

2025年 韩国游戏 市场洞察



Sensor Tower

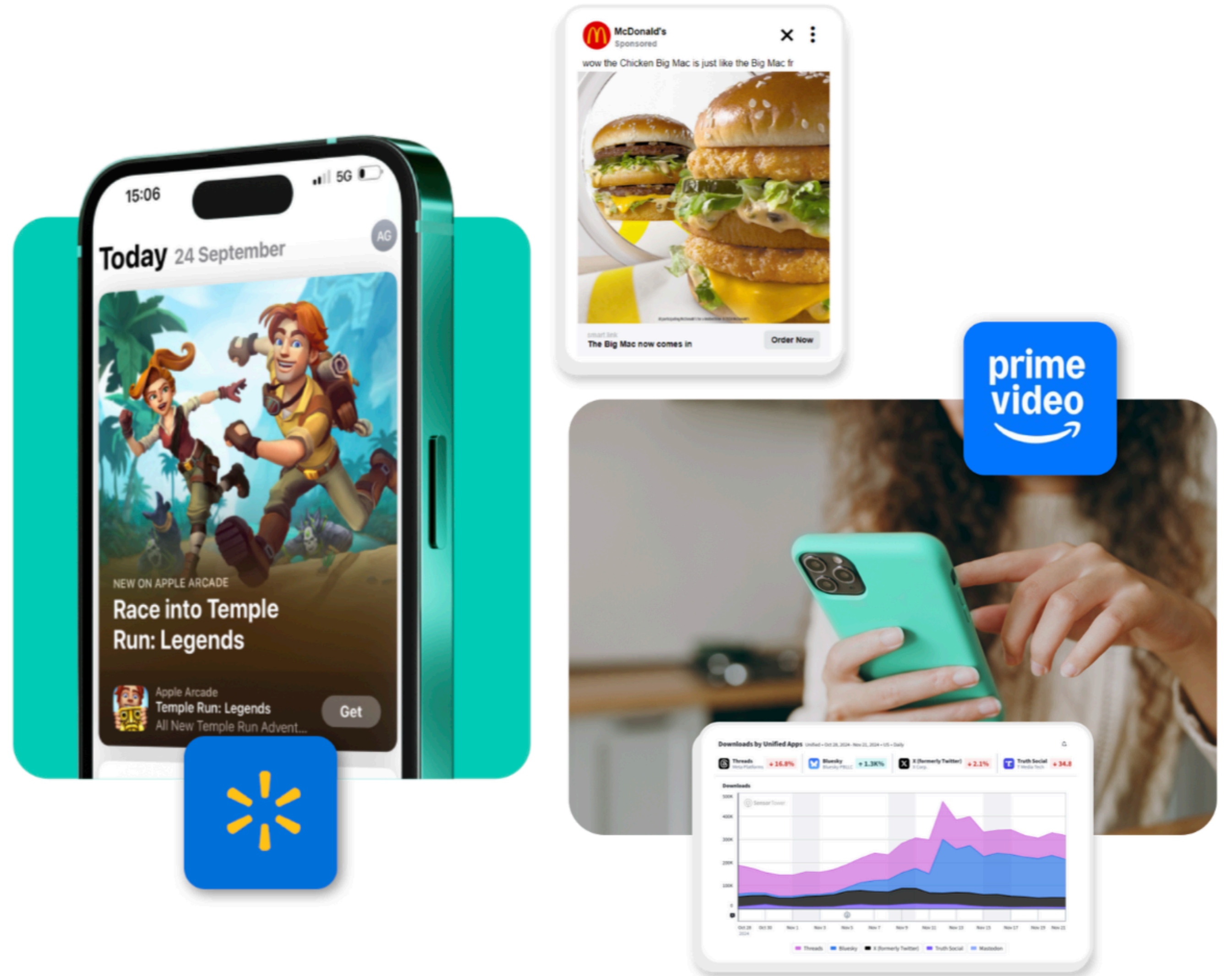
把握全球数字经济脉搏

Sensor Tower 是全球领先的移动应用、数字广告、零售媒体和受众洞察数据提供商，服务于全球顶级品牌和应用发行商。

Sensor Tower 致力于把脉全球数字经济，通过顶尖平台，提供关于移动应用及数字生态的深刻见解，赋能企业紧跟市场动态并做出明智的战略决策。

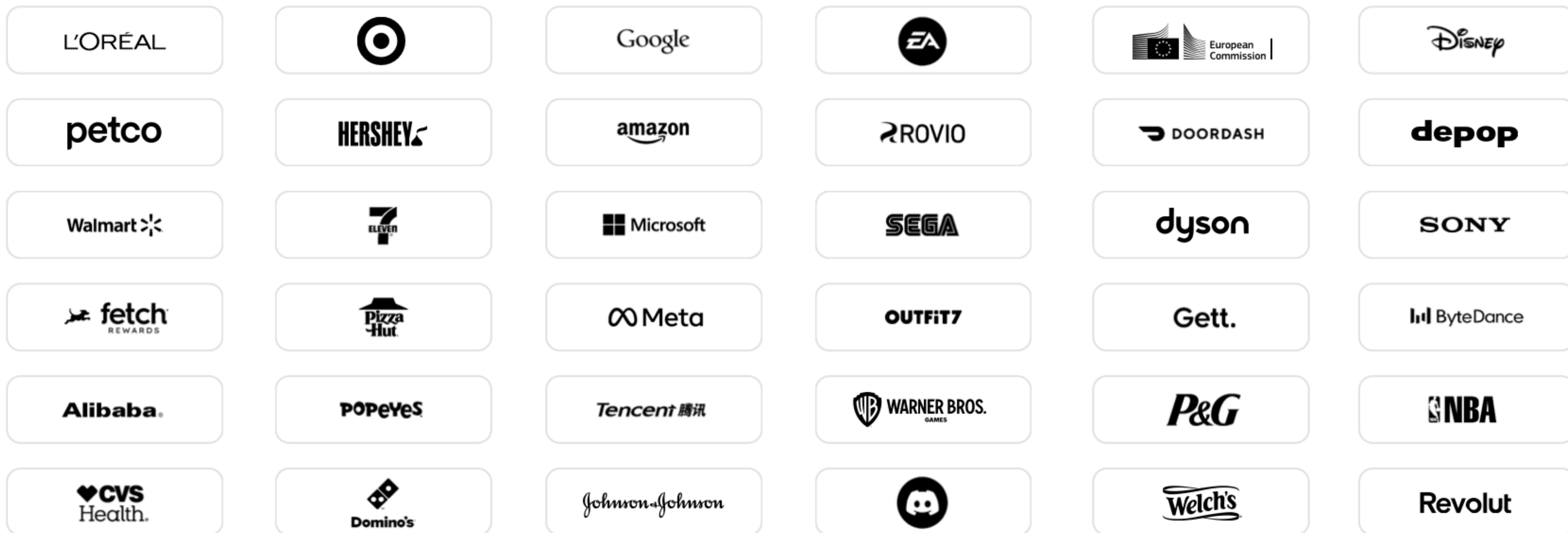
自2013年成立以来，Sensor Tower的移动应用洞察助力营销专家、应用开发者及游戏制作者透过使用情况、参与度及付费获取策略，洞悉移动应用生态的奥秘。时至今日，我们的数字市场洞察平台已涵盖受众、零售媒体及Pathmatics数字广告洞察，让品牌与广告公司能够全方位掌握其在网络、社交及移动平台上的竞品广告策略与目标受众。

媒体合作: press-apac@sensortower.com
商务合作: sales@sensortower.com

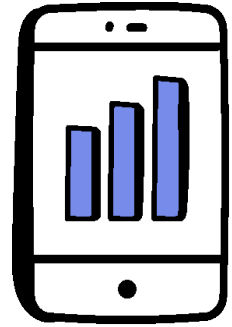


Sensor Tower | 我们的客户

全球数字领域领导者的信赖之选



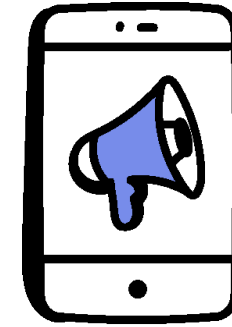
Sensor Tower 解决方案



Sensor Tower **App Performance Insights** 应用表现洞察

了解移动应用程序生态系统

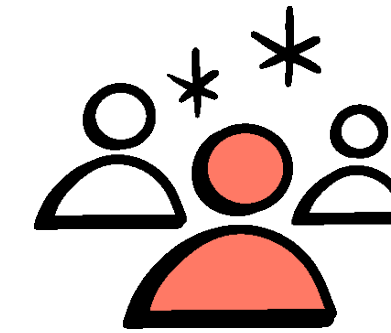
深入了解：应用程序排名、下载量和收入；活跃用户、人口统计、留存率、会话和花费时间；应用程序评级和评论、关键词、搜索广告等。



Sensor Tower **App Advertising Insights** 应用广告洞察

了解付费用户获取策略

深入了解：全球和不同地区跨应用和大型广告平台的顶级广告商、发行商、热门广告素材，以及广告声量份额(SOV)。



Sensor Tower **Audience Insights** 受众洞察

了解现有受众、竞争对手受众和潜在新受众

深入了解：消费者实际与哪些应用程序进行了互动（应用程序参与度），以及他们看到了哪些广告（广告曝光）。

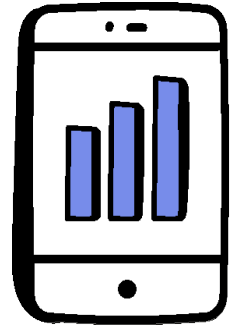


Sensor Tower **Pathmatics Digital Advertising Insights** 数字广告洞察

了解数字广告生态系统。

深入了解：品牌在主要广告渠道，例如Facebook、Instagram、X（原Twitter）、OTT、YouTube等平台的广告花费、曝光量、声量份额(SOV)和热门素材等。

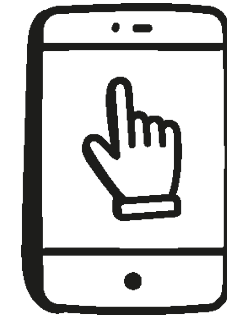
Sensor Tower 解决方案



Sensor Tower **Gaming Insights** 游戏洞察

了解移动游戏生态系统

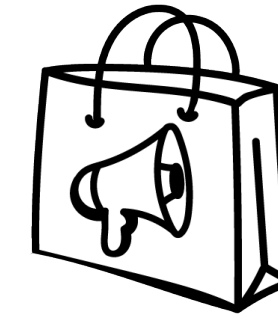
深入了解：顶级类型（生活方式与解谜）之外的手游下载量、收入、RPD和ARPPDAU，并可深入研究不同品类（解谜、街机）和子品类（交换、单词）手游。



Sensor Tower **Advanced Usage Insights** 高级用户洞察

了解移动应用用户参与情况

深入了解：每个用户的会话数；花费时间；每日使用时长；每个时间段的使用天数；新用户、留存用户、复活用户和流失用户的趋势；以及群组使用重叠情况。



Sensor Tower **Pathmatics Retail Media Insights** 零售媒体洞察

了解线上和线下零售品牌网络媒体投入的行业一手洞察

深入了解：各零售商品品牌和产品的广告支出、媒体组合、平台份额、曝光量和声量份额(SOV)，获得对联合品牌数字广告生态系统和零售媒体网络的洞察。



Sensor Tower **Video Game Insights** PC/主机游戏洞察

了解PC和主机平台上的热门游戏趋势

深入了解：超过14万款PC和主机平台游戏在全球超100个市场的销量、营收、DAU、MAU等关键指标，分析玩家行为变化，洞察玩家获取与留存。

Sensor Tower

介绍/说明

报告提供2025年韩国市场手游与PC/主机游戏市场的深度分析。包括近年来韩国手游收入与下载量趋势，不同类型和子类别手游收入变化，韩国发行商头部PC/主机游戏排行，以及韩国市场移动游戏、PC/主机游戏数字广告投放表现。报告同时提供经典案例分析，帮助读者了解韩国市场头部新发手游《Seven Knights Re:Birth》与PC/主机游戏《inZOI》的市场表现与成功路径，助力洞察韩国厂商如何打造深受玩家喜爱的现象级游戏。

关于收入与下载量统计的说明

Sensor Tower统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

Sensor Tower统计的下载量数据为App Store和Google Play应用商店中的下载预估值，数据不包括预下载、重复下载和第三方安卓市场的下载量。Google Play未在中国大陆开放。



Sensor Tower 数据/方法

Sensor Tower 旗下**Pathmatics**可助您探索数字广告生态的奥秘，减少无效投放，并提升广告投放项目的精确度。借助Pathmatics，您可以洞悉美国、澳大利亚、巴西、加拿大、法国、德国、意大利、日本、墨西哥、新西兰、西班牙和英国等市场的数字广告生态，获取广告投放、支出和曝光量估算以及广告占有率(SOV)等数据，同时深入了解各品牌在Facebook、Instagram、X Corp、YouTube、TikTok等媒体，以及横幅、视频、移动端和OTT等各种素材的广告策略。

Pathmatics从网络上收集数字广告样本，并使用统计抽样方法估算每个广告素材的曝光量、每千次曝光成本 (CPM) 和花费。

Pathmatics在各市场支持的数字广告渠道

| | 美国 | 英国 | 加拿大 | 澳大利亚 | 新西兰 | 德国 | 西班牙 | 意大利 | 法国 | 巴西 | 墨西哥 | 日本 | 韩国 |
|-----------------|----|----|-----|------|-----|----|-----|-----|----|----|-----|----|----|
| Facebook | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Instagram | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| YouTube | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| TikTok | • | • | • | • | | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Snapchat | • | • | • | • | | • | • | • | • | | | | |
| X | • | • | | | | | • | | | • | | • | |
| LINE | | | | | | | | | | | | • | |
| Linkedin | • | • | • | • | | • | • | • | • | • | | | • |
| Pinterest | • | • | • | • | | • | • | • | • | • | • | | • |
| Reddit | • | • | • | • | | • | • | • | • | • | | | |
| OTT | • | | | | | | | | | | | | |
| Desktop Video | • | • | • | • | • | • | | | | | | | |
| Desktop Display | • | • | • | • | • | • | | | | | | | |
| Mobile Video | • | • | • | • | • | • | | | | | | | |
| Mobile Display | • | • | • | • | • | • | | | | | | | |
| Mobile App | • | • | • | | | • | | | | | | • | • |

目录

| | |
|-----------------------------|----|
| 介绍/说明 | 06 |
| 数据/方法 | 07 |
| 韩国游戏市场概览 | 09 |
| 韩国市场头部游戏与发行商表现 | 14 |
| 韩国游戏市场数字广告投放趋势 | 19 |
| 案例分析：Seven Knights Re:Birth | 23 |
| 案例分析：inZOI | 31 |
| 重点摘要 | 39 |

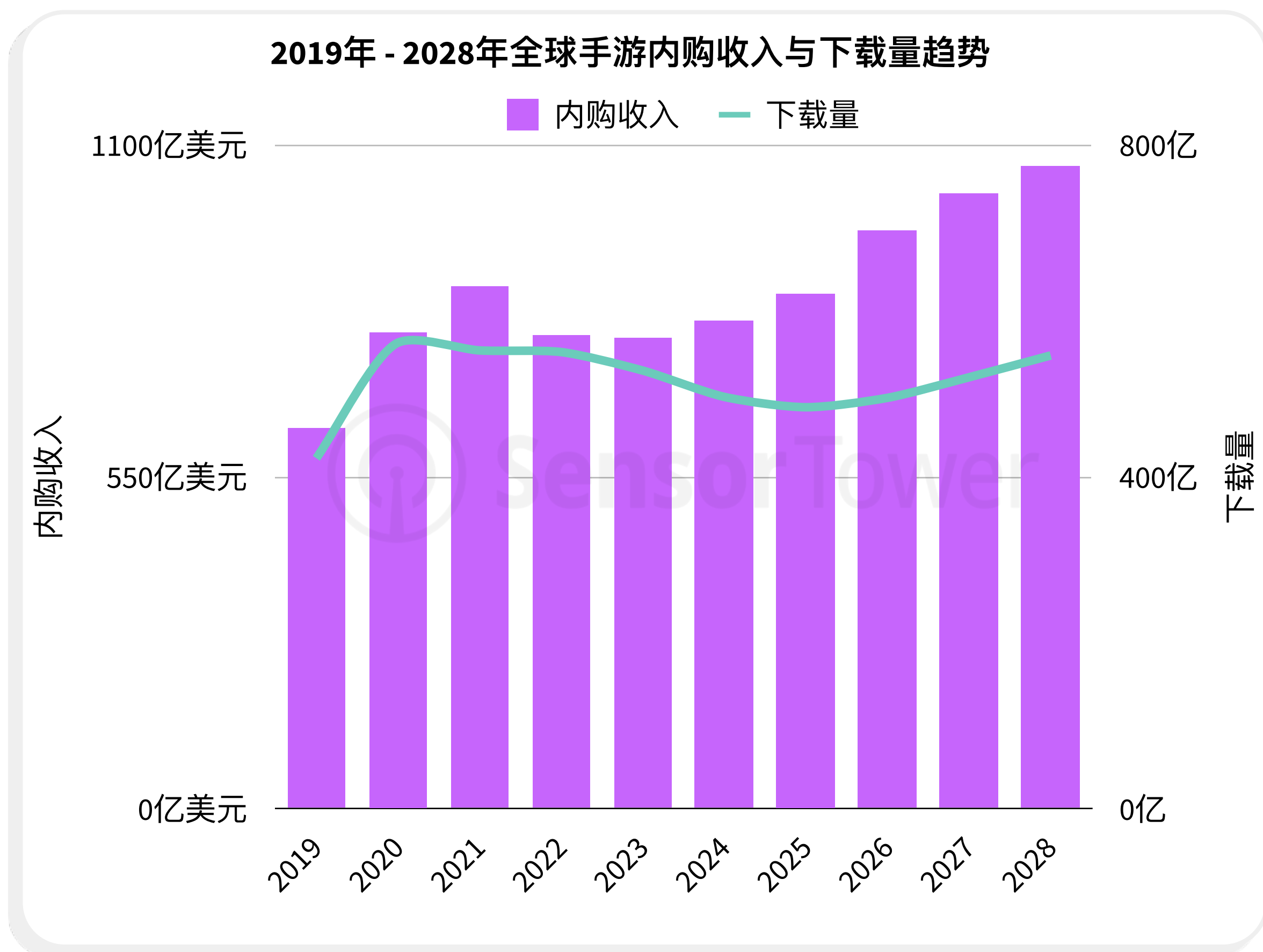


韩国游戏市场概览

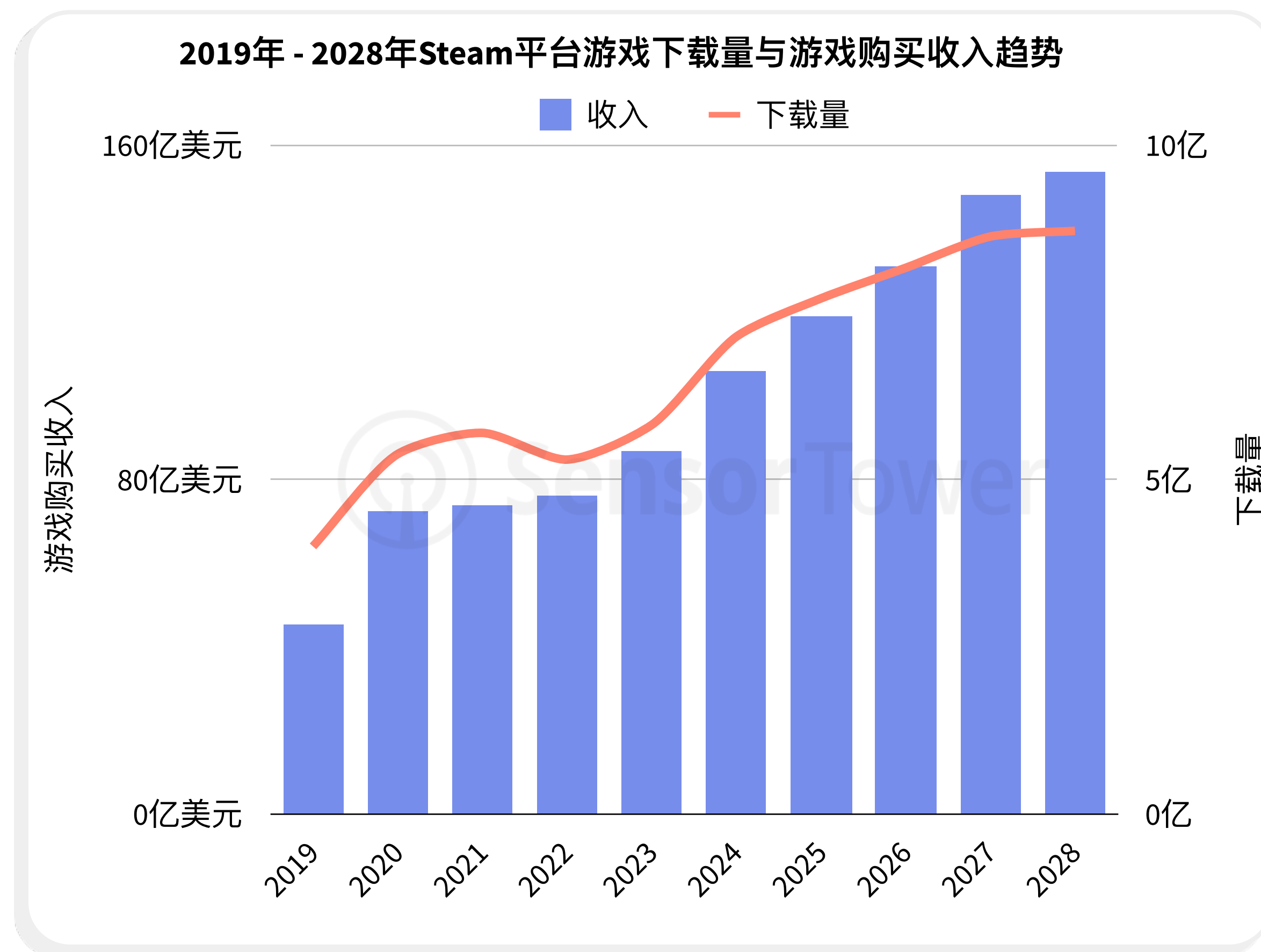
2028年全球手游与Steam平台游戏收入之和预计突破1200亿美元

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察 & Sensor Tower Video Game Insights (PC/Console平台数据洞察)

