‌های ماجراجویی و رانندگی بیشترین اشتراک خریداران و بازی‌های امتیازی، شبیه‌سازی و معمایی کمترین اشتراک را بین فروشندگانی مختلف دارند.

در دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها، توسعه‌دهندگان تمایل کمتری به انتشار برنامه‌های رایگان دارند.



بازی‌های رایگان سهم بزرگی از کل بازی‌های بازار را دارند. برنامه‌های رایگان در دسته‌های امتیازی، معمایی و تفنی بیشترین سهم و در دسته‌های کلمات و دانستنی‌ها، خانوادگی و ماجرای بیشترین سهم را دارند.

بیشترین و کمترین رشد در نصب فعال دسته‌های مختلف بازی‌ها

بازی‌های دسته‌ی آموزشی، ماجراجویی و اکشن بیشترین رشد تعداد کل نصب فعال را در مقایسه با انتهای سال ۹۷ داشتند.



رتبه و رشد نصب فعال بازی‌ها
در انتهای هر سال

نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

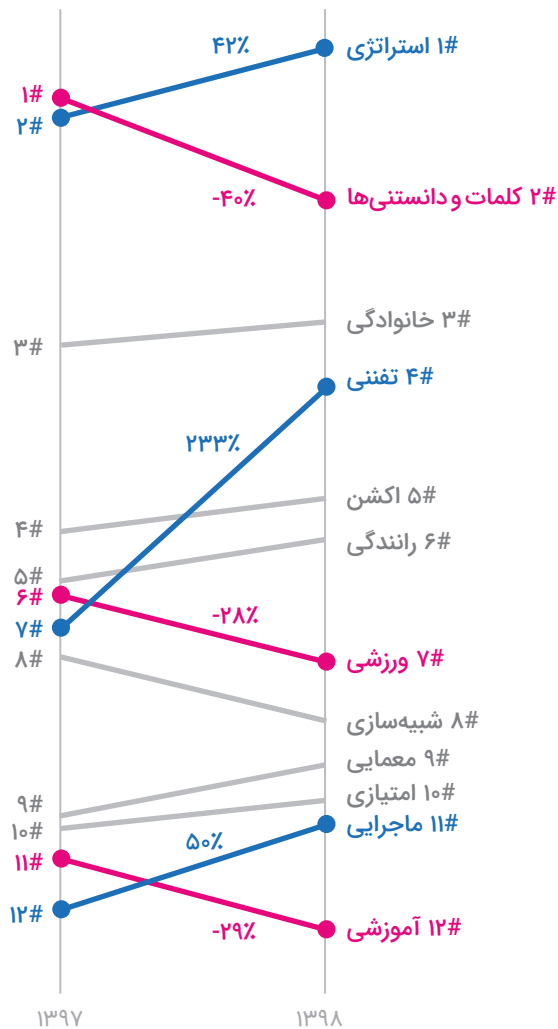
در انتهای سال ۹۸، دسته‌های تفنی، امتیازی و رانندگی به ترتیب بیشترین تعداد نصب فعال را داشتند. بازی‌های کلمات و دانستنی‌ها در سال ۹۷ در جایگاه سوم بود و با ۲۴ درصد کاهش نصب فعال به جایگاه ۴ در سال ۹۸ رسیده و بازی‌های رانندگی سومین دسته‌ی بازی پرنصب شده است. دسته‌های ماجراجویی، شبیه‌سازی و آموزشی همانند سال ۹۷ در سال ۹۸ هم به ترتیب کمترین تعداد نصب فعال را بین دسته‌های مختلف بازی‌ها داشتند.

بیشترین رشد تعداد نصب فعال در مقایسه با سال ۹۷ مربوط به دسته‌های آموزشی، اکشن و ماجراجویی است. علاوه بر دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها، دسته‌های استراتژی ۲ درصد کاهش و معمایی تنها ۳ درصد افزایش داشته است.

بیشترین و کمترین رشد در تعداد تراکنش دسته‌های مختلف بازی

بازی‌های دسته‌ی تفنی، ماجرابی و استراتژی بیشترین رشد تراکنش موفق را در مقایسه با سال ۹۷ داشتند.

رتبه و رشد تراکنش بازی‌ها

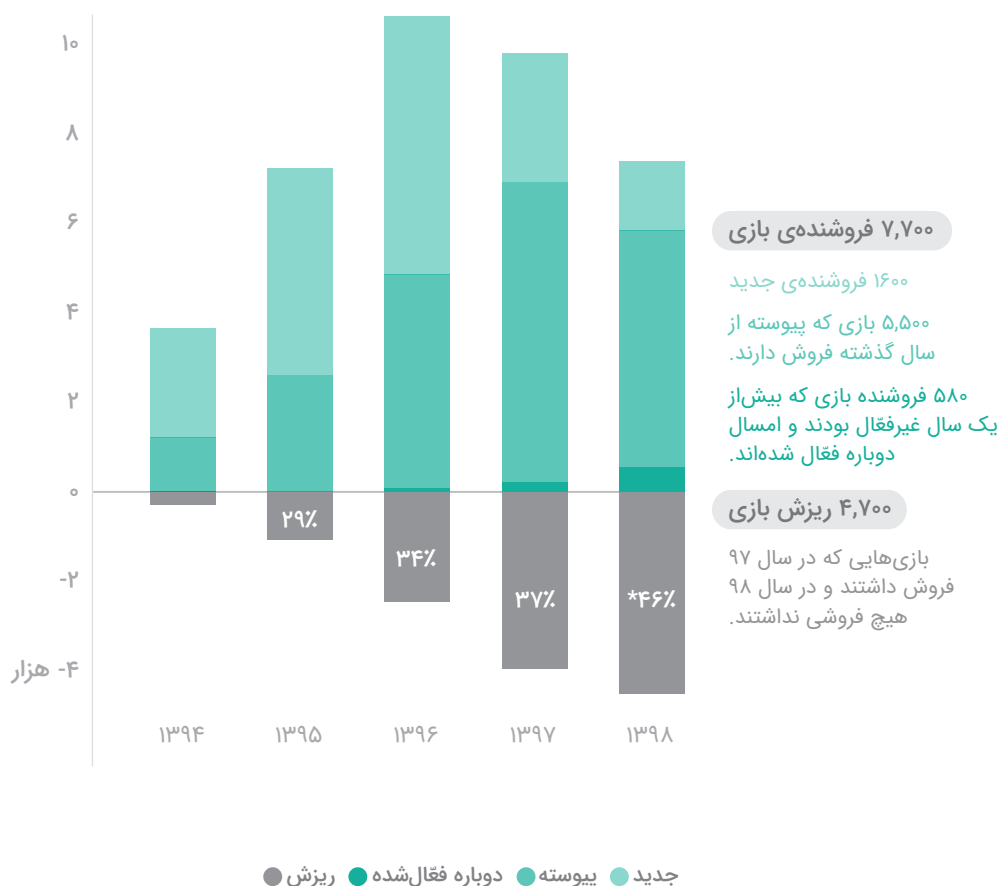


نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۳

در سال ۹۸، دسته‌های استراتژی، کلمات و دانستنی‌ها (با وجود ۴۰ درصد کاهش تراکنش) و خانوادگی با حفظ جایگاه برتر خود همچون سال ۹۷ بیشترین تعداد تراکنش را بین دسته‌های مختلف بازی داشتند.

