الهيئة العامة لتنظيم الإعلام
GENERAL AUTHORITY OF MEDIA REGULATION

OXFORD BUSINESS GROUP

تقرير حالة الإعلام في السعودية وفرص الاستثمار

2025

افتتاحية التقرير

في قلب التحولات الكبرى التي تشهدها المملكة العربية السعودية، يتقدم قطاع الإعلام بثقة ليأخذ موقعه المستحق كأحد أبرز روافد التغيير وركائز المستقبل.

ما كان يُنظر إليه يومًا كمنصة لنقل الخبر، بات اليوم صناعة قائمة بذاتها؛ ذات أثر اقتصادي، وثقل ثقافي، ودور محوري في تشكيل الصورة الذهنية للمملكة لدى الداخل والخارج على حد سواء.

تحت مظلة "رؤية السعودية 2030"، وضمن إطار طموح لا يعرف التراجع، تمضي المملكة في إعادة تشكيل المشهد الإعلامي بكل ما تعنيه الكلمة من تحديث، وتمكين، إلى وسيلة. نحن أمام مشهد إعلامي يتشكل، لا ليواكب العصر فحسب، بل ليصنعه.

التقرير الراهن لا يكتفي بتوصيف الحالة، بل يلتقط نبض التحول عبر بيانات وتحليلات دقيقة، ترصد ما تحقق، وتكشف عن فرص واعدة، خمسة مسارات رئيسة يتقاطع عندها مستقبل الإعلام في المملكة: الإعلام المرئي، المسموع، النشر والإعلام الرقمي، الألعاب والرياضات الإلكترونية، والإعلان والتسويق، وهذه ليست مجرد قطاعات، بل بوابات مفتوحة نحو اقتصاد إبداعي متعدد.

ولعل ما يُحسب للمنظومة الإعلامية السعودية اليوم أنها تستند إلى إصلاحات تنظيمية مدروسة، وتكامل مؤسسي متنامٍ، وشراكة واعية مع القطاع الخاص. كل ذلك في بيئة أصبحت أكثر جاذبية للمستثمر، وأكثر تعبيرًا عن المواطن.

وما تضطلع به الهيئة العامة لتنظيم الإعلام من أدوار تمكينية – بدءًا من تطوير أدوات التصنيف والترخيص، وصولًا إلى تهيئة بيئة محفزة على الاستثمار – يعكس فهمًا عميقًا لحاجة القطاع إلى الحوكمة الذكية، لا البيروقراطية؛ وإلى الشراكة، لا الإملاء.

لقد بات قطاع الإعلام في المملكة اليوم فرصة حقيقية، لا لمن يبحث عن عائد استثماري فحسب، بل لكل من يسعى لأن يكون جزءًا من قصة تحوّل غير مسبوقة في المنطقة.

هي دعوة صريحة بقدر ما هي استراتيجية لكل من ينتمي إلى هذا القطاع، ولكل من يطمح إلى دخوله، بأن يكون شريكًا في صناعة المستقبل، لا مجرد متلقٍ له.

إن هذا التقرير يُعد أداة معرفية واستراتيجية، تستهدف دعم الفاعلين في القطاع الإعلامي من مؤسسات وأفراد وتمكينهم من استشراف فرصه، والمشاركة في تشكيل ملامحه المستقبلية، على امتداد الطريق نحو 2030.

سلمان بن يوسف الدوسري
معالي وزير الإعلام ورئيس مجلس إدارة الهيئة العامة لتنظيم الإعلام

الملخص التنفيذي

يواصل قطاع الإعلام في المملكة توسّعه دعمًا لأولويات خارطة طريق رؤية السعودية 2030، من خلال تمكين إنتاج المحتوى المحلي، والتشجيع على الاستثمار، وخلق فرص عمل نوعية. وقد شهد القطاع تطورًا ملحوظًا ليغدو ركيزة استراتيجية في الاقتصاد الإبداعي، جامعًا بين التنوع الاقتصادي، والتعبير الثقافي، والتحول الرقمي. ومع هذا النمو، بات الإعلام منصّة لتجسيد الهوية الوطنية وتعزيز الحضور الثقافي للمملكة على الساحة الدولية، حيث يسهم تعزيز القدرات الإبداعية وتطوير سرديات سعودية عالية الجودة في ترسيخ صورة عالمية تليق بالمملكة.

ومن المتوقع أن تتضاعف مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي ثلاث مرات، لترتفع من 16 مليار ريال سعودي (4.3 مليار دولار) في عام 2024 إلى 47 مليار ريال سعودي (12.5 مليار دولار) بحلول عام 2030، وفقًا لتقديرات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، وهو ما يعكس تحقيق معدل نمو سنوي مركب يناهز 20%. ويستند هذا الأداء إلى تسارع التحول الرقمي، وتبني نماذج جديدة لتحقيق الإيرادات، إلى جانب توسّع الطبقة المتوسطة وارتفاع الطلب على محتوى عربي عالي الجودة ومنتج محليًا. كما يشكّل العامل الديموغرافي ميزة تنافسية بارزة، إذ أن 71% من سكان المملكة دون سن 35 عامًا، إلى جانب تسجيلها أحد أعلى معدلات انتشار الهواتف الذكية عالميًا، ما يعيد تشكيل أنماط الطلب عبر قطاع الإعلام المرئي والمسموع، وقطاع النشر والمحتوى الرقمي، وقطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية، وقطاع الإعلان.

وقد أسهم التمويل الحكومي في إرساء أسس هذا التحول؛ حيث تقود المبادرات المدعومة من صندوق الاستثمارات العامة تطوير البنية التحتية وتعزيز التكامل التقني، فيما يواصل التمويل الموجّه عبر صندوق التنمية الثقافي، ومناطق الإنتاج في نيوم، وبرنامج IGNITE، تحفيز مشاركة القطاع الخاص. وتشكل هذه الجهود نهجًا منسقًا يهدف إلى استقطاب رأس المال الخاص، وتوطين الإنتاج، وتوسيع الصناعات الإبداعية بما يتماشى مع أهداف التنويع الوطني، ما أسهم في جذب المستثمرين المحليين والدوليين إلى قطاعات تشمل إنتاج الأفلام، والألعاب والرياضات الإلكترونية، وتقنيات الإعلان، والبث، والمحتوى التفاعلي.

ويواكب هذا النمو تطورٌ تنظيمي تقوده الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، يهدف إلى تعزيز ثقة المستثمرين من خلال تبسيط إجراءات التراخيص، وتعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية، وتحديث الأطر التنظيمية للمحتوى الرقمي والمخرجات الناتجة عن الذكاء الاصطناعي. كما تسهم الإصلاحات الحديثة، بما في ذلك ترخيص «موثوق» في عام 2022، واستمرار تحديث تنظيم الإعلام المرئي والمسموع خلال الفترة 2025–2026، في ترسيخ بيئة أكثر تنظيمًا، وشفافية، ومساءلة للمستثمرين والمبدعين.

وقد شهدت الفعاليات الموسيقية الحية نموًا ملحوظًا، حيث ارتفع عددها بمقدار ستة أضعاف خلال الفترة من 2022 إلى 2025، بدعم من فعاليات رائدة مثل Soundstorm وXP Music Futures)، ما أسهم في تعزيز مكانة المملكة في قطاعي الإعلام والترفيه عالميًا. وفي الوقت ذاته، يواصل قطاع النشر التكيّف عبر مبادرات الترجمة والتوزيع الرقمي، التي توسّع نطاق الوصول وتزيد من حضور المؤلفين المحليين، مع اعتماد الطباعة عند الطلب كنموذج توزيع بديل. أما الإعلان والتسويق، فيتجهان نحو نماذج قائمة على البيانات، مع توقع استحواذ القنوات الرقمية على 90% من إجمالي الإنفاق الإعلاني في المملكة بحلول عام 2029، في إشارة إلى التحول نحو تحقيق الإيرادات عبر المحتوى القائم على التحليلات. كما تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الافتراضية الغامرة في رسم ملامح المرحلة التالية من التحول الرقمي في منظومة الإعلام الوطنية.

ويظل قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية من أكثر محركات النمو الإعلامي ديناميكيةً في المملكة، حيث تشير التوقعات إلى إسهام استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية في خلق نحو 39 ألف وظيفة، وتحقيق مساهمة اقتصادية تتجاوز 50 مليار ريال سعودي (13.3 مليار دولار) بحلول عام 2030. وشهد عام 2025 تقدمًا ملموسًا في هذا السياق، تمثّل في إصدار أكثر من 350 ترخيصًا جديدًا للأفلام، وحضور أكثر من 4500 مشارك في المنتدى السعودي للإعلام، إلى جانب تحقيق عدد من مستهدفات رؤية 2030 المرتبطة بالقطاع، بما في ذلك الإنفاق الأسري وعدد المنشآت والفعاليات الثقافية.

ورغم هذا التقدم، لا تزال هناك تحديات هيكلية قائمة، تشمل محدودية الطاقة الإنتاجية للمحتوى، ونقص الكفاءات المتخصصة، والحاجة إلى تطوير البنية التحتية للاستوديوهات، إلى جانب تحسين كفاءة الأطر التنظيمية ونماذج تحقيق الإيرادات. ويُعد التصدي لهذه التحديات، لا سيما في مجالات تطوير المهارات، وتيسير الوصول إلى التمويل في المراحل المبكرة، وتعزيز إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، عاملًا حاسمًا في إطلاق كامل إمكانات القطاع اعتبارًا من عام 2025.

ومع التطلع إلى المستقبل، تستعد المملكة لترسيخ مكانتها كوجهة إقليمية رائدة للابتكار الإعلامي والصناعات الإبداعية، مدفوعة بتقاطع التقنية، والاستثمار العام، والطاقة الريادية. ويوفر قطاع الإعلام فرصًا استثمارية واعدة ضمن سوق متنامٍ يستند إلى قاعدة ديموغرافية قوية، وتطور تنظيمي متسارع، وزخم مؤسسي متزايد. وتمكّن هذه البيئة الشركات والمستثمرين الأوائل من الاستفادة من مزايا الريادة، والمشاركة في تشكيل منظومة إعلامية متكاملة، تواصل التقدم بثبات نحو تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030.

المحتويات

05 **مقدمة**
يسهم قطاع الإعلام السعودي في التنويع الاقتصادي وتحقيق أولويات وطنية طويلة الأجل

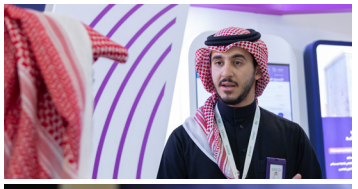
13 **بناء منظومة إعلامية شفافة وجاذبة للاستثمار**
تعزّز البيئة التنظيمية الداعمة والتوافق المستمر مع أفضل الممارسات الدولية جاذبية الاستثمار

21 **القطاعات الإعلامية الراسخة تمر بمرحلة تحول**
يقدّم كل من القطاعات الإعلامية الخمسة فرصة فريدة للنمو والاستثمار في المملكة.

33 **محركات النمو الاستراتيجية في قطاع الإعلام السعودي**
تماشيًا مع رؤية 2030، تُسرّع المملكة تطوير البنية التحتية والابتكار وتنمية المهارات للاستفادة من التحولات في تفضيلات الجمهور

45 **تحوّل قطاع الإعلام نحو رؤية السعودية 2030**
يقدّم القطاع مجموعة من فرص الاستثمار المتوافقة مع أولويات التنمية في المملكة وتحول اقتصادها الإبداعي

51 **الخلاصة والاستنتاجات**
التوقعات طويلة الأجل وأهم النتائج المستخلصة لقطاع الإعلام في المملكة



مقدمة

في ظل تسارع انتقال المملكة من اقتصاد قائم على الموارد إلى اقتصاد قائم على المعرفة، يبرز قطاع الإعلام كمحرّكٍ فاعلٍ لنمو القطاع الخاص وتعزيز مسارات التنويع الاقتصادي. ويتماشى القطاع مع مستهدفات رؤية السعودية 2030 من خلال دعم إنتاج المحتوى المحلي، وتحفيز الاستثمار الخاص، وخلق فرص عمل جديدة. وفي هذا السياق، يتموضع الإعلام كمنصّة قادرةٍ على توليد قيمة تجارية عبر سلاسل الإنتاج والمحتوى والتوزيع، إلى جانب الإسهام في تعزيز رأس المال المعنوي والابتكار الرقمي ضمن مسار التحول الشامل في المملكة.

ويركّز هذا التقرير على خمسة قطاعات استراتيجية رئيسية تشمل: الإعلام المرئي، والإعلام المسموع، والنشر والمحتوى الرقمي، والألعاب والرياضات الإلكترونية، والإعلان والتسويق. وتتقاطع هذه القطاعات مع الخصائص الديموغرافية للمملكة، وفي مقدمتها القاعدة السكانية الشابة، وارتفاع معدلات التبنّي الرقمي، إلى جانب الاستثمارات الحكومية الداعمة للبنية التحتية الإبداعية. وتشكّل هذه العوامل مجتمعةً فرصةً لتعزيز الناتج المحلي الإجمالي، واستقطاب الاستثمارات المحلية والدولية، وتوسيع قاعدة التوظيف، وإطلاق الإمكانات التجارية الكامنة في المحتوى المحلي.

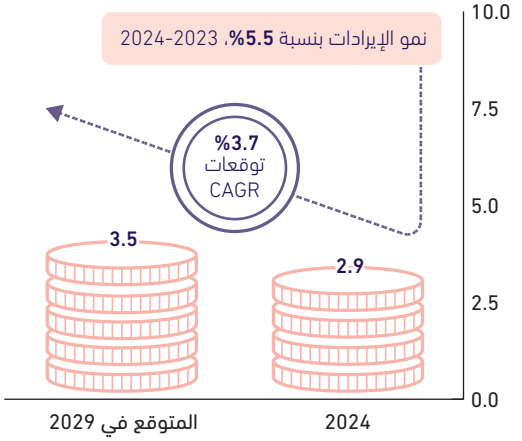
ويُتوقع أن يسجّل سوق الإعلام في المملكة معدل نمو سنوي مركب يبلغ 9% خلال الفترة من 2025 إلى 2030، ليصل حجم السوق إلى نحو 41 مليار ريال سعودي (11 مليار دولار)، وفقًا لبيانات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام. ويستند هذا النمو إلى التوسع السكاني، وارتفاع مستوى الجاهزية الرقمية، إلى جانب المبادرات المستهدفة التي تقودها جهات رئيسية تشمل وزارة الإعلام، وصندوق الاستثمارات العامة، والهيئة العامة لتنظيم الإعلام. كما تشير التقديرات إلى تضاعف المساهمة المباشرة للقطاع في الناتج المحلي الإجمالي إلى ثلاثة أضعاف خلال الفترة من 2022 إلى 2030، بالتوازي مع نمو فرص العمل في مجالات الإنتاج، والتسويق، والخدمات الإبداعية.

ورغم هذه المؤشرات الإيجابية، لا تزال هناك تحديات هيكلية تعيق تحقيق كامل إمكانات القطاع، من أبرزها تشتّت الأطر التنظيمية، ومحدودية التمويل في المراحل المبكرة، ونقص المهارات المتخصصة، إلى جانب فجوات في نماذج تحقيق الإيرادات. ويشكّل التعامل المنهجي مع هذه التحديات شرطًا أساسيًا لتعزيز جاذبية القطاع وتسريع وتيرة نموه خلال المرحلة المقبلة.

تفوق المملكة على نظرائها في نمو قطاعي الإعلام والترفيه

يُتوقع أن يسجّل قطاع الإعلام والترفيه العالمي معدل نمو سنوي مركب يبلغ 3.7% خلال الفترة من 2024 إلى 2029، مدفوعًا بارتفاع الإنفاق الإعلاني، ونمو قطاع الألعاب، ومحركات الطلب الاستهلاكي، بما في ذلك الحفلات الموسيقية الحية ودور السينما. وفي المقابل، تشير التقديرات إلى تحقيق المملكة معدل نمو سنوي مركب يبلغ 8.2% خلال الفترة ذاتها، ما يضعها ضمن أسرع أسواق مجموعة العشرين نموًا في هذا القطاع. ويُظهر هذا الأداء تفوق المملكة على أسواق قوية مثل الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة، وألمانيا، واليابان، إلى جانب تجاوزها لعدد من الأسواق الناشئة، من بينها الصين، والهند، والمكسيك. ويعكس هذا الاتجاه فرصة استثمارية جاذبة في المحتوى القابل للتوسع، والبنية التحتية الإعلامية، والتقنيات الداعمة لنمو القطاع.

لمحة عامة عن قطاع الإعلام والترفيه العالمي



الإيرادات السنوية (تريليون دولار)

من المتوقع أن يشهد الإنفاق العالمي على الإعلام والترفيه نموًا

ينمو الإنفاق العالمي على الإعلان بمعدل سنوي مركب يبلغ **6.1%** خلال الفترة من 2024 إلى 2029، أي ما يعادل **ثلاثة أضعاف** وتيرة نمو إنفاق المستهلكين البالغة 2%، مع إعادة تشكيل تقنيات الذكاء الاصطناعي لآليات الاستهداف والتخصيص وتعظيم العائد الإعلاني.

تحافظ القطاعات غير الرقمية، مثل الحفلات الموسيقية الحية ودور السينما، على دورها المحوري في القطاع، حيث شكّلت **61%** من إجمالي إنفاق المستهلكين عالميًا في عام 2024، ما يعكس استمرار الطلب على التجارب الترفيهية الحضورية.

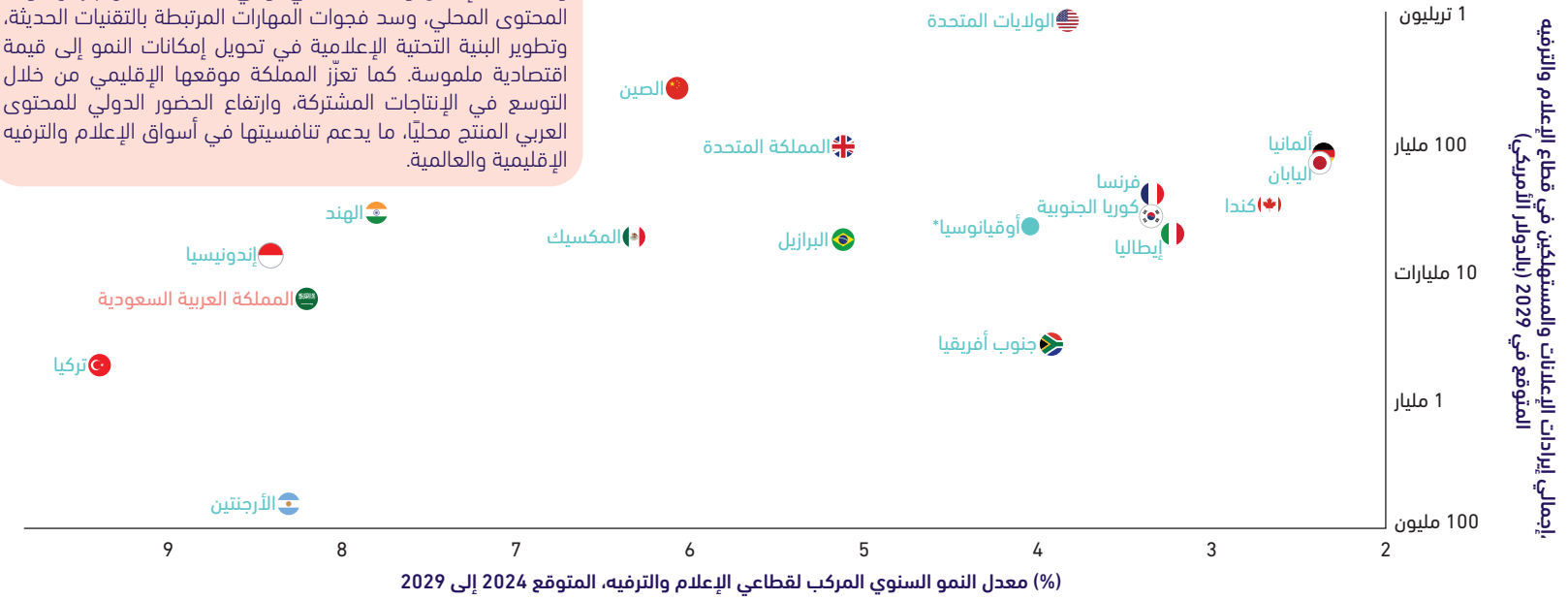
ترتفع إيرادات قطاع الألعاب عالميًا من 224 مليار دولار في عام 2024 إلى نحو **300 مليار دولار** بحلول عام 2029، ما يعزّز مكانته كأحد أسرع محركات النمو في منظومة الإعلام والترفيه.

ورغم استمرار بعض التحديات، بما في ذلك التغيرات التنظيمية والرسوم الجمركية، تدعم العوامل الهيكلية والتقنية مسار النمو العام للقطاع، وتسهم في تعزيز مرونته على المديين المتوسط والطويل.

نمو قطاعي الإعلام والترفيه في المملكة يتجاوز معظم دول مجموعة العشرين.

التوسع المتوقع في قطاعي الإعلام والترفيه لأسواق مختارة من دول مجموعة العشرين، 2024 إلى 2029*

تُظهر عدة أسواق ناشئة ضمن دول مجموعة العشرين معدلات نمو أعلى خلال الفترة من 2024 إلى 2029 مقارنةً بالأسواق الناضجة، مدفوعة بشكل رئيسي بنمو قطاعي الألعاب والإعلام الرقمي، ولا سيما الإعلان والبث التدفقي. وفي المملكة، يسهم رفع جودة المحتوى المحلي، وسد فجوات المهارات المرتبطة بالتقنيات الحديثة، وتطوير البنية التحتية الإعلامية في تحويل إمكانات النمو إلى قيمة اقتصادية ملموسة. كما تعزّز المملكة موقعها الإقليمي من خلال التوسع في الإنتاجات المشتركة، وارتفاع الحضور الدولي للمحتوى العربي المنتج محليًا، ما يدعم تنافسيتها في أسواق الإعلام والترفيه الإقليمية والعالمية.



(%) معدل النمو السنوي المركب لقطاعي الإعلام والترفيه، المتوقع 2024 إلى 2029

*تم استخدام أوقيانوسيا كمؤشر لأستراليا؛ وتم استبعاد الاتحاد الأوروبي والاتحاد الإفريقي وروسيا من قاعدة البيانات.

المصدر: *Gmedia; Omdia; PwC*

قطاع الإعلام ركيزة أساسية للتحول الاجتماعي والاقتصادي في إطار رؤية السعودية 2030

تحدّد خارطة طريق رؤية السعودية 2030 الاقتصاد الإبداعي، بما في ذلك قطاع الإعلام، بوصفه محركًا لتنويع الاقتصاد، وتطوير الثقافة، وخلق فرص العمل.

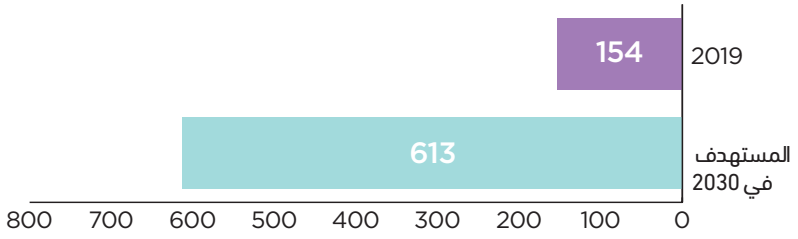
أُطلقت رؤية السعودية 2030 في عام 2016، وتوفّر إطارًا استراتيجيًا لتنويع الاقتصاد، وتطوير المؤسسات من خلال التعاون بين القطاعين العام والخاص، ورفع جودة الحياة.

ويدعم قطاع الإعلام ذلك من خلال توسيع المحتوى المحلي، وتعزيز التحول الرقمي، وتقوية مسارات تطوير الكفاءات على امتداد سلسلة القيمة.

ومع تزايد انتشار القصص السعودية والكفاءات المحلية على المنصّات العالمية، يبرز الإعلام بوصفه أداةً للدبلوماسية الثقافية ومصدرًا للسمعة المؤسسية.

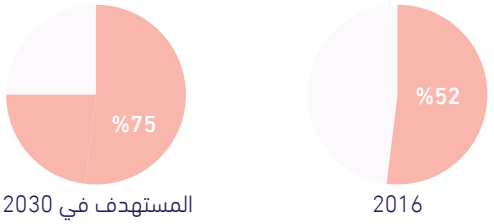
تشمل الأهداف المرتبطة بالإعلام لعام 2030:

زيادة عدد المنشآت الترفيهية



زيادة إنفاق الأسر على الترفيه

زيادة حصة المحتوى المحلي في الإنفاق غير النفطي



يدعم قطاع الإعلام بشكل مباشر ثلاثة من برامج تحقيق رؤية السعودية 2030

برنامج جودة الحياة
تعزيز عروض المملكة الترفيهية، وتقوية الهوية الثقافية، ودعم التماسك الاجتماعي من خلال الإعلام الموجّه نحو المجتمع.

برنامج تطوير القدرات البشرية
تقديم برامج تدريبية لتأهيل الكفاءات السعودية في مجالات متخصصة، تشمل الرسوم المتحركة، وكتابة السيناريو، وتصميم الألعاب، وإدارة الإنتاج، بما يدعم بناء رأس مال بشري تنافسي.

برنامج التحول الوطني
دعم البنية التحتية الرقمية، وتطوير المنصّات الإعلامية القابلة للتوسّع، بما يسهم في توسيع قاعدة الجمهور، وتعزيز توزيع المحتوى، وفتح قنوات جديدة للتفاعل مع المستهلكين.

المصدر: *Quality of Life Programme; Vision 2030*

القطاع يحقق تأثيرات مضاعفة عبر التوظيف والابتكار

رؤية السعودية 2030 كمحرّك للتحول

يتموضع قطاع الإعلام في المملكة محرّكًا رئيسيًا للتنويع الاقتصادي، والتعبير الثقافي، وتعزيز جودة الحياة. وتعمل المملكة على ترسيخ مكانتها كوجهة إقليمية للإعلام من خلال الاستثمار في البنية التحتية الرقمية، وتوسيع نطاق المحتوى العربي، وإبراز التراث الوطني عبر السينما، والموسيقى، والنشر. وتسهم هذه الجهود في إعادة تقديم القيم والهوية والإبداع السعودي المعاصر بصورة أكثر حضورًا وتأثيرًا على المستوى العالمي.

الأثر الاجتماعي والاقتصادي

يسهم قطاع الإعلام في دعم النمو غير النفطي، حيث تعيد قطاعات البث التدفقي، والألعاب، والتسويق عبر المؤثرين تشكيل منظومة الإعلام. ومع وجود 71% من سكان المملكة دون سن 35 عامًا وفق بيانات الهيئة العامة للإحصاء GASTAT، يتسارع الطلب على المحتوى الرقمي المرتبط بالثقافة المحلية. كما يدعم القطاع بناء مهارات محورية في مجالات الإنتاج، والتصميم، والتفاعل الرقمي، وهي عناصر أساسية لتحقيق العائدات التجارية. وتشير تقديرات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام إلى نمو مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي من **16 مليار ريال سعودي** (4.3 مليار دولار) في عام 2024 إلى **47 مليار ريال سعودي** (12.5 مليار دولار) بحلول عام 2030، إلى جانب توفير نحو **150 ألف** وظيفة. وتمتد التأثيرات المضاعفة للقطاع إلى ما يتجاوز التوظيف المباشر، حيث يدعم فرص العمل في الإنتاج، والخدمات اللوجستية، والإعلان، والخدمات الإبداعية المرتبطة، فضلًا عن تحفيز النشاط في قطاعات مكمّلة مثل السياحة والتقنية.

الركائز المؤسسية

تضطلع وزارة الإعلام بتحديد التوجه الوطني للقطاع، بينما تتولى الهيئة العامة لتنظيم الإعلام تنظيم التراخيص، والتصنيف، ومعايير المحتوى. وتسهم مبادرات مثل التصنيفات العمرية وترخيص "موثوق" في تقليل مخاطر الاستثمار وتبسيط متطلبات الامتثال. كما يؤكد التحديث المستمر لتنظيم الإعلام السمعي والبصري التزام المملكة ببناء قطاع إعلامي منظم وقادر على المنافسة عالميًا.

التحديات حتى عام 2030

تشمل التحديات الهيكلية محدودية التمويل في المراحل المبكرة، ونقص الكفاءات بالتزامن مع توسّع القطاع، وفجوات المهارات في مجالات متخصصة مثل المؤثرات البصرية VFX، والتفاوت الإقليمي في البنية التحتية، إضافة إلى نقص المحتوى العربي المحلي عالي الجودة. كما تحد توقعات الحصول على المحتوى مجانًا من كفاءة تحقيق الإيرادات، في حين يسهم تداخل الصلاحيات التنظيمية في خلق قدر من عدم اليقين. ولا تزال ممارسات الاستدامة البيئية، مثل الإنتاج منخفض الانبعاثات أو الكفء في استخدام الموارد، في مراحلها الأولى حتى نهاية عام 2025. ويُعد التعامل المنهجي مع هذه التحديات عاملًا حاسمًا لإطلاق العوائد الاستثمارية وتعظيم القيمة الثقافية والاقتصادية للإعلام السعودي.

صاحبة السمو الملكي الأميرة لمياء بنت ماجد آل سعود، الرئيس التنفيذي لمجموعة روتانا الإعلامية

الأميرة لمياء
بنت ماجد آل سعود

كيف أعادت رؤية السعودية 2030 صياغة ملامح قطاع الإعلام في المملكة؟

الأميرة لمياء: أرست رؤية السعودية 2030 ركائز اقتصادية جديدة تشمل السياحة، والترفيه، والثقافة، وهو ما حوّل قطاع الإعلام إلى محرك أساسي للنمو الوطني ورأس المال المعنوي. وقد دعم القطاع نحو 67 ألف وظيفة في عام 2024، مع استهداف رفع مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي إلى 0.8% بحلول عام 2030، أي ما يعادل نحو 47 مليار ريال سعودي، مقارنةً بـ 0.6% في عام 2024. ومع كون 71% من السكان دون سن 35 عامًا، يشكّل الجمهور الشاب وديناميكيته قوة دافعة للتعبير الإبداعي والاستهلاك الرقمي. وبينما تستعد المملكة لاستضافة فعاليات عالمية في الأعوام 2027 و2030 و2034، يتسارع الاستثمار في التدريب والإنتاج والتوزيع ليواكب طموحات رؤية السعودية 2030 الهادفة إلى ترسيخ مكانة المملكة مركزًا إعلاميًا إقليميًا رائدًا.

ما هي أبرز الفرص والفجوات أمام المستثمرين؟

الأميرة لمياء: لا تزال بعض الركائز غير مكتملة، خصوصًا في مجالات ما بعد الإنتاج، وخدمات الدعم، ووكالات إدارة المواهب، ما يخلق فرصًا استثمارية واضحة. ويُعد التوطين عنصرًا أساسيًا، ليس فقط على مستوى اللغة، بل في السرد والهوية البصرية والقيم. فالمحتوى السعودي يحتاج إلى أن يكون متجذرًا في الثقافة المحلية مع الحفاظ على جاذبيته العالمية، ومع ترحيب الحكومة بالشراكات، يُشجَّع المستثمرون الدوليون على الاستثمار المباشر داخل المملكة.

