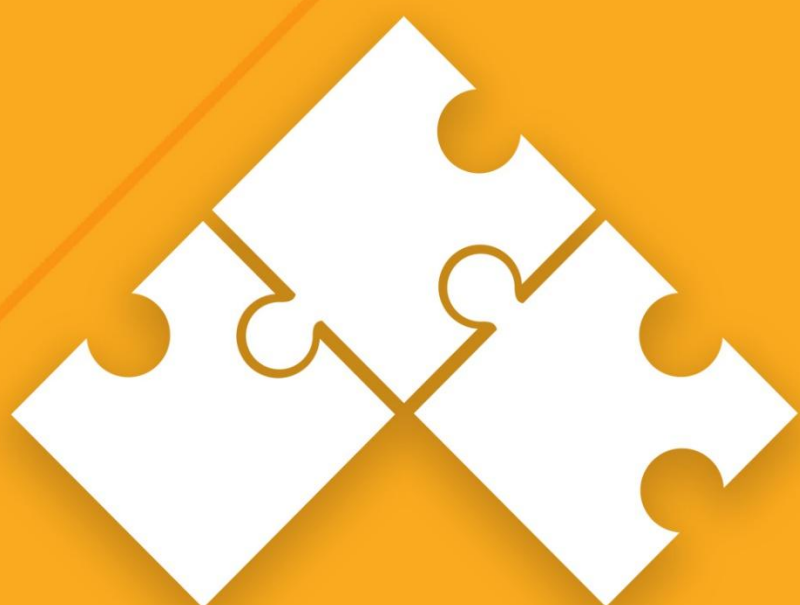
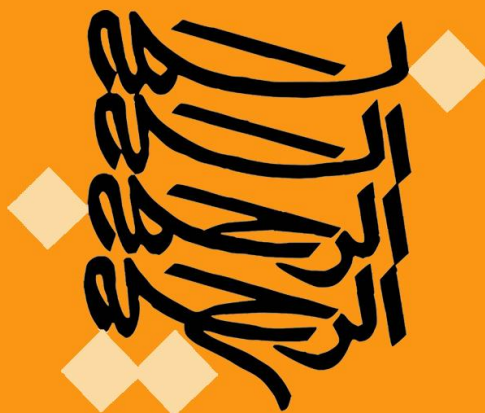


بازار جهانی بازی‌های رایانه‌ای



DIREC

Digital games Research Center



بازار جهانی بازی‌های رایانه‌ای
مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال «دایرک»
تهیه و تنظیم: حسام‌الدین قاسمی
صفحه‌آرا: محمد قدیم‌آبادی

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، معاونت پژوهش
www.ircg.ir

خاورمیانه و آفریقا و همچنین آمریکای لاتین، سهم فزاینده‌ای در رشد تعداد بازیکنان دارند. در مقابل، بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان همچنان بخش عمده هزینه‌کرد مصرف کنندگان در بازار بازی را به خود اختصاص می‌دهند.

بنابراین، صرفاً نگاه کردن به رشد کلی بازار برای تشخیص فرصت‌های آینده کافی نیست. با دشوارتر شدن جذب بازیکنان جدید، این پرسش اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که فرصت‌های واقعی رشد در کدام بخش‌ها قرار دارند و کدام راهبردها در سال‌های آینده همچنان اثربخش خواهند بود.

نسخه رایگان گزارش بازار جهانی بازی‌های ۲۰۲۶ نیوزو تصویری مستقل از این تحولات ارائه می‌دهد و تازه‌ترین پیش‌بینی‌های بازار را با تحلیل نیروهایی که پشت این تغییرات قرار دارند ترکیب می‌کند. این نسخه همچنین بخشی از داده‌های عمیق‌تر، به‌روزرسانی‌های مستمر و تحلیل‌هایی را معرفی می‌کند که در اشتراک Games Market Reports & Forecasts نیوزو در دسترس قرار دارند.

در جریان تدوین این گزارش، یک نتیجه بیش از پیش روشن شده است: برای درک بازار بازی دیگر نمی‌توان تنها به اندازه مخاطبان نگاه کرد. شناخت این بازار بیش از هر زمان دیگری مستلزم بررسی این موضوع است که بازیکنان چگونه با بازی‌ها تعامل می‌کنند، چگونه و چه میزان هزینه می‌کنند و چگونه رابطه‌ای ماندگار با بازی‌ها شکل می‌دهند.

بازار جهانی بازی همچنان در حال رشد است. برآورد می‌شود ارزش این بازار در سال ۲۰۲۶ به ۲۱۳.۹ میلیارد دلار برسد که نشان‌دهنده رشد ۶.۱ درصدی نسبت به سال قبل است. این رشد در هر سه پلتفرم اصلی و در تمام مناطق عمده جهان مشاهده می‌شود.

با این حال، سازوکارهای رشد بازار در حال تغییر هستند. اگرچه تعداد بازیکنان همچنان افزایش می‌یابد و عرضه بازی‌های بسیار بزرگ و پرفروش هنوز می‌تواند بر میزان هزینه‌کرد مصرف‌کنندگان اثر قابل‌توجهی بگذارد، پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۹ رشد ضریب نفوذ بازیکنان و تعداد افرادی که برای بازی‌ها هزینه می‌کنند، به‌تدریج به سطحی تقریباً ثابت برسد.

این تغییر در بخش‌های مختلف بازار به شکل یکسانی بروز نمی‌کند. در رایانه‌های شخصی، بازی‌های پریمیوم و عناوین میان‌قیمت همچنان از نظر تجاری اهمیت زیادی دارند، اما هزینه‌کرد درون‌بازی بار دیگر سهم پررنگ‌تری در درآمد این پلتفرم پیدا کرده است. رشد کنسول بیش از گذشته به عرضه بازی‌های بزرگ، خدمات اشتراکی و افزایش قیمت بازی‌ها و خدمات وابسته است. در مقابل، درآمد بازی‌های موبایلی با وجود کاهش تعداد دانلودها همچنان رشد می‌کند؛ رشدی که بیش از هر چیز از افزایش عمق درآمدزایی از کاربران موجود ناشی می‌شود.

پویایی‌های منطقه‌ای نیز لایه دیگری به این تصویر اضافه می‌کنند. مناطق نوظهور، به‌ویژه

نکات کلیدی گزارش

بازار جهانی بازی

پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار جهانی بازی در سال ۲۰۲۶ به ۲۱۳.۹ میلیارد دلار برسد؛ رقمی که نسبت به سال قبل ۶.۱ درصد رشد را نشان می‌دهد. نکته مهم این است که این رشد محدود به یک بخش خاص نیست و هر سه پلتفرم اصلی - رایانه‌های شخصی، کنسول و موبایل - و همچنین تمام مناطق عمده جغرافیایی در آن سهم هستند. بنابراین، بازار جهانی بازی در سال ۲۰۲۶ همچنان در مسیر توسعه قرار دارد، هرچند همان‌طور که در پیشگفتار گزارش نیز اشاره شد، نیروهای محرک این رشد در حال تغییرند. یکی از مهم‌ترین رویدادهای سال، عرضه Grand Theft Auto VI (GTA VI) در نوامبر ۲۰۲۶ خواهد بود؛ عنوانی که نیوزو آن را یکی از نقاط محوری بازار در این سال می‌داند. در کنار چنین عرضه بزرگی، افزایش تعداد بازیکنان همچنان بخش عمده رشد بازار را پشتیبانی می‌کند. به بیان دیگر، در سال ۲۰۲۶ هنوز توسعه پایگاه کاربران یکی از موتورهای اصلی افزایش درآمد صنعت بازی محسوب می‌شود. با این حال، انتظار می‌رود قدرت این موتور رشد در سال‌های آینده کاهش پیدا کند. نیوزو پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۹ هم ضریب نفوذ بازیکنان و هم نرخ تبدیل بازیکنان به پرداخت‌کنندگان به سمت ثبات حرکت کنند. در نتیجه، شرکت‌های بازی‌سازی دیگر نمی‌توانند به همان اندازه گذشته برای

رشد درآمد به ورود بازیکنان جدید متکی باشند و درآمدزایی عمیق‌تر از مخاطبان موجود به تدریج نقش مهم‌تری در رشد بازار پیدا خواهد کرد.

بازیکنان و پرداخت‌کنندگان؛ پیش‌بینی ۲۰۲۶ تعداد بازیکنان جهان در سال ۲۰۲۶ به حدود ۳.۷۰ میلیارد نفر خواهد رسید که نسبت به سال قبل ۴.۴ درصد افزایش دارد. در همین سال، تعداد افرادی که برای بازی‌ها هزینه می‌کنند نیز با رشد ۴.۷ درصدی به حدود ۱.۶۵ میلیارد نفر می‌رسد. بر این اساس، نرخ تبدیل بازیکنان به پرداخت‌کنندگان در سطح جهانی حدود ۴۴.۶ درصد خواهد بود؛ یعنی تقریباً ۴۵ نفر از هر ۱۰۰ بازیکن به نوعی برای بازی‌ها هزینه می‌کنند.

با وجود رشد تعداد پرداخت‌کنندگان، نرخ تبدیل نسبت به سال قبل تقریباً ثابت باقی می‌ماند. بنابراین، بخش عمده رشد بازار در سال ۲۰۲۶ نه از افزایش محسوس تمایل بازیکنان به پرداخت، بلکه از بزرگ‌تر شدن خود پایگاه بازیکنان ناشی می‌شود. در همین حال، میانگین درآمد به ازای هر پرداخت‌کننده به ۱۲۹.۶ دلار می‌رسد که تنها ۱.۴ درصد بیشتر از سال قبل است؛ رشدی محدود که سهم نسبتاً کمی در افزایش کلی درآمد بازار دارد.

در رایانه‌های شخصی، تعداد بازیکنان در سال ۲۰۲۶ به حدود ۹۷۷ میلیون نفر می‌رسد که رشد سالانه ۳.۵ درصدی را نشان می‌دهد. درآمد این بازار نیز با افزایش ۵.۳ درصدی به ۴۵.۹ میلیارد دلار خواهد رسید. رایانه‌های

دلار می‌رسد. با این حال، موبایل همچنان پایین‌ترین نرخ تبدیل بازیکن به پرداخت کننده را در میان پلتفرم‌ها دارند. همزمان، ریزتراکنش‌ها دوباره سهم بیشتری از بازار به دست می‌آورند، در حالی که عرضه بازی‌های پریمیوم و عناوین میان‌قیمت همچنان درآمد حاصل از فروش نسخه کامل بازی‌ها را حفظ می‌کند. این ترکیب نشان می‌دهد که بازار رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶ همزمان بر فروش مستقیم بازی و درآمدزایی مستمر پس از ورود بازیکن تکیه دارد.

درآمد ژانرها در نیمه نخست ۲۰۲۶

در بازار کنسول، GTA VI حتی چند ماه پیش از عرضه رسمی در نوامبر ۲۰۲۶ و صرفاً بر اساس درآمد حاصل از پیش‌خریدها، در صدر ژانر ماجراجویی قرار گرفته است. این جایگاه نشان می‌دهد که تقاضای اولیه برای بازی تا چه اندازه بالاست؛ هرچند داده این بخش مشخصاً مربوط به درآمد پیش‌خرید است و نباید آن را با درآمد پس از عرضه بازی یکسان دانست.

ژانر سندباکس نیز در نیمه نخست ۲۰۲۶ در هر دو بازار رایانه‌های شخصی و کنسول در میان پنج ژانر برتر از نظر درآمد قرار دارد و Roblox و Minecraft مهم‌ترین عناوین این بخش هستند. حضور همزمان این ژانر در میان ژانرهای برتر دو پلتفرم، جایگاه اقتصادی قابل‌توجه بازی‌هایی را نشان می‌دهد که بر جهان‌های باز، خلق محتوا و تعامل بلندمدت کاربران متکی هستند.

در ژانر تیراندازی نیز Fortnite هم در رایانه‌های شخصی و هم در کنسول رتبه نخست را در اختیار دارد. در مقابل، ساختار ژانری بازار

شخصی با نرخ تبدیل حدود ۵۵ درصد، بالاترین نرخ تبدیل بازیکن به پرداخت‌کننده را در میان پلتفرم‌ها دارند. همزمان، ریزتراکنش‌ها دوباره سهم بیشتری از بازار به دست می‌آورند، در حالی که عرضه بازی‌های پریمیوم و عناوین میان‌قیمت همچنان درآمد حاصل از فروش نسخه کامل بازی‌ها را حفظ می‌کند. این ترکیب نشان می‌دهد که بازار رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶ همزمان بر فروش مستقیم بازی و درآمدزایی مستمر پس از ورود بازیکن تکیه دارد.

در کنسول، تعداد بازیکنان با رشد ۳ درصدی به حدود ۶۵۱ میلیون نفر خواهد رسید و درآمد بازار نیز با افزایش ۵.۱ درصدی به ۴۶.۹ میلیارد دلار می‌رسد. این رشد در مقایسه با تقریباً متوقف شدن رشد کنسول در سال ۲۰۲۵، نوعی شتاب‌گیری دوباره محسوب می‌شود. نیوزو این بهبود را به مجموعه‌ای از عوامل مرتبط می‌داند: عرضه GTA VI، توسعه پلتفرم Nintendo Switch2، گسترش اشتراک‌های چندبازی و افزایش قیمت بازی‌ها و خدمات. بنابراین، رشد کنسول در سال ۲۰۲۶ بیش از آنکه صرفاً از افزایش تعداد کاربران ناشی شود، به قدرت عرضه‌های بزرگ و افزایش ارزش اقتصادی هر کاربر وابسته است.

در بازی‌های موبایلی، تعداد بازیکنان به حدود ۳.۱۰ میلیارد نفر خواهد رسید که نسبت به سال قبل ۳.۹ درصد رشد دارد. درآمد موبایل نیز با افزایش ۶.۸ درصدی به ۱۲۱.۱ میلیارد دلار

نفر در ۲۰۲۵ افزایش یافته است. روند صعودی در سال‌های آینده نیز ادامه خواهد داشت و انتظار می‌رود تعداد بازیکنان در ۲۰۲۷ به ۳.۸۳ میلیارد، در ۲۰۲۸ به ۳.۹۵ میلیارد و در نهایت در سال ۲۰۲۹ به ۴.۰۷ میلیارد نفر برسد. بنابراین، بازار همچنان از نظر تعداد مخاطب در حال گسترش است، اما شیب افزایش بازیکنان در سال‌های پایانی دوره پیش‌بینی ملایم‌تر می‌شود؛ نشانه‌ای از حرکت تدریجی بازار جهانی به سمت بلوغ بیشتر.

در کنار افزایش تعداد بازیکنان، تعداد افرادی که برای بازی‌ها هزینه می‌کنند نیز رشد کرده است. در سال ۲۰۲۵ حدود ۱.۵۸ میلیارد پرداخت‌کننده در بازار وجود داشته و این رقم در سال ۲۰۲۶ به ۱.۶۵ میلیارد نفر افزایش می‌یابد. این تحول اهمیت زیادی دارد، زیرا رشد بازار بازی صرفاً به افزایش تعداد افرادی که بازی می‌کنند وابسته نیست؛ توانایی صنعت در تبدیل این جمعیت عظیم به کاربران پرداخت‌کننده، یکی از تعیین‌کننده‌ترین عوامل رشد درآمد خواهد بود. با نزدیک شدن تعداد بازیکنان به سطوح بالاتر نفوذ جهانی، اهمیت این رابطه در سال‌های آینده بیشتر نیز خواهد شد.

ترکیب پلتفرمی بازار نیز اختلاف مقیاس قابل توجهی را نشان می‌دهد. در سال ۲۰۲۶، بازی‌های موبایلی با ۳.۱۰ میلیارد بازیکن گسترده‌ترین پایگاه مخاطب را در اختیار دارند و معادل ۸۴ درصد کل بازیکنان گزارش شده‌اند. رایانه‌های

موبایل تفاوت محسوسی با رایانه‌های شخصی و کنسول دارد. در موبایل، ژانر پازل با پیشتازی Royal Match و ژانر بازی‌های قمار با پیشتازی Coin Master در میان پنج ژانر برتر قرار گرفته‌اند؛ در کنار آنها نیز ژانرهای استراتژی، نقش‌آفرینی و تیراندازی حضور دارند.

