

この翻訳版は日中動漫遊戯促進会によって、情報提供のみを目的として作成されたもので、翻訳の精度については保証しません。公式版は末尾に添付されている中国語版です。

2022 年北京市アニメ・ゲーム産業発展報告

北京市文化・観光局および北京アニメ・ゲーム産業協会の統計によれば、2022 年の北京市におけるアニメ・ゲーム産業の総産出額は約 1238.68 億元であり、全国アニメ・ゲーム総産出額の約 23.9%を占めた。2021 年の 1203.09 億元と比較すると、約 2.96%の増加となっている（表 1 参照）。しかしながら、産出額の増加率は前年に比べて減速し、安定化の傾向を示しており、全体としては依然として回復局面にある。

拡張の減速は、アニメ・ゲーム業界の衰退を意味するものではなく、むしろ業界全体がより健全なモデルで着実に前進していることを示している。産業が継続的に急成長を遂げると、しばしば過度な拡大を招くことになるが、成長期の後に安定期に移行することは、アニメ・ゲーム業界が持続可能な発展を追求する上での「前向きなシグナル」である。

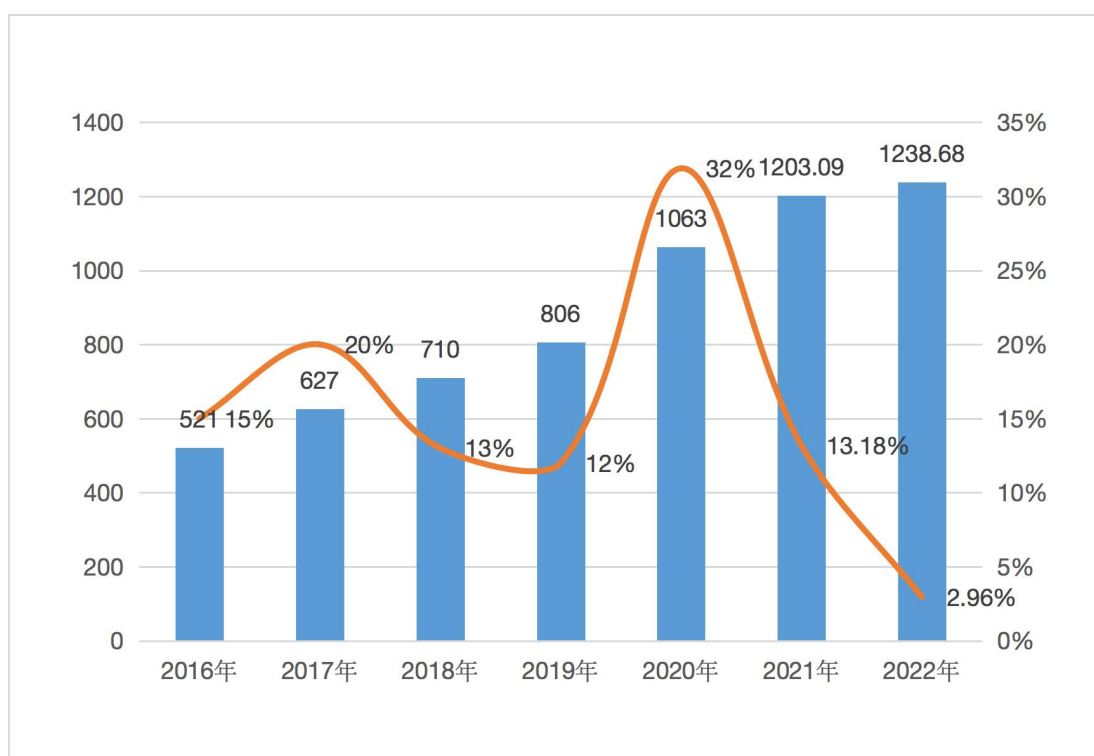


表 1：2016～2022 年における北京市アニメ・ゲーム産出額の状況

アニメ・ゲーム業界の発展に関する全体的な状況

2022 年、北京市のゲーム企業による総産出額は約 1051.13 億元であり、全国ゲーム市場収入の約 35%を占めた。2021 年の 1022.61 億元と比較すると、約 2.79%の増加となっている（表 2 参照）。一方で、2022 年における国内ゲームユーザー規模は初めてマイナス成長を記録し、北京のゲーム市場はストック型競争の時代へと本格的に移行している。

収益の細分化においては、モバイルゲーム市場が依然として主導的な地位を占めており、自社開発による輸出ゲーム市場は安定的な成長を維持している。北京市アニメ・ゲーム企業の輸出産出額は約 597.14 億元であり、2021 年の 575.33 億元と比較すると約 3.79%の増加となった。他の分野と比較しても、海外市場はすでに多くのゲーム企業にとって新たな成長ポイントとなっている。8 か月ぶりに停止されていたゲーム版号の発給が再開された。2022 年 12 月時点で、北京地域における国産ゲーム版号の申請承認件数は 76 件であり、全国の国産ゲーム版号承認件数の 16.24%を占めている。政策面からのこうしたポジティブなシグナルは、現行のゲーム市場にさらなる活力を注入している。

