



头豹
LeadLeo

2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

主机游戏软件：从开发到体验的沉浸式旅程与市场趋势 头豹词条报告系列



刘浩

2024-12-31 未经平台授权，禁止转载

摘要 主机游戏行业涵盖开发、生产、销售，依赖技术创新和优质内容。市场规模持续增长，2018-2023年间年复合增长率8.86%，预计2024-2028年间年复合增长率为8.32%。增长原因包括技术迭代和公共卫生事件推动需求上涨。供应链问题和消费回归常态导致出货量受限，影响行业规模。未来，跨平台游戏和国潮文化结合将成为市场主流，加速行业规模增长，特别是中国市场潜力巨大。

行业定义

主机游戏行业指的是借助游戏平台（如PlayStation、任天堂Switch等）进行开发、生产和销售的整个生态系统。这个行业主要包括游戏开发商、零售商，以及在线服务提供商。游戏类型主要分为竞技对抗和模拟养成两种类型，其经营方式涵盖了游戏软件销售、数字下载、在线订阅服务等多种模式，并通过持续的内容更新和创新来保持玩家的兴趣和市场的活力。这一行业的成功依赖于技术创新、优质内容和用户体验的不断提升。

行业分类

按照主机游戏游戏类型的分类方式，主机游戏（软件）行业可以分为如下类别：竞技对抗类游戏和模拟养成类游戏

主机游戏（软件）行业基于游戏类型的分类

主机游戏（软件）行业基于游戏类型主要分为：竞技对抗类游戏和模拟养成类游戏

竞技对抗类游戏

竞技游戏是一类以对抗为核心的游戏类型，玩家通过技术和策略与其他玩家或AI对手进行比赛，游戏的核心为竞技对抗系统，较其他游戏而言更强调玩家的即时策略与战术。

模拟养成类游戏

模拟游戏是一类通过计算机模型模拟现实或虚构场景，让玩家体验不同职业、活动或环境的游戏。它们强调细节和系统性，让玩家通过管理资源、规划策略来体验和模拟各种现实生活中的情况和挑战。

行业特征

主机游戏（软件）的行业特征主要包括：付费模式透明、市场集中度高、中国市场起步晚

1 付费模式透明

主机游戏主要采用先付费后游戏的模式，价格公开透明，付费模式较为单一，通常只有本体付费和DLC付费两种，因此隐性付费和诱导性付费导致的负面事件较少。例如，FromSoftware以其优秀的DLC历史而闻名，从《黑暗之魂》系列到《血源诅咒：老猎人》，这些DLC都受到了玩家的高度评价。《艾尔登法环：黄金树幽影》作为FS社的最新DLC，继承了这一传统。当前，新型游戏付费模式正在崛起，2024年全球主机游戏热度榜TOP100中已有20%采取免费游玩、内购付费商业模式，这与游戏跨平台发行有密切关系。

2 硬件供应商竞争格局稳定

硬件制造商任天堂、微软和索尼三家公司是主要的游戏硬件制造商，凭借其游戏主机平台的运营，主导着全球游戏主机市场，并成为全球最大的视频游戏发行商。由于基础设施优势，它们也是全球最大的视频游戏发行商，每年从视频游戏中赚取数十亿美元。索尼PS5以先进的SSD硬盘和强大的图形处理能力吸引约4,000万玩家，2023年市占率达45.6%；微软Xbox凭借高处理性能和GamePass订阅服务获20%市占率；任天堂Switch凭混合主机设计在2023年实现1,800万台销量，市占率接近30%。

3 中国游戏行业受政策制约

“游戏机禁令”对国内主机游戏的生产与销售造成了制约，使得国内市场的规模相对较为有限，国内企业因此错失了在这一利润丰厚的产业领域内崛起的机遇。在“游戏机销售限制政策”实施期间，由于正规销售渠道的缺失，非正规游戏主机市场充斥着走私和盗版产品，这严重侵害了消费者权益并破坏了市场秩序。因此在政策环境的约束下中国主机游戏市场起步较晚。

发展历程

主机游戏（软件）行业历经三个重要发展阶段。萌芽期（1970年前后）以雅达利《Pong》为代表，游戏主机与内嵌游戏一体化，推动了家庭娱乐的普及。启动期（1980年-2000年）则见证了游戏主机与卡带的分离，任天堂、索尼等推出的创新硬件，如PlayStation和N64，极大地提升了游戏容量和体验。进入高速发展期（2000年至今），数字下载和云游戏成为主流，玩家不再依赖实体介质，游戏行业进入新纪元。微软、索尼的高清主机及任天堂Switch获得市场认可，云游戏和VR等技术日益成熟，未来主机游戏将更加多样化和高效。

萌芽期 · 1970-01-01~1972-01-01

《Pong》是美国雅达利公司（ATARI）开发的视频游戏，发行于1972年。HOME-PONG成为了这一阶段代表性的游戏主机。游戏主机与主机游戏一体化是主机游戏的最早传播方式，这种形式下游戏软件随游戏主机一同发售，并不存在二者的单独概念。1977年，任天堂和三菱电机合作开发的软件内藏型彩色电视游戏机“COLOUR TV GAME 6”和“COLOUR TV GAME 15”先后上市。与三菱电机的合作是任天堂发展途中的一段小插曲，是该会社踏足TV游戏领域至关重要的接合点。

