

2016

# 台灣遊戲市場

Taiwan Games Market White Paper

白皮書





# 序

MIC 估計，2015 年台灣遊戲市場規模達新台幣 420 億 3 千 9 百萬元，預估 2019 年將達新台幣 530 億 2 千 4 百萬元，年複合成長率 6%。值得注意的是，過去位居市場主流的電腦線上遊戲，2015 年市場占比僅達 28.4%，反觀近 5 年才出現的智慧手機遊戲，市場占比則攀升至 57.8%。

台灣遊戲市場正處於變化快速、預測不易的局面，企業欲提升市場競爭力，除加強技術研發外，對玩家型態及行為的掌握也同等重要。為增進台灣遊戲產業對台灣市場發展、玩家主體的理解，MIC 特編撰『遊戲市場白皮書』，透過嚴謹之調查與解析，建立長期可追蹤、比較的市場調查指標，協助遊戲業者或關注台灣遊戲市場的相關業者掌握市場脈動。

本書主要分為兩部分，第一部分從市場研究的角度出發，透過業者訪談、次級資料與市場調查等方法，推估 2015 年台灣四大主要遊戲平台（電腦線上、電腦網頁、智慧手機、電玩主機）的市場規模以及未來 4 年的成長預測。第二部分從用戶研究的角度出發，透過結構與非結構式的網路調查，分析不同平台玩家的持有裝置、遊玩行為與付費行為，並反向分析 2015 年下半年，各平台中最多玩家正在遊玩的前五名遊戲其各自的玩家組成樣貌。

台灣遊戲市場進入新時代，需要更多資訊以釐清嘈雜紛亂的局面。本書將帶您掌握台灣遊戲市場與玩家的關鍵脈絡，創造新價值。



## 目錄

第 1 章	研究說明·····	P11
第 2 章	遊戲產業概述·····	P17
第 3 章	台灣遊戲市場規模·····	P25
第 4 章	玩家基本現況分析·····	P31
第 5 章	電腦線上遊戲玩家分析·····	P45
第 6 章	電腦網頁遊戲玩家分析·····	P65
第 7 章	智慧手機遊戲玩家分析·····	P85
第 8 章	電玩主機遊戲玩家分析·····	P109
第 9 章	四大平台主流遊戲用戶分析·····	P129
第 10 章	玩家綜合興趣調查·····	P173

# 第 1 章

## 研究說明

---

本章說明本書的研究範疇與研究方法，以清楚界定本書所有數據與論述的適用對象。

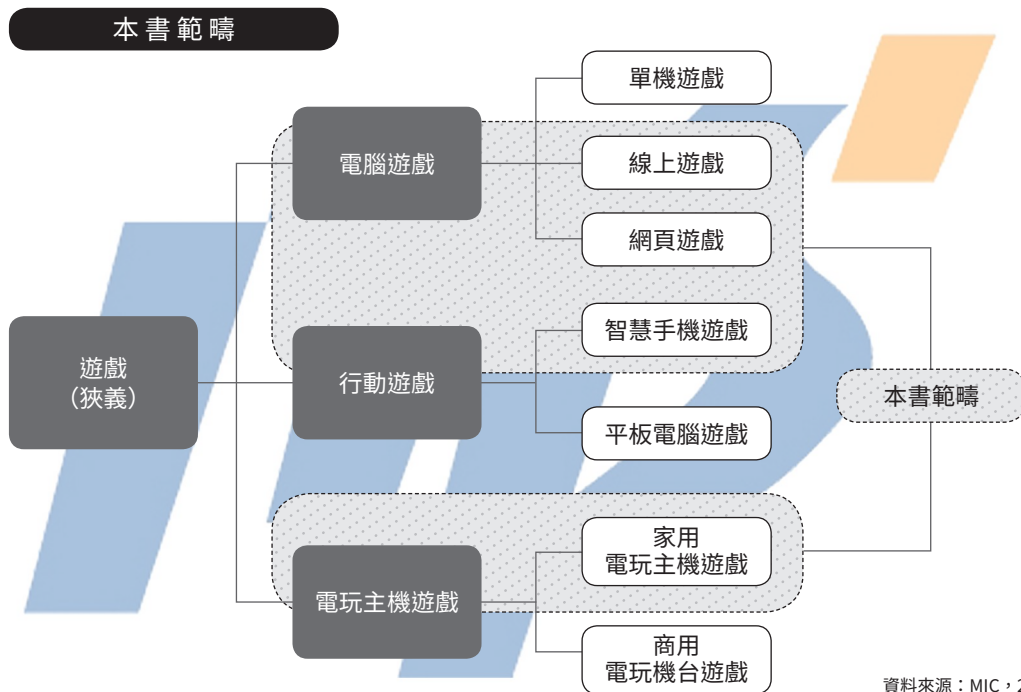
---

# 1 本書研究範疇

廣義的「遊戲」指的是一種具有明確規則、既定目標、與競爭輸贏的活動，其表現與實踐的形式相當多元。本書的「遊戲」，指的是運用資訊科技加以開發或整合所呈現的數位內容。

依消費者使用硬體載具之不同，遊戲可概分為電腦遊戲（PC Games）、電玩主機遊戲（Console Games）、智慧手機遊戲（Smartphone Games）等。其中，電腦與行動遊戲又可因遊戲執行之軟體環境之不同，概分為單機遊戲（Single-player Games）、線上遊戲（Online Games）與網頁遊戲（Browser Games）。

本書之範疇為電腦遊戲當中之線上遊戲與網頁遊戲、智慧手機遊戲，以及電玩主機遊戲，其中電玩主機遊戲並不再細分電視型與掌上型主機兩類。



資料來源：MIC，2016年7月

## 第 2 章

# 遊戲產業概述

---

本章首先說明遊戲產業分析中常見的次領域分類法，並以此解釋本書的分析對象乃基於何種方法進行界定，並於最後分析本書聚焦的四大次領域其結構樣態。

---

# 1 遊戲產業的分類

自第一款商用遊戲《Computer Space》於 1971 年推出至今，數位遊戲已問世 45 年，並隨著硬體的進化與網路技術的發展，有了相當多的分支。以下整理目前產業中常用的幾個分類方式。

