

2024中国游戏出海洞察

——穿透“黑神话效应”，遥望中国游戏出海

目录

Contents

- 01 中国游戏出海背景及进程
- 02 中国游戏出海市场现状
- 03 中国游戏出海解决方案

01

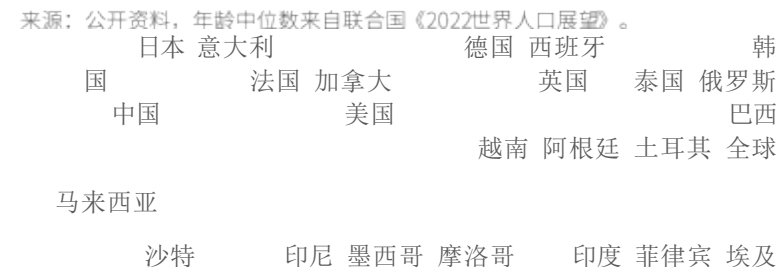
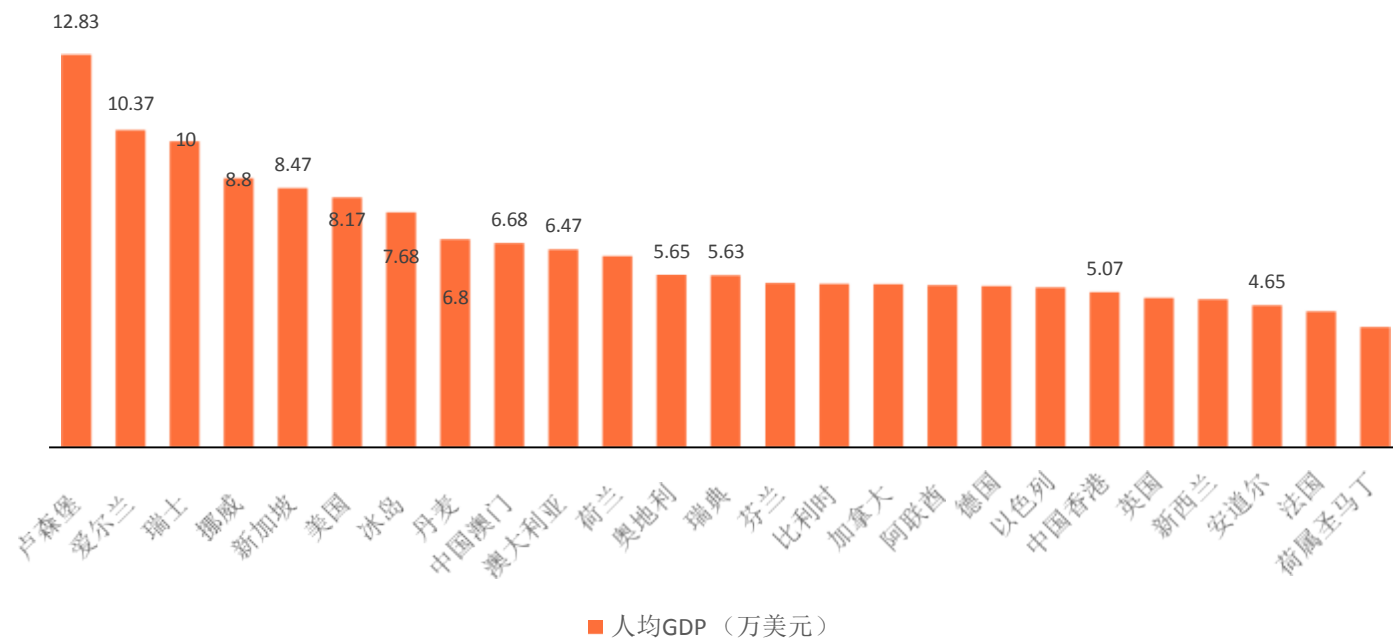
中国游戏出海背景

宏观对比、增量空间、出海历程

欧洲国家整体收入水平及消费能力相较世界其他地区明显较高，中东整体年轻化程度较高且多为已成年的年轻人群

- 全球人均GDP排名TOP25国家及地区中，欧洲国家占15个，北美、大洋洲、东南亚、中东各有两个国家位列前25；
- 全球人口年龄中位数为30岁左右，中东整体年轻化程度较高，年龄中位数为在28.2岁，东南亚除新加坡和泰国外35岁以下人口占比超过一半以上，拉美地区整体人口年龄也相对较低，智利作为拉美六国中最“老”的国家，其年龄中位数也不过35.5岁，但主要原因是拉美未成年人口数量较高，0~14岁人口占比约为50%，远高于全球平均水平。

