

2023-2024

# 中国游戏企业研发 竞争力报告

北 京 伽 马 新 媒 文 化 传 播 有 限 公 司

目 录

|                |    |
|----------------|----|
| 中国自研游戏发展概况     | 03 |
| 中国游戏企业研发能力发展概况 | 10 |
| 中国游戏企业研发竞争力分析  | 16 |
| 游戏市场趋势洞察       | 27 |

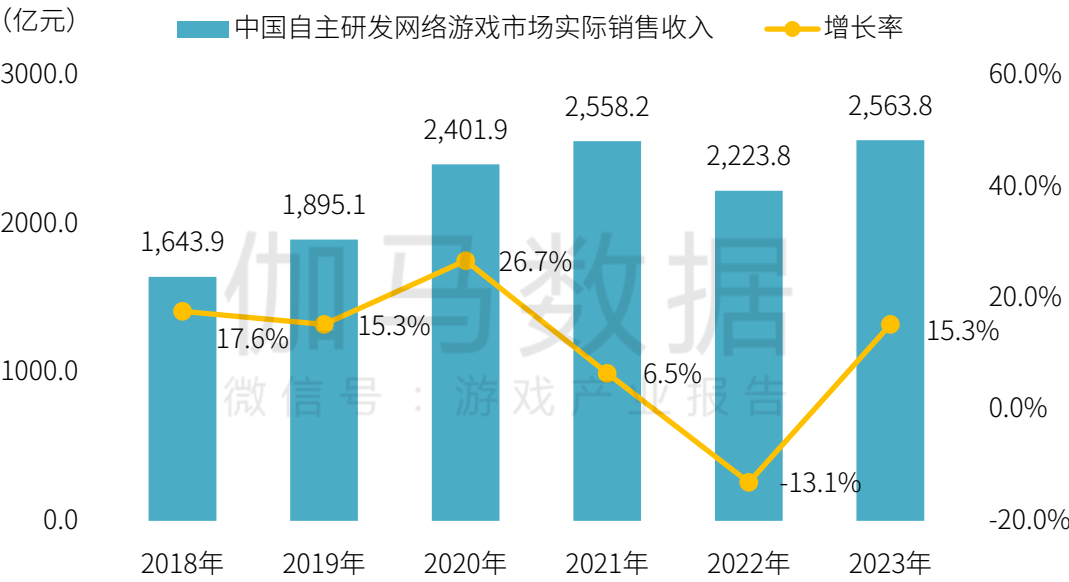


# 中国自研游戏发展概况

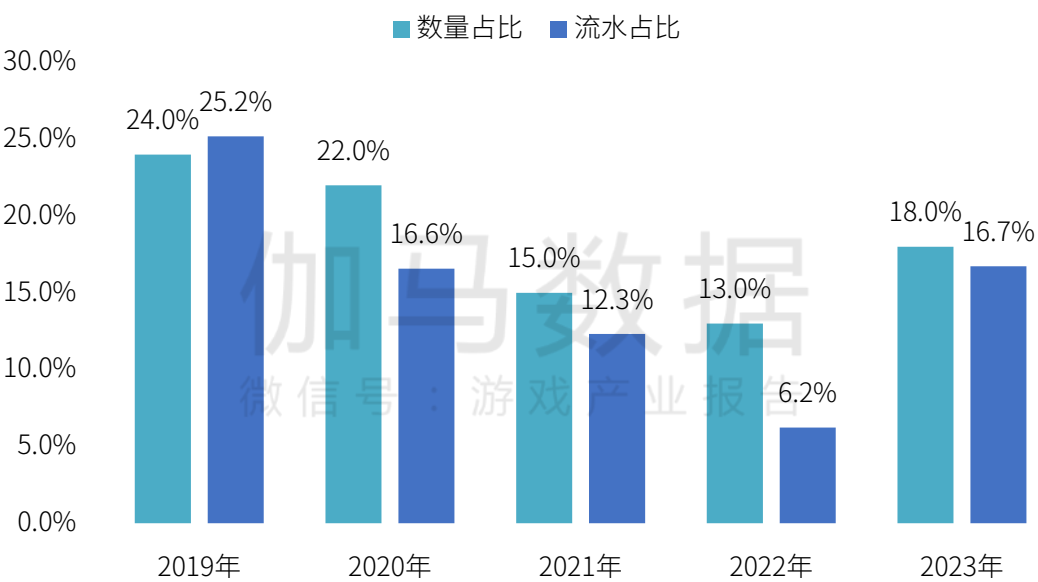
# 高质量新品带动市场增长，自研游戏收入涨幅达15.3%

2023年，中国自研游戏市场实际销售收入达2563.8亿元，同比增长15.3%，市场恢复增长的同时也达到了历史最高水平。优秀新品仍是推动市场整体收入增长的主要推动力，相比于2022年，2023年流水TOP100产品中，自研移动游戏新品数量增至18款，同时新品流水占比也从2022年的6.2%增至16.7%。相比于新品数量，自研新品在产品质量上的提升对于市场带动的效果更加显著，2023年共有十款自研新品跻身TOP50，其中《逆水寒》《崩坏：星穹铁道》等头部新品的亮眼表现分别为自研游戏市场带来了数十亿元的市场增量。同时《王者荣耀》《蛋仔派对》等部分往年产品的稳定表现也是支撑市场恢复增长的重要助力。

中国自研游戏市场发展状况



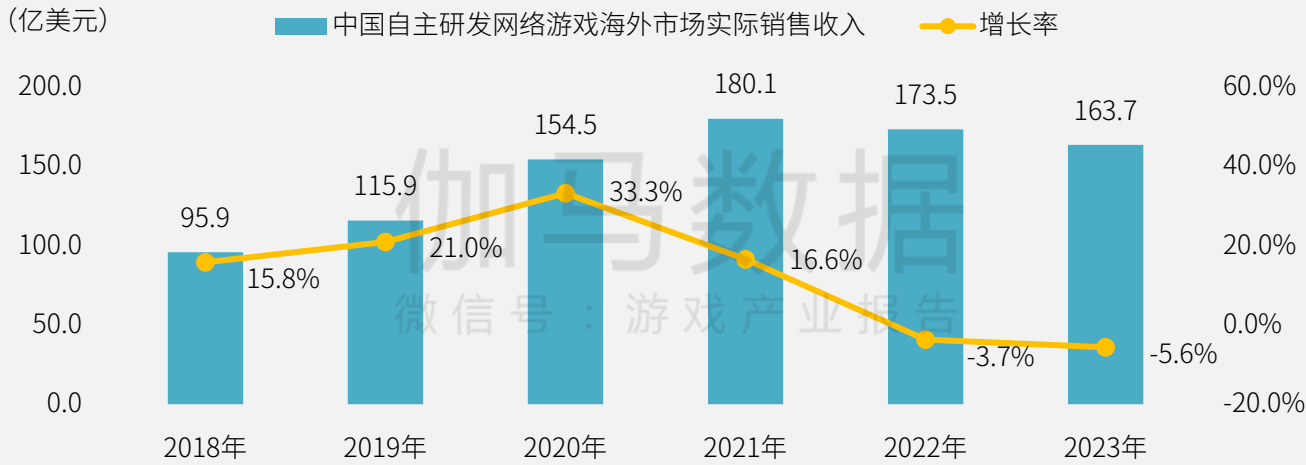
中国游戏市场流水TOP100移动游戏自研新品表现



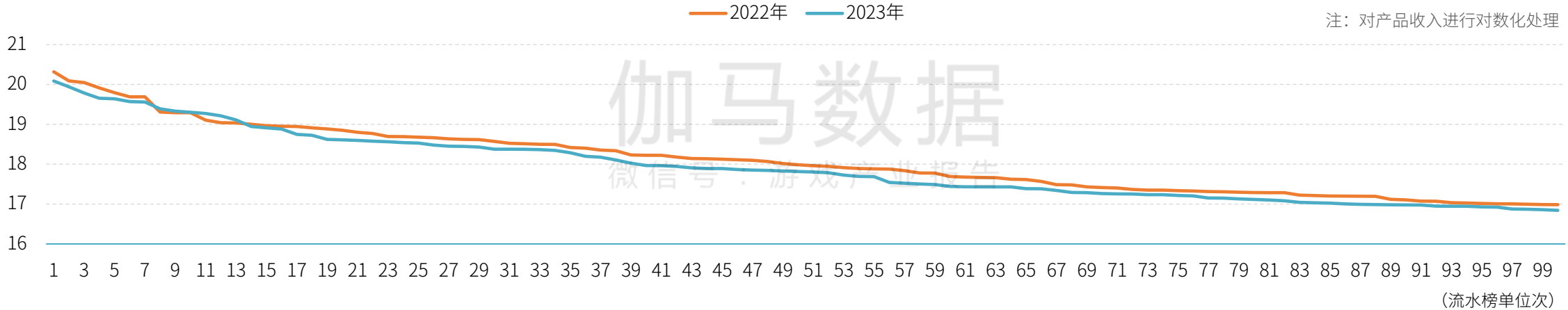
# 自研游戏出海收入连续两年下降 全球移动游戏市场竞争强度上升

海外市场方面，2023年中国自主研发网络游戏海外市场表现乏力，绝大多数产品流水低于2022年水平，据伽马数据测算，2023年中国自主研发网络游戏海外实际销售收入同比下降5.6%至163.7亿美元，已连续两年出现下降。移动游戏是中国自研游戏出海的主要品类，在全球移动游戏市场回暖的情况下，中国自研游戏海外收入却出现下降。面对快速上升的全球移动游戏市场竞争强度，中国游戏企业亟须提升自身研发实力，保障自身市场竞争力。

