

游戏 2024

行业简析报告

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON GAME

MARKET
ANALYSIS

MGR



01. 游戏行业进入完整消费管理规范时代

- 5月28日，中国互联网协会发布《未成年人网络游戏服务消费管理要求（征求意见稿）》团体标准。
- 该标准规定了网络游戏服务提供者在提供服务的过程中对未成年人用户消费行为的管理要求，适用于指导网络游戏服务提供者、调解机构等开展未成年人网络游戏服务消费管理及调解工作，也可作为司法机关提供办案参考。
- 该标准是游戏行业首个完整的消费管理规范，填补了业界空白，将进一步保障未成年人在网络空间的合法权益，巩固防沉迷成果，助力游戏行业健康发展。

网络游戏管理要求主要内容

一、消费管理主体定义

1. 网络游戏服务提供者
包括网络游戏开发者、运营者、推广渠道等

2. 监护人

二、退费相关方责任比例

涉及这些行为，建议网络游戏服务提供者承担100%责任

- 未接入国家统一电子身份认证系统，导致未成年人充值不受限
- 未落实充值限额要求，导致实名未成年人超额充值

涉及这些行为，建议监护人按照过错承担30%-70%责任

未充分履行监护责任
包括明知未成年人绕过防沉迷未予以限制，如明知来成年人使用爷爷奶奶等近亲属或其他成年人身份信息用于实名等，或监护人未妥善保管支付密码等帮助未成年人绕过防沉迷限制
包括监护人提供本人或其他成年人的身份信息用于实名认证、提供已完成实名认证的本人或其他成年人的账号等

涉及这些行为，监护人可能承担100%责任

重复出现多次或多种过错行为，或存在其他严重情节
包括故意帮助绕过人脸识别等核验手段、因同一未成年人重复消费或同一家庭多个未成年人消费而多次申请退款、长时间怠于履行监护责任和注意义务(如所涉消费距申请时长超过一年等)等情况

三、退费处置流程

厘责完成后按无效合同的规定将各自取得的财产予以返还，退费完成后网络游戏服务提供者可对退款所涉游戏账号进行账号封禁等合理处置

02. 游戏行业产业链完善

- 产业链上游由内容制作和游戏开发构成，IP方将作品授权给游戏开放商作为游戏基础内容支撑，游戏开发商是产业链的核心主体，负责游戏的设计、研发、更新和维护。
- 中游由游戏运营和电信运营组成，游戏运营分为自主运营和联合运营两种业务模式，其中，联合运营指后游戏开发商授权平台运营商来提供活动设计、用户导入等运营服务，电信运营商为游戏运营商提供服务器据托管、带宽租用等服务。
- 下游包括游戏分发和游戏衍生，游戏渠道商是流量的提供者，提供游戏下载、讨论的平台，此外，下游产业链中还包括游戏视频直播移动电竞等游戏衍生产业。



03. 游戏版号审批发放量稳中有升

- 2023年全年发放了1075个游戏版号，同比增长110%，其中2023年12月单月发放105款国产游戏版号，创出近两年单月发放数新高。
- 在对未成年人严格管理的基础上，中国游戏版号常态化发放，2023年出现了《蛋仔派对》，《逆水寒手游》，《崩坏：星穹铁道》，《晶核》，《原始征途》，和《凡人修仙传》等一批优秀的游戏作品。