## (一) 「硬體」分類

根據遊戲運行的硬體平台進行分類，是遊戲產業中最常見的分類方式。直到 1980 年代前期，遊戲主要運行的硬體平台都是遊戲專用主機，包括家用主機或商用機台。隨著個人電腦的普及，越來越多遊戲出現在電腦平台上，並於 1990 ~ 2000 年間後達到高峰，也使「電腦遊戲」一詞蔚為流行。

2000 年後出現第三類運行遊戲的硬體平台：手機。早期手機的運算能力雖然有限，但由於攜帶方便且全天候都有機會被使用，經適當調整後，手機遊戲仍有可玩性。爾後，手機的運算能力不但持續增強，在 2007 年蘋果電腦 iPhone 與 Google Android 系統的雙雙推出後，更因為有成熟的開發平台與便捷的發布管道，使其躍居成為全球最多人用來玩遊戲的硬體平台。目前仍活躍中的遊戲硬體平台整理如表 2-1。

硬體

表 2-1

階層一	階層二	階層三
遊戲專用 硬體	電視型家用電玩主機	PlayStation 4
		Xbox One
	掌上型家用電玩主機	Wii U
		PlayStation Vita
		Nintendo 3DS
		益智類機台
商用電玩機台	娛樂類機台	
	鋼珠類機台	
	Windows	
非遊戲專用 硬體	個人電腦	Mac OS
		Android
	智慧手機／平板電腦	iOS

資料來源：MIC，2016 年 7 月

## (二) 「連線」分類

網路廣泛被使用以前，消費者的遊戲活動都是圍繞在遊戲硬體旁進行，不論是單人遊玩，或是透過複數個輸入設備進行多人遊玩。網路問世並被廣泛使用後，消費者的遊戲活動便不須圍繞在遊戲硬體旁，除擴大玩家彼此之間的交流距離，遊玩方式也產生劇烈變化。因此，2000 年後，遊戲產業也常用「連線」與否作為分類基準……

連線

表 2-2

階層一	階層二	階層三
離線	單人	單機遊戲
	多人	對戰遊戲
		派對遊戲
連線	多人	區域網路遊戲
		多人線上遊戲
		大型多人線上遊戲

資料來源：MIC，2016 年 7 月

## 第 3 章

# 台灣遊戲市場規模

---

本章針對台灣遊戲人口與市場規模進行推估與預測，並解釋預測的判斷依據。

---



# 1 名詞定義

本章所使用的重要名詞其定義如表 3-1 所示。

台灣遊戲市場規模推估：名詞定義

表 3-1

市場規模	台灣市場的消費者之消費總和
台灣遊戲市場	台灣市場的消費者在電腦線上遊戲、電腦網頁遊戲、智慧手機遊戲與電玩主機遊戲等四類娛樂應用上之軟體內容消費總和
電腦線上遊戲市場	在個人電腦裝置上使用客戶端程式並透過網際網路進行遊戲娛樂的消費者之軟體內容消費總和
電腦網頁遊戲市場	在個人電腦裝置上使用網頁瀏覽器並透過網際網路進行遊戲娛樂的消費者之軟體內容消費總和
智慧手機遊戲市場	在智慧手機裝置上使用客戶端程式或網頁瀏覽器進行遊戲娛樂的消費者之軟體內容消費總和
電玩主機遊戲市場	在電玩主機裝置上使用客戶端程式進行遊戲娛樂的消費者之軟體內容消費總和