نتایج سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶

در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۲۶، ۱۰ شرکت بورسی برتر صنعت بازی در مجموع ۳۷.۴ میلیارد دلار درآمد بازی ایجاد کردند. این رقم نسبت به دوره مشابه سال قبل ۶.۷ درصد افزایش یافته است. نرخ رشد این گروه تقریباً با مجموعه گسترده‌تر شرکت‌های بورسی تحت رصد نیوزو برابر است که در همین دوره رشد ۶.۸ درصدی را ثبت کرده‌اند. بنابراین، عملکرد شرکت‌های بزرگ صنعت در آغاز سال ۲۰۲۶ تقریباً هم‌راستا با روند کلی شرکت‌های عمومی فعال در بازار بازی بوده است.

فصل ۱: بازار جهانی بازی‌های رایانه‌ای بخش اول: بازیکنان و پرداخت‌کنندگان در بازار جهانی روند جهانی بازیکنان و پرداخت‌کنندگان؛ ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۹

بر اساس پیش‌بینی نیوزو، تعداد بازیکنان جهان در سال ۲۰۲۶ به ۳.۷۰ میلیارد نفر می‌رسد. این رقم در سال ۲۰۲۳ حدود ۳.۲۷ میلیارد نفر بوده و طی سال‌های بعد به ترتیب به ۳.۴۱ میلیارد نفر در ۲۰۲۴ و ۳.۵۵ میلیارد

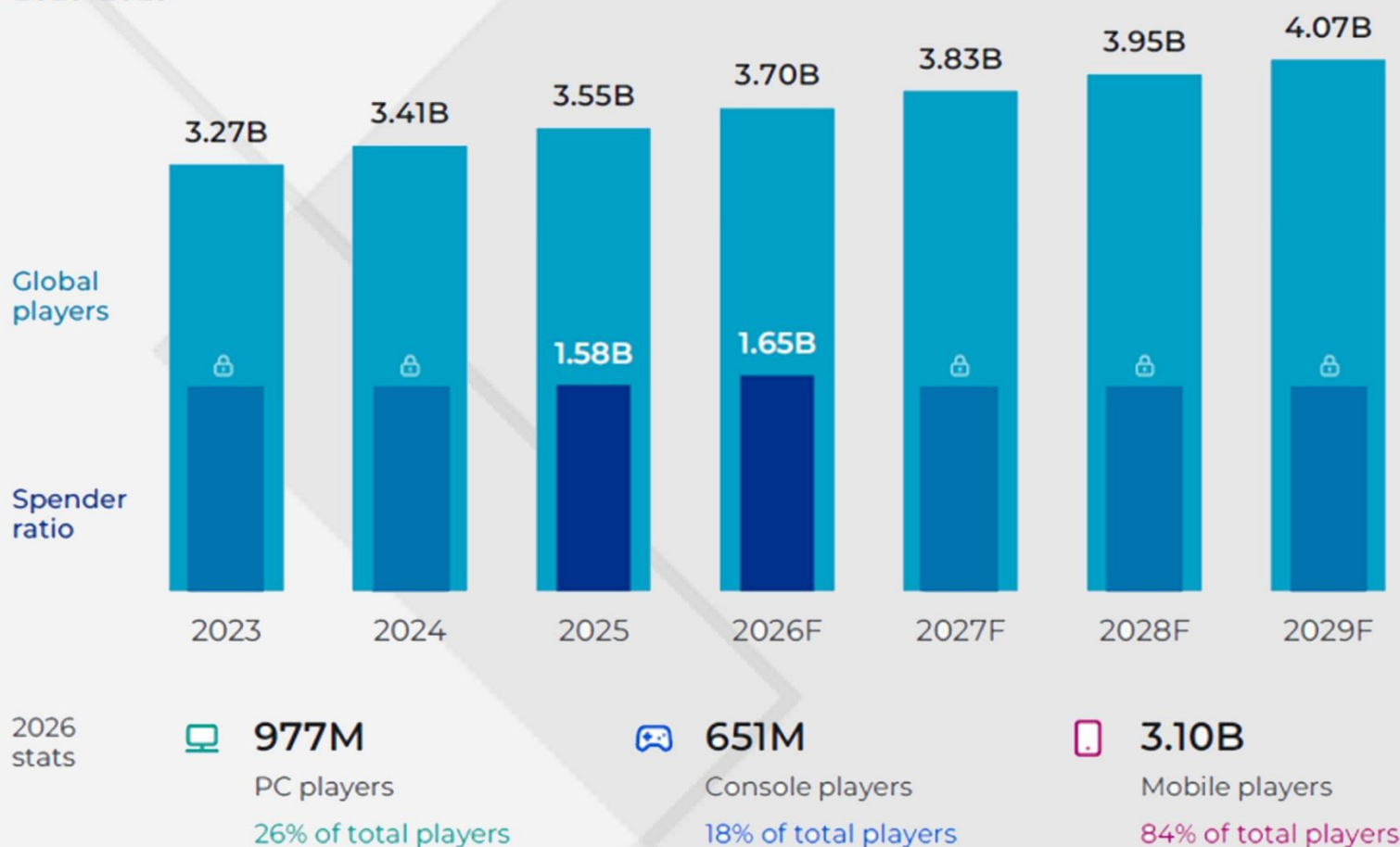
شخصی با ۹۷۷ میلیون بازیکن معادل ۲۶ درصد و کنسول‌ها با ۶۵۱ میلیون بازیکن معادل ۱۸ درصد کل بازیکنان را تشکیل می‌دهند.

البته این درصدها را نباید مانند اجزای یک بازار کاملاً مجزا با یکدیگر جمع کرد. مجموع آنها از ۱۰۰ درصد فراتر می‌رود و خود داده‌ها نشان می‌دهند که بخشی از مخاطبان به‌طور همزمان روی بیش از یک پلتفرم بازی می‌کنند. با این حال، اختلاف مقیاس میان پلتفرم‌ها روشن است: موبایل همچنان دروازه اصلی دسترسی به بازی برای جمعیت جهانی است، در حالی که رایانه‌های شخصی و کنسول با پایگاه کاربران کوچک‌تر، بخش متفاوتی از ساختار اقتصادی بازار را شکل می‌دهند.

از منظر تحلیلی، نمودار نخست تصویری از بازاری ارائه می‌کند که هنوز در حال جذب بازیکنان جدید است، اما رشد آن به‌تدریج وارد مرحله‌ای بالغ‌تر می‌شود. رسیدن تعداد بازیکنان به بیش از چهار میلیارد نفر تا سال ۲۰۲۹ به معنای گسترش بسیار وسیع دسترسی جهانی به بازی است؛ با این حال، هرچه این پایگاه بزرگ‌تر شود، ادامه رشد صرفاً از مسیر اضافه کردن کاربران جدید دشوارتر خواهد شد. در چنین شرایطی، افزایش تعداد پرداخت‌کنندگان، حفظ کاربران و افزایش عمق هزینه‌کرد آنها به همان اندازه رشد تعداد بازیکنان اهمیت پیدا می‌کند.

Global players & spenders

Global players & spenders forecast
2023–2029F



سالانه آن ۲.۷ درصد است. در مقابل، آمریکای لاتین با ۳۹۴ میلیون بازیکن و سهم ۱۱ درصدی، رشد سریع‌تر ۴.۷ درصدی را تجربه می‌کند. مقایسه این دو منطقه نشان می‌دهد که اندازه فعلی بازار الزاماً با سرعت رشد آینده آن برابر نیست؛ اروپا همچنان تعداد بازیکنان بیشتری دارد، اما آمریکای لاتین با سرعت بیشتری در حال افزایش پایگاه کاربران خود است..

در نهایت، آمریکای شمالی با حدود ۲۵۱ میلیون بازیکن تنها ۷ درصد از جمعیت جهانی بازیکنان را شامل می‌شود و با رشد ۱.۵ درصدی، کمترین نرخ افزایش را در میان مناطق اصلی دارد.

برآیند این داده‌ها یک دوگانگی مهم را در جغرافیای بازار جهانی بازی آشکار می‌کند: بزرگ‌ترین بازارهای امروز الزاماً سریع‌ترین بازارهای در حال رشد نیستند. آسیا-اقیانوسیه به دلیل حجم بسیار بالای جمعیت بازیکنان همچنان مرکز ثقل بازار باقی می‌ماند، اما بیشترین شتاب افزایش کاربران در خاورمیانه و آفریقا و پس از آن آمریکای لاتین دیده می‌شود. در سوی دیگر، بازارهای بالغ‌تری مانند آمریکای شمالی و اروپا از نظر رشد تعداد بازیکنان با سرعت پایین‌تری حرکت می‌کنند. این الگو نشان می‌دهد که گسترش آینده مخاطبان صنعت بازی بیش از گذشته به بازارهای نوظهور وابسته خواهد بود.

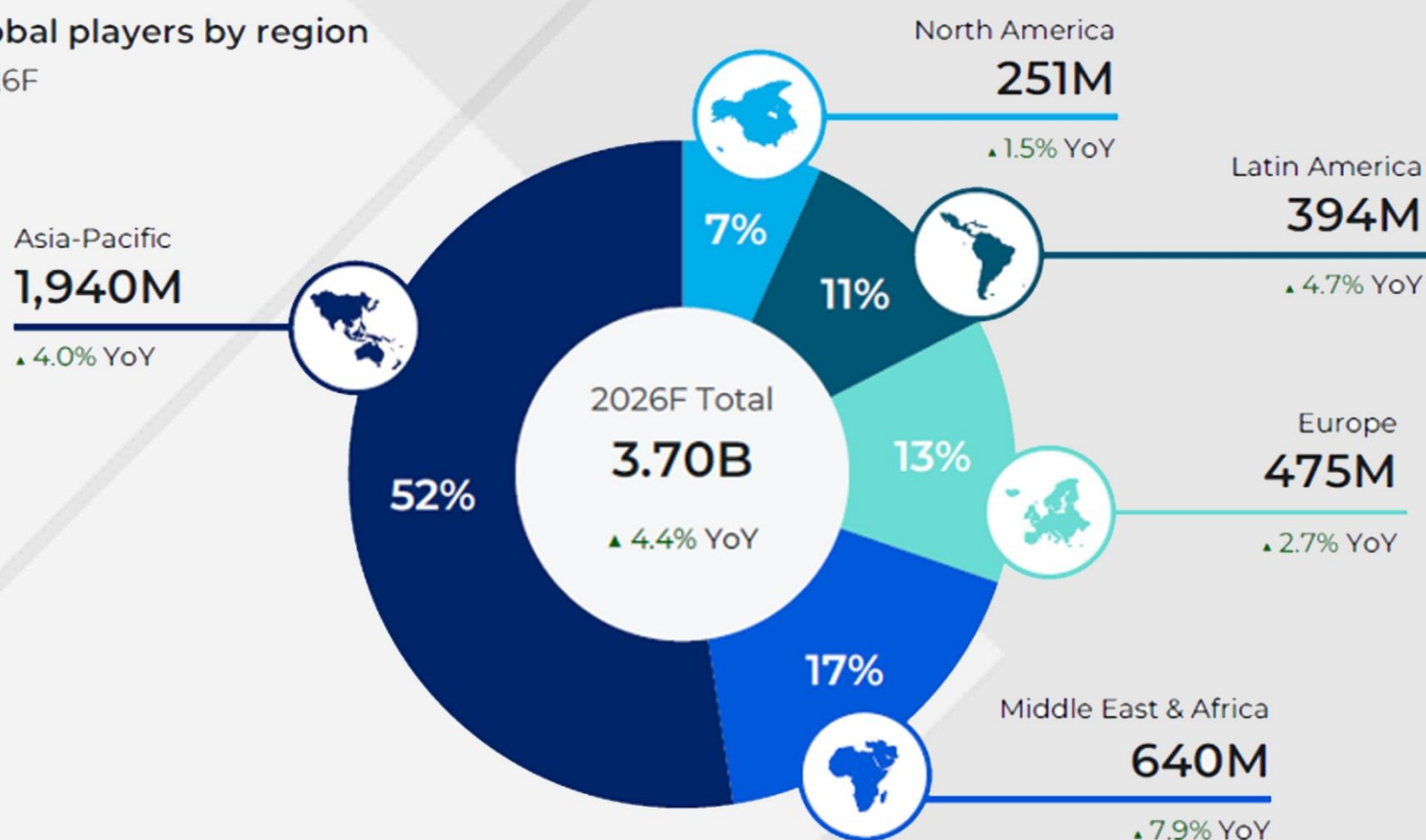
توزیع منطقه‌ای بازیکنان جهان در سال ۲۰۲۶

جدول دوم نشان می‌دهد که رشد جهانی بازار بازی از نظر جغرافیایی به شدت نامتوازن است. در سال ۲۰۲۶، تعداد کل بازیکنان جهان به ۳.۷۰ میلیارد نفر می‌رسد که نسبت به سال قبل ۴.۴ درصد افزایش دارد. با این حال، بیش از نیمی از این جمعیت تنها در منطقه آسیا-اقیانوسیه متمرکز هستند. این منطقه با ۱.۹۴ میلیارد بازیکن، حدود ۵۲ درصد کل بازیکنان جهان را در اختیار دارد و تعداد کاربران آن نیز نسبت به سال قبل ۴ درصد رشد می‌کند. در نتیجه، آسیا-اقیانوسیه نه فقط بزرگ‌ترین بازار از نظر تعداد بازیکن، بلکه مهم‌ترین مرکز جمعیتی صنعت بازی در جهان است.

خاورمیانه و آفریقا با حدود ۶۴۰ میلیون بازیکن و سهم ۱۷ درصدی، دومین منطقه بزرگ از نظر تعداد کاربران است. مهم‌تر از اندازه بازار، سرعت رشد آن است: تعداد بازیکنان این منطقه در سال ۲۰۲۶ ۷.۹ درصد افزایش می‌یابد که بالاترین نرخ رشد در میان تمام مناطق مورد بررسی است. این وضعیت نشان می‌دهد که اگرچه آسیا-اقیانوسیه بزرگ‌ترین پایگاه موجود را در اختیار دارد، بخش مهمی از رشد آینده جمعیت بازیکنان از بازارهای کمتر بالغ خاورمیانه و آفریقا تأمین خواهد شد.

اروپا با ۴۷۵ میلیون بازیکن حدود ۱۳ درصد از کل جمعیت بازیکنان را تشکیل می‌دهد و رشد

Global players by region 2026F



داده‌های سال ۲۰۲۶ نشان می‌دهد که بازار جهانی بازی همچنان در حال گسترش است، اما ماهیت این رشد به تدریج تغییر می‌کند. تعداد بازیکنان جهان به ۳.۷۰ میلیارد نفر می‌رسد که نسبت به سال قبل ۴.۴ درصد افزایش دارد. از این جمعیت، حدود ۱.۶۵ میلیارد نفر برای بازی‌ها هزینه می‌کنند؛ رقمی که رشد سالانه ۴.۷ درصدی را نشان می‌دهد. همزمان، میانگین درآمد به ازای هر پرداخت‌کننده یا میانگین درآمد ماهیانه در هر مشتری به ۱۲۹.۶ دلار می‌رسد که تنها ۱.۴ درصد بیشتر از سال قبل است.

Total players

3.70B ▲4.4% YoY

62.0% of the online population

Total spenders

1.65B ▲4.7% YoY

44.6% of total players

Total ARPPU

\$129.6 ▲1.4% YoY

رشد درآمد بیش از گذشته به هزینه کرد کاربران موجود وابسته می‌شود

نزدیک شدن پایگاه بازیکنان به سطح اشباع به این معناست که رشد درآمد صنعت بازی به تدریج باید بیشتر از افزایش هزینه کرد کاربران موجود حاصل شود تا صرفاً اضافه شدن بازیکنان جدید. نرخ تبدیل بازیکنان به پرداخت کنندگان تقریباً ثابت باقی می‌ماند و در همین حال میانگین درآمد ماهیانه در هر مشتری در سال ۲۰۲۶ تنها ۱.۴ درصد افزایش یافته و به ۱۲۹.۶ دلار می‌رسد. نیوزو این افزایش را عمدتاً ناشی از افزایش عمق هزینه کرد در میان کاربران فعلی می‌داند.

