

行業概覽

於本節所載資料乃摘錄自不同的官方政府刊物。該等官方資料未必與中國境內外所編撰的其他資料一致。董事以合理審慎態度摘錄、編撰及引用本節所載資料。

中國互聯網的增長

近年，中國的互聯網使用量急速上升。國內目前的互聯網用戶量為全球第二多。根據中國互聯網絡信息中心的資料，國內互聯網用戶數量由二零零一年的33,700,000人增至二零零七年的210,000,000人，複合年增長率為35.7%。下表載列由二零零一年至二零零六年期間有關中國互聯網的若干資料：

	二零零一年	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	複合年增長率 (二零零一年至 二零零六年)
中國人口(百萬)	1,267	1,285	1,292	1,300	1,308	1,314	0.7%
城市家庭全年人均可 支配收入(人民幣元)	6,860	7,703	8,472	9,422	10,493	11,759	11.4%
城市家庭全年人均可 支配收入增長百分率		12.3%	10.0%	11.2%	11.4%	12.1%	
互聯網玩家(百萬)	33.7	59.1	79.5	94.0	111.0	137.0	32.4%
互聯網普及率	2.6%	4.6%	6.2%	7.2%	8.5%	10.5%	不適用

資料來源：中國國家統計局，中國互聯網絡信息中心，二零零八年一月

儘管國內的互聯網用戶基礎迅速擴大，但二零零七年互聯網的普及率僅達16.0%。

頻寬有助國內互聯網市場增長。根據IDC於二零零七年四月編製的「二零零七年至二零零一年中國遊戲預測及分析」(「IDC報告」)，二零零六年頻寬的登記用戶達48,700,000人，較二零零五年增加29.0%。頻寬為互聯網用戶提供更快的下載速度，並讓用戶得到更豐富的網絡資料。

互聯網用戶的增加及國內頻寬使用量增加有助網絡遊戲的急速發展。

網絡遊戲業概覽

大部分網絡遊戲透過數種電腦網絡形式(如互聯網)於個人電腦進行。網絡遊戲由簡單的文字基礎遊戲以至多名玩家同時參與、合併複雜的圖畫及虛擬世界的遊戲。玩家亦創立許多網絡社群，令網絡遊戲不僅是個別玩家的遊戲，而且成為一種社會活動。

網絡遊戲主要分為兩大類：

- **MMORPG**。MMORPG為角色扮演電視遊戲(「RPG」)的一種類型，當中多名玩家於虛擬世界中與其他玩家進行互動。於所有RPG中，一名玩家扮演一個虛構角色(通常具備幻想出來的背景)，並控制該人物的大部分動作。MMORPG可分為單一玩家或小量多玩家的RPG，視乎遊戲涉及多少名玩家及貫串遊戲的世界。遊戲世界通常由遊戲發行商設定，於玩家離開遊戲時繼續存在及發展。
- **網絡休閒類遊戲**。網絡休閒類遊戲通常具備數條簡單的規則，遊戲的設計令新玩家於數分鐘內輕易掌握遊戲。參與網絡隨意遊戲毋須花費長時間或特別技巧，就生產商而言其生產及分銷成本亦相對較低。

根據DFC Intelligence發佈的名為「2007年網遊市場展望」的報告，全球網絡遊戲的收益由二零零一年的592,000,000美元增加至二零零六年的4,500,000,000美元，由二零零一年至二零零六年的複合年增長率為49.9%。

東亞地區，包括中國、韓國、台灣、香港及新加坡，佔二零零六年全球收益的46.6%，為最大的網絡遊戲市場。北美、歐洲及日本分別佔二零零六年全球收益的31.2%、15.3%及6.9%。

全球網絡遊戲玩家的總數由二零零一年的91,200,000人增加至二零零六年的242,000,000人，由二零零一年至二零零六年的複合年增長率為21.6%。

行業概覽

中國網絡遊戲業

於二零零零年，國內網絡遊戲經營商正式開始商業營運。遊戲於二零零零年底開始產生收益，自此錄得高增長率。國內網絡遊戲的市場規模由二零零二年的109,800,000美元增至二零零六年的815,500,000美元，複合年增長率為65.1%。下表載列二零零二年至二零零六年期間國內網絡遊戲市場的歷史增長：

	網絡遊戲收益 (百萬美元)	年度增幅 %
二零零二年	109.8	—
二零零三年	159.2	45.0
二零零四年	298.0	87.2
二零零五年	459.8	54.3
二零零六年	815.5	77.4

