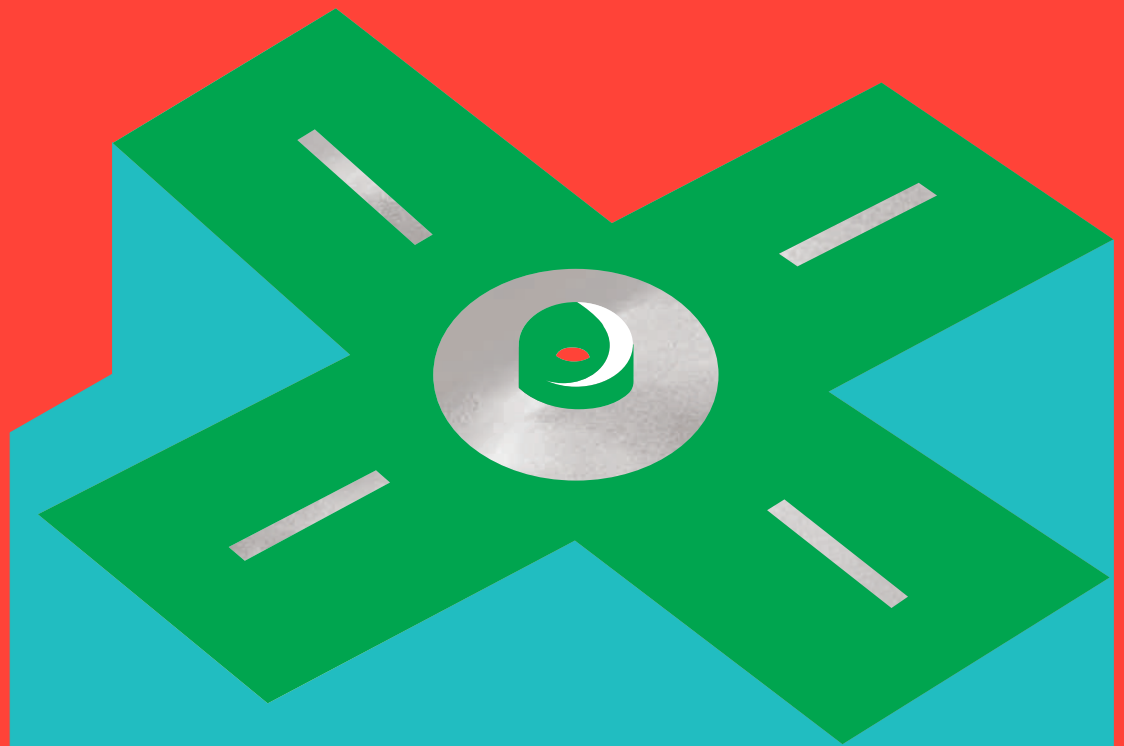




遊戲產業

2024年臺灣文化內容

產業調查報告

④

Gaming

2024

**Taiwan Cultural
Content Industries**

**SURVEY
REPORT**

遊戲●

目錄

1	前言
1	一 調查範疇
3	第一章 遊戲產業
4	一 整體產業樣貌
11	二 營收與商業模式
26	三 IP 授權與數位發展趨勢
40	四 產業觀測指標

表
目
錄

8	表 1	我國遊戲業者區域分布——依組別分
11	表 2	我國遊戲產業收支概況
12	表 3	我國遊戲業者主要經營業務類型
19	表 4	我國遊戲業者國外主要市場－依組別分
21	表 5	我國發行遊戲製作公司國籍
22	表 6	我國自製遊戲遊戲類型
37	表 7	我國遊戲業者生成式 AI 應用項目——依組別分
41	表 8	2024 年全球遊戲市場各地區概況
44	表 9	2024 年臺灣 Steam 發行遊戲銷售量前 10
45	表 10	全球手遊營收排行前 10
46	表 11	臺灣手遊營收排行前 10

圖目錄

4	圖 1	遊戲產業關聯圖
5	圖 2	2022~2024 年遊戲產業營收
6	圖 3	我國遊戲業者概況
7	圖 4	我國遊戲業者區域分布
9	圖 5	我國遊戲產業資本額分布
10	圖 6	我國遊戲產業員工人數分布
13	圖 7	我國遊戲產業營收結構——裝置類型
14	圖 8	我國遊戲產業營收結構——收入項目
15	圖 9	我國遊戲產業支出結構
16	圖 10	我國遊戲產業國內外營收概況
16	圖 11	我國遊戲產業國內外營收占比
17	圖 12	我國遊戲產業國外主要市場
18	圖 13	我國遊戲產業國內外營收占比——依組別分
20	圖 14	我國遊戲發行概況
23	圖 15	我國遊戲業者發行遊戲平台
24	圖 16	我國遊戲業者發行遊戲裝置類型
25	圖 17	我國自製遊戲開發成本
26	圖 18	我國 IP 遊戲發行狀況
27	圖 19	我國 IP 遊戲發行狀況——依上市櫃／非上市櫃區分
28	圖 20	我國遊戲業者 IP 授權業務概況
28	圖 21	我國遊戲業者 IP 授權地區
29	圖 22	我國遊戲業者 IP 授權內容
30	圖 23	我國遊戲業者 IP 授權形式
31	圖 24	我國遊戲業者 IP 授權產品
32	圖 25	我國遊戲業者 IP 授權分成模式
33	圖 26	我國遊戲業者生成式 AI 使用概況
33	圖 27	我國遊戲業者生成式 AI 使用工具
35	圖 28	我國遊戲業者生成式 AI 應用項目
36	圖 29	我國遊戲業者生成式 AI 使用概況——依組別分
38	圖 30	我國遊戲業者沉浸式遊戲開發概況
39	圖 31	我國遊戲業者 VTuber／Avatar／虛擬人的應用概況
40	圖 32	2024 年全球遊戲各平台占比
42	圖 33	Steam 發布遊戲數量
43	圖 34	2024 臺灣 Steam 發行遊戲類型

前言

調查範疇

為確實反映臺灣文化內容產業現況，提供政府與產業界掌握文化內容產業最新發展趨勢，據以擬定產業發展目標及實施策略。文化內容策進院辦理《臺灣文化內容產業調查計畫》，並將依產業依關聯性分為四冊分別執行，涵蓋第一冊《圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業類》、第二冊《電視、電影、動畫產業類》、第三冊《流行音樂、廣播播客產業類》，以及第四冊《遊戲產業類》。

本冊為第四冊《遊戲產業類》，以遊戲產業上中下游為主要調查範疇，並採用質量化混合研究方法進行調查，調查核心項目包含產業範疇、整體產業樣貌、營收與商業模式、*IP* 授權趨勢，以及數位發展趨勢等內容。

鑑於遊戲產業業務型態多元，且業者在企業規模與經營模式上存在顯著差異，本調查進一步依據業者之主要業務類型與企業規模進行分組分析，區分為上市櫃開發業者、中大型開發業者、小型開發業者、上市櫃代理業者，以及非上市櫃代理業者等五類。期望透過此分組架構，更為貼近臺灣遊戲產業的實際運作情形，並提升研究結果在政策研擬與產業應用上的參考價值。

