

2023年 中东地区移动游戏 市场洞察报告



并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

引言

全球疫情爆发至今，由于在线服务、娱乐等应用的使用增加，中东地区的移动市场出现了显著增长，游戏市场发展快速提升。中东地区基建完善，经济发达，用户受教育程度高，付费意愿强，出海游戏产品可以匹配中东用户的消费预期。在全球游戏市场竞争激烈的大环境下，欧美、日韩、东南亚地区已成为高热竞争地，相对蓝海的中东地区也将迎来进一步的发展。

游戏开发成本的降低或将促进更多新的移动游戏上线，移动游戏行业竞争愈加激烈。行业快速发展的趋势下，企业和开发者需要把握移动游戏动态发展的大势进行创新创业，方能在2023年的移动游戏市场中有所收获。

为帮助广大开发者、运营人员以及投资者更好地把握中东移动游戏市场的发展趋势，点点数据依托自有互联网移动应用大数据平台 (<https://app.diandian.com/>)，基于产品所覆盖的全球175个国家和地区App Store和 Google Play两大应用市场，整理游戏应用下载、收入、来源、活跃等数据情况，推出《中东地区移动游戏市场洞察报告》，希望帮助从业者更好地洞察中东手游市场趋势和变化。

研究方法

- ✓ **研究方法**：榜单扫描及定量数据分析
- ✓ **数据渠道**：来自点点数据游戏榜单数据
- ✓ **时间范围**：2022年H1-2023年H1，以每半年为颗粒度
- ✓ **区域市场**：中东地区8个区域市场，包括阿拉伯联合酋长国、沙特阿拉伯、科威特、卡塔尔、土耳其、埃及、以色列、埃及
- ✓ **榜单数据**：其中涉及数据均抽取自各地区iOS下载和收入2022年-2023年每半年8地区iOS下载榜和畅销榜Top50数据

报告说明

报告主要侧重于对2023年H1中东移动游戏区域市场发展趋势和厂商竞争格局展开研究

1、版权声明

本报告为点点数据制作，仅供学习参考，未经许可任何组织或个人不得以任何形式复制或传递

2、免责条款

本报告中结论为研究人员采用桌面研究和定量数据分析研究方法整理所得。受研究方法和数据获取资源的限制，参考

目录

WORK REPORT



中东地区政策与文化研究

WORK REPORT



中东移动游戏市场品类分析

WORK REPORT



中东移动游戏市场概况

WORK REPORT



总结

WORK REPORT

01 中东地区 政策与文化研究

中东地区宏观发展情况

P6

中东地区行业相关政策概览

P7



宏观发展情况:GCC国家互联网覆盖率高; 社媒应用广泛、用户年轻化, 消费能力强劲, 非GCC国家玩家基数较大, 用户年轻

- ✓ GCC六国基建完善, 经济发达, 受教育程度高, 付费意愿强
- ✓ 非GCC国家拥有人口红利, 但人均GDP较低, 付费能力弱, 电子支付不发达

GCC六国

基建完善, 经济发达, 受教育程度高, 付费意愿强



海湾六国, 整体人口在6500万左右, 世界上人均GDP最高, 平均人均GDP在4-8万美元。

海湾阿拉伯国家合作委员会 (GCC)



沙特阿拉伯



科威特



阿拉伯联合酋长国



巴林



阿曼苏丹王国



卡塔尔



经济概况

- 人均GDP较高, 信用体系完善
- 石油美元, 货币体系坚挺
- 支付统一, 使用沙特电信推出的STC Pay钱包



基础建设

- 网络覆盖率64.5%-94%
- 智能手机普及率80%-90%



人口属性

- 年龄中位数为 28.2岁
- 30 岁以下的人口占比为 60~80%

非GCC国家

人口红利, 互联网渗透率低

Non-GCC主要以埃及、阿尔及利亚、摩洛哥、北非为主, 近1.3亿人口, 整体人均年龄比较偏年轻



埃及



经济概况

- 人均GDP较低, 货币持续贬值
- 电子支付不发达, 多为实体信用卡支付
- 互联网普及率较低, 在50%左右



土耳其



人口属性

- 用户付费意愿较低
- 玩家基数大
- 用户年龄较低

中东地区游戏/互联网政策

1. 《沙特2030年愿景》公布，进行经济改革，让沙特融入[全球经济市场](#)，在各行业进行投资，接受[外来资本进入](#)。
——沙特政府，2016
2. 2022年9月，沙特阿拉伯王储穆罕默德·本·萨勒曼宣布了[国家游戏和电子竞技战略\(NGES\)](#)。这是一项为期 10 年的全面投资计划，旨在发展[整个游戏和电子竞技](#)价值链。
——沙特政府，2022
3. 土耳其12所大学开设了游戏设计专业，工业和技术部长亲自访问游戏公司表示嘉奖，将游戏业划入服务业出口联盟（HIB）范畴之内。享受土耳其贸易部对服务业出口政策的支持（第5447/5448/5449和2564项决议），可以拿到出口商绿色护照，免签前往数十个国家。
——土耳其政府，2019
4. 巴林政府计划把巴林打造成中东游戏中心，包括大数据中心，电商的中心，巴林的劳动基金对游戏及相关娱乐从业者进行补贴。
——巴林王国政府，2018
5. 埃及通信和信息技术部（CIT）部长Amr Talaat表示，该部门将在埃及建设一个可以激发电子游戏产业创造力的环境，身处行业中的埃及青年也必须具备相应的创造力和创新能力。
——埃及政府，2023
6. 埃及政府[不允许本国民众在公共场合玩棋牌游戏](#)。
——埃及政府，2020
7. 以色列政府将游戏公司纳入投资扶助的对象；帮助以色列本地游戏公司与国际性游戏产业组织建立合作关系。
——以色列政府，2019

政策影响

- ✓ **鼓励游戏产业发展**：为游戏产业人才及小型游戏厂商提供必要的产品开发与公司运营资金支持。
- ✓ 游戏作为国家经济发展重要组成，行业**上下游产业链铺开**。
- ✓ **大学设立游戏设计专业**，培养本地游戏公司，扶持创业公司。
- ✓ 对于游戏从业者制定**税收及优惠**，使得从业者有更多充沛研发资金。

