



ICT Services Industry Yearbook 2013 for Digital Media

資訊服務產業年鑑

數位媒體篇

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-102-T402-3

序

近年來全球主要市場之政府、企業，持續投入資訊科技基礎建設，預期未來在雲端服務、巨量資料與行動化等科技應用趨勢發展的帶動下，市場規模仍然深具發展潛能。台灣資通訊產業向來以硬體研發、彈性製造、品質管理等優勢競爭國際，但隨著產業價值鏈快速變化、服務導向需求增加的發展趨勢，產業除不斷提升硬體製造能力外，軟體實力也成為致勝關鍵之一。

根據資策會產業情報研究所（MIC）的分析，我國資通訊服務的市場規模，預估至2016年將成長至1,654億元新台幣，而在終端產品智慧化、網路社群活動及行動App等產業趨勢的驅動發展下，創新導向將取代傳統勞力、資本等生產要素，成為提高產業價值的主要方向之一。

展望未來，台灣資通訊產業應積極朝向創新應用服務發展，掌握關鍵議題投入資源，持續強化既有技術及服務能力，發展高值化的新興應用服務，使台灣的資通訊服務產業，能夠朝向運用知識管理，提升加值服務的軟性經濟創意者的角色發展，再提昇台灣在全球資通訊服務市場的競爭優勢。

《2013資通訊服務產業年鑑》在經濟部技術處ITIS計畫的長期支持與指導下，才能夠順利出版，今年是以套書的形式出版，共分為「雲端運算篇、行動運算篇、數位媒體篇、智慧商務篇、資訊應用篇」等五個篇章，分別剖析資通訊產業的重要應用區隔，期能提供產業前瞻趨勢資訊，洞悉市場發展動態，協助產業快速瞭解全球資通訊服務產業市場發展現況，掌握未來發展趨勢。

感謝經濟部技術處的支持及產學研各界的協助，使這套年鑑得以順利付梓，期許《2013資通訊服務產業年鑑》的出版，能成為政府及相關業界，研擬未來營運發展策略時的重要參考工具書。

以史為師，鑑往知來，更要把握當下。資通訊服務業已成為台灣競爭力提昇的關鍵。面臨全球的發展契機，盼望產官學界能一起努力，積極加強台灣的創意軟實力，鼓勵創新、創投與創業，共同肇建資服產業的新紀元。

財團法人資訊工業策進會 執行長

吳瑞北

中華民國102年8月



編者的話

《2013資通訊服務產業年鑑》，邀請資通訊服務產業相關領域之多位專業產業分析師共同撰寫，內容共分為五冊：雲端運算篇、行動運算篇、數位媒體篇、智慧商務篇、資訊應用篇，以套書之概念突顯資通訊產業各主要應用區隔。期盼本年鑑能夠提供完整的資通訊服務產業市場的發展現況與趨勢資訊，以作為企業、政府，以及學術機構相關人士決策或研究時實用的參考書籍。

《2013資通訊服務產業年鑑-數位媒體篇》首先針對數位媒體關鍵終端進行探討，同時針對新平台社群媒體，以及相關媒體內容包含數位影音、數位遊戲、數位出版進行剖析，並加入消費行為及各領域新興議題，以期反映近期數位媒體市場關注焦點。年鑑內容總共分為七章，茲將各章之內容重點分述如下：

第一章：數位媒體關鍵終端發展現況與趨勢。該章內容彙整數位媒體關鍵終端載具，包含連網電視、家用遊戲主機之市場發展現況、產品銷售量，亦針對目前各業者推出之連網電視、家用遊戲主機、Android遊戲機進行比較分析，歸納未來產品發展趨勢。

第二章：社群媒體發展現況與趨勢。該章內容首先對網路社群作定義與分類，剖析網路社群在全球與台灣地區使用現況，並進一步分析社群平台動態，最後彙整未來社群發展之關鍵議題。

