



中國大陸數位遊戲產業 發展現況與契機特輯

科技專案成果

委託單位：經濟部技術處
執行單位：財團法人資訊工業策進會



Industry &
Technology
Intelligence
Services

經濟部技術處產業技術知識服務計畫
III-101-A303



摘 要



在多元載具的影響下，全球數位遊戲開始發生明顯的消長情形，社交遊戲、網頁遊戲、手機遊戲成為新的關注焦點。台灣數位遊戲市場近幾年來成長趨緩，遊戲廠商試圖尋找新的機會，走出國內市場。中國大陸數位遊戲產業發展是台灣廠商長期的重視課題，相關大廠如騰訊控股、網易、盛大網路影響全球數位遊戲發展至深。根據資策會MIC預估，2012年中國大陸電腦與手機遊戲市場規模總和將達527億人民幣，廣大的市場人口、相似的文化背景、加上兩岸廠商每年定期聚會交流的狀況下，台灣遊戲廠商往往將進軍中國大陸市場視為主要目標之一，故掌握中國大陸數位遊戲產業的發展，瞭解大廠之動態與經營模式，對台灣遊戲廠商實屬關鍵。

因此，本特輯以中國大陸電腦遊戲、手機遊戲為研究範疇，將電腦遊戲區分為電腦線上、電腦網頁、電腦社交三類；手機遊戲區分為手機單機、手機網路兩類分別進行探討，深入解析目前中國大陸數位遊戲產業發展概況、市場現況、政府政策、遊戲產品與技術平台等，並輔以具代表性之關鍵大廠動態與經營模式分析，從產業、市場、廠商等不同面向了解中國大陸數位遊戲發展現況，探索台灣廠商未來可發展之契機，並提供相關建議做為廠商未來策略布局之參考。



Abstract



Due to the influence of multiple devices, the appeal of global digital games has decreased. Social games, web games and mobile games have become the new focus. The market for digital games in Taiwan has suffered a downturn in recent years. Game enterprises have tried to find new opportunities outside the domestic market. The development of the digital game industry in China has become an important issue for Taiwanese enterprises. Large enterprises such as Tencent Holdings, NetEase and Shanda Interactive have great influence on global digital games. Based on a prediction made by MIC of the Institute for Information Industry, China's market scale for the computer and mobile game industries in 2012 will reach CNY\$52.7 billion. As China has a huge market population and similar cultural background as Taiwan, and with regular meetings between enterprises of China and Taiwan each year, Taiwanese game enterprises see entering the China market as one of their objectives. Therefore, grasping the development of the digital game industry in China and understanding its dynamics and business models are important to Taiwanese game enterprises.

In light of this, the research scope of this special issue covers computer games and mobile games in China. Moreover, this research further divides computer games into computer online games, web games and social games, whereas mobile games are divided into stand-alone games and mobile online games for discussion. This research also analyzes the general development of China's digital game industry, its current market, governmental policies, game products and technology platforms. Along with the dynamics and business model analyses of representative enterprises, this research attempts to understand the development of digital games in China from various perspectives, such as industry, market, and enterprises, explore potential opportunities for Taiwanese enterprises' development in the future, and provide related suggestions for enterprises' future strategic allocation.

目 錄

摘要	I
1 章 緒論	1
1.1 研究目的	1
1.2 研究架構	1
1.3 研究範疇	2
1.4 研究方法	3
1.5 研究限制	4
2 章 電腦遊戲產業發展現況	5
2.1 線上遊戲發展現況	6
2.2 網頁遊戲發展現況	17
2.3 社交遊戲發展現況	25
2.4 電腦遊戲產業未來發展重點	30
3 章 手機遊戲產業發展現況	33
3.1 單機遊戲發展現況	34
3.2 網路遊戲發展現況	44
3.3 手機遊戲產業未來發展重點	50
4 章 電腦遊戲大廠動態與經營模式分析	53
4.1 線上遊戲大廠動態與經營模式分析	53
4.2 網頁遊戲大廠動態與經營模式分析	65
4.3 社交遊戲大廠動態與經營模式分析	71
5 章 手機遊戲大廠動態與經營模式分析	79
5.1 單機遊戲大廠動態與經營模式分析	79
5.2 網路遊戲大廠動態與經營模式分析	83