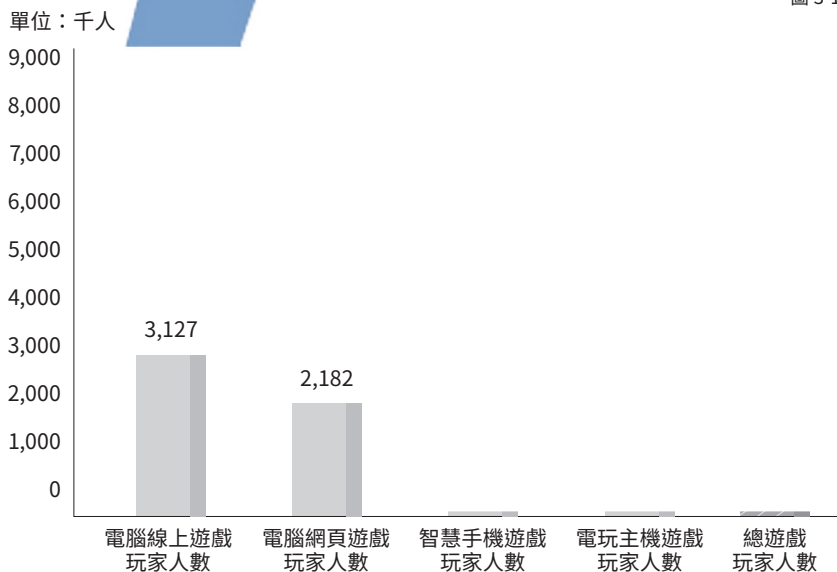
資料來源：MIC，2016 年 7 月

# 2 台灣遊戲玩家人數規模

台灣遊戲玩家人數總計為 765 萬人，當中以智慧手機遊

台灣遊戲玩家人數規模（2015）

圖 3-1



註一：台灣遊戲玩家人口總數為根據「Yahoo 2015 台灣遊戲市場春季大調查」引述之 Nielsen 調查結果

註二：各平台之遊戲玩家人數乃本書根據調查研究與業者訪談之結果進行推估

資料來源：MIC，2016 年 7 月

## 第 4 章

# 玩家基本現況分析

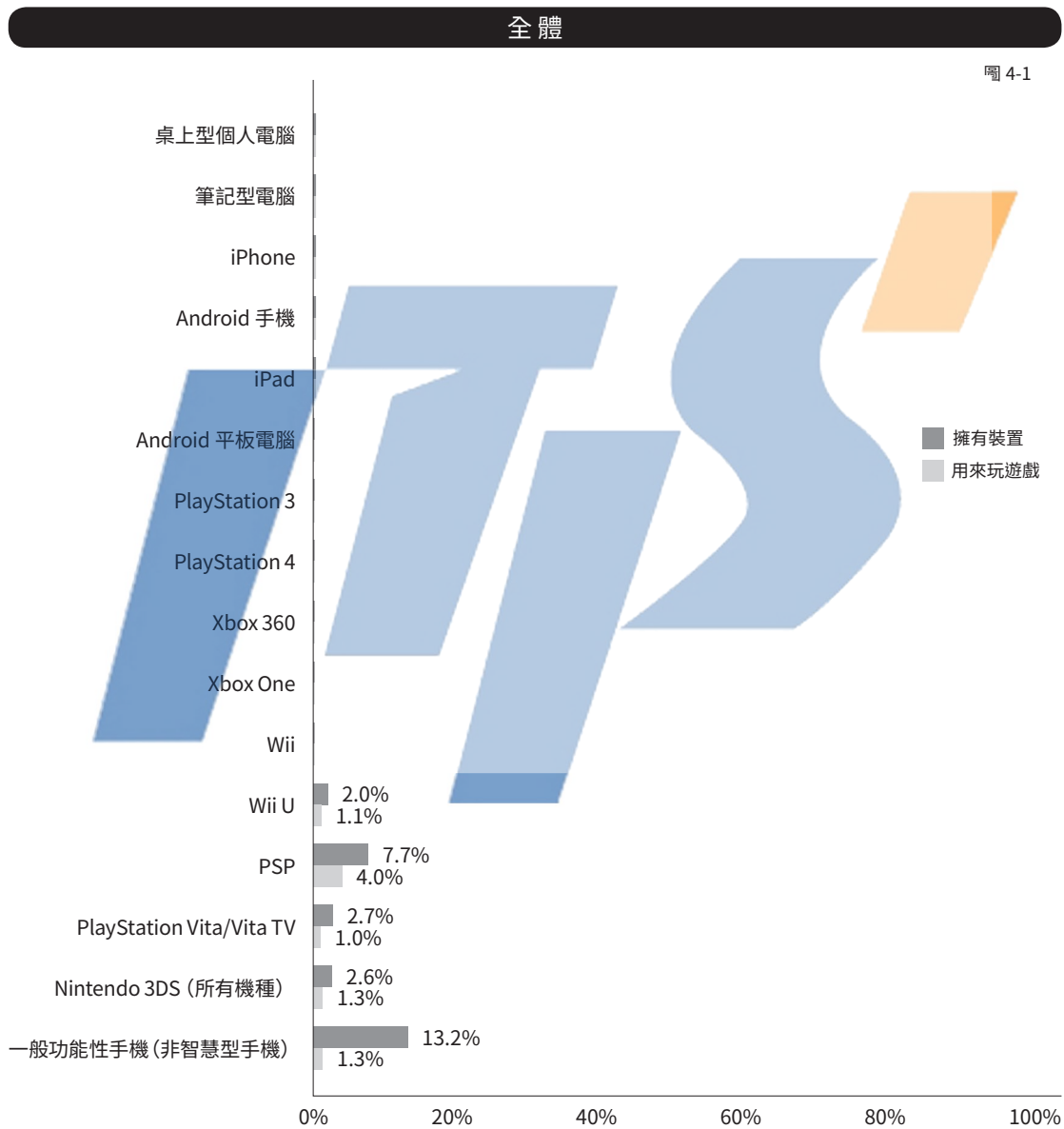
---

本章為基於「玩家基本現況調查」的分析研究，分析不同性別與年齡區間的玩家，其整體的遊戲及娛樂行為，包括個人電子產品的擁有／遊戲使用率、遊戲平台的選用分布、平均上網時間以及娛樂支出等。

---

# 1 個人電子產品擁有率／遊戲使用率

調查結果顯示，最多玩家擁有的個人電子產品前五名依序是 .....



