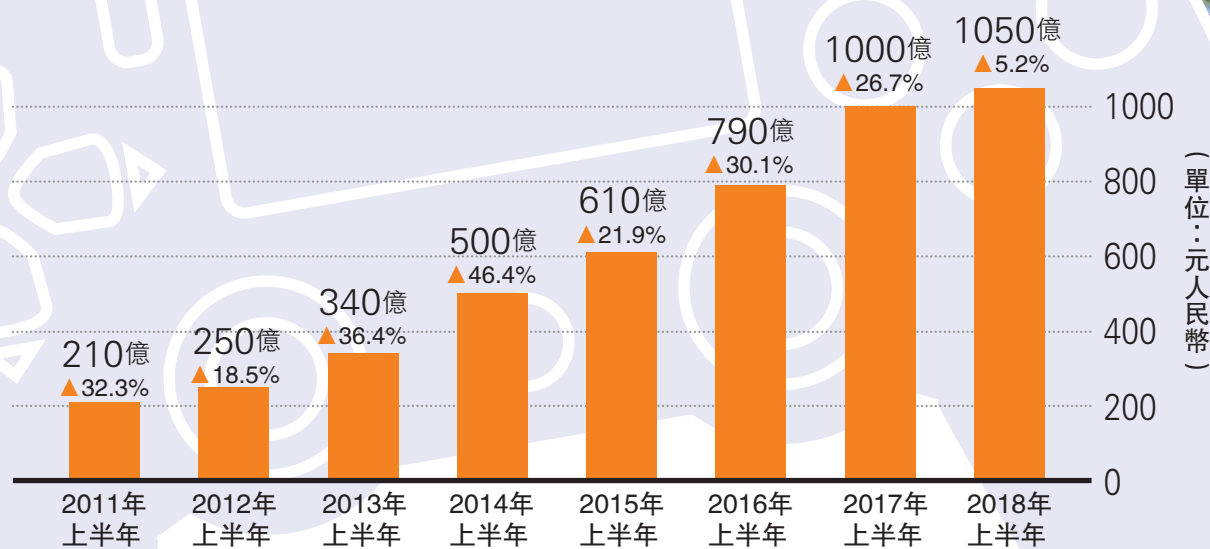


中國網絡遊戲市場規模



資料來源：中國音數協遊戲工委 (GPC)、伽馬數據 (CNG)、工銀國際研究部



▲今年上半年，中國遊戲市場中，女性用戶消費規模超過二百四十億元人民幣，同比增長近百分之十四

移動遊戲便利性續增 入場門檻趨降

女性遊戲玩家消費潛力浮現



▲今年上半年，中國遊戲市場實際銷售收入突破千億元人民幣

中國遊戲產業經過十多年發展，市場規模不斷擴大，研究機構Newzoo預期，2018年中國遊戲市場收入規模將達379億美元，佔全球總收入28%，成為全球最大的遊戲市場。不過，遊戲市場亦面臨增長瓶頸，面對中國遊戲市場增長放緩，海外市場勢必成為遊戲開發商的新戰場。此外，女性玩家的消費潛力尚待釋放。



悠閒理財

大公報記者 李清心

從事遊戲產業調查分析的第三方獨立研究機構伽馬數據 (CNG)，最新公布的遊戲行業數據顯示，2018年上半年，中國遊戲市場實際銷售收入突破千億元 (人民幣，下同)，達1050億元，按年增長5.2%，增幅較去年同期的26.7%顯著放緩，增幅更是歷年最低。

端遊頁遊市場出現萎縮

工銀國際報告指出，中國遊戲市場收入放緩，很大程度跟基數相對較大有關，畢竟去年市場推出多隻重磅遊戲，包括騰訊 (00700) 旗下多人線上競技遊

戲《王者榮耀》(Honour of King)，同時部分非核心玩家及新玩家被其他娛樂模式吸引，例如短視頻。

至於遊戲用戶方面，上半年增長4%至5.27億人，用戶規模增長穩定在較低水平，正趨向飽和狀態。

遊戲產業主要分為三大領域，上半年端遊 (需要用戶下載) 和頁遊 (基於網頁的遊戲) 收入出現萎縮，分別下跌1.3%及14.6%，為315.5億及72.6億元。

佔整體市場收入比重六成的手遊，市場增速亦見放緩，上半年中國移動遊戲實際銷售收入同比增近13%，約為634億元。不過，遊戲直播銷售收入達24.3億元，按年急增54%。