游戏版号审批流程

游戏版号审批流程（需上线前1年开始准备材料）



评分五要素

内容题材原创

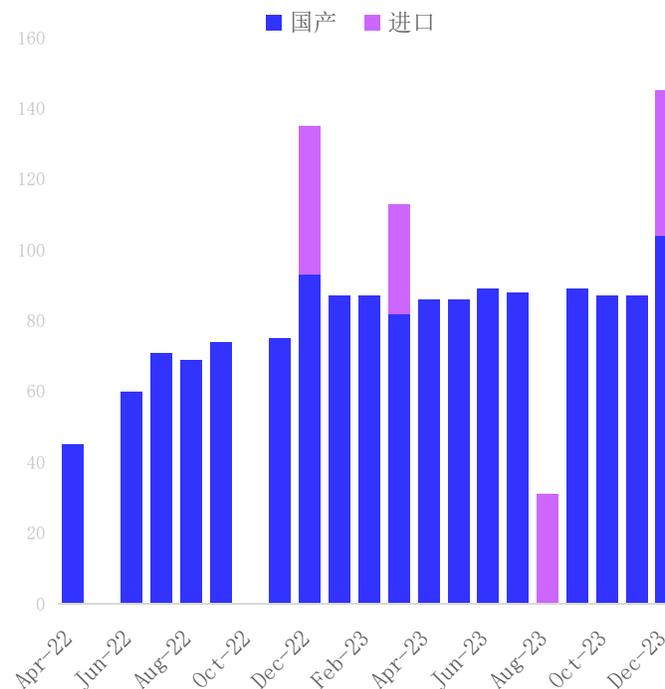
内容导向

游戏完整度

宣扬文化传承

Bug漏洞，兼容问题

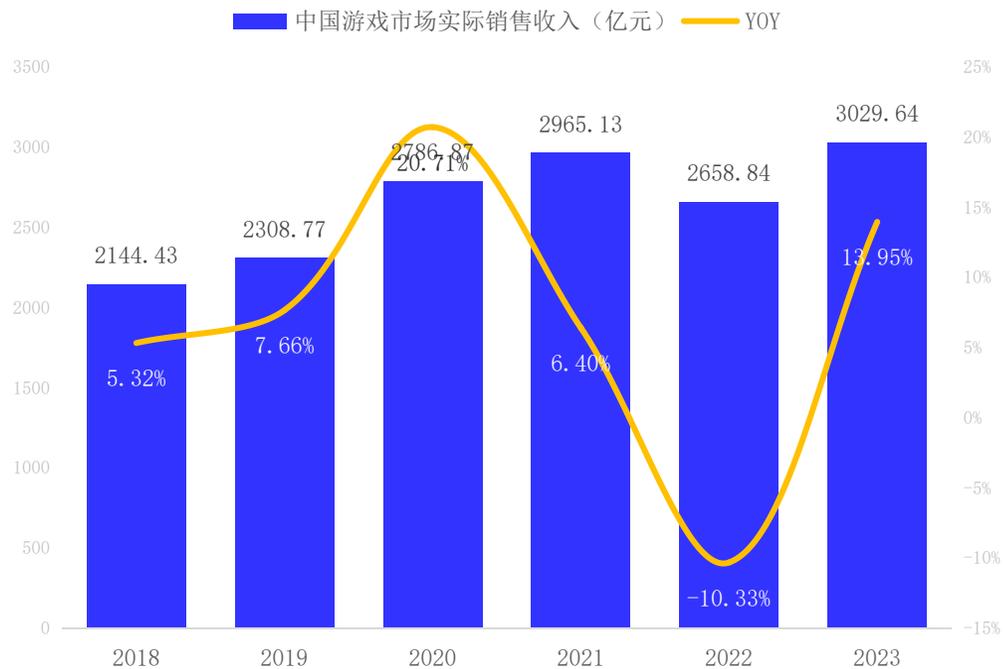
2022-2023月度版号发放数量（款）



04. 游戏行业规模达到历史新高

- 2023年游戏行业复苏，下半年收入显著回升，其中游戏行业总体收入达到3029.64亿元，同比增长13.95%，行业规模达到历史新高。
- 从结构上看，移动游戏增速高于客户端游戏，供给带动更为显著。2023全年移动游戏市场实际销售收入为2268.60亿元，同比增长17.51%，移动游戏今年增速同比高于行业大盘，主要是2022年基数相对较低，移动端整体生命周期相对PC端较低，受版号和供给端影响更大，因此在版号恢复后弹性更为明显。