本報告使用名詞之操作型定義：

- **遊戲開發／自研自發業者**：主要業務為遊戲開發、代工，或自研遊戲之發行與營運之業者。
- **遊戲營運／代理／發行業者**：主要業務為取得他人授權後發行／營運遊戲，或以發行／營運相關業務（如行銷、客服）作為主要業務的業者。
- **上市櫃開發**：上市櫃遊戲開發／自研自發業者及其子公司。

● **中大型開發**：非上市櫃，且員工 11 人以上之遊戲開發／自研自發業者。

● **小型開發**：非上市櫃，且員工人數為 10 人以下之遊戲開發／自研自發業者。

● **上市櫃代理**：上市櫃遊戲營運／代理／發行業者及其子公司。

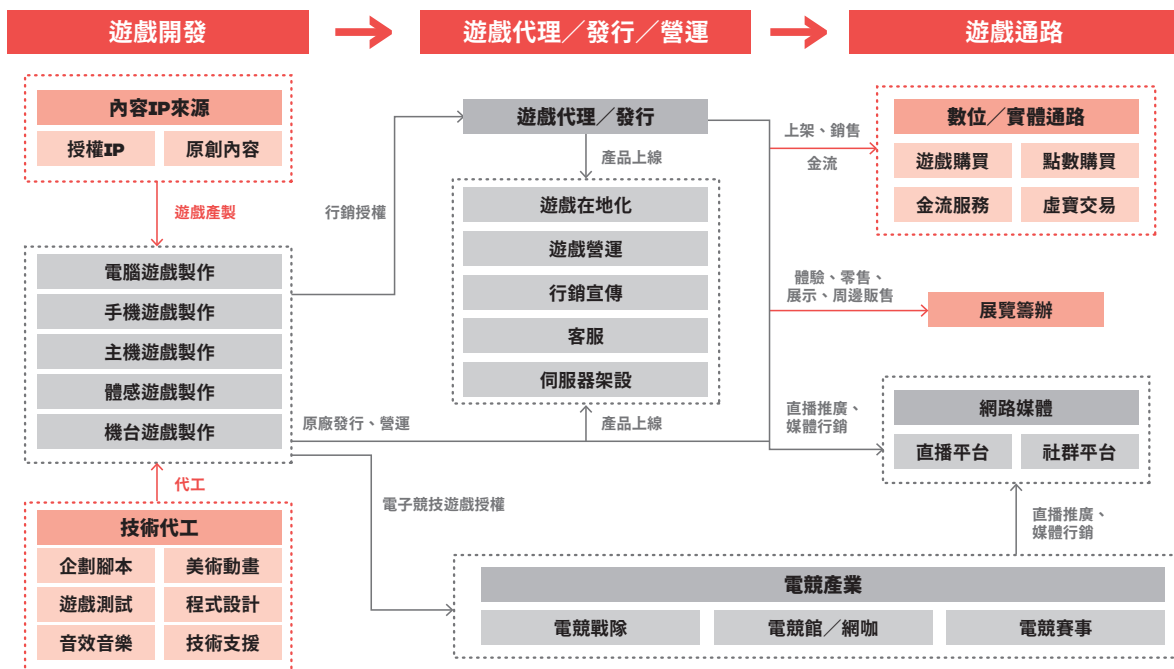
● **非上市櫃代理**：非上市櫃遊戲營運／代理／發行業者。

後續分析係依各議題之適用性，選取具備相關經驗或條件之業者進行；各圖表樣本數因資料來源或實際回收情形不同而有差異，已於圖表註解中說明。

第一章

遊戲產業

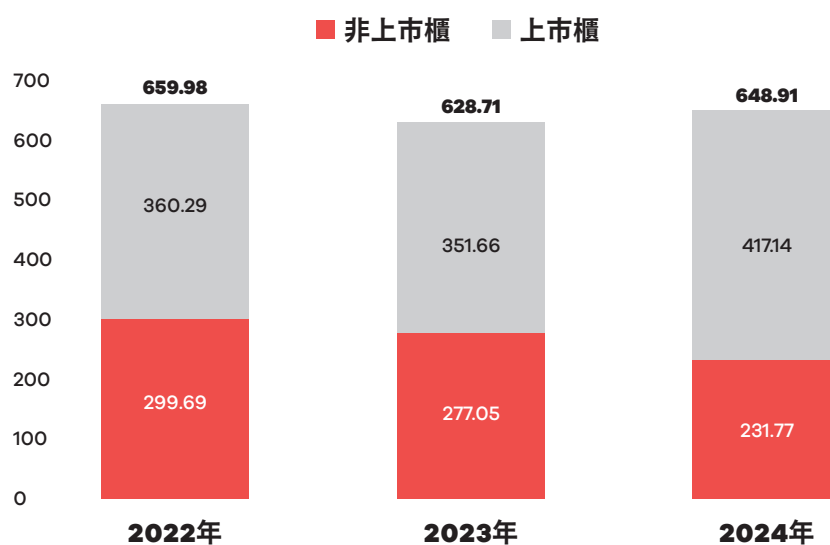
整體產業樣貌



●圖 1 遊戲產業關聯圖 | 資料來源：本調查整理與繪製。

1 我國遊戲產業營收概況

單位 | 新臺幣億元



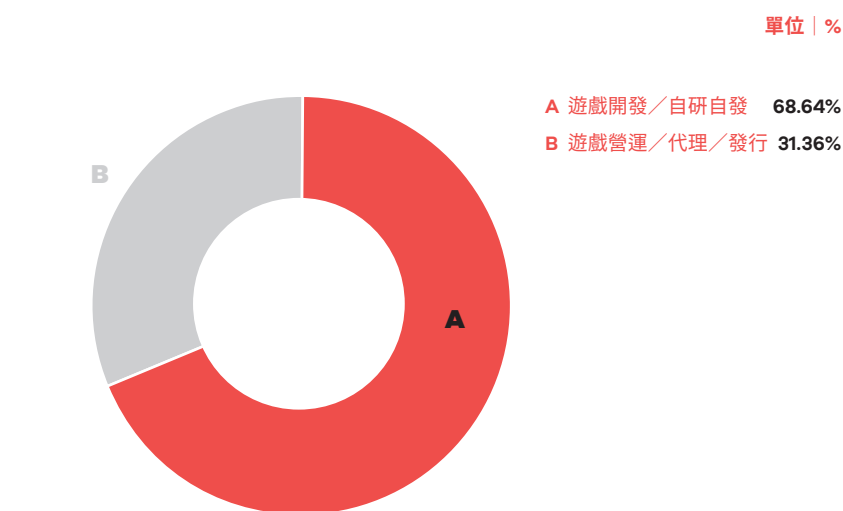
2024 年我國遊戲產業總營收為 648.91 億元。觀察近三年變化，2022 至 2024 年間，臺灣遊戲產業總營收於 2023 年出現下滑，並於 2024 年回升。2024 年遊戲產業總營收較 2023 年成長 3.21%，其中上市櫃遊戲業者之營收呈現成長趨勢，而非上市櫃遊戲業者之營收則持續下降。

