

صناعات كبيرة لشاشات صغيرة

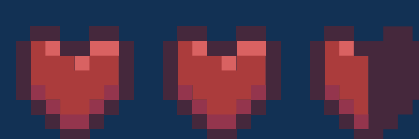
ألعاب الهواتف الذكية

TRENDX



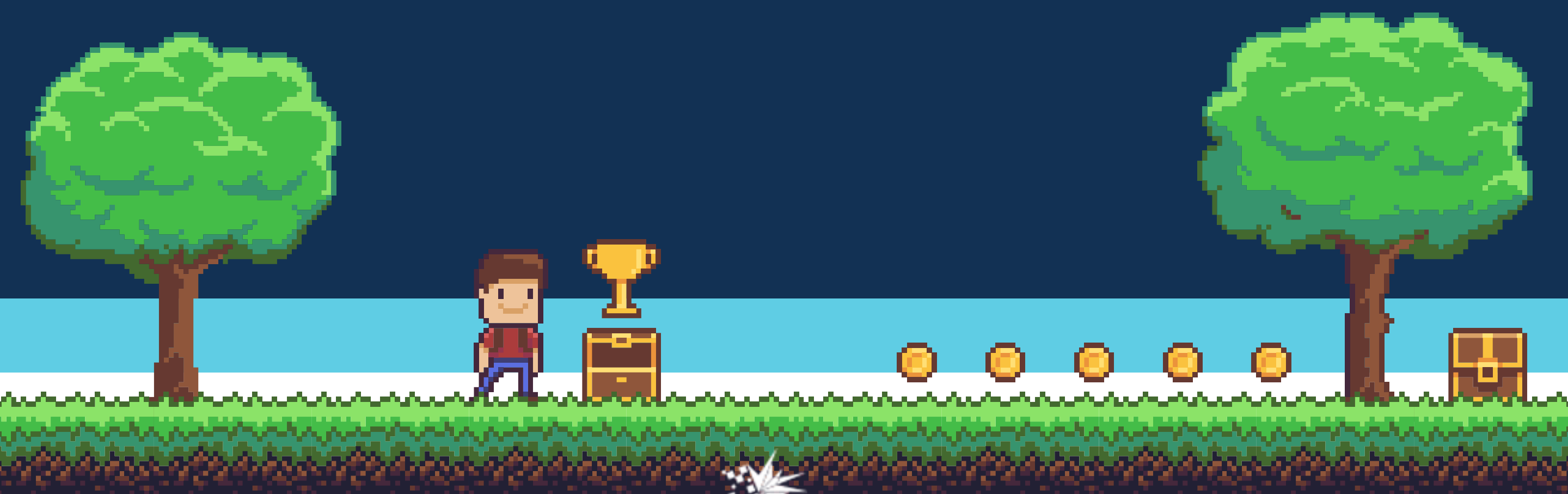
غرفة الرياض
Riyadh Chamber

stc



المحتويات

- 2 نشأة ألعاب الهاتف الذكي
- 3 سوق ألعاب الهاتف الذكي حول العالم
- 4 الإنفاق على ألعاب الهاتف الذكي
- 6 ترويج ألعاب الهاتف الذكي
- 7 أنواع ألعاب الهاتف الذكي
- 10 مستخدمو ألعاب الهاتف الذكي
- 10 تنزيلات ألعاب الهاتف الذكي
- 11 تطبيقات ألعاب الهاتف الذكي
- 13 استخدام الواقع المعزز في ألعاب الهاتف
- 14 ألعاب الهاتف الذكي داخل المملكة



المقدمة

لا شك أن قطاع ألعاب الهاتف الذكي، أصبح قوة اقتصادية ضخمة بعدما فاق سوقه الـ 120 مليار دولار خلال عام 2021م، إذ تحول إلى أكثر وسائل التسلية والترفيه جذباً للمستخدمين، بل وجزء لا يتجزأ من الثقافة المعاصرة بنسبة 67.1% بين الشعوب حول العالم.

وفي ضوء نمو أرباح سوق ألعاب الهاتف بشكل تصاعدي غير مسبوق، يتسنى لنا في «لجنة الإعلام الرقمي بغرفة الرياض» أن نقدم هذا التقرير المُتخصص عن هذا القطاع الواعد، بعدما أصبح هدفاً أساسياً لعمالقة التكنولوجيا الدوليين، كأحد أكبر الأسواق الصاعدة بفرص استثمارية واسعة، وقاعدة متينة للتنمية الاقتصادية.

