

行 業 概 覽

資料來源

我們委託Analysys Consulting對全球市場的網絡遊戲行業及其他相關經濟數據進行分析並編製Analysys報告。我們已同意就Analysys報告支付費用約人民幣240,000元，而我們認為該費用可反映市價。董事認為，支付有關費用並不影響Analysys報告所作結論的公平性。Analysys Consulting為一家總部位於北京的獨立諮詢公司，為全世界從事互聯網及資訊科技行業的公司提供數據、資料及意見。

Analysys報告包括全球市場網絡遊戲行業的過往及預測資料以及其他相關經濟數據。Analysys Consulting依賴世界多種行業資料來源來釐定其市場數據，包括但不限於訪問市場參與者、公開發佈的公司資料及Analysys Consulting行業分析員的專業知識。

Analysys報告中有關全球網絡遊戲市場的預測乃基於以下一般基準及假設：

- **穩定的政治環境**。全球政治環境相對穩定，且世界上並無不利政治政策限制網絡遊戲的發展。
- **經濟逐漸復蘇**。隨著全球經濟從最近的金融危機中復蘇，個人可支配收入及網絡遊戲開支增加。此外，由於全球化，國際在線付款渠道的發展為網絡遊戲的全球運營提供了支持。
- **無革命性的科技創新**。儘管互聯網、手機及3D技術的迅猛發展為網絡遊戲的發展提供了全球支持，但就Analysys報告中所作的預測而言，我們假定在未來五年內將不會有任何革命性的科技進步。

全球網絡遊戲行業的增長

全球網絡遊戲行業市場規模的增長

Analysys Consulting認為，隨著世界範圍內遊戲機及街機遊戲受歡迎程度的下降，網絡遊戲已成為全球電子遊戲市場增長的主要推動力。於二零一二年，網絡遊戲市場所產生的收益上升19.4%至2,795,400萬美元。Analysys Consulting估計，截至二零一五年十二月三十一日止年度，收益將進一步增至4,077,800萬美元。全球網絡遊戲市場的發展主要是由於以下原因：

