



新興市場數位發展機會特輯

數位遊戲發展 現況與機會

Digital Development in Emerging Markets:
Current Development and Opportunities of Digital Games

0101110010101011011101001010101010101100110101011010
01001010101010101011001101010110100010101101010010

10101010101011000

10101010101100

10101000100100100100

科技專案成果

委託單位：經濟部技術處
執行單位：財團法人資訊工業策進會



Industry &
Technology
Intelligence
Services

編者的話

我國數位相關產業長期受限國內市場規模較小，多以國際發展為主，但在已開發國家市場飽和、國際知名大廠競爭的環境下，獲利與市占受到擠壓，亟待突破發展瓶頸。因此，許多業者已開始嘗試前往中國大陸、東南亞、東歐、南美等新興市場發展，這些地區除了基礎環境不斷改善，許多產業也尚未出現主導廠商，是潛力極佳的發展目標。

然而，國內值得參考的新興市場情報並不多，其數位發展機會亟待研究。另外，當今的新興市場上，網際網路普及率快速提升，行動裝置的成長率也逐步超越先進國家，影響所及，消費者的生活型態也隨之改變。因此，我們預期未來新興國家在資通訊產品、數位通路、行動應用與數位遊戲等領域，將能產生可觀商機，值得我國業者及早前往投資與布局。

《新興市場數位發展特輯》套書針對新興市場數位相關產業的發展趨勢與市場機會，分五冊專書深入探究，並提出對應的發展契機與建議，作為我國業者擬定發展策略之參考。這五冊專書的研究範圍分別包含：總體環境概況、資通訊產品發展現況與機會、數位通路發展現況與機會、行動應用發展現況與機會與數位遊戲發展現況與機會；在市場方面，在評估了經濟發展、市場規模、國際評比，以及與台灣貿易關係等項目後，我們選擇中國大陸、印尼、馬來西亞、泰國、越南、巴西、印度與俄羅斯等八國，作為本特輯之目標國家，統稱「新興八國」。

本冊專書為《新興市場數位發展特輯—數位遊戲發展現況與機會》，主要係針對新興八國在數位遊戲發展現況進行研究，透過描繪新興八國的數位遊戲市場概況，分析數位遊戲玩家消費特性與偏好，並輔以各國當地數位遊戲大廠或新興廠商之經營現況、發展動態與未來發展方向，從市場規模、遊戲玩家和廠商動態等面向了解新興八國在數位遊戲發展現況，探索台灣業者未來於新興市場的發展機會，以及提供策略布局之參考。本冊各章節規劃如下：

- 第一章：針對研究之目的、架構、範疇、方法與限制等進行說明；
- 第二章：研究中國大陸數位遊戲市場發展現況與機會；
- 第三章：研究東南亞國家（包含印尼、馬來西亞、泰國和越南）數位遊戲市場發展現況與機會；
- 第四章：研究金磚國家（包含巴西、印度和俄羅斯）數位遊戲市場發展現況與機會；
- 第五章：綜觀新興八國數位遊戲市場、消費偏好與發展契機，並提供台灣業者未來發展建議。

本套書內容涉及之產業範疇甚廣，若有疏漏或偏頗之處，懇請讀者指教，俾使後續的套書內容更加適切與充實。

《新興市場數位發展機會特輯》編纂小組 謹誌

中華民國102年10月

摘 要

電腦網路遊戲與行動遊戲受惠於網路科技環境漸趨成熟、終端裝置效能提升，因而快速興起，如網頁遊戲、社交遊戲和休閒遊戲等，並逐漸侵蝕家庭遊戲機與電腦單機遊戲市場，使得數位遊戲市場開始出現明顯的消長情形。受到連網行動裝置用戶逐年快速增長的影響，如智慧型手機和平板電腦，促使過去專注於電腦遊戲廠商相繼跨足行動端，將原生於家庭遊戲機與電腦之遊戲內容推出行動遊戲版本。相對於家庭遊戲機遊戲和電腦遊戲，行動遊戲開發門檻較低，中小型新興行動遊戲開發商也趁勢快速崛起。