02中东移动游戏市场概况

中东移动游戏市场大盘

P9

中东移动游戏市场规模对比

P11

中东移动游戏市场基本情况

P12

中东移动游戏市场各国家
下载&收入品类集中度

P14

案例分享-《PUBG M》

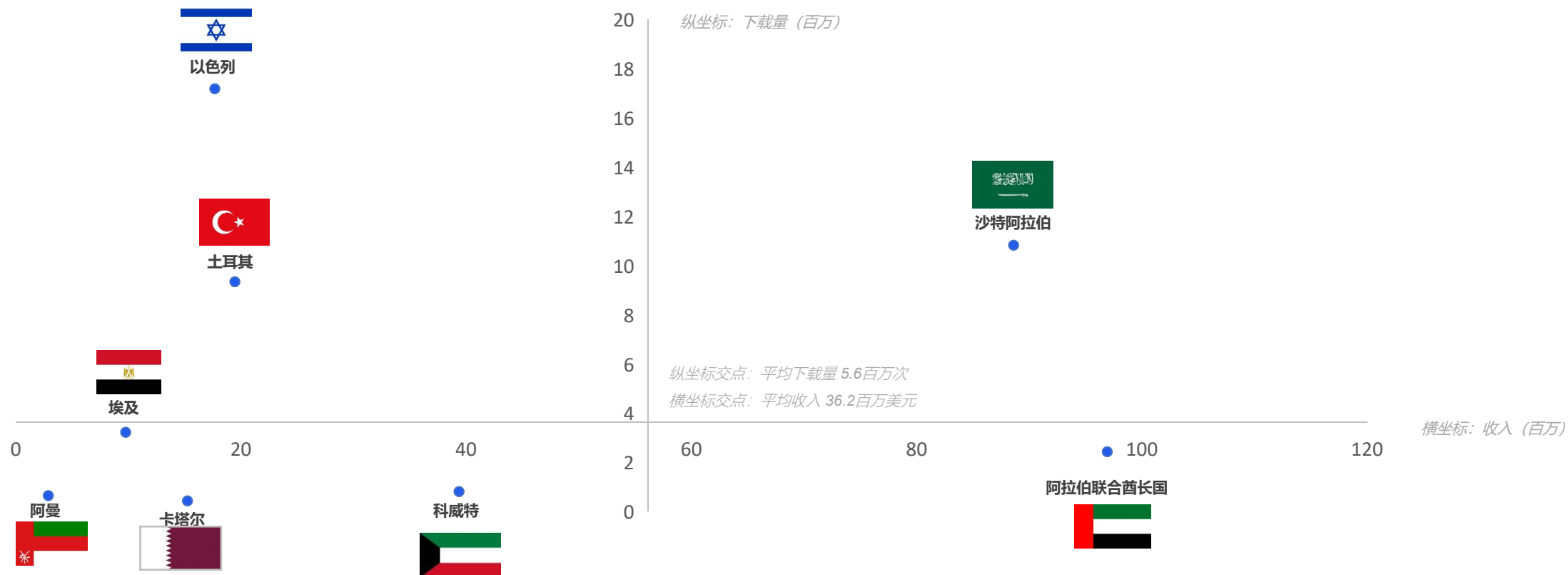
P30



沙特&阿联酋手游市场位居中东市场前列，可考虑优先布局，整体与当地经济发展情况关联较强

- ✓ 整体：沙特阿拉伯和阿拉伯联合酋长国地区收入领先于其他地区，以色列及土耳其地区下载较高，其他地区处于低位
- ✓ 收入：阿拉伯联合酋长国地区收入最高，沙特阿拉伯位居其后，阿曼地区收入最低
- ✓ 下载：以色列地区下载量最高，沙特地区和土耳其为T2梯队

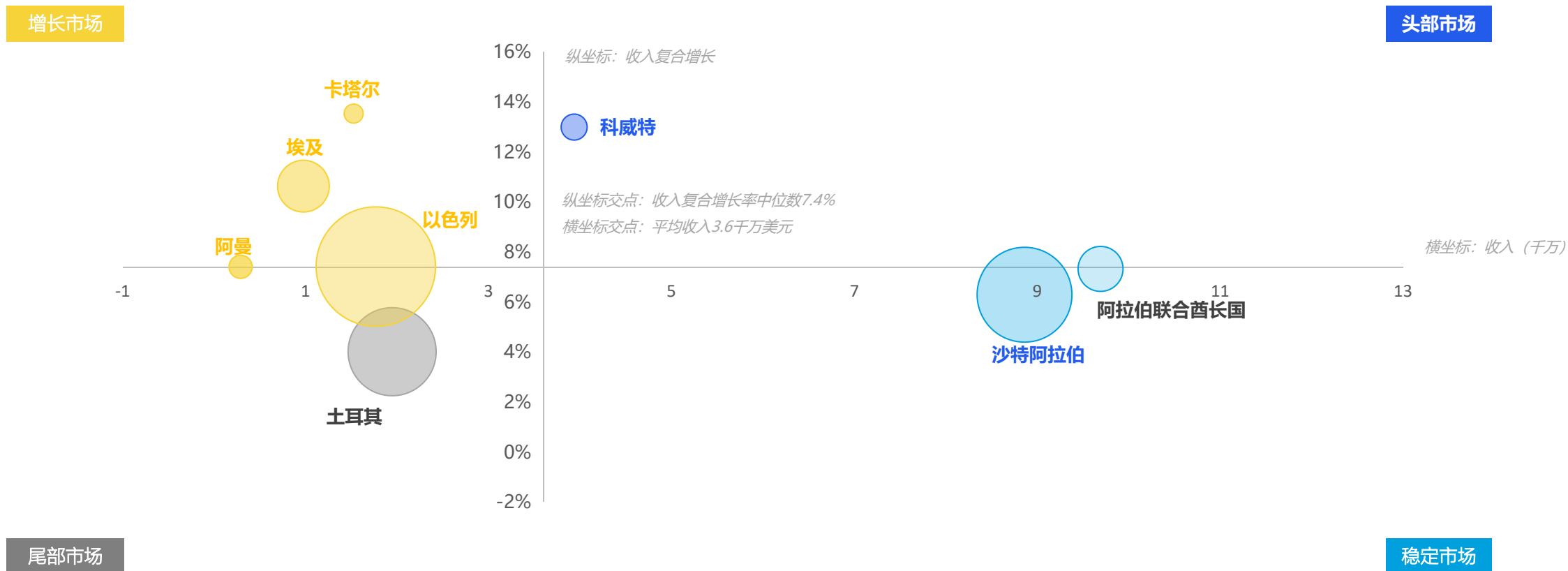
2023年H1中东8地区移动游戏下载&收入总览



沙特阿拉伯、阿拉伯联合酋长国稳居头部市场，卡塔尔、埃及、阿曼、以色列，科威特增速快，土耳其增速较慢居尾部

- ✓ 沙特阿拉伯、阿拉伯联合酋长国收入高，增长稳定，稳居头部市场
- ✓ 卡塔尔、埃及、阿曼、以色列，科威特收入低增速快，成为增长市场
- ✓ 土耳其增长较缓位居尾部

2023年H1中东8地区移动游戏发展概况



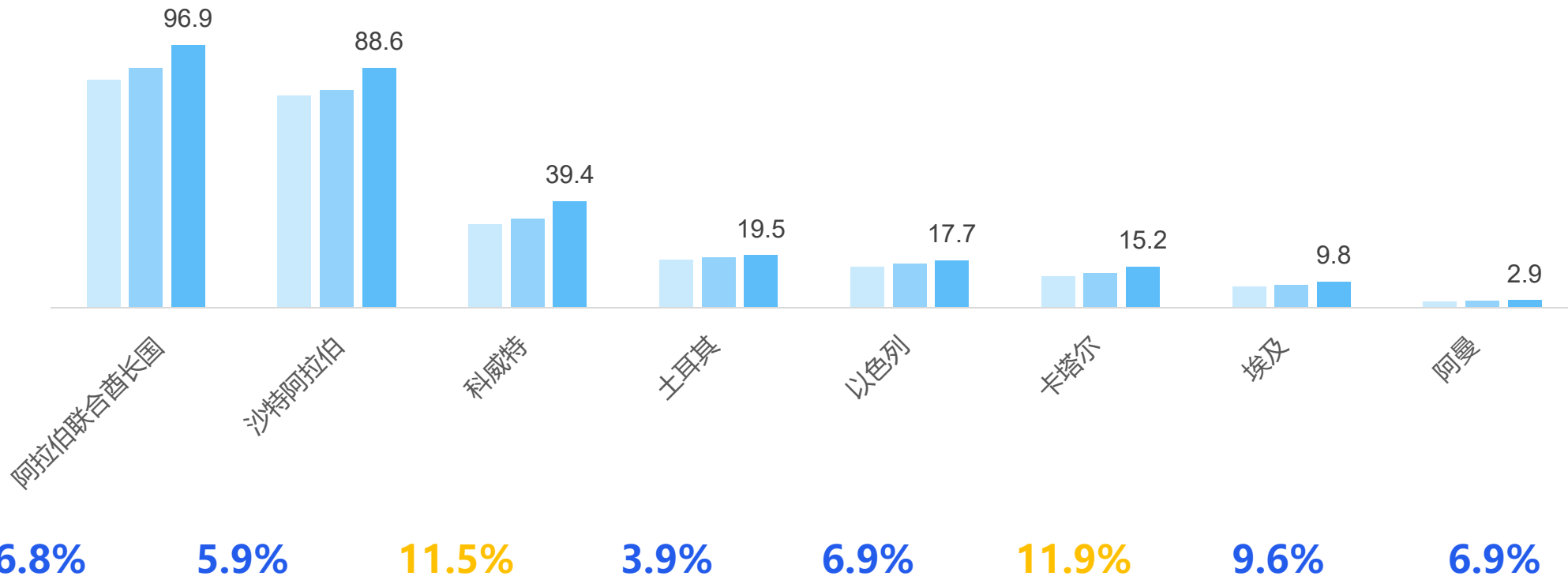
中东八国市场规模持续扩张，科威特和卡塔尔地区移动游戏增速较快，土耳其增速放缓，阿拉伯联合酋长国市场发展稳定

- ✓ 中东八国市场规模持续扩张，除土耳其地区外，其他市场平均增速皆超过5%
- ✓ 2022H1-2023H1科威特和卡塔尔地区移动游戏增速较快，平均增速超过11%，埃及地区位列次席，平均增速接近10%，土耳其增速放缓，仅3.9%
- ✓ 阿拉伯联合酋长国地区规模最大，三个半年仍保持增长，市场发展稳定