说明：2025年 - 2029年手游内购收入与下载量数据为预估值。Steam平台游戏购买收入不包含游戏内购收入，2025年-2028年收入与下载量数据为预估值



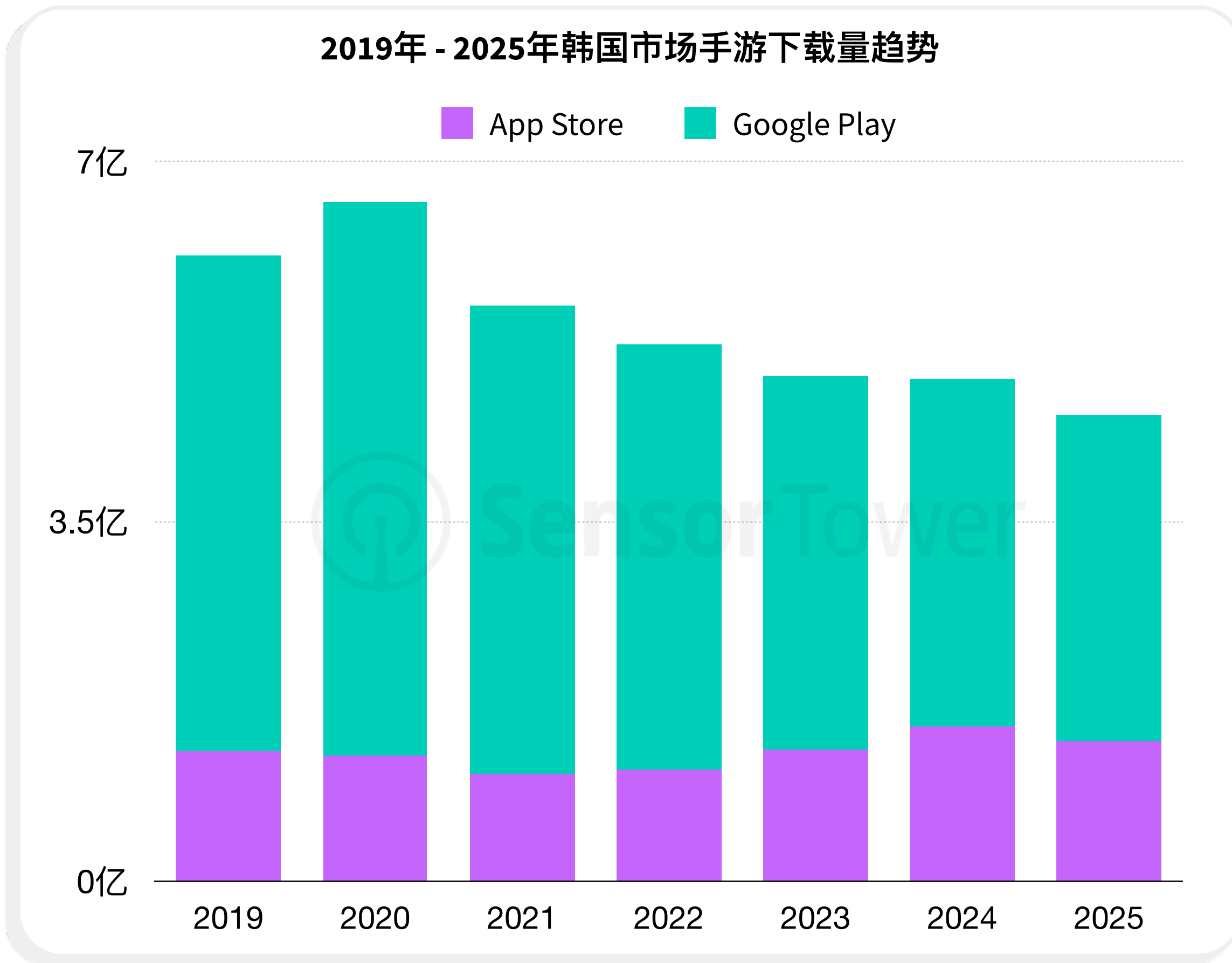
2024年全球手游市场重回增长轨道，内购收入同比提升4%至近810亿美元，超越2020年高点。展望2025年，内购收入有望再增6%至854亿美元，并在2028年突破1050亿美元大关。



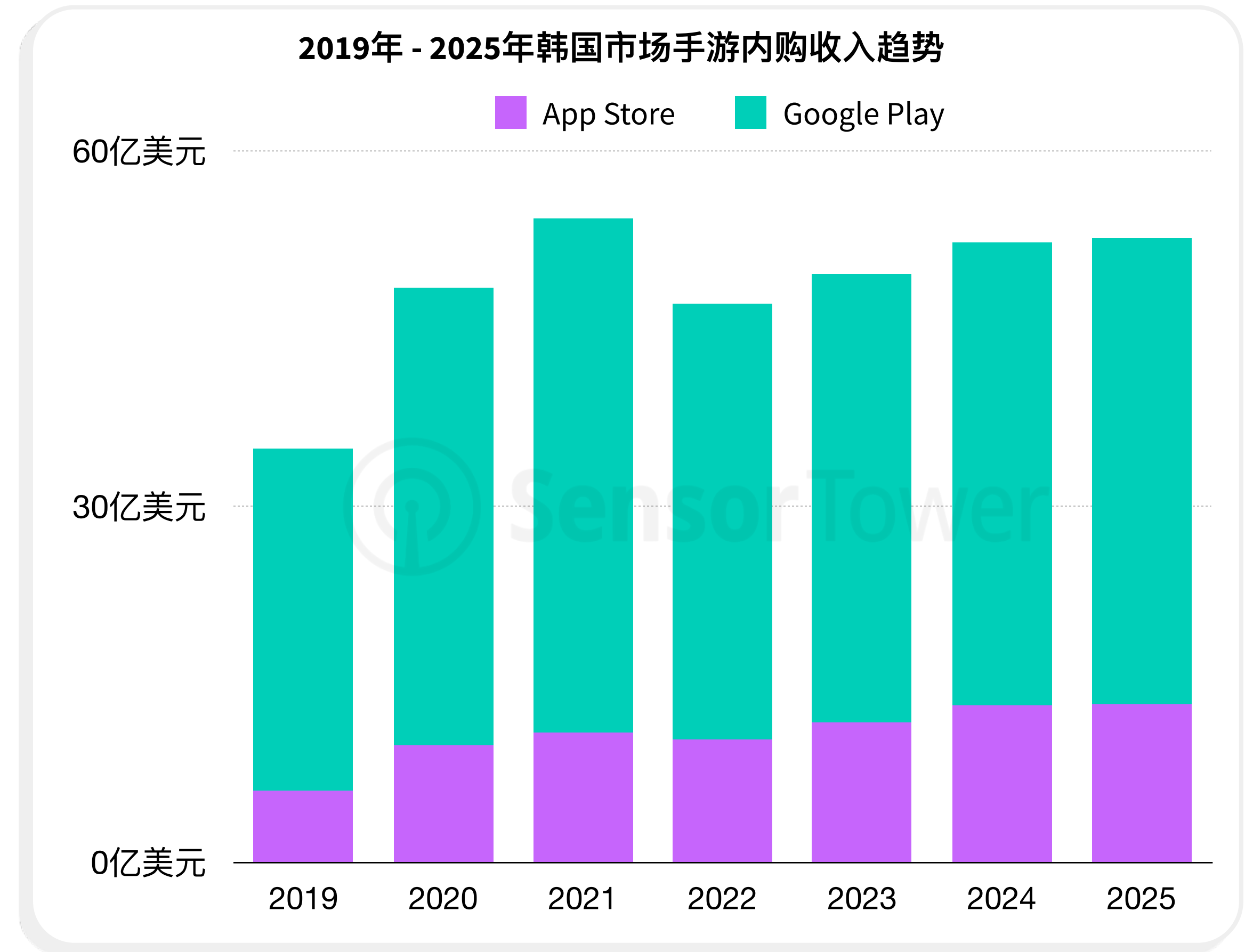
2025年，Steam平台游戏购买收入预计增长12%，达到119亿美元，并有望在2028年突破150亿美元大关。届时，全球手游内购与Steam游戏购买总收入预计将突破1200亿美元，彰显数字游戏市场的持续上行潜力。

韩国市场手游内购收入持续增长，预计2025年达53亿美元

数据来源：Sensor Tower 游戏洞察。说明：2025年韩国手游下载量与收入数据基于2024年10月-2025年9月的12个月数据



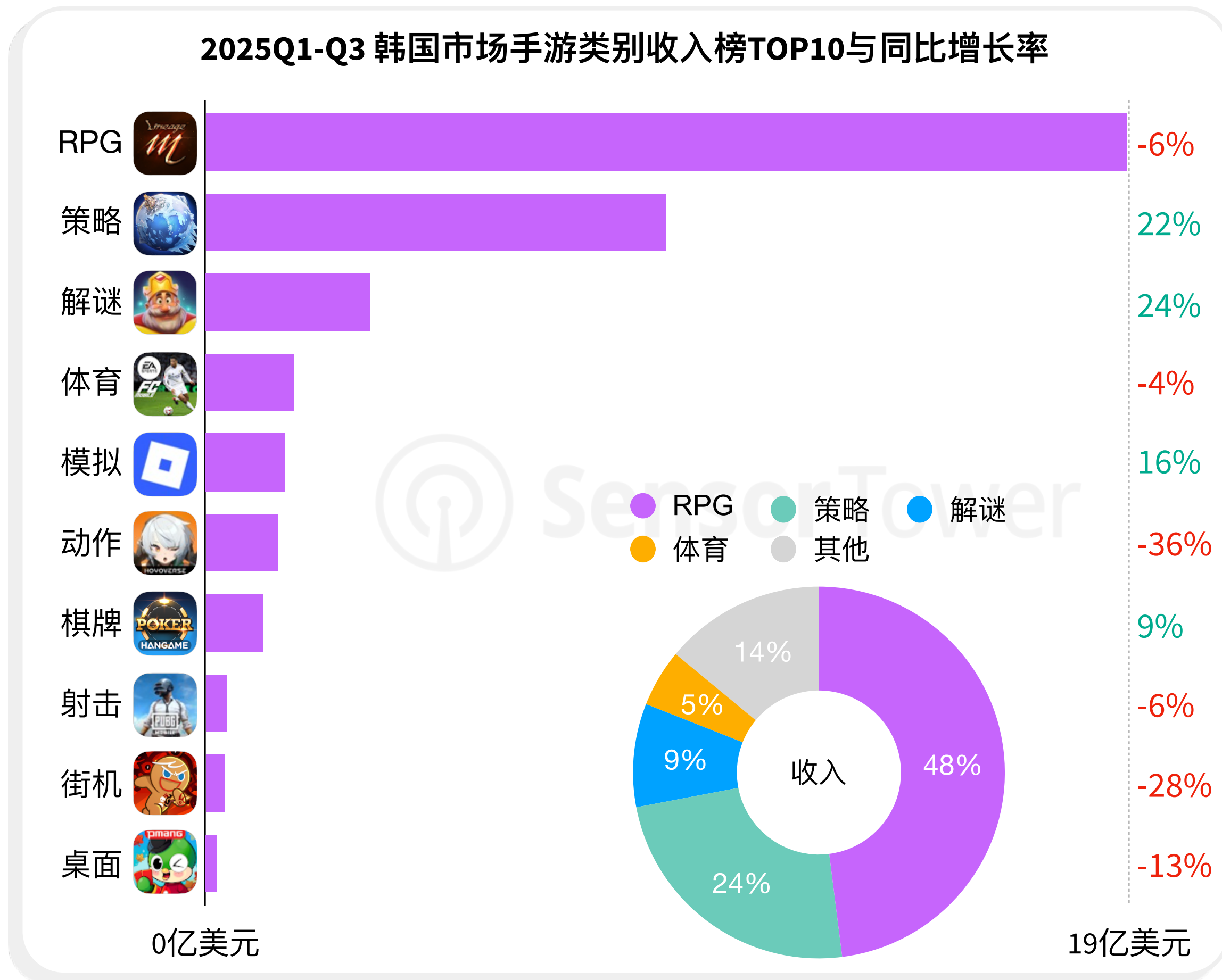
2020年韩国手游下载量达到高峰6.6亿次。2021年-2024年，App Store手游下载量逐年攀升，而Google Play手游下载量呈下降趋势。预计2025年韩国手游下载量达4.6亿次，Google Play占比70%。



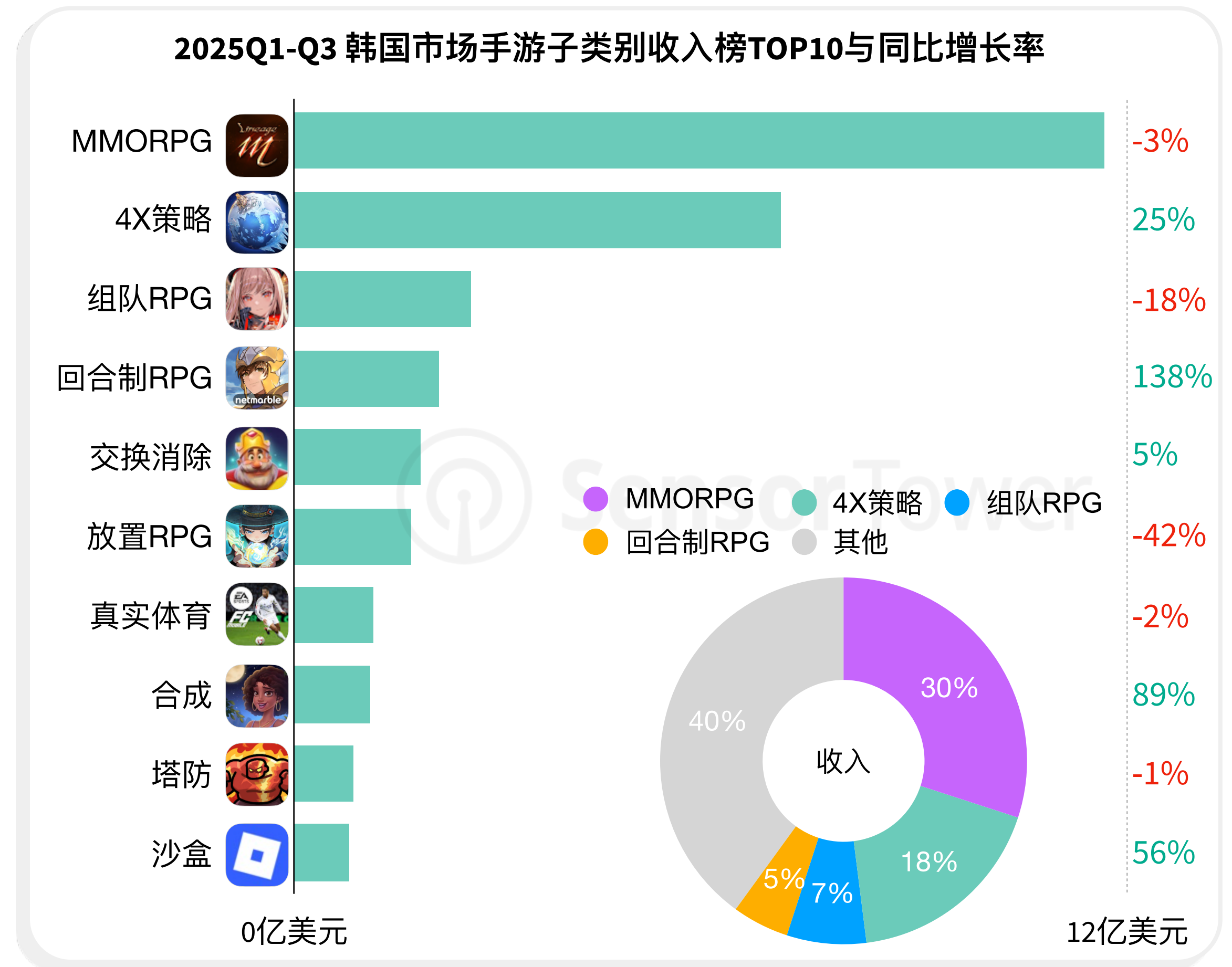
韩国手游内购收入在2021年疫情期间达到高峰55亿美元。2022年-2024年，虽然收入不及2021年，但App Store和Google Play手游收入均逐年增长。预计2025年韩国手游内购收入达到53亿美元，Google Play占比75%。

韩国市场4X策略、回合制RPG、合成等子品类手游吸金力飙升

数据来源: Sensor Tower 游戏洞察



2025年Q1-Q3, RPG 仍然是韩国手游市场的核心支柱, 48%的收入来自该类型。策略、解谜、模拟等品类手游在韩国市场收入增长显著, 本期收入分别同比提升22%、24%和16%。

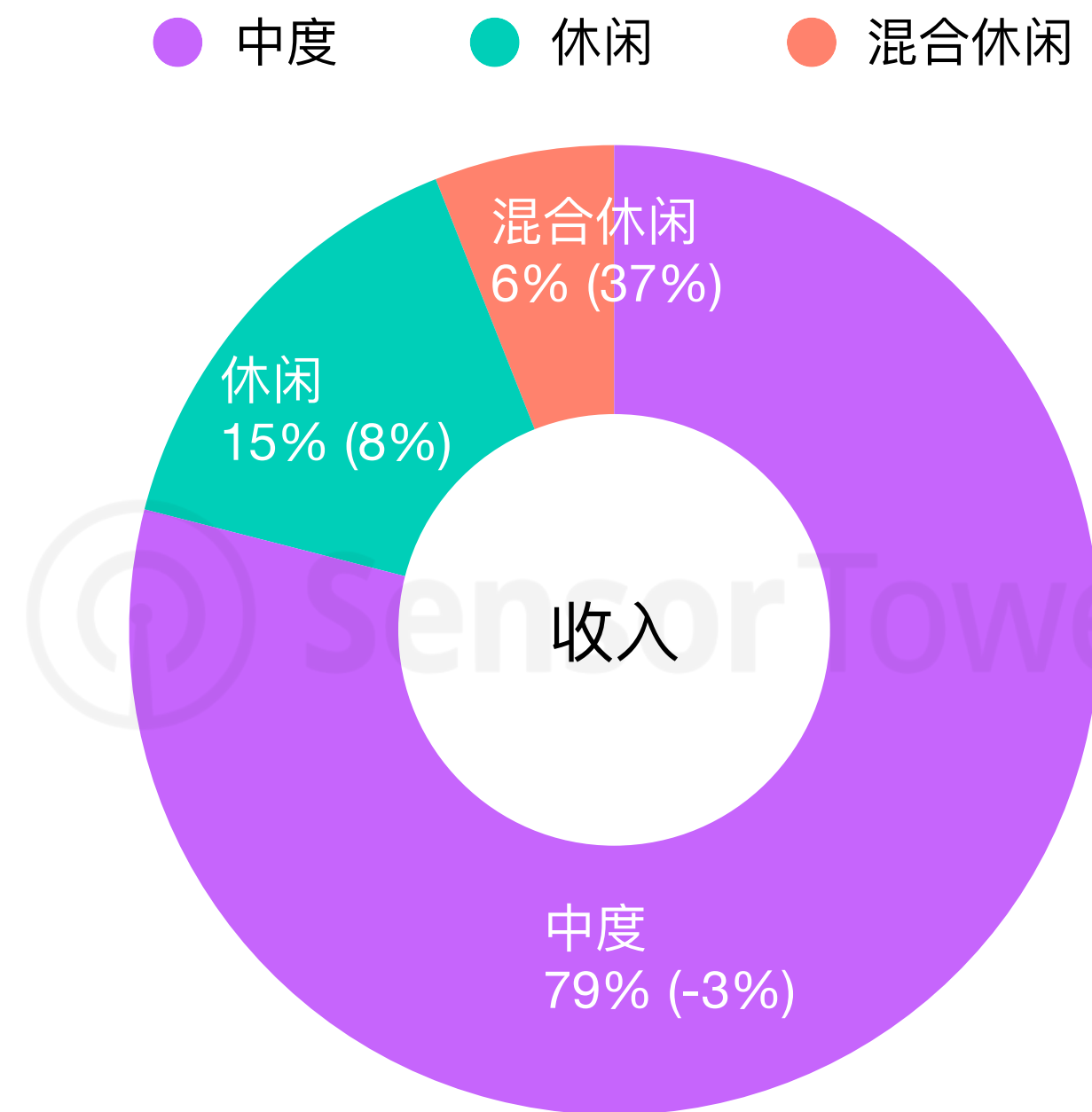


2025年Q1-Q3, 韩国市场依然延续了对MMORPG的偏好, 贡献了高达30%的总收入。4X策略、回合制RPG、合成等子品类手游在头部游戏的强劲带动下, 展现出出色的增长势能, 收入同比上涨25%、138%和89%。

