

2024年中国传奇游戏市场研究白皮书

部门：TMT业务部

DEFINITION

研究范围 与定义

研究范围与定义说明

传奇游戏概念定义

- 传奇游戏：以热血传奇IP（Legend of Mir）为游戏题材开发和运营的一系列MMORPG游戏，主要包括传奇客户端游戏、传奇网页游戏和传奇移动游戏。
- 传奇正版游戏：指获得传奇IP版权方正版授权，并据此开发和运营的合规网络游戏产品。
- 传奇私服游戏：指未获得传奇IP版权方正版授权，擅自进行开发和运营的盗版网络游戏产品。
- 游戏运营地区：本报告所研究的传奇游戏特指在中国大陆地区上线和运营的网络游戏产品。

CONTENTS

目 录

01 中国游戏行业发展概况

Overview

02 中国传奇游戏发展分析

Analysis

03 中国传奇游戏细分市场分析

Market segment

04 中国传奇游戏发展趋势展望

Development trend

01 / 中国游戏行业发展概况

Overview

中国网络游戏市场营收规模

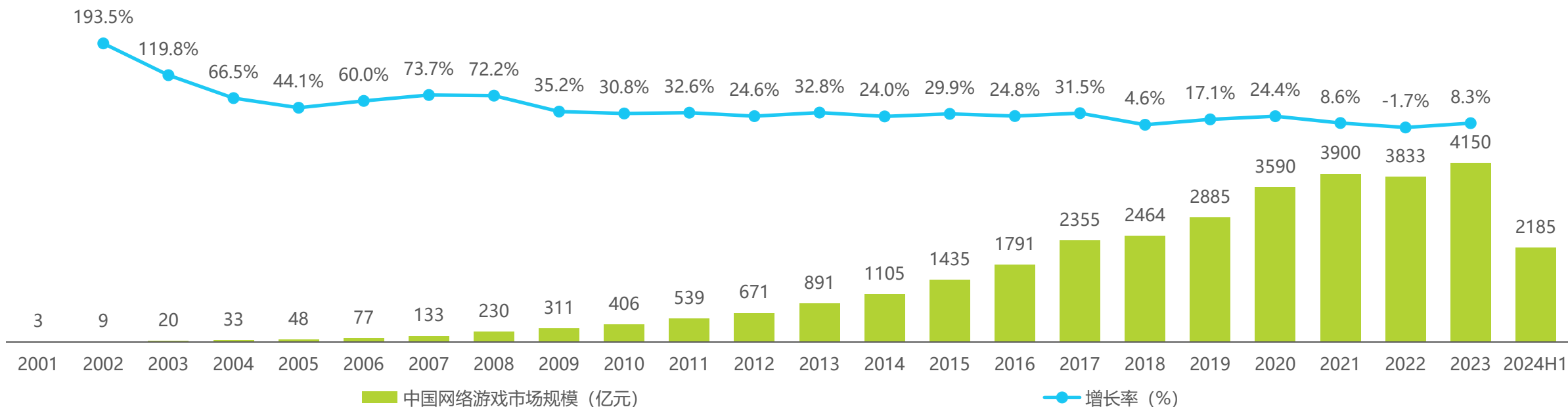
网络游戏市场规模超4100亿，23年来增长近1400倍，未来仍有稳定增长空间

- 2001年盛趣游戏（原盛大游戏）引进的《热血传奇》揭开了我国网络游戏市场高速发展的序幕。2023年中国整体网络游戏市场规模首次突破4000亿元大关，达到4150亿元，相较于2001年，实现了近1400倍的增长。
- 随着5G、AIGC、云游戏、VR/AR等新兴技术与游戏的深度融合，以及经典游戏IP影响力的持续提升、新兴游戏IP层出不穷，中国网络游戏市场正步入创新驱动、内容为王的新阶段，展现出持续稳健增长的势头。

行业规模

行业动态

2001-2024年H1中国网络游戏市场营收规模



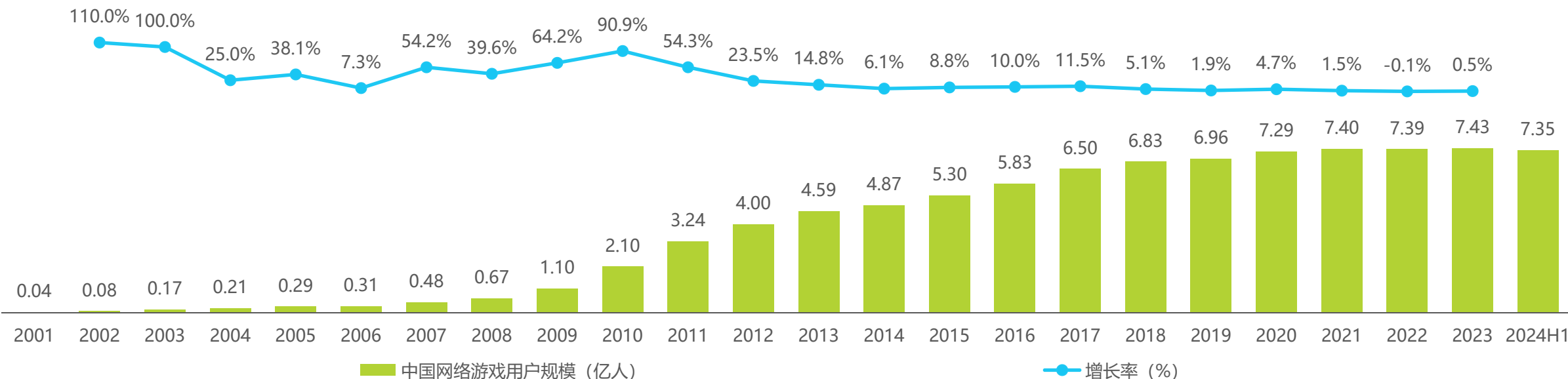
注释：1. 中国网络游戏市场规模统计包括PC客户端游戏、PC浏览器端游戏、移动端游戏；2. 网络游戏市场规模包含中国大陆地区游戏用户消费总金额，以及中国游戏企业在海外网络游戏市场获得的总营收。
来源：中国网络游戏市场规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国网络游戏市场用户规模