註：1.N=236。

2.2022 年、2023 年額外納入地心引力、天剛資訊等 2 家業者之遊戲相關收入。

3. 此營收扣除上市櫃公司財報揭露之非遊戲產業產值。

2 我國遊戲業者概況



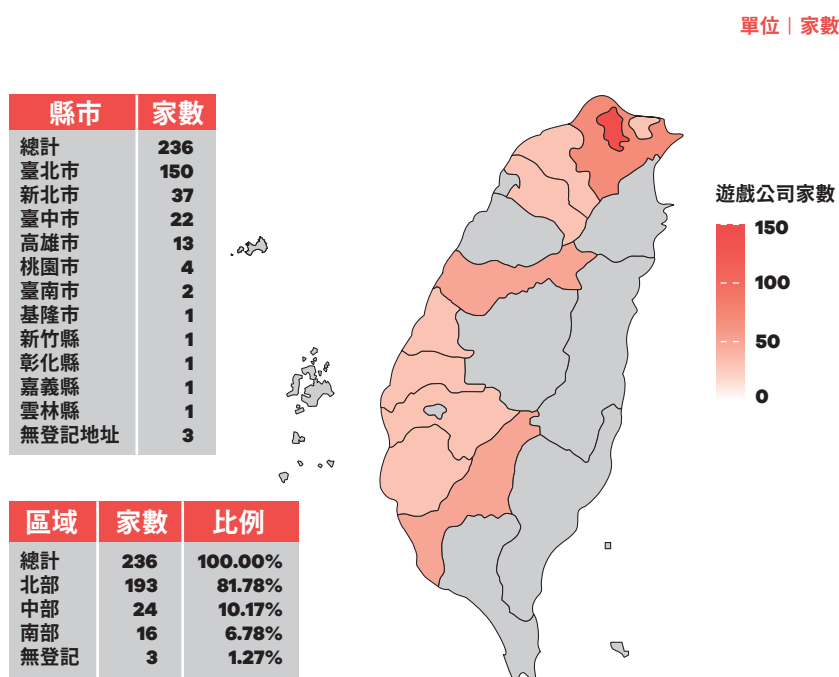
遊戲開發／自研自發業者			遊戲營運／代理／發行業者	
上市櫃開發	中大型開發	小型開發	上市櫃代理	非上市櫃代理
15 家	60 家	87 家	22 家	52 家
上市櫃遊戲開發／自研自發業者及其子公司	非上市櫃、員工 11 人以上之遊戲開發／自研自發業者	非上市櫃、員工 10 人以下之遊戲開發／自研自發業者	上市櫃遊戲營運／代理／發行業者及其子公司	非上市櫃遊戲營運／代理／發行業者

我國遊戲產業以遊戲開發／自研自發業者數量較多，共計162家，占整體業者數之68.64%；遊戲營運／代理／發行業者則為74家，占31.36%。

進一步依企業規模與型態區分，上市櫃開發業者為15家（6.36%）、中大型開發業者60家（25.42%）、小型開發業者87家（36.87%）、上市櫃代理業者22家（9.32%），以及非上市櫃代理業者52家（22.04%）。

註：N=236。

3 我國遊戲業者區域分布



我國遊戲業者多集中於北部地區，在 236 家遊戲業者中，北部地區共有 193 家，占整體業者數之 81.78%；中部地區為 24 家，占 10.17%；南部地區為 16 家，占 6.78%。進一步就縣市別分布觀察，臺北市之遊戲業者家數為 150 家，為各縣市中最高；其次為新北市（37 家）與臺中市（22 家），其餘縣市之業者家數相對較少。

註：1.N=236。

2. 無登記業者為已推出遊戲作品但尚未完成公司登記之遊戲團隊。

4

我國遊戲業者區域分布——
依組別分

單位 | 家數 %

組別 區域	上市櫃開發		中大型開發		小型開發		上市櫃代理		非上市櫃代理	
	家數	百分比	家數	百分比	家數	百分比	家數	百分比	家數	百分比
總計	15	100.00	60	100.00	87	100.00	22	100.00	52	100.00
北部	11	73.33	47	78.33	67	77.01	20	90.91	48	82.31
中部	3	20.00	7	11.67	10	11.49	-	-	4	7.69
南部	1	6.67	6	10.00	7	8.05	2	9.09	-	-
無登記	-	-	-	-	3	3.45	-	-	-	-

我國遊戲業者依主要業務型態與規模分組後，各組別之區域分布仍以北部地區為主要據點。就遊戲開發／自研自發業者而言，上市櫃開發業者中有 11 家位於北部，占該組別之 73.33%；中大型開發業者位於北部者為 47 家，占 78.33%；小型開發業者則有 67 家，占 77.01%。

相較之下，遊戲營運／代理／發行業者於北部地區之分布比例較高，上市櫃代理業者位於北部者為 20 家，占 90.91%，非上市櫃代理業者則有 48 家，占 82.31%。

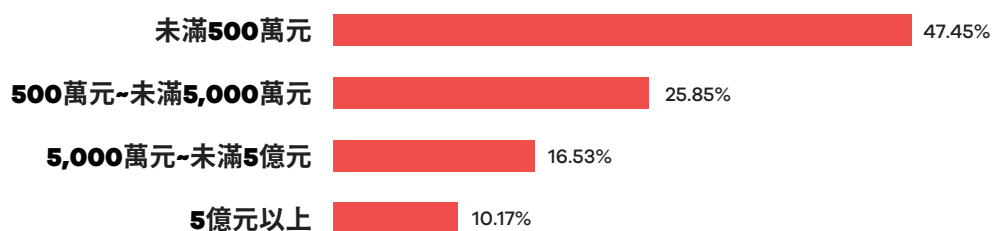
註：1.N=236，各組別百分比係以該組別業者家數總計為計算基礎。

2. 無登記業者為有推出遊戲作品之工作室，但尚未設立公司之小型遊戲團隊。

3. 「-」表示無調查樣本。

5 我國遊戲業者資本額

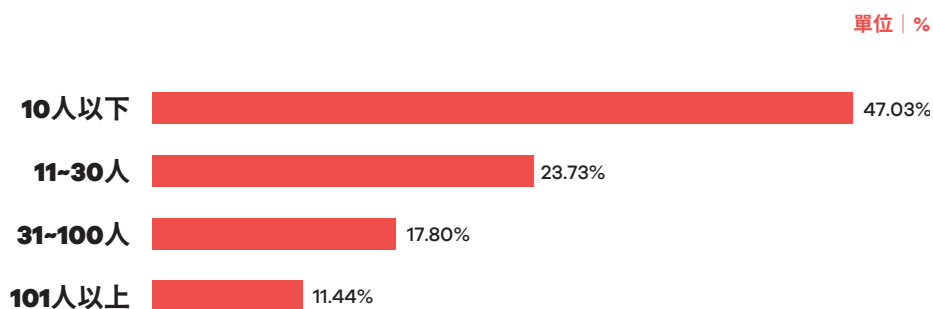
單位 | %



我國遊戲業者之資本額分布，以未滿新臺幣 500 萬元者為主要組成，共計 112 家，占整體業者數之 47.45%；其次為新臺幣 500 萬元至未滿 5,000 萬元者，共 61 家，占 25.85%；再次為新臺幣 5,000 萬元至未滿 5 億元者，共 39 家，占 16.53%；資本額達新臺幣 5 億元以上者，共 24 家，占 10.17%。

