



# 2010 年 香港及澳門網絡遊戲產業調查 市場報告

策劃：香港中文大學新聞及傳播學院馮應謙教授（電郵：[anthonyfung@cuhk.edu.hk](mailto:anthonyfung@cuhk.edu.hk)）

協力：香港遊戲產業協會



## 內容

- 1 市場環境----- p 3
- 2 研究簡介及結果----- p 4- 8
- 3 香港遊戲產業優勢及競爭情況----- p 9
- 4 對產業未來發展的建議----- p 10 - 11



# 1 市場環境

亞洲（以韓國和日本最為顯著）及美國市場均已顯示，與其它的創意產業一樣，遊戲業，及其二級市場和創意群聚，是構成國內生產總值的重要推動力之一。根據韓國傳媒提供的資料顯示，世界遊戲產業的規模高達 8574 億港元，遠遠超於 6626 億港元的電影市場及 1239 億港元的音樂市場。與此同時，遊戲產業的發展潛力相當龐大，預料將於 2014 年達到 1 兆 1140 億港元。參考台灣資策會 MIC 在 2009 年提供的數據，台灣的遊戲市場在 2008 年規模達 104 億，而新聞出版總署去年公佈，中、港、台三地在 2008 年的網遊產業的實際銷售收入超過 250 億港元，為電信業、IT 業等帶來直接收入高達 600 億港元。

遊戲產業是一個甚為全球化的產業，而其中亞洲更擔當非常重要的角色。中國大陸、台灣、日本和韓國等在網上遊戲的研發上逐漸成熟，而東南亞國家則為正快速增長的市場，其中以越南和馬來西亞的增長最為顯著。此外，網絡遊戲為不同市場而本土化的版本亦漸漸普遍。《2010 年韓國遊戲產業白皮書》表明，2009 年韓國遊戲產業全球銷售額為 442 億港元，佔國內生產總值的 0.6%，而同年網絡遊戲卻佔遊戲產業的 56.4%。換句話說，網絡遊戲佔韓國的國內生產總值的 0.3%。

與香港相較，香港網遊產業在 2009 年只有 5.2 億，佔國內生產總值的 0.03%。由此可見，香港遊戲產業的可發展空間很大。



## 2 研究簡介及結果

### 2.1 研究簡介

縱然遊戲產業在全球、亞洲及本土具備龐大的潛力及可塑性，目前我們卻沒有關於香港遊戲產業的任何基線研究，包括市場潛力和社會效應的分析，也缺乏一個綜合配套的文化政策以扶持和發展這一新興產業，最大限度只是挖掘遊戲產業與其它創意產業、人才和產品之間的協同效益。有見及此，香港中文大學新聞及傳播學院在研究資助局（Research Grants Council）的支持（編號為 RGC SPPR Project CUHK4001-SPPR-09）進行一項名為《香港遊戲產業：文化政策、創意及亞洲市場》的研究。適逢香港遊戲產業協會進行每年的香港網上遊戲產業調查，我們希望以第三者較為客觀的角度，分析遊戲產業在 2010 年於香港發展的狀況。

建基於對相關資訊及政策的緊迫需求，本研究旨在從一種國際比較視野對香港的遊戲產業進行一次綜合性研究。我們將根據從香港、中國內地，亞洲及其他地區收集來的實證資料，為政府起草發展遊戲產業及規範遊戲業社會效應的文化政策方案。並且，基於遊戲消費者的資料和遊戲產業發展的成功案例，為香港遊戲產業提供商業戰略以擴大他們的運營範圍，以及拓展他們在中國和亞洲其他地區的市場份額。這些戰略的重要性不僅在於刺激香港的經濟發展、擴大對外出口，而且將對把香港塑造成為亞洲地區性創意產業的中心發揮巨大作用。簡單來說，是次研究的目標包括向政府提出有助發展香港遊戲產業的文化政策，為業界構思商業策略，發掘亞洲及中國遊戲市場的潛力及提出平衡政策、商業及社會文化三方面的方案。長遠來說，這次研究亦希望探索創意產業之間，甚至是創意產業與非創意產業如何進行跨產業的合作。