2018-2023中国游戏市场实际销售收入及同比增速（亿元）



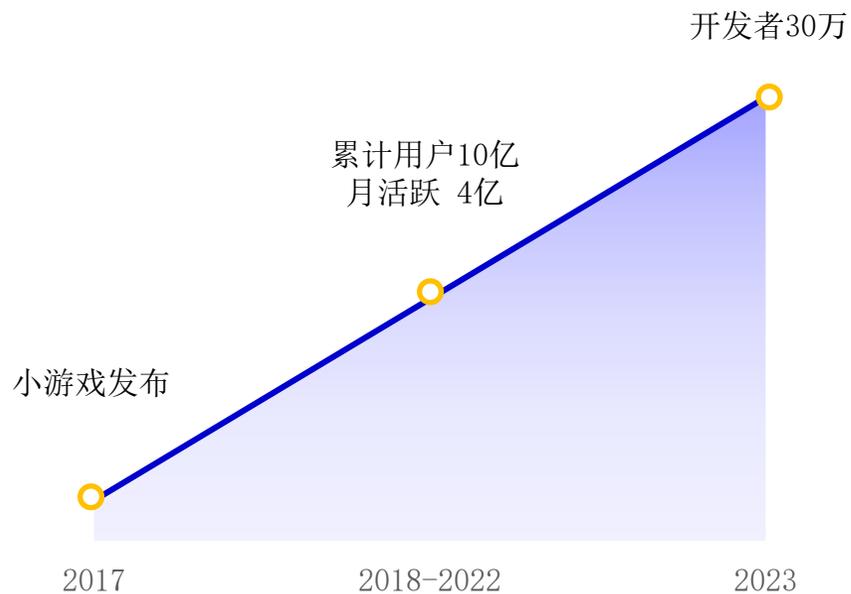
2018-2023中国移动游戏市场实际销售收入及同比增速（亿元）



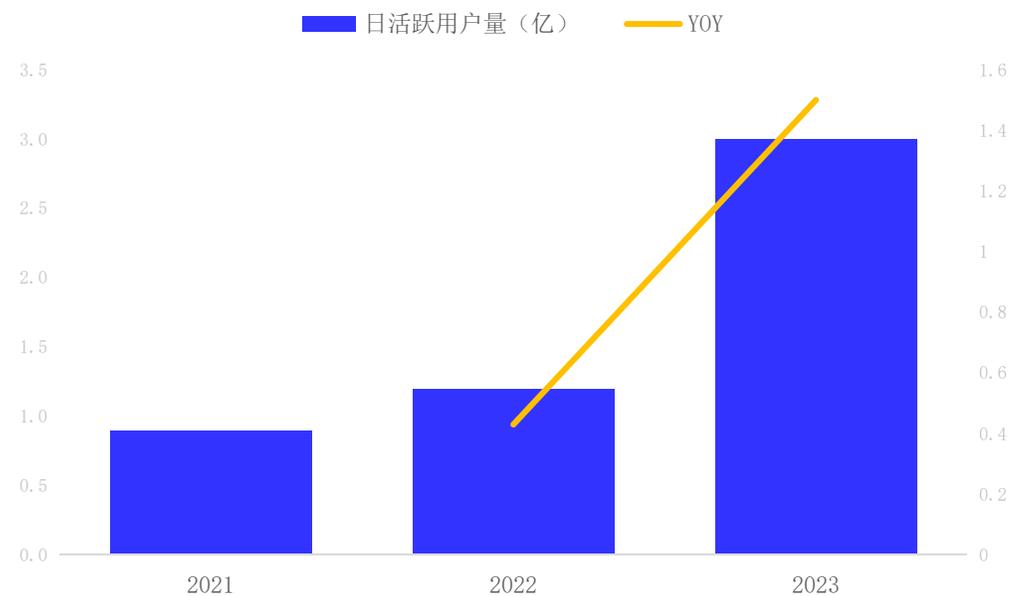
05. 小游戏崛起扩大游戏基本盘

- 由于小游戏轻量化、便捷的特点，近几年活跃度明显提升。用户规模角度来看，截至2023年6月，微信小游戏累计服务用户超10亿，MAU超4亿。
- 抖音方面，截至2023年12月，抖音DAU超6亿，其中小游戏人群占比49%，抖音小游戏DAU达3亿，相比2021年的0.8亿增幅超过200%。近两年来抖音小游戏活跃用户增长迅速，2023年增速较上年增加近3倍。
- 小游戏扩大了游戏基本盘。根据微信公开课PRO，微信小游戏的用户中，游戏流失用户及非游戏用户来源占比分别为41%和22%，仅37%为原本游戏活跃用户。

