

## 行業概覽

本節所提供的有關我們行業的若干資料及統計數據乃源自政府官方來源。此外，本節及文件其他章節包含摘錄自我們就本文件委託艾瑞諮詢(一名獨立第三方)編製的報告(「艾瑞諮詢報告<sup>(1)</sup>」)。我們相信本「行業概覽」內資料的來源為該等資料的適當來源，而我們在摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎行動。我們並無理由認為該等資料在重大方面屬不實及具誤導性，亦概無遺漏任何事實致使該等資料在重大方面屬不實或具誤導性。我們的董事在採取合理審慎行動後確認，彼等概無發現自艾瑞諮詢報告日期以來該等市場資料出現任何不利變動而可能導致本節資料質量受到限制、互相抵觸或受到不利影響。然而，我們、聯席保薦人、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實該等資料。除另有註明外，本節所有數據及預測均來自艾瑞諮詢報告。

### 何謂網絡遊戲

網絡遊戲是指在個人電腦或其他設備上利用互聯網或移動互聯網作為營運平台進行的遊戲活動。網絡遊戲可主要分類為個人電腦客戶端遊戲、網頁遊戲及手機遊戲：

<sup>(1)</sup> 本「行業概覽」章節載有摘錄自艾瑞諮詢就本文件而編製的艾瑞諮詢報告的資料。我們預期就編製及使用艾瑞諮詢報告而將向艾瑞諮詢支付總額人民幣0.5百萬元。

#### 方法及研究範圍

艾瑞諮詢主要根據艾瑞諮詢的統計預測模式通過案頭調研、行業訪問、市場調查及其他研究方法獲得行業數據及市場預測。艾瑞諮詢的研究涵蓋全球及中國互聯網行業概覽、全球及中國網絡遊戲市場概覽、中國遊戲產業鏈及環境分析、中國手機遊戲市場分析、中國個人電腦遊戲市場分析及中國其他遊戲市場分析。

#### 基準及假設

艾瑞諮詢乃按下列基準及假設編製艾瑞諮詢報告：

- 中國的社會、經濟及政治環境將於預測期間保持穩定，此將確保中國網絡遊戲行業的持續及穩定發展；
- 引用自權威機構的數據維持不變；
- 市場參與者之間的收入分成安排乃按正常商業條款進行。

艾瑞諮詢認為於編製艾瑞諮詢報告時所用的基本假設(包括該等用以作出未來預測的假設)為真實、正確及無誤導成分。艾瑞諮詢已獨立分析資料，但其審閱結論的準確性在很大程度上倚賴所收集資料的準確性。

#### 關於艾瑞諮詢

艾瑞諮詢是一家對中國網絡領域及全球最迅速增長行業的洞察以及增值企業服務的供應商。其提供廣泛的服務，包括大數據洞察及預測、行業調查及企業諮詢、投資及投資後服務。

## 行業概覽

(1)個人電腦客戶端遊戲為首先從遊戲供應商網站下載客戶端，然後通過互聯網瀏覽器連接至伺服器而玩的遊戲，(2)網頁遊戲為毋須下載任何客戶端或應用程式而可於個人電腦的網頁瀏覽器玩的遊戲，及(3)手機遊戲為可於移動設備玩的遊戲。

### 全球網絡遊戲市場概覽

過往全球網絡遊戲市場增長迅速。二零一七年全球網絡遊戲的估計市場規模總額為1,089億美元，相當於自二零一六年至二零一七年的預計增長率為9.3%，並預期自二零一七年至二零二二年將以6.7%的複合年增長率進一步增長。來自個人電腦客戶端遊戲及網頁遊戲的收益於二零一七年預期為293億美元或佔全球網絡遊戲市場的26.9%，並預期將自二零一七年的293億美元下跌至二零二二年的280億美元。手機遊戲市場於二零一七年預期產生457億美元，或佔全球市場的42%，並預期直至二零二二年前將以9.4%的複合年增長率增長至718億美元。

### 亞太地區

亞太區為二零一七年世界上最大的網絡遊戲市場。二零一七年亞太區網絡遊戲的估計市場規模為512億美元，相當於自二零一六年至二零一七年的預計增長率為9.2%，並預期自二零一七年至二零二二年將以6.6%的複合年增長率增長。於二零一七年，中國產生357億美元或佔亞太地區總收益的69.7%。

