

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ตลาดอุตสาหกรรมเกมมือถือของจีน

1. ภาพรวมตลาดเกมของจีน

1.1 ปี ค.ศ. 2020 มูลค่าตลาดเกมดิจิทัลคิดเป็นประมาณ 1.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.71 (YoY) โดยเกมที่นิยมมากในตลาดจีนเป็นเกมที่ผลิตโดยบริษัทในประเทศจีนกว่าร้อยละ 80 และมีผู้เล่นเกมถึง 665 ล้านคน ขณะที่ สัดส่วนการตลาดของเกมแต่ละประเภท พบว่าเป็นรายได้จากเกมมือถือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาเป็นเกมที่เล่นผ่านคอมพิวเตอร์ร้อยละ 26.6 และเกมที่เล่นผ่านเว็บไซต์เกมร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

1.2 มูลค่าการส่งออกของเกมที่ผลิตโดยบริษัทในประเทศจีนมีมูลค่า 464,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.25 (YoY) โดยตลาดหลักของเกมจีน ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฝั่งตะวันตกของยุโรป

2. อุตสาหกรรมเกมมือถือของจีนในช่วงที่มีการระบาดของโรค COVID – 19 การแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ทำให้มีสถิติการค้นหาแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับเกมมากถึงร้อยละ 40 ของการค้นหาทั้งหมดในช่วงเวลานั้น โดยเกมที่ได้รับคามนิยมมากในอันดับต้นๆ ได้แก่ เกมหมากรุก เกมไพ่ และเกมประเภท Social Game โดยมีมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวันโดยรวมสูงถึง 4,600 ล้านบาท

3. งานแสดงสินค้าเกมในจีน ประเทศจีนมีงานแสดงสินค้าเกมที่สำคัญได้แก่ China International Cartoon & Game Expo (CCG EXPO) จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่มหานครเซี่ยงไฮ้ เริ่มจัดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2005 ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวจีน และรัฐบาลเทศบาลนครเซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นงานที่ส่งเสริมความร่วมมือทางธุรกิจสำหรับผู้ที่ยื่นขอรับการสนับสนุน อุตสาหกรรมแอนิเมชันและเกม ซึ่งภายในงานมีผู้นำด้านแอนิเมชันและเกมจากทั้งในและต่างประเทศ นำผลงานมาจัดแสดงภายในงานอีกด้วย

4. การลงทุนในอุตสาหกรรมเกมมือถือของจีน พบว่าบริษัทที่มีการลงทุนในธุรกิจบริการเกมมือถือมากที่สุด ได้แก่ บริษัท Tencent มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาเป็นบริษัท NetEase ร้อยละ 21 บริษัท 37.com ร้อยละ 7.6 บริษัท Perfect World ร้อยละ 2.3 บริษัท Yoozoo ร้อยละ 1.8 และบริษัทอื่นๆ อีกร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

5. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

อุตสาหกรรมเกมจีนมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงเทศกาลตรุษจีนปี ค.ศ. ๒๐๒๐ ทำให้มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวันสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์เมื่อเทียบกับในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังทำให้มีความกระตือรือร้นของการลงทุนในธุรกิจบริการเกมในตลาดจีนมากขึ้น โดยเฉพาะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับเกม ส่งเสริมให้มีผู้เล่นเกมมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมเกมภายในประเทศ รวมทั้งการจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านเกมจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนอย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้เป็นจำนวนมากในช่วงเวลาที่มีการเดินทางระหว่างประเทศยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ดังนั้น จึงอาจจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ยังมีการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมน้อยเมื่อเทียบกับตลาดจีน โดยแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสในการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดเกม ซึ่งถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพในยุคนี้ คือ รัฐบาลไทยควรพิจารณากำหนดนโยบายส่งเสริมการพัฒนาและส่งออกธุรกิจบริการเกมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม ควบคู่ไปกับการส่งเสริมบ่มเพาะและพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเกมเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งมีมาตรการส่งเสริมการลงทุนและการร่วมลงทุนจากต่างประเทศ ตลอดจนร่วมกับภาคเอกชนในการสร้างแพลตฟอร์มเรียนรู้การพัฒนาเกมออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการไทยและบุคลากรในวงการเกมให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมอย่างเป็นระบบและครบวงจร ซึ่งจะช่วยให้สามารถผลักดันธุรกิจบริการเกมของไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติและสามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้ในระยะยาวต่อไป

