

除另有指明外，以下一節所載資料部分來自多份政府刊物，部分來自本集團按人民幣270,000元的費用委託艾瑞就中國網上遊戲分銷行業編製而於2013年11月27日發表的報告。艾瑞編製的數據乃按市場調查、已刊發資料及中國市場參與者提供的數據為基準。

本集團相信本節資料的來源乃有關資料的合適來源，並已合理審慎摘錄及轉載有關資料。本集團並無理由相信有關資料為虛假或有所誤導或遺漏任何事實，以致有關資料虛假或有所誤導。有關資料並未經董事、保薦人、賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或他們各自的任何董事、顧問、高級人員、僱員、代理或代表或參與配售的任何人士獨立核實。本集團並不就該等資料及統計數據的準確性發表任何聲明。

緒言

本集團委託中國獨立市場研究公司艾瑞就中國網上遊戲分銷行業進行詳盡分析及報告。委託報告(「**艾瑞報告**」)乃由艾瑞獨立編製，不受本集團影響。

艾瑞創立於2002年，為針對中國網上媒體、電子商貿、網上遊戲、手機互聯網及無線增值服務等互聯網行業進行深入市場研究的機構。艾瑞專注對細分市場發展、互聯網用戶行為及產品及服務評估進行定量及定性市場研究。

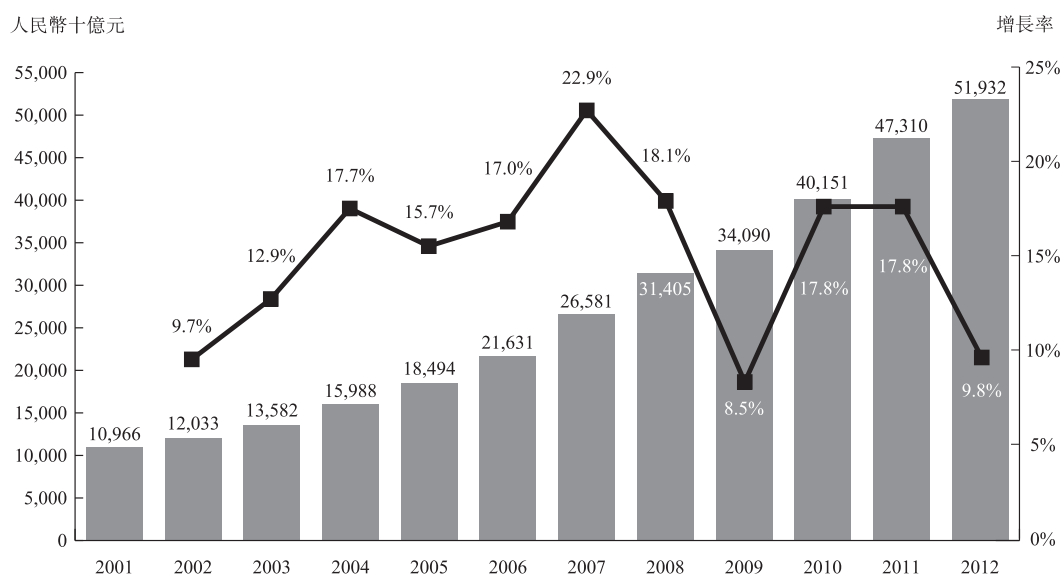
本節所載的資料及統計數據部分摘錄自艾瑞報告。艾瑞報告包括有關中國經濟增長、網上遊戲行業及手機話費充值市場的具體分析。艾瑞採取網上調查及線下市場研究以在艾瑞報告更全面及準確地反映中國網上遊戲行業及手機充值卡行業的情況。艾瑞進行的網上調查主要透過艾瑞自主研發的網上問卷調查系統網絡用戶在線調查作出。從網上調查得出的資料乃按約4,510份由隨機抽樣的互聯網用戶所填妥的有效問卷達致。另外，艾瑞為其線下市場研究進行深入採訪及案頭研究。深入採訪乃向有關專家、製造商、分銷商及其他第三方進行，以索取有關中國網上遊戲行業的數據及意見。案頭研究涉及根據艾瑞透過不同渠道收集的資料及數據檢閱公開資料及數據分析，包括(i)從政府(如中國國家統計局、中國工業和信息化部等)收集的統計數據及資料；(ii)從公開來源收集的資料如業內公司的年報及季度報告；(iii)此行業專家的已刊發意見；及(iv)艾瑞自家的資料庫及現有研究。

中國經濟增長

於過去數十年，貿易全球化、發展中國家的經濟增長，以及技術、基建及通信的改善，使全球經濟大幅擴張。尤其是，中國經濟展現強勁增長，成為全球最大的經濟體系之一。根據中國國家統計局的資料，中國於2012年的名義國內生產總值約達人民幣51.9萬億元，較2011年增加約9.8%。於2001年至2012年期間，中國的名義國內生產總值的複合年增長率維持於約15.2%。

下圖載列於2001年至2012年中國名義國內生產總值：

2001年至2012年中國名義國內生產總值



資料來源：中國國家統計局

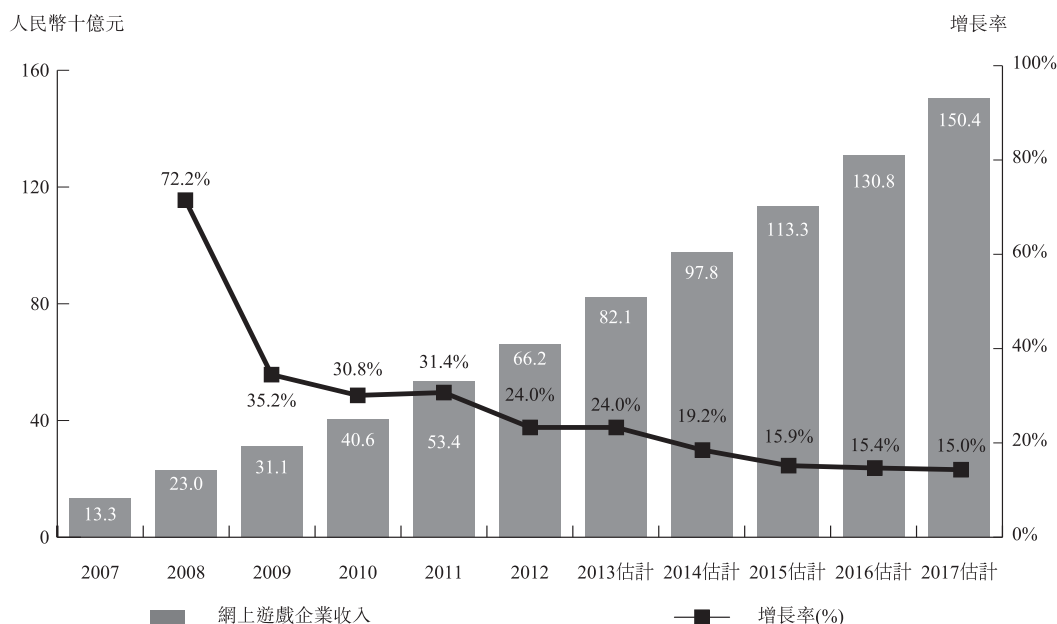
中國網上遊戲行業

概覽

於2002年至2005年，中國網上遊戲行業經歷爆炸性增長。於2012年，中國網上遊戲運營商的總收入約為人民幣662億元，較2011年增加約24.0%。

隨著中國互聯網用戶人數穩步上升，網上遊戲用戶人數亦相應增加。於2008年至2012年，中國網上遊戲運營商的收入按年增長24%或以上。艾瑞估計，由於網絡技術日漸成熟，用戶越來越接受網上遊戲，中國網上遊戲運營商的收入將持續穩步上升，並於2017年達到約人民幣1,504億元。