中国自研游戏出海收入状况



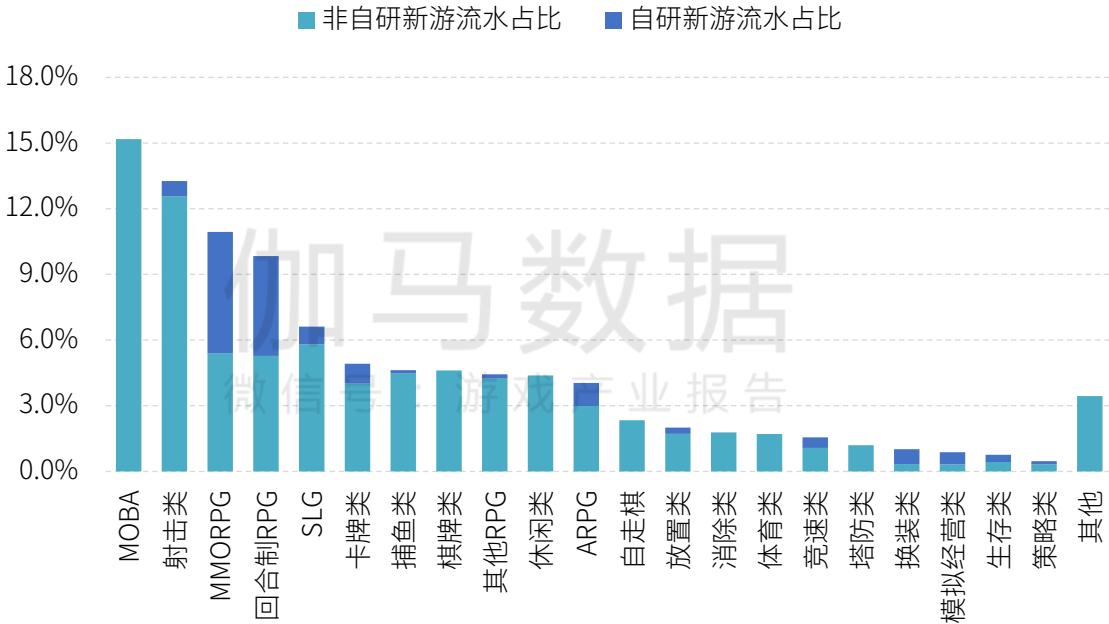
2022-2023年自研移动游戏出海流水TOP100榜单同位次收入状况



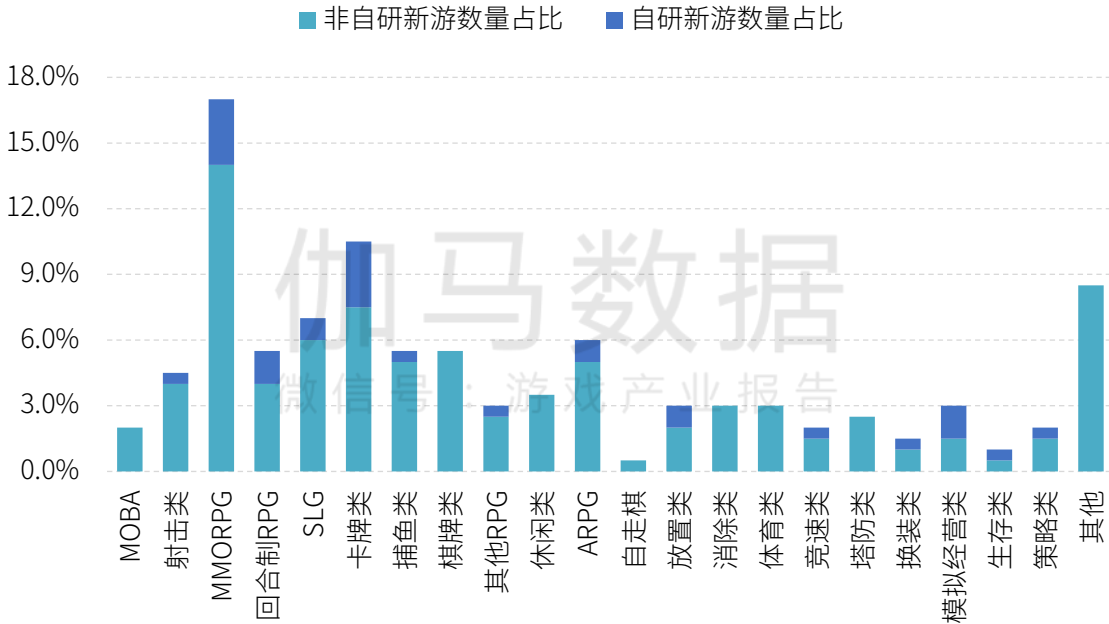
# MMORPG品类市场份额稳健但产品竞争激烈 回合制RPG产品盈利能力较强且增长空间显著

2023年共有18款自研新品进入移动游戏流水TOP100，有31款自研新品进入移动游戏流水TOP200。从品类流水来看，MMORPG与回合制RPG流水占比增长显著，2023年共有6款自研MMORPG新游登入流水TOP200榜单，品类新品占据5.5%的市场份额；3款自研回合制RPG新游登入流水TOP200榜单，占据了4.6%的市场份额。MMORPG与回合制RPG赛道均较为活跃，产品迭代相对较快，二者的区别在于市场上MMORPG产品数量较多，赛道内竞争会更为激烈。除MMORPG，卡牌类游戏是2023年入榜流水TOP200数量最多的一大品类，但新品综合表现普通，6款卡牌类新品累计流水占比不足1%。

2023年流水TOP200移动游戏玩法分布（按流水）



2023年流水TOP200移动游戏玩法分布（按数量）

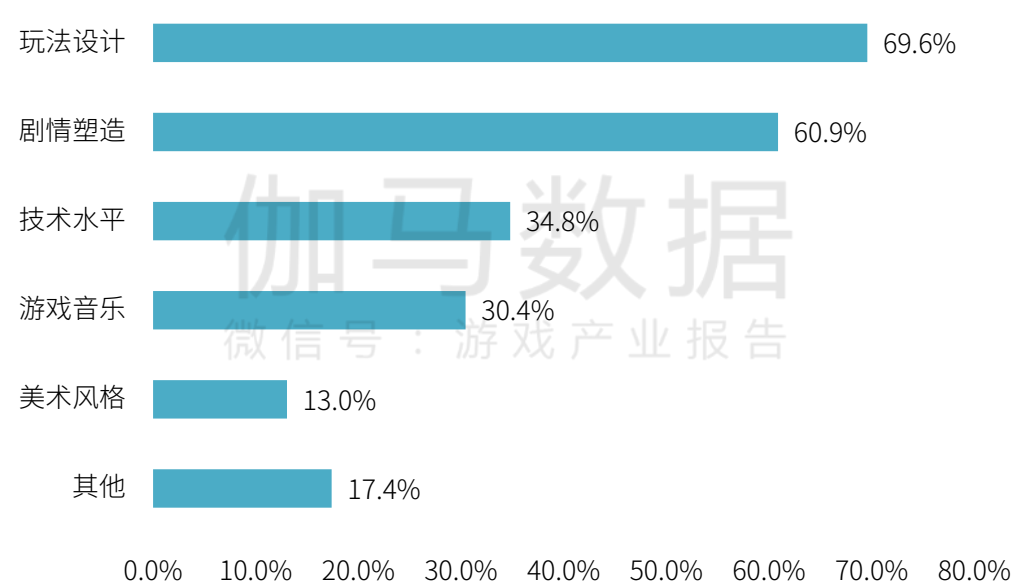


# 玩法设计与剧情塑造是国产移动游戏主要短板

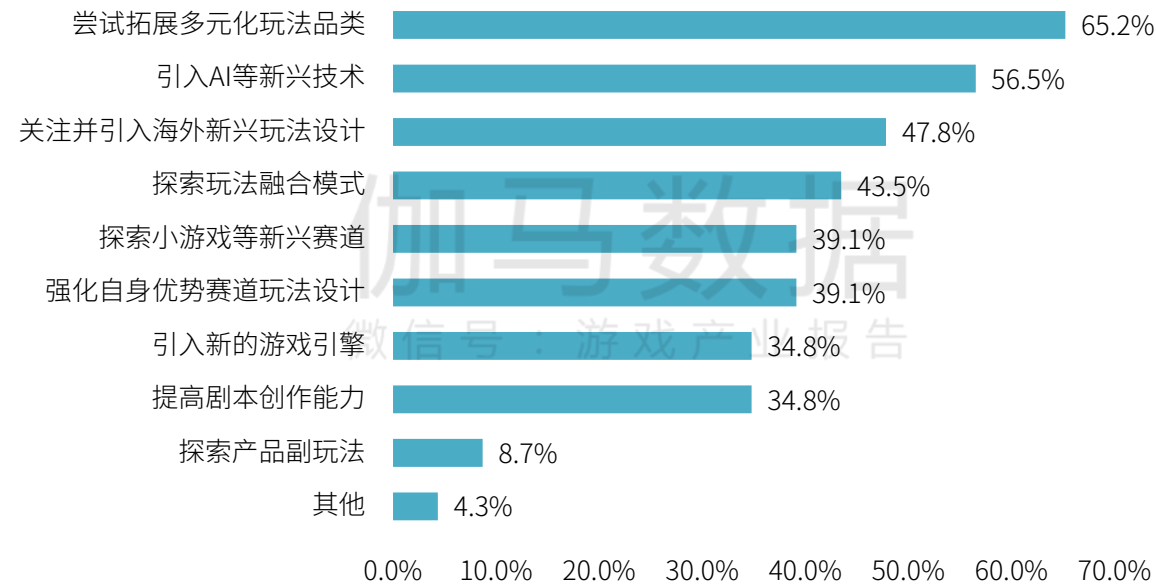
## 超六成开发者认为拓展玩法品类将提高国产游戏竞争力

现阶段玩法设计与剧情塑造仍是是国产移动游戏全球竞争力的主要短板。调研结果显示，69.6%的开发者认为玩法设计是当前国产移动游戏的主要不足之处，60.9%的开发者认为国产游戏在剧情塑造上存在不足。玩法与剧情均是构成游戏的重要因素，玩法更是一款游戏的核心内容，国产游戏研发硬实力仍有待提高。在提高竞争力的策略上，65.2%的开发者认为尝试拓展多元化玩法品类将提高国产移动游戏的全球竞争力，同时56.5%的开发者认为引入AI等新兴技术将提升竞争力。

您认为在研发层面，当前阶段，国产移动游戏全球竞争力的不足之处有哪些？（多选题）



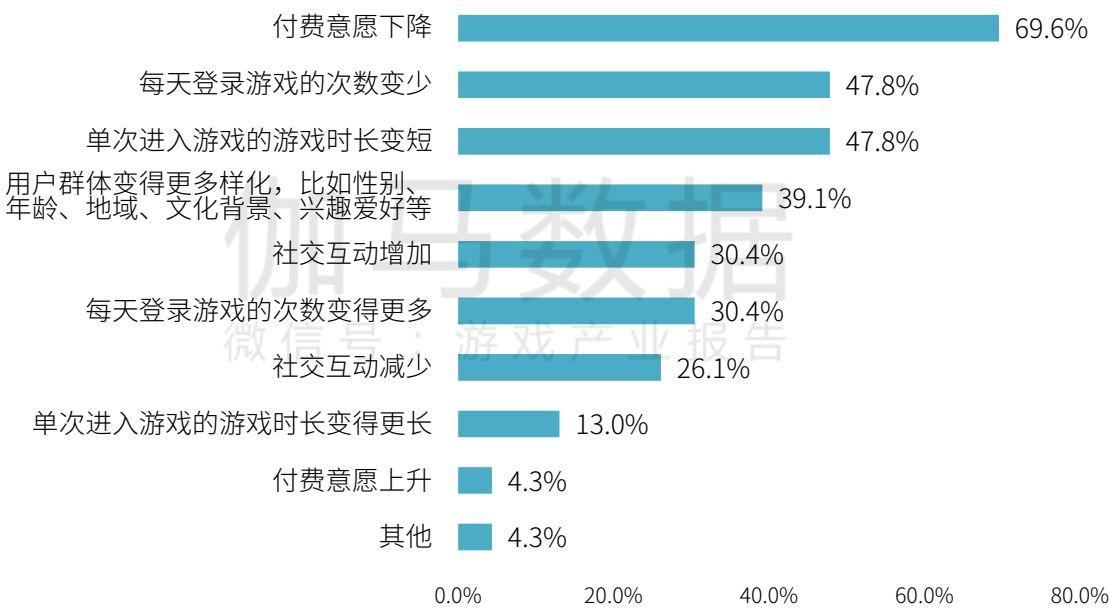
现阶段，您认为在研发层面采取什么策略可提高国产移动游戏的全球竞争力？（多选题）



# 近七成开发者认为用户付费意愿下降，游戏玩法设计承压

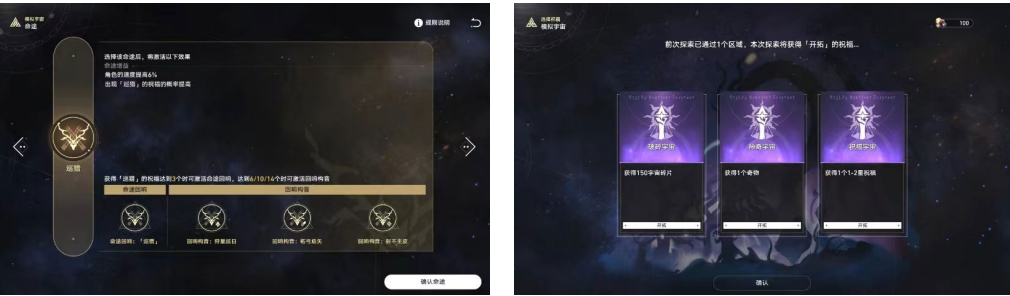
开发者调研数据显示，69.6%的开发者认为近一年内移动游戏用户的付费意愿下降，47.8%的开发者认为用户在每日登录次数、单次游戏时长等方面的活跃度下降。用户付费意愿与活跃度的下降，则反应出当前部分产品在玩法、运营设计上的不足，市场未来的增长需要产品在玩法设计上进行创新与突破。2023年中国游戏产业在产品创新上进行了较多探索，在运营模式上，部分产品对二次元手游的买断制模式进行了尝试；在游戏玩法上，部分产品将随机性与传统玩法的进一步结合，也为玩家带来了不同的游戏体验。