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ



ตลาดอุตสาหกรรมเกมมือถือของจีน

1. ผู้ประกอบการ/ ผู้ผลิตเกมมือถือหลักของจีน 10 อันดับแรก ได้แก่

ลำดับที่	ผู้ประกอบการหลัก (บริษัทผู้ผลิตเกมมือถือ)	ยอดขาย (หน่วย: หยวน)	เกมที่ผลิต	ภาพประกอบ
1	Tencent Games	ปี 2019 มียอดขาย 105,767 ล้านหยวน (486,528.2 ล้านบาท)	King of Glory (王者荣耀)	
2	Net Ease Games	ปี 2019 มียอดขาย 46,420 ล้านหยวน (213,532 ล้านบาท)	Fantasy Westward Journey	
3	Perfect World	ครึ่งปีแรกของปี 2020 มี ยอดขาย 5,144 ล้านหยวน (23,662.4 ล้านบาท)	Perfect World	
4	Sheng Qu Games	ปี 2019 มียอดขาย 2,500 ล้านหยวน (11,500 ล้านบาท)	The world of legend	
5	Seasun Entertainment	ครึ่งปีแรกของปี 2020 1,650 ล้านหยวน (7,590 ล้านหยวน)	The Legend of Sword and Fairy	

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



ลำดับที่	ผู้ประกอบการหลัก (บริษัทผู้ผลิตเกมมือถือ)	ยอดขาย (หน่วย: หยวน)	เกมที่ผลิต	ภาพประกอบ
6	Changyou	ปี 2019 มียอดขาย 3,094 ล้านหยวน (14,232.4 ล้านบาท)	Eight guardians	
7	Snail	เดือนมกราคม - กันยายน ปี 2019 มียอดขาย 1,980 ล้านหยวน (9,108 ล้านบาท)	Age of Wushu Dynasty	
8	Hero	ปี 2019 มียอดขาย 1,375 ล้านหยวน (6,325 ล้านบาท)	Let's fly together	
9	Giant Network	ปี 2019 มียอดขาย 2,569 ล้านหยวน (11,817.4 ล้านบาท)	The journey	
10	Bili Bili	ปี 2019 มียอดขาย 3,590 ล้านหยวน (16,514 ล้านบาท)	Fate Grand Order	

หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 4.6 บาท

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอภาสสู่ตลาดจีน by สคตซิงต้า.



2. ภาพรวมตลาดเกมของจีน

2.1 มูลค่าตลาด และอัตราการเจริญเติบโต (ในประเทศ) ของเกมโดยรวม และเกมมือถือ

เมื่อปี ค.ศ. 2020 มูลค่าตลาดเกมดิจิทัลคิดเป็น 278,687 ล้านหยวน (หรือประมาณ 1,281,960.2 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.71 มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 80 ซึ่งเป็นเกมที่ผลิตโดยบริษัทในประเทศจีน ขณะที่มีย่านผู้เล่นเกมกว่า 665 ล้านคน โดยในทึ่นีเกมมือถือมีรายได้มากถึง 209,676 ล้านหยวน (หรือประมาณ 964,509.6 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.61

2.2 สัดส่วนการตลาด (Market Share) ของเกมแต่ละประเภท เช่น เกมออนไลน์ เกมมือถือ เกมที่ต้องใช้โปรแกรมเล่นเกมผ่านคอมพิวเตอร์

เมื่อปี ค.ศ. 2019 รายได้จากเกมมือถือ (ซึ่งรวมเกมที่เล่นในแท็บเล็ต PAD และเกมบนเครื่องเล่นเกม PSP) คิดเป็น 157,110 ล้านหยวน (หรือประมาณ 722,706 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.5 ของรายได้เกมทั้งหมด รายได้ของเกมที่ต้องใช้โปรแกรมเล่นเกมผ่านคอมพิวเตอร์ มีรายได้ 61,510 ล้านหยวน (หรือประมาณ 282,946 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.6 ของรายได้ทั้งหมด สำหรับเกมที่เล่นผ่านเว็บไซต์เกมมีรายได้ 9,870 ล้านหยวน (หรือประมาณ 45,402 ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.3 ของรายได้ทั้งหมด