بیشترین رشد تعداد تراکنش، مربوط به دسته‌های تفنی، ماجرابی و استراتژی است که باعث شده دسته‌ی تفنی از جایگاه ۷ در سال ۹۷ به جایگاه ۴ در سال ۹۸ و دسته‌ی ماجرابی از جایگاه ۱۲ به جایگاه ۱۱ برسد. علاوه بر بازی‌های کلمات و دانستنی‌ها، تعداد تراکنش در بازی‌های آموزشی و ورزشی به نسبت سال ۹۷ کاهش یافته است.

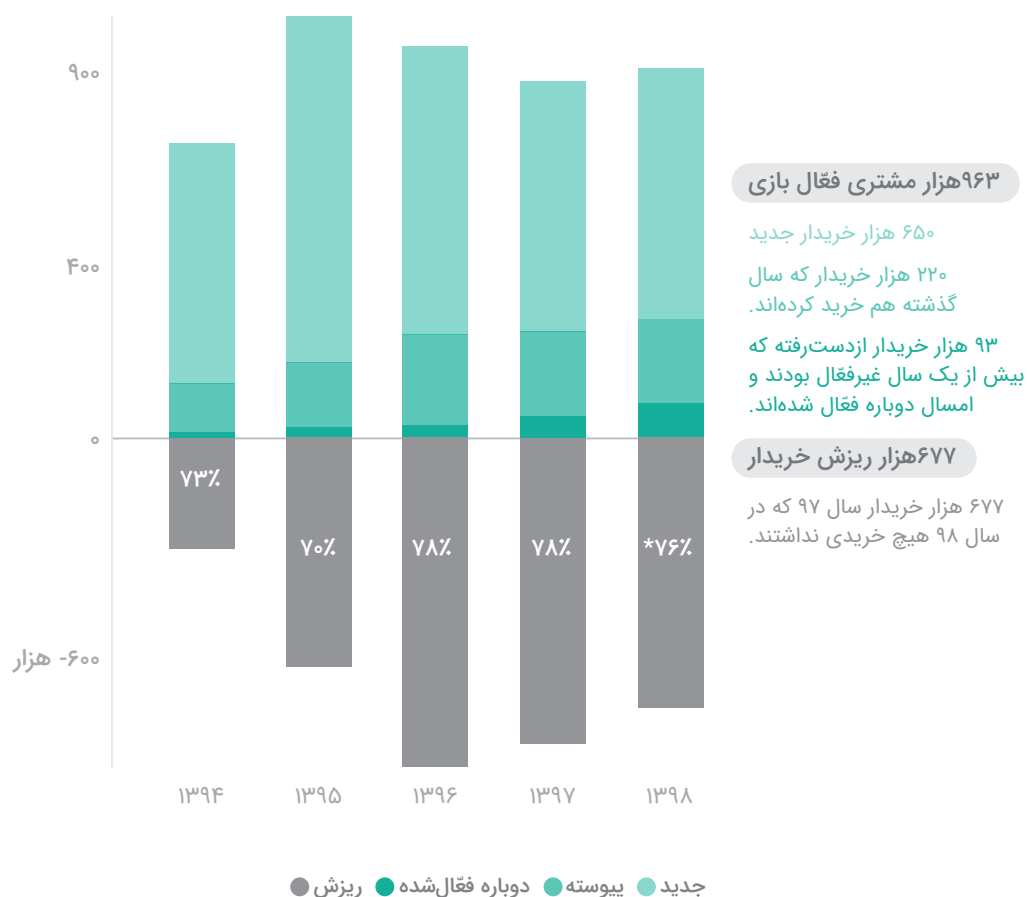
در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، حدود ۲۰ هزار بازی در بازار فروش داشته‌اند که ۷,۷ هزار عدد از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده و فروش داشتند.



* نرخ ریزش سالانه‌ی بازی: درصد بازی‌هایی که سال گذشته فروش داشتند و امسال دیگر فروش ندارند.

از ۷۷۰۰ بازی فروشنده سال ۹۸، ۱۶۰۰ بازی جدید هستند. ۵۵۰۰ بازی فروشنده در سال ۹۷ هم فعال بوده‌اند و فروش خود را در سال ۹۸ هم ادامه داده‌اند. ۵۸۰ بازی فروشنده‌ی سال ۹۸ جزو بازی‌هایی هستند که بیش از یک سال غیرفعال بوده و در سال ۹۸ مجدداً فعال شده و فروش داشته‌اند. ۴۶ درصد از بازی‌های فروشنده‌ی سال ۹۷، در سال ۹۸ هیچ فروشی نداشته و غیرفعال شده‌اند. این نرخ ریزش در مقایسه با ۵ سال گذشته افزایش یافته است.

بیش از ۶۵۰ هزار خریدار جدید در سال ۹۸ از بازی‌های فروشنده خرید کرده‌اند.