韩国市场休闲类手游引领收入增长，近3年动漫风格手游收入持续攀升

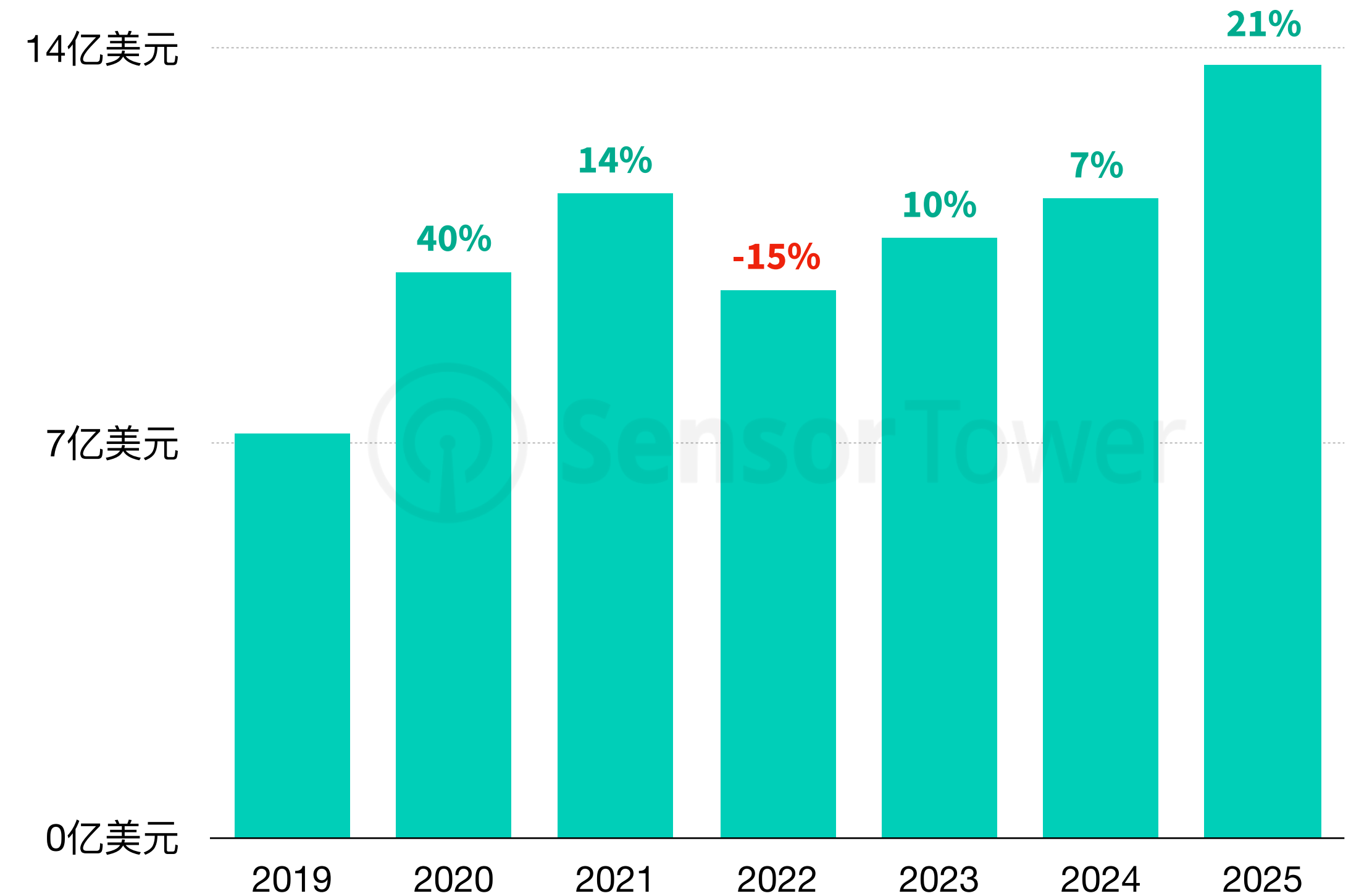
数据来源: Sensor Tower 游戏洞察 说明: 动漫风格游戏包含艺术风格为2D动漫和3D动漫的手游

2025年1-9月韩国市场手游内购收入分布 - 按游戏产品模型



在收入方面，韩国市场中度手游仍占据主导地位，2025年1-9月贡献了79%的手游总收入。值得注意的是，休闲和混合休闲手游收入分别同比增长8%和37%，表现十分亮眼。

2019年 - 2025年韩国市场动漫风格手游内购收入趋势



2024年10月至2025年9月的12个月内，韩国市场动漫风格手游收入创历史新高，相比3年前的2022年增长41%，接近14亿美元。这主要是受《Seven Knights Re:BIRTH》、《Mabinogi Mobile》等今年上市头部游戏的强力拉动。



韩国市场头部 游戏与发行商表现

韩国手游市场新游表现活跃 8款新游入围收入增长前十

韩国手游市场新游表现活跃，Netmarble于今年5月推出的“七骑士”IP新游《Seven Knights Re:Birth》5-9月吸金达1.2亿美元，登顶收入增长榜，并成为同期收入最高的新游。

此外，《Mabinogi Mobile》、《RF Online Next》、《I9: Inferno Nine》、《Vampir》、《Kingshot》、《Legend of Ymir》和《God Goblin Raising》等7款新游也入围增长榜TOP10。



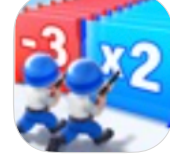
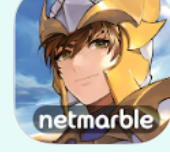

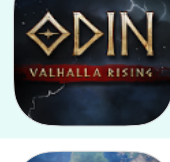
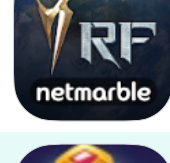
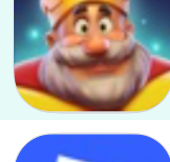
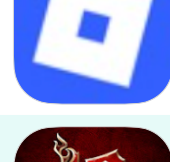

点点互动两款4X策略手游在韩国市场增长突出，其中《Whiteout Survival》收入环比增长58%，跃居收入榜亚军和增长榜季军；新游《Kingshot》则跻身增长榜第8名。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察

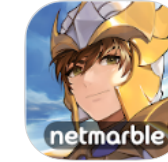


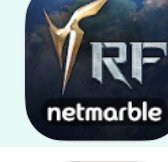
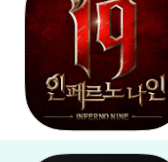

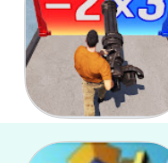
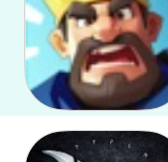
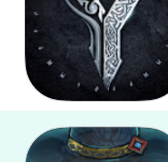

说明：Sensor Tower统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

2025年Q1-Q3 韩国市场手游内购收入榜与增长榜TOP10

收入榜

| 排名 | 图标 | 游戏名称 | 环比增长率 |
|----|---|---|-------|
| 1 |  | 天堂M NCSOFT | -7% |
| 2 |  | Whiteout Survival 点点互动 | 58% |
| 3 |  | Last War: Survival FUNFLY | -29% |
| 4 |  | Seven Knights Re:Birth Netmarble Games | ★ |
| 5 |  | Mabinogi Mobile NEXON | ★ |
| 6 |  | 奥丁：神叛 Kakao | -27% |
| 7 |  | RF Online Next Netmarble Games | ★ |
| 8 |  | Royal Match Dream Games | -13% |
| 9 |  | Roblox Roblox | 49% |
| 10 |  | I9: Inferno Nine Leniu Technology | ★ |

收入增长榜

| 排名 | 图标 | 游戏名称 | 环比增长率 |
|----|---|---|-------|
| 1 |  | Seven Knights Re:birth Netmarble Games | ★ |
| 2 |  | Mabinogi Mobile NEXON | ★ |
| 3 |  | Whiteout Survival 点点互动 | 58% |
| 4 |  | RF Online Next Netmarble Games | ★ |
| 5 |  | I9: Inferno Nine Leniu Technology | ★ |
| 6 |  | Vampir Netmarble Games | ★ |
| 7 |  | Last Z: Survival Shooter Florere Game | 347K% |
| 8 |  | Kingshot 点点互动 | ★ |
| 9 |  | Legend of Ymir Wemade Play | ★ |
| 10 |  | God Goblin Raising Joy Net Games | ★ |

多家韩国本土与海外手游发行商收入迎来突出增长

2025年Q1-Q3，凭借多款新发RPG手游《Seven Knights Re:birth》、《RF Online Next》和《Vampir》，Netmarble Games本期收入环比劲增71%，位列发行商收入榜亚军和增长榜冠军。

得益于新游《Mabinogi Mobile》的发布和增长，NEXON收入大幅上涨59%，跻身发行商收入榜第4位和增长榜第3位。

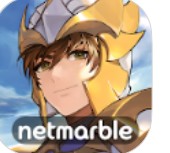


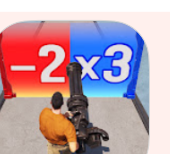
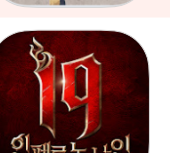
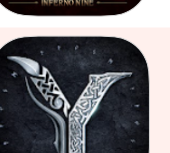
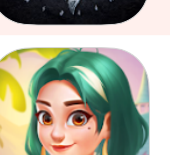
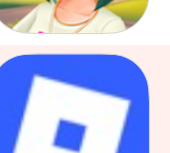
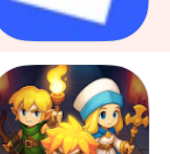
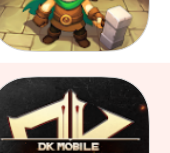
点点互动、FUNFLY、腾讯、米哈游和Dream Games等5家海外发行商入围收入榜前十。点点互动、Florere Game、Leniu Technology、柠檬微趣和江娱互动收入涨幅十分亮眼。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察

说明：Sensor Tower统计的收入数据为App Store和Google Play应用商店中的IAP预估值，数据不包括广告变现收入、第三方安卓市场的收入以及厂商官网等支付渠道产生的直付收入。在未明确声明为净收益的情况下，该数据均为收入总额(即未扣除平台分成的部分)。

2025年Q1-Q3 韩国市场手游发行商内购收入榜与增长榜TOP10

| 排名 | 发行商名称 | 代表游戏 | 环比增长率 |
|----|-----------------|---|-------|
| 1 | NCSoft |  | -13% |
| 2 | Netmarble Games |  | 71% |
| 3 | 点点互动 |  | 77% |
| 4 | NEXON |  | 59% |
| 5 | FUNFLY |  | -29% |
| 6 | Kakao |  | -33% |
| 7 | 腾讯 |  | -12% |
| 8 | 米哈游 |  | -10% |
| 9 | Dream Games |  | -5% |
| 10 | NHN |  | 1% |

| 排名 | 发行商名称 | 代表游戏 | 环比增长率 |
|----|------------------|---|-------|
| 1 | Netmarble Games |  | 71% |
| 2 | 点点互动 |  | 77% |
| 3 | NEXON |  | 59% |
| 4 | Florere Game |  | 555K% |
| 5 | Leniu Technology |  | 823% |
| 6 | Wemade Play |  | 84% |
| 7 | 柠檬微趣 |  | 101% |
| 8 | Roblox |  | 49% |
| 9 | 江娱互动 |  | 55% |
| 10 | NTRANCE |  | ★ |

《Gossip Harbor》和《Seaside Escape》领跑韩国休闲手游收入增长榜

2025年1-9月，柠檬微趣旗下两款经典合成手游《Seaside Escape》和《Gossip Harbor》在韩国市场收入环比增长67%和222%，入围本期休闲类手游收入榜第3、7名，同时包揽休闲类手游收入增长榜冠亚军。

与此同时《Apex Girl》、《Lands of Jail》、《Archer0 2》等10款来自海外发行商的游戏，牢牢占据韩国市场休闲类手游收入增长榜前十。

数据来源：Sensor Tower 应用表现洞察

说明：休闲类游戏包含休闲手游、超休闲手游和混合休闲手游

2025年Q1-Q3 韩国市场休闲类手游内购收入榜与增长榜TOP10

| 收入榜 | | | |
|-----|----|-----------------------------------|------|
| 排名 | 图标 | 游戏名称 | 增长率 |
| 1 | | Last War: Survival FUNFLY | -29% |
| 2 | | Royal Match Dream Games | -12% |
| 3 | | Seaside Escape 柠檬微趣 | 67% |
| 4 | | Lucky Defense 111% | -30% |
| 5 | | Gardenscapes Playrix | 1% |
| 6 | | Hangame Poker NHN Corp | 6% |
| 7 | | Gossip Harbor 柠檬微趣 | 222% |
| 8 | | Hangame Sutda & Matgo NHN Corp | 3% |
| 9 | | Hangame Poker Classic NHN Corp | 0.1% |
| 10 | | Capybara Go! 海彼 | -10% |

| 收入增长榜 | | | |
|-------|----|-------------------------------|-------|
| 排名 | 图标 | 游戏名称 | 增长率 |
| 1 | | Gossip Harbor 柠檬微趣 | 222% |
| 2 | | Seaside Escape 柠檬微趣 | 67% |
| 3 | | Apex Girl Tap4Fun | 13K% |
| 4 | | Lands of Jail 益世界 | ★ |
| 5 | | Royal Kingdom Dream Games | 6.4k% |
| 6 | | Archer0 2 海彼 | 69% |
| 7 | | Go Go Samkok Joy Net Games | 902% |
| 8 | | Tasty Travels 点点互动 | 1.2K% |
| 9 | | 恋与深空 叠纸网络 | 133% |
| 10 | | Office Queen 友谊时光 | ★ |

《Stellar Blade™》在Steam平台全球累计收入超1亿美元

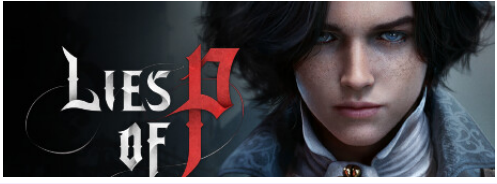





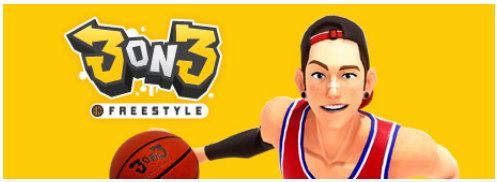



由韩国开发商SHIFT UP制作的末日科幻题材APRG游戏《Stellar Blade™》于2025年6月12日正式登陆Steam平台，游戏延续了在PS5平台的优异表现，发售首日Steam最高同时在线人数便超过18万人，上市仅4日销量便超过100万份。

截至2025年9月底，该游戏在Steam平台全球累计收入超过1亿美元，位列韩国本土PC游戏之首，并获得高达93.6%的好评率。其中Steam平台来自中国市场的玩家占比达到55%。

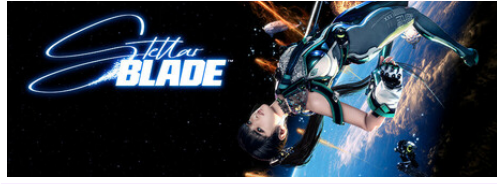

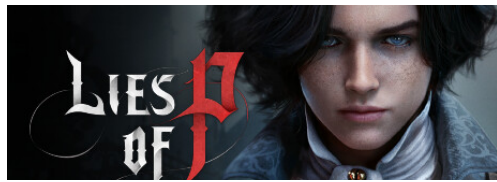







数据来源：Sensor Tower 旗下 Video Game Insights - PC/Console平台数据洞察

2025年Q1-Q3 Steam平台韩国本土PC游戏排行榜

下载量排行榜TOP10

| 排名 | 图标 | 游戏名称 |
|----|---|----------------------------------|
| 1 |  | Lies of P Neowiz |
| 2 |  | Stellar Blade™ SHIFT UP |
| 3 |  | PUBG KRAFTON |
| 4 |  | inZOI KRAFTON |
| 5 |  | DAVE THE DIVER MINT ROCKET |
| 6 |  | Limbus Company ProjectMoon |
| 7 |  | 3on3 FreeStyle JOYCITY |
| 8 |  | Blue Archive NEXON KOREA |
| 9 |  | Dark and Darker IRONMACE |
| 10 |  | The Callisto Protocol KRAFTON |

收入排行榜TOP10

| 排名 | 图标 | 游戏名称 |
|----|---|-------------------------------------|
| 1 |  | Stellar Blade™ SHIFT UP |
| 2 |  | inZOI KRAFTON |
| 3 |  | Lies of P Neowiz |
| 4 |  | DAVE THE DIVER MINT ROCKET |
| 5 |  | DJMAX RESPECT V Neowiz |
| 6 |  | Library Of Ruina ProjectMoon |
| 7 |  | The Callisto Protocol KRAFTON |
| 8 |  | Dinkum KRAFTON |
| 9 |  | Lobotomy Corporation ProjectMoon |
| 10 |  | SANABI Neowiz |