虽然将游戏主机作为传播媒介为游戏价格、游戏容量等方面带来诸多不便，但允许用户在家中游玩电子游戏依然是新鲜的体验，进而受到用户欢迎。除提供游戏外，设计具有个性化的游戏主机也是当时吸引用户的重要手段。

启动期 · 1980-01-01~2000-01-01

1987年，中山市的小霸王电子工厂开始量产基于任天堂8位机系统的游戏主机，小霸王成为了当时红极一时的品牌。1994年索尼推出PlayStation，采用CD-ROM作为游戏介质，改变了游戏的存储和分发方式。1996年任天堂发布N64，首次在家用游戏机中引入了3D图形技术。随着用户对3D画面、彩色图像、更大游戏容量等方面的需求，容量较小的卡带难以满足用户期望，市场参与者也积极探索更优的传播媒介和更加具有表现力的游戏表现技术。游戏主机即为游戏软件传播媒介的形式，极大程度限制了游戏的发挥空间，随着主机游戏的进一步发展，游戏主机与游戏软件逐步剥离，主机游戏市场中出现游戏软件厂商的概念。这一时期游戏软件主要以卡带作为传播媒介，相较于游戏主机，应用卡带具备提高承载上限、引入更多游戏制作商、游戏内容灵活机动等优势。而以任天堂为代表的企业将具备更高性能的游戏卡带作为传播媒介，虽然在成本等方面处于劣势，但游戏软件更易携带且不易损坏。

高速发展期 · 2000-01-01~2024-01-01

2000年，微软推出Xbox，标志着其进入游戏主机市场，并引入了Xbox Live在线服务。2013年9月，上海自贸区成立，国务院允许自贸区外资企业从事游戏游艺设备的生产和销售，通过文化主管部门内容审查的游戏游艺设备可面向国内市场销售，这意味着游戏主机在中国最终解禁。随后，微软Xbox One行货主机于2014年9月19日在华正式销售，成为主机解禁后首个在华销售的游戏主机。2013年，索尼推出PlayStation 4，微软推出Xbox One，均支持高清游戏和数字下载。2017年，任天堂发布Switch，结合了家用和便携式游戏机的特点，获得了广泛的市场认可。随着技术的发展，云游戏服务如Google Stadia、NVIDIA GeForce Now等开始兴起，允许玩家在不同设备上流畅地玩游戏。VR技术的进步使得沉浸式游戏体验成为可能，Oculus Quest等设备逐渐普及。

在数字下载阶段，除光盘、卡带等传统媒介外，用户也可通过网络传输的形式下载游戏，游戏软件不再依赖实体媒介传播，进而降低了游戏企业的研发成本，此外，企业也无须顾虑由于实体媒介性能上限造成的用户体验下降，以及产品销量的不确定性导致的游戏产量不足或游戏滞销等问题。随着网络等基础设施升级，云技术等新兴技术将进一步应用于主机游戏领域，下载速度、游戏体验等将进一步升级，但是现阶段相关技术发展尚不完善、相关商业模式仍在探索，主机游戏领域进入这一阶段仍需时日。

产业链分析

主机游戏（软件）发展现状

主机游戏（软件）行业产业链上游为游戏硬件厂商及专业游戏开发人才，主要为中游游戏开发提供设备基础、技术支持和创意支持；中游为主机游戏软件开发商，向下游平台提供内容，推动玩家社群和市场需求；下游为游戏玩家，玩家需求对游戏类型的设计起着直接的引导作用。

主机游戏（软件）行业产业链主要有以下核心研究观点：

上游硬件供应商竞争格局集中。

主机厂商通过技术创新和市场策略维持竞争力。索尼PS5以先进的SSD硬盘和强大的图形处理能力吸引约4,000万玩家，2023年市占率达45.6%；微软Xbox凭借高性能和Game Pass订阅服务获20%市占率；任天堂Switch凭混合主机设计在2023年实现1,800万台销量，市占率接近30%。

中游游戏开发模式与内容多样。

服务式游戏（GaaS）通过定期更新内容提升玩家留存率和盈利能力成为主流。例如，动视暴雪的《使命召唤：战区》吸引1亿活跃玩家，《堡垒之夜》积累3亿玩家，显著延长了游戏生命周期。另外，独立游戏崛起，凭借创新性和低预算特色成为主机内容的重要补充，进一步丰富内容生态。2023年，PS Store中独立游戏占比达35%，贡献平台收入的20%。

主机游戏（软件）产业链上游分析

生产制造端

游戏硬件生产商及游戏开发人才

上游厂商

三星（中国）投资有限公司

台湾积体电路制造股份有限公司

超威半导体产品（中国）有限公司

高通（中国）控股有限公司

鸿海精密工业股份有限公司

京东方科技集团股份有限公司

微软硬件

索尼硬件

任天堂硬件

产业链上游分析

硬件供应商层面：主机厂商通过技术创新和性能提升吸引玩家，激励玩家的购买需求。

主要硬件供应商如索尼、微软和任天堂，通过定制化技术和市场策略维持其在全球市场的竞争力。索尼PS5凭借其先进的SSD硬盘和强大的图形处理能力，在2023年吸引了约4,000万玩家，市占率为45.6%。微软Xbox则通过其超高的处理性能和Game Pass订阅服务，吸引了大量玩家，2023年市占率达20%。任天堂Switch虽在硬件性能上不及PS5和Xbox，但凭借其独特的混合主机设计在2023年依然实现了1,800万台的销量，市占率接近30%。