新興八國近年來由於經濟快速成長與科技環境的進步，帶動國人生活水準提升、消費能力增強，對於娛樂相關產品服務之需求也增加，加上新興八國網路用戶相當活絡於社交網站，普遍持有行動電話，也帶動電腦網路遊戲和行動遊戲的發展。本分冊內容主要係針對新興八國在數位遊戲發展現況進行研究，其中新興八國涵蓋東南亞國家中的印尼、馬來西亞、泰國和越南，以及金磚四國—中國大陸、巴西、印度和俄羅斯。

本分冊首先描繪各個國家的數位遊戲市場概況，分析數位遊戲玩家消費特性與偏好，並輔以各國當地數位遊戲大廠或新興廠商之經營現況、發展動態與未來發展方向，從市場規模、遊戲玩家和廠商動態等面向了解新興八國在數位遊戲發展現況，探索台灣業者未來於新興市場的發展機會，以及提供策略布局之參考。



Summary

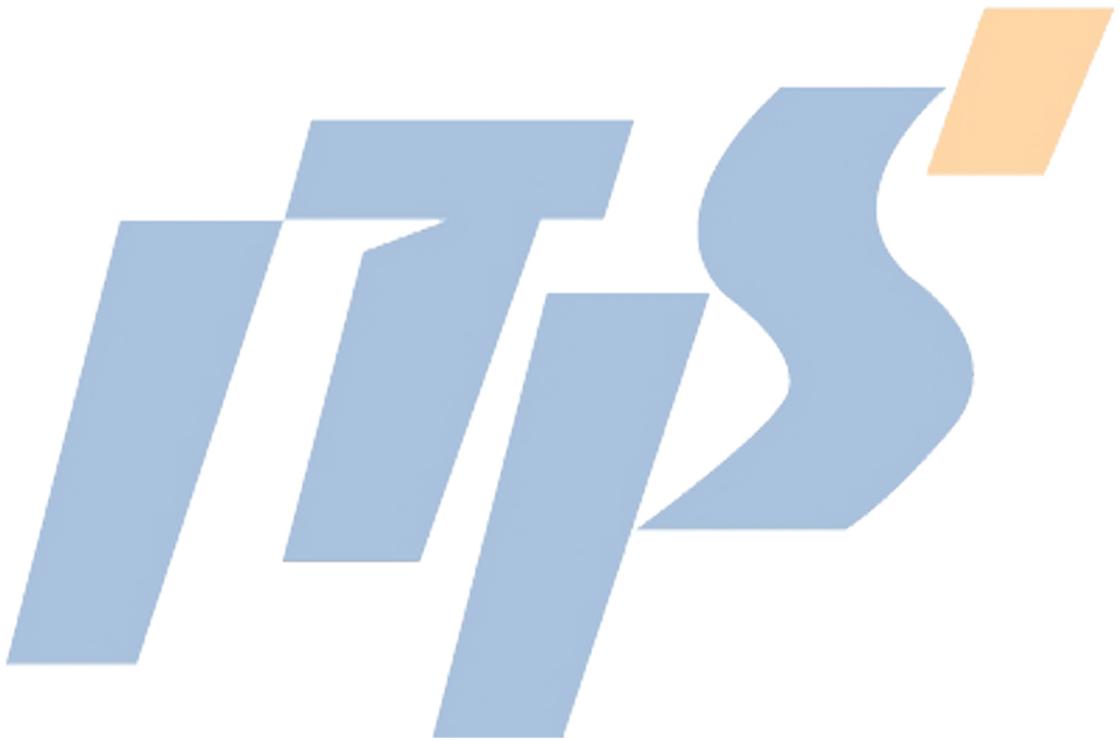


Thanks to the improvement of Internet technology and end-user devices performance, online games and mobile games rapidly arises. Furthermore, web games, social games and casual games recently are gradually erodes the market share of consoles and PC games. It causes considerable fluctuations in the digital gaming market.