### 北美

北美是第二大地區，估計市場規模於二零一七年為270億美元，較二零一六年增長4.0%，預計自二零一七年至二零二二年將以3.8%的複合年增長率繼續增長。佔比較高的付費用戶的以及每個付費用戶相對較高的平均支出為該增長貢獻不菲。

### 南美

自二零一六年至二零一七年，就增長率而言，南美網絡遊戲市場以13.9%的增長率位居世界第二高。二零一七年南美網絡遊戲的估計市場規模為44億美元，並預期自二零一七年至二零二二年將以14.7%的複合年增長率增長。該增長主要受寬帶網絡的日益普及及智能手機用戶數量的不斷增長所帶動。

### 歐洲

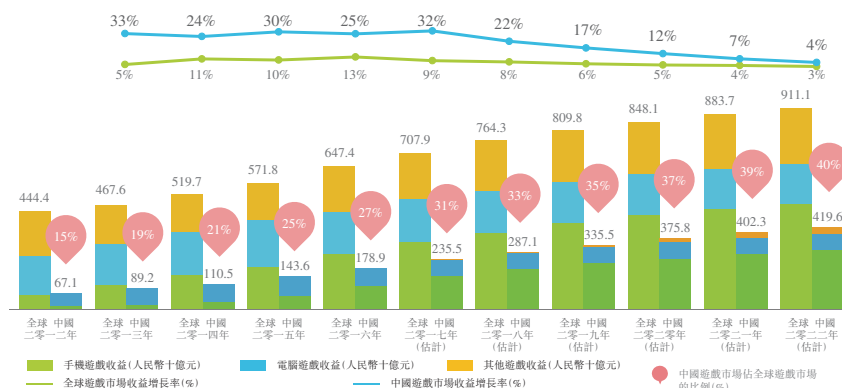
歐洲市場的估計市場規模於二零一七年為222億美元，同比增長8.8%，並預期自二零一七年至二零二二年將以3.2%的複合年增長率持續增長。該增長主要受歐洲用戶的強大購買力及該地區高水平的移動設備所帶動。

### 中國網絡遊戲市場概覽

中國目前為世界上最大的網絡遊戲市場。於二零一七年，中國的網絡遊戲市場收益預

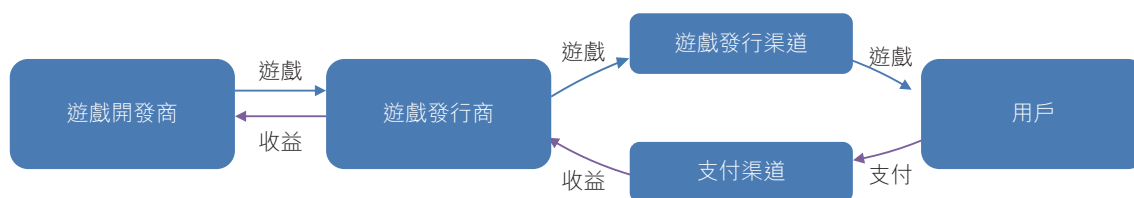
## 行業概覽

期佔全球網絡遊戲市場收益的31%。下圖顯示所示期間中國網絡遊戲市場以及全球網絡遊戲市場的歷史及預測收益。



在中國對網絡遊戲的法規整體而言是支持性的。中國相關政府機關不時就中國網絡遊戲的發展頒佈若干鼓勵性政策。同時，由於中國政府對網絡遊戲內容的約束性法規不斷升級，尤其限制包含色情及暴力等因素的網絡遊戲，網絡遊戲市場變得更為規範而立法框架更為清晰，進而推動市場的健康穩定發展。

下表載列中國網絡遊戲行業的行業鏈中的主要參與者。



	介紹	收益模式	集中度
遊戲開發商	主管遊戲開發及升級的內容製作商。	出售遊戲予發行商或授權遊戲知識產權予其他開發商；及 用戶消費遊戲內虛擬物品及遊戲廣告收入	相對分散
遊戲發行商	負責遊戲促銷及市場推廣，包括市場研究及廣告。	用戶消費遊戲內虛擬物品及遊戲廣告收入	相對集中
遊戲分銷渠道	允許用戶接觸進行遊戲分銷及促銷的公共平台及網站。	用戶消費遊戲內虛擬物品及遊戲廣告收入； 平台的廣告收入。	相對分散

