

行業概覽

本節及本文件其他地方所載資料及統計數據乃源自我們就[編纂]委託弗若斯特沙利文獨立編製的行業報告(「弗若斯特沙利文報告」)。我們相信有關資料及統計數據的來源適當，且於摘錄及轉載有關資料時已採取合理謹慎的措施。我們並無理由相信有關資料及統計數據在任何重大方面存在錯誤或具誤導性或遺漏任何事實致使該等資料不實或具誤導性。我們的董事經作出一切合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期以來，市場資料概無任何重大不利變動，以致限制本節內的資料或與之矛盾或對此造成影響。然而，有關資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士(不包括弗若斯特沙利文)獨立核證。有關資料及統計數據未必與在中國境內外編製之其他資料及統計數據一致。

資料來源

我們已委聘獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文就2014年至2023年期間全球手遊及相關市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文編製的報告於本文件內稱為弗若斯特沙利文報告。我們同意就編製及使用弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付人民幣650,000元的費用。

由於我們認為此等資料有助有意投資者了解手遊市場及相關市場，我們已將弗若斯特沙利文報告的若干資料載入本文件。弗若斯特沙利文的獨立研究包括自多個來源取得的有關手遊市場及相關市場的一手及二手研究。一手研究涉及與領先行業參與者及專家進行深入面談。二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文本身研究數據庫的數據。預測數據乃取自過往針對宏觀經濟數據進行的數據分析並參考特定行業相關因素。我們相信，此等資料的來源妥當，且我們在摘錄及轉載此等資料時已採取合理審慎的態度。我們並無理由相信此等資料於任何重大方面存在錯誤或具誤導性，或遺漏任何事實，致使有關資料於任何重大方面存在錯誤或具誤導性。除另有註明外，本節所載全部數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。

在編匯及編製研究時，弗若斯特沙利文假設相關市場的社會、經濟及政治環境於預測期內可能會維持穩定，確保手遊市場及相關行業穩步健康發展。此外，弗若斯特沙利文根據以下基礎及假設編製預測：中國及全球經濟未來十年很可能維持穩定增長，於預測期間的地區社會、經濟及政治環境很可能維持穩定。此外，手遊市場及相關市場預期根據對經濟體的宏觀經濟假設增長。