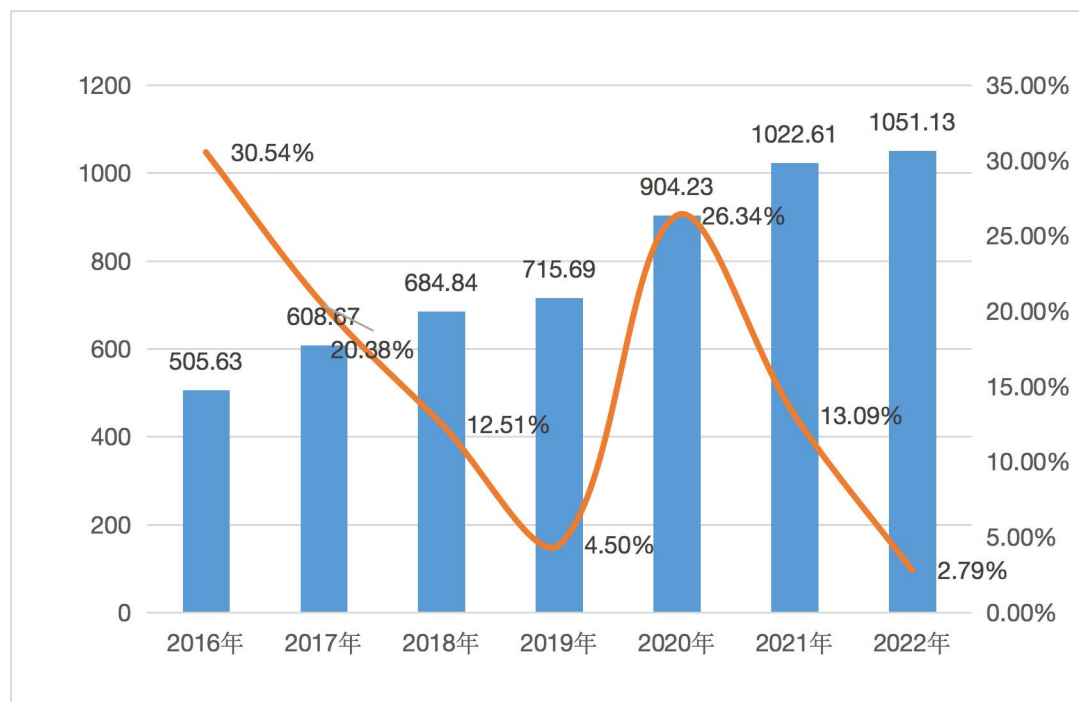


表 2：2016～2022 年における北京ゲーム収入の状況

アニメーションに関して、2022年1月から10月までの全国国産テレビアニメーションの国家ラジオテレビ総局における備案登録・制作総量は113,169.6分であり、そのうち北京市の企業が制作したアニメーション総量は6,678分で、全国総量の約5.9%を占めた。また、中央企業が制作したアニメーション総量は5,773分で、全国総量の約5.1%を占めた。2022年の北京市アニメ企業の総産出額は約187.55億元であり、2021年の180.48億元と比較して約3.92%の増加であった（表3参照）。