## 从游戏开发者的角度，您认为移动游戏用户近一年来发生了哪些变化？（多选题）



## 创新案例：

某回合制RPG手游结合了箱庭式冒险设计，并将游戏划分为依托于剧情的一次性大地图冒险内容，以及可重复游玩、主打战斗系统的“忘却之庭”和“模拟宇宙”。“忘却之庭”是按周期更换阵容的关卡挑战，考验玩家根据敌人阵容调配自己队伍的应对能力，也是常驻玩家在游戏中要面对的终极挑战；“模拟宇宙”则融入了Rogue-like玩法，随机的事件与增益效果会与玩家的阵容产生化学反应，卡牌的选择也会凑齐相应的“羁绊”，并进一步解锁独特的团队技能，保证玩家每一局的体验都大相径庭，保持玩家新鲜感。



# 2023年中国自研移动游戏全球流水TOP20

2023年中国自研移动游戏全球流水TOP20名单中，共有四款运营时间在两年以内的产品，包括2023年上线的《崩坏：星穹铁道》《逆水寒》，以及2022年上线的《蛋仔派对》《长安幻想》。其中2022年上线的两款产品在线上后实现流水的稳步增长，成功跻身2023年榜单，2023年上线的两款产品则凭借自身优异的产品质量位列自研流水榜第四、五名。

总体来看，2023年中国自研移动游戏活力复苏，随着更多在研产品的陆续推出，未来将有更多精品新游刺激市场发展。

| 排名 | 游戏名称               | 研发商     | 发行商  | 游戏类型   | IP属性  | 上线年份  |
|----|--------------------|---------|------|--------|-------|-------|
| 1  | 王者荣耀               | 腾讯游戏    | 腾讯游戏 | MOBA类  | 无     | 2015年 |
| 2  | 和平精英               | 腾讯游戏    | 腾讯游戏 | 射击类    | 客户端游戏 | 2019年 |
| 3  | 原神                 | 米哈游     | 米哈游  | RPG    | 无     | 2020年 |
| 4  | 崩坏：星穹铁道            | 米哈游     | 米哈游  | 回合制RPG | 移动游戏  | 2023年 |
| 5  | 逆水寒                | 网易游戏    | 网易游戏 | MMORPG | 客户端游戏 | 2023年 |
| 6  | 三国志·战略版            | 阿里游戏    | 阿里游戏 | SLG    | 单机游戏  | 2019年 |
| 7  | 蛋仔派对               | 网易游戏    | 网易游戏 | 休闲类    | 无     | 2022年 |
| 8  | 梦幻西游               | 网易游戏    | 网易游戏 | 回合制RPG | 客户端游戏 | 2015年 |
| 9  | 使命召唤手游             | 腾讯游戏&动视 | 腾讯游戏 | 射击类    | 单机游戏  | 2020年 |
| 10 | 金铲铲之战              | 腾讯游戏    | 腾讯游戏 | 自走棋    | 客户端游戏 | 2021年 |
| 11 | 穿越火线:枪战王者          | 腾讯游戏    | 腾讯游戏 | 射击类    | 客户端游戏 | 2015年 |
| 12 | 捕鱼大作战              | 途游游戏    | 途游游戏 | 捕鱼游戏   | 无     | 2020年 |
| 13 | 火影忍者               | 腾讯游戏    | 腾讯游戏 | ARPG   | 动漫    | 2016年 |
| 14 | 万国觉醒 - RoK         | 成都乐狗    | 莉莉丝  | SLG    | 无     | 2020年 |
| 15 | 口袋奇兵               | 江娱互动    | 江娱互动 | 休闲类    | 无     | 2019年 |
| 16 | 帝国争霸:王者归来          | 敬游软件    | 敬游软件 | SLG    | 网页游戏  | 2016年 |
| 17 | 长安幻想               | 诗悦网络    | 诗悦网络 | 回合制RPG | 动漫    | 2022年 |
| 18 | Puzzles & Survival | 易娱网络    | 三七互娱 | 消除类    | 无     | 2020年 |
| 19 | 明日方舟               | 鹰角网络    | 鹰角网络 | 塔防类    | 无     | 2019年 |
| 20 | 旭日之城               | 神州泰岳    | 神州泰岳 | SLG    | 无     | 2021年 |



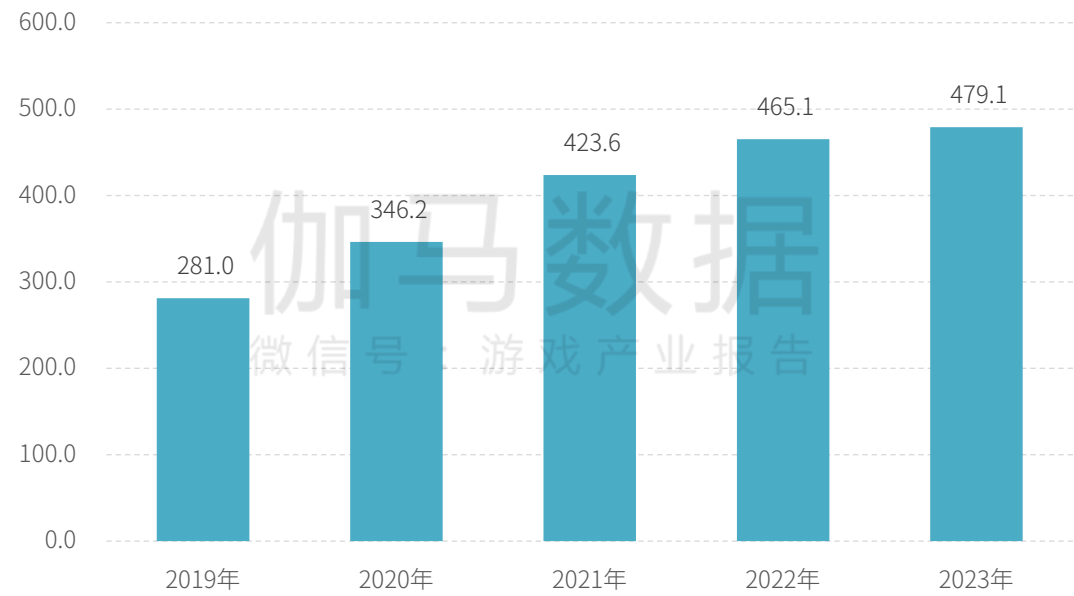
# 中国游戏企业 研发能力发展概况

02

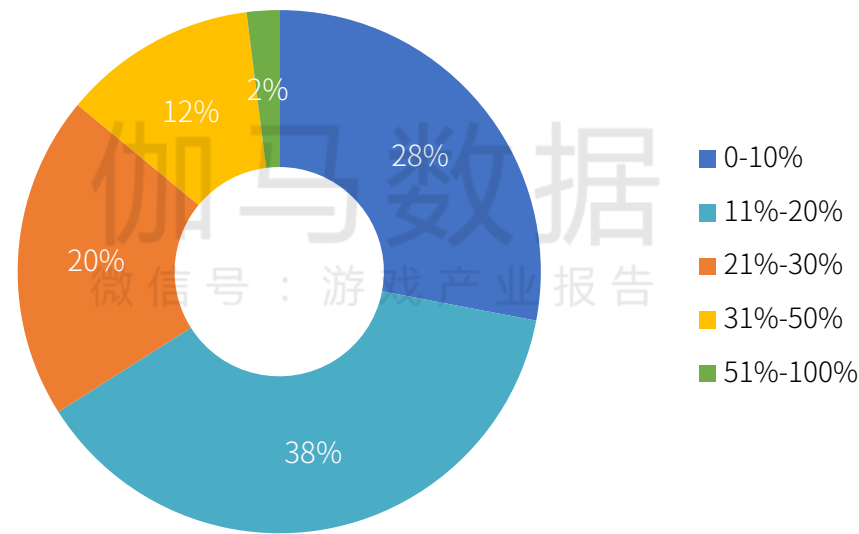
# 头部企业总研发投入保持增长 超六成企业研发投入占营收两成以下

2023年企业研发投入继续增加，据伽马数据测算，流水TOP50上市游戏企业累计游戏研发投入同比增长3%至479.1亿元，连续五年保持增长。虽然近年来中国游戏市场出现较大波动，对游戏企业经营产生一定冲击，但企业仍持续增强对产品研发的投入力度，优化产品研发的投入方式。一方面企业更加注重精品化产品的研发，对项目配置进行调整，集中资源投入到重点产品的研发中；另一方面，随着AI等新兴技术的发展，企业加强了对新兴技术的探索应用。投入占比方面，2023年中国TOP50上市游戏企业中，28%的企业游戏研发投入占游戏总营收比例不超过10%，38%的企业研发投入占比为11%至20%。

中国TOP50上市游戏企业游戏研发投入规模(亿元)



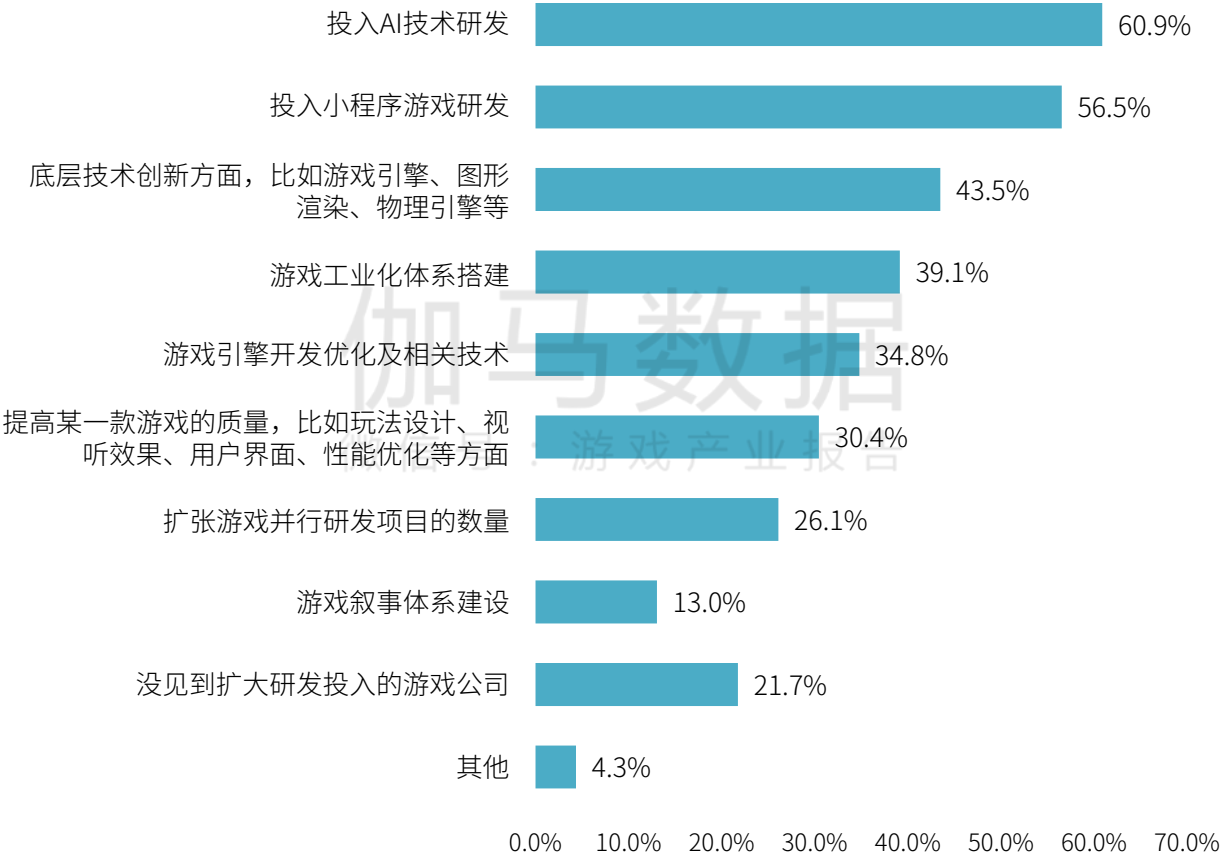
2023年中国TOP50上市游戏企业游戏研发投入占游戏营收比重分布（按企业数量）