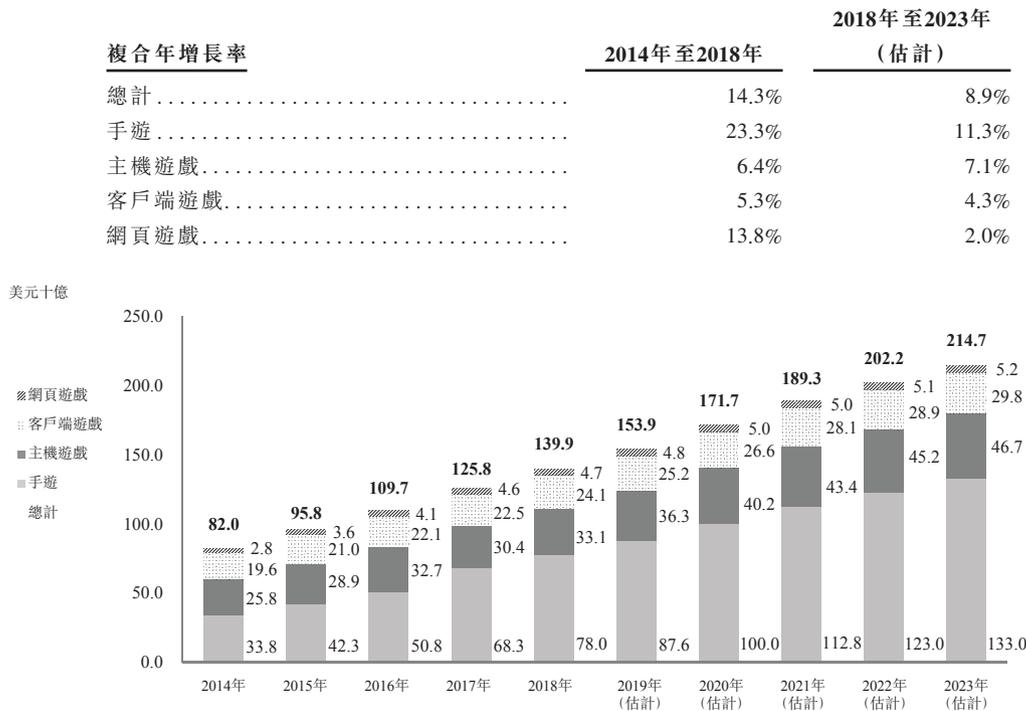
行業概覽

全球遊戲市場

全球遊戲市場概覽

遊戲狹義上指傳統意義上的電子遊戲，乃出於放鬆及享受目的而採取的一種娛樂方式。根據玩家所玩的遊戲平台，遊戲可以分為電腦遊戲、手遊及主機遊戲（專門開發的主機上運營及通常透過控制台與玩家互動的遊戲）。電腦遊戲可進一步分類為客戶端遊戲（需要下載到電腦才能玩的遊戲）及網頁遊戲。

根據弗若斯特沙利文的資料，全球遊戲市場於過往數年錄得穩定增長，由2014年的820億美元增至2018年的1,399億美元，複合年增長率為14.3%。全球遊戲市場預計增長至2023年的2,147億美元，自2018年以來的複合年增長率為8.9%。手遊市場分部取得顯著發展，由2014年的338億美元至2018年的780億元，複合年增長率為23.3%，其主要是由於移動手機的流行及移動互聯網的滲透加深，此在發展中國家及地區（比如中國和東南亞）尤為明顯。手遊市場有望保持該增長勢頭，於2023年達到約1,330億美元。以下圖表載列自2014年至2023年全球遊戲市場按收入計及按設備劃分的過往及預測的市場規模：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

特定地區的遊戲市場

美國

於2018年，按收入計，美國為全球第二大遊戲市場。美國遊戲市場在全球享有舉足輕重的地位，此與完善的人才培養制度密切相關。根據娛樂軟件協會的調查數據，到2018年年底，美國超過500個院校及大學已設立與遊戲相關的專業。同時，美國遊戲市場的僱員平均年度薪金高於美國整體平均薪水，因此，吸引了全球具專業知識的人才。

行業概覽

日本

日本長期以來以其動畫產業著稱，已累積了大量的優質知識產權資源。較之東南亞等發展中國家，日本的整個遊戲市場，包括手遊市場，已進入平穩階段。帶知名知識產權的遊戲通常已積攢龐大的粉絲群，相對而言，改編後往往具有更強的變現能力。因此，優質知識產權資源為日本遊戲市場持續發展奠定了基礎。

韓國

在政府的支持下，韓國遊戲市場多年來保持穩定發展。亞洲發行商，尤其是中國發行商正開拓韓國的手遊市場。過去幾年，越來越多的中國遊戲開發商已向韓國遊戲玩家發行遊戲(尤其是手遊)，且深受該等遊戲玩家的喜歡。由於亞洲地區國家的文化認同感類似，中國的手遊得到韓國遊戲玩家很高的認可。

香港及台灣

刺激本地遊戲市場發展的主要因素是海外遊戲湧入香港及台灣遊戲市場。本地遊戲分發商或代理與中國及新加坡等其他遊戲開發商合作，豐富了本地遊戲市場。這兩個地區穩健的宏觀經濟及高可支配收入亦為遊戲市場的發展提供了穩定的環境。此外，PayPal等線上付款方式的流行使遊戲用戶的在線支付更加便捷、快速及安全，優化了遊戲玩家的支付體驗。

東南亞

作為全球增長最快的經濟體之一，隨著智能手機更加快速的滲入及互聯網基礎設施的完善，預計東南亞在遊戲市場(尤其是手遊市場)的生命力會愈加旺盛。與此同時，遊戲開發商為提高遊戲體驗將更加關注遊戲升級，從而提高該等地區遊戲玩家的付費意願。海外遊戲開發商預期將更深入了解遊戲玩家偏好，並進一步開拓市場。