微信小游戏活跃度持续提升



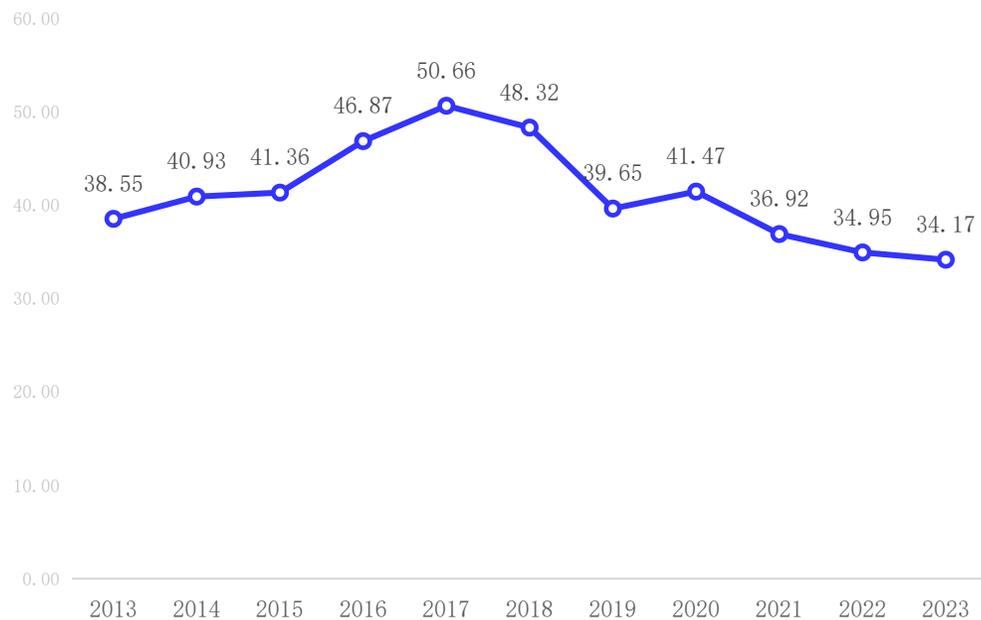
抖音小游戏活跃用户规模迅速增长



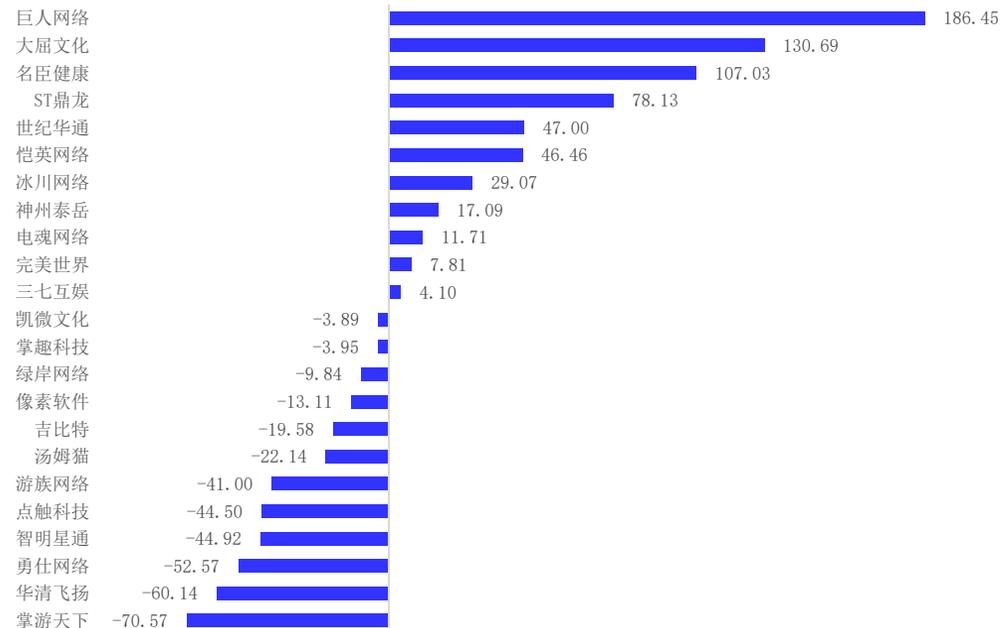
06. 游戏企业的销售容易度近年呈下跌趋势

- 数据显示：23家A股游戏公司近十年（2013年至2023年），销售容易度整体经历了从上升到下跌的行情。（销售容易度：用以判断企业、行业整体的销售难度和竞争程度。）
- 2013年，游戏厂商销售容易度为38.5，到了2017年，上升到了峰值50.66，随后开启了下跌趋势。2023年，销售容易度进一步下探到了34.17。2023年，游戏行业进入了近十年来，最难的一年，竞争力度最高的一年。