資料來源：「2016 上半年玩家基本現況調查」，MIC，2016 年 7 月

## 第 5 章



# 電腦線上遊戲 玩家分析

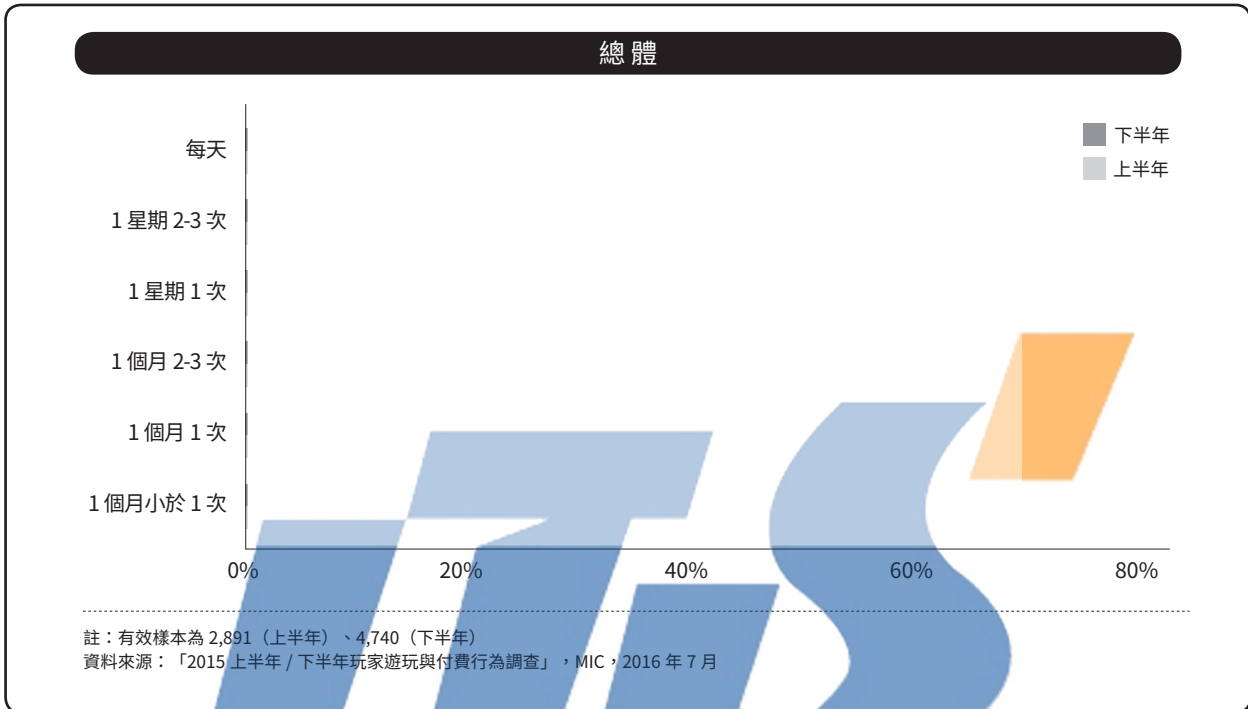
---

本章為基於「2015 上／下半年玩家遊玩與付費行為調查」的分析研究，分析不同年齡、性別與付費樣態的台灣電腦線上遊戲玩家其遊玩涉入程度、遊戲類型偏好、資訊取得管道，以及付費程度。「14 歲以下」與「55 歲以上」的玩家樣本數過少，不予以獨立分析。

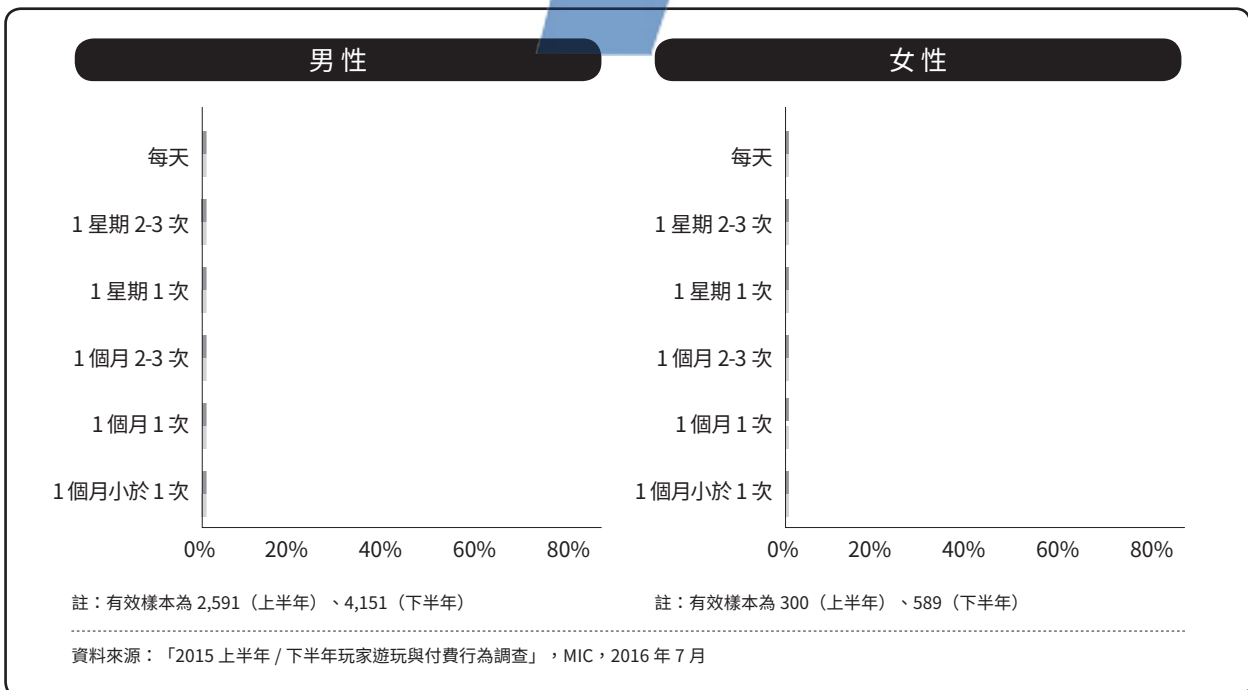
---

# 1 遊玩頻率分析

調查結果（上、下半年加權取平均）顯示 ……



以性別為變項分析，結果（上、下半年加權取平均）顯示男性線上遊戲玩家每天遊玩的比例平均較女性 ……



## 第 6 章



### 電腦網頁遊戲 玩家分析

---

本章為基於「2015 上／下半年玩家遊玩與付費行為調查」的分析研究，分析不同年齡、性別與付費樣態的台灣電腦網頁遊戲玩家其遊玩涉入程度、遊戲類型偏好、資訊取得管道，以及付費程度。「14 歲以下」與「55 歲以上」的玩家樣本數過少，不予以獨立分析。