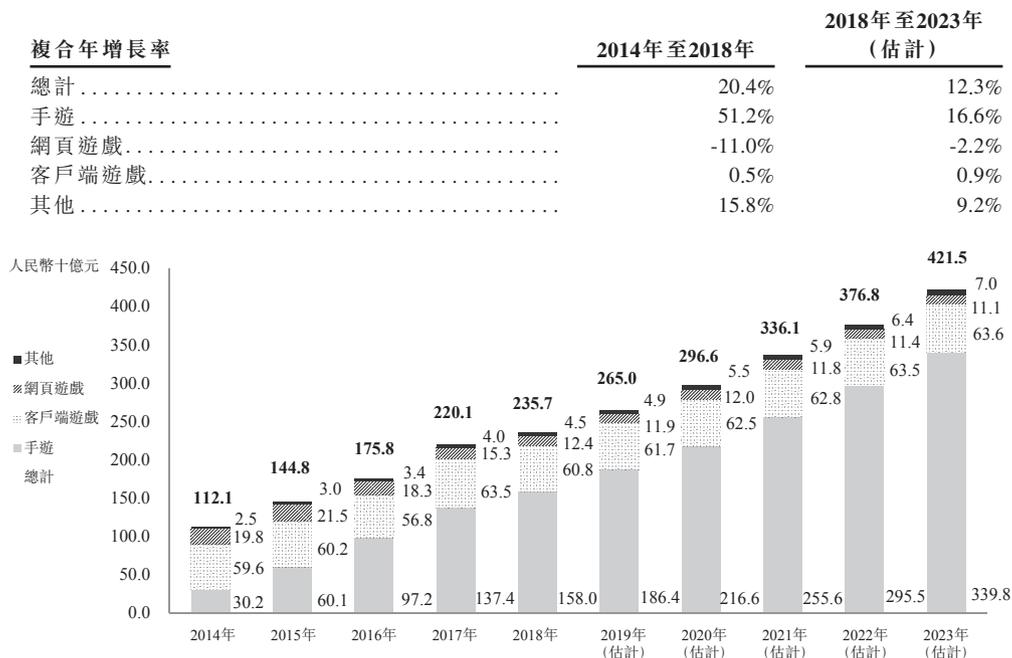
行業概覽

下表載列於所示年度按收入劃分的特定國家或地區的遊戲市場規模：

國家／地區	2014年	2018年 (百萬美元)	2023年 (估計)	複合年增長率	
				2014年至 2018年	2018年至 2023年 (估計)
美國					
遊戲市場	19,500.3	28,670.0	37,824.1	10.1%	5.7%
手遊市場	5,062.0	9,030.0	12,957.1	15.6%	7.5%
日本					
遊戲市場	8,329.8	13,778.7	17,144.6	13.4%	4.5%
手遊市場	4,353.0	7,361.6	10,080.0	14.0%	6.5%
韓國					
遊戲市場	7,742.0	9,117.2	10,559.9	4.2%	3.0%
手遊市場	2,622.0	4,831.2	6,902.3	16.5%	7.4%
香港及台灣					
遊戲市場	866.7	1,682.0	2,572.8	18.0%	8.9%
手遊市場	451.8	1,008.0	1,668.8	22.2%	10.6%
東南亞					
遊戲市場	1,609.9	3,199.4	4,858.1	18.7%	8.7%
手遊市場	669.3	1,658.9	2,863.4	25.5%	11.5%

中國遊戲市場

根據弗若斯特沙利文的資料，就收入而言中國於2018年為最大的遊戲市場。自2014年至2018年中國的遊戲市場按20.4%的複合年增長率增長，總收入於2018年達到人民幣2,357億元。中國遊戲市場的總收入預期將於2023年達到人民幣4,215億元，自2018年至2023年的複合年增長率為12.3%，主要受到手遊的預期增長所推動。以下圖表載列自2014年至2023年中國遊戲市場按收入計及按類型劃分的過往及預測的市場規模：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