این تغییر از نظر راهبردی اهمیت زیادی دارد. زمانی که رشد تعداد کاربران و نرخ تبدیل هر دو به سمت ثبات حرکت می‌کنند، شرکت‌ها برای افزایش درآمد ناچارند ارزش اقتصادی بیشتری از رابطه بلندمدت خود با کاربران به دست آورند. در چنین ساختاری، حفظ بازیکن، افزایش دفعات خرید، فروش محتوای اضافی، تراکنش‌های درون‌بازی و مدل‌های درآمدی مستمر اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. به بیان دیگر، مرکز ثقل رشد به تدریج از «افزایش تعداد مخاطب» به سمت «افزایش ارزش هر مخاطب موجود» حرکت می‌کند.

نزدیک به نیمی از بازیکنان جهان برای بازی هزینه می‌کنند

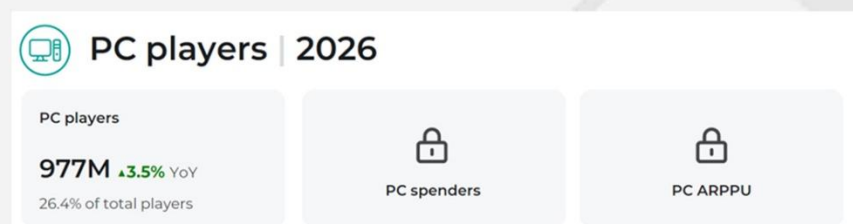
پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۶، ۴۴.۶ درصد از کل بازیکنان جهان در گروه پرداخت کنندگان قرار بگیرند؛ در حالی که این نسبت در سال

بازار به مرز بلوغ نزدیک می‌شود

در سال ۲۰۲۶، بازیکنان حدود ۶۲ درصد از کل جمعیت آنلاین جهان را تشکیل خواهند داد؛ سهمی که در سال ۲۰۲۵ برابر با ۶۱.۵ درصد بود. افزایش تنها نیم واحد درصدی این شاخص نشان می‌دهد که ظرفیت رشد بازار از مسیر افزایش نفوذ بازی در میان کاربران اینترنت به تدریج محدودتر می‌شود. به همین دلیل، بخش مهمی از افزایش تعداد بازیکنان دیگر از جذب درصد بسیار بیشتری از جمعیت آنلاین ناشی نمی‌شود، بلکه حاصل رشد خود جمعیت آنلاین جهان است. نیوزو برآورد می‌کند تعداد کاربران اینترنت در سال ۲۰۲۶ به ۵.۹۷ میلیارد نفر برسد که نسبت به سال قبل ۳.۵ درصد افزایش دارد.

این مسئله در پیش‌بینی بلندمدت بازار نیز دیده می‌شود. نرخ رشد تعداد بازیکنان که در سال ۲۰۲۶ حدود ۴.۴ درصد است، در ادامه دوره پیش‌بینی کاهش می‌یابد و نرخ رشد مرکب سالانه تعداد بازیکنان تا سال ۲۰۲۹ به حدود ۳.۲ درصد می‌رسد. با وجود این کاهش سرعت، تعداد کل بازیکنان در سال ۲۰۲۹ همچنان به حدود ۴.۰۷ میلیارد نفر خواهد رسید. بنابراین، بازار بازی همچنان بزرگ‌تر می‌شود، اما ورود آن به مرحله‌ای بالغ‌تر باعث می‌شود رشد تعداد کاربران جدید به‌تنهایی نتواند همان نقش گذشته را در افزایش درآمد ایفا کند.

نیوزو انتظار دارد روند افزایش تعداد بازیکنان رایانه‌های شخصی در میان‌مدت ادامه پیدا کند.



۲۰۲۶، ۴۴.۶ درصد از کل بازیکنان جهان در گروه پرداخت‌کنندگان قرار بگیرند؛ در حالی که این نسبت در سال ۲۰۱۵ تنها ۳۹.۴ درصد بود. بیشترین افزایش این نسبت در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ اتفاق افتاد و در سال ۲۰۲۵ نیز بار دیگر افزایشی مشاهده شد که گزارش آن را با مجموعه گسترده بازی‌های پریمیوم و عرضه Nintendo Switch2 مرتبط می‌داند.

با این حال، نیوزو انتظار دارد نرخ تبدیل تا سال ۲۰۲۹ تقریباً به یک سطح ثابت برسد. در این دوره، تعداد پرداخت‌کنندگان با نرخ رشد مرکب سالانه ۳.۴ درصد افزایش خواهد یافت؛ اندکی بالاتر از نرخ رشد ۳.۲ درصدی تعداد کل بازیکنان. این اختلاف کوچک نشان می‌دهد هنوز امکان افزایش تدریجی تعداد کاربران پرداخت‌کننده وجود دارد، اما جهش‌های بزرگ در نرخ تبدیل - مشابه آنچه در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ رخ داد - در سناریوی فعلی گزارش پیش‌بینی نشده است.

بازیکنان رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶

بازار بازی‌های رایانه‌های شخصی نیز در سال ۲۰۲۶ به رشد خود ادامه می‌دهد، اما سرعت افزایش تعداد کاربران نسبت به سال قبل کاهش پیدا می‌کند. تعداد بازیکنان این پلتفرم به حدود ۹۷۷ میلیون نفر می‌رسد که معادل ۲۶.۴ درصد از کل بازیکنان جهان است. این رقم نسبت به سال قبل ۳.۵ درصد رشد دارد؛ در حالی که نرخ رشد در سال ۲۰۲۵ برابر با ۴.۴ درصد بود. با وجود این کاهش سرعت،

زیرساخت دیجیتال و گسترش اکوسیستم توزیع بازی دارند.

Epic Games Store در حال کاهش وابستگی خود به Fortnite است

بر اساس گزارش سالانه Epic برای سال ۲۰۲۵، تعداد کاربران این شرکت از ۲۹۵ میلیون نفر در سال ۲۰۲۴ به ۳۱۷ میلیون نفر در سال ۲۰۲۵ رسیده است؛ افزایشی معادل ۷.۵ درصد. با این حال، نیوزو تأکید می‌کند که این رقم مربوط به کل اکوسیستم Epic در تمام پلتفرم‌هاست و نباید آن را صرفاً به تعداد کاربران Epic Games Store روی رایانه شخصی نسبت داد.

در عین حال، Epic Games Store از افزایش توجه کاربران به بازی‌های شرکت‌های ثالث بهره برده است. این تحول باعث شده وابستگی فروشگاه به Fortnite کاهش پیدا کند. از منظر ساختاری، چنین تغییری برای Epic اهمیت زیادی دارد؛ زیرا هرچه سهم بازی‌های متنوع‌تری در جذب و حفظ کاربران افزایش یابد، فروشگاه می‌تواند بیش از گذشته به‌عنوان یک اکوسیستم توزیع مستقل عمل کند و وابستگی خود را به موفقیت یک عنوان خاص کاهش دهد.

تغییر نسلی در جمعیت بازیکنان رایانه‌های شخصی

از نظر جمعیت‌شناختی، نسل Z همچنان بزرگ‌ترین نسل در میان بازیکنان رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶ است. با این حال، نسل Alpha سریع‌ترین نرخ رشد را دارد و به‌تدریج

Steam و Epic Games Store سریع‌تر از کل بازار رایانه‌های شخصی رشد می‌کنند

یکی از مهم‌ترین نکات این بخش، تفاوت میان رشد کل جمعیت بازیکنان رایانه شخصی و رشد دو اکوسیستم بزرگ توزیع دیجیتال است. در حالی که کل پایگاه بازیکنان رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶ حدود ۳.۵ درصد رشد می‌کند، تعداد کاربران Steam حدود ۵ درصد و کاربران Epic Games Store حدود ۴.۷ درصد افزایش می‌یابد. این اختلاف نشان می‌دهد که رشد پلتفرم‌های توزیع دیجیتال همچنان سریع‌تر از گسترش عمومی بازار رایانه‌های شخصی است.

رشد Steam اکنون بیش از گذشته تحت تأثیر بازارهای آمریکای لاتین و آسیا-اقیانوسیه قرار دارد. نیوزو به‌طور مشخص از کره جنوبی، ویتنام و اندونزی به‌عنوان بازارهایی نام می‌برد که در افزایش کاربران Steam نقش مهمی دارند. در مقابل، برخی بازارهای بزرگ‌تر و قدیمی‌تر این اکوسیستم، از جمله چین و ژاپن، نشانه‌هایی از کاهش سرعت رشد را نشان می‌دهند.

این تغییر جغرافیایی اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا نشان می‌دهد مرحله بعدی توسعه بازار رایانه‌های شخصی الزاماً از همان کشورهای که تاکنون بزرگ‌ترین پایگاه کاربران را داشته‌اند تأمین نمی‌شود. بخشی از ظرفیت رشد آینده به بازارهایی منتقل شده که هنوز فضای بیشتری برای افزایش کاربران، توسعه

GTA VI محرک بازگشت رشد بازار کنسول

یکی از مهم‌ترین عوامل شتاب‌گیری دوباره بازار کنسول در سال ۲۰۲۶، عرضه Grand Theft Auto VI (GTA VI) است. نیوزو انتظار دارد این بازی به محرکی مشترک برای اکوسیستم کنسول تبدیل شود. اهمیت GTA VI تنها به افزایش زمان بازی یا جلب توجه کاربران محدود نیست؛ از آنجا که با یک عنوان پریمیوم روبه‌رو هستیم، عرضه آن می‌تواند بخشی از بازیکنان را مستقیماً به پرداخت‌کننده تبدیل کند و همزمان انگیزه مهاجرت کاربران به سخت‌افزارهای نسل نهم کنسول‌ها را افزایش دهد.

این نکته از منظر ساختار بازار کنسول اهمیت زیادی دارد. برخلاف پلتفرم‌هایی که بخش بزرگی از رشد آنها می‌تواند از گسترش تدریجی پایگاه کاربران حاصل شود، بازار کنسول همچنان می‌تواند به شدت تحت تأثیر عرضه چند بازی بزرگ قرار بگیرد. در چنین بازاری، یک عنوان بسیار بزرگ نه تنها خود درآمد ایجاد می‌کند، بلکه می‌تواند بر خرید سخت‌افزار، فعال‌شدن کاربران موجود و میزان هزینه‌کرد آنها نیز اثر بگذارد.

PlayStation در خط مقدم شتاب‌گیری کنسول‌ها

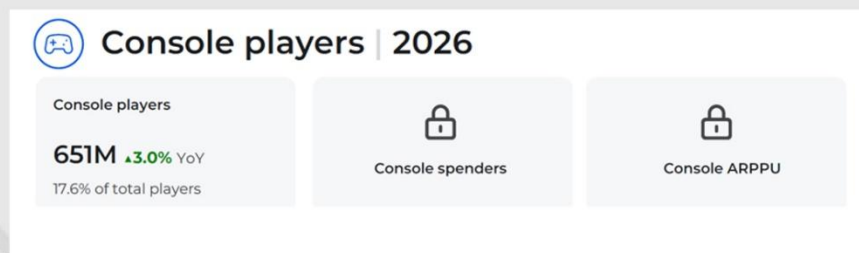
در میان اکوسیستم‌های کنسولی، PlayStation بیشترین نقش را در شتاب‌گیری رشد سال ۲۰۲۶ دارد و پس از آن Xbox و Nintendo قرار می‌گیرند. در مورد نینتندو،

سهم بیشتری از جمعیت بازیکنان رایانه‌های شخصی را در اختیار می‌گیرد.

این تحول نشان می‌دهد که ساختار مخاطبان رایانه‌های شخصی صرفاً از نظر تعداد در حال تغییر نیست، بلکه یک جابه‌جایی نسلی نیز در حال شکل‌گیری است. ادامه این روند می‌تواند در سال‌های آینده بر نوع بازی‌های محبوب، شیوه تعامل کاربران با پلتفرم‌ها و حتی مدل‌های درآمدی و طراحی تجربه بازی اثرگذار باشد.

بازیکنان کنسول در سال ۲۰۲۶

بازار کنسول در سال ۲۰۲۶ پس از عملکرد تقریباً کم‌تحرک سال قبل، دوباره وارد مسیر رشد می‌شود. نیوزو پیش‌بینی می‌کند تعداد بازیکنان کنسول در این سال با رشد ۳ درصدی به حدود ۶۵۱ میلیون نفر برسد؛ جمعیتی که معادل ۱۷.۶ درصد از کل بازیکنان جهان است. این تغییر در مقایسه با سال ۲۰۲۵ اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا رشد تعداد بازیکنان کنسول در آن سال تقریباً متوقف شده و تنها ۰.۵ درصد بود.



باید علاوه بر سطح جهانی، در سطح منطقه‌ای نیز بررسی شود.

بعد از ۲۰۲۶؛ حرکت بازار کنسول به سمت ثبات

چشم‌انداز بلندمدت بازار محتاطانه‌تر است. نیوزو انتظار دارد پس از سال ۲۰۲۶، با بالغ شدن دستگاه‌های نسل فعلی، تعداد بازیکنان کنسول به سمت ثبات و رشد محدودتر حرکت کند. حتی عرضه نسل دهم کنسول‌ها که در مدل پیش‌بینی گزارش برای اواخر سال ۲۰۲۷ فرض شده، به‌تنهایی احتمالاً قادر نخواهد بود پایگاه کاربران کنسول را به شکل گسترده افزایش دهد.

یکی از دلایل اصلی، افزایش قیمت سخت‌افزار است که مانع ورود کاربران جدید می‌شود. از سوی دیگر، نسل جدید کنسول‌ها معمولاً در مراحل اولیه بیش از همه برای همان مخاطبانی جذاب است که از پیش در اکوسیستم کنسول حضور دارند. بنابراین، حتی یک جهش سخت‌افزاری جدید ممکن است در ابتدا بیشتر باعث مهاجرت کاربران موجود شود تا توسعه واقعی اندازه بازار.

بازیکنان موبایل در سال ۲۰۲۶

موبایل همچنان از نظر تعداد کاربر، بزرگ‌ترین پلتفرم صنعت بازی است. در سال ۲۰۲۶ تعداد بازیکنان موبایل به حدود ۳.۱۰ میلیارد نفر می‌رسد؛ یعنی تقریباً ۸۳.۹ درصد از کل بازیکنان جهان حداقل بخشی از فعالیت بازی خود را روی دستگاه‌های موبایل انجام می‌دهند. تعداد بازیکنان این بخش نسبت به

در حال افزایش است، اما کاهش استفاده از نسل نخست Switch بخش بزرگی از این افزایش را خنثی می‌کند.

این مسئله نکته مهمی درباره چرخه‌های سخت‌افزاری کنسول نشان می‌دهد: عرضه یک کنسول جدید لزوماً به معنی افزایش خالص تعداد بازیکنان نیست. ممکن است بخش مهمی از فروش سخت‌افزار جدید حاصل جابه‌جایی همان کاربران نسل قبلی به نسل جدید باشد، نه ورود مخاطبان تازه به اکوسیستم. برای نمونه، تعداد کاربران سالانه Nintendo Switch در سال ۲۰۲۵ حدود ۰.۸ درصد کاهش یافت؛ در حالی که Switch2 وارد بازار شده بود. نیوزو این وضعیت را نمونه‌ای از محدودیت اثر عرضه سخت‌افزار جدید بر رشد خالص مخاطبان می‌داند.

ژاپن و چین؛ موتورهای منطقه‌ای رشد کنسول از نظر جغرافیایی، ژاپن و چین پیش‌تاز رشد بازار کنسول در سال ۲۰۲۶ هستند. وضعیت ژاپن به شکل خاصی قابل توجه است، زیرا این بازار پس از دو سال کاهش تعداد بازیکنان، در پی عرضه Nintendo Switch2 دوباره به مسیر رشد بازگشته است.