وفي الوقت الذي يرقب خلاله العالم، بلادنا وهي تمضي بخطى ثابتة في تنفيذ أهداف «رؤية المملكة 2030»، التي تفتح الأبواب أمام الابتكار واقتصاد المعرفة، ودعم القدرة التنافسية لأسواقنا، يتهياً مناخ استثماري متكامل ومُترابط لسوق ألعاب الهاتف، مدعوماً ببلوغ عدد المستخدمين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إلى نحو 434 مليون لاعب، بما يشكل 15% من قاعدة اللاعبين العالميين.

لجنة الإعلام الرقمي بغرفة الرياض

نشأة ألعاب الهاتف الذكي



أول لعبة على الإطلاق تم إصدارها لهاتف
محمول كانت Tetris في عام 1994م

تم إصدار Snake في عام 1997 لجهاز
NoKia 6610

مع دخول تقنية (WAP)، كانت Alien Fish
Exchange من أكثر الألعاب شعبية

ظهور متاجر التطبيقات

تم إطلاق AppStore في عام 2008 لهواتف أبل



بعدها ظهرت متاجر تطبيقات Google Play ومتجر
Windows Phone



أصدرت شركة Rovio Entertainment لعبة Angry Birds
في متجر التطبيقات عام 2009م



ظهور ألعاب وسائل التواصل الاجتماعي

تم إصدار Candy Crush
Saga في عام
2012م وجذبت أكثر من
400 مليون لاعب



بظهور فيسبوك، صعدت
لعبة Farmville إذ حازت
على 80 مليون لاعب في
فبراير 2010م

استخدام التقنيات في ألعاب الهاتف

كذلك لعبة Pokémon Go التي
أضافت تقنية تحديد الموقع
الجغرافي، إذ اكتسبت 100 مليون
لاعب خلال شهر

بظهور تقنية (AR) في 2016م،
استخدمتها ألعاب مثل Temple
Run و Subway Surfers لإضافة
أبعاد إلى لعبتهم



سوق ألعاب الهاتف الذكي حول العالم

حجم سوق ألعاب الهاتف الذكي

في عام 2021م، بلغ حجم سوق ألعاب الهاتف الذكي

101.2

مليار دولار

من المتوقع نمو
حجم السوق إلى

116.4

مليار دولار خلال هذا العام
بمعدل سنوي مركب

15.04%

وبحلول 2026 متوقع
أن يصل إلى

209.12

مليار دولار، بمعدل
نمو سنوي مركب

15.77%



الحصة السوقية لألعاب الهاتف الذكي حسب الدولة

إحصاءات الربع الأول من عام 2022



الإنفاق على ألعاب الهاتف الذكي

بلغ حجم الإنفاق على تطبيقات
ألعاب الهاتف الذكي خلال
النصف الأول من 2022

41.5
مليار دولار

• 2019

89

مليار دولار

• 2020

97

مليار دولار

• 2021

120

مليار دولار



تشكل آسيا ما يقرب من نصف سوق ألعاب الهاتف
بإيرادات تصل إلى

34.114

مليار دولار



من أكثر من 905 مليون مستخدم

تدر الصين وحدها

21.02

مليار دولار

أي نحو 61% من عائدات آسيا



إيرادات سوق الألعاب الإلكترونية

بلغت قيمة الإيرادات
خلال هذا العام

196.8

مليار دولار

وبنسبة نمو

2.1%

موزعة كالتالي:

38.1

مليار دولار
ألعاب
الحاسوب

19%



52.9

مليار دولار
ألعاب الفيديو
المنزلي

27%



103.5

مليار دولار
ألعاب الهاتف
الذكي

53%



من المتوقع أن تصل الإيرادات في
قطاع ألعاب الهاتف إلى

152.50

مليار دولار في عام 2022

2.3

مليار دولار
ألعاب المتصفحات
عبر الحاسوب

1%



أعلى البلدان في معدل نمو إيرادات ألعاب الهاتف

تشير الإحصاءات إلى نمو سوق ألعاب الهاتف الذكي في محيط آسيا، وذلك حسب الفرق في
الإيرادات في الربع الأول من عام 2022 مقابل الربع الأول من عام 2021، حيث:



هونغ كونغ

10%



تركيا

37%



الهند

74%



كوريا الجنوبية

3%

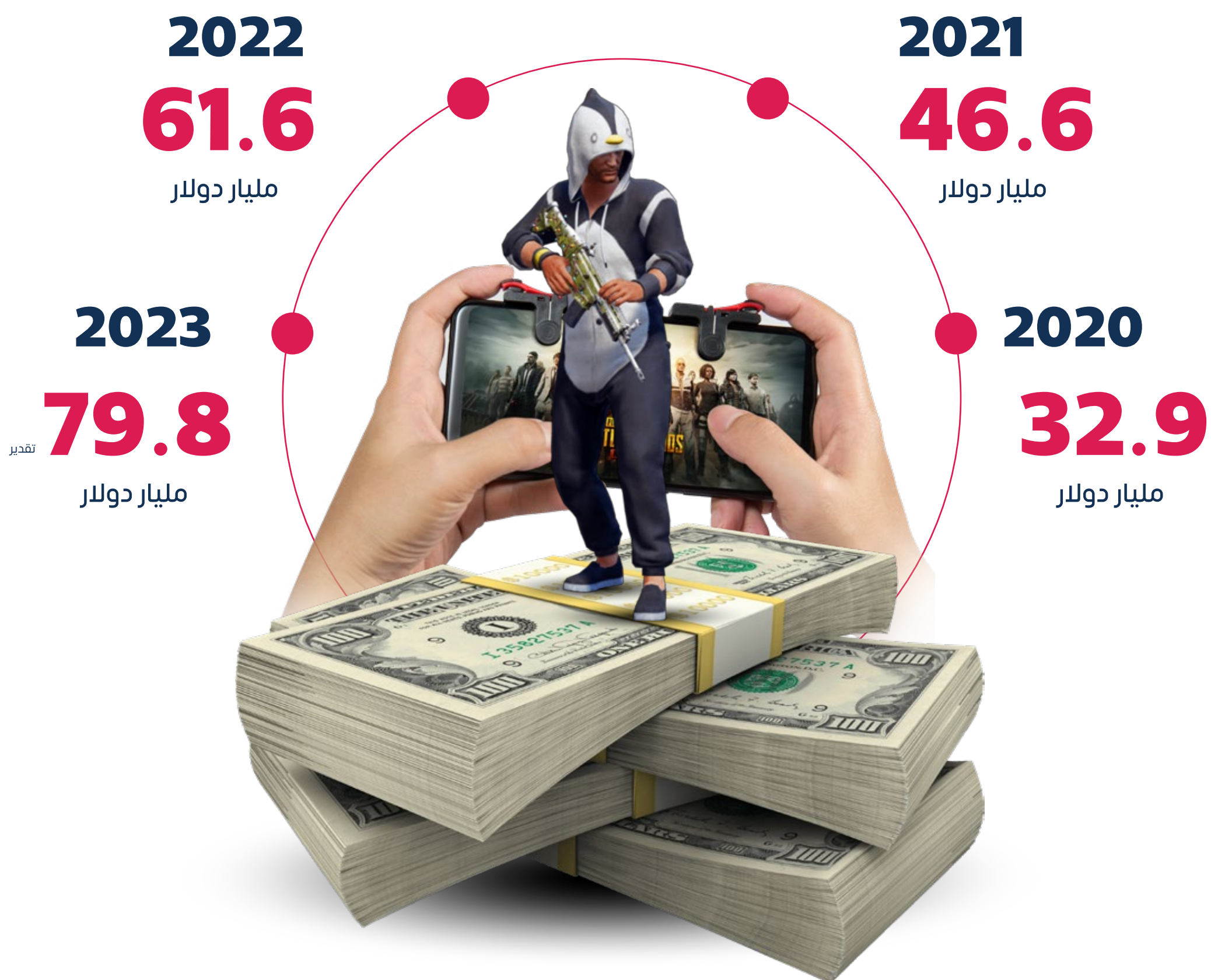


تايوان

7%

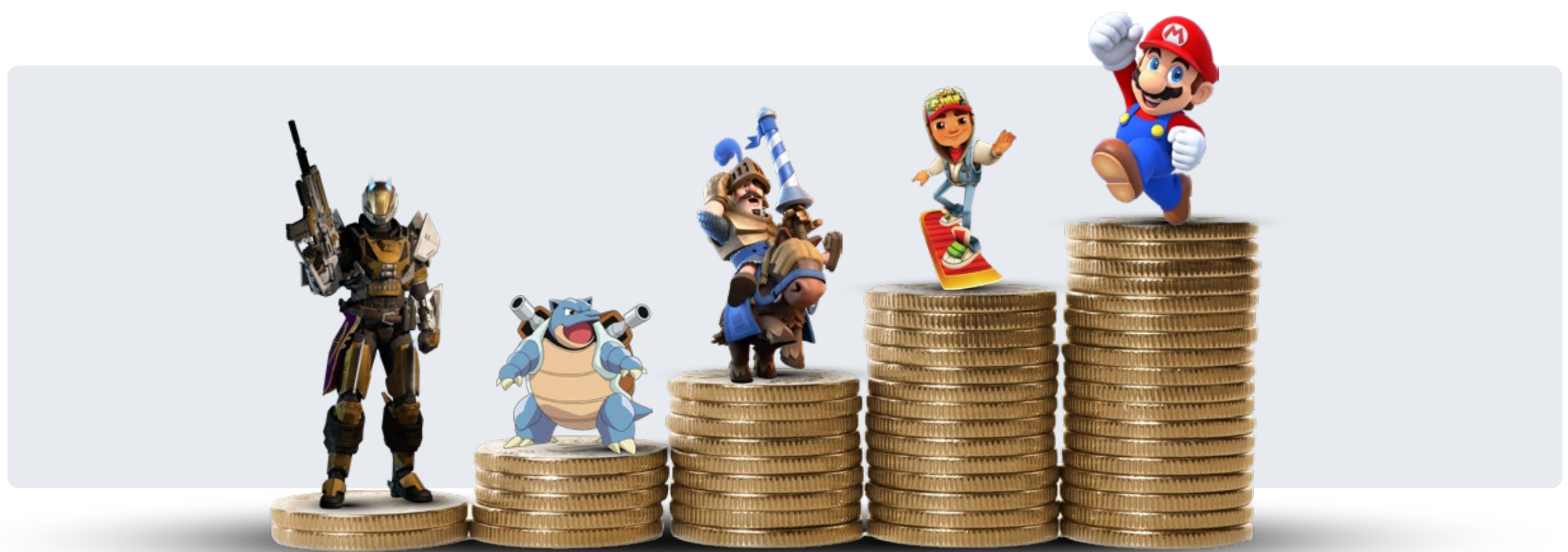
ترويج ألعاب الهاتف الذكي

حجم الإنفاق على إعلانات ألعاب الهاتف



استخدم مطورو البرامج في الفترات السابقة مجموعة متنوعة من استراتيجيات تحقيق الربح من الألعاب والتي تشمل:

- 01 الشراء داخل التطبيق
- 02 إعلانات البانر
- 03 الإعلانات البينية



- 04 الإعلانات المدمجة مع المحتوى
- 05 الإعلان بمكافأة
- 06 الإعلانات القابلة للتشغيل

أنواع ألعاب الهاتف الذكي

الأنواع الأكثر تحميلًا في 2021 (عدد مرات التنزيل)

ألعاب الحركة 4.01 مليار مرة

ألعاب الألغاز 3.78 مليار مرة

ألعاب المحاكاة 3.15 مليار مرة

ألعاب الأطفال 2.57 مليار مرة

الأنواع الأكثر شيوعًا حسب إنفاق المستهلك في 2021
(بالمليار دولار)

الألعاب الاستراتيجية

9.7 مليار دولار

ألعاب تقمص الأدوار

متعددة اللاعبين

8.43 مليار دولار