一般來說，遊戲有兩大收入產生模式，即付費即玩及免費暢玩。付費即玩遊戲要求遊戲玩家支付初始費用購買以安裝遊戲；免費暢玩遊戲為免費安裝即玩的遊戲，該等遊戲

行業概覽

的收入由銷售遊戲內虛擬物品產生。目前，在中國遊戲市場，幾乎所有網頁遊戲和大部分手遊為網絡遊戲，而絕大多數網絡遊戲為免費暢玩遊戲。付費即玩遊戲包括一些通常具有精心設計的遊戲界面和創新遊戲內容的精品遊戲。

中國手遊市場

中國手遊市場概覽

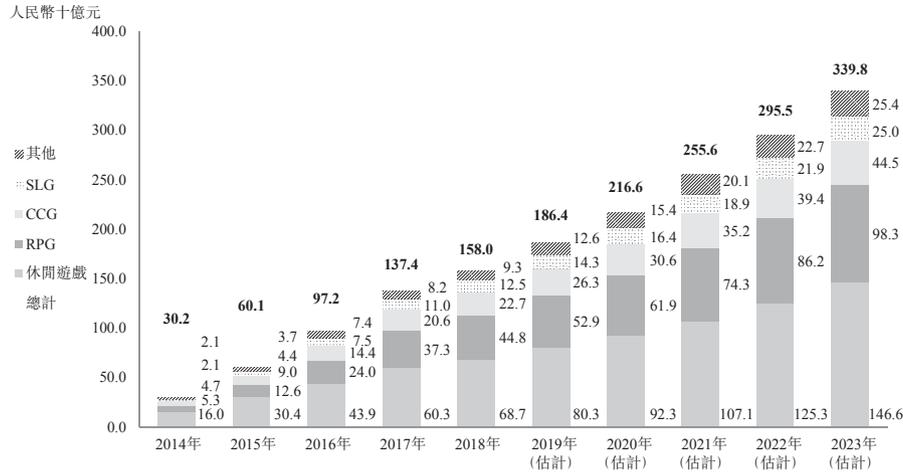
隨著中國智能手機的滲透率不斷上升且移動互聯網的覆蓋範圍持續擴大，手遊已成為移動娛樂活動的重要組成部分。獲益於移動設備的便攜性，更多人正轉向移動設備進行個人娛樂。這有助於中國手遊市場的快速發展，從而進一步促進整個中國遊戲市場發展。

在人們的消費能力相應增長(與日益增加的可支配收入相符)的健全宏觀經濟環境下，人們對豐富閒暇生活的文娛活動的追求日益顯著。此外，電子設備(尤其是手機)的普及便於用戶於閒暇時間嘗試手遊。在此背景下，中國手遊市場實現了快速增長，自2014年至2018年的複合年增長率為51.2%，估計將於2023年增長至人民幣3,398億元，主要是因為人們預期對手遊的消費將有所增強。

一般而言，手遊可基於各種遊戲玩法、主題進行分類，比如RPG、SLG、CCG、休閒遊戲及其他遊戲。其他遊戲包括採用二次元元素的動漫遊戲、射擊類遊戲、棋牌遊戲、體育遊戲等。手遊的所有遊戲類型於2014年至2018年經歷強勁增長，與整個手遊市場的增長一致。根據弗若斯特沙利文的資料，RPG及SLG於該期間內在主要分部中增長率最快，且由於遊戲特點及故事情節設定帶來的認同感，RPG的市場份額預期將保持增長。以下圖表載列自2014年至2023年按收入計及按類型劃分的中國手機遊戲市場的歷史及預測市場規模：

複合年增長率	2018年至2023年	
	2014年至2018年	(估計)
總計	51.2%	16.6%
SLG	56.2%	14.9%
CCG	48.2%	14.4%
休閒遊戲	43.9%	16.4%
RPG	70.5%	17.0%
其他	45.1%	22.3%