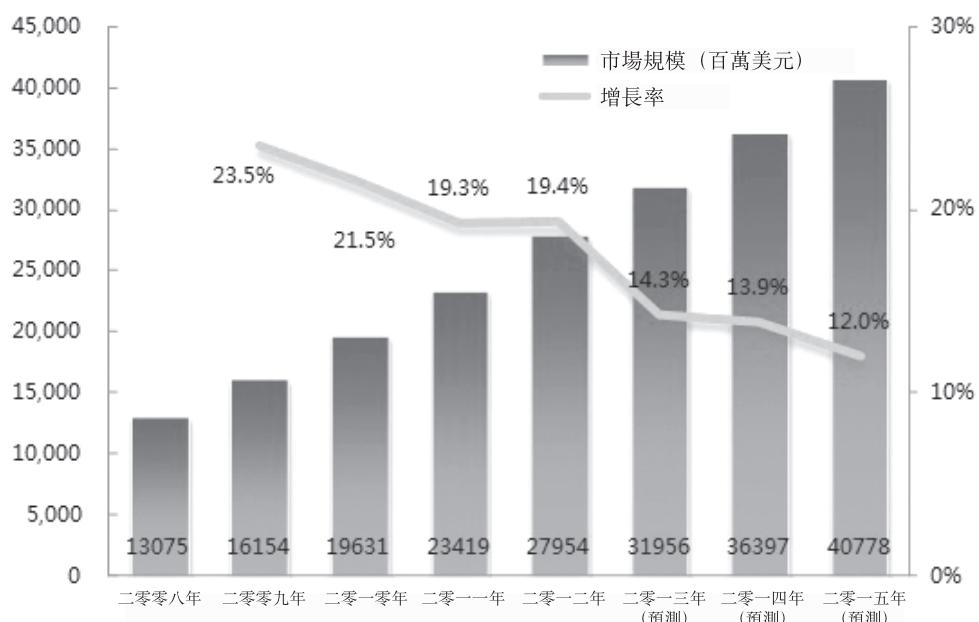
- 網絡遊戲更易接近遊戲玩家，符合其日常習慣；

行業概覽

- 網絡遊戲的供應大幅增長；及
- 網絡遊戲供應商數量增加，原因是相較於街機遊戲及單機遊戲而言，網絡遊戲的開發成本相對較低。

下圖載列全球網絡遊戲行業的過往及預測收益。

全球網絡遊戲行業的市場規模

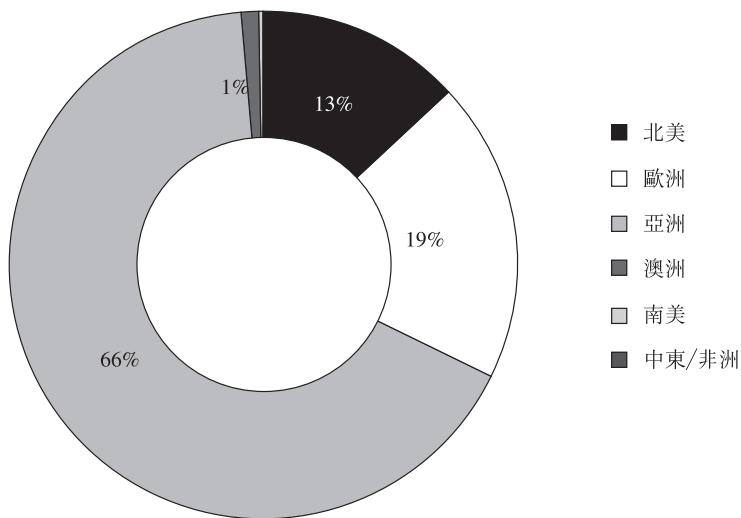


資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

Analysys Consulting認為，亞洲已成為全球最大的網絡遊戲市場，佔全球收益總額的66%。這部分是由於亞洲的網絡遊戲玩家多於世界上任何其他地區的玩家所致。歐洲構成了第二大市場，佔全球網絡遊戲收益總額的19%，其後為北美，佔13%。下圖載列截至二零一二年十二月三十一日止年度按地區劃分的全球網絡遊戲市場收益總額的明細。

行業概覽

二零一二年按地區劃分的全球網絡遊戲市場的收益



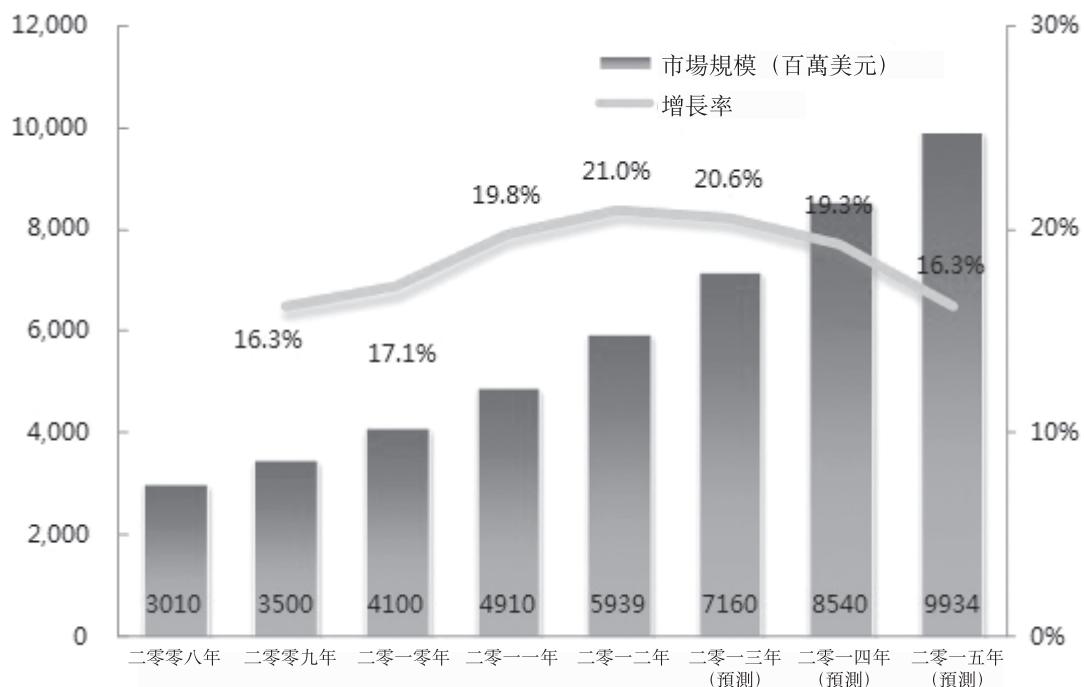
資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

手機遊戲分部市場規模的增長

Analysys Consulting認為，於二零一二年，網絡遊戲行業的手機遊戲市場分部迅速擴張，總市值為593,900萬美元。該增長可歸因於智能手機設備及操作系統的發展。隨著智能手機設備更趨尖端及手機遊戲玩家人數的增加，預期市場將會進一步擴張。下圖載列全球手機遊戲行業的過往及預測市場規模。