2022H1-2023H1 中东地区移动游戏市场规模对比

■ 2022H1 ■ 2022H2 ■ 2023H1

单位：百万美元



三个半年
平均增速

中东市场基本情况



阿拉伯联合酋长国



沙特阿拉伯



以色列



卡塔尔



科威特



土耳其



阿曼



埃及

动作为中东市场下载榜&收入榜头部品类，棋牌类在中东地区下载&收入增速快，腾讯依靠《PUBG M》垄断中东市场份额

- ✓ 动作为中东市场头部品类，下载&收入集中度高，除以色列地区外其余3国收入品类集中度皆超过20%
- ✓ 以色列地区棋牌类收入&下载最高，与其他地区差距明显
- ✓ 《PUBG M》成为中东最受欢迎游戏，腾讯垄断中东市场份额

								
	阿拉伯联合酋长国		沙特阿拉伯		以色列		卡塔尔	
市场总量	下载 0.2千万	收入 9.6千万美元	下载 1.8千万	收入 8.9千万美元	下载 1.7千万	收入 1.8千万美元	下载 0.04千万	收入 0.9千万美元
	中东排名：5	中东排名：1	中东排名：2	中东排名：2	中东排名：14	中东排名：5	中东排名：8	中东排名：6
头部品类	动作 品类集中度 26.4%	动作 品类集中度 38.9%	动作 品类集中度 21.1%	动作 品类集中度 31.1%	棋牌 品类集中度 30.3%	棋牌 品类集中度 29.5%	动作 品类集中度 19.0%	动作 品类集中度 25.4%
								
新兴品类	模拟 近半年下载增速 64.9%	棋牌 近半年收入增速 58.3%	棋牌 近半年下载增速 62.5%	益智解谜 近半年收入增速 55.7%	休闲 近半年下载增速 26.5%	休闲 近半年收入增速 52.3%	益智解谜 近半年下载增速 56.3%	棋牌 近半年收入增速 65.6%
	 腾讯游戏 Tencent Games		 腾讯游戏 Tencent Games				 腾讯游戏 Tencent Games	

2023年中东地区游戏市场洞察/中东移动游戏市场基本情况

动作和益智解谜为阿拉伯联合酋长国和沙特阿拉伯下载前二品类，动作类头部效应明显，以色列地区第一品类偏向棋牌

- ✓ 阿拉伯和沙特阿拉伯地区，动作和益智解谜为地区下载前二品类，动作类头部效应明显，《PUBG M》在中东地区较流行
- ✓ 以色列地区第一品类偏向棋牌，该品类下载集中度超过30%
- ✓ 卡塔尔地区娱乐场成为第二品类，头部产品《Big Fish Casino: Slots Games》下载集中度较高

									
		阿拉伯联合酋长国		沙特阿拉伯		以色列		卡塔尔	
下载第一品类	品类下载在Top50中的下载占比	26.4%	动作	21.1%	动作	30.3%	棋牌	19.0%	动作
	品类中下载第1产品/ 品类总量	41.9%	 PUBG M	33.8%	 PUBG M	21.5%	 Zynga Poker™	33.6%	 PUBG M
	品类中下载第2产品/ 品类总量	24.9%	 Roblox	30.3%	 Roblox	16.2%	 Backgammon - Lord of the Board	24.2%	 Roblox
下载第二品类	品类下载在Top50中的下载占比	17.7%	益智解谜	14.7%	益智解谜	17.0%	动作	18.6%	娱乐场
	品类中下载第1产品/ 品类总量	49.5%	 Gardenscapes	45.7%	 Gardenscapes	37.3%	 PUBG M	63.1%	 Big Fish Casino: Slots Games
	品类中下载第2产品/ 品类总量	26.1%	 Candy Crush Saga	18.2%	 بلوت تربيعه	20.3%	 Roblox	14.1%	 كملتنا - Kammelnna

阿拉伯联合酋长国、沙特阿拉伯、卡塔尔地区收入第一品类为动作，第一与第二品类收入占比差距较大，沙特阿拉伯地区社交类竞争机会小

- ✓ 阿拉伯联合酋长国、沙特阿拉伯、卡塔尔地区收入第一品类为动作，以色列地区为棋牌；四地区第一与第二品类收入占比差距较大，幅度为14%-20%
- ✓ 《PUBG M》在阿拉伯联合酋长国地区动作类中收入集中度最高，达到57.8%，《Yalla Ludo - Ludo&Domino》在沙特阿拉伯地区社交中收入集中，度100%，社交类竞争机会小

									
		阿拉伯联合酋长国		沙特阿拉伯		以色列		卡塔尔	
收入第一品类	品类收入在Top50中的收入占比	38.9%	动作	31.1%	动作	29.5%	棋牌	25.4%	动作
	品类中收入第1产品/ 品类总量	57.8%	 PUBG M	47.4%	 PUBG M	21.5%	 Zynga Poker ™ - Texas Hold'em	50.8%	 PUBG M
	品类中收入第2产品/ 品类总量	14.7%	 Roblox	20.1%	 Roblox	16.2%	 Backgammon - Lord of the Board	14.6%	 Roblox
收入第二品类	品类收入在Top50中的收入占比	15.1%	角色扮演	14.7%	社交	16.5%	动作	19.7%	策略
	品类中收入第1产品/ 品类总量	38.7%	 Evony	100%	 Yalla Ludo - Ludo&Domino	37.3%	 PUBG M	43.7%	 Rise of Kingdoms
	品类中收入第2产品/ 品类总量	17.8%	 Top War: Battle Game			20.3%	 Roblox	15.5%	 State of Survival: Zombie War

动作为中东市场下载榜&收入榜头部品类，阿曼市场下载量差距较大，收入差距小，部分地区付费力不高，流水天花板难以继续突破

- ✓ 动作类为中东市场下载&收入头部品类
- ✓ 阿曼市场下载量差距较大，收入差距小
- ✓ 休闲、棋牌、策略、体育在科威特、土耳其、阿曼、埃及下载增速较快

								
	科威特		土耳其		阿曼		埃及	
市场总量	下载 0.08千万	收入 3.9千万美元	下载 0.9千万	收入 1.9千万美元	下载 0.006千万	收入 0.3千万美元	下载 0.3千万	收入 0.9千万美元
	中东排名：5	中东排名：1	中东排名：2	中东排名：2	中东排名：7	中东排名：8	中东排名：3	中东排名：4
头部品类	动作 品类集中度 24.1%	动作 品类集中度 39.6%	动作 品类集中度 30.4%	动作 品类集中度 27.6%	动作 品类集中度 18.3%	动作 品类集中度 32.4%	动作 品类集中度 26.2%	体育 品类集中度 39.6%
								
新兴品类	休闲 近半年下载增速 56.9%	棋牌 近半年收入增速 55.3%	棋牌 近半年下载增速 59.4%	策略 近半年收入增速 57.8%	棋牌 近半年下载增速 60.6%	棋牌 近半年收入增速 56.8%	棋牌 近半年下载增速 59.6%	体育 近半年收入增速 48.6%
								

动作类在埃及地区更为流行，益智解谜成为科威特、土耳其地区的T2品类，内容本地化适配和IP知名度重要性高

- ✓ 科威特、土耳其、阿曼、埃及地区更青睐动作类游戏，其中埃及更为流行，下载集中度达60.4%
- ✓ 益智解谜成为科威特、土耳其地区的T2品类，下载集中度超过5成
- ✓ 体育成为阿曼、埃及地区第二品类，下载集中度均超过30%



		科威特		土耳其		阿曼		埃及	
下载第一品类	品类下载在Top50中的下载占比	24.1%	动作	21.1%	动作	30.3%	棋牌	26.2%	动作
	品类中下载第1产品/品类总量	29.6%	 PUBG M	41.9%	 PUBG M	41.1%	 PUBG M	60.4%	 PUBG M
	品类中下载第2产品/品类总量	26.9%	 Roblox	20.0%	 Roblox	17.7%	 Call of Duty®: Mobile	11.8%	 Roblox
下载第二品类	品类下载在Top50中的下载占比	13.7%	益智解谜	12.9%	棋牌	17.0%	体育	14.7%	体育
	品类中下载第1产品/品类总量	57.6%	 Gardenscapes	56.5%	 101 YüzBir Okey Plus	31.3%	 FIFA Soccer	38.9%	 8 Ball Pool™
	品类中下载第2产品/品类总量	21.7%	 Candy Crush Saga	11.9%	 Okey Plus	22.1%	 8 Ball Pool™	26.7%	 FIFA Soccer

