

# 2025 年中国手游出海行业市场全景调研及 投资规划建议报告

## 一、行业概述

### 1.1 手游出海行业背景

手游出海行业背景方面，首先，随着全球移动互联网的普及和智能手机的广泛使用，手游市场呈现出爆发式增长。中国作为全球最大的手游市场之一，其手游产业的发展速度和规模都令世界瞩目。在政策扶持、技术进步和市场需求的共同推动下，中国手游企业纷纷将目光投向国际市场，寻求更广阔的发展空间。

其次，手游出海已经成为中国游戏产业的重要组成部分。近年来，中国手游企业在海外市场的表现日益抢眼，不仅在收入上取得了显著成绩，而且在品牌影响力、产品创新等方面也取得了突破。从简单的游戏出口到深度本地化运营，中国手游企业正逐步适应和融入海外市场，为全球玩家带来更多优质的游戏体验。

再次，手游出海行业面临着复杂多变的国际环境。各国政策法规、市场规则和文化差异等因素，都对手游出海企业提出了更高的要求。在全球化竞争中，中国手游企业需要不断创新，提升自身的核心竞争力，同时也要注意与当地市场的融合，以实现可持续发展。在这个过程中，企业间的合作与竞争也将愈发激烈，手游出海行业将迎来更加多元和丰富的未来。

## 1.2 中国手游出海市场规模及增长趋势

(1) 中国手游出海市场规模持续扩大，根据市场调研数据显示，近年来中国手游出海收入逐年攀升，已经成为全球手游市场的重要增长动力。随着中国手游企业不断拓展海外市场，市场规模预计将在未来几年继续保持高速增长态势。

(2) 从地区分布来看，中国手游出海市场主要集中在东南亚、南美、中东和非洲等地区，这些地区具有庞大的潜在用户群体和较高的增长潜力。同时，欧美、日韩等成熟市场也成为中国手游企业的重要目标，市场份额逐渐提升。

(3) 在手游出海产品类型方面，动作、角色扮演、策略等类型的手游在海外市场表现突出，受到不同地区玩家的喜爱。随着市场细分和用户需求的多样化，中国手游企业将不断推出更多符合海外市场特点的高品质游戏产品，进一步扩大市场份额，推动行业持续增长。

## 1.3 中国手游出海主要国家和地区分布

(1) 中国手游出海的主要国家和地区包括东南亚的泰

国、越南、马来西亚等国家，这些地区对中国手游的接受度较高，市场潜力巨大。东南亚市场以其庞大的年轻用户群体和快速增长的用户规模，成为许多中国手游企业出海的首选目的地。

(2)

拉丁美洲地区如巴西、墨西哥等国家也是中国手游出海的重要市场。这些国家拥有较高的智能手机普及率和互联网使用率，中国手游在当地的下载量和收入均呈现稳定增长。此外，拉美地区的文化特色也为中国手游的本地化提供了广阔空间。

(3) 欧美市场如美国、加拿大、德国等国家，虽然竞争激烈，但中国手游企业通过精细化运营和优质内容，已经取得了一定的市场份额。在日韩市场，尽管本土游戏占据主导地位，但中国手游凭借其创新和多样性，也在逐步打开局面。这些国家和地区的高收入用户群体为中国手游带来了丰厚的回报。

## 二、市场分析

### 2.1 手游出海市场细分领域分析

(1) 手游出海市场细分领域广泛，涵盖了多个类型和风格。其中，动作类手游凭借其刺激的游戏体验和易于传播的特点，在全球范围内拥有庞大的玩家基础。这类游戏通常具有高度的可玩性和社交属性，能够迅速吸引玩家的注意力。

(2) 角色扮演类手游（RPG）也是手游出海市场的重要细分领域。这类游戏以丰富的故事情节、复杂的角色成长系统和深厚的文化内涵吸引玩家。中国手游企业在这一领域表现出色，通过创新的故事背景和角色设定，成功吸引了国际玩家的关注。

(3)

策略类手游在海外市场同样具有较高的人气。这类游戏通常需要玩家运用策略和智慧来完成任务，具有较强的竞技性和挑战性。中国手游企业在策略类手游出海方面取得了显著成绩，通过精细化的游戏设计和运营策略，赢得了国际市场的认可和好评。

## 2.2 手游出海产品类型分析

(1) 在手游出海产品类型中，动作类游戏因其快节奏和直观的操作方式，在全球范围内拥有广泛的市场。这类游戏通常包含射击、格斗、跑酷等元素，强调玩家的反应速度和操作技巧。动作类手游的出海策略往往注重游戏画面和音效的优化，以及符合目标市场玩家习惯的本地化设计。