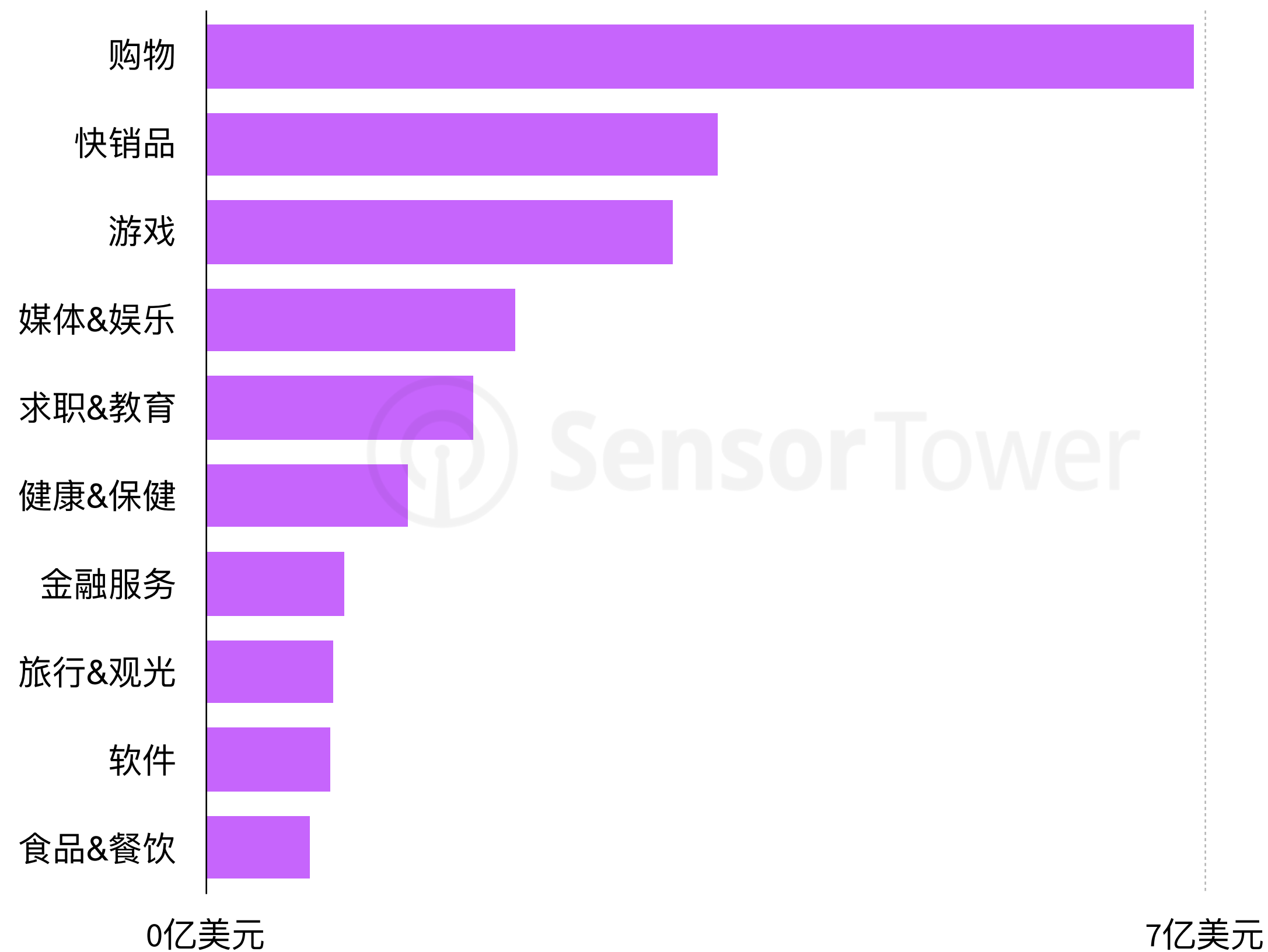
韩国游戏市场 数字广告投放趋势



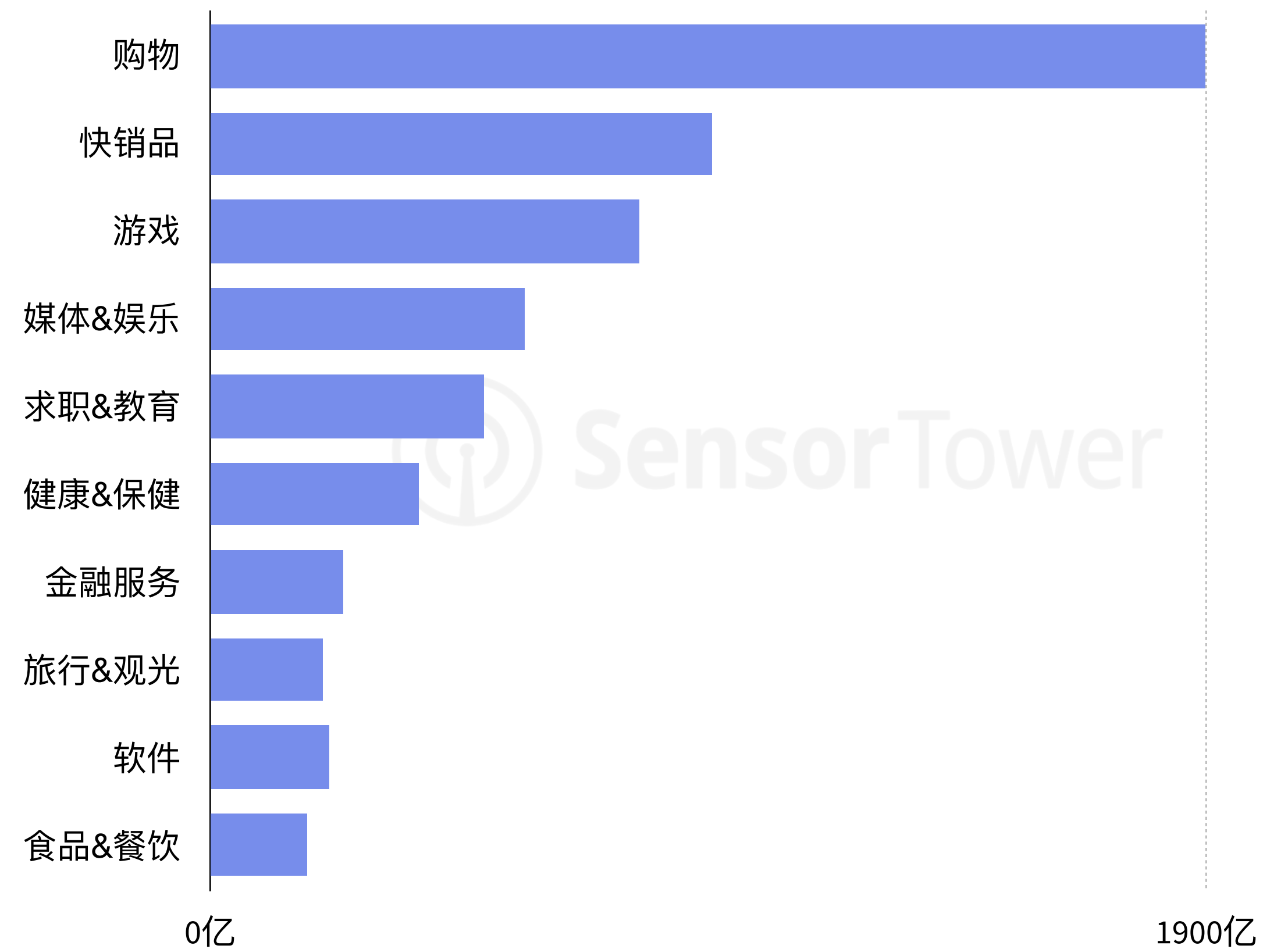
游戏是韩国数字广告市场的核心投放领域，2025年前三季度广告支出已达3.3亿美元

数据来源：Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察 说明：目前 Pathmatics 在韩国市场广告渠道包括：Instagram、Facebook、YouTube、TikTok、NAVER和移动应用。

2025Q1-Q3 韩国市场数字广告支出排行榜TOP10 - 按行业



2025Q1-Q3 韩国市场数字广告曝光量排行榜TOP10 - 按行业



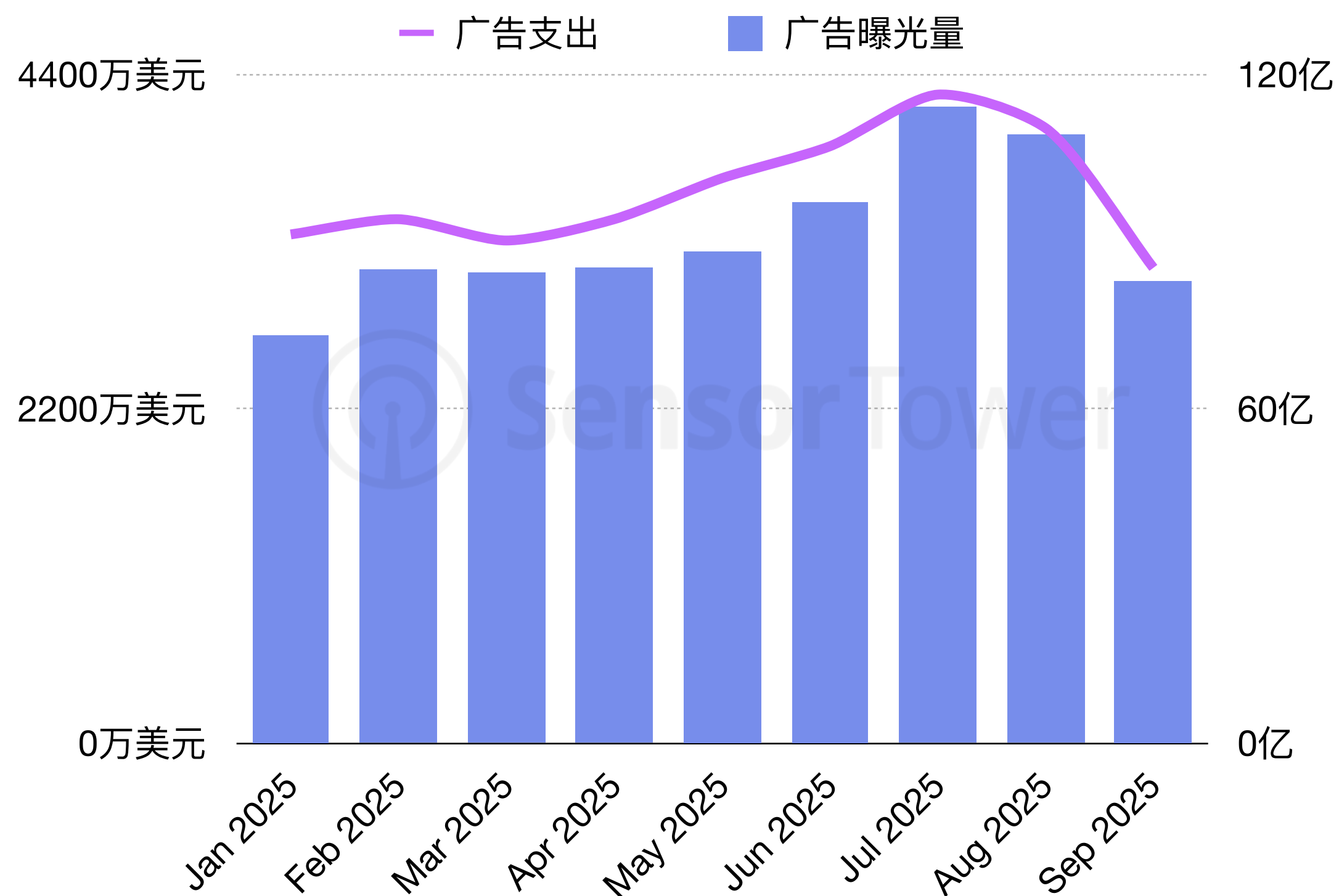
作为全球领先的游戏市场之一，韩国在2025年前三季度的游戏行业数字广告投放高达3.3亿美元，位列购物和快消品之后，稳居第三大投放赛道。

在数字广告曝光量方面，2025年Q1-Q3，韩国市场游戏行业数字广告曝光量突破810亿次，远高于媒体&娱乐行业的600亿次和求职&教育行业的530亿次。

2025年韩国游戏数字广告支出持续增长，Instagram和移动应用是重点投放渠道

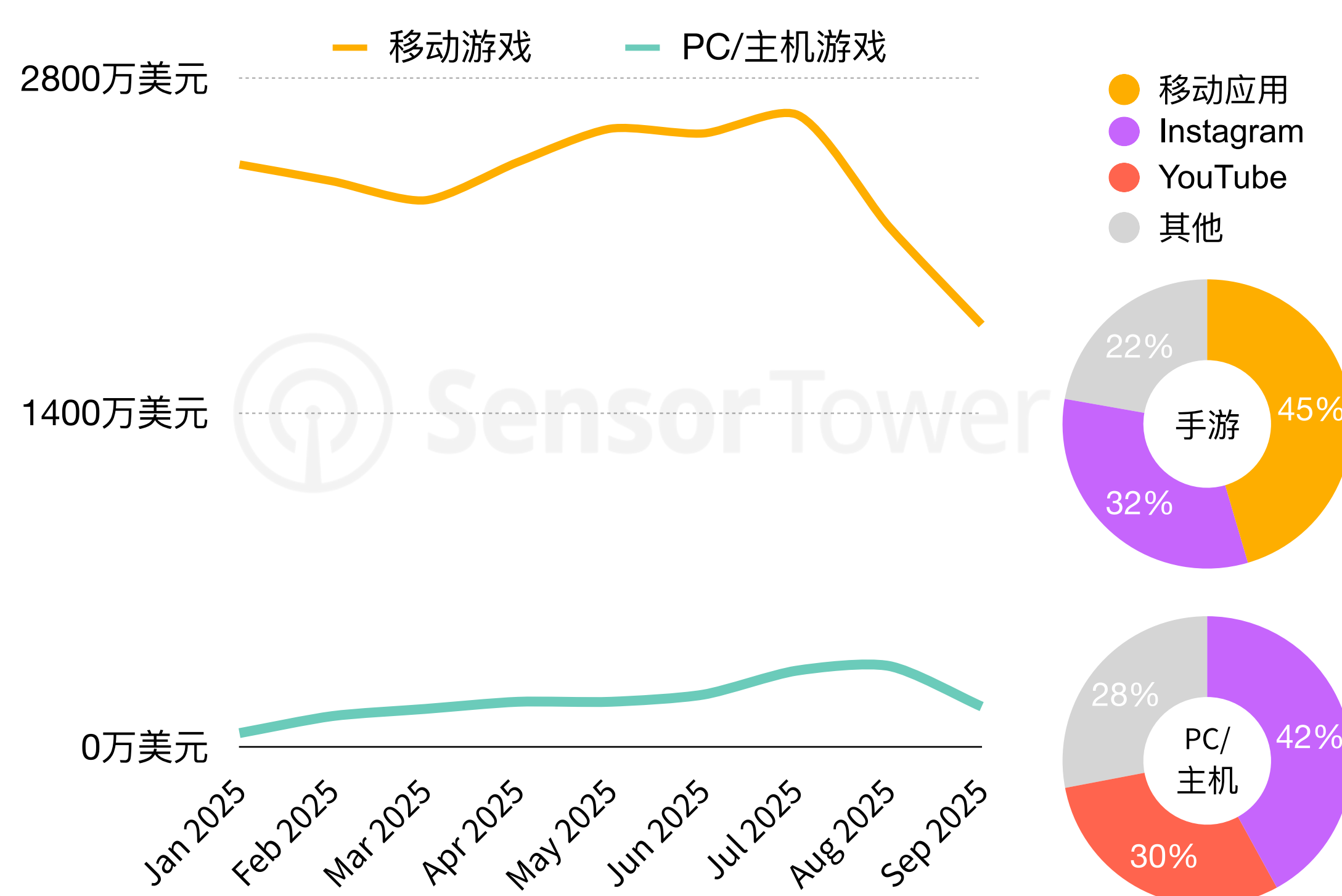
数据来源：Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察 说明：目前 Pathmatics 在韩国市场广告渠道包括：Instagram、Facebook、YouTube、TikTok、NAVER和移动应用。

2025年1-9月韩国游戏市场数字广告支出与曝光量趋势



2025年1-7月，韩国游戏市场数字广告投放稳步上扬。7月曝光量环比飙升18%，突破114亿次；广告支出环比增长9%，接近4300万美元。数据表明游戏厂商正持续加码广告投放，以强化用户触达与市场渗透。

2025年1-9月韩国游戏市场数字广告支出分布 - 按渠道

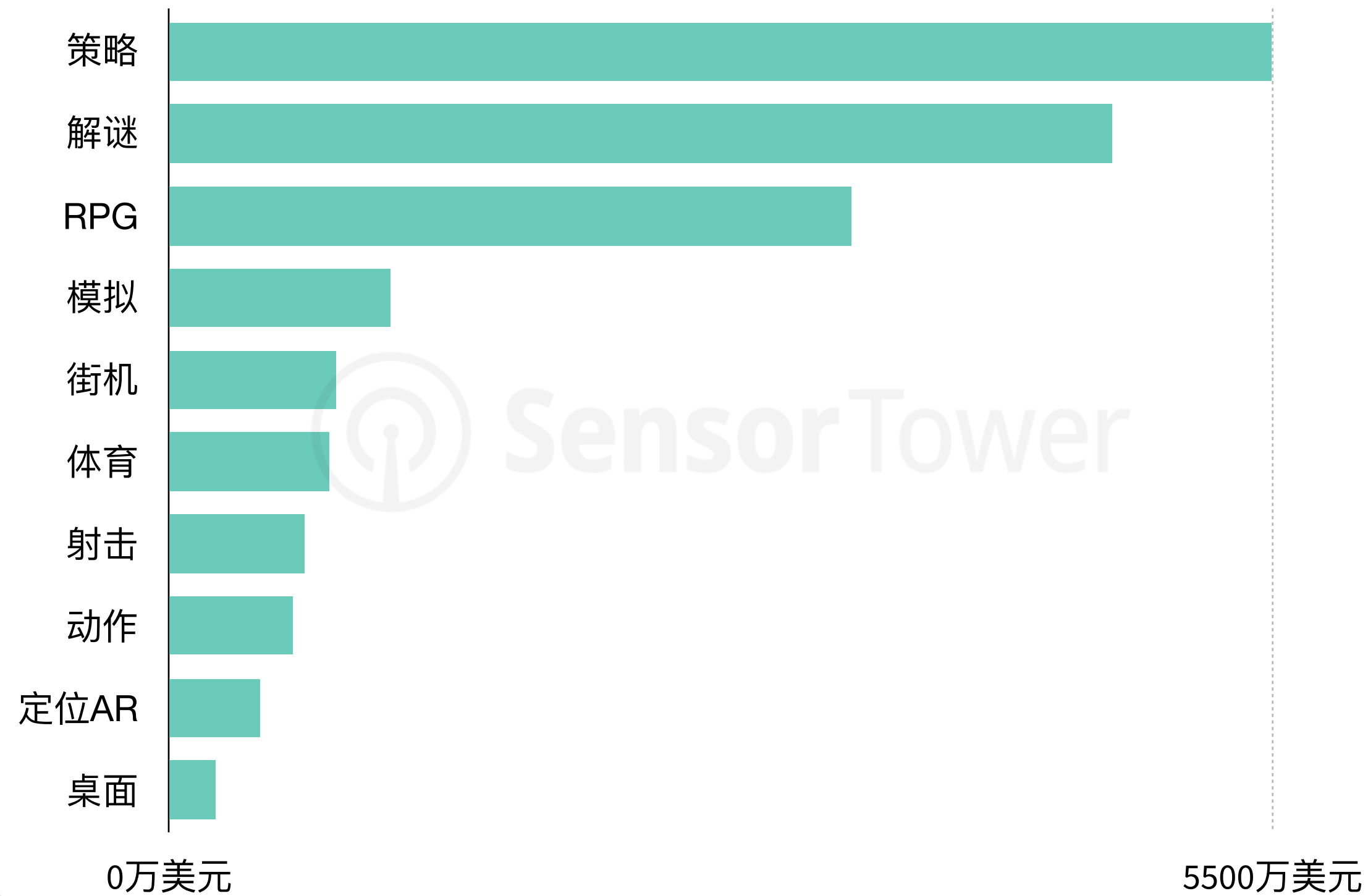


2025年1-9月，韩国市场手游数字广告支出超过2亿美元，是PC/主机游戏广告支出的12倍。在投放渠道上，手游主要选择移动应用和Instagram，而PC/主机游戏则主要投放Instagram和YouTube平台。

策略、解谜和RPG主导手游领域广告投放，PC/主机市场由射击、RPG和沙盒游戏领跑

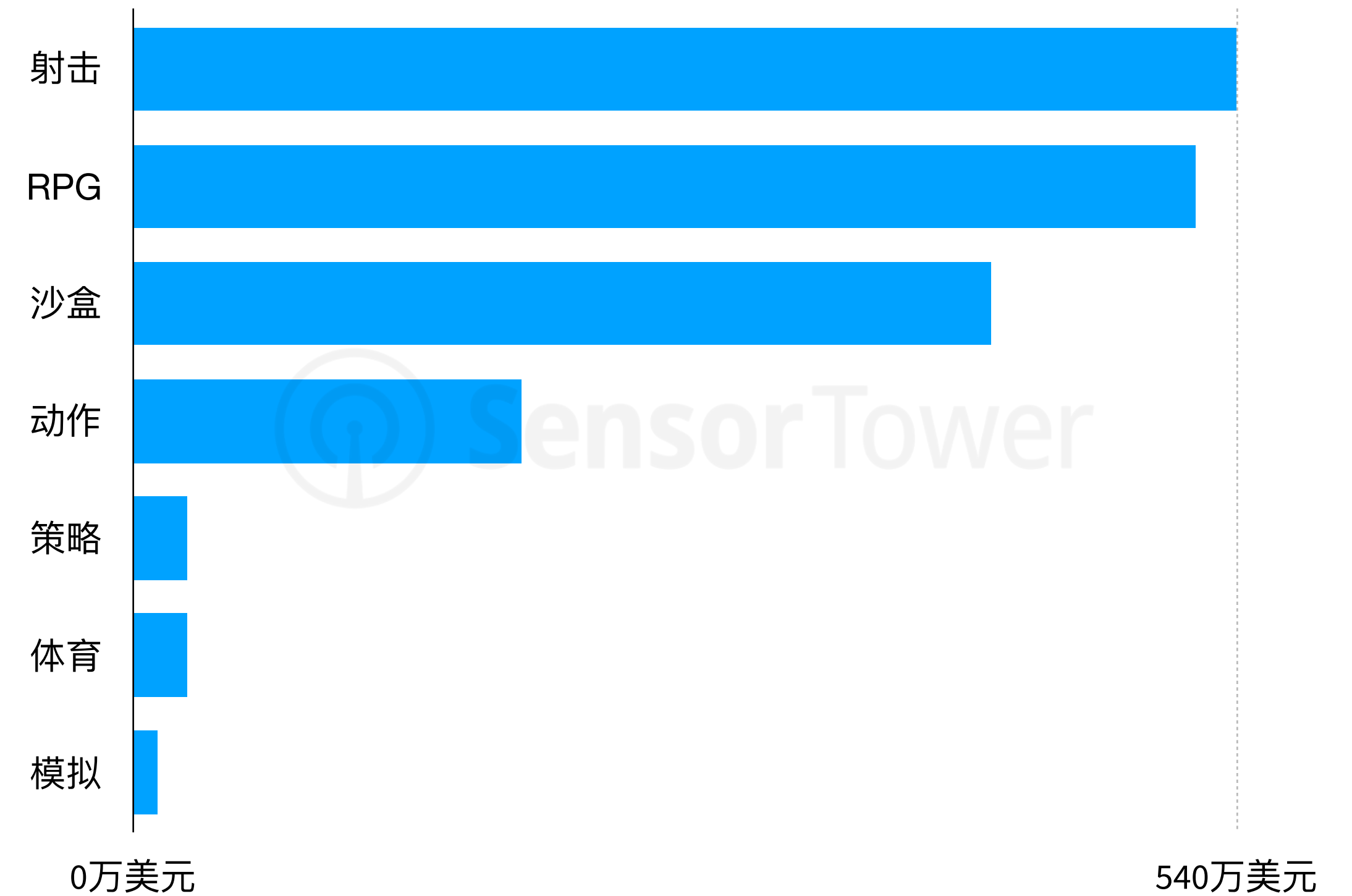
数据来源：Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察 说明：目前 Pathmatics 在韩国市场广告渠道包括：Instagram、Facebook、YouTube、TikTok、NAVER和移动应用。