2023年中东地区游戏市场洞察/中东移动游戏市场基本情况

动作中东地区为主流品类，策略类在科威特、埃及成为T2品类，土耳其地区棋牌品类下载集中度较高，阿曼地区冒险类更为畅销

- ✓ 动作中东地区为主流品类，策略类在科威特、埃及成为T2品类
- ✓ 土耳其地区T2棋牌品类下载集中度较高，阿曼地区冒险类更为畅销



		科威特		土耳其		阿曼		埃及	
收入第一品类	品类收入在Top50中的收入占比	39.6%	动作	21.1%	动作	30.3%	动作	39.6%	动作
	品类中收入第1产品/品类总量	36.3%	 PUBG M	36.6%	 PUBG M	57.0%	 PUBG M	68.8%	 PUBG M
	品类中收入第2产品/品类总量	18.5%	 Mobile Legends: Bang Bang	18.3%	 Mobile Legends: Bang Bang	13.3%	 Call of Duty®: Mobile	8.1%	 Roblox
收入第二品类	品类收入在Top50中的收入占比	17.7%	策略	14.7%	棋牌	17.0%	冒险	18.6%	策略
	品类中收入第1产品/品类总量	46.4%	 Rise of Kingdoms	51.8%	 101 YüzBir Okey Plus	36.3%	 السلطين انتقام	43.9%	 Rise of Kingdoms
	品类中收入第2产品/品类总量	17.9%	 Top War: Battle Game	16.3%	 Zynga Poker™ - Texas Hold'em	11.5%	 ONE PIECE Bounty Rush	14.5%	 Top War: Battle Game

03中东移动游戏市场品类分析

中东移动游戏市场双榜品类分布 P20

中东移动游戏市场游戏类型
变化趋势 P26

中东移动游戏市场厂商分布 P27

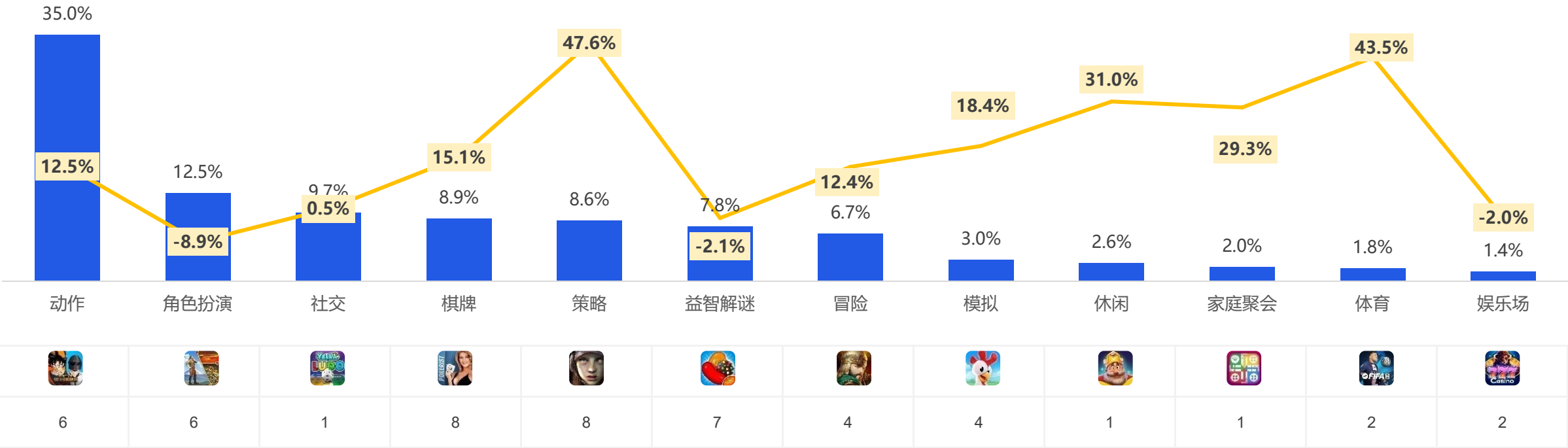


动作类占据中东市场优势地位，棋牌类和体育类收入份额提升明显，其中以《PUBM》为代表动作手游是该品类的主要高收入代表

- ✓ 动作类在收入榜中份额达35%，半年增速12.5%，角色扮演近半年下滑较快，或受其他品类新品冲击影响
- ✓ 策略、体育类收入增速超过40%，玩家取向或更为多元

2023H1中东移动游戏市场iOS收入榜Top50品类分布

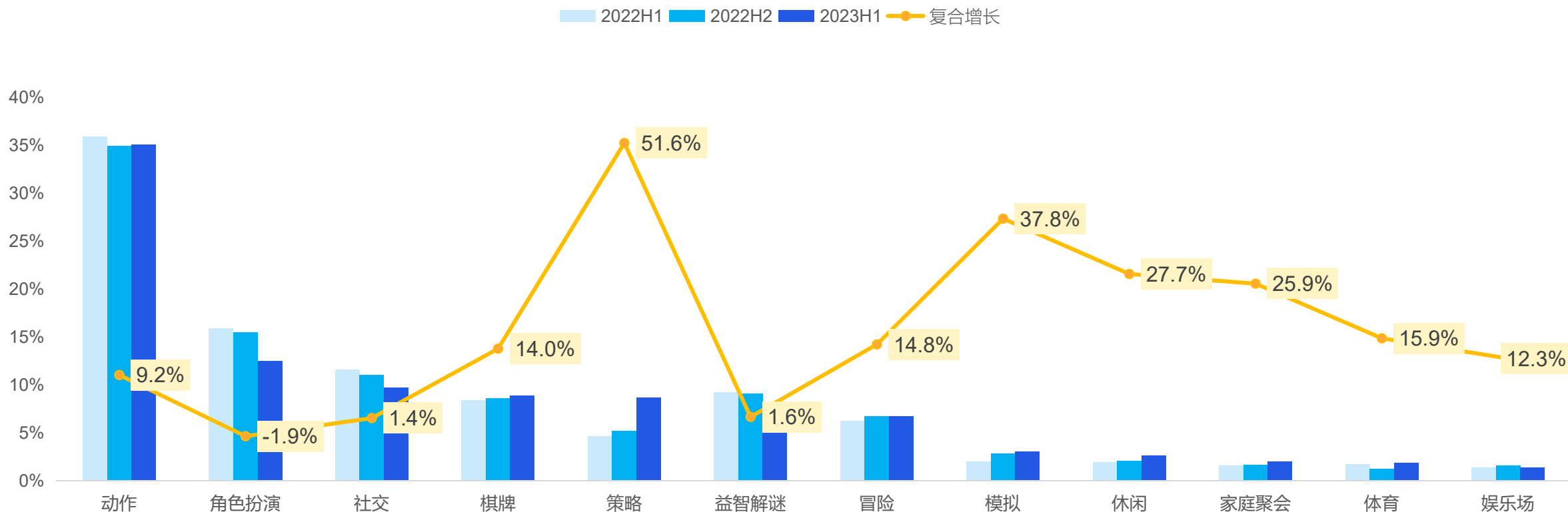
■ 品类收入 — 近半年增长率



对比品类趋势，动作类持续占据绝对优势，策略类收入比例近三个半年提升明显

- ✓ 动作类持续占据绝对优势，策略类收入比例近三个半年提升明显；策略、模拟、休闲和家庭聚会类收入复合增速较高，均在25%以上
- ✓ 角色扮演类收入占比和收入复合增长均呈下降趋势