As the number of smart phones and tablet user has been growing rapidly in recent years, more and more game manufacturers that used to focus on computer games are aggressively expanding to mobile games by re-releasing their game contents that was once only for consoles and computers. In comparison with console games and computer games, the entry barriers for developing mobile games is rather low, which is why small and medium-sized game developing companies sharply spring up.

Due to rapid economic growth and improvement of the technological environment in recent years in the eight emerging countries, people's living standards are rising, spending power is growing, and the demand for entertainment-related products and services is increasing. Moreover, internet users in these eight emerging countries are active in using social network and universally own mobile phones. Those also drive the development of computer games and mobile games. This research covers the current development status of digital gaming market in these eight emerging countries which are Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam and the BRIC.

In the research, we will first depict each country's digital gaming market, and analyze the characteristics and preferences of game players. Furthermore, we scan the current operation, develop track and future plan of local established major players and emerging players in digital gaming market. Finally, we explore the business opportunities and provide some suggestion to Taiwanese companies from those perspectives for the future strategy planning.



目 錄

編者的話.....	I
摘要.....	III
1 章 緒論	1
1.1 研究目的.....	1
1.2 研究架構.....	2
1.3 研究範疇.....	3
1.4 研究方法.....	4
1.5 研究限制.....	6
2 章 中國大陸數位遊戲發展現況與機會	9
2.1 數位遊戲市場現況.....	9
2.2 數位遊戲玩家行為特性.....	22
2.3 數位遊戲廠商動態.....	34
3 章 東南亞國家數位遊戲發展現況與機會	41
3.1 印尼.....	41
3.2 馬來西亞.....	52
3.3 泰國.....	60
3.4 越南.....	69
4 章 金砖國家數位遊戲發展現況與機會	81
4.1 巴西.....	81
4.2 印度.....	91
4.3 俄羅斯.....	98

5 章	結論與建議	109
■ 5.1	新興八國數位遊戲市場綜觀	109
■ 5.2	新興八國數位遊戲市場發展機會探索	114
■ 5.3	台灣業者借鏡之處與布局建議	119