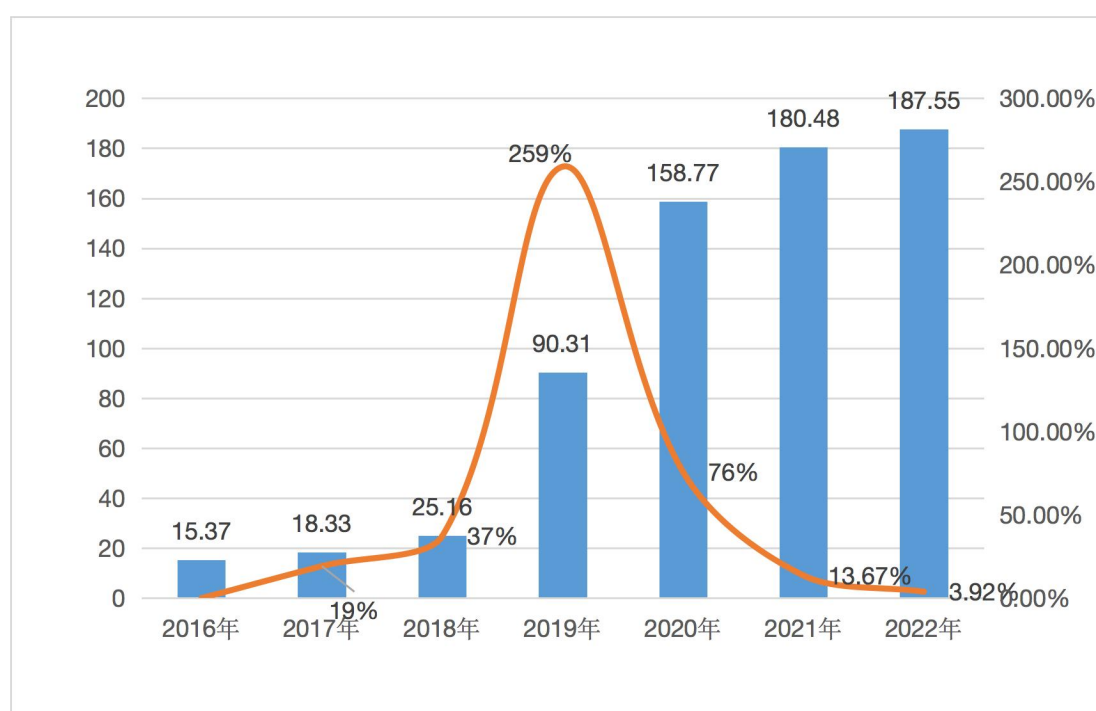


表3：2016～2022年における北京アニメ収入の状況

ポストコロナ時代、アニメ・ゲームのストック型構造のもと、業界は「加減法の併用」という戦略を示している。一方では、コア競争力と主力製品の強化を図り、高品質・高水準化を主軸としている。もう一方では、海外市場の開拓を一層強化し、メタバースやデジタルコレクションといったテーマを活用して新興業態を配置し、多様な産業形態とアニメ・ゲームIPとの融合を実現し、イノベーション駆動型の発展を具体化し、産業の構造転換と高度化を推進している。これにより、アニメ・ゲーム産業の「全産業チェーン」および「全年齢層」への発展に向けて歩みを進めている。文化産業の高品質な発展と文化消費の質向上・効率向上に積極的な原動力を提供し、アニメ・ゲーム発展の「新時代」を切り拓いている。

（一）中国アニメブランドの構築と、アニメ「全産業チェーン」および「全年齢層」発展の促進

1、「アニメ+」という他の業界との融合により、産業チェーンの一層の統合を推進

中国アニメ市場の規模はすでに 1,000 億元に達しており、我が国はアニメ産業を含む文化産業を国民経済の柱産業へと構築することを目指している。国家はアニメ文化産業の発展を促進する一連の政策を打ち出している。「アニメ+X」モデルの応用により、アニメは他産業と継続的に深く融合され、産業のイノベーション発展の道が切り開かれている。アニメ、マンガ、映画、ゲーム、映像、文学、観光、テーマパーク、不動産、医療、飲食、家庭用品、玩具などを一体化したアニメ IP+ の全産業プラットフォームが構築されている。

『少年歌行』の漫画原作によるドラマ化作品は放送開始直後にプラットフォームの話題作ランキングで首位を獲得した。同作の主人公「蕭瑟」のアニメキャラクターは、中国青少年の心身健康プロジェクト「中国 100 首公益童謡伝唱」のバーチャルアンバサダーに起用された。中影年年は優酷アニメおよびアリペイと共同で『少年歌行』のバーチャルデジタルコレクションをリリースし、デジタル工業製品を芸術的コレクションへと転化させたことで、『少年歌行』の IP 価値開発や派生製品市場の循環価値を牽引し、コンテンツ創作に新たな方向性を提示した。羚邦グループは牧高笛、地球生活と共にテーマキャンプ活動を開催し、IP ライセンス協力を強化した。アニメを通じてキャンプ産業に切り込み、アニメのパッケージングによりアウトドア業界とのコラボ商品を豊かにし、盛況なキャンプブームに乗じて消費市場への展開を深化させ、異業種連携による「越境」効果をもたらした。北京市初のアニメバーチャルキャラクター「小康娃」を郵政職員として起用したテーマ郵便局では、「小康娃」という生き生きとした可愛らしく深い意味を持つキャラクターを通じて、郵政文化体験、情報交流、記念撮影などを一体化した SNS 映えスポットを作り出し、精巧な文創商品を開発してユーザーにより良い文化体験と多様なインタラクション機会を提供し、郵政企業が農村振興国家戦略に貢献し、社会的責任と経済的責任をより良く果たすことを支援している。

「アニメ＋」モデルは、アニメ制作、ブランドライセンス、派生商品開発などの産業融合の進展構想であり、上流産業と下流産業を結び付け、産業チェーンを拡張・整備し、ライセンス市場の成熟を促すと同時に、効果を上げつつその影響力を拡大し、北京市のアニメ産業のブランド構築を大いに促進している。

2、国産 IP の特色化傾向が強まり、アニメ作品の全年齢化が進行

2022 年は中国アニメ 100 周年にあたり、中国の伝統文化に基づきつつも現代的な要素を兼ね備えた作品が次々と登場し、中国アニメの百年にわたる発展の成果と巨大な潜在力を示している。北京オリンピック組織委員会が認可したアニメ映画『我们的冬奥（私たちの冬季オリンピック）』は、2 月 19 日に全国公開され、分子互動の『非人哉』や寒木春華の『羅小黑』といった新世代のスーパー IP が、数世代の中国人に親しまれたアニメキャラクターとともに再登場し、新たな物語を紡いだ。本作には現代中国のウィンタースポーツの情熱と、古き北京の民俗や伝統文化が共存し、世界中の観客に贈るアニメクリエイターたちの厚い思いが込められている。同時に、中国文化の世界的発信にも貢献しており、IP で時代の物語を語るという新たな可能性を示している。中国アニメには大きな期待がかかっている。