2007年至2017年中國網上遊戲運營商的收入



資料來源： 艾瑞

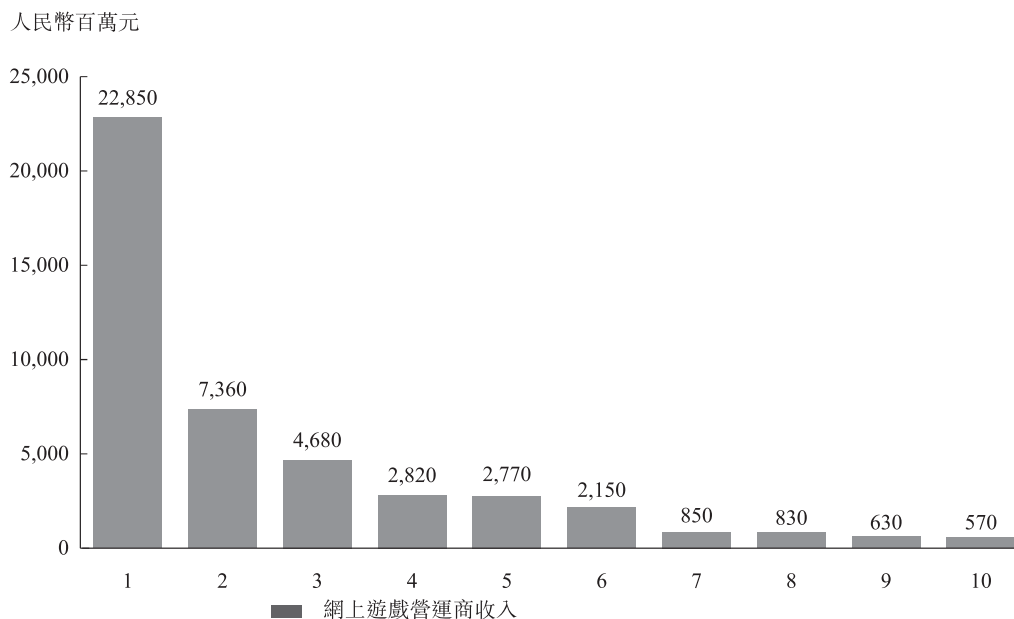
附註：

中國網上遊戲運營商的收入包括中國網上遊戲運營商從網上遊戲相關服務及產品獲取的總收入，但不包括流動互聯網遊戲及廣告的收入。特別是，其包括用戶付費收入總額、企業間的遊戲開發及代理費、遊戲相關內容外包費，以及海外代理授權及營運收入。中國網上遊戲運營商可更頻繁地互相進行交易，網上遊戲運營商的整體收入可能出現重複數據。

2012年中國十大最高收入的網上遊戲運營商

根據艾瑞的統計數據，2012年三大網上遊戲運營商的收入分別佔中國網上遊戲運營商總收入約34.5%、11.1%及7.1%。

2012年中國十大最高收入的網上遊戲運營商



資料來源： 艾瑞

附註：

中國網上遊戲運營商的收入包括中國網上遊戲運營商從網上遊戲相關服務及產品獲取的總收入，但不包括流動互聯網遊戲及廣告的收入。特別是，其包括用戶付費收入總額、企業間的遊戲開發及代理費、遊戲相關內容外包費，以及海外代理授權及營運收入。中國網上遊戲運營商可更頻繁地互相進行交易，網上遊戲運營商的整體收入可能出現重複數據。

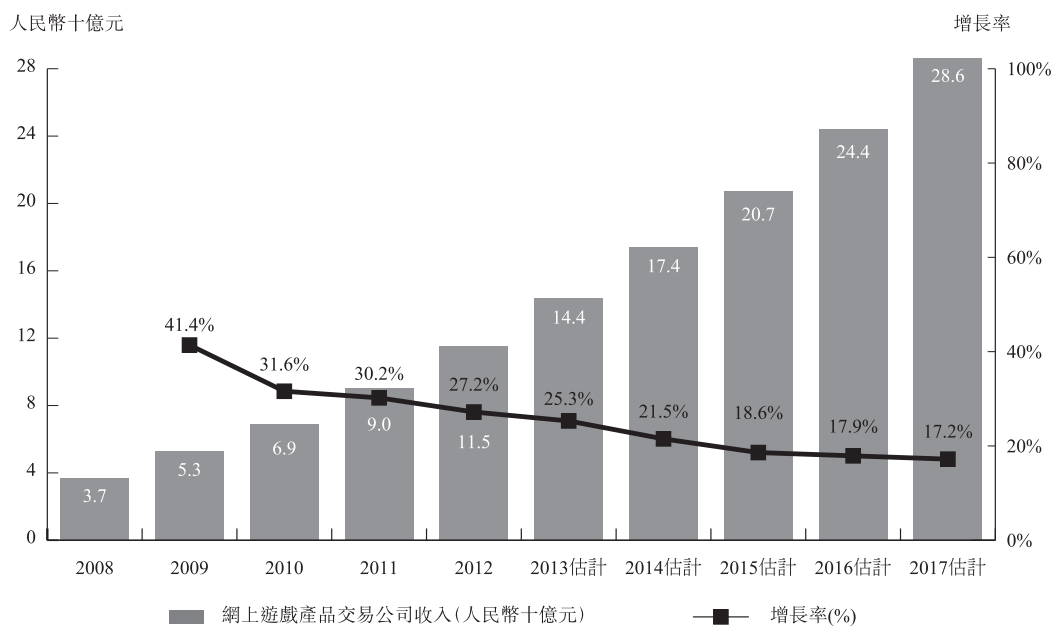
網上遊戲產品交易行業的分析

2008年至2017年網上遊戲產品交易市場規模及增長率

中國網上遊戲市場的爆炸性增長帶動了下游行業的發展。網上遊戲產品交易公司在工業結構及營運模式方面一直發展，自2008年起在數量及價格方面一直上升。預計於2013年網上遊戲產品交易公司的收入將達到約人民幣144億元，增長率約25.3%。