网络游戏用户增速趋缓，市场进入存量竞争阶段

- 随着互联网普及和移动设备性能提升，网络游戏在国内快速发展，从小众娱乐转变为社会大众最重要的休闲方式之一：2023年中国网络游戏市场用户规模达到7.43亿人，同比增长0.5%。随着游戏市场人口红利的逐渐消退，预计未来几年内，网络游戏用户规模将趋于稳定，这标志着中国网络游戏行业正式从“流量时代”向“存量时代”转变。
- 在这一新的行业背景下，游戏企业的重心将聚焦在游戏产品质量和游戏用户体验上，以此来提升用户的活跃度、留存率及付费意愿，最终助力企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

2001-2024年H1中国网络游戏用户规模



注释：中国网络游戏用户规模统计包括中国大陆地区网络游戏用户总数量。
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国网络游戏市场发展重点动态——IP化

IP已是游戏市场的关键要素，打造游戏IP成为厂商共同选择

萌芽期 2000-2004

游戏市场现状：

中国宽带网络和电脑硬件迅速发展，网络游戏行业开始起步，在《石器时代》、《热血传奇》等日韩引进游戏风靡的同时，国内游戏企业纷纷推出自主研发的网络游戏产品。

IP阶段特征：

游戏IP的概念尚未明确和普及，但游戏企业开始尝试引进或自主研发具有独特故事背景和文化魅力的网络游戏产品，为游戏IP的发展奠定了基础。

代表游戏产品：

《热血传奇》、《奇迹MU》
《梦幻西游》、《剑侠情缘Online》

培育期 2005-2010

游戏市场现状：

网络游戏用户数量大幅增长，越来越多的企业进入市场。一方面，免费游戏+道具收费的商业模式逐渐成为主流；另一方面，网页游戏的兴起推动SLG、ARPG、休闲等多元类型游戏的发展。

IP阶段特征：

游戏IP概念逐渐明确，一方面，游戏企业围绕原有游戏开发系列游戏产品，提升IP影响力；另一方面，文学IP授权改编的游戏产品在市场上获得认可。

代表游戏产品：

《魔兽世界》、《穿越火线》
《天龙八部》、《诛仙》

成长期 2011-2015

游戏市场现状：

客户端游戏和网页游戏继续保持增长，而随着智能手机和移动互联网的普及，端游厂商纷纷进军手游市场，移动游戏成为新的市场增长点，游戏市场头部厂商和渠道格局开始逐步确立。

IP阶段特征：

市场掀起了IP+游戏的热潮，端游IP、动漫IP、影视IP、文学IP等成为移动游戏产品重要的版权来源。同时，多起版权维权事件使得IP概念深入人心。

代表游戏产品：

《热血传奇手机版》、《我叫MT》
《梦幻西游手游》、《花千骨》

爆发期 2016-至今

游戏市场现状：

移动游戏市场规模超越客户端游戏，开始占据行业主导地位。在市场竞争和政策驱动下，游戏产品持续往精品化方向发展，电竞、二次元、RPG、SLG等品类均有众多精品游戏产品涌现。

IP阶段特征：

更多原创游戏IP出现，游戏IP影响力持续提升，与文旅、教育、娱乐等领域的跨界融合成为新的趋势，并带来广泛的社会价值、经济价值和文化价值。

代表游戏产品：

《王者荣耀》、《阴阳师》
《原神》、《原始传奇》

中国网络游戏市场IP现状——热门原创游戏IP盘点

从《传奇》到《原神》，原创IP驱动游戏市场多元化发展

- 原创游戏IP是指自主原创而非基于其他作品改编的游戏产品。历经二十多年的蓬勃发展，中国网络游戏市场已经孕育了众多有影响力的原创游戏IP：一方面，端游时代诞生了许多火爆至今的经典原创游戏IP，以《热血传奇》为例，在国内23年的深耕运营下，传奇IP衍生出了许许多多的游戏产品，形成了独特的传奇游戏品类；另一方面，手游时代新兴原创游戏IP加速涌现，《王者荣耀》、《原神》等也为游戏市场带来前所未有的多样性与创新性。这些原创游戏IP影响力的持续提升，将共同推动中国网络游戏市场向着更加繁荣、多元的方向稳步前行。

中国网络游戏热门原创IP类型分布

电子竞技类IP



武侠/仙侠类IP



奇幻/魔幻类IP



二次元类IP



休闲类IP



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

02 / 中国传奇游戏发展分析

Analysis

中国传奇游戏发展历史回顾

传奇IP见证中国网络游戏市场发展，未来成长空间值得期待

- 作为中国网络游戏市场的标志性产品，传奇在游戏内容、社交互动、经济模式等多维度上开创我国网络游戏行业的先河，引领了行业发展方向。同时，在二十多年的发展过程中，传奇IP在端游、页游、手游等领域均产出了众多精品游戏产品，展现出强大的生命力和影响力，至今仍是游戏市场中的现象级IP。
- 随着传奇IP国内版权的厘清，传奇市场将迎来版权规范、产业合作、游戏创新、用户体验等多方面的积极影响，为传奇IP未来的长期发展奠定更加坚实的基础。