国内の長編動画プラットフォーム（テンセント、iQIYI、Youku、Bilibili）は、「コスト削減と効率向上」を掲げる中でもアニメ作品数を増やしており、北京アニメの代表作は強い牽引効果を示している。国産アニメ（国漫）はもはや子供向けの幼稚な内容だけでなく、オタク文化に閉じた二次元でもなく、全年齢層に向けた作品が産業発展の主流となっている。これはアニメ産業の上下流産業全体の発展を促進する重要な要素であり、成人層の消費力もまた新たな活力を産業にもたらしている。

（二）版号の再発行とデジタル・メタバースがゲーム産業の回復を促進

1、供給側では版号の安定的な発給、消費側では輸出拡大

2021 年に停止されていた国産オンラインゲームの審査・発行は、2022 年 4 月に再開され、12 月末までに 7 回にわたって計 512 件の版号が発給された。そのうち、国産ゲーム版号が 468 件、輸入ゲーム版号が 44 件である。北京の

ゲーム企業が出版・運営する国産優良ゲームは76本で、そのうち73本がモバイルゲームであった。2021年の版号停止前と比べると、年間発給数は減少しているものの、発給の安定性が徐々に回復しつつあり、ゲーム産業にとって前向きなシグナルとなっており、産業の回復と成長を促進している。今後、ゲームが版号を取得して正式にリリースされることで、産業の産出額も段階的に回復すると予測されている。

2022年においても、ゲーム企業の海外展開は北京ゲーム産業の主要な成長源であり、企業が自ら開発したゲーム製品の輸出データも引き続き安定した上昇を示している。ゲーム産業の海外展開は対象国・地域の範囲が広がり、製品の種類も多様化している。パンデミック対策が常態化した後も、海外のモバイルゲームユーザーの利用時間は、パンデミック初期よりは減少したが、パンデミック前より依然として高い水準を維持している。2022年11月時点で、世界モバイルゲームパブリッシャーの収益ランキングTOP100には、中国企業が43社ランクインしており、趣加互娛、IM30、壳木遊戯、江娛互動、朝夕光年、樂元素、麦吉太文、智明星通、完美世界、有愛互娛など北京のゲーム企業が多数名を連ねている。より多くのゲーム企業が海外市場をターゲットにする中で、政策面からも中国ゲーム企業の海外進出が奨励されている。商務部など27部門が共同で発表した『意見』では、オンライン文学、ネット配信、音楽、パフォーマンス、ゲーム、デジタル映画、アニメ、デジタル出版、eスポーツなどの分野での輸出競争力の強化と文化的価値の向上、国際的な影響力を持つ中国文化の象徴を築くことが明確に示されている。北京の国際文化貿易は規模と質の両面で向上し、北京ゲーム産業も多分野・多層次にわたる文化交流活動を展開している。

2、ゲーム産業がメタバース発展の突破口に

中国共産党中央弁公庁および国務院弁公庁は、『国家文化デジタル化戦略の推進に関する意見』および『第14次五カ年文化発展計画』を相次いで公布した。北京市はこれらの方針を深く理解し、デジタル経済と文化産業の発展をめぐる内在的意義を明確化し、資源を統合し、基盤を整備し続け、科学技術と文化の融合・革新体制を絶えず充実させている。北京市が世界的なデジタル経済の模範都市としての構築を進める中で、首都の文化デジタル化戦略も着実に深化しており、ゲーム産業の発展が加速している。文化産業の重要

な分野として、デジタル経済の新たな機会を捉え、技術を革新し、コンテンツに注力し、産業チェーンを強化し、融合発展を目指している。『北京城市副中心メタバース革新発展アクションプラン（2022～2024年）』では、3年間の取り組みにより、北京市副都心を文化・観光コンテンツに特化したメタバース応用の模範地区として構築することを掲げており、100社以上のメタバース関連企業を育成・誘致し、30件以上の「メタバース+」の代表的応用プロジェクトを実現することを目指している。

