



2010 年 香港及澳門網絡遊戲產業調查¹ 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）

協力：香港遊戲產業協會

¹ 由於澳門的玩家也是用香港的伺服器，所以網遊公司提供的銷售資料是結合香港及澳門市場。



目錄

- 1 調查背景
- 2 調查進度
- 3 政府的政策：施政報告及 CEPA
- 4 香港及澳門網絡遊戲市場狀況
 - 4.1 市場環境
 - 4.2 遊戲分類及其市場佔有率
 - 4.3 香港及澳門最受歡迎網絡遊戲
 - 4.4 市場實際銷售收入與預測
 - 4.5 中國、亞洲及海外市場的潛力
 - 4.6 手機網絡遊戲的機遇
- 5 香港及澳門本土的網絡遊戲產業狀況
 - 5.1 產業鏈：開發、代理、銷售及網絡商
 - 5.2 業界組織
 - 5.3 行業優勢及人才架構
 - 5.4 香港及澳門自主研發網絡遊戲產品數量
 - 5.5 遊戲產業的優勢、挑戰及困難
- 6 對香港及澳門網絡遊戲產業發展的建議



1 調查背景

網絡遊戲產業在全球、亞洲及本土具備龐大的潛力及可塑性，它與動漫電影、文化藝術成為推動香港文化及創意產業的三大支撐點。但是，香港及澳門網絡遊戲產業的基線研究仍未啟步，只有部份對網絡遊戲產業與其它創意產業、人才和產品之間的協同效益的探討，完全缺乏對網絡遊戲的市場潛力和社會效應分析，同時兩個特區政府亦沒有一個綜合配套的文化政策，用以扶持和發展這一新興產業。

香港中文大學新聞及傳播學院始創於 1965 年。研究創意產業是新聞及傳播學院的重要項目之一。在學士課程中，學生不但可專修新聞、廣告及公關，而且更可選擇創意及新媒體。與此同時，學院亦設立新媒體的碩士課程，為學員提供有關新媒體及創意產業的專業訓練。是次研究獲研究資助局（Research Grants Council）的支持，正進行一項名為《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，研究者以第三者客觀的立場和角度，撰寫這份：《2010 年香港及澳門網絡遊戲產業調查分析》的報告。

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文化創意產業之間，甚至是創意產業與非創意產業如何進行跨產業的合作。

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 調查進度

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：

第一階段：	2010年12月開始，以籌備研究計劃的方法及內容為主；
第一階段：	2011年1月開始，主要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：	2011年2月開始，進行資料蒐集，向香港遊戲產業協會30間會員公司發出問卷；
第四階段：	2011年2月到5月，向網遊公司負責人作深入訪談；
第五階段：	2011年4月到1日，完成「遊戲市場報告」。
第六階段：	2011年5月，通過具隨機的抽樣方法抽出800樣本，並以電話訪問的形式調查香港現時網絡遊戲文化。
第七階段	2011年6月展開，透過香港中文大學的傳播研究中心抽出具有代表性的300樣本，派出研究員到網吧訪問玩家，並將在7月完成「遊戲用家報告」。



3 政府的政策：施政報告及 CEPA

香港回歸後，受到了亞洲金融風暴的嚴峻考驗，在 2001 年又受到美國 911 事件的影響，香港經濟走入困境，恢復市民對前景的信心和使香港經濟走出困境，成為特區政府的首要問題。

2002 年，在香港特區的立法會議上，有議員在討論經濟政策方面曾提出發展網絡遊戲可帶領本港經濟走出谷底的言論²。

香港特區政府在 2003 年 1 月發表的施政報告：「拓寬經濟領域」中，提出將積極推動創意產業，為香港經濟注入新的元素。同時為創意產業定義為：包括表演藝術、電影電視、出版、藝術品及古董市場、音樂、建築、廣告、數碼娛樂、電腦軟件開發、動畫製作、時裝及產品設計等行業。

在這年，香港爆發了 SARS，進一步打擊香港的經濟，國家為了穩定港澳兩地的政經發展，分別在 6 月和 10 月簽訂了《內地與港澳關於建立更緊密經貿關係的安排》，即 CEPA。為內地、香港、澳門與及外國投資者帶來新的商機；為三地產品及服務開拓龐大市場，大大加強內地與港澳兩地之間已建立的緊密經濟合作和融合³。

2005 年 1 月，特區政府的施政報告把「創意產業」改稱為「文化及創意產業」，試團以文化及創意產業帶動香港經濟的轉型，亦藉此清楚表明政府努力的方向。其中並建議設立培育中心，推動電視遊戲創作。同年在 CEPA 簽訂的補充協議三，列明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。

