

بنفاق يتجاوز 1.10 مليار دولار ونمو سنوي 11.5%

مصر تتصدر أسواق الألعاب الرقمية من حيث الحجم في المنطقة

- انتشار الألعاب بين مستخدمي الإنترنت يعزز ديناميكية السوق المصري مدفعاً بقاعدة مستخدمين كبيرة وتفاعل رقمي مرتفع
- سوق الألعاب الإقليمي يصل إلى 2.52 مليار دولار مدفعاً بنمو متسارع في مصر والسعودية والإمارات
- ألعاب الفيديو تستحوذ على 63.2% من إجمالي إنفاق الوسائط الرقمية متجاوزة الإنفاق المجمع على خدمات بث الفيديو حسب الطلب والموسيقى الرقمية

القاهرة، جمهورية مصر العربية – 04 فبراير 2026: كشفت دراسة تحليلية حديثة أعدّتها "جلال وكراوي للاستشارات الإدارية" بالتعاون مع "مجموعة أورينت بلانيت"، أنّ صناعة ألعاب الفيديو أصبحت القطاع الأكبر من حيث إنفاق المستهلكين على الوسائط الرقمية في منطقة الشرق الأوسط، متجاوزةً القيمة المجتمعة لخدمات بث الفيديو حسب الطلب والموسيقى الرقمية، في مؤشر واضح على التحولات العميقة في أنماط الاستهلاك الرقمي بالمنطقة.

جاء الإعلان عن نتائج الدراسة ضمن فعاليات "ميديا زد"، التي نظمتها أكاديمية دبي للإعلام، مؤخراً بالتعاون مع الجامعة الكندية دبي.

وبينت الدراسة أن إجمالي الإنفاق على ألعاب الفيديو في الأسواق الثلاثة الرئيسة محل التحليل، المملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، وجمهورية مصر العربية؛ بلغ نحو 2.52 مليار دولار خلال عام 2024، مقارنة بـ 1.16 مليار دولار لخدمات الفيديو حسب الطلب، و 306.7 مليون دولار للموسيقى. وبذلك تستحوذ الألعاب على 63.2% من إجمالي إنفاق المستهلكين على الوسائط الرقمية في هذه الأسواق.

واستندت الدراسة، إلى مصادر معتمدة وموثقة أبرزها "ستاتيستا" و"داتا ريبورتال" وشركاؤها الرئيسيون مثل "جي إس إم أيه إنجلننس" و"سيميلار ويب". وركّزت الدراسة على أنماط الإنفاق على الألعاب الفيديو، وخدمات بث الفيديو حسب الطلب، والموسيقى الرقمية في كل من مصر وال السعودية والإمارات. وتمثل الأرقام الواردة تقديرات الإنفاق للعام الكامل 2024، مع مقارنات سنوية تستند إلى بيانات السوق الموثقة.

تحول نوعي في سلوك المستهلك الرقمي

أظهرت نتائج الدراسة أن قطاع الألعاب تحول من نشاطٍ ترفيهي هامشي، إلى منظومة اقتصادية متكاملة تقود سلوك المستهلك الرقمي، مدفوعةً بانتشار الهواتف الذكية، وتنامي ثقافة اللعب التفاعلي، وارتفاع معدلات الإنفاق داخل الألعاب والمنصات المرتبطة بها.

وتعليقًا على نتائج الدراسة، أكد المهندس عاصم جلال، الشريك المؤسس في "جلال وكراوي للاستشارات الإدارية"، أن نتائج الدراسة تبيّن بوضوح أن صناعة الألعاب الفيديو باتت أحد المحركات الرئيسية لاقتصاد المحتوى في المنطقة، لما تولّده من منظومة متكاملة من الفرص في مجالات التصميم، والسرد القصصي، والإنتاج الإبداعي، والتسويق الرقمي، إلى جانب إدارة المجتمعات الافتراضية وحوكمة حقوق الملكية الفكرية، مشيرًا إلى أن هذا التحول يمنح الكفاءات العربية مساحة حقيقة للمنافسة في سوق عالمي متّنام، انطلاقًا من أسواقهم المحلية، دون الحاجة إلى الانتقال خارج المنطقة.