中国传奇游戏发展大事记

《热血传奇》由盛趣游戏（原盛大游戏）引入中国，开启中国网游时代序幕。

2001

《热血传奇》由时间收费进入免费运营阶段，开创CSP的行业盈利新模式。

2005

一批传奇IP的高流水页游出现，三七互娱《传奇霸业》上线80天流水破3亿。

2014

世纪华通与娱美德达成5年合作协议，传奇IP在中国大陆地区的发展进入新阶段。

2023

《热血传奇》同时在线人数达70万，成为当时世界上规模最大的网络游戏；传奇私服出现并逐渐泛滥。

2002

兄弟篇《传奇外传》推出，《传奇归来》、《传奇续章》等系列内容陆续上线。

2008

《热血传奇手机版》公测，最高月流水7亿元，开启了传奇IP手游化发展进程。

2015

娱美德宣布《传奇M》、《传奇4》国服上线计划，推动国内传奇游戏市场进一步精品化。

2024

发展历史

市场规模

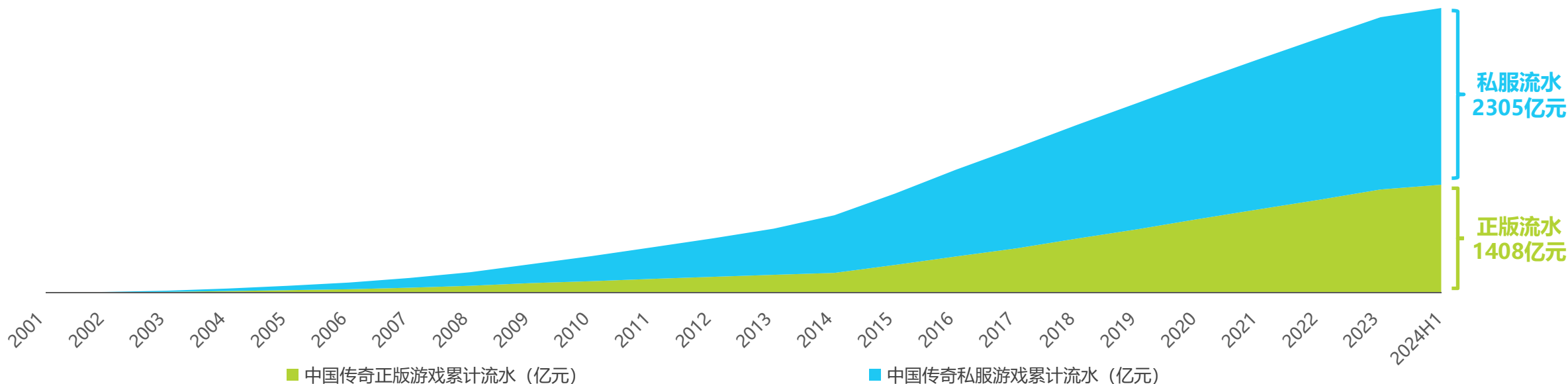
发展策略

中国传奇游戏市场流水规模分析—累计流水

截至2024年上半年，传奇游戏累计流水已超3700亿元

- 自进入中国市场以来，传奇游戏累计创造的流水达到3713亿元，展现出传奇IP在国内市场深厚的用户基础、强大的市场影响力和长久的商业化价值。
- 整体传奇游戏流水中，正版游戏累计流水为1408亿元，私服游戏累计流水为2305亿元，私服流水约为正版流水的1.64倍。尽管传奇私服很大程度上侵害传奇正版IP的权益，但传奇私服对于维持传奇整体市场热度和用户粘性起到了一定的帮助，私服的流水也体现出传奇用户对传奇IP的喜爱度和付费意愿。在未来，将用户从传奇私服吸引回到传奇正版游戏，不仅需要盗版打击的配合，更需要传奇正版游戏持续提升产品力，以精品游戏内容和优质游戏体验获得用户的认可。

2001-2024年H1中国传奇游戏累计流水



注释：传奇游戏流水规模统计包括正版游戏流水和私服游戏流水，平台包括客户端游戏、网页端游戏和移动端游戏。
来源：传奇游戏流水规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国传奇游戏用户影响力分析

传奇核心用户群体超5000万，泛用户群体超3亿

- 据艾瑞咨询推算，传奇游戏的核心用户群体超过5000万人，他们对传奇有情感投入、长期活跃在游戏中，不仅是游戏消费的主力军，也是传奇游戏传播的重要力量。
- 同时，在二十多年的运营中，传奇不仅积累了超过1.5亿的基础用户，还通过社交媒体、直播平台等渠道持续传播传奇游戏文化，在互联网上形成了广泛的IP影响力，预计传奇IP整体的泛用户群体规模已超过3亿人。从未来发展趋势来看，传奇游戏用户的年轻化是传奇游戏持续发展的基础，目前30岁以下的传奇游戏用户占比已接近40%，随着传奇游戏在抖音等年轻人聚集平台的推广加速，必将有更多的年轻用户转化为传奇玩家。

中国传奇用户层级分布



注释：传奇核心用户规模数据为截至2023年12月底的规模，为传奇客户端游戏、网页端游戏和移动端游戏的用户去重规模。

来源：传奇用户规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国市场传奇IP价值评估

至2030年，传奇进入中国市场30年之际，IP整体价值将超过5600亿元

- 根据艾瑞咨询的“游戏IP价值评估模型”，最终估算传奇IP至2030年的整体价值约为5645亿元，其中传奇相关游戏产品是主要的收入来源，占比约为94.0%。
- 同时，由于本报告对传奇IP价值的评估受限于时效性，该评估价值仅基于截至报告发布日的市场发展现状及游戏产品生态进行推算。艾瑞分析认为，随着国内传奇版权的规范化和以及《传奇M》、《传奇4》等已在国际市场获得成功的优质产品引入中国，有望给传奇IP带来巨大的价值增长空间。

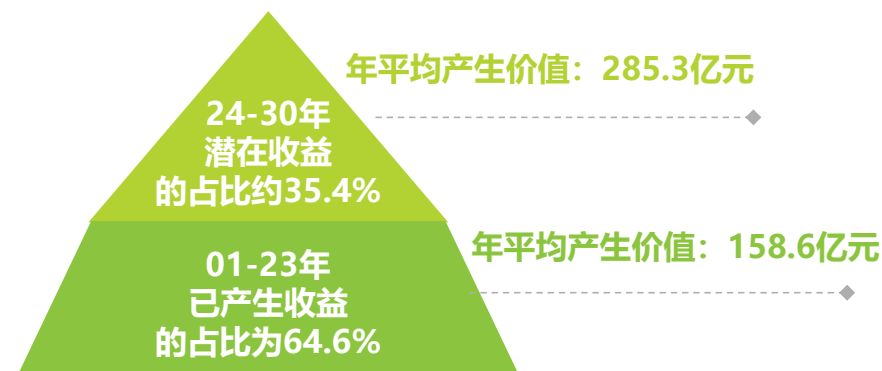
中国市场传奇IP价值评估

传奇IP各品类价值：

游戏类	泛娱乐类	衍生类
5309 亿元	310 亿元	26 亿元



按时效性分布：



注释：1.游戏类产品和泛娱乐类产品的市场价值约等于该类别下所有产品总共能获得收入之和；2.衍生类产品分为官方产品和授权产品两个类别，官方的衍生类产品市场价值是指产品的实际销售额，授权的衍生类产品市场价值是指IP版权方所获得的授权费用。