一般大衆が思い描くメタバースの実現可能なユースケースの中で、「ゲーム」は最も優先度の高い分野であり、本来の仮想性からもメタバースとの親和性が高い。ゲーム産業は現在、メタバース発展の突破口となっている。完美世界などの上場企業および未上場部門は、それぞれの分野でメタバース関連の展開と模索を進めており、それに伴う人材需要も顕著になっている。ゲームコンテンツ制作を中心事業とする立場から、メタバース関連事業の計画が秩序立てて進行している。メタバースの初期媒体として、2022年におけるゲームにおいてはオンラインとオフラインの連携が一層強化され、メタバース関連のゲーム企業は、オンライン操作とリアルな現実空間を融合させたゲームコンテンツを多数リリースし、仮想と現実の連動性が高まっている。当紅齊天グループが開発した「メタバースを基盤とした首鋼産業遺産保護シナリオ」（すなわち「首鋼第一高炉・SoRealメタバースパーク」）は、デジタル民生および文化・観光・商業圏分野の市級主要応用シナリオリストに選定され、2023年前半には本格的に公開される見通しである。これは華北地区最大のオフライン・メタバース入口となるだけでなく、XR技術と産業遺産を結びつけた世界初の国際的文化・科学技術テーマパークであり、冬季オリンピックの遺産継承における重要プロジェクトでもある。

2022年、北京市のアニメ・ゲーム産業は全体として安定した発展傾向に入った。国家政策の支援と首都としての成熟した市場環境を背景に、北京市のアニメ・ゲーム産業は規範化、健全化、多様化の発展を遂げ、制度体系も一層整備された。多次元の産業収益化チャネルを開拓し、多方面での産業イノベーションと融合を模索し、オンライン・オフラインの統合的な取り組み、国内外同時進行の発展を進めている。オリジナルの高品質作品が着実に登場し、高品質ゲームが次々と海外に進出することで、海外市場を開拓すると同

時に中国の伝統文化も発信し、北京アニメ・ゲームブランドの競争力と国際的影響力の一層の向上に寄与している。

※本報告書に取り扱うデータはすべてネット統計によるものである。

2022年北京市动漫游戏产业发展报告

据北京市文化和旅游局、北京动漫游戏产业协会统计，2022年北京动漫游戏产业总产值约1238.68亿元，约占全国动漫游戏总产值的23.9%；相比2021年的1203.09亿元，增长约2.96%（见表1），产值增速同比回落，稳中趋缓，整体产业依旧处于恢复态势。

扩张降速，并非动漫游戏行业衰落的表现，相反，这表示，整个动漫游戏行业正以更健康的模式稳健前行。产业持续不断的高速发展往往会带来过度的扩张，在增长后迈入平稳期，实际是动漫游戏行业追求可持续发展的“积极信号”。