2013年-2023年游戏公司销售容易度



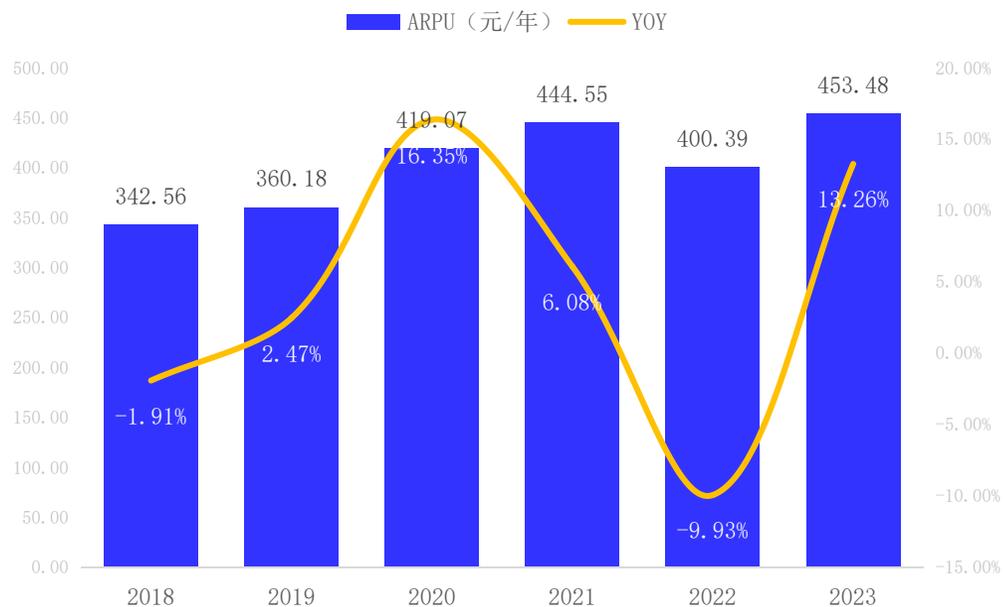
2023年游戏公司销售费用同比增减百分比



07. 游戏用户增长明显降速

- 2023年中国游戏市场用户规模达到7.43亿人，同比增长0.5%。中国游戏用户增长明显降速，预计未来几年内，游戏用户规模将基本保持稳定，这也标志着中国游戏行业正式从“流量时代”向“存量时代”转变。
- 2023年游戏用户平均年付费约为453.48元，同比增长13.26%。行业整体渗透率达到瓶颈，行业增长的核心驱动主要在付费层面。
- 在存量时代，游戏厂商更加注重提升产品质量和用户体验，以吸引和留住核心用户，实现持续发展，同时社交营销、内容营销及社区运营是当下游戏厂商进行游戏宣传和引流。