## 行業概覽

	介紹	收益模式	集中度
付款渠道	用戶通過網關對遊戲或遊戲內虛擬物品進行付款。	交易費	相對集中

### 中國網絡遊戲市場的市場驅動力

中國的網絡遊戲市場主要受下列因素所驅動。

- **整體經濟的增長。**中國整體經濟增長帶動中國人的可支配收入增加，使得中國人對娛樂產品的消費持續增長。近年來對手機遊戲行業的資本投資亦已增加。
- **價值鏈完整。**在發展的早期階段，中國網絡遊戲生態系統的重點是產品開發。近十年來，遊戲發行、分銷平台、付款渠道及其他補充服務及支持等其他業務分部快速發展。隨著生態系統改善及價值鏈日益完整，本土中小企業可獲得獨特的細分市場，並專注於其專長領域。例如，綜合分銷渠道(如Google Play及蘋果公司的App Store)降低了對網絡遊戲在全球範圍內進行分銷的門檻。小型獨立開發商因而能夠以較低成本發行遊戲。
- **在線付款習慣的發展。**中國手機應用(如滴滴出行、微信及支付寶)的流行近年來令透過數字付款用戶群不斷擴大。中國消費者對娛樂服務採納數字付款充滿堅定信心。大部分網絡遊戲如今配備了各種手機付款方式，使得用戶可方便付款。數字付款解決方案的普及持續增加了網絡遊戲的變現水平。
- **基於移動互聯網接入持續增長。**根據艾瑞諮詢報告，中國的互聯網用戶群自二零一二年開始一直以6.4%的複合年增長率增長，預期於二零一七年達到7.72億戶。中國互聯網經濟的估計市值於二零一七年達致人民幣1.8萬億元，並預期會持續增長。隨著互聯網基礎設施的持續改善，91.2%的中國互聯網用戶已經接觸到高速互聯網，這是線遊戲發展的核心基礎。互聯網用戶增長主要是受手機為中心業務的發展所帶動。根據艾瑞諮詢報告，中國移動互聯網經濟的市值於二零一七年預期達致人民幣1.0萬億元，並預期會繼續增長。中國的移動互聯網用戶群於二零一七年預期為695百萬戶，佔中國互聯網用戶群的90%。根據艾瑞諮詢報告，近年來移動設備的數據速度已大幅提升，中國的電信服務提供商整體上已減少移動數據收

## 行業概覽

費。此外，移動設備的硬件更新定期推向市場，經濟型智能手機及平板的產品選擇餘地不斷增加。在此背景下，中國的移動互聯網相關業務具有重大增長潛力。

- **政府支持及優惠政策。**中國政府整體上支持遊戲及娛樂產業的發展。尤其是，於二零一六年十月，中國文化部發佈通知，鼓勵3D、虛擬實境及擴增實境的推出及升級，對文化及娛樂產業進行注資，消費文化產品及發展遊戲產業。