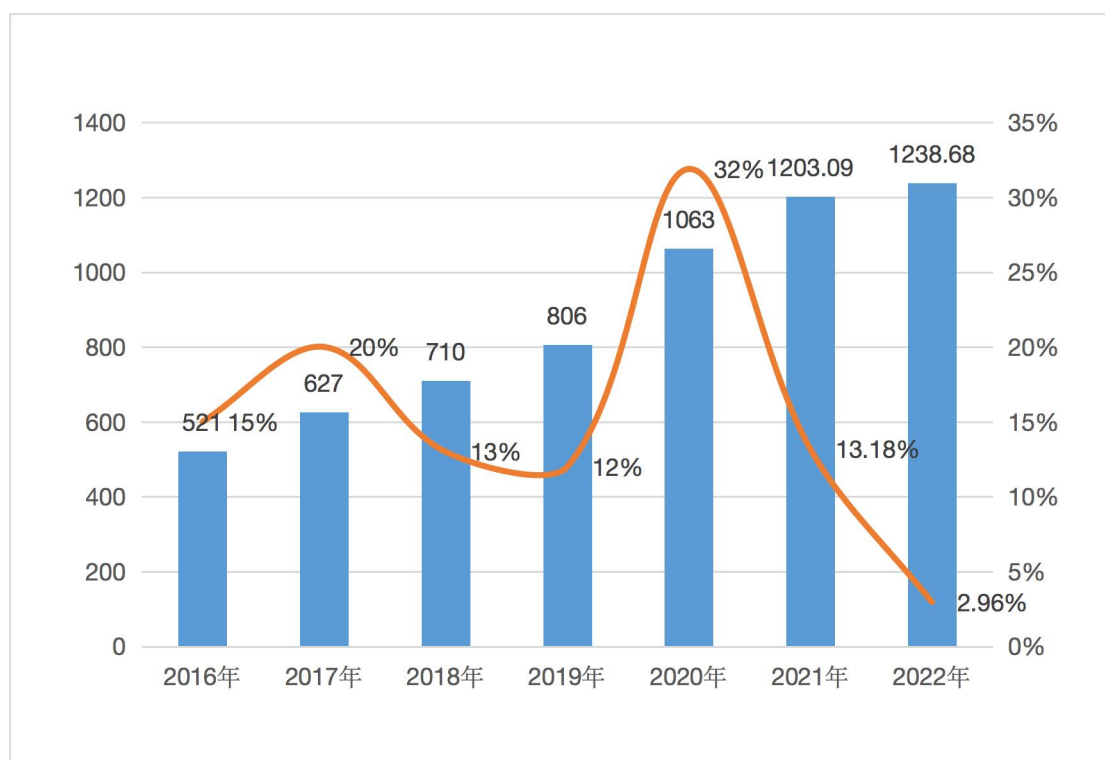


表1：2016-2022年北京动漫游戏产值情况

动漫游戏行业发展总体情况

2022年北京市游戏企业总产值约为1051.13亿元，约占全国游戏市场收入的35%，较之2021年的1022.61亿元增长了约2.79%（见表2），而2022年国内游戏用户规模首次呈现负增长，北京游戏市场持续转向存量竞争时代。在收入细分领域，移动游戏市场依旧占据主要地位，自研出口游戏市场保持稳定增长，北京市动漫游戏企业出口产值达到约597.14亿元，与2021年的575.33亿元相比增长了约3.79%，较之其他版块，海外市场已经成为了多家游戏公司新的增长点。时隔八个月后，停发的游戏版号终于恢复审批下发。截至2022年12月，北京地区申请通过国产游戏版号76个，占全国国产游戏版号通过数量的16.24%。政策端释放的这一积极信号为目前的游戏市场注入更多活力。

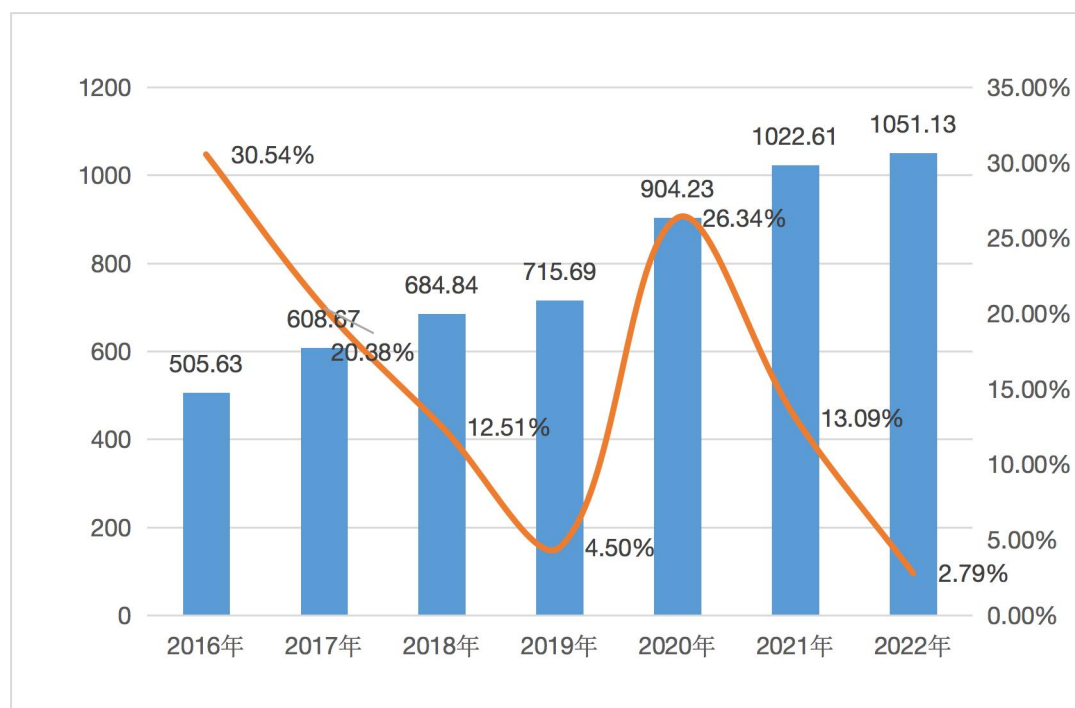


表2：2016-2022年北京游戏收入情况

动画方面,2022年1-10月全国国产电视动画片在广电总局备案登记生产动画片总量为113169.6分钟,其中北京企业生产的动画片总量6678分钟,约占全国总量的5.9%,央企生产的动画片总量为5773分钟,约占全国总量的5.1%。2022年北京动漫企业总产值约为187.55亿元,较之2021年的180.48亿元增长了约3.92% (见表3)。