2018-2023中国游戏市场用户平均年付费



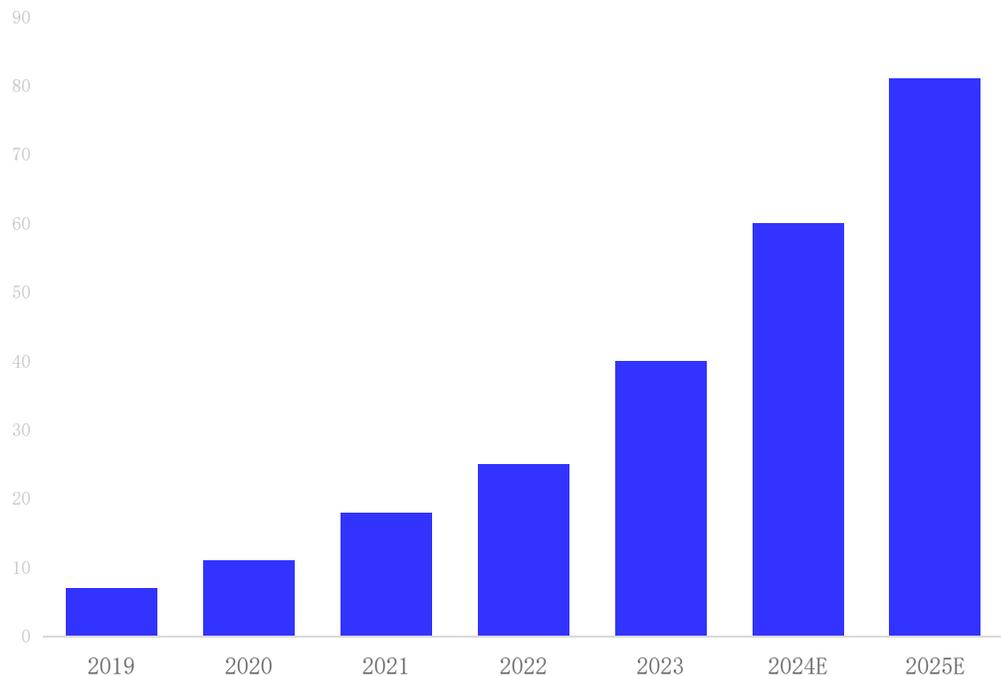
UserTracker-2019-2026年中国游戏用户规模



08. 游戏+社交产品表现亮眼

- 随着经济、文化的快速发展与社会节奏的变快，游戏逐渐成为用户的一个放松窗口，游戏社交需求越发明显，游戏技能社交逐步兴起。
- 游戏厂商在营销策略关注游戏用户普遍的内容需求和社交诉求：将优质IP衍生内容和游戏 用户的社交关系链进行深度融合，实施更有针对性的游戏营销。

中国游戏陪玩市场规模预测（亿元）



游戏用户的需求



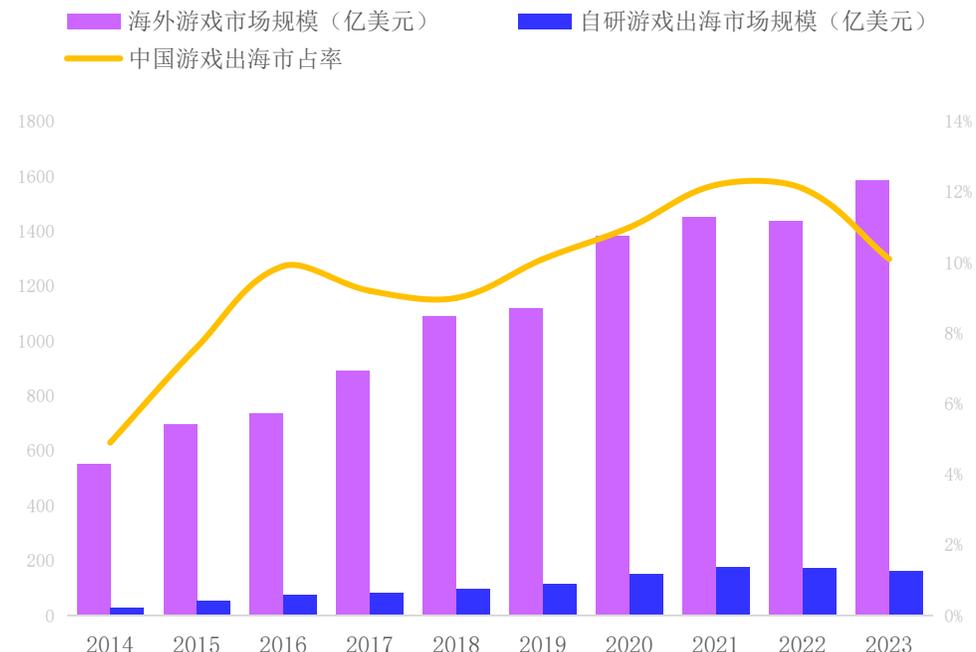
09. 中国游戏海外市占率超过10%

- 中国游戏出海市占率整体呈现增长趋势，海外市占率超过10%。中国自主研发的游戏海外市场实际销售收入从2019年的116亿美元增至2023年的164亿美元，4年CAGR 为9.04%，高于全球市场增速。
- 在全球游戏市场移动化趋势显著的背景下，中国游戏公司在移动游戏的研发、运营上具有先发优势，因此连续推出了大体量头部移动游戏产品，推动出海收入规模持续增长。

中国自研游戏出海市场规模及增速



中国自研游戏出海市占率变化



10. 生成式AI赋能游戏行业

- 随着2023年ChatGPT为代表的生成式AI大发展，AI辅助提升作用呈现扩大化、低门槛化的趋势。由于AI 在不同领域发展水平不一， 在游戏的不同环节发挥的作用也有不同。
- “AI生成3D”：通过一键生成定制化3D模型的方式，UGC效果有望提升至MOD开发的水平，而上手难度能够降低至“游戏内创造玩法”，从而打破效果与难度的相关性，帮助游戏玩法丰富化、内容厚度提升。