第三章：數位影音發展現況與趨勢。該章內容解析台灣數位影音發展過程中之重要角色，並提出目前數位影音之關鍵大廠動態、發展策略、經營現況，最後進一步探索未來數位影音發展趨勢。

第四章：數位遊戲發展現況與趨勢。該章內容解析台灣數位遊戲產業結構，包含內容製作商、營運發行商、後端通路商等，並依數位遊戲類型

之不同，區分遊戲機遊戲、電腦遊戲、手機 / 平板遊戲，闡述各大廠動態、發展策略、經營現況，提出未來數位遊戲消費端與產品端之趨勢。

第五章：數位出版發展現況與趨勢。該章內容首先介紹數位出版之發展形式、台灣數位出版重要紀事，並彙編目前具代表性之電子書通路與創新數位出版平台發展動態、經營策略等，以歸納數位出版未來趨勢。

第六章：數位媒體消費行為。該章內容以台灣使用者為主，統整數位媒體各項應用包括社群媒體、數位影音、數位遊戲、數位出版之消費者行為，從基本人口變項如性別、年齡、職業解析各族群使用數位媒體之偏好差異，提供讀者策略發展之參考。

第七章：新興議題與未來契機。該章內容彙整前述章節，剖析數位媒體未來發展之五大新興議題：新終端、新平台、新內容、新族群與新市場，同時提出四大契機，供讀者參考。

本年鑑內容涉及之產業範疇甚廣，若有疏漏或偏頗之處，懇請讀者指教，俾使後續的年鑑內容更加適切與充實。

《2013資通訊服務產業年鑑》編纂小組 謹誌

中華民國102年8月

目 錄

序	I
編者的話	III
1 章 數位媒體關鍵終端發展現況與趨勢	1
1.1 市場現況	1
1.2 廠商動態	4
1.3 產品趨勢	8
2 章 社群媒體發展現況與趨勢	11
2.1 市場現況	11
2.2 平台動態	16
2.3 未來趨勢	19
3 章 數位影音發展現況與趨勢	23
3.1 市場現況	23
3.2 廠商動態	24
3.3 未來趨勢	28
4 章 數位遊戲發展現況與趨勢	33
4.1 市場現況	33
4.2 廠商動態	36
4.3 未來趨勢	40

5 章	數位出版發展現況與趨勢	43
■ 5.1	市場現況	43
■ 5.2	廠商動態	47
■ 5.3	未來趨勢	51
6 章	數位媒體消費行為	53
■ 6.1	社群媒體行為分析	53
■ 6.2	數位影音行為分析	59
■ 6.3	數位遊戲行為分析	63
■ 6.4	數位出版行為分析	71
7 章	新興議題與未來契機	79
■ 7.1	新終端發展議題：多元與整合為主要訴求	79
■ 7.2	新平台發展議題：網路社群與App之跨界使用	79
■ 7.3	新內容發展議題：數位內容匯流延伸創新體驗	80
■ 7.4	新族群發展議題：數位媒體環境造就數位原生族群	82
■ 7.5	新市場發展議題：台味元素結合在地行銷切入新興市場	82
■ 7.6	數位媒體未來契機	83

Table of Contents

1 Chapter	Current Status and Trends of Critical Digital Media Devices	1
■	Section 1.1 Market Status	1
■	Section 1.2 Vendor Status	4
■	Section 1.3 Product Trends.....	8
2 Chapter	Current Status and Trends of Social Media	11
■	Section 2.1 Market Status	11
■	Section 2.2 Platform Status	16
■	Section 2.3 Future Trends.....	19
3 Chapter	Current Status and Trends of Digital Audio and Video.....	23
■	Section 3.1 Market Status	23
■	Section 3.2 Vendor Status	24
■	Section 3.3 Future Trends.....	28
4 Chapter	Current Status and Trends of Digital Game.....	33
■	Section 4.1 Market Status	33
■	Section 4.2 Vendor Status	36
■	Section 4.3 Future Trends.....	40

