

Real Money Game Investigation

市場競爭及政策風險調研

—
數據驅動團隊

调研范畴

针对iOS和Android真金类博彩游戏主要市场现状进行研究，并对真金类博彩游戏行业门槛和落地风险进行研判

调研方法 & 资料来源

综合二手数据分析和资料整理，结合数据机构公开报告、第三方平台数据

调研对象

博彩游戏六大热门地区：美国、英国、印度、巴西、南非以及东南亚
(东南亚市场公开数据缺失，仅调研风险信息)

地区	iOS占比	Android占比
美国	52.95%	46.82%
英国	48.76%	50.59%
巴西	13.40%	85.75%
印度	2.71%	91.32%
南非	16.07%	81.60%

核心問題

- 博彩游戏赛道 (incl.真金类) 如何赚钱?
 - 真金类博彩市场准入门槛?
 - 真金博彩游戏有没有风险?

01

市场 & 竞对

- 市场概况
- 热门品类
- 盈利模式
- 发展趋势

02

壁垒 & 风险

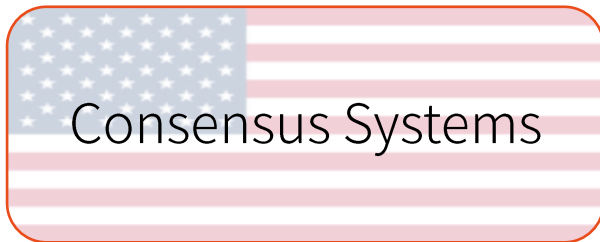
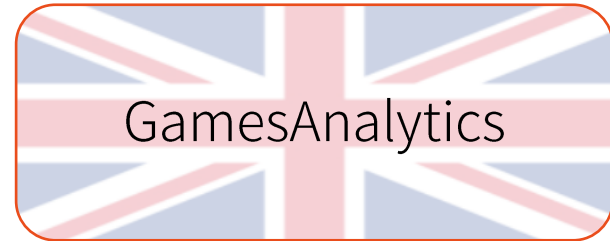
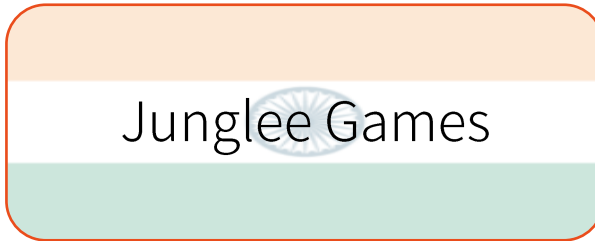
- 市场壁垒
- 运营条件
- 监管风险
- 渠道风险