来源：传奇IP价值评估由艾瑞综合桌面研究、企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国传奇游戏文化现象分析

作为经典的游戏文化符号，传奇IP衍生内容生态仍有待完善

- 作为中国网络游戏史上的里程碑产品，传奇不仅见证了中国网络游戏市场的黄金时代，还以其独特的魅力成为了无数游戏玩家的青春记忆，深刻地影响了中国网络游戏市场的发展历程。历经二十余载的沉淀与演变，传奇系列游戏在国内市场长盛不衰，如今，传奇已经从一款游戏成为一个游戏品类，更成为一种网络文化现象。
- 值得注意的是，与《王者荣耀》、《原神》等新兴IP相比，传奇IP的影响力主要建立在大量的游戏产品、游戏素材上，而比较缺少衍生内容来触达游戏的外部市场和更广泛的用户群体。展望未来，传奇IP有望向影视、动漫、周边、旅游等多元领域拓展，构建更加多元、丰富的IP生态体系，吸引更多的用户加入到传奇中来。

传奇已成为中国网络游戏市场中极具影响力的文化现象



产业效应：中国网络游戏史上的标杆产品

作为MMORPG鼻祖级游戏，传奇经典的游戏玩法、系统设计、经济模式等影响了后续一大批网络游戏产品的制作，对整个游戏行业具有里程碑式的意义。



用户效应：一代人的青春、故事和情怀

“屠龙刀”、“攻占沙巴克”，传奇承载了无数的江湖冒险和青春记忆，至今仍是众多游戏玩家的情感寄托，传奇作为一种社会现象影响了一代人。



娱乐效应：传奇热梗广泛流传，破圈传播

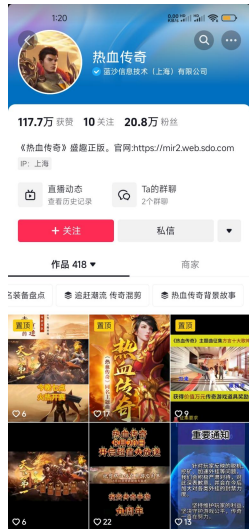
众多娱乐明星的跨界合作推动了传奇游戏的破圈，“是兄弟就来砍我”、“船新版本”等传奇相关梗文化在互联网广泛传播，形成了独特的传奇效应。

中国传奇游戏营销核心策略分析

全方位营销，持续提升传奇游戏的认可度和影响力

- 传奇作为经典游戏类型，至今仍持续受到用户欢迎，这和游戏整体的营销策略有密切关系，内容营销、情怀营销和社交营销是传奇游戏目前最主要采用的营销策略。
- 内容营销**：尽管传奇游戏进入中国市场已有二十多年的时间，但传奇IP衍生内容发展相对较晚，目前互联网上出现越来越多的传奇相关内容，通过介绍游戏世界观、背景故事等向用户传达传奇品牌形象，提升用户对传奇的感知和认可度。
- 情怀营销**：结合中年用户群体对初代传奇游戏的深厚情感，打造具有怀旧元素的营销内容，通过邀请中年用户熟悉的明星代言及举办针对中年用户的定制化活动等，激发中年用户的怀旧情怀和归属感。
- 社交营销**：充分利用微博、微信、抖音等热门社交媒体平台，实施年轻化、互动化的营销策略，如通过直播传奇游戏内容、发起线上挑战赛、举办粉丝互动活动等方式，有效吸引年轻用户的目光，让传奇游戏在年轻群体中进一步扩散。

传奇游戏的全方位营销策略



内容营销：输出游戏品牌形象



情怀营销：怀旧元素沉淀中年用户



社交营销：直播成为触达年轻化用户的重要方式

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国传奇游戏营销主要手段分析

买量和明星代言仍是主要推广手段，跨界联动开始起步

- **游戏买量**：买量即通过密集的广告投放来吸引玩家，增加游戏曝光度和用户量。近年来，传奇一直是游戏买量市场的重要品类，传奇相关的买量素材在网络中广泛覆盖，成为吸引游戏玩家的有力手段。
- **明星代言**：明星代言是指邀请知名明星作为游戏代言人，通过其影响力和号召力来吸引粉丝和潜在玩家。传奇游戏是市场上合作明星最多的游戏品类，通过与多位明星的广泛合作，传奇游戏持续出圈。
- **跨界联动**：跨界联动是指游戏与其他行业或品牌进行合作，共同打造联合活动或产品。跨界联动可以拓宽传奇游戏的市场边界和影响力范围，吸引更多多元化的用户群体。随着传奇游戏用户的年轻化发展，跨界联动将成为传奇游戏越来越重要的营销手段。