全球人均GDP排名Top25国家及地区

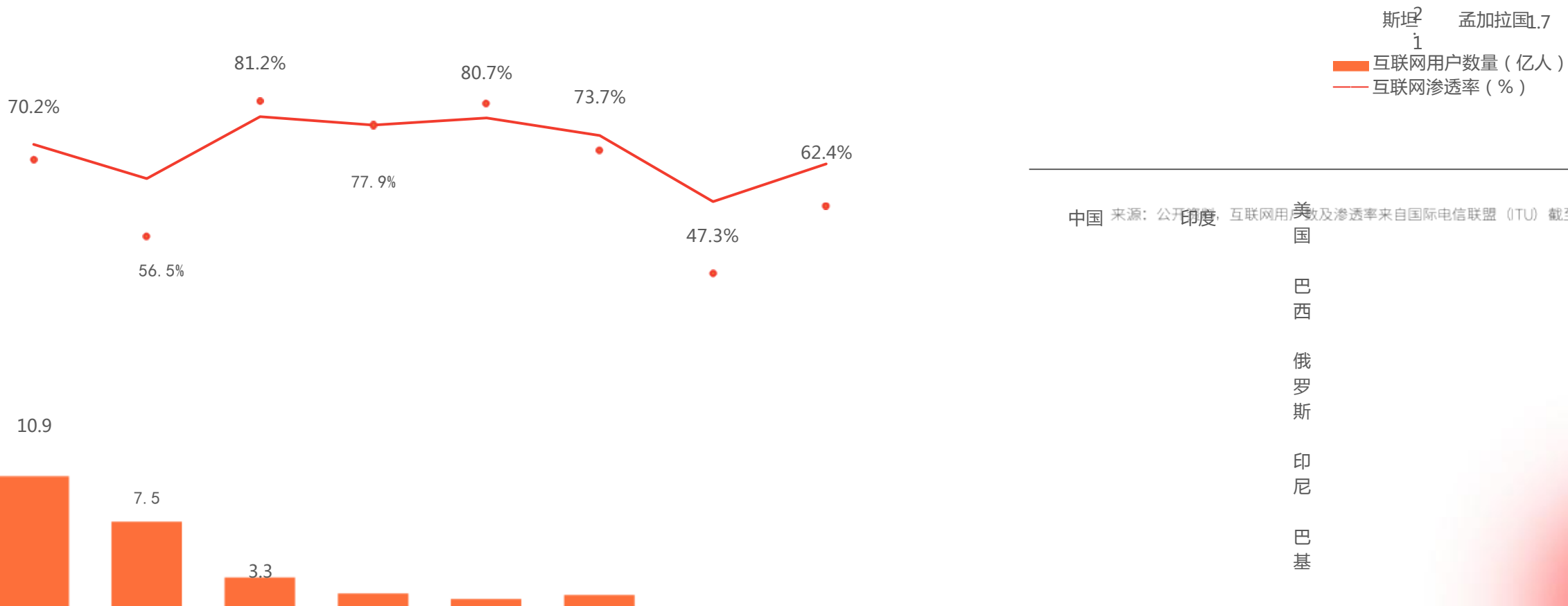


全球主要国家人均GDP及年龄结构

海外市场的互联网基础规模及增量空间为中国游戏出海奠定了较好的市场基础条件

- 2024年全球有超过53亿互联网用户，中国互联网用户数量全球第一，其次是印度；从区域来看，北欧地区互联网普及率最高为98%，远超全球63%的互联网渗透水平；
- 中国虽为互联网大国，但除中国外，全球还有40亿亿+的互联网人口，且全球整体互联网渗透率仍有较大提升空间，为中国游戏产品出海奠定了庞大的市场规模基础和增量空间。