資料來源：IDC報告及二零零七年IDC發表的一篇名為「中國遊戲市場數據」的文章

於二零零六年底，國內網絡遊戲用戶人口達32,600,000人，較二零零五年上升23.8%。

於中國國內的網絡遊戲業中，MMORPG擁有最多的玩家，並帶來最多的收益。根據IDC報告，二零零六年MMORPG所產生的收益較二零零五年增加69.1%，達662,000,000美元，佔二零零六國內整體網絡遊戲市場的81.2%。二零零六年休閒類遊戲所產生的收益較二零零五年幾乎增加一倍，估計為153,000,000美元，佔二零零六年國內網絡遊戲市場的18.8%。

網絡遊戲經營商已由「付款遊戲」模式擴展至包括「多利潤」模式。於「付款遊戲」模式中，收益乃從玩家的遊戲時間計費所產生。於二零零六年，FTP模式快速獲接受，標誌產生收益的渠道已轉變為出售虛擬商品及增值服務，包括虛擬物品。根據IDC報告，FTP遊戲產生的收益佔二零零六年國內市場超過60%。

行業概覽

國內開發的網絡遊戲發展情況亦顯示出國內市場的強勁競爭優勢。根據IDC報告，二零零六年國內開發的網絡遊戲所產生的收益達人民幣4,240,000,000元，較二零零五年的人民幣2,260,000,000元增加87.4%。這些遊戲佔國內網絡遊戲市場的百分比由二零零五年的59.5%增至二零零六年的64.8%。

我們相信以下行業趨勢將會持續：

- FTP遊戲的影響－FTP業務模式於國內獲廣泛採用，許多網絡遊戲公司從向玩家按遊戲時間計費，轉而銷售虛擬物品及其他增值服務。此收費模式將繼續發展。
- MMORPG及休閒類遊戲的增長－MMORPG預期繼續產生網絡遊戲業的大部分收益。休閒類遊戲預期展示強大的增長動力。
- 國內開發的網絡遊戲的出現－由於國內開發的網絡遊戲於本地市場的成功發展，國內網絡遊戲公司將變得更成熟，並開始出口更多本地遊戲，以在全球網絡遊戲市場中取得增長優勢。
- 更多元化的遊戲內容－網絡遊戲公司很可能開發更多元化的遊戲內容，以吸引玩家，並於其他競爭激烈行業中脫穎而出。

IDC 及DFC INTELLIGENCE的背景資料

IDC為市場信息、顧問服務以及資訊科技、電信及消費者科技市場項目的國際提供商。我們已向IDC支付人民幣95,000元，以使用若干市場資料，包括於本文件中名為「中國遊戲市場數據」的文章。該市場資料已由IDC獨立製作的研究報告引用。IDC於釐定市場數據時，依賴全球多項行業資料來源，包括但不限於訪問市場參與者、公開發佈的企業資料及進行IDC行業專業分析。IDC為愛奇高技術(北京)有限公司(「IDG北京」)進行的業務。愛奇高技術(北京)有限公司為國際數據集團的附屬公司，而後者為IDG Technology Venture Investments L.P.的有限責任合夥人的母公司，以及IDG Technology Venture Investments III, L.P.的有限責任合夥人。IDG北京並不列入國際數據集團聯營公司的定義中，因此根據主板上市規則並非我們的關連人士，原因包括(i)根據規則第1.01條「聯營」的定義與一名人士或一家公司有關，而並非合夥關係；及(ii)國際數據集團及國際數據集團的有限責任合夥人於注資基金一事上扮演被動角色，於國際數據集團中並無投票或管理權。因此，IDC及IDG北京為獨立第三方。

行業概覽

DFC Intelligence 為一家市場研究及顧問公司，業務集中於互動娛樂、電視遊戲、網絡遊戲、互動娛樂及便攜式遊戲市場。我們已向DFC Intelligence支付1,995美元，作為於本文件使用若干市場資料的費用。該市場資料為引用自DFC Intelligence獨立製作的研究報告。DFC Intelligence擁有公共及私人市場資料的資料庫。DFC Intelligence定期訪問行業行政人員，並出席私人簡報會。其分析乃根據行業銷售數字連同按其經驗而得的了解所進行。DFC Intelligence為一名獨立第三方。

我們認為本文件本節中摘錄自IDC及DFC Intelligence所編製報告的資料可靠，原因為有關資料由掌握市場資料及統計的著名國際提供商編製。