行業概覽

二零一二年全球手機遊戲行業的市場規模及未來趨勢預測



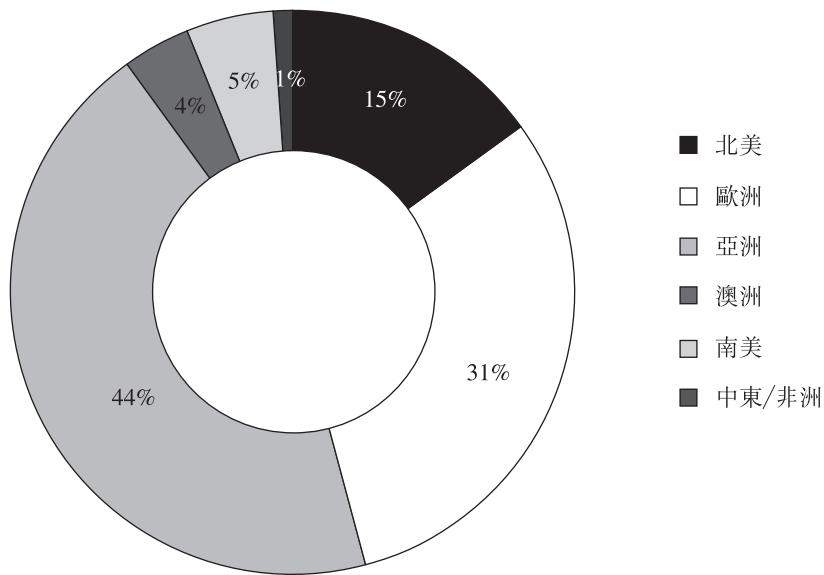
資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

Analysys Consulting認為，亞洲仍為全球主要區域市場，佔全球手機遊戲市場收益總額的44%。於二零一二年十二月三十一日，亞洲使用智能手機設備的人數多於任何其他地區，且預期在不久的將來會增長。儘管歐洲擁有相對較小的玩家基礎，但付費用戶的比率及ARPU（「每位用戶平均收益」）相對較高。因此，歐洲市場名列世界第二，在全球手機遊戲行業佔31%。由於全球化及手機遊戲分銷系統的改進，手機遊戲供應商可向全世界的玩家分銷其產品。因此，《你畫我猜》及《德州撲克》等若干手機遊戲在國際上深受歡迎。

平板電腦及智能手機的出現極大地改變了全球遊戲市場。觸屏技術為遊戲產品的設計引入了新元素，帶來了全新的遊戲體驗及盈利機會。由於該潛力，遊戲開發商現時必須專注於開發家庭遊戲機及PC遊戲或為更多新興手機平台開發新遊戲。下圖載列截至二零一二年十二月三十一日止年度按地區劃分的全球手機遊戲市場的收益。

行業概覽

二零一二年按地區劃分的全球手機遊戲市場的收益



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

主要網絡遊戲市場概覽

亞洲市場

Analysys Consulting認為，亞洲一直為網絡遊戲的主要市場，該市場多種網絡遊戲的收益高於北美及歐洲等任何其他區域市場。於二零一二年，亞洲網絡遊戲市場的收益達1,713,900萬美元，預期二零一五年將升至2,496,000萬美元。在亞洲，網頁遊戲、客戶端遊戲及手機遊戲主導遊戲行業的發展，突顯該地區網絡遊戲市場的重要性及潛力。此外，網絡遊戲開發活動在亞洲起步相對較早，由於遊戲設計的質素及遊戲類型的多樣性使然，其網絡遊戲產品獲得了較高的全球認可度。更準確地說，中國、韓國、日本及越南為全球網絡遊戲行業的領先國家，其產品均風靡世界。