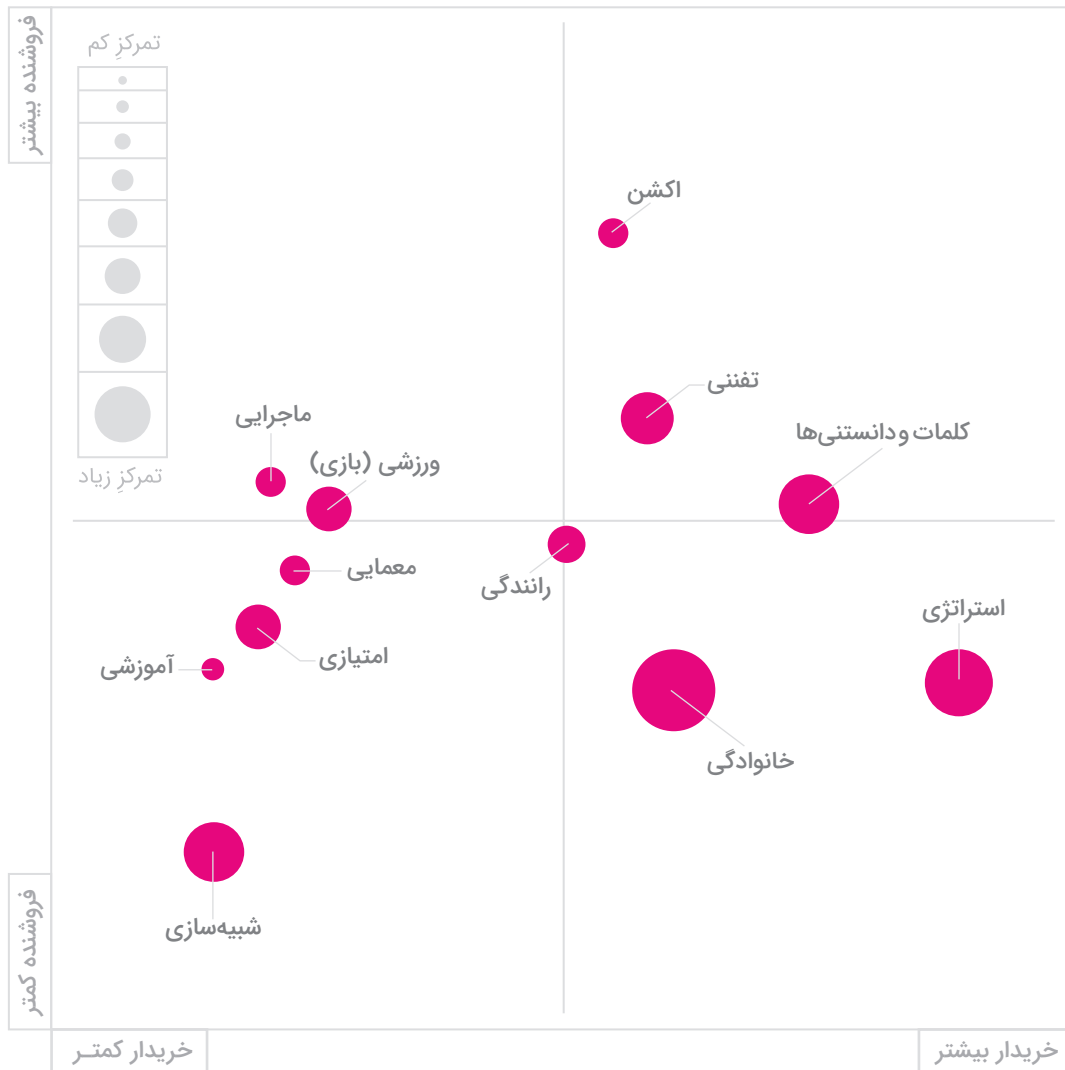
* نرخ ریزش سالانه‌ی خریدار: درصد خریدارهای سال گذشته که امسال خرید نکرده‌اند.

در طول عمر بازار تا انتهای سال ۹۸، بیش از ۳/۹۶ میلیون خریدار از بازی‌ها خرید کرده‌اند که ۹۶۳ هزار نفر از آن‌ها در سال ۹۸ هم فعال بوده‌اند.

در بین خریداران بازی سال ۹۸، ۶۵۰ هزار نفر اولین بار از یک بازی خرید کرده‌اند. ۲۲۰ هزار نفر از خریداران سال ۹۷ در سال ۹۸ هم فعال بوده و حدود ۹۳ هزار نفر از خریدارانی که بیش از یک سال فعال نبودند مجدد فعال شده و خرید انجام داده‌اند.

حدود ۶۷۷ هزار خریدار بازی سال ۹۷ (۷۶ درصد کل خریداران آن سال) در سال ۹۸ ریزش داشته و خرید خود را تکرار نکرده‌اند. این نرخ ریزش تقریباً برابر با ریزش در سال‌های ۹۷ و ۹۶ بود.

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


















نسبت‌ها واقعی نیست. جزئیات در پیوست ۲

در این نمودار حبابی وضعیت رقابت دسته‌های مختلف بازی در سال ۹۸ نمایش داده شده است. محور افقی نشان‌دهنده‌ی نسبت نرمال شده‌ی تعداد خریدار، محور عمودی نشان‌دهنده‌ی نسبت نرمال شده‌ی تعداد فروشنده (بازی‌ای که حداقل یک فروش در طول سال داشته) و اندازه‌ی حباب‌ها نشان‌دهنده‌ی نرخ تمرکز درآمد در بازار است. نرخ تمرکز یا concentration rate نشان می‌دهد وضعیت بازار از نظر رقابت چگونه است. تمرکز بالا یعنی بازاری که تعداد بسیار کمی از رقبا سهم بسیار زیادی از بازار را دارند. در تمرکز پایین، سهم از بازار همه برنامه‌ها تقریباً پایین است و هیچ بازیگری با سهم عمده در بازار وجود ندارد. این نرخ بر اساس شاخص هر فاندال-هیرشمان (HHI) و بر اساس فرمول زیر محاسبه شده است:

$$HHI = r_1^2 + r_2^2 + \dots + r_n^2$$

که در آن r نشان‌دهنده‌ی درصد سهم بازار هر کدام از بازی‌هاست و n تعداد کل بازی‌هایی که حداقل یک فروش در طول سال داشته‌اند. هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیک باشد نشان‌دهنده‌ی تمرکز بالای بازار و هرچه به صفر نزدیکتر باشد نشان‌دهنده‌ی تمرکز پایین بازار است.

| پرنسب‌ترین برنامه‌ی جدید | بیشترین رشد | پرنسب‌ترین |
|--|---|---|
|  <p>۵۰۰ هزار کلاچ نوموگیم</p> |  <p>۳۱۰۷٪ رشد گل‌مراد مدریک گیمز</p> |  <p>۲ میلیون آمیرزا نردبان اندیشه فردا</p> |
|  <p>۲۰۰ هزار تور کلمات بازی‌سازان کاسپین</p> |  <p>۵۶۸٪ رشد دهات مافیا آنلاین Bold</p> |  <p>۵۰۰ هزار پاسورحکم میلاد دورباش</p> |
|  <p>۲۰۰ هزار Color crush Dropout</p> |  <p>۴۹۰٪ رشد گشت پلیس ۲ (خودروی پلیس) استدیو هنر نور و حرکت</p> |  <p>۵۰۰ هزار Quiz of Kings Quiz of Kings</p> |
|  <p>۲۰۰ هزار فسقلی‌ها در مهدکودک آرا اوچانیان</p> |  <p>۴۴۳٪ رشد بازی شطرنج gameroid</p> |  <p>۵۰۰ هزار بازی فندق پلاس ناین گیمز</p> |
|  <p>۲۰۰ هزار بازی تفنگی کاتتر gameroid</p> |  <p>۴۴۰٪ رشد تخته‌نرد تیم آرمیک</p> |  <p>۵۰۰ هزار کلاچ نوموگیم</p> |