游戏开发人才供应层面：主机游戏市场需求的增长，游戏开发人才的供需不平衡+技术性岗位的紧缺问题日益严重。

游戏行业人才供给趋于饱和，但语音、图形和图像开发等技术岗位的供需比仅为0.53，导致高技术人才短缺。一线城市如上海、北京、广州和深圳是游戏行业用人大户，其中上海的游戏人才需求最高。区域性差异进一步加剧了某些城市对高端技术人才的竞争。与此同时，行业呈现年轻化趋势，30岁以下从业者占比接近70%，推动了对高技能、创新型年轻人才的需求。企业需通过优化招聘策略、强化技能培训，来应对人才供给的挑战。

主机游戏（软件）产业链中游分析

品牌端

主机游戏开发

中游厂商

股 杭州游科互动科技有限公司

股 暴雪软件开发（上海）有限公司

股 上海育碧电脑软件有限公司

股 EA CRAFT LIMITED

股 Electronic Arts

股 台湾卡普空股份有限公司

股 Epic Games

股 日本任天堂國際控股有限公司

股 索尼（中国）有限公司

股 微软（中国）有限公司

产业链中游分析

从游戏开发商层面看：游戏开发商加强服务式游戏（GaaS）模式，提升玩家留存率并增加盈利。

近年来，服务式游戏逐渐成为主流。服务式游戏是一种将游戏作为持续服务提供的商业模式，通过定期更新内容和提供额外服务来吸引玩家长期参与和消费。中游游戏厂商向下游平台提供内容，推动玩家社群和市场需求。2023年，动视暴雪的《使命召唤：战区》通过季度更新和赛季通行证吸引了1亿活跃玩家。类似的，《堡垒之夜》通过定期更新内容并支持跨平台联机，在2023年积累了3亿玩家。这些服务模式使玩家能够持续投入游戏，从而延长游戏生命周期，提升游戏开发商的盈利能力。

从独立游戏层面看：独立游戏逐渐在主机平台中占据重要地位，成为玩家消费内容的补充。

随着游戏市场的成熟，独立游戏逐渐在主机平台上崭露头角。独立游戏是由小型团队或个人开发者制作和发行的电子游戏，通常具有较低的预算和独特的创意及游戏画面，不受大型出版商的控制。在2023年，独立游戏在PS Store上所占比例达35%，贡献了平台收入的20%。同时，Switch平台上独立游戏的下载量年增长率达45%，成为用户重要消费内容。独立游戏的崛起不仅丰富主机平台的内容生态，也拓宽玩家的选择，推动玩家与平台间的深度互动。

主机游戏（软件）产业链下游分析

渠道端及终端客户

游戏论坛、玩家、媒体测评

渠道端

股 Steam 社区

股 Discord

股 IGN

股 ResetEra

股 B站

股 虎扑

股 豆瓣小组

股 Reddit

产业链下游分析

从玩家偏好层面看：玩家偏好从单机游戏逐渐转向多人在线游戏，提升了主机平台的社交属性。

在2023年，全球在线多人游戏玩家数量增长至4亿人，同比增长18%。在Xbox平台中，多人在线游戏的玩家总游戏时间占比已达60%以上，显示出玩家对社交型游戏的偏好。在线游戏不仅吸引了更多用户的参与，还增强了主机平台的社交互动功能，为玩家提供了更多样化的体验。

从市场消费群体层面看：年轻玩家成为主机市场的主要消费人群，助推主机市场的年轻化发展。

2023年，PlayStation平台上18至24岁玩家的活跃用户占比达45%，为各年龄段之最；在Switch平台上，18岁以下用户占总用户数的30%。年轻玩家的偏好对主机市场有显著影响，推动主机厂商在内容设计和市场策略上更倾向于年轻化，迎合年轻消费群体需求。

行业规模

主机游戏（软件）行业规模的概况

2018年—2023年，主机游戏（软件）行业市场规模由1,866.88百万人民币元增长至2,854.36百万人民币元，期间年复合增长率8.86%。预计2024年—2028年，主机游戏（软件）行业市场规模由3,232.60百万人民币元增长至4,450.76百万人民币元，期间年复合增长率8.32%。

主机游戏（软件）行业市场规模历史变化的原因如下：

技术迭代叠加重大公共卫生事件推动需求上涨。

随着新一代主机的发布，技术升级显著刺激了市场需求。例如，2020年末PlayStation 5和Xbox Series X|S的发布，使得主机市场需求暴增，2020年PS5的发布显著增加了主机市场的需求量，不仅全球出货量达到了450万台，而且其销量增长速度超过了前代PS4。与此同时，全球主机游戏市场销售收入和用户规模也有所增

长，尤其是在中国市场，销售额同比增长了22.93%。此外，受重大公共卫生事件影响，全球居家隔离政策使得玩家数量和游戏时间显著增加，2020年游戏应用安装量同比跃升45%，其中90%的增长由超休闲游戏带来，在2020年1-6月期间，中国游戏市场营销收入1394.93亿元，同比增长22.34%。