6 章	結論與建議	89
■ ■	6.1 中國大陸數位遊戲產業現況綜整.....	89
■ ■	6.2 中國大陸數位遊戲發展契機探索.....	93
■ ■	6.3 台灣廠商布局建議.....	97



5 Chapter	Dynamics and Business Model Analyses of Major Mobile Game Enterprises.....	79
	Section 5.1 Dynamics and business model analyses of major stand-alone game enterprises	79
	Section 5.2 Dynamics and business model analyses of major mobile online game enterprises.....	83
6 Chapter	Conclusion and Suggestions	89
	Section 6.1 Summary of the digital game industry in China.....	89
	Section 6.2 Exploration of digital game development in China.....	93
	Section 6.3 Allocation suggestions for Taiwanese enterprises	97

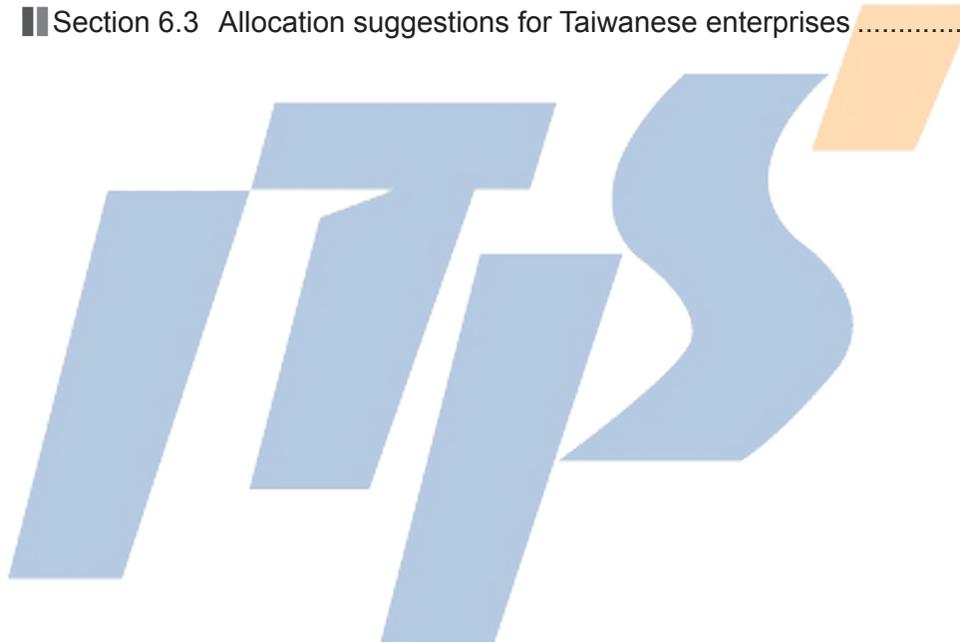


圖 目 錄

圖 1-1	研究架構.....	2
圖 1-2	研究方法與流程.....	4
圖 2-1	中國大陸電腦遊戲市場規模.....	5
圖 2-2	中國大陸電腦線上遊戲市場規模.....	7
圖 2-3	中國大陸電腦線上遊戲外銷市場規模.....	8
圖 2-4	中國大陸電腦線上遊戲廠商數量與分布.....	9
圖 2-5	中國大陸電腦線上遊戲產業鏈.....	11
圖 2-6	中國大陸電腦線上遊戲技術發展藍圖.....	14
圖 2-7	中國大陸電腦網頁遊戲市場規模.....	17
圖 2-8	中國大陸電腦網頁遊戲外銷市場規模.....	18
圖 2-9	中國大陸電腦網頁遊戲營運模式.....	21
圖 2-10	中國大陸電腦網頁遊戲產品類型比例.....	23
圖 2-11	中國大陸電腦社交遊戲市場規模.....	26
圖 2-12	中國大陸電腦社交遊戲營運模式.....	28
圖 3-1	中國大陸手機遊戲市場規模.....	34
圖 3-2	中國大陸手機單機遊戲開發商規模與特色.....	36
圖 3-3	中國大陸手機單機遊戲產業鏈.....	39
圖 3-4	2011年中國大陸主要沿海地區手機使用現況.....	45
圖 3-5	2011年中國大陸手機網路遊戲玩家題材偏好.....	50
圖 4-1	2008~2011年騰訊公司營收比例.....	54
圖 4-2	騰訊目前主要電腦線上遊戲產品地圖.....	56
圖 4-3	2008~2011年網易公司營收比例.....	58
圖 4-4	網易目前主要電腦線上遊戲產品地圖.....	60
圖 4-5	2008~2011年盛大遊戲公司營收比例.....	62