註：N=236。

6 我國遊戲業者員工人數



我國遊戲業者之員工人數分布，以 10 人以下之業者為主要組成，共計 111 家，占整體業者數之 47.03%；其次為 11 至 30 人之業者，共 56 家，占 23.73%；31 至 100 人業者 42 家，占 17.80%；員工人數達 101 人以上者，共 27 家，占 11.44%。

註：N=236。

●圖 6 我國遊戲產業員工人數分布 | 資料來源：本調查整理。

二

營收與商業模式

1

我國遊戲業者收支狀況

單位 | 家數；新臺幣億元

組別	總計	遊戲開發／自研自發業者				遊戲代理／發行／營運業者		
		小計	上市櫃開發	中大型開發	小型開發	小計	上市櫃代理	非上市櫃代理
業者家數	236	91	15	60	87	43	22	52
總營收	648.91	392.14	252.21	134.49	5.44	256.77	164.93	91.84
總支出	464.40	252.49	138.18	108.85	5.46	211.91	137.19	74.72
平均收入	4.84	2.42	16.81	2.24	0.06	3.47	7.50	1.77
平均支出	3.47	1.56	9.21	1.81	0.06	2.86	6.24	1.44

2024 年我國遊戲產業總營收為 648.91 億元，總支出為 464.40 億元。就業務型態觀察，遊戲開發／自研自發業者之營收規模為 39214 億元，遊戲營運／代理／發行業者營收規模為 256.77 億元。

若進一步依企業規模區分，上市櫃開發業者之營收規模為 252.21 億元，平均每家營收 16.81 億元；上市櫃代理業者營收為 164.93 億元，平均每家 7.50 億元；中大型開發業者營收為 134.49 億元，平均每家 2.24 億元；非上市櫃代理業者營收為 91.84 億元，平均每家 1.77 億元。小型開發業者營收為 5.44 億元，平均每家 0.06 億元。

就支出結構而言，各組別之支出金額大致隨營收規模變動，其中上市櫃開發業者之支出金額為 138.18 億元，上市櫃代理業者為 137.19 億元，其餘組別支出規模則相對較低。

註：本圖營收推估結果，分析基礎涵蓋本次調查所掌握之 236 家遊戲業者。

●表 2 我國遊戲產業收支概況 | 資料來源：本調查整理。

2 我國遊戲業者主要經營業務類型

單位 | %

遊戲開發／自研自發業者						遊戲營運／代理／發行業者			
上市櫃		中大型		小型		上市櫃		非上市櫃	
業務項目	比例	業務項目	比例	業務項目	比例	業務項目	比例	業務項目	比例
遊戲營運	80.00%	手機遊戲開發	74.07%	電腦遊戲開發	85.71%	遊戲營運	95.45%	遊戲代理/發行	90.48%
手機遊戲開發	66.67%	電腦遊戲開發	59.26%	手機遊戲開發	38.78%	遊戲代理/發行	90.91%	遊戲營運	66.67%
電腦遊戲開發	40.00%	遊戲營運	48.15%	程式代工	30.61%	手機遊戲開發	45.45%	遊戲行銷	42.86%
遊戲代理/發行	26.67%	遊戲代理/發行	29.63%	腳本企劃代工	22.45%	電腦遊戲開發	18.18%	遊戲客服	33.33%
大型機台遊戲開發	13.33%	遊戲行銷	22.22%	家用主機遊戲開發	18.37%	數位平臺	13.64%	手機遊戲開發	19.05%

我國遊戲開發／自研自發業者之業務內容，依不同規模組別呈現差異。上市櫃開發業者中，有 66.67% 從事手機遊戲開發，40.00% 涵蓋電腦遊戲開發；中大型開發業者中，從事手機遊戲開發者占 74.07%，從事電腦遊戲開發者占 59.26%；小型開發業者則以電腦遊戲開發為主要從事項目之一，占 85.71%，另有 38.78% 涵蓋手機遊戲開發。

在遊戲營運／代理／發行業者方面，上市櫃代理業者中，有 95.45% 從事遊戲營運，90.91% 涵蓋遊戲代理／發行相關業務；非上市櫃代理業者中，從事遊戲代理／發行者占 90.48%，從事遊戲營運者占 66.67%。

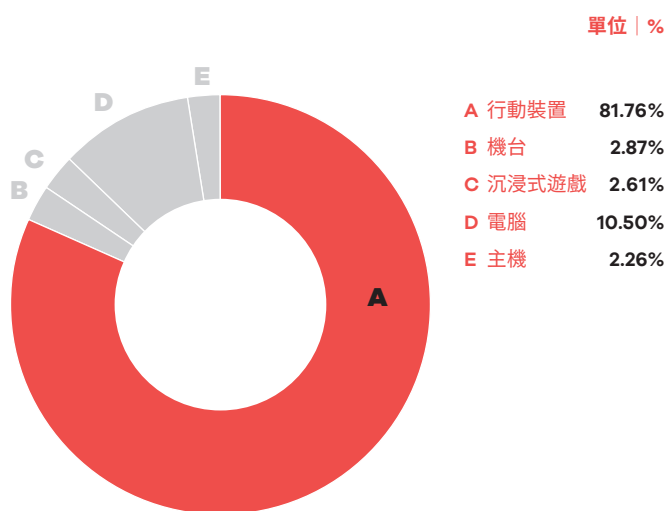
註：1. 本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發（n = 15）、中大型開發（n = 27）、小型開發（n = 49）、上市櫃代理（n = 22）、非上市櫃代理（n = 21）。

2. 僅列出各組別最常見的五種業務類型。

3. 本題為複選題。

●表 3 我國遊戲業者主要經營業務類型 | 資料來源：本調查整理。

3

我國遊戲產業營收結構——
裝置類型

2024 年我國遊戲產業營收結構中，手機遊戲為主要裝置類型，占整體營收之 81.76%；電腦遊戲占 10.50%；其餘裝置類型包含沉浸式遊戲、遊戲機台及家用主機，各類型之營收占比則介於 2% 至 3% 之間。