供应链问题导致出货量受限，重大公共卫生事件结束后需求逐步回归正常。

索尼2021年财报显示，PS5的需求远超预期，但全球供应链问题导致产量无法满足需求，全年销量仅达预期目标的60%。另一方面，2022年主机市场在需求高峰后回落，由于供应短缺使得玩家等待时间加长，导致销售潜力未能完全实现。微软2022年财报中指出，Xbox Series X|S的供应受芯片短缺影响，当年整体出货量较原计划减少15%。整机厂供应不足导致玩家硬件设备欠缺，从而显著影响到了游戏开发商的游戏销售额，影响到主机游戏行业规模。2021年，主机游戏市场年度收入将缩减8.9%，跌至492亿美元，这一跌幅主要是由重大公共卫生事件对3A级主机游戏开发带来的影响造成的。3A级主机游戏的开发需要大规模的跨部门合作，研发成本非常高。随着管控放松和线下活动恢复，2022年主机游戏的增长率降至7.6%，市场回归常态，但需求也相对减少。

主机游戏（软件）行业市场规模未来变化的原因主要包括：

跨平台游戏将成市场主流，游戏乐趣的感召力进一步增加，口碑向外部传导或加速主机用户扩张，进而加速行业规模增长。

2023年热度TOP100海外主机游戏中已有70%为跨平台游戏。在未来，这一数字或还将继续攀升，同时，游戏横跨的平台种类也将增多，例如由主机+PC，拓展至主机+移动。中国主机游戏市场处于起步阶段，主机游戏的销售规模远低于欧美日国家，待开发群体较为庞大，未来会有更多玩家喜欢上游戏带来的感召力。据统计，2023年中国主机游戏时长增加的用户中62.0%受游戏乐趣影响。与同伴一同游玩也是重要的乐趣来源，除部分合作类、多人对抗主机游戏本身需要其他用户参与外，找到同伴也能显著提升偏单人体验的游戏的游玩乐趣，例如同讨论攻略、分享游戏感受。跨平台游戏给玩家带来的游戏乐趣的同时，也满足了游戏玩家的社交需求，其跨平台的灵活性也提高了游戏的传播效率。所以跨平台游戏体量的迅速攀升或将加速主机游戏行业规模增长。

国潮文化与主机游戏相结合，显示出巨大的市场潜力，或将支撑行业规模增长。

国潮文化的融入提升了主机游戏的市场吸引力和文化深度。截止2024年11月末，《黑神话：悟空》在Steam平台上的销量已经突破了2,300万份，其总收入也已超过了10.1亿美元，刷新了国产单机游戏的销售记录。回顾其成功原因，《悟空》制作团队并没有将中国的文化元素进行简单的移植或改编，而是进行了深入的挖掘与创新。游戏根据《西游记》的叙事结构，结合中国自然风光和历史遗迹，不仅塑造了独特的游戏世界观，还在具体场景中融入了丰富的文化细节。这种国潮文化创新策略，让玩家以游戏为载体，深入在中国传统文化的大场景探索中，使得《悟空》不仅在中国市场大获成功，更在国际市场上引起了强烈反响。因此，国潮文化与主机游戏的结合路线，未来可能成为主机游戏行业规模增长的强力支撑。