目前，網上遊戲運營商間的競爭在中國一線城市尤其激烈，但隨著市場發展，網上遊戲運營商將更專注二線及三線城市。鑒於互聯網日益普及，網上交易將有效協助網上遊戲運營商於進行市場調查時直接接觸網上遊戲用戶。憑藉低成本、高速度及高互動性等因素，網上交易成為網上遊戲產品交易的重要支持。

2008年至2017年網上遊戲產品交易公司的收入



資料來源： 艾瑞

網上交易公司間就網上遊戲產品的競爭的分析

對有關網上遊戲產品的網上交易市場的業務模型的分析

隨著中國互聯網市場迅速發展，網上遊戲行業除了開發高質量及與別不同的網上遊戲產品，以及滿足網上遊戲用戶的需求外，亦需發展全國性的行銷網絡。

目前，網上交易企業主要採用三種不同的業務模型：代理交易、網吧電子商貿及交換交易平台。

代理交易主要透過傳統的線下交易代理為網上遊戲開發商及運營商等上游及中游企業量身訂制適當的電子商貿交易計劃來體現，並透過電子商貿平台將實物卡發行變為網上交易。

此業務模型的優點在於可以借助專業的電腦平台運作人員，完成網上遊戲產品內容的發佈，並提升遊戲運作及推廣的專業水平。另外，網上交易有利於對售後服務的有效監察。

然而，代理交易可能招致高昂的人力資源成本以確保向上游企業提供優質服務。

網吧電子商貿業務模型乃根據網上遊戲運營商設立的電腦平台，藉此網上遊戲運營商可透過網吧進行交易管理。網吧經理透過電子商貿平台購買網上遊戲產品，然後於網吧向網上遊戲用戶提供網上服務。

網吧電子商貿業務模型直接面對網吧的網上遊戲用戶，能夠有效地提升用戶體驗，亦將B2C與C2C交易連接，實現零存貨及網上遊戲產品的即時銷售。電子商貿交易通常先款後貨，以杜絕未經授權的交易。另外，此系統透過網吧滲透二線及三線城市，在提供服務的同時亦為未來對網上遊戲運營商的推廣渠道打開新局面。

網吧電子商貿業務模型的營運費用及管理開支相對較高，而操作技術亦較高深。

交換交易業務模型利用自建的網上交易平台，實現網上遊戲的推廣，並進行網上遊戲產品的交易。網上遊戲用戶無須在該等網上平台付費，他們可通過輸入手機話費充值金額的密碼為他們的網上遊戲賬號充值來完成交易。神州付系統為中國網上遊戲行業中首個採用交換交易模型的網上交易平台。

交換交易業務模型的主要競爭優勢包括：(1)可以根據自身的條件及產品特點，制定不同的優惠政策來吸引網上遊戲用戶；(2)能與網上遊戲用戶互動，掌握第一手反饋意見；及(3)將網上遊戲用戶直接引導至網上遊戲運營商的官方網站，使網上遊戲運營商可與網上遊戲用戶直接接觸，省去了傳統代理交易模型在不同級別及不同地區銷售過程中的層層盤剝。

網上遊戲產品交易利潤模式的分析

網上遊戲產品交易的利潤模式存在多元化發展空間，而廣告費及佣金將為主要利潤來源。

網上遊戲產品的網上交易行業處於成長期，其利潤模式將展現多元化及細分化發展

目前，網上遊戲產品的網上交易行業處於發展階段，並針對為網上遊戲運營商提供完善的交易服務。根據艾瑞的資料，由於企業及個人(包括網上遊戲開發商、網上遊戲運營商、代理及網上遊戲用戶)均涉及網上遊戲產品的網上交易，因此商業模式兼有B2B及B2C等。另外，網上遊戲交易後市場(如推薦、點評及操作指導等)產生巨大的聯動效應，將為網上遊戲產品交易帶來增值。

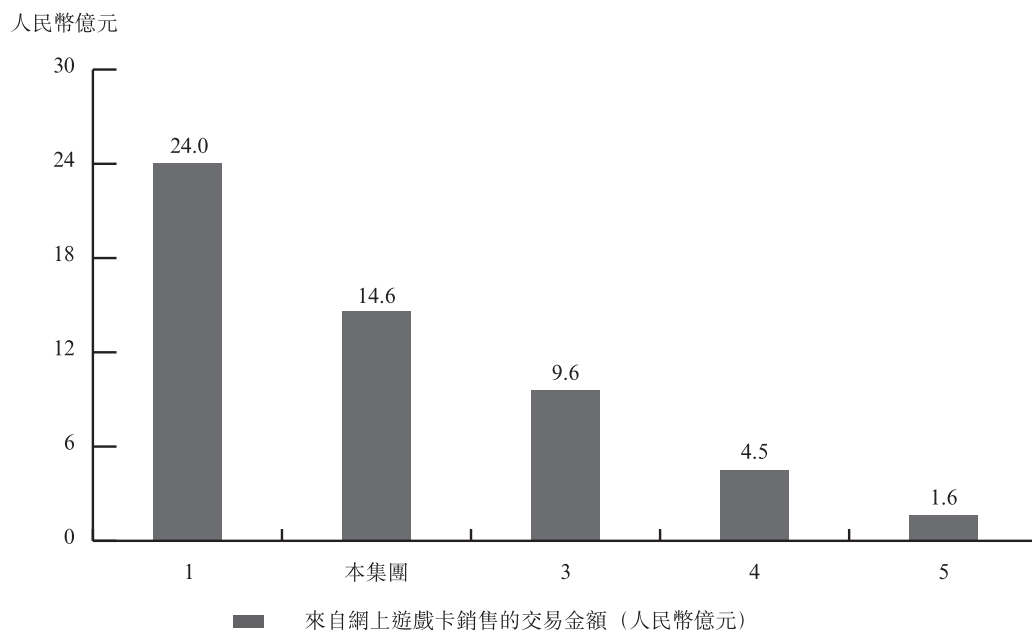
未來網上遊戲產品的網上交易公司將多元化發展，融合更多媒體性。作為遊戲資訊廣告平台及精準的玩家細分平台，網上交易服務供應商的精準行銷效應將能吸引更多網上遊戲運營商，以及整個遊戲產業鏈各環節不少企業的青睞。

網上遊戲產品的網上交易公司的收入主要來自網上遊戲運營商的佣金。透過與網上交易公司合作，網上遊戲運營商可享用多元化的網上交易服務，有效擴充自家的遊戲交易渠道，並於過程中實現網上遊戲產品的精準行銷。