این داده نشان می‌دهد که اثر چرخه سخت‌افزاری در همه بازارها یکسان نیست. هرچند در سطح جهانی عرضه یک کنسول جدید الزاماً به رشد خالص تعداد کاربران منجر نمی‌شود، در برخی بازارهای خاص مانند ژاپن، یک سخت‌افزار جدید می‌تواند روند نزولی را معکوس کند. بنابراین، تأثیر نسل جدید کنسول‌ها

را برای اضافه‌شدن کاربران جدید دارند؛ در حالی که بسیاری از اقتصادهای بالغ به مراحل بالاتری از اشباع نزدیک شده‌اند.

iOS سریع‌تر رشد می‌کند، اما Android کاربران بیشتری اضافه می‌کند

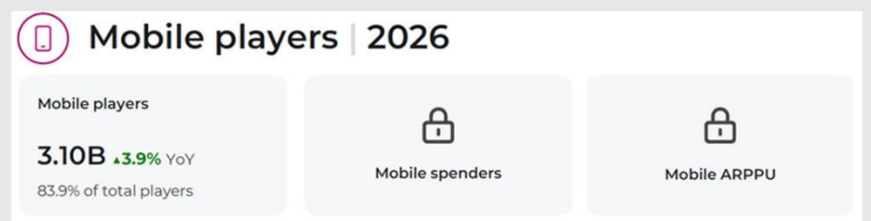
در سال ۲۰۲۶، تعداد بازیکنان iOS با نرخ ۵.۵ درصد افزایش خواهد یافت؛ رقمی بالاتر از رشد ۳.۴ درصدی Android. این اختلاف باعث می‌شود سهم iOS از کل جمعیت بازیکنان موبایل به ۲۵.۶ درصد برسد. با این حال، رشد درصدی بالاتر iOS به این معنا نیست که این سیستم‌عامل از نظر تعداد مطلق کاربران جدید نیز پیش‌تاز است. به دلیل پایگاه بسیار بزرگ‌تر Android، این اکوسیستم در سال ۲۰۲۶ حدود ۷۶.۳ میلیون بازیکن جدید اضافه خواهد کرد؛ در مقابل، افزایش کاربران iOS حدود ۴۱.۶ میلیون نفر است.

این تفاوت میان «نرخ رشد» و «حجم رشد» اهمیت تحلیلی دارد. iOS از نظر درصدی با سرعت بیشتری گسترش می‌یابد، اما Android به دلیل مقیاس بزرگ‌تر همچنان بخش بیشتری از افزایش خالص تعداد بازیکنان موبایل را به خود اختصاص می‌دهد.

رشد آینده موبایل نیز به سمت اشباع حرکت می‌کند

نیوزو انتظار دارد سرعت افزایش بازیکنان موبایل تا سال ۲۰۲۹ کاهش بیشتری پیدا کند، زیرا ضریب نفوذ بازی در بسیاری از بازارها به سطوح بالاتری نزدیک می‌شود. در

سال گذشته ۳.۹ درصد افزایش خواهد یافت.



رشد موبایل ادامه دارد، اما سرعت آن کاهش می‌یابد

با وجود مقیاس عظیم بازار موبایل، سرعت افزایش تعداد بازیکنان به تدریج کاهش پیدا می‌کند. نرخ رشد ۳.۹ درصدی بازیکنان موبایل در سال ۲۰۲۶ تنها اندکی بیشتر از نرخ ۳.۵ درصدی رشد جمعیت آنلاین جهان است. این نزدیکی نشان می‌دهد که بخش بزرگی از توسعه آینده بازار موبایل دیگر ناشی از افزایش شدید ضریب نفوذ بازی در میان کاربران اینترنت نیست و بیشتر با ورود کاربران جدید به فضای آنلاین همراه شده است.

با این حال، این رشد در مقیاس جمعیتی همچنان بسیار بزرگ است. نیوزو برآورد می‌کند در سال ۲۰۲۶ حدود ۱۱۷.۸ میلیون بازیکن جدید خالص به بازار موبایل اضافه شوند. نکته مهم آن است که ۸۰ درصد این افزایش تنها از سه حوزه جغرافیایی آسیای مرکزی و جنوبی، آسیای جنوب شرقی و خاورمیانه و آفریقا حاصل خواهد شد.

بنابراین، وزن جغرافیایی رشد موبایل به وضوح به سمت بازارهای نوظهور در حال حرکت است. بازارهایی که جمعیت آنلاین آنها هنوز در حال گسترش است، بیشترین ظرفیت را

صرفاً به این وابسته نیست که یک بازی چند بار نصب شود یا چه تعداد کاربر جدید جذب کند؛ حفظ کاربران موجود و افزایش عمق درآمدزایی از آنها به عوامل مهم‌تری تبدیل شده‌اند. به بیان دیگر، بازار موبایل به‌تدریج از رقابت صرف بر سر «دسترسی به بیشترین تعداد کاربر» به رقابت بر سر «حفظ و ایجاد ارزش بیشتر از هر کاربر» حرکت می‌کند. این همان تغییری است که در بخش‌های قبلی گزارش نیز دیده می‌شود: با نزدیک‌شدن بازار به اشباع، کیفیت و دوام رابطه اقتصادی با مخاطب اهمیت بیشتری از رشد صرف تعداد کاربران پیدا می‌کند.

در این میان، تفاوت‌های منطقه‌ای بسیار چشمگیر است. آفریقای جنوب صحرا با رشد ۹.۴ درصدی سریع‌ترین منطقه معرفی شده و پس از آن آسیای مرکزی و جنوبی با رشد ۵.۶ درصدی قرار دارد.

در سوی مقابل، آسیای شرقی نشانه‌های روشنی از بلوغ بازار نشان می‌دهد. رشد تعداد بازیکنان موبایل در چین تنها ۰.۹ درصد پیش بینی شده است و ژاپن با رشد منفی ۰.۲ درصد نخستین بازاری است که نیوزو برای آن کاهش تعداد بازیکنان را پیش‌بینی می‌کند.

در نتیجه، بازار جهانی موبایل را نمی‌توان صرفاً به‌عنوان یک بازار واحد و همگن در نظر گرفت. در حالی که برخی مناطق هنوز در مرحله توسعه سریع پایگاه کاربران قرار دارند، برخی از بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین بازارهای بازی موبایل به نقطه‌ای رسیده‌اند که افزایش تعداد کاربران جدید بسیار محدود شده است.

کاهش داندلود در کنار افزایش تعداد بازیکنان

شاید مهم‌ترین نشانه تغییر ساختاری بازار موبایل این باشد که تعداد داندلودها همچنان کاهش پیدا می‌کند، در حالی که تعداد بازیکنان افزایش می‌یابد. نیوزو اشاره می‌کند که روند کاهش داندلود از سال ۲۰۲۰ آغاز شده و در سال ۲۰۲۵ به تمام مناطق جهان گسترش یافته است.

این واگرایی نشان می‌دهد که موتور رشد بازار موبایل در حال تغییر است. موفقیت دیگر

بخش دوم: درآمدها

بازار جهانی بازی بر اساس پلتفرم

بازار جهانی بازی در سال ۲۰۲۶ همچنان در مسیر رشد قرار دارد، اما سهم و سرعت رشد سه پلتفرم اصلی یکسان نیست. نیوزو پیش‌بینی می‌کند مجموع درآمد بازار در این سال به ۲۱۳.۹ میلیارد دلار برسد که در مقایسه با سال قبل ۶.۱ درصد رشد را نشان می‌دهد. بخش عمده این درآمد از بازار موبایل حاصل می‌شود، در حالی که رایانه‌های شخصی و کنسول از نظر اندازه درآمد به یکدیگر نزدیک‌اند.

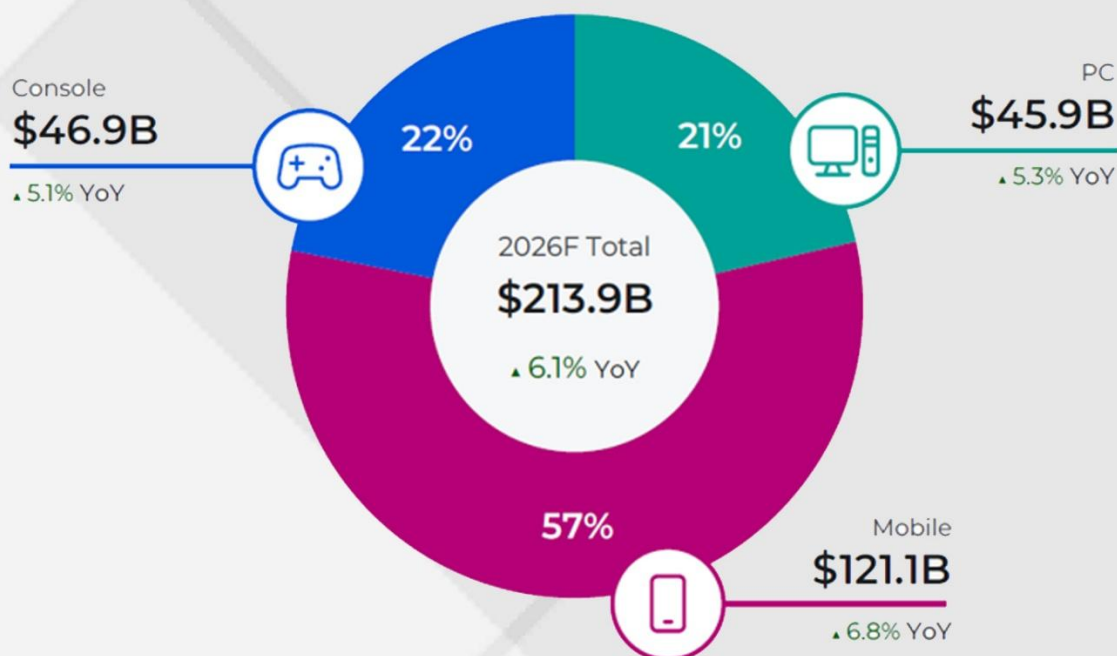
موبایل همچنان مرکز ثقل درآمد بازار جهانی است

در سال ۲۰۲۶، بازی‌های موبایلی با درآمد ۱۲۱.۱ میلیارد دلاری حدود ۵۷ درصد از کل درآمد جهانی بازی را در اختیار خواهند داشت. درآمد موبایل نسبت به سال قبل ۶.۸ درصد افزایش پیدا می‌کند که بالاترین نرخ رشد سالانه در میان سه پلتفرم اصلی است. در نتیجه، بیش از نیمی از پولی که مصرف‌کنندگان در بازار جهانی بازی هزینه می‌کنند همچنان از اکوسیستم موبایل به دست می‌آید.

کنسول در رتبه دوم قرار دارد و با درآمد ۴۶.۹ میلیارد دلار حدود ۲۲ درصد بازار را تشکیل می‌دهد. درآمد این بخش در سال ۲۰۲۶ حدود ۵.۱ درصد افزایش خواهد یافت. همان‌طور که در بخش‌های قبلی گزارش نیز دیده شد، این رشد تا حد زیادی با عرضه بازی‌های بزرگ، افزایش قیمت‌ها و چرخه سخت‌افزاری بازار مرتبط است.

The global market by platform

Global revenue by platform
2026F



روند درآمد جهانی بازی از ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۹ بررسی دوره بلندتر نشان می‌دهد بازار جهانی بازی از ۱۷۷.۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ به ۱۸۴.۸ میلیارد دلار در ۲۰۲۴ و سپس ۲۰۱.۶ میلیارد دلار در ۲۰۲۵ رسیده است. برای سال ۲۰۲۶ نیز درآمد ۲۱۳.۹ میلیارد دلاری پیش بینی شده و این روند صعودی در سال‌های بعد ادامه خواهد داشت؛ به‌طوری‌که درآمد بازار در ۲۰۲۷ به ۲۲۵ میلیارد دلار، در ۲۰۲۸ به ۲۳۴.۴ میلیارد دلار و در ۲۰۲۹ به ۲۴۲.۸ میلیارد دلار خواهد رسید.

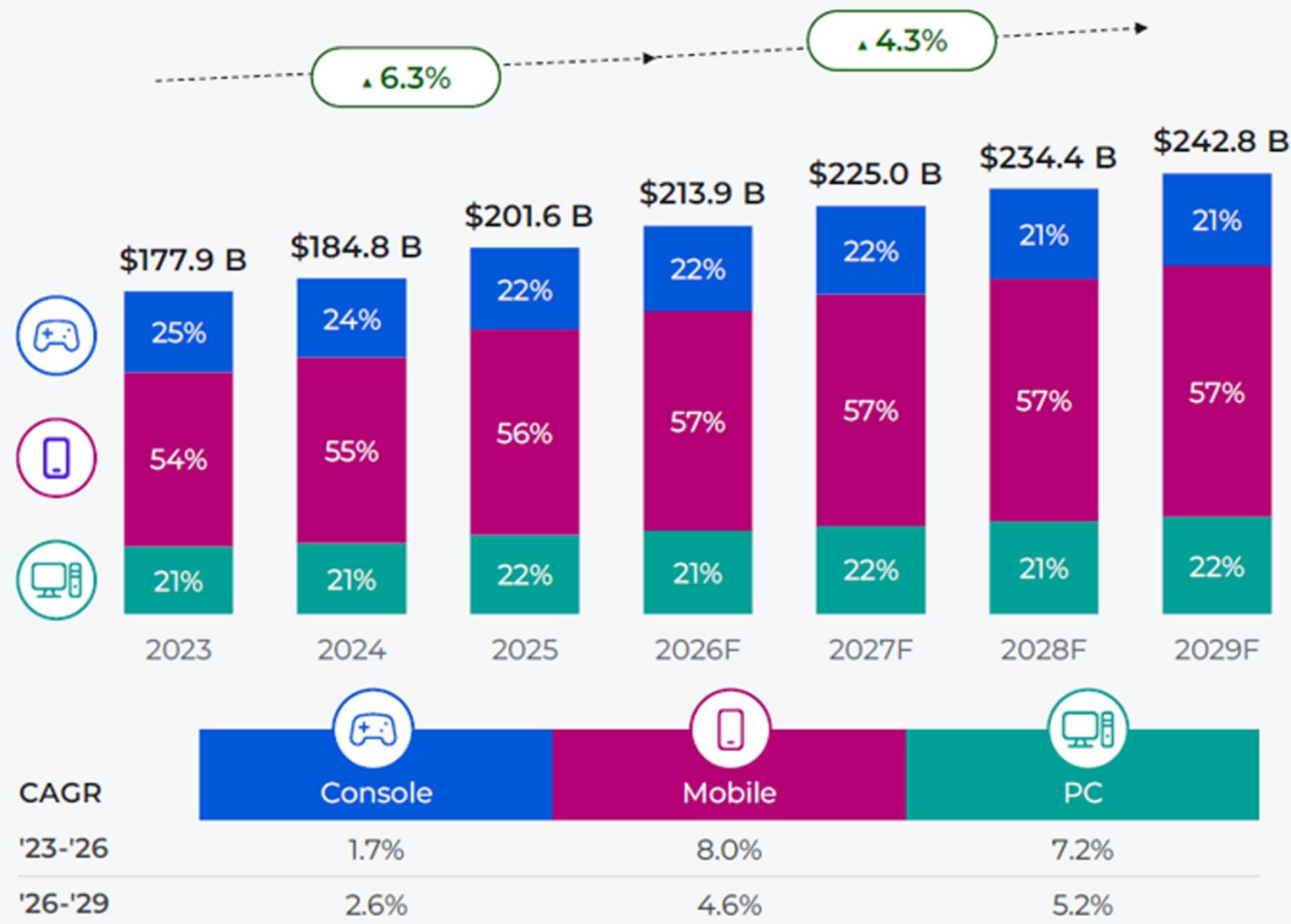
این ارقام نشان می‌دهند که بازار بازی در بازه ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۹ همچنان یک بازار رو به رشد باقی می‌ماند، اما سرعت رشد آن به‌تدریج کاهش پیدا می‌کند. نرخ رشد مرکب سالانه کل بازار در فاصله ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۶ حدود ۶.۳ درصد است، اما برای دوره ۲۰۲۶ تا ۲۰۲۹ به حدود ۴.۳ درصد کاهش می‌یابد.