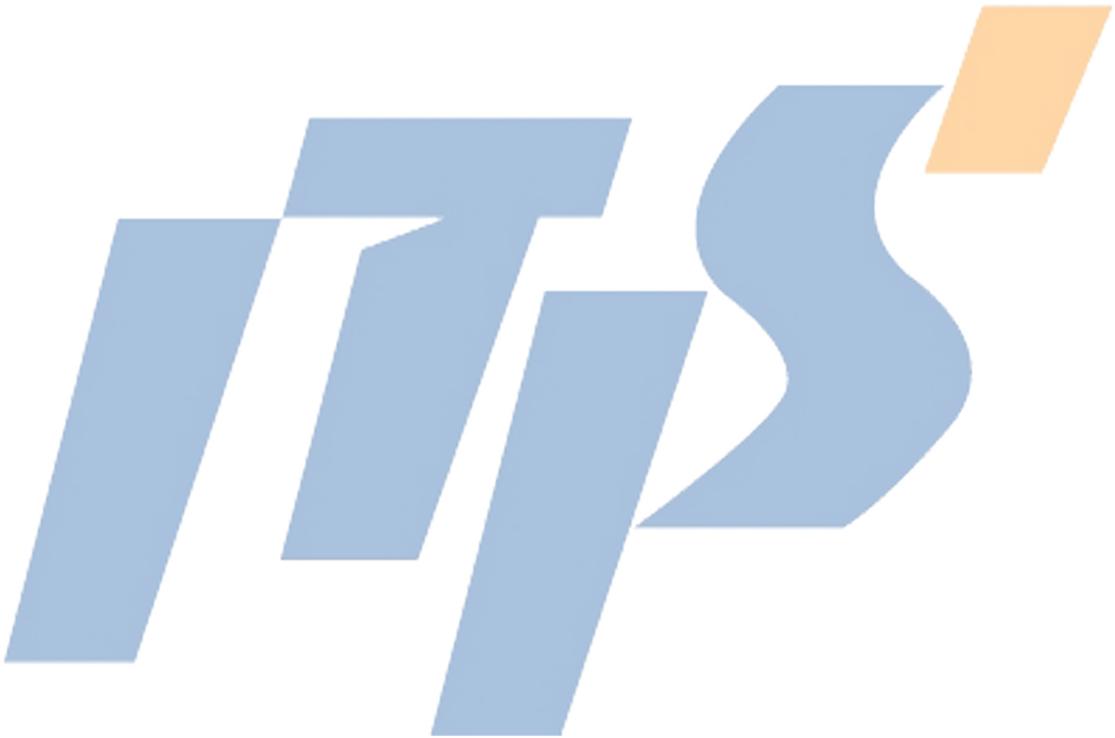


Table of Contents

1 Chapter	Introduction	1
	Section 1.1 Research Purpose	1
	Section 1.2 Research Structure	2
	Section 1.3 Research Scope	3
	Section 1.4 Research Method.....	4
	Section 1.5 Research Limitations	6
2 Chapter	The Current Status and Opportunities of Digital Games Market in China	9
	Section 2.1 The Overview of Digital Games Market	9
	Section 2.2 The Characteristics and Preference of Digital Games Players	22
	Section 2.3 The Dynamics of Digital Games Companies	34
3 Chapter	The Current Status and Opportunities of Digital Games Market in South-East Asia	41
	Section 3.1 Indonesia	41
	Section 3.2 Malaysia	52
	Section 3.3 Thailand	60
	Section 3.4 Vietnam	69
4 Chapter	The Current Status and Opportunities of Digital Games Market in BRIC Countries	81
	Section 4.1 Brazil	81
	Section 4.2 India	91
	Section 4.3 Russia	98

5 Chapter

Conclusions and Suggestion 109

- Section 5.1 The Overview of Digital Games Market in Emerging Countries 109
- Section 5.2 The Opportunities of Digital Games Market in Emerging Countries 114
- Section 5.3 The Consultation and Suggestion for Taiwanese Companies 119



圖目錄

圖 1-1	研究架構.....	2
圖 1-2	研究方法.....	6
圖 2-1	中國大陸2008-2013年數位遊戲市場規模.....	9
圖 2-2	中國大陸2008-2012年電腦單機遊戲銷售收入.....	10
圖 2-3	中國大陸2008-2012年電腦網路遊戲銷售收入.....	13
圖 2-4	中國大陸2008-2012年線上遊戲玩家數與銷售收入.....	15
圖 2-5	中國大陸2008-2012年網頁遊戲玩家數與銷售收入.....	16
圖 2-6	中國大陸2008-2012年社交遊戲玩家數與銷售收入.....	18
圖 2-7	中國大陸2008-2012年行動遊戲玩家數與銷售收入.....	21
圖 2-8	中國大陸2012年網路遊戲玩家遊戲年齡組成.....	23
圖 2-9	中國大陸2012年網路遊戲玩家對於遊戲類型偏好.....	24
圖 2-10	中國大陸2012年中國網路遊戲玩家的行為偏好.....	25
圖 2-11	中國大陸2012年網路遊戲玩家付費方式.....	26
圖 2-12	中國大陸2012年MOBA遊戲玩家地區分佈.....	27
圖 2-13	中國大陸2012年MOBA遊戲玩家前五大關注內容.....	28
圖 2-14	中國大陸2012年行動遊戲玩家年齡結構.....	29
圖 2-15	中國大陸2012年行動遊戲玩家偏好類型.....	30
圖 2-16	中國大陸2012年行動遊戲玩家下載遊戲之管道.....	31
圖 2-17	中國大陸2012年行動遊戲玩家之付費行為.....	32
圖 2-18	中國大陸2012年行動遊戲玩家之付費方式.....	33
圖 2-19	極加網站和G家網站首頁.....	35
圖 2-20	騰訊遊戲官網與行動遊戲平台首頁.....	37
圖 2-21	網易iTown遊戲開發平台與「網易看遊戲」介面.....	38
圖 2-22	Brothersoft與1mobile Market介面.....	39
圖 3-1	印尼2008-2013年數位遊戲市場規模.....	42
圖 3-2	印尼遊戲玩家登錄遊戲所採用的終端選擇.....	45
圖 3-3	Game-On Credit網站首頁和Lyto game.com遊戲網站.....	48