2025年1-9月韩国手游市场数字广告支出排行榜 - 按类别



2025年1-9月，策略、解谜和RPG位列韩国手游广告投放最活跃品类，广告支出分别达到5500万美元、4700万美元和3400万美元。

2025年1-9月韩国PC/主机游戏市场数字广告支出分布 - 按类别



在韩国PC/主机游戏市场，射击、RPG与沙盒类游戏领跑广告投放，2025年1-9月广告支出分别达到540万美元、520万美元和420万美元。



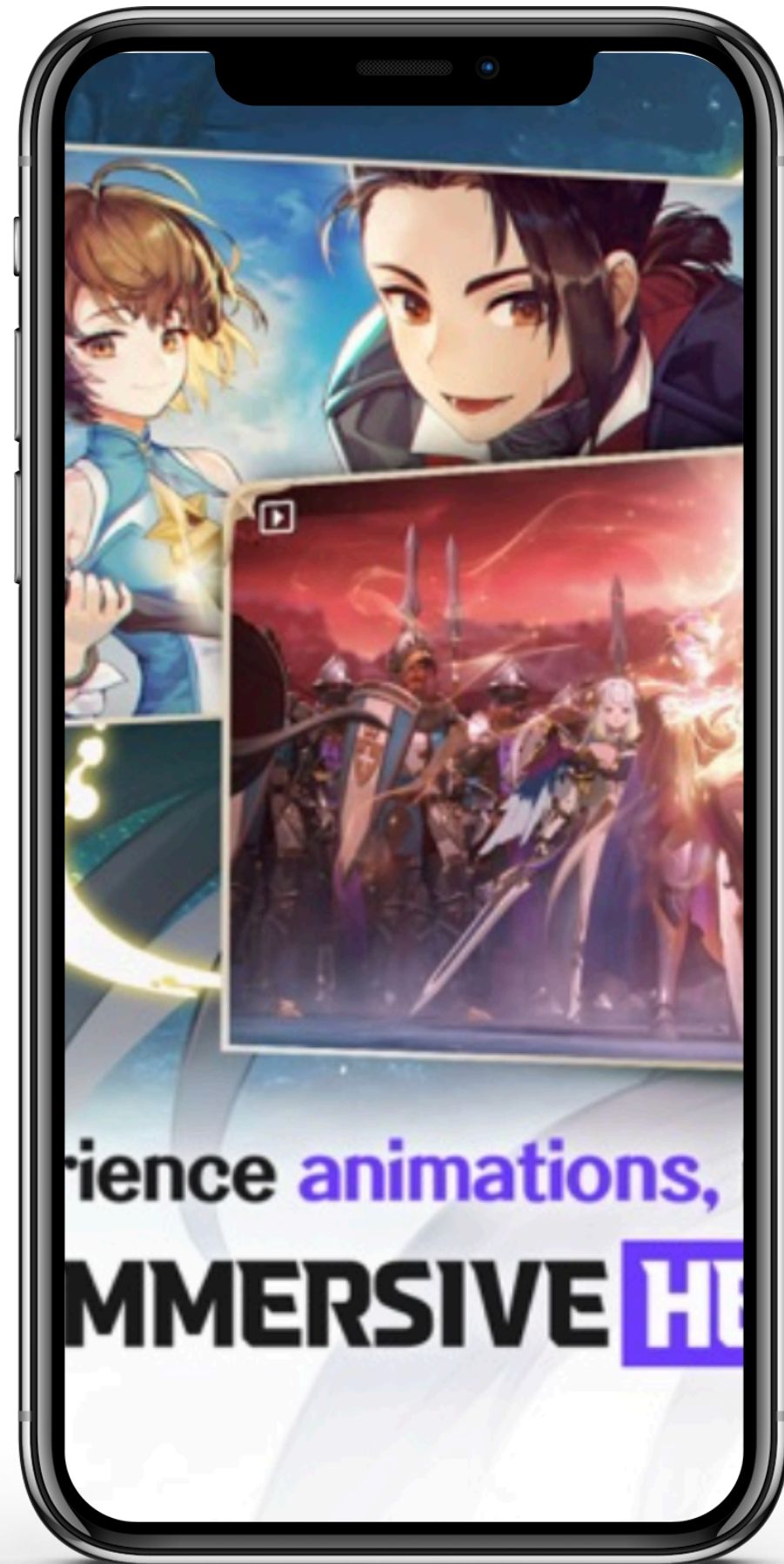
案例分析： Seven Knights Re:Birth



Seven Knights Re:Birth

Netmarble

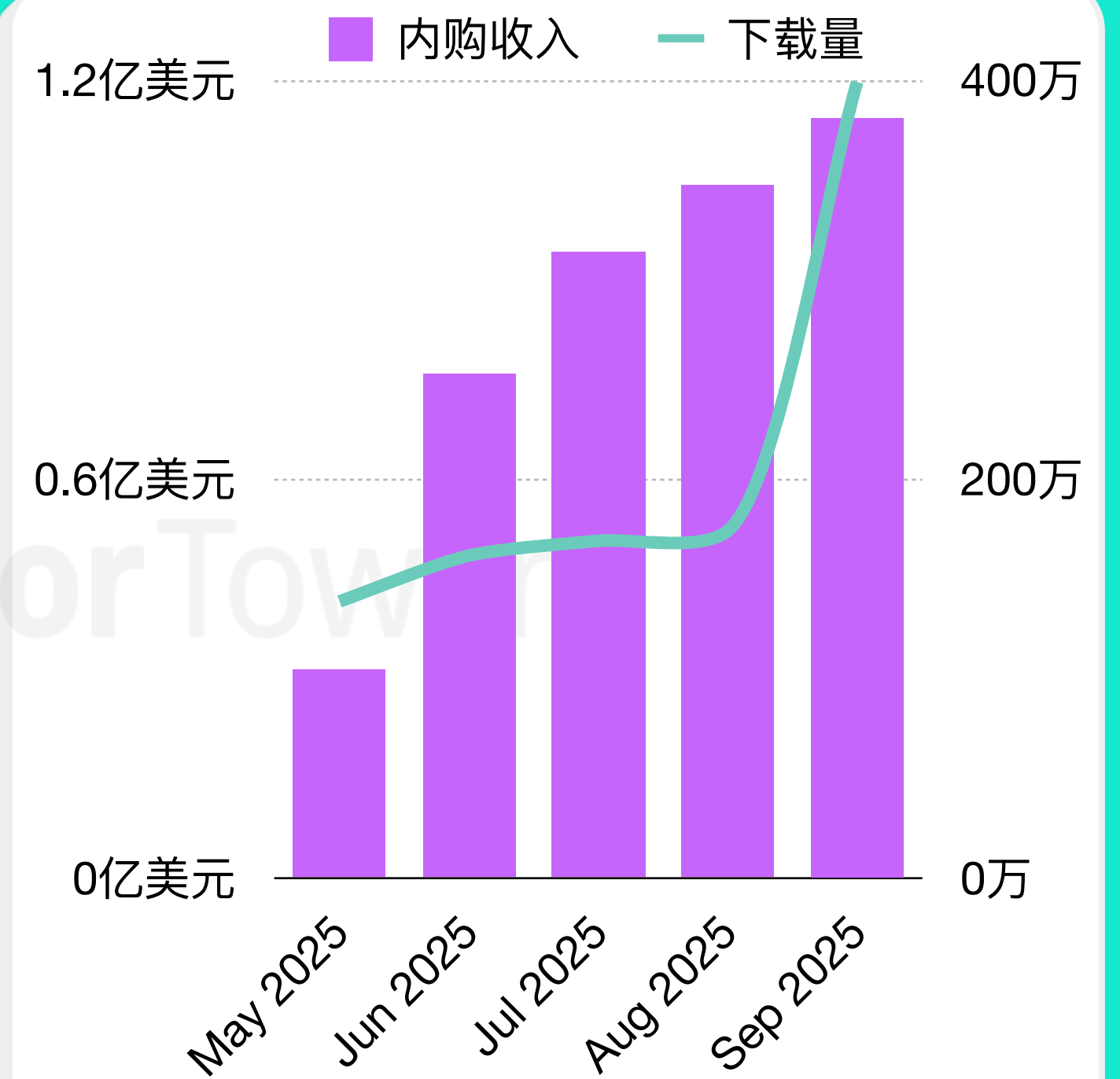
《Seven Knights Re:Birth》是韩国游戏公司 Netmarble 于 2025 年 5 月 15 日推出的回合制 RPG 手游。这款作品作为经典IP“七骑士”的重制版本，不仅保留了原作的核心故事、角色与战斗机制，还融入了现代化功能与最新设计趋势，为玩家打造焕然一新的沉浸式体验。Sensor Tower 数据显示，截至 2025 年 9 月底《Seven Knights Re:Birth》累计内购收入近 1.2 亿美元，强势登顶同期韩国市场收入最高的新游。



游戏概览

| | |
|------|---------------------------------------|
| 上市时间 | 2025年5月15日 |
| 类型 | RPG |
| 子分类 | 回合制RPG |
| 产品模型 | 中度 |
| 设定 | 虚构奇幻 |
| 题材 | 竞技场 |
| 艺术风格 | 3D 动漫 |
| 镜头视角 | 侧面 |
| 盈利模式 | 订阅, 线上活动, 抽卡, 货币包, 新手礼包, 战利品宝箱, 赛季通行证 |
| 游戏标签 | 角色收集, 剧情故事, 二次元, 多人PvP, 多人协作, 多平台, 公会 |

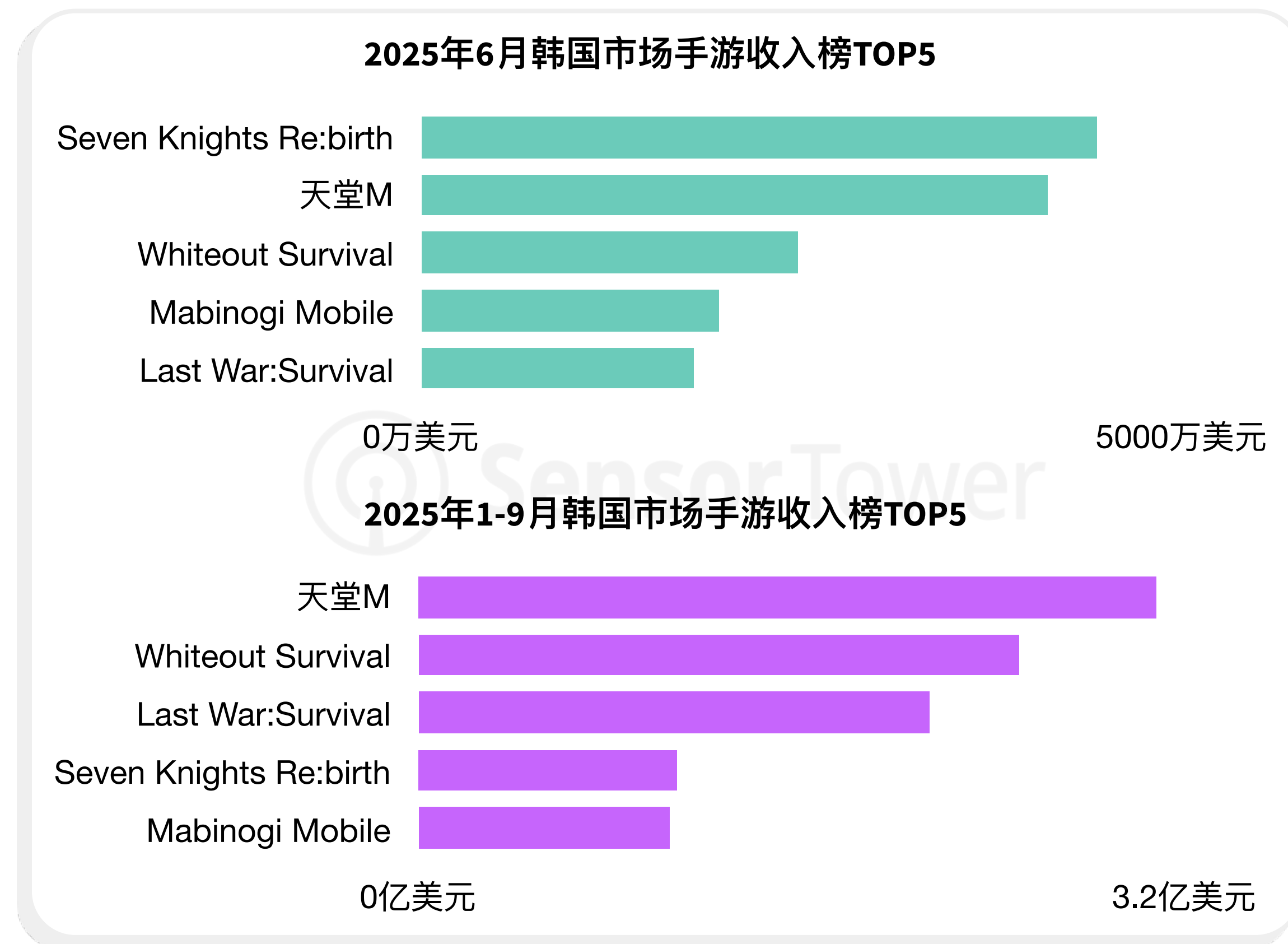
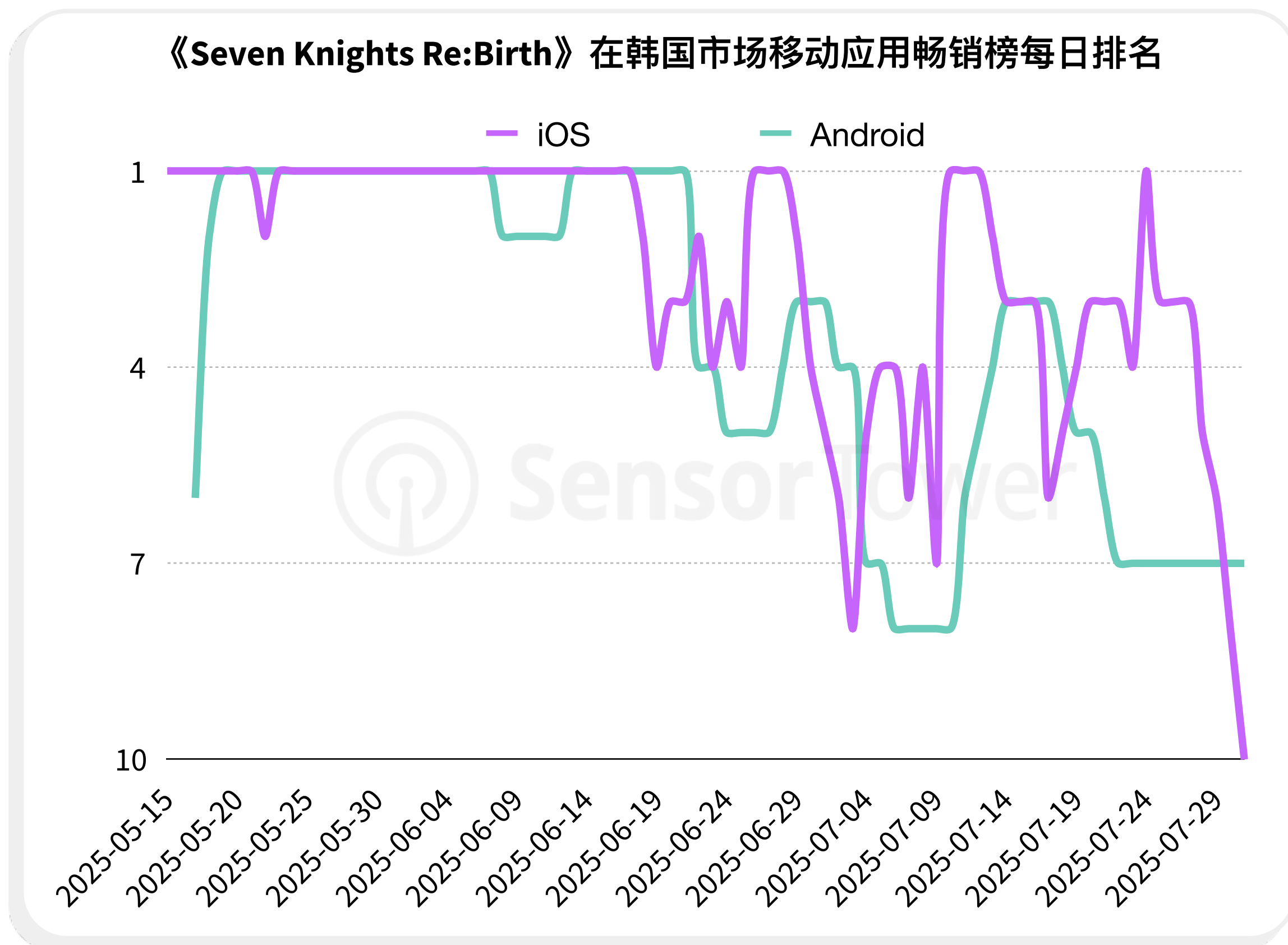
累计内购收入与下载量



数据来源: Sensor Tower 应用表现洞察

《Seven Knights Re:Birth》问鼎 2025 年前三季度韩国新发手游收入冠军

数据来源: Sensor Tower 应用表现洞察

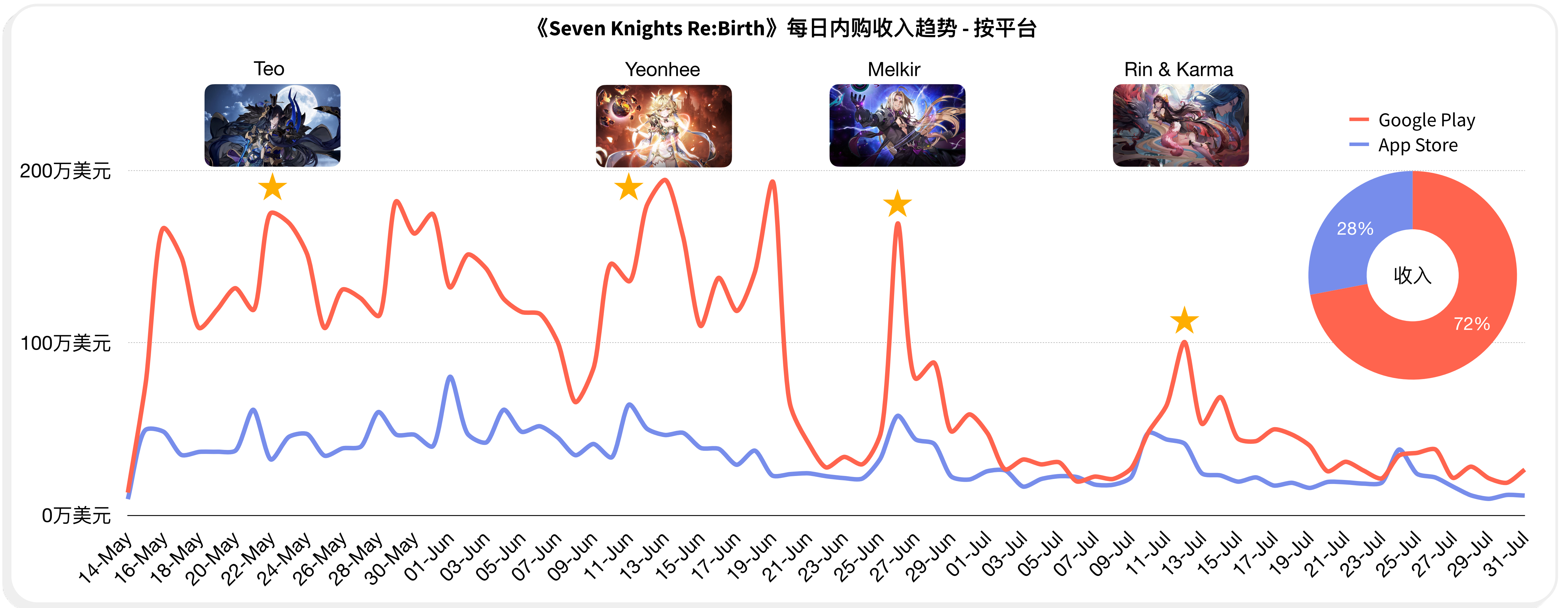


凭借“七骑士”IP的强大号召力、精美的人物设计，以及深度的英雄收集与养成玩法，《Seven Knights Re:Birth》自上线以来便迅速登顶韩国 App Store 与 Google Play 下载榜与畅销榜，并连续多日稳居 iOS 和 Android 畅销总榜首，展现出卓越的市场热度与强劲的变现实力。

2025 年 6 月，《Seven Knights Re:Birth》收入环比飙升 42%，成功超越经典大作《天堂M》，登顶韩国手游收入榜。凭借这一亮眼表现，该游戏在 2025 年 1-9 月期间稳居韩国市场新发手游收入冠军，奠定了年度爆款地位。