圖 4-6	盛大目前主要電腦線上遊戲產品地圖	64
圖 4-7	崑崙萬維主要營運的三大業務	66
圖 4-8	崑崙萬維目前主要電腦網頁遊戲產品地圖	67
圖 4-9	趣遊科技目前主要電腦網頁遊戲產品地圖	70
圖 4-10	2009~2011年人人網公司營收比例	72
圖 4-11	人人網社交遊戲上架申請流程	74
圖 4-12	2008~2011年淘米科技公司營收比例.....	76
圖 4-13	淘米網自製社交遊戲目標客群	77
圖 5-1	2010~2012年觸控科技公司經營之重大事件	80
圖 5-2	2006~2012年頑石互動公司經營之重大事件	82
圖 5-3	2006~2012年掌上飛訊公司經營之重大事件	84
圖 5-4	2004~2012年掌趣科技公司經營之重大事件	86

表 目 錄

表 2-1	2009~2011年中國大陸線上遊戲前五大廠商市占率變化.....	10
表 2-2	2011年中國大陸前十大電腦線上遊戲.....	12
表 2-3	中國大陸電腦線上遊戲熱門類型分析.....	13
表 2-4	中國大陸電腦線上遊戲相關政策.....	16
表 2-5	2011年中國大陸網頁遊戲前五大廠商結構分析.....	19
表 2-6	2011年中國大陸前十大電腦網頁遊戲.....	22
表 2-7	網頁遊戲行業自律聯盟針對產品評測之項目.....	25
表 2-8	2011年中國大陸社交遊戲主要平台分析.....	27
表 2-9	中國大陸各社交網站前十大電腦社交遊戲.....	29
表 2-10	中國大陸電腦遊戲產業發展現況與重點彙整.....	32
表 3-1	中國大陸手機單機遊戲發展歷程.....	35
表 3-2	2011~2012年中國大陸手機遊戲廠商iOS平台營運表現.....	38
表 3-3	中國大陸手機遊戲軟體商店分析.....	40
表 3-4	2011年中國大陸iPhone遊戲App下載前十名.....	41
表 3-5	中國大陸手機遊戲產品主要獲利模式.....	43
表 3-6	Apple App Store與Google Play遊戲分級制度.....	44
表 3-7	中國大陸手機遊戲廠商重點發展策略.....	47
表 3-8	2011年中國大陸十大最受歡迎之民族手機遊戲.....	49
表 3-9	中國大陸手機遊戲產業發展現況與重點彙整.....	52
表 4-1	近期騰訊公司重大遊戲併購與投資事件.....	55
表 4-2	網易公司主要運用之遊戲引擎技術.....	59
表 4-3	近期盛大公司重大發展策略.....	63
表 4-4	趣遊科技公司主要網頁遊戲平台.....	69
表 4-5	近期人人網公司重大發展策略.....	73

表 6-1 中國大陸數位遊戲產業發展現況與重點彙整..... 92



第 1 章

緒 論

- 1.1 研究目的
- 1.2 研究架構
- 1.3 研究範疇
- 1.4 研究方法
- 1.5 研究限制

1 緒論

1.1 研究目的

娛樂活動是現代人紓解壓力、調劑身心的方式，影視欣賞、音樂聆聽、遊戲對戰更是消費者經常從事的休閒活動，其中數位遊戲伴隨行動應用、社群等新數位環境到來，已朝向更多元之應用發展，亦帶來新的契機。