在 2009 年 CEPA 的補充協議六提出：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。

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，由香港遊戲產業協會召集人施仁毅先生代表業界成為創意香港辦公室審批委員會成員。

² 立法會—2002 年 10 月 16 日會議紀錄。

³ 香港特區政府工業貿易署：http://www.tid.gov.hk/tc_chi/cepa/cepa_overview.html



香港研發的網路遊戲，經過多年的發展，獲得初步發展。2009年10月，香港特首曾蔭權發表的2009-10年施政報告中，把「文化及創意產業」列入香港六項優勢產業之一，成為推動香港走向知識型經濟的新動力。

特首曾蔭權特別在這年參觀本地遊戲商其中之一的智傲控股，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港辦公室撥款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。

同年，在2010年CEPA的補充協議七（10.A 文娛服務），進一步提出：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。



4 香港及澳門網絡遊戲市場狀況

4.1 市場環境

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%。預計香港網絡遊戲在 2011 年增長約港幣 8 千萬⁴，共港幣約 7 億 3 千萬。

參考《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%。由此可見，香港遊戲產業的可發展空間很大。

4.2 遊戲分類及其市場佔有率⁵

參考市場上的遊戲產品，主要可分為角色扮演、休閒遊戲⁶和網頁遊戲，其市場佔有額以角色扮演為主（佔 77%），其次為休閒遊戲（佔 16%），最後為網頁遊戲（佔 7%）。

7

4.3 最受歡迎網絡遊戲

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）⁷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）

⁴ 由於所收到的問卷並不齊全，數據或與實際數字存在差距。

⁵ 遊戲分類的市場佔有率是根據遊戲代理商提供每項遊戲佔其全公司的總銷售額的比例推算。

⁶ 傳統的網絡遊戲，把休閒遊戲再細分為：射擊、冒險、運動、競賽、戰略、格鬥、戰略、益智類、戰棋、音類、育成、教學等類。

⁷ 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。



《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)

4.4 市場實際銷售收入與預測

香港及澳門區的網遊銷售正在增長。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⁸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。

香港及澳門的人口約有 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。目前台灣有 9 間遊戲公司上市，包括中華網龍、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。

4.5 中國、亞洲及海外市場的潛力

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。

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。在 2010 年，中國網遊市場總值更高達 420 億 6 千萬港元（人民幣 349 億）。

其它亞洲市場（以韓國和日本最為顯著）均已顯示，網遊產業与其它創意產業一樣，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，世界遊戲產業的規模高達 8574 億港元，

⁸人均付費是以每月總收入除每月付費人數所計算出來。



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。

4.6 手機網絡遊戲的機遇

智能手機在香港市場的普及率為 48%，較去年高出 8%，大約為國際的平均水平之 2 倍⁹。這些智能手機大多提供數據平台，如I-Phone和Android等。用戶可以通過數據平台付費下載應用程式（Application）、電子書（E-book）以及手機遊戲（Mobile Game）等。有見智能手機的普遍性及其用戶的上升趨勢，手機遊戲無疑是網絡遊戲產業的一個新機遇。

⁹市場諮詢公司 Taylor Nelson Sofres（TNS）在 2010 年之研究報告撮要可參考：<http://tech.sina.com.cn/t/2010-06-03/11594267093.shtml>



5 香港及澳門本土的網絡遊戲產業狀況

5.1 產業鏈：開發、代理、遊戲渠道點及零售商市場

網遊產業的產業鏈主要由開發、代理、遊戲渠道點以及零售商市場組成。以下將分析產業鏈中的不同部分之營運狀況：

5.1.1 遊戲開發與代理

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¹⁰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

10

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的 66%。

5.1.2 遊戲渠道點及零售商市場¹¹

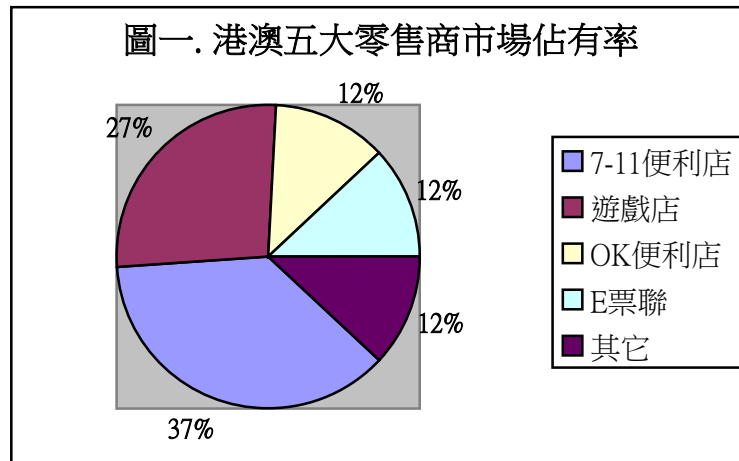
網吧作為網上遊戲其中一個重要渠道點，在接近一百萬的玩家之中，有約 10% 的玩家在選擇在網吧玩網絡遊戲。全港的網吧共有 141 間，其中有 28% 屬 IONE 而陽光網絡則約佔 20%。當中 I-ONE 佔市場營業額二成，而陽光佔一成