# AI技术与小程序游戏成研发投入热点 对游戏底层技术的投入持续推进

产品、技术研发一直是游戏公司重要的生产环节，随着市场环境的变动，企业也不断调整自身研发投入方向。从开发者调研结果来看，60.9%的开发者了解到企业增加了AI技术研发投入，56.5%的开发者了解到企业增加了小程序游戏相关研发投入。AI技术与小程序游戏成为研发投入热点方向，其中对AI技术的投入将提升企业自身技术水平，从多个环节提高生产能力，而对小程序游戏的投入则有助于企业在短期内提高自身盈利能力。此外，对游戏引擎、图形渲染、物理引擎等游戏底层技术的创新迭代，也是长期以来游戏企业研发投入的重要方向。

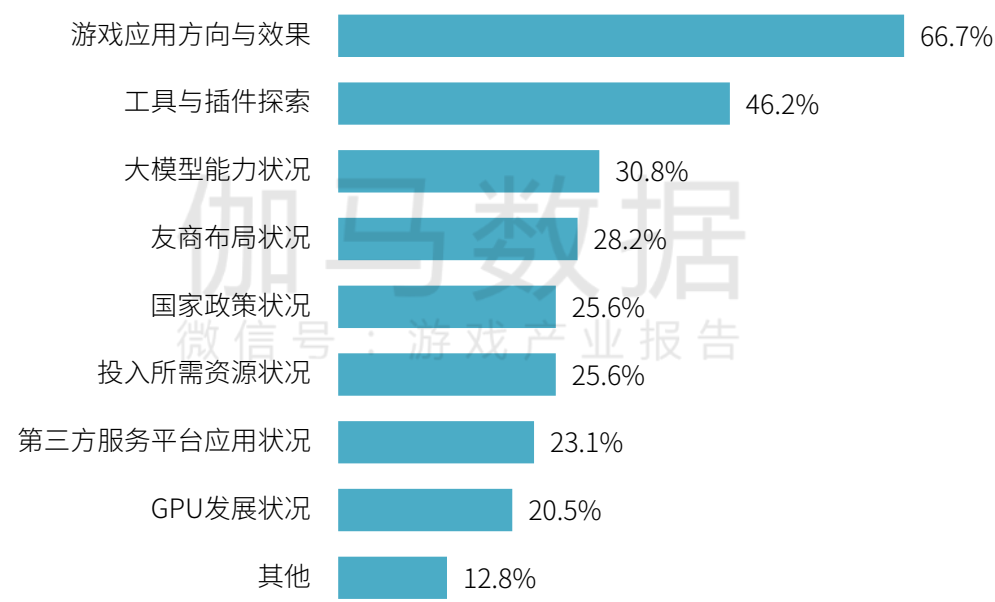
近一年来，您或您知道的游戏公司将研发投入增加到了哪些环节？（多选题）



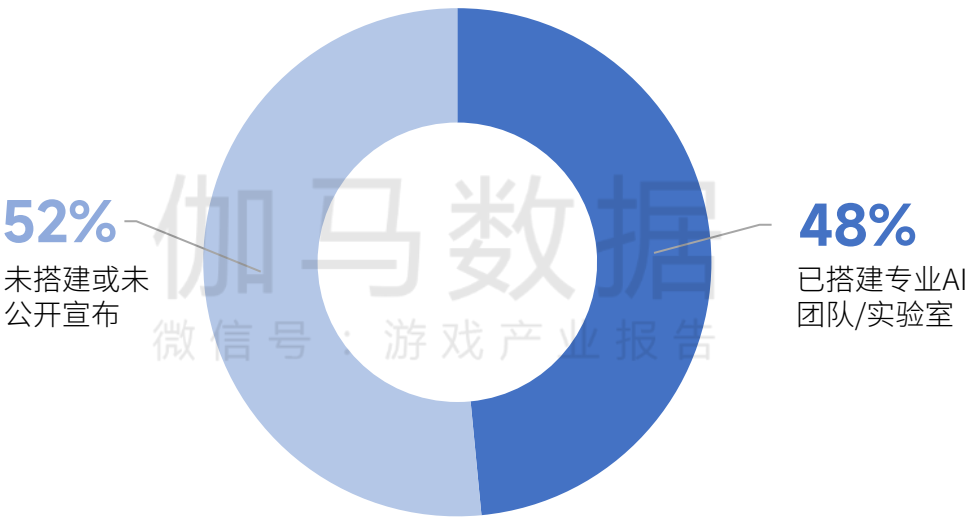
# 超六成企业关注AIGC在游戏中的应用 48%头部企业已组建专业AI团队

新兴技术的出现与应用是推动游戏产业升级的重要动力，面对新兴技术，游戏企业普遍展现出高度参与意愿。近年来AI技术的快速发展，为游戏产业带来大量机遇，对游戏企业的调研结果显示，超六成企业对AIGC技术的关注点主要集中于AIGC在游戏中的应用方向与应用效果，其次是工具与插件探索、大模型能力状况等，产业对AIGC提高自身研发竞争力保持较高期望。由于AIGC技术的研发推进需要投入较多资源，中小型企业难以第一时间投入新技术研发端，因此头部游戏企业率先入局，现阶段中国游戏营收TOP50企业中，已有48%的企业搭建了专业的AI团队或实验室，探索AI技术提高游戏产业生产力的具体方式，在推进AI工具落地游戏产业的同时，奠定企业自身的研发竞争力优势。

目前游戏企业对AIGC的关注主要集中在哪些方面？



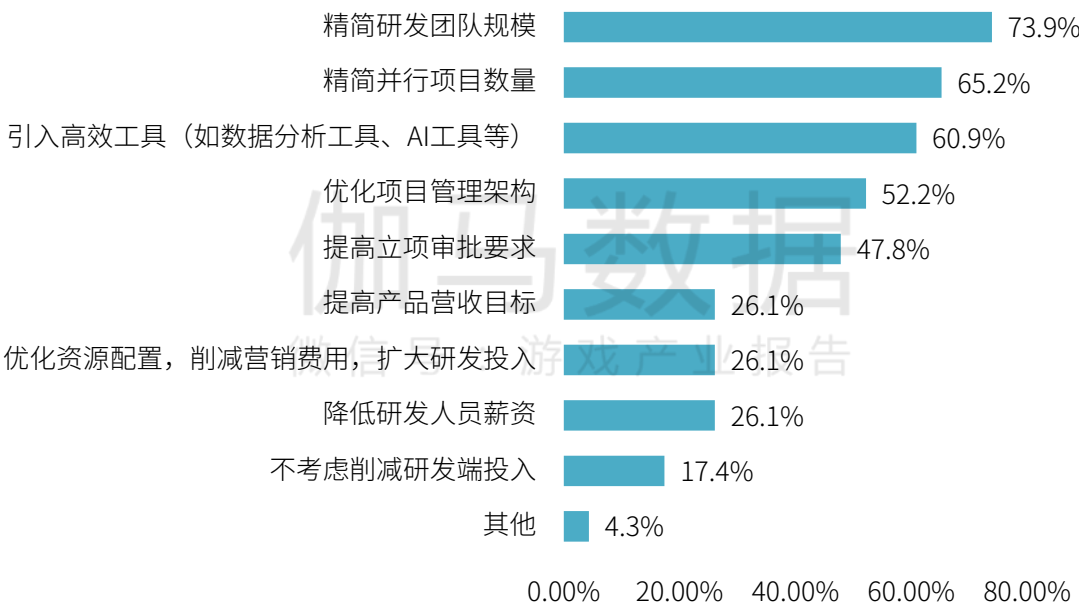
中国游戏营收TOP50企业搭建专业AIGC实验研究团队占比



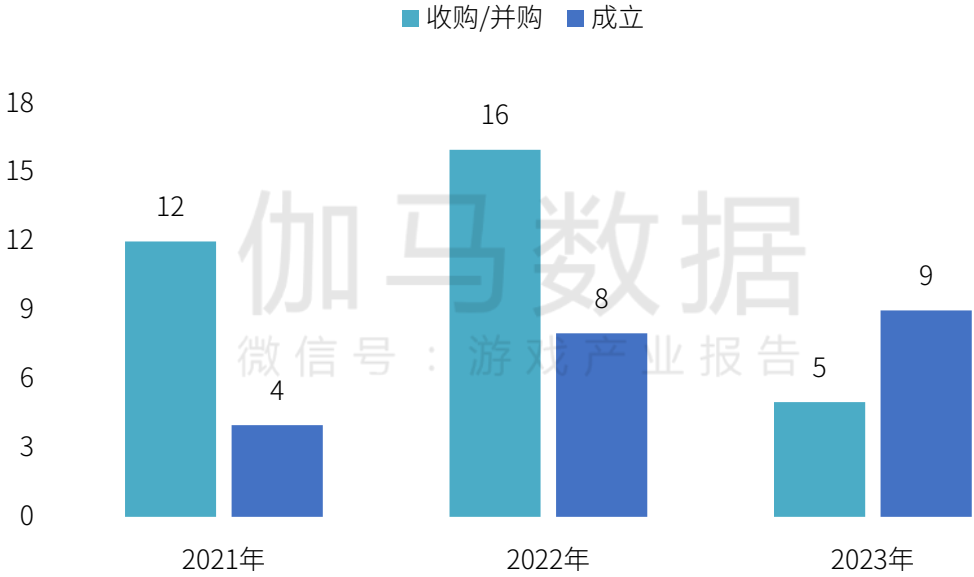
# 降本增效趋势延续，企业对团队需求重心由产能向质量转移

对游戏开发者的调研结果显示，73.9%的开发者了解到有游戏企业在精简研发团队规模，65.22%的开发者了解到有游戏企业精简了并行项目数量。在企业精细化运营的环境下，游戏企业对于研发团队的收购与组建意愿也进一步降低。据统计，2023年上市游戏企业收购/并购研发团队的事件数量由2022年的16起降至5起，降幅超60%；游戏研发团队成立数量增至9个，但主要由单一企业在海外组建。在较大的经营压力下，企业对于游戏研发团队的需求进一步由高产能向高质量转移。