在亞洲，中國為最大的網絡遊戲市場。二零一二年年底，來自中國的收益達729,600萬美元，說明中國網絡遊戲市場的成熟以及參與度及盈利能力的提高。

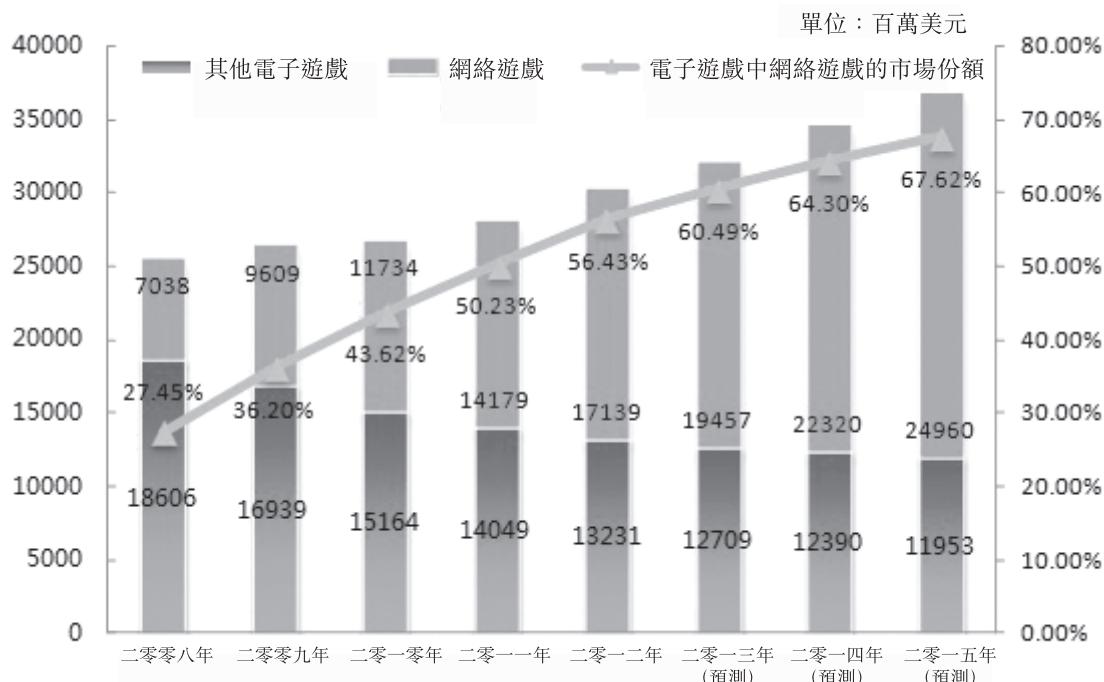
韓國為亞洲網絡遊戲的另一主要生產商。於二零一二年，韓國網絡遊戲行業的收益達610,000萬美元，估計二零一四年止將達960,000萬美元。於二零一二年，韓國手機遊戲市場增長迅猛，數家世界知名的公司進軍全球手機遊戲領域。

行業概覽

日本網絡遊戲的需求相當大。就來自網絡遊戲市場的收益而言，二零一二年標誌著日本五年蕭條期的結束。越南為東南亞最大的網絡遊戲市場。於二零一二年，其收益達28,200萬美元。

亞洲網絡遊戲行業的收益佔電子遊戲行業(網絡遊戲行業為其一部分)收益的比例由二零零八年的27.45%增至二零一二年的56.43%。Analysys Consulting認為，預期二零一五年該比例將達67.62%。下圖載列二零零八年至二零一五年亞洲遊戲行業的過往及預測市場規模及未來趨勢預測。

二零一二年亞洲網絡遊戲行業的市場規模及未來趨勢預測



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

歐洲市場

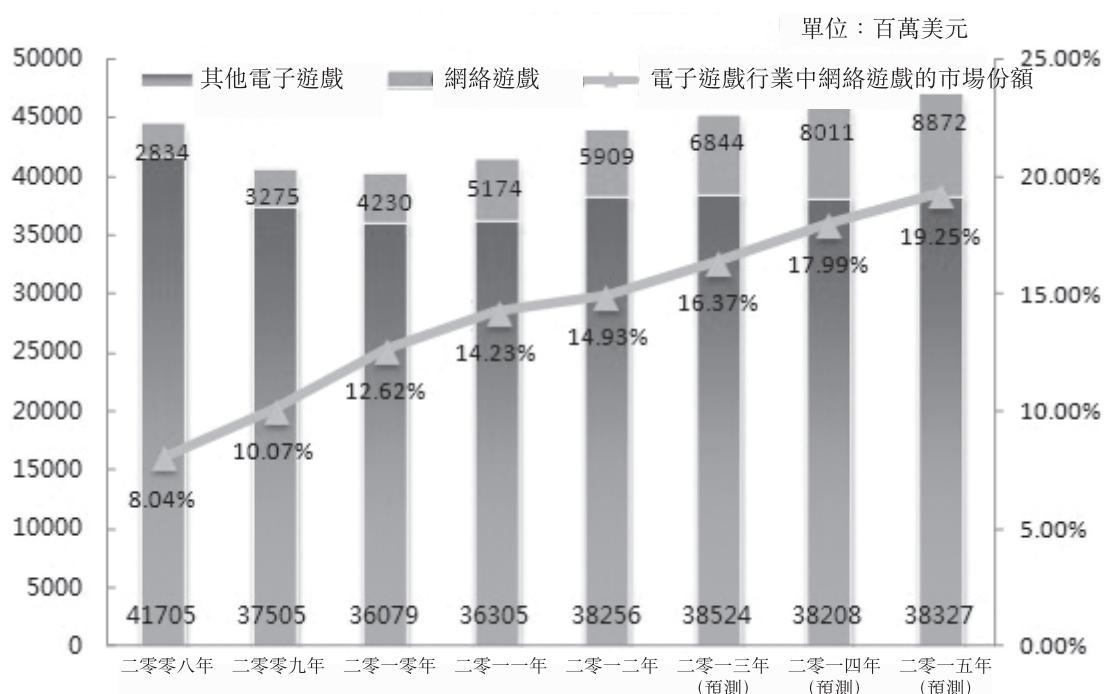
Analysys Consulting認為，在歐洲，二零一二年來自網絡遊戲行業的收益達590,900萬美元。歐洲遊戲市場上網絡遊戲數目的增長速度快於北美。就遊戲產品的付款能力而言，歐洲遊戲玩家名列世界首位。迄今為止，歐洲有3,500萬的網絡遊戲玩家，其中48%為付費用戶。歐洲玩家對網絡遊戲的接受度相對較高，約57%的歐洲網絡遊戲玩家亦為手機遊戲客戶。