主机游戏（软件）规模预测

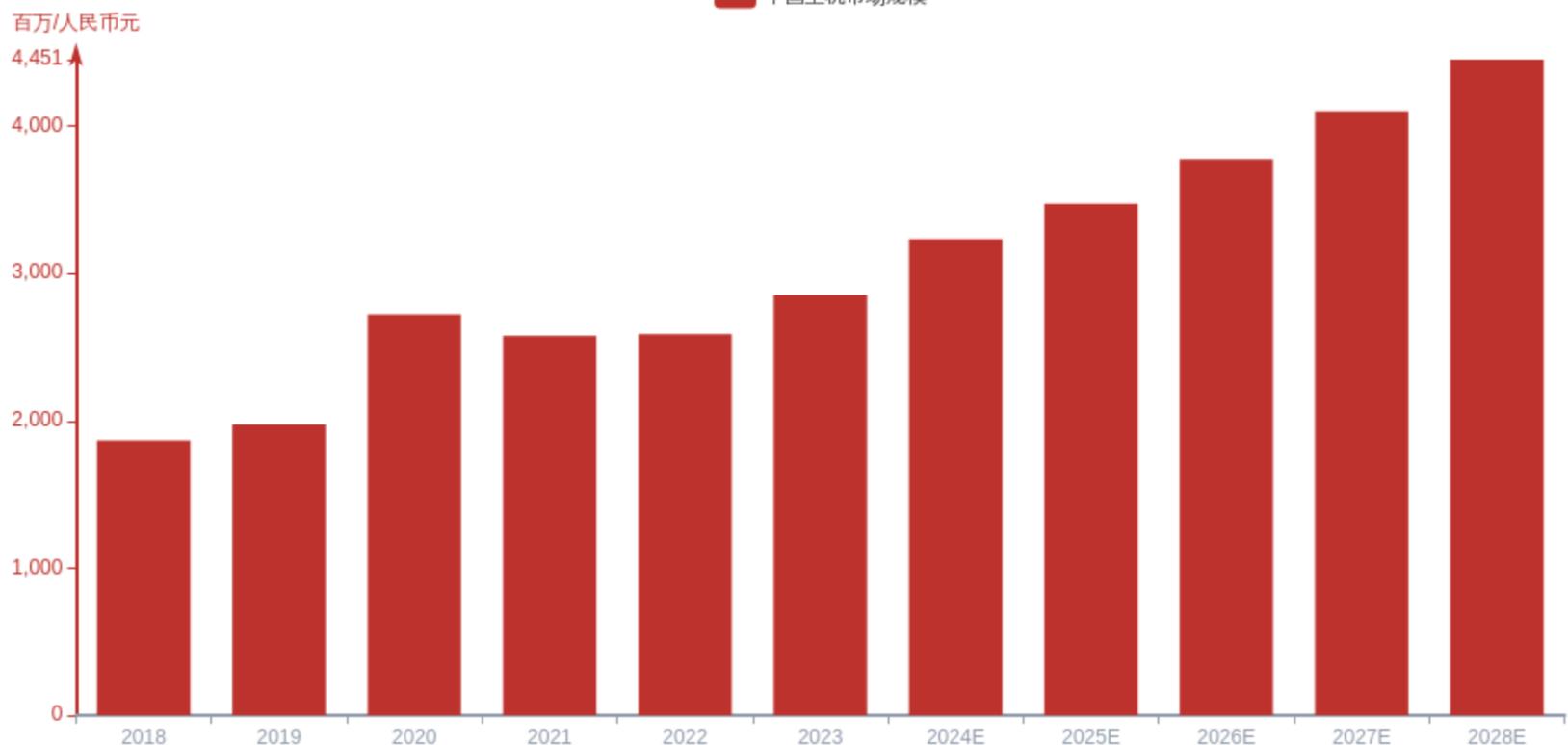
■ 仅提供预测模型的PPTx格式文件下载

规模预测SIZE模型

主机游戏（软件）行业规模

主机游戏（软件）行业规模

中国主机市场规模



计算规则: 中国主机市场规模=((任天堂公司游戏销售总额+微软公司游戏部分销售额+索尼公司游戏部分销售总额)/三家公司占比)*中国区占比*美元兑换人民币汇率

数据来源: 任天堂年报、索尼年报、微软年报

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《游戏审查评分细则》	中宣部	2021-01-01	8
政策内容	中宣部发布的关于游戏送审试行全新的评分审查制度的细则			
政策解读	游戏送审试行全新的评分审查制度，从“观念导向”“原创设计”“制作品质”“文化内涵”“开发程度”5个方面对游戏作品进行评分，重新规范了游戏审查的行业规则，为游戏行业健康发展提供了方向。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《游戏申报审批重要事项通知》	原广电总局	2018-03-01	-10
政策内容	称因机构改革，将影响游戏审批工作进度，全面暂停所有游戏版号核发。			
政策解读	这条消息对游戏从业者而言绝对称得上是“噩耗”。由于在游戏行业，没有版号的游戏，不允许上线运营收费，故在2018年中国游戏行业经历了一轮寒冬。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发《游戏游艺设备管理办法》的通知》	文化和旅游部	2019-11-01	5
政策内容	本办法自2020年1月1日起施行，《文化部关于允许内外资企业从事游戏游艺设备生产和销售的通知》（文市函〔2015〕576号）同时废止。			
政策解读	规范了主机游戏在中国进口、售卖和经营等相关具体办法，规范了主机游戏设备的的监督管理。对于游戏行业来说，算是一次利好。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》	国家新闻出版署	2019-11-01	-5
政策内容	《通知》从实行网络游戏用户账号实名注册制度；严格控制未成年人使用网络游戏时段、时长；积极引导家长、学校等社会各界力量履行未成年人监护守护责任，帮助未成年人树立正确的网络游戏消费观念和行为习惯等六个方面提出了关于防止未成年人沉迷网络游戏的工作事项和具体安排。			
政策解读	规范网络游戏服务，引导网络游戏企业切实把社会效益放在首位，有效遏制未成年人沉迷网络游戏、过度消费等行为。对于游戏行业来说，整体监管风向趋严。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》	国家新闻署	2021-08-01	-5
政策内容	严格限制向未成年人提供网络游戏服务的时间、严格落实网络游戏用户账号实名注册和登录要求，对于防止未成年人沉迷游戏进行了进一步的严格限制			
政策解读	进一步严格管理措施，坚决防止未成年人沉迷网络游戏，切实保护未成年人身心健康。未成年人沉迷是游戏行业多年的痛点与监管重点之一，“防沉迷最严新规”于2021年8月靴子落地，成效显著，根据游戏工委表示，未成年人沉迷游戏问题已于2022年11月基本得到解决，超七成未成年人每周游戏时长在3小时以内。游戏行业的痛点之一在政府监管下逐渐走向正轨。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

主机游戏（软件）概况

2024年中国主机游戏行业竞争态势并未出现明显改变，虽然国内已出现一批较优的潜在主机游戏开发商，如2024年下半年爆火的黑神话悟空所属的游戏科学团队，但目前来看当前整个行业呈现出的竞争状态部分并没有明确指出行业竞争格局的情况。

主机游戏（软件）行业呈现以下梯队情况：

第一梯队公司有主打网络游戏的头部公司腾讯、网易等，这些企业在主机游戏领域也有开发和布局。在中国主机游戏软件制作领域，腾讯占据了市场的主导地位，市占率约为35%-40%，凭借强大的研发能力和丰富的发行资源，腾讯在主机游戏本土化和自主研发方面都表现突出。紧随其后的是网易，市占率约为15%-20%，通过推出如《永劫无间》等本土化作品，以及与国际平台的合作，逐渐在主机市场占有一席之地。

第二梯队公司有主打主机游戏开发的完美世界、育碧和微软等国际公司，占据了约10%-15%的市场份额，通过本土化发行和与中国平台的合作，推动了多款知名游戏的普及。

第三梯队公司有独立开发者和小型工作室等，如今年爆火的《黑神话：悟空》的开发商游戏科学。虽然市场份额较小，只有约5%-10%，但凭借创意和特色游戏逐渐获得特定玩家群体的认可，逐步拓展市场影响力。

