

值此岁末年初之际，南都大数据研究院聚焦游戏行业发展态势，以六大关键词为眼，与你一同回顾游戏圈的2022年，展望2023年。

第六期，着眼中国游戏的海外征途。

2022年，这些游戏曾进入海外月收入TOP10



海外市场平等对所有人开放，在国内大中小厂商出海“鏖战”，“内卷”加剧的同时，无法忽视的“外患”也不在少数。

2022年，全球游戏增速大盘放缓、美国日本韩国等成熟市场趋于饱和，同时，苹果IDFA、谷歌隐私沙盒、开箱禁令等系列政策出台，让国产游戏海外发行和买量都受到一定程度的影响。另一方面，还要面对海外游戏公司布下的“高墙”——海外游戏圈在去年迎来了史上最猛烈的并购潮：

Take-Two将收购社交和手游发行商Zynga，微软计划收购动视暴雪，索尼收购了《命运》系列开发商Bungie、Haven工作室和Savage Game Studios，Embracer Group将Limited Run Games、Maneater开发商Tripwire Interactive以及《指环王》和《霍比特人》宇宙的部分知识产权收入囊中……

阵地抢占

海外游戏市场竞争愈发激烈，来自国内及海外的对手也越来越多，应该如何在激战中突围？

近年来，腾讯、网易等国内头部游戏产商在投资收购、人才招揽、品牌建设等方面加速深化布局海外游戏业务，筑牢防护墙的同时力求突破。2022年，这场海外阵地抢夺战依旧激烈。

投资方面

，依旧由两大游戏巨头领衔。腾讯游戏投资整体步调放缓，但对海外游戏研发产商依旧青睐有加。据公开资料，去年一年，腾讯在海外投资了十余家游戏公司，包括《艾尔登法环》开发商From Software、育碧控股公司Guillemot Brothers、《胜利女神：NIKKE》开发商Shift Up以及《地铁跑酷》的开发商Sybo等等。网易积极探索日本之外更多的海外市场，投资了至少8家欧美游戏团队，包括Quantic Dream、Something Random、Haegin等，涵盖知名主机游戏、VR游戏、元宇宙游戏等开发商。

人才方面，网易在日本、美国接连成立名越工作室、Jackalope Games、Jar of Sparks、GPTRACK50等4家海外工作室，吸纳了知名游戏制作人名越稔洋、小林裕幸等游戏人才。腾讯也迎来一批来自育碧、索尼、微软等海外大厂的新鲜血液，包括前索尼互娱全球工作室主席Shawn Layden，顶尖游戏美术专家、《光环:无限》前高级美术总监Nicolas “Sparth” Bouvier等。

值得一提的是，过去一年多，多家游戏企业成立新的全球品牌：腾讯推出海外发行品牌Level Infinite，腾讯旗下光子工作室群启用全新海外品牌名称LIGHTSPEED STUDIOS，米哈游推出全新前瞻品牌HoYoverse，莉莉丝推出全新的全球游戏发行品牌Farlight Games.....

NO.1 腾讯投资 N视频 腾讯大数据研究院

第⑥期

六大关键词 回看2022游戏圈



2022年，出海成为国内游戏产商的“必答题”。头部厂商持续在投资、人才、品牌等方面深化海外业务布局，不少中小厂商崛起加入战局，叠加海外产商的冲击，海外市场“内卷”加剧。



扫码阅读

出品：南都大数据研究院

网络内容生态治理研究中心

数据采集分析：唐静怡 罗韵

设计：林泳希 张博 罗韵

数据来源：Sensor Tower、中国音数协游戏工委、公开媒体报道等