行業概覽

在歐洲，德國於二零一二年的增幅最大，網絡遊戲玩家量增長37%，及行業收益增至70,000萬美元。土耳其及俄羅斯亦為網絡遊戲的主要市場。土耳其作為二零一二年正在增長的網絡遊戲市場，顯示了巨大的潛力，擁有2,180萬的網絡遊戲用戶總數，且付費用戶的百分比為49%。俄羅斯的網絡遊戲市場亦展現出快速增長率。俄羅斯網絡遊戲行業的收益已增至5,000萬美元，其中客戶端遊戲佔65%。

歐洲網絡遊戲行業的收益佔來自歐洲電子遊戲行業的收益的比例由二零零八年的8.04%增至二零一二年的14.93%。此外，Analysys Consulting認為，預期二零一五年止該比例將達19.25%。下圖載列二零零八年至二零一五年歐洲遊戲行業的過往及預測收益。

二零一二年歐洲網絡遊戲行業的市場規模及未來趨勢預測



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

北美市場

Analysys Consulting認為，就全球市場份額而言，北美無疑是世界上最大的電子遊戲市場。過往，家庭遊戲機主導北美遊戲市場。然而，由於全球金融危機限制了北美人投入娛

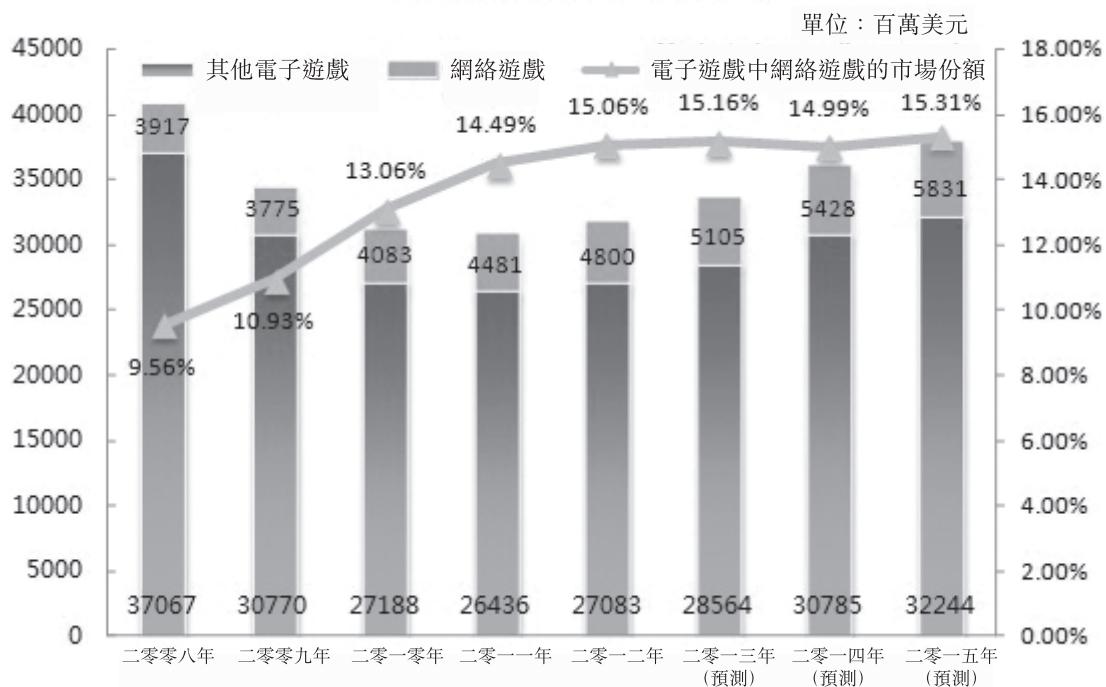
行業概覽

樂的人均可支配收入及受到新技術的發展致使家庭遊戲機過時，故網絡遊戲在該地區日漸流行。於二零一二年，網絡遊戲(包括網頁遊戲、客戶端遊戲及手機遊戲)的消費額達480,000萬美元。