¹⁰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。

¹¹ 遊戲零售商市場主要包括遊戲營運商及零售市場點。



多，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。



根據網遊公司提供它們所預測的數據，港澳五大零售商市場¹²的第一位是7-11 便利店（共 963 間），佔 37%；第二位是遊戲店（共 77 間），佔 27%；第三位是OK便利店（313 間），佔 12%；第四位是E票聯，佔 12%；其它¹³則佔 12%。

5.2 業界組織

目前在業界最具認同性的業界組織為香港遊戲產業協會。協會在 2004 年成立，其創辦人兼召集人為施仁毅先生。目前協會共有 35 個理事會員。協會不但促進會員之間的交流與協作，而且更加定期舉辦一些推廣業界的活動，如亞洲遊戲網絡大獎等。香港遊戲產業協會無疑為網絡遊戲產業具推動的作用。

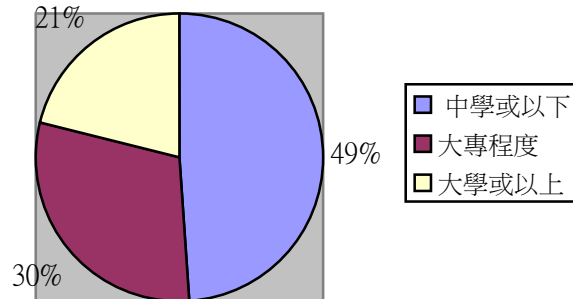
5.3 行業優勢及人才架構

¹² 遊戲零售商市場主要包括遊戲營運商及零售市場點。

¹³ 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。



圖二. 業界員工的學歷分佈



根據調查結果顯示，遊戲產業目前聘請的員工約 250 人¹⁴，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。

5.4 自主研發網絡遊戲產品數量

港澳的遊戲產業之中，主要以代理為主，而智傲集團在香港較為兼重研發與代理。目前由智傲集團研發的網絡遊戲共有 5 隻，分別為《夢幻古龍》、《古惑仔 2》、《古惑仔懷舊版》、《十方魔道》及《龍虎亂舞 K1》。其中的《龍虎亂舞 K1》為在 2010 推出市場的網絡遊戲。與此同時，遊戲橘子在本年正式收購香港的另一遊戲研發公司火狗工房。因此，香港在未來將預期有更多的本土研發網絡遊戲。

5.5 香港及澳門遊戲產業的優勢、挑戰及局限

香港及澳門遊戲產業的穩健增長顯示香港及澳門在發展遊戲產業方面存在一定的優勢。與此同時，兩地在網遊產業的長遠發展上卻仍然面對一定的局限和挑戰。

5.5.1 市場推廣優勢

¹⁴ 數據只包括營運和研發網絡遊戲的本地人手，並不包括網絡遊戲公司的非核心職員及遊戲店與網吧的職員等。加上所收到的問卷並不齊全，數據或與實際數字存在差距。



港澳地區，正成為國際化的大都會和世界旅遊休閒中心，設有國際級的展覽中心，佔著先進的展覽場地和人才，為遊戲產業的營銷、推廣，有能力成為亞洲地區的交易中心。

5.5.2 遊戲產業市場優勢

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港幣 10 億。香港可定位為大中華區和東南亞遊戲的交易中心。首先是香港可藉著兩文三語的優勢，發展多語言的市場，同時又可利用 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 萬人口市場。

5.5.3 營運遊戲業務的挑戰

營運的高成本是香港及澳門代理遊戲業務面對的最大挑戰。首先宣傳的成本高昂，如廣告費或聘請代言人等，費用不菲。兼且下斷攀升的高昂租金，令遊戲公司的經營陷於困難。此外，人才方面亦是業界面對的另一難題。港澳地區的遊戲產業正面形象尚未建立，有志在遊戲業界發展的人才不多；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。

5.5.4 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。



6 對香港及澳門網絡遊戲產業發展的建議

6.1 落實 CEPA 計劃，讓遊戲產業的公司能夠真正受惠

業界普遍覺得雖然 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。

6.2 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。

6.3 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。

6.4 結合研發技術，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。



6.5 開發網上收費平台

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。