2024年全球不同地区互联网渗透率



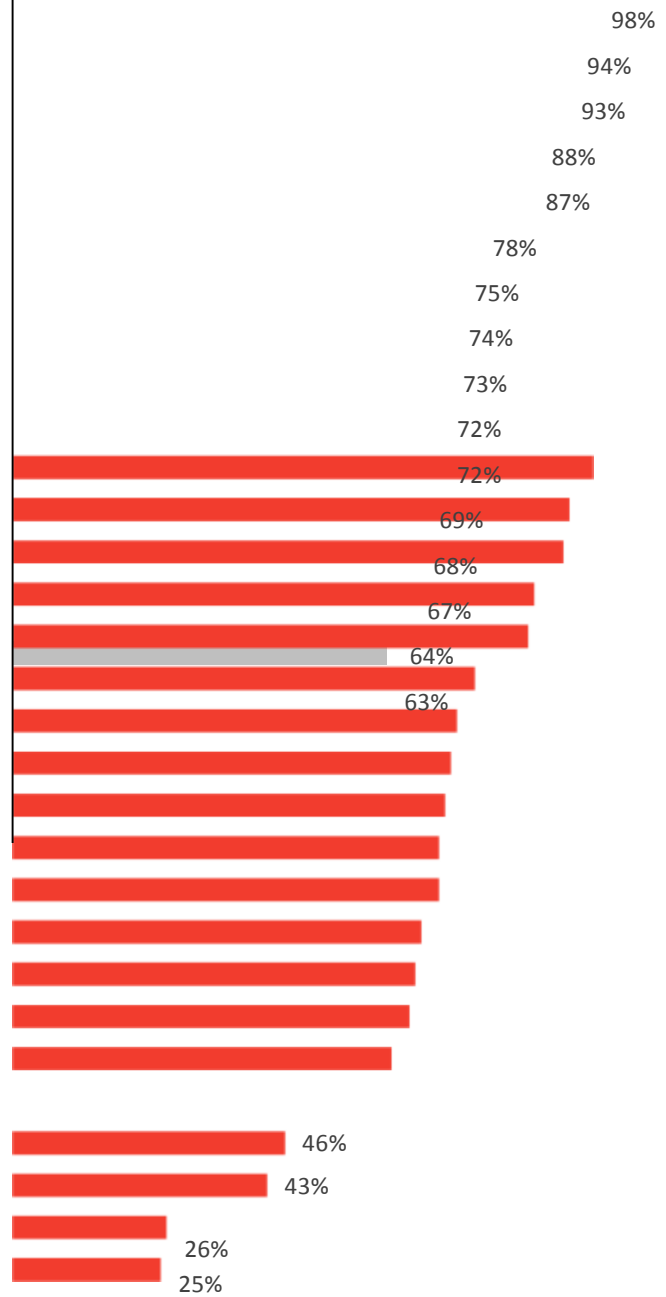
来源：公开数据，互联网用户数及渗透率来自国际电信联盟（ITU）截至2023年6月数据