行業概覽

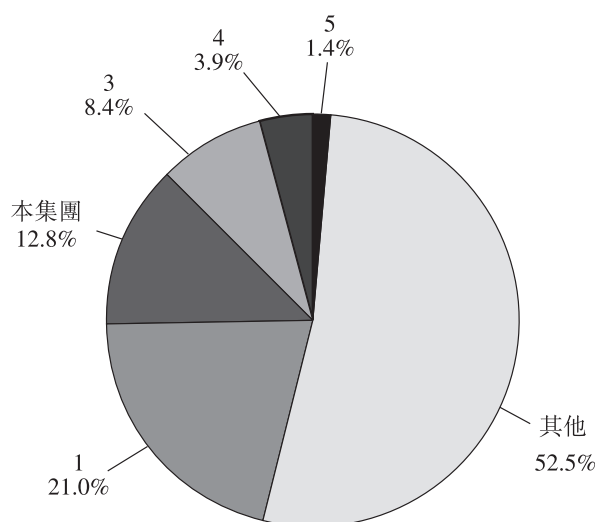
下圖載列網上遊戲產品五大網上交易公司(按2012年交易金額計)的收入及其各自的市場份額。

2012年網上遊戲產品的五大網上交易公司(按交易金額計)



資料來源： 艾瑞

2012年網上遊戲產品的網上交易公司的市場份額



資料來源： 艾瑞

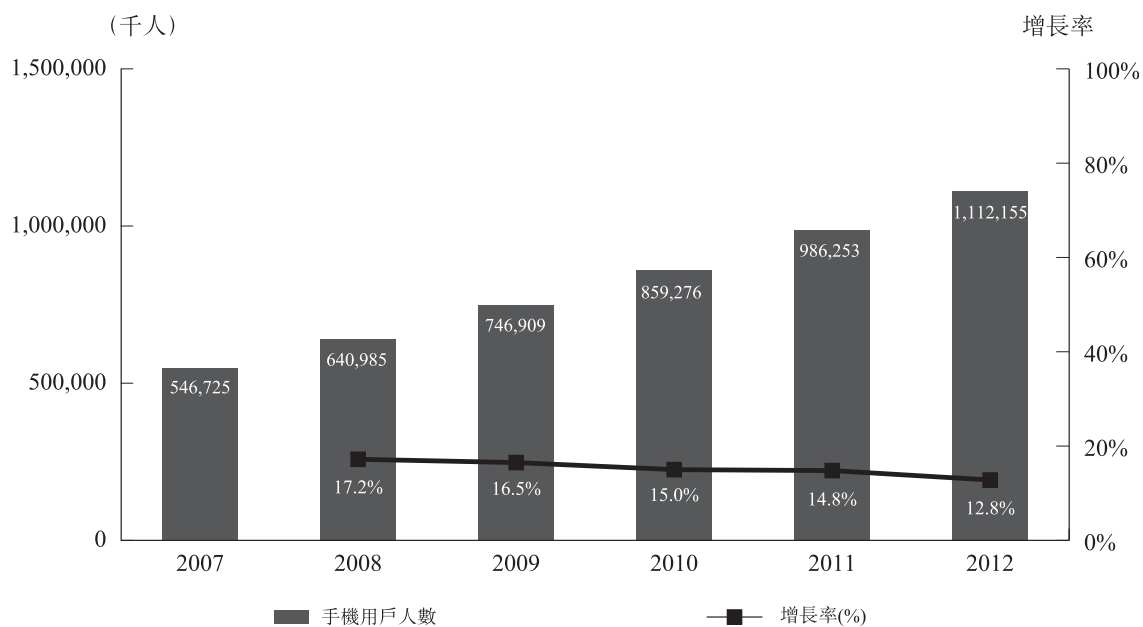
手機話費充值市場分析

2007年至2012年中國手機用戶規模

中華人民共和國工業和信息化部的統計數據顯示，2007年至2012年中國手機用戶人數按年平均增加15.3%，而2012年中國手機用戶約達11.12億人。

龐大的手機用戶群及其穩步增長為開發手機端電子商貿及流動遊戲的先決條件。手機付款及利用手機充值卡購物將日益增加，將促進網上交易行業交換交易業務模型的發展。

2007年至2012年中國手機用戶人數

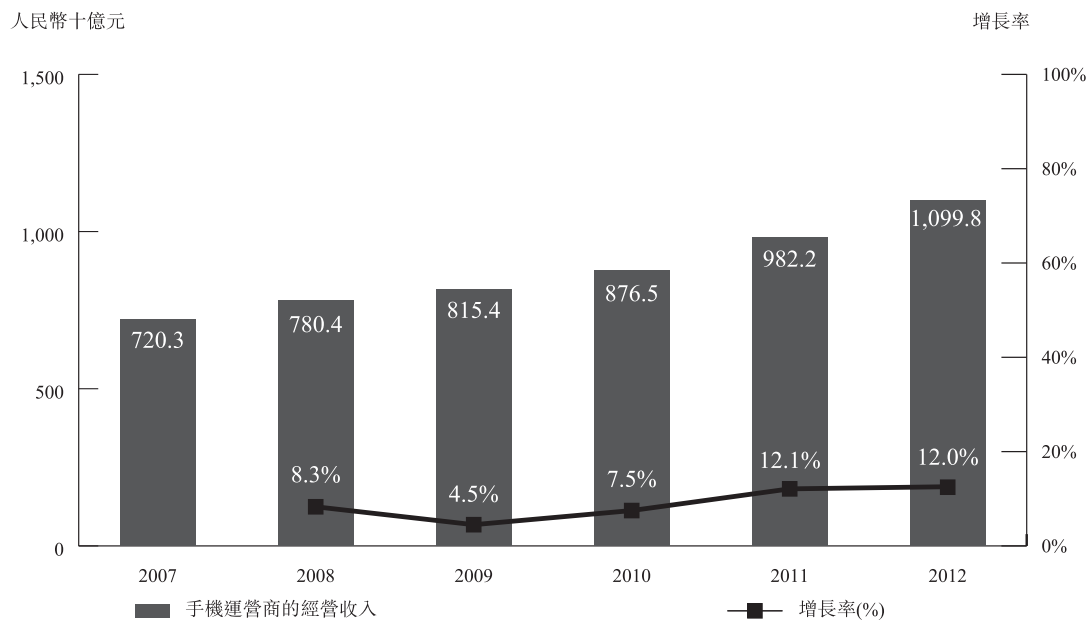


資料來源： 工信部

2007年至2012年中國手機話費充值市場規模

隨著網上遊戲的網上交易渠道發展，手機充值卡成為交換交易業務模型的交換媒體。網上遊戲用戶透過購買手機充值卡完成於交易平台進行的網上遊戲產品交易。由於手機普及、3G網絡建設以及流動電子商貿及流動遊戲等行業的發展，於2007年至2012年，中國手機運營商的收入劇增。於2012年手機運營商錄得按年收入增長約12.0%。