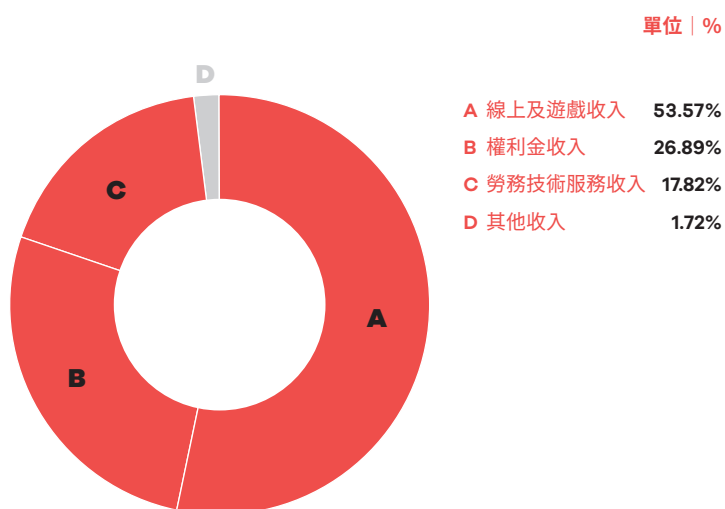
註：1. 本圖營收推估結果，分析基礎涵蓋本次調查所掌握之 236 家遊戲業者。

2. 以問卷回填、年報資訊計算各平台營收比例，未揭露營收比例業者依照主要業務、各平台遊戲數量估計營收占比。

3. 因資料限制，機台及沉浸式遊戲營收未能區分軟體與硬體項目，相關數據包含硬體收入。

●圖 7 我國遊戲產業營收結構—裝置類型 | 資料來源：本調查整理。

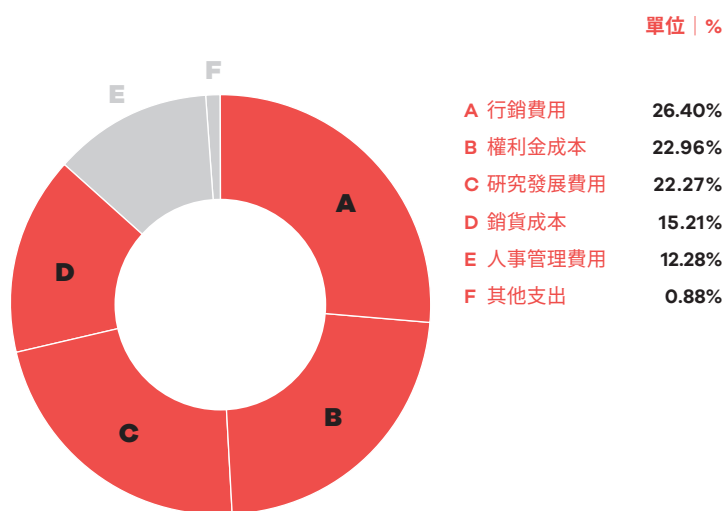
4

我國遊戲產業營收結構——
收入項目

2024 年遊戲產業收入項目以線上及遊戲收入最多占 53.57%，其次為權利金收入占 26.89%，第三為勞務技術服務收入占 17.82%。其他收入占 1.72%，包含活動執行、教學等。

註：n=91。

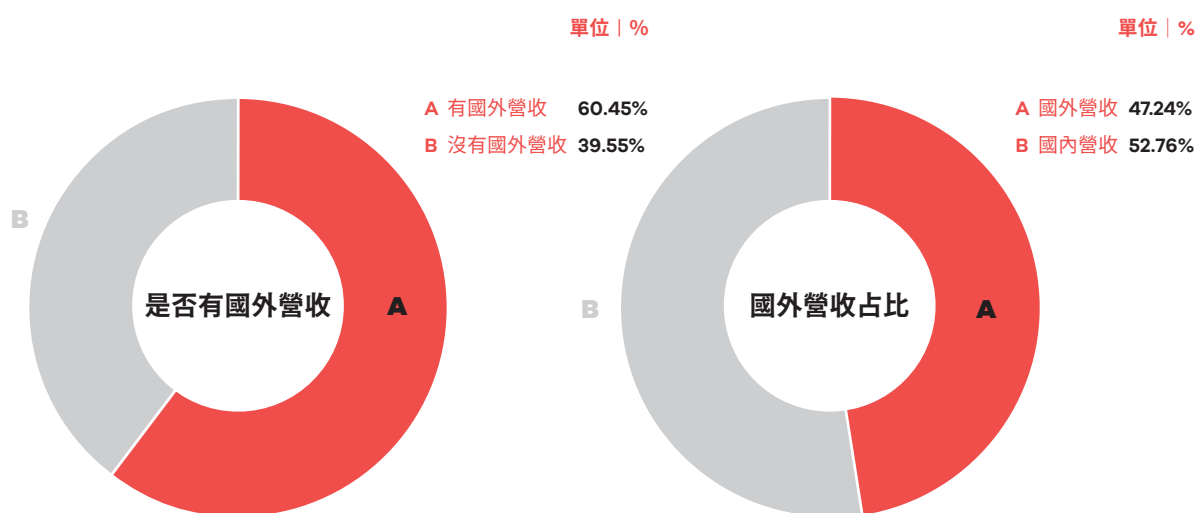
5 我國遊戲產業支出結構



2024 年遊戲產業支出結構以行銷費用最多占 26.40%，其次為權利金成本占 22.96%，再者為研究發展費占 22.27%，銷貨成本 15.21%，人事管理費用則占 12.28%。其他支出占 0.88%，包含伺服器、網路專線成本、租金、素材、水電、代收款項等。

註：n=88。

6 我國遊戲產業國內外營收概況



2024 年，我國遊戲業者中，有海外營收之業者占 60.45%，未具海外營收（包含尚無營收）之業者占 39.55%，顯示超過半數業者具備跨國市場營收經驗。

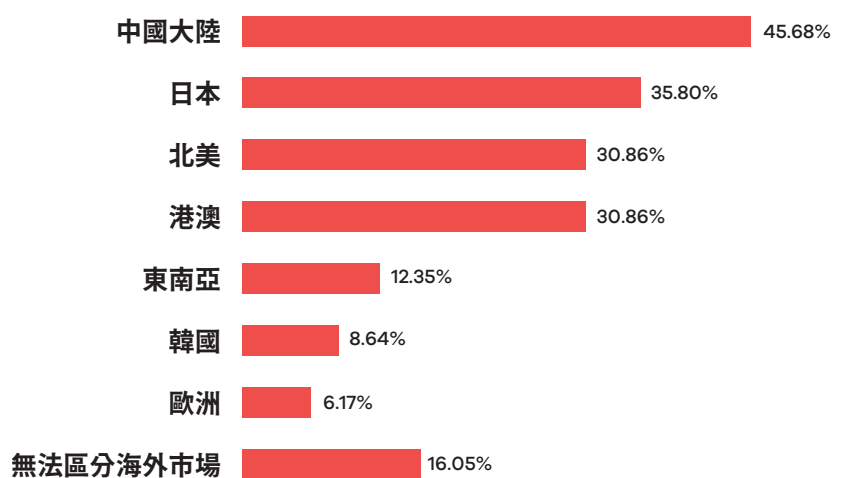
若進一步就整體營收金額結構觀察，在具備營收資料之業者中，來自國外市場之營收占 47.24%，國內市場占 52.76%，國內外營收來源比例相對接近。

註：1. 左圖呈現本國遊戲業者是否有國外營收之比例（ $n = 134$ ）。
2. 右圖呈現本國遊戲業者國內外營收占比（ $n = 122$ ）。

●圖 10 我國遊戲產業國內外營收概況（左圖） | 資料來源：本調查整理。
●圖 11 我國遊戲產業國內外營收占比（右圖） | 資料來源：本調查整理。

7 我國遊戲業者國外主要市場

單位 | %



就具備國外營收之業者而言，其海外市場分布以中國大陸、日本、北美及港澳地區為主要市場。其中，海外營收來源包含中國大陸之業者占 45.68%；日本占 35.80%；北美及港澳地區各占 30.86%。