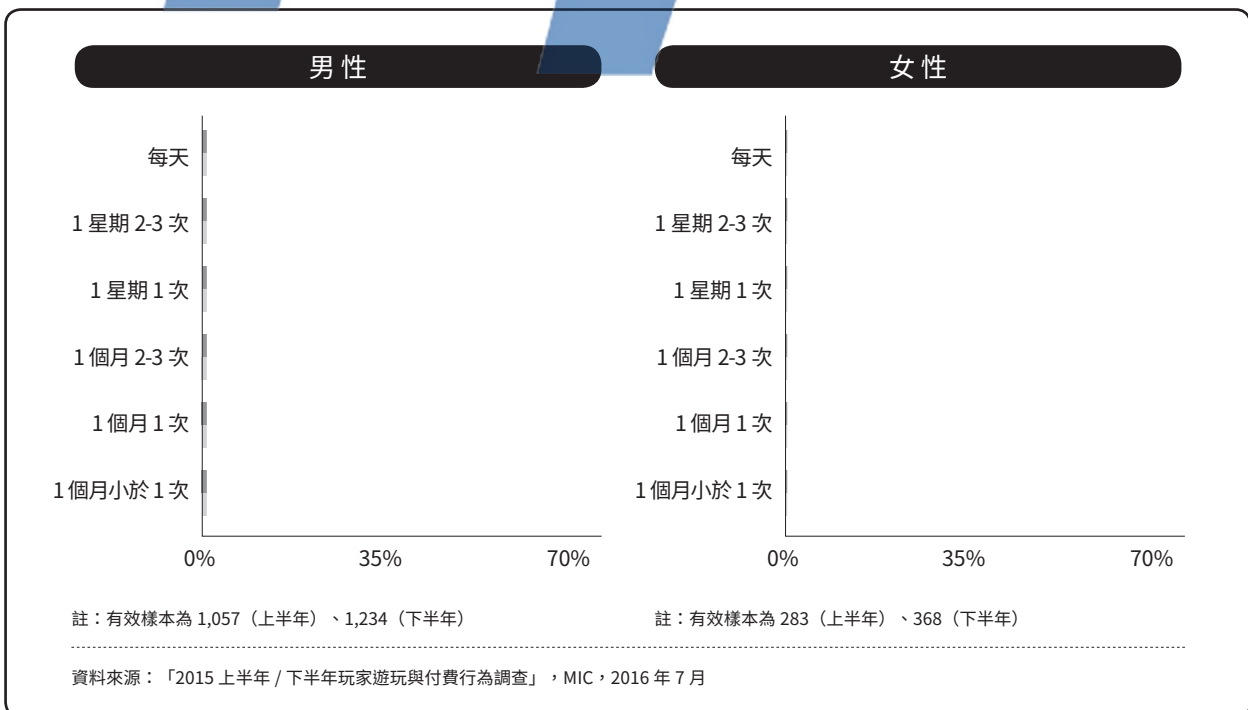
---

# 1 遊玩頻率分析

調查結果（上、下半年加權取平均）顯示 .....



以性別為變項分析，結果（上、下半年加權取平均）顯示男性頁遊玩家每天遊玩的比例較女性 .....



## 第 7 章



### 智慧手機遊戲 玩家分析

---

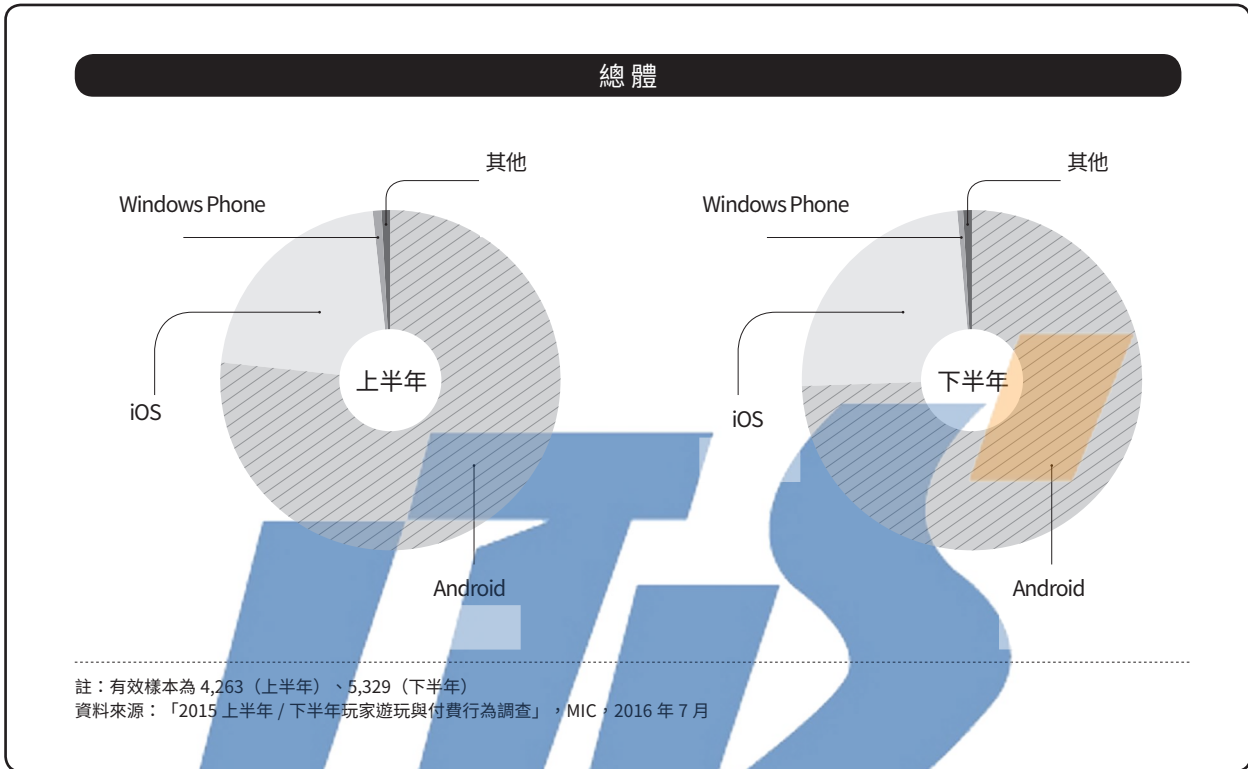
本章為基於「2015 上／下半年玩家遊玩與付費行為調查」的分析研究，分析不同年齡、性別與付費樣態的台灣智慧手機遊戲玩家其遊玩涉入程度、遊戲類型偏好、資訊取得管道，以及付費程度。「14 歲以下」與「55 歲以上」的玩家樣本數過少，不予以獨立分析。

