



# 3257.83亿! 2024年国内游戏市场成绩单揭晓



中国音像与数字出版协会理事长 孙寿山



中国音像与数字出版协会第一副理事长、中国音数协游戏工委主任委员 张毅君

产业  
解读



活动现场

12月13日,2024年度中国游戏产业年会大会在北京石景山区举办,在今天的产业年会中,国产游戏《黑神话:悟空》成为高频词,被与会人士、游戏行业代表和专家学者频频提及。正是在相关精品游戏的带动下,2024年国内游戏市场实际销售收入3257.83亿元,同比增长7.53%,再创新高。

现代快报/现代+记者 邱骅悦 刘琳/文 吉星/摄

## 年会在京举办 《黑神话:悟空》多次被提及

12月12日至13日,2024年度中国游戏产业年会在北京石景山区圆满举办,本次年会大会主题为“扬文化之帆,共创游戏出海新篇章”。大会由国家新闻出版署主管,北京市新闻出版局支持,中国音像与数字出版协会、北京市石景山区人民政府主办,中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会、中共北京市石景山区委宣传部承办,石景山园管委、石景山区文旅局、石景山区经信局、石景山区投资促进服务中心、石景山区京西游戏创意产业联盟、北京首钢建设投资有限公司协办。

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山在年会上发表讲话,总结了我国游戏产业的发展现状,并探讨了游戏作为文化传播载体重要性及未来发展方向。

在今天的产业年会上,国产3A买断制游戏《黑神话:悟空》作为今年的现象级游戏不仅被游戏玩家不断讨论,也被与会人士、游戏行业代表和专家学者频频提及,成为一大亮点。

在回顾今年我国游戏产业发展时,孙寿山表示,《黑神话:悟空》等游戏精品的出现,不仅展示了数字游戏作为“第九艺术”的文化传播作用,更引发了公众对游戏从娱乐产品到文化载体的认知改变。

孙寿山指出,在未来的发展中,要充分发挥游戏作为文化传播的重要载体作用,推动中华文化更好地走向世界。他提出了三个方面的重点着力方向:一是着力于提升文化自信,充分认识到游戏是一种具有蓬勃生命力的文化载体;二是着力于实现文化自信,充分运用“游戏+”的方式形成有效的文化传播路径;三是着力于坚定文化自信,以宽广的国际视野、开放的态度和包容的胸怀来推进中国游戏的文化出海。

在谈及推进中国游戏的文化出海方面的工作时,孙寿山又引用了《黑神话:悟空》制作人冯骥的一段话:把中国故事讲给外国受众,就像送一件礼物,硬塞的别人不一定喜欢,“用漂亮的‘装饰’包装起来,人们才会有兴趣。而打开包装后,他们自然会欣赏到最打动人心的东西——也就是文化内核”。

孙寿山指出,中国游戏产业经过二十多年的深耕细作,如今已经进入厚积薄发的关键阶段,展现出广阔的增长潜力与无限想象空间。面向未来,要善执文化之笔,以传承为基、创新为翼、传播为帆,携手推动中华文化在新时代的浩瀚海洋中破浪前行,让中华优秀传统文化在数字时代继续焕发出勃勃生机。

## 收入3257.83亿元,2024年国内游戏市场再创新高



2024年,国内游戏市场实际销售收入3257.83亿元,同比增长7.53%,再创新高。

2024年,国内游戏用户规模6.74亿人,同比增长0.94%,亦为历史新高点。

年会上,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在活动现场正式对外发布《2024年中国游戏产业报告》(以下简称《报告》),并对报告进行详细解读。

《报告》指出,2024年,国内游戏市场实际销售收入3257.83亿元,同比增长7.53%,再创新高。游戏用户规模6.74亿人,同比增长0.94%,亦为历史新高点。