### 中國網絡遊戲市場的主要成功因素

推動中國網絡遊戲市場的主要成功因素包括下列各項。

- **研發能力。**中國網絡遊戲市場一直朝價值驅動消費發展，並且已經成為更成熟的經濟。市場參與者主要基於其開發和推出高質量遊戲的能力進行競爭。遊戲開發商透過遊戲開發週期積累高度熟練的人力和寶貴的技术專長，從而提升彼等的開發能力、編碼效率和內容質量。
- **遊戲開發能力。**熱門遊戲往往擁有其自身獨特的具吸引力特點。追求卓越用戶體驗遊戲開發商驗側重創作具有良好技術功能、擁有視聽美學和故事背景，可創造情感聯繫潛力及獨特特性的遊戲。
- **收購及利用知識產權的能力。**遊戲知識產權對網頁遊戲及手機遊戲吸引及挽留用戶而言日趨重要。中國網絡遊戲市場的成功參與者必須擁有強大的內部開發能力，從而開發及推出妥當利用及變現流行知識產權的遊戲。
- **獲得用戶的能力。**一旦遊戲準備商業化，獲得用戶的能力至關重要。這要求遊戲開發商在本土市場找到合適的夥伴，與本土市場的領先地區遊戲發行商保持穩定良好的工作關係對其成功相當重要。本土化能力對於不同地域市場發行的網絡遊戲而言亦非常重要。成功的市場從業者一般會深入洞悉不同的用戶行為模式以及遊戲玩法需求及地理文化多元的用戶社區的喜好。本土化不僅是將遊戲腳本翻譯為本土語言，亦包括遊戲內特徵的修改及貫徹經深入思考的定價策略。此外，遊戲公會作為一個遊戲玩家在其中可以自主變裝以交換遊戲體驗及共同遊戲的組織，已成為網絡遊戲推廣的一個重要渠道。為吸引公會中的更多成員，遊戲發行商會與公會組織合作，以提供若干遊戲中虛擬物品，作為對公會中成員參與若干網絡遊戲的獎勵。
- **遊戲長壽的能力。**網絡遊戲的生命週期大體上決定了其盈利能力。網絡遊戲的生命週期由多個因素決定，其包括遊戲節奏、付款節點設置、遊戲玩法的複雜度、



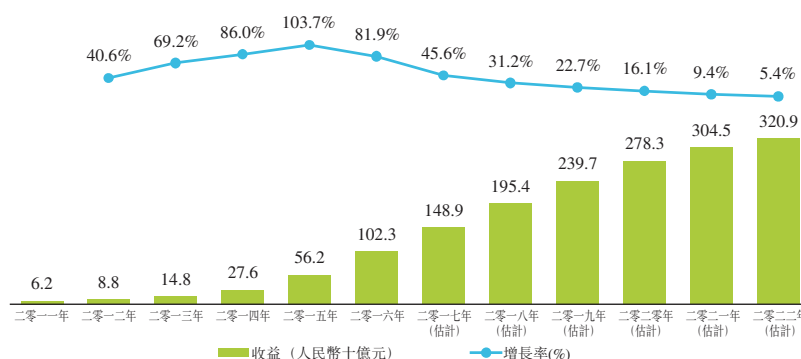
## 行業概覽

不同版本的升級及操作活動以及遊戲開發者分析用戶行為的數據分析能力。具有更長生命週期的遊戲更有可能將其相關知識產權獲得更高價值。有關遊戲的開發商一般於遊戲整個生命週期獲得廣泛的技術及運作經驗，並從有關經驗受益，從而減少研發及市場推廣成本，從而實現更好的盈利能力。

根據艾瑞諮詢報告，第七大道開發的遊戲擁有較同類遊戲而言更為長久的生命週期。例如，《彈彈堂》擁有逾九年的生命週期，遠遠超逾中國遊戲開發商開發的其他休閒射擊類遊戲所具有的平均四至十二個月的生命週期。《神曲》擁有逾七年的生命週期，遠超逾其他中國遊戲開發商開發的策略角色扮演類遊戲所具有的平均二至八個月的生命週期。於二零一七年四月推出的《彈彈堂》(手機版)預期亦將超過中國其他移動格式休閒射擊類遊戲的平均生命週期。

### 中國的手機遊戲市場

於二零一七年，中國手機遊戲公司產生的收益穩定增長並預期達人民幣1,489億元，較二零一六年增加81.9%。艾瑞諮詢相信，隨著付費用戶的數目及每名用戶的開支增加，未來三至五年，中國的手機遊戲市場將保持穩定增長。下圖顯示所示期間中國手機遊戲市場的歷史及預測收益。



中國的手機遊戲市場包括中國的手機遊戲公司於中國市場及海外市場產生的收益。於二零一七年，中國手機遊戲公司於海外市場產生收益穩定增長，佔中國手機遊戲總收益的26.5%。艾瑞諮詢相信，未來幾年，中國手機遊戲於海外市場產生的收益將繼續增加，到二零二二年會達到125億美元。該預期增幅主要歸因尋求進入海外市場的中國遊戲開發商數目日益增多，及網絡遊戲全球分銷的價值鏈及生態系統的改善，以及中國遊戲開發商對各類地域市場的本土用戶喜好的愈加了解。