2.3 มูลค่าการส่งออก

ปี ค.ศ. 2020 มูลค่าการส่งออกของเกมทีผลิตโดยประเทศจีนมีรายได้ในต่างประเทศคิดเป็น 101,000 ล้านหยวน (หรือประมาณ 464,600 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.25 ตลาดต่างประเทศหลักของเกมจีนได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฝั่งตะวันตกของยุโรป

ปี ค.ศ. 2019 มูลค่าการส่งออกของเกมทีผลิตโดยประเทศจีนมีรายได้ในต่างประเทศคิดเป็น 11,590 ล้านหยวน (หรือประมาณ 53,314 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 21

ปี ค.ศ. 2018 มูลค่าการส่งออกของเกมทีผลิตโดยประเทศจีนมีรายได้ในต่างประเทศคิดเป็น 6,920 ล้านหยวน (หรือประมาณ 31,832 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 23

ปี ค.ศ. 2017 มูลค่าการส่งออกของเกมทีผลิตโดยประเทศจีนมีรายได้ในต่างประเทศคิดเป็น 8,280 ล้านหยวน (หรือประมาณ 38,088 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5

3. อุตสาหกรรมเกมมือถือของจีนในช่วงที่มีการระบาดของโรค COVID - 19

สถานการณ์อุตสาหกรรมเกมส์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาของอุตสาหกรรมเกมของจีนในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคช่วง COVID-19 มีปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมจีนดังนี้

1) เมื่อช่วงวันที่ 24 มกราคม 2020 เกมมือถือ King of Glory (王者荣耀) มียอดขายกว่า 2,000 ล้านหยวน (หรือประมาณ 9,200 ล้านบาท) ซึ่งสูงกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปี ค.ศ. 2019 ถึงร้อยละ 50

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



2) การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้ดัชนีการค้นหาของเกมเพิ่มสูงขึ้น โดยในช่วงระหว่างวันที่ 20 มกราคม ถึง 20 กุมภาพันธ์ 2020 คำค้นหา 30 อันดับแรกใน IOS ได้แก่

เกม : 1. Ace Force (王牌战士) 2. King of Glory (王者荣耀)

แอปพลิเคชันวิดีโอ : 1. Tencent 2. Youku 3. iQiYi

แอปพลิเคชันไลฟ์สด : 1. Kuaishou 2. Douyin (Tik Tok)

เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เป็นการขัดขวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชน เกมจึงได้กลายเป็นสื่อบันเทิงชนิดหนึ่งสำหรับผู้คนส่วนใหญ่ ซึ่งจากสถิติยอดการค้นหา 30 อันดับแรก แสดงให้เห็นว่า เกม และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับเกมสูงถึงร้อยละ 40 สามารถอนุมานได้ว่า อัตราการเจาะตลาดของเกมมือถือจะเพิ่มมากขึ้นอีกอย่างแน่นอน

3) การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลทำให้พลังของ Stay at Home Economy (宅经济) เพิ่มมากขึ้น จากการประชุมในงาน 2019 China Game Industry Annual Conference รายงานว่า ตลาดเกมจีนมีรายได้รวมมูลค่า 230,880 ล้านหยวน (หรือประมาณ 1,062,048 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 ตลาดเกมในจีนยังรักษาอัตราการเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยในช่วงเทศกาลตรุษจีนที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อย่างหนัก เกมหมากรุก เกมไพ่ และเกมประเภท Social Game ได้ครองอันดับต้นๆ ของรายการแอปพลิเคชันมือถือ มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวันโดยรวมสูงถึง 1,000 ล้านหยวน (หรือประมาณ 4,600 ล้านบาท) ซึ่งพลังของ Stay at Home Economy (宅经济) ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนและมีหลายเกมที่ได้รับคามนิยมในช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีนที่ผ่านมา

แผนภาพ แสดงแนวโน้มรายได้ในตลาดเกมของจีน ในปี ค.ศ. 2014 - 2019
(หน่วย : ร้อยล้านบาท)



แหล่งที่มา : https://www.sohu.com/a/386680848_473133

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอภาสสู่ตลาดจีน by สดขิงตัว.