آنچه در این نمودار بیش از همه جلب توجه می‌کند، فاصله قابل‌توجه موبایل با دو پلتفرم دیگر است. درآمد ۱۲۱.۱ میلیارد دلاری موبایل تقریباً ۲.۶ برابر درآمد هر یک از بازارهای رایانه شخصی و کنسول است. بنابراین، اگرچه رایانه‌های شخصی و کنسول در بحث‌های مربوط به عرضه بازی‌های بزرگ و فرنچایزهای جهانی حضور رسانه‌ای پررنگی دارند، از منظر اندازه اقتصادی، موبایل همچنان بزرگ‌ترین بخش صنعت بازی محسوب می‌شود.

در سوی دیگر، نزدیکی درآمد رایانه‌های شخصی و کنسول نیز اهمیت دارد. کنسول با ۴۶.۹ میلیارد دلار اندکی بالاتر از رایانه‌های شخصی با ۴۵.۹ میلیارد دلار قرار گرفته، اما اختلاف میان آنها بسیار محدود است. این وضعیت نشان می‌دهد که بازار جهانی خارج از موبایل به دو بخش تقریباً هم‌اندازه تقسیم شده است؛ هرچند سازوکار درآمدزایی، ترکیب مخاطبان و محرک‌های رشد آنها متفاوت است.

نکته سوم به نرخ رشد مربوط می‌شود. هر سه پلتفرم در سال ۲۰۲۶ رشد مثبت دارند، اما موبایل با ۶.۸ درصد سریع‌تر از رایانه‌های شخصی با ۵.۳ درصد و کنسول با ۵.۱ درصد رشد می‌کند. بنابراین، موبایل نه تنها بزرگ‌ترین بخش بازار است، بلکه در سال ۲۰۲۶ همچنان از نظر رشد درآمد نیز در جایگاه نخست قرار دارد.

Global revenue by platform
2023–2029F



محدوده حدود ۲۱ تا ۲۲ درصد باقی می‌ماند. این تغییر لزوماً به معنای کوچک‌شدن درآمد مطلق کنسول نیست؛ زیرا کل بازار همزمان در حال بزرگ‌تر شدن است. آنچه کاهش پیدا می‌کند سهم نسبی کنسول از یک بازار بزرگ‌تر است. این تمایز مهم است: یک پلتفرم می‌تواند درآمد بیشتری نسبت به گذشته ایجاد کند، اما اگر سایر بخش‌ها سریع‌تر رشد کنند، سهم آن از کل بازار کاهش یابد. رایانه‌های شخصی در دوره آینده سریع‌تر از کنسول رشد می‌کند

نرخ‌های رشد مرکب نیز تفاوت مهمی میان پلتفرم‌ها نشان می‌دهند. در فاصله ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۶، رشد مرکب سالانه موبایل ۸ درصد، رایانه‌های شخصی حدود ۷.۲ درصد و کنسول تنها ۱.۷ درصد است. بنابراین، بخش عمده رشد بازار در این دوره از موبایل و رایانه شخصی حاصل شده است.

برای دوره ۲۰۲۶ تا ۲۰۲۹، سرعت رشد هر سه بازار تغییر می‌کند. موبایل با نرخ رشد مرکب ۴.۶ درصد همچنان توسعه پیدا می‌کند، اما سرعت آن نسبت به دوره قبل کاهش محسوسی خواهد داشت. در مقابل، رایانه‌های شخصی با رشد مرکب ۵.۲ درصدی بالاترین نرخ رشد پیش‌بینی‌شده میان سه پلتفرم را در این دوره دارد. کنسول نیز به رشد ادامه می‌دهد، اما نرخ آن حدود ۲.۶ درصد خواهد بود. این داده‌ها یک تغییر قابل توجه را نشان می‌دهند: موبایل همچنان بزرگ‌ترین بازار باقی می‌ماند، اما رایانه‌های شخصی در دوره ۲۰۲۶ تا

رشد بازار ادامه دارد، اما با سرعتی کمتر

مهم‌ترین پیام نمودار دوم این است که افزایش درآمد صنعت بازی متوقف نمی‌شود، اما بازار وارد مرحله‌ای می‌شود که نرخ رشد آن پایین‌تر از سال‌های قبل خواهد بود. در فاصله سه‌ساله ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۶، درآمد جهانی حدود ۳۶ میلیارد دلار افزایش پیدا می‌کند و از ۱۷۷.۹ به ۲۱۳.۹ میلیارد دلار می‌رسد. اما در سه سال بعد، یعنی از ۲۰۲۶ تا ۲۰۲۹، افزایش درآمد حدود ۲۸.۹ میلیارد دلار خواهد بود.

این تفاوت با کاهش نرخ رشد مرکب سالانه از ۶.۳ درصد در دوره ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۶ به ۴.۳ درصد در دوره ۲۰۲۶ تا ۲۰۲۹ نیز منعکس می‌شود. در نتیجه، چشم‌انداز نیوزو بازاری را نشان می‌دهد که همچنان بزرگ‌تر می‌شود، اما با نزدیک‌شدن تعداد بازیکنان و پرداخت کنندگان به مراحل بالاتر بلوغ، حفظ نرخ‌های بالای رشد دشوارتر خواهد شد.

ترکیب بازار به نفع موبایل تغییر کرده است

ترکیب درآمد پلتفرم‌ها نیز طی این دوره تغییر می‌کند. موبایل در سال ۲۰۲۳ حدود ۵۴ درصد از درآمد بازار را تشکیل می‌داد، اما سهم آن در سال ۲۰۲۶ به ۵۷ درصد می‌رسد و طبق پیش‌بینی گزارش تا سال ۲۰۲۹ نیز تقریباً در همین سطح باقی خواهد ماند. در مقابل، سهم کنسول از ۲۵ درصد در سال ۲۰۲۳ به حدود ۲۲ درصد در ۲۰۲۶ و سپس ۲۱ درصد در ۲۰۲۹ کاهش پیدا می‌کند. سهم رایانه‌های شخصی در این دوره نسبتاً پایدار است و در

نرسیده‌اند. در نتیجه، بازارهای نوظهور می‌توانند سهم بیشتری از افزایش درآمد آینده رایانه‌های شخصی را به خود اختصاص دهند، حتی اگر در کوتاه‌مدت از نظر حجم مطلق درآمد همچنان کوچک‌تر از آسیا-اقیانوسیه باشند.

بازی‌های پریمیوم نیز آغاز قدرتمندی در سال ۲۰۲۶ داشته‌اند. در نیمه نخست سال، Forza Horizon6 در میان عرضه‌های جدید پریمیوم پیش‌تاز بوده و پس از آن Subnautica2، Resident Evil و Crimson Desert Requiem قرار گرفته‌اند. این عملکرد نشان می‌دهد که با وجود گسترش مدل‌های رایگان و خدمات‌محور، فروش مستقیم بازی‌های کامل همچنان بخش مهمی از اقتصاد رایانه‌های شخصی را تشکیل می‌دهد.

رشد بازی‌های سرویسی در تعداد محدودی از عناوین متمرکز شده است

تصویر بازی‌های Live-service در سال ۲۰۲۶ یک‌دست نیست. مقایسه نیمه نخست ۲۰۲۶ با دوره مشابه در سال ۲۰۲۵ نشان می‌دهد که درآمد یا عملکرد بیشتر بازی‌های سرویسی و عناوین قدیمی ماندگار، یا تقریباً ثابت بوده یا کاهش پیدا کرده است. رشد این بخش عمدتاً در تعداد محدودی از بازی‌های بسیار موفق متمرکز شده؛ از جمله World of Warcraft، Diablo IV، Overwatch، Roblox و عناوین بین‌المللی Tencent.

این داده نکته مهمی درباره بازار خدمات‌محور نشان می‌دهد: صرف حضور در مدل

۲۰۲۹ سریع‌ترین رشد نسبی را تجربه خواهد کرد. از طرف دیگر، کنسول همچنان رشد مثبت دارد، اما سرعت توسعه آن پایین‌تر از دو پلتفرم دیگر باقی می‌ماند.

درآمد بازی‌های رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶

درآمد بازار بازی‌های رایانه‌های شخصی در سال ۲۰۲۶ به ۴۵.۹ میلیارد دلار می‌رسد که نسبت به سال قبل ۵.۳ درصد رشد دارد. این بخش حدود ۲۱.۵ درصد از کل درآمد جهانی صنعت بازی را تشکیل می‌دهد. بنابراین، رایانه‌های شخصی از نظر اندازه درآمدی همچنان یکی از سه ستون اصلی بازار جهانی بازی است و فاصله درآمدی آن با کنسول نیز بسیار محدود باقی می‌ماند.

محرك‌های رشد بازار رایانه‌های شخصی

آسیا-اقیانوسیه همچنان مرکز ثقل درآمد بازار رایانه‌های شخصی است، اما سریع‌ترین رشد در بازارهای نوظهور رخ می‌دهد. در سال ۲۰۲۶، بخش عمده درآمد جهانی بازی‌های رایانه‌های شخصی از منطقه آسیا-اقیانوسیه حاصل می‌شود. با این حال، از نظر سرعت رشد، آمریکای لاتین و خاورمیانه و آفریقا در میان مناطق مختلف عملکرد سریع‌تری دارند.

این ترکیب یک تفاوت مهم میان «اندازه بازار» و «ظرفیت رشد» را نشان می‌دهد. آسیا-اقیانوسیه در حال حاضر بزرگ‌ترین پایگاه اقتصادی رایانه‌های شخصی را در اختیار دارد، اما بخشی از فرصت توسعه آینده در مناطقی شکل می‌گیرد که هنوز به بلوغ کامل

رایانه‌های شخصی آن طبق انتظار گزارش تا اواخر ۲۰۲۷ منتشر نمی‌شود. نیوزو معتقد است این فاصله زمانی می‌تواند در دوره عرضه GTA VI بخشی از هزینه‌کرد کاربران را از رایانه‌های شخصی به سمت کنسول منتقل کند. به بیان دیگر، تأثیر GTA VI تنها در افزایش درآمد کنسول خلاصه نمی‌شود؛ عرضه دیرتر نسخه رایانه‌های شخصی ممکن است برای مدتی رفتار هزینه‌کرد برخی کاربران چندپلتفرمی را نیز تغییر دهد. البته گزارش در این صفحه اندازه دقیق این انتقال هزینه‌کرد را برآورد نکرده و صرفاً آن را به‌عنوان یک ریسک برای بازار رایانه‌های شخصی مطرح می‌کند.



PC revenues 2026

PC games revenue

\$45.9B ▲5.3% YoY

21.5% of total revenue

درآمد بازی‌های کنسولی در سال ۲۰۲۶

بازار بازی‌های کنسولی در سال ۲۰۲۶ به درآمد ۴۶.۹ میلیارد دلاری خواهد رسید که نسبت به سال گذشته ۵.۱ درصد افزایش دارد. کنسول با این رقم حدود ۲۱.۹ درصد از کل درآمد جهانی بازی را در اختیار خواهد داشت و از نظر ارزش بازار تنها اندکی بالاتر از رایانه‌های شخصی قرار می‌گیرد.

اشتراک‌های چندبازی همچنان یکی از محرک‌های درآمد هستند

نیوزو پیش‌بینی می‌کند درآمد حاصل از اشتراک‌های چندبازی به رشد باثبات خود

Live-service دیگر تضمین‌کننده رشد نیست. بازاری که زمانی مدل خدمات مستمر را به‌عنوان مسیر تقریباً عمومی رشد می‌دید، اکنون با تمرکز شدیدتر موفقیت روبه‌رو است؛ یعنی بخش بزرگی از رشد در اختیار تعداد محدودی از عناوین تثبیت‌شده یا بسیار موفق قرار می‌گیرد و سایر بازی‌ها برای جذب زمان و هزینه بازیکنان با رقابت دشوارتری مواجه‌اند.

چالش‌های بازار رایانه‌های شخصی

مهم‌ترین ریسک کوتاه‌مدت برای بازار رایانه‌های شخصی، افزایش هزینه قطعات و سخت‌افزار است. نیوزو به‌طور مشخص به افزایش شدید قیمت RAM اشاره می‌کند؛ از ژانویه ۲۰۲۵ تاکنون، قیمت RAM DDR4 تقریباً ۳.۳ برابر و قیمت DDR5 حدود پنج برابر شده است.

افزایش هزینه سخت‌افزار می‌تواند به مانعی برای ارتقا یا خرید رایانه‌های جدید تبدیل شود و در نتیجه سرعت توسعه اکوسیستم رایانه‌های شخصی را تحت فشار قرار دهد. اهمیت این مسئله از آن جهت بیشتر است که بخشی از رشد بازار رایانه‌های شخصی به گسترش دسترسی و ارتقای سخت‌افزار وابسته است؛ بنابراین، افزایش شدید قیمت قطعات می‌تواند ورود کاربران جدید یا ارتقای سیستم کاربران موجود را دشوارتر کند.

چالش دوم به GTA VI مربوط می‌شود. این بازی در نوامبر ۲۰۲۶ ابتدا به‌صورت انحصاری برای کنسول عرضه خواهد شد و نسخه رایانه

سخت‌افزارهای نسل نهم نیز از دیگر محرک‌های بازار است. نیوزو این رشد را به‌ویژه به GTA VI و بازی‌های فرست‌پارتی Nintendo نسبت می‌دهد.

به این ترتیب، رشد کنسول در سال ۲۰۲۶ حاصل ترکیب چند عامل است: عرضه یک بلاک‌باستر بسیار بزرگ، افزایش استفاده از سخت‌افزارهای نسل فعلی و ادامه نقش مدل‌های اشتراکی. در مقایسه با رایانه‌های شخصی، این مسئله بار دیگر نشان می‌دهد که اقتصاد کنسول وابستگی بیشتری به چرخه عرضه بازی‌های بزرگ و تحولات سخت‌افزاری دارد.

چالش‌های بازار کنسول

با وجود چشم‌انداز رشد سالانه، نیمه نخست ۲۰۲۶ برای درآمد دیجیتال کنسول چندان قدرتمند نبوده است. در شش بازار غربی مورد بررسی نیوزو، درآمد دیجیتال کنسول نسبت به نیمه نخست ۲۰۲۵ کاهش یافته است. ضعف بازی‌های رایگان و عناوین پریمیوم سالانه آن‌قدر زیاد بوده که حتی عملکرد مناسب برخی عرضه‌های جدید نیز نتوانسته این افت را کاملاً جبران کند.

این داده باعث می‌شود وابستگی بازار کنسول به عرضه‌های بزرگ سال ۲۰۲۶ آشکارتر شود. بازار در سطح کلی رشد می‌کند، اما این رشد به‌طور یکنواخت میان همه بازی‌ها و مدل‌های درآمدی توزیع نشده است.

نیوزو حتی تأکید می‌کند که اگر GTA VI در سال ۲۰۲۶ عرضه نمی‌شد، درآمد بازار کنسول

دهد. PlayStation Plus یکی از محرک‌های اصلی این روند معرفی شده است؛ آن هم در شرایطی که Game Pass Ultimate با کاهش قیمت و از دست دادن دسترسی روز نخست به Call of Duty مواجه شده است. این وضعیت نشان می‌دهد مدل اشتراکی همچنان جایگاه مهمی در اقتصاد کنسول دارد، اما عملکرد همه سرویس‌ها یکسان نیست. ارزش اقتصادی این مدل بیش از گذشته به ترکیب محتوا، قیمت‌گذاری و توانایی هر سرویس در حفظ جذابیت برای کاربران وابسته شده است.

GTA VI مهم‌ترین محرک رشد درآمد کنسول

عرضه GTA VI در نوامبر ۲۰۲۶ قرار است تأثیر گسترده‌ای بر درآمد کنسول داشته باشد و به ویژه هزینه‌کرد برای خرید کامل بازی‌ها را افزایش دهد. این انتظار تا حدی بر قدرت مداوم مجموعه GTA استوار است؛ زیرا GTA VI همچنان سهم ۱۳.۸ درصدی از بازیکنان را حفظ کرده است.