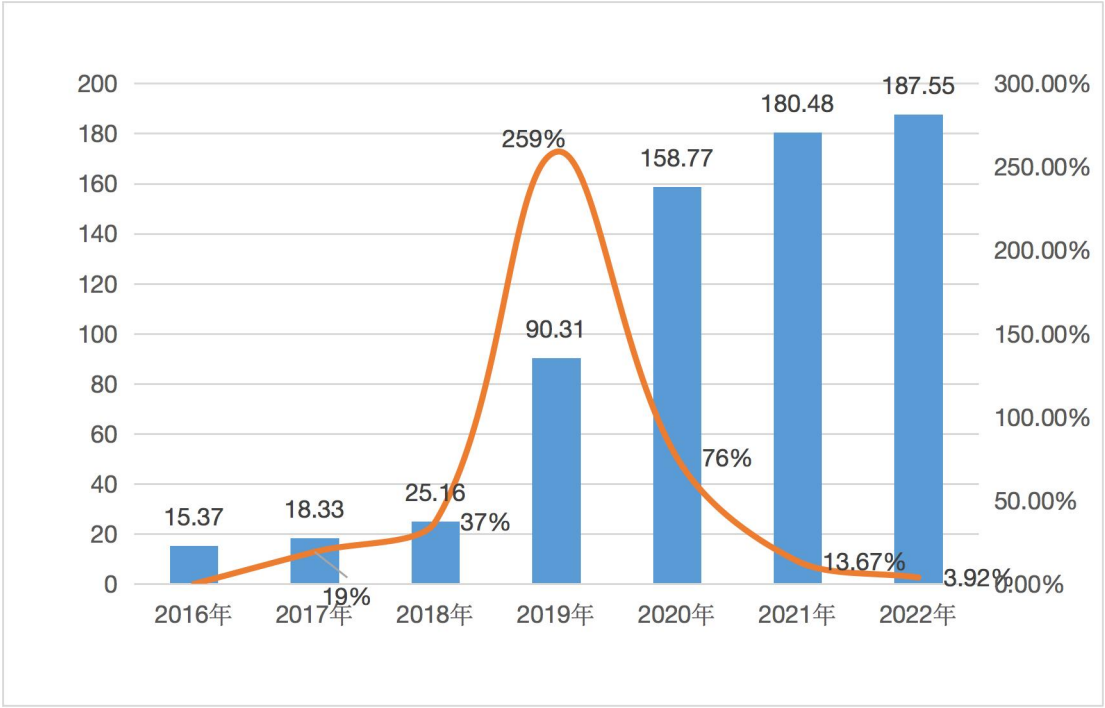


表3: 2016-2022年北京动漫收入情况

后疫情时代,在动漫游戏存量格局下,行业呈现出“加减法并用”的策略:一方面巩固核心竞争力与优势产品,以高品质与精品化成为主线;另一方面,进一步加大海外市场的开拓,并借助元宇宙、数字藏品等议题布局新兴业态,将诸多产业形式与动漫游戏 IP 融合,落实创新驱动发展,推进产业转型升级,并逐步朝着动漫游戏“全产业链”“全年龄段”的发展方

向。为文化产业高质量发展和文化消费提质增效积极赋能，开辟动漫游戏发展的“新纪元”。

（一）打造中国动漫品牌、促进动漫“全产业链”和“全年龄段”发展

1、“动漫+”跨界融合推动产业链进一步整合

中国动漫市场规模已达千亿，我国正在把包括动漫产业在内的文化产业建设成国民经济支柱。国家相应推出了一系列推进动漫文化产业发展的政策。“动漫+X”模式的应用，将动漫与其他产业不断深度融合，制造产业创新发展之路，构建集动画、漫画、电影、游戏、影视、文学、旅游、主题乐园、地产、医疗、餐饮、家居、玩具等为一体的动漫IP+的全产业平台。

《少年歌行》漫改电视剧一经开播，迅速登顶平台热度剧集榜首，其主角萧瑟的动漫形象，成为了中国关心下一代健康体育基金会青少年身心健康工程专项基金“中国 100 首公益儿歌传唱”虚拟形象大使，中影年年联合优酷动漫和支付宝共同推出少年歌行虚拟数字藏品，将数字化工业产品转化为艺术藏品，不仅带动了少年歌行的 IP 价值开发和衍生品领域的产品流通价值，还为内容创作方面提供了新的方向。羚邦集团联合牧高笛、地球生活举办的主题露营活动，加强 IP 授权合作，以动漫的方式打开露营，以动漫的包装丰富户外联名产品，乘着如火如荼的露营产业风口，深化消费市场布局，通过跨行业的强强联合，带来“破圈”效应。北京首家邀请动漫虚拟形象

成为邮政员工的小康娃主题邮局，通过“小康娃”这个生动可爱、寓意深刻的形象，打造“三位一体”的空间，集全新的邮政文化体验、信息交流互动和广大市民、游客参观留念的网红打卡空间于一身，开发丰富精美的文创产品，带给用户更好的文化体验、更多的互动机会，助力邮政企业在推进乡村振兴国家战略中发挥作用，更好地履行社会责任、经济责任。

“动漫+”将动画制作、品牌授权、衍生品开发等产业融合的进展思路，上游产业和下游产业相结合，既拓展完善了产业链，带动产业授权市场日益成熟，收获效益的同时又扩大了影响，相当程度上促进了北京动漫产业的品牌建设。

2、国产IP特色化趋势加剧，动漫作品全龄化

2022年时值中国动画百年，基于中国传统文化、又不乏现代气息的作品不断涌现，正见证着中国动画历经百年发展后的繁荣和巨大潜力。北京奥组委特许动画电影《我们的冬奥》于2月19日在全国公映，分子互动的“非人哉”和寒木春华的“罗小黑”作为新生代超级IP与那些伴随几代中国观众成长的动画明星，再次现身续写新篇，片中既有现代中国冰雪运动的激情，又有老北京的民俗和传统文化，作为动画人献给全世界观众的一份厚礼，同时也向世界传播中国文化。用IP讲述时代故事，中国动画大有可为。