---

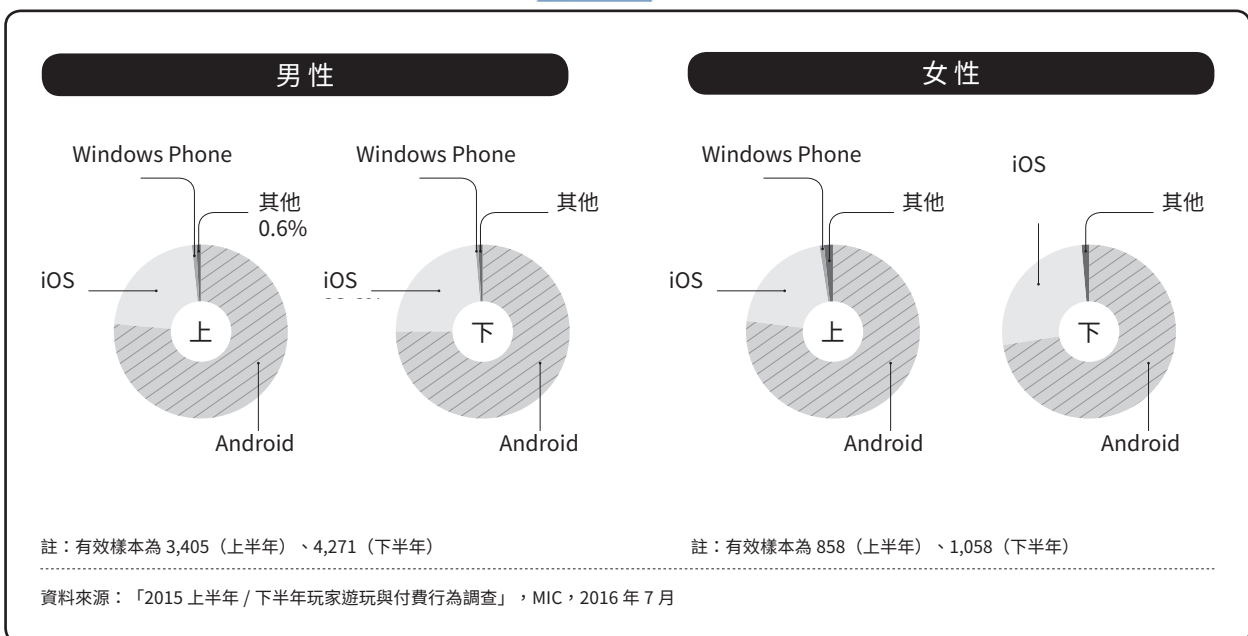


# 1 智慧手機作業系統分析

調查結果（上、下半年加權取平均）顯示 .....



以性別為變項分析，結果（上、下半年加權取平均）顯示男、女性手遊玩家的智慧手機作業系統 .....



## 第 8 章



### 電玩主機遊戲 玩家分析

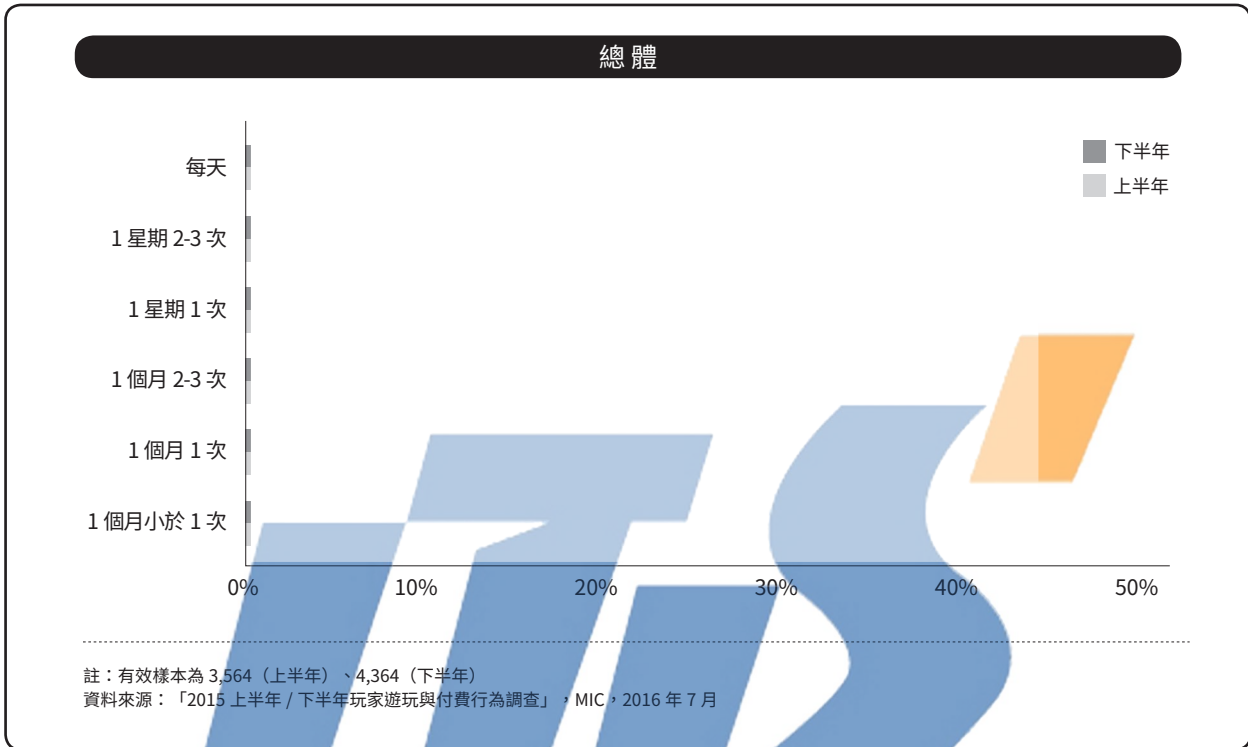
---

本章為基於「2015 上／下半年玩家遊玩與付費行為調查」的分析研究，分析不同年齡、性別與付費樣態的台灣電玩主機遊戲玩家其遊玩涉入程度、遊戲類型偏好、資訊取得管道，以及付費程度。「14 歲以下」與「55 歲以上」的玩家樣本數過少，不予以獨立分析。