اهمیت این عدد در آن است که GTA VI بر پایه یک جامعه کاربری بسیار فعال و تثبیت شده وارد بازار می‌شود. بنابراین، عرضه آن صرفاً معرفی یک عنوان جدید نیست، بلکه می‌تواند بخش قابل‌توجهی از مخاطبان موجود GTA را به خرید نسخه جدید سوق دهد و همزمان توجه و هزینه‌کرد گسترده‌ای را در کل اکوسیستم کنسول ایجاد کند.

در کنار GTA VI، گسترش پایگاه نصب

محرك‌های رشد بازار موبایل

فاصله گرفتن رشد درآمد از تعداد نصب

یکی از مهم‌ترین تحولات بازار موبایل این است که رشد درآمد به‌تدریج از رشد تعداد نصب‌ها جدا می‌شود. به بیان دیگر، افزایش درآمد دیگر الزاماً به معنای افزایش دانلود بازی‌ها نیست. سهم بیشتری از هزینه‌کرد بازیکنان اکنون در عناوین تثبیت‌شده و سرویسی رخ می‌دهد؛ بازی‌هایی که به جای وابستگی دائمی به جذب کاربران تازه، از جامعه موجود خود درآمد بیشتری ایجاد می‌کنند. نتیجه این تغییر، افزایش درآمد به ازای هر دانلود است.

این روند از یک تغییر مهم در اقتصاد بازی‌های موبایلی خبر می‌دهد. در سال‌های اولیه رشد این بازار، یکی از شاخص‌های اصلی موفقیت، تعداد نصب و سرعت جذب کاربر جدید بود. اما در بازاری بالغ‌تر، ارزش اقتصادی هر کاربر موجود اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در چنین محیطی، بازی‌هایی که توانایی حفظ مخاطب، ایجاد چرخه‌های مصرف طولانی و تبدیل کاربران فعلی به پرداخت‌کنندگان مستمر را دارند، می‌توانند حتی در شرایط کاهش دانلود نیز رشد درآمدی داشته باشند.

به همین دلیل، کاهش نصب لزوماً به معنای کوچک‌شدن بازار نیست. اگر بازیکنان موجود زمان بیشتری در یک بازی بمانند یا هزینه بیشتری انجام دهند، درآمد می‌تواند حتی با کاهش ورود کاربران جدید افزایش یابد.

نسبت به سال قبل کاهش پیدا می‌کرد. ناشران برنامه انتشار بازی‌های خود را حول عرضه این عنوان بازتنظیم کرده‌اند و GTA VI به یکی از مهم‌ترین نقاط تقویم تجاری صنعت در سال ۲۰۲۶ تبدیل شده است.

اما همین قدرت بازارساز، یک ریسک نیز ایجاد می‌کند. عرضه GTA VI می‌تواند موجب اثر هم‌خواری یا Cannibalization شود؛ یعنی بخشی از هزینه و توجه بازیکنان که در شرایط عادی به بازی‌های دیگر اختصاص پیدا می‌کرد، در بازه زمانی پیرامون عرضه GTA VI به سمت این بازی منتقل شود. به همین دلیل، عناوینی که در نزدیکی نوامبر ۲۰۲۶ عرضه می‌شوند با خطر رقابت مستقیم برای بودجه و زمان محدود بازیکنان مواجه خواهند



Console revenues | 2026

Console games revenue

\$46.9B ▲5.1% YoY

21.9% of total revenue

درآمد بازی‌های موبایلی در سال ۲۰۲۶

بازار بازی‌های موبایلی در سال ۲۰۲۶ همچنان بزرگ‌ترین بخش صنعت بازی از نظر درآمد باقی می‌ماند. نیوزو پیش‌بینی می‌کند درآمد این بازار به ۱۲۱.۱ میلیارد دلار برسد که نسبت به سال قبل ۶.۸ درصد رشد دارد. موبایل با این رقم حدود ۵۶.۶ درصد از کل درآمد جهانی صنعت بازی را به خود اختصاص می‌دهد؛ یعنی بیش از نیمی از درآمد جهانی بازی همچنان از این پلتفرم حاصل می‌شود.

به مصرف‌کننده است. نیوزو گزارش می‌دهد که تا سه‌ماهه نخست سال ۲۰۲۶، چهار ناشر از پنج ناشر مورد بررسی، دست‌کم ۳۹ درصد درآمد بازی خود را مستقیماً از مصرف‌کنندگان دریافت کرده‌اند.

این تغییر اهمیت زیادی برای ساختار اقتصادی بازی‌های موبایلی دارد. در مدل‌های سنتی، بخش بزرگی از خریدها از طریق فروشگاه‌های پلتفرمی انجام می‌شد و صاحبان پلتفرم بخشی از مبلغ تراکنش را به‌عنوان کارمزد دریافت می‌کردند. افزایش فروش مستقیم به مصرف‌کننده می‌تواند کنترل بیشتری بر رابطه با بازیکن، قیمت‌گذاری و مسیر خرید در اختیار ناشر قرار دهد. این مسئله یعنی فروش مستقیم دیگر یک کانال حاشیه‌ای نیست و در حال تبدیل‌شدن به بخشی مهم از الگوی درآمدی ناشران بازی موبایل است.

چالش‌های بازار بازی‌های موبایلی

کاهش شدید داندلود بازی‌ها

در کنار رشد درآمد، تعداد داندلودها با روندی معکوس روبه‌رو است. بر اساس داده‌های AppTweak، تعداد داندلود بازی‌های موبایلی در نیمه نخست سال ۲۰۲۶ در سطح جهانی ۲۵ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل کاهش یافته است.

این رقم یکی از روشن‌ترین نشانه‌های بلوغ بازار موبایل است. درآمد بازار افزایش می‌یابد، اما تعداد نصب‌های جدید با سرعت زیادی کاهش پیدا می‌کند. چنین وضعیتی نشان

ناشران چینی حضور جهانی خود را گسترش می‌دهند

دومین نیروی رشد، ادامه گسترش بین‌المللی ناشران چینی است. سهم این ناشران از درآمد بازار بازی در منطقه منا (آفریقا و خاورمیانه) و اروپا از سال ۲۰۱۹ تاکنون از ۱۹ درصد به ۳۷ درصد افزایش یافته است.

تقریباً دو برابر شدن این سهم در کمتر از یک دهه نشان می‌دهد که شرکت‌های چینی دیگر صرفاً به بازار داخلی خود متکی نیستند و توانسته‌اند حضور قدرتمندتری در بازارهای بین‌المللی ایجاد کنند. این مسئله همچنین بیانگر افزایش رقابت برای ناشران غربی و محلی است؛ زیرا بازی‌های چینی در حال تصاحب بخش بزرگ‌تری از هزینه‌کرد کاربران در بازارهایی هستند که پیش‌تر بیشتر تحت سلطه شرکت‌های بومی یا ناشران غربی قرار داشتند.

در سطح راهبردی، این تحول نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های بازار جدید موبایل، بین‌المللی‌تر شدن رقابت ناشران است. رشد آینده دیگر فقط به اندازه بازار داخلی وابسته نیست و توانایی ورود موفق به مناطق دیگر، بومی‌سازی محتوا و حفظ کاربران در بازارهای متفاوت می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد ناشران داشته باشد.

فروش مستقیم به مصرف‌کننده به

جریان اصلی بازار تبدیل می‌شود

سومین محرک رشد، گسترش مدل Direct-to-Consumer یا فروش مستقیم

در نتیجه، اقتصاد جذب کاربر دشوارتر شده است. اگر هزینه نصب افزایش یابد اما درآمد حاصل از هر کاربر با همان سرعت رشد نکند، حاشیه سود کمپین‌های بازاریابی تحت فشار قرار می‌گیرد. به همین دلیل، ناشران ناچارند در کنار جذب کاربر جدید، توجه بیشتری به نرخ ماندگاری، ارزش طول عمر کاربر و بازگشت سرمایه تبلیغاتی داشته باشند.

رشد بازار در تعداد محدودی از مناطق و فرصت‌ها متمرکز شده است

سومین چالش، تمرکز جغرافیایی رشد بازار است. نیوزو پیش‌بینی می‌کند چین و آمریکای شمالی به‌تنهایی نیمی از کل درآمد خالص جدیدی را که تا سال ۲۰۲۹ به بازار موبایل اضافه می‌شود، ایجاد کنند.

این تمرکز به این معناست که اگرچه بازار موبایل در سطح جهانی گسترده است، بخش بزرگی از رشد اقتصادی آینده آن به تعداد محدودی از بازارهای بسیار مهم وابسته خواهد بود. چنین وضعیتی می‌تواند فرصت بزرگی برای ناشرانی باشد که در این مناطق عملکرد موفق دارند، اما همزمان ریسک تمرکز را افزایش می‌دهد.

به بیان دیگر، رشد جهانی موبایل از نظر جغرافیایی کاملاً متوازن نیست. اگر روند درآمدزایی در یکی از این بازارهای کلیدی تحت تأثیر تغییرات مقرراتی، اقتصادی یا رفتاری قرار گیرد، می‌تواند اثر محسوسی بر چشم انداز کل بازار داشته باشد.

می‌دهد که ناشران بیش از گذشته باید به جای اتکا به جریان دائمی کاربران تازه، بر حفظ کاربران، بازگشت بازیکنان، افزایش طول عمر بازی و درآمدزایی عمیق‌تر از جامعه موجود تمرکز کنند.

این مسئله وقتی معنا پیدا می‌کند که داده‌های گزارش نشان دادند تعداد بازیکنان همچنان افزایش می‌یابد، در حالی که داندلورها رو به کاهش هستند. بنابراین، رفتار بازیکنان به سمتی حرکت کرده است که کاربران مدت بیشتری در تعداد محدودتری از بازی‌ها باقی می‌مانند یا کمتر میان بازی‌های مختلف جابه‌جا می‌شوند.

جذب کاربر گران‌تر شده، بدون آنکه کارایی بهبود پیدا کند

چالش دوم، افزایش هزینه User Acquisition یا جذب کاربر است. نیوزو با استناد به داده‌های Adjust گزارش می‌دهد که هزینه هر نصب یا $CPI - Cost\ per\ Install$ در سطح جهانی ۳۰ درصد افزایش یافته و به ۰.۵۶ دلار رسیده است. همزمان، نسبت کاربران جذب شده از کانال‌های پولی به کاربران ارگانیک نیز ۶۱ درصد افزایش یافته است.

اهمیت این داده در آن است که افزایش هزینه جذب کاربر با افزایش متناسب کارایی همراه نبوده است. ناشران برای جذب هر کاربر جدید هزینه بیشتری پرداخت می‌کنند، در حالی که سهم بیشتری از رشد کاربران نیز وابسته به تبلیغات و کانال‌های پولی شده است.

پایگاه مخاطب جهانی معرفی شده بود. آمریکای شمالی؛ دومین بازار بزرگ با درآمد ۵۶.۹ میلیارد دلار

آمریکای شمالی در سال ۲۰۲۶ حدود ۵۶.۹ میلیارد دلار درآمد ایجاد می‌کند و ۲۷ درصد از کل بازار جهانی را به خود اختصاص می‌دهد. نرخ رشد سالانه این منطقه نیز ۵.۴ درصد پیش‌بینی شده است.

اگرچه تعداد بازیکنان آمریکای شمالی در مقایسه با برخی مناطق دیگر کمتر است، سهم درآمدی آن بسیار بالاتر است. در نتیجه، این منطقه نمونه روشنی از بازاری است که ارزش اقتصادی آن بیش از اندازه جمعیت بازیکنانش است. چنین تفاوتی نشان می‌دهد که در تحلیل بازار بازی، صرف شمارش تعداد کاربران برای سنجش اهمیت یک منطقه کافی نیست و میزان هزینه‌کرد بازیکنان نیز باید در کنار اندازه مخاطب در نظر گرفته شود.

اروپا؛ سومین بازار بزرگ جهانی

اروپا با درآمد ۳۸.۵ میلیارد دلار در رتبه سوم قرار دارد و حدود ۱۸ درصد از درآمد جهانی صنعت بازی را به خود اختصاص می‌دهد. درآمد این منطقه نسبت به سال قبل ۶.۱ درصد رشد خواهد کرد.

از نظر اندازه، فاصله اروپا با آمریکای شمالی قابل توجه است، اما این منطقه همچنان یکی از سه قطب اصلی اقتصادی صنعت بازی محسوب می‌شود. ترکیب آسیا-اقیانوسیه، آمریکای شمالی و اروپا بخش بسیار بزرگی



Mobile revenues | 2026

Mobile games revenue

\$121.1B ▲6.8% YoY

56.6% of total revenue

بازار جهانی بازی به تفکیک منطقه در سال ۲۰۲۶

بازار جهانی بازی در سال ۲۰۲۶ از نظر جغرافیایی همچنان ساختاری بسیار نامتوازن دارد. نیوزو پیش‌بینی می‌کند مجموع درآمد این بازار به ۲۱۳.۹ میلیارد دلار برسد؛ رقمی که نسبت به سال قبل ۶.۱ درصد رشد را نشان می‌دهد. با این حال، توزیع این درآمد میان مناطق مختلف جهان یکسان نیست و بخش عمده هزینه‌کرد مصرف‌کنندگان همچنان در آسیا-اقیانوسیه و آمریکای شمالی متمرکز است.

آسیا-اقیانوسیه؛ بزرگ‌ترین بازار جهانی بازی

آسیا-اقیانوسیه با درآمد ۱۰۰.۷ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۶ بزرگ‌ترین بازار منطقه‌ای صنعت بازی باقی می‌ماند. این منطقه حدود ۴۷ درصد از کل درآمد جهانی بازی را در اختیار دارد و درآمد آن نسبت به سال قبل ۶ درصد رشد خواهد کرد.

این جایگاه نشان می‌دهد که تقریباً نیمی از درآمد جهانی بازی تنها از یک منطقه جغرافیایی حاصل می‌شود. سهم بالای آسیا-اقیانوسیه با داده‌های قبلی موجود در گزارش نیز همخوان است؛ جایی که این منطقه از نظر تعداد بازیکنان نیز بزرگ‌ترین

از کل درآمد جهانی را شکل می‌دهد و نشان می‌دهد که با وجود رشد سریع‌تر برخی بازارهای نوظهور، وزن اقتصادی بازار همچنان تا حد زیادی در مناطق بزرگ و تثبیت‌شده متمرکز است.

آمریکای لاتین؛ بازار کوچک‌تر با رشد سریع‌تر

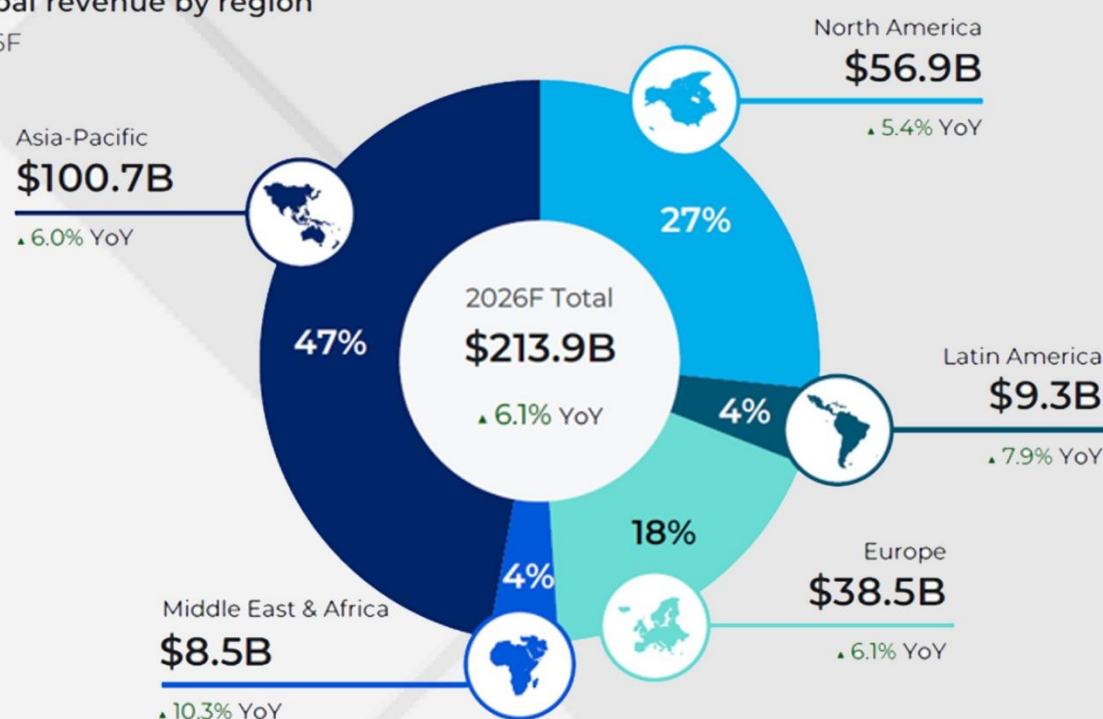
در سال ۲۰۲۶، درآمد بازار بازی در آمریکای لاتین به حدود ۹.۳ میلیارد دلار می‌رسد. سهم این منطقه از بازار جهانی تنها حدود ۴ درصد است، اما نرخ رشد سالانه آن ۷.۹ درصد خواهد بود که از نرخ رشد سه بازار بزرگ آسیا-اقیانوسیه، آمریکای شمالی و اروپا بیشتر است. این تفاوت بار دیگر اهمیت تمایز میان «اندازه فعلی بازار» و «سرعت رشد» را نشان می‌دهد. آمریکای لاتین هنوز فاصله زیادی با بزرگ‌ترین بازارهای جهان دارد، اما رشد سریع‌تر آن می‌تواند به تدریج وزن اقتصادی منطقه را در صنعت بازی افزایش دهد.