كيف تؤثر تحولات سلوك الجمهور على إنتاج الإعلام؟

الأميرة لمياء: أصبح تطوير الكفاءات أكثر عملية وفاعلية، مدعومًا بالتعاون بين المؤسسات المحلية والشركاء الدوليين عبر التدريب على رأس العمل. كما تتيح معدلات انتشار الإنترنت شبه الكاملة، وسرعات الاتصال المتقدمة عبر الهاتف المحمول، إلى جانب توفر محتوى عربي غني، فرصًا واسعة لتوظيف البيانات والذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول وفعّال.

المصدر: GASTAT; Gmedia; Kearney

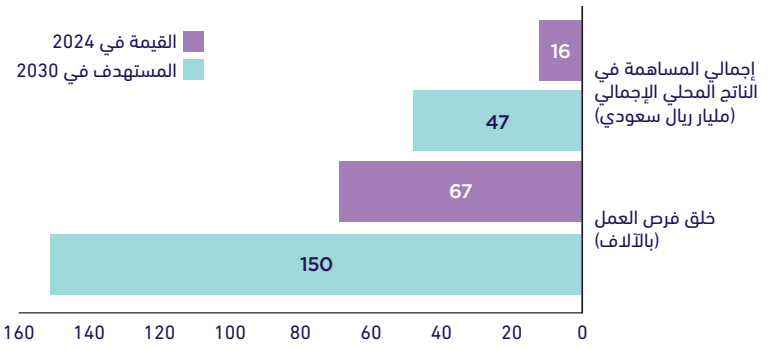
الكوادر الشابة والتنظيم وتوسّع سلسلة القيمة تقود نمو قطاع الإعلام في المملكة

مسار نمو قطاع الإعلام

أسهم قطاع الإعلام في المملكة بنحو 16 مليار ريال سعودي (4.3 مليار دولار) في الناتج المحلي الإجمالي خلال عام 2024، أي ما يعادل **0.57%** من إجمالي الناتج، وفقًا لبيانات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام. وتتصدر المملكة المشهد الإعلامي والترفيهي في الشرق الأوسط، مستحوذةً على نحو **33.2%** من السوق الإقليمية في عام 2024، بحسب بيانات Market Data Forecast. وتشير تقديرات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام إلى ارتفاع مساهمة الإعلام السعودي في الناتج المحلي الإجمالي إلى نحو 47 مليار ريال سعودي (12.5 مليار دولار) بحلول عام 2030، بما يعادل **0.81%** من الناتج المحلي الإجمالي. ومع متوسط عمر يبلغ **26.6** عامًا، تسهم القاعدة السكانية الشابة والمتقدمة تقنيًا في المملكة في تعزيز الطلب على المحتوى الرقمي، إلى جانب خلق أدوار جديدة في مجالات الإنتاج، والتصميم، وريادة الأعمال الإعلامية.

بلغ عدد العاملين في قطاع الإعلام 67 ألف وظيفة في عام 2024، مع استهداف الوصول إلى 150 ألف وظيفة بحلول عام 2030. وتشير تقديرات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام إلى أن المساهمات المباشرة وغير المباشرة والمحفّزة للقطاع في الناتج المحلي الإجمالي تتجاوز **ثلاثة أضعاف** خلال هذه الفترة. وتمثل المساهمة المباشرة الحصة الأكبر من القيمة المضافة للقطاع، حيث ترتفع من نحو **7 مليارات ريال سعودي** (1.9 مليار دولار) في عام 2022 إلى ما يقارب **23 مليار ريال سعودي** (6.1 مليار دولار) بحلول نهاية العقد.

المساهمة الحالية والمستهدفة للإعلام السعودي في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية (2024–2030)



المصدر: *Deloitte; GASTAT; Gmedia; Market Data Forecast; OBG research*

مايك سنيسبي، الرئيس التنفيذي لمجموعة MBC

مايك سنيسبي

كيف تُسهّل القاعدة السكانية الشابة نمو قطاع الإعلام؟

سنيسبي: تتمتع المملكة بإحدى أكثر القواعد السكانية شبابًا على مستوى العالم، إذ تتشكل غالبية هؤلاء السكان ممن هم دون سن 35 عامًا. ويخلق ذلك جمهورًا رقميًا عريضًا بطبيعته، مما يعزّز الطلب على منصات البث التدفقي والتجارب التفاعلية. ويُعد المحتوى العربي محرك نمو طبيعي داخل المملكة وعلى الصعيد العالمي، فيما يوفّر هذا الملف الديموغرافي فرصًا طويلة الأجل مع اتساع الطلب على المحتوى الأصيل باللغة المحلية.

أي الأجزاء من سلسلة قيمة الإعلام تُقدّم أقوى الفرص للمستثمرين؟

سنيسبي: تمتد الفرص عبر كامل دورة الإنتاج، بدءًا من كتابة السيناريو والتطوير الإبداعي، مرورًا بالاستوديوهات والبنية التحتية، وصولًا إلى التوزيع. ومع دخول منشآت جديدة حيز التشغيل، ترتفع القدرة الإنتاجية، ما يفتح المجال أمام الكتّاب، والمنتجين، والفنيين، والمواهب الإبداعية. وخارج نطاق التلفزيون التقليدي، تبرز الألعاب والرياضات الإلكترونية كمحرّك نمو رئيسي، مع مسار واضح لتوسيع مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي بحلول عام 2030. وفي هذا الإطار، تطوّر المملكة أول استوديو ألعاب من فئة AAA في المنطقة ضمن نيوم لإنتاج ألعاب عالية المستوى، تعكس الطلب المحلي وتستهدف الوصول إلى جمهور دولي.

كيف يدعم الإطار التنظيمي ثقة المستثمرين في قطاع الإعلام؟

سنيسبي: أرست المملكة إطارًا تنظيميًا مستقرًا ومتوافقًا مع المعايير الدولية. وشهدت السنوات الأخيرة تعزيزًا ملموسًا لإجراءات مكافحة القرصنة، بدعم متكامل من التنظيم والتقنية. وفي الوقت نفسه، يوفّر التواصل المستمر مع الجهات التنظيمية، وفي مقدمتها الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، مستوىً متقدمًا من الشفافية مقارنةً بالعديد من الأسواق الأخرى. وتسهم هذه العوامل مجتمعة في ترسيخ ثقة المستثمرين والمستهلكين بالتزام المملكة بنمو طويل الأجل ومستدام في قطاع الإعلام.

الإعلام السعودي محرّك لقيمة اقتصادية تقودها الرقمنة والشراكات العالمية

شراكات المحتوى والإنتاج

تُسهم الشراكات بين الجهات الحكومية، والقطاع الخاص، والقطاع غير الربحي في تعزيز منظومة الإعلام في المملكة، عبر دعم نقل المعرفة، وبناء القدرات المحلية، وتوسيع مشاركة المنشآت الصغيرة والمتوسطة. وتسهم هذه الشراكات في تطوير المهارات، وتنويع المحتوى، ومواءمة نمو القطاع مع أولويات رؤية السعودية 2030.

في عام 2025، دخلت نتفليكس في شراكة مع مجموعة MBC لتوزيع الإنتاجات العربية عالميًا عبر منصتَي MBC Now و«شاهد»، ما أسهم في توسيع نطاق الوصول الدولي للأفلام والمسلسلات المنتجة في المملكة.

في عام 2022، دخلت المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام SRMG في شراكة مع Warner Bros Discovery لإطلاق منصّة Asharq Discovery، وهي منصّة مجانية باللغة العربية تركّز على المحتوى الوثائقي والبرامجي المعرفي.

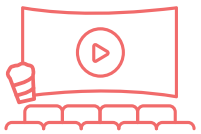
في عام 2022، وقّعت مجموعة MBC وهيئة الأفلام السعودية اتفاقية للإنتاج المشترك للمحتوى المحلي وتنفيذ برامج تدريبية لتأهيل المواهب السعودية. كما سجّلت مجموعة MBC إيرادات تجاوزت **2 مليون ريال سعودي** (543 ألف دولار) خلال الربع الأول من عام 2025.

تستثمر شركة مشاريع الترفيه السعودية SEVEN، المدعومة من صندوق الاستثمارات العامة، **50 مليار ريال سعودي** (13 مليار دولار) لتطوير **21** وجهة ترفيهية في **14** مدينة داخل المملكة. ويُعد أول مشاريعها في الرياض—بقيمة تتجاوز **3 مليارات ريال سعودي** (800 مليون دولار) —نموذجًا لشراكات عالمية مع Warner Bros Discovery وHasbro، مع توقعات باستقطاب 6 ملايين زائر سنويًا.

استضافت نيوم والعلا **أكثر من 35** إنتاجًا دوليًا رئيسيًا خلال الفترة 2020–2025، وتدعم نيوم الإنتاجات المشتركة وبرامج التدريب الميداني في مواقع التصوير، بما يسهم في بناء الكفاءات المحلية وتعزيز الطاقة الاستيعابية للقطاع.

يتزايد اتساع نطاق وتأثير الإعلام السعودي

المعالم البارزة في صناعة السينما

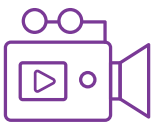


في عام 2024، أصبح فيلم "نورة" أول فيلم سعودي يتم اختياره للمشاركة في مهرجان كان السينمائي، محققًا توزيعًا دوليًا. كما عرض مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي **125** فيلمًا من **75** دولة، من بينها **أكثر من 30** عملاً سعوديًا. وفي السياق المحلي، حظي فيلم "هوبال" بإقبال واسع، حيث **تجاوزت مبيعاته 500 ألف** تذكرة خلال مطلع 2025.

الألعاب والرياضات الإلكترونية

وفي مجال الرياضات الإلكترونية، أطلقت Gamers8 بطولة Club Championship في 2024، واستقطبت **أكثر من 500 مليون** مشاهد عالميًا. كما أسهم تخصيص جائزة مالية بقيمة **169 مليون ريال سعودي** (45 مليون دولار)، إلى جانب صفقات حقوق إعلامية مع جهات دولية مثل Star Sports، في إبراز تنامي الجاذبية لمنظومة الرياضات الإلكترونية في المملكة.

منظومة الإنتاج والمحتوى



يستفيد القطاع من الإصلاحات التنظيمية وتزايد الاستثمارات، إلا أن بعض التحديات لا تزال قائمة وتؤثر في بعض حلقات سلسلة القيمة، ولا سيما نقص الكفاءات في المؤثرات البصرية VFX، والدبلجة، وما بعد الإنتاج، في وقت يُنتَج فيه نحو **90%** من محتوى الفيديو العربي خارج المملكة. ومع ذلك، ارتفع عدد شركات الإعلام الأجنبية العاملة في المملكة من **شركتين** في عام 2024 إلى **17** شركة في عام 2025، ما يعكس تنامي جاذبية السوق السعودي.

ملخص حجم المشروع والشراكات

الشراكة أو المشروع	الحجم
تطوير وجهات الترفيه التابعة لشركة مشاريع الترفيه السعودية SEVEN	استثمار بقيمة 50 مليار ريال سعودي عبر 14 وجهة
الإنتاجات الدولية في نيوم والعلا	استضافة أكثر من 35 إنتاجًا (2020–2025)
مشاريع الأفلام السعودية لمجموعة MBC	إسهام في إيرادات الشركة بقيمة 2 مليون ريال سعودي خلال الربع الأول من 2025
بطولة أندية Gamers8	جوائز بقيمة 169 مليون ريال سعودي تدعم الوصول العالمي

المصدر: *CST; DeepFest; Dolf Technologies; IMARC Group; Innovation Consulting Group; ITU; MBC Group; MDLBEAST; Nvidia; Strategic Gears; Virtual Vision*

الفعاليات العالمية والبنية التحتية والشراكات تدعم عوائد الألعاب والرياضات الإلكترونية

الشراكات في مجال الألعاب والرياضات الإلكترونية

شهدت بطولة Gamers8 E-sports World Cup في عام 2025 جائزة قياسية بلغت **263 مليون ريال سعودي** (70 مليون دولار)، ما يبرز تنامي نفوذ المملكة في مشهد الألعاب التنافسية العالمي.

وقّع الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية في عام 2023 مذكرات تفاهم مع اتحادات الرياضات الإلكترونية في المملكة المتحدة واليابان، لدعم تطوير المواهب وتعزيز التعاون العابر للحدود، بما يشمل مبادرات للتدريب القاعدي والنمو الاحترافي.

في عام 2022، شكّلت نيوم ومجموعة MBC مشروعًا مشتركًا لتأسيس أول استوديو لتطوير الألعاب من فئة AAA في المنطقة، مع التركيز على إنشاء ملكية فكرية محلية وبناء القدرات التقنية.

تُسهم هذه المبادرات في توسيع قاعدة المشاركة المجتمعية وتعزيز التعليم الإبداعي، بما يدعم آثارًا اجتماعية أوسع تتجاوز نطاق منظومة الرياضات الإلكترونية التنافسية.

ومع ذلك، لا تزال تحديات الاستدامة قائمة، وفي مقدمتها محدودية توافر الكفاءات المتخصصة وقدرات التوطين عبر سلسلة القيمة.

المصدر: *British E-Sports; E-Sports Legal News*

إبراهيم التميمي، الرئيس التنفيذي لشركة POWR

إبراهيم التميمي

ما الدور الذي لعبته المملكة في تشكيل مشهد الرياضات الإلكترونية؟

التميمي: شكّل تأسيس الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية في عام 2017 نقطة تحوّل محورية للقطاع. ومنذ ذلك الحين، برهنت الفعاليات الكبرى، مثل Gamers8، على وجود طلب قوي ومستويات تفاعل مرتفعة. كما وفّر إطلاق استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية في عام 2022 خارطة طريق واضحة، عزّزت مواءمة الجهود بين القطاعين العام والخاص. ومؤخرًا، أسهم كأس العالم للرياضات الإلكترونية في الرياض عام 2025، إلى جانب التخطيط لإطلاق كأس الأمم للرياضات الإلكترونية في عام 2026، في ترسيخ مكانة المملكة كقائد عالمي في مجال الألعاب التنافسية.

كيف يدعم الاستثمار في البنية التحتية النمو، وما المجالات التي لا تزال بحاجة إلى تطوير؟

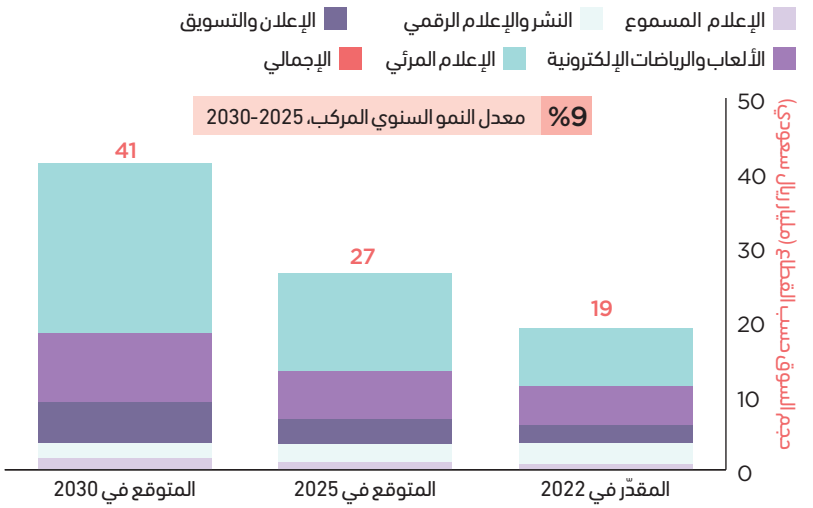
التميمي: يعتمد تحقيق مستهدفات الاستراتيجية الوطنية على بنية تحتية قوية. وفي هذا الإطار، تستثمر مجموعة سافي للألعاب، المدعومة من صندوق الاستثمارات العامة، في الاستوديوهات والمرافق المتخصصة، بينما تعمل القدية على تطوير منطقة مخصصة للألعاب والرياضات الإلكترونية لاستضافة الفعاليات الكبرى وجذب المجتمعات. وبالتوازي مع هذه المبادرات، يتنامى الطلب على المحتوى، حيث يبحث الجمهور عن سرديات طويلة الأمد عبر الأفلام والوثائقيات. ومع ذلك، لا تزال قدرات الإنتاج باللغة العربية وتوافر الكفاءات المتخصصة محدودة، ويُعد سد هذه الفجوات أمرًا أساسيًا لضمان استدامة القطاع على المدى الطويل.

أين ترون أبرز فرص تحقيق الإيرادات ومشاركة المستثمرين؟

التميمي: يتجه الرعاة بشكل متزايد إلى تبنّي استراتيجيات قائمة على البيانات، تركّز على تعميق التفاعل مع الجمهور الشاب من خلال التكامل مع الفرق واللاعبين. ويدعم هذا التحول شراكات أكثر أصالة ويسهم في بناء الولاء على المدى الطويل. وعلى صعيد الاستثمار، أظهر نظام الرياضات الإلكترونية في المملكة بالفعل عوائد واعدة، ما يعزّز جاذبيته للمستثمرين.

تُقدّم قطاعات الإعلام المختلفة فرصًا استثمارية متميزة في المملكة

تُعد قطاعات الإعلام المرئي، والألعاب والرياضات الإلكترونية، والإعلان والتسويق أبرز محركات النمو في سوق الإعلام السعودي خلال الفترة 2022–2030.



الجهات التنظيمية وممكّنات القطاع

تشرف وزارة الإعلام ووزارة الثقافة وهيئة الاتصالات والفضاء والتقنية على الأطر التنظيمية وصنع السياسات ذات الصلة. وتدعم هيئة الأفلام السعودية والاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية والهيئة العامة للترفيه والهيئة العامة لتنظيم الإعلام إجراءات التراخيص والتنفيذ وتطوير القطاع.

يعزّز صندوق الاستثمارات العامة النمو عبر الاستثمارات الاستراتيجية وتطوير البنية التحتية، بما يدفع المحتوى المحلي والابتكار والتنافسية. وتشمل الجهات التابعة للصندوق نيوم ومجموعة MBC ومجموعة سافي للألعاب والمجموعة السعودية للأبحاث والإعلام SRMG.

كما تدعم استراتيجية تطوير القطاع لدى الهيئة العامة لتنظيم الإعلام هذه الجهود الوطنية من خلال تحسين جودة البيانات، وتعميق التحليل، وتعزيز التنسيق الصناعي، بما يمكّن الجهات العامة والخاصة من تحويل نمو القطاع إلى مخرجات اقتصادية ومهارية وثقافية قابلة للقياس.

لمحة عن الفرص الاستثمارية

تستحوذ المملكة على نحو **30%** من سوق الإعلام في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وفقًا لبيانات Statista.

توفّر المملكة حوافز نقدية مرتبطة بصناعة الأفلام عبر نيوم والعلا وهيئة الأفلام السعودية.

يتوقع أن يسجّل قطاع السينما معدل نمو سنوي مركب يبلغ **8.5%** خلال الفترة 2024–2030، ليرتفع حجمه من **2.2 مليار ريال سعودي** (584 مليون دولار) إلى **3.6 مليار ريال سعودي** (960 مليون دولار).

تستهدف استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية NGES استثمارات بقيمة **146 مليار ريال سعودي** (39 مليار دولار)، وتوفير **39 ألف** وظيفة بحلول 2030.

مقارنة حوافز الإنتاج السينمائي

يشترط برنامج الحوافز السينمائية السعودي حدًا أدنى للإنفاق المحلي قدره **752 ألف ريال سعودي** (200 ألف دولار) للأفلام الروائية و**188 ألف ريال سعودي** (50 ألف دولار) للأفلام الوثائقية أو الرسوم المتحركة. وبالمقارنة، تتطلّب برامج الاسترداد النقدي في الإمارات العربية المتحدة (30%–50%) مستويات إنفاق أعلى إلى جانب التسجيل في المناطق الإعلامية، ما يجعل المسار الاستثماري في المملكة أكثر سهولة للإنتاجات متوسطة الحجم.

مسارات الاستثمار للاعبين الإقليميين والدوليين

تُولّد الشراكات الاستراتيجية عبر الإنتاج، والبنية التحتية، وتنمية المواهب، والتمويل، والتقنية فرص مشاركة ونمو طويل الأجل، وتشمل المسارات الرئيسة ما يلي:

- التطوير المشترك للمحتوى: الشراكة مع جهات سعودية لتوسيع إنتاج الأفلام، والموسيقى، والإعلام الرقمي باللغة العربية.
- شراكات البنية التحتية: الاستثمار في الاستوديوهات، ودور السينما، ومرافق الألعاب المتوافقة مع المشاريع العملاقة.
- التعاون في تنمية المواهب: العمل مع المؤسسات الأكاديمية وقادة الصناعة لتعزيز التعليم الإعلامي والتدريب المهني.
- الاستثمار الرأسمالي: تقديم حلول تمويل مخصصة لدعم الإنتاج، والتوزيع، ومشاريع الإعلام الناشئة.
- الابتكار والتقنية: التعاون في التقنيات الرقمية المتقدمة وتقنيات الإنتاج لمواكبة التحول في القطاع.
- الفعاليات الدولية للإعلام والترفيه: الاستفادة من عوائد الرعاية، وحقوق البث، وإنفاق الزوار، بما يعزّز العائد الاستثماري للقطاع.

المصدر: *AFCI; Abu Dhabi Film Commission; Dubai Film and TV Commission; GEA; Gmedia; MoC; MoM; NGES; OBG research; PwC; Research and Markets; Saudipedia; Saudi Film Permit; SPA; Statista*

بناء منظومة إعلامية شفافة وجاذبة للاستثمار

لقد صُمِّم إطار تنظيمي حديث لتمكين القطاع من تحقيق كامل إمكاناته للنمو، عبر توفير الوضوح الهيكلي والثقة المؤسسية اللازمين لاستقطاب الاستثمارات طويلة الأجل، وضمان استمرار دور الإعلام في مسار التحول الوطني. وقد أسهمت سلسلة من الإجراءات التنظيمية خلال الفترة 2012–2023 في ترسيخ منظومة شفافة تدعم إنتاج المحتوى، وتيسير الوصول إلى السوق، وتعزيز الامتثال. ومن أبرز هذه الإجراءات هي عودة دور العرض السينمائية بعد حظرٍ دام 35 عامًا وإزالة خدمات الإعلام المرئي والمسموع من قائمة الأنشطة المستثناة من الاستثمار الأجنبي في 2018. ويعكس التحديث المستمر لتنظيم الإعلام المرئي والمسموع التزامًا واضحًا بإرساء بيئة تنظيمية كفؤة وقابلة للتنبؤ.

وتُعد الهيئة العامة لتنظيم الإعلام إحدى الممكنات الرئيسة لهذا التحول، إذ تشرف على التراخيص، ومعايير المحتوى، وسلامة العمليات، وممارسات التوظيف بالتكامل مع الجهات الحكومية الأخرى، إضافة إلى أذرع استثمارية مرتبطة بالدولة مثل صندوق الاستثمارات العامة. وفيما يواصل الصندوق دفع المشاريع الكبرى، فإن استدامة نمو المنظومة تتطلب تعزيز مشاركة رأس المال الخاص وتبسيط الإجراءات التنظيمية للحد من التأخيرات.

ورغم التحسّن الملحوظ في وضوح البيئة التنظيمية، لا تزال هناك مخاطر تتعلق بتوقيت التنفيذ وآلياته، لا سيما بالنسبة للشركات الناشئة والجديدة. وفي المقابل، تُسهم آليات حديثة تشمل نماذج الاستثمار المشترك، وتمويل الحِزَم Slate Financing، وحوافز إنتاج سينمائي تصل إلى 40% في دعم النمو عبر سلسلة القيمة. وتؤكد هذه التطورات عزم الحكومة على تموضع الإعلام كقطاع تنافسي، مع تحقيق توازن بين الرقابة وتعزيز ثقة المستثمرين ونمو القطاع بما يخدم الطموحات الثقافية الوطنية.

الأنظمة الإعلامية تُصمَّم لحماية الاستثمار وتمكينه

تتواصل الجهود الرامية إلى تحويل قطاع الإعلام في المملكة إلى وجهة إقليمية للأعمال وتخصيص رأس المال، من خلال إرساء منظومة تنظيمية جاذبة للمستثمرين. ويستند هذا الإطار إلى التشريعات الوطنية، وتُشرف عليه الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، بما يتماشى مع أهداف تنويع الاقتصاد، وتعزيز مشاركة القطاع الخاص، وتوليد فرص العمل، ودعم إنتاج المحتوى المحلي.

المتطلبات التنظيمية

معايير المحتوى والمواءمة الثقافية
يُلزم المحتوى الإعلامي بالالتزام بسياسة المملكة الإعلامية، بما يشمل احترام القيم الإسلامية، والآداب العامة، والوحدة الوطنية، مع حظر أي محتوى يحرّض على الانقسام أو ينشر معلومات مضللة أو يسيء إلى العلاقات الدولية.

نزاهة السوق وحماية المستهلك
تهدف الأنظمة إلى ترسيخ المنافسة العادلة، ومنع الإعلان غير المرخّص، وحماية حقوق المستهلك عبر مختلف قطاعات الإعلام.

بيئة الاستثمار والشفافية التشغيلية
توفّر الأطر التنظيمية مسارات دخول واضحة، وتحدّ من الغموض التنظيمي، وتدعم إنتاج محتوى يعكس الأولويات الوطنية، بما يعزز ثقة المستثمرين ويرسّخ استدامة النمو في القطاع.

التراخيص والتصاريح
تلتزم الجهات العاملة في البث وإعادة البث والإنتاج والتوزيع بالحصول على التراخيص اللازمة من الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، وذلك وفقًا للإطار التنظيمي المعتمد. وقد جرت رقمنة إجراءات التراخيص بما يتيح تسريع الموافقات وتعزيز الشفافية، بما يخدم ثقة المستثمرين ويسهّل دخول السوق.

سلوك الإعلام والمسؤولية المهنية
تهدف اللوائح التنظيمية إلى ترسيخ السلوك المهني والأخلاقي في الممارسات الإعلامية، بما يشمل احترام القيم الثقافية والاجتماعية، وحماية العاملين في القطاع، وضمان التزام المحتوى بالمعايير المحددة لكل منصّة أو وسيلة إعلامية، بما يحقق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية المهنية.

الرقابة التنظيمية والمساءلة
تخضع جميع قطاعات الإعلام لعمليات رقابة ومتابعة وتقييم مستمرة من قبل الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، بما يشمل الإشراف على الالتزام بمعايير البث والنشر، ومتطلبات التقارير، وأطر الامتثال التنظيمي المعتمدة. وبالتوازي، تضطلع الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) بدور إشرافي على تكامل تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر مختلف القطاعات، بما يضمن الالتزام بالمعايير الأخلاقية، والتوافق مع الأطر التنظيمية، وحوكمة الاستخدام المسؤول للتقنيات المتقدمة.

العقوبات وإنفاذ الأنظمة
أنشئ إطار موحّد لإنفاذ الأنظمة يهدف إلى الإشراف على الامتثال وتعزيز المساءلة التنظيمية، ويشمل ذلك فرض جزاءات إدارية، وغرامات مالية، أو تعليق التراخيص في حال وقوع مخالفات. وتتولى الهيئة العامة لتنظيم الإعلام تطبيق هذه العقوبات بشكل مباشر، مع إتاحة مسارات اعتراض رسمية عبر لجنة الطعون المختصة التابعة للهيئة.

مقارنة الجهات التنظيمية الإعلامية في المملكة ونظيراتها دوليًا

- تتولى الهيئة العامة لتنظيم الإعلام تنظيم ومنح تراخيص، وكذلك الإشراف على الإعلام المرئي والمسموع والمقروء، بما يضمن الالتزام بالمعايير والسياسات الوطنية المعتمدة.
- أسهمت الإصلاحات التنظيمية في تبسيط إجراءات التراخيص وتقليص مدد الموافقات، ما أوجد بيئة أكثر شفافية وجاذبية للمستثمرين وسهّل دخول السوق.
- وعلى النقيض، تعمل الجهات التنظيمية النظيرة في بعض الأسواق المتقدمة مثل هيئة تنظيم الاتصالات والوسائط في المملكة المتحدة Ofcom في المملكة المتحدة، وهيئة تطوير الإعلام والاتصالات IMDA في سنغافورة، ولجنة الاتصالات الفيدرالية FCC في الولايات المتحدة كهيئات مستقلة بحكم القانون، وتتمتع بصلاحيات إنفاذ أوسع وولايات أشمل تشمل المنافسة، وحماية المستهلك، وإدارة الطيف الترددي.

المصدر: *Gmedia; OBG research; SDAIA*

إطار تنظيمي مُصمَّم حسب القطاعات وإشراف مؤسسي يعزّزان تنافسية القطاع

تسهم الأطر التنظيمية المصمّمة وفق خصوصية كل قطاع إعلامي في تحفيز النمو وجذب الاستثمار، عبر توفير وضوح تشريعي، وتقليل المخاطر التنظيمية، وتعزيز ثقة المستثمرين. ويجري تطبيق هذه الأطر من خلال إشراف مؤسسي متكامل يوازن بين الحوكمة والمرونة، بما يضمن فاعلية التنظيم واستدامة النمو.

الإعلام المرئي

مهّد رفع حظر السينما في عام 2017—الذي استمر 35 عامًا—الطريق أمام إطار تنظيمي شفاف وجاذب للاستثمار، مدعوم بإجراءات ترخيص مبسّطة ودعم حكومي عبر هيئة الأفلام السعودية.

الإعلام المسموع

يوفّر القطاع إرشادات واضحة للتراخيص وإطارًا مستقرًا يعزّز المنافسة العادلة والمساءلة وثقة المستثمرين، تحت إشراف هيئة الموسيقى.

النشر والمحتوى الرقمي

يركّز التنظيم على المساءلة والمنافسة العادلة، مع اشتراط التراخيص لأنشطة الطباعة والتوزيع وحقوق المؤلف، تحت إشراف الهيئة السعودية للملكية الفكرية.

الألعاب والرياضات الإلكترونية

يدعم الإطار التنظيمي تصنيف المحتوى ومعايير الإعلان والمواءمة الدولية بما يتوافق مع القيم الثقافية، بإشراف الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية.

الإعلان والتسويق

يسهّل التنظيم نمو الإعلان الرقمي عبر موافقات مبسّطة وسياسات توطين، مع إشراف على المنصّات الإلكترونية من هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية.

محطات تنظيمية بارزة في قطاع الإعلام

أسهمت الإصلاحات الرئيسية التي أُدخلت منذ عام 2012 في تعزيز الإطار التنظيمي للمملكة، من خلال تحسين مستويات الشفافية وقابلية التنبؤ للمستثمرين، وفي الوقت نفسه داعمةً للنمو الطويل الأجل للقطاع.

سبتمبر 2012

تأسيس اختصاص الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع GCAM، التي أصبحت لاحقًا الهيئة العامة لتنظيم الإعلام:
- أسهمت الإصلاحات التنظيمية في تبسيط إجراءات الترخيص وتقليص مدد الموافقات، ما أوجد بيئة أكثر شفافية ومواتية للمستثمرين.
- صدر القرار عن مجلس الوزراء (القرار رقم 332 بتاريخ 1433/10/16هـ).

ديسمبر 2017

إصدار اللائحة التنظيمية للإعلام المرئي والمسموع:
- تهدف إلى تنظيم وتطوير الإعلام المرئي والمسموع في المملكة، وتعزيز بيئة مواتية للاستثمار، ومواءمة المحتوى الإعلامي مع السياسات الوطنية
- صدرت عن الديوان الملكي (القرار رقم م/33 بتاريخ 1439/03/25هـ).