### 中國的手機遊戲

儘管事實上自二零一二年起用戶規模增長，中國的可下載手機遊戲數量自二零一五年起逐步下降，手機遊戲用戶現時更重視遊戲質量，例如有趣的核​​心遊戲玩法、優異的功能、

## 行業概覽

愉快的視聽體驗及引人入勝的故事背景。遊戲開發商在提供高質量遊戲內容方面面臨激烈的競爭。該等趨勢表明網絡遊戲市場正在朝價值驅動消費發展，並已成為更成熟的遊戲經濟。

### 休閒彈射類手機遊戲

在中國，休閒彈射類遊戲為熱門的手機遊戲類型。按手機遊戲計，休閒彈射類遊戲的充值流水於二零一七年佔中國休閒類遊戲總充值流水的9.7%。於二零一七年，按總充值金額計，第七大道的旗艦手機遊戲《彈彈堂》以在休閒彈射類遊戲分部中64.1%的市場份額位列最頂尖的一款休閒彈射類遊戲。

### 產業鏈及競爭格局

中國手機遊戲市場的產業鏈主要包括開發商、發行商、發行渠道及付款渠道。遊戲發行商及發行渠道於其早期支配中國手機遊戲市場，而開發商在中國手機遊戲市場的角色愈見舉足輕重。中國遊戲開發商(1)透過第三方發行商或(2)直接透過網上應用程式市場發行手機遊戲。中國手機遊戲市場高度分散，遊戲開發商數量眾多，競爭激烈。

### 挑戰與機遇

大型外國遊戲公司及國內電腦遊戲公司開始進入手機遊戲市場，此可能導致業界各主要參與者的市場地位重新洗牌。此外，委聘手機遊戲發行商的成本上升，致使利潤率下跌。

然而，隨著手機及移動互聯網的日益普及，該行業已形成一個完整的產業鏈。用戶愈加習慣在線支付方法，此將幫助公司使其用戶基礎變現。

### H5遊戲

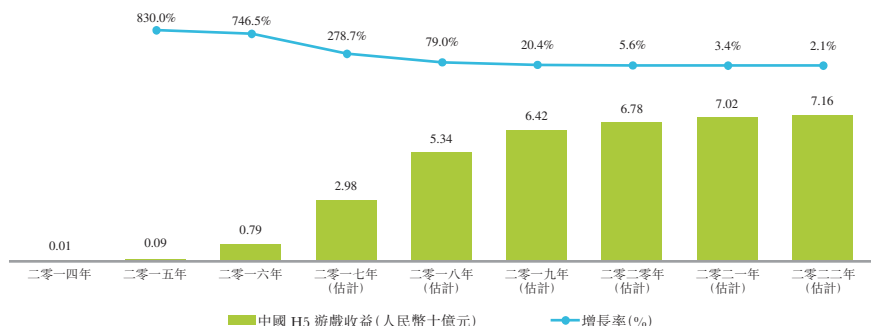
H5遊戲為藉助H5技術(一種標記腳本語言)開發的瀏覽器遊戲。H5技術為傳統Flash技術的另一種選擇(或為一種更高級的技術)。H5技術使得藉助一種代碼創造於任何標準兼容的網頁瀏覽器運行的強大遊戲成為可能。以H5建立的遊戲能夠在多種平台上運作，如智能手機、平板電腦、個人電腦及智能電視。用戶可隨時隨地暢玩遊戲，無須於個人電腦及移動設備安裝遊戲應用。H5遊戲現在一般於移動設備上暢玩。