خاورمیانه و آفریقا؛ سریع‌ترین بازار در حال رشد

خاورمیانه و آفریقا با درآمد ۸.۵ میلیارد دلار کوچک‌ترین بازار در میان پنج منطقه اصلی مورد بررسی است و حدود ۴ درصد از درآمد جهانی را تشکیل می‌دهد. با این حال، این منطقه با نرخ رشد ۱۰.۳ درصدی، سریع‌ترین رشد سالانه را در میان تمام مناطق دارد. این داده اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا نشان می‌دهد بازارهای نوظهور اگرچه هنوز از نظر حجم درآمد با مناطق بالغ فاصله دارند، اما بخش مهمی از رشد آینده صنعت می‌تواند در همین مناطق شکل بگیرد. خاورمیانه و آفریقا در این صفحه نمونه روشن چنین وضعیتی هستند: سهم فعلی بازار محدود است، اما سرعت توسعه بیش از دو برابر آمریکای شمالی و به مراتب بالاتر از متوسط جهانی قرار دارد.

The global market by region

Global revenue by region
2026F



بخش سوم: پرفروش‌ترین بازی‌ها به تفکیک ژانر در رایانه‌های شخصی، کنسول و موبایل

رایانه‌های شخصی؛ قدرت بازی‌های تثبیت‌شده در کنار عرضه‌های جدید

در رایانه‌های شخصی، پنج ژانر اصلی مورد بررسی عبارت‌اند از تیراندازی، نقش‌آفرینی، ماجراجویی، شبیه‌سازی و سندباکس. جدول نشان می‌دهد که بازار رایانه‌های شخصی ترکیبی از بازی‌های بسیار قدیمی و تثبیت شده و عرضه‌های جدید سال ۲۰۲۶ را در خود جای داده است.

در ژانر تیراندازی، بازی Fortnite در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن Counter-Strike GO, VALORANT, Overwatch, & 2 Marvel Rivals دیده می‌شوند. حضور چندین عنوان سرویسی و رقابتی در این فهرست نشان می‌دهد که بخش تیراندازی در رایانه‌های شخصی همچنان به شدت تحت سلطه بازی‌هایی است که از تعامل مستمر، رقابت آنلاین و جامعه کاربری فعال بهره می‌برند.

در نقش‌آفرینی، بازی World of Warcraft رتبه نخست را دارد و Diablo IV, Warframe, و World of Warcraft Classic و Mewgenics در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. نکته قابل توجه، حضور همزمان نسخه اصلی و Classic بازی World of Warcraft در میان پنج عنوان پردرآمد این ژانر است؛ موضوعی که دوام تجاری بسیار بالای این مجموعه را در بازار رایانه‌های شخصی نشان می‌دهد.

تمرکز بیش از نیمی از هزینه‌کرد جهانی در چین و آمریکا

نیوزو پیش‌بینی می‌کند در سال ۲۰۲۶، ۵۲ درصد از کل هزینه‌کرد مصرف‌کنندگان برای بازی در جهان تنها از چین و ایالات متحده حاصل شود.

در این میان، چین با درآمد ۵۸.۱ میلیارد دلاری بزرگ‌ترین بازار ملی بازی در جهان است و ایالات متحده با ۵۳.۵ میلیارد دلار در رتبه بعدی قرار دارد. مجموع درآمد این دو کشور به حدود ۱۱۱.۶ میلیارد دلار می‌رسد؛ رقمی که به تنهایی بیش از نیمی از کل درآمد جهانی بازی در سال ۲۰۲۶ را تشکیل می‌دهد.

این تمرکز نشان می‌دهد که اگرچه صنعت بازی از نظر تعداد کاربران و حضور جغرافیایی یک بازار جهانی است، درآمد آن همچنان به شدت در چند اقتصاد بزرگ متمرکز باقی مانده است. در نتیجه، تغییرات اقتصادی، مقرراتی یا رفتاری در چین و ایالات متحده می‌تواند اثر بسیار قابل توجهی بر عملکرد کل بازار جهانی داشته باشد.



در ژانر ماجراجویی، بازی Subnautica ۲ در صدر قرار گرفته و پس از آن، Crimson Desert، Dead by Daylight، Resident Evil Requiem و Windrose قرار دارند. در مقابل، ژانر شبیه‌سازی با The Sims ۴ در رتبه نخست و عناوینی مانند Disney Dreamlight Valley، Schedule ۱، Parolives، Quarantine Zone: The Last Check و VRChat در بخش سندباکس نیز جایگاه نخست را در اختیار دارد و پس از آن Project Zomboid، Terraria و Solarpunk دیده می‌شوند. استمرار حضور Minecraft و Terraria در میان عناوین پردرآمد نشان می‌دهد که در ژانر سندباکس، طول عمر و استمرار جامعه بازیکنان می‌تواند به اندازه عرضه‌های جدید اهمیت داشته باشد. نکته روش‌شناختی مهم این است که درآمد رایانه‌های شخصی بازی Roblox در ابزار Game Performance Monitor نیوزو موجود نیست؛ بنابراین در رتبه‌بندی سندباکس رایانه‌های شخصی لحاظ نشده است. در نتیجه، نباید غیبت آن را به معنای عملکرد درآمدی ضعیف این بازی در رایانه‌های شخصی تلقی کرد.

Top 5 PC titles by revenue per genre
PC | 6 markets | January – June 2026

Rank	Shooter	Role Playing	Adventure	Simulation	Sandbox*
1	 Fortnite	 World of Warcraft	 Subnautica 2	 The Sims 4	 Minecraft
2	 Counter-Strike 2 & GO	 Diablo IV	 Crimson Desert	 Parolives	 VRChat
3	 VALORANT	 Warframe	 Resident Evil Requiem	 Schedule 1	 Project Zomboid
4	 Overwatch	 World of Warcraft Classic	 Dead by Daylight	 Disney Dreamlight Valley	 Terraria
5	 Marvel Rivals	 Mewgenics	 Windrose	 Quarantine Zone: The Last Check	 Solarpunk

بازار ورزش کنسولی همچنان به شدت در اختیار فرنچایزهای سالانه و برندهای تثبیت شده است.

در تیراندازی، بازی Fortnite مانند رایانه‌های شخصی در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن Call of Duty HQ ، ARC Raiders، Marvel Rivals و Apex Legends آمده‌اند. این هم پوشانی میان رایانه‌های شخصی و کنسول نشان می‌دهد برخی از بزرگ‌ترین بازی‌های تیراندازی سرویسی توانسته‌اند در هر دو اکوسیستم جایگاه درآمدی بسیار قدرتمندی ایجاد کنند.

در نقش‌آفرینی، عناوین Pokémon FireRed and LeafGreen، Diablo IV، Pokémon Legends: Z-A، Genshin Impact و 76 Fallout قرار دارند و در سندباکس نیز Minecraft, Roblox, Wobbly Life, Goat Simulator 3 و Terraria پنج رتبه نخست را تشکیل می‌دهند.

کنسول؛ قدرت فرنچایزهای بزرگ و بازی‌های پریمیوم

ساختار بازار کنسول تا حدی با رایانه‌های شخصی متفاوت است. پنج ژانر اصلی این پلتفرم در جدول عبارت‌اند از ماجراجویی، ورزشی، تیراندازی، نقش‌آفرینی و سندباکس. در اینجا حضور فرنچایزهای بزرگ و بازی‌های پریمیوم بسیار پررنگ‌تر است.

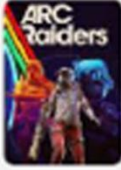
مهم‌ترین نکته جدول کنسول، صدرنشینی Grand Theft Auto VI در ژانر ماجراجویی است؛ آن هم در شرایطی که بازی هنوز در نیمه نخست ۲۰۲۶ عرضه نشده و این رتبه صرفاً بر پایه درآمد پیش‌خرید به دست آمده است. GTA VI برای انتشار در ۱۹ نوامبر ۲۰۲۶ برنامه‌ریزی شده است. بنابراین، جایگاه نخست آن پیش از عرضه رسمی، شدت تقاضای اولیه و قدرت تجاری این مجموعه را نشان می‌دهد.

پس از GTA VI، بازی Grand Theft Auto V در رتبه دوم ماجراجویی قرار دارد و سپس Resident Evil Requiem ، Crimson Desert و First Light 007 دیده می‌شوند. حضور همزمان GTA VI و GTA V در دو رتبه نخست، نفوذ گسترده مجموعه Grand Theft Auto در اقتصاد کنسول را برجسته می‌کند.

در ژانر ورزشی، بازی EA SPORTS FC26 در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن NBA ۲K۲۶، EA SPORTS Madden، 26 MLB The Show و 26 NFL EA SPORTS College Football دیده می‌شوند. این ترکیب نشان می‌دهد

Top 5 console titles by revenue per genre

Console | 6 markets | January – June 2026

Rank	Adventure	Sports	Shooter	Role Playing	Sandbox
1	 <i>Grand Theft Auto VI*</i>	 <i>EA SPORTS FC 26</i>	 <i>Fortnite</i>	 <i>Pokémon FireRed and LeafGreen</i>	 <i>Minecraft</i>
2	 <i>Grand Theft Auto V</i>	 <i>NBA 2K26</i>	 <i>Call of Duty HQ</i>	 <i>Diablo IV</i>	 <i>Roblox</i>
3	 <i>Resident Evil Requiem</i>	 <i>MLB The Show 26</i>	 <i>ARC Raiders</i>	 <i>Pokémon Legends: Z-A</i>	 <i>Wobbly Life</i>
4	 <i>Crimson Desert</i>	 <i>EA SPORTS Madden NFL 26</i>	 <i>Marvel Rivals</i>	 <i>Genshin Impact</i>	 <i>Goat Simulator 3</i>
5	 <i>007 First Light</i>	 <i>EA SPORTS College Football 27</i>	 <i>Apex Legends</i>	 <i>Fallout 76</i>	 <i>Terraria</i>

فهرست نشان می‌دهد رقابت شوترهای موبایلی عمدتاً میان مجموعه‌های بسیار بزرگ چندپلتفرمی و عناوین سرویسی جهانی شکل گرفته است.

در نهایت، در ژانر قکاری، بازی Coin Master در رتبه اول قرار دارد و Lightning Link و Casino Slots, Bingo Blitz, Cashman Dice Dreams و Casino Slots Games رتبه‌های بعدی را در اختیار دارند. حضور ژانر قمار در میان پنج ژانر اصلی موبایل یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های ساختاری این پلتفرم با رایانه‌های شخصی و کنسول است.

موبایل؛ ساختار ژانری متفاوت از رایانه‌های شخصی و کنسول

بازار موبایل از نظر ترکیب ژانری تفاوت محسوسی با دو پلتفرم دیگر دارد. پنج ژانر اصلی آن شامل پازل، استراتژی، نقش‌آفرینی، تیراندازی و قمار است؛ یعنی ژانرهایی مانند ماجراجویی یا ورزشی که در کنسول اهمیت بالایی دارند، در میان پنج ژانر اصلی این جدول دیده نمی‌شوند.

در ژانر پازل، بازی Royal Match در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن Candy Crush, Gossip Harbor: Merge & Story, و Gardenscapes و Royal Kingdom دیده می‌شوند. این ترکیب نشان می‌دهد که بازی‌های پازلی قدیمی و تثبیت‌شده همچنان در کنار عناوین جدیدتر از توان درآمدزایی بالایی برخوردارند.

در استراتژی، بازی Last War: Survival صدرنشین است و سپس Whiteout Survival, Kingshot, Last Z: Survival و Shooter و Clash Royale قرار دارند. در نقش‌آفرینی نیز Pokémon GO رتبه نخست را دارد و پس از آن Genshin Impact, Honkai: Star Rail, Monster Strike و Goddess of Victory: Nikke قرار گرفته‌اند.

در ژانر تیراندازی، بازی PUBG در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن Free Fire, Call of Duty: Mobile, Delta Force و VALORANT Mobile دیده می‌شوند. این

Top 5 mobile titles by revenue per genre

App Store and Google Play | 72 markets | January – June 2026

Rank	Puzzle	Strategy	Role Playing	Shooter	Casino
1	 <i>Royal Match</i>	 <i>Last War: Survival</i>	 <i>Pokémon GO</i>	 <i>PUBG</i>	 <i>Coin Master</i>
2	 <i>Candy Crush</i>	 <i>Whiteout Survival</i>	 <i>Genshin Impact</i>	 <i>Free Fire</i>	 <i>Lightning Link Casino Slots</i>
3	 <i>Gossip Harbor: Merge & Story</i>	 <i>Kingshot</i>	 <i>Honkai: Star Rail</i>	 <i>Call of Duty: Mobile</i>	 <i>Bingo Blitz - BINGO Games</i>
4	 <i>Gardenscapes</i>	 <i>Last Z: Survival Shooter</i>	 <i>Monster Strike</i>	 <i>Delta Force</i>	 <i>Cashman Casino Slots Games</i>
5	 <i>Royal Kingdom</i>	 <i>Clash Royale</i>	 <i>Goddess of Victory: Nikke</i>	 <i>VALORANT Mobile</i>	 <i>Dice Dreams</i>

مقایسه سه جدول نشان می‌دهد که الگوی درآمدزایی ژانرها در هر پلتفرم متفاوت است. در رایانه های شخصی، بازی‌های رقابتی، سرویسی و عناوین دارای جامعه کاربری قدیمی مانند Fortnite، World of Warcraft و Minecraft حضور بسیار پررنگی دارند. در کنسول، فرنچایزهای بزرگ پریمیوم و سالانه مانند EA SPORTS FC، GTA و NBA ۲K نقش مهم‌تری ایفا می‌کنند. در موبایل نیز ژانرهایی مانند پازل، استراتژی و قمار سهم بیشتری از ساختار درآمدی دارند؛ ژانرهایی که در جدول پنج ژانر اصلی رایانه‌های شخصی و کنسول حضور ندارند.

در عین حال، برخی بازی‌ها مرز پلتفرم‌ها را پشت سر گذاشته‌اند. Fortnite در ژانر تیراندازی هم روی رایانه‌های شخصی و هم روی کنسول صدرنشین است و Minecraft نیز در سندیباکس هر دو پلتفرم رتبه نخست را دارد. این موضوع نشان می‌دهد که تعداد محدودی از فرنچایزهای بسیار بزرگ توانسته‌اند در چند اکوسیستم به‌طور همزمان جایگاه درآمدی مسلط ایجاد کنند.

