

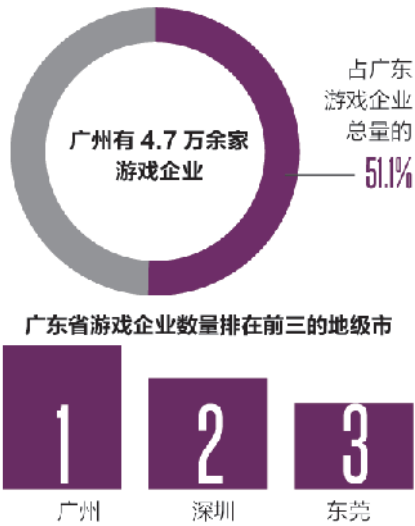
凭什么独占游戏王国鳌头？

广东企业数量独占全国鳌头 广州又占全省半壁江山

天眼查专业版数据显示，目前广东共有超过 9.3 万家游戏企业*，占 33.08%。

比第二名的江苏省多出了 7 万多家，在全国遥遥领先。

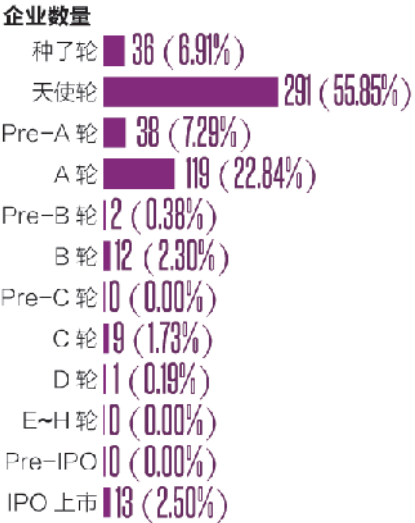
*注：企业名称、经营范围或品牌名称中含“游戏”



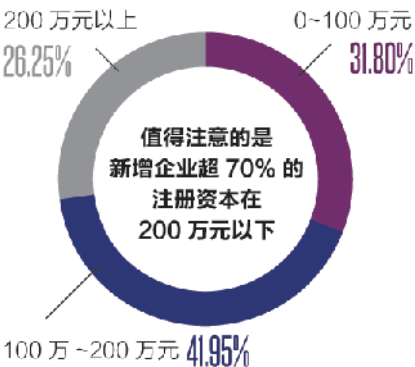
广州主要集中在天河区，占 42.38%，南沙、白云区紧随其后。

小微型和初创企业看过来

广东省有超五成的游戏企业注册资本在 200 万元以下。从融资类型来看，其中超 55% 的公司都处于天使轮融资状态。

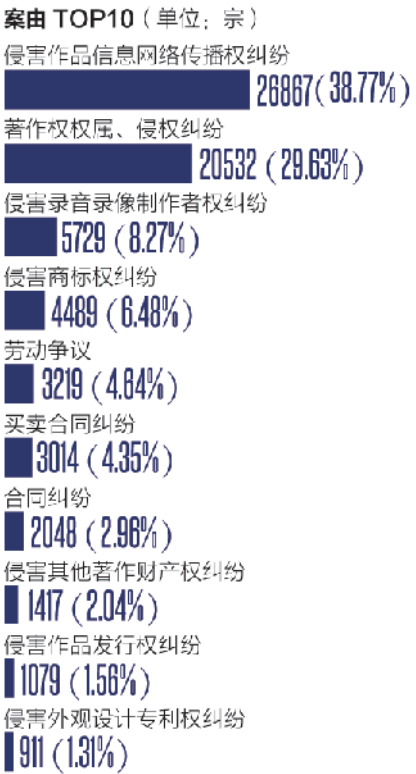


过去一年以来，广东省游戏企业（全部企业状态）的年度注册增速呈“倒 V 形”态势，3 月份增速到达高峰，为 115.1%；截至 2020 年 11 月 30 日，2020 年新增游戏游戏企业超 1.3 万家。



对待违法侵权 我们重拳出击

天眼查专业版数据显示，广东游戏企业所涉的司法案件中，案由为“侵害作品信息网络传播权纠纷”的占比为 38.77%，数量最多；“著作权权属、侵权纠纷”的占比为 29.63%，数量第二多。



从近五年的失信信息趋势来看，为持续上升趋势，2019 年新增失信信息数量首次突破 1000 家。

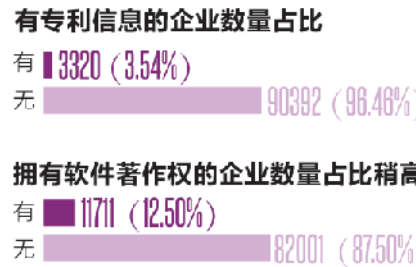


从被执行人趋势来看，近五年被执行人数量持续上升，2019 年和 2020 年数量均超过 3000 条。



对待专利 我们大力保护

天眼查专业版数据显示，目前广东的游戏企业中



5G 云计算 VR 等新技术赋能 手游电竞云游戏成为新的增长点

2020 年，我国游戏产业深耕产品制作，从 IP 产品的孵化到游戏、动漫、影视等多平台的跨界联动，再到文化衍生品的授权开发，产业链条不断延伸。底蕴丰厚的中国优秀传统文化，为网络游戏的内容创新提供了更为广阔的发展空间，催生出了更多内容丰富、形态多样的游戏产品。

在这背后，是新技术的出现和普及极大地赋能了游戏的发展。随着 5G 技术在中国市场上的发展，新一轮科技革命和产业变革正蓄势待发，云计算、VR 等产业加速演进。技术赋能，产业升级，成为 2020 年中国游戏产业的重要标志。