01

市场 & 产品

- 市场概况
- 热门品类
- 盈利模式
- 发展趋势

Real Money Game 主流市场：美国、印度、英国



01

市场 & 产品

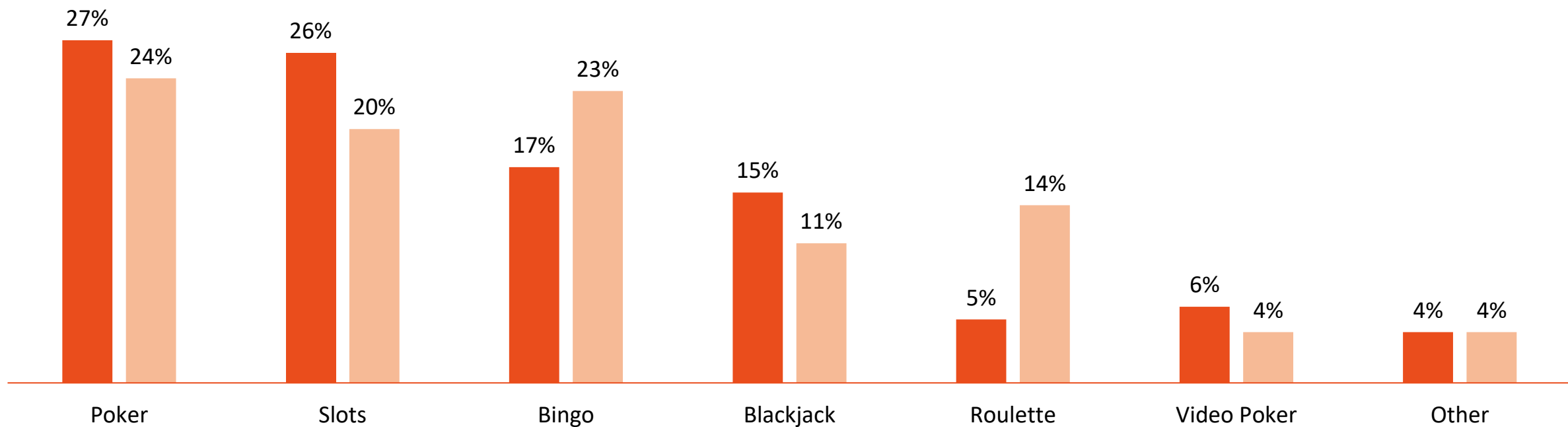
- 市场概况
- 热门品类
- 盈利模式
- 发展趋势



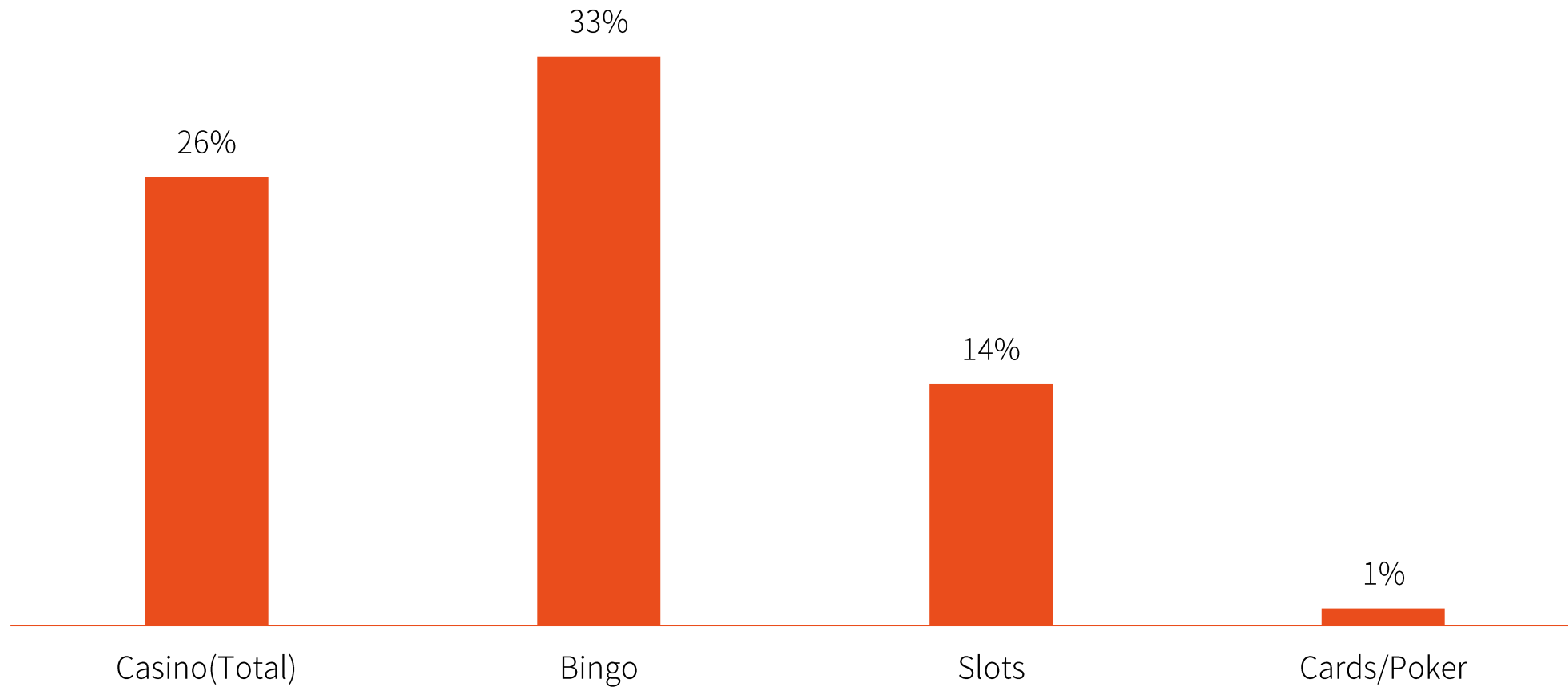
产品热度：Poker、Slot、Bingo最受偏爱

- 英美在线博彩玩家在最偏好玩法上达成一致（Poker：27% vs. 24%）
- 美国玩家对Slots的热爱程度接近Poker，而英国更偏爱Bingo
- Roulette在美国已不再受欢迎（4%），逐渐淡出头部市场
- 《Lucky Day》中的Scratcher（刮刮乐）玩法成为新兴热门玩法