ألعاب تقمص الأدوار

8.02 مليار دولار

ألعاب الكازينو

5.57 مليار دولار



قائمة أفضل 10 ألعاب هاتف على مستوى العالم لـلربع الأول من 2022

- | | | | |
|---|--|--|--|
| 04

Candy Crush Saga | 03

Honor of Kings | 02

ROBLOX | 01

Genshin Impact |
| 08

Lineage W | 07

Uma Museum
Pretty Derby | 06

Coin Master | 05

Game For Peace |
| | 10

Free Fire | 09

PUBG MOBILE | |

لعبة Genshin Impact



تعد اللعبة رقم 1 حسب إنفاق المستهلكين خلال الربع الأول من 2022

اللعبة رقم 2 من حيث إنفاق المستهلكين في عام 2021

أطلقت في سبتمبر 2020، وتتوفر في أكثر من 174 سوقًا حول العالم

2.8

مليار دولار

إجمالي إنفاق المستهلكين على مستوى العالم

118

مليون

عملية تنزيل على مستوى العالم حتى الآن

لعبة Roblox



حلت كأعلى الألعاب من حيث
الإنفاق العالمي للمستهلكين في
عام 2021

سجل العاميين الماضيين أكثر من
77% من حجم إنفاق المستهلكين
خلال السنوات العشر الماضية