調查報告主要分「遊戲市場報告」及「遊戲用戶報告」兩份，調查為六個階段：首個階段始於 2010 年 12 月，以籌備研究計劃的方法及內容為主；第二階段始於 2011 年 1 月，主要是向香港遊戲產業協會六位常務理事及協會召集人討論研究細節；第三階段始於 2011 年 2 月，主要是資料的蒐集，向香港遊戲產業協會 30 間會員公司發出問卷；第四階段為 2011 年 2 月到 5 月，向網遊公司負責人作深入訪談；第五階段為 2011 年 4 月到 1 日，完成「遊戲市場報告」。第五階段則是 2011 年 5 月，通過具代表性的抽樣方法抽出 300 樣本，向本港網吧及遊戲舖作出研究；最後階段亦於 2011 年 5 月開始，透過香港中文大學的傳



播研究中心抽出具代表性的 800 個樣本，以電話訪問的方式，向全港進行問卷調查，2011 年 6 月完成「遊戲用戶報告」。

香港中文大學新聞及傳播學院非常感激香港遊戲產業協會和各成員的協助，從業界獲取一些統計資料，並向公司作出深入訪談。

## 2.2 研究結果

### 2.2.1 遊戲研發及代理市場

據香港遊戲產業協會在 2009 年進行的調查顯示，香港網絡遊戲的總收入為 5 億 2 千萬，並預計 2010 年為港幣 6 億 3 千萬及 2011 年為港幣 7 億。比較是次調查的結果，香港網遊市場規模約 6 億 5 千萬，正增長為 1 億 3 千萬，較預期增長高出 2 千萬，仍然只是佔國內生產總值的 0.03%。與此同時，目前業界較具規模的遊戲公司已有 36 間，而它們的投入資本更高達 1 億 3 千 200 萬。

2010 年的網遊公司收入排名<sup>1</sup>與去年相同，分別為：

- 第一位：遊戲橘子
- 第二位：智傲控股
- 第三位：中華網龍
- 第四位：智凡迪
- 第五位：遊戲新幹線

以名列三甲的遊戲橘子、智傲控股及中華網龍為例，三間公司在市場各有定位。遊戲橘子為台灣上市公司香港分公司，在香港成立十年，以產品多元化為比較優勢，並多以韓國遊戲為主，如龍之谷、CS online 等。至於智傲控股則是本地最具代表性的公司，擅長代言人及動漫品資源，集合代理、研發及媒體的優勢，以營運中國研發產品為主，更獲特首高度評價。中華網龍則是台灣最大研發公司的香港分公司，每年推出 4 至 5 套自主研发的遊戲，內容多以武俠為題材，或以改編小說及漫畫作品為主，作品包括《天子傳奇 online》及《黃易群俠傳 2》。按收入排名首五間公司的營業額佔全港營業額接近七成。

### 2.2.2 遊戲渠道點及零售商市場

<sup>1</sup>由於智冠科技只是負責賣卡的銷售，屬於通路部分，因此它並沒有包括在內。



網吧作為網上遊戲其中一個重要渠道點，在接近一百萬的玩家之中，有約 10% 的玩家在選擇在網吧玩網絡遊戲。全港的網吧共有 141 間，其中有 28% 屬 IONE 而陽光網絡則約佔 20%。兩大集團在市場營業額上各佔 20%，其餘則由小型的網吧佔據市場。網吧顧客的年齡層不但以學生為主，而且還有專業人士，情況則因地區而異。

至於香港及澳門區的五大零售商市場，其佔有率則如下：

第一位：7-11 便利店（963 間）	佔 37%
第二位：遊戲舖（77 間）	佔 27%
第三位：OK 便利店（313 間）	佔 12%
第四位：E 票聯	佔 12%
第五位：其它 <sup>2</sup>	佔 12%

### 2.2.3 遊戲類別及十大最受歡迎網絡遊戲

觀乎香港區 2010 年遊戲類別的市場佔有額，當中仍主要以角色扮演為主（佔 77%），其次為休閒遊戲（佔 16%），最後為網頁遊戲（佔 7%）。

根據香港四大遊戲媒體 2000fun 論壇、Nakuz 論壇、《PC Game Weekly》遊戲雜誌及《G-Zone》遊戲雜誌提供的數據，2010 年度香港及澳門區十大最受歡迎網絡遊戲（排名不分先後次序）<sup>3</sup>包括：