博彩游戏类型偏好度对比
美国 vs. 英国



2020年博彩手游及其垂直品类年增长率



01

市场 & 产品

- 市场概况
- 热门品类
- 盈利模式
- 发展趋势

SOCIAL APPS模式

Advertisements

Data Collection

Referral Marketing

.....



创新模式

High Registration Fee

01

市场 & 产品

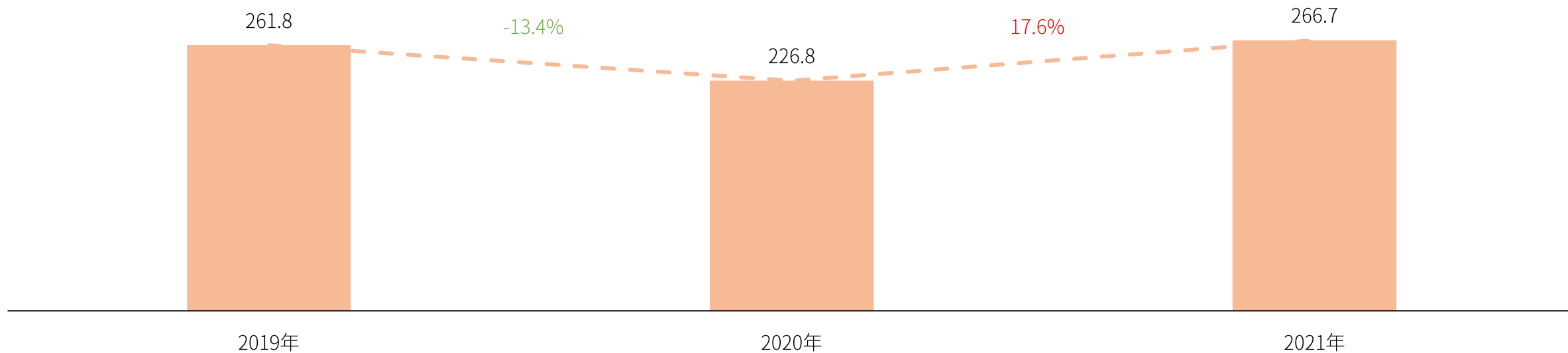
- 市场概况
- 热门品类
- 盈利模式
- 发展趋势

后疫情时代，全球博彩市场回暖得益于实体赌场的营收回归

- 受全球疫情影响，实体赌场停业导致部分玩家转移至线上博彩，但是从2020年全球博彩市场营收规模来看，不同于互联网行业获得的“疫情红利”，博彩玩家消费能力并未完全转移至线上，博彩市场逆增长13.4%。而随着疫情缓解、实体赌场的逐渐回归，原本的线下玩家将重新活跃，带动博彩市场回暖（2021年预计增长率17.6%）