隨著中國遊戲市場增長放緩，海外市場成為新戰場。資料顯示，今年1至6月份，中國自主研發網絡遊戲海外銷售收入錄得46.3億美元，相等於約361億港

元，雖然按年增幅只有16%，但前景理想。

海外玩家市場前景理想

受惠遊戲風格更趨多元化，除了模擬遊戲 (SLG) 外，第一人稱射擊遊戲 (FPS)、多人在線戰鬥競技場遊戲 (MOBA) 及角色扮演遊戲 (RPG) 等遊戲亦深受海外玩家歡迎。根據調查機構 Sensor Tower 數據，網易在日本推出FPS遊戲《荒野行動》(Knives Out)，短短兩個月帶來700萬美元收入。

值得一提的是，近年女性遊戲玩家的用戶消費規模持續增長，伽馬數據報告顯示，今年上半年中國遊戲市場中，女性用戶消費規模達241.5億元，同比增長13.5%，主要受惠移動遊戲的便利性，加上入場門檻降低等，令女性遊戲玩家消費潛力浮現。



▲女性遊戲玩家的消費潛力，尚待釋放

網遊開發商上市申請陸續有來

目前，在香港上市從事網絡遊戲開發的股份，約有十多間，以市值超過3.5萬億港元的「股王」騰訊 (00700) 為首，還有軟件開發商金山軟件 (03888) 透過旗下西山居涉足網絡遊戲領域等。據了解，陸續有網絡遊戲開發商計劃來港上市。

其中，曾在美國上市的創夢天地 (iDreamsky Technology) 早於今年5月下旬提交主板上市申請，賣點之一在於公司以騰訊 (00700)、澳博 (00880)、麗新 (00488)、內地富豪王健林兒子王思聰等為投資者。其中，騰訊透過Tencent Mobility 現時持股20.65%，是第二大股東。

按弗若斯特沙利文資料，創夢天地是中國最大的獨立手遊發行商，按收益計，在中國手遊市場排名第五，至今已推出29款自研遊戲，2017年平均月活躍用戶 (MAU) 達3520萬。

擬在港上市的還有詩悅集團，該公司主要開發角色扮演遊戲 (RPG)，特別是回合制RPG。截至今年3月底首季，集

團盈利約5000萬元 (人民幣，下同)，按年增長63%。

根據初步招股文件顯示，詩悅集團已正式發布6款手遊，其中在2015年12月推出的首款自主開發遊戲《仙靈奇緣》最近已被淘汰，其餘5款繼續營運中，集團上月亦推出新款動作角色扮演遊戲《風色世界》。

另外，以開發模擬遊戲 (Simulation Game，簡稱「SLG」) 為主的指尖悅動 (06860) 剛上市約一個月，股價至今已累升逾兩成。指尖悅動的旗艦級SLG遊戲《坦克前線》，早於2014年7月發行，玩家總人數已超過2000萬，累計總流水帳額超過17億元，該遊戲在2017年錄得ARPPU (每月每戶平均收益) 為506元。

手遊與PC遊戲半年銷售表現

(單位：人民幣)

年份 (上半年)	手機遊戲	PC遊戲
2018年	634億 ▲12.9%	316億 ▼1.3%
2017年	561億 ▲49.8%	320億 ▲13.7%
2016年	375億 ▲79.1%	281億 ▲5.2%
2015年	209億 ▲67.2%	267億 ▲4.5%
2014年	125億 ▲395%	256億 ▲9.8%
2013年	25億 ▲101%	233億 ▲18%
2012年	130億 ▲53.7%	197億 ▲12.5%
2011年	8億 —	175億 —