لعبة Free Fire Battle Royale



اللعبة رقم 1 حسب التنزيلات خلال
الربع الأول من 2022، وعام 2021

أطلقت في أكتوبر 2017، وتتوفر في
أكثر من 169 سوقًا حول العالم

عملية تنزيل على
مستوى العالم حتى الآن

« 1.05
مليار

حجم إنفاق المستهلكين
حول العالم

« 2.1
مليار دولار

لعبة Uma Museum Pretty Derby Idol Training

اللعبة رقم 8 حسب إنفاق المستهلكين
في جميع أنحاء العالم في عام 2021
صعدت للمركز السادس في مارس 2022

1.5
مليار دولار
حجم الإنفاق عليها

7.9
مليون
عملية تنزيل حتى الآن



مستخدمو ألعاب الهاتف الذكي

عدد المستخدمين حول العالم

مستخدم متوقع بحلول عام 2027

2.3
مليار

مستخدم للموبايل في جميع أنحاء العالم

1.8
مليار



المستخدمون حسب الجيل

جيل الألفية
73%

جيل Z
77%

جيل الطفرة
34%

جيل X
54%

تنزيلات ألعاب الهاتف الذكي

أعلى الأسواق تنزيلًا لألعاب الهاتف الذكي

لا تزال الهند أكبر سوق للتنزيلات على مستوى العالم، حيث جمعت 2.2 مليار عملية تنزيل في الربع الأول من عام 2022 بنسبة 15% من إجمالي التنزيلات في جميع أنحاء العالم، حيث جاءت أعلى الأسواق كالتالي:

8%
البرازيل

9%
الولايات المتحدة

15%
الهند

57%
أسواق أخرى

5%
روسيا

6%
إندونيسيا

التنزيلات حسب فئة الألعاب

ألعاب الألغاز
10%

ألعاب المحاكاة
11%

الألعاب البسيطة
12%

ألعاب Hypercasual
31%

أنواع الألعاب الأخرى
21%

ألعاب تقمص الأدوار
2%

ألعاب الحركة
4%

ألعاب الاليف ستايل
9%

تطبيقات ألعاب الهاتف الذكي



478
ألف

عدد تطبيقات الألعاب
المتوفرة في متجر
Google Play

55.5
مليار

عدد تطبيقات الألعاب
التي تم تنزيلها في
عام 2021

13.54%

نسبة تطبيقات
الألعاب في App
Store

13.63%

نسبة تطبيقات
الألعاب في Google
Play

295
ألف

عدد تطبيقات الألعاب
المتوفرة في App
Store

إيرادات تطبيقات ألعاب الهاتف الذكي سنويًا

ع 2022م
103.5
مليار دولار

ع 2021م
98.2
مليار دولار

ع 2020م
86.9
مليار دولار

ع 2019م
68.3
مليار دولار



تواجد شركات تطوير ألعاب الهاتف حول العالم

وفقًا لأحدث الدراسات لمنصة التحليلات apptica ينتمي أكبر عدد من الألعاب إلى شركات لها مقرات في الولايات المتحدة الأمريكية