传奇游戏借助买量推广、明星代言及跨界联动营销



买量推广：多样化买量素材



明星代言：《贪玩蓝月》x 古天乐



跨界联动：《原始传奇》x 赫哲族鱼皮画

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

03 / 中国传奇游戏细分市场分析

Market segment

中国传奇游戏产业链图谱

产业链上下游密切协作，多家厂商共同做大、做强传奇游戏

2024年中国传奇游戏核心产业链



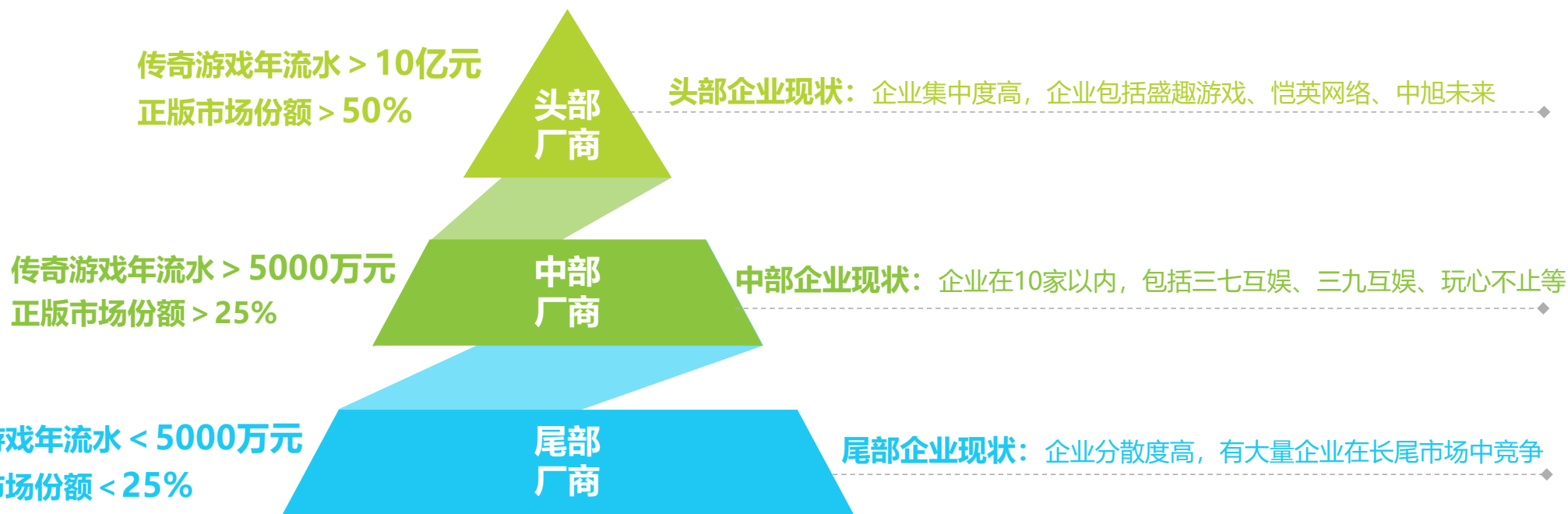
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国传奇游戏厂商格局分布

传奇游戏厂商的多层级分布

- 头部传奇游戏厂商与传奇IP版权方关系密切，具备强大的研发实力、丰富的运营经验和深厚的市场资源，他们运营了多款成功的传奇游戏产品，在传奇市场上具有极高的知名度和用户影响力，并占据了较高的市场份额。
- 中部传奇游戏厂商从传奇IP版权方取得正版授权，大多数企业已推出和运营过具有市场竞争力的传奇游戏产品，累积了一定的品牌知名度与市场份额。
- 尾部传奇游戏厂商以小型游戏工作室为主，往往通过和头部、中部厂商合作的方式，来获得传奇正版游戏的研发资质，主要聚焦传奇长尾市场进行产品研发和运营。

中国传奇市场厂商格局



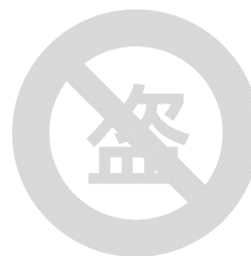
来源：传奇厂商格局由艾瑞综合桌面研究、企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

传奇授权服与私服发展现状

传奇IP授权业务加速，盗版打击力度加大推动私服向授权服逐步转变

- 近年来国内传奇IP的授权业务持续往正规化发展，目前已有多家游戏大厂与世纪华通达成传奇IP授权合作。此外，许多中小型游戏工作室与这些获得传奇IP授权的体系内厂商合作，从而获得传奇游戏的研发资质，并由大厂代为发行所研发的传奇游戏产品。
- 据不完全统计，2023年国内在运营的传奇私服数量超过640个，由于制作成本、游戏推广等原因，端游和页游仍是传奇私服的盗版集中地；而传奇手游私服由于版号管控力度和盗版打击力度的持续加强，逐步开始体系内厂商寻求正版资质，但仍存在扩大游戏经营范围、服务器数据转移、流水上报不全等不合规现象。

2023年传奇授权服与私服发展情况



2023年传奇私服总数：640+个

传奇私服发展现状：由于搭建成本较低、游戏推广更方便等原因，目前传奇私服仍以端游和页游为主；而传奇手游私服由于搭建成本高、版号管控严格、充值支付难度大等原因，出现向版权授权和资质合作的转变趋势。

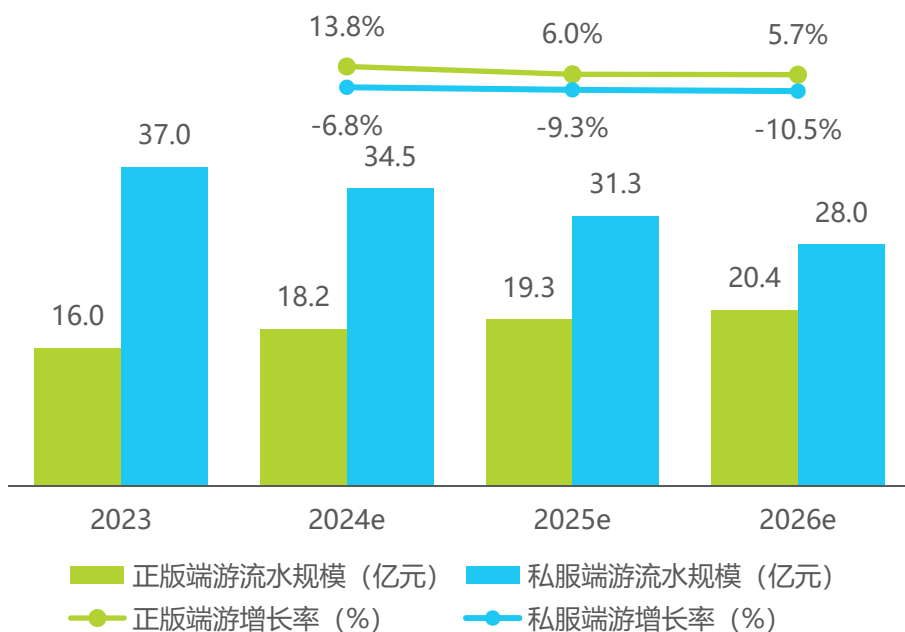
传奇私服发展趋势：随着社会版权保护措施完善和大众版权意识的提升，传奇私服在未来将逐步衰退，正版市场空间广阔。