資料來源：中國音數協遊戲工委 (GPC)、伽馬數據 (CNG)、工銀國際研究部

新推遊戲受限 手遊股失色

在一眾手遊股中，騰訊 (00700) 備受關注，該股剛於本週三 (15日) 公布中期業績，面對網絡遊戲市場上升動力有限，騰訊旗下網絡遊戲第二季收入錄得252.02億元 (人民幣，下同)，按年僅升6%，手遊收入約176億元，按年升幅只有19%，按季更錄得19%跌幅。

面對「食雞」手遊《絕地求生》(PUBG) 遲遲未能變現，雖然該手遊已累積大量玩家基礎，但其在線人數持續減少，由今年初高峰值突破300萬人，跌到今年5月不足100萬人，令人憂慮。

較早前，監管當局凍結審批所有網絡遊戲牌照，意味遊戲開發商短期推出新遊戲計劃無望，直接令遊戲市場青黃不接。

由騰訊代理並在WeGame平台發行的遊戲《怪物獵人：世界》(Monster Hunter World) 被要求下架，騰訊管理層表明，是因為部分遊戲內容不符合政策法規要求，因此需要調整內容。由此可見，騰訊又多一隻遊戲未能為集團貢

獻。

另外，金山軟件 (03888) 早前發盈警，其中提到中國內地網絡遊戲市場增長見滯緩，流量集中於多款重磅熱門遊戲，集團於今年6月底推出、獲騰訊評級為最高「六星」的新手遊《雲裳羽衣》，至今表現未達標，為更好部署《劍網3》的戰略，《劍網3》將延遲至2019年初作商業發布。



▲騰訊「食雞」手遊《絕地求生》(PUBG) 已累積大量玩家基礎

三個消費的實地測試

校長爸爸教理財
關顯彬

以下不是一個新的實驗，其實是多年來也有不少應用過。這三個實驗對測試或了解小孩子對金錢的態度甚有參考價值。

第一個場景是玩具店，父母帶同其小朋友到大型的玩具店，在他們可以負擔的範圍下，讓小朋友選購其喜愛的玩具，看

看他們選了什麼，會否先衡量父母的負擔能力，還是選了一些沒有意義的那些或很昂貴的，只求大眾所求，從沒有顧及父母的看法或負擔能力。

長大了一些，換了另一場景可能就是一間酒樓或餐廳，通常父母都會讓兒女任點任食，特別在吃自助式的地方，但看看他們隨意點食物的行為，看到孩子放縱的景況，毫不想想自己的食量，特別是貴價的東西，叫了很多食物卻最終吃不下，實在浪費，很少父母會趁機教導孩子吃東西

選先有一點計劃，無論在質與量，叫的是合適的食物，同時也照顧到別人的需要。

不少成年人也遇上此場景，只要不需付款，就不太考慮自己的食量，寧願吃剩也不顧及付款者的感受，同時浪費資源，但如果自己付款的，就會有一定的考慮。

若小孩子自小成長於資源豐富的环境下，什麼東西也要最好的時候，而父母又不加以留意，他們便不會分辨生命中的「想要」或「需要」，養成沒有節制的壞習慣。當他們長大後，父母或自己的家庭經濟環境不能

再維持這樣花費的生活方式時，以往沒有節制的生活方式便令生命倒下來。

第三個場景可能是與家人相處的情況，例如在超級市場，當一家人買東西準備度假或是舉辦家庭活動如大食會時，大家進入超市時，就會忘形，很多小孩子見東西就買，相信已經忘掉了來超市的原意，便會順道買些與今次家庭活動無關的東西。可能他們認為父母都會付錢的，於是加了很多自己想買而不用等的東西，而無謂謂或順便買的東西往往會多過實際需要

買的東西，甚至愈買愈興奮，甚至會完全淡忘了今次到超級市場購物的最初原因。

見微知著，從以上三個場合中，足以反映孩童在消費時，是否有充分考慮自己的需要，更甚的是沒有從父母的經濟能力角度設想，好好體會賺錢不易的道理。小時候養成自私的心態，長大後便會表露無遺。看來父母們真的要在適當的場合，抓緊機會教導下一代了。(作者為前任小學校長、現任財商教育協會課程兼培訓總監及華人家族傳承研究所研究院士)