(2) 角色扮演类游戏（RPG）在手游出海市场中也占据重要地位。这类游戏通常具有丰富的故事情节、复杂的角色发展和高度的角色定制性。中国手游企业在RPG类型上表现出色，通过融合东方元素和西方叙事手法，创作出具有独特魅力的游戏作品，吸引了大量国际玩家。

(3) 策略类游戏，包括塔防、模拟经营等，在手游出海市场中也具有较大的影响力。这类游戏注重玩家的策略思考和长期规划，往往具有较低的学习成本和较高的重玩价值。中国手游企业在策略类游戏出海方面，通过精细化运营和持续的内容更新，保持了玩家的持续兴趣和活跃度。

## 2.3 手游出海市场盈利模式分析

(1)

手游出海市场的盈利模式主要包括虚拟物品销售、广告收入和订阅服务。虚拟物品销售是最传统的盈利方式，通过在游戏中的提供皮肤、道具、角色等虚拟物品，玩家可以在游戏内进行交易或消费。这种模式在动作、角色扮演等类型的手游中尤为常见。

(2) 广告收入是手游出海的另一重要盈利途径。通过在游戏中嵌入广告，如横幅广告、插屏广告、激励视频广告等，游戏开发商可以在不直接影响玩家游戏体验的情况下，实现广告收入的增长。这种模式在休闲游戏和免费游戏（Free-to-Play）中尤为普遍。

(3) 订阅服务模式则是指玩家为获得游戏内特定内容或功能，需要支付定期费用。这种模式在提供深度内容和长期体验的游戏中较为常见，如某些大型多人在线角色扮演游戏（MMORPG）。订阅服务能够为游戏开发商提供稳定的收入来源，并促进玩家对游戏的长期投入。

### 三、竞争格局

#### 3.1 中国手游出海企业竞争格局

(1) 中国手游出海企业竞争格局呈现出多元化的发展态势。一方面，大型游戏企业如腾讯、网易等在资金、技术、品牌等方面具有明显优势，他们在海外市场占据了一定的领导地位。另一方面，众多中小型游戏企业在细分市场或特定区域表现出强劲的竞争力，通过创新的游戏内容和灵活的市场策略，实现了快速发展。

(2)

在竞争格局中，中国手游企业之间的合作与竞争并存。一些企业通过收购、合作等方式，整合资源，提升自身的竞争力。同时，在激烈的市场竞争中，企业间的创新能力和产品品质成为核心竞争力。手游出海企业需要不断提升自身的技术水平、内容创新和市场拓展能力，以在竞争中脱颖而出。

(3) 国际市场上，中国手游企业面临着来自全球知名游戏开发商的竞争。这些国际企业凭借其成熟的运营模式和丰富的市场经验，对手游出海市场产生了重要影响。中国手游企业需要加强国际合作，学习借鉴国际先进经验，同时发挥自身优势，打造具有国际竞争力的游戏品牌。

### 3.2 国际手游市场主要竞争对手分析

(1) 国际手游市场的主要竞争对手包括日本的任天堂、韩国的 NEXON 和美国的 EA 等。任天堂凭借其强大的 IP 资源和深厚的游戏制作经验，在手游市场拥有稳定的市场份额。NEXON 以《地下城与勇士》等 MMORPG 游戏闻名，其在海外市场的成功很大程度上得益于其游戏的高质量和完善的运营体系。

(2) 美国的 EA 作为全球最大的游戏开发商之一，其手游产品线丰富，涵盖体育、射击、角色扮演等多个领域。EA 在全球范围内的品牌影响力和用户基础，使其在手游市场具有显著竞争优势。此外，EA 的全球布局和资源整合能力，为其在全球手游市场的持续发展提供了有力支持。

(3) 韩国手游企业如 NCSoft、CJ

ENM 等，凭借其强大的研发能力和市场敏感性，在手游出海市场取得了显著成绩。这些企业通常拥有多款热门游戏，通过不断迭代和创新，保持其在国际市场的竞争力。韩国手游企业在产品本地化和文化融合方面也表现出色，这使得它们在海外市场具有较强的吸引力。

### 3.3 中国手游出海企业竞争优势与劣势分析

(1) 中国手游出海企业的竞争优势主要体现在以下几个方面：首先，庞大的国内市场为出海企业提供了丰富的游戏研发经验和人才储备。其次，中国手游企业在内容创新和游戏设计方面具有较强的实力，能够快速响应市场需求。此外，随着移动互联网的普及，中国手游企业拥有丰富的运营经验和市场推广能力，能够有效拓展海外市场。

(2) 然而，中国手游出海企业也面临着一些劣势：首先，国际市场竞争激烈，一些知名游戏企业已经占据了较大的市场份额，新进入者需要面对较高的进入门槛。其次，文化差异和本地化问题是制约中国手游出海的重要因素，企业需要投入大量资源进行市场调研和本地化调整。此外，知识产权保护不力、汇率波动等外部因素也对手游出海企业构成了一定的挑战。