由於目前台灣遊戲市場成長趨緩，中國大陸開始為台灣各大遊戲業者所重視，據資策會MIC估計，2012年中國大陸遊戲市場規模約是台灣的8至10倍，且每年仍維持10個百分點左右之成長率，知名大廠如盛大網路、騰訊、網易，年營收超過50億人民幣，遊戲影響範圍涵蓋全球，故掌握中國大陸數位遊戲產業發展實屬重要。

本特輯以中國大陸數位遊戲產業為對象，觀察產業、產品與市場之發展現況，並歸納綜整中國大陸數位遊戲領導廠商動態，提供台灣廠商後續經營之參考依據，因此，本特輯目的如下：

1. 掌握中國大陸數位遊戲產業發展，協助台灣遊戲廠商預測未來之影響與衝擊，尋求合作契機....

第 2 章

電腦遊戲產業發展現況

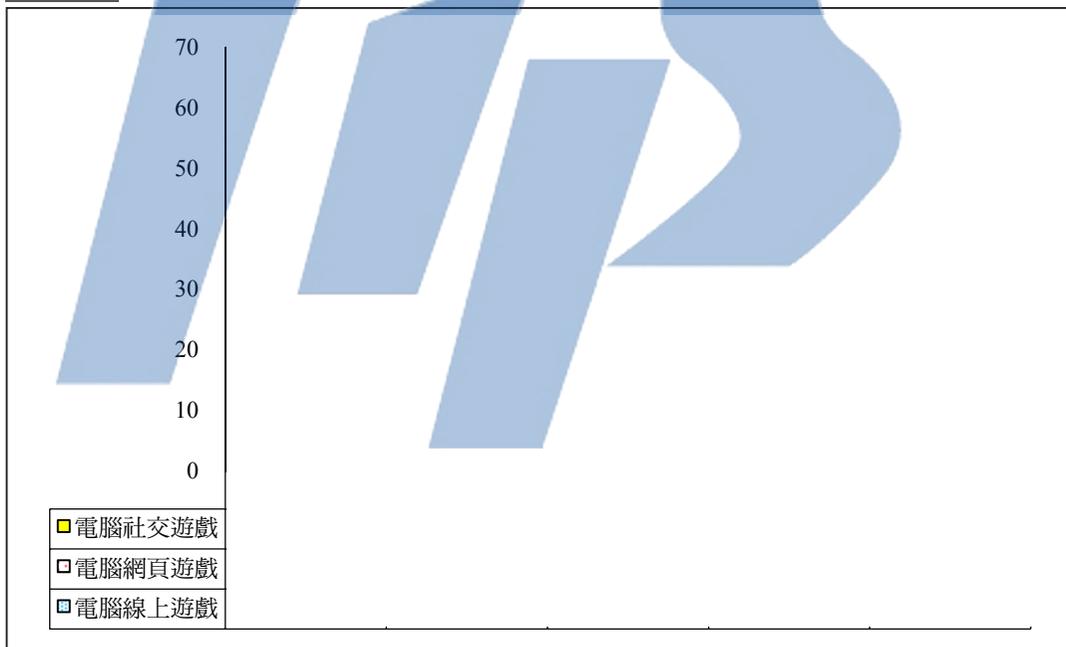
- 
- 2.1 線上遊戲發展現況
 - 2.2 網頁遊戲發展現況
 - 2.3 社交遊戲發展現況
 - 2.4 電腦遊戲產業未來發展重點

2 電腦遊戲產業發展現況

電腦在工作、學習、娛樂、人際溝通上皆扮演舉足輕重之地位，從桌上型電腦、筆記型電腦、小筆電、AIO（All-in-One）電腦、Ultrabook，功能與樣式五花八門。早期電腦用途僅作商業與計算工具，1960年代，出現第一個在電腦上開發的遊戲，到了1980年代，個人電腦漸漸盛行，遊戲成為電腦上的重要應用，美商藝電（EA）、亞達利（Atari）等遊戲軟體公司也於此時成立。