2022-2023 中东移动游戏收入榜Top50品类分布走势

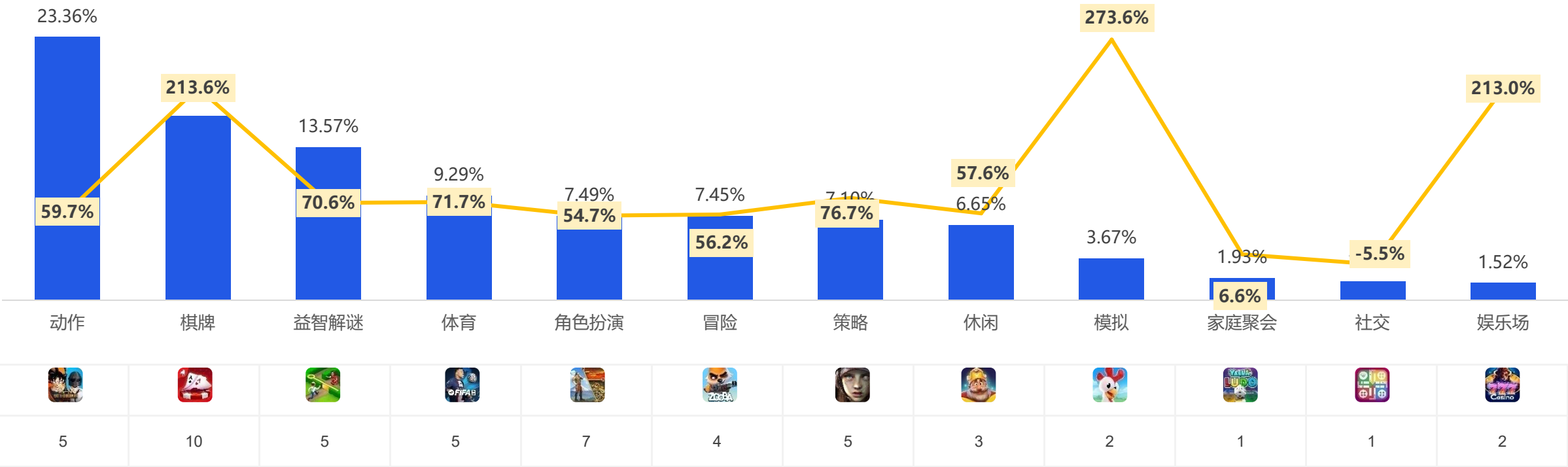


中东市场下载榜品类分布呈阶梯趋势，动作类在下载榜中份额超20%，占据明显优势地位，娱乐场类新品上线下载增长较快

- ✓ 动作类在下载榜中份额超20%，占据明显下载优势
- ✓ 棋牌、模拟、娱乐场半年增长率较高，其中《Big Fish Casino: Slots Games》在中东地区上线或为娱乐场类下载份额上升的主要增长驱动

2023H1中东移动游戏市场iOS下载榜Top50品类分布

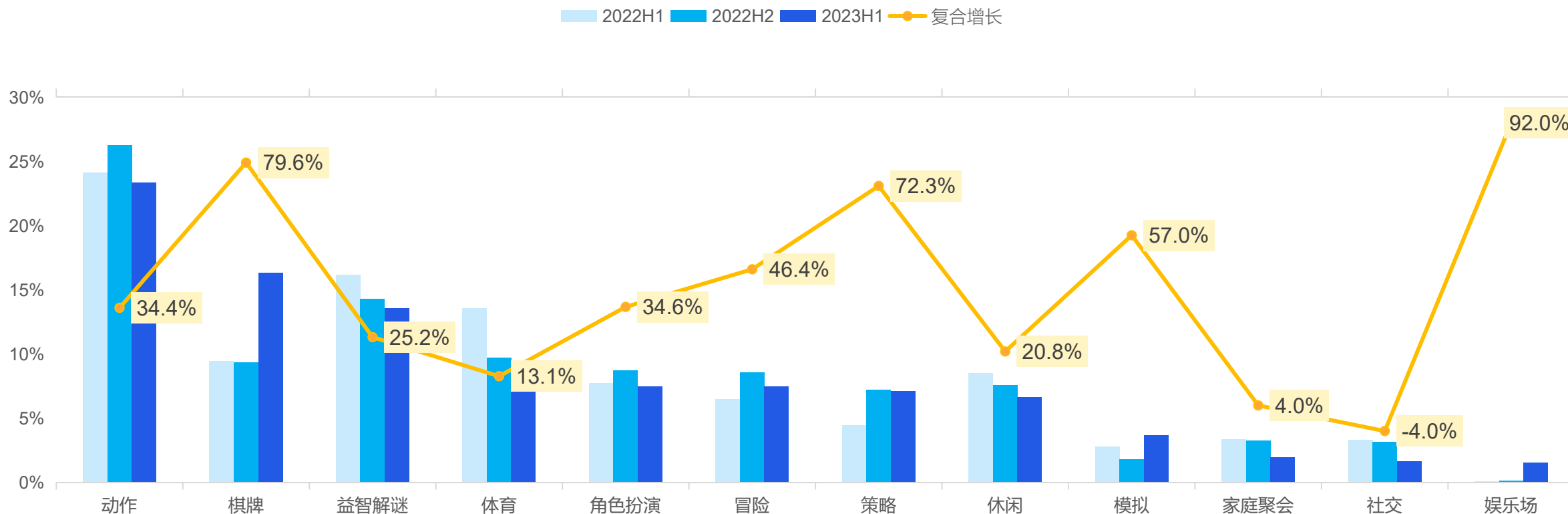
■ 品类下载 — 近半年增长率



对比品类趋势，动作类位于品类头部且占据绝对优势，棋牌、策略类和娱乐场类半年增速较高

- ✓ 动作类位于品类头部，下载占比2023H1有所下降，品类复合增速较快，仍占据品类下载的绝对优势
- ✓ 棋牌、策略类半年增速均在70%以上，增速较快，娱乐场增速明显达92%较高增速依赖于新品上线或头部产品份额增长的影响

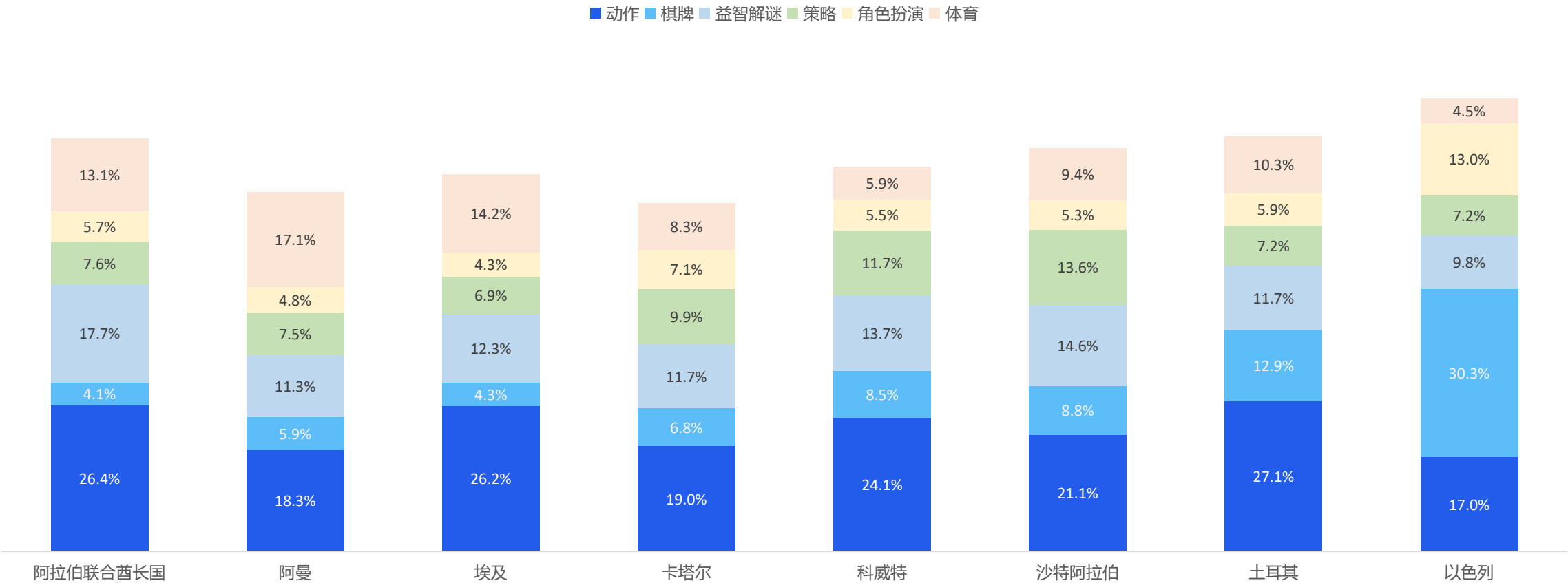
2022-2023 中东移动游戏下载榜Top50品类分布走势



动作类成为中东市场下载最高品类，益智解谜、策略、体育成为T2梯队，以色列地区棋牌类占主导地位

- ✓ 中东市场除以色列外，其余7国皆是动作品类下载占比最高，以色列为棋牌占比最高，达到30.3%
- ✓ 益智解谜、策略、体育成为大部分地区的T2梯队，以色列地区T2品类为角色扮演和动作