أكتوبر 2018

فتح القطاع أمام الاستثمار الأجنبي:
- إزالة خدمات الإعلام المرئي والمسموع من قائمة الأنشطة المعفاة من الاستثمار الأجنبي.
- صدر القرار عن الهيئة العامة للاستثمار في المملكة (التي أصبحت لاحقًا وزارة الاستثمار).

نوفمبر 2018

إصدار اللوائح التنفيذية:
- توضح اللائحة التنظيمية للإعلام المرئي والمسموع من خلال تقديم إرشادات تشغيلية، وإطار للترخيص، وجدول للمخالفات، بهدف حماية أصحاب المصلحة، وتهيئة بيئة مواتية للاستثمار، وتعزيز نمو القطاع.
- صدرت عن الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع.

سبتمبر 2023

الانتقال من الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع إلى الهيئة العامة لتنظيم الإعلام:
- الموافقة على تنظيم الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، مع توسيع المسؤوليات لتشمل تطوير السياسات، وتوسيع نطاق السلطة ليشمل قطاع الإعلام الأوسع وليس الإعلام المرئي والمسموع فقط.٢
- صدر عن مجلس الوزراء (القرار رقم 174 بتاريخ 1445/2/27هـ).

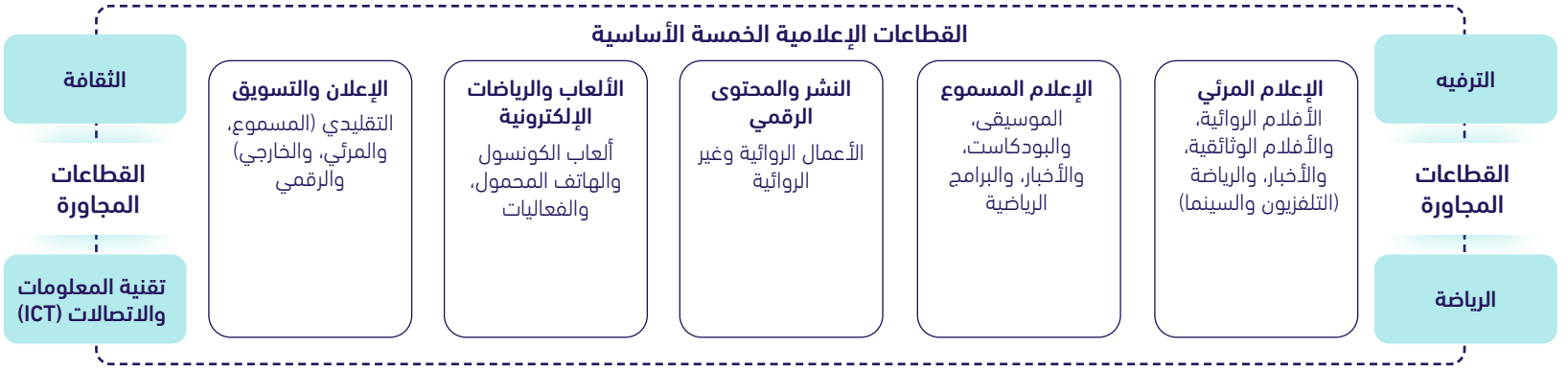
2025–26

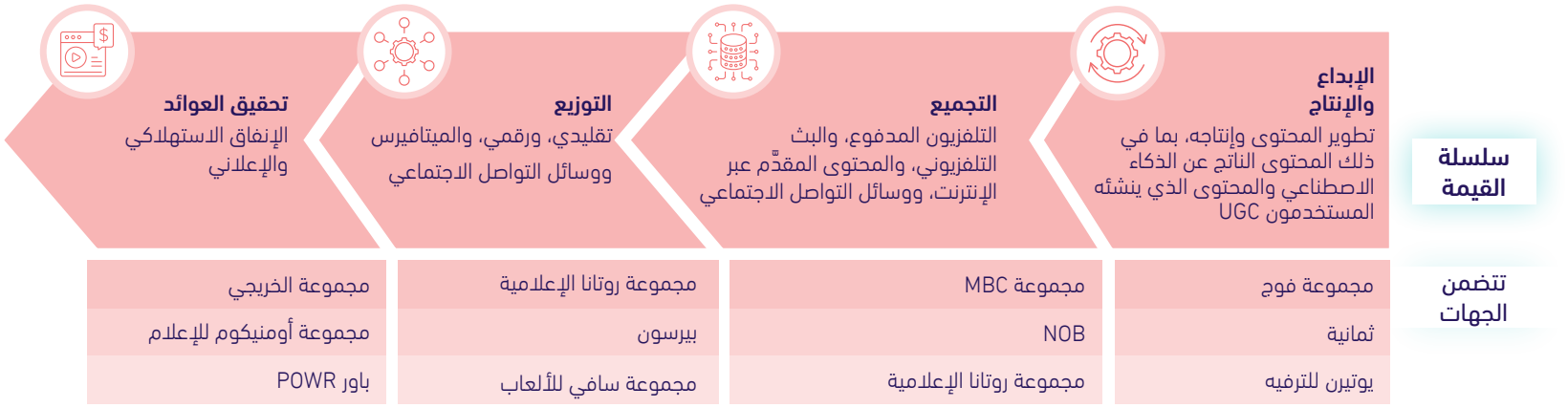
إعادة هيكلة مستمرة للائحة التنظيمية للإعلام المرئي والمسموع:
- يجري حاليًا تحديث اللائحة كجزء من مشروع الإطار التنظيمي الأوسع للإعلام، بهدف بناء نظام تنظيمي شفاف وشامل. وارتفعت التسجيلات التجارية في قطاع الفنون والترفيه بالمملكة العربية السعودية بنسبة 20%في عام 2024، مما يعكس ثقة المستثمرين في القطاع.

المصدر: *Digital Policy Alert; Gmedia; MBC Group, Ministry of Commerce; OBG research; UNCTAD; WEF*

سلسلة القيمة تولّد الإيرادات عبر المحتوى والتوزيع وتحقيق الدخل

تتطور القطاعات الإعلامية الخمسة في المملكة لتصبح صناعات جاهزة للاستثمار، إذ يستفيد كل قطاع من الحوافز التنظيمية المستهدفة، وتحديثات البنية التحتية، وتغيّر أنماط طلب المستهلكين، بما يوفّر فرصًا استثمارية على امتداد سلسلة القيمة. ومع ذلك، لا تزال هناك ثغرات استراتيجية قائمة، إذ أن منصات تحقيق العوائد للمبدعين المحليين ما زالت في مراحل تطور نسبي، كما يستمر نقص التمويل في المراحل المبكرة. وتوجد أيضًا فجوات في الكفاءات وجودة المحتوى العربي المنتج محليًا. وتعمل محفزات، مثل مناطق الإنتاج في نيوم، والأكاديمية التابعة للمجموعة السعودية للأبحاث والإعلام SRMG، ومبادرة IGNITE، على معالجة فجوات الكفاءة والبنية التحتية. ومع تقدم التكامل بين القطاعات — مثل البث المرئي عبر منصات الألعاب — يصبح القطاع الخاص في موقع يمكّنه من إطلاق القيمة وتوسيع نماذج التوزيع المبتكرة. كما يتسارع التكامل بين القطاعات، حيث يسهم نمو قطاع الألعاب في دفع الطلب على الإعلان، والبث، وإنتاج الفيديو، ما يخلق تآزرًا جديدًا وفرصًا أوسع للمستثمرين.





سلسلة القيمة الإعلامية المتكاملة في المملكة تحوّل الإبداع إلى قيمة اقتصادية، مما يعزّز مكانتها كمحرك رئيسي للنمو غير النفطي.

المصدر: *Gmedia; MoM; OBG research*

المواءمة مع أفضل الممارسات العالمية تعزّز الثقة في الاستثمار الإعلامي

تهدف استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام للفترة 2024–2026 إلى المواءمة مع أفضل الممارسات العالمية في مجالات التنظيم، وتنمية المواهب، والامتثال، استنادًا إلى المقارنات المرجعية الدولية. وتسهم الممارسات الاستراتيجية المعتمدة في الأسواق العالمية—فيما يخص تطوير القطاع، والأطر التنظيمية، ومتطلبات الامتثال—في الحد من تسرّب الإيرادات، ودعم الابتكار، وتوجيه نمو القطاع.ويجمع النهج الاستراتيجي للمملكة العربية السعودية بصورة متزايدة بين المقارنة المرجعية الدولية والاحتياجات المحلية، ما يرسّخ تموضع الإعلام السعودي كفرصة استثمارية منظّمة وقابلة للتوسع. كما يُتوقع أن تدعم الاستثمارات المدعومة من صندوق الاستثمارات العامة ومشاركة المنشآت الصغيرة والمتوسطة تسارع نمو القطاع.

ويُبرز الاستعراض المقارن أدناه مدى مواءمة التنظيم الإعلامي في المملكة مع أفضل الممارسات الدولية، مع توضيح أوجه التشابه والاختلاف عبر محاور رئيسة تشمل التحول الرقمي، وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية، وتحديث القطاع.

	التحول الرقمي	حماية حقوق الملكية الفكرية	تطوير القطاع
المملكة	تشمل **استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام** للفترة 2024–2026 خارطة طريق شاملة للتحول الرقمي، إلى جانب مبادرات لبناء القدرات. وتشمل الأولويات تحديث أنظمة تخطيط موارد المؤسسات، ورقمنة الأنظمة الداخلية، وتوظيف الذكاء الاصطناعي في **مراقبة المحتوى**، وتطوير **الخدمات الإلكترونية**.	تتعاون **الهيئة العامة لتنظيم الإعلام** مع **الهيئة السعودية للملكية الفكرية** لتعزيز **حماية حقوق الملكية الفكرية** وتطبيقها عبر القطاع الإعلامي، من خلال تطوير **آليات الإزالة السريعة للمحتوى المخالف**، وتعزيز جهود **مكافحة القرصنة**، وتنظيم **نماذج تحقيق الدخل من المحتوى**.	يجري بالتوازي **تطوير تنظيم الإعلام المرئي والمسموع** بما يشمل تبسيط إجراءات التراخيص، وتحديد حصص المحتوى المحلي، واستحداث **مناطق اقتصادية خاصة بالإعلام**. كما توسّعت مهام الهيئة التنظيمية لتشمل **التنسيق والتمكين** على مستوى المنظومة.
سنغافورة	تلتزم **هيئة تطوير الإعلام والاتصالات IMDA** باستراتيجية **الدولة الذكية Smart Nation**، التي تركّز على الرقمنة الشاملة، وأدوات مدفوعة بالذكاء الاصطناعي لتتبع المحتوى والإشراف عليه، ومنصات تصنيف المحتوى، ونُظم الترخيص الرقمية.	ومن خلال **مكتب الملكية الفكرية في سنغافورة**، تُطبَّق حماية قوية لحقوق الملكية الفكرية، حيث تشمل التراخيص **رسومًا مرتبطة بإيرادات الشركات** والالتزام بتصنيفات المحتوى.	**يحظى القطاع بدعم من خلال التعليم الإعلامي اللامنهجي، والمنح، ومبادئ التنظيم الذاتي، مع إعطاء أولوية للاستثمار في البنية التحتية والمحتوى**.
المملكة المتحدة	تدعم **Ofcom** التحول الرقمي من خلال أطر **تنوع إعلامي**، ونماذج **التنظيم الذاتي والمشترك**، ومزادات الطيف الترددي، وآليات الترخيص المفتوح.	ويُلزم **قانون الاقتصاد الرقمي** المنصّات الإلكترونية بحماية حقوق الملكية الفكرية، بينما تتولى Ofcom **إنفاذ حقوق النشر** عبر منصات المحتوى وتعزيز **البث القانوني**.	كما تقود Ofcom القطاع عبر مبادئ **التعددية**، ومسارات **التعليم المهني**، ودعم **المناطق الإعلامية** وحصص **المحتوى المحلي**.
الولايات المتحدة الأمريكية	تعزّز **لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC** التحول الرقمي عبر توسيع الوصول إلى النطاق العريض، ومزادات الجيل الخامس G5، وقواعد الإتاحة الرقمية.	تخضع حماية الملكية الفكرية لإشراف **مكتب براءات الاختراع والعلامات التجارية الأمريكي وقانون الألفية للملكية الرقمية DMCA**، الذي يُلزم المنصّات بإزالة المحتوى المخالف، مع تطوير آليات الإنفاذ لمواجهة تحديات المحتوى المُولّد بالذكاء الاصطناعي.	تشرف لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC على بيئة **منخفضة القيود** يقودها السوق، مع رقابة تضمن المنافسة العادلة، وإدارة الطيف، وبنية الاتصالات، والإنترنت المفتوح، وشفافية الرسوم.

تواصل المملكة **تحديث إطارها التنظيمي** عبر **استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام للفترة 2024–2026**، التي تركز على التحول الرقمي، وتبسيط الإجراءات، وتعزيز الامتثال، وبناء قدرات مؤسسية تدعم نمو القطاع وجاذبيته الاستثمارية.

تعتمد المملكة المتحدة وسنغافورة مزيجًا من التنظيم الذاتي والإشراف الحكومي، بما يوفّر مرونة تنظيمية مع الحفاظ على الضبط والرقابة.

يعتمد النموذج الأمريكي بشكل رئيسي على نهج يقوده السوق، مع رقابة تنظيمية مكمّلة لضمان تكافؤ الوصول وحماية المستهلك.

المصدر: *FCC; Gmedia; IMDA; IPOS; Ofcom; Smart Nation Singapore; USCO; USPTO*

أفق استثمارية قابلة للتوسع: الملكية الخاصة PE ورأس المال الجريء VC

تمويل شركات إعلام محلية قادرة على المنافسة

• يُظهر قطاع الإعلام في المملكة إمكانات نمو واعدة للملكية الخاصة PE ورأس المال الجريء VC، في ظل حداثة نضج القطاع الخاص مقارنةً بالأسواق العالمية الأكثر رسوخًا.

• تتوافر فرص عبر التمويل المبكر إلى المتوسط بما يشمل الديون الخاصة، واستثمارات الملكية الخاصة لتقديم حلول تمويل مرنة ومُفصّلة تدعم تطوير نماذج الأعمال، وتعزيز إنتاج المحتوى وتوزيعه، وتوسيع المشاركة على امتداد سلسلة القيمة.

• تدعم عمليات الاندماج والاستحواذ في الإعلام أهداف المملكة، مثل برنامج جودة الحياة والاستراتيجية الوطنية للثقافة، عبر تمكين الشركات السعودية من التوسع، وتطوير الملكية الفكرية، وإيصال محتوى محلي الجذور إلى أسواق إقليمية وعالمية. ومع ذلك، قد تحد محدودية مسارات التخارج وحذر المستثمرين من وتيرة الصفقات على المدى القريب.

• تقود أنشطة رأس المال الجريء العامة الشركة السعودية لرأس المال الجريء وصندوق التنمية الوطني، من خلال الاستثمار في الصناديق والاستثمار المشترك المباشر، بما يربط رأس المال العام بالمستثمرين من القطاع الخاص.

• تؤدي المؤسسات المالية الخاصة دورًا تكميليًا لآليات التمويل العام مثل صندوق التنمية الثقافي عبر توفير الإقراض التجاري، والتمويل المُهيكل، وخدمات الاستشارات التي تدعم التوسع والاستدامة طويلة الأجل لشركات الإعلام.

جاذبية الإعلام السعودي لرأس المال الدولي

• أتاحت الإصلاحات التنظيمية لصناديق الاستثمار الدولية توظيف آليات تمويل متنوعة لدعم توسّع اللاعبين السعوديين الناشئين، بما يشمل تمويل التطوير، وتمويل الحِزَم لمشروعات متعددة، والتمويل المرحلي لسد الفجوات، والديون الخاصة غير المصرفية.

• أتاحت الإصلاحات التنظيمية لصناديق الاستثمار الدولية توظيف آليات تمويل متنوعة لدعم توسّع اللاعبين السعوديين الناشئين، بما يشمل تمويل التطوير، وتمويل الحِزَم لمشروعات متعددة، والتمويل المرحلي لسد الفجوات، والديون الخاصة غير المصرفية.

• توفّر المملكة حافزًا نقديًا بنسبة 40% لمنتجي الأفلام المحليين والدوليين، وفق متطلبات حد أدنى للإنفاق المحلي، مع استثناء الشركات المملوكة للقطاع العام. وبالمقارنة، تقدّم دولة الإمارات العربية المتحدة حافزًا نقديًا بنسبة 30%، وتقدّم فرنسا خصمًا ضريبيًا بنسبة 30%، فيما توفّر المملكة المتحدة حافزًا نقديًا بنسبة 25% إضافة إلى إعفاءات ضريبية قد تصل إلى 80%، ما يبرز تنافسية الحوافز السعودية على المستوى الدولي.

الاستثمار ات الحالية

- استثمرت الشركة السعودية لرأس المال الجريء نحو 2.6 **مليار ريال سعودي** (700 مليون دولار) في شركات ناشئة في المراحل المبكرة خلال الفترة 2018–2021، بما في ذلك مجالات الإعلان والتسويق.
- يستهدف برنامج IGNITE، الذي أُطلق خلال مؤتمر LEAP 2022، ضخّ **4.1 مليار ريال سعودي** (1.1 مليار دولار) لتوسيع سوق المحتوى الرقمي في المملكة عبر الألعاب والسينما والإعلان.

المملكة جاذبة للملكية الخاصة ورأس المال الجريء، مع تصاعد نشاط القطاع (2020–2024).

شهد عدد صفقات الملكية الخاصة في المملكة نموًا للعام الثالث على التوالي، محققًا معدل نمو سنوي مركب قدره **67%** خلال الفترة 2020–2023.

111 صفقة أسهم خاصة في المملكة خلال الفترة 2020–2024

سُجّلت **739** صفقة رأس مال جريء في المملكة خلال الفترة 2020–2024

بلغ إجمالي تمويلات رأس المال الجريء في عام 2024 نحو **2.8 مليار ريال** سعودي (750 مليون دولار)، ما يمثل **31%** من إجمالي عدد الصفقات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

لا تزال البيانات الخاصة بالصفقات الإعلامية تحديدًا ضمن الملكية الخاصة ورأس المال الجريء محدودة، إذ تتركّز الصفقات المُعلنة حتى الربع الرابع من عام 2025 في مشروعات الألعاب والمحتوى الرقمي.

يشير إطلاق مبادرات رأس المال الجريء الإعلامي في المملكة عام 2024 إلى قابلية توسع القطاع

الألعاب والرياضات الإلكترونية

في مارس 2024، أطلق كلٌّ من صندوق التنمية الوطني وبنك التنمية الاجتماعية السعودي صندوقين لرأس المال الجريء بقيمة **450 مليون ريال سعودي** (120 مليون دولار). مع التركيز على الاستثمار بالملكية في قطاعات الألعاب والرياضات الإلكترونية، والعمل كحاضنات ومسرّعات للنمو

الفرص الاستثمارية

يوفّر قطاع الإعلام في المملكة فرصًا متنامية للملكية الخاصة ورأس المال الجريء، مع ضرورة أن يضع المستثمرون في الحسبان فجوات التمويل في المراحل المبكرة ومحدودية مسارات التخارج في الوقت الراهن. ويتماشى القطاع مع اتجاهات رأس المال المبكر، مستندًا إلى نماذج رقمية قابلة للتوسع، وإمكانات تحقيق إيرادات متكررة، وآفاق عوائد طويلة الأجل لمستثمري رأس المال الجريء، وذلك رغم قيود النضج قصيرة المدى.

تتمثل أبرز المخاطر في تركّز مصادر الإيرادات، والمنافسة من المنصّات الرقمية العالمية، والحاجة إلى كفاءات محلية متخصصة، إضافةً إلى الحساسية للتعديلات التنظيمية التي قد تؤثر في الجداول الزمنية للمشروعات. ومع ذلك، فإن قابلية نماذج المحتوى الرقمي للتوسع، وتنامي الطلب على الإعلام باللغة العربية، والمواءمة مع برامج الابتكار الوطنية، تعزّز جاذبية القطاع للمستثمرين في المراحل المبكرة والموجّهين للنمو.

المصدر: *Gmedia; MAGNiTT; National Portal; OBG research; Reed Smith; SVC*

سوق الإعلام في المملكة: فرص نمو وقابلية لتعزيز الإيرادات

السينما والألعاب محركان لتوسع القطاع

يشهد قطاع الإعلام والترفيه في المملكة توسعًا متسارعًا، ويُتوقع أن يسجّل القطاع معدل نمو سنوي مركب قدره **8.2%** خلال الفترة 2024–2029، مقارنةً بمتوسط عالمي يبلغ **3.7%**، وفقًا لتقديرات PwC.

زخم السينما

سجّل قطاع السينما خلال الفترة من 2018 حتى 2021 معدلات نمو بلغت **199%** و**50%** على التوالي، ما يعكس ارتفاع متوسط الحضور لكل فيلم. ووفقًا لوزارة الثقافة، بلغ عدد الشاشات في المملكة **630** شاشة في عام 2024. ويعادل ذلك كثافة شاشات قدرها **1.8**شاشة لكل 100,000 نسمة، وهو ما يشير إلى وجود مجال لمزيد من النمو في البنية التحتية.

البث الرقمي والألعاب

تواصل منصات البث عبر الإنترنت OTT وخدمات البث التدفقي دعم تحقيق الدخل بالتوازي مع توسّع قطاعي السينما والألعاب. ومن المتوقع أن يتجاوز متوسط إيرادات المستخدم في قطاع الألعاب عددًا من المؤشرات العالمية حتى عام 2027، ما يؤكد تعزّز موقع المملكة في منظومة الترفيه الرقمي. ويسهم هذا النمو في دعم مستهدفات رؤية السعودية 2030 من خلال تعزيز الناتج المحلي غير النفطي، وخلق فرص عمل عبر سلاسل الإنتاج والتوزيع والخدمات الرقمية.

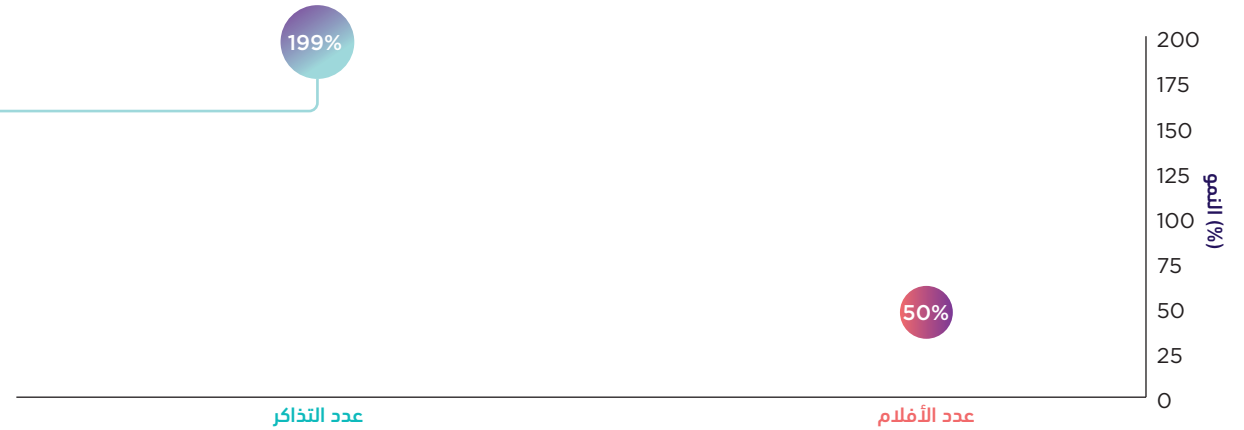
التحديات والفرص

يواجه القطاع تحديات مستمرة تشمل القرصنة، وتفاوت الوصول بين المناطق، والاعتماد المفرط على الأعمال الجماهيرية الكبرى، إضافة إلى قيود القدرة الشرائية. وفي المقابل، تعكس هذه المعطيات حجم الفرص الكامنة التي تشكّل ملامح صناعة المحتوى ومنصات التفاعل الرقمي. ويمكن أن تسهم الاستثمارات المستمرة في حماية الملكية الفكرية، إلى جانب تطوير نماذج وصول وتسعير أكثر ملاءمة، في الحد من القرصنة وتخفيف الضغوط السعرية، بما يعزّز استدامة النمو في القطاع.

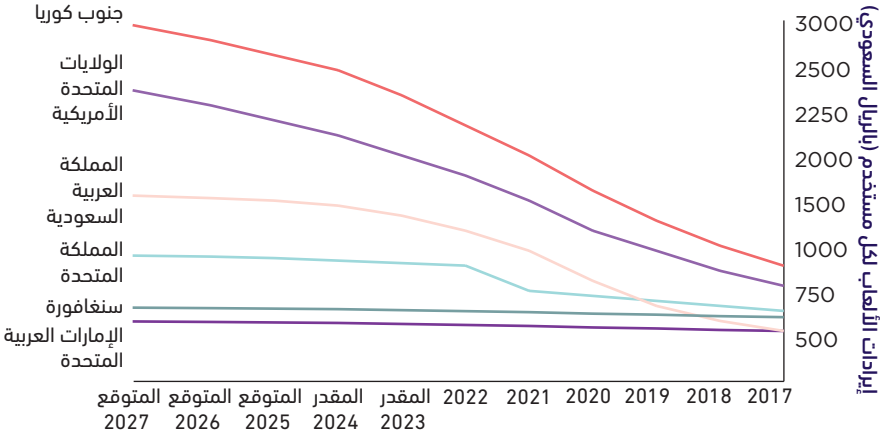
تضاعف عدد التذاكر المباعة، ما يعكس تزايد الاهتمام وارتفاع العائدات لكل فيلم خلال الفترة من 2018 حتى 2021

احتلت إيرادات شباك التذاكر في المملكة **المرتبة الأولى** إقليميًا في 2021 بمقدار **893 مليون ريال سعودي** (238 مليون دولار).

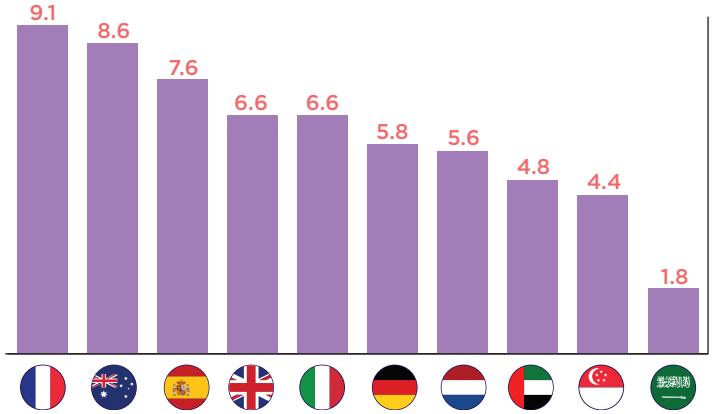
نمو المحتوى المحلي:
يسهم توسّع قطاعي السينما والألعاب في زيادة الطلب على الإنتاجات العربية والسعودية.



إيرادات الألعاب لكل مستخدم في المملكة تنافس المعايير الدولية، خلال الفترة من 2017 وحتى التوقعات لعام 2027.



تشير الكثافة المنخفضة نسبيًا للشاشات إلى وجود إمكانات نمو كبيرة في قطاع السينما 2024



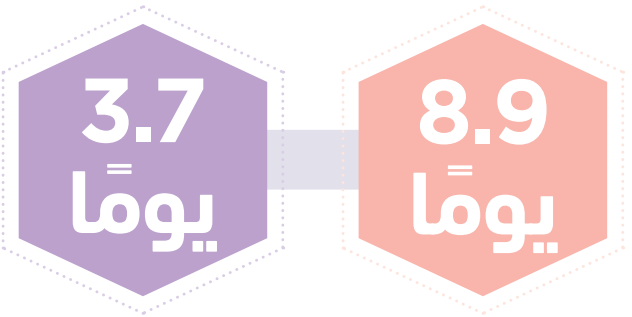
المصدر: GASTAT; Gmedia; IMDB; MoC; OBG research; Omdia; PwC

تبسيط إجراءات التراخيص مصمَّم لتشجيع الاستثمار وتسهيل النمو

يسهم تبسيط إجراءات التراخيص في خفض عوائق الدخول، وتقليص الجداول الزمنية للمشروعات، وتعزيز وضوح المتطلبات التنظيمية. وتنعكس هذه الإجراءات إيجابًا على ثقة المستثمرين وتحفّز قرارات الاستثمار، بما يدعم نمو القطاع. وفي المقابل، قد تؤدي سرعة الموافقات إلى تراجع مستويات الرقابة إذا لم تُدعَم بآليات متابعة فعّالة، ما يزيد مخاطر فجوات الامتثال وتحديات ضمان الجودة. ويظل تحقيق التوازن بين السرعة والحوكمة عنصرًا حاسمًا لاستدامة الأثر الإيجابي للإصلاحات التنظيمية.

انخفض زمن الموافقة على التراخيص بأكثر من 50% خلال الفترة 2019–2021.

تُعدّ التراخيص المبسّطة إحدى الركائز الاستراتيجية الأساسية للهيئة العامة لتنظيم الإعلام، وتهدف إلى تسهيل دخول السوق وتعزيز ثقة المستثمرين من خلال نهج تنظيمي شامل قائم على نافذة موحّدة.



28,729
طلبات التراخيص المُعالَجَة (من 2018 حتى 2025*)

19,787
التراخيص النشطة حتى يوليو 2025

نما عدد التسجيلات المهنية عبر الهيئة العامة لتنظيم الإعلام لأكثر من سبعة أضعاف خلال الفترة من 2023 حتى 2025.

928
2023

7263
2025*

5456
التراخيص والشهادات، 2025*

899
شهادات عدم الممانعة، 2025*

رحلة المستثمر: تبسيط إجراءات تأسيس الأعمال الإعلامية

الأثر المؤسسي: تسهم الموافقات الأسرع وإجراءات الترخيص الأكثر وضوحًا في تعزيز القدرة على التنبؤ بالتنظيمات، بما يعزّز ثقة المستثمرين والشفافية التشغيلية.

الحصول على رخصة الاستثمار
تأمين الموافقة من وزارة الاستثمار

تسجيل كيان الشركة
استكمال التسجيل التجاري لدى وزارة التجارة

الحصول على تصاريح إعلامية
إصدار الموافقات الخاصة بالإنتاج والتشغيل الإعلامي عبر نظام الترخيص الإلكتروني للهيئة العامة لتنظيم الإعلام

إتمام الإعداد التشغيلي
استكمال تسجيل القوى العاملة ومتطلبات البلدية

بدء الأنشطة التجارية
تفعيل الحسابات اللازمة وبدء العمليات

*البيانات حتى أكتوبر 2025

المصدر: *Gmedia; Setup in Saudi*

القطاعات الإعلامية الراسخة تمرّ بمرحلة تحوّل

يمتد المشهد الإعلامي في المملكة عبر قطاعات راسخة، مثل الإعلام المرئي والمسموع، والنشر، إلى جانب قطاعات وأنشطة ناشئة تشمل الألعاب والرياضات الإلكترونية، والبث التدفقي، وقطاع الإعلانات. وتسهم هذه المنظومة المتكاملة في تعزيز الهوية الإبداعية وتنويع القاعدة الاقتصادية. وفيما تعمل القطاعات الناضجة على دمج نماذج توزيع جديدة لترسيخ حصتها السوقية، تتجاوز المجالات الناشئة معدلات النمو التقليدية، بما يعيد تشكيل أنماط الاستهلاك ومقاربات تحقيق الدخل.