持续的内容与角色更新强劲拉动玩家消费，其中Google Play平台贡献高达72%收入

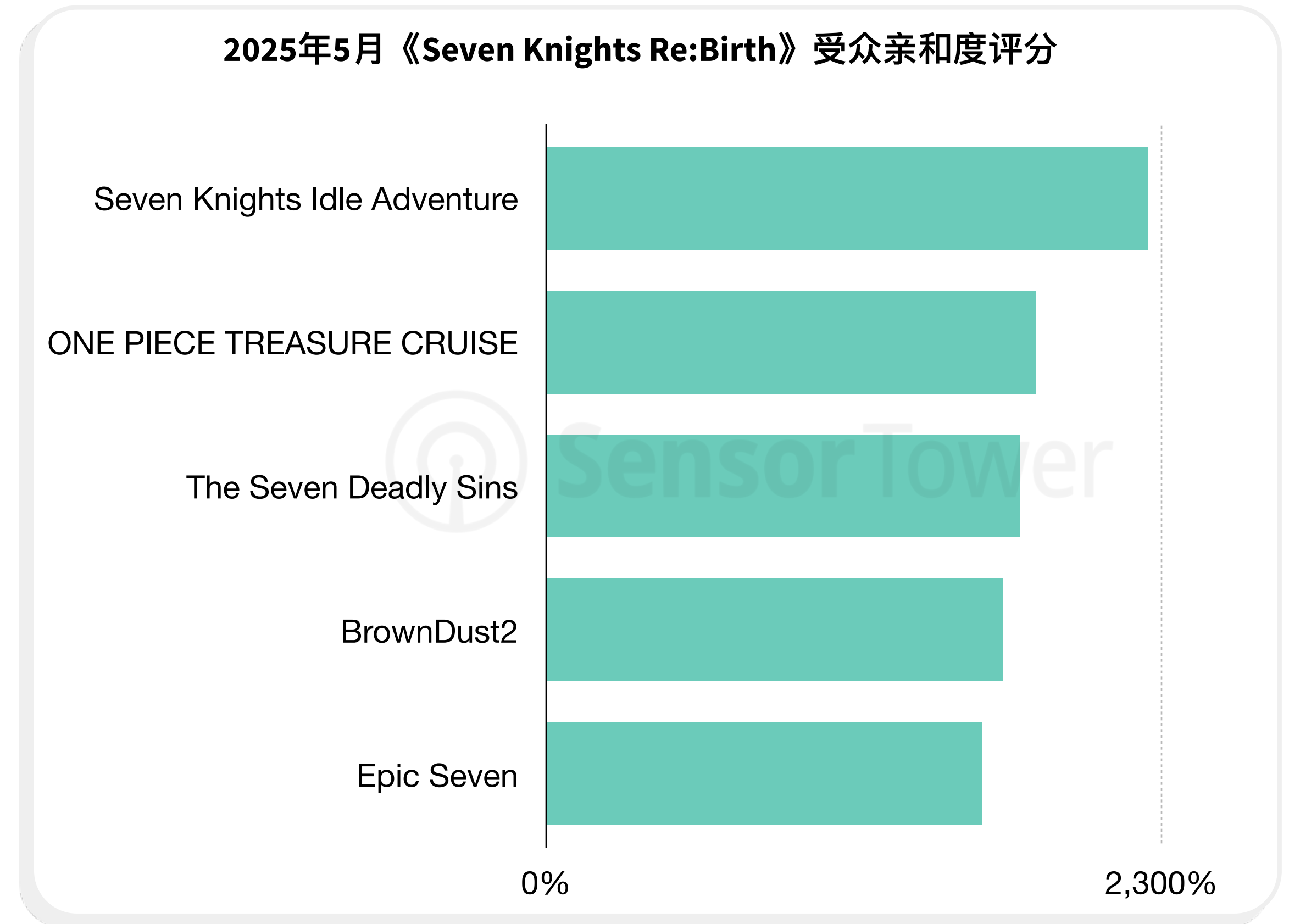
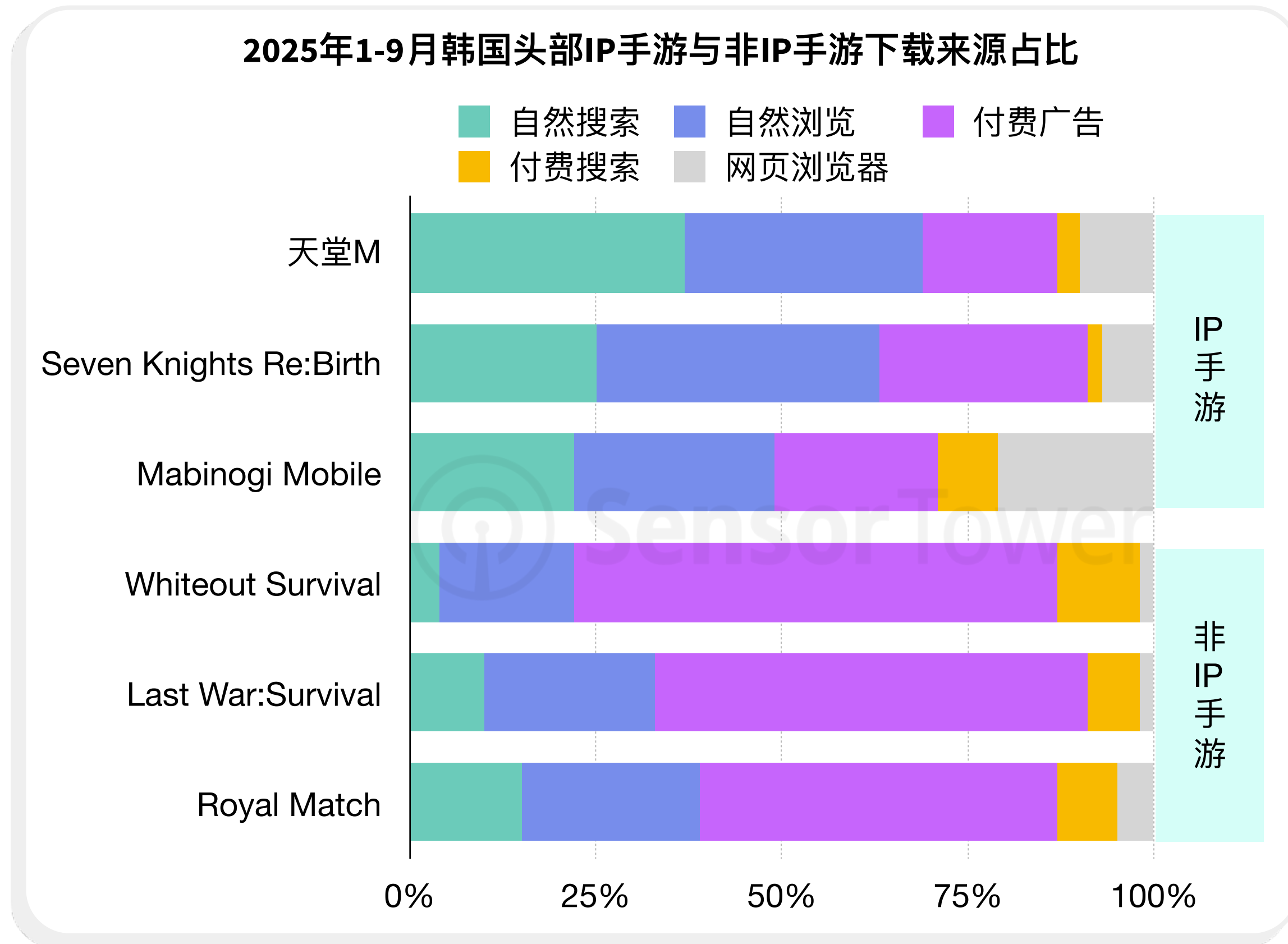
数据来源: Sensor Tower 应用表现洞察



随着全新内容与角色的持续推出，《Seven Knights Re:Birth》日流水不断刷新纪录。以2025年6月13日为例，全新角色 *Yeonhee* 上线当日便助推游戏创下自发布以来的最高单日流水。从平台分布来看，Google Play 成为该作的核心变现渠道，贡献了高达72%的总收入。

依托“七骑士”IP的强大号召力 《Seven Knights Re:Birth》 自然下载量占比高达63%

数据来源: Sensor Tower 应用表现洞察 & 受众洞察

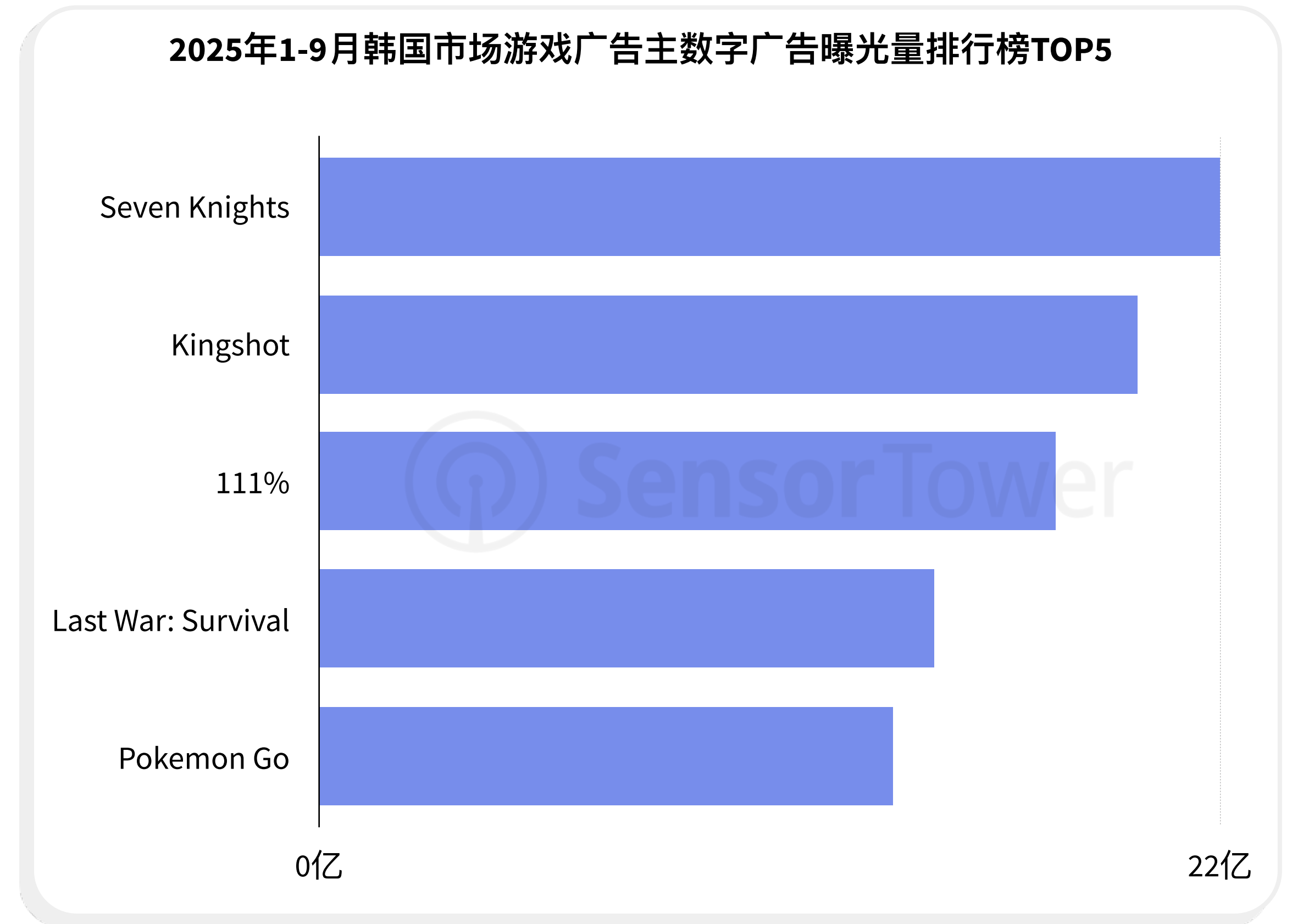
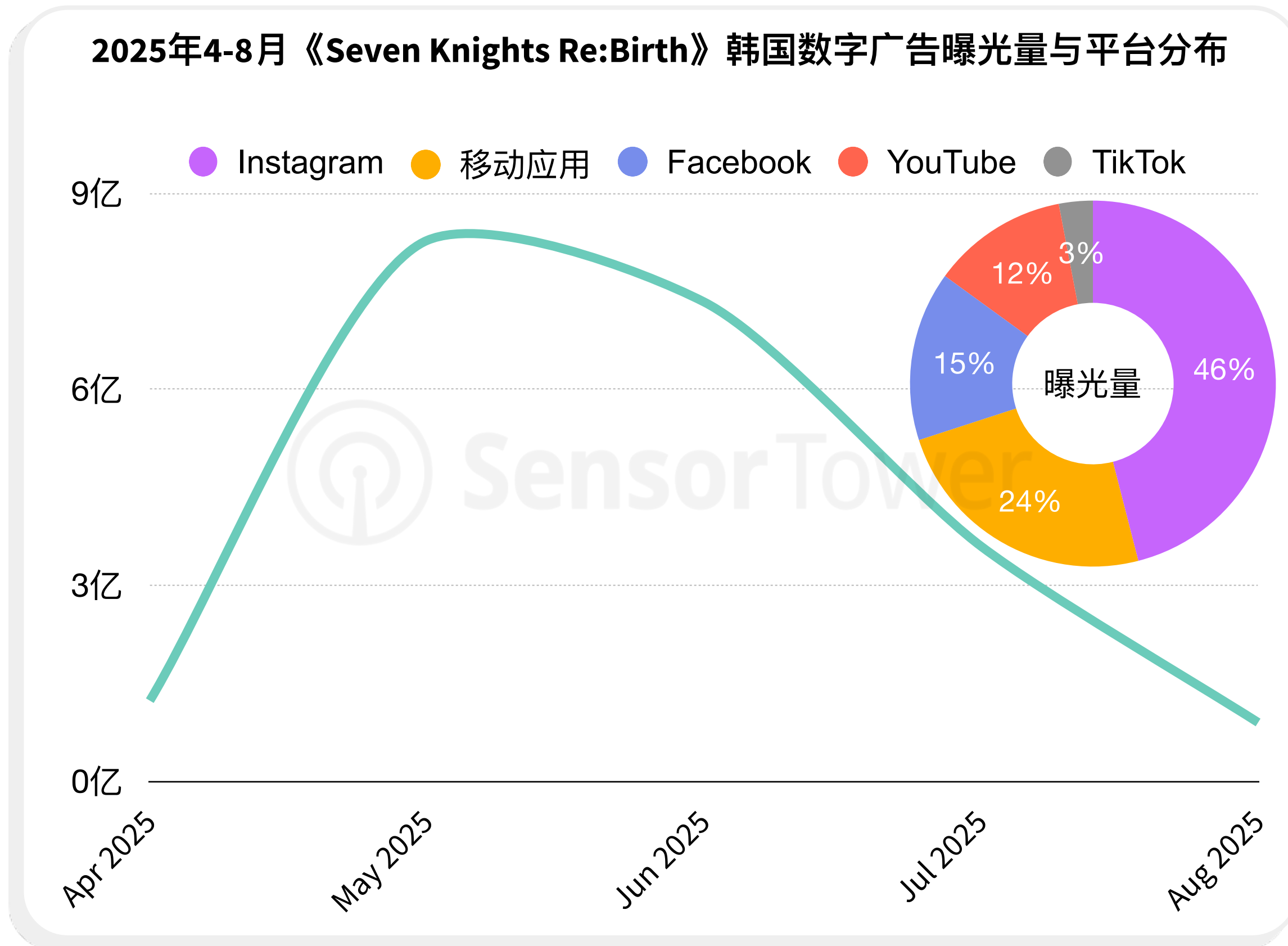


IP 手游凭借强势品牌认知往往在自然获客上更具优势，而非 IP 手游则更依赖广告与付费渠道。《Seven Knights Re:Birth》凭借“七骑士”IP的号召力，自然搜索与自然浏览下载量占比超过 60%，凸显出品牌驱动的强大拉新效应。

根据 Sensor Tower 受众洞察数据，另一款“七骑士”IP 游戏《Seven Knights Idle Adventure》的玩家，其游玩《Seven Knights Re:Birth》的可能性比普通玩家高出约 22 倍。这充分说明，该 IP 所形成的强大粉丝生态正为新作的早期爆发式成功提供有力支撑。

《Seven Knights Re:Birth》 在上线初期集中发力数字广告投放，Instagram是核心渠道

数据来源：Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察 说明：目前 Pathmatics 在韩国市场广告渠道包括：Instagram、Facebook、YouTube、TikTok、NAVER和移动应用。

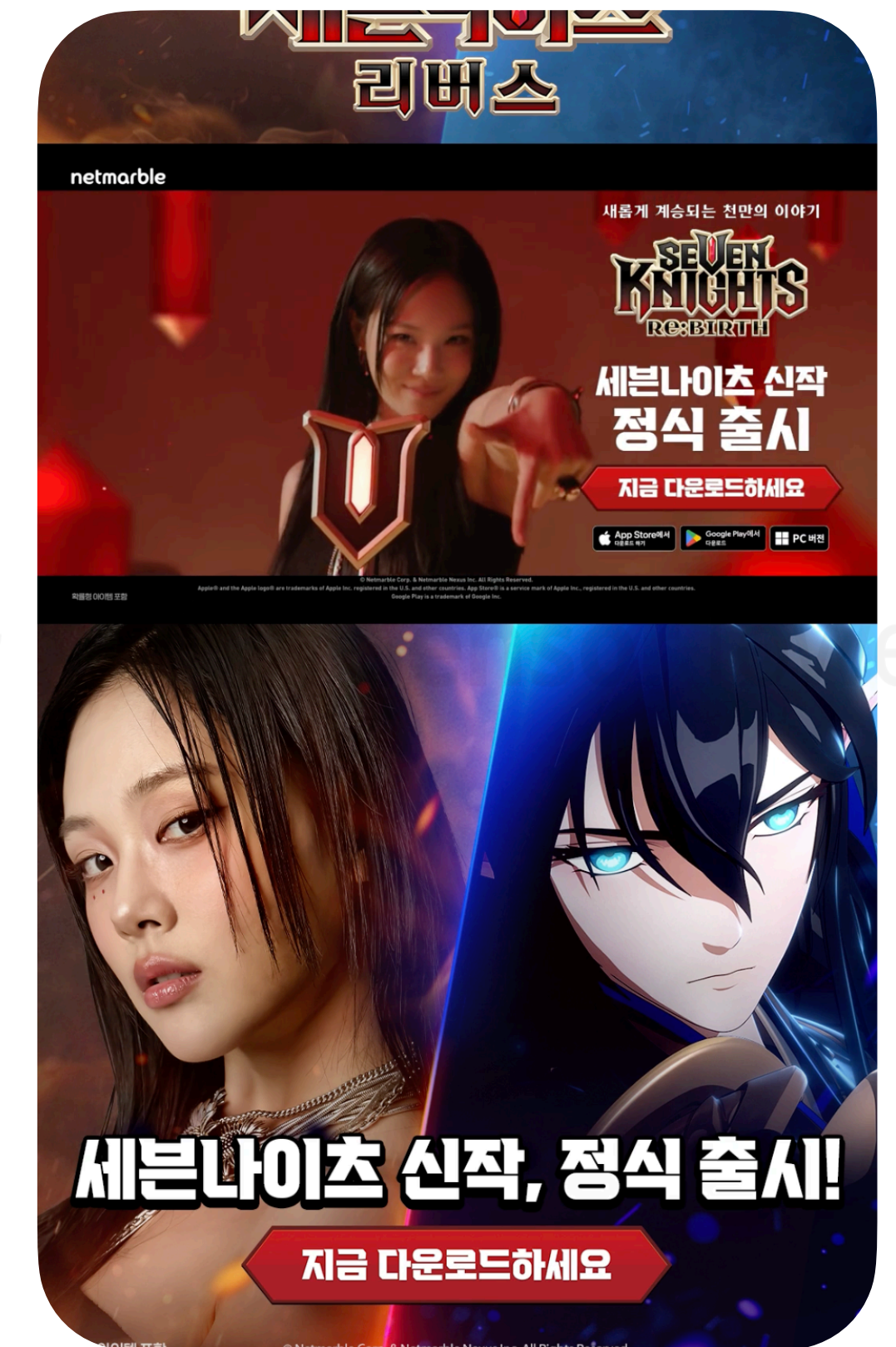


《Seven Knights Re:Birth》在韩国市场的广告投放呈现“集中爆发—逐步收缩”的典型趋势：上线初期（5-6月）进行大规模推广，而在7-8月逐步收紧投放力度，反映出发行商将策略重心转向精细化管理与长期运营。

即便广告投放仅集中在5-6月，《Seven Knights Re:Birth》仍夺得2025年1-9月韩国游戏市场广告曝光量冠军。在渠道布局上，游戏同样展现出精准集中策略：Instagram曝光量占比高达46%，移动应用渠道占比24%。

