

中国移动游戏出海行业研究报告

2019年





2018年，中国移动游戏出海市场总营收规模达**421.2亿元**，同比增长**30.8%**。随着中国国产移动游戏品质的不断提升，以及相关企业对出海市场的进一步重视。行业整体规模及增速均在2018年获得了显著的增长。



2018年，中国移动游戏出海市场总规模占我国整体移动游戏市场规模的**25.4%**。市场占比相较于去年的**22.3%**有所提升，但整体市场仍有较大的发展空间。



MMORPG、动作类及益智类三类游戏，分别是2019年Q1中国游戏出海**最热门的三类游戏品类**。**巴西地区**是2019年Q1中国游戏**出海投放产品数增量最大**的地区之一。



优秀的移动游戏研发质量、强大的移动游戏研发生产力及**全球领先的移动游戏运营经验**形成了中国国产移动游戏在海外市场的三大核心竞争力。



①中国移动游戏研发产力的全球化布局；②经典移动游戏玩法的二次元改编出海；③移动游戏软件研发商与智能手机硬件厂商的合作式出海；④移动游戏海外运营的云服务化。将有望成为未来移动游戏出海市场的四大核心发展趋势。

中国移动游戏出海市场行业背景简介

1

中国移动游戏出海市场行业发展现状分析

2

中国移动游戏出海市场典型企业分析

3

中国移动游戏出海市场行业发展趋势分析

4

- **定义解释及发展历程**
- 市场动因及优劣势分析

“出海”的定义

报告将中国大陆游戏区以外的游戏市场统称为“海外游戏市场”

本次报告将所有中国大陆游戏区以外的游戏市场（包含港澳及中国台湾地区市场）统称为“海外游戏市场”。产品方面，由中国大陆地区研发的并在海外游戏市场（包含港澳及中国台湾地区市场）成功发行的移动游戏，均定义为“出海移动游戏”。相对应的，在海外游戏市场研发并在中国大陆游戏区发行上线的移动游戏，被定义为“进口移动游戏”。

2019年中国游戏出海市场划分简介



出海移动游戏在研发方式上的分类定义

定制出海游戏及改制出海游戏

在我国现有的出海游戏中，从研发方式上主要可以分为两类：改制出海游戏及定制出海游戏。改制出海游戏是指将现有的已在国内发布的游戏产品针对特定海外市场进行区域化特色改制的研发方式。该类游戏往往拥有较成熟的游戏玩法与机制，且开发成本与周期相对较短；定制出海游戏则指为海外特定市场从零开始定制研发的游戏产品，这部分游戏虽然开发难度相对较大，但游戏策划时的可畅想空间以及与目标地区的市场契合程度往往更高。

2019年中国移动游戏出海研发模式简介

改制出海



《王者荣耀》

- 角色及道具包含大量中国历史背景 如：钟馗，项羽等
- 极具中式风格的美术及语音
- 游戏与中国国内最普及的社交工具“QQ”及“微信”有深度联动

区域化改制



《Arena of Valor》

- 角色及道具改为了大量全球通用素材 如：小丑，超人等
- 改为西式风格的美术及语音
- 游戏主要依靠APP Store及Google Play等海外大流量平台发行

相对优势

- 游戏玩法、机制成熟度高
- 游戏改制成本相对较低
- 游戏运营内容积累较丰富
- 游戏已有一定的市场知名度
- 游戏制作周期相对较短

定制出海



原版定制

《苏丹的复仇》

- 原型游戏，在国内移动游戏市场未曾上线
- 以十四世纪阿拉伯世界为故事背景，为阿拉伯地区量身定制
- 内容尊重阿拉伯当地宗教、文化、语言、习俗，为当地玩家深度定制

相对优势

- 游戏策划可发挥空间更大
- 游戏中的创新元素往往更多
- 游戏内容与市场契合度会更高

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

出海移动游戏在发行方式上的分类定义

全球同服及地区独立运营

在我国现有的出海游戏中，从发行方式上来看同样可以分为两类：全球同服及地区独立运营。全球同服顾名思义，即全球所有地区共用同一个服务器进行游戏，其中比较著名的产品有《部落冲突》《列王的纷争》等。在全球同服的游戏里，各地区玩家同服竞技，服务器的人气高、竞争激烈，非常适合注重组团对抗的游戏模式；地区独立运营，即每个国家地区拥有自己独有的服务器并实现独立运营，中国玩家所熟知的《王者荣耀》等游戏在海外就是地区独立运营的模式发行的。在独立运营的模式下，游戏服务器更稳定、产品区域化特色更明显，地区独立运营的模式往往更适用于主打PVE模式，或对服务器稳定性要求极高的游戏类型。

2019年中国移动游戏出海发行模式简介

全球同服



相对优势

- 覆盖区域多，服务器人气旺
- 全球玩家同服竞技，紧张刺激
- 全球统一管理运营，提高管理效率

地区独立运营

在全球各个地区独立发行独立运营

国服



王者荣耀
周年盛典-有你才有团
Tencent Mobile Games

美服



Arena of Valor
A 5v5 MOBA Anywhere Anytime
Tencent Games

韩服



펜타스톰 for kakao (5v5)
언제 어디서나 5v5 실시간 팀플레이!
Netmarble Corporation

其他区域性服务器.....

相对优势

- 独立服务器，网络状况更稳定
- 地区化运营，更契合市场偏好
- 可定向推广，成本控制更合理

中国移动游戏出海发展历史

2019年中国移动游戏出海发展历程简介

NOKIA
symbian



- 智能手机尚未成为中国市场主流，受系统及硬件限制，移动游戏在国内市场整体热度较低
- 国内移动游戏研发市场仍缺乏经验积累，仅极少数



- 智能手机系统在中国市场获高速发展，国内移动游戏研发能力得以增强，并尝试向海外市场输送产品
- 以《列王的纷争》为代表的SLG手游在海外获得大量关注，

Fate Grand Order



- 二次元手游开始在国内盛行，相关游戏内容向同样热爱二次元文化的日、韩等海外地区实现拓展
- 据日媒统计，2017年，中国移动游戏首次在日本市场实现贸易顺差（即中国出口日本的手游收



- 中国发展成为全球最大的移动游戏市场，行业整体研发能力达到世界领先水平。
- 腾讯、网易等头部游戏厂商先后携优秀产品拓展海外市场

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21071