AI 在游戏环节中的应用

生产场景	AI工具	替代程度
脚本设计、文档写作	ChatGPT NewBing 文心一言	较好，可以用于辅助写作
智能NPC	ChatGPT NewBing 文心一言	有限场景交流
代码编写	GithubCopilot	能够较好辅助代码写作
美工	Midjourney Stable Difusion Dalle	较好，可用于游戏素材、原画、宣传图等
视频动画	Runway Pika	游戏内：一般 宣传材料：较好
模型设计	TripoSR Mesly	用作参考辅助

AI打破不同的游戏内容生产工具的难度与效果关系



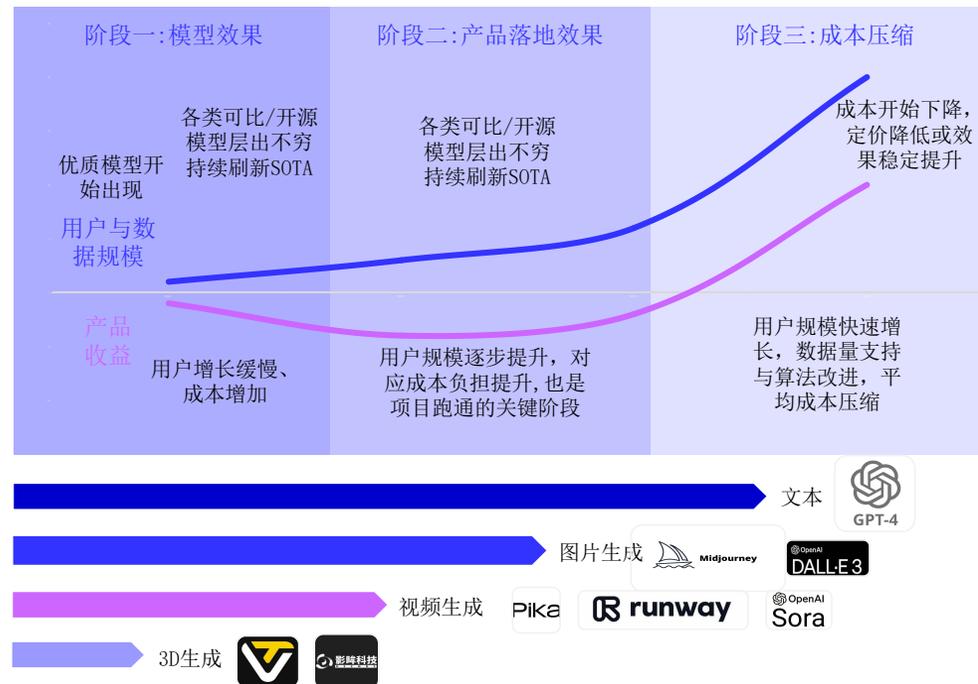
11. 游戏的交互方式和内容迎来变革

- 在PC时代，射击类、即时战略、ARPG等需要比较复杂、精准操作的游戏类型发展起来；手机、平板等硬件则让触摸屏成为了新的交互方式。
- MR出现后，游戏的交互方式和内容也会迎来变革，大量3D内容需求可借助AI满足。在立体显示的空间环境里，三维空间手势交互更加重要，游戏内容预计会全面3D化，以适应虚拟和现实的结合趋势。

新的硬件、新的交互方式对应新的游戏内容形式

硬件	交互方式	代表游戏内容
主机	手柄	格斗、横板、2D游戏
PC	键盘、鼠标	射击类、即时战略、ARPG (复杂、快速、精准操作)
手机/平板	触摸屏	《水果忍者》《神庙逃亡》 (手指动作、便携)
VR	手柄、体感	《节奏光剑》(空间互动类)
MR	语音、空间手势	虚实交互、全面3D化

AI产品发展三阶段，目前3D显著落后



12. 案例：完美世界，开启新发展周期

- 完美世界是老牌经典端游厂商，推出《诛仙》和《完美世界》手游《诛仙》在上线后6年一直维持在游戏畅销榜50名左右。
- 2023年以来，公司陆续获得重要产品的版号，获得《女神异闻录：夜幕魅影》《淡墨水云乡》《一拳超人：世界》《诛仙2》版号。
- 2023年年末进行了18年之后的首次组织架构调整改变“项目中心—工作室—孵化中心”三层研发架构，保留项目中心下的游戏工作室，此次结构调整之后，完美世界游戏业务的组织架构也更扁平。