ويحظى قطاع الإعلام المرئي بدعم حوافز الإنتاج وتنامي الطلب على منصات البث عبر الإنترنت OTT، مع توقّعات بأن يشكّل البث نحو ثلثي قيمة القطاع في عام 2025. ويواصل الإعلام المسموع توسّعه عبر الفعاليات الحية والمنصات الرقمية، فيما يُنوّع قطاع النشر مصادر نموه من خلال الترجمة والصيغ الإلكترونية. وعلى صعيد الألعاب، تشير التوقعات إلى معدل نمو سنوي مركب يبلغ 23% خلال الفترة 2024–2027، بالتوازي مع توسّع الرياضات الإلكترونية مدعومًا بالاستثمار في البنية التحتية والشراكات. كما يتطور قطاع الإعلان بوتيرة متسارعة عبر الاستهداف المدعوم بالذكاء الاصطناعي والتحليلات التنبؤية، بما يعكس اتجاهات جارية أكثر من كونها نتائج مستقرة حتى الآن. ووفقًا لبيانات Admitad و Stllr Network، سجّل اقتصاد صنّاع المحتوى نموًا بنسبة 32% في الربع الأول من عام 2025.

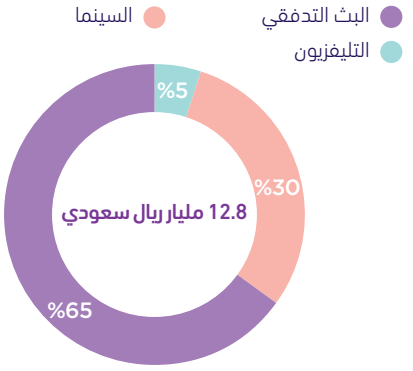
ومع ذلك، لا تزال فجوات المهارات، والبنية التحتية، والوصول إلى رأس المال في المراحل المبكرة تشكّل قيودًا رئيسة أمام تحقيق الإمكانات الكاملة للإعلام السعودي.

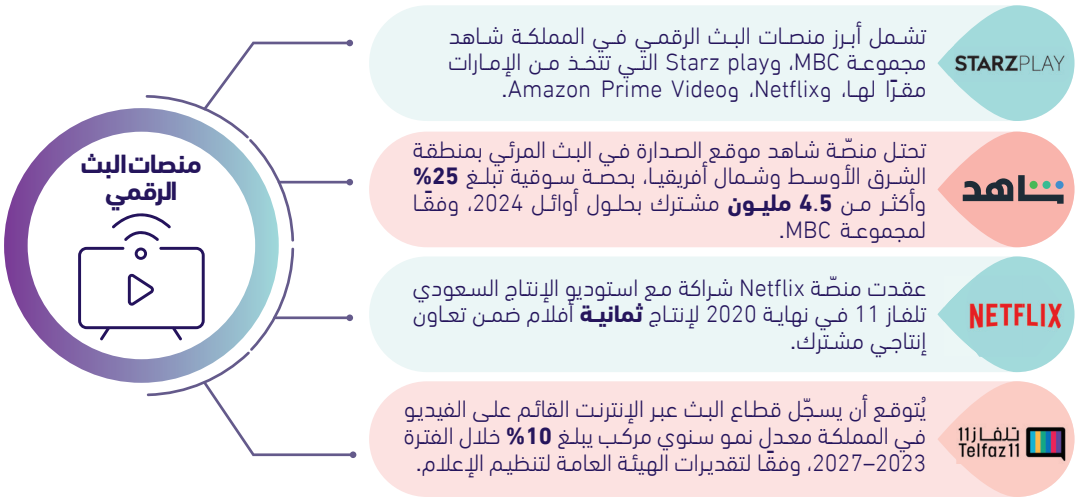
قيادة نمو قطاع الإعلام المرئي: السينما والطلب والحوافز

يشكّل التحوّل الذي يشهده قطاع الإعلام المرئي في المملكة ركيزة أساسية لتحوّل أوسع في الاقتصاد الإبداعي. وتُسهم مستويات الاتصال المرتفعة، والتبنّي الرقمي السريع، وقوة تفاعل المستهلكين في تمكين المنتجين المحليين والشركاء الدوليين من توسيع نطاق المحتوى عند الطلب، وتعزيز البرمجة القائمة على البيانات، ورفع القدرة التنافسية في الأسواق الإقليمية والدولية.

يشكّل البث التدفقي نحو ثلثي قيمة قطاع الإعلام المرئي في 2025

وفق الحصة السوقية للقطاعات الفرعية.





توسّع قطاع السينما

- بلغت إيرادات السينما في المملكة **922.6 مليون ريال سعودي** (246 مليون دولار) في عام 2024، مسجلةً نموًا يفوق **20 ضعفًا** مقارنةً بـ **39 مليون ريال سعودي** (10.4 ملايين دولار) في عام 2018، ويأتي هذا التوسع مدفوعاً بنمو الطلب المحلي، وفقًا لبيانات هيئة الأفلام السعودية والهيئة العامة لتنظيم الإعلام.
- خلال النصف الأول من عام 2025، وصلت إيرادات شباك التذاكر إلى **448 مليون ريال سعودي** (119 مليون دولار)، مع بيع **9.1 مليون** تذكرة، ووجود **635** شاشة عرض موزعة على **65** دار سينما في **20** مدينة، بحسب تقرير هيئة الأفلام السعودية لعام 2025.
- ارتفعت مبيعات التذاكر إلى **17.7 مليون** تذكرة في عام 2023 مقارنةً بـ **14.4 مليون** تذكرة في عام 2022، فيما تجاوزت الطاقة الاستيعابية للمقاعد **60 ألف** مقعد على مستوى المملكة، استنادًا إلى بيانات وزارة الثقافة والهيئة العامة لتنظيم الإعلام.
- تواصل مشروعات نيوم والعلا، المدعومة من صندوق الاستثمارات العامة، ترسيخ مكانة المملكة كوجهة إقليمية للتصوير السينمائي، من خلال استضافة إنتاجات محلية ودولية تتماشى مع مستهدفات رؤية السعودية 2030.

نمو سوق المحتوى الرقمي المرئي

قُدِّرت قيمة سوق محتوى الفيديو الرقمي في المملكة بنحو **8.3 مليار ريال سعودي** (2.2 مليار دولار) في عام 2025، مع توقعات بارتفاعها إلى **19.1 مليار ريال سعودي** (5.1 مليار دولار) بحلول عام 2034، ما يعادل معدل نمو سنوي مركب يبلغ **9.9%**، وفقًا لتقديرات مجموعة IMARC.

الطلب على الاستثمار والعوامل الممكنة

- يتواصل نمو الطلب على المحتوى باللغة العربية، مدفوعًا بتغيّر تفضيلات الجمهور وزيادة الاستهلاك الرقمي.
- تتوسع الطاقة الإنتاجية والبنية التحتية للاستوديوهات، إذ أُصدر **أكثر من 350** تصريح تصوير في العلا خلال الفترة 2020–2024، ما أسفر عن **أكثر من 700** يوم تصوير شملت **خمسة** أفلام روائية، **وثلاثة** أفلام وثائقية، **و35** مسلسلاً تلفزيونيًا.
- يُتوقع أن يسجّل قطاع الإعلام المرئي في المملكة معدل نمو سنوي مركب يبلغ **9%** خلال الفترة 2023–2027، ليصل حجمه إلى نحو **15 مليار ريال سعودي** (4 مليارات دولار).
- تواصل منصات البث عبر الإنترنت OTT الاستحواذ على حصة متزايدة من استهلاك الفيديو، مع تحوّل الجمهور نحو نماذج المشاهدة عند الطلب.
- على الرغم من اختلاف نماذج الأعمال بين السينما ومنصات البث عبر الإنترنت، فإن الفرصة المشتركة للاستفادة من المحتوى العربي وتلاقي تفضيلات الجمهور تضعهما كمحرّكين متكاملين للنمو.
- تشمل أبرز التحديات نقص الكفاءات المتخصصة، واختناقات التوزيع، والمنافسة من المحتوى العالمي، ما يؤكد الحاجة إلى تطوير منظومة مستدامة تعزّز المسار الموحد لنمو القطاع.

المصدر: *Gmedia; IMARC Group; Lexology; MoC; OBG research; Saudi Film Commission*

نجاح المحتوى المرئي المحلي يعزّز ثقة المستثمرين

إنتاج المحتوى المحلي

أصبح فيلم نورة، الذي صُوِّر في العلا، أول فيلم سعودي يُختار للمشاركة الرسمية في مهرجان كان السينمائي، ما مثّل إنجازًا نوعيًا للحضور الدولي للمحتوى السعودي.

يواصل كل من مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي ومهرجان أفلام السعودية بشكل متزايد إبراز المواهب المحلية، مع تعزيز الظهور العالمي للمحتوى المرئي السعودي.

توفّر برامج الحوافز استردادات نقدية تصل إلى **40%** من الإنفاق المؤهّل على الإنتاج. واستضافت نيوم **أكثر من 30** إنتاجًا خلال 18 شهرًا، مع نسب استرداد تتجاوز 40% للمشروعات التي تدعم تنمية المواهب المحلية.

تقدّم المملكة رسوم تصاريح تصوير ورسوم مواقع عامة تنافسية تتراوح عادةً بين **299 ريالًا** (79.70 دولارًا) و**500 ريال** (133 دولارًا) لليوم الواحد، مقارنةً برسوم نموذجية في دبي تبلغ **2500 درهم** (681 دولارًا)، ما يخفض التكلفة الأساسية للإنتاج لصنّاع الأفلام والمحتوى.

حقّق أحد الأعمال المحلية إيرادات بلغت **40.5 مليون ريال** (10.8 ملايين دولار) بعد طرحه في 2022، متجاوزًا عناوين دولية كبرى مثل The Batman وThe Joker في شباك التذاكر السعودي، وفقًا لبيانات هيئة الأفلام السعودية.

الأثر على ثقة المستثمرين

يسهم نمو الإنتاج المحلي في جذب استثمارات دولية، مع توسّع منصات مثل Netflix وStarz play و"شاهد" في المحتوى العربي، فيما تؤكد مجموعة MBC عبر طرحها العام في 2024 تصاعد إقبال المستثمرين للإعلام السعودي.

دراسة حالة: يوتيرن للترفيه – ملكية فكرية محلية في الفيديو

بدأت مساهمة شركة UTURN Entertainment في قطاع الإعلام الرقمي بالمملكة عام 2010 مع إطلاق برامج على YouTube باللغة العربية. ومع تطور نموذج أعمالها من مُجمِّع محتوى على يوتيوب إلى شركة متكاملة بحلول 2025، باتت تُنتج محتوى إبداعي، وتمتلك حقوق ملكية فكرية، وتقدّم خدمات إنتاج متقدمة. وقد أسهم هذا التحول الاستراتيجي في تموضع "يوتيرن" لاعبًا محليًا بارزًا في اقتصاد صنّاع المحتوى ودفع نمو المحتوى الرقمي العربي في المملكة.

مسار الريادة الرقمية

2010 الانطلاقة الرقمية
تأسيس قناة يوتيوب باللغة العربية، وبناء قاعدة جمهور محلية.

2011 أول تكامل مع العلامات التجارية
بدء إبرام صفقات رعاية مع علامات تجارية.

2015 التحوّل الاستراتيجي
تكييف نموذج الأعمال مع تحولات السوق ودعم صنّاع المحتوى ا لمستقلين .

2018 التحالف العالمي
الانضمام إلى Webedia Media) Group)، مما عزّز الوصول والخبرات الدولية.

2019 حضور وطني
اختيار الشركة شريكًا للمحتوى الرقمي في موسم الرياض.

2024 التعاون مع تيك توك
التعاون مع منصّة تيك توك لإنتاج محتوى ممول بالعلامات التجارية متوافق ثقافيًا.

2025 النظام البيئي الناضج
العمل كمزوّد متنوّع لعلامات محتوى أصلية، وصيغ إنتاج، وخدمات إعلامية متكاملة.

معالجة الثغرات الرئيسية في المواهب

الفجوة بين المحتوى والإيرادات التجارية
حدّدت الشركة نقصًا في الكفاءات القادرة على الجمع بين تطوير المحتوى الإبداعي واستراتيجيات تحقيق الدخل التجاري.

التطوير الداخلي
تنفّذ برامج داخلية، ومبادرات تدريب وإرشاد، وفرص تدريب عملي، بهدف إعداد كوادر مهنية قادرة على سد الفجوات بين متطلبات السوق والمهارات المتاحة.

المصدر: *Dubai Film and TV Commission; OBG research; Red Sea Film Festival; Saudi Film Commission; Saudi Film Permit; UTURN*

الإعلام المسموع المتنامي في المملكة: البث التدفقي والفعاليات والاستثمار

سجّلت إيرادات الموسيقى المسجّلة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا نموًا بنسبة 22.8% في عام 2024، وفق بيانات الاتحاد الدولي للصناعة الفونوغرافية IFPI، مع استحواذ البث التدفقي على 99.5% من إجمالي الإيرادات خلال الفترة نفسها. وتحافظ المملكة على موقع قوي داخل هذا النظام المتوسع، مدفوعةً بتزايد الحضور الدولي للفنانين المحليين، واستثمارات القطاع الخاص التي تُسهم في توسيع المنصّات وتعزيز البنية التحتية للعروض الحية. ويؤدي هذا القطاع دورًا متناميًا في تشكيل صورة الثقافة السعودية، بما يمدّد التأثير الإبداعي للمملكة عبر شبكات الموسيقى العالمية، ويعزّز جاذبية السوق للمستثمرين عبر نماذج نمو قائمة على التوسّع الرقمي وتكامل الفعاليات الحية.

يشكّل البث التدفقي نحو ثلاثة أرباع قيمة قطاع الإعلام المسموع في 2025

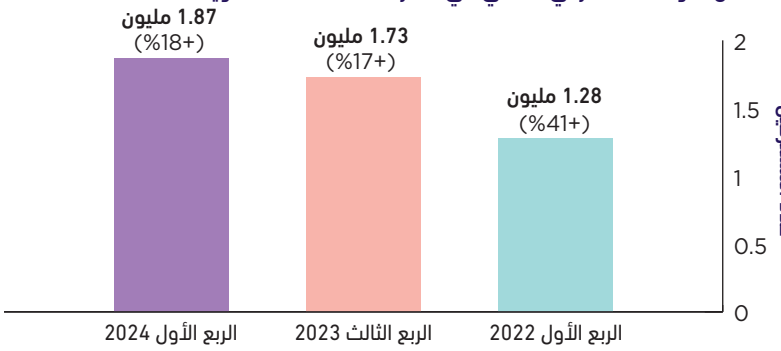
وفق الحصة السوقية للقطاعات الفرعية

حقّق سوق البث الصوتي في المملكة إيرادات قدرها **4.1 ملايين ريال سعودي** (1.1 مليون دولار) من الإيرادات في عام 2024، مع توقعات بارتفاعها إلى **11.3 مليون ريال سعودي** (3 ملايين دولار) من الإيرادات بحلول عام 2030، بما يعادل معدل نمو سنوي مركب يبلغ **18.4%**، وتظل الموسيقى الشريحة الأكبر توليدًا للإيرادات ضمن قطاع الإعلام المسموع.

برزت منصّة ثمانية كلاعب إقليمي، متجاوزة **100 ألف** مستمع نشط خلال شهرين من إطلاق تطبيق راديو ثمانية Radio Thmanyah.

يشير نمو أعداد المشتركين إلى اتساع إمكانات تحقيق الدخل في سوق البث الصوتي بالمملكة.

معدل نمو عدد مشتركي أنغامي في الفترة 2022-2024 (سنويًا)



التحديات

يُسهم صعود الموسيقى الحية وخدمات الصوتيات عند الطلب تدريجيًا في تقليص الاعتماد على الإذاعة التقليدية. ومع ذلك، لا يزال **84%** من السعوديين يستمعون إلى الإذاعة بمعدل **ثلاث ساعات** يوميًا، وفق دراسة Ipsos الصادرة في نوفمبر 2023.

قد يؤدي الاعتماد المفرط على إيرادات البث التدفقي ومحدودية التنويع خارج نطاق الفعاليات الكبرى إلى تعرّض القطاع لتقلبات. وفي الوقت نفسه، تحدّ فجوات القدرات في مجالات المؤثرات البصرية VFX، وتصميم الصوت، والإنتاج الافتراضي من التقدم في التوطين وتعزيز التنافسية الدولية.

تواصل حماية الملكية الفكرية وإنفاذها مسار التطور، إلا أن القرصنة العابرة للحدود، ومحدودية المواءمة مع المعايير الدولية تشكّل تحديات قائمة أمام أصحاب المصلحة في القطاع الإعلامي.

الفعاليات الحية والمكانة الدولية وتطور الطلب

بلغت قيمة سوق إدارة الفعاليات في المملكة نحو **7 مليارات ريال سعودي** (2 مليار دولار) في عام 2024، وفقًا لتحليلات Mordor Intelligence، ومن المتوقع أن ترتفع القيمة إلى **9.8 مليار ريال سعودي** (2.6 مليار دولار) في عام 2025، ثم إلى **15.8 مليار ريال سعودي** (4.2 مليار دولار) بحلول عام 2030، بما يعادل معدل نمو سنوي مركب قدره **9.7%**.

تواصل منصّة الموسيقى المحلية MDLBEAST تعزيز البنية التحتية للفعاليات الحية الواسعة النطاق، وتنمية الفنانين، والتعاون الدولي، بما في ذلك شراكة مع نيوم أُعلن عنها عام 2024، مما يعزّز مكانة المملكة على خارطة الفعاليات الموسيقية العالمية.

توفّر فعاليات رئيسية مثل MDLBEAST Soundstorm، XP Music Futuresg، وXPerformg منصّات استراتيجية للفنانين السعوديين للتواصل مع جمهور دولي، ومسؤولي صناعة الموسيقى، وشبكات الصناعة العالمية.

يتجه المستمعون في المملكة بشكل متزايد نحو منصات الصوتيات الرقمية ونماذج الاشتراك، مع تنامي الاهتمام بالمحتوى المنتج محليًا وباللغة العربية، بالتوازي مع استهلاك الأعمال العالمية، ما يعكس تحولًا هيكليًا في الطلب داخل سوق الصوتيات.

المصدر: *Al Tamimi Law Firm; Anghami; Gmedia; Grand View Research; IFPI; Ipsos; Mordor Intelligence; Music Business Worldwide; OBG research; YouGov*

الشراكات والابتكار يفتحان مسارات لتحقيق الدخل في قطاع الإعلام المسموع

تتكوّن منظومة الإعلام المسموع في المملكة من شراكات استراتيجية، وتنمية شاملة للمواهب، وحوافز مالية. وإلى جانب حماية الملكية الفكرية والاستثمار في البنية التحتية، يسهم ذلك في تموضع قطاع الإعلام المسموع السعودي لتحقيق نمو إبداعي وتجاري مستدام على المدى الطويل، وتعزيز قدرته على توليد إيرادات متنوّعة.

منصات البث والشراكات

قُدِّرت قيمة سوق الإعلام المسموع في المملكة بنحو 971 مليون ريال سعودي (259 مليون دولار) في عام 2024، مع توقعات بنمو بمعدل سنوي مركب يبلغ 4% ليصل إلى نحو 1.1 مليار ريال سعودي (294 مليون دولار) بحلول عام 2027. وفقًا لاستطلاع YouGov لعام 2025، يستمع 60% من البالغين في المملكة إلى ساعة واحدة على الأقل من البودكاست أسبوعيًا، ما يعكس توسّع قاعدة الاستهلاك الصوتي عند الطلب.

حافظت المنصّات الدولية Spotify وApple Music على حضور قوي في السوق السعودي. وفي الوقت نفسه، تتجه المنصّات العالمية إلى شراكات محلية لتعزيز الانتشار الإقليمي، مثل الاتفاق بين Deezer الفرنسية وروتانا لتوسيع المحتوى على مستوى المنطقة.

البنية التحتية للصناعة وزخم الاستثمار

يكتسب قطاع الإعلام المسموع في المملكة زخمًا متصاعدًا مع نمو الاستثمارات في الإنتاج وتنمية المهارات والتقنية. وتدفع الشراكات نماذج تحقيق الدخل عبر الإنتاج المشترك، والملكية الفكرية المشتركة، والترخيص، والإعلان.

يُعد "مرواس" الذي أُطلق في الرياض عام 2022، أكبر منشأة إنتاج موسيقي في العالم. وقد طُوِّر بدعم من الصندوق الثقافي لتوسيع البنية التحتية ورعاية المواهب السعودية.

تسهم البنية التحتية الجديدة من مناطق الترفيه في نيوم إلى مرافق التسجيل في العلا في ترسيخ قدرات إنتاج عالية الجودة تدعم تنافسية القطاع.

يستفيد القطاع من دعم تنظيمي مُستهدف، وشراكات بين القطاعين العام والخاص، ومبادرات تمويلية تشمل دعم هيئة الإذاعة والتلفزيون، ومنح مسك، وبرامج مثل مبادرة "صنعة" التابعة لهيئة الموسيقى، والأكاديمية الدولية للموسيقى في الطائف.

دراسة حالة: ثمانية – سرد عربي أصيل في منظومة رقمية متكاملة

thmanyah

تأسست ثمانية عام 2016، كشركة متخصصة في البودكاست والأفلام الوثائقية والإعلام الرقمي. وتنتج الشركة محتوى باللغة العربية صُمّم ليصل إلى ملايين المشاهدين في العالم العربي، جامعًا بين السرد القصصي وتقنيات الإنتاج الحديثة بما يعكس تطوّر المشهد الإبداعي في المنطقة.

السرد القصصي العربي

تُنتج «ثمانية» بودكاستات وأفلامًا تُجسّد حوارات واقعية وتفاصيل الحياة اليومية، مع تركيز على الأصالة والعمق السردي.

+110 مليون
مشاهدة عالمية

حلقة بودكاست "فنجان" (في 2024) أصبحت أكثر بودكاست مشاهدة عالميًا على يوتيوب، حيث تجاوز عدد المشاهدات 110 ملايين مشاهدة.

الابتكار القائم على الجمهور

- يصاغ المحتوى استنادا إلى ملاحظات المستمعين والمشاهدين.
- توسّعت الشركة من البودكاست الصوتي إلى منظومة متكاملة تشمل إذاعة ثمانية، وتطبيق ثمانية، وقسمًا متناميًا للإعلام المرئي.

المواهب السعودية ومعايير الجودة

- تدير فرق داخلية عمليات الكتابة والتصوير وما بعد الإنتاج.
- تستثمر في تدريب وإرشاد صنّاع محتوى سعوديين ناشئين لرفع معايير الإنتاج المحلي.

توسيع نطاق الوصول

- في عام 2025، أطلقت الشركة قنوات فضائية، وحصلت على حقوق بث كرة القدم السعودية حتى عام 2031.
- تهدف «ثمانية» إلى جعل السرد العربي الأصيل معيارًا عالميًا معترفًا به للتميّز الإبداعي.

المصدر: *Gmedia; Ken Research; OBG research; TAM; Thmanyah; YouGov*

مستقبل النشر في المملكة: الرقمنة والذكاء الاصطناعي والترجمة

يشهد قطاع النشر في المملكة تحولًا متدرّجًا ومتوازنًا؛ فبينما يواصل النشر الورقي الحفاظ على حضوره، تشهد الصيغ الرقمية توسعًا مطّردًا. ويأتي هذا التحول مدعومًا ببرامج حكومية موجهة وابتكارات يقودها القطاع الخاص، ويتشكّل بفعل ارتفاع استخدام الهواتف الذكية، ودمج تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتغيّر نماذج الاستهلاك. ويقدّم القطاع فرصًا استثمارية متخصصة في مجالات المحتوى الرقمي، والتعليم، والترجمة، والخدمات الإخبارية، لا سيما مع اتجاه المنصّات إلى تحديث عملياتها وتنويع مصادر الإيرادات. وتنسجم هذه التطورات مع مستهدفات رؤية السعودية 2030 في تعزيز القطاع الثقافي وبناء اقتصاد قائم على المعرفة.

4.5 مليار ريال سعودي
استثمار سنوي (بما يعادل 1.2 مليار دولار) في قطاع النشر، وفقًا لهيئة "منشآت" في 2024

أكثر من 2500
دار نشر عاملة في جميع أنحاء المملكة، وفقًا لنفس المصدر

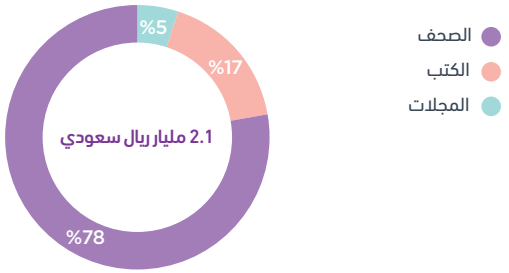
42%
نسبة المؤلفات من إجمالي الإنتاج الأدبي الجديد في عام 2022

2.8 مليون ريال سعودي
مبيعات كتب (بما يعادل 7.5 مليون دولار) في معرض الرياض الدولي للكتاب 2024

341
عملًا مترجمًا إلى العربية في عام 2022، بزيادة سنوية قدرها 17%، وفقًا لبيانات هيئة "منشآت"

من المتوقع أن تمثل الصحف أكثر من ثلاثة أرباع سوق النشر الاستهلاكي في المملكة في عام 2025.

وفق الحصة السوقية للقطاعات الفرعية



من المتوقع أن يسجل السوق معدل نمو سنوي مركب بنسبة **3%** من 2024 حتى 2027، ليصل إلى **2,2 مليار ريال سعودي** (587 مليون دولار).

يُتوقع أن تشهد إيرادات الصحف والمجلات تراجعًا طفيفًا لتصل إلى **1.55 مليار ريال سعودي** (413 مليون دولار) بحلول عام 2027، مقارنة بتقدير يبلغ 1.56 مليار ريال سعودي (417 مليون دولار) في عام 2025، وفقًا لبيانات Statista، مع تزايد زخم المحتوى الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي.

ديناميكيات السوق

حافظ النشر الورقي على حصة تبلغ **82%** من إجمالي إيرادات الصحف والمجلات في عام 2024، رغم تسجيله تراجعًا سنويًا تدريجيًا بنحو **4%** وبحلول عام 2023، أظهرت بيانات Ipsos أن **62%** من السعوديين يقرؤون الصحف الإلكترونية، مقابل **39%** يطالعون المطبوعات الورقية يوميًا، و**36%** يقرؤون المجلات بشكل أسبوعي.

تظل المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام SRMG لاعبًا محوريًا في قطاع النشر، مع توسيع استثماراتها في المحتوى الرقمي عبر منصات جديدة مثل Billboard وManga Arabia Arabia، بما يدعم تنويع الإيرادات وتحديث نماذج الأعمال.

المعارض والترجمة

- تستقطب الفعاليات الكبرى— مثل معرض الرياض الدولي للكتاب — القراء المحليين والاهتمام الدولي؛ إذ شهد المعرض **أكثر من مليون** زائر من **30** دولة، وحقق مبيعات بقيمة **28 مليون ريال سعودي** (7.5 ملايين دولار) في عام 2024.تستقطب الفعاليات الكبرى مثل معرض الرياض الدولي للكتاب – الذي شهد أكثر من مليون زائر من 30 دولة وحقق مبيعات بقيمة 28 مليون ريال سعودي (7.5 مليون دولار) في 2024 – القراء المحليين والاهتمام الدولي.
- شهدت مبادرة ترجم ترجمة **292** كتابًا و**42** مجلة ثقافية أكاديمية تشمل **11** لغة في عامها الأول خلال 2021؛ وبلغ العدد **858** كتابًا بمشاركة **أكثر من 800** مترجم من **33** دولة بحلول 2024.
- لا يزال الناشرون يعتمدون على معارض الكتب في ظل شبكات البيع بالتجزئة المتفرقة؛ وتظهر الطباعة عند الطلب كبديل توزيع قابل للتطبيق، مما يتيح للقراء في جميع أنحاء المنطقة طلب النسخ المادية عبر البريد أو نقاط الاستلام المحلية.
- يدعم الإطار المعزّز لحقوق الملكية الفكرية في المملكة، تحت إشراف الهيئة السعودية للملكية الفكرية، النشر الرقمي وحماية حقوق الترجمة – مما يعزّز الثقة في توسع المحتوى عبر الإنترنت.

المصدر: *Gmedia; Ipsos; Literature, Publishing and Translation Commission; Monsha'at; OBG research; SATA; Statista*

المنصّات الرقمية والابتكار يوسّعان نطاق النشر ويعزّزان العوائد

يشهد قطاع النشر في المملكة العربية السعودية تحوّلًا متسارعًا نحو الصيغ الرقمية، مدعومًا بارتفاع معدّلات استخدام الهواتف الذكية ومبادرات حكومية لتعزيز القراءة ومحو الأمية، بينما يتراجع الاعتماد على القراءة الورقية تدريجيًا. وتسهم المنصّات الرقمية والكتب الإلكترونية في توسيع الوصول إلى جمهور محلي وإقليمي أوسع، وتعزيز قابلية التوسع التجاري للنشر.

العوامل المُمكِّنة الرئيسية

الدعم التمويلي: توفّر المبادرات الحكومية المدعومة برامج تحفيزية لتعزيز الإبداع الأدبي باللغة العربية، من بينها مبادرة معلّقة 45، التي تقدّم حوافز مالية وجوائز نقدية تصل إلى **مليون ريال سعودي** (300 ألف دولار)، بما يسهم في تنمية المواهب الأدبية وتحفيز الإنتاج الثقافي.)

قوة البنية التحتية: تحافظ المملكة على بنية تحتية متينة للنشر الورقي والرقمي عبر جهات متخصصة، من بينها دار النشر السعودية ومجمّع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، ما يضمن استدامة الإنتاج التقليدي بالتوازي مع التحول الرقمي.

تطوير المواهب: تتشكّل منظومة متنامية من الأكاديميات المتخصصة في الإعلام والنشر، تضم أكاديمية التدريب بهيئة الإذاعة والتلفزيون، والأكاديمية السعودية للإعلام، وأكاديمية وكالة الأنباء السعودية، وأكاديمية المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام، وأكاديمية MBC، وتسهم هذه الجهات في إعداد جيل جديد من المحررين، والمتخصصين في الإعلام الرقمي، وصنّاع المحتوى، بما يدعم استدامة القطاع.

محو الأمية وإتاحة الوصول: أسهمت المبادرات الوطنية في رفع معدل محو الأمية بين البالغين إلى **أكثر من 96%**. وفي الوقت ذاته، تشجّع معارض الكتب، ومجتمعات القراءة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ونوادي القراءة على توسيع المشاركة المجتمعية وتعزيز الطلب على المحتوى.

الابتكار

رغم استمرار هيمنة النشر الورقي، فإن الاستثمار الموجّه في المنصّات الرقمية، والترجمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي، والنشر الرقمي يفتح آفاقًا أوسع لوصول المؤلفين السعوديين إلى أسواق جديدة، شريطة مواءمة التسعير وقنوات التوزيع ونماذج البيع بالتجزئة. كما يتيح الذكاء الاصطناعي التوليدي تحسينات تشغيلية مهمة، تشمل رفع الإنتاجية وتقديم تجارب قراءة مخصّصة. وفي المقابل، تبرز تحديات تتعلق بالمعلومات المضللة، وحقوق الملكية الفكرية، وتحوّلات سوق العمل، ما يؤكد أهمية الإشراف البشري والحفاظ على المصداقية الثقافية للسرد السعودي.

