



收入突破 3000 亿元,用户规模达新高

2023年中国游戏产业喜迎双突破

12月15日,2023年度中国游戏产业年会大会在广州黄埔区圆满举办。作为本次年会的重头戏,大会正式对外发布了《2023年中国游戏产业报告》。报告显示,2023年中国游戏获得了市场收入、用户规模的双突破:国内游戏市场实际销售收入首次突破3000亿元关口,用户规模达6.68亿人,突破历史新高点。

现代快报+记者 邱骅悦 刘琳 申阳/文 顾闻/摄



大会现场

游戏不止娱乐

将承担更多文化属性

12月15日,由国家新闻出版署主管,广东省新闻出版局、中共广州市委宣传部支持,中国音像与数字出版协会、广州开发区管委会、广州市黄埔区人民政府主办,中国音数协游戏工委、中共广州市黄埔区委宣传部、黄埔文化(广州)发展集团有限公司、黄埔文商旅(广州)集团有限公司承办的2023年度中国游戏产业年会大会在广州黄埔区举办。

随着中国游戏产业的蓬勃发展,电子游戏对社会各界的正向影响也被不断挖掘。其中,游戏对文化传播的助力尤为引人注目。

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山在大会致辞中特别指出,随着游戏产业各类属性不断被激发,娱乐性已不再是其独一属性,其文化属性已成为推动游戏产业发展的关键动力。

“我们高兴地看到文化建设在国家战略中的地位越来越重要。游戏产业一直在文化产业的发展中占有重要位置。我们也高兴地看到行业持续探索在游戏内外呈现、融合、发展中华文化,取得了可圈可点的成绩。”孙寿山表示,游戏行业正向着以文宏业、以文博达、以文铸魂、以文载道的目标迈进,在努力聚合文化资源、丰富产品表现、深耕核心价值、推动国际交流、赋能产业多元化协同化发展方面取得新成就。

中宣部出版局副局长杨芳也在大会致辞中表示,中国游戏以市场化方式成功走进全球200多个国家和地区,《原神》等一批国产游戏在海外主流人群

尤其是Z世代中具有广泛影响,成为讲好中国故事、传播中国声音、展示中华文化魅力的“金名片”。她强调,作为文化建设的重要力量和文化产业的重要方面,网络游戏领域要认真学习领会习近平文化思想,坚定文化自信,坚持守正创新,努力在推动产业高质量发展上展现新气象、实现新作为。

杨芳指出,要坚持文化追求,自觉传播主流价值和主流文化,要坚持人民至上,推出更多增强人民精神力量的精品佳作,围绕国家新闻出版署关于实施网络游戏精品出版工程的《通知》提出的重点方向,加强选题论证、精心创作生产。要坚持创新驱动,大力推动科技创新应用,以技术创新驱动行业发展,以行业发展反哺技术创新。此外,要坚持规范发展,共同营造健康可持续的发展秩序,更要坚持开放合作,积极推动中华文化更好走向世界。

大会邀请了腾讯游戏、三七互娱、网易游戏、米哈游、完美世界在内的全国二十多家游戏企业的负责人围绕多个议题进行主题发言。腾讯互动娱乐副总裁张毅在分享中谈到:“中国游戏的新一代创作者们,正在更加自觉地从中华文化宝库中汲取养分。同时,这些文化元素,也在与游戏科技的结合中,在与时代价值的碰撞中,迸发出美好而绚烂的光彩。”三七互娱集团副总裁、首席技术官朱怀敏在现场发言时也表示,游戏在文化表达工作中优势越发凸显,三七互娱正在用游戏这一载体,将中国游戏带向全球市场,助力传统文化出海破圈。



孙寿山致辞



杨芳致辞



张毅君发布报告

中国游戏产业再传捷报

市场收入、用户规模获双突破

年会期间的一大看点,莫过于被称为“中国游戏产业成绩单”的《2023年中国游戏产业报告》发布。活动当天,中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君正式发布了《2023年中国游戏产业报告》,全面系统介绍我国游戏产业发展的年度状况。

报告显示,2023年,国内游戏市场实际销售收入达3029.64亿元,同比增长13.95%,首次突破3000亿元关口,创下二十年来的历史新高;用户规模达6.68亿人,同比增长0.61%,也为历史新高点。

相较于往年的成绩,中国游戏的市场收入、用户规模在今

年获得双突破。报告分析,收入同比增长并创新高的主因,包括疫情期间负面因素明显消退,用户消费意愿和能力有所回升;游戏新品与长线运营产品协同发力,并普遍采用多端并发方式等。

此外,报告表明,自研国内市场同比回升明显,移动游戏市场仍占主导地位。在自研市场方面,国内市场实际销售收入2563.75亿元,同比增长15.29%;自研产品的海外市场虽呈下降趋势,但实际销售收入为163.66亿美元,规模连续4年超千亿元人民币。从终端类型来看,移动游戏市场继续占据主导地位,实际销售收入占比高达74.88%,达2268.6亿元,同比增长17.51%,创下新纪录。

二次元、小程序游戏

成为重点

记者注意到,报告对二次元游戏、休闲游戏和小程序游戏也给予重点关注。

报告显示,2023年,二次元移动游戏市场实际销售收入317.07亿元,同比增长31.01%,增幅明显。这主要得益于用户群体付费意愿较高且能力较强;头部产品盈利能力尤其令人瞩目,少数新品的表现也异常强劲。需要指出的是,二次元市场集中度较高,而收入主要集中在头部产品,那些非头部产品的营收水平并不理想。

针对休闲游戏市场的情况,报告指出,2023年,国内休闲移

动游戏市场收入318.41亿元,同比下降7.54%。其中内购产生的收入200.87亿元,同比增长109.7%;广告变现收入117.54亿元,同比下降52.7%。数据表明,其收入结构和商业模式出现较大变化,IAA模式已明显走弱。

小程序游戏也取得了亮眼的成绩,根据报告,2023年,国内小程序游戏市场收入200亿元,同比增长300%。现阶段小程序游戏的变现模式主要包括内购付费、广告变现、混合变现三类。目前由于内购付费的占比快速提升,带动了小游戏市场规模的较快增长。