4) ผู้บริโภคสามารถเลือกความบันเทิงได้หลากหลาย นอกจากจะใช้จ่ายไปกับเกมแล้ว ยังใช้จ่ายไปกับการชมภาพยนตร์ งานสังสรรค์ การร้องคาราโอเกะ (KTV) เป็นต้น เนื่องจากมีการแพร่ระบาดในช่วงที่ผ่านมา ทำให้การออกไปท่องเที่ยว และการจัดงานสังสรรค์ลดลงอย่างมาก ดังนั้นความบันเทิงที่สามารถทำได้ที่บ้านเพื่อฆ่าเวลาก็คือการเล่นเกมนั่นเอง โดยในช่วงที่ผ่านมาตลาดเกมออนไลน์ได้เติบโตขึ้นอย่างมาก มีบริษัทที่จดทะเบียนเกี่ยวกับเกมออนไลน์เพิ่มขึ้น อาทิ บริษัท Dalian Zeus Entertainment Co., Ltd. บริษัท Baofeng Group Co., Ltd. เป็นต้น

5) เมื่อพิจารณาในระยะยาว อุตสาหกรรมเกมของจีนได้เข้าสู่ช่วงที่เติบโตอย่างเต็มที่ ในปี ค.ศ. 2008 – 2017 อุตสาหกรรมเกมของจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในช่วงเวลากว่าสิบปีที่ผ่านมา อินเทอร์เน็ตและความนิยมในการใช้สมาร์ตโฟนเพิ่มมากขึ้น รายได้จากเกมใน PC ลดลง ในปี ค.ศ. 2019 รายได้ของเกมมือถือคิดเป็นร้อยละ 70 ของตลาดเกม ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของตลาดเกม

แผนภาพ แสดงโครงสร้างอัตราส่วนรายได้ของเกมในประเทศจีนในปี ค.ศ. 2013 - 2019

(หน่วย: %)



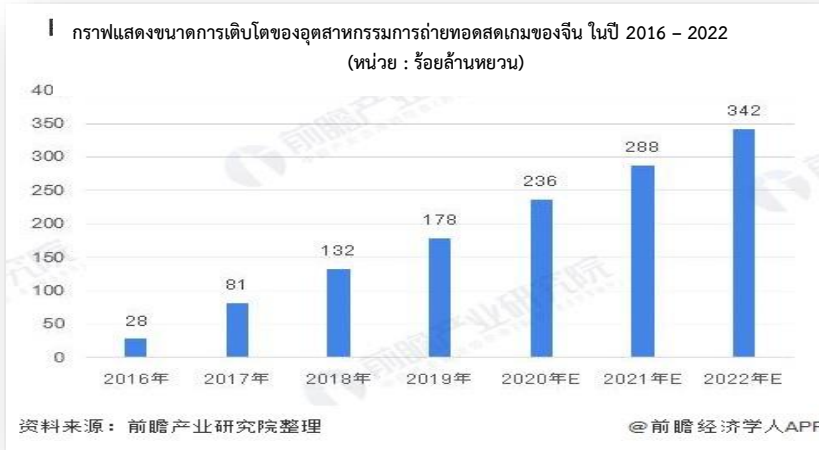
แหล่งที่มา : https://www.sohu.com/a/386680848_473133

6. การแพร่ระบาดของโรคมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหลายด้าน แต่อุตสาหกรรมการถ่ายทอดสดเกมสามารถเข้าถึงประชาชนได้ในขณะที่อาศัยอยู่ในบ้าน จากการวิจัยของ Qianzhan Chanye Research Institute พบว่า ขนาดของอุตสาหกรรมการถ่ายทอดสดเกมกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีมากกว่าร้อยละ 20 คาดว่าภายในปี ค.ศ. 2022 จะมีขนาดตลาดสูงถึง 34,200 ล้านหยวน (หรือประมาณ 157,320 ล้านบาท) แพลตฟอร์มต่างๆ หลายแพลตฟอร์ม กำลังพัฒนาระบบการบริการชำระเงินแบบใหม่ (เช่น การจับถือเตอร์รี่ จับฉลาก การร่วมสนุกขณะถ่ายทอดสด เกมทายปัญหา เป็นต้น) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ร่วมสนุกใช้จ่ายเงินเพื่อลุ้นรับรางวัล และส่งเสริมการเพิ่มขนาดอุตสาหกรรมเกมอย่างต่อเนื่อง