圖 3-4	TMG首頁和Kotagames平台特色簡介	49
圖 3-5	Gempon遊戲平台	51
圖 3-6	馬來西亞2008-2013年數位遊戲市場規模	53
圖 3-7	GameView網站	57
圖 3-8	CiB mall首頁和Redapple.asia網站	58
圖 3-9	MMOG.asia網站與MCoins儲值網頁	59
圖 3-10	泰國2008-2013年數位遊戲市場規模	60
圖 3-11	Playpark.com和Playthai.in.th	65
圖 3-12	Stylista遊戲畫面與購買虛擬貨幣畫面	67
圖 3-13	Debuz產品頁面	69
圖 3-14	越南2008-2013年數位遊戲市場規模	70
圖 3-15	Zing Game和Zing Play遊戲網站	76
圖 3-16	ChoApp.vn介面	77
圖 3-17	VTC Online和VTC Game遊戲網站	78
圖 3-18	FPT Online公司首頁和GATE BETA遊戲入口網站	79
圖 3-19	Star Arcade遊戲網站	80
圖 4-1	巴西2008-2013年數位遊戲市場規模	82
圖 4-2	BoaCompra和Gaméric	88
圖 4-3	Hoplon Infotainment網站首頁	90
圖 4-4	Vostu網站首頁	91
圖 4-5	印度2008-2013年數位遊戲市場規模	92
圖 4-6	Reliance Games和Zapak.Com	96
圖 4-7	Games2win.com和Chimpoo.com	98
圖 4-8	俄羅斯2008-2013年數位遊戲市場規模	99
圖 4-9	1C Company網站	104
圖 4-10	GameInsight網站和Paradise Island遊戲畫面	106
圖 5-1	中國大陸原創網路遊戲出口於新興市場之數量	115
圖 5-2	製作委員會概念圖	121

表 目 錄

表 2-1	中國大陸2013Q1前十大網路遊戲上市公司營收.....	12
表 3-1	印尼2013年第一季遊戲類App營收排名前五名.....	47
表 3-2	馬來西亞2013年第二季遊戲類App營收排名前五名.....	56
表 3-3	泰國2013年第一季遊戲類App營收排名前五名.....	64
表 3-4	越南2013年第一季遊戲類App營收排名前五名.....	74
表 3-5	VNG旗下三大業務.....	75
表 4-1	巴西2012年前十大暢銷遊戲排行.....	84
表 4-2	巴西2013年第一季遊戲類App營收排名前五名.....	87
表 4-3	印度2013年第一季遊戲類App營收排名前五名.....	95
表 4-4	俄羅斯2013年第一季遊戲類App營收排名前五名.....	103
表 5-1	新興八國總人口數與經濟成長率.....	117
表 5-2	製作委員會概念圖.....	122

第 1 章

緒論

- 
- 1.1 研究目的
 - 1.2 研究架構
 - 1.3 研究範疇
 - 1.4 研究方法
 - 1.5 研究限制

1 緒論

1.1 研究目的

隨著資訊科技進度，新興國家網路環境與基礎建設近年來也逐漸改善與提升，加上行動裝置漸趨平價化，帶動新興國家連網行動裝置用戶快速增長，如金磚四國與東南亞國家地區。IMF也預測新興市場於2018年將占全球產值55%，未來五年內全球經濟成長也將有四分之三來自新興國家，具有龐大的消費潛力。

根據Gartner統計，2013年第三季全球電腦出貨量為8,000多萬台，與2012年同期相比減少8.6%。隨著平板電腦銷售逐年成長，以及透過平板電腦連網用戶數增加，個人電腦出貨量已連續六季呈現衰退趨勢。不論是已開發國家或是新興市場，全球消費者對連網終端裝置和數位內容的需求逐漸從個人電腦移轉至平板電腦，也帶動行動遊戲的發展。

受惠於連網行動裝置興起，數位遊戲不僅可於單一終端裝置或平台進行，如個人電腦或家庭遊戲機。透過網路的連結，遊戲玩家也能夠利用其他行動裝置或平台登入，擴展遊戲的使用情境和拉長遊戲玩家投入遊戲的時間，顯示數位遊戲已逐漸具備跨平台與跨裝置特性。

行動遊戲的出現也開創出免費增值（Freemium）的商業模式，透過提供免費遊戲吸引大量的玩家下載使用，再運用遊戲商城販售各種虛擬道具獲利，對於價格敏感度高的新興國家遊戲玩家而言，免費遊戲相當盛行與具吸引力....

