游戏行业市场分析报告

1. 市场概况与政策影响

2024年，中国游戏行业在政府扶持政策频出、产业生态持续优化的背景下，国内市场规模稳中有增，移动新品与单机精品贡献突出。国内游戏市场实际销售收入达到3257.83亿元，同比增长7.53%，再创新高。游戏用户规模达到6.74亿人，同比增长0.94%，亦为历史新高点

。政策的明朗化有助于企业更好地规划未来的发展战略，同时也为行业的创新和多元化发展提供了空间

。

2. 自主研发游戏市场

中国自主研发游戏国内市场实际销售收入为2607.36亿元，同比增长1.70%，增速有所放缓，主要受到市场竞争加剧和研发及获客成本持续攀升的影响。海外市场实销收入达到185.57亿美元，同比增长13.39%，连续五年超过千亿元人民币，再创新高

。

3. 海外市场分布

在自研移动游戏海外市场实销收入地区分布中，美国占比31.06%，日本占比17.32%，韩国占比8.89%，合计占比57.27%，同比略有下降

。

4. 细分市场亮点

移动休闲游戏市场：2024年实际销售收入312.74亿元，同比下降1.78%，已连续三年下降。

小程序游戏市场：2024年市场收入398.36亿元，同比增长99.18%，仍处于快速成长期。

5. 游戏用户行为分析

年龄分布：18-25岁年龄段的年轻人占比最高，达到40%。

性别比例：男性游戏玩家明显多于女性，男性占比达到70%。

地域分布：大城市的玩家数量最多，占总体的60%。

游戏偏好：RPG类游戏最受欢迎，占据了46%的市场份额。

游戏时长：玩家每天平均游戏时长为3-5小时。

6. 市场发展趋势

政策扶持：政策扶持和舆论环境继续优化，产学研合作助力产业高质量发展

。

精品化竞争：存量市场的精品化竞争加剧，企业或将长期面临成本攀升和人才供给挑战

。

移动游戏主导：移动游戏主导地位稳固，多端发行趋势和年度热门单机游戏将拉动主机及单机市场的增长

。

产品体量并行：产品体量将呈现重度化与轻量化并行之势

。

海内外市场相互渗透：海内外市场将形成相互渗透、彼此影响的基本格局

。

全球化布局：全球化布局在产品出海基础上，将转向产业链各环节全方位拓展

。

7. 科技创新与文化建设

游戏产业积极探索科技创新应用，为提升新质生产力添砖加瓦。人工智能、云计算、5G等技术的应用将进一步推动游戏产业的升级和发展。游戏产业在转化和传播优秀传统文化方面发挥积极作用，助力文旅文创产业发展

。

8. 市场竞争与用户消费

市场竞争日益激烈，游戏企业面临着买量成本持续攀升、营销效率下滑等痛点问题。线下娱乐的复苏以及电商、直播等行业的快速发展，使得用户在游戏上的注意力和开销被分散。游戏营销不得不与这些行业争夺用户注意力，进一步抬升了广告竞价成本

。

9. 游戏产业的社会责任

游戏产业在未成年人保护方面采取了严密的措施，严格落实网络游戏用户账号实名注册和登录要求，所有网络游戏必须接入国家新闻出版总署网络游戏防沉迷实名认证系统

。

10. 结论

2024年中国游戏行业展现出强劲的增长势头和市场活力。随着政策的持续优化和市场的不断扩大，预计未来几年中国游戏行业将继续保持增长态势，同时面临市场竞争加剧和成本上升的挑战。游戏企业需要不断创新和优化产品，以适应市场变化和用户需求。

以上报告综合了多方数据和分析，旨在为游戏行业的参与者提供一个全面的市场分析和未来趋势预测。希望这份报告能够帮助企业更好地理解市场动态，制定有效的战略规划。