در این رده‌بندی تنها بازی‌های توسعه‌دهنده‌های ایرانی در نظر گرفته شده است:

- پرنسب‌ترین: بازی‌های فعالی که بیشترین نصب فعال را در انتهای سال ۹۸ داشتند.
- بیشترین رشد: بازی‌هایی که در انتهای سال ۹۷ فعال بوده‌اند، بیش از ۱۰ هزار نصب داشتند و در انتهای سال ۹۸ بیشترین میزان رشد را در تعداد نصب فعال به دست آوردند.
- پرنسب‌ترین برنامه‌ی جدید: بازی‌هایی که در طول سال ۹۸ منتشر شدند و در پایان سال ۹۸ توانستند بیشترین نصب فعال را بین بازی‌های جدید دیگر داشته باشند.

سال ۹۸ در یک نگاه << در سال ۹۸ اهالی کافه‌بازار در کنار سایر هموطنان خود شاهد رویدادهای تلخ و شیرین بودند و کوشیدند بیش از پیش به کاربران و توسعه‌دهندگان خدمت کنند - کوششی که با شیوع کرونا هم متوقف نشده است. در این مطلب می‌کوشیم به گام‌هایی اشاره کنیم که برای رونق صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی در سال ۹۸ برداشتیم - یعنی سالی که اپلیکیشن بازار از مرز ۴۰ میلیون نصب فعال، کم و بیش معادل نیمی از جمعیت ایران، گذشت و شمار کارکنان گروه توسعه فناوری اطلاعات هزاردستان به بیش از ۱۱۰۰ نفر در تهران، مشهد، و بندر انزلی رسید.

فعال‌شدن سپر امنیت بازار و هشدار حذف برنامه‌های مخرب

گزارش چند سال پیش دانشگاه واسیدا که از سوی جمعی از پژوهشگران مستقل ژاپنی درباره‌ی امنیت اپ‌استورهای مختلف در جهان صورت گرفت، جایگاه کافه‌بازار ایرانی را از نظر امنیت، بالاتر از بسیاری از اپ‌استورهای بومی و جهانی معرفی می‌کرد. امنیت گوشی و اطلاعات کاربران همواره مهم‌ترین اولویت کافه‌بازار بوده است. در سال ۹۸، کافه‌بازار علاوه بر نظارت پیش از انتشار برنامه‌ها، ساز و کار بررسی برنامه‌ها پس از انتشار را نیز جدی‌تر از پیش، تعریف و پیاده کرد. در این ساز و کار که محصول نهایی آن «سپر امنیت بازار» نام دارد، برنامه‌ها با ابزارهای مختلف از جمله ده آنتی‌ویروس جهانی بررسی می‌شوند و در صورت مشاهده‌ی تخلف، به کاربران هشدار داده می‌شود که برنامه‌ی متخلف را حذف کنند.

مهم‌ترین سرمایه‌گذاری در سال ۹۸

کافه‌بازار با هدف توجه بیشتر به صنعت داخلی بازی مصمم‌تر شد از شکل‌گیری و آموزش تیم‌های بازی‌ساز و تولید بازی حمایت کند. در همین راستا با سرمایه‌گذاری ۳۹ میلیارد ریالی روی شتاب‌دهنده‌ی آواگیمز گام تازه‌ای برای توسعه‌ی این صنعت داخلی برداشت.

مهم‌ترین گام کافه‌بازار در حوزه محتوای ویدیویی

اواخر تابستان سال ۹۸ کافه‌بازار با یک چرخش بزرگ استراتژیک، مسیر تازه‌ای را برای بخش ویدیو در پیش گرفت: پخش رایگان محتوای ویدیویی همراه با تبلیغات (AVOD). به این منظور، کافه‌بازار می‌کوشد محتوای ویدیویی را به رایگان در اختیار کاربران قرار دهد، تا از طریق ایجاد رسانه‌ی قدرتمند تبلیغاتی برای کسب‌وکارها و در نتیجه ایجاد جریان درآمدی جدید برای محتوای ویدیویی منتشرشده، به رونق بیشتر تولید محتوای جذاب ویدیویی کمک کند.

فعال‌سازی قفل کودک برای امنیت خاطر والدین

قفل کودک به «بازار کودک» مربوط است که در سال ۹۸ برای استفاده‌ی کودکان راه‌اندازی شد. در دنیای امروز، کودکان باید به محتوای مناسب سن خود دسترسی داشته باشند و از محتوای نامناسب دور بمانند. به این ترتیب، والدین با روشن کردن دکمه‌ی بازار کودک، می‌توانند گوشی خود را با خیال آسوده به دست فرزند خود بدهند تا او از محتوای ویدیویی و بازی‌ها و برنامه‌های مناسب سنش استفاده کند.

ظهور بازار ۸

توسعه‌دهنده‌ی هر محصولی برای ارائه خدمات خوب به کاربر لازم است همواره در پی بهبود همه‌جانبه‌ی محصول خود باشد. با تغییرات سریع فناوری و نیز ذائقه‌ی کاربران، بازار هم از نظر فنی و هم رابط کاربری، نیاز به آبرنگ تازه داشت. پس طی فرایندی چند ماهه، و با همکاری تنگاتنگ تیم‌های فنی و هنری، بازار ۸ با امکانات بیشتر، رابط کاربری بهتر و محیطی جذاب‌تر منتشر شد. در توسعه این نسخه از بازار از جدیدترین فناوری‌های اندروید استفاده شده که بازار را بیش از همیشه سریع، کارا و ایمن کرده است. در اسفند سال ۹۸ حالت تاریک (dark mode) هم به امکانات بازار اضافه شد. همچنین سایت بازار نیز با تغییر ساختار، امکان تماشای ویدیو برای کاربران را نیز فراهم کرد- امکانی که برای رقم زدن بزرگ‌ترین رویداد ویدیویی بازار ضروری بود: کلاسیکو.