第 2 章

中國大陸數位遊戲發展現況與機會

- 
- 2.1 數位遊戲市場現況
 - 2.2 數位遊戲玩家行為特性
 - 2.3 數位遊戲廠商動態

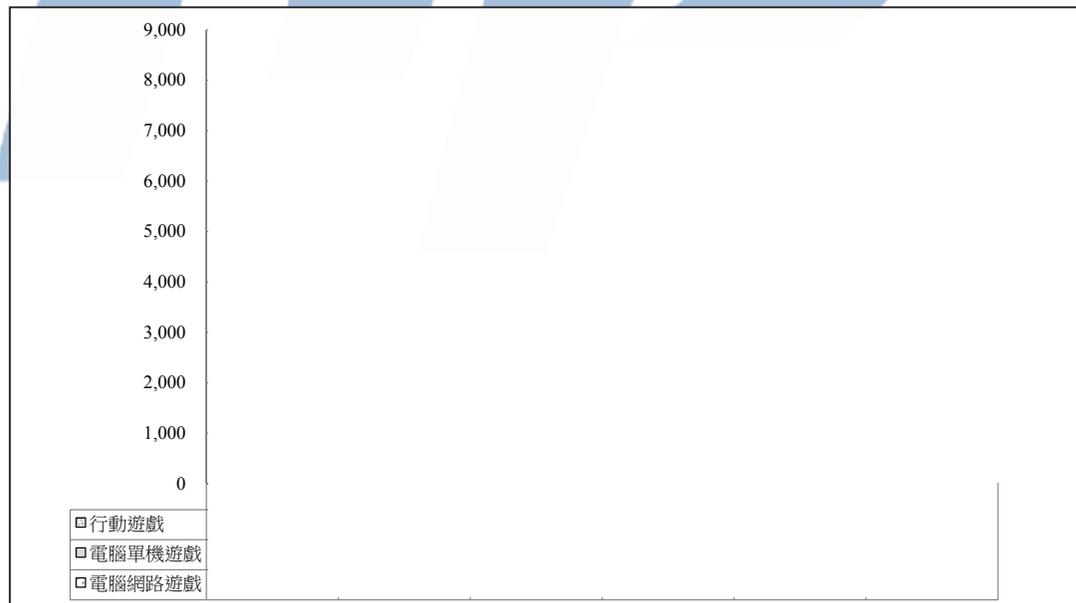
2 中國大陸數位遊戲發展現況與機會

2.1 數位遊戲市場現況

中國大陸在2009年超越韓國成為亞太地區第二大及全球第三大之數位遊戲市場，僅次於美國和日本。受惠於網路遊戲的驅動，中國大陸2011年數位遊戲市場規模達到近68億美元，成長率為13.5%，逐漸擴大與韓國遊戲市場之差距，其中以多人線上遊戲(MMOG)、休閒遊戲(Casual Game)和社交遊戲(Social Game)等網路遊戲最具有市場潛力。

2012年中國大陸更超越日本成為亞太地區最大的數位遊戲市場。如圖2-1所示，中國大陸整體數位遊戲市場主要倚賴電腦網路遊戲與行動遊戲的成長所驅動。隨著網路滲透率與智慧型手機普及率之提升，電腦單機遊戲逐漸被更具多元性和互動性的電腦網路遊戲和行動遊戲取代。