国内长视频平台腾讯、爱奇艺、优酷、B站，在大谈“降本增效”的同时，不断增加动画片单，北京动漫头部产品带动

效应显著。国漫已经不再是只给小孩子看的低龄幼稚内容，也不只是二次元的“圈地自萌”，全龄向是动漫产业发展的趋势。有利于促进动漫产业上下游一齐发展的重要环节，成年人的消费能力也为动漫产业带来新的活力注入。

（二）版号重发与数字元宇宙带动游戏行业回暖

1、供给侧版号发放稳定和消费侧出口扩容

国产网络游戏审批继 2021 年暂停核发后于 2022 年 4 月迎来重启，截止 12 月底已下发版号 7 批次，共计 512 个，其中国产游戏版号 468 个，进口游戏版号 44 个。由北京游戏企业出版运营的国产优秀游戏 76 个，其中 73 款均为移动端游戏。尽管全年版号总量低于 2021 年版号停发前，但版号发放的逐步稳定仍为游戏行业释放了积极信号，带动行业恢复增长，后续产业产值也有望随着游戏获得版号上线后将逐步得到修复。

2022 年，游戏厂商出海依然是北京游戏产业主要增长点，企业自行研制开发的游戏产品出口数据继续稳定攀升。游戏产业出海涉及的国家 and 地区明显增多，产品类型也更为多元。疫情防控常态化后，海外手游用户的使用时长虽然较疫情爆发初期有所回落，但仍显著高于疫情前的水平。到 2022 年 11 月份，全球手游发行商收入榜 TOP100 中就有 43 个中国厂商，趣加互娱、IM30、壳木游戏、江娱互动、朝夕光年、乐元素、麦吉太文、智明星通、完美世界、有爱互娱等北京游戏企业纷纷入围。在越来越多的游戏公司瞄向海外市场的同时，政策端也开始鼓

励中国游戏企业出海。由商务部等 27 个部门发布的《意见》明确提出，积极培育网络文学、网络视听、网络音乐、网络表演、网络游戏、数字电影、数字动漫、数字出版、线上演播、电子竞技等领域出口竞争优势，提升文化价值，打造具有国际影响力的中华文化符号。北京国际文化贸易规模与质量齐头并进，北京游戏产业也在多领域、多层次开展系列文化交流活动。

2、游戏产业成元宇宙发展突破口

中共中央办公厅、国务院办公厅先后印发了《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》《“十四五”文化发展规划》，北京市深入贯彻落实文件精神，深入理解数字经济和文化产业发展内涵，统筹资源，厚植沃土，不断完善科技文化融合创新体系。在北京建设全球数字经济标杆城市背景下，首都文化数字化战略走深向实，游戏产业发展进入快车道。作为文化产业的重要领域，把握数字经济新机遇，创新技术，深耕内容，完善链条，融合发展。《北京城市副中心元宇宙创新发展行动计划（2022-2024 年）》提出，力争通过 3 年的努力，将北京城市副中心打造成为以文旅内容为特色的元宇宙应用示范区：培育、引进 100 家以上元宇宙生态链企业，落地建成 30 项以上“元宇宙+”典型应用场景项目。

在大众对元宇宙的构想中，“游戏”是优先级最高的落地场景之一，其原本的虚拟属性，天然地容易与元宇宙联系起来，游戏产业正在成为元宇宙发展的突破口。完美世界等上市公司

及非上市业务板块，在各自的领域推进元宇宙相关的布局与探索，释放相应岗位需求。立足于主营业务游戏内容制作的方向定位，有序推进元宇宙相关业务规划的落地。作为元宇宙的早期载体，2022年游戏中的线上线下联动持续加强，元宇宙概念相关的游戏公司推出了更多将线上游戏操作和线下真实场景相结合的游戏内容，虚拟和现实的联动增强。当红齐天集团打造的“基于元宇宙的首钢工业遗产保护场景”（即“首钢—高炉·SoReal 元宇宙乐园”）入选数字民生与文旅商圈领域市级重大应用场景清单。预计在2023年上半年重磅“出炉”，届时，它将成为华北地区最大流量的线下元宇宙入口，也是全球第一个将XR技术和工业遗存相结合的国际文化科技乐园及冬奥遗产传承重点项目。

2022年北京动漫游戏产业整体进入平稳发展趋势。基于国家政策的扶持助力，和首都逐渐完善的市场环境优势，北京动漫游戏产业规范化、健康化、多样化发展，制度体系更加完善。开拓多维度产业变现渠道，探索多方向产业创新融合路径，线上线下综合发力、国内国外同步进行，原创精品产品上线稳健、高品质游戏屡屡出海，开拓海外市场的同时弘扬中国传统文化，进一步提升了北京动漫游戏品牌竞争力与国际影响力。

*报告中涉及数据均来源于网络统计