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



แผนภาพ แสดงขนาดการเติบโตของอุตสาหกรรมการถ่ายทอดสดเกมของจีน
ในปี ค.ศ. 2016 – 2022
(หน่วย : ร้อยล้านบาท)



แหล่งที่มา : https://www.sohu.com/a/386680848_473133

7. ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ต่ออุตสาหกรรมต่างๆ ยังคงดำเนินต่อไป ในขณะที่อุตสาหกรรมออนไลน์ เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก โรงภาพยนตร์ จะต้องปิดตัวลง และได้รับความเดือดร้อน แต่กลับเป็นการกระตุ้น Stay at Home Economy (宅经济) เช่น อุตสาหกรรมเกม ให้ มีความเติบโตมากขึ้น ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคเป็นช่วงที่กระแสของอุตสาหกรรมเกมถึงจุดสูงสุด เนื่องจากการขยายวันหยุดของนักเรียน ทำให้การบริโภคของผู้บริโภคยืดระยะเวลาออกไป และส่งผลทำให้อุตสาหกรรมเกมเติบโตมากขึ้น

4. งานแสดงสินค้าเกมในจีน



แหล่งที่มาของภาพ : <https://www.douban.com/event/33094444/>

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สดขิงต้า.



4.1) China International Cartoon & Game Expo (CCG EXPO) จัดขึ้นประจำปี ที่ Shanghai World Expo Exhibition and Convention Center ณ มหานครเซี่ยงไฮ้ ซึ่งงาน The 16th China International Cartoon & Game Expo (CCG EXPO) ได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 16 – 20 กรกฎาคม 2020 งาน China International Cartoon & Game Expo (CCG EXPO) เริ่มจัดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2005 ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวจีน (Ministry of Culture and Tourism of The People’s Republic of China) รัฐบาลเทศบาลนครเซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นงานที่ส่งเสริมความร่วมมือทางธุรกิจสำหรับผู้ชื่นชอบด้านการ์ตูน อุตสาหกรรมแอนิเมชันและเกม ซึ่งภายในงานมีผู้นำด้านแอนิเมชันและเกมจากทั้งในและต่างประเทศ นำผลงานมาจัดแสดงภายในงานอีกด้วย ได้แก่ 1) Bandai Namco 2) Shengqu Games 3) Guangzhou Tianwen Kadokawa Animation and Comics 4) Tencent 5) IQiYi 6) Sparkly Key Animation Studio 7) Hottoys 8) Kotobukiya เป็นต้น



แหล่งที่มาของภาพ : www.baidu.com

4.2) China Joy 2020 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม ถึง 3 สิงหาคม 2020 ที่ Shanghai New International Expo Center ณ มหานครเซี่ยงไฮ้ ภายในงานประกอบไปด้วยงาน 1) China Digital Entertainment Congress (CDEC) 2) Global Game Industry Summit 3) Global e-Sports Conference 4) Global Cloud Gaming Industry Conference 5) China Game Development Conference (CGDC) โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดงานขึ้นเพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคโนโลยีและความร่วมมือในการพัฒนาเกมทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการหารือแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต ปรับปรุงพัฒนาเกมในประเทศจีน เป็นต้น สำหรับรูปแบบการจัดงานในปี 2563 นี้ สามารถเข้าร่วมงานได้ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งในปีนี้ได้เพิ่มการจัดแสดง Cloud Gaming 5G โดยสามารถเล่นเกมออนไลน์ผ่าน China Joy Plus ซึ่งให้บริการโดย

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอภาสสู่ตลาดจีน by สคตซิงต้า.