همکاری عادل فردوسی‌پور و بازار

کلاسیکو برنامه‌ای به تهیه‌کنندگی عادل فردوسی‌پور بود که با گردآوردن شماری از چهره‌های محبوب و ایده‌ای نو موفق شد به آمار چشمگیر چندین میلیون تماشگر در پلتفرم‌های آنلاین دست یابد. پیشنهاد تولید این برنامه را کافه‌بازار به عادل فردوسی‌پور داد و تولید آن با همکاری سایر میزبانان ویدیویی آنلاین، یعنی فیلیمو و نماوا، صورت پذیرفت. این برنامه اینترنتی را فقط طی ۲۴ ساعت نخست، نزدیک به ۲ میلیون نفر تماشا کردند و بدین ترتیب اهمیت و ظرفیت بسترهای نمایش آنلاین در ایران بیش از پیش روشن شد.

انتشار مستمر گزارش‌های داده‌محور

با هدف کمک موثرتر به توسعه‌دهندگان، سیاست‌گذاران و تحلیلگران صنعت جهت رسیدن به تصمیم‌های راهبردی با تکیه بر داده‌های به‌روز و شفاف، کافه‌بازار در سال ۹۸ سه گزارش فصلی، یک گزارش سالانه، گزارش عملکرد یکساله ابزار تبلیغات در

جستجو، یک گزارش تحلیلی از بازی موبایلی منتشر کرد. با تقویت تیم‌های تحلیل داده و تمرکز روی موضوعات مهم‌تر، و نیز بهره‌مندی از دانش و داده‌های تیم‌های مختلف، علاوه بر انتشار گزارش‌های موضوعی، در گزارش‌های فصلی نیز به وجوه کمتر دیده و گفته‌شده‌ای از صنعت پرداختیم.

– راه‌اندازی دفتر در مشهد

کافه‌بازار جهت رشد بیشتر صنعت برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی نیازمند استفاده از توان تخصصی نیروهای توانمند خارج از تهران نیز هست. افتتاح دفتر کافه‌بازار در مشهد سبب شد که علاوه بر تمرکززدایی و رونق اشتغال در خارج از تهران، با جامعه‌ی نخعی دانشگاهی و فعالان صنعت این شهر ارتباط سازنده برقرار شود و تخصص و دانش فارغ‌التحصیلان و دانشجویان آنجا فرصت شکوفایی بیابد.

– افت چشمگیر درآمد توسعه‌دهندگان در یک هفته

با اجباری‌شدن رمز پویا، درآمد هفتگی توسعه‌دهندگان بازار در نخستین هفته‌ی اجرای طرح (۱۹ تا ۲۵ بهمن) ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش داشت. بازی‌ها بیشترین کاهش (۳۰ تا ۵۰ درصد) را داشتند. کافه‌بازار از ابتدای طرح کوشید تا در ارتباط نزدیک با نهادهای بانکی، اشکالات اجرایی طرح را بیان کند و در این مدت، پیشنهادهایی برای کاهش اثر منفی آن ارائه داده است. با گذشت زمان و تسهیل روند فعالسازی و استفاده از رمز پویا، افت درآمد توسعه‌دهندگان روند کاهشی در پیش گرفته است.

– حمایت از رویدادهای علمی و دانشگاهی

در سال ۹۸ کافه‌بازار با برگزاری رویداد FCPC در دانشگاه فردوسی مشهد، حوزه حمایت خود از فعالیتهای علمی را وسعت داد و گامی نو در ارتباط صنعت فناوری دیجیتال با دانشگاه برداشت. همچنین برای پنجمین سال پیاپی از رقابت‌های برنامه‌نویسی ای‌سی‌ام در غرب آسیا که در دانشگاه شریف برگزار می‌شد حمایت کرد. هفدهمین چالش جهانی ببراس برای دانش‌آموزان نیز برای دومین سال با حمایت کافه‌بازار در ایران برگزار شد. کودکان و نوجوانان شرکت‌کننده با حضور در دفتر کافه‌بازار جهت برگزاری رقابت‌ها، محیط کاری ما را گرما بخشیدند.

– شایعه‌ی هک بازار

کمی پس از ۴۰ میلیونی‌شدن کاربران بازار، شایعه‌ای مبنی بر هک بازار در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد. بررسی‌های تیم فنی کافه‌بازار وجود یک اشکال امنیتی در سورس‌کد یکی از زیرسیستم‌های وب‌سایت بازار را تأیید کرد. پس از شناسایی و رفع مشکل، بازار در بیانیه‌ای، وجود یک اشکال امنیتی را در زیرسیستم سایت تأیید و هرگونه نشت اطلاعات کاربران را رد کرد.

– کمک به سیل‌زدگان

شیرینی نوروز سال را سیل ویرانگر جنوب و غرب کشور تلخ کرد. چند روز پس از این حادثه، کافه‌بازار با مشارکت جمعی از توسعه‌دهندگان داوطلب، بیش از ۵ میلیارد ریال از درآمد خود را به سیل‌زدگان اهدا کردند.

– فاند پونه چیست؟

در دی‌ماه هواپیمای اوکراینی با ۱۷۶ سرنشین سرنگون شد. در این حادثه‌ی تلخ چندین تن از همکاران، دوستان و بستگان کافه‌بازاری‌ها نیز جان خود را از دست دادند. از این رو به یاد قربانیان این حادثه، کمک‌هزینه‌ی تحصیلی ۱۷۶ دانشجوی دانشگاه‌های شریف و تهران را در سال ۹۹ برعهده می‌گیریم. نام این کمک‌هزینه، به یاد پونه گرجی، همکار سابق ما در کافه‌بازار، فاند پونه است.

– قطعی اینترنت چه تأثیری روی چه چیزهایی داشت؟

در مدت قطعی اینترنت، کاربران همچنان می‌توانستند از بازار استفاده کنند اما به نظر ما این اتفاق در کل به دسترسی سرویس‌های اینترنتی داخلی ضربه بزرگی زد، روند کار و فعالیت روزمره این شرکت‌ها را هم تا حد زیادی مختل کرد، و علاوه بر آن ضربه‌ای جدی بر بدنه‌ی نیروی انسانی نخعی این صنعت وارد آورد. امیدواریم چنین اتفاقی در سال‌های آینده هرگز رخ ندهد.

– بحران کرونا و خدمات بازار

با آغاز بحران کرونا، کافه‌بازار با هدف کاهش خطر ابتلا به این ویروس و انتشار آن، امکان دورکاری را برای کارکنان خود فراهم کرد. علاوه بر نمایش ویدیوهای آموزشی برای جلوگیری از ابتلا به ویروس کرونا، بازار برای کاهش تردهای غیرضروری مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی را نیز برای استفاده کاربران معرفی کرد- برنامه‌هایی نظیر خرید آنلاین، مشاوره با پزشک، ابزارهای ارتباطی جهت کار از خانه، خدمات بانکی، ورزش در خانه. بازار در سال ۹۹ نیز گام‌های دیگری در راستای مسوولیت اجتماعی خود برمی‌دارد.