المصدر: *Argaam; Deloitte; Gmedia; Literature, Publishing and Translation Commission; OBG research*

دراسة حالة: أرقام – ابتكار النشر

argaam

تأسست أرقام عام 2007 كمزوّد سعودي لبيانات وأخبار الأسواق المالية، وتقدّم تغطية آنية للأسواق والمؤشرات الاقتصادية والشركات المدرجة. وفي عام 2015، أطلقت منصّة باللغة الإنجليزية لتوسيع نطاقها عبر دول مجلس التعاون الخليجي. وتجمع الشركة بين التحرير والتقنية والبحث لتقديم محتوى قابل للتوسع يخدم المستخدمين المؤسسيين والأفراد، بما يجعلها نموذجًا للابتكار وتوطين المحتوى والتوسّع الاستراتيجي في النشر الرقمي.

الأركان التشغيلية

البيانات
ترتكز العمليات على الدقة والمصداقية.

البنية التحتية
محللون مدرَّبون وتقنيات متقدمة تدعم القابلية للتوسع

الأتمتة
يُنتج نحو **30%** من المحتوى آليًا لتعزيز السرعة والنطاق.

الوصول الثنائي اللغة
منصات بالعربية والإنجليزية تخدم مستثمرين محليين ودوليين.

المواءمة مع أهداف رؤية السعودية 2030

التنويع الاقتصادي
يشمل القطاعات غير النفطية

التحول الرقمي
يوسّع نطاق الوصول إلى بيانات السوق

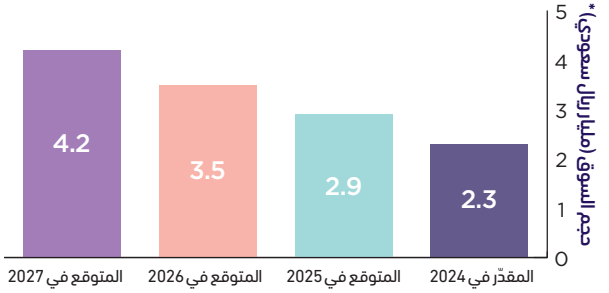
التوطين
يعطي الأولوية للمواهب السعودية وملكية البيانات

الشراكات الاستراتيجية والنمو

- يوفّر المالك الأكبر، وهو المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام SRMG، دعمًا استراتيجيًا مع الحفاظ على استقلالية أرقام التحريرية والتشغيلية.
- يغطّي المحتوى الموضوعات الاقتصادية الكلية والقطاعات غير النفطية، بما يدعم قرارات المستثمرين ويعزّز القيمة التحليلية.
- يغطّي المحتوى الموضوعات الاقتصادية الكلية والقطاعات غير النفطية، بما يدعم قرارات المستثمرين ويعزّز القيمة التحليلية.
- يبني شراكات إقليمية ودولية لتعزيز الانتشار وتوسيع قاعدة المستخدمين

الألعاب والرياضات الإلكترونية: توسّع تقوده الاستثمارات والفعاليات وتفاعل فئة الشباب

من المتوقع أن يسجل حجم سوق الألعاب الالكترونية معدل نمو سنوي مركب بنسبة 23% خلال الفترة من 2024 إلى 2027.



* يشمل الاستوديوهات وشركات الاختبار والمجالات المرتبطة بالألعاب والفرق الاحترافية للرياضات الإلكترونية؛ ولا يتضمن المكونات المرتبطة بالقطاعات الأخرى

الاستهلاك والتنظيم

23.5 مليون لاعب في المملكة، بما يعادل ثلثي السكان، في عام 2025.

59% من لاعبي المملكة تتراوح أعمارهم بين 15 و24 سنة، و**42%** منهم من الإناث، في عام 2025.

صُنفت **640** لعبة إلكترونية حسب العمر المناسب لها، وفسحت **165** لعبة كنسخ ملموسة من قبل الهيئة العامة لتنظيم الإعلام في عام 2024. وخلال الفترة من يناير إلى سبتمبر 2025، جرى تصنيف **414** لعبة إضافية حسب العمر المناسب، وفسحت **123** لعبة كنسخ ملموسة. وبذلك، بلغ الإجمالي التراكمي **3795** لعبة مصنفة حسب العمر المناسب لها و**2394** لعبة مُفسَحة لعبة كنسخ ملموسة حتى سبتمبر 2025.

الإنتاج والأهداف الاستراتيجية

استهداف **250** شركة ألعاب بحلول عام 2030، وفقًا لاستراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية.

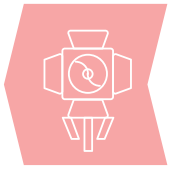
إنتاج أكثر من **30** لعبة قادرة على المنافسة عالميًا، مع توقّعات بدخولها ضمن أفضل 300 لعبة عالميًا بحلول عام 2031، وفق الاستراتيجية ذاتها.

يوجد **أكثر من 20** استوديو ألعاب محلي حتى عام 2023.

آفاق التوقعات في سوق الألعاب الإلكترونية

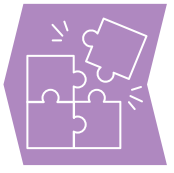
- من المتوقع أن يسجّل سوق الألعاب في المملكة معدل نمو سنوي مركب بنسبة **23%** خلال الفترة من 2024 إلى 2027، ليصل إلى **4.2 مليار ريال سعودي** (1.1 مليار دولار أمريكي) ويشمل ذلك قطاعات مثل الاستوديوهات، والمجالات الخاصة بالألعاب، والفرق الاحترافية للرياضات الإلكترونية، مع استبعاد الفعاليات.
- يهدف سوق الألعاب والرياضات الإلكترونية إلى تحقيق مساهمة اقتصادية تتجاوز **50 مليار ريال سعودي** (13.3 مليار دولار أمريكي) وخلق نحو **39,000** وظيفة في مجالات التطوير والنشر والبنية التحتية وغيرها بحلول عام 2030.
- يعتمد تحقيق الإيرادات في سوق الألعاب السعودي بدرجة كبيرة على منصات الأجهزة الذكية، حيث أشار المطورون إلى أن **42%** من الإيرادات تأتي من عمليات الشراء داخل التطبيق، و**78%** من الإعلانات داخل التطبيق، وفقًا لبيانات شركة 42matters.

تحليل الفجوات



القدرة الإنتاجية

توجد **ثمانية** استوديوهات محلية، تمتلك القدرة على تطوير ألعاب واسعة النطاق، وفقًا لبيانات شركة nine66 والهيئة العامة لتنظيم الإعلام.



عدم توافق السوق

يُفضّل **أكثر من 60%** من مطوري الألعاب السعوديين ألعاب الكمبيوتر، في حين تمثل ألعاب الهواتف المحمولة نحو ثلثي إيرادات السوق، وفق تحليلات Statistag Newzoo، ما يحدّ من قابلية التوسّع التجاري لبعض نماذج الأعمال.

عوائق التصدير والشراكات

قد تعيق حماية حقوق الملكية الفكرية، ومتطلبات تصنيف المحتوى، وبروتوكولات الرقابة توسع الصادرات والشراكات العالمية. كما قد تؤدي إجراءات الترخيص المعقّدة والموافقات التنظيمية إلى تأخير دخول السوق وتنفيذ الشراكات.

محركات الاستثمار والميزة التنافسية

- تزايد دعم رأس المال الاستثماري، بقيادة صندوق التنمية الوطني وبنك التنمية السعودي، بمساهمة قدرها **450 مليون ريال سعودي** (120 مليون دولار أمريكي) في صناديق رأس المال الاستثماري لألعاب الفيديو في مراحلها المبكرة عام 2024.
- تتعزّز جاذبية القطاع مع ارتفاع مستوى تفاعل المستهلكين، ويتجلى ذلك في الفعاليات البارزة ة مثل كأس العالم للرياضات الإلكترونية عام 2024، والتي بلغ مجموع جوائزها **225 مليون ريال سعودي** (60 مليون دولار أمريكي).
- تتضمن آليات التمويل منحًا للفرق الاحترافية في الرياضات الإلكترونية، والاستثمار المشترك من خلال مجموعة Savvy للألعاب الإلكترونية لدعم المطورين وحاضنات الأعمال وبرامج التسريع.

المصدر: *42mattersConsultancy–me; Ipsos; Gmedia; NGES; Newzoo; nine66; OBG research; PwC; Savvy Games Group; Statista*

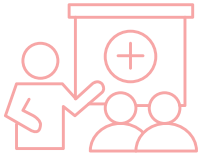
استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية ترسم فرص النمو عبر سلسلة القيمة

تستعرض استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الالكترونية الفرص المتاحة عبر مختلف مراحل سلاسل القيمة.

محفزات الاستهلاك

يشمل ذلك تطوير مواقع الفعاليات العالمية، وترسيخ مكانة المملكة وجهةً للبث المباشر للجماهير الناطقة بالعربية، ودعم إنشاء الملكية الفكرية المحلية للألعاب، إلى جانب تمكين تقنيات الواقع المختلط عبر الواقع المعزّز والواقع الافتراضي.

التعليم وتطوير المواهب



وتشمل تصميم مناهج تعليمية مرتبطة بالألعاب، وبرامج الرياضات الإلكترونية الجامعية، ومراكز البحث والتميز، إلى جانب الشراكات مع أكاديميات الألعاب الدولية – بهدف تطوير المهارات في تطوير الألعاب والتقنيات الافتراضية الغامرة.

البنية التحتية التقنية والمادية

الاستثمار في شبكات ذات زمن استجابة فائق الانخفاض؛ ونشر خوادم إقليمية لتعزيز جودة تجربة اللعب؛ وإنشاء استوديوهات وصالات ألعاب حديثة بأحدث المواصفات.

الفرص الاستثمارية

تُعد استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية ركيزة أساسية في الاقتصاد الإبداعي في المملكة، إذ تدفع إلى الابتكار، وخلق فرص العمل، وبناء قيمة مستدامة.

بيئة داعمة: البنية التحتية، والمواهب، والشراكات

- خصص صندوق الاستثمارات العامة **143 مليار ريال سعودي** (38 مليار دولار أمريكي) لمبادرات الألعاب والرياضات الإلكترونية في عام 2022 من خلال مجموعة Savvy للألعاب الإلكترونية.
- يشرف الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية على دعم القطاع عبر المبادرات مثل صندوق الانطلاقة، وصندوق الأداء، وصندوق الاستحقاق.
- في عام 2025، أعلنت شبكة True Gamers، ومقرها الإمارات العربية المتحدة، عن استثمار بقيمة **169 مليون ريال سعودي** (45 مليون دولار أمريكي) لإنشاء **150** مركزًا للألعاب في المملكة.
- تهدف التحالفات الاستراتيجية، مثل شراكة The Sandbox – Sandsoft، وتعاون الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية مع اتحادات في المملكة المتحدة واليابان، إلى توطين الخبرات وتعزيز الحضور الدولي.
- تُعد استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية أحد البرامج الرائدة ضمن رؤية المملكة 2030، وتهدف إلى ترسيخ مكانة المملكة كمركز إقليمي رائد للألعاب الإلكترونية.

دراسة حالة: مجموعة Savvy للألعاب الإلكترونية – تمكين استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية.

SAVVY GAMES GROUP

تلعب مجموعة Savvy للألعاب الإلكترونية، إحدى شركات صندوق الاستثمارات العامة، دورًا مهمًا في تنفيذ استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية في المملكة، من خلال الاستحواذات العالمية وتطوير المنظومة المحلية، وتساهم المجموعة في تحقيق طموحات المملكة لتصبح رائدة في القطاع. كما تُعد مجموعة Savvy للألعاب الإلكترونية نموذجًا للتحول في قطاع الإعلام والترفيه بالمملكة، من خلال مساهمتها في أهداف استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية ورؤية السعودية 2030 المتعلقة بالابتكار وتمكين الشباب.

الأهداف الاستراتيجية

النشروالتطوير
تقديم ألعاب وتجارب عالية الجودة للاعبين حول العالم.

الأثرالمحلي
بناء منظومة ألعاب قوية في المملكة من خلال الشراكات والمبادرات التي تركز على تطوير المواهب وخلق فرص العمل.

التوسع
تعزيز النمو طويل الأمد والابتكار في صناعة الألعاب والرياضات الإلكترونية العالمية من خلال الاستحواذات الاستراتيجية.

الرياضاتالإلكترونية
وتسهم الشركة في تسهيل نمو قطاع الرياضات الإلكترونية العالمي، حيث تمتلك حصة سوقية بنسبة **40%** من حيث المشاهدات.

أهداف استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية

50 مليار ريال سعودي (13.3 مليار دولار أمريكي)
المساهمة الاقتصادية التي يحققها القطاع بحلول عام 2030

39 ألف
وظيفة في هذا القطاع بحلول عام 2030

تطوير المواهب والتعليم

تقدم أكاديمية Savvy حزمة من البرامج، تشمل ما يلي:

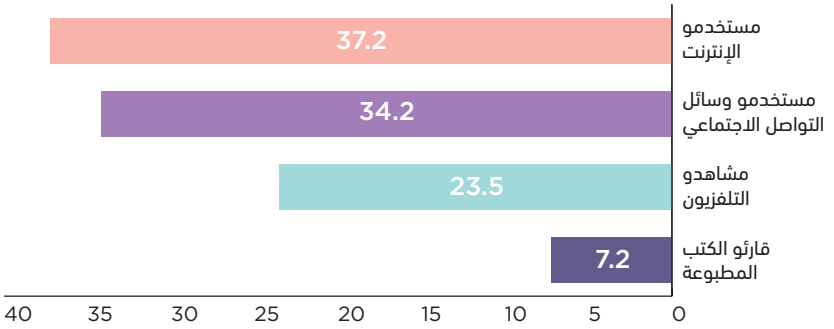
- برنامج Next-generation: مبادرة مدرسية تُمكّن الطلاب من التعرّف على صناعة الألعاب الإلكترونية.
- برنامج Level-up: تدريب مهني يركّز على تطوير الألعاب الإلكترونية وإدارة الرياضات الإلكترونية لطلاب الجامعات.
- برنامج Kickstarter: تدريب عملي في مجموعة Savvy وشركاتها التابعة، يهدف إلى توفير خبرة مهنية تطبيقية مباشرة.
- برنامج Incubator: لمساعدة رواد الأعمال على بناء وتنمية أعمالهم في قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية.
- برنامج Masterclass: فعاليات تستضيف خبراء دوليين في الرياض لتقديم جلسات وورش عمل متخصصة.

المصدر: *NGES; PwC; Savvy Games Group*

المنصّات الرقمية تعيد تشكيل قطاع الإعلان في المملكة

لا يزال جزء كبير من سوق الإعلانات الرقمية في المملكة خاضعاً لهيمنة المنصّات العالمية. إذ ذهب ما بين **70–80%** من إجمالي الإنفاق على الإعلانات الرقمية البالغ **5.6 مليار ريال سعودي** (1.5 مليار دولار أمريكي) في عام 2022 إلى المنصّات العالمية مثل جوجل وميتا، وذلك وفقًا لصحيفة الشرق الأوسط. ويؤدي ذلك إلى خروج قرابة **3.75 مليار ريال سعودي** (1 مليار دولار أمريكي) من المملكة سنويًا، مما يؤكد الحاجة إلى تعزيز الشبكات المحلية والاحتفاظ بمزيد من القيمة ضمن الاقتصاد الوطني.

تتمتع المنصات الرقمية في المملكة بنطاق وصول أوسع بكثير من المنصات التقليدية بحلول عام 2025.



الوصول الإعلامي وفقًا للوسيلة (عدد المشاهدين بالملايين)

نمو القطاع والتحول الرقمي

من المتوقع أن يصل إجمالي الإنفاق على الإعلانات في المملكة إلى **9.4 مليار ريال سعودي** (2.5 مليار دولار أمريكي) في عام 2025، بزيادة قدرها **10.5%**. ويبلغ نصيب إعلانات البحث وحدها **3.8 مليار ريال سعودي** (1 مليار دولار أمريكي) وفقًا لبيانات Statista. وإلى جانب التسويق عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، تشمل قنوات التسويق المدفوعة إعلانات البحث، والإعلانات المبرمجة، والإعلانات الخارجية، وشبكات الإعلام الرقمي الناشئة.

من المتوقع أن تمثل المنصّات الرقمية **نحو 90%** من إجمالي الإنفاق الإعلاني في المملكة بحلول عام 2029، وفقًا لبيانات Statista مدفوعًا بالإعلانات البرمجية التي تمثل نحو 80% من الإيرادات، إضافة إلى توسّع استثمار العلامات التجارية في الحملات الرقمية للوصول إلى المستهلكين. كما يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا متزايدًا في صياغة استراتيجيات التسويق، من خلال الاستهداف القائم على البيانات وتحسين كفاءة الحملات الإعلانية.

سجّلت أسعار جوجل أدسنس في المملكة نحو **0.79 ريال سعودي** (0.21 دولار أمريكي) لكل 1000 ظهور في عام 2024. وهو مستوى أقل من الإمارات العربية المتحدة – حيث يبلغ **1.31 ريال سعودي** / 0.35 دولار أمريكي) – ومقارب لسلطنة عمان والتي تبلغ **0.64 ريال سعودي** / 0.17 دولار أمريكي)، ويعكس ذلك كفاءة نسبية في تكلفة الوصول الرقمي للمعلنين داخل السوق السعودي.

من المتوقع أن يرتفع حجم قطاع الإعلان الخارجي من **1.4 مليار ريال سعودي** (369 مليون دولار أمريكي) في عام 2024 إلى **2.3 مليار ريال سعودي** (624 مليون دولار أمريكي) بحلول عام 2033، وفقًا لتقديرات IMARC ويعود هذا النمو إلى التقدّم التقني، وحلول المدن الذكية، والتركيبة العمرية الشابة للسكان.

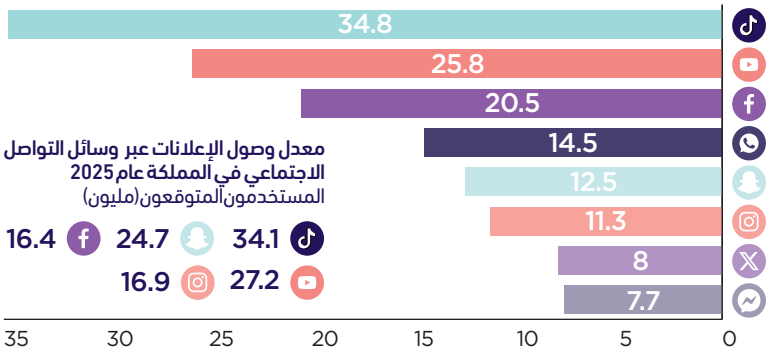
أسهمت المتطلبات التنظيمية التي أُطلقت في عام 2022 — مثل ترخيص موثوق (Mawthooq)، وتسجيل هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية لمنصّات البث المباشر والألعاب الإلكترونية — في إعادة تشكيل ممارسات التسويق عبر المؤثرين وتعزيز الامتثال التنظيمي وإمكانية الوصول إلى المنصّات في جميع أنحاء المملكة.

تشكل الحملات الموسمية خلال شهر رمضان وعيد الفطر محورًا رئيسيًا للسوق، إذ تسجّل زيادة في الإنفاق الإعلاني تصل إلى **44%**، مع استجابة إيجابية من المستهلكين، وفقًا لبيانات IstiZada.

المصدر: *Admitad; Asharq Al–Awsat; CST; Entrepreneur; Gmedia; IMARC Group; IstiZada; Reuters; Statista; Stllr Network; World Population Review*

وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي يعيدان رسم ملامح قطاع الإعلان

في عام 2023، استحوذت منصتا تيك توك ويوتيوب على معظم الوقت الذي يقضيه المستخدمون على وسائل التواصل الاجتماعي.



متوسط عدد الساعات التي يقضيها مستخدمو أندرويد النشطون على وسائل التواصل الاجتماعي شهريًا خلال الفترة من يوليو إلى سبتمبر

اقتصاد المؤثرين وصناعة المحتوى

من المتوقع أن ينمو سوق إنشاء المحتوى الرقمي في المملكة من **2.2 مليار ريال سعودي** (580 مليون دولار) في عام 2023 إلى **5.3 مليار ريال سعودي** (1.4 مليار دولار) بحلول عام 2030، بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ **13.7%**، وفقًا لتقرير شركة Grand View Research.

وشهد اقتصاد صناع المحتوى في المملكة نموًا بنسبة **32%** في الربع الأول من عام 2025، مدفوعًا بزيادة في قطاعات متخصصة، مثل الجمال (بنسبة **56%**)، وأسلوب الحياة (بنسبة **46%**)، والأزياء (بنسبة **18%**)، وذلك وفقًا لدراسة أجرتها أدميتاد وشبكة Stllr.

وفي الفترة نفسها، سجلت منصّة تيك توك أعلى نمو في المبيعات المدفوعة بالمؤثرين بين جميع المنصّات، حيث يستخدمها **88%** من السكان، بحسب نفس المصدر

وتعتمد فعالية الحملات التسويقية بشكل متزايد على التوافق الواضح مع أهداف العلامة التجارية، وعلى نتائج التفاعل القابلة للقياس، مثل تكاليف التحويل واكتساب العملاء. ووفقًا لشركة McKinsey، فإن المؤسسات التي تدمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق والمبيعات تشهد تحسنًا في عائد الاستثمار بنسبة تتراوح بين **10% و20%**.

المصدر: *Admitad; Global Media Insight; Gmedia; Grand View Research; McKinsey & Co; Stllr Network*

الأستاذة: إلدا شقير، الرئيس التنفيذي، أومنيكوم ميديا جروب في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

إلدا شقير

كيف ترون تطور قطاع الإعلان في المملكة، وما هي أبرز الفرص التي يوفرها هذا التطور؟

شقير: يشهد قطاع الإعلانات تطورًا متزايدًا، إذ يستفيد على نحو متزايد من أدوات متقدمة تربط إنفاق المعلنين بالعائد على الاستثمار. كما عزّزت وكالات الإعلان والتسويق الأجنبية وجودها في المملكة منذ عام 2020 عبر برنامج جذب المقرات الإقليمية وبرامج تطوير المهارات. وتكمن أبرز فرص النمو في تبنّي نهج «الأولوية لوسائل التواصل الاجتماعي» في تخطيط الإعلانات وشرائها، نظرًا للاستهلاك الواسع النطاق لهذه المنصّات في المملكة. ويسجّل كلٌّ من سناب شات وتيك توك من بين أعلى معدلات الاستخدام عالميًا، ما يفتح المجال للاستفادة من هذا التوجّه الرقمي لدى المستهلكين. وفي المقابل، لا يمكن إغفال القنوات التقليدية والفعاليات الرياضية المباشرة، التي لا تزال وسيلة فعّالة لتقديم حلول محلية للشركات السعودية والعالمية

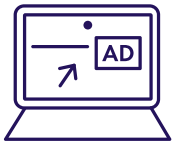
كيف تُعيد التقنيات الناشئة تشكيل قطاع الإعلانات، وما هي التحديات الاستراتيجية في السوق السعودي؟

شقير: تُحدث التقنية — ولا سيما الذكاء الاصطناعي — تحولًا جذريًا في صناعة الإعلان. فهناك انتقال واضح نحو نموذج يقوده البيانات والتقنية، حيث أصبح فهم الجانب العلمي لا يقل أهمية عن الجانب الإبداعي. ويسهم الذكاء الاصطناعي في إتاحة صناعة المحتوى على نطاق أوسع، ما يجعلها في متناول المواهب الإبداعية. ومع إدارة وكالات الإعلام لميزانيات المعلنين، يصبح تطوير المهارات باستمرار أمرًا حتميًا لمواكبة المنصّات الحديثة.

ومع ذلك، لا تزال التحديات قائمة؛ إذ يبرز نقص المحتوى العربي في دول مجلس التعاون الخليجي، ما يتطلب استثمارات طويلة الأجل قد لا تحقق عائدًا فوريًا. وأخيرًا، هناك حاجة إلى تغيير في طريقة التفكير، للنظر إلى التسويق بوصفه استثمارًا طويل الأجل في قيمة العلامة التجارية وليس مجرد تكلفة تشغيلية؛ فكل علامة تجارية تتوقف عن الاستثمار تُخاطر بالتراجع.

الابتكار والشراكات محرّكان رئيسيان لنمو قطاع الإعلانات

يدخل سوق الإعلانات المحلي حقبةً جديدة، مدعومة بإمكانية الوصول شبه الشاملة إلى الإنترنت، وأعلى معدلات التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي عالميًا. وفي هذا السياق، تتطور المنصّات الرقمية من أدوات لبناء العلامات التجارية إلى قنوات إيرادات مرتفعة. ومع تقارب الذكاء الاصطناعي والتحليل القائم على البيانات، يبرز الابتكار محرّكًا رئيسيًا لتحوّل القطاع في المملكة.



الابتكار والاستثمار من مُمكّنات تقنية الإعلانات

حقق سوق تقنية الإعلانات في المملكة إيرادات بلغت **101 مليون ريال سعودي** (26.9 مليون دولار أمريكي) في عام 2024، ومن المتوقع أن تصل الإيرادات إلى **312 مليون ريال سعودي** (83.1 مليون دولار أمريكي) بحلول عام 2030، أي بمعدل نمو سنوي مركب قدره **20.7%**.

وتستهدف كل من مبادرة IGNITE تقديم دعم بقيمة **4.1 مليار ريال سعودي** (1.1 مليار دولار أمريكي)، والشركة السعودية للاستثمار الجريء، بقيمة **2.6 مليار ريال سعودي** (700 مليون دولار أمريكي) دعمًا للشركات الناشئة في مجالي الإعلان والتسويق.

وفي الربع الأول من عام 2025، جمعت منصّة كوانتوم السعودية لتقنية الإعلان **26.3 مليون ريال سعودي** (7 ملايين دولار أمريكي) في جولة تمويل ما قبل السلسلة (أ) من مستثمرين عالميين، من بينها HearstLab، مسجلة بذلك أول استثمار لها في الشرق الأوسط.

وتطلق شركات سعودية ناشئة في مجال تقنية الإعلان، مثل التسويق بالذكاء الاصطناعي ولوسيديا، حلول الذكاء الاصطناعي التي تُمكّن شركات التجارة الإلكترونية والعلامات التجارية من تحسين استهداف الحملات، وأتمتة المحتوى، وتحليل آراء المستهلكين باللغة العربية بدقة أكبر.

يُسهم تبني الذكاء الاصطناعي في التسويق السعودي في تعزيز التفاعل، وزيادة نية الشراء، وخفض تكاليف اكتساب العملاء، بالإضافة إلى تمكين التخصيص والأتمتة. ومع ذلك، تُحدّ التكاليف المرتفعة للأنظمة ونقص المتخصصين في التحليلات من وتيرة التوسع، مما يُبرز الحاجة إلى استثمار مُستدام في القدرات الرقمية.

الأستاذ: محمد الخريجي، رئيس مجلس إدارة شركة العربية للإعلانات الخارجية ورئيس مجلس إدارة مجموعة الوسائل SMC

محمد الخريجي

كيف يساهم تطور قطاع الإعلام في نمو قطاع الإعلانات؟

الخريجي: شهد القطاع تحولاً جذريًا، إذ انتقل من صناعة نامية نسبيًا إلى قطاع محوري في الاقتصاد. وقد حفّز هذا التحول إصلاحات مؤسسية، وظهور منصات جديدة، وتوحيد جهود الشركات الكبرى.

ولا تزال نفقات الإعلان تمثّل نسبةً من الناتج المحلي الإجمالي مقارنةً بالأسواق الدولية المماثلة، مما يُبرز إمكانات غير مُستغلة. في الوقت نفسه، أصبحت المنصّات الرقمية محورية في تفاعل الجمهور؛ إذ شهدت وسائل التواصل الاجتماعي، والبث المباشر، والفيديو عبر الإنترنت نموًا متسارعًا، مدعومةً بواحدة من أعلى معدلات انتشار الإنترنت عالميًا.

كما تبرز الرياضة والترفيه كأدوات فعّالة للمعلنين، في حين أتاح صعود الرياضات الإلكترونية فرصًا جديدة للوصول إلى فئات عمرية أصغر. ويسهم الاستثمار في اللوحات الإعلانية الرقمية والتخطيط القائم على البيانات في تحويل الإعلان الخارجي من وسيلة ثابتة إلى قناة تفاعلية ومتكاملة مع الحملات الإعلانية عبر الهاتف المحمول.

ما هي أبرز التحديات والأولويات للحفاظ على نمو قطاع الإعلام في المملكة؟

الخريجي: يُعدّ التنظيم وتنمية المواهب من الأولويات الرئيسة. فوجود بيئة تنظيمية واضحة وقابلة للتنبؤ أمرٌ ضروري لجذب الاستثمارات طويلة الأجل وتشجيع الابتكار. وفي ظل ازدياد اعتماد وسائل الإعلام على التقنية، يحتاج القطاع إلى قوة عاملة تمتلك مهارات متقدمة في التحليلات وتقنيات الإعلان والعمليات الإبداعية. ولا يقلّ تطوير هذه القاعدة من المواهب أهميةً عن توسيع البنية التحتية. وإذا جرى التعامل مع هذه التحديات بفاعلية، فستواصل المملكة تعزيز منظومتها الإعلامية وترسيخ مكانتها قائدةً إقليمية.

المصدر: *Gmedia; Grand View Research; OBG research; Reuters; Think with Google*

محركات النمو الاستراتيجية في قطاع الإعلام السعودي

يتمتع قطاع الإعلام السعودي بإمكانات نمو هائلة في مجالات ناشئة، مثل محتوى الواقع المعزّز باللغة العربية، وما بعد الإنتاج السحابي، وتحقيق الربح من المحتوى المرخص. وتدعم أساسيات السوق تفاعل رقمي واسع، وشريحة شبابية كبيرة، ومبادرات حكومية لتطوير بيئة العمل، ويسهم هذا التحول في تعزيز الهوية الثقافية، من خلال تشجيع المحتوى المحلي الذي يعكس القيم الوطنية ويجذب الجماهير العالمية. ومع ذلك، فإن نقص القدرات في مجالات المؤثرات البصرية، وتصميم الصوت، والإنتاج الافتراضي، يحد من التقدم في التوطين والقدرة التنافسية الدولية.

وبينما تشير مبادرات، مثل أكاديمية ميتافيرس والاستثمار في أدوات الإنتاج الرقمي، إلى تحسّن نمو البنية التحتية، لا تزال هناك فجوات في مهارات القوى العاملة، وجودة المحتوى المحلي باللغة العربية، والمرافق المتخصصة في هذا القطاع. فعلى سبيل المثال، لا يزال عدد استوديوهات الإنتاج المحلية المتطورة محدودًا، وتوافر البنية التحتية غير متكافئ بين المناطق، وحصة الصادرات من المحتوى السعودي منخفضة مقارنةً بنظيراتها في المنطقة.