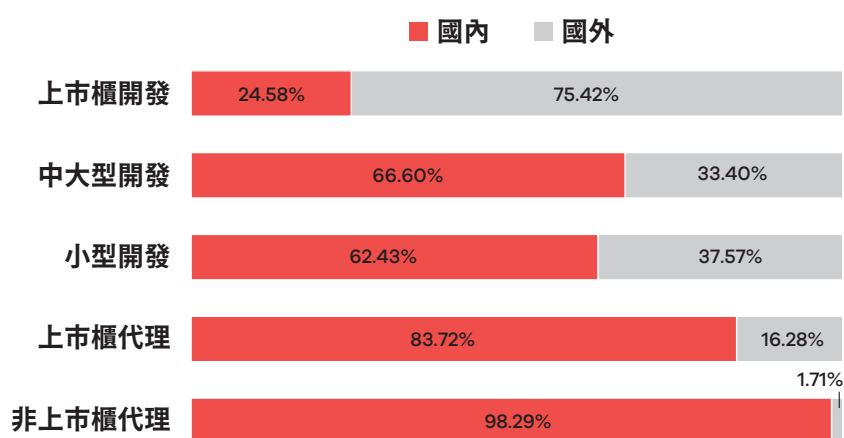
註：1.n=81。

2. 本題為複選題，比例係指具有海外營收之業者中，選擇該海外市場者所占比重，非營收占比。

3. 在現行兩岸政策與產業環境條件下，臺灣遊戲進入中國大陸市場之難度較高，實務上多以代理發行、聯運合作或 IP 授權等方式取得相關營收。

我國遊戲產業國內外營收結構 ——依組別分

單位 | %



各組別業者之國外營收占比呈現差異。其中，上市櫃開發業者之國外營收占比為 75.42%；中大型開發業者為 33.40%；小型開發業者為 37.57%。在遊戲營運／代理／發行業者方面，上市櫃代理業者之國外營收占比為 16.28%；非上市櫃代理業者為 1.71%，不同組別間之國外營收占比呈現差異。

考量個別業者海外營收占比偏高，另就上市櫃開發業者之營收結構進一步觀察，在排除極端值後，其國外營收占比為 38.91%，仍為各組別中最高。

註：1. 本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發（n = 13）、中大型開發（n = 22）、小型開發（n = 47）、上市櫃代理（n = 22）、非上市櫃代理（n = 18）。

2. 此數據僅區分總收入的海內外營收占比，除了遊戲銷售、遊戲內購、遊戲內廣告收入外，也包括權利金、代工等其他營收。

3. 極端值係指個別業者海外營收占比顯著高於整體分布之情形。

9

我國遊戲產業海外主要市場——
依組別分

單位 | %

上市櫃開發		中大型開發		小型開發		上市櫃代理		非上市櫃代理	
市場	百分比	市場	百分比	市場	百分比	市場	百分比	市場	百分比
中國大陸	73.33%	日本	38.89%	日本	62.50%	中國大陸	58.82%	港澳	42.86%
北美	53.33%	中國大陸	33.33%	北美	54.17%	港澳	52.94%	東南亞	14.29%
日本	26.67%	港澳	27.78%	中國大陸	37.50%	日本	17.65%	中國大陸	14.29%
港澳	26.67%	北美	22.22%	東南亞	12.50%	東南亞	17.65%	歐洲	-
東南亞	6.67%	東南亞	11.11%	韓國	12.50%	韓國	11.76%	北美	-
歐洲	6.67%	歐洲	11.11%	港澳	12.50%	歐洲	-	韓國	-
無法區分	-	無法區分	27.78%	無法區分	12.50%	無法區分	11.76%	無法區分	42.86%

進一步觀察不同組別遊戲業者之海外市場分布情形，各組別所涉足之海外市場呈現差異。

在上市櫃開發業者中，海外市場包含中國大陸者占 73.33%，北美占 53.33%，日本占 26.67%。中大型開發業者之海外市場分布以日本（38.89%）與中國大陸（33.33%）為主；小型開發業者之海外市場則較多集中於日本（62.50%）與北美（54.17%）。

在遊戲營運／代理／發行業者方面，上市櫃代理業者之海外市場包含中國大陸者占 58.82%，港澳地區占 52.94%；非上市櫃代理業者之海外市場以港澳地區為主（42.86%），其次為東南亞與中國大陸（各占 14.29%）。

註：1. 本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發（n = 15）、中大型開發（n = 18）、小型開發（n = 24）、上市櫃代理（n = 17）、非上市櫃代理（n = 7）。

2. 「-」表示該組別無業者選填此海外市場。

3. 本題為複選題，此數據為有海外營收業者中有該海外市場的比例，非營收占比。

4. 在現行版號與政策環境下，臺灣遊戲直入中國市場的難度較高，故呈現「有中國營收」，多可能來自代理發行、聯運分成或 IP 授權等形式。

●表 4 我國遊戲業者國外主要市場—依組別分 | 資料來源：本調查整理。

10 我國遊戲發行概況

單位 | %



依據我國「數位娛樂軟體分級查詢網」公開資料，經彙整與分類後，2024 年於我國申請分級認證並發行之遊戲數量共計 3,386 套。主機遊戲為最多，占 57.29%；其次為手機遊戲，占 20.70%；PC 遊戲則占 9.04%。

註：1. 申請國內數位分級認證之遊戲，多係因在我國進行廣告行銷或通路推廣之需求，故其數量未必完全等同於實際於臺灣市場發行之遊戲總數。
2. 同一款遊戲如以不同包裝、平台或版本發行，於本統計中皆視為獨立一款遊戲計入。

●圖 14 我國遊戲發行概況 | 資料來源：數位娛樂軟體分級查詢網、本調查整理。

11

我國發行遊戲製作公司國籍

單位 | 套數；%

排序	國家	數量	百分比
1	歐美	1,571	46.39%
2	日韓	1,209	35.71%
3	臺灣	217	6.41%
4	中國大陸	117	3.46%
5	港澳	98	2.89%
6	東南亞	88	2.60%
7	其他	86	2.54%

依據我國「數位娛樂軟體分級查詢網」公開資料，2024 年於我國申請認證發行之遊戲共計 3,386 套。就製作公司國籍分布而言，來源以歐美地區為主，占 46.39%；其次為日韓地區占 35.71%。第三為臺灣製作之遊戲共 217 套，占比為 6.41%。

註：1. 申請國內數位分級認證之遊戲，多係因在我國進行廣告行銷或通路推廣之需求，故其數量未必完全等同於實際於臺灣市場發行之遊戲總數。
2. 同一款遊戲如以不同包裝、平台或版本發行，於本統計中皆視為獨立一款遊戲計入。

●表 5 我國發行遊戲製作公司國籍 | 資料來源：數位娛樂軟體分級查詢網、本調查整理。

12 我國自製遊戲遊戲類型

單位 | 套數；%

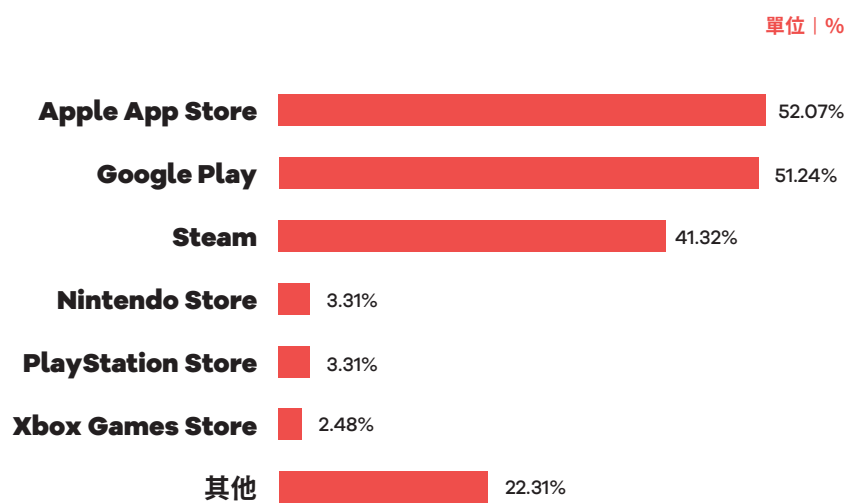
遊戲類型	數量	比例
總計	217	100.00%
牌類及益智娛樂	40	18.43%
冒險	37	17.05%
角色扮演	25	11.52%