2007年至2012年中國手機運營商的經營收入

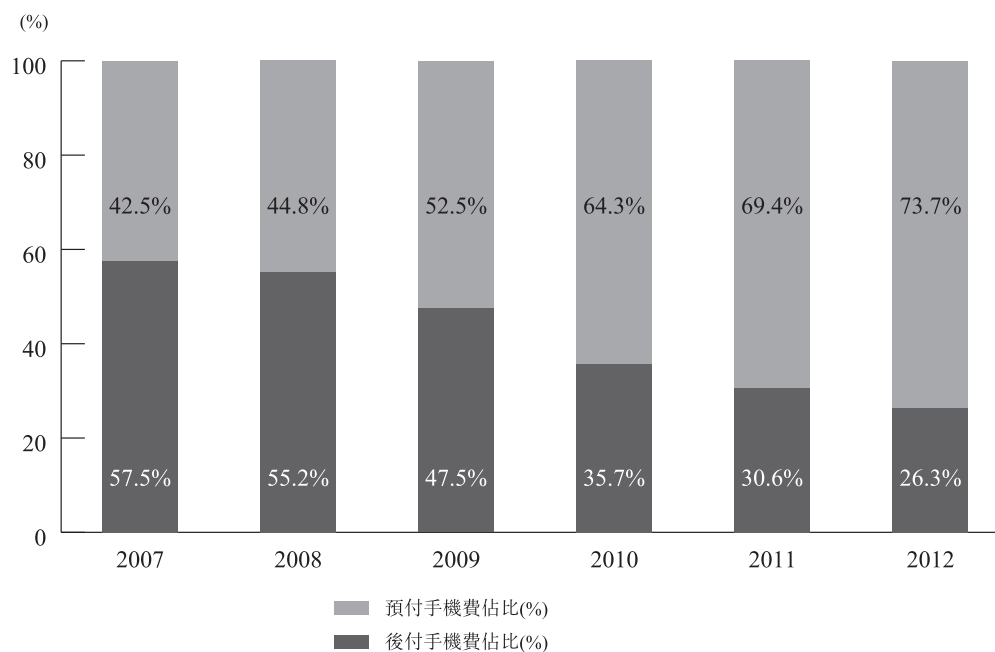


資料來源： 艾瑞

行業概覽

於2007年至2012年預付手機充值卡市場持續增長，來自預付手機充值卡的收入佔運營商來自手機充值卡的總收入的比例正連年增長。預付手機充值卡市場擁有成熟、便捷及全國性分銷渠道，吸引到網上交易公司對網上遊戲運營商及流動付款公司的關注。目前，手機充值卡已成為網上遊戲用戶為他們的網上遊戲賬號充值的最重要媒體之一。

2007年至2012年預付手機費佔手機運營商手機費總收入的比例



資料來源： 艾瑞

網上遊戲營銷推廣的市場規模

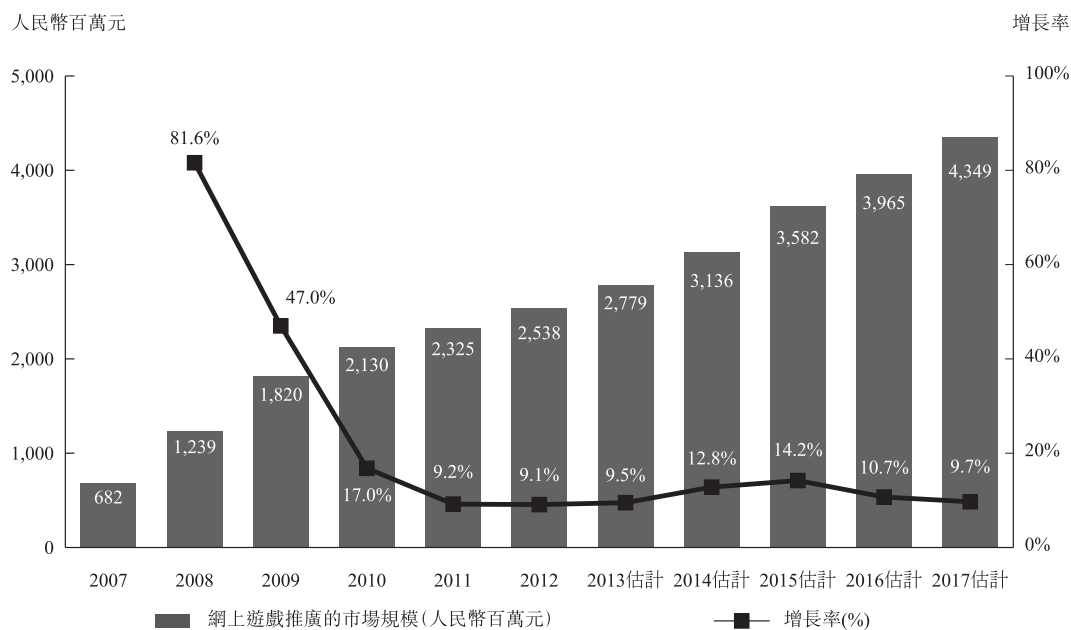
2007年至2017年網上遊戲營銷推廣的收入及增長率

於2012年，中國網上遊戲運營商營銷推廣的市場規模約達人民幣25億元，自2007年起一直穩步增長。

中國網上遊戲企業進行的營銷推廣活動中，搜索營銷越來越受重視並持續穩步增長。廣告商加大投資於網上遊戲的推廣，而新的廣告商成為網上遊戲企業營銷推廣規模的主要推動力。

在中國網上遊戲市場發展的情況下，網上遊戲營銷費用的擴大亦結束了急劇增長的階段。根據艾瑞的資料，網上遊戲營銷推廣的規模已步入平穩增長期。

2007年至2017年中國網上遊戲企業推廣的市場規模



資料來源： 艾瑞

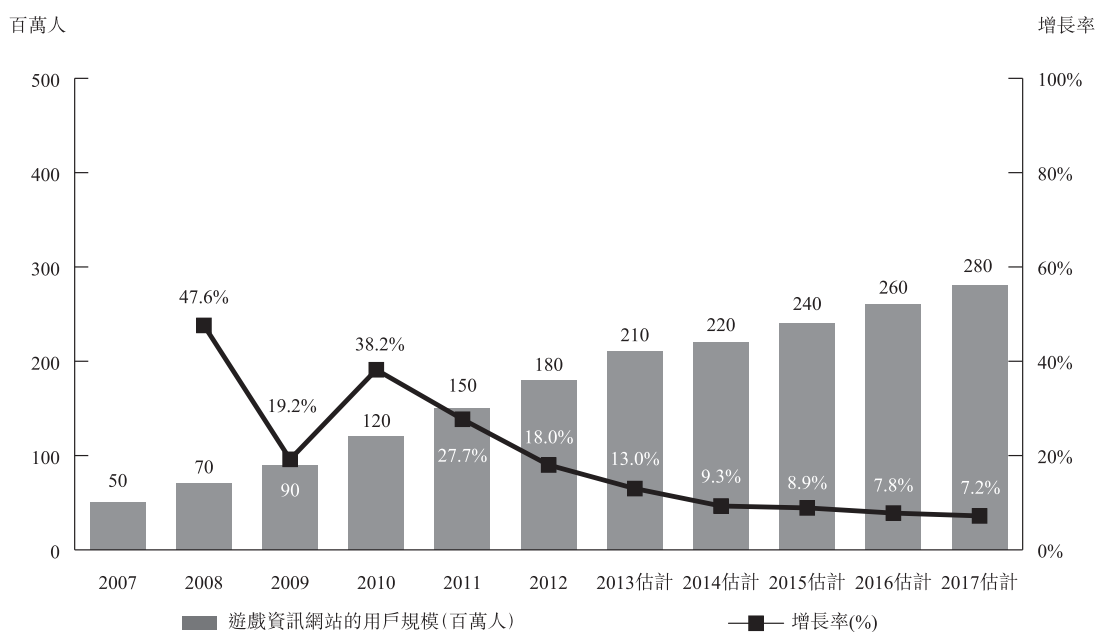
於發展初期，網上營銷活動為網上遊戲的主流營銷方法，但網上營銷的廣泛覆蓋導致推廣效果不大，且成本高昂。為追求更為高效的營銷效果，精準營銷越來越受市場從業者注重，並成為主流的營銷方法。