وأضاف جلال: "من الأخطاء الشائعة حصر صناعة الألعاب الفيديو في إطار تطوير البرمجيات فقط، في حين تؤكّد المؤشرات أنها منظومة متكاملة متعددة التخصصات تتطلّب مهارات إبداعية وفنية وتسويقيّة وقانونية متكاملة. وأشار إلى أن حجم سوق الألعاب في المنطقة، الذي تجاوز المليارين ونصف دولار، يفتح المجال أمام مجموعة كبيرة من التخصصات، من مصممي الشخصيات والرسامين ومؤلفي القصص، والملحنين، والمؤدين الصوتيين، إلى خبراء التسويق الرقمي ومديري المجتمعات والمتخصصين في حقوق الملكية الفكرية والعقود الدولية، ما يجعل هذه الصناعة فرصة حقيقة لتمكين الشباب العربي من الانخراط في إنتاجات عالمية تطلق من مدن مثل القاهرة والرياض ودبي".

ومن جانبه أكدّ د. نضال أبو زكي، مدير عام "مجموعة أوريينت بلانيت"، أن هذه المؤشرات تعكس تحوّلًا استراتيجيًّا في بنية الاقتصاد الرقمي في المنطقة، حيث باتت الألعاب الفيديو منصة اقتصادية وإعلامية مؤثرة تستقطب استثمارات متّامية، وتسمّم في إعادة تشكيل العلاقة بين

العلامات التجارية وجمهورها، لا سيما فئة الشباب. وأوضح د. أبوزكي أن تجاوز إيرادات الألعاب حجم الإنفاق المجمع على خدمات بث الفيديو والموسيقى يستدعي مراجعة شاملة لنهج استراتيجيات التسويق الرقمي، وصناعة المحتوى، وبناء المجتمعات الرقمية، خاصة في منطقة تتمتع بقاعدة شبابية نشطة رقمياً.

وأضاف د. أبوزكي: "إن التركيبة السكانية الشابة في العالم العربي، تعزز من جانبية قطاع الألعاب وتقدم قيمة تنافسية عالية لناشرى الألعاب ومنتجى المحتوى على المستوى العالمي، إذ يُشكل من هم دون 35 عاماً نحو 62.8% من السكان. وتكشف البيانات عن فرص استثمارية نوعية لا تزال غير مستغلة بالشكل الكافي. كما يؤدي الانتشار الواسع للهاتف الذكية، إلى جانب القوة الشرائية المرتفعة في أسواق الخليج، وتوافر قاعدة لاعبين كبيرة في مصر، إلى ترسیخ مكانة الشرق الأوسط كإحدى أسرع مناطق نمو صناعة الألعاب على مستوى العالم".

ومن جانبها، أكدت منى بو سمرة، رئيسة أكاديمية دبي للإعلام، أن نتائج الدراسة تعكس تحولاً جوهرياً في طبيعة العلاقة بين الأجيال الجديدة ووسائل المحتوى الرقمي، موضحةً أن جيل زد وألفا لا يتعاملان مع الألعاب الرقمية بوصفها أداة للترفيه فحسب، بل كفضاءات تفاعلية للتعبير وبناء المجتمعات الافتراضية.

وأشارت بو سمرة إلى أن هذا التحول يفرض على المؤسسات الإعلامية إعادة النظر في نماذجها التقليدية للوصول إلى الجمهور، مؤكدةً أن فعالية ميديا زد تأتي في هذا السياق بوصفها منصة معرفية تهدف إلى تمكين الإعلاميين والمسوقين وصناع المحتوى من الأدوات والرؤى العملية التي تساعدهم على التفاعل بفعالية مع التحولات التي تقودها صناعة الألعاب ومنصات المحتوى الرقمية الحديثة.