依據我國「數位娛樂軟體分級查詢網」公開資料，2024 年在臺發行的 3,386 套遊戲，其中有 217 套為我國業者自製，以牌類及益智娛樂類（18.43%）、冒險類（17.05%）與角色扮演類（11.52%）為自製遊戲中占比較高之類型。

註：1. 申請國內數位分級認證的遊戲多因有在我國進行廣告行銷之需求，故該認證遊戲數量不完全等同在臺發行遊戲數量。
2. 同款遊戲發行不同包裝、不同平台、不同版本皆列為個別一款遊戲。
3. 僅列出比例最高的三種類型。

●表 6 我國自製遊戲遊戲類型 | 資料來源：數位娛樂軟體分級查詢網、本調查整理。

13 我國遊戲業者發行平台



本調查共納入 121 款由我國遊戲業者發行之遊戲。整體而言，發行平台以行動裝置平台為主要上架通路，其中有 52.07% 的遊戲上架於 *Apple App Store*，51.24% 上架於 *Google Play*。

在非行動裝置平台方面，*Steam* 為最主要的發行平台，占 41.32%。主機平台之占比相對較低，包含 *PlayStation Store* 與 *Nintendo store*（各占 3.31%），以及 *Xbox Games Store*（2.48%）。另有 22.31% 的遊戲透過其他平台上架，例如遊戲公司官方網站、*DListe*、*itch.io*、*Tap Tap* 等。

註：1. 調查 121 套 2024 年臺灣遊戲業者發行遊戲。
2. 本題為複選題。

14 我國遊戲業者發行裝置

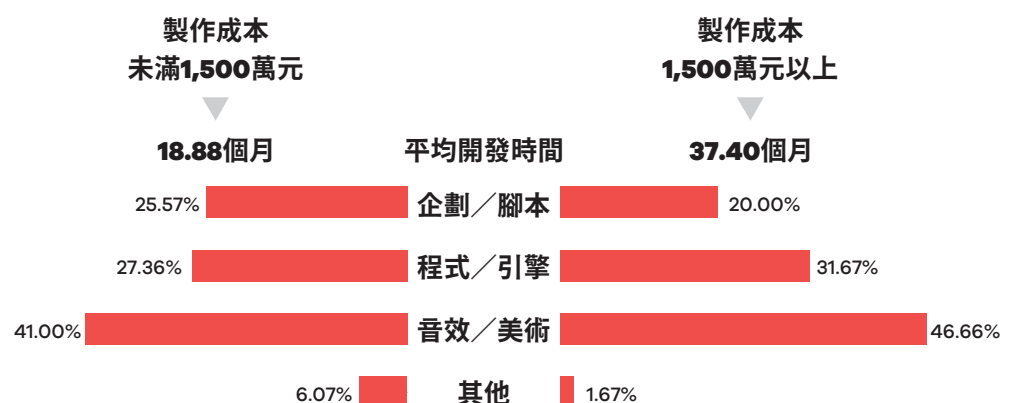


以本次調查所納入之 121 款我國遊戲業者發行遊戲為分析對象，若依可運行裝置類型區分，可運行於電腦與手機之遊戲各為 65 款，分別占 53.72%。另有 7 款遊戲發行於主機，占 5.79%；7 款可於其他裝置運行，占 5.79%，其他裝置類型包含網頁版與沉浸式場館等形式。此外，有 23 款可於跨裝置環境中運行，占 18.18%。

註：1. 調查 121 套 2024 年臺灣遊戲業者發行遊戲。
2. 本題為複選題。

15 我國自製遊戲開發成本

單位 | 月；%



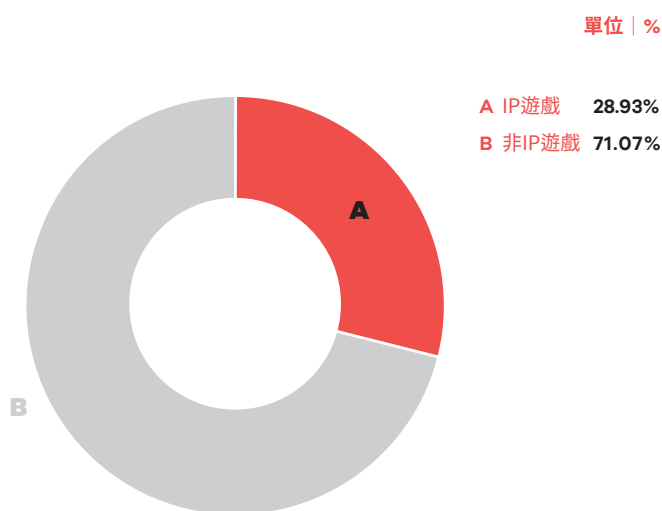
以本次調查所納入之臺灣自製遊戲為分析對象，2024 年自製遊戲之平均開發金額約為新臺幣 1,798 萬元。

若依開發成本規模區分，未滿 1,500 萬元之遊戲平均開發時間為 18.88 個月；開發成本達 1,500 萬元以上之遊戲，其平均開發時間為 37.40 個月，顯示開發成本規模較高之遊戲，其開發時程相對較長。

另就成本結構觀察，隨開發規模提高，音效／美術項目之支出占比亦隨之增加。於未滿 1,500 萬元之開發規模下，音效／美術成本占比約為 41.00%；於 1,500 萬元以上之開發規模下，該項目占比提高至 46.66%。

註：調查 28 套臺灣自製遊戲，其中 17 套製作成本未滿 1,500 萬，11 套成本 1,500 萬以上。

1 我國 IP 遊戲發行概況



以 2024 年我國遊戲業者發行之 121 款遊戲為觀察基礎，其中有 35 款為 *IP* 遊戲，占比為 28.93%。進一步就 *IP* 來源類型觀察，在該 35 款 *IP* 遊戲中，有 29 款之 *IP* 源自遊戲本身（如系列衍生作品或重製版本），占 82.86%；其餘則包含改編自小說 1 款、漫畫 2 款，以及影視作品 3 款。