5 Chapter Current Status and Trends of Digital Publication 43

- Section 5.1 Market Status 43
- Section 5.2 Vendor Status 47
- Section 5.3 Future Trends..... 51

6 Chapter Digital Media Consumption Behavior..... 53

- Section 6.1 Social Media Behavior Analysis 53
- Section 6.2 Digital Audio and Video Behavior Analysis..... 59
- Section 6.3 Digital Game Behavior Analysis 63
- Section 6.4 Digital Publication Behavior Analysis 71

7 Chapter Emerging Issues and Future Opportunities 79

- Section 7.1 New Device Developments: Emphasis on Diversity and Integration 79
- Section 7.2 New Platform Developments: Fusion of Social Media and App..... 79
- Section 7.3 New Content Developments: Convergence and Extension of Innovative Experience of Digital Content 80
- Section 7.4 New User Developments: Creation of Digital Population by Digital Media Environment 82
- Section 7.5 New Market Developments: Combining Taiwanese Elements with Local Marketing to Target Emerging Markets .. 82
- Section 7.6 Future Opportunities for Digital Media 83

圖 目 錄

圖 1-1	2012-2016年北美與西歐連網電視用戶數預測.....	2
圖 1-2	2008-2012年全球遊戲主機銷售量之變化.....	4
圖 1-3	次世代之三大新遊戲主機特色分析.....	6
圖 2-1	台灣網友於社交網站、微網誌、部落格接觸對象.....	14
圖 2-2	台灣網友性別在社交能力與資訊應用能力之差異.....	15
圖 2-3	台灣網友加入粉絲團之偏好.....	15
圖 2-4	娛樂社群與商業社群於企業溝通之應用.....	16
圖 2-5	社群運用滲入企業營運多元環節.....	18
圖 4-1	台灣數位遊戲產業鏈.....	34
圖 4-2	2012-2017年台灣電腦線上遊戲市場規模預估.....	36
圖 5-1	2012年美國數位出版市場規模占比.....	45
圖 5-2	2013年台灣數位閱讀者規模.....	47
圖 6-1	消費者網路社群使用比例-依性別與年齡區分.....	54
圖 6-2	消費者網路社群使用比例-依職業區分.....	55
圖 6-3	消費者個人社群網站使用比例-依性別與年齡區分.....	56
圖 6-4	消費者個人社群網站使用比例-依職業區分.....	57
圖 6-5	消費者討論區使用比例-依性別與年齡區分.....	58
圖 6-6	消費者討論區使用比例-依職業區分.....	59
圖 6-7	消費者影音收看方式使用比例-依性別與年齡區分.....	60
圖 6-8	消費者影音收看方式使用比例-依職業區分.....	61
圖 6-9	消費者影音內容偏好比例-依性別與年齡區分.....	62
圖 6-10	消費者影音內容偏好比例-依職業區分.....	63
圖 6-11	消費者遊戲娛樂偏好比例-依性別與年齡區分.....	64
圖 6-12	消費者遊戲娛樂偏好比例-依職業區分.....	65
圖 6-13	消費者遊戲娛樂未來偏好比例-依性別與年齡區分.....	66
圖 6-14	消費者遊戲娛樂未來偏好比例-依職業區分.....	67

圖 6-15	消費者智慧型手機遊戲類型偏好比例-依性別與年齡區分	68
圖 6-16	消費者智慧型手機遊戲類型偏好比例-依職業區分	69
圖 6-17	消費者平板電腦遊戲類型偏好比例-依性別與年齡區分	70
圖 6-18	消費者平板電腦遊戲類型偏好比例-依職業區分	71
圖 6-19	消費者數位閱讀內容偏好比例-依性別與年齡區分	72
圖 6-20	消費者數位閱讀內容偏好比例-依職業區分	73
圖 6-21	消費者數位閱讀通路偏好比例-依性別與年齡區分	74
圖 6-22	消費者數位閱讀通路偏好比例-依職業區分	75
圖 6-23	消費者數位閱讀類型偏好比例-依性別與年齡區分	76
圖 6-24	消費者數位閱讀類型偏好比例-依職業區分	77
圖 7-1	Flipboard使用畫面	81