对于今年市场收入与用户规模同步增长并再创新高的主要原因,张毅君指出,一是游戏新品数量有所增加,且出现爆款大作;二是多款长青产品运营平稳;三是

小游戏表现抢眼,增长势头强劲;四是多端发行与云游戏用户使用更为便利。

在相关数据中,《黑神话:悟空》也多次出现,展示了其强大的影响力。如在细分市场中,虽然移动游戏以73.12%的实际销售收入仍稳居主导地位,客户端游戏和网页游戏分别以20.87%、1.42%的占比紧随其后,但在上述之外游戏市场占比却由于《黑神话:悟空》的出现而获得增长,从去年的1.67%大幅增至今年的4.59%。受其影响,移动、客户端、网页游戏三者占比较去年均有所下降。

在主机游戏的市场中,《黑神话:悟空》

更展现了其极强的商业带动能力:得益于它的优异表现,2024年中国主机游戏市场实际销售收入44.88亿元,同比增长55.13%。主机游戏市场规模明显扩张。

张毅君表示,整体而言,2024年中国游戏产业在各级政府扶持下,市场规模与用户数量均实现了稳步增长。自主研发游戏在国内市场保持领先地位,同时在海外市场也取得了显著成绩。未来,随着政策环境的优化和精品化竞争的加剧,中国游戏产业将继续保持稳健发展态势,并积极探索科技创新应用,为提升新质生产力添砖加瓦。

## 行业代表共聚一堂,专家学者献计献策

在每年的游戏产业年会举办期间,来自游戏产业的众多代表、专家学者齐聚一堂,针对中国游戏产业当下的发展现状进行研究总结、献计献策也是活动的一大亮点。

今年的年会大会现场,腾讯公司副总裁张巍以《美美与共,久久为功》为题发表主旨演讲,他从三个方面谈到游戏产业全球化的发展情况和趋势。首先,全球游戏市场中,越来越多的企业转向和拥抱GaaS(服务型游戏)“新模式”。其次,在技术“新裂变”的影响下,游戏品质的标准线不断抬高,对企业综合创新能力提出了更高要求。最后,站在全球化的角度看,中外游戏市场彼此靠近,将为文化交流打开“新空间”。

完美世界CEO顾黎明带来了主题为《匠心铸就精品,循道方能远行——探寻游戏可持续成长之路》的演讲。他在演讲中总结了“以前沿科技引领

行业发展、以多元产品丰富文化供给、以游戏为媒讲好中国故事”的产业发展规律。顾黎明总结说:“如果把游戏比喻成一个生命体,那么,美术风格是外在颜值,前沿技术是骨肉,最终留住用户的还是植根其中的文化内涵。”

“可以说,今天的中国传统文化,已经全面地回到了聚光灯下,也再次回到了世界的舞台。”网易集团副总裁庞大智在题为《中国故事全球舞台——数字浪潮中的文化新生》的演讲中指出,近年来,中国传统文化正以多元形式受到全球关注,具有传统文化元素的游戏产品数量增长显著,展现了文化自信和市场潜力,“现在的中国游戏,完全有能力去追求文化价值和商业价值的双赢,这不仅是文化自信的体现,也是产业升级的必然。”

在题为《与世界共振:让文化成为游戏出海的重要基因》的演讲中,上海鹰角网络科技有限公司合伙人、常务副总裁李明

瑞分享了鹰角网络在游戏出海过程中的实践与文化传播经验。李明瑞表示,文化已成为中国游戏出海的重要基因,“我们深知,游戏出海不仅是产品的出海,更是文化的出海。文化表达需要用更严谨的态度去对待。当文化成为游戏出海的重要基因,我们给玩家带来的就不只是产品,而是一种全新的文化体验。”

米哈游副总裁殷春波则结合米哈游十余年的“出海”实践探索,分享了对游戏出海的思考。他表示,在游戏出海的过程中,需从全球化视野出发,注重打造“认同感”“沉浸感”及“参与感”的深度融合。以游戏内容凝聚“认同感”,以本地化特色运营打造“沉浸感”,以全球用户共创生态培育“参与感”。通过“三感”的有机融合,汲取全球文化精华,传承中华文化精髓,实现情感共鸣、文化交流与生态共创。以游戏为载体,推动中华文化从“走出去”到更深入地“走进来”,迈向出海新篇章。