Casino and online gambling industry market size 2019-2021

Unit: billion



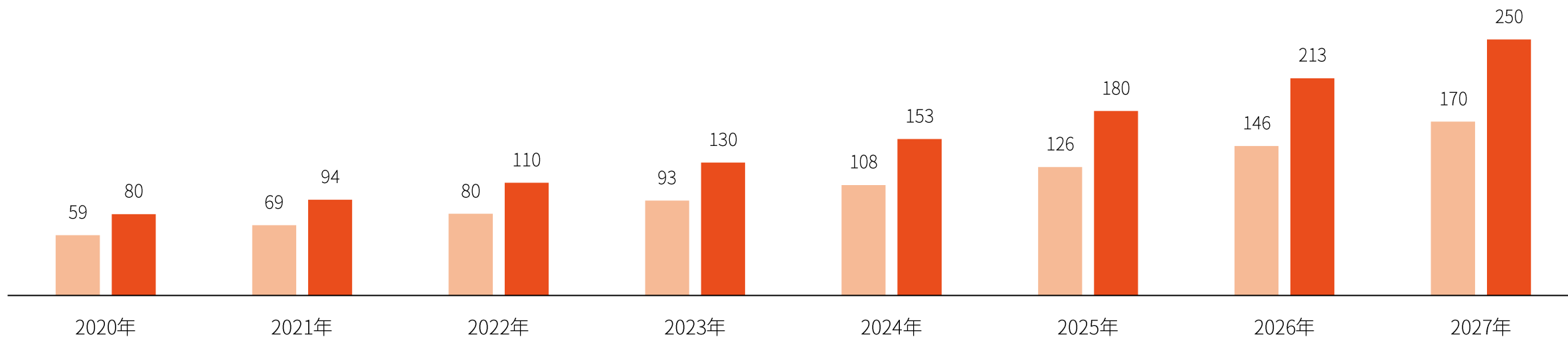
Web和Mobile市场增值想象空间较大，但受众重合度和转化可能性有待评估

- Online gambling分为web端和mobile端，在未来几年，两者市场规模预计实现两番
- Mobile apps具备便捷性，但是未见足够证据证明web端玩家可能迁移至Mobile端：
 - Mobile端的预测CAGR-复合增长率（17.8%）仅略高于Web端（16.3%）
 - 虽然Web端和Mobile端存在重叠用户，但在忠诚用户方面，两端的受众差异客观存在，对运营经验要求高

Online gambling industry segment market size 2020-2027

Unit: billion

Web Mobile



Social Casino玩家有较大意愿转化为Real Money Gambling玩家

Profile of Social Casino Players



Age: 35-54

Gender: predominantly female

Prefer: 70% to play real money

Profile of Real Money Players



Age: 35-54

Gender: predominantly female

Prefer: 10% to play social casino

02

壁垒 & 风险

- 市场壁垒
- 运营条件
- 渠道风险
- 监管风险

支付渠道恐是RMOG最难攻克壁垒

RMOG（在线真金博彩）准入门槛：平台运营、技术支撑、支付渠道。

其中，支付渠道操作复杂度较高。由于iOS和Google Play不允许使用其本身支付系统进行交易结算，所以必须要采用对应地区的第三方支付平台，多样化、本土化的支付政策，实现难度较大