2023H1中东市场T1游戏品类下载占比趋势

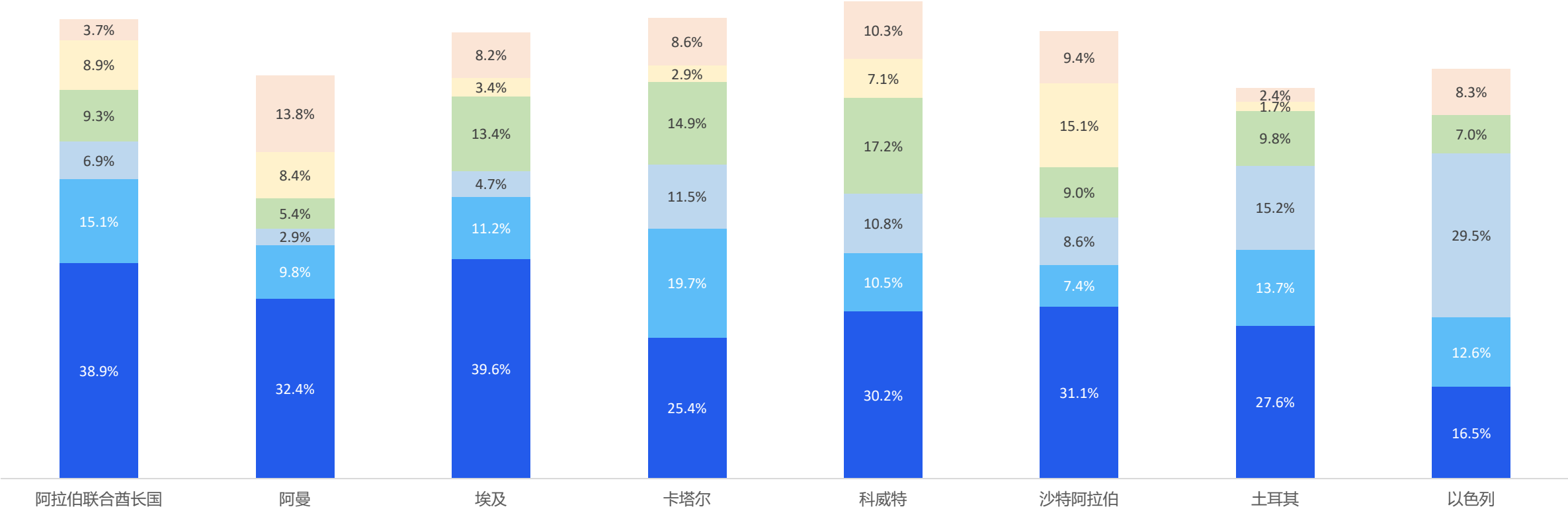


动作类成为中东地区收入最高品类，角色扮演和策略成为T2梯队，动作、角色扮演、策略是东南亚市场收入最高的三大品类

- ✓ 中东市场除以色列外，其余7国皆是动作品类收入占比最高，以色列为棋牌占比最高，达到29.5%
- ✓ 其中埃及地区动作类收入占比接近4成，角色扮演和策略成为T2梯队

2023H1中东市场T1游戏品类收入占比趋势

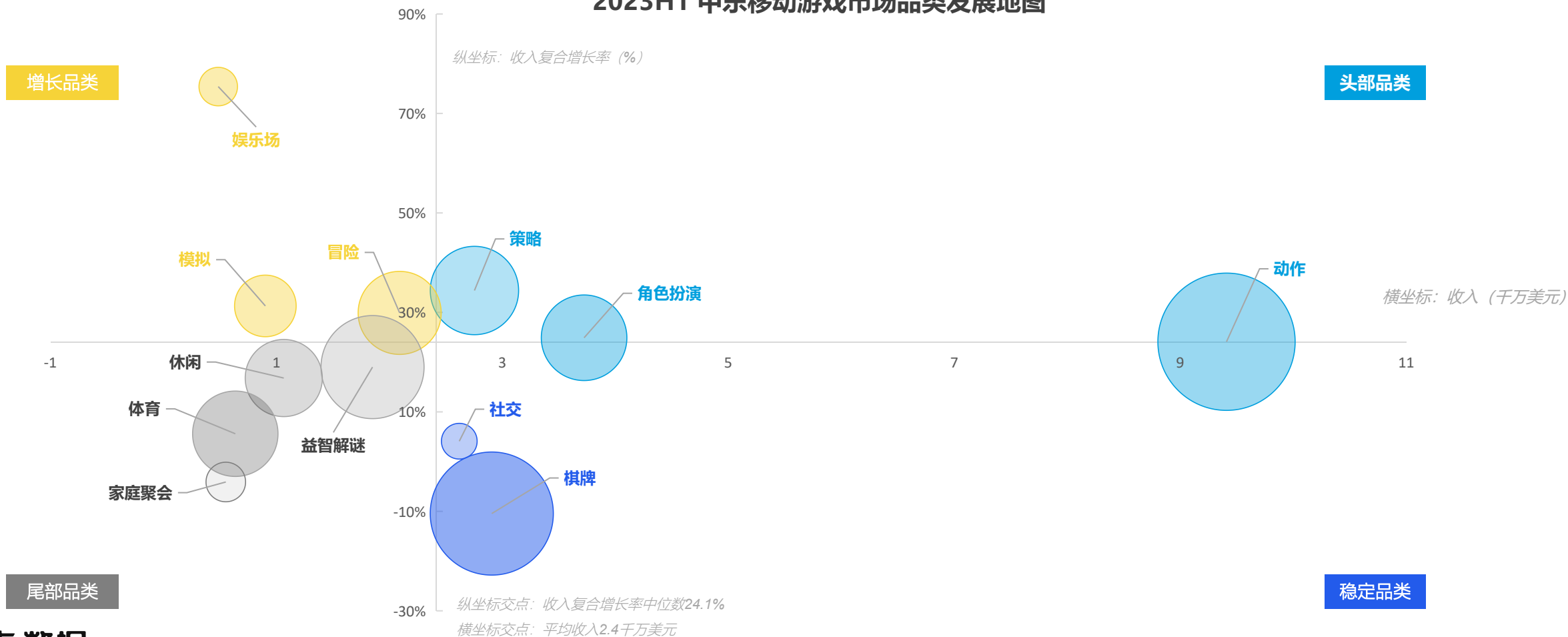
■ 动作 ■ 角色扮演 ■ 棋牌 ■ 策略 ■ 社交 ■ 冒险



动作类收入表现较高，但增速放缓，娱乐场类收入增速较高变现较快，模拟和冒险类缓慢增长，社交棋牌小幅下滑

- ✓ 动作、角色扮演收入增长相对趋于稳定，棋牌社交收入小幅下滑，头部品类中策略多为4X玩法的SLG产品，娱乐场增长较快
- ✓ 娱乐场类收入增速较高，或因商业模式变现较快，模拟和冒险类缓慢增长
- ✓ 益智解密下载量大，变现较难，体育、休闲和家庭聚会增速较慢