主机游戏（软件）行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

游戏制作成本或超收益，移植主机版本的意愿较低。

统计数据显示，2023年新增中国自研游戏的平均售价为122元，虽然高于2021年，但较2022年有所下降，而全球主机游戏的平均售价则持续上升。据业内估算，一款AAA级别的主机游戏的开发成本通常在5,000万到2亿元人民币之间，主要包括人工成本、技术成本、美术和音乐设计成本、质量测试成本、市场营销费用、本土化适配费用和后期维护更新费用等，而对于中小型游戏开发团队而言，这种高昂的成本可能导致收益难以覆盖投入。中国游戏登录主机平台面临的挑战主要在于开发成本可能超出预期收益，这在技术、资金和游戏控制器适配三个层面尤为明显。技术层面上，国内团队普遍缺乏移植经验，尽管PC游戏移植难度相对较低，但对中小团队来说仍是挑战。资金层面上，移植至主机平台需要额外投入，如购买开发套件，对中小团队构成压力。在控制器适配方面，虽然手柄是用户选择主机游戏的重要原因，但部分游戏类型难以适配手柄，导致用户流失。例如，《文明6》在NS主机上因触屏操作无法适配而影响游戏体验。此外，中国团队出海经验不足，且主机游戏价格较高，用户支付意愿不明确，这些因素增加了收入不确定性，降低了PC团队登录主机平台的意愿。

头部企业的研发能力和技术水平显著提高，自研游戏知名度及质量逐步提升。

中国自研游戏的知名度和质量显著提升，这得益于中国企业在研发能力和技术水平上与海外企业的差距缩小，主要差异在于用户画像、平台流程、用户习惯和营销策略等方面。中国企业通过收购第三方工作室、邀请知名制作人加盟、代理海外游戏等个性化解法，吸收成熟团队经验以缩小差距。头部企业在2021年前后宣布加码主机游戏，预计未来几年将有部分自研游戏面世。同时，部分企业通过移植擅长的在线游戏，如《永劫无间》在PS5上线不足1月即在PlayStation免费游戏榜中取得优异成绩，以及《崩坏：星穹铁道》宣布登录PS5后吸引超100万用户预约，证明了中国自研游戏能够吸引海外用户关注，展现了中国游戏企业在主机游戏领域的潜力和进步。

黑神话悟空爆火后，国内的主机游戏行业未来竞争状况将会加剧竞争，推动同行业精品化转型，促使更多资本投入到高质量游戏的开发中。

主机游戏（软件）行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

国内玩家对于国产游戏的关注度持续提升，购买行为由品质驱动，价格敏感度降低。

统计结果显示，40%的用户对国产主机游戏表现出高度关注，这为国产游戏的销量提供了潜力支持。然而，玩家的购买决策并非仅仅基于“国产”标签，更注重游戏的实际质量。尤其是在体验过欧美和日本等地的高质量作品后，玩家的质量辨别能力显著提高，倾向于选择那些符合国际标准的游戏。根据2023年中国游戏用户行为研究报告，72%的玩家表示，他们在购买游戏时更注重游戏的创新性、玩法和图像质量，而不是它的产地。此外，尽管历史上国产主机游戏由于低支付意愿而在市场上表现不佳，但这一现象正在发生改变。特别是针对计划登录PS5、XboxSeriesX等高端主机的《黑神话：悟空》，部分用户的支付意愿显著提升。调研数据显示，32.9%的玩家表示愿意为这款游戏支付150-300元的价格，且20.3%的玩家愿意支付超过300元，这表明在产品质量达到国际一流水准时，中国用户愿意为高品质的游戏支付与欧美3A大作相对等的价格。这样的趋势反映了中国玩家在游戏消费上的成熟，特别是在高质量国产游戏的支持上，用户的付费意愿正在逐步提升。