受網上媒體影響，儘管線下媒體將繼續穩佔一定的市場份額，並於日後提供良好的社交影響力，但線下媒體的價值及其營銷重要性均有所下降。

2007年至2017年遊戲資訊網站用戶的規模及ARPU

於2007年至2012年，中國遊戲資訊網站的用戶規模持續增長至少18.0%。於2012年遊戲資訊網站用戶約達1.8億人。此數字於未來數年將持續穩步增長。

2007年至2017年中國遊戲資訊網站的用戶規模



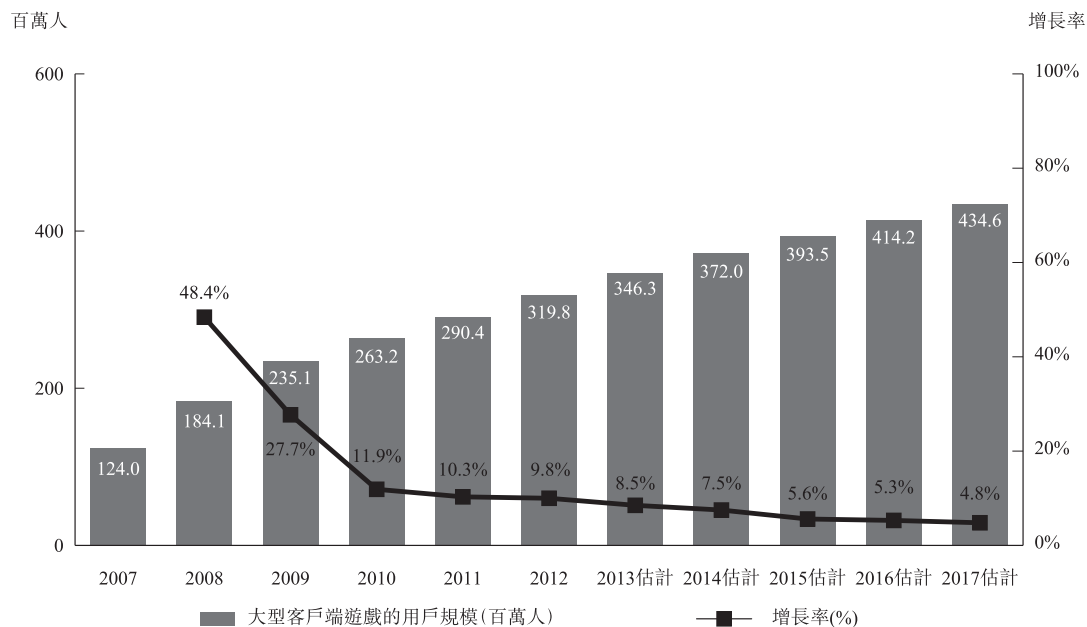
資料來源： 艾瑞

行業概覽

對於用戶規模，於2013年錄得大型客戶端遊戲用戶約3.46億人，而瀏覽器遊戲用戶則約3.28億人，分別按年增長約8.5%及11.9%。

網上遊戲行業門檻低，吸引到不少個人研究及經營網上遊戲，故近年來中國網上遊戲發展迅速，產品推陳出新。因此，未來數年中國網上遊戲用戶人數將保持穩步增長，瀏覽器遊戲用戶規模的增長速度將高於大型客戶端遊戲用戶。