中国传奇游戏细分情况——端游市场

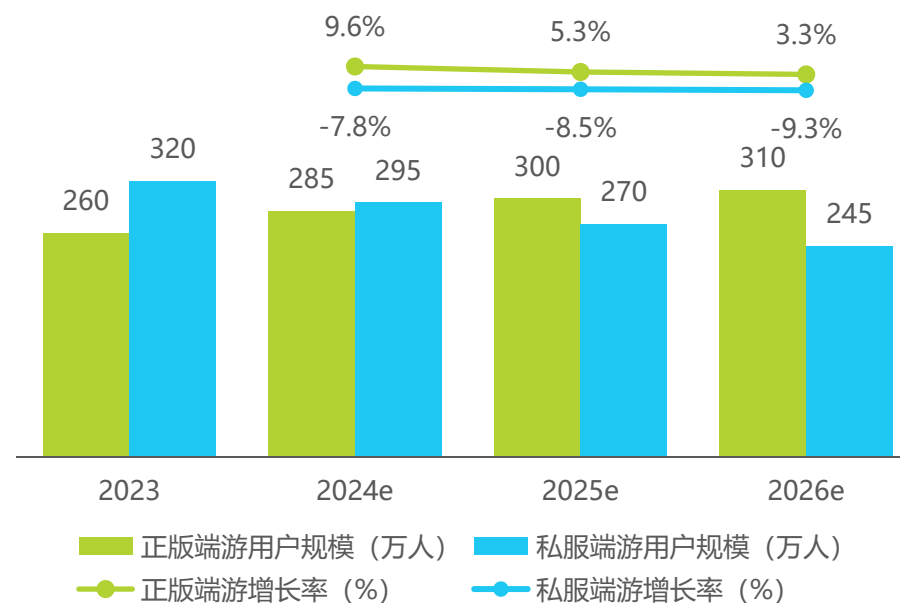
传奇端游基本盘稳固，占整体传奇市场比例约为19.6%

- 传奇正版端游主要厂商为盛趣游戏，旗下有以《热血传奇》为核心的一系列传奇端游产品。根据艾瑞咨询推算，2023年传奇正版端游流水规模约16亿元，用户规模约260万人；2023年传奇私服端游流水规模约37亿元，用户规模约320万人。随着2024年6月《热血传奇》新百区的开启和未来更多新版本内容发布，预计2024年传奇正版端游在流水侧和用户侧均将得到一定幅度的增长。

2023-2026年中国传奇端游市场流水规模



2023-2026年中国传奇端游市场用户规模



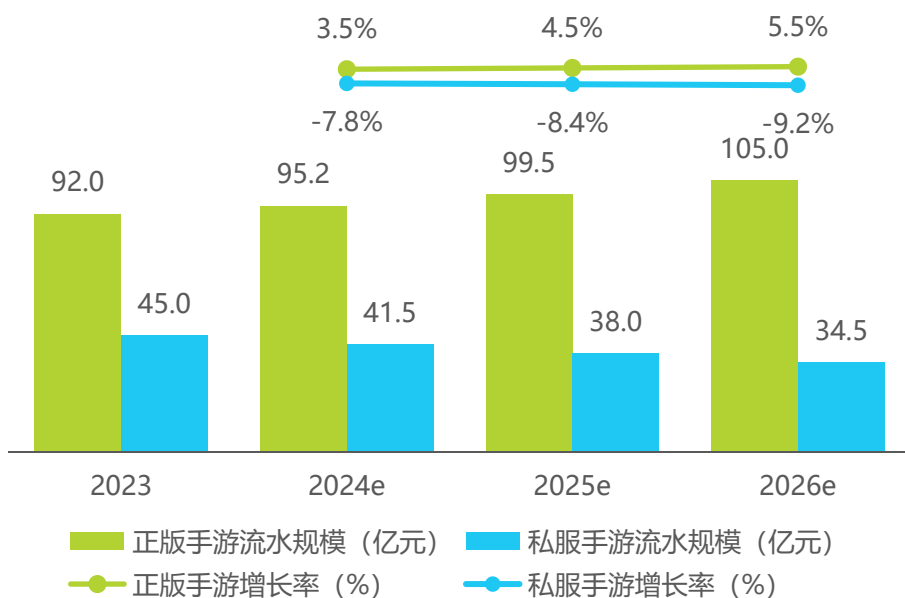
来源：传奇端游流水规模和用户规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国传奇游戏细分情况——手游市场

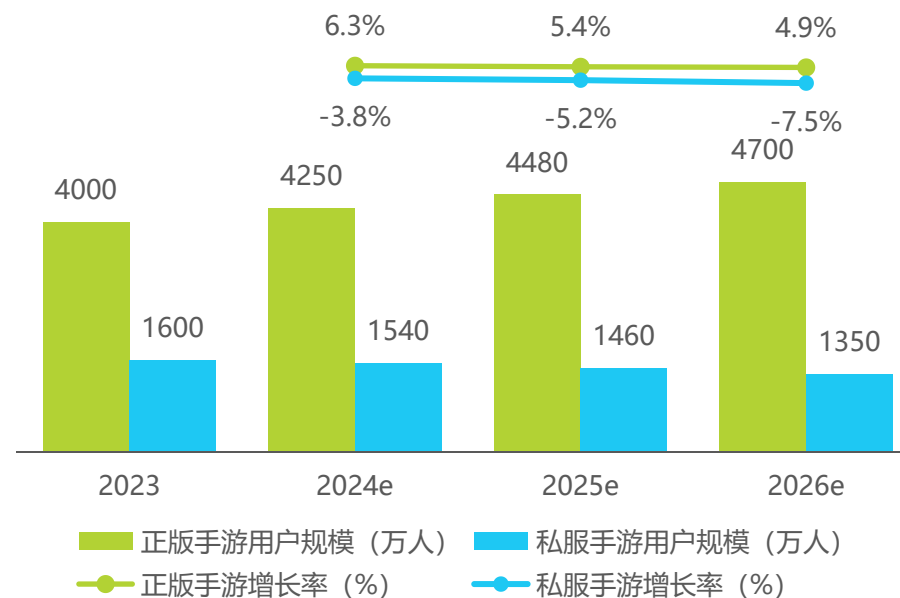
手游贡献了传奇游戏最主要的流水，占整体传奇市场比例约为50.5%

- 随着移动游戏行业的快速发展，传奇IP产品也迅速往移动端转移，目前已成为传奇市场最主要的流水来源。根据艾瑞咨询推算，2023年传奇正版手游流水规模约92亿元，用户规模约4000万人；2023年传奇私服手游流水规模约45亿元，用户规模约1900万人。随着游戏版号的常态化发放和传奇游戏产品的精品化发展，传奇手游市场仍有巨大的增长潜力。