ومن المنتظر أن يؤدي سدّ هذه الفجوات من خلال الاستثمار الموجّه بين القطاعين العام والخاص، ونقل التقنية، وتنمية المواهب المحلية، إلى إطلاق العنان لنمو السوق المحلية وتعزيز إمكانات التصدير. فعلى سبيل المثال، يمكن للشراكات مع شركات المؤثرات البصرية العالمية وبرامج المنح الدراسية أن تُسهم في نهاية المطاف في تقليل الاعتماد على المحتوى العربي المستورد. ويهدف برنامج المحتوى الرقمي IGNITE (1.1 مليار دولار أمريكي) إلى رفع مستوى مهارات 4400 متخصص في مجالات السينما والألعاب والإعلان الرقمي خلال الفترة 2024–2027. كما أن إحراز تقدّم ملموس في هذه المحاور سيشكّل إشارة واضحة لقوة قنوات المواهب المحلية وجاذبيتها للمستثمرين.

التقنيات الناشئة تعيد تشكيل القدرات الإعلامية المستقبلية للمملكة

وسائط تفاعلية غامرة وأخرى مدعومة بالذكاء الاصطناعي

- يُتيح الذكاء الاصطناعي التوليدي سرد القصص التفاعلي القائم على الاختيار، وتجارب ترفيهية أكثر تخصيصًا.
- يعتمد تبني هذه التقنيات على طلب المستخدمين، وتوافر سعة الحوسبة السحابية المحلية، إلى جانب حوكمة البيانات والمحتوى الخاص بالوسائط التفاعلية.
- يواصل استهلاك الأخبار الرقمية في المملكة في التوسع، مدفوعًا بالاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي والتحول نحو القراءة عبر الأجهزة المحمولة. وتعمل الجهات الفاعلة الرائدة على دمج الفيديو والبودكاست وتقديم المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي لتلبية توقعات الجمهور المتغيرة.
- وتعزّز الوسائط التفاعلية، مثل الحفلات الموسيقية والمحتوى التفاعلي والمساحات الافتراضية، مستويات التفاعل. ومن الأمثلة المحلية على ذلك مشروع "Soundstorm" التابع لشركة MDLBEAST، الذي يجمع بين العروض الحية واسعة النطاق والمنصات الرقمية والتفاعل عبر الإنترنت.
- وتهدف أكاديمية ميتافيرس إلى تدريب **1000** شخص في مجال التقنيات التفاعلية بحلول نهاية عام 2024.
- تنتج شركات محلية، مثل شركة Dolf Technologies، محتوى الواقع الافتراضي والواقع الممتد باللغة العربية، بما يسهم في توطين التقنيات الغامرة.

سلاسل الإمداد والعقود الذكية في ملكية المحتوى

- تُسهم سلاسل الإمداد في تقليل الاعتماد على الوسطاء ومكافحة الاحتيال في الإعلانات، مع تمكين أتمتة مدفوعات حقوق الملكية.
- أجرت المملكة تجارب متعددة، على سلاسل الإمداد في العديد من الخدمات، وتواصل استكشاف استخدامها التجاري وفقًا لقانون هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، مما يجعل قطاع الإعلام من القطاعات الرائدة في تبني هذه التقنية.
- في عام 2024، أطلقت شركة التقنية السعودية Virtual Vision منصّة "Blockchain-as-a-Service"، موفرةً للشركات المحلية – بما فيها شركات الإعلام – الأدوات اللازمة لتطبيقات سلاسل الإمداد في مجال الترخيص والدفع وإدارة الحقوق.
- أظهر مشروع مايكروسوفت التجريبي لمنصّة (Xbox) قدرة العقود الذكية على خفض زمن معالجة حقوق الملكية بنسبة **99%**، وتقليل الجهد التشغيلي بنسبة **40%**.
- ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات تتعلق بجاهزية البنية التحتية، وسهولة الاستخدام، والإطار التنظيمي الآمن.

الاستثمار في الميتافيرس والبنية التحتية للابتكار في المملكة

- سيُسهم مشروع نيوم للميتافيرس بقيمة **مليار دولار** في إنشاء توأمًا رقميًا للمدينة يقدم تجارب غامرة.
- يهدف مشروع المكعب في الرياض إلى دمج تجربة التسوق والثقافة والترفيه التفاعلية بحلول عام 2030.
- تُمكّن تجربة التوأم الرقمي في العلا الزوار من استكشاف المواقع التراثية افتراضيًا، بما يتماشى مع جهود المملكة في مجال السياحة الرقمية.
- ومع ذلك، تظلّ التكلفة والملاءمة الثقافية وحجم الطلب على المحتوى من أبرز تحديات التبنّي.

الاستثمار الاستراتيجي وبناء القدرات

- تقوم شركة HUMAIN التابعة لصندوق الاستثمارات العامة بإنشاء مراكز بيانات بسعة 500 ميجا وات لدعم نماذج اللغات المحلية واسعة النطاق.
- وتشير تقديرات PwC إلى أن الذكاء الاصطناعي قد يُساهم بنحو **507 مليارات ريال سعودي** (135 مليار دولار أمريكي) في اقتصاد المملكة بحلول عام 2030، أي ما يعادل **12.4%** من الناتج المحلي الإجمالي، مما يُؤكد إمكاناته في إحداث نقلة نوعية في قطاعي الإعلام والإبداع.
- وتتوقع مجموعة IMARC Group نمو سوق الميتافيرس في المملكة من حوالي **5.6 مليار ريال سعودي** (1.5 مليار دولار أمريكي) في عام 2024 إلى **139.5 مليار ريال سعودي** (37.2 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2033.
- ستعتمد وتيرة التبنّي على جاهزية المستخدمين، وتوسيع البنية التحتية، وحوكمة البيانات المسؤولة، والدعم التنظيمي.
- تعكس هذه الابتكارات مجتمعةً التزام المملكة بجعل التقنية ركيزة أساسية في تحولها الثقافي والاقتصادي ضمن إطار رؤية السعودية 2030.
- ومن المتوقع أن تُساهم أجندة وطنية مُنسقة للتقنية، بما في ذلك مبادرات الذكاء الاصطناعي الإعلامية المُرتقبة اعتبارًا من نهاية عام 2025في تحديد مسارات التبنّي طويلة الأجل وتوجيه قرارات الاستثمار المستقبلية عبر مجالات التجارب الغامرة، وسلاسل الإمداد، وإنتاج المحتوى الذكي.

مؤشر التفاعل مع الذكاء الاصطناعي، 2025

الصين	29.56	المملكةالمتحدة	16.56	المملكةالعربيةالسعودية	4.33
ألمانيا	27.74	اليابان	14.05		
كوريالجنوبية	18.99	سنغافورة	10.39		

احتلت المملكة المرتبة **السادسة والعشرين** عالميًا والأولى بين دول مجلس التعاون الخليجي، ما يعكس اهتمامًا متناميًا بمجال الذكاء الاصطناعي، ويبرز في الوقت ذاته إمكانات كبيرة للتقدّم والتقارب مع الدول الرائدة عالميًا في تبنّي هذه التقنيات.

المصدر: *APXML; CST; DeepFest; Dolf Technologies; Gmedia; IMARC Group; Innovation Consulting Group; ITU; MDLBEAST; Nvidia; PwC; Strategic Gears; Virtual Vision*

فجوات البنية التحتية والتقنية تفتح آفاقًا لتطوير القطاع

يمكن أن يُسهم التوسع المُوجّه في التدريب والقدرات التقنية في سدّ فجوات الكفاءات واستغلال الفرص الاستراتيجية.

وتشمل المبادرات الجارية ذات الصلة بالقطاع برنامج تنمية القدرات البشرية ضمن رؤية 2030، وأكاديمية ميتافيرس، وبرنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث (المسار الواعد). إضافةً إلى ذلك، يهدف برنامج IGNITE (1.1 مليار دولار أمريكي)، إلى رفع مستوى مهارات **4400** متخصص في مجالات السينما والألعاب والإعلان الرقمي خلال الفترة 2024–2027.

الفجوات المتوقعة:

الطلب على البنية التحتية للإنتاج، بما في ذلك خدمات ما قبل الإنتاج وما بعده، واستوديوهات الألعاب ذات السعة العالية

الحاجة إلى تدريب متخصص في مهارات الإنتاج التفاعلي، بما في ذلك تصميم الصوت والمؤثرات البصرية والإنتاج الافتراضي

متطلبات الخدمات اللوجستية اللازمة للتصوير في المواقع الواقعة خارج مناطق الإنتاج الرئيسية

من شأن المواءمة بين القطاعين العام والخاص في أطر الترخيص ومراجعة المحتوى أن تحسّن كفاءة القطاع وتُسرّع دورة الإنتاج

فرصة التطوير والاستثمار المتاحة

البنية التحتية للاستوديوهات في المملكة

تعمل حاليًا **ثمانية** استوديوهات صوتية في كل من نيوم وجدة والعلا، إلا أن التغطية الجغرافية الأوسع لا تزال محدودة. ومن المتوقع أن يرتفع عدد استوديوهات الأفلام من **ثلاثة** في عام 2020 إلى ما بين **11 و15** استوديو بحلول عام 2030، ما يبرز فرصة طويلة الأجل لتوسيع القدرات الإنتاجية.

مرافق تقنية متخصّصة

تتطلب المرحلة المقبلة توسيع الوصول إلى إمكانات الإنتاج الافتراضي، والدبلجة، والتحرير السحابي، والمعالجة الفورية، والمؤثرات البصرية (VFX).

قوى عاملة ماهرة

توجد حاجة متزايدة إلى تدريب متخصص في مهارات الإنتاج التفاعلي، بما في ذلك تصميم الصوت، والمؤثرات البصرية، والإنتاج الافتراضي. كما يتطلب الأمر تطوير مسارات واضحة لبناء مهارات المواهب المحلية في مجالات الفيديو، والصوت، والنشر، واستراتيجية المحتوى.

الخدمات اللوجستية والعمليات

تشمل الخدمات دعم الإنتاج عن بُعد، وتوفير المعدات اللازمة، وتنفيذ الحملات الإعلانية، وتقديم حلول في مواقع التصوير، والمساعدة في الفعاليات المباشرة.

إتاحة التمويل الخاص

تشجع مبادرات صندوق تنمية السينما، مثل برنامج تمويل قطاع السينما الذي تبلغ قيمته **879 مليون ريال سعودي** (234 مليون دولار أمريكي)، على زيادة الاستثمار الخاص في الإنتاج والتدريب من خلال استخدام رأس المال العام لتقليل مخاطر المشاريع. ويعزّز هذا النموذج المختلط استدامة القطاع على المدى الطويل.

المشاركة التنظيمية

يمكن أن يؤدي التوافق بين الجهات المعنية من القطاعين العام والخاص بشأن الترخيص، وتصنيف المحتوى،وأطر حماية الملكية الفكرية إلى تحسين كفاءة القطاع.

قد يُسفر سدّ هذه الثغرات عن نتائج ملموسة، تشمل زيادة إنتاج المحتوى المحلي، وتحسين القدرة التنافسية للصادرات، وخفض تكاليف الإنتاج، وتنويع الفرص الجغرافية. وفي المقابل، تشمل التحديات الإضافية تجاوزات التكاليف، ونقص المعلّمين المتخصصين، وصعوبات إنفاذ حقوق الملكية الفكرية. وتشكل هذه الجهود مجتمعةً جزءًا من مسار أوسع لتمكين الإعلام في المملكة ضمن رؤية السعودية 2030، التي تهدف إلى تحويل المملكة إلى منتج ومصدّر رائد للمحتوى الإبداعي.

المصدر: *Bloomberg; CDF; Gmedia; Invest Saudi; National Portal; NEOM; OBG research; Reuters; Royal Commission for AlUla; Vision 2030*

قيود رأس المال المالي والبشري التي قد تحدّ من وتيرة نمو القطاع

القيود

التمويل
محدودية فرص الحصول على التمويل للمبدعين في المراحل المبكرة والشركات الصغيرة والمتوسطة العاملة في قطاع الإعلام

المواهب
نقص المهارات المتخصصة في مجالات المؤثرات البصرية، والإنتاج الافتراضي، وما بعد الإنتاج، مما يؤثر في تطور الصناعة. ووفقًا لاستطلاع رأي أجري في المملكة عام 2019، أفاد **54%** من المشاركين بعدم رضاهم عن جودة الأفلام العربية.

المحتوى
يعاني القطاع من نقص في كمية المحتوى المحلي عالي الجودة، إضافة إلى محدودية الآليات المؤسسية لتمويل المبدعين، وتوفير التدريب، وتوزيع الأعمال محدودة للغاية.

كما يُنتج نحو **90%** من محتوى الفيديو العربي اليوم في الخارج، خارج المملكة، حيث تتركز الشركات الكبرى في مصر ولبنان والإمارات. هذه الحقيقة تفتح أمام المملكة فرصة استثمارية ضخمة في مجال محلي لإنتاج المحتوى.

الاستجابة الاستراتيجية المخططة

فرص التمويل
في عام 2024، جرى تدشين برنامج تمويل قطاع الأفلام بقيمة **879 مليون ريال سعودي** (234 مليون دولار)، حيث يُخصص **70%** من التمويل للمحتوى والإنتاج، و**30%** لتعزيز البنية التحتية ودعم الشركات العاملة في القطاع.

تطوير مهارات القوى العاملة
تسهم المبادرات الوطنية لتطوير المهارات بما في ذلك التدريب المهني، وتطبيق سياسات التوظيف السعودي، وتنفيذ برامج إعلامية متخصصة، في بناء الخبرات المحلية. كما قد تعزّز الشراكات مع شركات المؤثرات البصرية العالمية وبرامج المنح الدراسية من قاعدة المواهب المحلية.

التعاون مع المؤسسات الأكاديمية
الشراكة مع جامعات عالمية مثل كلية تيش للفنون بجامعة نيويورك تتيح توسيع الفرص المحلية للحصول على درجات أكاديمية وبرامج تدريبية متقدمة.

دعم المحتوى المحلي
تمثّل فجوة الإنتاج فرصة استثمارية كبيرة، ويمكن معالجتها عبر مبادرات مثل برامج الصندوق الثقافي والصندوق السعودي للأفلام، بما يعزّز إنتاج المحتوى العربي محليًا ويدعم سلاسل القيمة.

يمثّل التعليم، والابتكار، والاستثمار ركائز مترابطة لتمكين الإعلام في المملكة. ويسهم التعاون بين القطاعين العام والخاص في سد فجوات المهارات والتمويل، بما يضمن نموًا مستدامًا يتماشى مع رؤية السعودية 2030.

دراسة حالة: مؤسسة Pearson – توطين التعليم

تعد مؤسسة Pearson من المؤسسات ذات التواصل الفعال في المملكة منذ عام 2008، حيث تساهم في دعم رؤية 2030 من خلال تعليم اللغة الإنجليزية التقييم، وتطوير القوى العاملة. كما تركز مبادرات المؤسسةعلى تمكين الطلاب والمهنيين من اكتساب مهارات معترف بها عالميًا، مع تكييف المحتوى وفقًا للمتطلبات المحلية.

المهارات اللغوية والقدرة على الالتحاق بسوق العمل

تعتبر إجادة اللغة الإنجليزية أمرًا بالغ الأهمية لتحقيق رؤية 2030. وأظهرت دراسة استقصائية أجريت في عام 2024 أن **98%** من المشاركين السعوديين يعتبرون الإنجليزية مهارة أساسية، مع زيادة في إمكانيات الدخل بنسبة تتراوح بين **60%** و**100%** للمتحدثين باللغة الإنجليزية.

الشهادة المعتمدة
يقدم اختبار Pearson للغة الإنجليزية تصنيفًا يتماشى مع مستوى كفاءة الطلاب في اللغة. ويؤدي ذلك إلى إعفائهم من الدورات الأساسية للغة الإنجليزية في السنة التحضيرية بالجامعات، مما يمنحهم مزيدًا من الوقت للتركيز على المواد الأساسية الأخرى مثل الرياضيات والعلوم في جامعات مرموقة مثل جامعة الملك سعود وجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية. ويسهم ذلك في تسهيل الوصول إلى التعليم الجامعي

التوطين والملاءمة الثقافية
قامت Pearson بتوطين موارد التعلم من خلال دمج مواضيع سعودية وإصلاحات التعليم ضمن رؤية السعودية 2030. ويسهم ذلك في تعزيز التفاعل والملاءمة الثقافية للمحتوى.

الابتكار في مجال التعليم
تستفيد Pearson من الذكاء الاصطناعي في اختبارات التعلم والتطبيقات، بما في ذلك روبوتات المحادثة التوليدية التي توفر تدريبًا للمحادثة في الوقت الفعلي، مع مراعاة العوامل الثقافية.

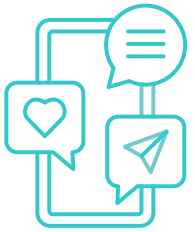
المصدر: *Gmedia; Kearney; NGES; Northwestern University Qatar; OBG research; Pearson; SPA*

صناعة المحتوى من المستخدمين والمنظومات الجديدة المعنية بالمحتوى تعيد تشكيل استهلاك الإعلام في المملكة

تُعد الفيديوهات القصيرة والبث المباشر على منصات مثل تيك توك ويوتيوب وسناب شات محركًا رئيسيًا للتفاعل وزيادة الإنفاق على الإعلانات، خاصة بين الفئات العمرية الأصغر. ويعكس هذا التحول تغيّرًا شاملًا في عادات الاستهلاك والإنتاج، حيث يزداد دور المبدعين الرقميين المستقلين كجزء رئيسي من النظام الإعلامي المتطور في المملكة.

%94+

نسبة مستخدمي الإنترنت في المملكة النشطين على وسائل التواصل الاجتماعي



يحقق المحتوى الذي يتم إنتاجه بواسطة المؤثرين دورًا متناميًا في الاقتصاد الإبداعي، إذ يُظهر 70% من المستهلكين السعوديين تفضيلًا لتوصيات المؤثرين على الإعلانات التقليدية، وفقًا للبيانات الصادرة عن وكالة كاتشرز للتسويق في المملكة.

%76.5

معدل انتشار الاستخدام، حيث يفتح المستخدمون التطبيق بمعدل يقارب 50 مرة يوميًا.

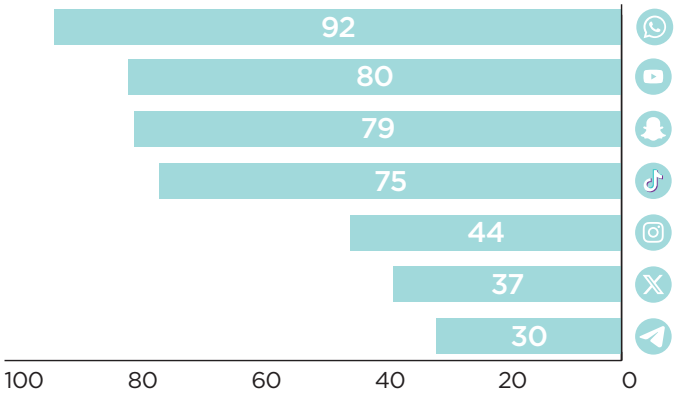
وفي أوائل عام 2024، بلغ معدل الوصول الإعلاني ما يعادل

%135

من الفئة العمرية البالغة

ويعكس تجاوز معدل الوصول حاجز 100% احتمالية وجود حسابات مكررة أو وهمية، أو يشير إلى تلاعب في أعمار المستخدمين المسجّلة على المنصّات.

أكثر التطبيقات الاجتماعية استخدامًا في المملكة حسب تقرير هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية لعام 2024 (%)



منظومة وسائل التواصل الاجتماعي

أُطلق برنامج «سناب للمبدعين» في الدرعية بالمملكة عام 2024، ليخدم نحو 25 مليون مستخدم شهريًا عبر أدوات الواقع المعزّز، وبرامج التدريب، والشراكات الاستراتيجية

في عام 2025، تعاونت منصّة تيك توك مع المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام لتدريب المبدعين الناشئين، وربطهم بالفعاليات والمنصات، بما يسهم في توسيع نطاق وصولهم في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

يُعيد المبدعون السعوديون تشكيل التصورات العالمية عن المملكة من خلال السرد القصصي المتجذر في الثقافة، وزيادة حجم المحتوى الذي ينشئه المستخدمون باللغة العربية، والذي يمزج الهوية المحلية بجاذبية عالمية.

عوامل تمكين الابتكار وتوليد الإيرادات من المحتوى

تسهم المبادرات المدعومة من الحكومة، مثل برنامج IGNITE، إلى جانب مبادرات المجموعة السعودية للأبحاث والإعلام، في تعزيز مهارات المبدعين وتحقيق الربح من المحتوى الرقمي، بما يتماشى مع الجهود الوطنية لتطوير اقتصاد المبدعين بشكل احترافي.

يُعد المحتوى المُنشأ من قبل المستخدمين UGC أحد العوامل الاقتصادية المتزايدة، حيث يساهم المبدعون السعوديون في زيادة الطلب على الخدمات الرقمية، والشراكات مع العلامات التجارية، وتحقيق الدخل عبر المنصّات كجزء من الاقتصاد الرقمي المتوسع في المملكة. كما تظهر آليات جديدة لتحقيق الدخل للمبدعين، مثل المقتنيات الرقمية ونماذج الحقوق المصغّرة، عبر المنصّات الإقليمية، مما يوفر مسارات إضافية للإيرادات للمبدعين المستقلين.

15,000 ريال سعودي

تبلغ تكلفة ترخيص تقديم الأفراد للمحتوى الإعلاني عبر وسائل التواصل الاجتماعي «موثوق» لتقديم المحتوى الإعلاني عبر وسائل التواصل الاجتماعي 15,000 ريال سعودي (نحو 4,000 دولارات أمريكية). ويوفّر هذا الترخيص إطارًا رسميًا لتنظيم الإعلانات المدفوعة، وتعزيز الشفافية بين المبدعين والعلامات التجارية. بحلول عام 2025، تم إصدار نحو 8,400 ترخيص، رغم أن تكلفة الترخيص قد تحدّ من وصول المبدعين الأصغر، ما يسهم في استمرارية المؤثرين الأكثر رسوخًا في السوق.

المرتبة الثالثة

تحتل المملكة المرتبة الثالثة عالميًا في سرعة تحميل5G، والمرتبة الثالثة عشرة عالميًا في توفر شبكات الجيل الرابع والخامس 5G /4G وفقًا لتقرير أوبن سيجنال، مما يعزّز جودة الفيديو والبث المباشر عبر منصات مثل تيك توك وسناب شات.

المصدر: *Catchers Agency; CST; DataReportal; OBG research; Opensignal; Sprinklr*

الطلب على المحتوى المحلي والاستهلاك الرقمي يعيدان رسم المشهد الإعلامي السعودي

يتزايد توجه جمهور الإعلام في المملكة نحو المحتوى المحلي، ما ينعكس مباشرة على تغيّر شعبية المنصات، واستراتيجيات الاستثمار، وهيكلة الموارد البشرية في القطاع.

الطلب على المحتوى العربي يشهد زيادة ملحوظة.

اطّلع **71%** من مشاهدي الإعلام الرقمي في المملكة على المحتوى المحلي خلال الربع الأول من عام 2024، ما يبرز الطلب المتزايد على المحتوى باللغة العربية.

الطلب على المحتوى العربي يشهد زيادة ملحوظة، إذ إن **4%** فقط من محتوى نتفليكس في المملكة هو باللغة العربية.

وسعت نتفليكس عروضها العربية بإضافة مواسم جديدة من العروض الإقليمية مثل مدرسة الروابي للبنات – Al Rawabi School for Girls البحث عن علا – Finding Ola دبي بلينغ – Dubai Bling الصفقة – The Exchange.

شاهد stc tv

وتُبرز هذه الرؤية الفجوة التي تسهم في سدّها المنصّات المحلية، مثل **شاهد** و **stc tv**، التي تقود مشهد البث العربي، في ظل استمرار محدودية شركات توزيع المحتوى المحلي، ما يقيّد الوصول الإقليمي الأوسع ويزيد الاعتماد على المجمعات الدولية.

تدعم الهيئة العامة لتنظيم الإعلام توسع المحتوى المحلي من خلال تسهيل التراخيص ووضع معايير إنتاج واضحة وتمكين التعاون الذي يعزّز الإنتاج المحلي.

استمرار قلة توفر شركات توزيع المحتوى المحلي يحد من الوصول الإقليمي الأوسع، مما يزيد الاعتماد على المجمعات الدولية.

التفاعل الرقمي مستمر في التوسع والنمو.

التفاعل الرقمي عبر الإنترنت يتجاوز المتوسط العالمي.

يواصل التفاعل الرقمي في المملكة التوسع والنمو، متجاوزًا المتوسط العالمي.

إذ يقضي مستخدمو المملكة نحو

3 ساعات و6 دقائق

يوميًا على وسائل التواصل الاجتماعي، أي بزيادة قدرها 42 دقيقة عن المتوسط العالمي.

عملية تحقيق الإيرادات تتسارع عبر التنسيقات الجديدة.

ويتسارع تحقيق الإيرادات عبر تنسيقات جديدة، لا سيما في مجال الفيديو القصير. ومن المتوقع أن يصل الإنفاق على إعلانات الفيديو القصير إلى 477.1 مليون ريال سعودي (127 مليون دولار) بحلول عام 2028. ويأتي ذلك ضمن سوق إعلاني بلغ 23.6 مليار ريال سعودي (6.3 مليارات دولار) في عام 2024، مع توقعات بنموه إلى 33.3 مليار ريال سعودي (8.9 مليارات دولار) بحلول عام 2033.

الأستاذ: عبد الرحمن أبومالح، الرئيس التنفيذي لشركة ثمانية

عبد الرحمن أبو مالح

ما هي الاستراتيجيات الرئيسية التي يمكن أن تدعم تطوير المواهب السعودية في صناعة البودكاست، بما في ذلك المواهب عبر جميع مراحل رحلة الانتاج، من الفكرة إلى الإنتاج؟

أبو مالح: البودكاست، في جوهره، هو شكل بسيط من أشكال التواصل، مع مقدم وميكروفون وقصة لاستكشافها. ويأتي نجاحه من الألفة؛ أي القرب بين المتحدث والمستمع. ومع مرور الوقت، ازداد الوعي بأهمية الجودة في الصوت، والإعداد، والتوزيع. والخطوة الطبيعية التالية تتمثل في بناء بيئة متكاملة تدعم المواهب، تشمل فرق تحرير احترافية واستوديوهات تسجيل، وبرامج تدريب قوية، وأنظمة تعليمية، ومنصات تُعزّز أعمالهم. في حال الاستثمار في هذه الأسس يمكن للبودكاست السعودي أن يصل إلى معايير عالمية دون أن يفقد البساطة والأصالة التي تجعله مميزًا.

ما هو قرار الانتقال من المحتوى الصوتي فقط إلى المحتوى المرئي داخل صناعة البودكاست؟

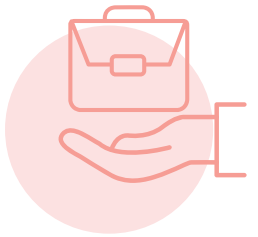
أبو مالح: نحن لا نرى الانتقال من الصوت إلى الفيديو كتحوّل من وسيلة إلى أخرى، بل نعتبرهما تجربتين تخدمان جمهورين مختلفين. فلا تزال التجربة السمعية تحتفظ بقوتها الفريدة من حيث الألفة، وسهولة الوصول، والتواصل الشخصي. وفي المقابل، تفتح تجربة الفيديو آفاقًا جديدة للتفاعل، والسرد القصصي، وتوسيع قاعدة الجمهور، ويتيح هذا التنويع لشركات الإعلام الوصول إلى جمهور أوسع، وتجربة أشكال جديدة من التفاعل والتعبير. ومع ذلك، يتطلب هذا التوجه استثمارًا كبيرًا في فرق متخصصة، واستوديوهات، وقدرات إنتاجية، لضمان أن تخدم جمهورها بأفضل طريقة ممكنة. في النهاية، يشكّل كل من التنسيق الصوتي والفيديو جزءًا من نظام إعلامي متكامل يعزّز كل منهما الآخر.

المصدر: *CST; DataReportal; IMARC Group; MBC Group; Opensignal; Sprinklr*

قاعدة مواهب متنوعة تُمكّن مسارات الاستثمار

يزداد إقبال جمهور وسائل الإعلام في المملكة على المحتوى المنتج محليًا، مما يساهم في تغييرات في شعبية المنصّات واستراتيجية الاستثمار وقاعدة المواهب.

توسيع قاعدة المواهب، وتلبية الطلب على المحتوى المحلي



بلغ عدد العاملين في قطاع الإعلام السعودي نحو **67 ألف** موظف بحلول عام 2024، مسجّلًا نموًا بنسبة 4% منذ عام 2021.

تتطوّر الصناعات الثقافية والإبداعية في المملكة بالتوازي مع تغيّر أنماط الاستهلاك، مدفوعة بارتفاع معدلات التوظيف وتزايد أعداد الخريجين في مجالات تشمل السينما والتصميم والموسيقى، بما يعكس قدرة متنامية على تلبية توقعات جمهور متفاعل ومتنوّع يبحث عن محتوى محلي ذي صلة ثقافية.

مع تزايد دور المهنيين الشباب في قيادة الإنتاج الثقافي والطلب عليه، يُعزّز التوجه نحو المحتوى ذي الصلة بالمجتمع المحلي الابتكار في مختلف مجالات الإعلام. وتُسهم مبادرات التدريب، بما في ذلك شراكة أكاديمية الأبحاث والإعلام السعودية مع كلية لندن للأعمال، في دعم هذا التحول.

تتكامل مسارات التعليم بشكل متزايد مع تقنيات الذكاء الاصطناعي والوسائط الرقمية. فعلى سبيل المثال، إذ تقدّم أكاديميات الإعلام دورات متخصصة تشمل التخطيط الإعلامي، والحضور الإعلامي للمديرين التنفيذيين، ومعسكرات تدريب الذكاء الاصطناعي الإعلامي، ومسار قادة الإعلام، وقد دعمت هذه البرامج أكثر من **160** متدربًا. وأسهمت في بناء قاعدة مواهب جاهزة للمستقبل، ومؤهلة للعمل مع أدوات الإنتاج المتقدمة وأنظمة الإعلام القائمة على البيانات.

دراسة حالة: شركة نوب لحلول التسويق

NOB MARKETING SOLUTIONS

تقدم شركة نوب لحلول التسويق السعودية للتسويق والاتصالاتحملات تسويق واتصال باللغة العربية، مصممة خصيصًا للجمهور المحلي، وهي تستعد لطرح عام أولي مستقبلي. كما يسلط نموذجها المحلي المتجذر الضوء على أفضل الممارسات في مجال التوطين، والملاءمة الثقافية، والانتشار على مستوى المملكة.

المواهب المحلية، والاستراتيجية المخصصة

على المستوى الوطني

بحلول منتصف عام 2025، بلغ عدد موظفي الشركة 200 موظف

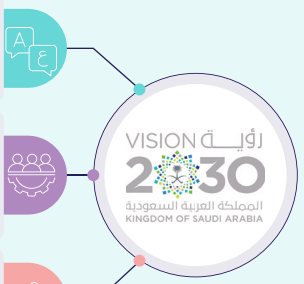
قادة الحملات المحلية

يقود الحملات أعضاء الفريق من المنطقة المستهدفة لتعكس السياق المحلي.

المحتوى الأصلي باللغة العربية

من إنتاج مبدعين سعوديين، لتعزيز التواصل مع الجماهير الوطنية

التوافق مع رؤية 2030



دعم التوطين
تعزيز المحتوى باللغة العربية بما يتماشى مع الأهداف الثقافية.

تمكين المواهب السعودية
تسهم القوى العاملة السعودية بنسبة **100%** في دعم مبادرات التوطين

التعاون بين القطاعين العام والخاص
تدعم الشراكات مع القطاعات العامة والخاصة الأولويات الوطنية.