《Seven Knights Re:Birth》热门广告素材强调“七骑士”经典 IP 并携手人气歌手“BIBI”代言，有效吸引新玩家加入，同时唤回大批老玩家

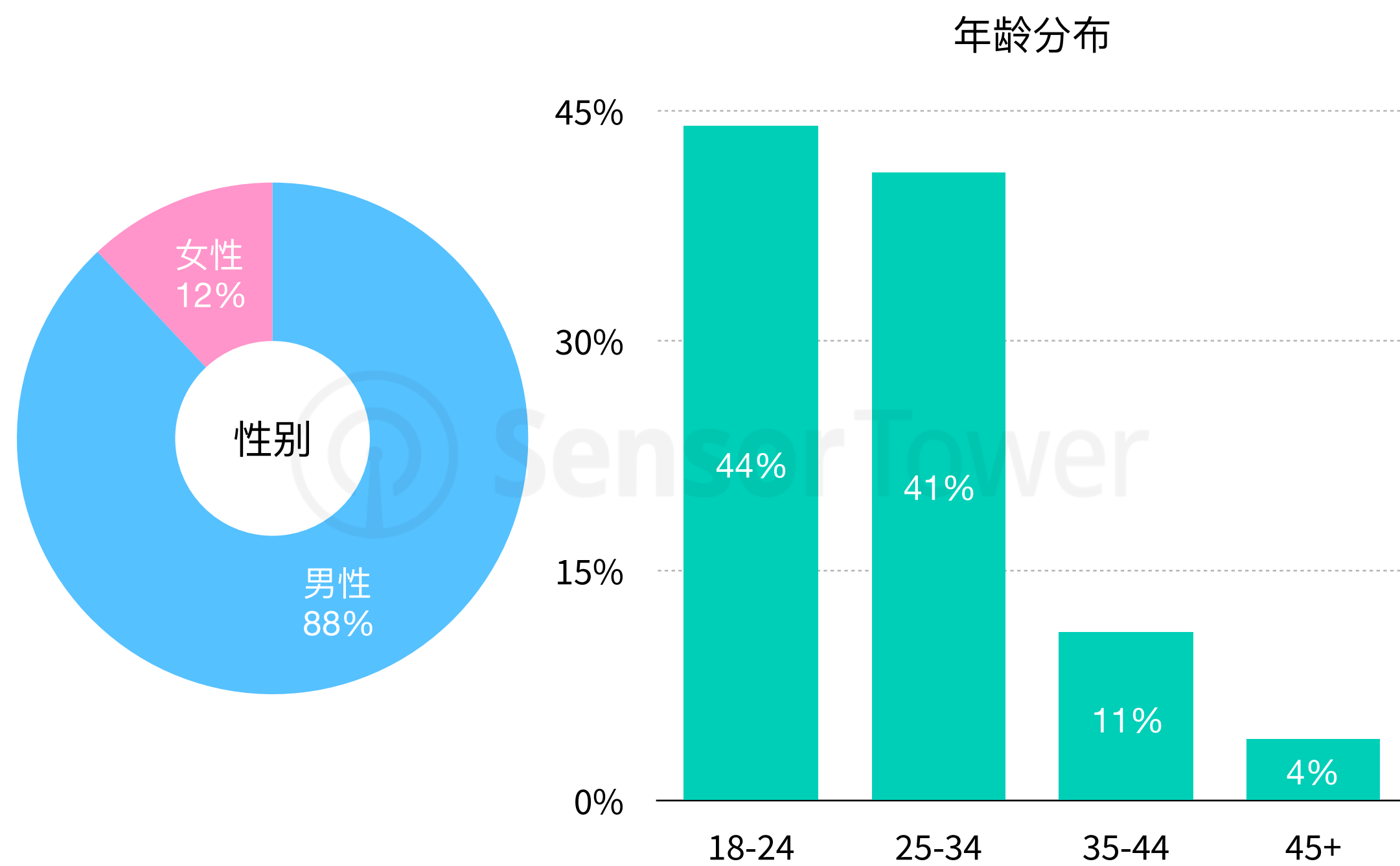
数据来源: Sensor Tower 广告情报 & 数字广告洞察 说明: 2025年5-9月 《Seven Knights Re:Birth》热门广告素材



《Seven Knights Re:Birth》吸引年轻男性核心玩家与动漫爱好者

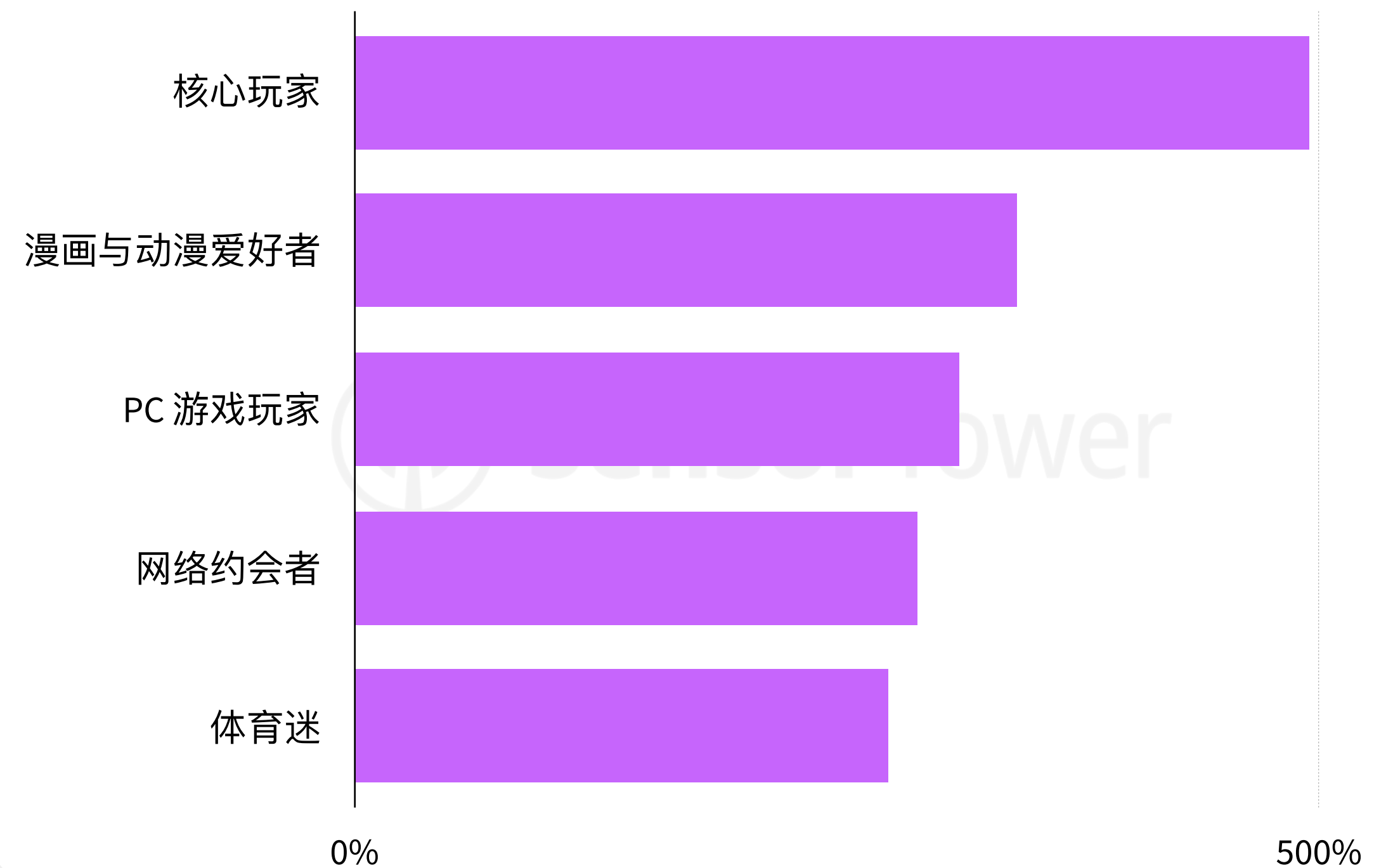
数据来源: Sensor Tower 受众洞察

2025年5-9月《Seven Knights Re:Birth》在韩国市场受众性别与年龄分布




《Seven Knights Re:Birth》在韩国的用户群体呈现出男性玩家主导 + 年轻群体集中的鲜明特征，男性玩家比例达到女性的7倍以上，18-34岁玩家占比超过85%。表明游戏内容、题材和营销策略更能吸引年轻男性玩家。

2025年5-9月《Seven Knights Re:Birth》在韩国市场受众画像



《Seven Knights Re:Birth》典型受众为核心玩家 + 动漫爱好者，这两类群体的重合度高，既是活跃度和消费的核心驱动力，也是游戏社区氛围的塑造力量。



案例分析：inZOL

inZOI

KRAFTON

《inZOI》是一款由韩国知名游戏开发商Krafton打造的高自由度次世代生活模拟游戏，于2025年3月28日在Steam平台发行，定价39.99美元。该游戏核心玩法围绕对角色“Zois”的全面模拟：玩家需管理其需求与情绪，推动其在职业、教育、家庭及社交关系中的发展，还可通过房屋建造与环境装饰来扩展沉浸式体验。Sensor Tower Video Game Insights 数据显示，游戏发售首日Steam最高同时在线人数便超过8.7万人，上线一周销量即达到100万次。截至2025年9月底，该游戏累计销量达到124万份，购买收入突破3940万美元，愿望单数高达280万，彰显强劲的市场号召力与商业潜力。



游戏概览

上市时间 2025年3月28日

开放商 inZOI Studio

发行商 KRAFTON

类别 模拟

子类别 生活模拟

游戏引擎 Unreal Engine 5

价格 \$39.99

游戏描述

通过控制并观察“Zois”的生活，创造属于自己的独特故事。使用inZOI 简单易用的工具自定义角色和建造房屋，过上梦想中的生活，并在其深度且细致的模拟中体验生活的各种情感。

数据速览



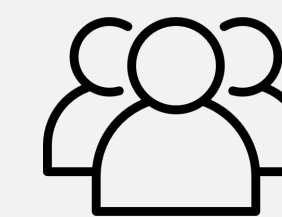
123万

下载量



3940万美元

购买收入



19.2万

月均活跃用户



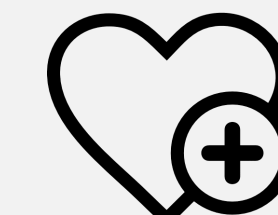
11.6小时

平均游戏时长



76.1%

好评率



280万

愿望单






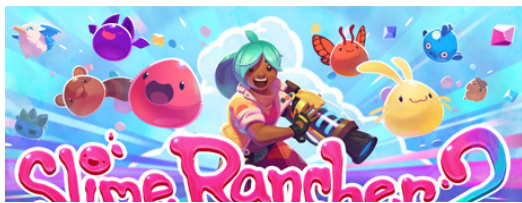

数据来源: Sensor Tower 旗下 Video Game Insights - PC/Console平台数据洞察
说明: 数据统计截至2025年9月30日

《inZOI》成为2025年Steam平台收入最高生活模拟游戏

2025年1-9月，《inZOI》在Steam平台生活模拟类游戏中以3940万美元的购买收入位居榜首，领先第二名约135%。这一成绩充分体现了Steam玩家对高度自定义、可塑性强的沙盒/模拟类游戏的强烈消费热情，也凸显了该作的卓越商业潜力。

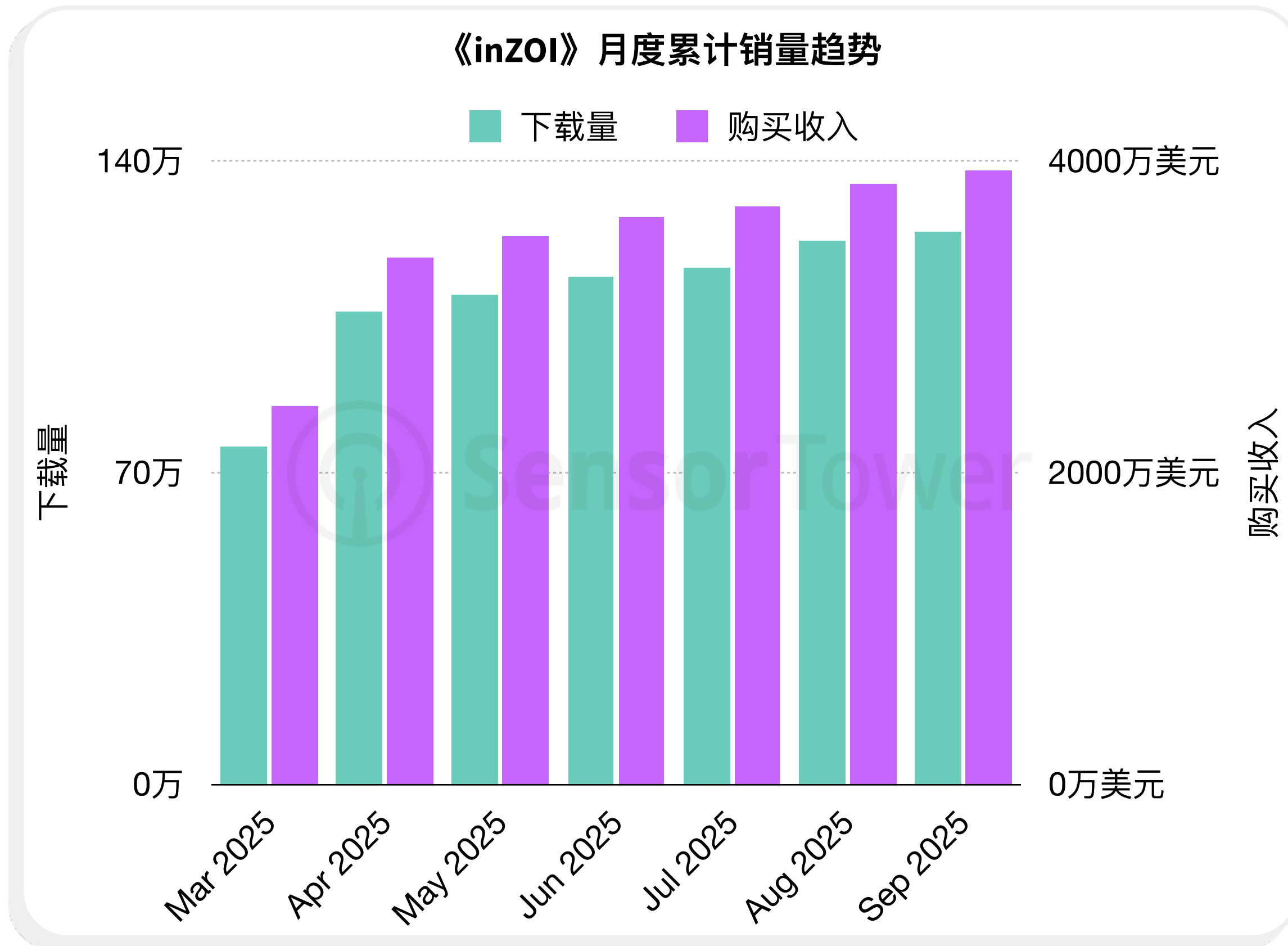
数据来源：Sensor Tower 旗下 Video Game Insights - PC/Console平台数据洞察

2025年Q1-Q3 Steam平台生活模拟游戏购买收入榜TOP8

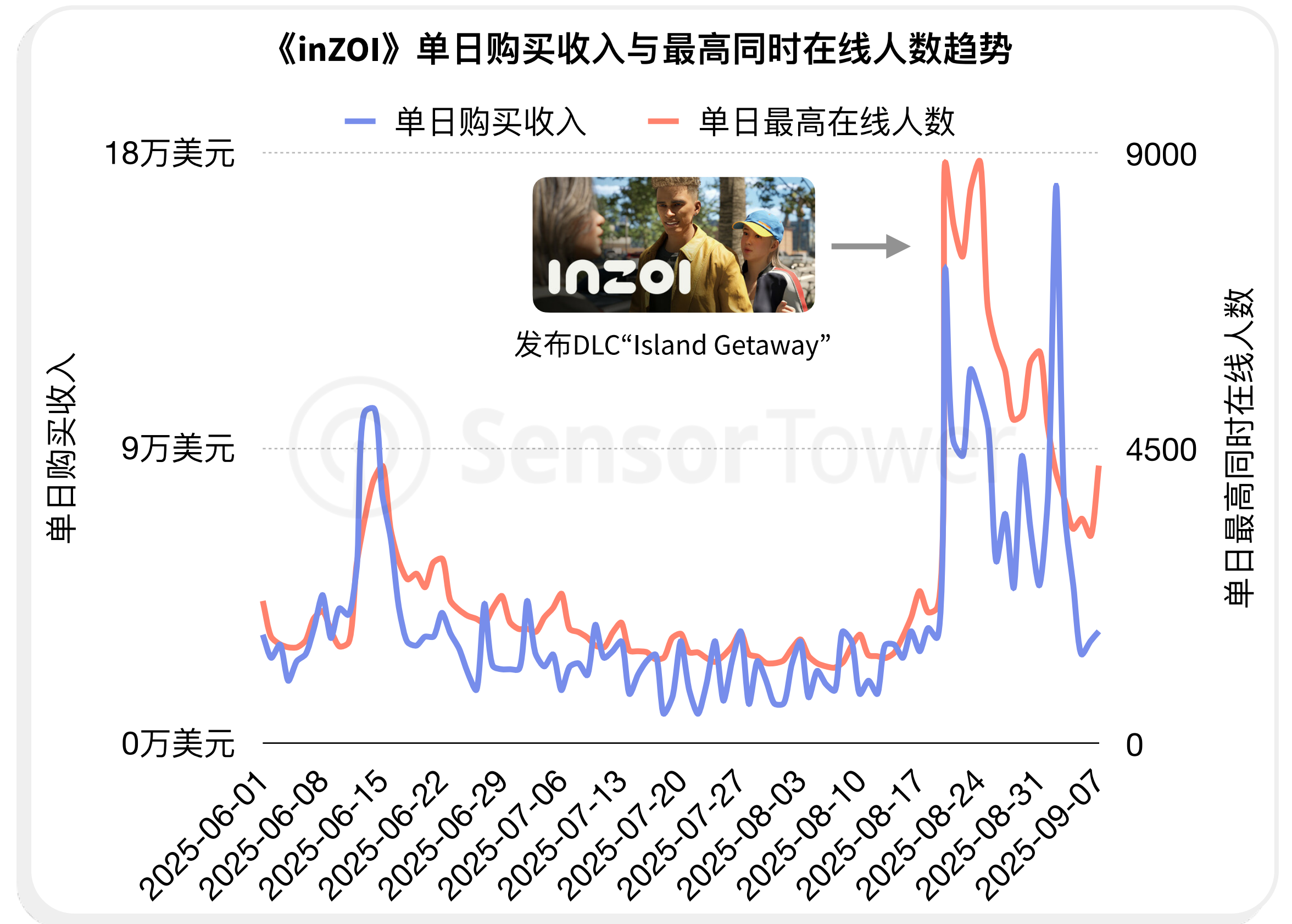
| 排名 | 图标 | 游戏名称 | 价格 | 购买收入 |
|----|---|--|---------|---------|
| 1 |  | inZOI | \$39.99 | 3940万美元 |
| 2 |  | Stardew Valley | \$14.99 | 1680万美元 |
| 3 |  | FANTASY LIFE i: The Girl Who Steals Time | \$59.99 | 1610万美元 |
| 4 |  | Hello Kitty Island Adventure | \$39.99 | 690万美元 |
| 5 |  | Rune Factory: Guardians of Azuma | \$59.99 | 380万美元 |
| 6 |  | Slime Rancher 2 | \$29.99 | 320万 |
| 7 |  | Fields of Mistria | \$13.99 | 270万美元 |
| 8 |  | The Sims™ 2 Legacy Collection | \$22.49 | 260万 |

《inZOI》呈现典型的“首发热潮”，高质量内容更新再次掀起玩家热情

数据来源：Sensor Tower 旗下 Video Game Insights - PC/Console平台数据洞察



《inZOI》于3月28日上线后迅速掀起首发热潮，首日销量突破33万份，发售首周便突破100万份。截至2025年9月，该作在Steam平台累计销量达到124万份，购买收入突破3940万美元，展现出强劲的市场表现与商业潜力。