سنغافورة
6.8%

فنلندا
8.5%

هونج كونج
8.5%

أيرلندا
11.9%

الولايات المتحدة
28.8%

تايبوان
1.7%

النمسا
3.4%

ألمانيا
3.4%

المملكة المتحدة
6.8%

مالطا
6.8%

إيرادات تطبيقات ألعاب الهاتف الذكي سنويًا

على جوجل بلاي حسب الإيرادات خلال يونيو 2022



Moon Active

27

مليون دولار



King

28.8

مليون دولار



Artifex Mundi

31.8

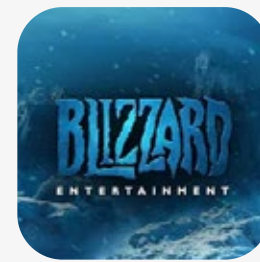
مليون دولار



Big Fish Games

23.13

مليون دولار



Blizzard Entertainment

26.54

مليون دولار



SQUARE ENIX Co

19.12

مليون دولار



Netmarble

21.72

مليون دولار



Playrix

22.23

مليون دولار



Bandai Namco Entertainment Inc

14.95

مليون دولار

على آبل ستور حسب عدد التحميلات خلال يونيو 2022



Lion Studios

5.6

مليون



SayGames

6

مليون



Rollic Games

9.4

مليون



SUPER SONIC

11.7

مليون



voodoo

13.2

مليون



Crazy Labs

5.1

مليون



KitKa Games

5.2

مليون



Electronic Arts

5.2

مليون



Tencent Mobile

5.3

مليون

استخدام الواقع المعزز في ألعاب الهاتف

من مستخدمي الـ AR يستخدمونه أسبوعيًا
على الأقل

45%

12.85

مليار دولار حجم سوق الواقع المعزز
للهاواتف المحمول في 2022

15

مليار عملية تثبيت لتطبيقات
الأجهزة المحمولة بالواقع المعزز

من المتوقع أن يصل إلى

26.06

مليار دولار بحلول
2025

2.5

مليار لاعب في جميع أنحاء العالم
عام 2019

6.39

مليار دولار قيمة الواقع المعزز في
صناعة الألعاب في 2021



يقدر حجم السوق العالمي لألعاب الواقع المعزز بـ 33.5 مليار دولار
بحلول عام 2027



معدل نمو سنوي مركب قدره 41.3% خلال الفترة 2020-2027

ألعاب الهاتف الذكي داخل المملكة

02

بلغت نسبة نفاذ مستخدمي الإنترنت للألعاب عبر الهاتف خلال العام الماضي 78%

01

تحتل المملكة المرتبة رقم 19 بين أكبر أسواق الألعاب في العالم لعام 2021



إيرادات سوق
ألعاب
الهاتف الذكي

يعد اقتصاد ألعاب الهاتف الذكي اقتصادًا واعدًا للغاية في المملكة العربية السعودية

حجم الإيرادات
خلال 2022

1.4
مليار دولار

حجم الإيرادات
خلال 2021

1.2
مليار دولار

تقسيم المنفقين على الألعاب في المملكة

32%

المنفقون بشكل متزن (متوسط)

17%

منفقون بشكل صغير

12%

منفقون بشكل كبير

إيرادات تطبيقات ألعاب الهاتف المحمول

2019 708 مليون دولار

2020 927 مليون دولار

2021 1.2 مليار دولار

2022 1.4 مليار دولار



عدد تنزيلات تطبيقات الألعاب



2022

1.3

مليار

2021

1.1

مليار

2020

830.5

مليون

2019

527.7

مليون

مشاهدة الإعلانات للحصول على ميزات مجانية

يفضل

86%

الإعلان بمكافأة أكثر من
إعلانات الفيديو التقليدية

يفضل

69%

مشاهدة الإعلانات للحصول
على الميزات مجاناً



أنواع الألعاب الأكثر شيوعاً داخل المملكة

ألعاب القتال

باتل رويال

ألعاب الألغاز

38%

41%

ألعاب الحركة والمغامرة

39%



ديموغرافية لاعبي الهاتف الذكي

6.3

مليون مستخدم متوقع بحلول
عام 2026م

5.1

مليون مستخدم لألعاب الهاتف
داخل المملكة خلال 2021م

42.3%

نسبة المستخدمين من الإناث

57.7%

نسبة المستخدمين
من الذكور

1/4

مستخدمي الإنترنت في المملكة يلعبون على الهاتف خمسة أيام في
الأسبوع أو أكثر

ومن حيث العمر

9.9%

من الفئة العمرية

64:55

عام

14.4%

من الفئة العمرية

24:18

عام

17.1%

من الفئة العمرية

54:45

عام

26.7%

من الفئة العمرية

44:35

عام

31.8%

من الفئة العمرية

34:25

عام

الوقت المستغرق في ممارسة ألعاب الهاتف

51%

منهم يلعبون ألعاب الهاتف مرتين
إلى ثلاث مرات على الأقل كل يوم

39%

يقضون أكثر من 10 ساعات
أسبوعياً في اللعب

مميزات ألعاب الهاتف المفضل شراؤها

شراء الشخصيات

33%

شراء العملات داخل اللعبة

34%

ميزة القوة
الدافعة

29%

بطاقات المعركة
content passes

31%

ادخار الوقت

27%



دوافع ممارسة ألعاب الهاتف

اكتساب أصدقاء

29%

قضاء الوقت

35%

المنافسة
والفوز

26%

تخفيف ضغوط
الحياة اليومية

29%





المصادر

TRENDX

Powered by
TREND'

شكَّ رَّا

لَكُم