● سهم استان‌ها از برنامه‌ها

● سهم استان‌ها از بازی‌ها

| توزیع توسعه‌دهنده | سهم از تعداد برنامه‌ها | سهم از درآمد | استان |
|-------------------|------------------------|--------------|---------------------|
| ۲۷٫۸٪ | ۲۰٫۵٪ | ۸۶٫۹٪ | تهران |
| ۸٫۶٪ | ۹٫۸٪ | ۷٫۲٪ | خراسان رضوی |
| ۵٫۷٪ | ۴٫۷٪ | ۰٫۷٪ | فارس |
| ۴٫۱٪ | ۳٫۲٪ | ۰٫۷٪ | البرز |
| ۳٫۳٪ | ۳٫۰٪ | ۰٫۵٪ | مازندران |
| ۳٫۶٪ | ۶٫۶٪ | ۰٫۵٪ | آذربایجان غربی |
| ۳٫۸٪ | ۳٫۹٪ | ۰٫۵٪ | آذربایجان شرقی |
| ۷٫۶٪ | ۵٫۱٪ | ۰٫۴٪ | اصفهان |
| ۱٫۴٪ | ۰٫۸٪ | ۰٫۳٪ | هرمزگان |
| ۴٫۴٪ | ۳٫۴٪ | ۰٫۳٪ | خوزستان |
| ۱٫۸٪ | ۱۱٫۰٪ | ۰٫۳٪ | گلستان |
| ۰٫۹٪ | ۱٫۱٪ | ۰٫۳٪ | سمنان |
| ۱٫۵٪ | ۱٫۷٪ | ۰٫۲٪ | لرستان |
| ۱٫۳٪ | ۱٫۲٪ | ۰٫۲٪ | کردستان |
| ۳٫۱٪ | ۲٫۷٪ | ۰٫۱٪ | قم |
| ۲٫۹٪ | ۲٫۷٪ | ۰٫۱٪ | گیلان |
| ۰٫۹٪ | ۰٫۶٪ | ۰٫۱٪ | سیستان و بلوچستان |
| ۲٫۳٪ | ۱٫۳٪ | ۰٫۱٪ | یزد |
| ۲٫۳٪ | ۳٫۴٪ | ۰٫۱٪ | کرمان |
| ۱٫۲٪ | ۰٫۸٪ | ۰٫۱٪ | اردبیل |
| ۱٫۲٪ | ۰٫۹٪ | ۰٫۱٪ | قزوین |
| ۱٫۷٪ | ۱٫۵٪ | ۰٫۱٪ | همدان |
| ۲٫۰٪ | ۴٫۰٪ | ۰٫۱٪ | کرمانشاه |
| ۱٫۲٪ | ۱٫۰٪ | ۰٫۰۵٪ | زنجان |
| ۰٫۵٪ | ۰٫۵٪ | ۰٫۰۴٪ | ایلام |
| ۱٫۱٪ | ۱٫۲٪ | ۰٫۰۴٪ | مرکزی |
| ۰٫۶٪ | ۰٫۶٪ | ۰٫۰۳٪ | خراسان شمالی |
| ۰٫۶٪ | ۰٫۵٪ | ۰٫۰۲٪ | کهگیلویه و بویراحمد |
| ۱٫۳٪ | ۱٫۳٪ | ۰٫۰۱٪ | بوشهر |
| ۰٫۷٪ | ۰٫۵٪ | ۰٫۰۱٪ | خراسان جنوبی |
| ۰٫۷٪ | ۰٫۴٪ | ۰٫۰۱٪ | چهارمحال و بختیاری |

| توزیع توسعه‌دهنده | سهم از تعداد بازی‌ها | سهم از درآمد | استان |
|-------------------|----------------------|--------------|---------------------|
| ۳۰٫۲٪ | ۳۶٫۶٪ | ۸۷٫۵٪ | تهران |
| ۸٫۳٪ | ۱۰٫۶٪ | ۲٫۲٪ | خراسان رضوی |
| ۵٫۱٪ | ۴٫۳٪ | ۱٫۸٪ | البرز |
| ۷٫۷٪ | ۴٫۶٪ | ۱٫۶٪ | اصفهان |
| ۳٫۶٪ | ۴٫۴٪ | ۱٫۵٪ | گیلان |
| ۱٫۵٪ | ۱٫۲٪ | ۱٫۰٪ | قزوین |
| ۲٫۲٪ | ۱٫۳٪ | ۰٫۹٪ | کرمان |
| ۱٫۵٪ | ۱٫۱٪ | ۰٫۷٪ | گلستان |
| ۱٫۷٪ | ۰٫۸٪ | ۰٫۴٪ | همدان |
| ۵٫۳٪ | ۳٫۳٪ | ۰٫۴٪ | فارس |
| ۲٫۲٪ | ۱٫۳٪ | ۰٫۴٪ | قم |
| ۳٫۵٪ | ۹٫۶٪ | ۰٫۴٪ | آذربایجان غربی |
| ۱٫۲٪ | ۰٫۷٪ | ۰٫۲٪ | کردستان |
| ۳٫۲٪ | ۱٫۸٪ | ۰٫۲٪ | مازندران |
| ۲٫۲٪ | ۱٫۶٪ | ۰٫۲٪ | کرمانشاه |
| ۱٫۹٪ | ۱٫۱٪ | ۰٫۱۳٪ | یزد |
| ۲٫۹٪ | ۲٫۰٪ | ۰٫۱۱٪ | آذربایجان شرقی |
| ۳٫۰٪ | ۱٫۳٪ | ۰٫۰۸٪ | خوزستان |
| ۱٫۱٪ | ۰٫۹٪ | ۰٫۰۷٪ | سمنان |
| ۰٫۸٪ | ۰٫۴٪ | ۰٫۰۷٪ | سیستان و بلوچستان |
| ۱٫۱٪ | ۰٫۷٪ | ۰٫۰۷٪ | مرکزی |
| ۱٫۲٪ | ۱٫۳٪ | ۰٫۰۵٪ | هرمزگان |
| ۱٫۵٪ | ۲٫۱٪ | ۰٫۰۵٪ | لرستان |
| ۱٫۵٪ | ۰٫۹٪ | ۰٫۰۳٪ | بوشهر |
| ۰٫۹٪ | ۱٫۰٪ | ۰٫۰۳٪ | اردبیل |
| ۰٫۶٪ | ۰٫۳٪ | ۰٫۰۲٪ | خراسان شمالی |
| ۰٫۸٪ | ۳٫۳٪ | ۰٫۰۱٪ | ایلام |
| ۰٫۵٪ | ۰٫۲٪ | ۰٫۰۱٪ | خراسان جنوبی |
| ۰٫۶٪ | ۰٫۳٪ | ۰٫۰۱٪ | چهارمحال و بختیاری |
| ۱٫۵٪ | ۰٫۷٪ | ۰٫۰۰٪ | زنجان |
| ۰٫۶٪ | ۰٫۳٪ | ۰٫۰۰٪ | کهگیلویه و بویراحمد |