مصر.. سوق واسع يقوده انتشار الألعاب عبر الهواتف المحمولة

وعلى مستوى الأسواق، جاءت مصر كأكبر سوق من حيث الحجم الإجمالي، بإنفاق بلغ 1.10 مليار دولار على ألعاب الفيديو، مدفوعاً بقاعدة سكانية واسعة ونسبة انتشار مرتفعة للاعبين بين مستخدمي الإنترنت بلغت 91.6%， رغم انخفاض متوسط العائد لكل مستخدم (61.76 دولاراً فقط) مقارنة بأسواق الخليج. حيث تمثل الألعاب 61% من إنفاق مصر على الوسائل الرقمية، وقد نما قطاع الألعاب بنسبة مثيرة للإعجاب بلغت 11.5% على أساس سنوي، مع هيمنة ألعاب الهاتف المحمولة بنسبة استخدام 76.4% للهاتف الذكي للألعاب.

كما أظهرت الدراسة أن المملكة العربية السعودية تُعد السوق الأعلى قيمة، حيث بلغ حجم الإنفاق على ألعاب الفيديو نحو 1 مليار دولار، مستحوذاً على نحو 69% من إجمالي إنفاق المستهلكين على الوسائط الرقمية ضمن الفئات محل الدراسة، مع تسجيل أعلى متوسط عائد لكل مستخدم في المنطقة بقيمة 393 دولاراً سنويًا. وبلغ الإنفاق على خدمات الفيديو حسب الطلب في المملكة نحو 310 ملايين دولار، فيما وصل الإنفاق على الموسيقى الرقمية إلى نحو 140 مليون دولار.

أما في الإمارات العربية المتحدة، فأظهرت الدراسة أنها تمثل سوقاً رقمياً ناضجاً وعالية الدخل، حيث بلغ حجم الإنفاق على الألعاب 421 مليون دولار، وهو ما يمثل 57.5% من إجمالي الإنفاق على الوسائط الرقمية، بنسبة نمو ثابتة 7.3% على أساس سنوي، مع متوسط عائد لكل مستخدم يبلغ 280 دولاراً، وهو الثاني بعد المملكة العربية السعودية. ويُظهر السوق الإماراتي توزيعاً متوازناً نسبياً بين الألعاب، وخدمات الفيديو حسب الطلب (246 مليون دولار)، والموسيقى الرقمية (65.7 مليون دولار)، ما يعكس تنوع أنماط الاستهلاك الرقمي في الدولة.

الألعاب كمحرك لاقتصاد إبداعي جديد

وأشارت الدراسة إلى أن صعود قطاع الألعاب يفتح آفاقاً واسعة أمام الاقتصاد الإبداعي في المنطقة، بما يشمل مجالات التصميم، والرسوم، والسرد القصصي، والموسيقى، والتسويق الرقمي، وإدارة المجتمعات الافتراضية، وحقوق الملكية الفكرية، وهو ما يعزز فرص العمل للشباب العربي داخل أسواقهم المحلية، دون الحاجة للانتقال إلى مراكز الإنتاج العالمية.

وفي ضوء هذه المؤشرات، خلصت الدراسة إلى أن صناعة ألعاب الفيديو لم تعد قطاعاً متخصصاً ضمن الاقتصاد الرقمي، بل أصبحت أحد محركاته الرئيسية في الشرق الأوسط، سواء من حيث حجم الإنفاق أو مستوى التفاعل والارتباط بالجمهور. ومع استمرار النمو في أسواق كبيرة مت salariّنة النمو مثل المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات ومصر، وتزايد اندماج الألعاب في منظومة الإعلام والترفيه والتسويق، تبرز الحاجة إلى سياسات واستراتيجيات أكثر تكاملاً تدعم هذا القطاع، وتعزز دوره في الاقتصاد الإبداعي، وتفتح المجال أمام استثمارات جديدة تستفيد من التحولات السلوكية والرقمية المت salariّنة في المنطقة.

- انتهى -

للمزيد من المعلومات، يرجى الاتصال بـ:

مجموعة أورينت بلانيت

هاتف: +971 4 4562888

بريد الكتروني: media@orientplanet.com

موقع الكتروني: www.orientplanet.com