(3)

针对上述优势与劣势，中国手游出海企业需要采取相应的策略。一方面，加强技术创新和内容研发，提升产品的核心竞争力；另一方面，注重市场调研和本地化运营，提升产品的国际适应能力。同时，通过国际合作和品牌建设，增强企业的国际影响力和竞争力。在应对外部挑战时，企业应加强风险管理和合规经营，确保在激烈的市场竞争中保持稳定发展。

## 四、政策环境

### 4.1 国家政策对手游出海的支持与限制

(1) 国家政策对手游出海的支持主要体现在税收优惠、资金扶持和知识产权保护等方面。近年来，中国政府出台了一系列政策，鼓励和支持国内游戏企业拓展海外市场。例如，提供出口退税、降低关税等税收优惠，以及设立专项基金支持游戏产业海外推广。此外，国家还加强了对游戏知识产权的保护，为手游出海企业提供了良好的外部环境。

(2) 同时，国家政策对手游出海也设定了一定的限制，以保障国家安全和文化传播。例如，对外国游戏内容的审查制度，要求游戏内容符合国家法律法规和社会主义核心价值观。此外，对于涉及敏感内容的游戏，政府可能会实施更为严格的审批程序，以确保游戏内容的安全性和合规性。这些限制措施在一定程度上影响了手游出海的速度和范围。

(3) 在国际市场上，各国的政策法规也对手游出海企业产生了影响。一些国家对外国游戏的本地化要求较为严格，

要求游戏内容必须进行适当调整以适应当地文化。此外，部分国家还对外国游戏企业实施了一系列限制措施，如限制游戏广告投放、限制游戏内支付等。这些限制措施增加了手游出海企业的运营成本，对手游出海产生了不利影响。因此，手游出海企业需要密切关注各国政策变化，及时调整经营策略。

## 4.2 各国对手游出海的政策环境分析

(1) 东南亚市场对手游出海的政策环境相对宽松,泰国、越南、马来西亚等国家对游戏内容审查较为宽松,允许多样化的游戏类型进入市场。然而,这些国家也对手游的税收政策有一定的限制,如泰国对游戏销售征收增值税,越南则对游戏内虚拟货币交易征收营业税。

(2) 欧美市场对手游出海的政策环境较为复杂。美国和加拿大等国家对游戏内容审查较为严格,要求游戏内容不得含有暴力、色情等违法信息。同时,这些国家还对手游广告和支付系统有严格的监管要求。欧洲市场则更加注重数据保护和个人隐私,对手游企业提出了较高的合规标准。

(3) 在日韩市场,对手游出海的政策环境较为封闭。日本对游戏内容审查较为严格,对外国游戏企业进入市场有一定的限制。韩国则对外国游戏企业投资实施了一定的限制措施,如限制外资在游戏行业的持股比例。此外,日韩市场对游戏内容的文化适应性要求较高,手游企业需要投入更多资源进行本地化调整。

## 4.3 政策变化对手游出海行业的影响

(1) 政策变化对手游出海行业的影响是多方面的。首先,税收政策的变化会直接影响手游出海企业的盈利能力。例如,提高出口税率或取消税收优惠,可能会增加企业的运营成本,降低其海外市场的竞争力。反之,降低税率或提供税收减免,则有助于提升企业的盈利空间。

(2) 数据保护和个人隐私法规的加强，对手游出海企业提出了更高的合规要求。企业需要投入更多资源来确保游戏遵守相关法规，这可能导致开发成本和运营成本的上升。同时，政策变化也可能导致某些地区市场对特定类型游戏的限制增加，从而影响手游出海的覆盖范围。

(3) 文化审查政策的调整，对手游出海的内容创新和本地化提出了挑战。政策放宽可能带来更多创新机会，但政策收紧则可能要求企业对游戏内容进行大幅调整，甚至可能导致某些游戏无法进入某些市场。因此，手游出海企业需要密切关注政策动态，灵活调整市场策略，以适应不断变化的政策环境。

## 五、技术趋势

### 5.1 手游出海技术发展趋势

(1) 在手游出海技术发展趋势方面，首先，云游戏技术的兴起为手游行业带来了新的机遇。云游戏能够提供更高的画面质量和流畅的游戏体验，同时降低硬件要求，使得更多用户能够享受到高品质的手游体验。这一技术的发展有望进一步扩大手游的市场规模。

(2) 其次，虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术在手游领域的应用逐渐成熟。随着硬件设备的升级和软件技术的进步，VR/AR 手游能够为玩家提供沉浸式的游戏体验，增强用户粘性。这一趋势预计将推动手游出海企业在产品创新和用户体验上寻求突破。

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/785140320003012023>