

2015 年韩国游戏产业白皮书

韩国文化体育观光部与韩国文化产业振兴院于上月底发布了“2015 韩国游戏产业白皮书”。报告综合叙述了 2014 年韩国游戏市场总结以及 2015 年全球游戏市场动向等内容，让我们一起来了解一下吧。

从总括的观点，报告显示 2014 年韩国游戏市场同比增长 2.6%，成功逆转了 13 年的下降态势（13 年韩国游戏市场降幅为 0.3%）。韩国网游市场在 13 年经历了较大的打击，下降幅度高达 19.6%，然而 14 年重新回到了增长态势，增幅 1.7%。手游在 2014 年仍然保持增长，虽不及 13 年 190.6% 的超高速增长，但也实现了增长率 25.2% 这一不俗的成绩。

手游行业的迅速发展，必然使其在整个游戏行业的占比增加。韩国市场手游行业在这个游戏行业的比重有 13 年的 23.9% 提升到了 14 年的 29.2%，与此相反，韩国网吧行业在游戏行业比重下降得最多，由 13 年的 17.1% 下降到 14 年的 12.3%，降幅达 4.8%。整个游戏产业有一种向网游与手游集中的倾向，13 年手游和网游共占整个韩国游戏产业比重 80%，而 14 年这个比例增长到了 84.8%，统计项目中剩下的 5 个行业共占比不过 15.2%，可见手游和网游依然是韩国游戏行业两巨头。

1. 一年内逆袭成功

13 年是自 2007 年以来韩国游戏市场首次呈现下降态势（降幅为 0.3%，市场规模 9 兆 7197 亿韩元），仅用了一年时间，14 年韩国游戏市场就成功逆转了劣势。2014 年韩国游戏市场规模达 9 兆 9706 亿韩元，涨幅达 2.6%。

韩国市场总体规模及增长率变化走势图

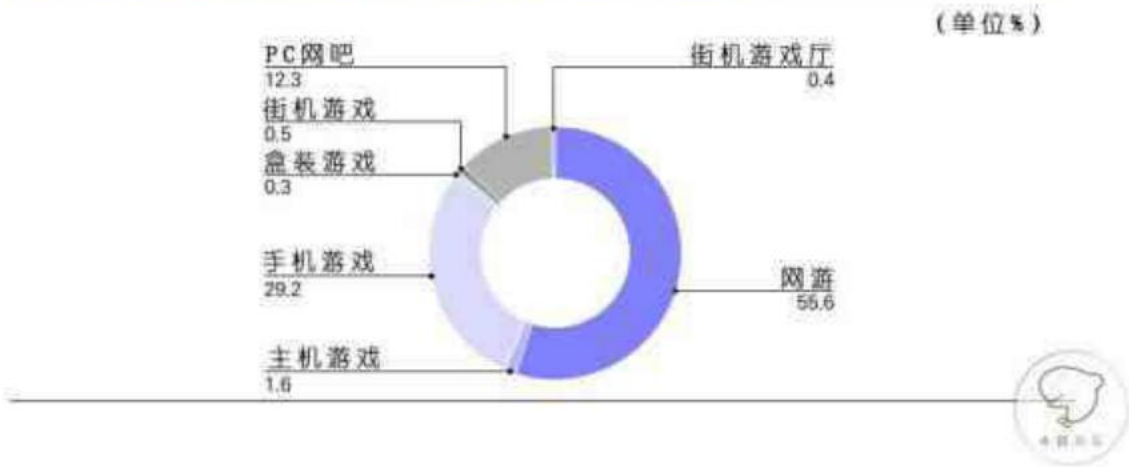
(单位：亿韩元)



2. 韩国游戏行业两巨头：网游与手游

2014 年游戏产业比重有一种向网游与手游集中的倾向。其中网游以 5 兆 5425 亿韩元的规模，占比 55.6%，排行第一；手游以 2 兆 9136 亿韩元的规模，占比 29.2%（近乎整个产业的三分之一），排行第二；PC 网吧以 1 兆 2277 亿韩元的规模排行第三，占比 12.3%；主机游戏占比 1.6%，排行第四；街机游戏占比 0.5%（降幅 0.3%），排行第五；街机游戏厅占比 0.4%（降幅 0.3%），排行第六；Boxed Game（盒装游戏）占比 0.3%（降幅 0.1%），排行第七。