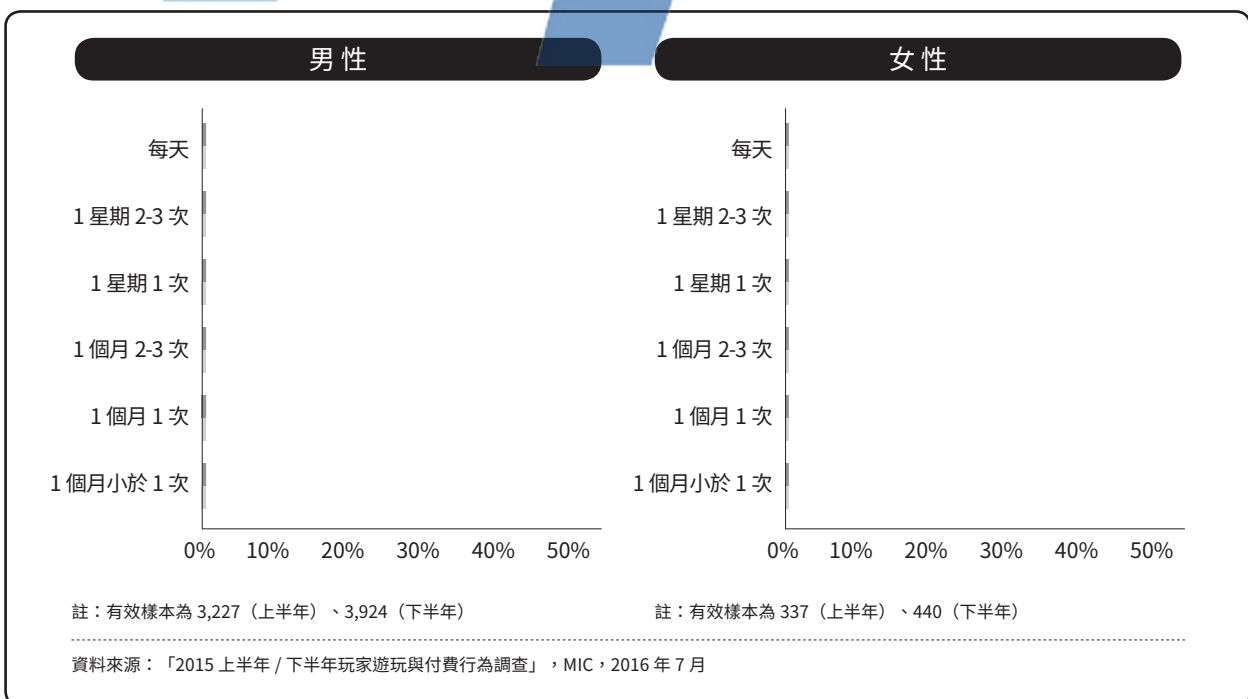
---

# 1 遊玩頻率分析

調查結果（上、下半年加權取平均）顯示 .....



以性別為變項分析，結果（上、下半年加權取平均）顯示男性主機玩家每天遊玩的比例較女性 .....



# 第 9 章

## 四大平台主流遊戲 用戶分析



本章資料來源為「2015 下半年玩家遊玩與付費行為調查」。

在該調查中，設計有對電腦線上、電腦網頁、智慧手機與電玩主機等四大平台玩家詢問

「請問您目前最常玩的遊戲是哪一款」的開放問項。經資料清整後，歸納出各平台最多人遊玩的遊戲前五名，如表 9-1 所示；各遊戲的分析變項如表 9-2 所示。

### 四大平台最多人遊玩的遊戲 Top 5

表 9-1

平台	順位	遊戲名稱	占比
電腦線上 N=4,399	1	英雄聯盟	
	2	暗黑破壞神 3	
	3	魔獸世界	
	4	爐石戰記	
	5	劍靈	
電腦網頁 N=1,351	1	艦隊收藏	
	2	火影忍者 Online	
	3	喵境物語	
	4	刀劍亂舞 Online	
	5	開心水族箱	
智慧手機 N=4,924	1	十萬個冷笑話	
	2	神魔之塔	
	3	龍族拼圖	
	4	Candy Crush Saga	
	5	Clash of Clans	
電玩主機 N=3,687	1	俠盜列車手 5	
	2	異塵餘生 4	
	3	刺客教條：梟雄	
	4	潛龍諜影 5	
	5	NBA 2K16	