美國為北美的主要遊戲市場，貢獻該地區收益近90%。於二零一二年，美國遊戲玩家的總網絡遊戲時間增加了26%。總的來說，美國玩家投入遊戲總時間的22%用於暢玩網頁遊戲，遠超用於暢玩客戶端遊戲的時間。

網絡遊戲行業的收益佔來自北美電子遊戲行業的收益的比例由二零零八年的9.56%增至二零一二年的15.06%。Analysys Consulting認為，預期二零一五年止該比例將持續微增至15.31%。下圖載列二零零八年至二零一五年北美遊戲行業的過往及預測市場規模。

二零一二年北美網絡遊戲行業的市場規模及未來趨勢預測



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

行業概覽

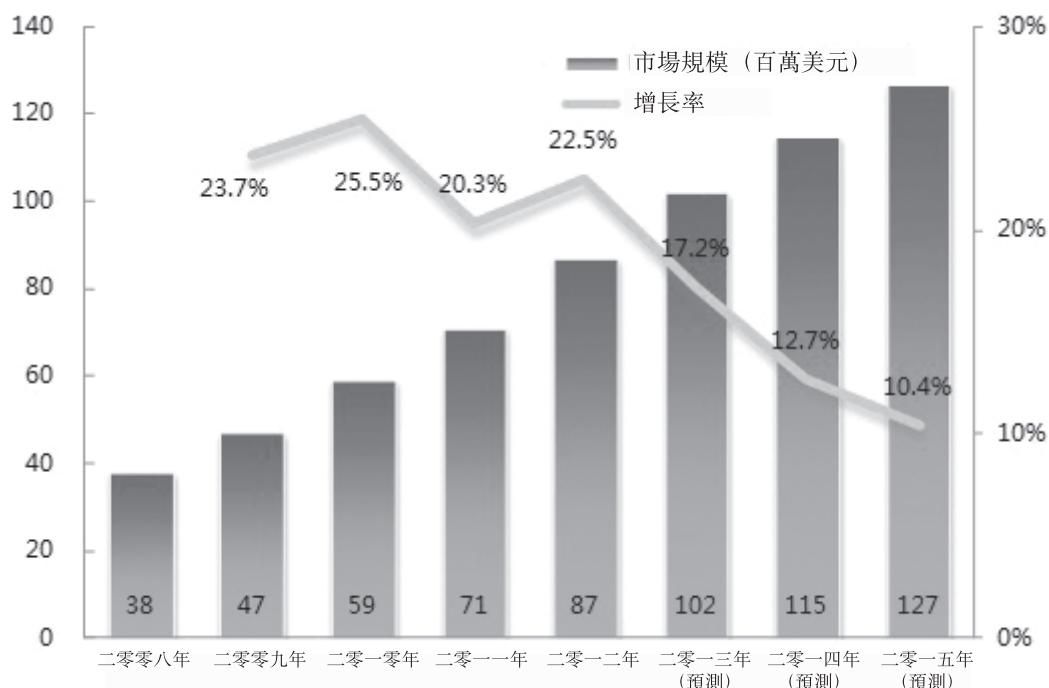
競爭格局

Analysys Consulting認為，網絡遊戲行業包括三個主要分部：網頁遊戲、客戶端遊戲及手機遊戲。

網頁遊戲分部的競爭格局

Analysys Consulting認為，網頁遊戲分部自二零零八年以來迅猛發展。近年來各種社交網絡平台的發展提高了網頁遊戲的可視性及可訪問性，成為分部市場規模大規模擴張的部分原因。於二零一二年，全球網頁遊戲市場的收益達8,700萬美元，較二零一一年增長22.5%。估計二零一五年市場規模可達12,700萬美元。下圖載列二零零八年至二零一五年全球網頁遊戲分部的過往及預測市場規模。

二零一二年全球網頁遊戲市場的市場規模及未來趨勢預測



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

行業概覽

主要網頁遊戲供應商包括騰訊、第七大道、北京天神互動科技有限公司等。下表載列全球市場中的五大網頁遊戲。

遊戲	遊戲供應商	主要運營國家	收益 (百萬美元)
《七雄爭霸》.....	騰訊 (中國)	中國及韓國	216
《彈彈堂》.....	第七大道 (中國)	中國、新加坡、越南及美國	132.3
《傲劍》.....	北京天神互動科技 有限公司 (中國)	中國、新加坡及馬來西亞	95.4
《神仙道》.....	上海心動企業發展 有限公司 (中國)	中國及泰國	94.1
《龍將》.....	廣州九娛網絡科技 有限公司 (中國)	中國及新加坡	61.9