行業概覽

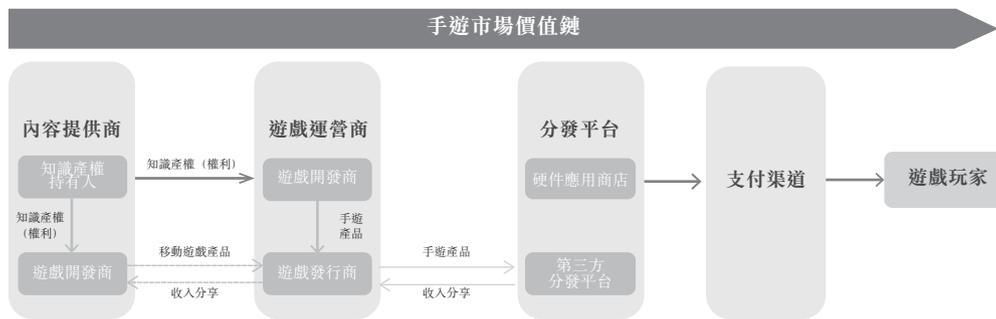


資料來源：弗若斯特沙利文報告

手遊的生命週期及行業價值鏈

一般而言，手遊的生命週期會經歷三個階段，即成長階段、成熟階段和衰退階段。在增長期（約佔遊戲生命期的前20%至30%的時間），用戶數量及遊戲產生的收入快速增長。在成熟期，遊戲持續產生收入，用戶基礎趨於穩定。至於衰退期（約佔遊戲生命期的最後20%的時間），隨著某些用戶對遊戲可能會失去興趣，遊戲面臨活躍用戶流失和收入減少情況。

下表闡釋了手遊市場的價值鏈：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

除遊戲玩家之外，通常還有四類不同的參與者參與手遊市場的整個價值鏈：

- **內容提供商**。內容提供商包括擁有手遊知識產權的內容創作者或知識產權持有者，以及通常由專業團隊組成的遊戲開發商，負責開發和設計遊戲內容，發佈前測試、手遊上線後持續優化，為與遊戲相關的遊戲玩家提供技術支持等。
- **遊戲運營商**。遊戲運營商主要負責遊戲的營銷及推廣；

行業概覽

- **分發平台**。分發平台包括硬件應用商店及第三方分發平台，負責向最終用戶銷售及分發手遊；及
- **支付渠道**。支付渠道在中國主要為支付寶、微信支付及Apple Pay以及海外的Apple Pay及Google Pay等在線第三方支付服務提供商。

市場驅動因素

下列因素預期將有助於中國手遊市場的增長潛力：

- **擴大互聯網覆蓋及降低通訊成本**。根據信息通訊發展局的資料，預計4G互聯網覆蓋將進一步擴大至偏遠鄉村及邊境地區，為當地居民帶來便利。中國的三大電信運營商亦積極響應相關計劃，降低寬帶及通訊價格。不斷擴大的互聯網覆蓋以及降低的寬帶成本能夠讓人們以更優惠的價格快速訪問移動應用程序，從而推動中國手遊市場的發展。
- **日益高漲的支付意願**。中國政府推動文娛產業升級，為人們從事相關活動奠定了堅實基礎。鑒於近年來可支配收入不斷增長，中國的消費者對娛樂活動（尤其是手機娛樂活動）一直表現出極高的支付意願。有關活動包括可在閒暇時間消遣的手遊。根據弗若斯特沙利文報告，2017年中國手遊用戶的付費比例超過60%。
- **來自遊戲玩家的多樣化及優質遊戲的需求**。不同年齡段遊戲玩家的需求亦能促進手遊市場的發展。與之前年代的人相比，表現出高消費能力的九零後一代被視作手遊的主要用戶。彼等熱衷於嘗試多種類型的遊戲，以獲取多樣化及有趣的遊戲體驗以及追求優質及創新元素的手遊。此外，中年人及老年人亦日益對遊戲表現出興趣，玩遊戲可豐富彼等的日常生活及退休生活。玩法簡單的遊戲或允許多人暢玩的遊戲往往對彼等更具吸引力。