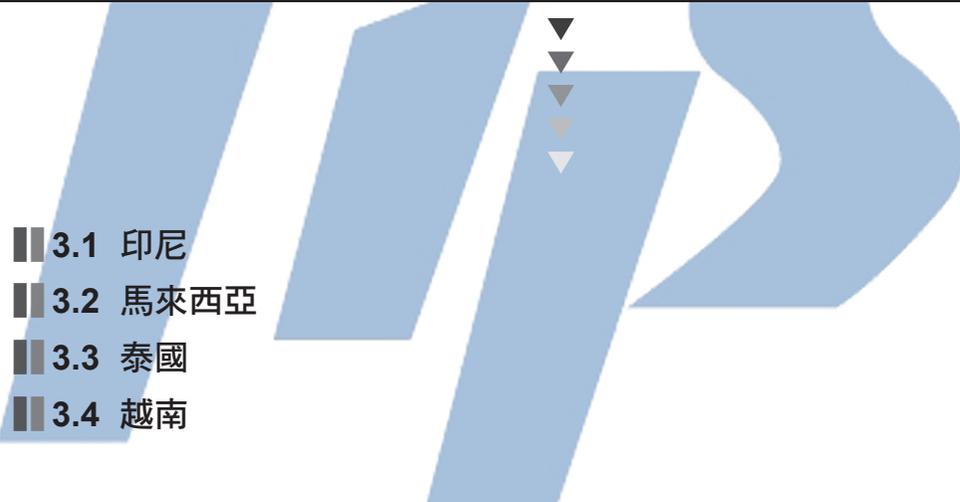
圖 2-1 中國大陸2008-2013年數位遊戲市場規模



註：括弧資料為該年度整體數位遊戲市場規模金額，2012年和2013年為估計值
資料來源：PWC，資策會MIC經濟部ITIS計畫，2013年9月

第 3 章

東南亞國家數位遊戲發展現況與機會

- 
- 3.1 印尼
 - 3.2 馬來西亞
 - 3.3 泰國
 - 3.4 越南

3 東南亞國家數位遊戲發展現況與機會

3.1 印尼

1. 數位遊戲市場現況描繪

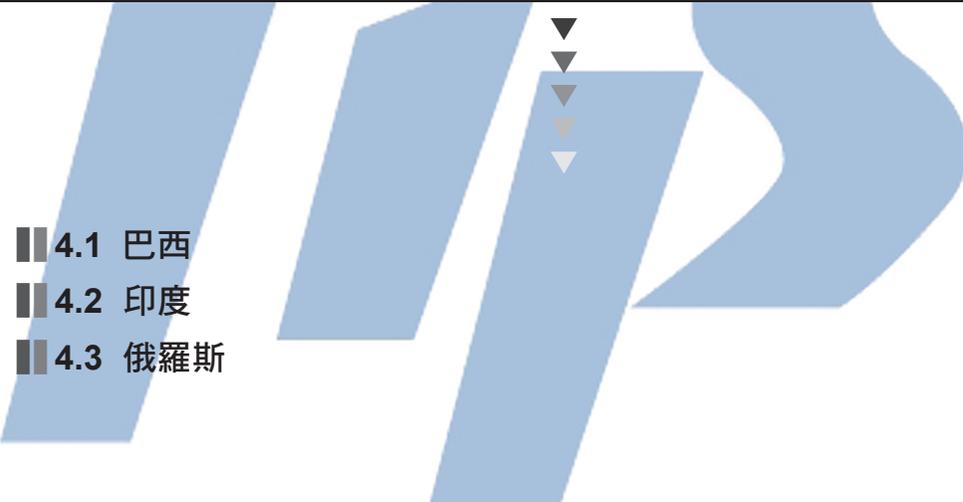
受到群島地型之影響，印尼固網寬頻僅占整體網路比例的1.22%，其餘主要為寬頻與行動網路，使得印尼數位遊戲市場規模以行動遊戲占比最高，電腦網路遊戲占比最低，隨著網路滲透率提升，電腦網路遊戲占比於2012年超越電腦單機遊戲。行動遊戲市場也受惠於智慧型手機用戶增加而快速成長。

