



传媒行业周报：国游出海收入增速放缓 次世代用户付费能力可观



在去年同期疫情宅经济带来的高基数之上，中国游戏市场 2021H1 实际销售收入达到 1504.93 亿元，同比仍保持增长，增速 7.89%。但游戏用户规模同比增速继续下降至 1.38%，用户时长的争夺竞争激烈。国内市场稳定扩充，自主研发游戏收入稳健增长，市占率超八成。中国游戏企业积极拓展海外市场，在海外市场持续布局，中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入达 84.68 亿美元，同比增长 11.58%，在去年高基数之下该增速低于历史同期。在收入前 100 的游戏类型分布中，策略类游戏占比 41.47%，射击类游戏占比 13.58%，角色扮演类游戏占比 12.25%，这三类游戏合计占比达到 67.3%。出海收入地区分布中，美日韩市场占六成，欧洲市场缓慢成长。在《原神》等头部产品的带动下，2021H1 中国二次元移动游戏市场实际销售收入达 158.1 亿元，同比增长 50.15%。在次世代用户的强消费力下，收入排名前 100 的游戏中，文化融合题材以 3% 的产品数量获得了 16.73% 的流水，仅此于玄幻/魔幻题材的流水规模。

我们继续推荐完美世界（研发基因好+引擎能力强+项目储备丰富+新品期待值高）、吉比特（已上线游戏表现上乘+项目储备丰富+摩尔庄园预期流水可观）、心动公司（核心用户游戏社区+优质产品佐证研运能力）。

风险提示：新冠疫情防控；必选消费价格；国内监管政策；海外互联网市场政策。

市场表现回顾：传媒板块随市场回调。中信传媒指数全周涨跌幅 -6.28%，跑输上证综指、深证成指、创业板指，在 30 个中信一级行业中

位列第 23 位。从细分行业来看，上周互联网广告营销板块表现最佳，中信三级指数涨跌幅-1.28%，出版、互联网影视音频板块表现次之。

行业要闻：工信部官网发布“启动互联网行业专项整治行动”的公告，宣布已启动为期半年的专项整治行动。|工信部召集 12 家互联网平台开会，要求落实《数据安全法》。|ChinaJoy（中国国际数码互动娱乐展览会）在上海举行，多家 A 股游戏公司选择在今年的 ChinaJoy 亮相重磅产品。|百度游戏召开发布会，正式对外公布游戏业务战略和首批产品，预计未来将发行 23 款游戏新品。|趣加互娱（FunPlus）在上海成立中国总部。|腾讯投资手游社区酷酷跑，持股近 20%。|我国首个游戏音频设计与开发流程团体标准发布，网龙、腾讯等八家企业参与起草工作。|SensorTower 显示，2021 年 Q2 韩国手游市场收入同比增长 20%，31 款中国手游拿下近 25% 的市场份额。|雷霆游戏像素风冒险放置手游《冒险与深渊》正式上线。|

关键词：二次元 创业板 手游 疫情

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_34100