表 目 錄

表 1-1	Android遊戲主機發展特色分析.....	8
表 2-1	各類社群平台比較分析	12
表 3-1	數位影音主要廠商-OTT服務與IPTV	25
表 3-2	社群電視服務提供商.....	26
表 4-1	數位遊戲主要廠商-遊戲機遊戲、電腦遊戲與手機 / 平板遊戲	37
表 5-1	2012年台灣數位出版重要紀事	46
表 5-2	數位出版主要廠商-電子書通路與創新數位出版平台.....	48



第 1 章

數位媒體關鍵終端發展現況與趨勢

- 
- 1.1 市場現況
 - 1.2 廠商動態
 - 1.3 產品趨勢

1

數位媒體關鍵終端發展現況與趨勢

1.1 市場現況

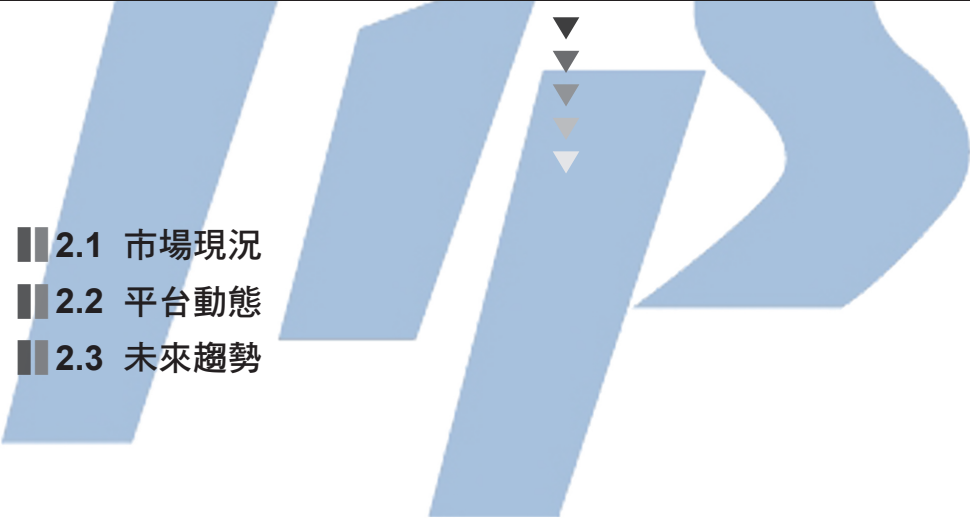
1. 連網電視市場發展現況

在網際網路發達下，造就數位媒體的蓬勃發展，不但改變了消費者生活習慣、娛樂體驗，也為相關產業帶來龐大商機。近年來，為了滿足消費者更多元的娛樂需求，除軟體服務不斷創新外，傳統終端載具同樣面臨質變，結合社群、跨平台、體感、3D等技術或服務的新型態產品相應而生，其中又以消費者最常進行的娛樂活動：影音與遊戲，發生了重大改變。影音方面，在兩大領導廠商蘋果（Apple）、谷歌（Google）相繼推出智慧型應用平台後，擴大網路應用範圍，也顛覆了既有之產品思維，「連網電視」、「智慧電視」的概念使得相關廠商重新定義電視角色，成為家庭娛樂之關鍵中樞。

根據Parks Associates 2012年12月之調查統計，目前電視有使用連網功能之兩大市場北美與西歐，2013年連網電視用戶數均達5,000萬戶以上，預計到2016年用戶數的成長幅度更達1倍以上，未來發展極具潛力。探究其成長主因，除了各大電視廠商相繼推出網路串流影音服務外，消費者對於傳統有線電視服務與費率的僵固長期感到不滿也是一大因素，增加了具網路功能之電視服務汰舊換新速度（如圖1-1所示）...