印尼數位遊戲玩家目前達2,500萬人，其中4%為透過行動電話進行遊戲之玩家。預計2013年遊戲玩家數將比2012年增長35%，成長至1億9,000萬人。整體而言，印尼2008年數位遊戲市場規模為1億9,700萬美元，於2012年成長至3億2,300萬美元。PWC預計2013至2017年印尼數位遊戲市場將以11.7%的成長率持續增長，於2017年達5億5,800萬美元，如圖3-1所示。

印尼電信商XL Axiata（為馬來西亞電信商Axiata子公司）積極與印尼遊戲代理商Qeon合作，讓遊戲玩家可透過XL電信帳單、或到XL網站購買Qeon網遊券等方式購買數位遊戲內容，期望在每季增值服務（VAS）中的數位遊戲營收增長30%。

第 4 章

金磚國家數位遊戲發展現況與機會

- 
- 4.1 巴西
 - 4.2 印度
 - 4.3 俄羅斯

4 金磚國家數位遊戲發展現況與機會

4.1 巴西

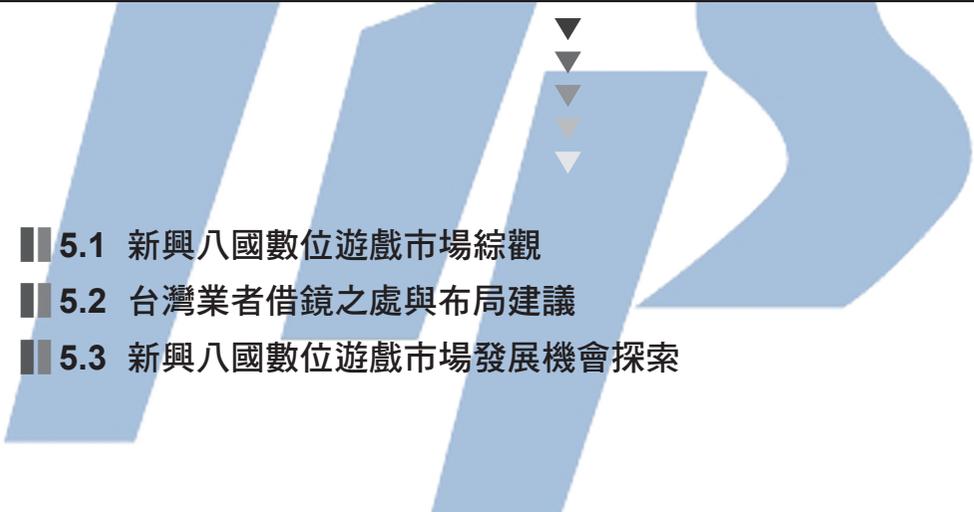
1. 數位遊戲市場現況描繪

巴西遊戲玩家數目前為全球第四大，約有4,500萬名遊戲玩家，同時也是拉丁美洲地區第二大數位遊戲市場。其2011年市場規模約3億2,400萬美元，僅次於墨西哥，預計2017年巴西消費者於數位遊戲的支出將占拉丁美洲遊戲市場之32%。根據PWC報告，參見圖4-1，巴西數位遊戲市場規模於2009至2013年期間以年複合成長率19.1%持續增長，於2013年達到4.6億美元。

巴西數位遊戲市場目前以家庭遊戲機遊戲和電腦網路遊戲占比較高，電腦單機遊戲占比最低。由於巴西進口關稅高，使得巴西家庭遊戲機遊戲市場近兩年開始成長幅度有限，其2009至2013年期間年複合成長率為9.5%，隨著巴西家戶網路滲透率快速增長，電腦網路遊戲年複合成長率為33.7%，成長幅度較高。

第 5 章

結論與建議

- 
- 5.1 新興八國數位遊戲市場綜觀
 - 5.2 台灣業者借鏡之處與布局建議
 - 5.3 新興八國數位遊戲市場發展機會探索

5 結論與建議

- 5.1 新興八國數位遊戲市場綜觀
- 5.2 新興八國數位遊戲市場發展機會探索
- 5.3 台灣業者借鏡之處與布局建議



新興市場數位發展機會特輯-

數位遊戲發展現況與機會

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行-和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>