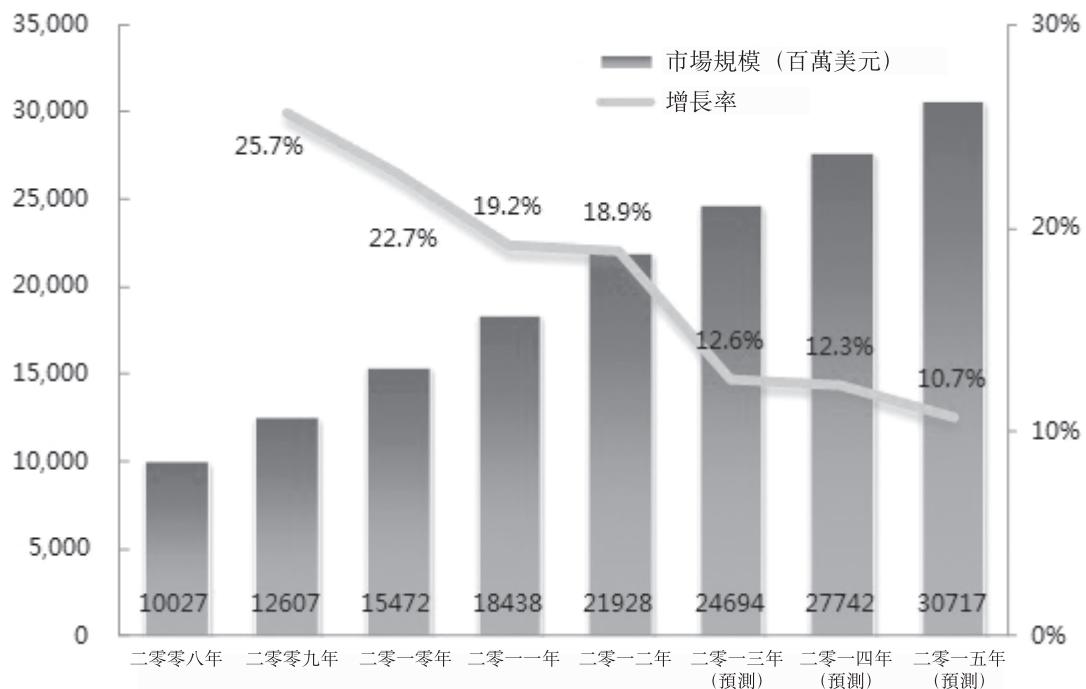
客戶端分部的競爭格局

Analysys Consulting認為，客戶端遊戲的發展可追溯至一九七八年。目前，客戶端遊戲構成了網絡遊戲行業盈利最佳的分部。於二零一二年客戶端遊戲的全球市場規模達2,192,800萬美元，預期二零一五年將達3,071,700萬美元。

根據Analysys Consulting所編製的市場明細，亞洲所產生的客戶端遊戲收益多於世界上任何其他地區所產生者。儘管亞洲遊戲產品的質素一般低於歐洲及美國供應商所提供的遊戲產品的質素，但亞洲的高收益可歸因於其龐大的用戶基礎及在發展客戶端網絡遊戲方面的豐富經驗。換句話說，亞洲玩家展現出有利市場運作的消費習慣，因此促進了該地區客戶端市場的快速發展。下圖載列二零零八年至二零一五年全球客戶端遊戲分部的過往及預測市場規模。

行業概覽

二零一二年全球客戶端遊戲市場的市場規模及未來趨勢預測



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

主要客戶端遊戲供應商包括(其中包括)Blizzard Entertainment、Smile Gate、完美世界、網易及NCSOFT。下表載列就於二零一二年產生的收益而言全球市場中的五大客戶端遊戲。

遊戲	遊戲供應商	主要運營國家	收益 (百萬美元)
《魔獸世界》.....	Blizzard Entertainment (美國)	中國、美國及韓國	793.6
《穿越火線》.....	Smile Gate (韓國)	中國	761.9
《夢幻西遊》.....	網易 (中國)	中國	305
《完美世界》.....	完美世界 (中國)	中國及越南	256
《天堂II》.....	NCSOFT (韓國)	韓國及日本	210