資料來源：「2015 下半年玩家遊玩與付費行為調查」，MIC，2016 年 7 月

## 第 10 章

# 玩家綜合興趣調查

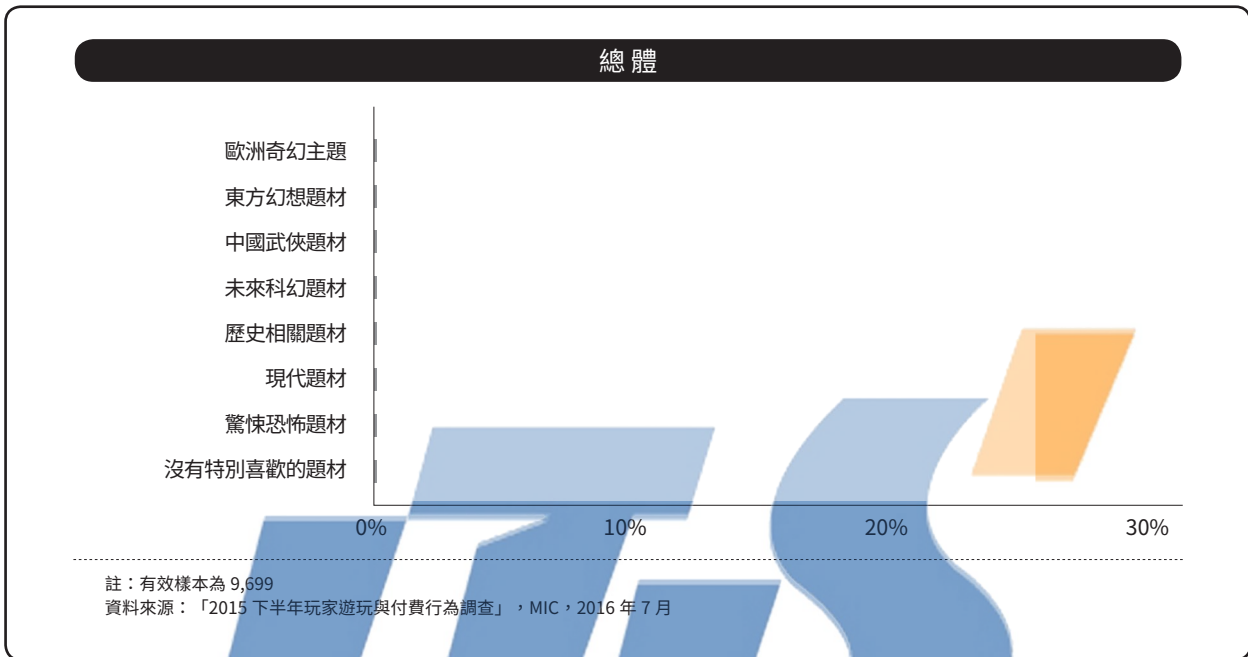
---

本章為基於「2015 下半年玩家遊玩與付費行為調查」的分析研究，分析不同年齡與性別的台灣玩家其綜合興趣，包括遊戲題材與風格偏好、網路直播觀看行為，以及遊戲以外的一般性資訊偏好。「14 歲以下」與「55 歲以上」的玩家樣本數過少，不予以獨立分析。

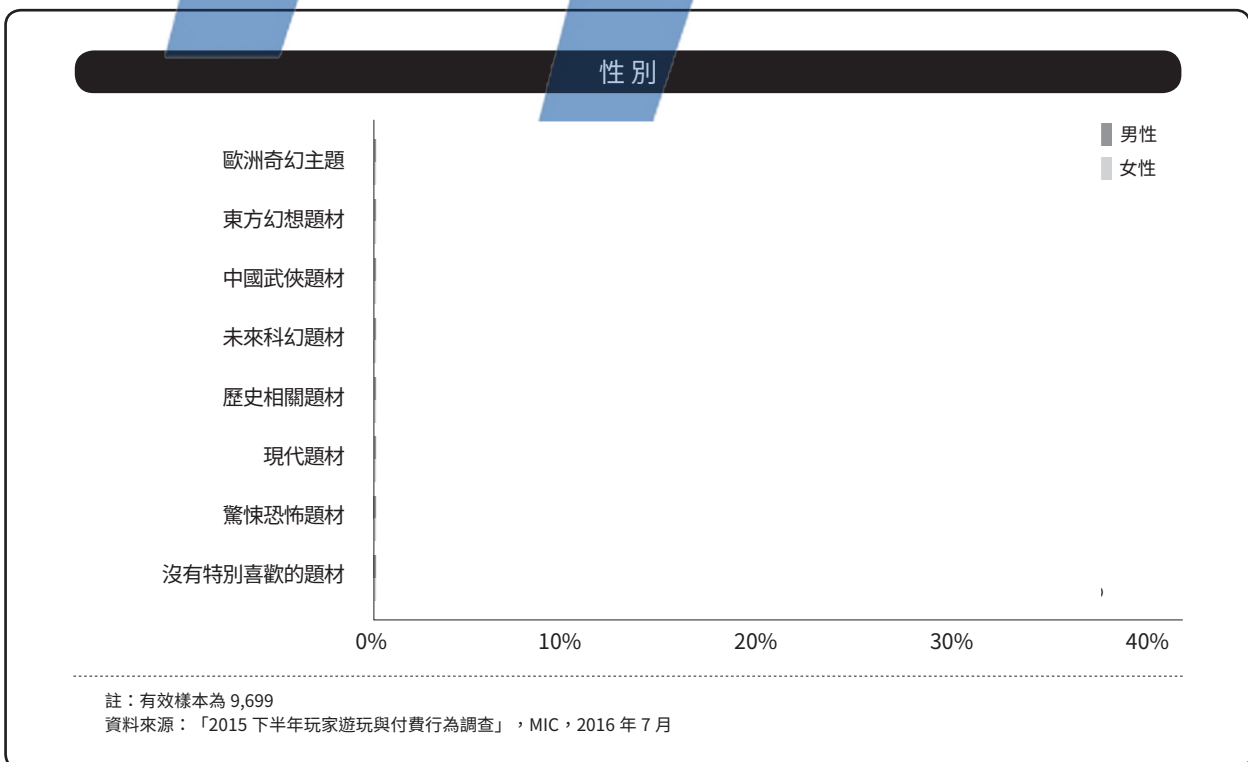
---

# 1 遊戲題材偏好

調查結果顯示，最後玩家偏好的題材為 .....



以性別為變項分析，結果顯示男性玩家較女性玩家明顯偏好 .....



國家圖書館出版品預行編目資料

2016 台灣遊戲市場白皮書 / 李易鴻 著. -- 初出版. -- 臺北市：資策會產研所  
出版，民 105.7  
面：公分  
ISBN：978-957-581-652-0（平裝）

## 2016 台灣遊戲市場白皮書

發行人：財團法人資訊工業策進會產業情報研究所（MIC）  
出版單位：財團法人資訊工業策進會產業情報研究所（MIC）  
地址：台北市敦化南路二段 216 號 19 樓  
電話：(02)2735-6070  
網址：<http://mic.iii.org.tw>

作者：李易鴻  
編者：2016 台灣遊戲市場白皮書編纂小組  
設計：張西希  
出版日期：中華民國 105 年 8 月  
版次：初版  
劃撥帳號：0167711-2『財團法人資訊工業策進會』  
售價：新台幣 6,000 元整  
I S B N：978-957-581-652-0

著作權管理資訊：財團法人資訊工業策進會產業情報研究所（MIC）保有所有權利。  
欲利用本書全部或部分內容者，須徵求出版單位同意或書面授權。

著作權所有，請勿翻印，轉載或引用需經本單位同意