### 中國H5遊戲的發展

在中國，H5遊戲自二零一四年起開始獲得網頁遊戲用戶的廣泛關注。由於其在跨平台上優異的表現，越來越多的網頁遊戲公司開始開發H5遊戲。艾瑞諮詢預期二零一七年H5遊

## 行業概覽

戲的收益將達人民幣29.8億元，於二零二二年預期將進一步增至人民幣71.6億元。下圖顯示所示期間中國H5遊戲的過往及預測收益。



於網頁遊戲開發領域具備經驗的開發商，較其他開發商擁有開發H5遊戲的優勢。H5遊戲的成功嚴重依賴用戶流量。網頁遊戲開發商通常具備經驗與不同分銷渠道進行合作，以取得用戶。因此，對於如何選擇合適的遊戲發行夥伴來實現所需的用戶流量數量，彼等擁有更深入的了解。憑藉技術及營運專業知識，網頁遊戲開發商在保留H5遊戲的遊戲玩家方面較手機遊戲開發商趨向於擁有更好表現。

### 挑戰與機遇

H5遊戲的發展為中國網頁遊戲公司帶來的挑戰與機遇並存。由於以H5操作的遊戲在多種平台上運作，網頁的覆蓋面巨大而有效。網頁遊戲公司能夠在網頁以及其他媒體上為其遊戲打廣告及作推廣，而非僅局限於應用程式市場。隨著H5遊戲的產品設計日趨成熟，中國出現有創意的各種格式H5遊戲。艾瑞諮詢相信，網頁遊戲公司相對其他遊戲公司具有優勢，原因是H5遊戲及網頁遊戲運營有多個相同之處。

然而，由於人們使用移動設備接入網頁的方式日益普及，H5遊戲正面對來自手機遊戲的激烈競爭。隨著更多的傳統網頁遊戲公司進入中國的H5遊戲市場，令競爭進一步加劇，而吸引及維持用戶的成本因此將日益增加。

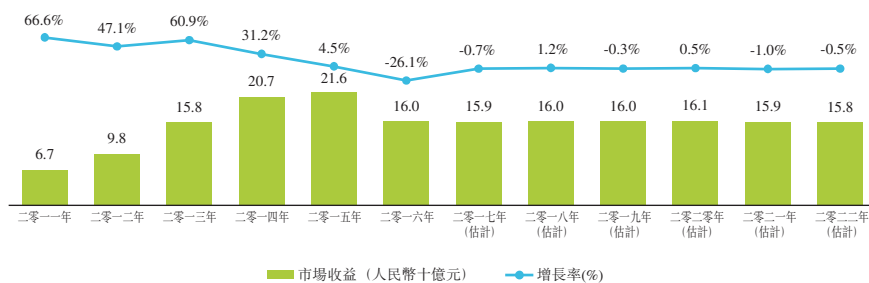
### 中國的網頁遊戲市場

過往，中國的網頁遊戲市場經歷巨大增長，其包括中國的網頁遊戲公司於中國市場及海外市場產生的收益。由於手機遊戲日益普及以及大多數網頁遊戲創作所用的Flash框架所導致的若干技術限制，自二零一六年至二零一七年，預期中國網頁遊戲公司的收益自二零一一年以來錄得首次輕微下跌。中國的網頁遊戲開發商正嘗試利用新互聯網技術（如Unity3d



## 行業概覽

及H5)開發網頁遊戲。隨著中國網頁遊戲市場日趨成熟，艾瑞諮詢預期未來中國網頁遊戲市場的收益將保持穩定。下圖顯示所示期間中國網頁遊戲市場的歷史及預測收益。



於二零一七年，中國的網頁遊戲公司於海外市場的收益預期達13.6億美元，超過其國內收益，並佔中國網頁遊戲市場總收益的56%。與中國網頁遊戲市場萎縮相對照，海外市場提供活力四射的業務環境及寬鬆的監管環境，利於競爭，為中國的網頁遊戲提供了增長機遇。隨著中國的網頁遊戲開發商持續拓展其海外足跡，艾瑞諮詢相信，未來三至五年，中國網頁遊戲的海外收益將繼續增長。