第 2 章

社群媒體發展現況與趨勢

- 
- 2.1 市場現況
 - 2.2 平台動態
 - 2.3 未來趨勢

2 社群媒體發展現況與趨勢

2.1 市場現況

隨著Web2.0時代所帶出的「分享」概念，使得網路模式轉為「共同建造的」網路平台與延伸的各種應用。在新的網路時代，使用者從過去被動的接收轉變為主動的創造，也因此凝聚了各種不同的社群。有的透過資訊、知識的分享建構互動，有的單純以人際互動建構人際網絡。而隨著「分享」或「共創」的概念不斷衍生，網路社群已成為數位生活相當重要的一環。

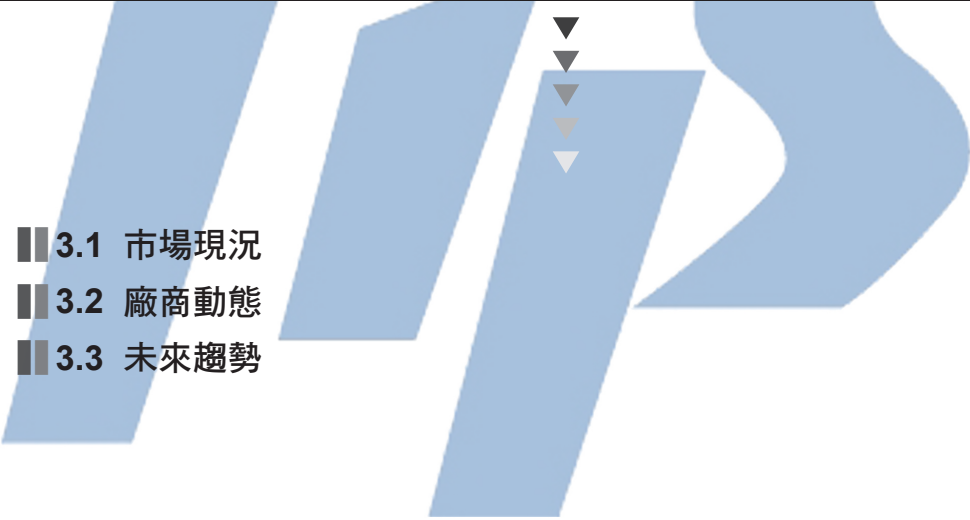
1. 網路社群平台類型

社群的概念是一種屬性，最早因某種興趣或嗜好透過網路而集結成群的使用者，在討論區、部落格等各種平台相互連結與分享。隨著技術與服務的推演，社群網路的應用逐漸從早期單純的興趣、分享方式，形成今日多元化的整合型服務，透過各種網路社交互動、社群遊戲、新聞、影音娛樂等用途存在民眾的日常生活之中，再加上智慧型行動裝置普及，對網路社群應用發展推波助瀾。

網路社群的組成有幾個主要部分：群眾、互動社交、產生內容。根據使用的內容形式及應用面的不同，又可將網路社群平台區分為幾大類：部落格（如無名小站）、討論區（如Mobile01）、微網誌（如Twitter）、社交網站....