บริษัท Migu ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท China Mobile Communications Group Co., Ltd. (CMCC) ถึงแม้ว่างานภายในปีนี้จะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 แต่มีพื้นที่การจัดงาน 125,000 ตารางเมตร ห้องโถงจัดแสดงสินค้า 10 ห้อง มีบริษัทเข้าร่วมจัดแสดงภายในงานทั้งหมดประมาณ 400 บริษัท ซึ่งได้นำเกมชั้นนำระดับโลกกว่า 1,000 เกม และเครื่องเล่นเพื่อความบันเทิงแบบดิจิทัลอัจฉริยะกว่า 40,000 เครื่องมาจัดแสดงภายในงานอีกด้วย ซึ่งบริษัทผู้นำด้านความบันเทิงเกมดิจิทัลที่เข้าร่วมงาน ได้แก่ 1) Tencent 2) NetEase 3) Perfect World 4) Shengqu Games 5) Kuaishou 6) Baidu 7) T-Mall 8) Xindong 9) Bilibili 10) Qualcomm 11) Blizzard 12) Ubisoft 13) Bandai Namco และบริษัทอื่นๆ อีกมากมายรวมกว่า 400 บริษัท

5. การลงทุนในอุตสาหกรรมเกมมือถือของจีนในช่วงปี ค.ศ. 2017 – 2020

ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2008 มีบริษัทเกมที่ขึ้นชื่ออยู่ในตลาดหุ้นกว่า 130 บริษัท โดยเมื่อปี ค.ศ. 2017 มีบริษัทเกมขึ้นชื่ออยู่ในตลาดหุ้น 5 บริษัท ปี ค.ศ. 2018 มีบริษัทเกมขึ้นชื่ออยู่ในตลาดหุ้น 12 บริษัท ปี ค.ศ. 2019 มีบริษัทเกมขึ้นชื่ออยู่ในตลาดหุ้น 7 บริษัท และในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกรกฎาคม 2020 มีบริษัทเกมขึ้นชื่ออยู่ในตลาดหุ้น 2 บริษัท

แผนภาพแสดงบริษัทเกมที่ขึ้นชื่ออยู่ในตลาดหุ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 (บริษัท)



แหล่งที่มาของภาพ : <http://www.a9a9.net/index.php/article-32494>

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2020 มีบริษัทเกมที่จดทะเบียนใหม่จำนวน 22,000 บริษัท คิดเป็นวันละ 122 บริษัทต่อวัน

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โลกาสู่ตลาดจีน by สดขิงต้า.

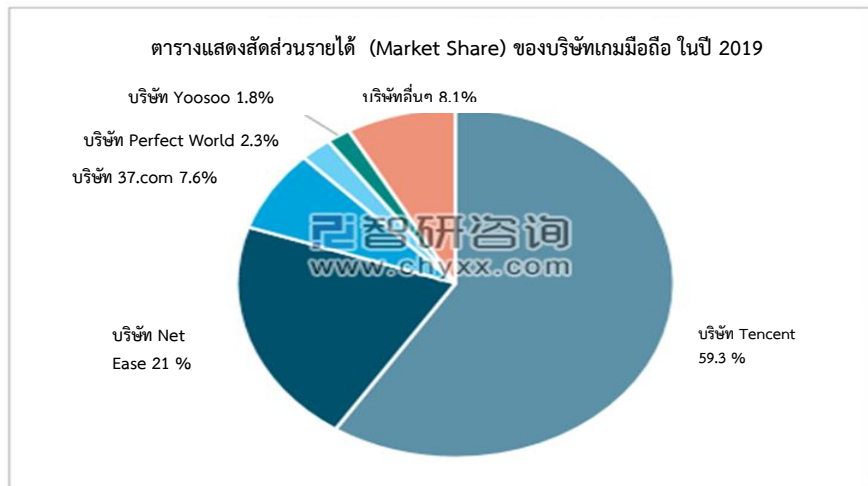


ตารางแสดงรายได้เกมมือถือของบริษัทต่างๆ
ระหว่างปี ค.ศ. 2016 ถึงช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2020 (หน่วย: ล้านบาท)

ชื่อบริษัท	ปี 2016	ปี 2017	ปี 2018	ปี 2019	ครึ่งปีแรกของปี 2020
Tencent	384	628	778	937	707.44
Net Ease	172	246	285	331.53	195.01
37.com	16.39	32.84	55.82	119.9	74.12
Perfect World	21.55	30.79	27.11	37	29.14
Yoozoo	12.82	23.01	25.68	28	20.35

แหล่งที่มาข้อมูล : www.chyxx.com

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ (Market Share) ของบริษัทเกมมือถือ ในปี ค.ศ. 2019