المصدر: *Gmedia; NOB; OBG research*

أنماط المشاهدة والاستماع والقراءة: كيف تُعيد تشكيل الطلب ونماذج العمل

تعكس عادات الاستهلاك الحديثة زيادة إمكانية الوصول إلى المنصّات، وتخطيط البيانات بأسعار معقولة، وتطور التفضيلات الثقافية، ما يُعيد تشكيل الطلب ونماذج الأعمال عبر قطاعات الإعلام المختلفة.

الفيديو: تطور عادات المشاهدة واستخدام المنصّات الرقمية

لا يزال التلفزيون التقليدي مهيمنًا في المملكة، إذ تتجاوز نسبة الوصول إليه **96%** من السكان، بمتوسط وقت مشاهدة يبلغ **5 ساعات و25 دقيقة** يومياً خلال عام 2023، مسجلًا زيادة قدرها 15 دقيقة مقارنة بالعام السابق.

بلغت إيرادات البث المباشر **16.5 مليار ريال سعودي** (4.4 مليار دولار أمريكي) خلال عام 2023، ومن المتوقع أن ترتفع إلى **60.8 مليار ريال سعودي** (16.2 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2030، بمعدل نمو سنوي مركب يُقدّر بنحو **20%**.

خلال شهر رمضان، ترتفع نسبة مشاهدة التلفزيون في المملكة بنسبة **17%** في الوصول اليومي، و6% في وقت المشاهدة، مدفوعة بالبرامج العربية والدينية.

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حسب الفئة العمرية في المملكة عام 2025

تيك توك	**28%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا **46%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 25 و34 عامًا
إنستغرام	**23%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا؛ **46%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 25 و34 عامًا
فيسبوك	**46%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 25 و34 عامًا؛ **19%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا
سناب شات	نحو **90%** من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين 13 و34 عامًا

الاستماع: عادات الاستماع المدفوعة بالهواتف الذكية والفعاليات الحيّة.

استمع قرابة **67%** من البالغين في المملكة إلى بودكاست واحد على الأقل أسبوعيًا، وفقًا لبيانات شركة YouGov لعام 2023.

في عام 2025، بلغ عدد القنوات الرقمية في قطاع الاعلام المسموع بالمملكة **165** قناة و**246** بودكاست.

سجّلت فعاليات الموسيقى الحية في المملكة زيادة بنسبة **600%** خلال الفترة من 2022 إلى 2025.

يتزايد الطلب على المحتوى العربي عبر منصات البث الإقليمية، مما يدعم نمو الدبلجة والتوطين وتكييف الملكية الفكرية، ويفتح آفاقًا للتصدير أمام وسائل الإعلام المنتجة في المملكة.

النشر والوسائط الرقمية: التحول من المطبوعات إلى الصيغ الرقمية

يقرأ أكثر من **50%** من السعوديين كتابًا واحدًا على الأقل سنويًا، مع تحوّل ملحوظ في هذه العادات بفعل المجتمعات الرقمية مثل BookTok، التي أسهمت في إعادة تشكيل عادات القراءة محليًا وتعزيز الاهتمام بأنواع أدبية محددة كأدب الخيال والخيال العلمي وأدب الإثارة.

يسعى معظم المؤلفين السعوديين إلى نشر أعمالهم بصيغ رقمية إلى جانب النسخ المطبوعة، بما يعكس تحولًا نحو توزيع أسرع وأكثر اتساعًا.

يستخدم **28.5%** من العرب منصّات القراءة الرقمية، مثل الكتب الصوتية Kindle وتطبيقات القصص، فيما يستمع **15%** منهم إلى الكتب الصوتية، وذلك وفقًا لدراسة استقصائية أُجريت عام 2022.

المصدر: *Deloitte; Niko Partners; OBG research; Research and Markets; Statista; The Global Statistics; X; Yahoo Finance; NapoleonCat*

منصات الألعاب الإلكترونية ومقاطع الفيديو القصيرة تُعيدان تشكيل أساليب التفاعل لفتح آفاق جديدة لتعظيم الإيرادات

يشهد استهلاك وسائل الإعلام تطوّرًا ملحوظًا، مدفوعًا بالتركيبة السكانية الشابة المعتمدة على التقنية وأدواتها.

الألعاب والرياضات الإلكترونية: شعبية منصات الألعاب بين المستخدمين

تُعد الأجهزة الذكية المنصّة المفضّلة في المملكة العربية السعودية للألعاب، وتحظى بشعبية أعلى بين النساء (**28.5%**) مقارنةً بالرجال (21%)، وذلك وفقًا للتقرير الصادر عن هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية لعام 2024. ويبلغ عدد مستخدمي الألعاب في المملكة نحو **23.5 مليون** مستخدم، تمثّل النساء منهم **42%**. كما تشكّل النساء قرابة 20% من ممارسي الرياضات الإلكترونية في المملكة، وهي نسبة تفوق المتوسط العالمي البالغ نحو 5%.

وتُعد **الأجهزة الذكية** المنصة المفضلة للألعاب بين الفئة العمرية من 20 إلى 29 عامًا بنسبة 30.8%، في حين يتصدّر جهاز بلاي ستيشن قائمة الأجهزة المفضّلة لدى الفئة العمرية 10–19 عامًا بنسبة 54.8%.

كما تُعدّ منصّتا يوتيوب للألعاب بنسبة 64% وإكس بنسبة 48% من أبرز منصّات مشاهدة الرياضات الإلكترونية في المملكة، بينما برزت تويتش منافسًا قويًا على المستوى الإقليمي.

الإعلانات والتسويق: مقاطع الفيديو القصيرة وتسويق المؤثرين

تُعيد مقاطع الفيديو القصيرة تشكيل التفاعل مع المحتوى، إذ تُعدّ منصات تيك توك وإنستغرام، ولاسيما مقاطع الفيديو القصيرة والقصص من أبرز الخيارات المفضلة لدى المعلنين. وتشير تقديرات Statista إلى أن متوسط الإنفاق الإعلاني للفرد في المملكة العربية السعودية يبلغ **100 ريال سعودي** (27 دولارًا أمريكيًا) في عام 2025.

من المتوقع أن يصل حجم سوق التجارة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية إلى **19.1 مليار ريال سعودي** (5.1 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2029، مما يعكس الاعتماد المتزايد على الهواتف الذكية في استهلاك المحتوى الرقمي. كما تشير توقعات Statista إلى أن القنوات الرقمية ستستحوذ على **91%** من إجمالي الإنفاق الإعلاني في المملكة بحلول عام 2030.

وتُسجّل الإعلانات عبر المؤثرين ارتفاعًا ملحوظًا، حيث تشير التقديرات إلى أن متوسط الإنفاق سيصل إلى **13.43 ريال سعودي** (3.58 دولار أمريكي) لكل مستخدم إنترنت في عام 2025. ويعكس هذا التحول توجهًا متزايدًا نحو الترويج القائم على المحتوى بقيادة المؤثرين، وتنامي حضور المحتوى السعودي عبر منصات المحتوى القصير.

وأظهرت دراسة مشتركة أجرتها Snap Inc. وOmnicom Media Group MENA وLumen خلال الفترة 2024–2025 أن تطبيقات الواقع المعزّز على سناب شات استقطبت اهتمامًا أكبر بنحو **ثمانية أضعاف** مقارنةً بمتوسط منصّات التواصل الاجتماعي الأخرى. كما حقّقت الإعلانات التجارية اهتمامًا أعلى بنحو **خمسة أضعاف ونصف** مقارنةً بالمحتويات الأخرى، ما يشير إلى فرص نمو كبيرة لقطاع الإعلانات في السوق السعودي.

المصدر: *CST; Deloitte; NGES; Niko Partners; OBG research; Research and Markets; Snap Inc; Statista; X; Yahoo Finance*

تطوّر اللوائح والتوجهات العالمية مع التركيز على تعزيز الثقة والشفافية

تسعى المملكة إلى أن تكون رائدةً إقليميًا في حوكمة الإعلام، من خلال تعزيز التوافق مع المعايير والضوابط العالمية، والمساهمة في تشكيل أفضل الممارسات الإعلامية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. حيث أصبح تعزيز الثقة أحد الأصول الاستراتيجية في نظام الإعلام وتواصل المملكة العمل على لوائح أكثر وضوحًا، وتعزيز مستويات الشفافية، بما ينعكس إيجابًا على تحسين بيئة ممارسة الأعمال، وتعزيز ثقة المستثمرين. كما تُسهم في تحسين الابتكار والاستثمار في الشركات الرقمية والإعلامية.

تشهد الأطر التنظيمية العالمية توسّعًا متزايدًا ليشمل حوكمة الذكاء الاصطناعي، وحماية الأطفال، ومعايير المحتوى الرقمي:

أفاد مايقارب 52٪ من متابعي الأخبار في الولايات المتحدة و63٪ في المملكة المتحدة **بعدم ارتياحهم** للأخبار المعتمدة بدرجة كبيرة على الذكاء الاصطناعي، وذلك وفقًا لاستطلاع أجري عام 2024 من قبل YouGov، وهو ما دفع أبرز الجهات التنظيمية إلى زيادة تركيزها على هذا المجال.

تتزايد المتطلبات التنظيمية المتعلقة **بحماية الأطفال**، مثل التحقق من العمر عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وحظر الاستخدام لمن هم دون سن الثالثة عشرة، ومراقبة المحتوى الضار.

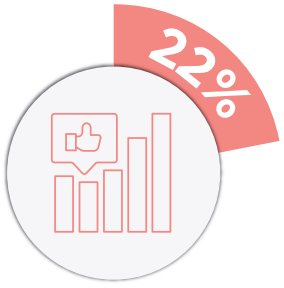
وفي المملكة، تضع الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي ونظام حماية البيانات الشخصية أسسًا واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وللإعلان القائم على البيانات، بما يدعم الشفافية ويحمي المستخدمين.

على الصعيد الدولي، تتوسّع قوانين **التحقق من العمر**، ولا سيما في المملكة المتحدة والولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي، إذ تُلزم المنصّات بتقييم أعمار المستخدمين قبل السماح بالوصول إلى المحتوى الضار، رغم استمرار التباين في آليات التطبيق وما يصاحب ذلك من مخاوف تتعلق بالخصوصية.

يخضع نظام الذكاء الاصطناعي في الاتحاد الأوروبي للتطبيق المرحلي ابتداءً من عام 2025، فارضًا متطلبات خاصة بالوسم والشفافية، وقواعد قائمة على مستويات المخاطر، ما يجعله مرجعًا عالميًا ناشئًا في هذا المجال.

تغيّر التوقعات العالمية بشأن الثقة والشفافية ومسؤولية المنصات

استقر مستوى الثقة في الأخبار عالميًا عند 40٪ للعام الثالث على التوالي، مع وجود تفاوت كبير بين الدول، إذ بلغ 67٪ في فنلندا، و35٪ في المملكة المتحدة، و22٪ في اليونان، وذلك وفقًا لتقرير الأخبار الرقمية لعام 2025 الصادر عن معهد رويترز.



أشار 22٪ من المشاركين في الاستبيان إلى أن مواقع الأخبار وتطبيقاتها تمثّل مصدرهم الرئيسي للأخبار عبر الإنترنت حتى عام 2024، مسجّلًا انخفاضًا قدره 10 نقاط مئوية مقارنة بعام 2018، وهو ما يعكس تزايد التوجّه نحو اكتشاف الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.

المصدر: *European Commission; Reuters Institute; YouGov*

موائمة لوائح وأنظمة الإعلام في المملكة مع التوقعات العالمية

نهج المملكة في تنظيم الإعلام بما يتوافق مع معايير الحوكمة العالمية

الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي

هي استراتيجية وطنية طويلة المدى، أطلقتها الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا"، وتهدف إلى الاسهام في رسم مستقبل البيانات والذكاء الاصطناعي على المستويين المحلي والعالمي، وجعل المملكة ضمن أفضل الدول في هذا المجال عالمياً. وتسهم هذه الأطر في تعزيز ثقة المستثمرين من خلال معايير أخلاقية وحوكمية واضحة.

نظام حماية البيانات الشخصية

يحمي النظام بيانات المستخدمين، ويدعم الجهود التنظيمية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، والهوية الرقمية، وحماية المحتوى، تحت إشراف الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، بما يهيئ بيئة آمنة وشفافة وجاذبة للاستثمار

إشراف الهيئة العامة لتنظيم الإعلام على فسح وتصنيف الأفلام والألعاب الإلكترونية

تُخضع جميع الأفلام للمراجعة والتصنيف العمري من خلال خدمة فسح وتصنيف المحتوى السينمائي ومحتوى الألعاب الإلكترونية لدى الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، فإن هذه الآلية توفّر للمستثمرين وضوحًا تنظيميًا بشأن متطلبات الامتثال وآليات النفاذ إلى السوق.

متطلبات الترخيص والالتزام بالمحتوى الإعلامي

تلتزم المنصات، بما في ذلك منصات البث عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، بالحصول على التراخيص المحلية والامتثال لضوابط المحتوى الإعلامي المتوافقة مع القيم الثقافية والدينية. ويعزّز ذلك قابلية التنبؤ وشفافية الدخول إلى السوق أمام المنصات الأجنبية، ويدعم الانسجام مع حوكمة الإعلام العالمية.

تنظيم الإعلانات

يحظر نظام التجارة الإلكترونية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/126 بتاريخ 7/11/1440هـ، الإعلانات الكاذبة أو المضللة، ويُلزم بالامتثال بالأعراف والقيم الثقافية. ويوفّر ذلك معايير واضحة للعلامات التجارية الدولية والتجارة القائمة على المؤثرين. كما يعزّز إشراف وزارة التجارة، بدعم من الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، الاتساق التنظيمي، ويكرّس مكانة المملكة بوصفها سوقًا رقميًا مستقرًا وجاذبًا للاستثمار.

التقنية التنظيمية ورفع كفاءة الامتثال

تُسهم أنظمة الترخيص الرقمية وأدوات الامتثال الآلية في تسريع الإجراءات التنظيمية، وتقليص مُدد الموافقات، وتعزيز قابلية التنبؤ لشركات الإعلام العاملة في المملكة.

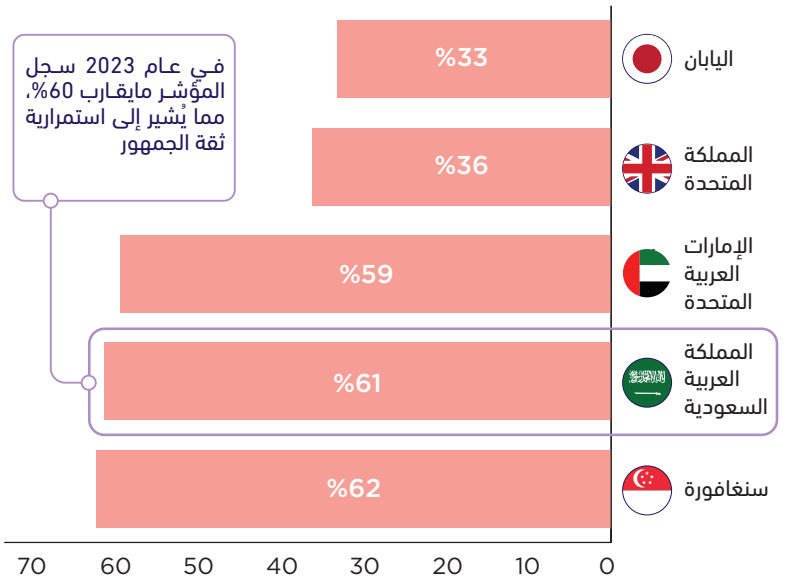
توطين البيانات لتحقيق وضوح تنظيمي

يتضمّن الإطار التنظيمي في المملكة متطلبات لتوطين البيانات، بما يضمن معالجة بيانات المستخدمين الحساسة داخل البلاد، ويوفّر توقعات امتثال أكثر وضوحًا لمنصات الإعلام الرقمية.

المصدر: *Al Tamimi and Co; BSALaw; Gmedia; ICLG; Modulos; OBG research; Reuters Institute; YouGov*

الإعلام السعودي يحافظ على مستويات ثقة مرتفعة لدى الجمهور المحلي

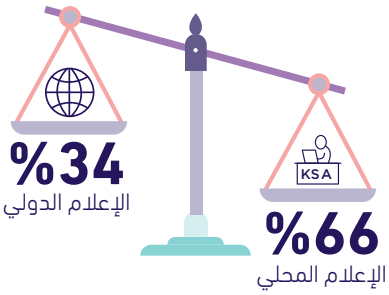
الثقة في وسائل الإعلام، وفقًا لمؤشر إيدلمان للثقة لعام 2025*



* بيانات المملكة المتحدة واليابان أرقام مرجعية عالمية

الإعلام المحلي يحظى بثقة أعلى من وسائل الإعلام الدولية

أفاد ثلثا السعوديين بأنهم يثقون في مصادر الأخبار المحلية أو الوطنية أكثر من وسائل الإعلام الدولية، وذلك وفقًا لاستطلاع إلكتروني أُجري عام 2022 بمشاركة 840 شخصًا. ويعكس ذلك مصداقية محلية قوية تسهم في رفع مستوى تفاعل الجمهور وزيادة كفاءة الإعلانات. وتُعدّ هذه الميزة في الثقة قوة استراتيجية تُعزّز تأثير الإعلام السعودي وتنافسيته عالميًا.



لماذا تُعدّ الثقة عنصرًا محوريًا للإعلام والمعلنين؟

تسهم المستويات المرتفعة من الثقة في تعزيز البيئة الاستثمارية، من خلال رفع معدلات تفاعل الجمهور، ودعم عوائد المعلنين، وزيادة جاذبية الاستثمار.

مكافحة الأخبار المضللة وحماية المعلومات

الإجراءات القانونية

تُصنّف الأخبار المضللة جريمة إلكترونية، وتُفرض عليها عقوبات صارمة.

الرصد المعتمد على الذكاء الاصطناعي*

تعمل مبادرات تجريبية، تقودها وزارة الإعلام والهيئة العامة لتنظيم الإعلام، على تطوير آليات للرصد الآني للمعلومات المضللة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الإبلاغ المجتمعي

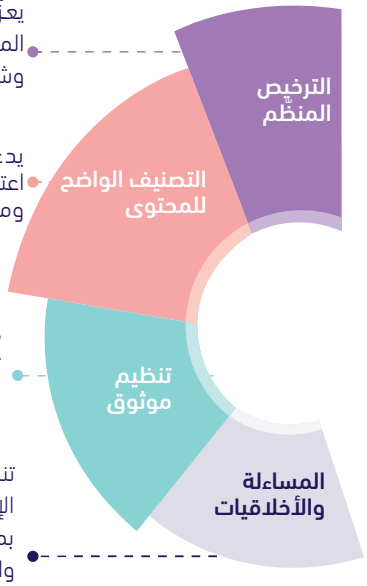
يُتاح الإبلاغ عبر قنوات رسمية، مثل منصة توكلنا، إضافة إلى قنوات التواصل المعتمدة لدى وزارة الإعلام والهيئة العامة لتنظيم الإعلام.

التعليم

تُدمج مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، لتعزيز القدرة المجتمعية طويلة المدى على التمييز بين المحتوى الموثوق والمضلل، وترسيخ الثقة في المحتوى الإعلامي.

* لم تُحدَّد الجداول الزمنية ونطاق التطبيق الكامل لهذه المبادرات بشكل نهائي وقت إعداد هذا التقرير (النصف الثاني من عام 2025).

دور الهيئة العامة لتنظيم الإعلام في ترسيخ الثقة والمعايير



يعزّز الالتزام بالأنظمة، والحد من مخاطر المستثمرين عبر توفير شروط واضحة وشفافة لدخول السوق.

يدعم ثقة المستهلكين من خلال اعتماد محتوى مناسب للفئات العمرية ومتوافق مع القيم الثقافية.

يُرسخ الاستقرار التنظيمي، بما يدعم نمو الجمهور وتدفّق رؤوس الأموال.

تنسجم معايير المحتوى الإلزامية وآليات الإشراف مع السياسات الإعلامية الوطنية، بما يعزّز الدقة، والملاءمة الثقافية، والممارسة الإعلامية المسؤولة.

المصدر: *Edelman; Gmedia; National Platform; Online Journal of Communication and Media Technologies*

تحوّل قطاع الإعلام نحو رؤية السعودية 2030

يدخل قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية مرحلة تحوّل شاملة، مدعومة بمستهدفات رؤية السعودية 2030 وبإصلاحات تنظيمية على مستوى المنظومة ككل. وتشكل مؤشرات الأداء الوطنية، إلى جانب استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام للأعوام 2024 – 2026، أساسًا داعمًا لمسار التطوير، حيث يسهم هذا التقدم في تعزيز الهوية الوطنية. وتحظى منشآت القطاع الخاص، والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، بدعم من منشآت وجهات التنمية المحلية، بما يعزّز صناعة المحتوى، وابتكار الخدمات، والتفاعل المجتمعي على المستوى المحلي، وذلك رغم التحديات المستمرة المرتبطة بالتمويل والتوسّع.

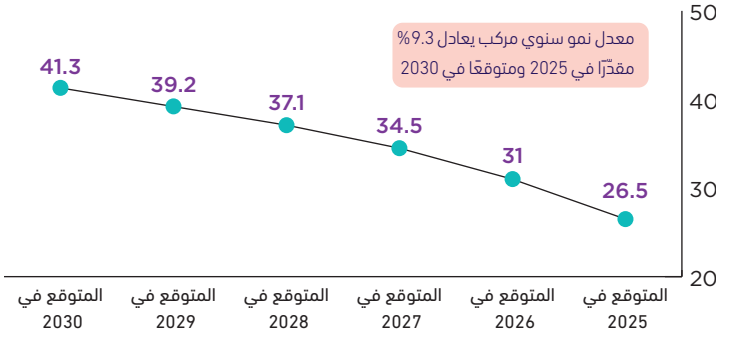
ومن المتوقع أن تتجاوز القيمة السوقية للقطاع 41 مليار ريال سعودي (نحو 11 مليار دولار) بحلول عام 2030، وفق تقديرات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام، كما يُتوقّع أن يصل عدد العاملين في القطاع إلى نحو 150 ألف موظف بنهاية 2030. وقد أسهمت الإصلاحات التنظيمية في زيادة للاستثمارات الأجنبية، في حين تركز استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام للفترة 2024 – 2026 على تبسيط إجراءات التراخيص. ولا يقتصر أثر هذا التحوّل على البعد الاقتصادي فحسب، بل يمتد إلى تحقيق تنمية اجتماعية أوسع، من خلال توسيع المشاركة الثقافية، ودعم التعبير الإبداعي، وتعزيز دور الإعلام في التفاعل المجتمعي. كما يسهم تنامي الإنتاجات المشتركة الإقليمية وازدياد حضور المحتوى السعودي في ترسيخ مكانة المملكة إعلاميًا على المستويين الإقليمي والدولي.

وبالنسبة للمستثمرين، فإن الجمع بين توسع السوق، والسياسات الداعمة، والعوامل الديموغرافية المواتية، يوفّر فرصًا واسعة في مجالات المحتوى، والبنية التحتية، والتقنيات الناشئة. ومع ذلك، يظل تحقيق التوازن بين الرقابة التنظيمية، وتعزيز ثقة المستثمرين، ومشاركة القطاع الخاص عنصرًا أساسيًا للحفاظ على مستويات النمو حتى عام 2030 وما بعده.

تغيّر سلوكيات الجمهور يعيد تشكيل المحتوى ونماذج تحقيق الإيرادات

يرتكز القطاع الإعلامي في المملكة على قاعدة جماهيرية شابة متمرسة رقميًا، تقود نمو منصات البث، والألعاب الإلكترونية، والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون (UGC)، إلى جانب وجود حوافز تنظيمية وتمويلية تدعم فرص تنمية الإيرادات. وتسهم عوائد الإنتاج، والإعلان، وحقوق الملكية الفكرية في تعزيز جاذبية القطاع للمستثمرين، في حين تظل القرصنة، والتضخم، وبطء تبنّي بعض التقنيات من بين المخاطر القائمة. ومع ذلك، تهدف السياسات الداعمة وبرامج التمويل الجديدة الموجّهة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة إلى التخفيف من هذه التحديات. ومن المتوقع أن يصل حجم السوق إلى نحو 41.3 مليار ريال سعودي (ما يعادل 11 مليار دولار) بحلول عام 2030، وفقًا لتحليل الهيئة العامة لتنظيم الإعلام.

توقعات حجم قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية، تقديرات 2025– توقعات 2030
(مليار ريال سعودي)



آفاق السوق والمساهمة الاقتصادية

16 مليار ريال سعودي (نحو 4.3 مليار دولار)

مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي عام 2024، وفق الهيئة العامة لتنظيم الإعلام.

47 مليار ريال سعودي (نحو 12.5 مليار دولار)

مساهمة متوقعة في الناتج المحلي الإجمالي بحلول عام 2030، وفق الهيئة العامة لتنظيم الإعلام.

150 ألف وظيفة

مباشرة وغير مباشرة، من المتوقّع أن يدعمها قطاع الإعلام بحلول عام 2030.

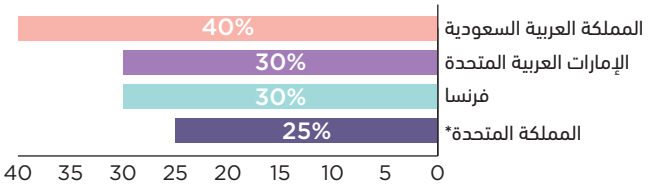
5456 رخصة

أصدرتها الهيئة العامة لتنظيم الإعلام خلال الأرباع الثلاثة الأولى من عام 2025.

المحتوى الإعلامي والإنتاج

- **879 مليون ريال سعودي** (نحو 234 مليون دولار) ضمن برنامج تمويل قطاع الأفلام الذي أطلقه الصندوق الثقافي في عام 2023.
- **375 مليون ريال سعودي** (نحو 100 مليون دولار) ضمن الصندوق السعودي للأفلام الذي أطلق في عام 2024، بالشراكة بين الصندوق الثقافي، وشركة الشرق الأوسط للاستثمار المالي و(Roaa Media Ventures).
- يستهدف القطاع الوصول إلى نسبة محتوى محلي تبلغ **75%** بحلول عام 2030، بما يتماشى مع مستهدفات الصناعات الثقافية والإبداعية الوطنية.

حوافز استرداد تكاليف إنتاج الأفلام في السعودية تتفوق على نظرائها



فرص استثمارية ناشئة

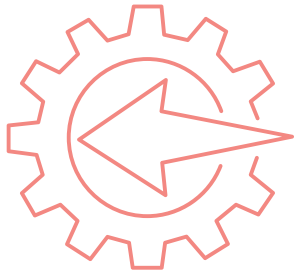
جاذبية الاستثمار وفرص الدخول إلى السوق الإعلامي السعودي

- تسمح الإصلاحات التنظيمية بزيادة جاذبية القطاع للاستثمارات الأجنبية.
- تتوافر إمكانات نمو كبيرة في التمويل المبكر وتمويل مراحل بدعم من صناديق الأسهم الخاصة ورأس المال المخاطر.
- تُقدم حوافز مالية للبنية التحتية، وحماية الملكية الفكرية، وتطوير المواهب .
- يُنظَّم سوق البث الرقمي في المملكة وفق نماذج متعددة، تشمل: الاشتراك في الفيديو عند الطلب، والفيديو عند الطلب المدعوم بالإعلانات، والفيديو عند الطلب القائم على المعاملة.
- يعكس انتشار النماذج الهجينة تحوّل القطاع من الاعتماد على نموذج إيرادات واحد تقليدي إلى مسارات إيرادات متنوعة.
- أفاد مشغلو الاتصالات في دول الخليج بتحقيق عائد يقارب **22.10 ريال سعودي** (5.90 دولار) مقابل كل **3.75 ريال سعودي** (1 دولار) مستثمرة في أدوات الذكاء الاصطناعي لتحسين التسويق وإدارة قيمة العملاء، ما يشير إلى إمكانات قوية للإيرادات من الإعلانات المخصّصة.
- يُلاحَظ وجود نقص في المنصات الوسيطة المتخصصة التي تربط بين المبدعين والناشرين والمعلنين، وهو ما يحدّ من تحقيق الإيرادات بسلاسة وتحسين الحملات، لكنه في الوقت ذاته يخلق فرصة واضحة لدخول مستثمرين جدد إلى السوق.

المصدر: *Argaam; CDF; Consultancy-me; Gmedia; Ken Research; &OBG research; PIF; Strategy*

الرؤية الاستراتيجية للهيئة العامة لتنظيم الإعلام ودورها في تنمية المنظومة الإعلامية

تعمل الهيئة العامة لتنظيم الإعلام على تمكين بيئة تنظيمية شفافة تدعم ثقة السوق وتحقق أهداف رؤية 2030 المتعلقة بالإعلام



نظام الإعلام المحدث
تُجرى تحديثات تشريعية مستمرة لمواكبة التحوّل الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والاتجاهات الإعلامية الجديدة، بما يضمن جاهزية الإطار التنظيمي وتوافقه مع تطورات القطاع.

تمكين القطاع الخاص
توفر قواعد ترخيص أوضح ومتطلبات محتوى قابلة للتنبؤ تقلّل عدم اليقين وتمكّن دخولًا أكثر سلاسة إلى السوق.

حوكمة منسقة
توضيح الأدوار بين الجهات العامة لتعزيز الرقابة المتكاملة على القطاع.

تبسيط إجراءات التراخيص الإعلامية
تستهدف استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام للفترة 2024–2026 تبسيط الإجراءات لمختلف الأنشطة الإعلامية.

إنجازات عامي 2024–2025 جهود الهيئة العامة لتنظيم الإعلام في تنفيذ أولوياتها الاستراتيجية

تطوير المواهب
عقدت الهيئة ورشة تعريفية لمسار «واعد»، وهو مسار ابتعاث منتهٍ بالتوظيف يهدف إلى تمكين الكفاءات الوطنية وتطويرها.

معايير المحتوى
أُصدرت اللوائح الخاصة بالبث المباشر بهدف تحسين تجربة المشاهد، ورفع جودة المحتوى، وتوجيه منظّمي الفعاليات.

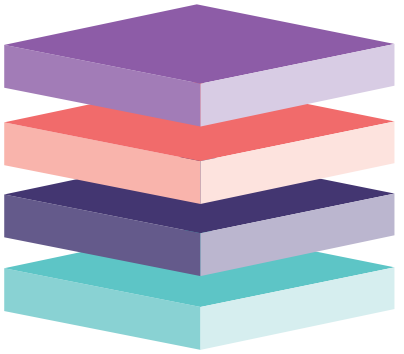
تفاعل الجمهور
نُشر دليل تصنيف الأعمار للألعاب الإلكترونية؛ لضمان توافق المحتوى مع توقعات الجمهور والفئات العمرية المختلفة>

جذب المستثمرين
ارتفع عدد الشركات الإعلامية الأجنبية العاملة في المملكة من شركتين في 2024 إلى 17 شركة في 2025.

تمكين الابتكار
وسعت الهيئة دورها ليشمل أكثر من الرقابة التنظيمية من خلال رقمنة خدمات التراخيص، وتبسيط إجراءات الموافقات، وتوضيح معايير المحتوى، بما يقلّل الأعباء الإدارية ويدعم الكفاءة التشغيلية.