第 3 章

數位影音發展現況與趨勢

- 
- 3.1 市場現況
 - 3.2 廠商動態
 - 3.3 未來趨勢

3 數位影音發展現況與趨勢

3.1 市場現況

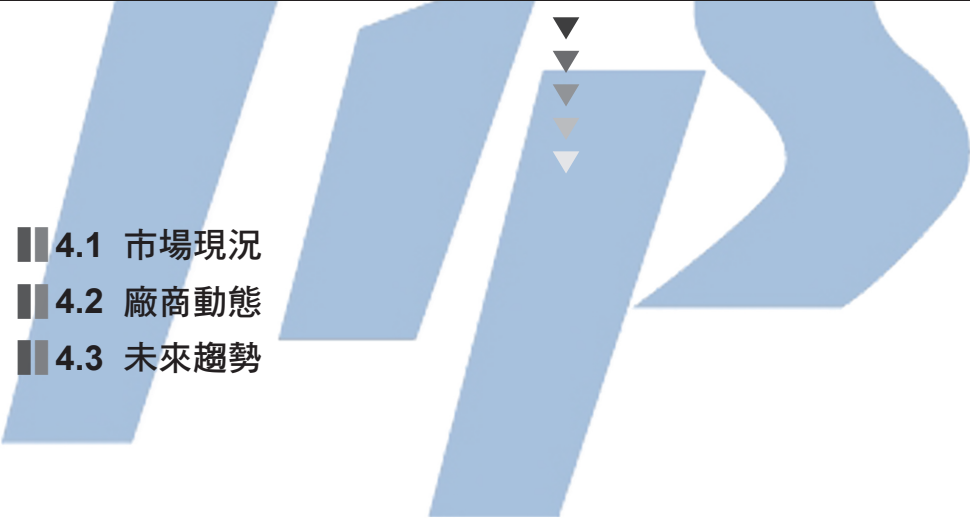
在數位化及網際網路技術不斷創新及普遍運用下，通訊產業與傳播產業之間的界線越來越模糊，進而產生數位匯流。數位匯流是將傳統類比訊號轉換成二進位的數位訊號，因為訊號傳輸方式改變進而衍生出高畫質電視、隨選視訊以及手持式行動電視。透過機上盒，這種新的傳輸管道讓原本不屬於傳播產業的電信業者有進入該產業的契機，而且也造成了傳播和通訊在定義上的模糊，產生跨業競爭的狀況。這樣的跨界競爭有多元模式，其中一類是電信業者經營廣播電視業務如中華電信，另一類是廣播電視業者經營電信業務。然而，隨著智慧電視、智慧型行動載具普及，更多新型態收視行為產生轉變，帶動多元之服務提供商，加上技術革新，使得影音市場之重要角色被重新界定，因此，本章針對目前數位影音市場現況與趨勢進行探討。

1. 數位影音角色類型

數位影音有五大角色類型，內容製造商，是指發展原始素材，也就是頻道內容。這些內容可以透過數位、類比或是實體媒體頻道發行；發行商，主要在於讓終端使用者獲得授權內容以及儲存、集結、包裝或是操作內容；電信網絡，是指提供製造商、發行商和終端使用者三方的溝通管道。內容製造商或發行商可能有自己的電信網絡，但銷售內容在概念上是與電信網路獨立的；硬體供應商，是指將製造播放之內容的裝置提供給終端使用者，因此包....

第 4 章

數位遊戲發展現況與趨勢

- 
- 4.1 市場現況
 - 4.2 廠商動態
 - 4.3 未來趨勢

4 數位遊戲發展現況與趨勢

4.1 市場現況

電腦在工作、學習、娛樂、人際溝通上扮演舉足輕重之地位，同時也是消費者重要的休閒育樂來源，提供多元的服務內容，其中遊戲更是消費者最常進行之數位娛樂，影響日常生活甚鉅。近年來，多元載具相繼興起，創造了更多內容匯流，全球數位遊戲開始發生明顯的消長情形，網頁遊戲、手機遊戲成為新一波關注焦點，台灣數位遊戲市場同樣也發生劇烈變化，隨著消費者的偏好轉變，線上遊戲逐漸式微，取而代之的是網頁遊戲，行動遊戲也趁勢興起，改變了原本的遊戲生態。