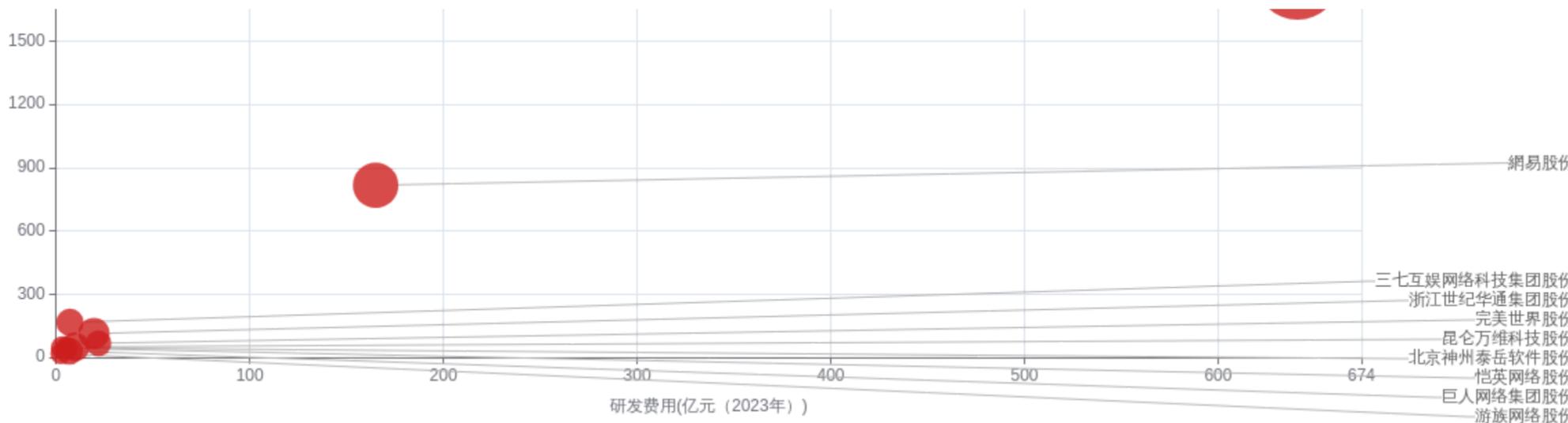
主机游戏行业热度提升与相应的硬件市场和资本市场形成良性正反馈循环。

根据数据显示，52.5%的主机游戏用户年龄在30岁以下，这一数据表明，青年群体已成为主机游戏的核心消费群体。这部分年轻玩家不仅对游戏的品质有更高要求，也更愿意为优质体验付费。据统计，2023年中国主机游戏用户的整体付费率高达70%，且青年群体的付费意愿普遍高于其他年龄段，推动了对高性能硬件，特别是图形处理器（GPU）和游戏主机的需求增长。与此同时，《黑神话：悟空》的成功也凸显了国产独立游戏的潜力。该游戏的开发投入超过5,000万元人民币，并在发布前的预售阶段创造了超过1亿元人民币的销售预期，成功吸引了大量投资者的关注。这不仅激发了国内厂商对国产独立游戏的兴趣，也推动了更多资本的涌入，预计2024年中国游戏产业的整体投资规模将突破2,000亿元人民币，其中主机游戏的投资占比持续上升。因此，资本市场对高质量游戏的支持不断增强，从而进一步推动了国内主机游戏投资市场的热度。

气泡大小表示：公司净资产规模(亿元 (2023年))

游戏模块收入(亿元 (2023年))





上市公司速览

三七互娱网络科技集团股份有限公司 (002555)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	47.5亿元 >	26.2	81.7

完美世界股份有限公司 (002624)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	62.0亿元 >	8.5	60.0

巨人网络集团股份有限公司 (002558)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.0亿元 >	37.2	86.8

浙江世纪华通集团股份有限公司 (002602)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	42.6亿元 >	41.0	63.1

昆仑万维科技股份有限公司 (300418)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	12.1亿元 >	-	78.4

恺英网络股份有限公司 (002517)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	39.3亿元 >	29.6	82.2

北京神州泰岳软件股份有限公司 (300002)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	45.1亿元 >	11.4	62.0

游族网络股份有限公司 (002174)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.0亿元 >	-15.4	43.3

腾讯控股有限公司 (00700)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.1万亿 >	4.5千亿 >	10.8	-

网易公司 (09999)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
4.2千亿 >	763.3亿 >	7.3	-

企业分析

1 深圳市腾讯计算机系统有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	6500万人民币
企业总部	深圳市	行业	软件和信息技术服务业
法人	马化腾	统一社会信用代码	91440300708461136T
企业类型	有限责任公司	成立时间	1998-11-11

品牌名称	深圳市腾讯计算机系统有限公司	经营范围	一般经营项目是：计算机软、硬件的设计、技术开发、销售（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）；数据库及计算机网络服务；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批等级的，另行办理审批登记后方可经营）；货物及技术进出口；票务代理。，许可经营项目是：第一类增值电信业务中的国内互联网虚拟专用网业务；第二类增值电信业务中的国内多方通信服务业务，国内呼叫中心业务，信息服务业务；网络游戏出版运营；互联网新闻信息转载服务；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；利用信息网络经营音乐娱乐产品、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）、艺术品、演出剧（节）目、动漫产品、表演，从事网络文化产品的展览、比赛活动；互联网视听节目服务；制作、复制、发行电视剧、动画片（制作须另申报），专题、专栏（不含时政新闻类），综艺；出版物零售。
-------------	----------------	-------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

■ 融资信息 📄						
融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
/	2018-06-26	印尼力宝集团	4435万美元	战略融资	/	/
/	2005-01-01	高瓴资本	未披露	战略融资	/	/
/	2004-06-16	公开发售	15.55亿港元	IPO上市	/	/
/	2002-06-01	MIH公司	未披露	股权转让	13.5%	/
/	2001-06-01	MIH公司	未披露	股权转让	33%	/
/	1998-01-01	IDG资本，电讯盈科	220万美元	A轮	40%	550万美元

深圳市腾讯计算机系统有限公司竞争优势

■ 竞争优势

2 网易（杭州）网络有限公司 ^

■ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	13760万美元
企业总部	杭州市	行业	互联网和相关服务
法人	丁磊	统一社会信用代码	91330000788831167A
企业类型	有限责任公司(台港澳法人独资)	成立时间	2006-06-02
品牌名称	网易（杭州）网络有限公司	经营范围	一般项目：计算机软硬件及外围设备制造；软件开发；网络与信息安全软件开发；通信设备制造；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；服装服饰批发；服装服饰零售；电子产品销售；日用百货销售；日用品批发；日用杂品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；