2014 韩国游戏产业分类占比情况



手游、网游、主机游戏较 13 年都有所增长。手游增长率非常高，达 25.2%；网游增长率是三者中最低的，为 1.7%，但 13 年网游遭受了 19.6% 的巨大的降幅，能在一年内逆转成涨幅已属不易；主机游戏虽然占比少，但是增长率却最高，达 70.7%。剩下的 4 个游戏产业均呈现较大幅度的下降趋势。街机游戏降幅达 35.9%；Boxed Game(盒装游戏)降幅为 11.3%；PC 网吧降幅 26.1%；街机游戏厅降幅 36.6%。

3.2015 年预测及未来展望

据“2015 韩国游戏产业白皮书”预测，2015 年韩国游戏产业规模将达到 10 兆 5788 亿韩元，同比增长 6.1%。其中网游将有小幅增长，手游将继续保持较高速增长态势并成为牵引整个游戏产业增长的“领头羊”。报告还预测，2016 年及 2017 年网游仍将保持小幅增长态势，而手游的增长态势将会放缓，整个游戏产业将维持每年 4.3% 左右的增长率，产业规模将可能会保持在 11 兆韩元左右。

韩国游戏市场规模及展望

(单位: 亿韩元)

	2013		2014		2015(E)		2016(E)		2017(E)	
	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	增长率
网 游	54,523	-19.6%	55,425	1.7%	56,847	2.6%	58,141	2.3%	59,261	1.9%
手 游	23,277	190.0%	29,136	25.2%	35,916	23.3%	39,708	10.6%	44,028	10.8%
主机游戏	936	-41.8%	1,598	70.7%	1,758	10.0%	1,706	-3.0%	1,630	-4.5%
盒装游戏	380	-44.1%	337	-11.3%	394	16.9%	530	34.5%	470	-11.3%
街机游戏	825	4.3%	528	-35.9%	450	-14.8%	439	-2.4%	400	-6.6%
PC网吧	16,618	-7.3%	12,277	-26.1%	10,029	-18.3%	9,429	-6.0%	8,922	-5.4%
街机游戏厅	639	-3.9%	405	-36.6%	394	-2.7%	384	-2.5%	370	-1.0%
合 计	97,198	-0.3%	99,706	2.6%	105,788	6.1%	110,337	4.3%	115,081	4.3%



网游在 2015 年产业规模有望达到 5 兆 6874 亿韩元，同比增长 2.6%，从规模上将继续保持“大哥大”的地位。从 15 年下半年开始至 17 年，网游大作将陆续进入市场，但由此带来的增幅预计并不会特别大，16 年、17 年网游增长率预计大致会在 2% 左右，产业规模将在 6 兆韩元左右。

手游方面仍然会陆续出品大作，由于韩国市场目前手游仍处于细分市场发展阶段（市场并未完全饱和），预计将来仍会保持较高的增长态势。预计 2015 年手游同比增长 23.3%，规模将达 3 兆 5916 亿韩元。从 16 年开始，预测手游增长率将保持在 10% 左右，增速开始放缓。

由于“次世代游戏机”的影响，2015 年主机游戏预计将会保持小幅增长。但 16 年开始预测将会出现“负增长”，推测其原因可能会是“次世代游戏机”带来的新鲜感和宣传效果减弱，而主机平台在玩家眼中的魅力也在逐步减少，未来主机游戏在韩国市场的发展可能会举步维艰。

暴雪出品的《星际争霸 2》新资料片预计今年 11 月底将在韩国地区发售，受其影响，Boxed Game（盒装游戏）在 15 年的销售成绩预计会较之前有比较大的提升，并且预计该影响将会一直延续至 2016 年。17 年开始，由于此类在韩国非常火的大作暂时没有发售新资料片的消息，加之 Steam 的竞争因素，预计 17 年 Boxed Game（盒装游戏）增长态势将会再次跌落。