未來趨勢

預計以下趨勢將持續對中國的手遊市場產生影響：

- **海外市場拓展**。日益增多的中國手遊運營商開始進入海外市場並探索潛在機遇。例如，與中國臨近的海外地區（如東南亞國家，包括泰國、越南、馬來西亞及菲律賓），其各自的手遊市場仍處於早期發展階段，因此對中國的手遊運營商極具吸引力。此外，韓國及日本等發達國家亦正成為中國的手遊運營商獲取豐厚利潤的必爭之地。

行業概覽

- **密切關注遊戲內容。**遊戲內容的質量被視作影響用戶粘性及用戶繼續暢玩以並為遊戲付費的主要因素之一。隨著中國手遊市場的競爭日益激烈，手遊運營商目前更加關注提高遊戲質量而非僅專注遊戲數量。
- **技術振興市場。**人工智能、增強現實、虛擬現實、全息技術及其他技術正不斷創新人們的工作及生活，並逐漸應用於手遊，該等技術可創造身臨其境的環境，以實現更佳及更具吸引力的互動遊戲體驗。配備高科技設備的手遊有望為中國手遊市場創造新的增長點。
- **專注遊戲玩家互動。**玩遊戲不僅被視作一種娛樂方式，亦為社交及聯繫的一種方式。尤其是對於喜愛玩多人遊戲的年輕遊戲玩家，彼等樂於互相分享及交流遊戲體驗。為滿足遊戲玩家不斷增長的互動需求，遊戲運營商預期會更加重視建立遊戲玩家社區或平台，而遊戲玩家可在此類社區或平台上發佈資訊、邀請遊戲夥伴及推薦優質遊戲，以提高遊戲玩家對遊戲的參與度及粘性。
- **遊戲類型多樣化。**中國的手遊市場在經歷飛速發展之後，有望於可預見未來保持相對穩定。在此情況下，遊戲運營商預期將專注於多樣化遊戲類型，並在遊戲中融入最新市場趨勢(如二次元或中國古代元素)，以進一步挖掘遊戲玩家偏好並滿足不同年齡段消費者的多種需求。

准入壁壘

手遊行業的新市場進入者面臨一系列壁壘。

- 就遊戲開發商而言，技術知識及敏銳的市場嗅覺為新准入者的兩大准入壁壘。先進的技術引擎可幫助簡化遊戲開發、測試及遷移，連同專業人才團隊可令遊戲開發商更有效地開發遊戲。然而，新准入者仍需時日建立專業的團隊或為有效的遊戲開發取得技術知識。然而，根據流行知識產權改編的手遊傾向於在短時間內吸引大量的忠實遊戲玩家，且於透過品牌促銷獲得遊戲玩家前，不具有粉絲基礎的新開發遊戲可能需要花費大量時間。因此，恰當地積累流行知識產權的敏銳市場嗅覺對遊戲開發商而言至關重要，且新准入者獲得熱門知識產權的競爭力不如該等成熟的遊戲開發商。
- 就遊戲發行商而言，彼等深入理解遊戲玩家的喜好和市場趨勢以使彼等升級其遊戲版本、啟動新遊戲功能或調整分發策略。對遊戲玩家及市場了解甚少的新准入者將會發現其很難跟上市場動態，從而對彼等成功的能力造成不利影響。

行業概覽

- 就分發平台而言，獲得大量用戶群的能力被視為一項准入壁壘。現有分發平台如移動硬件應用已利用用戶流量，大量第三方分發平台已建立市場信譽。因此，新准入者快速獲得用戶基礎的能力實屬不易，且不具備用戶基礎彼等傾向於不能與知名遊戲開發商及發行商合作。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，2018年中國的手遊市場相對集中，前五大公司貢獻收入人民幣1,217億元，佔市場總收入的77.0%，前兩大公司因其多元化業務組合、成熟的品牌聲譽及較大的用戶基礎而比其他參與者具更無可比擬的優勢，以中國手遊市場的收入計，全部市場份額超過65%。以2018年運營手遊收入計，本集團在中國手遊市場排名第十八位，市場份額為0.9%。