● دنالود و تعداد برنامه‌ها

| سهم از دنالود | سهم از برنامه | دسته |
|---------------|---------------|-------------------|
| ۱۵٪ | ۴٪ | ابزارها |
| ۵٪ | ۱٪ | امور مالی |
| ۰٪ | ۰٪ | آب و هوا |
| ۱٪ | ۴٪ | آشپزی و رستوران |
| ۶٪ | ۲۳٪ | آموزش |
| ۱۲٪ | ۱٪ | پیام‌رسان‌ها |
| ۰٪ | ۱٪ | خبرها و نشریات |
| ۵٪ | ۲٪ | خرید |
| ۱٪ | ۴٪ | دارو و درمان |
| ۴٪ | ۱٪ | رفت و آمد |
| ۱٪ | ۴٪ | سبک زندگی |
| ۵٪ | ۷٪ | سرگرمی |
| ۱٪ | ۲٪ | سیر و سفر |
| ۶٪ | ۱٪ | شبکه‌های اجتماعی |
| ۲٪ | ۳٪ | شخصی‌سازی |
| ۴٪ | ۲٪ | عکاسی |
| ۱۲٪ | ۹٪ | کاربردی |
| ۳٪ | ۱۰٪ | کتاب‌ها و منابع |
| ۱٪ | ۳٪ | کسب و کار |
| ۵٪ | ۱۱٪ | مذهبی |
| ۳٪ | ۲٪ | موسیقی و صدا |
| ۱٪ | ۴٪ | ورزش و تغذیه سالم |
| ۱٪ | ۱٪ | ورزشی (برنامه) |
| ۵٪ | ۱٪ | ویدئو و رسانه |

● خریدار و فروشنده و تمرکز درآمد در برنامه‌ها

| رتبه در تعداد خریدار | رتبه در تعداد فروشنده | تمرکز در درآمد | دسته |
|----------------------|-----------------------|----------------|-------------------|
| ۴# | ۱# | ۳٪ | آموزش |
| ۵# | ۲# | ۳٪ | کاربردی |
| ۸# | ۳# | ۱۸٪ | کتاب‌ها و منابع |
| ۷# | ۴# | ۲۰٪ | مذهبی |
| ۱۱# | ۵# | ۲٪ | سرگرمی |
| ۱۴# | ۶# | ۳۲٪ | دارو و درمان |
| ۹# | ۷# | ۷٪ | ابزارها |
| ۱۲# | ۸# | ۸٪ | موسیقی و صدا |
| ۶# | ۹# | ۳۷٪ | ورزش و تغذیه سالم |
| ۲۰# | ۱۰# | ۴٪ | سبک زندگی |
| ۱۵# | ۱۱# | ۱۴٪ | کسب و کار |
| ۲۱# | ۱۲# | ۳٪ | شخصی‌سازی |
| ۳# | ۱۳# | ۱۶٪ | شبکه‌های اجتماعی |
| ۱۹# | ۱۴# | ۱۲٪ | عکاسی |
| ۱۰# | ۱۵# | ۶٪ | امور مالی |
| ۱۷# | ۱۶# | ۷۳٪ | ورزشی (برنامه) |
| ۱۳# | ۱۷# | ۹٪ | پیام‌رسان‌ها |
| ۱۸# | ۱۸# | ۳۱٪ | سیر و سفر |
| ۲# | ۱۹# | ۶۳٪ | ویدئو و رسانه |
| ۲۳# | ۲۰# | ۱۱٪ | آشپزی و رستوران |
| ۱# | ۲۱# | ۹۹٪ | خرید |
| ۱۶# | ۲۲# | ۲۲٪ | رفت و آمد |
| ۲۲# | ۲۳# | ۱۷٪ | آب و هوا |
| ۲۴# | ۲۴# | ۷۳٪ | خبرها و نشریات |

● دنالود و تعداد بازی‌ها

| سهم از دنالود | سهم از بازی‌ها | دسته |
|---------------|----------------|-------------------|
| ۵٪ | ۳٪ | استراتژی |
| ۱۴٪ | ۱۷٪ | اکشن |
| ۱۱٪ | ۱۲٪ | امتیازی |
| ۵٪ | ۶٪ | آموزشی |
| ۲۰٪ | ۱۸٪ | تفنی |
| ۴٪ | ۴٪ | خانوادگی |
| ۱۶٪ | ۷٪ | رانندگی |
| ۶٪ | ۲٪ | شبیه‌سازی |
| ۵٪ | ۶٪ | کلمات و دانستی‌ها |
| ۲٪ | ۷٪ | ماجراجویی |
| ۶٪ | ۱۳٪ | معمایی |
| ۷٪ | ۶٪ | ورزشی (بازی) |

● خریدار و فروشنده و تمرکز درآمد در بازی‌ها

| رتبه در تعداد خریدار | رتبه در تعداد فروشنده | تمرکز در درآمد | دسته |
|----------------------|-----------------------|----------------|-------------------|
| ۵# | ۱# | ۱۱٪ | اکشن |
| ۴# | ۲# | ۲۸٪ | تفنی |
| ۹# | ۳# | ۱۲٪ | ماجراجویی |
| ۲# | ۴# | ۳۹٪ | کلمات و دانستی‌ها |
| ۷# | ۵# | ۲۳٪ | ورزشی (بازی) |
| ۶# | ۶# | ۱۳٪ | رانندگی |
| ۸# | ۷# | ۱۰٪ | معمایی |
| ۱۰# | ۸# | ۲۱٪ | امتیازی |
| ۱۲# | ۹# | ۴٪ | آموزشی |
| ۱# | ۱۰# | ۴۳٪ | استراتژی |
| ۳# | ۱۱# | ۶۵٪ | خانوادگی |
| ۱۱# | ۱۲# | ۴۰٪ | شبیه‌سازی |