แหล่งที่มาของภาพ : www.chyxx.com

บริษัท Tencent มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 59.3 บริษัท Net Ease มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 21 บริษัท 37.com มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 7.6 บริษัท Perfect World มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 2.3 บริษัท Yoozoo มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 1.8 บริษัทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.1

6. ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อประเทศไทย

1) อุตสาหกรรมเกมจีนมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่ช่วงเทศกาลตรุษจีนปี ค.ศ. 2020 ที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้มูลค่าการซื้อขายเกมในจีนเฉลี่ยต่อวันโดยรวมสูงถึง 1,000 ล้านบาท (หรือประมาณ 4,600 ล้านบาท) ขณะที่ในปี ค.ศ. 2017 มูลค่าการส่งออกของเกมจีนคิดเป็น 8,280 ล้านบาท (หรือประมาณ 38,088 ล้านบาท) แต่ในปี ค.ศ. 2020 มูลค่าการส่งออกของเกมจีนสูงถึง 101,000 ล้านบาท (หรือประมาณ 464,600 ล้านบาท) ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการส่งออกเกมจีนมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างมาก และมีทิศทางที่จะเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



2) ผลกระทบจาก COVID-19 ทำให้อุตสาหกรรมเกมออนไลน์เติบโตขึ้น การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่างๆ อย่างมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแบบออฟไลน์ แต่กลับทำให้อุตสาหกรรมเกมออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้บริโภคนิยมการบริโภคความบันเทิงในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมเกมออนไลน์และการถ่ายทอดสดเกมเติบโตขึ้นอย่างมากเช่นเดียวกัน

3) การสนับสนุนนักพัฒนาเกมอย่างเต็มที่ ในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2020 มีบริษัทเกมที่เกิดขึ้นใหม่จำนวน 22,000 บริษัท คิดเป็นวันละ 122 บริษัทต่อวัน แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเกมของจีนมีกำลังในด้านต้นทุนและมีความพร้อมในด้านการผลิต ทำให้อุตสาหกรรมเกมจีนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สำหรับอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทยนั้น ต้นทุนการผลิตก็เป็นข้อจำกัดที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมของไทย อีกทั้งประเทศมีนักพัฒนาเกมไม่มากนัก จึงทำให้ไม่สามารถผลิตเกมได้เท่าที่ควร นอกจากนี้ในด้านการผลิตเกมของไทยควรจะต้องพัฒนาเกมให้มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ สร้างสรรค์ ตรงตามความต้องการของผู้เล่น สามารถเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม และมีความเป็นสากล เพื่อให้สามารถเข้าถึงตลาดเกมในจีนและตลาดต่างประเทศได้ในทุกรูปแบบ

4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หน่วยงานภาครัฐ เทศบาลเมือง และบริษัทเกมชั้นนำของประเทศจีนให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมเกมจีนอย่างเต็มที่ในการร่วมมือกันในการจัดงานนิทรรศการเกี่ยวกับเกม ส่งเสริมความสามารถของผู้เล่นเกมให้ได้แสดงความสามารถอย่างเต็มที่ อีกทั้งยังสนับสนุนการจัดสัมมนาผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเกมในการหาแนวทางในการพัฒนาเกมอย่างต่อเนื่อง และมีความร่วมมือกับบริษัทเกมชั้นนำต่างๆ ภายในประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมเกมจีนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นรัฐบาลไทยควรให้การสนับสนุนในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมในด้านนโยบาย การจัดกิจกรรม หานักพัฒนาเกม ผู้เชี่ยวชาญด้านเกม และส่งเสริมการลงทุนต่างๆ อย่างเต็มที่ เนื่องจากอุตสาหกรรมเกม สามารถเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อีกมากมาย สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ เปิดโอกาสให้เกิดอาชีพใหม่ และส่งเสริมธุรกิจใกล้เคียงให้สามารถเติบโตไปพร้อมๆ กับอุตสาหกรรมเกมได้อย่างยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต

7. โอกาสและแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

1) รัฐบาลไทยควรกำหนดนโยบายส่งเสริมธุรกิจบริการเกมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่มีแนวโน้มในการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในยุคที่โรคโควิด-19 ระบาด และเกมได้เริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคผ่านอุปกรณ์สื่อสารและช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