街机游戏由于目前在韩国基本属于发展停滞的状态，仍未找到新的发展契机的街机游戏预计从 15 年至 17 年仍将保持“负增长”态势，到 2017 年街机游戏市场规模将跌落至 400 亿韩元左右。15 年上半年虽然出现了《铁拳 7》这个经典作品，但从市场反应来看依旧是影响细微。目前街机游戏发展停滞且基本没有热点话题供炒作，仅靠偶尔出品一部名作是无法挽救目前街机游戏市场的颓势的。

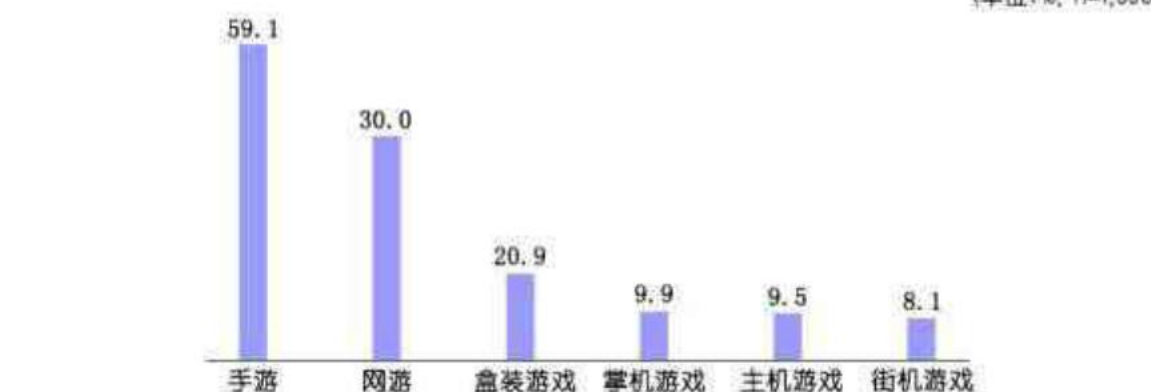
无独有偶，同样出现颓势的还有游戏流通行业——PC 网吧和街机游戏厅。它们同街机游戏的情况类似，市场饱和且没有热点话题供炒作，发展陷入停滞。据报告预测，这两个游戏流通行业将来仍可能持续保持“负增长”态势。

3.韩国市场游戏平台差异调查

韩国文化产业振兴院对 10~59 年龄段的游戏玩家 1500 名进行了网络问卷调查和面对面调查。其中，对于近来最常玩的游戏这个问题，调查情况是手游（59.1%）、网游（30%）、PC 盒装游戏（20.9%）、掌机游戏（9.9%）、主机游戏（9.5%）、街机游戏（8.1%）。

近来最常使用的游戏类型占比情况

(单位:%, n=1,500)