完美世界工作室架构现状

	项目中心+工作室并行>>去项目中心化改革		代表游戏	在研产品
北京	第一项目中心	青云工作室	诛仙端游	诛仙世界端游
		硬核工作室	完美世界端游 完美国际	完美新世界端游
	第三项目中心	桃花源工作室	诛仙手游、天龙2	诛仙2手游
			完美世界诸神之战	
			武林外传手游 完美世界手游	
	第五项目中心	凌霄工作室	新神魔大陆	神魔2 (海外代号J) 完美新世界手游
		黑羽工作室		女神异闻录
第七项目中心	星云工作室	新笑傲江湖手游	淡墨水云乡 灵笼IP手游	
Million工作室	Million工作室		乖离性百万亚瑟王:环	
上海	T3工作室	T3工作室	射雕英雄传3D手游 轮回诀	一拳超人:世界
	乘风工作室	乘风工作室	龙之谷手游	两个动作项目
苏州	幻塔工作室	幻塔工作室	幻塔	二次元都市奥开 放世界项目异环
成都	天智游工作室	天智游工作室	梦幻新诛仙	二次元国风开放世界
			完美世界诸神之战	MMO项目《代号哪吒》
法国	Magic Design	Magic Design	非常英雄手游 Have A Nice Death	

完美世界核心产品

产品名称	品类	研发/发行方式	上线时间
成熟期产品			
诛仙手游	MMORPG	自研自发	2016年9月
完美世界手游	MMORPG	自研腾讯发行	2019年3月
新笑傲江湖手游	MMORPG	自研自发	2019年12月
梦幻新诛仙	回合制MMO	自研自发	2021年6月
幻塔	开放世界	自研自发	2021年12月
幻塔(海外)	开放世界	自研腾讯发行	2022年8月
次新产品			
天龙八部2:飞龙战天	MMORPG	代理发行阅龙智娱	2023年4月

13. 游戏行业遭遇四大挑战

01

审查机制不确定

随着技术的不断进步和政策的不断加强，能源管理将在实现碳中和目标中发挥更加重要的作用。一方面，能源管理将推动能源结构的深度调整，提高可再生能源在能源结构中的比重；另一方面，能源管理将促进能源利用效率的持续提升，减少能源浪费和碳排放。同时，能源管理还将推动绿色技术创新和产业发展，为碳中和目标的实现提供有力支撑。

02

道德和社会问题

一些游戏的虚拟物品价格虚高，使得玩家花费大量的时间和金钱来获得游戏内的物品和角色。在一定程度上已经引起了社会的不满和争议。一些游戏可能会导致玩家沉迷于游戏中，影响他们的工作和生活。

03

用户隐私与数据安全

随着游戏数据的日益丰富，用户隐私和数据安全问题愈发突出。如何在保障用户体验的同时，确保用户数据的安全和隐私，是游戏开发者必须重视的课题。

04

全球经济环境收缩

海外部分国家加强了对进口游戏的监管，地缘政治和国际冲突加剧了出海的风险。全球性的通货膨胀、汇率波动等问题，也对我国游戏企业出海带来了一些新的问题和挑战。

14. 游戏企业重点关注四大趋势

游戏商业模式多元化

用户付费能力仍有可提升空间，未来，为用户提供符合其价值认知的付费点及付费方式将助力用户付费升级，而改变部分用户充值的思维模式也将成为必然。

01

VR助力游戏玩法创新化

当前VR技术迎来快速发展机遇，作为VR最具潜力的C端应用，VR游戏已成为新的发展方向，硬件迭代创新吸引游戏开发商入局，内容端繁荣可期。

02

游戏产品精品化

精品化相关内容占据用户付费上升成因的20.2%，这意味着精品化的作用并不局限于产业内部的收入分配，对于扩大产业整体规模也具备显著利好。

03

“游戏+”大有可为

虚拟现实、感知交互、动作捕捉等底层技术创新突破，推动元宇宙、数字孪生、云游戏等新业态拓展应用，游戏正在教育、文化、医疗等实体产业领域实现价值外溢。

04

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：mcr@chinamcr.com 或 021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

