

2022 年中国游戏市场销售收入 2658.84 亿元

同比下降 10.33%

2022 年度中国游戏产业年会 14 日在广州黄埔区举办，其间发布的《2022 年中国游戏产业报告》表明，受新冠疫情影响，多项市场指标明显下滑，该年度中国游戏市场实际销售收入 2658.84 亿元(人民币，下同)，同比下降 10.33%。业内人士表示，中国游戏产业全球化发展趋势愈发明朗。

该报告指出，当前中国游戏产业处于承压蓄力阶段；行业健康规范水平持续提升，防沉迷工作成效显著；游戏企业积极拓展海外市场；游戏技术创新发展，其外溢效应利好数实融合；游戏产品注重中华文化内涵，凸显创新活力；“游戏+”模式多向辐射，跨域跨界助力产业转型升级。

根据该份报告，2022 年中国游戏用户规模 6.64 亿，同比下降 0.33%，出现八年来首次下降，表明产业发展已进入存量市场时代。值得注意的是，自主研发游戏海外市场实际销售收入 173.46 亿美元，连续四年超百亿美元，虽然同比下降 3.70%，但降幅明显低于同期国内市场。

在自研游戏海外市场，策略类、角色扮演类、射击类为主力类型。美、日、韩依然是中国游戏企业主要目标市场，收入占比分别为 32.31%、17.12%和 6.97%。其他地区占比也在逐年提升，表明中国出海企业对新兴市场的拓展力度仍在持续加大。

2022 年国内市场中，移动游戏实际销售收入在总收入中占比 72.61%，出现近五年以来首次下滑，多项指标表明中国移动游戏市场用户增长已趋向停滞。收入排名前 100 的移动游戏产品中，原创 IP 游戏收入最高，特别是玄幻/魔幻题材，

产品数量和流水收入中占比均保持第一。

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认为，报告从行业发展趋势角度做出以下提示：强化导向管理和内容建设；在产品数量与品质抉择上，须更加注重品质的提升；海外业务拓展势将成为更多企业的战略选择，中国游戏产业全球化发展趋势愈发明朗；“游戏+”模式将以更为丰富的功能价值，推动游戏技术的跨界融合；深度挖掘中华优秀传统文化内涵，游戏的文化载体定位将得以更加清晰确立。