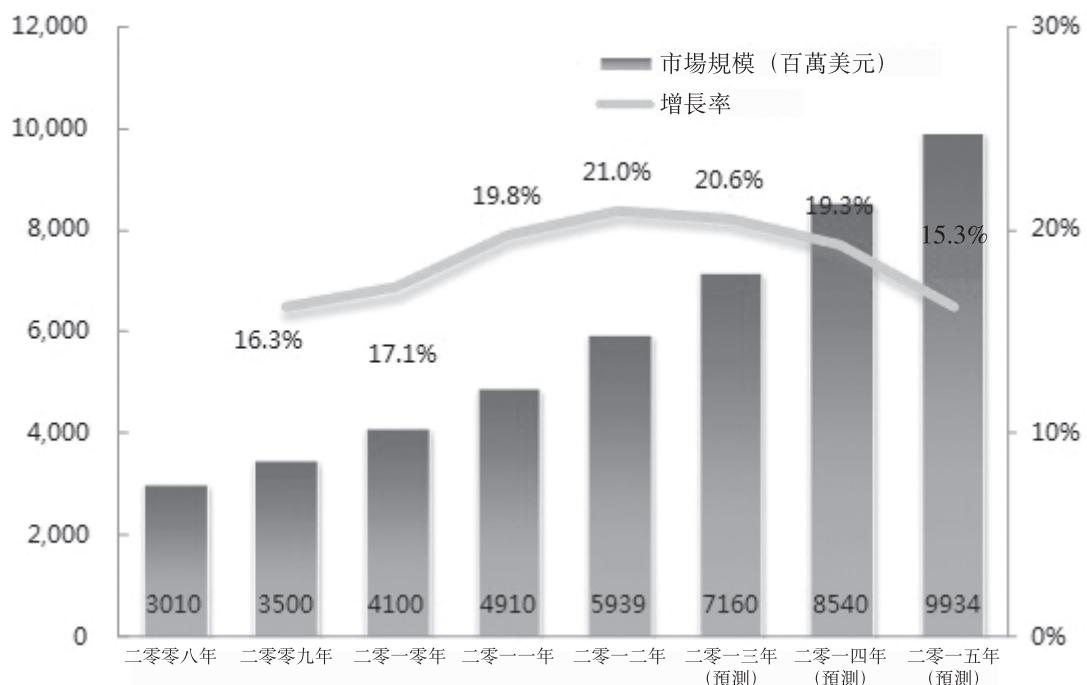
手機遊戲分部的競爭格局

在過去幾年，由於手機互聯網及智能設備的普及及可訪問性滿足了開發手機遊戲的硬件要求，同時供應商增加手機遊戲的投資擴展了玩家可暢玩產品的範圍，因此全球手機遊戲市場實現增長，盈利點分佈在許多地方而非集中在某一地區。二零一二年全球手機遊戲

行業概覽

市場的收益達593,900萬美元，較二零一一年增長21%。Analysys Consulting認為，估計二零一五年收益將進一步增至993,400萬美元。下圖載列二零零八年至二零一五年全球手機遊戲分部的過往及預測市場規模。

二零一二年全球手機遊戲市場的市場規模及未來趨勢預測



資料來源：EnfoDesk © Analysys Consulting

主要手機遊戲供應商包括(其中包括)EA、Zynga、GREE及Gameloft。下表載列全球市場中的五大網絡遊戲。

遊戲供應商	註冊國家	主要運營國家	收益 (百萬美元)
Electronic Arts Mobile	美國	美國、日本及中國	241
Zynga	美國	美國及日本	211
GREE	日本	中國及日本	135
Gameloft	法國	西歐及中國	79
Storm8	美國	美國	55

行業概覽

IGG的競爭優勢

Analysys Consulting認為，我們擁有(其中包括)以下主要競爭優勢：

整合內部開發與運營，實現一體化運作

專利產品開發與網絡遊戲運營的成功整合提升了網絡遊戲供應商的整體表現並突顯了本公司的成熟地位。例如，維持專利開發能力可賦予遊戲產品升級及改進方面的靈活性，而運營該等專利開發產品所獲得的經驗可促進未來開發及完善產品本地化。

優化人力資源配置

我們的開發團隊由不同國籍及文化的成員組成。多元化使我們的團隊得以處理及解決開發及運營產品過程中所遇到的跨地區及跨文化障礙。此外，我們中國區域辦事處所處的戰略位置使我們在人力資源成本及開發能力方面具備有競爭力的成本優勢。

推行多種營銷策略，為多種遊戲產品吸引高質素玩家

我們對不同類型的遊戲採用不同的營銷策略。我們過往透過在網絡遊戲論壇、視頻分享網站等遊戲門戶投放廣告來宣傳我們的客戶端遊戲。此外，我們選擇與社交網站合作來推廣我們的網頁遊戲。我們在該等網站上提供歐洲及美國玩家更為熟悉的社交遊戲。本公司對網絡遊戲廣告市場有深入了解，並通曉多種推廣渠道。因此，我們能夠獲取更大的市場份額。

董事確認

董事於合理確定後確認，自Analysys報告日期以來市場資料並無出現可能使本節資料會有保留意見、相抵觸或影響本節資料的不利變化。