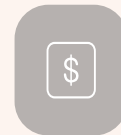
运营

- 获客、促活、留存
- 对同品类运营经验和用户透析能力要求高



技术

- 平台研发
- 游戏研发
- 数值模型
- 数据支撑



支付

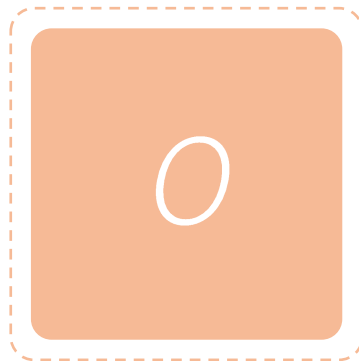
- 第三方支付渠道
- 涉及到当地金融和货币监管政策

运营 & 技术 & 数据

- 在线平台运营经验
- 专业数据团队支撑
- 现成技术团队支撑

渠道

- Google Play渠道逐渐开放



RMG运营 & 巨头垄断

- 缺乏在线RMG运营经验
 - 头部厂商资源优势

监管 & 支付 & 盈利空间

- 监管政策地区差异较大，复杂度高
 - 支付渠道接入难度较大
 - 盈利空间较难评估

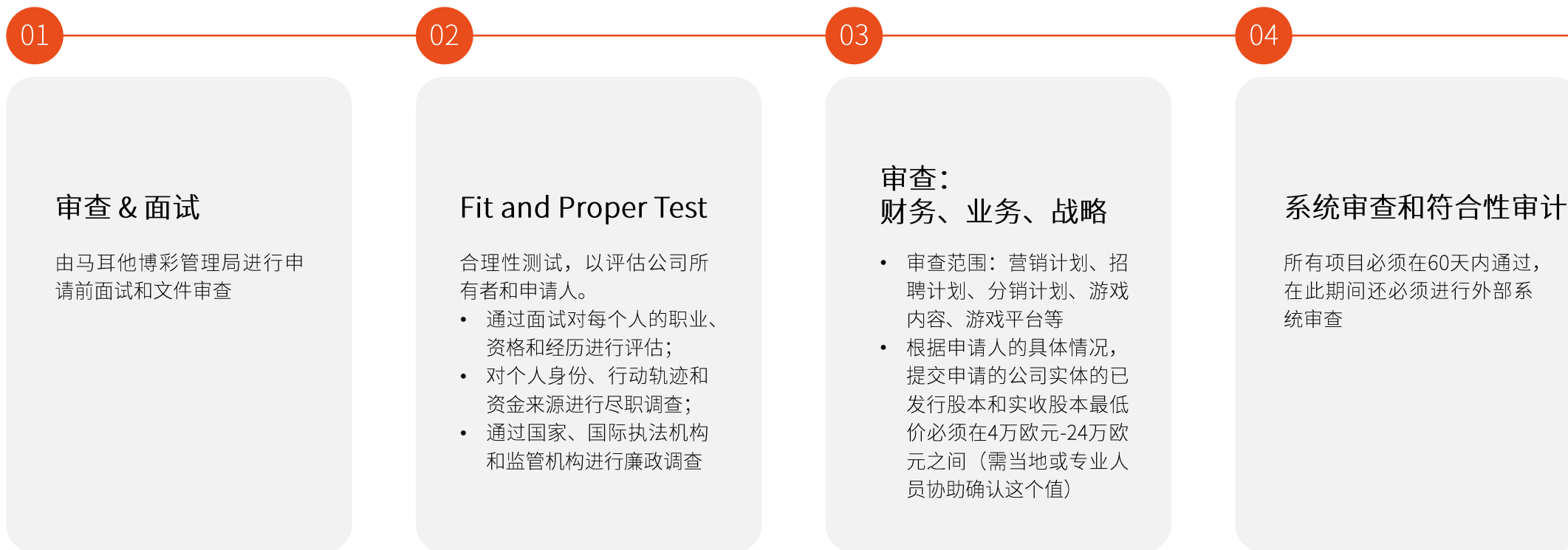
02

壁垒 & 风险

- 市场壁垒
- 运营条件
- 渠道风险
- 监管风险

- 必须为实体公司
 - 人员架构必须包含：董事、秘书以及合规、反洗钱和信息安全等基本岗位
- 对企业管理层和受益人要求：
 - 公司所有者和申请人需提供近3个月内从警方开具的良好行为记录证明
 - 通过“合理性测试”
 - 具备在公司内担任各种关键职能角色的能力
 - 公司所有者和申请人需提供近3个月内的银行资金证明原件
 - 公司所有者和申请人需提供已经公证的护照复印件
 - 提供详细的商业计划书
 - 通过合规和软件审计
 - 提供游戏软件和第三方协议的详细信息（包括GLI报告和任何实体和社交游戏业务的详细信息）
 - 运营业务和游戏服务器必须架设在马耳他境内
 - 所有文件必须是英文的或经过官方认证（公证）的翻译件

申请流程：主要为审查/审计环节，大致持续40-50周



02

壁垒 & 风险

- 市场壁垒
- 运营条件
- 渠道风险
- 监管风险

- 总共允许19个国家/地区发布经许可的现金赌博应用，包括：巴西、爱尔兰、法国、英国、**澳大利亚、比利时、加拿大、哥伦比亚、丹麦、芬兰、德国、日本、墨西哥、新西兰、挪威、罗马尼亚、西班牙、瑞典和美国**（橙色为新增）
- 具体要求/限制（GP将做进一步更新）：
 - 开发者必须成功完成申请流程，才能在 Play 上分发应用；
 - 应用必须遵守每个分发国家/地区的所有适用法律和业界标准；
 - 开发者必须具备分发应用的每个国家/地区的有效赌博许可；
 - 应用必须防止未满规定年龄的用户在应用中进行赌博；
 - 应用必须防止开发者提供的赌博许可未涵盖的国家/地区的用户使用；
 - 应用不得以付费应用的形式在 Google Play 上架供用户购买，也**不得使用 Google Play 应用内购买结算功能**；
 - 应用必须可供用户从 Play 商店免费下载和安装；
 - 应用的分级必须为 AO（仅限成人）或 IARC 的同等分级；
 - 应用及其应用详情必须清楚显示有关理性赌博的信息