2023-2026年中国传奇手游市场流水规模



2023-2026年中国传奇手游市场用户规模



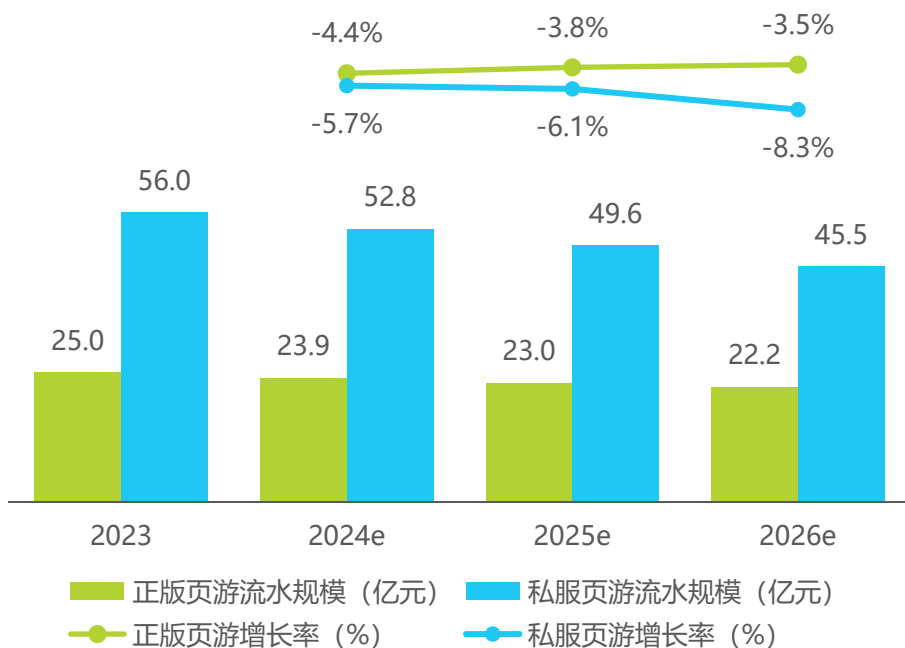
来源：传奇手游流水规模和用户规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国传奇游戏细分情况——页游市场

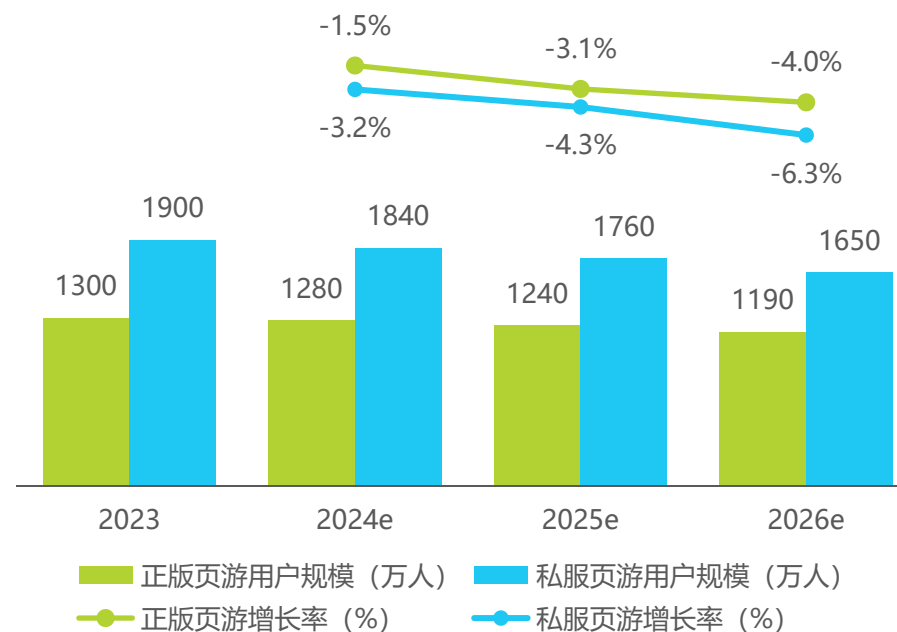
便捷性是传奇页游主要优势，占整体传奇市场比例约为29.9%

- 尽管整体页游市场在持续萎缩，但传奇页游仍保持着较为强大的生命力，这和传奇游戏庞大的开服量有着直接关系。根据艾瑞咨询推算，2023年传奇正版页游流水规模约25亿元，用户规模约1300万人；2023年传奇私服页游流水规模约56亿元，用户规模约1900万人。随着传奇游戏的精品化趋势，传奇用户会逐渐向长线运营产品转移，传奇页游无法抵挡逐年下滑的势头。

2023-2026年中国传奇页游市场流水规模



2023-2026年中国传奇页游市场用户规模



来源：传奇页游流水规模和用户规模由艾瑞综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国传奇游戏发展现状总结

传奇游戏各端探索差异化发展道路，玩法创新、用户年轻化和社交传播是重要方向

- 从细分市场看，传奇游戏在端游、手游和页游领域，均展现出鲜明的发展特色，在产品层、用户层和营销层有各自的差异化优势。整体来看，产品层上，传奇游戏在经典元素的基础上，加入新玩法、新模式等创新内容给用户提供更多选择；用户层上，年轻用户是传奇游戏当下主要拓展的目标群体；营销层上，抖音、快手、视频号等内容直播平台成为传奇游戏触达用户的重要渠道。