回到中國大陸，電腦遊戲的發展大致在80年代末期，初期以單機遊戲為主，隨著網際網路發展，遊戲歷經從單機移轉至線上、從月費制變成免費制的過程。近年來，在政府推動與政策支持下，遊戲已成為中國大陸重點培植的軟體產業，根據資策會MIC預估，2011至2015年中國大陸電腦遊戲市場的年複合成長率為9.5%，市場規模將自414億人民幣成長至590億人民幣（圖2-1）。

圖 2-1 中國大陸電腦遊戲市場規模



資料來源：資策會MIC經濟部ITIS計畫，2012年9月

第 3 章

手機遊戲產業發展現況

- 
- 3.1 單機遊戲發展現況
 - 3.2 網路遊戲發展現況
 - 3.3 手機遊戲產業未來發展重點

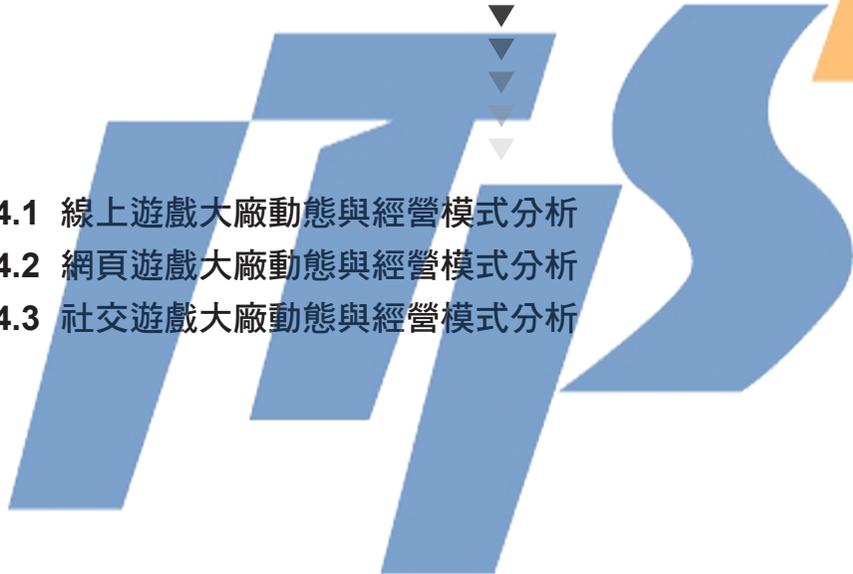
3 手機遊戲產業發展現況

手機遊戲產業之興起有很大一部分是因為智慧型手機的普及與軟體商店的出現。2007年，iPhone剛推出，智慧型手機在全球市場占有率不及1%；2011年，全球智慧型手機總銷售量已超過四億支，成長幅度顯而易見，利用行動載具連上網路，下載各式應用以便隨時符合使用者需求，是成長之重大因素。綜觀2011年Apple、Google與Microsoft軟體商店內琳琅滿目之應用，可發現不論何者，遊戲均占該市集最大之應用比例，顯示行動App市場上，遊戲娛樂是極重要之一環，特別針對新載具如智慧型手機、平板電腦開發之行動遊戲產業相應而生，代表廠商如催生出Angry Birds的開發公司Rovio、以體感切水果遊戲Fruit Ninja成名之Halfbrick等。

根據中國工信部統計，2011年中國大陸手機用戶為9.8億，普及率接近70%，一、二級城市如上海、北京、廣州等，業已接近100%。在手機網路部分，雖然中國大陸在2008年才發出3G執照，但在中國移動、中國聯通、中國電信三大電信商的布建下，2011年3G用戶也突破1.2億，普及率超過13%，加上2G、2.5G之上網用戶...

第 4 章

電腦遊戲大廠動態與經營模式分析

- 
- 4.1 線上遊戲大廠動態與經營模式分析
 - 4.2 網頁遊戲大廠動態與經營模式分析
 - 4.3 社交遊戲大廠動態與經營模式分析

4 電腦遊戲大廠動態與經營模式分析

為了進一步瞭解中國大陸遊戲產業發展現況，提供相關業者參考，對於當今中國大陸各類市場之重要廠商，仍需具備一定程度之認識，尤其是近年來部分廠商經過數年耕耘，已成為全球電腦遊戲之領導品牌，除造成中國大陸當地市場寡占情形越明顯外，許多大廠的動態甚至將影響全球遊戲產業策略布局，因此本章節就分別針對目前中國大陸之電腦線上、電腦網頁、電腦社交遊戲大廠進行研究，分析範疇包經營現況、產品與服務、競爭優勢等。