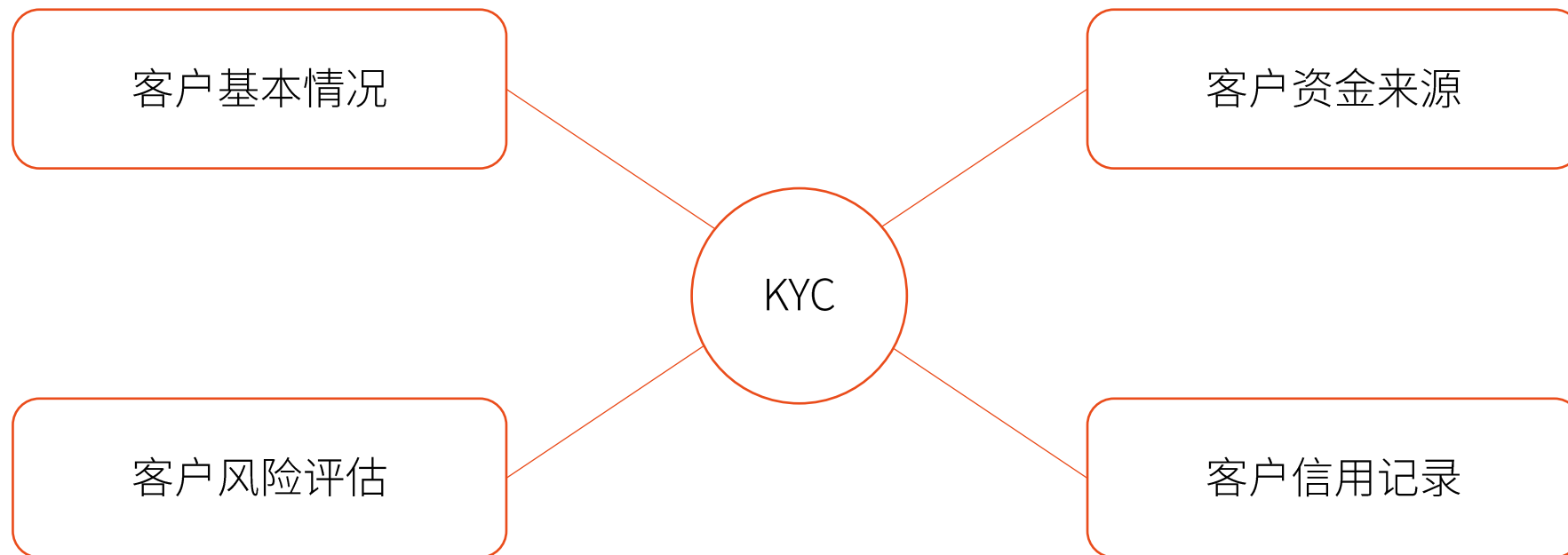
- 只有全面核实了即将发布的app的所有国家/地区的相关法律要求后，才能包含此功能，并且要做好此功能的审核流程需要更长时间的准备
- 具体要求/限制：
 - 抽奖和比赛必须有app的开发者赞助；
 - 抽奖、比赛和抽彩的正式规则必须在 app 中注明，并且必须明确表示 Apple 不是赞助者，也没有以任何形式参与活动；
 - App 不得通过 App 内购买项目购买点数或货币，以用于任何种类的真实货币游戏；不得向用户出售彩票或抽彩券；不得在 app 内进行资金转账；
 - 提供真实货币游戏（例如体育下注、扑克、赌场游戏、赛马）或彩票的 App 必须在使用该 App 的地区获得必要的许可和批准，且只能在这些地区发布，此类 App 在 App Store 中必须免费提供；
 - 不允许在 App Store 上发布非法的赌博辅助工具，包括记牌器；
 - 彩票 App 必须有报酬、几率及奖品