下表載列於2018年按來自手遊的收入計其來自海外市場的遊戲運營收入計所得遊戲運營收入佔自身遊戲運營收入50%以上的前五大手遊公司。

排名	公司	主營業務	2018年的手遊收入 (人民幣十億元)	佔2018年 中國手遊市場的 市場份額
1	公司A	遊戲開發及運營	5.4	3.4%
2	公司B	遊戲開發及運營	5.0	3.1%
3	公司C	遊戲開發及運營	3.1	2.0%
4	公司D	遊戲開發、分發及運營	2.6	1.6%
5	本集團	遊戲開發、分發及運營；遊戲社區及 平台運營	1.4	0.9%
總計			17.5	11.0%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

下表載列於2018年按分發手遊的收入計手遊業務覆蓋全球的(即在國內及海外發行和運營遊戲)且已開發自有手遊分發平台的前五大手遊公司：

排名	公司	主營業務	2018年的手遊收入 (人民幣十億元)	佔2018年 中國手遊市場的 市場份額
1	公司E	遊戲開發及運營；提供互聯網服務	77.8	49.2%
2	公司F	遊戲開發及運營；提供互聯網服務	28.0	17.7%
3	公司G	遊戲開發及運營	1.5	1.0%
4	公司H	遊戲開發、分發及運營；社交平台運 營	1.5	0.9%
5	本集團	遊戲開發、分發及運營；遊戲社區及 平台運營	1.4	0.9%
總計			110.2	69.8%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

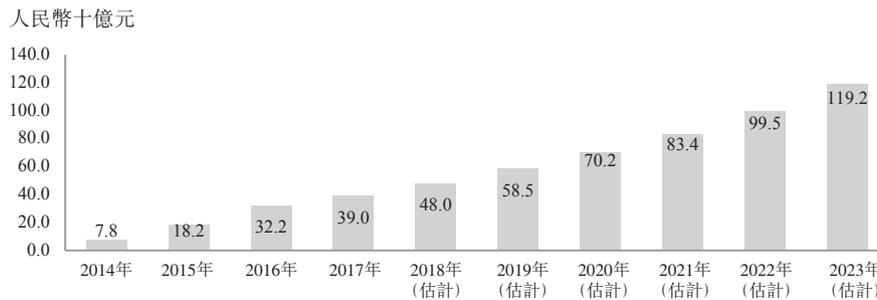
行業概覽

中國手遊海外市場

中國海外手遊指由中國遊戲運營商在海外市場發行的手遊。飛速發展的中國手遊市場激勵遊戲開發商專注於提升遊戲內容及質素，為彼等將本土手遊推向海外市場奠定基礎。

根據弗若斯特沙利文的資料，2014年至2018年中國海外手遊的市場規模錄得複合年增長率57.5%的顯著增長，且預計2018年至2023年將以複合年增長率20.0%的速度增長。下圖載列2014年至2023年中國海外手遊按收入計的歷史及預測市場規模：

	2014年至2018年	2018年至2023年 (估計)
複合年增長率	57.5%	20.0%



資料來源：弗若斯特沙利文報告

尤其是，中國手遊在韓國的市場規模持續上漲，以64.6%的年複合增長率由2014年的人民幣3億元增長至2018年的人民幣22億元。預期有關市場將於可預見未來持續增長。下表載列2018年以充值流水計韓國手遊市場的前五大中國手遊海外遊戲運營商：

排名	公司	主營業務	2018年 中國海外手遊 在韓國的充值流水 (百萬美元)
1	本集團	遊戲開發、分發及運營；遊戲社區及平台運營	88.7
2	公司I	遊戲運營	60.5
3	公司J	遊戲運營	52.0
4	公司K	遊戲開發及運營	33.6
5	公司B	遊戲開發及運營	25.8

資料來源：弗若斯特沙利文報告

手遊分發平台市場

手遊分發平台市場概覽

手遊分發平台指提供手遊下載和相關服務的網絡平台，其在手遊行業價值鏈中發揮著重要作用。隨著移動互聯網技術的發展和智能手機的升級，透過有關在線平台分發手遊成為通過智能手機提供遊戲的一個主要手段，且由其提供的便利已允許更多的遊戲開發商創造及通過這些手遊分發平台分發遊戲，因而手遊行業已大幅增長。