تراکنش برنامه‌ها

نصب فعال برنامه

| رتبه در سال ۹۷ | رتبه در سال ۹۸ | رشد سال به سال | دسته |
|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| ۲# | ۱# | ۱۲٪ | کاربردی |
| ۱# | ۲# | -۱٪ | ابزارها |
| ۳# | ۳# | ۲۰٪ | پیام‌رسان‌ها |
| ۷# | ۴# | ۵۸٪ | امور مالی |
| ۶# | ۵# | ۳۲٪ | شبکه‌های اجتماعی |
| ۵# | ۶# | ۱۶٪ | خرید |
| ۴# | ۷# | ۰٪ | مذهبی |
| ۹# | ۸# | ۱۸٪ | ویدئو و رسانه |
| ۸# | ۹# | ۰٪ | ورزش و تغذیه سالم |
| ۱۰# | ۱۰# | -۸٪ | عکاسی |
| ۱۲# | ۱۱# | ۳۱٪ | رفت و آمد |
| ۱۱# | ۱۲# | -۱٪ | آموزش |
| ۱۶# | ۱۳# | ۳۵٪ | موسیقی و صدا |
| ۱۳# | ۱۴# | ۲٪ | کتاب‌ها و منابع |
| ۱۴# | ۱۵# | ۳٪ | سرگرمی |
| ۱۵# | ۱۶# | ۳٪ | سیر و سفر |
| ۱۷# | ۱۷# | ۵٪ | شخصی‌سازی |
| ۱۸# | ۱۸# | -۱۱٪ | خبرها و نشریات |
| ۱۹# | ۱۹# | -۲٪ | کسب و کار |
| ۲۰# | ۲۰# | ۱٪ | آشپزی و رستوران |
| ۲۱# | ۲۱# | ۱۳٪ | دارو و درمان |
| ۲۲# | ۲۲# | ۶٪ | ورزشی (برنامه) |
| ۲۳# | ۲۳# | -۵٪ | سبک زندگی |
| ۲۴# | ۲۴# | ۱۱٪ | آب و هوا |

| رتبه در سال ۹۷ | رتبه در سال ۹۸ | رشد سال به سال | دسته |
|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| ۱# | ۱# | ۱۳۳٪ | خرید |
| ۲# | ۲# | ۰٪ | شبکه‌های اجتماعی |
| ۳# | ۳# | ۳۲٪ | ویدئو و رسانه |
| ۴# | ۴# | -۲۷٪ | آموزش |
| ۵# | ۵# | -۱۸٪ | کاربردی |
| ۹# | ۶# | ۶۰٪ | ورزش و تغذیه سالم |
| ۷# | ۷# | -۴٪ | کتاب‌ها و منابع |
| ۸# | ۸# | -۲٪ | مذهبی |
| ۱۲# | ۹# | ۸٪ | امور مالی |
| ۱۰# | ۱۰# | -۲۳٪ | ابزارها |
| ۱۳# | ۱۱# | -۲۸٪ | سرگرمی |
| ۶# | ۱۲# | -۸۴٪ | پیام‌رسان‌ها |
| ۱۸# | ۱۳# | ۶۷٪ | ورزشی (برنامه) |
| ۱۴# | ۱۴# | -۳۵٪ | موسیقی و صدا |
| ۱۷# | ۱۵# | -۱۱٪ | دارو و درمان |
| ۱۱# | ۱۶# | -۷۴٪ | کسب و کار |
| ۱۶# | ۱۷# | -۵۵٪ | رفت و آمد |
| ۱۵# | ۱۸# | -۷۱٪ | سیر و سفر |
| ۱۹# | ۱۹# | -۱۲٪ | عکاسی |
| ۲۰# | ۲۰# | -۳۴٪ | سبک زندگی |
| ۲۱# | ۲۱# | -۳۸٪ | شخصی‌سازی |
| ۲۳# | ۲۲# | -۴۴٪ | آب و هوا |
| ۲۲# | ۲۳# | -۶۰٪ | آشپزی و رستوران |
| ۲۴# | ۲۴# | -۳۷٪ | خبرها و نشریات |

تراکنش بازی‌ها

نصب فعال بازی‌ها

| رتبه در سال ۹۷ | رتبه در سال ۹۸ | رشد سال به سال | دسته |
|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| ۲# | ۱# | ۳۰٪ | تفنی |
| ۱# | ۲# | ۱۵٪ | امتیازی |
| ۴# | ۳# | ۲۶٪ | رانندگی |
| ۳# | ۴# | -۲۴٪ | کلمات و دانستی‌ها |
| ۵# | ۵# | ۳۴٪ | اکشن |
| ۸# | ۶# | ۲۰٪ | ورزشی (بازی) |
| ۹# | ۷# | ۱۸٪ | خانوادگی |
| ۶# | ۸# | -۲٪ | استراتژی |
| ۷# | ۹# | ۳٪ | معمایی |
| ۱۰# | ۱۰# | ۵۰٪ | آموزشی |
| ۱۱# | ۱۱# | ۲۵٪ | شبیه‌سازی |
| ۱۲# | ۱۲# | ۳۴٪ | ماجراجویی |

| رتبه در سال ۹۷ | رتبه در سال ۹۸ | رشد سال به سال | دسته |
|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| ۲# | ۱# | ۴۲٪ | استراتژی |
| ۱# | ۲# | -۳۹٪ | کلمات و دانستی‌ها |
| ۳# | ۳# | ۱۳٪ | خانوادگی |
| ۷# | ۴# | ۲۳۳٪ | تفنی |
| ۴# | ۵# | ۱۶٪ | اکشن |
| ۵# | ۶# | ۲۳٪ | رانندگی |
| ۶# | ۷# | -۲۸٪ | ورزشی (بازی) |
| ۸# | ۸# | -۲۷٪ | شبیه‌سازی |
| ۹# | ۹# | ۳۱٪ | معمایی |
| ۱۰# | ۱۰# | ۱۴٪ | امتیازی |
| ۱۲# | ۱۱# | ۴۹٪ | ماجراجویی |
| ۱۱# | ۱۲# | -۲۹٪ | آموزشی |

برای مشاهده و دانلود سایر گزارش‌های بازار، روی تصاویر زیر کلیک کنید

مشاهده‌ی گزارش‌های منتشر شده در سال ۹۸



پاییز ۹۸

تابستان ۹۸

بهار ۹۸



ایرانی‌ها و بازی



تبلیغات در جستجو

مشاهده‌ی گزارش‌های سال کافه بازار



سال ۹۷

سال ۹۶

سال ۹۵



cafebazaar.ir

نظرسنجی گزارش

survey.porsline.ir/s/RBzfbSC

ارتباط با ما

reports@cafebazaar.ir

بازار 