最近一年来，您所在或您知道的游戏公司是否实施了以下行动？（多选题）



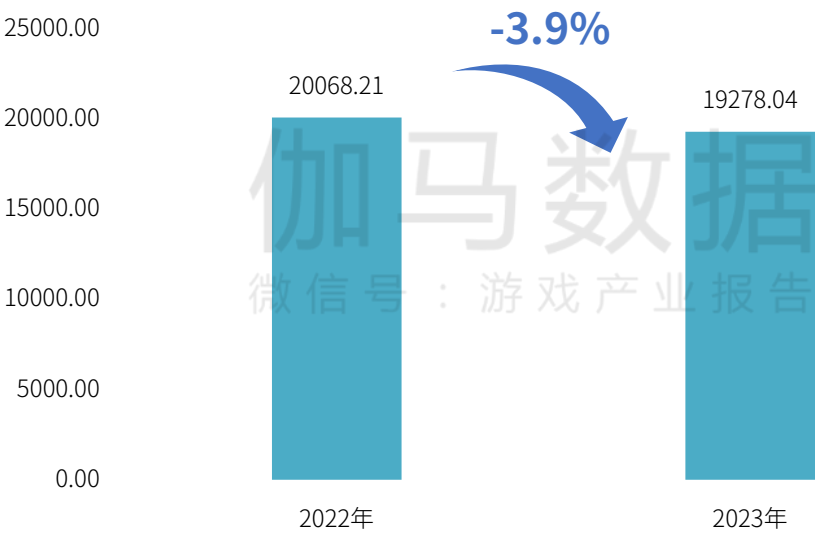
2021—2023年中国上市游戏企业收购&组建游戏研发团队数量



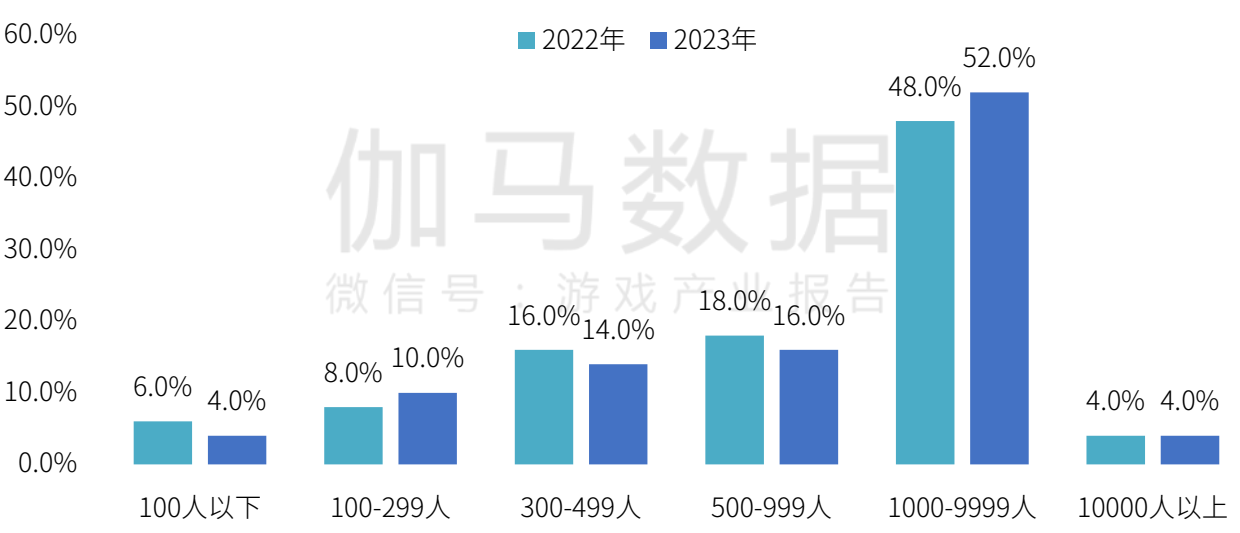
# 招聘平均薪资同比下降3.9% 产业人才流动性增强

2023年中国游戏产业在产品收入方面呈现明显回暖趋势，但企业经营状况仍较2020年前有较大差距，人才流动性出现较大提升。一方面市场增长前景并不明朗，多年来中国游戏市场的增长离不开快速扩张的移动游戏用户规模，但随着用户规模增长达到瓶颈，中国游戏产业规模的增长压力转移至产品侧；另一方面受多重因素影响，企业经营面临更大市场风险，这要求企业产品在采取更加谨慎的设计方案的同时，获取尽可能高的利润，并对预期不能取得目标市场收益的在研项目进行精简优化。2023年中国主要游戏企业招聘岗位平均月薪同比下降3.9%至2万元以下，从供求关系角度来看，随着项目组解散重组，大量从业人员进入就业市场，加剧了游戏相关职位的竞争，进而降低了行业员工的平均薪资水平。从企业人员规模上来看，不同规模的企业在人员流动过程中扮演了不同的角色，总体来说人员规模在千人以下的非头部企业由于难以维持人员规模，普遍成为人才流出方；而千人以上的头部大规模企业具备更强的营收能力与抗风险能力，成为人才流入方，从而进一步提升自身研发竞争力。

2022年和2023年中国主要游戏企业招聘平均月薪情况（元）



2022年和2023年中国TOP50上市游戏企业人员规模分布情况（按企业数量）



# 中国游戏企业 研发竞争力分析

03

## 中国游戏企业研发竞争力模型



### 基础研发情况

研发投入规模  
研发投入增速  
研发人员规模  
研发投入意愿



### 自研产品情况

自研产品流水及增速  
自研产品占比  
高流水产品占比  
产品多样性



### 游戏出海情况

海外产品表现  
海外业务占比



### 发展潜力评估

创新能力评估  
IP储备及研发能力评估  
工作室质量评估



(排名不分先后)

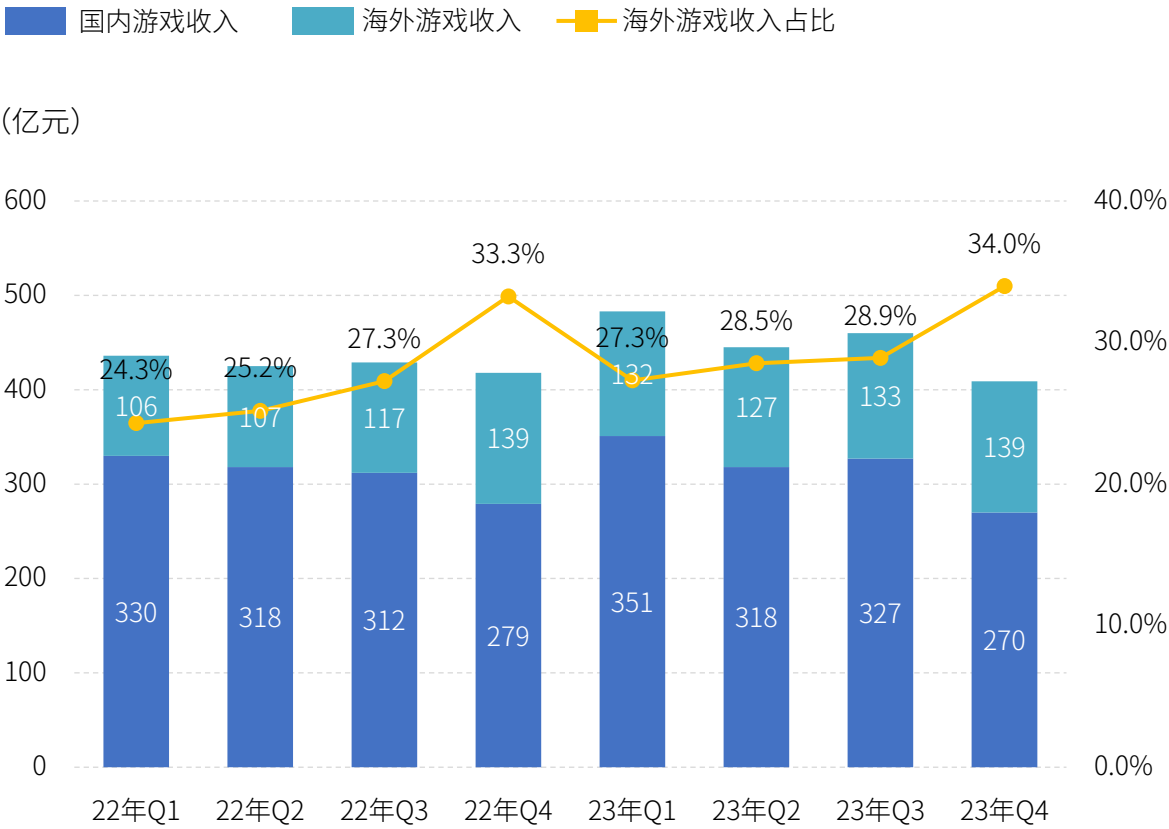
腾讯游戏

新游增长势头强劲  
海外扩张步伐加速

2023年，腾讯共推出了18款新游戏，较前一年增长了50%，涵盖了射击、二次元、休闲派对、经典IP新作以及新题材的探索。2023年本土市场“重点热门游戏”数量也从6款增加到了8款，《无畏契约》《命运方舟》《暗区突围》和《金铲铲之战》等游戏的收入增长显著，推动了腾讯本土游戏收入的提升。2023年末推出的《元梦之星》，投入了14亿元的营销费用，并利用QQ和微信的社交平台优势，成功扩大了用户群体。同时，腾讯的海外游戏业务也表现出色，全年收益达到531亿元，同比增长14%，在游戏总收入中的占比首次超过30%，创下历史新高。腾讯继续推动游戏的出海进程，《王者荣耀》海外版（Honour Of Kings）已在57个国家和地区上线，并在多个地区的免费榜上名列前茅。此外，腾讯与电竞世界杯基金会达成了为期三年的开创性战略合作，将《PUBG MOBILE》和《王者荣耀》海外版纳入电竞世界杯正式项目，标志着腾讯游戏在赛事和产品国际化方面同步推进。

腾讯游戏通过自主研发、全球发行以及战略投资的多方面策略，深化了其在全球游戏生态系统中的参与和融合。2024年，腾讯游戏预计将推出多款重要产品，包括《星之破晓》《三角洲行动》《极品飞车：集结》和《地下城与勇士：起源》等。随着这些新游戏的推出，腾讯游戏将进一步拓展其全球市场的影响力，不断巩固其在全球游戏市场的领先地位。