2) ภาครัฐควรส่งเสริมการบ่มเพาะและพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเกมเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคผลงานเกมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเกมหลักในตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจในการพัฒนาเกม และการคิดค้นเกมเพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ ควบคู่ไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศในธุรกิจบริการเกม ทั้งนี้ เพื่อให้มีการพัฒนาตั้งแต่ระดับสถานศึกษา โดยเฉพาะการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนด้านเกม โดยเฉพาะ ซึ่งจะช่วยให้ประเทศสามารถดึงดูดผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสู่ตลาดการผลิตเกมของไทยได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ควรดำเนินการควบคู่ไปกับการ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



เพิ่มทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ผลิตเกม เพื่อให้สามารถดัดแปลงและสร้างสรรค์ผลงานเกมที่มีคุณภาพ และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในต่างประเทศในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3) ภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในด้านการเงินและการลงทุนเพิ่มขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการร่วมลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาและยกระดับคอนเทนต์เกมไทยให้ทันสมัยเทียบเท่าระดับนานาชาติ

4) ภาครัฐและภาคเอกชนที่มีศักยภาพร่วมมือกันสร้างแพลตฟอร์มเรียนรู้ออนไลน์ด้านเกมให้แก่ผู้ประกอบการไทยและบุคลากรในวงการเกม เพื่อดึงดูดผู้ที่มีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตเกมเข้าสู่ธุรกิจบริการเกมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังควรมีการร่วมมือกับผู้ให้บริการในธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลเกม และเผยแพร่เกมของไทยให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศให้มากขึ้น ซึ่งในจะสร้างโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคต่างชาติที่อยู่ในประเทศ และอาจจะขยายโอกาสในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้ในระยะยาวต่อไป

5) ผู้ประกอบการไทยควรติดตามพฤติกรรมกรรมการบริโภคเกมของคู่ค้าในต่างประเทศ ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงความต้องการที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม และสามารถปรับตัวในการพัฒนารูปแบบของเกมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างทันที่ทันทั้งนี้ นอกจากนี้ ยังต้องสนใจพฤติกรรมกรรมการบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคหลักในแต่ละตลาดด้วย เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม และเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะทำให้เกมมีถือของไทยสามารถเจาะตลาด เข้าไปเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว
15 กุมภาพันธ์ 2564

แหล่งที่มาข้อมูล :

1. <https://wenku.baidu.com/view/e85f0bcf6729647d27284b73f242336c1eb930cb.html>
2. <http://media.people.com.cn/n1/2018/0206/c40606-29807353.html>
3. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1648822672561017266&wfr=spider&for=pc>
4. <https://bg.qianzhan.com/trends/detail/506/190320-8d44d7ee.html>
5. <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/201120-55bc498f.html>
6. <http://column.iresearch.cn/b/202008/894973.shtml>
7. <http://www.199it.com/archives/1003171.html>
8. <http://www.gamelook.com.cn/2020/12/406644>
9. http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201901/15/t20190115_31263572.shtml
10. <https://www.askci.com/news/chanye/20200708/1605041163413.shtml>
11. https://www.sohu.com/a/401484537_733605
12. <http://www.ccgexpo.cn/>

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคตชิงต่าว.



13. <https://www.chinajoy.net/cgdc/>
14. <http://china.qianlong.com/2020/0514/4135726.shtml>
15. <http://chanye.07073.com/guonei/1868715.html>
16. https://www.sohu.com/a/386680848_473133
17. <http://youxiputao.com/articles/13947>
18. <http://baogao.chinabaogao.com/youxi/352458352458.html>
19. <https://www.chinairn.com/hyzx/20200809/160255770.shtml>
20. <https://www.nbegame.com/post/2899.html?zqaqkey=1971058555>
21. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/110048880>
22. <https://www.gameres.com/859559.html>
23. <https://www.wanmei.com/wmnews/wmnews2020/20200901/226439.shtml>
24. https://www.sohu.com/a/401115107_120099887
25. <https://www.gameres.com/859559.html>
26. <https://cloud.tencent.com/developer/news/596336>
27. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1672275509889374369&wfr=spider&for=pc>
28. <http://www.a9a9.net/index.php/article-32494>
29. <http://www.chyxx.com>

หมายเหตุ: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคตชิงต่าว.