4.1 線上遊戲大廠動態與經營模式分析

1. 騰訊控股

騰訊成立於1998年11月，是目前中國大陸地區規模最大、用戶最多之網路平台服務廠商，早期騰訊以模仿美國ICQ之即時通訊軟體QICQ起家，在註冊會員數與軟體營收達到一定規模後，騰訊也開始多方擴展其事業群，即時通訊、入口網站、網路遊戲、購物網站、影音社群等皆有涉獵，並於2004年在香港上市。在遊戲方面，2003年騰訊開始推出「QQ遊戲」，自此遊戲營收年年提升，現已成為騰訊最重要之營收來源，經過多年耕耘後，目前騰訊也成為中國大陸遊戲營收第一名...

第 5 章

手機遊戲大廠動態與經營模式分析

- 
- 5.1 單機遊戲大廠動態與經營模式分析
 - 5.2 網路遊戲大廠動態與經營模式分析

5 手機遊戲大廠動態與經營模式分析

行動遊戲的崛起是全球數位遊戲不可避免的浪潮，也是在電腦遊戲外，中國大陸遊戲廠商走向世界的新機會。從前面章節中，可以看到許多電腦遊戲廠商皆積極搶進此塊市場，如騰訊、盛大、崑崙萬維、淘米網等，加上原本就從事Java開發之遊戲廠商、品牌廠商，市場競爭激烈，新商業模式相應而生，而手機遊戲也被創投業者選為最值得投資的項目之一。在中國大陸，部分廠商之經營成績同樣影響全球市場，因此本章節就分別針對目前中國大陸手機單機、手機網路遊戲大廠進行研究，分析範疇包經營現況、產品與服務、競爭優勢等。

5.1 單機遊戲大廠動態與經營模式分析

1. 觸控科技

觸控科技成立於2010年4月，公司主要是開發智慧型手機遊戲與軟體應用，同時營運關於iOS開發之社群網站CocoaChina.com，網站提供許多技術開發、市場研究、社群交流的功能，為目前中國大陸地區最大的iOS開發社區，註冊會員數達數十萬人。為了擴大市場，減少遊戲開發時的空窗期，觸控科技另成立PunchBox平台，負責遊戲的代理與廣告行銷，為中國大陸遊戲開發商提供廣告的相關支援服務 ...

第 6 章

結論與建議

- 
- 6.1 中國大陸數位遊戲產業現況綜整
 - 6.2 中國大陸數位遊戲發展契機探索
 - 6.3 台灣廠商布局建議

6 結論與建議

6.1 中國大陸數位遊戲產業現況綜整

總結來說，中國大陸每年的遊戲市場維持近十個百分點的成長幅度，即使在全球數位遊戲大環境普遍成長趨緩下，中國大陸仍挾著人口優勢，取得相對較佳之成長幅度。在「十二五計畫」中，中國大陸政府將數位遊戲視為發展上的重大拼圖，也是國家軟實力的最佳展現，隨著遊戲產品逐步出口西方國家，根據統計，到了2014年，中國大陸甚至將取代美國，成為全球最大的遊戲王國。從近期的國際展覽就可發現，在中西融合的數位內容產品如電影、電視劇、卡通漸漸為西方國家所瞭解後，對於中國遊戲產品的接受度也開始提高，根據資策會MIC預估，未來中國大陸數位遊戲創造之年產值將超過全球四分之一以上。

在電腦遊戲的部分，線上遊戲雖然受到網頁遊戲、手機遊戲的衝擊，目前仍是中國大陸數位遊戲的發展主力。在政府與產業的雙向合作下，經過數年的耕耘，騰訊、網易、盛大等遊戲大廠已具國際影響力，中國大陸自製遊戲不再走不出本土市場，反而成為全球線上遊戲的主力產品，外銷款數逐年增加，充沛的人才供應....

中國大陸數位遊戲產業發 展現況與契機特輯

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>