腾讯游戏收入构成状况

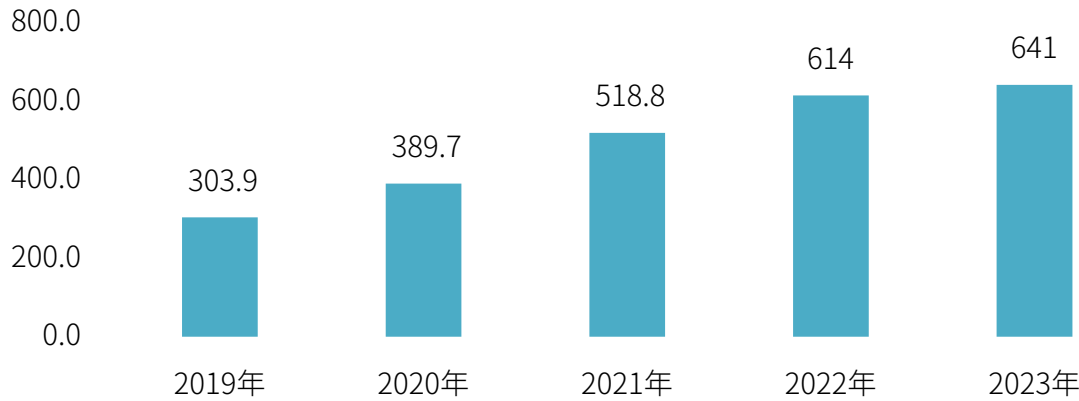


# 多环节能力占据行业头部 高投入探索行业技术前沿

腾讯游戏旗下拥有天美、光子、魔方及北极光四大工作室群，其雄厚的资金实力也为投资海外游戏厂商奠定了坚实的基础。截至目前，腾讯已投资或收购了超过10家海外游戏公司，包括拳头游戏、Epic Games、蓝洞公司、育碧、动视暴雪等知名企业，从而获得了《英雄联盟》《堡垒之夜》《PUBG》《刺客信条》《使命召唤》等一系列顶级IP。

得益于公司业务全面性，腾讯游戏在传播、渠道和平台生态建设能力方面远超其他游戏公司。最新财报显示，微信及WeChat的合并月活跃账户数进一步增至13.43亿，QQ移动终端月活跃账户数也保持在5.5亿以上。QQ、微信两大国内头部社交软件不仅是游戏传播的天然渠道，腾讯在生态建设方面的持续投入更激发了内部共生增长潜力，依托于微信平台的小游戏总流水增长迅速，已成为中国领先的休闲游戏平台，QQ频道也增强了游戏等类目下基于兴趣的用户互动。除了平台自身的增长动力，腾讯还积极拥抱技术变革，持续加大科技投入，进一步巩固和扩大其在人工智能、云技术等前沿领域的优势，推动公司业务实现高质量增长。财报数据显示，腾讯2023年研发投入约641亿元，近五年累计研发投入达到2467.4亿元。截至2023年12月，腾讯全球专利申请总数超过7.5万件，授权专利数量超过3.7万件，体现了其在科技创新方面的深厚积累。腾讯混元自推出后功能持续完善，已发展成为领先的基础模型，在数学推导、逻辑推理和多轮对话中性能卓越。目前，腾讯混元已在内部400多个业务中进行内测。随着技术的不断进步和应用的深入，腾讯游戏也将为全球玩家带来更多高质量的游戏体验。

腾讯游戏-研发费用（亿元人民币）



腾讯混元产品动态

- 2023年9月  
腾讯混元大模型上线
- 2023年11月  
腾讯混元大模型标准版上线
- 2024年1月  
腾讯混元-Embedding接口上线

五大核心优势能力

- 多轮对话
- 内容创作
- 逻辑推理
- 知识增强
- 多模态 (暂未上线)

覆盖多种应用场景

- 文档场景
- 会议场景
- 广告场景
- 营销场景
- .....  
(逐步开放)

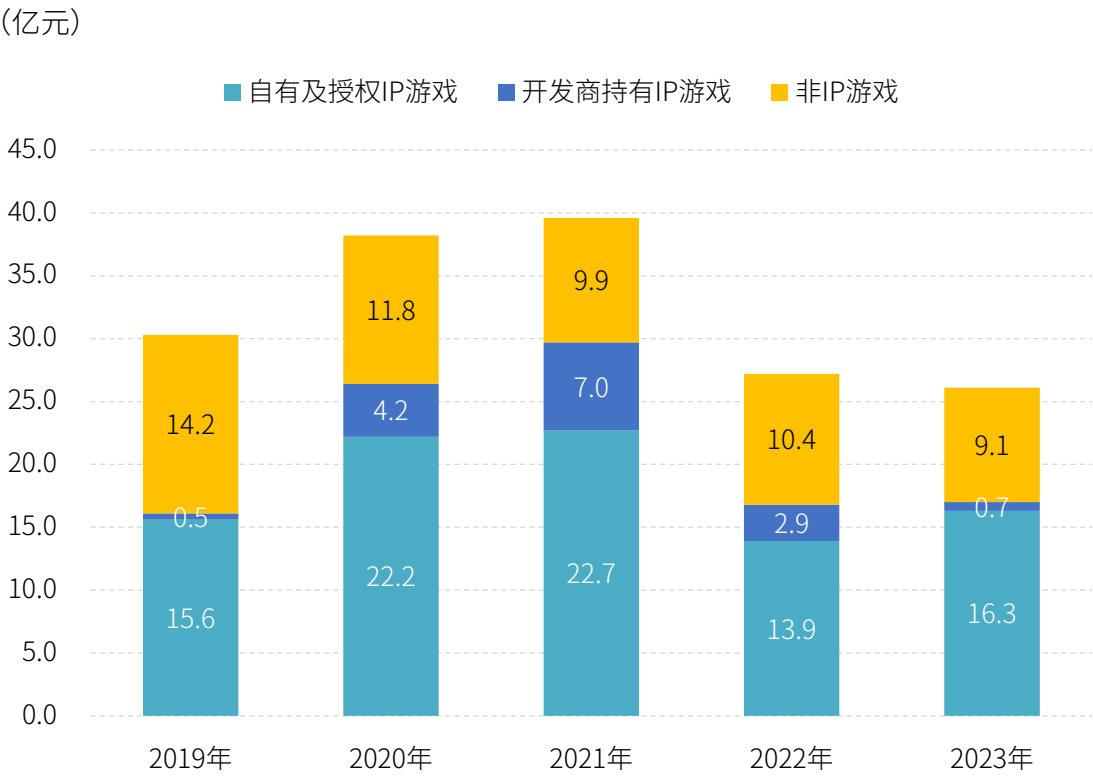


# 深耕IP游戏赛道 聚焦IP核心全面深度发展

2023年，中手游在IP游戏研发及全球发行、自有IP运营和国风元宇宙平台三大业务板块持续发力，专注高质量、精品化发展。中手游深耕IP游戏赛道，多年来积累了丰富的顶级IP资源和IP改编经验。截至2023年12月31日，中手游拥有60个授权IP及68个自有IP，共计128个。“仙剑奇侠传”是中手游旗下最具代表性的国风仙侠第一IP，通过深度布局“仙剑”IP全产业链（覆盖游戏、影视、动漫、小说、音乐、衍生周边及实景娱乐等领域），并联手相关领域顶尖团队共同打造仙剑IP宇宙，中手游全方位开发并扩大仙剑IP价值，并带动自身价值进一步放大，实现持续发展。2024年，全球首款国风仙侠开放世界游戏《仙剑世界》即将上线，这是中手游充分发挥自有IP价值和自主研发实力构建的长线平台化产品，将有望使提升中手游长线竞争力并实现跨越式发展。此外，中手游2023年还发行了多款IP新游，如《新仙剑奇侠传之挥剑问情》《奥特曼：集结》《吞噬星空：黎明》等，并将在2024年内推出《仙剑世界》《斗破苍穹：巅峰对决》《斗罗大陆：逆转时空》《火影忍者：木叶高手》《新三国志曹操传》等多款授权或自有IP游戏。

同时，中手游也敏锐关注到小游戏热点趋势，充分挖掘创新玩法和发挥优质IP影响力，持续推出爆款小游戏产品。2023年度，中手游小游戏收入超过6亿元人民币，成为新的业务增长点。未来，中手游计划继续利用IP优势、深耕社交生态赛道，不断融合创新、强化小游戏矩阵，预计2024年将有《乡村爱情之经营人生》《新仙剑奇侠传之挥剑问情》等超过10款小游戏产品上线。

中手游游戏收入构成

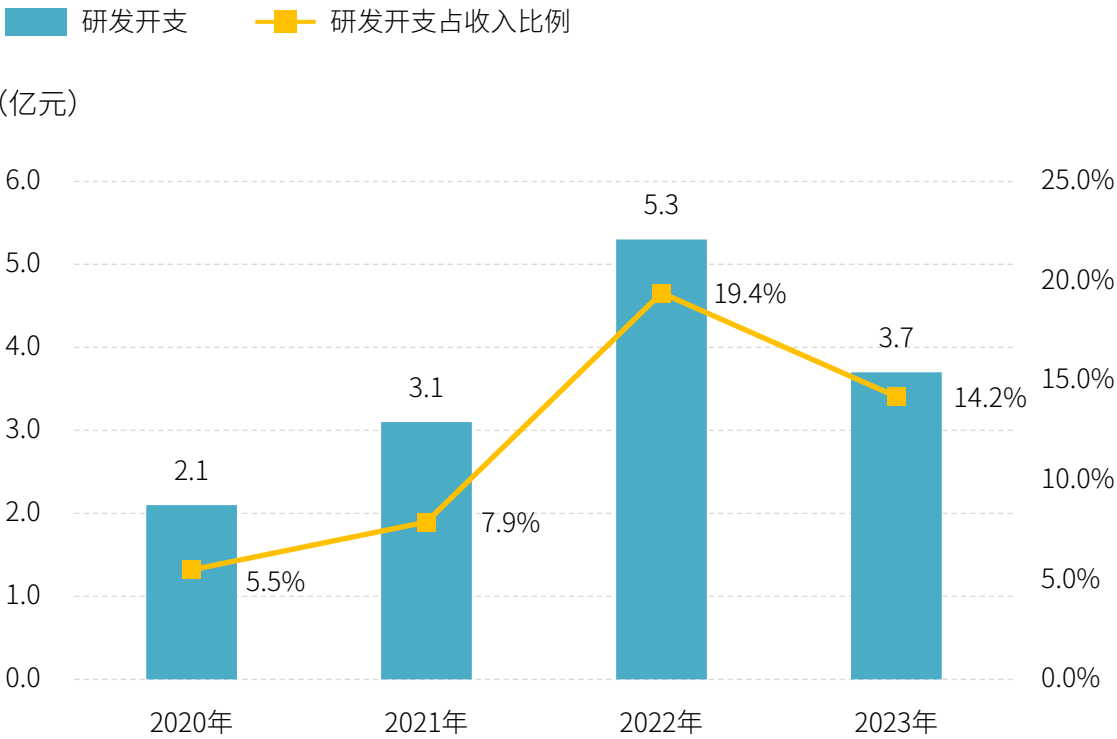


中手游

# 大力推进AIGC技术革新应用 降本增效成果显著

2023年，中手游大力推进AI在游戏研发、发行、运营等环节的应用，降本增效成果显著。在游戏研发环节，2023年中手游研发投入约人民币3.7亿元，同比下降29.7%，主要由于AIGC技术应用于游戏内美术制作及文案创作等方面对成本的有效降低和对效率的切实提升。同时，中手游正在联合业界知名的AI公司加快研究可标准化的3D数字资产制作能力，并建立更高效的3D内容创作管线、降低3D数字资产制作周期和成本。在游戏发行环节，中手游利用AI获取最及时、最全面、最了解当下玩家和社会情绪的创意趋势，并通过AI完成营销脚本、创意内容、宣发图片和视频生成，同样大大提升了宣发效率和效果。在游戏运营环节，中手游正在打造一个AI内容智能引擎，包括AI营销玩法设计、AI前端代码构建和游戏运营活动制作。以《仙剑世界》为例，中手游在开发中广泛应用了AIGC技术，游戏中融入AI功能的NPC将基于实际场景表现出相应的行为及交谈，同时结合游戏的现实光照系统等，为玩家带来前所未有的真实感与沉浸感。目前游戏已支持移动端、PC端及云端，未来还计划推出VR/MR和主机版本，并提供AI捏脸、AI语音、AI动作生成和AI+UGC等AI技术进一步提高玩家体验。另外，中手游尝试通过文生视频构建基于《仙剑世界》模型下的玩家UGC视频功能，将在未来带来巨大的自发流量并提升用户粘性。