对于真金产品，App Store和Google Play都不允许通过应用内购系统进行付费，猜测是为了规避洗钱风险

02

壁垒 & 风险

- 市场壁垒
- 运营条件
- 渠道风险
- 监管风险



KYC: Know Your Customer, 客户身份识别
AML: Anti Money Laundering, 反洗钱

监管风险：大陆——法律禁止真金类游戏，需谨慎评估团队置地风险

- 大陆对于博彩行业管制严格
- 在现行法律框架下，开发和运营真金类产品（即便面向海外市场），都可能存在“打擦边球”风险
- 请法律团队深入评估合法性

● 优势：

- 在区域覆盖性上存在一定空间——多数州法律允许真金类游戏运营
- 提供强有力的法律制度保护知识产权，被侵权/被抄袭风险较低
- 目前在移动端较少出现真金类游戏

● 劣势：

- 部分州以州法律为准，不考虑联邦法律。Illinois伊利诺伊州、Louisiana路易斯安那州、Montana蒙大拿州、Oregon俄勒冈州、Washington华盛顿州和Wisconsin威斯康星州的居民不得在互联网上进行任何类型的下注
- 真金类游戏要求申请牌照，门槛较高：一年申请期、20多万刀律师费等

● 优势：

- 政策开放
- 渠道支持
- 根据线下实体Casino和博彩机构市场情况判断，用户需求相对旺盛

● 劣势：

- 人群限制：禁止向不满18岁用户展示真金游戏或将之视为受众群体
- 游戏广告必须清楚显示“理智赌博”信息，并禁止包含模拟博彩类内容

● 优势：

- 印度法律意义上，真金类游戏分为技巧类游戏game of skill (e.g. Patti、Rummy) 和概率类游戏games of chance，技巧类游戏在大多数邦是合法的
- 锡金邦 (Sikkim) 正在将网络博彩合法化，开始接受在线博彩牌照的申请
- 位于没有博彩法律的州的玩家将能够合法地使用得到许可的博彩网站，使得某些在线博彩网站将印度视为下一个需要扩张的主要市场

● 劣势：

- 技巧类游戏在阿萨姆邦 (Assam)，奥里萨邦 (Orissa) 和 特朗加纳邦 (Telangana) 依然不合法，某些邦运营技巧类游戏也需要对应牌照
- 概率类真金游戏被列为赌博，大多数印度州禁止，只有果阿邦 (Goa) 和锡金邦 (Sikkim) 例外，但是需要申请经营牌照，且牌照只支持线下博彩游戏，不支持线上博彩游戏
- 根据印度法律，涉及赌博的外国投资是非法的

- 优势：

- 巴西禁止赌博的法律目前并未覆盖在线博彩领域，因此博彩游戏是巴西最畅销的游戏类型之一

- 劣势：

- “危险地带”，法律上禁止赌博，但是未明确涵盖在线博彩
- 巴西国家货币不稳定，经常出现货币贬值的情况，因此巴西的资金出境受到严格监管

- 优势：

- 在东南亚地区，博彩业在不少国家都是合法的，存在天然受众
- 据调研机构估算数据，博彩游戏占东南亚所有游戏品类的10%，具有一定竞争空间
- 本土博彩游戏厂商受各方面因素（资金、运营能力等），逐渐被海外厂商所取代
- Google数据显示，移动互联网平均使用时长前四是东南亚国家，显示出线下转线上的强烈用户需求

- 劣势：

- Google Play未开放东南亚地区的真金游戏上架政策

- 优势：

- 网上博彩游戏获得授权即可

- 劣势：

- 每个省均有理相关理事会负责监管博彩业，可预见交际网络相对复杂多变，将会付出更多精力和成本维护各省理事会关系

RMG市场存在增长空间，但市场门槛较高，竞争激烈。受限于多方政策限制/牌照限制，相比传统博彩巨头和社交博彩头部厂商的经验积累和资源优势，新玩家要应对行业竞争壁垒（牌照、支付等）和口碑壁垒（用户忠诚度、传播度等），复杂度较高

博彩产品品类差异较大。产品侧，RMG和Social Casino侧重的玩法不一致，但是通过有效运营，存在相互复刻的可能性；用户侧，RMG和Social Casino既存在用户交叉重叠现象，又保有一定规模忠诚用户。因此，打造多终端、多品类产品矩阵才能最大范围覆盖足量的目标市场



Thank You