2023H1 中东移动游戏市场品类发展地图

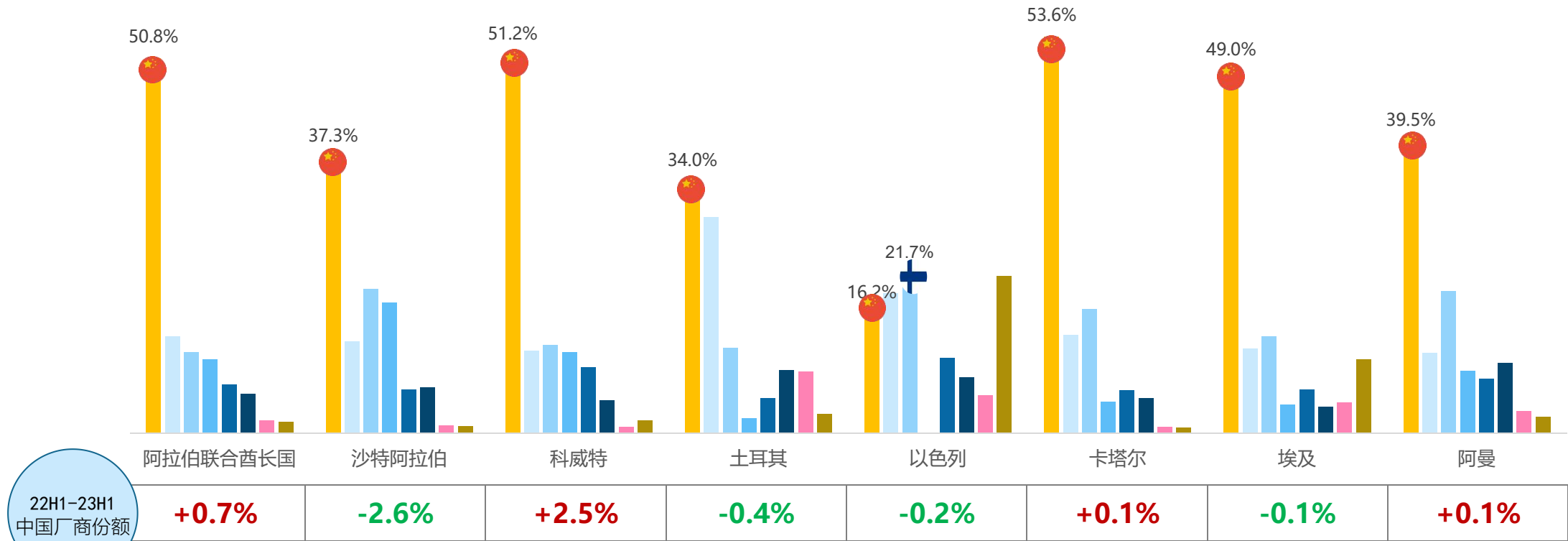


中国厂商在中东市场占据收入的主要份额，中国厂商收入份额位居首位，占比普遍下滑，但仍有一定市场空间可开拓

- ✓ 2023H1中国厂商在大部分中东地区中市场份额30%-50%之间位居首位，在以色列市场，占比不足四分之一
- ✓ 卡塔尔市场份额占比进一步提高，达到53.6%，沙特、土耳其、以色列、埃及市场中国厂商份额均有下降，其中沙特市场份额下降最多，达到16.2%

2023H1中东地区移动游戏收入厂商格局

中国 美国 其他 阿拉伯联合酋长国 爱尔兰 芬兰 英国 以色列

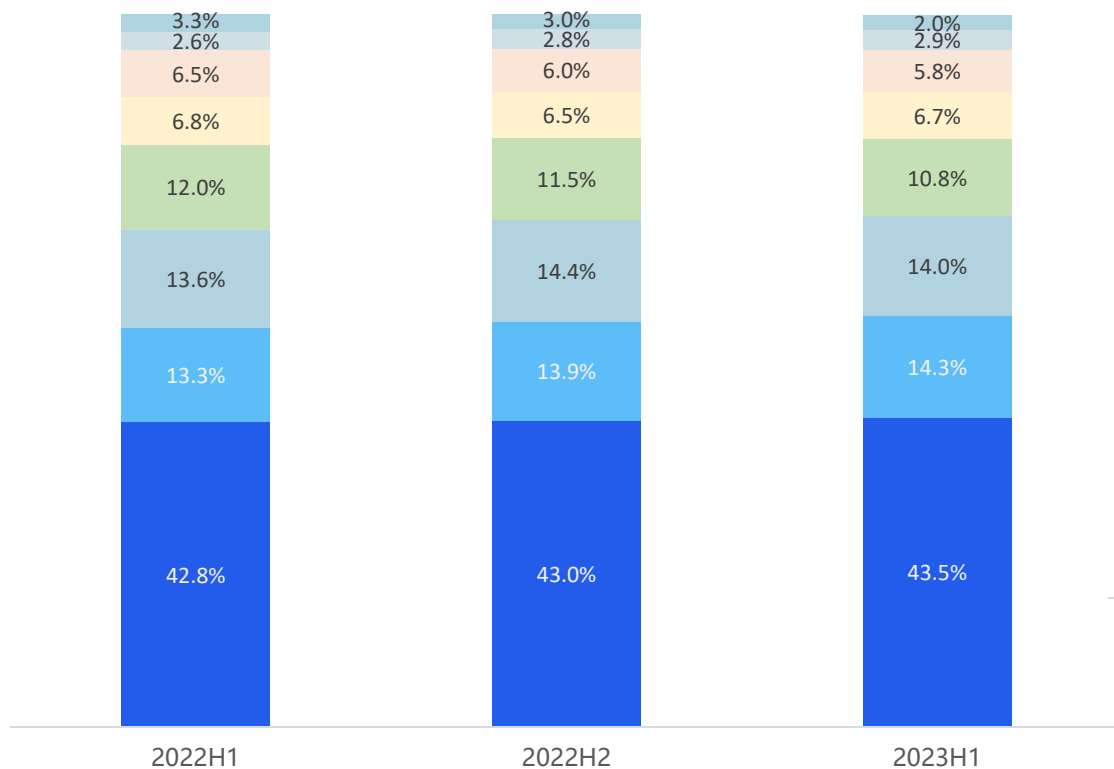


中国大陆厂商保持收入榜占比首位，整体保持增长趋势；美国厂商位居次席

- ✓ 中国大陆厂商保持收入榜占比首位，2023H1因头部产品表现亮眼等影响份额有所回升，整体保持增长趋势，2023H1中国厂商份额增长至43.5%
- ✓ 美国厂商位居次席，收入占比维持在14%左右，大陆厂商收入环比增加10.9%，代表产品《PUBG M》收入份额持续上升