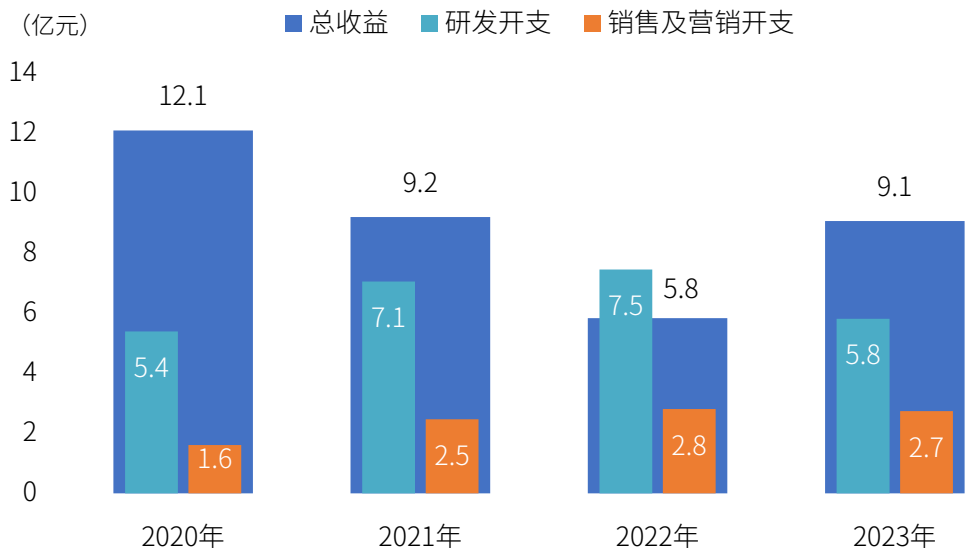
中手游研发投入情况



## AI工具提高研发效率 多元产品组合拓宽用户群体

祖龙娱乐紧随技术发展趋势，结合自身强大的技术及研发优势积极探索人工智能在游戏产品中的应用和拓展。随着AI工具研究所的成立，祖龙娱乐的研发效率得到显著提升，同时随着往年研发成果的落地，2023年祖龙娱乐实现在研发投入降低的情况下总收益提升成绩，财报数据显示，2023年祖龙娱乐总收益同比增长55.5%至9.1亿元，研发支出同比下降22.0%至5.8亿元。需要注意的是，虽然在增效的情况下降低了研发支出，单祖龙娱乐研发人员数量占比仍达到79.0%，远高于游戏行业头部企业平均水平。此外，祖龙娱乐积极拓展自身产品矩阵，在自身擅长的MMO品类的基础上尝试多元产品组合，并积极探索非传统优势赛道。现阶段祖龙娱乐旗下产品已覆盖MMORPG、SLG、女性向、策略卡牌等多个品类，未来随着在研产品的陆续推出，祖龙娱乐也将持续拓宽受众群体，在用户吸引力层面进一步提高自身竞争力水平。

祖龙娱乐研运支出情况



| 游戏名称       | 游戏类型   | 主要目标市场 | 预期上线年份 |
|------------|--------|--------|--------|
| 项目代号：IM    | 放置RPG  | 亚洲     | 2024年  |
| 项目E        | 策略卡牌   | 全球     | 2024年  |
| 三国群英传：鸿鹄霸业 | SLG    | 亚洲     | 2024年  |
| 项目代号：Odin  | MMORPG | 全球     | 2025年  |
| 项目F        | MMORPG | 全球     | 2025年  |
| 项目G        | 数值卡牌   | 全球     | 2025年  |
| 项目H        | MMORPG | 全球     | 2026年  |
| 项目I        | 卡牌     | 全球     | 2026年  |

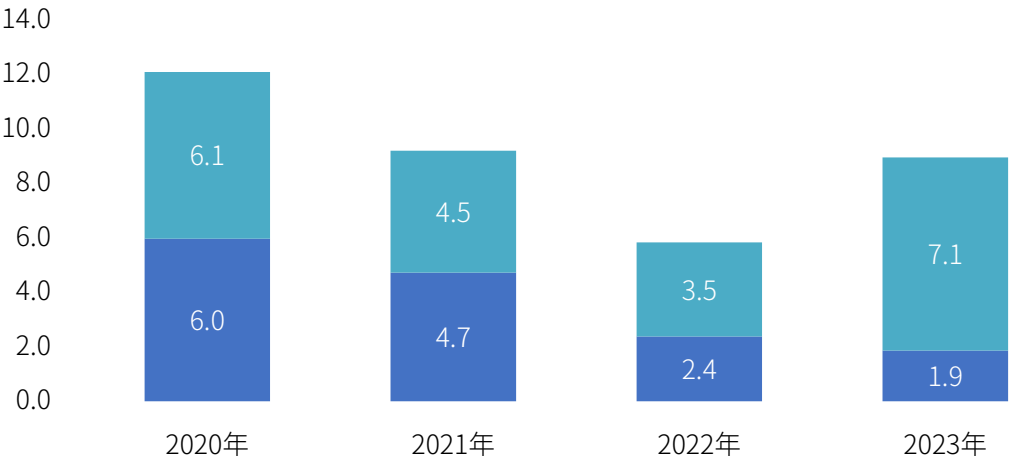
# 引擎经验保障自身竞争力 全球研运一体化核心战略带动持续增长

自成立以来，祖龙娱乐持续探索前沿引擎技术，不断提升自身的研发竞争力。从2015年推出基于Unity 3D的MMORPG手游《六龙争霸》，到近年来与虚幻引擎开发商Epic Games就UE5引擎的授权许可达成持续深度合作，祖龙娱乐始终秉持着对研发的严谨态度，致力于探索和应用行业领先的引擎技术，并专注于提升3D美术的表现力，坚定执行精品化战略。现阶段，祖龙娱乐正基于UE5引擎研发革新性产品，进一步发挥新引擎性能，并在多个产品中继续深化利用虚幻引擎技术。除了对虚幻引擎性能的挖掘，祖龙娱乐也专注于打磨3D美术细节，在高精度模型与研发技术力的支持下，催生出了《龙族幻想》《鸿图之下》《以闪亮之名》等精品游戏。同时，祖龙娱乐也在不断推进全球化战略，培养自身全球发行能力。截至2023年12月31日，祖龙娱乐已在超过170个地区市场发行了20款产品，其中《以闪亮之名》继2022年在新加坡、马来西亚和日本等地上线后，又陆续在中国大陆、欧美、泰国、印尼和越南等地推出，其PC端版本也于2023年11月上架Epic及Steam双平台。凭借成熟高效的研发及运营管理，《以闪亮之名》以突出的产品质量吸引了大量的玩家并树立了优秀的口碑，形成了稳健的游戏生态，截至2023年12月31日，《以闪亮之名》累计注册用户数超过1200万人，全球累计流水已超10亿元人民币。财报数据显示，2023年度祖龙娱乐自研自发游戏收入同比增加105.4%至7.09亿元，占总收入的比重由2022年的59.1%增加至78.1%，在全球研运一体化战略的带动下，祖龙娱乐得以进一步提高自身研发转化率，为未来发展开拓了新的空间。

## 祖龙娱乐游戏收入构成

开发与授权（自研游戏授权第三方发行）      综合游戏发行及运营业务（自研自发）

(亿元)



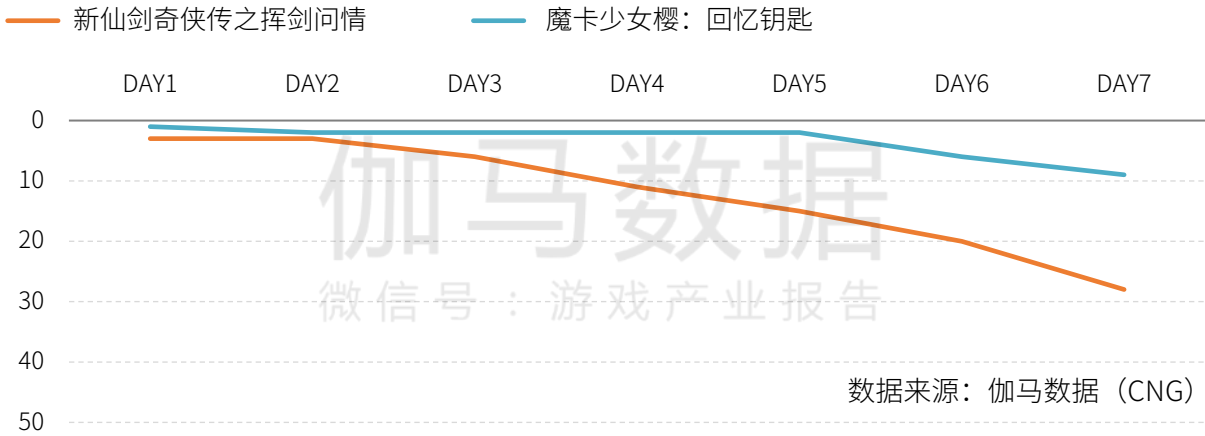
### 《以闪亮之名》

- 于中国、欧美、泰国、印尼等多个地区上线运营。
- 中国大陆上线后连续四日登顶iOS游戏免费榜，上线次日进入iOS游戏畅销榜TOP10，最高进入iOS畅销榜TOP3。
- 美国上线首日获得iOS游戏免费榜第二名，泰国、印尼、越南上线首日获得iOS免费榜第一名。
- 截至2023年末，累计注册用户数超1200万，累计流水超10亿元。

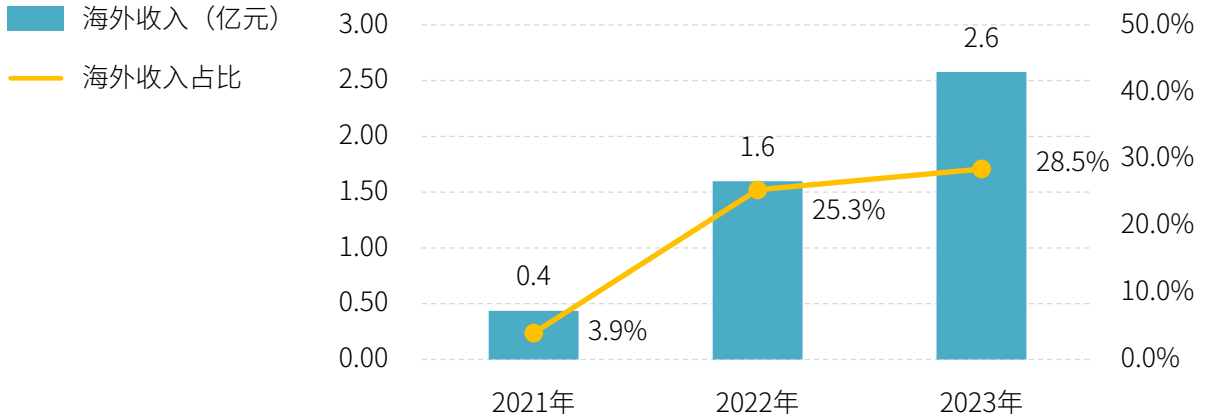
自研、代理同时发力彰显企业竞争力  
全球化布局持续深化且成效显著

2023年青瓷游戏旗下产品表现亮眼，企业营业收入达9.1亿元，同比增长43.7%。收入的快速增长主要由三方面因素支撑，一是企业坚实的研发能力，研发能力是游戏公司长期发展的重要根基，青瓷游戏自创立以来一直着力于精品游戏的研发，推出了《不思议迷宫》《最强蜗牛》等多款精品自研产品，其中《最强蜗牛》在上线三年后仍表现强劲，在2023年为青瓷游戏带来4.9亿元的收入；二是企业的产品发行运营能力，2023年青瓷游戏推出了《新仙剑奇侠传之挥剑问情》《魔卡少女樱：回忆钥匙》等多款联合发行或代理发行的产品，上线后取得了市场认可，也为企业带来了可观的营收增量；三是企业全球化布局成效显著，青瓷游戏持续深化自身全球化布局，推动多款产品在全球不同地区上线，例如旗舰产品《最强蜗牛》在2023年内已登陆泰国、美国、加拿大、澳洲等多个国家和地区，并取得了不错的市场表现，2024年在日本推出的APP版《肥鹅健身房》在上线后也取得了日本地区iOS免费游戏排行榜及Google Play免费游戏排行榜双榜首。全球化布局的进一步深化，为青瓷游戏带来了近亿元的营收增量，海外收入占比也由25.3%增至28.5%，随着全球布局的不断推进，海外市场将为青瓷游戏带来更多发展空间。