		<p>工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；家用电器销售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；针纺织品销售；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；化妆品批发；化妆品零售；个人卫生用品销售；办公用品销售；乐器批发；乐器零售；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；玩具销售；照相机及器材销售；箱包销售；皮革制品销售；礼品花卉销售；通讯设备销售；五金产品零售；五金产品批发；灯具销售；建筑装饰材料销售；金银制品销售；货物进出口；文具用品批发；文具用品零售；票务代理服务；住房租赁；非居住房地产租赁；文化用品设备出租；办公设备租赁服务；计算机及通讯设备租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）；翻译服务；体育赛事策划；组织体育表演活动；体育竞赛组织；组织文化艺术交流活动；体育经纪人服务；文化娱乐经纪人服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布；第二类医疗器械销售；第二类医疗器械租赁；智能机器人销售；智能机器人的研发(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：出版物零售；出版物批发；演出经纪(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

网易（杭州）网络有限公司竞争优势

<ul style="list-style-type: none"> 竞争优势

3 完美世界股份有限公司【002624】

<ul style="list-style-type: none"> 公司信息 			
企业状态	存续	注册资本	193996.8404万人民币
企业总部	湖州市	行业	广播、电视、电影和录音制作业
法人	池宇峰	统一社会信用代码	913300007044605152
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1999-08-27
品牌名称	完美世界股份有限公司	经营范围	广播电视节目制作经营（范围详见《广播电视节目制作经营许可证》）。动漫、平面设计、制作，网站开发，网页设计，设计、制作、代理、发布国内各类广告，软件开发、销售，文化艺术活动、体育赛事、企业营销的策划，休闲观光旅游项目开发，会展服务，企业管理咨询，教育咨询，投资管理，投资咨询，资产管理，服装、玩具、鞋帽、箱包、眼镜、首饰、文化用品、电子产品、日用百货、针纺织品、工艺品、通讯设备、花草、观赏性植物、计算机及辅助设备的销售，从事进出口业务。

<ul style="list-style-type: none"> 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)	2024(Q2)
销售现金流/营业收入	1.01	1.03	1.07	0.95	1.02	1.09	1.07	1.05	0.99	/	/
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	62.0993	48.1347	47.0197	41.7403	39.0913	27.8878	38.3526	39.395	34.9501	/	/
营业总收入同比增长(%)	21.9908	25.8685	28.7552	1.3109	0.0654	27.1892	-16.6925	-9.9506	1.5686	/	/
归属净利润同比增长(%)	51.662	767.539	29.0141	13.3842	-11.9163	3.0414	-76.1606	273.0658	-64.3127	/	/
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	222.6609	76.3163	81.5692	81.24	96.7079	66.2997	52.9041	48.68	46.6338	/	/
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	2.0167	2.6542	1.9646	2.7499	2.111	1.8756	1.7362	1.5492	1.9657	/	/
每股经营现金流(元)	0.4067	0.8785	0.6118	-0.0989	1.5647	1.9034	0.5658	0.5955	0.3927	/	/
毛利率(%)	50.2037	60.9621	57.3605	55.8122	60.9199	60.3215	61.4608	68.446	59.7047	/	/
流动负债/总负债(%)	65.8204	53.8311	66.8798	58.7956	73.8327	97.2059	66.6706	66.8394	68.4059	/	/
速动比率	1.7387	2.5367	1.6625	2.2037	1.7443	1.6313	1.4567	1.1698	1.5992	/	/
摊薄总资产收益率(%)	12.7901	11.7253	8.8796	10.806	8.8762	9.3619	1.0899	8.5666	3.8679	/	/
营业总收入滚动环比增长(%)	-48.8468	83.2958	24.2392	36.5331	3.2936	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	505.2189	38.9687	-0.2977	-14.1136	-174.4742	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	32.05	26.73	19.57	20.41	16.73	15.24	3.51	14.54	5.45	/	/
基本每股收益(元)	0.59	0.96	1.14	1.3	1.16	0.8	0.19	0.72	0.26	-0.02	-0.02
净利率(%)	26.4848	18.3987	18.4104	21.8999	18.0016	14.7122	2.0822	18.2466	7.4781	/	/
总资产周转率(次)	0.4829	0.6373	0.4823	0.4934	0.4931	0.6363	0.5234	0.4695	0.5172	/	/
归属净利润滚动环比增长(%)	145.139	33.9271	4.8148	-27.4173	-94.0081	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.0477	3.1659	2.7058	2.2119	1.7983	1.0113	0.8693	0.8712	0.8738	/	/
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	254.7504	62.9124	110.2789	188.4891	223.5642	123.6688	123.1106	206.7896	162.3816	/	/
营业总收入(元)	1129371418.1	6158831750.74	7929815019.06	8033765031.35	8039021278.77	10224767171.31	8517998133.61	7670402228.08	7790717277.28	1329062879.22	2759
每股未分配利润(元)	0.8828	1.2262	2.2656	3.3751	4.3909	3.4961	3.341	2.785	2.695	/	/
稀释每股收益(元)	0.59	0.96	1.14	1.3	1.16	0.8	0.19	0.72	0.26	-0.02	-0.02
归属净利润(元)	288447303.69	1166313135.54	1504708688.78	1706101585.33	1502796662.19	1548503372.09	369153977.68	1377187150.37	491480319.37	-29764070.63	-1760
扣非每股收益(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.4067	0.8785	0.6118	-0.0989	1.5647	1.9034	0.5658	0.5955	0.3927	/	/

完美世界股份有限公司竞争优势

完美世界股份有限公司在多个领域展现出显著的竞争优势，主要体现在以下几个方面：

附录

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13544093853（游先生）

电话：13080197867（李先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