2.0 北
欧
西
欧
北
美
南
欧
东
欧
南
美
西
亚
东
亚
东南
亚

加勒比海

非洲南部 中亚 北非 全球 南亚 西非 东非 中非

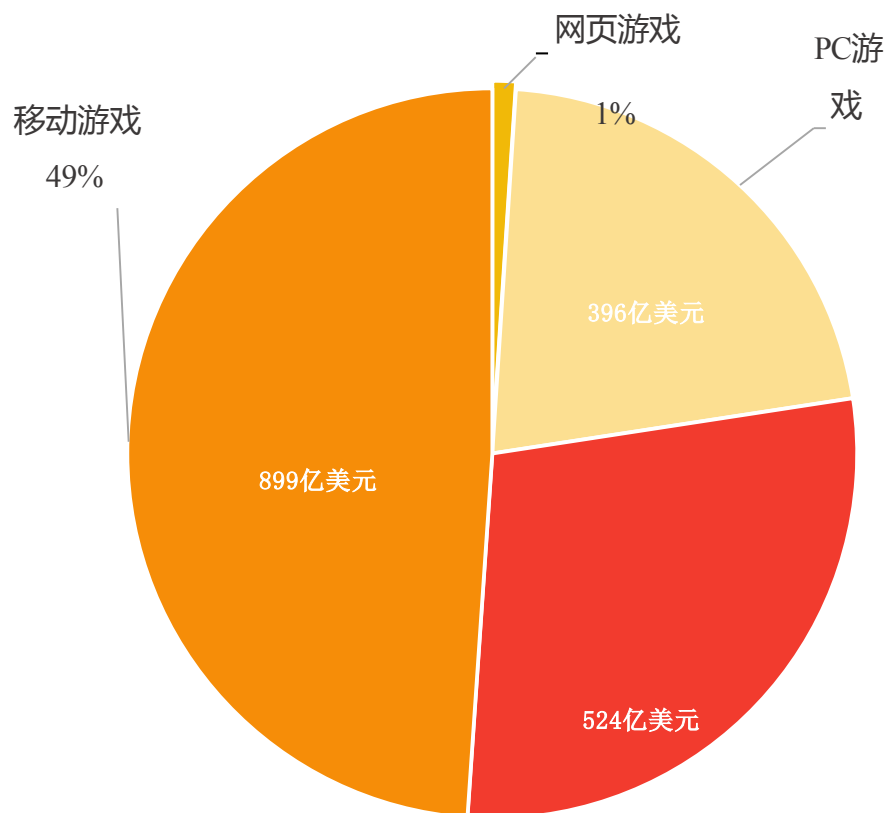
中美洲 大洋洲



全球游戏回暖，移动端游戏仍占市场半壁江山

- 2023年全球游戏市场收入达到1839亿美元，尽管面临宏观经济方面的挑战，但仍实现了小幅增长。移动游戏仍是最主要的游戏领域，2023年全球手机游戏收入达到899亿美元，占据全球市场近半壁江山。主机游戏2023年占全球游戏市场的28%，为第二大游戏类别。

2023年全球游戏收入



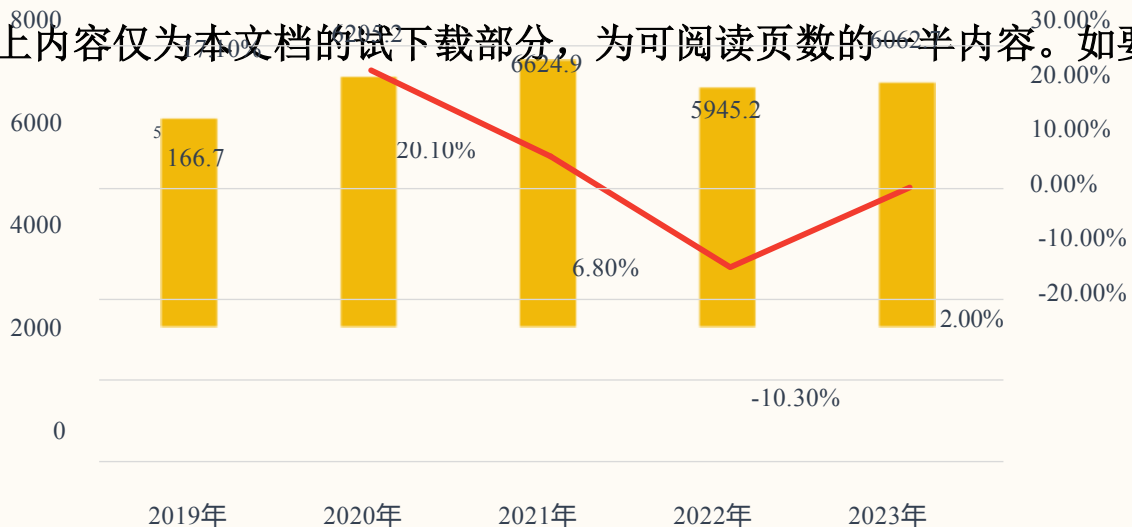
来源: Newzoo

主机游戏

28%

全球移动游戏市场规模

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/407114113053006146>



2023年起全球移动游戏市场回暖，市场规模同比增长2.0%至6062.7亿元。无论是下载量还是收入额均摆脱连续下跌趋势，同比环比都有小幅增长。

一方面，各大游戏厂商努力了一年的战略调整已经初见成效；另一方面也可以看出，在全球经济逐步复苏的脚步下，移动游戏市场仍保持着强劲的增长活力。

随着近几年移动游戏文化的下沉普及，用户也已经形成较为稳定的游戏习惯。一旦新兴市场的经济开始步入上行步伐，预计将会带动移动游戏市场收入大幅增长。