青瓷游戏代理产品iOS游戏免费榜首周排名



青瓷游戏海外营收状况



多项目并行强化产品储备  
积极开拓小程序游戏赛道

近年来青瓷游戏持续投入游戏研发，强化产品储备。财报信息显示，2024年将有十余款产品计划上线，包括APP游戏与小程序游戏，现阶段青瓷游戏产品线覆盖了剧情、卡牌、塔防、Rogue-like、放置、角色扮演、休闲类、模拟经营等各方面玩法类型，丰富的产品布局将助力公司培育新的玩家群体。

在研发重心上，青瓷游戏自研资源向小程序游戏倾斜，计划2024年上线的多款自研产品中，有不少均为小程序游戏，一方面小程序游戏是当下游戏产业热门领域，随着小程序游戏市场的快速发展，积极投入这一领域将取得显著的营收增量；另一方面强化小程序游戏布局，也能在提高青瓷游戏开展多线业务能力的同时，优化企业营收结构，进而实现企业的长期健康发展。

总体来看，青瓷游戏在团队规划、产品研发和市场扩展等方面的努力均取得了显著成效，在稳中求进的发展模式下，青瓷游戏也将持续推动自身业务高质量精品化发展。

青瓷游戏2024年计划上线APP产品信息（部分）

| 名称        | 游戏类型    | 来源   |
|-----------|---------|------|
| 骑士冲呀      | ACT RPG | 引进授权 |
| 三国演义：兵临城下 | 策略卡牌    | 自研   |
| 迷途之光      | STG     | 引进授权 |
| 阿瑞斯病毒2    | RPG     | 引进授权 |
| 项目V       | 放置类     | 引进授权 |

青瓷游戏2024年计划上线小程序游戏产品信息（部分）

| 名称    | 游戏类型         | 来源   |
|-------|--------------|------|
| 子弹军团  | 放置类          | 自研   |
| 领主传奇  | 卡牌对战         | 自研   |
| 大战三国志 | Rogue-like卡牌 | 自研   |
| 皇室护卫队 | 合成塔防         | 引进授权 |
| 大秦异闻录 | 互动式游戏        | 自研   |

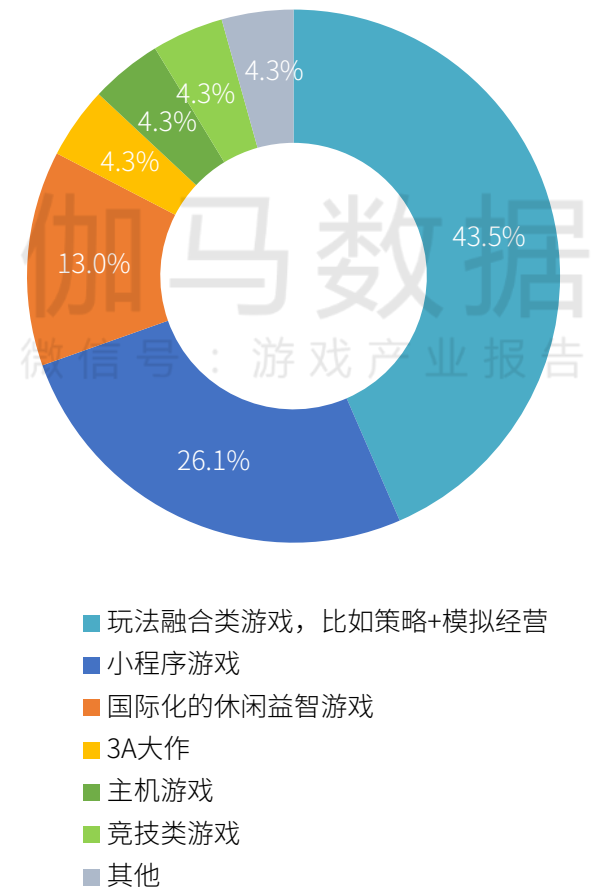
# 游戏市场趋势洞察

04

# 加速探索玩法融合， 开拓细分赛道增长点

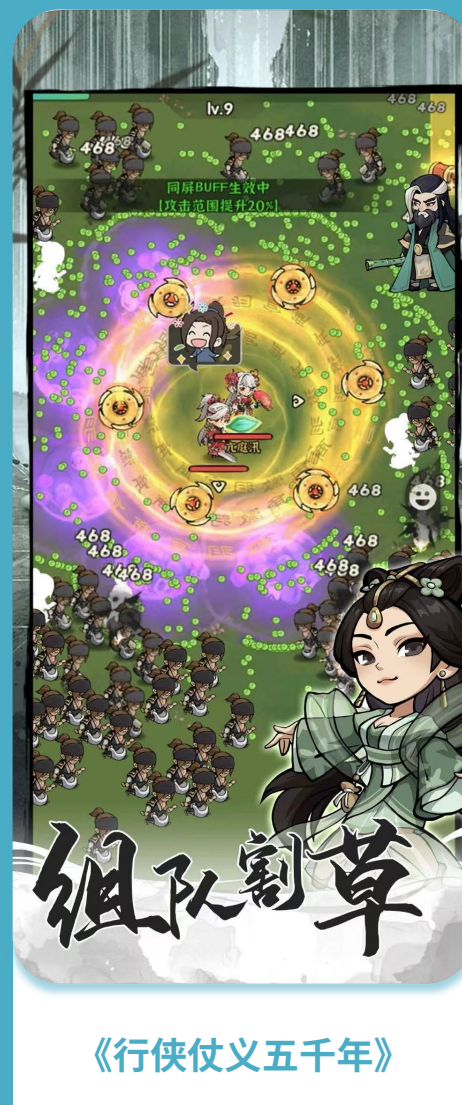
玩法融合拓展自身产品受众的模式已得到全球多地市场认可，企业对玩法融合模式的探索也呈现出稳步增长的趋势。对游戏开发者的调研结果显示，43.5%的开发者更倾向于开发玩法融合类游戏。对企业来说，玩法融合产品覆盖了不同玩法的核心用户，可以有效拓展产品受众人群，现阶段中重度玩法与轻度玩法进行融合的产品较多，在此类产品宣发阶段，相比于对中重度玩法进行宣传，游戏中的轻度玩法更易于吸引更多用户，同时轻度玩法也更易于在短时间内展现给用户群体；对用户来说，中重度玩法与轻度玩法的融合调节了传统单一玩法的游戏体验，轻度玩法让中重度用户在较为“紧张”的游戏过程中有了轻松的游戏体验，同时二者的结合也有助于引导规模更大的休闲用户群体向中重度用户转化，进而拓宽中重度赛道的增长空间。从《梦幻花园》一类的“轻度+轻度”玩法融合到《Puzzles&Survival》一类的“中重度+轻度”玩法融合，游戏企业对玩法融合的探索仍在持续进行中，未来玩法融合有望以更多形式进行展现，不断开拓出各细分赛道，推动中国游戏产业的持续增长。

从游戏开发者的角度，  
您更倾向于开发下面哪一类型的游戏？



## 引入全球游戏市场优秀玩法，丰富国内市场玩法品类

引入全球游戏市场的优秀玩法将有效丰富国内游戏市场玩法品类。一方面海外游戏市场发展路径与中国游戏市场有较大区别，海外主要游戏市场中PC游戏市场与主机游戏市场发展更为完善，而中国游戏市场则是以移动游戏为主，不同的市场构成令国内外游戏发展环境表现出一定差异，不同设计方向也让游戏开发者的设计思路出现不同特征，进而海外市场更易于出现区别于中国现有品类的玩法设计。另一方面，在全球游戏市场下，对于玩法的验证更具普遍性，在全球市场取得较好反馈的玩法设计对中国游戏用户往往也具备相当吸引力，例如《杀戮尖塔》《吸血鬼幸存者》等优秀产品均在国内游戏市场开辟出各自的品类赛道，切实增加了中国游戏市场玩法品类多样性；此外，中国自研产品投入到全球市场进行验证后，再反馈至中国游戏市场也是当前部分中国游戏企业所采取的发展路径。积极将自研创新玩法产品投入全球市场，并对经过全球市场验证的玩法进行本地化改造，“走出去”与“引进来”的有机结合，将持续丰富国内市场玩法品类，激发中国游戏市场活力。



# 新兴技术推动产业发展，前置布局抢占先发优势

技术发展一直是游戏产业的重要关注点，游戏企业普遍认为渲染技术、AI技术、GPU、感知交互技术、云计算、AR/VR等技术是能够有效推动游戏行业创新的重要科技发展方向，其中渲染技术与游戏开发直接相关，除部分头部企业选择自研图形渲染工具外，大部分游戏开发者会通过现有游戏引擎中包含的图形渲染功能或成熟的图形渲染软件来达成自身渲染需求。随着虚幻5引擎的发布，大幅提升了游戏画面的上升空间，新引擎的应用需要游戏企业付出相应的学习成本，但所积累的新引擎使用经验最终将成为企业自身的研发竞争力。在新兴技术方面，继AR/VR、云游戏等技术后，AI技术成为游戏产业新的重要关注点，相比于AR/VR、云游戏等技术将作用于开拓新的游戏市场，AI技术对于游戏产业的影响将渗入各个环节，当前AIGC技术对于游戏开发者的影响主要集中于提高创作自由度、提升开发效率、激发创作灵感三大方面，在全球各方积极参与下，近年来AI技术发展迅速，中国游戏企业也积极投入并进行相应布局来抢占先发优势。

## 游戏企业重点关注技术领域

游戏引擎技术

图形渲染技术

AI技术

AR/VR技术

云游戏技术

动作捕捉技术

感知交互技术

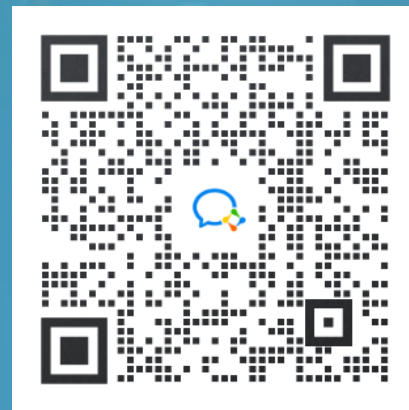
数字孪生技术

5G通信技术

... ..



关注官方微信公众平台  
获取更多游戏产业报告



扫码添加企业微信  
“伽马数据CNG”