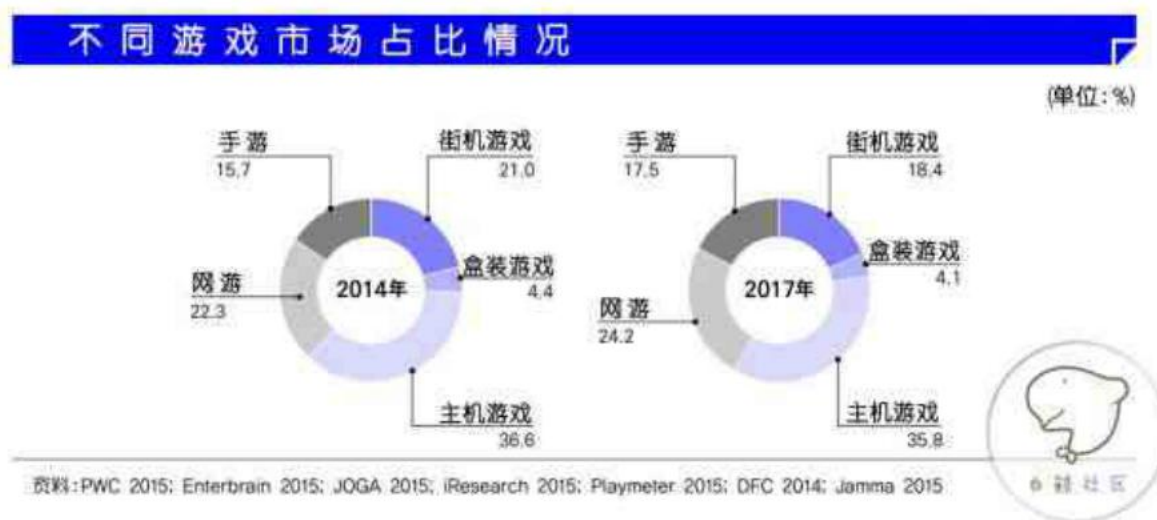


对于玩游戏的目的/原因这个问题，网游玩家有 75.4%是为了减压玩游戏，排名第二的原因是“单纯因为游戏好玩”(64.7%)。手游玩家玩游戏的原因，第一名是“为了打发时间”(61.6%)，排名第二的原因是“可以随时随地玩”（ 52% ），而“为了减压”这个选项只有 39.1%的玩家选择。PC 盒装游戏从某种程度上也可以看成是网游的延伸，所以在玩游戏的原因这个问题上得到的回答也与网游相似，77%的玩家是为了减压，68.1%的玩家是单纯因为好玩。主机游戏有 64.3%的玩家是为了减压玩游戏，52.4%的玩家是因为好玩而玩游戏。掌机游戏玩家玩游戏最大的原因是因为“可以随时随地玩”（ 44.6% ）。街机游戏玩家玩游戏最大的原因是因为游戏好玩（ 50.4% ）。

一天游戏平均使用时长这个问题，网游为平时 95 分钟/天，周末 144 分钟/天，排名第一。手游的情况是平时 87 分钟/天，周末 94 分钟/天，排第二。PC 盒装游戏为平时 50 分钟/天，周末 74 分钟/天，排第三。主机游戏的情况是平时 37 分钟/天，周末 72 分钟/天。掌机游戏为平时 39 分钟/天，周末 58 分钟/天。街机游戏的情况是平时 30 分钟/天，周末 44 分钟/天。

单个游戏使用时长情况是，网游平均 10.4 个月，排行第一。第二名是主机游戏，平均 7.9 个月。接下来是掌机游戏，平均 7.1 个月。PC 盒装游戏平均 7.0 个月，排第四位。而手游单个游戏平均使用时长仅为 14.7 周（即 3~4 个月），排行最末。

4.全球不同游戏市场占比情况及预测



2014 年全球游戏市场规模同比增长 5.9%，达到 1234 亿 4500 万美元。相比 13 年，变化最大的是主机游戏市场，13 年主机市场同比下降了 2.4%，仅用一年便逆转态势，14 年较 13 年增长率 4.5%，占整个游戏市场比重的 36.6%，规模达 451 亿 7700 万美元。主机游戏市场呈现增长态势主要原因在于 13 年末业界公布了 PS 4、Xbox One 等次世代主机游戏机，由此为主机游戏市场带来了空前的人气。这股人气同时还拉动了 PS 3、Xbox360、3DS 等早前发布的主机游戏的销售。另一方面，由于玩家越来越喜爱通过网上购买的方式购买主机游戏，主机游戏在零售贩卖市场将可能越来越不景气。白皮书中显示由于次世代主机的发布，由此带来的主机游戏购买风潮预计将持续到 2017 年，主机游戏预计也将保持增长态势直至 2017 年。