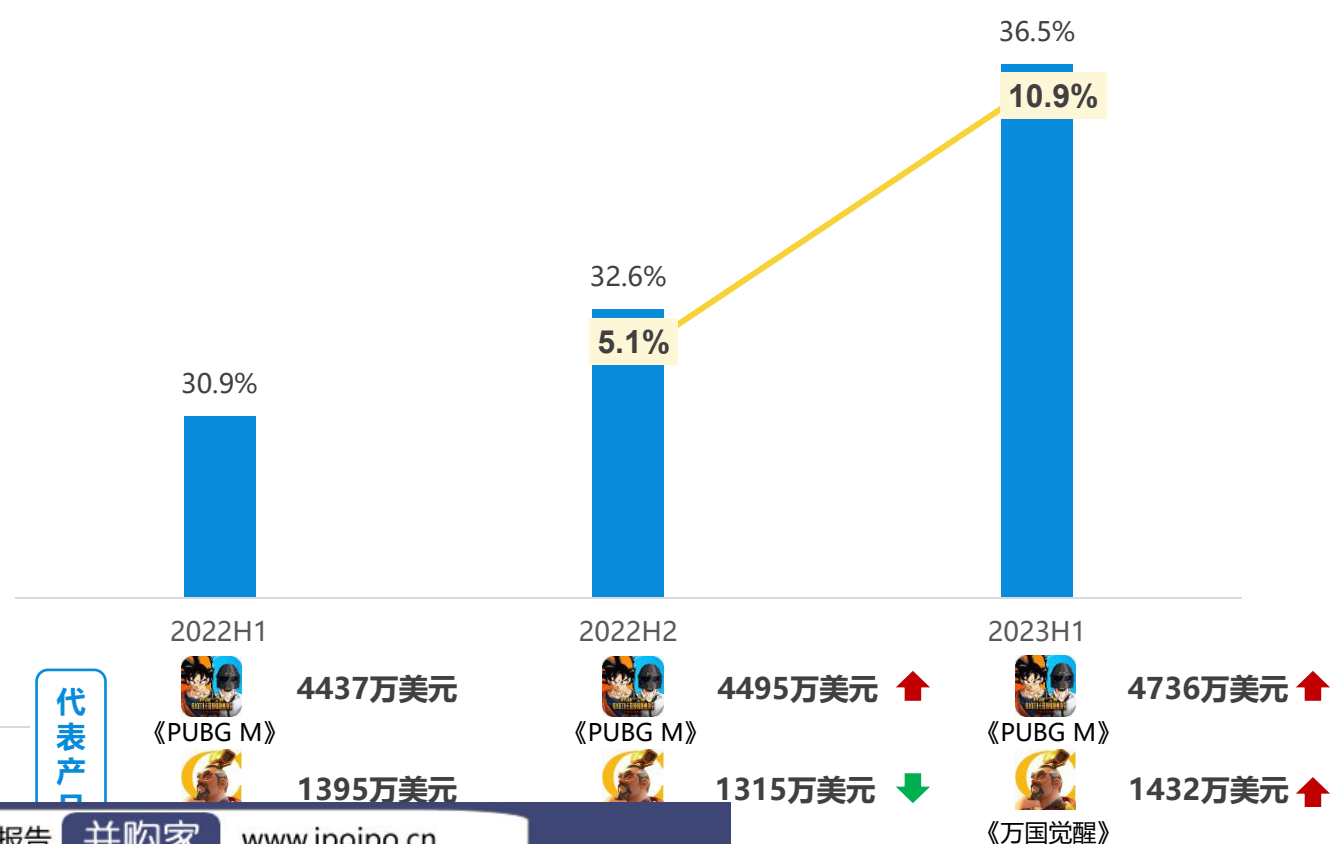
2022H1-2023H1 中东收入榜Top50手游发行商分布

■ 中国 ■ 其他 ■ 美国 ■ 阿拉伯联合酋长国 ■ 爱尔兰 ■ 芬兰 ■ 以色列 ■ 瑞士



2022H1-2023H1 中东收入榜Top50中国大陆发行商收入趋势

■ 中国大陆发行商收入占比 ■ 环比增长



拟真射击打造个性化战术竞技体验，降低操作门槛，快速迭代内容，联动顶流IP，塑造全球化版本国际品牌

核心玩法：高容错高自由度的竞技性的战术竞技



《PUBG M》

发行商：腾讯

游戏类型：动作-战术竞技

《PUBG M》

NO.1
最高免费榜

NO.1
最高畅销榜

上线7天
免费榜前5

游戏特色：大地图多人PVP对战为核心，拟真战场还原“大逃杀”体验。



最新版本联动《龙珠超》



写实向战术竞技



高自由度沙盒DIY地图与玩法模式



沙特举办第二届PUBG全球系列赛

玩家口碑：好评集中于玩法及社交氛围，差评集中于付费及优化

TapTap

6.7分

Download on the
App Store

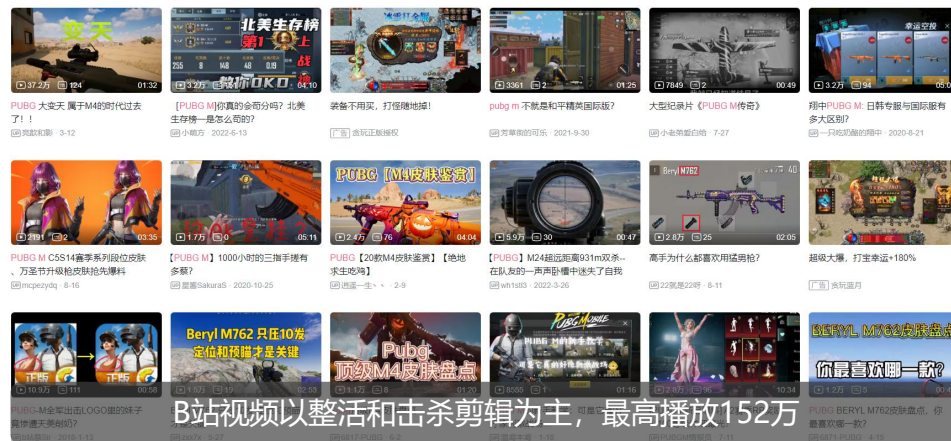
4.25星

Google Play

4.2星

好评集中：复合型玩法，高自由度、操作方便，射击手感好

差评集中：付费深，外挂较多



B站视频以整活和击杀剪辑为主，最高播放152万

收入榜中国大陆厂商占据6席，壳木游戏凭借《Age of Origins》等产品在中东市场收入保持较高增幅进入榜单

- ✓ 收入榜中国大陆厂商占据6席，腾讯依靠《PUBG M》收入榜第一，壳木游戏凭借《Age of Origins》等产品在中东市场收入保持较高增幅进入榜单
- ✓ 下载榜中，中国厂商仅有2席，分别是腾讯和龙创悦动，美国厂商占据4席

中东移动游戏市场游戏发行厂商收入&下载排行

【中东移动游戏市场】游戏发行厂商收入排行榜					
排名	国家	厂商	代表游戏	厂商收入	复合增长率
1	中国	腾讯	PUBG MOBILE	47,359,779	3.3%
2	中国	Yalla Technology	Yalla Ludo – Ludo&Domino	26,224,767	2.1%
3	芬兰	Supercell	Clash of Clans	16,782,333	1.9%
4	美国	Roblox Corporation	Roblox	15,396,100	16.3%
5	中国	莉莉丝	Rise of Kingdoms	15,275,796	4.0%
6	爱尔兰	Playrix	Gardenscapes	11,322,974	13.2%
7	中国	上海沐瞳	انتقام السلاطين	10,437,708	-4.2%
8	中国	ONEMT	Mobile Legends: Bang Bang	8,607,672	30.0%
9	中国	壳木游戏	Age of Origins: Tower Defense	8,520,000	188.2%
10	爱尔兰	KamaGames	Texas Hold'em Poker: Pokerist	8,200,857	1.4%

点点数据：专业移动应用/游戏数据分析平台，助力全球增长

【中东移动游戏市场】游戏发行厂商下载排行榜					
排名	国家	厂商	代表游戏	厂商下载量	复合增长率
1	爱尔兰	Playrix	Gardenscapes	4,412,007	30.7%
2	中国	腾讯	PUBG MOBILE	3,837,708	40.3%
3	芬兰	Supercell	Clash of Clans	3,743,892	22.2%
4	美国	Roblox Corporation	Roblox	2,147,403	23.1%
5	美国	Zynga Inc.	Zynga Poker ™	2,056,757	23.6%
6	英国	King	Candy Crush Saga	1,836,439	39.3%
7	土耳其	Dream Games	Royal Match	1,699,306	34.7%
8	美国	Electronic Arts	FIFA Soccer	1,633,431	21.4%
9	美国	Activision Publishing, Inc.	Call of Duty®: Mobile	1,284,339	35.3%
10	中国	壳木游戏	Age of Origins: Tower Defense	1,071,820	290.2%

点点数据：专业移动应用/游戏数据分析平台，助力全球增长

04中东移动游戏市场总结

中东移动游戏市场SWOT分析

P32

中东移动游戏市场洞察总结

P33



中东移动游戏市场洞察SWOT分析

优势

行业：中东地区的政策支持

厂商：大陆厂商的产品质量、出海方法论成熟

机会

市场：厂商出海完成中东市场教育，市场份额仍有空间

产品：中东用户多元化需求提升，品类赛道市场分流

劣势

行业：头部厂商垄断市场份额

文化：中东各地区文化复杂，难以包容多圈层用户

挑战

产品：文化差异大，内容力偏好和国内甚远，本地化是关键

行业：新市场拓盘竞争激烈，多元解决需求找到差异化，制造产品卖点

报告总结

中东市场发展： GCC国家互联网覆盖率高；社媒应用广泛、用户年轻化，消费能力强劲；沙特&阿联酋手游市场位居中东市场前列，可考虑**优先布局**；同时中东部分地区下载集中度低，收入头部集中度较高，新品进入收入榜单前列或有较高门槛

区域市场概况： **动作类游戏**下载量&收入占比最高，且收入头部集中度较高，新品竞争激烈；动作类占据中东市场优势地位，其中以《PUBM》为代表动作手游是该品类的主要高收入代表。棋牌类和体育类收入份额提升明显

厂商竞争格局： 中东地区大多数游戏收入**来自外来手游厂商**所发行的游戏，腾讯是中东地区收入表现最出色的游戏发行商。由于本地化沉淀不足，西方厂商需更多时间突破文化壁垒；中国厂商出海已在中东地区**占据主要份额**，收入份额**保持快速增长**



点点数据是移动应用、游戏数据监测服务商，为全球企业提供APP下载量、收入、使用行为和应用市场监测的一体化平台。



应用覆盖

800万+



日活跃设备监控

1.7亿+



日数据存储量

100亿+



监测国家地区数

176个



最全的应用数据库

- App Store
- GooglePlay
- 国内安卓
- TapTap



强大的数据算法

- 三维重建算法
- 游戏数值算法

精准统计分类

- 应用分类
- 游戏题材
- 玩法
- IP



爬虫技术

- 实时抓取
- 多维度



感谢观看



咨询产品/试用



关注“点点出海”