因此，本章針對目前數位遊戲發展現況與趨勢進行探討，而所謂數位遊戲，意即運用資訊科技加以開發或整合所呈現的數位內容，可概略分為商用遊戲機遊戲（Arcade Game）、家用遊戲機遊戲（Console Game）、行動遊戲（Mobile Game）、電腦遊戲（Computer Game）等，其中行動遊戲係指透過行動載具，可在戶外或是其他地點進行之遊戲，通常也伴隨著消費者隨時隨地移動，如在智慧型行動電話、平板電腦運行之遊戲內容，而電腦遊戲又可依遊戲進行方式，區分為可單機、單人進行的套裝型電腦遊戲與必須連結上網際網路方能順利進行的電腦線上遊戲、電腦網頁遊戲等。

1. 數位遊戲角色類型

第 5 章

數位出版發展現況與趨勢

- 
- 5.1 市場現況
 - 5.2 廠商動態
 - 5.3 未來趨勢

5 數位出版發展現況與趨勢

5.1 市場現況

數位出版（文字書籍、雜誌、漫畫）之發展始於網際網路之起飛，然而於全球數位出版之產品服務，較少成功之商業模式典範，市場中反倒透過網路傳播，出現盜版數位出版內容，如紙本書籍之掃描電子檔、文字盜用敘述，造成出版業者、作家之利潤損害。掌握數位出版之市場現況，實屬重要。因此，本章針對目前數位出版現況與趨勢進行探討。

1. 數位出版發展形式

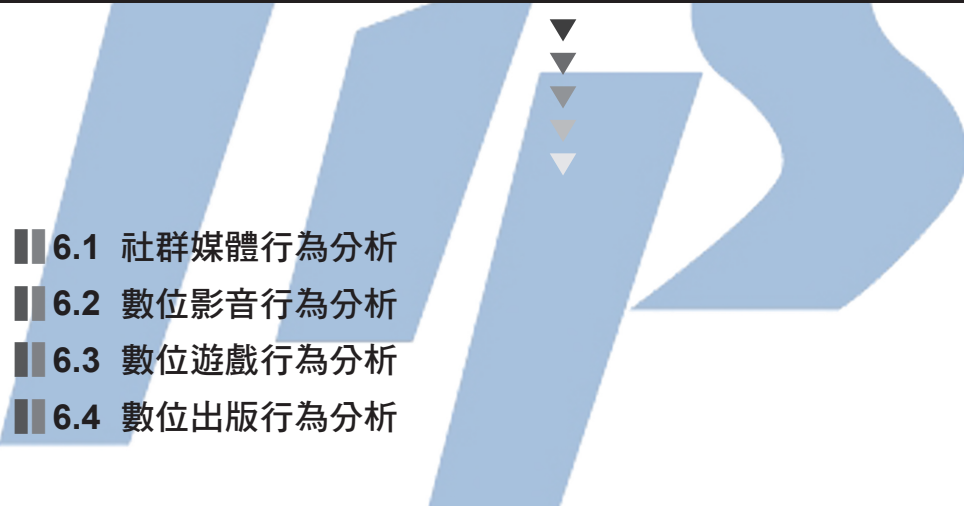
至2007年美國書籍電子商務業者亞馬遜（Amazon）推出Kindle電子書閱讀器，陸續美國書籍通路業者巴諾書店（Barnes & Noble, B&N）亦推出NOOK電子書閱讀器，Sony推出Reader電子書閱讀器，硬體結合電子書商店，數位出版之形式初步抵定。

然而電子書閱讀器因數位閱讀門檻較高，消費者須另外付費使用，加上電子書內容缺乏，致使電子書閱讀器業者無論於閱讀體驗方面如何精進，電子書閱讀器之銷售抑或數位出版內容之銷售，皆無見其大幅增長並影響市場閱讀行為。

以書籍可隨身攜帶形式之電子書閱讀器相關產品服務屬於小型市場，多滿足重度書籍愛好者之需求，此外，於網路中以電腦載具閱讀之數位出版服務亦存在，全球消費者少數付費閱讀數位出版內容，部分則閱讀免費盜版資源....