《魔獸世界》	（智凡迪）
《魔物獵人 Online》	（新幹線）
《天龍八部 Online》	（智傲控股）
《CS online》	（遊戲橘子）
《龍之谷》	（遊戲橘子）
《Fantasy Earth Zero》	（遊戲橘子）
《跑 Online》	（戲谷）
《中華英雄 Online》	（中華網龍）
《SD 高達 Online》	（智傲控股）
《夢之希望》	（天宇科技）

<sup>2</sup>其它包括利源書報社有限公司、Now.com.hk、香港寬頻、港鐵有限公司、澳門電訊有限公司及 Ba-bi。

<sup>3</sup>研究將稍後訪問用家調查香港及澳門區十大最受歡迎網絡遊戲。



## 2.2.4 香港區 2011 年收入規模的預測

香港及澳門區網遊活躍玩家的人數已由去年的 60 萬增加至 80 萬，而人均付費<sup>4</sup>亦由 250 至 350 港元增加至 350 至 400 港元。然而，最高在線人數卻保持 12 萬的水平，與去年相同。

觀乎香港及澳門區人口約有 807 萬，以同樣是中文繁體市場台灣作比較，台灣人口約為 2316 萬人，2010 年台灣網上遊戲市場規模為新台幣 125.7 億（即港幣約 33.8 億）。按人口比例，港澳是台灣 1 比 3，以 2010 港澳及台灣營業額比例為 1 比 19。目前台灣已有 9 間遊戲公司上市，包括了中華網龍、華義、鈞象、宇峻、歐買尬、智冠、大宇、昱泉及橘子。遊戲公司上市在香港則尚未普遍。由此可見，遊戲產業及市場在港澳還有很大的發展潛力。

## 2.2.5 遊戲產業的人才結構

根據調查結果顯示，遊戲產業目前已聘請 277 名員工，當中的年齡平均數多是 20 歲至 36 歲，平均年齡為 28 歲。由此可見，行業普遍聘請年輕人為主。現時業界所聘用之員工的學歷多是中學或以下（佔 49%），其次是大專程度（佔 30%），最後則是大學或以上（佔 21%）。雖然高學歷人士的數目在增長，但是他們在業界佔的比例並不算高。業界的人工中位數為港幣 12400，然而部分公司的人工中位數卻高達港幣 22000。

## 2.2.6 香港政府支持的網遊行業政策

香港區政府於 2005 年及 2009 年 CEPA 補充協議中，為香港的網路遊戲業爭取以下的優惠：

2005 年 CEPA 補充協議三：

允許香港服務提供者在內地設立內地方控股的互聯網文化經營單位和互聯網上網服務營業場所。

2009 年 CEPA 補充協議六

在申請材料齊全的情況下，對進口香港研發的網路遊戲產品進行內容審查（包括專家審查）的工作時限為 2 個月。

<sup>4</sup>人均付費是以每月總收入除每月付費人數所計算出來。



## 2010 年補充協議七

### (10.A 文娛服務)

允許香港服務提供者在內地設立內地方佔主導權益的合作互聯網文化經營單位和互聯網上網服務營業場所。

香港區政府於 2009 年撥款三億港元成立創意香港辦公室，為香港創意產業提供協助，香港遊戲產業協會召集人施仁毅先生更被邀成為創意香港辦公室審批委員會成員。

此外，特首曾蔭權在 2009 年的施政報告中曾指出「文化創意」作為香港六大產業之一。特首曾蔭權特別在 2009 年參觀本地遊戲商智傲控股，了解開發及產業情況，並表現將全力支持發展遊戲，2010 年香港遊戲產業協會得到特區政府創意香 辦公室撥款 400 多萬贊助「亞洲網絡遊戲大獎」，並得到九個地區支持，包括：中國、台灣、韓國、菲律賓、越南、泰國、馬來西亞、香港、新加坡，務求將香港打造成為亞洲遊戲產業的交易平台。