传奇端游发展现状：

产品层：在保留经典元素的基础上，传奇端游一方面不断推出新的玩法如大逃杀模式，另一方面，怀旧版本的推出让玩家能够重温经典，从而有效提升玩家的游戏体验。

用户层：传奇端游用户群体相对稳定，主要为中年人群，这些情怀玩家对传奇游戏的忠诚度较高，付费率和付费能力也较强。

营销层：通过构建活跃的玩家社区、策划丰富多彩的线上线下活动，不仅加深了玩家的游戏归属感，还有效提升了用户粘性与活跃度，为传奇端游的持续发展注入动力。

传奇游戏的发展现状与特色



传奇手游发展现状：

产品层：版号的常态化发放使得更多传奇手游能够上线运营，但也加剧了传奇市场的竞争。此外，传奇手游衍生出多样的变种版本，如超变、冰雪、西游等，为玩家提供了丰富的选择。

用户层：随着游戏画面、音效及玩法升级与创新，传奇手游吸引了大量年轻玩家的关注，实现用户结构的年轻化与多元化。

营销层：社交媒体已成为传奇手游推广的重要阵地。通过微博、微信、抖音等热门平台，游戏厂商可以精准定位目标受众，以创意内容、互动活动等形式，高效传播游戏内容，增强玩家参与感和归属感。

传奇页游发展现状：

产品层：随着网络游戏跨平台步伐的加快，三端互通成为流行趋势。在网页技术不断进步的背景下，画面质量和交互效果得到显著提升的传奇页游，是端游和手游的重要补充产品。

用户层：页游的便利性极大地降低了游戏门槛，“无需下载，点开即玩”的特性，使得用户能够较为轻松地从多种多样的传奇游戏产品中找到自己偏好的产品。

营销层：竞价推广与SEO优化仍是传奇页游营销的主要方式，精准的竞价推广让游戏能够迅速触达目标用户，而SEO则通过提升游戏在搜索引擎中的排名，带来持续的曝光与流量。

04 / 中国传奇游戏发展趋势展望

Development trend

传奇游戏发展机遇分析

经典传奇游戏的发展新机遇

- 当下，传奇游戏领域正迎来前所未有的发展机遇，主要聚焦于正版化、精品化与轻量化三大核心趋势，这些趋势的精准把握将为传奇市场的持续繁荣与健康发展注入强劲动力，有望开启传奇游戏市场的新篇章。

发展机遇

发展展望

传奇游戏的核心发展机遇

正版化

随着传奇版权纠纷的逐步解决，传奇游戏正版化进程加速推进，这有助于保护游戏开发者的合法权益，吸引更多厂商进入市场，从而激发行业的创新活力，提升传奇游戏的整体品质。



精品化

随着游戏玩家需求的日益提高和多元化，传奇游戏的精品化转型成为必然，高品质、有传承、有创新的精品内容如《传奇M》等产品，将为传奇玩家带来卓越的游戏体验。



轻量化

小程序游戏近年来快速增长，爆款频出，成为游戏行业新的增量来源。传奇在小程序市场的加速探索，进一步降低了游戏门槛，为更多玩家带来轻松、灵活的传奇游戏体验。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

传奇IP发展方向展望

以传奇游戏为核心，构建立体化传奇IP生态

- 展望传奇IP生态的未来发展，其核心聚焦于传奇IP的深度挖掘与广度拓展，最终致力于构建一个多元化、技术引领、国际化且用户体验至上的立体化生态体系。这些方向的探索和推进，不仅将重塑传奇经典IP，更有望再次引领游戏行业潮流，为广大传奇游戏玩家带来更加优质的游戏体验和更加精彩的娱乐生活。

传奇IP生态发展展望

生态多元化

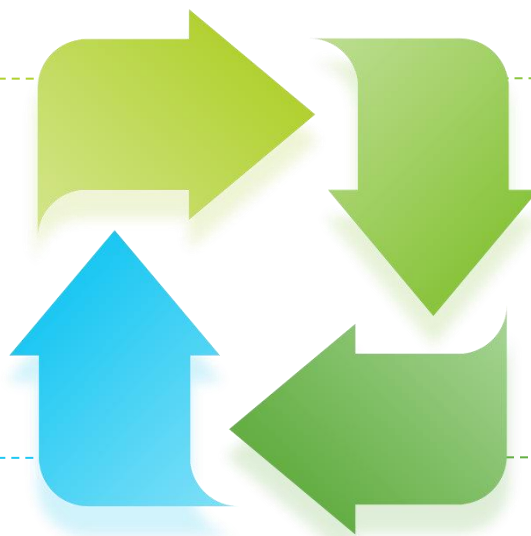
多领域拓展：传奇IP未来有望向赛事、影视、音乐、小说、周边等多个领域拓展，形成更加立体化的传奇IP矩阵。

跨平台整合：传奇IP将积极拥抱小程序、云游戏等新兴平台，通过多平台布局实现更广泛的游戏用户覆盖。

技术创新与升级

AIGC融合：AIGC技术可以赋能传奇的游戏设计、场景渲染、角色动作捕捉等方面，实现游戏开发的降本提质。

新兴技术探索：VR/AR等技术的发展与应用，有望给传奇带来更加独特、有趣、丰富的游戏模式和游戏体验。



全球布局与国际合作

IP全球化布局：娱美德持续推进传奇IP的全球布局，《传奇4》、《传奇M》等精品游戏，吸引更多国家的玩家沉浸于传奇的独特魅力之中。

国际合作：传奇游戏及衍生业态的发展将带动更多国际间协作，共同提升传奇在国际市场的品牌知名度。

用户体验与社区建设

提升用户体验：传奇通过持续优化游戏内容、提升产品品质、加强游戏互动等方式为玩家打造卓越的游戏环境。

加强社区建设：传奇可以积极建设官方社区和玩家社群，通过举办各种线上/线下活动、开展玩家互动等方式，加强玩家之间的交流和整体社区氛围。

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400 - 026 - 2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能