2007年至2017年中國大型客戶端遊戲的用戶規模

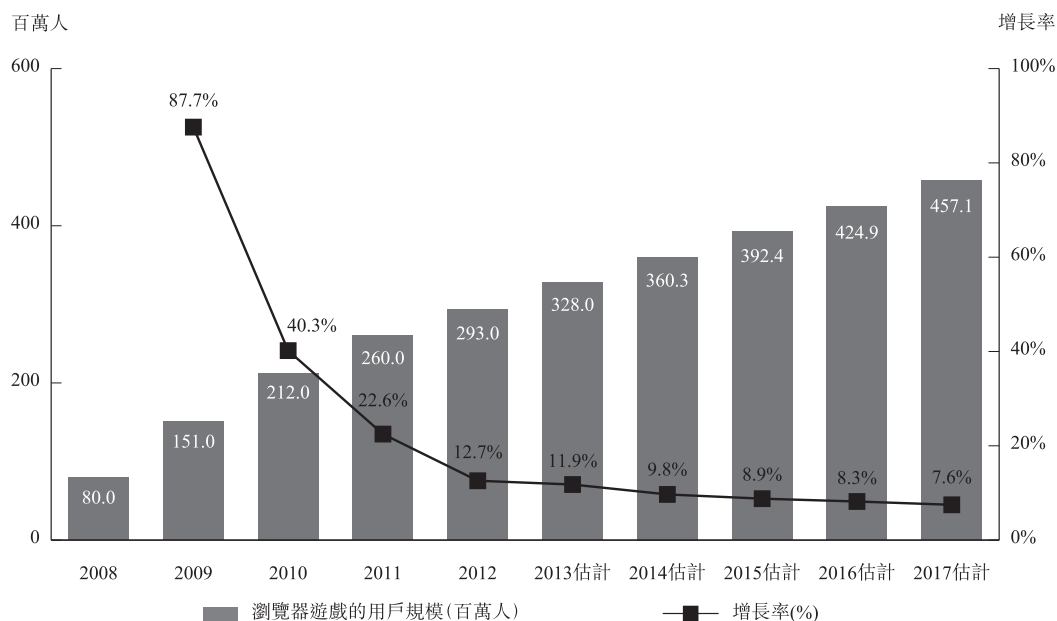


資料來源： 艾瑞

附註：

大型客戶端遊戲的用戶規模包括透過中國客戶玩遊戲的用戶總數，遊戲平台的用戶不包括在內。

2008年至2017年中國瀏覽器遊戲的用戶規模



資料來源： 艾瑞

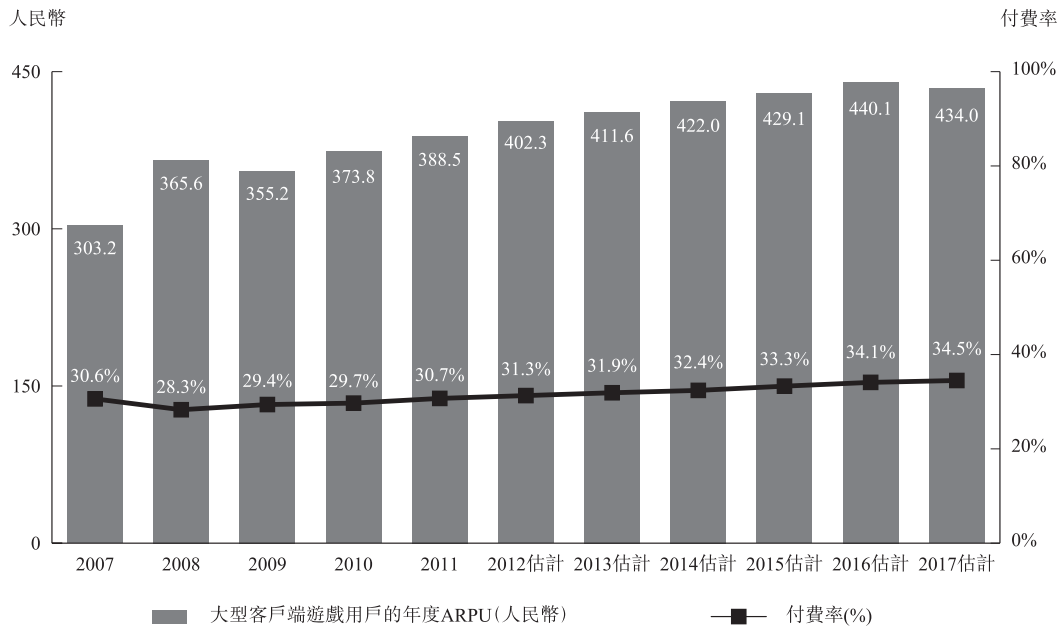
附註：中國瀏覽器遊戲的用戶規模包括透過中國瀏覽器的形式玩遊戲的用戶總數。

由於大量互聯網企業均進軍網上遊戲行業，網上遊戲運營商越來越重視網上遊戲產品的質量及運作，網上遊戲用戶在這個過程中得到穩定及沉澱。網上遊戲用戶逐漸形成穩定的付費習慣及付費能力，付費率將逐步提高。

大型客戶端遊戲的用戶組成相對穩定，且業務模型成熟，其用戶的ARPU及用戶付費率正穩步增長。

互聯網企業的湧入形成了不少付款額相對較少的網上遊戲用戶，攤薄了網上遊戲用戶的整體ARPU。隨著網上遊戲行業的發展，網上遊戲用戶將得到沉澱，付費率將趨向穩定並逐步提高。

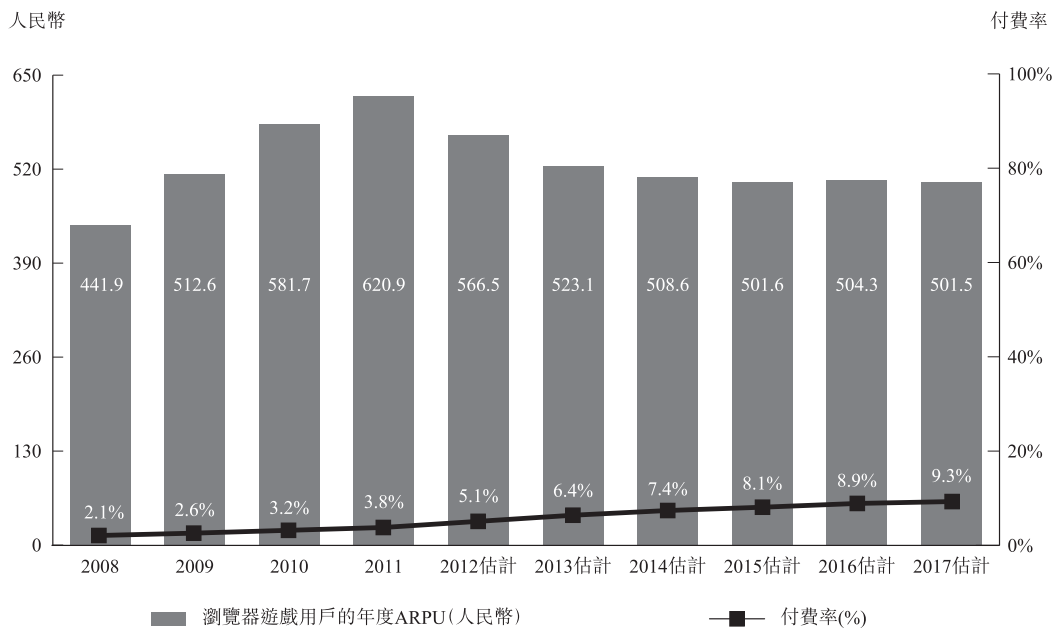
2007年至2017年中國大型客戶端遊戲用戶的ARPU及付費率



資料來源： 艾瑞

附註： 付費率指付費用戶人數佔總用戶人數的比例。2007年至2011年的數字乃根據艾瑞於2011年公開的數據作出，而2012年至2017年的數字乃由艾瑞估計。

2008年至2017年中國瀏覽器遊戲用戶的ARPU及付費率



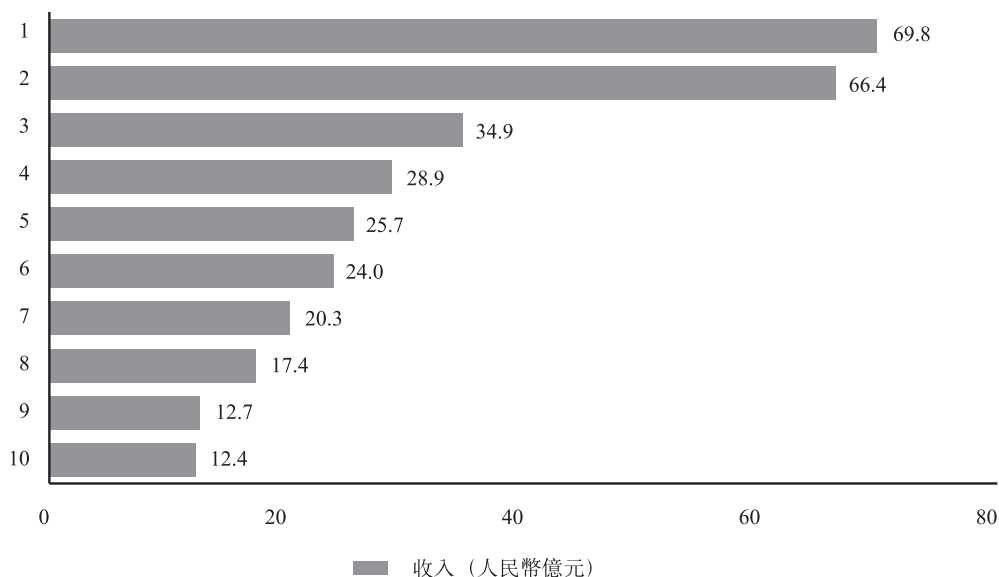
資料來源： 艾瑞

附註： 付費率指付費用戶人數佔總用戶人數的比例。2007年至2011年的數字乃根據艾瑞於2011年公開的數據作出，而2012年至2017年的數字乃由艾瑞估計。

2012年中國按收入計的十大網上遊戲

於2012年，中國十大網上遊戲的收入介乎人民幣12.4億元至人民幣69.8億元。

2012年十大網上遊戲



資料來源：艾瑞

遊戲資訊網站趨勢的分析

行業趨勢

隨著遊戲資訊網站多元化服務系統的發展，網上遊戲用戶對細分化的資訊網站的需求將不斷上升，但競爭對手數目有限，故擁有網上遊戲及流動遊戲資訊優勢的運營商可能具備新增長勢頭。