تنقل القوى العاملة
أضيفت 27 مهنة متعلقة بالإعلام إلى برنامج الإقامة المميّزة؛ لدعم تطوير المهارات والتوظيف.

تستند استراتيجية الهيئة للفترة 2024–2026 إلى أربعة أهداف رئيسية:



تحفيز نمو القطاع
ترسيخ مكانة المملكة مقصدًا إعلاميًا رائدًا يجذب كبار اللاعبين، ويسهم في تطوير المواهب والبنية التحتية.

تحسين الإطار التنظيمي
تحديث القوانين وإنشاء نظام ترخيص موحّد وداعم للمستثمرين.

حماية المستهلكين
بناء وتطبيق آليات رقابية تتماشى مع المعايير الدولية، لضمان حماية فعّالة للمستهلكين .

تعزيز الكفاءة
التحول إلى منظمة فعّالة قادرة على جذب أفضل الكفاءات والاحتفاظ بها.

التحديات القائمة
قد تؤدي تداخلات اللوائح إلى إبطاء دخول السوق. وفي الوقت ذاته، يظل تحقيق التوازن بين الرقابة وثقة المستثمرين تحدّيًا رئيسيًا، يشكّل مسار تطوّر المنظومة الإعلامية الأوسع.

مؤشرات الهيئة العامة لتنظيم الإعلام لعام 2025

3,403,177
عدد تراخيص الأفلام وتصنيفها وموادها الترويجية

7133
تراخيص الأفلام والألعاب والأجهزة الإعلامية

5449
فسح وتصنيف الألعاب الإلكترونية وأغلفتها

2277
إنتاج المحتوى الإعلامي

94,419
عدد العاملين الإعلاميين المُسجّلين

المصدر: Gmedia

تكامل الأدوار يشكّل أساس تقدّم القطاع

تكامل الأدوار بين منظومة الإعلام والجهات الفاعلة للنهوض بالقطاع وتمكينه

ترتكز الأنظمة واللوائح الإعلامية في المملكة على التنسيق وتكامل الأدوار بين مختلف مكوّنات المنظومة الإعلامية، والجهات الحكومية ذات العلاقة، إضافة إلى القطاع الخاص، بما يسهم في دعم نمو القطاع وتمكينه. وتقوم استراتيجية الهيئة العامة لتنظيم الإعلام على تعزيز هذا النهج من خلال تقديم الرؤى، وتعميق التنسيق، ومواءمة مستهدفات قطاع الإعلام مع الأهداف الوطنية.

القطاع الحكومي: تتولى وزارة الإعلام، والهيئة العامة لتنظيم الإعلام، واللجان المرتبطة بوزارة الثقافة وضع السياسات الممكنة للقطاع، في حين تعمل الهيئة السعودية للملكية الفكرية والجهات التنظيمية الأخرى، على تعزيز حماية الملكية الفكرية، والمنافسة، والشفافية المالية.

صندوق الاستثمارات العامة: يتميّز الصندوق بدوره في إطلاق قطاعات جديدة، وتحديد الفرص غير المستغلة، بما يدعم تمكين المملكة لتصبح مركزًا عالميًا منافسًا في مختلف التقنيات والصناعات المستقبلية.

القطاع الخاص والشركات الصغيرة والمتوسطة: بدعم من منشآت والجهات الداعمة الأخرى، تقود الشركات الخاصة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة ابتكار المحتوى وتعزيز الإبداع ومع ذلك، تظل تحديات الوصول إلى التمويل والقدرة على التوسّع من أبرز العقبات التي تواجه هذا القطاع.

تطوير المهارات: تعمل شركات الإعلام، والأكاديميات، والجامعات على توسيع قاعدة المواهب، ومواءمة المهارات مع احتياجات السوق، بما يعزّز ثقة المستثمرين في القدرات المحلية. فعلى سبيل المثال، تم تدريب **127** سعوديًا خلال الربع الأول من عام 2025 من قبل الأكاديمية السعودية للإعلام، إضافة إلى **40** مشاركًا ضمن مسار قادة الإعلام.

قصة نجاح: مجموعة فوج

مجموعة فوج هي اتحاد لشركات الاتصال والتسويق الرائدة على مستوى المنطقة، تأسست من خلال دمج ثلاث شركات في عام 2021، وتم إطلاقها رسميًا في 2024 بدعم من وزارة الإعلام. وفي عام 2025 تضم مجموعة فوج **13** كيانًا متخصصًا يعملون داخل المملكة وخارجها.

العرض المتكامل للخدمات

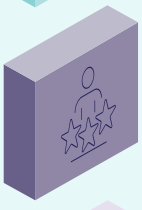
تقدّم المجموعة حلولًا شاملة، تبدأ من الاستراتيجية وتطوير الإبداع، وصولًا إلى شراء الوسائط والعلاقات العامة، بما يوفّر للعملاء منصة واحدة لتلبية احتياجاتهم في مجال الاتصال.

السجل الحافل والمشاريع الوطنية

في الربع الأخير من عام 2024، أكملت مجموعة فوج **أكثر من 1000** مشروع لصالح **أكثر من 600** عميل من الجهات العامة والخاصة. ومن أبرز المشاريع التي عملت عليها: حملة "السعودية نحو الفضاء" التابعة لوكالة الفضاء السعودية، ومنتدى حوكمة الإنترنت ويوم التأسيس وإحسان وموسم الرياض.

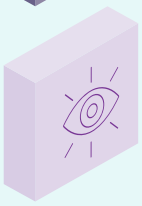
التقنية والابتكار

أطلقت المجموعة صندوقًا استثماريًا بقيمة **500 مليون ريال سعودي** (نحو 133 مليون دولار أمريكي) للاستثمار في التكنولوجيا، والذكاء الاصطناعي، وتطوير المحتوى، بما يعكس التزامها بالتحول الرقمي وأدواته.



المواهب والشراكات

يعمل ضمن منظومة مجموعة Foaj **أكثر من 850** موظفًا، بنسبة توطين تصل إلى **80%**. كما تدير المجموعة برنامجًا تدريبيًا للخريجين يمتد لستة أشهر، تم توظيف **65%** من خريجيه. إضافة إلى ذلك، تنفّذ المجموعة مبادرة منح الأسهم، التي مكّنت **أكثر من 90** موظفًا من أن يصبحوا شركاء في المجموعة.



الرؤية والتطلعات

تخطط مجموعة فوج لإدراج أسهمها في السوق السعودي خلال الفترة 2026-2027، كجزء من استراتيجيتها طويلة الأمد للنمو.

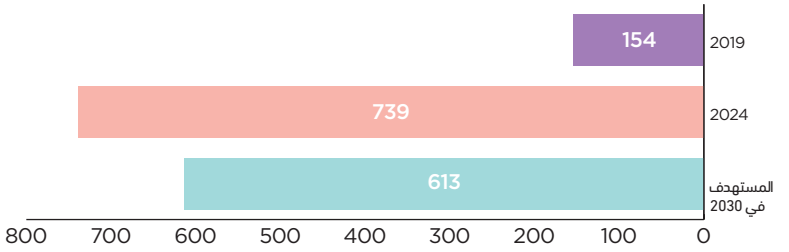
المصدر: *Foaj Group; GAC; Gmedia; SPA*

مستهدفات رؤية السعودية 2030 تقود نمو المنظومة وتعزّز ثقة المستثمرين

يرتبط تحوّل قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية ارتباطًا متزايدًا بالتقدّم الشامل الذي تقوده رؤية السعودية 2030، حيث تعمل الهيئة العامة لتنظيم الإعلام على تنسيق وضوح اللوائح والمعايير المرتبطة بالمحتوى عبر قطاعات الثقافة، والترفيه، والتكنولوجيا. ومع تسارع نمو هذه القطاعات، يبرز الإعلام بوصفه قطاعًا استراتيجيًا يعكس مسار التنمية الوطنية، ويسهم في تعزيز صورة المملكة وتقديمها محليًا ودوليًا. وتشير المؤشرات المحققة حتى عام 2024 إلى نمو أسرع من المخطط له، وزيادة ملموسة في مستويات التفاعل العام.

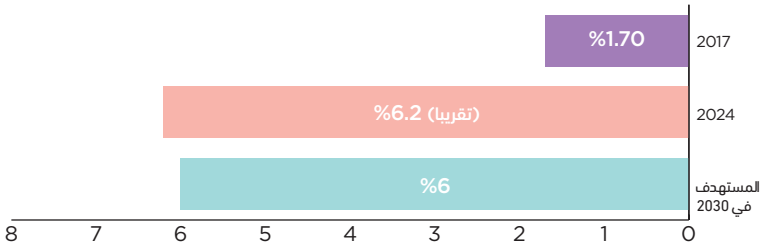
تجاوزت البنية التحتية لمواقع الفعاليات مستهدف عام 2030 بنسبة 21% في عام 2024.

عدد المواقع المخصصة لقطاع الترفيه



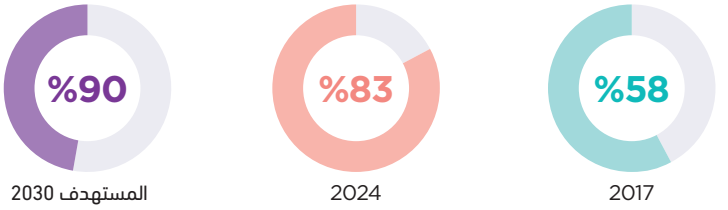
تخطى إنفاق الأسر على الترفيه في عام 2024 مستهدف عام 2030م، ما يعكس نمو الطلب المحلي وتسارع التحوّل في أنماط الاستهلاك

إنفاق الأسرة على الترفيه.



نسبة إتاحة أبرز العناوين العالمية مقارنةً بمستهدف 2030.

حصة العناوين العالمية الكبرى (مثل الكتب، وألعاب الفيديو، والأفلام) في السوق خلال ثلاثة أشهر من تاريخ النشر.



المصدر: *OBG research; Quality of Life Programme; SPA; Vision 2030*

الأستاذة: روان البتيري، الرئيس التنفيذي للاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية

روان البتيري

كيف تشكل رؤية السعودية 2030 صناعة الألعاب والرياضات الإلكترونية في المملكة؟

البتيري: تُعد الألعاب والرياضات الإلكترونية محوراً أساسيًا في استراتيجيتي الإعلام والترفيه في المملكة، إلى جانب كونها أحد الأولويات الوطنية المدعومة بالاستثمار في البنية التحتية، والموارد البشرية، والفعاليات الدولية. إذ تهدف استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية - وهي الأولى من نوعها عالميًا - لخلق 39,000 وظيفة وتحقيق مساهمة اقتصادية تزيد عن 50 مليار ريال سعودي (13.3 مليار دولار) بحلول عام 2030.

وقد بدأت هذه الأهداف بالتحقّق فعليًا من خلال فعاليات رائدة، مثل كأس العالم للرياضات الإلكترونية، والدوري السعودي للرياضات الإلكترونية، ودوري المقاتلين السعودي، التي تستقطب مشاركين عالميين، وتستعرض المواهب الوطنية، عبر دمج الألعاب والرياضات الإلكترونية ضمن أجندة الترفيه، بما يسهم في تمكين المملكة لتصبح وجهة رائدة للإعلام التفاعلي والمنافسات الرقمية.

إلى أي مدى يُعدّ توطين المحتوى والمنصات في الإعلام والترفيه مفتاحًا لتحقيق أهداف رؤية 2030؟

البتيري: يضمن توطين المحتوى رفع مستويات التفاعل مع الجمهور، ويعكس الثقافة الوطنية، من خلال إنتاج بثوث، ومعلّقين، وأصول إعلامية باللغة العربية، بوصفها اللغة الأساسية، في جميع البطولات الرئيسية — بدءًا من الدوري السعودي للرياضات الإلكترونية، وصولًا إلى دوري المقاتلين السعودي. كما نشجّع مطوّري الألعاب المحليين وصنّاع المحتوى على إنتاج قصص ثقافية ذات صلة، تعبّر عن الهوية السعودية.

وقد أظهر تقرير أعددناه بالتعاون مع شركة Niko Partners المتخصصة أن أكثر من 75% من اللاعبين يقدّرون التمثيل الثقافي العربي، وأن 41% منهم أكثر ميلًا للعب الألعاب التي تحتوي على ترجمة عربية. نحن لا نزيد فقط من التفاعل، ولكن نبني أيضًا منصات يمكنها التواصل مع الجمهور في جميع أنحاء العالم العربي وخارجه، بما يعزّز في النهاية مكانة المملكة في صناعة الألعاب والرياضات الإلكترونية عالمياً.

الفجوات القطاعية والفرص الاستثمارية في القطاع الإعلامي للفترة 2026–2030

القطاع	الفجوة	الفرصة الاستثمارية
المرئي	محدودية مرافق الإنتاج المتقدم وما بعد الإنتاج	تطوير استوديوهات كبيرة الحجم من خلال شراكات في المشاريع الضخمة
	نقص في المواهب الفنية والإبداعية المتخصصة	توسيع سلاسل إمداد المهارات عبر الأكاديميات، والمنح الدراسية، والشراكات التدريبية الدولية
	انخفاض حصة المحتوى العربي السعودي على المنصّات العالمية	رفع الطاقة الاستيعابية للاستوديوهات، وتوسيع برامج التدريب المتخصصة في هندسة الصوت
المسموع	نقص المرافق الحديثة للتسجيل والموارد الهندسية الصوتية	رفع طاقة الاستوديوهات وتوسيع برامج التدريب المتخصصة في مجال الصوت
	افتقار البودكاست والصيغ الصوتية إلى نماذج إيرادات واضحة	بناء مسارات متنوعة لتحقيق الإيرادات عبر البث المباشر، والفعاليات الحية، والمحتوى المدعوم بالعلامات التجارية
النشر والإعلام الرقمي	تشتّت قنوات البيع بالتجزئة، إلى جانب محدودية التوزيع على نطاق محلي	توسيع النشر الرقمي، ومنصات الكتب الإلكترونية، وقنوات الطباعة عند الطلب
	نقص قنوات التصدير للمحتوى السعودي	بناء شراكات توزيع إقليمية للمحتوى الأدبي والتعليمي المحلي
	قيود في القدرات وجودة الترجمة	تعزيز منظومات الترجمة عبر البرامج الوطنية والأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي
الألعاب والرياضات الإلكترونية	محدودية قدرات تطوير ونشر الألعاب محليًا	دعم الاستوديوهات المحلية وجذب الناشرين العالميين
	تركّز البنية التحتية للرياضات الإلكترونية في المدن الكبرى	إنشاء منشآت إقليمية للرياضات الإلكترونية ومراحل إنتاج متوافقة مع أهداف استراتيجية قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية
	غياب التوطين والخدمات الوسيطة (الربط مع الأنظمة التقنية)، يؤثر على سهولة التشغيل	تطوير منصات وساطة مترابطة لتحسين تحقيق الإيرادات وتعزيز التوزيع
الإعلانات والتسويق	الاعتماد الكبير على المنصات الرقمية الأجنبية وما يترتب عليه من تسرب للإيرادات	توسيع حلول الإعلانات الرقمية المحلية وتعزيز القدرة التحليلية المحلية
	عدم الاستفادة الكاملة من أدوات تحليل الأداء وقياس الجمهور	الاستثمار في حلول قائمة على الذكاء الاصطناعي وأنظمة القياس اللحظي
	نقص في الربط بين المبدعين، والمعلنين، والناشرين (الوسيط)	إنشاء أسواق رقمية تربط المبدعين بالمعلنين لتسهيل تحقيق الإيرادات وتنفيذ الحملات
التكامل بين القطاعات	عدم مواءمة تطوير المواهب مع وتيرة نمو القطاع	رعاية المناهج الإعلامية المتخصصة ومسارات التدريب المهني
	نقص أدوات التمويل للشركات الإبداعية الصغيرة والمتوسطة	توسيع أدوات التمويل المدمج وإطلاق صناديق إعلامية مستهدفة

الخلاصة والاستنتاجات

يواصل قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية توسعه، مدعومًا بإصلاحات رؤية السعودية 2030، وارتفاع الطلب على المحتوى المحلي، وقاعدة سكانية شابة تميل إلى الاستخدام المكثف للهواتف الذكية. ومع ارتفاع مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي من 16 مليار ريال سعودي (4.3 مليار دولار أمريكي) في عام 2024 إلى 47 مليار ريال سعودي (12.5 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2030، يؤكد مسار القطاع دوره المتنامي في دعم التنويع الاقتصادي، والتحول الهيكلي، وتوليد فرص التوظيف.

ومع تنامي حضور المحتوى السعودي على المنصات الإقليمية، يعزز القطاع الهوية الوطنية ويمتد بتأثيره الثقافي للمملكة إلى مختلف أنحاء العالم العربي. وتشير مؤشرات الرأي إلى أن 66 % من الجمهور السعودي يثق بالإعلام المحلي أكثر من الإعلام الدولي، وهو ما يعزز مصداقية القطاع ويؤشر إلى بيئة داعمة للاستثمار طويل الأجل. وتمتد فرص الاستثمار لتشمل سلسلة القيمة الإعلامية بأكملها، بدءًا من إنتاج المحتوى ومرحلة ما بعد الإنتاج، مرورًا بمنصات التقنية، وإدارة الفعاليات، والبنية التحتية الإبداعية. كما يعكس التوسع في قطاعات الألعاب، والإعلان عبر البث المباشر، والترفيه الحي، الطبيعة متعددة الأبعاد للقطاع ودوره في تعزيز المشاركة الثقافية وتفاعل فئة الشباب.

ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات قائمة، تشمل نقص المهارات، وفجوات تحقيق الإيرادات، وتحديات تنفيذ الأطر التنظيمية، ونضج السوق. ويعتمد تحقيق النجاح حتى عام 2030 على اتساق السياسات، وتطوير الكفاءات، وتنسيق المنظومة البيئية، وإنفاذ قوي لحقوق الملكية الفكرية، لتحويل الأسس المتينة إلى نمو شامل طويل الأجل وعوائد استثمارية مستدامة.

وبعد عام 2030، سيظل الابتكار المستمر وتطوير المهارات ومواءمة الاستثمارات عناصر أساسية للحفاظ على النمو في مشهد الإعلام المتطور في المملكة.

الإعلام السعودي: آفاق النمو والإصلاحات التمكينية وفرص الاستثمار

مسار السوق

• من المتوقع أن يصل حجم السوق إلى **41.3 مليار ريال سعودي** (11 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2030، بمعدل نمو سنوي مركب قدره **9%** خلال الفترة من 2025 إلى 2030.

• يُتوقع أن تتضاعف مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي بنحو ثلاث مرات، من **16 مليار ريال سعودي** (4.3 مليار دولار أمريكي) في عام 2024 إلى **47 مليار ريال سعودي** (12.5 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2030.

• من المتوقع أن يتجاوز نمو التوظيف للضعف، ليصل إلى نحو **150 ألف** وظيفة بحلول 2030، مقارنة بنحو **67 ألف** وظيفة في عام 2024.

• تتنامى الروابط بين القطاعات المختلفة، حيث تسهم.:
• الفعاليات الكبرى في مجالات الأفلام والترفيه والثقافة في تحقيق آثار اقتصادية غير مباشرة على قطاعات الضيافة والسفر والتجزئة. ويؤدي هذا الترابط المتزايد بين الأنشطة الاقتصادية إلى تعظيم الأثر غير المباشر، فعلى سبيل المثال تسهم الفعاليات الإعلامية والثقافية والترفيهية في رفع الطلب السياحي وتعزيز إنفاق الزوار.

تكامل المنظومة الإعلامية

• تعمل الهيئة العامة لتنظيم الإعلام ووزارة الإعلام على إرساء أطر تنظيمية شفافة وجاذبة للمستثمرين، تشمل التصنيف العمري، وتحديث تنظيم الإعلانات، ومنصة موثوق.

• في الوقت ذاته، تقود الجهات التابعة لصندوق الاستثمارات العامة — مثل شركة مشاريع الترفيه السعودية (SEVEN)، ومجموعة سافي للألعاب، ونيوم — تطوير البنية التحتية ودفع الابتكار في القطاع.

• يهدف حافز استرداد **40%** من تكاليف إنتاج الأفلام، المقدَّم من هيئة الأفلام، إلى جانب تمويل حِزم الإنتاج السينمائي وجهود إصلاح أنظمة التراخيص، وإلى تعزيز جاذبية القطاع وتحفيز الاستثمار المحلي والدولي.

• يُتوقّع أن يسهم الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في تعزيز توطين المحتوى، وتحسين استهداف الجمهور، ورفع كفاءة النماذج التشغيلية مع توسّع القطاع.

• تعتمد الهيئة العامة لتنظيم الإعلام نهجًا استراتيجيًا قائمًا على تحليل منهجي منظّم، يوجّه مواءمة السياسات عبر قطاعات الإعلام، والثقافة، والصناعات الإبداعية، بما يدعم الاتساق التنظيمي والنمو المستدام.

جاذبية الاستثمار

• تُعد المملكة العربية السعودية من **أسرع** أسواق الإعلام والترفيه نموًا ضمن مجموعة العشرين، إذ يُتوقع أن يتجاوز نموها خلال الفترة 2024–2029 المتوسط العالمي، بمعدل نمو سنوي مركب قدره **8.2%** مقارنة بـ **3.7%** عالميًا.

• تعكس صناديق رأس المال الجريء المدعومة من القطاع العام مستوى قويًا من الدعم المؤسسي للاستثمار في قطاع الإعلام.

• يوفّر قطاع الإعلام عمقًا واسعًا عبر سلسلة القيمة، يشمل إنتاج المحتوى والإعلان والمنصات وحقوق الملكية الفكرية، بما يتيح قابلية عالية للتوسّع وفرصًا متنوعة للاستثمار.

فرص قابلة للتوسّع

• تمتد الإمكانات غير المستغلة عبر مجالات صناعة المحتوى، وما بعد الإنتاج، ونماذج تحقيق الدخل، والمنصات التقنية.

• يستهدف قطاع الألعاب والرياضات الإلكترونية تحقيق مساهمة اقتصادية قدرها 50 **مليار ريال سعودي** (نحو 13.3 مليار دولار أمريكي) ودعم **39,000** وظيفة بحلول عام 2030.

• تشمل القطاعات الأخرى ذات النمو المرتفع خدمات البث حسب الطلب، والسينما، والفعاليات الصوتية المباشرة، ويُعزى ذلك إلى توطين المحتوى، واعتماد التقنيات الرقمية، وتوسّع الشراكات الدولية.

• يُظهر النهج المتكامل للمملكة العربية السعودية في التنظيم، والاستثمار، وتطوير الكفاءات نموذجًا إقليميًا متقدّمًا للإصلاح الشامل لقطاع الإعلام.

د/ عبداللطيف بن محمد العبداللطيف
الرئيس التنفيذي، الهيئة العامة لتنظيم الإعلام

عبداللطيف بن محمد العبداللطيف

ما العوامل الرئيسة التي تجعل المملكة العربية السعودية وجهة جاذبة للاستثمار الإعلامي في المنطقة؟

العبداللطيف: لم تعد المملكة العربية السعودية مجرد سوق واعدة للإعلام، بل أصبحت وجهة محورية للاستثمار الإعلامي على مستوى المنطقة، بفضل مزيج متكامل من العوامل السياسية، والاقتصادية، والتقنية. إذ تمتلك المملكة واحدة من أقوى البنى التحتية الرقمية إقليميًا، مع تغطية شبه شاملة لشبكات الجيل الخامس، ونسبة انتشار للإنترنت تبلغ 99%، وما يقارب 37 مليون مستخدم. ويضاف إلى ذلك تنوّع المنصات الرقمية، وارتفاع معدلات استهلاك المحتوى المرئي والمسموع، والإقبال الكبير على مشاهدة الفيديو عبر الإنترنت.

وتوفّر هذه العوامل بيئة خصبة للإنتاج الإعلامي وتوزيعه بكفاءة، وتضع المملكة في موقع السوق الذهبي للمحتوى الرقمي والبث التفاعلي. ويعزّز ذلك وجود تركيبة سكانية شابة، متعطّشة للتجربة والابتكار، وجاهزة لاستهلاك محتوى متجدّد ومتنوّع، من البودكاست والسينما إلى الرياضات الإلكترونية والإعلام التفاعلي.

وإلى جانب ذلك، أسهمت الإصلاحات التشريعية والتنظيمية في فتح آفاق جديدة أمام المستثمرين، من خلال حوافز وإعفاءات وأطر داعمة للابتكار، تعزّز الشراكات مع القطاع الخاص وتدعم نمو المنظومة الإعلامية.

ما أبرز التحديات القائمة أمام نمو القطاع الإعلامي، وماذا يلزم لتجاوزها؟

العبداللطيف: على الرغم من التطوّر الذي يشهده قطاع الإعلام محليًا، لا يزال يواجه تحديات تتطلّب معالجة منهجية لتحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030، وهي في الوقت ذاته فرص لتعزيز الابتكار وبناء القدرات الوطنية.

ويأتي في مقدّمة هذه التحديات نقص الكفاءات الوطنية المتخصصة في الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى. فعلى الرغم من وجود برامج تدريب محلية، يحتاج القطاع إلى إطار وطني شامل لتطوير المواهب الإعلامية وربطها باحتياجات السوق المستقبلية. كما تمثّل محدودية التمويل للمشاريع الإعلامية الناشئة تحدّيًا آخر، ما يستدعي إنشاء صناديق متخصصة لدعم الإعلام الرقمي، وتقديم حوافز حكومية للشركات الناشئة، ولا سيما تلك التي تركّز على التقنيات الإبداعية، مثل المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي.

وتبرز كذلك فجوات في تكامل المنصات المحلية مع المعايير الدولية، وهو ما قد يعيق توزيع المحتوى عبر الحدود، نتيجة تفاوت المعايير التقنية، وحقوق النشر. ويتطلّب تجاوز ذلك إطارًا تنظيميًا متوازنًا، يحمي الأولويات المحلية، مع انفتاح عالمي يضمن وصول المحتوى السعودي إلى الأسواق الدولية.

ما توقعاتك لقطاع الإعلام حتى عام 2030؟

العبداللطيف: يمكن تلخيص توقعاتي لقطاع الإعلام السعودي بحلول عام 2030 في كلمة واحدة: التحوّل — تحوّل شامل في البنية التحتية، والمحتوى، والتأثير. فالقطاع يتجه ليصبح أكثر احترافية، ورقمية، وعالمية.

وبحلول عام 2030، سيشهد المحتوى المحلي هيمنة متزايدة، إذ تُظهر منصّات البث داخل المملكة تفضيلًا واضحًا للمحتوى المحلي متى ما توفّر بجودة تنافسية. ويتطلّب هذا التحوّل منظومة إنتاج محلية متكاملة قادرة على تقديم محتوى متنوّع، بلغات ولهجات متعددة، يخاطب الجمهور المحلي ويصل في الوقت ذاته إلى الأسواق العالمية.

كما سيغدو الذكاء الاصطناعي عنصرًا أساسيًا في جميع مراحل الإنتاج الإعلامي، من كتابة النصوص، إلى المونتاج، وتحليل تفاعل الجمهور. وقد بدأت الشركات السعودية بالفعل في تطوير أدوات تحليلية ذكية لفهم سلوك المشاهدين وتمكين التفاعل الآني.

ومع استقطاب شركات الإنتاج العالمية، وتأسيس بنية تحتية تنافسية، تتمتّع المملكة بموقع قوي يؤهّلها لتكون «هوليوود الشرق الأوسط» بحلول عام 2030.

النقاط الرئيسية

أسس قوية

يشهد قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية نموًا متسارعًا، يستند إلى مستهدفات رؤية السعودية 2030، وتسارع التحول الرقمي، وتنامي مساهمة القطاع الخاص. وتتوقع الهيئة العامة لتنظيم الإعلام ارتفاع مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي من 16 مليار ريال سعودي (نحو 4.3 مليار دولار أمريكي) في عام 2024 إلى47 مليار ريال سعودي (نحو 12.5 مليار دولار أمريكي) بحلول عام 2030. ويعكس هذا المسار تحوّلًا ثقافيًا أوسع، تدعمه تنمية القدرات الإبداعية وتزايد تدفّق المحتوى السعودي المُنتَج محليًا في مجالات السينما، والألعاب، والإعلام الرقمي.
ومع ذلك، يبقى تسارع التقدّم مرهونًا بسد فجوات الطاقة الإنتاجية في صناعة المحتوى المحلي، ومعالجة نقص المهارات الإعلامية في بعض التخصّصات، وتحسين البنية التحتية على المستوى الإقليمي. ويُمهّد ذلك الطريق أمام فرص استثمارية واعدة، مع انتقال المملكة من مرحلة التوسّع المبكر إلى قطاع أكثر تنافسية على المستوى العالمي، بما يتماشى مع التوجّهات الدولية.

جاهزية الاستثمار

وتُسهم الأطر التنظيمية الواضحة وتسهيل إجراءات إصدار التراخيص الإعلامية في خفض عوائق دخول السوق ورفع مستوى ثقة المستثمرين. كما يدعم كلٌّ من صندوق الاستثمارات العامة وبرنامج IGNITE تحفيز الابتكار، مع توقّع زيادة نشاط الاستثمار في أسهم الملكية الخاصة ورأس المال الجريء.
ومع ذلك، يظل تطوير الأنظمة وتعزيز فاعلية تطبيقها عنصرين حاسمين للحفاظ على زخم النمو. ومع نضج الأطر التنظيمية، يستفيد المستثمرون من قدر أعلى من الوضوح في مجالات التراخيص، وحماية الملكية الفكرية، وحوكمة البيانات، وهي ركائز أساسية لمرونة القطاع على المدى الطويل.
وبفضل هذه التحسينات، يتمكّن المبدعون من تسويق الهوية السعودية بفاعلية، ورفع جودة الإنتاج، وتطوير محتوى يعزّز صورة المملكة ويُوسّع تأثيرها الثقافي عالميًا.

فرص واعدة

وتوفّر القطاعات ذات القيمة المضافة المرتفعة، مثل الألعاب والرياضات الإلكترونية، والإعلانات، والإعلام المرئي، فرصًا قابلة للتوسّع أمام المستثمرين المحليين والدوليين. إذ يسهم الطلب المتزايد على المحتوى العربي، واعتماد نماذج التقنيات المتقدّمة، في تعزيز الإيرادات، بما يعكس تطوّر الهوية المحلية والطموح الوطني لمشاركة السرديات السعودية الأصيلة مع الجماهير الإقليمية والعالمية، وتعزيز مكانة المملكة بوصفها فاعلًا ثقافيًا مؤثّرًا.
ومع أن نماذج تحقيق الدخل وإتاحة رأس المال الخاص لا تزال في طور التطوير، فإن دخول المستثمرين في المراحل المبكرة يتيح لهم الإسهام في نضج المنظومة، والاستفادة من مزايا الريادة، مع القدرة على إدارة التحديات التشغيلية وندرة المواهب. وفي المجمل، يتجه القطاع نحو نمو مستدام لما بعد عام 2030 ، بما يدعم طموح المملكة لتكون قوة إعلامية إقليمية رائدة تُسهم في تنويع الاقتصاد الوطني.

الهيئة العامة
لتنظيم الإعلام
GENERAL AUTHORITY
OF MEDIA REGULATION
DANGER

الهيئة العامة لتنظيم الإعلام
GENERAL AUTHORITY OF MEDIA REGULATION

gmedia.gov.sa Gmedia_SA (+966) 920 004 242

OXFORD BUSINESS GROUP

oxfordbusinessgroup.com oxfordbusinessgroup