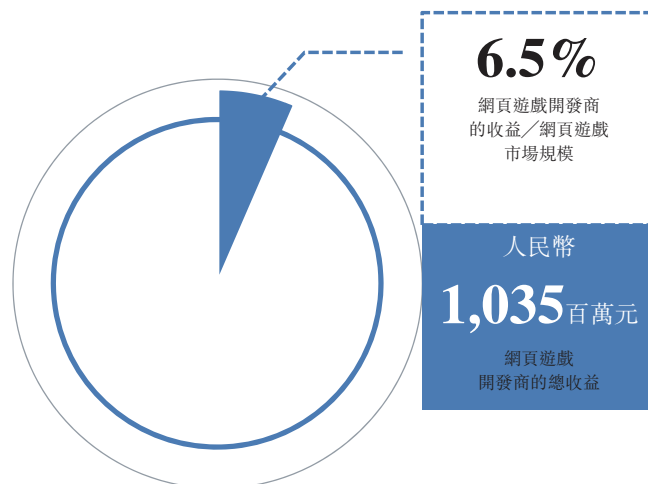
### 中國的網頁遊戲

中國網頁遊戲用戶數量於二零一五年達到峰值299.8百萬。儘管中國網頁遊戲的用戶總數自二零一六年起下跌，而每名用戶花在網頁遊戲上的平均時間在穩定增加。此外，二零一六年，中國網頁遊戲新開伺服器總數創下新高逾300,000台，且若干現有熱門網頁遊戲每年繼續增開數千台新伺服器。因此，艾瑞諮詢相信高質量的網頁遊戲在中國仍擁有巨大潛力。

中國網頁遊戲市場的眾多行業從業者涉足一個以上的行業鏈分部，從而在產業鏈各環節之間實現成本控制方面的協同效應。例如，中國互聯網娛樂巨頭騰訊已經擁有遊戲開發和發行的綜合實力，亦擁有綜合遊戲分銷平台及付款渠道。相比而言，部分業內從業者主要從事遊戲開發，並從遊戲開發業務中獲得絕大部分收益。網頁遊戲開發商的總收益(逾80%收益來自網頁遊戲開發業務)於二零一七年佔中國頁遊市場總額6.5%。一般而言，網頁遊戲開發商在策略上專注於以成本效益方式開發遊戲內容，並具備能力開發自身知識產權。彼等於挑選第三方遊戲發行夥伴方面擁有巨大靈活性。然而，網頁遊戲開發商趨向高度依賴彼等的業務夥伴，並且必須與其夥伴分佔大部分充值流水。此外，彼等必須面對來自其他競爭對手的挑戰，尤其是來自擁有強大財務資源可投資於其市場推廣的綜合網頁遊戲公司的挑戰。

## 行業概覽

中國整體網頁遊戲產業的  
網頁遊戲開發商於二零一七年的市場份額



### 角色扮演類網頁遊戲

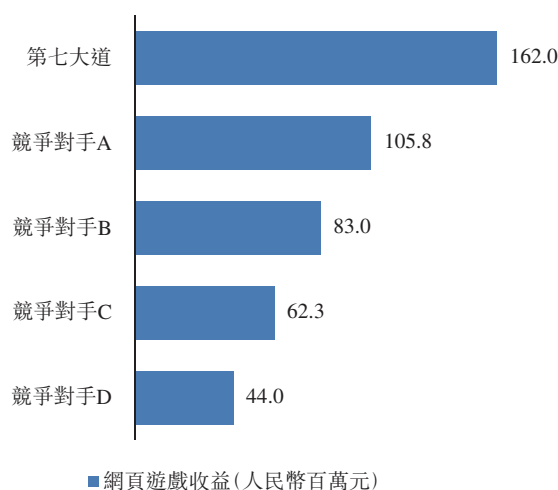
在中國，角色扮演類遊戲為最熱門的網頁遊戲類型，其產生的收益於二零一七年佔中國網頁遊戲市場整體的88.9%。第七大道的旗艦網頁遊戲《神曲》為一款角色扮演遊戲，就總充值金額而言，其在所有由中國公司開發的網頁遊戲中位居榜首。

### 產業鏈及競爭格局

中國網頁遊戲市場的產業鏈主要包括開發商、發行商及發行渠道。

於二零一七年，按從自研網頁遊戲所產生的收益計，第七大道為中國的最大網頁遊戲開發商（從網頁遊戲開發產生其80%以上收益）

於二零一七年的  
中國五大網頁遊戲開發商



### 挑戰與機遇

網頁遊戲公司日益面臨來自手機及H5遊戲公司的競爭。然而，該行業已形成成熟的產業鏈。用戶亦正習慣在線支付方法，此有助公司使其用戶基礎變現。