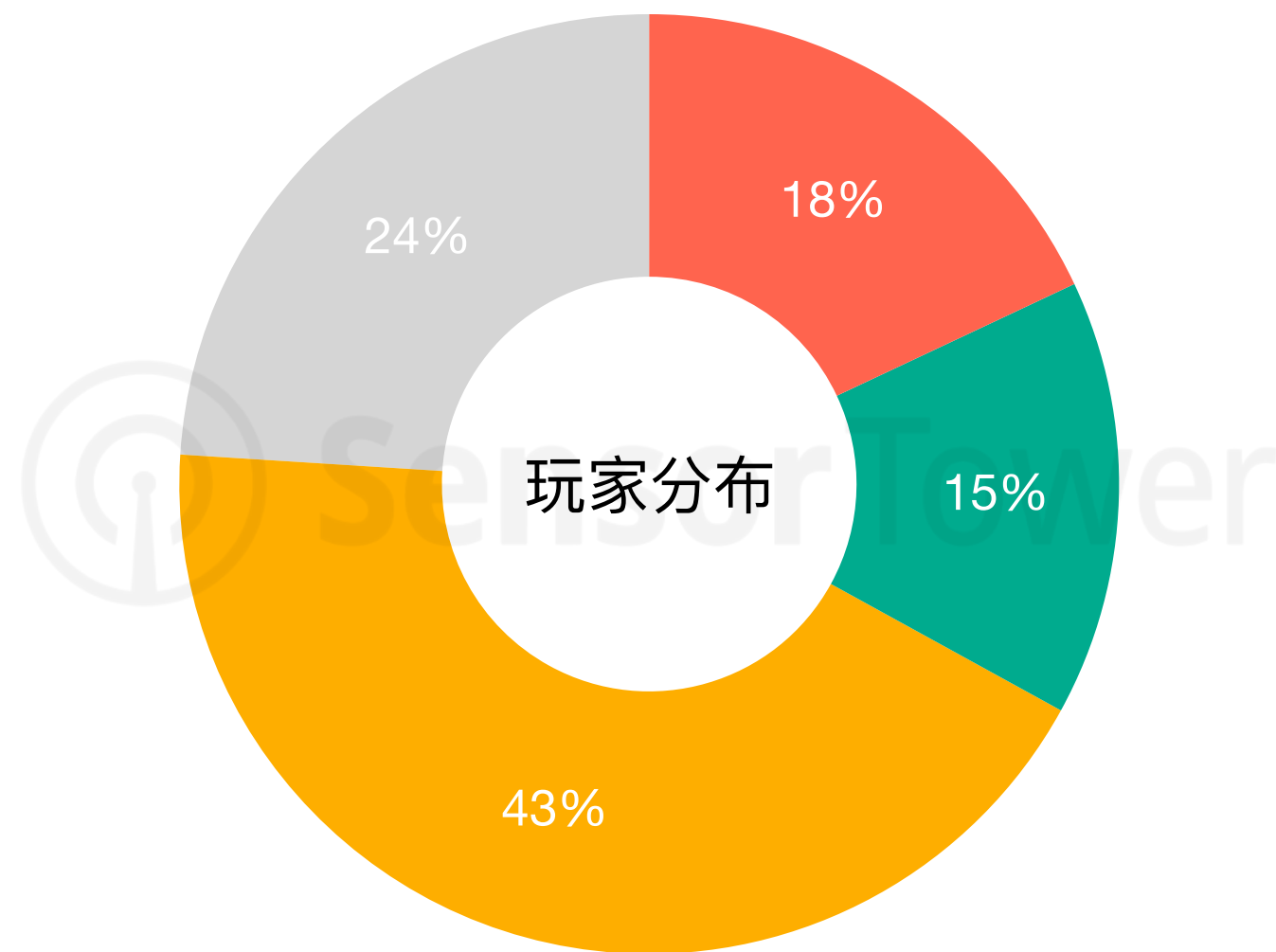
随着8月20日全新DLC《inZOI: Island Getaway》的上线，《inZOI》单日最高同时在线人数和购买收入较前日分别飙升330%和350%，显示高质量内容更新在激活玩家活跃度和推动消费方面的强大驱动力。

美国和中国是《inZOI》玩家分布最大的单一市场

数据来源: Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察

《inZOI》玩家市场分布

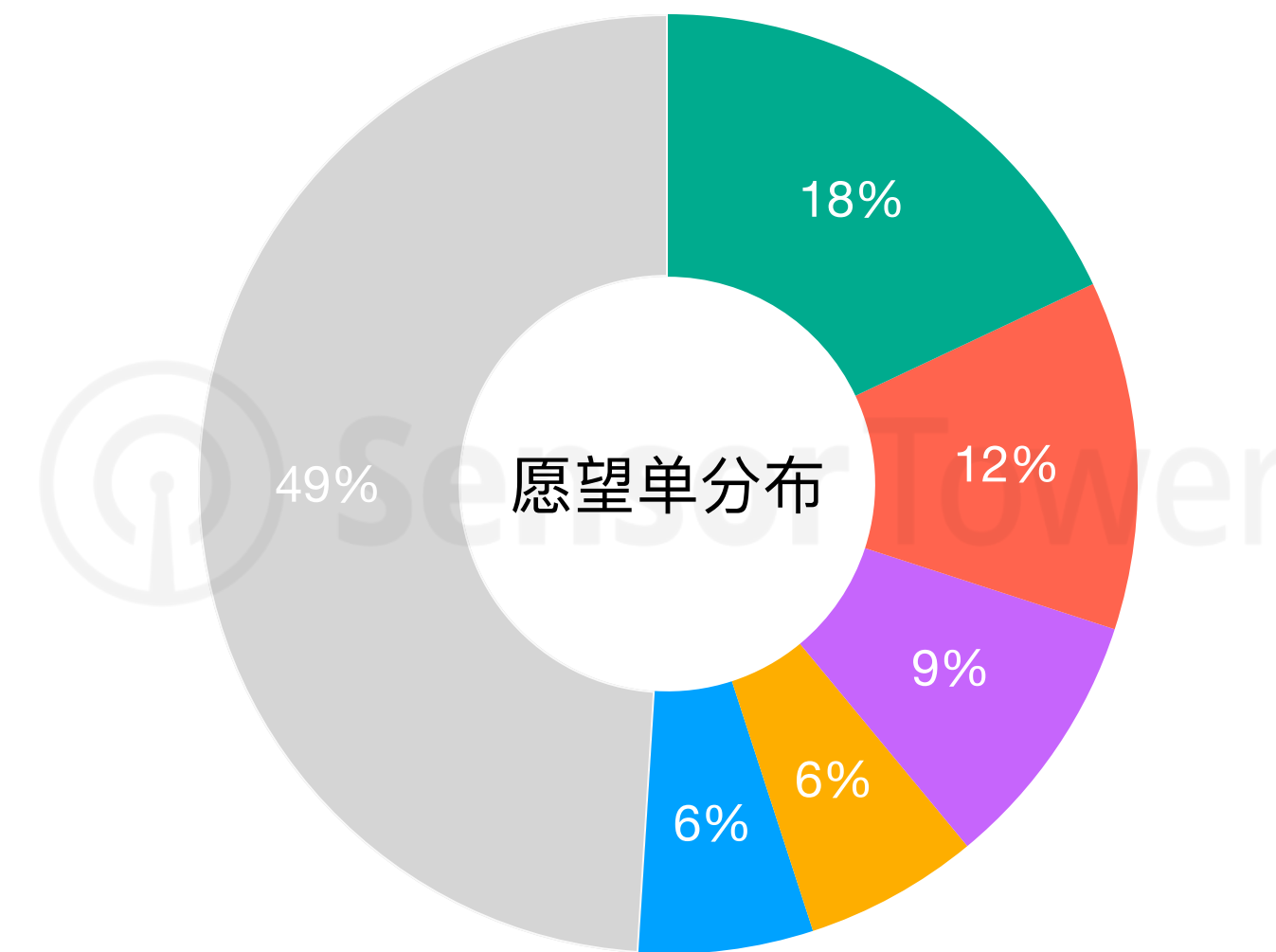
● 美国 ● 中国 ● 欧洲 ● 其他



《inZOI》玩家分布呈现“双核心+广覆盖”格局，美国和中国合计占三分之一，德国、俄罗斯等欧洲市场贡献超过四成，显示其全球化渗透力强。

《inZOI》愿望单市场分布

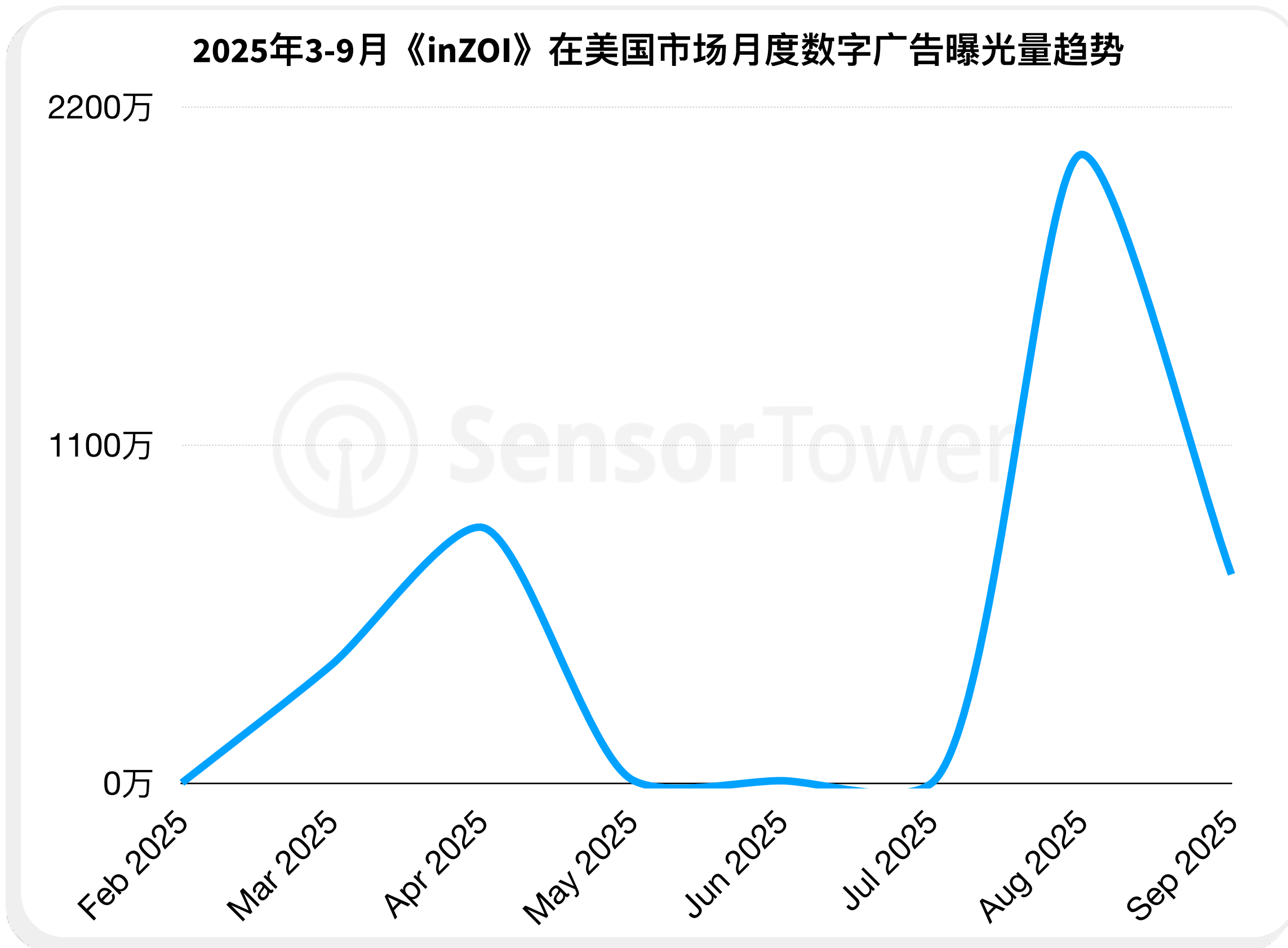
● 中国 ● 美国 ● 俄罗斯 ● 德国 ● 巴西 ● 其他



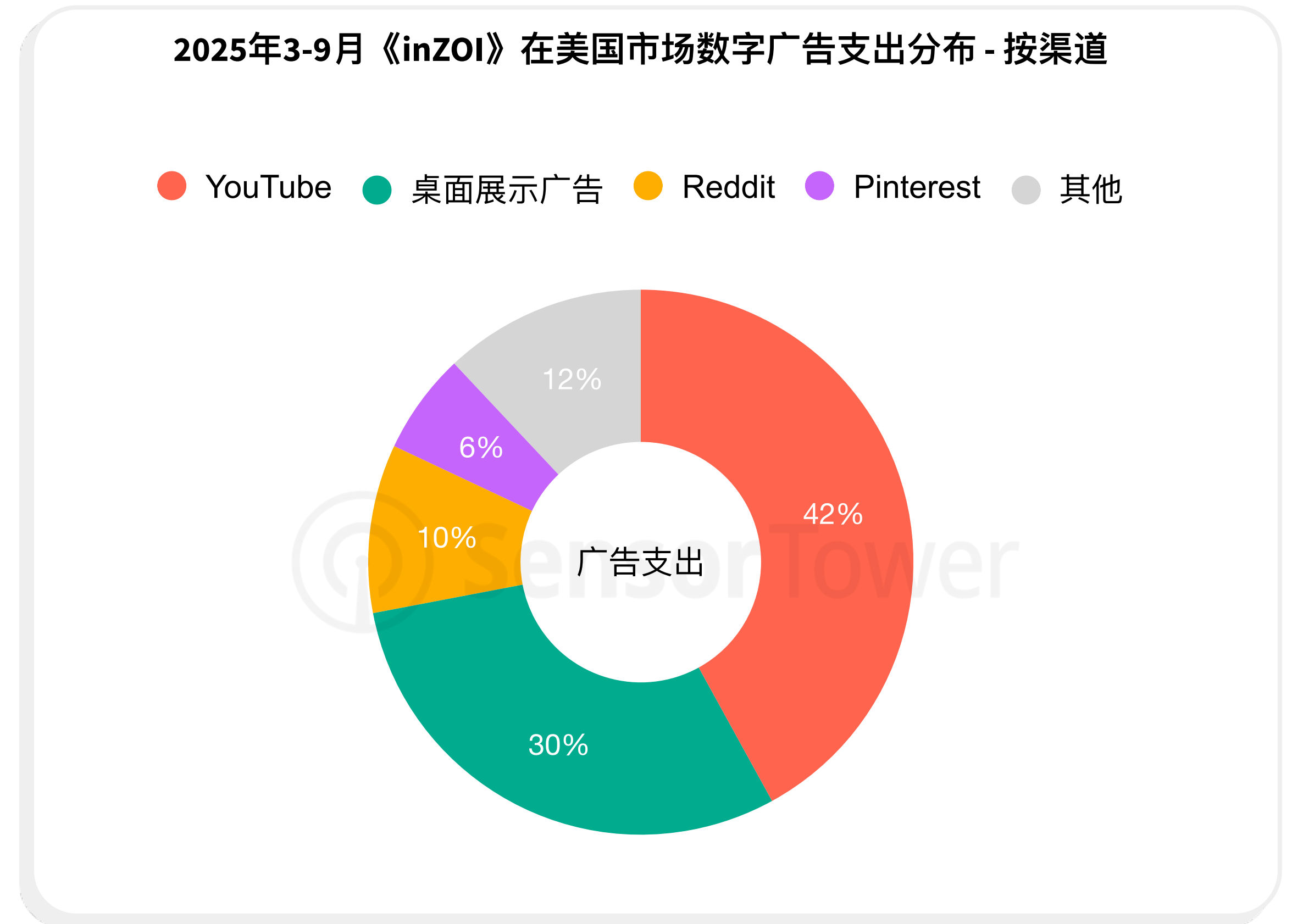
从愿望单分布情况来看，中国市场占据领先地位，18%的愿望单来自该市场，凸显中国市场玩家对《inZOI》的高度期待。

《inZOI》的广告投放精准抓住关键节点，YouTube 与桌面广告成为核心推广阵地

数据来源：Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察



《inZOI》广告投放精准把握关键节点，展现了集中资源、事件驱动的营销策略。在3月末和4初的游戏发布窗口，高强度广告投放帮助游戏冲上热榜；在8月下旬推出全新DLC“海岛假日”期间，游戏广告曝光量再次激增至2050万次。



YouTube 与桌面端广告是《inZOI》在美国市场的核心投放渠道，分别占据42%和30%的广告支出。凭借高质量的高清视频素材，游戏充分展现其沉浸式模拟与建造玩法，有效激发玩家的兴趣与参与。

《inZOI》热门广告素材展现多元场景、高自由度的生活模拟玩法 并通过主播的夸张表情快速抓住用户注意力和制造强烈代入感

数据来源: Sensor Tower Pathmatics 数字广告洞察 说明: 2025年《inZOI》热门广告素材



《inZOI》与《模拟人生》 具有高度的用户重叠度

《inZOI》玩家也是《模拟人生》系列游戏的忠实用户。Sensor Tower Video Game Insights 数据显示，《inZOI》与《The Sims™ 2 Legacy Collection》的玩家重叠指数高达43，这意味着《inZOI》玩家拥有《The Sims™ 2 Legacy Collection》的可能性是一般人群的43倍。

《The Sims™ 2 Legacy Collection》是EA/Maxis为庆祝《模拟人生》(The Sims) 系列25周年，重新发布的经典游戏合集版本，对于喜欢《模拟人生 2》的玩家与怀旧群体具有很强的吸引力。

数据来源：Sensor Tower 旗下 Video Game Insights - PC/Console平台数据洞察

《inZOI》Steam平台重叠游戏排行榜TOP8

重叠指数表示《inZOI》玩家相比于一般人群同时拥有另一款游戏的可能性

| 排名 | 图标 | 游戏名称 | 类型 | 重叠指数 |
|----|---|-------------------------------|--------|------|
| 1 |  | The Sims™ 2 Legacy Collection | 模拟生活模拟 | 43 |
| 2 |  | Copycat | 冒险 | 36.2 |
| 3 |  | Growing Up | 模拟生活模拟 | 34.6 |
| 4 |  | Animal Shelter | 模拟工作模拟 | 31.5 |
| 5 |  | Lost Records: Bloom & Rage | 冒险 | 29.5 |
| 6 |  | No Place Like Home | 模拟生活模拟 | 29.2 |
| 7 |  | Planet Coaster 2 | 模拟经营管理 | 29 |
| 8 |  | Disney Dreamlight Valley | 模拟生活模拟 | 28.5 |

重点摘要

1

2028年全球手游与Steam平台游戏收入之和预计突破1200亿美元。

2028年，全球手游内购收入和Steam游戏购买收入分别有望超过1050亿美元和150亿美元，两者收入之和将突破1200亿美元。

2

韩国市场手游内购收入持续增长，预计2025年达53亿美元。

韩国手游内购收入在2021年疫情期间达到高峰55亿美元。2022年-2024年，虽然收入不及2021年，但App Store和Google Play手游收入均逐年增长。预计2025年韩国手游内购收入达到53亿美元，Google Play占比75%。

3

2025年韩国市场4X策略、回合制RPG、合成等子品类手游吸金力飙升。

2025年Q1-Q3，韩国市场依然延续了对MMORPG的偏好，贡献了高达30%的总收入。4X策略、回合制RPG、合成等子品类手游在头部游戏的强劲带动下，收入同比上涨25%、138%和89%，展现出出色的增长势能。

Sensor Tower

亚太市场洞察团队 作者简介

主要作者



Rui Ma
亚太地区高级分析师
深圳

撰稿人



Nan Lu
亚太地区营销副总裁
旧金山

撰稿人



Donny Kristianto
首席市场洞察经理
新加坡

撰稿人



Hideyuki Tsuji
战略分析师
东京

撰稿人



Yena You
战略分析师
首尔

撰稿人



Daniel Zhang
大中华区市场营销经理
北京

撰稿人



Sara Tan
亚太地区营销运营经理
新加坡

SensorTower

简介

Sensor Tower是全球应用经济市场情报和洞察力的领先供应商。我们为移动营销人员、应用发行商和行业分析师提供关于移动应用和发行商的企业级数据以及相关竞争性洞察。我们的服务包括：应用情报、商店情报、广告情报、使用情报等。



Los Angeles

3840 Watseka Ave
Culver City,
CA 90232
United States



New York City

WeWork
33 Irving Place
9th Floor,
#9031 New York,
NY 10023
United States



San Francisco

44 Montgomery St
San Francisco,
CA 94104
United States



Vancouver

555 Burrard St
Vancouver
BC V7X 1M9
Canada



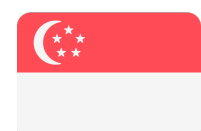
London

3rd Floor,
Hend House
233 Shaftesbury
Ave
London
WC2H 8EE
United Kingdom



Seoul

909-ho, 22,
Teheran-ro 7-gil,
Gangnam-gu,
Seoul, South
Korea,
06130



Singapore

WeWork Suntec
5 Temasek Blvd,
Level 17
Singapore 038985
Singapore



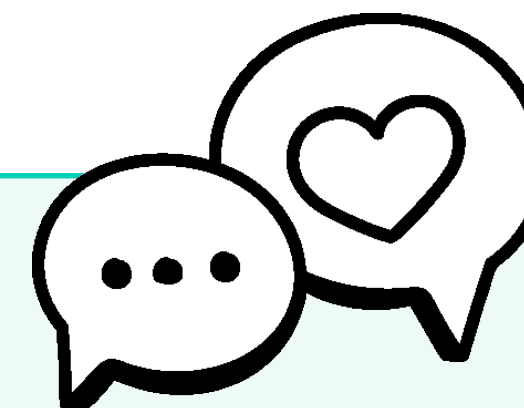
Beijing

Guanghua Ocean
International Center,
10 Jintong Rd (W.),
Tower AB, 7/F,
Chaoyang, Beijing,
100020 China



Tokyo

Sokosha Nippori
Building, 2nd Floor
6-42-1 Higashi-
Nippori, Arakawa-ku,
Tokyo 116-0014
Japan



联系我们

媒体合作: press-apac@sensortower.com

商务合作: sales@sensortower.com

访问官网

博客

查看最新文章

浏览更多

微信

订阅微信公众号