## 3 香港遊戲產業優勢及競爭情況

### 3.1 香港遊戲產業市場優勢

根據香港與台灣市場的人口比例，香港網遊市場有望在五年內發展至 10 億，而香港可定位為大中華區和東南亞遊戲的交易中心。首先是香港可利用 CEPA 合法進入國內市場，加上香港與珠三角同屬粵語文化。香港人才可與深廣人才合作，開拓全新視野遊戲產品，打造珠三角 7000 萬人口粵語系市場。

### 3.2 營運遊戲業務的挑戰

成本上漲是香港代理遊戲業務面對的最大挑戰。第一是宣傳的成本高昂，如廣告費或聘請代言人等。第二是租金的攀升，令遊戲公司的營運成本上漲。除了營運成本以外，人才方面亦是業界面對的另一難題。首先是遊戲產業的正面形象尚未建立，有志在遊戲業界發展的人才不多。其次是專上學院的課程內容與業界脫軌，遊戲公司較難聘請具相關技術、經驗及知識的人才。

### 3.3 研發遊戲業務的困難

隨著對遊戲內容本土化的需求日增，部分企業開始在市場本土研發，務求從以當地的文化、歷史及社會環境製作出一套廣受歡迎及深入民心的網上遊戲。礙於香港的市場細小，加上人力資源成本相對其它地區較高，在香港作研發的企業數目不多，而大部分遊戲公司主要以代理為主。然而，由於部分市場的司法系統的管束較嚴，在發展中市場進行研發仍然存在一定的風險。



## 4 對產業未來發展的建議

### 4.1 落實 CEPA 計劃，讓遊戲產業的公司能夠真正受惠

雖然 CEPA 計劃已為遊戲產業提供一定的優惠，但是計劃在落實方面仍有一定程度的限制。其中以遊戲內容審查最具代表性。即使香港的遊戲產品可通過 CEPA 到國內銷售，然而其審查過程卻是以對待外國遊戲產品的標準量度，大大增加香港遊戲進入大陸市場的難度。政府應加強與內地政府的溝通，簡便內容審查的過程，便利香港遊戲產品進行國內市場的過程。

### 4.2 與業界溝通合作，利用香港大專學府培訓相關人才

不少業界人士表示，招攬合適人才是他們面對的主要困難之一。究其原因，主要與目前缺乏合業界需要的培訓及遊戲產業的形象尚未建立有關。縱使部分專上學府具專為遊戲產業而設的課程，但是當中教授的內容及課程安排的重心，往往與業界的真正需要不符。因此，政府應安排香港的大專學府與業界多加溝通和合作，度身訂造合適的培訓課程。此外，政府亦應舉辦一些活動，如講座等，協助遊戲產業建立一個更加正面的形象，吸引更多人才。

### 4.3 配合文化優勢，發展東南亞市場

東南亞為遊戲產業的一個新興市場。這為香港遊戲產業帶來兩方面的機遇：第一是東南亞的華僑市場。由於東南亞的華僑多為粵語人口，所以香港遊戲產業可將與珠三角合作製成的遊戲產品推廣到東南亞的華僑市場。第二是利用東南亞的文化資源研發出合乎東南亞本土文化的遊戲產品。觀乎東南亞國家之間的地理鄰近及文化相近，遊戲公司可聘用當地人才，製作切合當地文化的遊戲，打入當地市場。

### 4.4 配合研發技術，發展跨平台市場

有見智能手機逐漸普及，手機遊戲將成為遊戲產業未來的商業機會之一。與此同時，目前手機平台並未與網上遊戲的平台連接。建議業界可與手機平台供應商合作，例如 I-phone 及 Android 等，發展出跨平台市場。



#### 4.5 開發網上收費平台

觀乎網上遊戲的主要客源為年輕人，然而網上收費平台需要信用卡方能付費，對大多數沒有信用卡的年輕人並未能提供便利。因此，建議政府、業界及相關的商業團體合作，發展其它形式的網上收費平台，如以「易辦事」（直接在銀行戶口過數）的方式繳費等。有關當局可參考國內的做法，如支付寶等。