智能信息技术的发展，为移动游戏的开发提供了全新平台和发展机会。过去一年，我国的移动游戏发展持续推进，市场份额逐年增长。同时，云游戏、电子竞技、VR 游戏依托 5G 技术的商用，聚焦用户娱乐与生活需求，大力推进了游戏产业生态的革新和结构的调整。

最明显的趋势是，手游逐渐取代端游、页游，成为市场最青睐的游戏产品领域。尤其是今年，游戏产品承担了许多人生活中娱乐消遣、抗压解压的功能，在帮助减少线下社交的同时，玩家在虚拟世界里同样找到了情感交流、精神支撑的途径。

报告还显示，2020 年，移动游戏产品的类型更为丰富，为用户提供了更加多样的选择。根据统计分析，目前有三类游戏的用户选择占比超过 10%，分别为角色扮演类占比 28%；卡牌类占比 16%；策略类占比 12%。

根据天眼查专业版的资料，2020 年，移动游戏市场实际营销收入为 2096.76 亿元，比上年增长 515.65 亿元，同比增长 32.61%，成为拉动游戏市场整体增长的主要因素。移

动游戏用户规模为 6.54 亿人，同比增长 4.84%。2020 年，客户端游戏市场实际销售收入 559.2 亿元，比上年减少 55.94 亿元，同比下降 9.09%，呈现负增长，下降走势明显。2020 年，页游开服量明显减少。页游市场实际营销收入为 76.08 亿元，比上年减少 22.61 亿元，同比下降 22.9%，下滑之势似已难以逆转。

同时，电竞游戏市场营收从 2019 年的 947.27 亿元增长至 2020 年的 1365.57 亿元，增加 418.3 亿元，同比增长 44.16%，已连续 6 年保持增长。2020 年，电竞游戏用户达 4.88 亿，同比增长 9.65%，用户数量保持稳定增长。

报告显示，2020 年云游戏实际市场规模达到 9.1 亿元，相比于 2019 年增长幅度较大。云游戏已成为游戏行业的重要发展趋势之一，虽然仍处于战略布局期，但已具备了初步的市场规模基础。张毅君表示，云游戏市场将在未来数年快速增长，营收能力还有待观望。电竞产业的发展势头将持续加速。

众多游戏企业已经围绕云游戏展开布局，提供云服务的企业也将迎来业务的快速发展。天眼查专业版数据显示，我国共有大约 1500 家从事 5G 和工业互联网相关业务的企业。从地域分布来看，广东省是“5G 大省”，拥有 500 多家相关企业，排名第一，江苏省和山东省排在二三位。

顺应 5G 时代发展的大趋势，我国 5G 和工业互联网的相关公司注册数量也在近几年逐年攀升，从 2010 年的不到 100 家到 2019 年的 1000 多家，其数量在过去十年里翻了 14 倍。2017 年开始，相关公司的年注册增速更是迅猛增长，到 2019 年，增速已达 106.3%。

游戏产品“走出去”持续发力欧美日韩 积极探索中东印俄巴西等新兴市场

在这一年，中国的游戏产品海外影响力上升。张毅君表示，游戏“走出去”依然是头部企业的重要战略选择，也是中小企业寻求突破的重要手段。报告称，我国自主研发的游戏产品出口规模逐年攀升，海外影响力、海外市场份额、全球用户规模不断扩大。

事实上，在国内市场整体发展趋缓的情势下，海外市场的吸引力正在不断提升，在中国企业大举拓展的作用下，海外市场的潜力也在同步提升。报告称，中国游戏企业在广度和深度上持续强化拓展能力。另外，得益于欧美游戏厂商 IP 化程度较为滞后的机遇，中国游戏厂商充分发挥基于 IP 的“独门绝活”。通过在国内市场的多年积累，国内游戏厂商已经形成关于 IP 游戏的一整套打法，在研发、IP 获取、营销买量能力等方面拥有丰富的体系化经验心得。尤其是在 MMORPG、SLG、卡牌、竞技等中重度游戏品类上更为擅长。

现在的中国游戏厂商已经从“引入海外 IP—改编游戏—国内发行”的传统玩法，转型到“引入海外 IP—国内改编游戏—全球市场发行”的新阶段。如近期在国内上线的《使命召唤手游》，正是腾讯基于动视暴雪经典 IP 改编，且已经在国外上线良久、拥有出色市场表现的知名移动游戏。

报告分析认为，海外市场远未到饱和期，拥有极大挖潜空间。而中国游戏厂商作为一支日益重要的商业力量，可以充分发挥在商业上多元打法优势，凭借在本地化、IP 等方面的丰富经验，在海外市场占据自己的一席之地。

报告还披露，今年中国自主研发游戏海外市场实际营销收入为 154.50 亿美元，比上年增长 38.55 亿美元，同比增长 33.25%，保持了高速增长态势。2020 年中国自主研发移动游戏海外市场收入位列前 100 名中，策略类占比为 37.18%，射击类占比为 17.97%，角色扮演类占比为 11.35%。合计占比达 66.5%。

更令中国游戏人振奋的是，今年有相当数量的国产游戏在全球不同国家和地区的下载榜或畅销榜进入头部，甚至出现获得“全球最大移动应用平台年度游戏荣誉”的精品力作。从地区分布看，美、日、韩仍是中国自主研发游戏的主打市场，营收合计占海外总收入的 60.27%。“走出去”的范围，从中国港澳台地区、东南亚地区为主逐步转向全球，在发力美国、日本、韩国以及欧洲等成熟市场的同时积极探索中东、印度、俄罗斯、巴西等新兴市场。

大吉大利，今晚玩个广东游戏 ▶▶