第 6 章

數位媒體消費行為

- 
- 6.1 社群媒體行為分析
 - 6.2 數位影音行為分析
 - 6.3 數位遊戲行為分析
 - 6.4 數位出版行為分析

6 數位媒體消費行為

隨著數位媒體的多元發展，消費者行為模式越漸複雜，對數位內容提供商來說，越瞭解消費者的娛樂偏好，在發展產品與服務之時便更能掌握目標族群的習性。因此，本章透過資策會MIC於2013年針對1萬名台灣網路使用者所進行之消費調查，分析台灣消費者在社群媒體、數位影音、數位遊戲與數位出版之行為偏好差異，供相關廠商參考。

6.1 社群媒體行為分析

1. 社交網站在不同性別與年齡層使用比例皆超過80%

根據調查顯示（如圖6-1所示），消費者在兩周內曾登入使用的網路社群類型中，兩性皆以社交網站的使用為主，女性使用比例占92%，略高於男性的88.3%；反觀網路討論區，男性有近44%的比例在兩周內曾經登入使用，遠高於女性近35%的比例。從年齡的區隔上來看，社交網站同樣是在兩周內最常登入的網路社群，各年齡層的比例皆在86%以上，而隨著年齡層增加，部落格受歡迎的程度也隨之增加，有33%左右的41歲以上消費者曾登入使用，但該族群對討論區的使用度偏低，是各年齡層中唯一不足30%者，顯示對高齡族群而言，部落格的使用更勝於討論區。

第 7 章

新興議題與未來契機

- 
- 7.1 新終端發展議題：多元與整合為主要訴求
 - 7.2 新平台發展議題：網路社群與App之跨界使用
 - 7.3 新內容發展議題：數位內容匯流延伸創新體驗
 - 7.4 新族群發展議題：數位媒體環境造就數位原生族群
 - 7.5 新市場發展議題：台味元素結合在地行銷切入新興市場
 - 7.6 數位媒體未來契機

7 新興議題與未來契機

7.1 新終端發展議題：多元與整合為主要訴求

觀察數位媒體關鍵終端之發展，多元與整合為主要訴求。以各大廠商目前推出與即將推出之連網電視產品來看，可發現「多元服務整合介面」、「多螢幕分享內容」、「多樣化操控方式」是重要賣點。在多元服務整合介面上，隨著消費者娛樂活動越複雜，連網電視除提供影音內容外，結合遊戲、社群、購物之多元應用程式已成為現今各大廠商發展連網電視之基本服務；在多螢幕分享內容的部分，內容的轉移與分享更容易，而電視螢幕的大尺寸、高畫質成為最佳之終端載具，除了原本就以電視為主要輸出設備之家庭遊戲機外，智慧型行動電話、平板電腦與連網電視之連接互動，是消費者關注的重點之一；至於多樣化操控方式亦是重點，除了傳統以遙控器進行指令操作外，語音輸入、臉孔辨識、體感遙控成為新一代的操作方式。

若以遊戲載具來看，為了因應越來越多消費者遊戲習慣轉移至平板電腦、智慧型行動電話等行動載具上，不論是新世代遊戲主機或Android遊戲機，未來發展趨勢仍圍繞在「遊戲跨平台」、「社群分享」、「內容匯流」三大重點上。透過跨平台的方式，遊戲能在專門之遊戲載具、行動載具、電腦載具上進行同步娛樂，延伸產品生命週期外，同時還能擴大參與之族群。由此可知，數位媒體關鍵終端之多元與整合，已成為新終端之重要發展趨向。

7.2 新平台發展議題：網路社群與App之跨界使用

2013 資通訊服務產業年鑑

-數位媒體篇

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