行業概覽

手遊分發平台類型及變現模式

手遊分發平台可分為兩類：硬件應用程序商店和第三方分發平台。硬件應用程序商店指通過手機或移動設備品牌運行的應用程序商店，這些商店一般在客戶購買若干移動設備前預先安裝在移動設備上。第三方分發平台指由非移動設備品牌運行的應用程序商店，主要有以下三種：(i) 通常由已經積累大量互聯網流量的互聯網公司巨頭運營的第三方綜合應用程序商店；(ii) 提供遊戲相關資訊、遊戲點評和評分系統，以及手遊下載及玩家互動渠道的遊戲社區平台；隨著提供的內容更加專業、質量更高，該等平台在手遊用戶中的人氣越來越旺；及(iii) 其他，包括主要功能並非遊戲或遊戲相關的視頻應用程序和社交網絡應用程序等非傳統遊戲分發平台。

手遊分發平台進行變現的兩種基本模式：(i) 聯合運營模式，遊戲開發商和遊戲發行商可通過這種模式與手遊分發平台共同合作，並與手遊分發平台進行收入分成；及(ii) 廣告模式或免費分發模式，遊戲開發商和遊戲發行商通過這種模式從手遊分發平台上購買廣告空間以推廣遊戲。

市場驅動因素

以下因素預計將為中國的手遊分發平台帶來增長潛力：

- **遊戲市場日益開放。**鑒於近期中國政府大力推動數字文化行業發展和國內智能手機的大力發展，中國遊戲市場日益開放，從而推動了中國手遊分發平台行業發展。預計將會有更多手遊將通過手遊分發平台分發，亦預計中國政府將鼓勵中國的手遊分發平台進入海外市場。
- **移動硬件和寬帶手機網絡技術的發展。**為進行有效競爭，智能手機製造商正在通過硬件升級提升其產品的計算能力和其他功能(如屏幕分辨率和尺寸)。該硬件升級亦有助於提升通過智能手機玩手遊的用戶的體驗，從而帶動手遊分發平台行業的發展。此外，第五代寬帶手機網絡技術(5G)預計在未來幾年內推向中國市場，此舉可提升移動設備最大可實現的數據獲取及交換速率，進而提升用戶通過手遊分發平台下載手遊的意願。

行業概覽

未來趨勢

下列趨勢預計將繼續影響中國的手遊分發平台：

- **通過技術發展轉型。**大數據和雲計算等技術的不斷發展一直影響著中國手遊分發平台行業。這些技術不僅通過讓用戶積極參與手遊而改變其遊戲體驗，而且對手遊下載產生了巨大影響。手遊分發平台能夠通過這些技術收集和分析用戶數據，並推薦符合用戶興趣的手遊，從而實現更有效的變現。
- **社交網絡功能的流行。**消費者不斷傾向於通過社交平台獲取新聞、個人更新和手遊相關資訊。因此，手遊分發平台預計將引入社交網絡功能以迎合用戶的社交喜好，此舉預計會有助於用戶在選擇新手遊時作出更加明智的決定。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文報告，於2018年，以平均月活躍用戶計，TapTap在中國的遊戲社區平台中排名第一。其他參與者包括傳統的遊戲新聞網站及TapTap的追隨者。下表載列以2018年的平均月活躍用戶計，中國的前五大遊戲社區平台：

排名	遊戲社區平台	功能	2018年的平均月活躍用戶 (百萬)
1	TapTap	社交功能、遊戲評分及排名、遊戲推薦、遊戲論壇	15.0
2	平台A	社交功能、遊戲評分及排名、遊戲推薦、遊戲新聞及直播	13.2
3	平台B	社交功能、遊戲評分、遊戲論壇、遊戲新聞及遊戲視頻	12.1
4	平台C	社交功能、遊戲評分及排名、遊戲推薦、遊戲新聞及遊戲論壇	10.3
5	平台D	社交功能、遊戲評分及排名、遊戲推薦及遊戲論壇	4.1

資料來源：弗若斯特沙利文報告