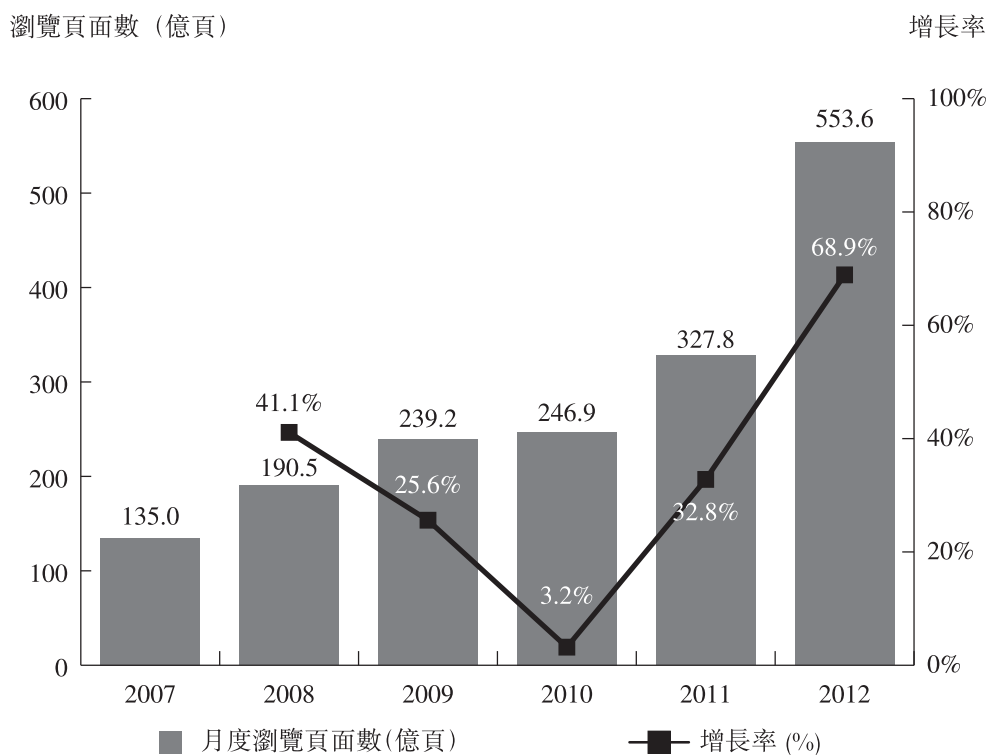
針對廣告商

廣告商將更傾向形式更多元化的推廣(如專題及軟廣告)。多元化的媒體資源及服務模式將更受廣告商推崇。

針對用戶

為提升用戶忠誠度及用戶參與度，活動、論壇、遊戲插件及語音工具將成為提升用戶體驗及用戶忠誠度的重要措施。由於網上遊戲用戶相對高的滲透率，遊戲資訊網站仍為網上遊戲廣告商在互聯網刊登廣告的首選。

2007年至2012年中國遊戲資訊網站的用戶月度瀏覽頁面數



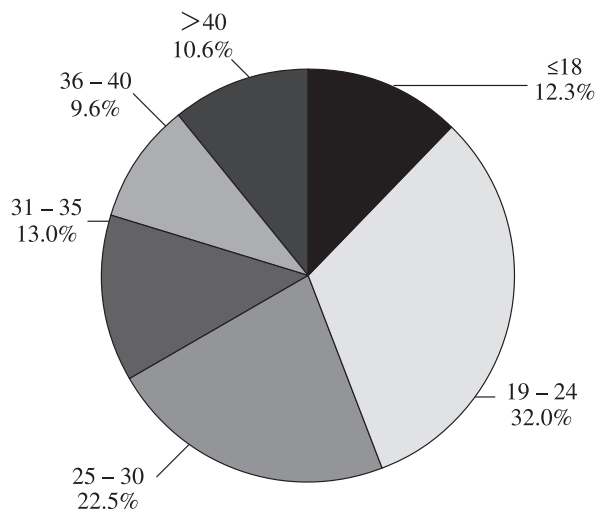
資料來源： 艾瑞

遊戲資訊網站用戶的基本特徵分析

中國遊戲資訊網站用戶的年齡分佈

於2012年12月，中國遊戲資訊網站約32.0%用戶年齡介乎19至24歲，而25至30歲的用戶佔比約為22.5%。另外，介乎31至35歲的用戶亦佔全部用戶的重要部分(13.0%)。

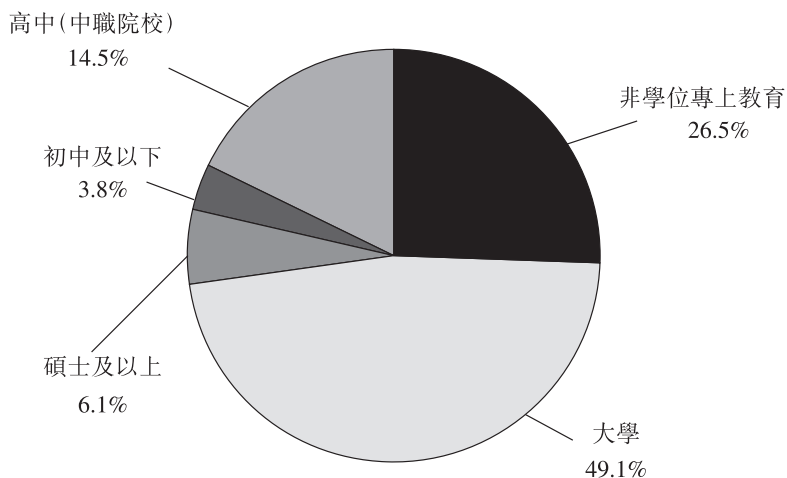
2012年12月中國遊戲資訊網站用戶的年齡分佈



資料來源： 艾瑞

中國遊戲資訊網站用戶的教育背景

2012年12月中國遊戲資訊網站用戶的教育背景



資料來源： 艾瑞