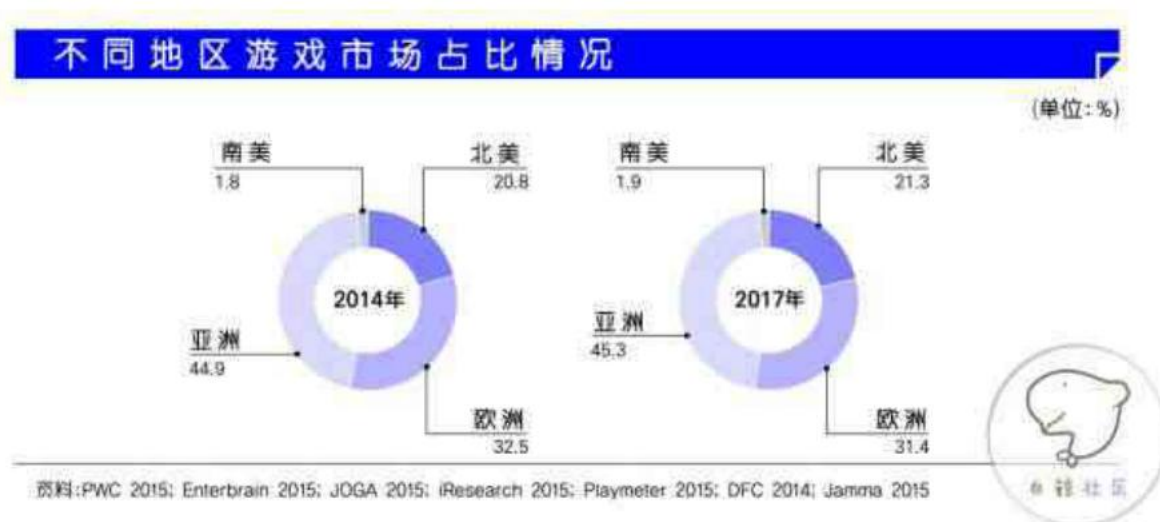
2014 年全球街机游戏市场同比增长了 0.8%，占整个游戏市场比重达 21%，规模达 258 亿 9900 万美元。增长原因主要在于复合游戏中心的活跃、体感型游戏机的扩产、《铁拳 7》等名作的发布和中国街机游戏销售额增加等方面。但白皮书预测这种增长态势只是短暂的，从 15 年开始街机市场将保持稳步不前的状态，并且由于手游持续增长、次世代游戏主机发布导致主机游戏回温等原因，街机游戏已经渐渐丧失了曾经的主导权，今后亦很难重夺主导权。

全球网游市场同比增长 9.4%，增长率在手游之后，排第二位，规模达 275 亿 8700 万美元。SNG 类网游、休闲类网游活跃，使得网游的用户层得到扩大，从而对市场规模增大起到了积极作用。另外，宽带的普及、网上购买方式的扩大、商城内购买方式的成功也为网游市场的增长起到了推波助澜的作用。但由于网游市场的重心——亚洲市场的格局逐渐趋于稳定，白皮书预测从 15 年开始网游市场的增长势头将有所减弱。

全球手游市场 14 年同比增长了 12.4%，是成长最快的游戏市场，规模达 193 亿 4300 万美元。高性能的智能手机和平板电脑不断更新、4G 等高速网络出现并普及、App Store 等方便玩家使用的应用商店层出不穷，这些都奠定了手游快速增长的基础。手游发展经历了从早期益智游戏为主到高清画质的 RPG 类、社交类游戏大进发的过程，白皮书预测手游市场短时间内将继续保持较高成长。

12 年同比下降 22.8%、13 年同比下降 0.2% 的盒装游戏市场在 14 年实现了翻身，获得了同比 4.2% 的增长，规模达 54 亿 3800 万美元。能实现这样的增长，原因主要在于盒装游戏商店零售的销售模式在北美和欧洲仍然较为盛行，除手柄外新兴盒装游戏相关设备如 Oculus Rift、Virtualizer 纷纷亮相同时带来了新的增长点。但由于 PC 网游不断向高品质突

破且拥有更多的在线内容，使盒装游戏玩家在一定程度上流失，加之非法复制、传播猖獗，所以白皮书预测，2015 年盒装游戏增长速度不会很快。



据白皮书预测，2017 年整个游戏市场占比最多的仍将是主机游戏，相比 14 年占比会有少量下降。17 年网游与街机游戏差距将拉大，手游将持续保持增长，有望达到 17.5%的比重。盒装游戏 2017 年占比同 14 年相比预计没有大的变化。从地域上来看，亚洲、南美、北美地区占比呈现增长态势，欧洲地区占比呈现下降态势。2014 年亚洲市场占比达 44.9%，其中中国、日本、韩国在网游和手游方面表现强势，为亚洲市场占比增大做出卓越贡献。白皮书预计亚洲市场 2017 年占比会有所增长，有望达到 45.3%。北美和南美市场主要依靠主机游戏市场的增长在 2017 年预计也将提高占比，分别达到 21.3%和 1.9%。与此相反，欧洲市场虽然在主机游戏市场仍会有所增长，但受街机游戏市场与盒装游戏市场萎缩的影响，占比预计会有小幅下降。