فصل دوم: اخبار مالی

۱۰ شرکت بورسی برتر صنعت بازی در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶

گزارش در این بخش بزرگ‌ترین شرکت‌های بورسی فعال در صنعت بازی را بر اساس درآمد حاصل از بازی در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۲۶ رتبه‌بندی می‌کند. این جدول علاوه بر درآمد هر شرکت، تغییر جایگاه آن نسبت به دوره قبل و نرخ رشد یا کاهش درآمد نسبت به مدت مشابه سال گذشته را نیز نشان می‌دهد.

By game revenues**

Q1 2026

Rank	Change	Company	Revenue (\$M)	YoY Growth (%)
1	-	Tencent*	\$10,815M	▲ 11.9%
2	▲1	Sony*	\$5,258M	▼ 0.9%
3	▼1	Microsoft*	\$5,191M	▼ 5.5%
4	-	Apple*	\$4,153M	▲ 2.3%
5	-	NetEase	\$3,399M	▲ 5.3%
6	▲1	Electronic Arts	\$2,120M	▲ 11.9%
7	▼1	Google*	\$1,976M	▲ 3.4%
8	-	Take-Two Interactive	\$1,568M	▲ 6.4%
9	-	Century Huatong Group	\$1,523M	▲ 47.1%
10	-	Roblox	\$1,442M	▲ 39.3%

صعود کرده، در حالی که Microsoft با افت ۵.۵ درصدی به رتبه سوم منتقل شده است.

Apple و NetEase؛ جایگاه باثبات همراه با رشد مثبت

در رتبه چهارم، Apple با درآمد ۴.۱۵۳ میلیارد دلار قرار دارد. جایگاه این شرکت نسبت به دوره قبل تغییری نکرده و درآمد بازی آن ۲.۳ درصد افزایش یافته است. پس از آن، NetEase نیز جایگاه پنجم خود را حفظ کرده و با درآمد ۳.۳۹۹ میلیارد دلار، رشد سالانه ۵.۳ درصدی را ثبت کرده است.

این دو شرکت برخلاف Sony و Microsoft، در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶ هم جایگاه خود را حفظ کرده‌اند و هم رشد درآمد مثبت داشته‌اند؛ هرچند نرخ رشد آنها به‌مراتب پایین‌تر از سریع‌ترین شرکت‌های این جدول است.

Electronic Arts؛ رشد دو رقمی و صعود به رتبه ششم

Electronic Arts با یک رتبه صعود به جایگاه ششم رسیده است. درآمد بازی این شرکت در سه‌ماهه نخست سال به ۲.۱۲۰ میلیارد دلار رسیده و نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱.۹ درصد افزایش یافته است. این نرخ رشد با Tencent برابر است و EA را در زمره شرکت‌هایی قرار می‌دهد که در میان بزرگان بازار، رشد نسبتاً قدرتمندی را تجربه کرده‌اند.

در مقابل، Google با وجود رشد درآمد ۳.۴ درصدی یک رتبه سقوط کرده و با درآمد ۱.۹۷۶ میلیارد دلار در جایگاه هفتم قرار گرفته است. این وضعیت نشان می‌دهد که رشد مثبت

Tencent با فاصله زیاد در صدر بازار

Tencent با درآمد حدود ۱۰.۸۱۵ میلیارد دلار از بازی‌ها، رتبه نخست را در اختیار دارد. درآمد بازی این شرکت نسبت به سه‌ماهه مشابه سال قبل ۱۱.۹ درصد رشد کرده است. فاصله Tencent با سایر شرکت‌ها بسیار قابل توجه است؛ درآمد آن بیش از دو برابر درآمد شرکت دوم جدول است و همین موضوع جایگاه ویژه این شرکت را در ساختار اقتصادی صنعت جهانی بازی نشان می‌دهد.

در رتبه دوم، Sony قرار دارد که با یک پله صعود به درآمد ۵.۲۵۸ میلیارد دلاری رسیده است. با این حال، درآمد بازی این شرکت نسبت به سال قبل ۰.۹ درصد کاهش یافته است. بنابراین، ارتقای جایگاه Sony در رتبه بندی لزوماً ناشی از رشد درآمد خود شرکت نیست و تا حدی به عملکرد ضعیف‌تر رقبا نیز مربوط می‌شود.

Microsoft؛ افت درآمد و از دست دادن رتبه دوم

Microsoft با درآمد ۵.۱۹۱ میلیارد دلار در رتبه سوم قرار گرفته و نسبت به دوره قبل یک رتبه سقوط کرده است. درآمد بازی این شرکت نیز ۵.۵ درصد کاهش سالانه داشته؛ بیشترین افت درآمد در میان شرکت‌های حاضر در ده رتبه نخست جدول.

فاصله درآمدی Sony و Microsoft بسیار اندک است؛ تنها حدود ۶۷ میلیون دلار. با این حال، جهت حرکت دو شرکت متفاوت است: Sony با وجود کاهش جزئی درآمد یک رتبه

بازار، بلکه در رتبه‌های نهم و دهم دیده می‌شود. Tencent همچنان از نظر حجم درآمد فاصله بسیار زیادی با رقبای دارد، اما Century Huatong و Roblox از منظر شتاب رشد برجسته‌تر هستند.

جدول سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶ دو ویژگی همزمان بازار را نشان می‌دهد. نخست، تمرکز بسیار بالای درآمد در رأس بازار؛ Tencent با بیش از ۱۰.۸ میلیارد دلار درآمد، به‌تنهایی فاصله بزرگی با Sony و Microsoft ایجاد کرده است. دوم، تفاوت قابل توجه نرخ رشد شرکت‌ها؛ در حالی که Sony و Microsoft با کاهش درآمد مواجه شده‌اند، شرکت‌هایی مانند Century Huatong و Roblox رشد نزدیک به ۴۰ درصد یا بیشتر را ثبت کرده‌اند.

بنابراین، بزرگ‌ترین شرکت‌ها الزاماً سریع‌ترین شرکت‌های در حال رشد نیستند. ساختار این جدول بازاری را نشان می‌دهد که در رأس آن چند بازیگر بسیار بزرگ و تثبیت شده قرار دارند، اما بخشی از پویایی و شتاب رشد از شرکت‌هایی می‌آید که هنوز از نظر اندازه درآمد فاصله قابل توجهی با رهبران بازار دارند.

در حالی که Tencent با رشد دو رقمی موقعیت خود را در صدر بازار تقویت کرده، دو دارنده اصلی پلتفرم‌های کنسولی یعنی Sony و Microsoft با کاهش درآمد بازی مواجه شده‌اند. شدت این کاهش برای Microsoft بیشتر بوده است.

درآمد همیشه برای حفظ جایگاه کافی نیست؛ زیرا رتبه‌بندی به سرعت رشد سایر رقبا نیز وابسته است.

Take-Two؛ رشد پیش از عرضه GTA VI

Take-Two Interactive با درآمد ۱.۵۶۸ میلیارد دلار در رتبه هشتم قرار دارد و جایگاه خود را حفظ کرده است. درآمد این شرکت نسبت به سال قبل ۶.۴ درصد افزایش یافته است.

با توجه به اینکه بخش‌های قبلی همین گزارش، عرضه GTA VI در نوامبر ۲۰۲۶ را یکی از مهم‌ترین رویدادهای صنعت در سال معرفی کرده‌اند، جایگاه فعلی Take-Two تصویری از عملکرد شرکت پیش از اثر کامل عرضه GTA VI ارائه می‌کند.

Roblox و Century Huatong؛ سریع

ترین رشد میان ده شرکت نخست

دو شرکت پایانی ده رتبه نخست، از نظر نرخ رشد عملکردی بسیار متفاوت از شرکت‌های بزرگ‌تر دارند. Century Huatong Group با درآمد ۱.۵۲۳ میلیارد دلار در جایگاه نهم قرار گرفته و رشد چشمگیر ۴۷.۱ درصدی را ثبت کرده است؛ بالاترین نرخ رشد در میان ده شرکت نخست جدول.

پس از آن، Roblox با درآمد ۱.۴۴۲ میلیارد دلار رتبه دهم را در اختیار دارد و درآمد آن نسبت به سال قبل ۳۹.۳ درصد افزایش یافته است.

اهمیت این دو رقم در آن است که سریع‌ترین رشدهای جدول نه در بزرگ‌ترین شرکت‌های

بین‌المللی این شرکت ۱۳.۳ درصد نسبت به سال قبل افزایش یافته و نیوزو Clash Royale را یکی از مهم‌ترین عوامل این رشد معرفی می‌کند.

از این منظر، Tencent تنها به مقیاس بسیار بزرگ بازار داخلی چین متکی نیست. نرخ رشد بالاتر درآمد بین‌المللی در مقایسه با درآمد بازی‌های داخلی نشان می‌دهد توسعه خارج از چین نیز به بخش مهم‌تری از مسیر رشد این شرکت تبدیل شده است.

Sony؛ کاهش محدود درآمد در کنار بلوغ چرخه سخت‌افزاری PS5

در مقابل، درآمد بازی Sony در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶ نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۰.۹ درصد کاهش پیدا کرده است. با این حال، عملکرد خدمات PlayStation Network و فروش نرم‌افزارهای شرکت‌های ثالث، در کنار تأثیر مثبت نرخ ارز، بخشی از فشار ناشی از بلوغ چرخه سخت‌افزاری PlayStation را جبران کرده‌اند.

عبارت «بلوغ چرخه سخت‌افزاری» در اینجا اهمیت ویژه‌ای دارد. PS5 دیگر در مراحل ابتدایی چرخه عمر خود قرار ندارد و با افزایش عمر نسل فعلی، رشد فروش سخت‌افزار نیز دشوارتر می‌شود. در چنین مرحله‌ای، وزن خدمات شبکه، فروش بازی‌ها و درآمدهای نرم‌افزاری در حفظ عملکرد اقتصادی اکوسیستم افزایش پیدا می‌کند.

نشانه روشن این بلوغ در آمار فروش سخت‌افزار دیده می‌شود. Sony در سه‌ماهه نخست

مروری عمیق‌تر بر سه رتبه برتر Tencent؛ تثبیت جایگاه بزرگ‌ترین ناشر بازی جهان

Tencent در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۲۶ حدود ۱۰.۸ میلیارد دلار درآمد گزارش کرده که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۱۱.۹ درصد افزایش داشته است. این عملکرد جایگاه Tencent را به‌عنوان بزرگ‌ترین ناشر بازی جهان از نظر درآمد بیش از پیش تثبیت می‌کند.

عملکرد شرکت در بازار داخلی چین همچنان مثبت بوده است. درآمد بازی‌های داخلی Tencent نسبت به سال گذشته ۶.۳ درصد رشد کرده، اما «دریافت‌های ناخالص» یا Gross Receipts با سرعت بیشتری افزایش یافته‌اند و نرخ رشد آنها در محدوده پایین تا میانه ارقام دو رقمی قرار گرفته است. مهم‌ترین عناوینی که این رشد را پشتیبانی کرده‌اند عبارت‌اند از Delta Force, Peacekeeper Elite, Honor of Kings و VALORANT Mobile.

تمایز میان «درآمد» و «دریافت ناخالص» در اینجا اهمیت دارد. دریافت ناخالص نشان‌دهنده حجم کلی مبالغ پرداخت‌شده در اکوسیستم بازی‌ها پیش از برخی تعدیلات حسابداری است و لزوماً معادل درآمد شناسایی‌شده شرکت نیست. بنابراین، رشد سریع‌تر این شاخص نشان می‌دهد حجم فعالیت اقتصادی و هزینه‌کرد کاربران در بازی‌های Tencent با سرعتی حتی بیشتر از درآمد

می‌کند تعداد مشترکان این سرویس به حدود ۳۰ میلیون نفر کاهش یافته باشد. آخرین رقمی که Microsoft به‌طور رسمی در فوریه ۲۰۲۴ اعلام کرده بود، ۳۴ میلیون مشترک بود. گزارش این افت را در ارتباط با افزایش قیمت اکتبر ۲۰۲۵ قرار می‌دهد. مدیران Xbox نیز اذعان کرده‌اند که افزایش قیمت به از دست رفتن بخشی از مشترکان سرویس منجر شده است.

این موضوع از نظر مدل کسب‌وکار Xbox اهمیت زیادی دارد. Microsoft طی سال‌های گذشته تلاش کرده است سهم بیشتری از اقتصاد بازی خود را به درآمدهای تکرارشونده و اشتراکی منتقل کند؛ بنابراین، کاهش مشترکان Game Pass تنها یک شاخص مخاطب نیست، بلکه می‌تواند بر یکی از ارکان اصلی راهبرد درآمدی Xbox نیز فشار وارد کند. البته گزارش در این صفحه اثر مالی دقیق کاهش تعداد مشترکان Game Pass را جداگانه محاسبه نکرده است.

مقایسه سه شرکت؛ مسیرهای متفاوت در آغاز ۲۰۲۶

کنار هم قرار دادن این سه شرکت تصویر روشنی از تفاوت عملکرد آنها ارائه می‌دهد. Tencent با رشد ۱۱.۹ درصدی نه‌تنها جایگاه نخست خود را حفظ کرده، بلکه از رشد همزمان بازار داخلی و بین‌المللی بهره می‌برد. در مقابل، Sony با افت محدود ۰.۹ درصدی وارد مرحله‌ای شده که خدمات شبکه و فروش نرم‌افزار باید بیش از گذشته کاهش طبیعی

۲۰۲۶ تنها ۱.۵ میلیون دستگاه PS5 عرضه کرده است؛ پایین‌ترین میزان عرضه فصلی این کنسول از زمان ورود آن به بازار. این رقم در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۵ عدد ۲.۸ میلیون را نشان می‌دهد.

بنابراین، عرضه فصلی PS5 در مقایسه با دوره مشابه سال قبل تقریباً نصف شده است. با وجود این افت قابل‌توجه در سخت‌افزار، کاهش کل درآمد بازی Sony تنها ۰.۹ درصد بوده است؛ مسئله‌ای که نشان می‌دهد بخش‌های خدماتی و نرم‌افزاری توانسته‌اند بخش قابل‌توجهی از ضعف فروش سخت‌افزار را جبران کنند.

Microsoft؛ افت شدیدتر درآمد و فشار بر اکوسیستم Xbox

وضعیت Microsoft در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶ ضعیف‌تر بوده است. درآمد بازی این شرکت نسبت به سال قبل ۵.۵ درصد کاهش پیدا کرده که در مقایسه با افت ۰.۹ درصدی Sony، کاهش بسیار بیشتری محسوب می‌شود. نیوزو یکی از عوامل این افت را عملکرد ضعیف تر درآمد محتوا و خدمات Xbox در مقایسه با دوره پایه قدرتمند سال قبل می‌داند.

فروش سخت‌افزار Xbox نیز در این دوره کاهش یافته است؛ زیرا حجم فروش کنسول‌ها پایین آمده است. در نتیجه، Microsoft همزمان از سمت سخت‌افزار و همچنین محتوا و خدمات با فشار مواجه بوده است.

یکی از مهم‌ترین داده‌های این بخش به Game Pass مربوط می‌شود. نیوزو برآورد

فروش سخت‌افزار را جبران کنند. Microsoft با کاهش ۵.۵ درصدی فشار شدیدتری را تجربه کرده و هم فروش سخت‌افزار Xbox، هم درآمد محتوا و خدمات و هم تعداد مشترکان Game Pass با چالش مواجه شده‌اند.

به بیان دیگر، نتایج سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶ نشان می‌دهد که حتی در میان بزرگ‌ترین شرکت‌های صنعت بازی، جهت حرکت یکسان نیست. ناشری مانند Tencent همچنان در مرحله توسعه درآمد قرار دارد، در حالی که دارندگان پلتفرم‌های کنسولی بیش از گذشته با مسئله بلوغ چرخه سخت‌افزاری و ضرورت استخراج درآمد بیشتر از خدمات و کاربران موجود مواجه‌اند.



شهریور ۱۴۰۵

سوالات، پیشنهادات و انتقادهای خود را با ما در میان بگذارید

ایمیل: INFO@DIREC.IR

📍 @Game_Research

WWW.DIREC.IRCG.IR

تماس: ۰۲۱-۸۸۳۱۰۳۷۰

نشانی: تهران، خیابان مفتح شمالی، کوچه گلزار، پلاک ۳۲

طبقه اول، کدپستی: ۱۵۷۵۷۴۵۳۱۱