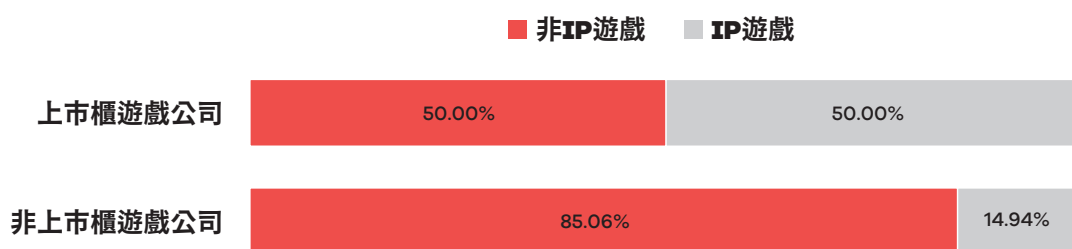
註：1. 調查 121 套 2024 年臺灣遊戲業者發行遊戲。

2. 本調查所稱「*IP* 遊戲」係指基於現有智慧財產權（如電視、電影、漫畫、小說、動畫、系列遊戲等）所改編或啟發之遊戲。

2

我國遊戲業者 IP 遊戲發行概況
——依上市櫃／非上市櫃區分

單位 | %

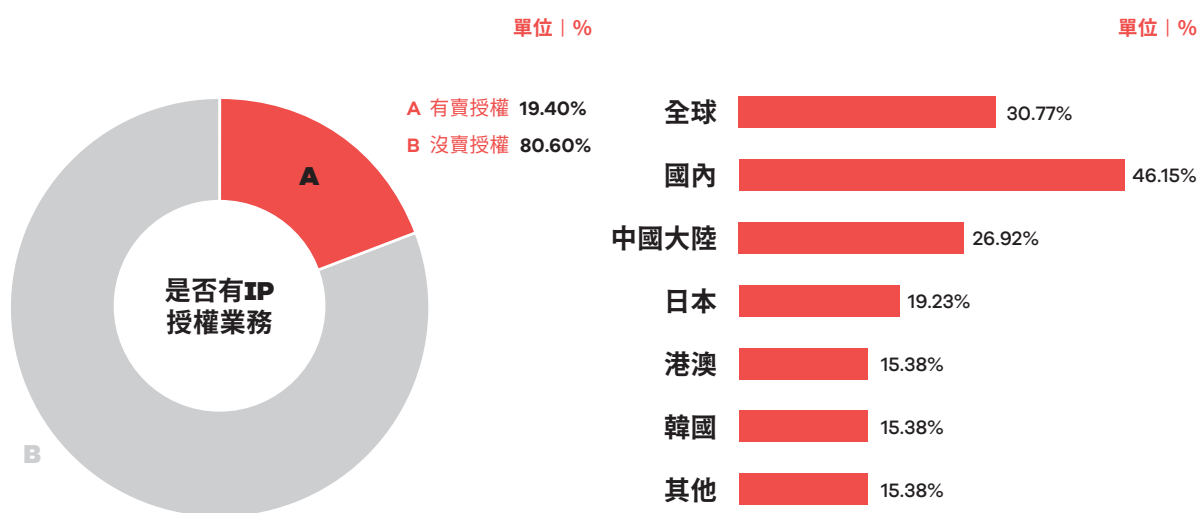


若以上市櫃與非上市櫃區分遊戲發行業者，上市櫃公司於 2024 年發行之 34 款遊戲中，有 17 款為 IP 遊戲，占比為 50.00%；非上市櫃遊戲公司發行之 87 款遊戲中，有 13 款為 IP 遊戲，占比為 14.94%。上市櫃與非上市櫃業者於 IP 遊戲發行比例上呈現明顯差異。

註：1. 調查 121 套 2024 年臺灣遊戲業者發行遊戲，其中上市櫃遊戲公司共 34 套遊戲，非上市櫃遊戲公司共 87 套遊戲。

2. 本調查所稱「IP 遊戲」係指基於現有智慧財產權（如電視、電影、漫畫、小說、動畫、系列遊戲等）所改編或啟發之遊戲。

3 我國遊戲業者 IP 授權概況



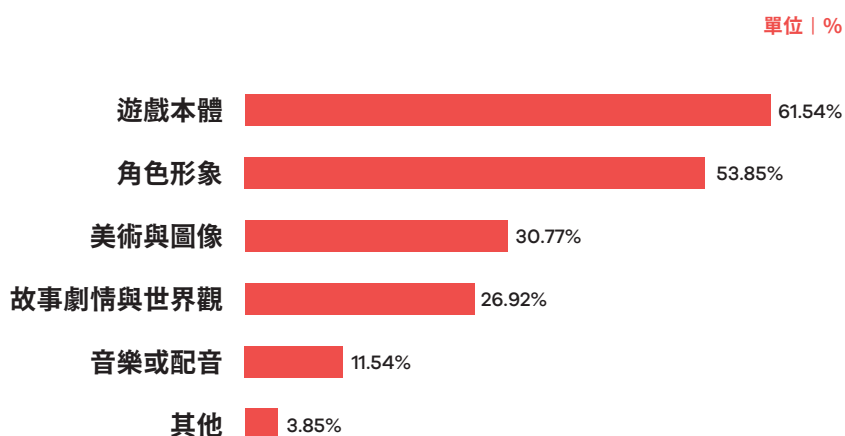
就本次調查結果觀察，具備 *IP* 授權業務之遊戲業者占比為 19.40%。進一步就具備 *IP* 授權業務之業者觀察，其授權地區以臺灣本地為主，相關比例為 46.15%；另有 30.77% 涵蓋全球授權，26.92% 涵蓋中國大陸授權，其餘亦包含日本、港澳、韓國及其它地區。

註：1. 左圖呈現本次調查中遊戲業者是否有 *IP* 授權業務之比例（ $n = 134$ ）。
2. 右圖係針對具備 *IP* 授權業務之業者呈現其授權地區分布情形（ $n = 26$ ）。
3. 授權地區為複選題。

●圖 20 我國遊戲業者 *IP* 授權業務概況（左圖） | 資料來源：本調查整理。

●圖 21 我國遊戲業者 *IP* 授權地區（右圖） | 資料來源：本調查整理。

4 我國遊戲業者 IP 授權內容

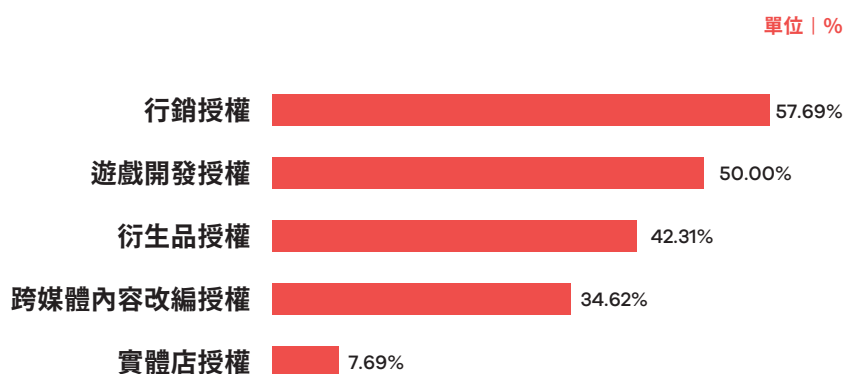


就具備 IP 授權業務之遊戲業者觀察，其授權內容以遊戲本體相關授權為主要類型，包含將遊戲 IP 授權第三方進行重製、改編、續作或移植等，占比為 61.54%。此外，角色形象授權占 53.85%，美術與圖像授權占 30.77%。

註：1.n=26。

2. 本題為複選題。

5 我國遊戲業者 IP 授權形式

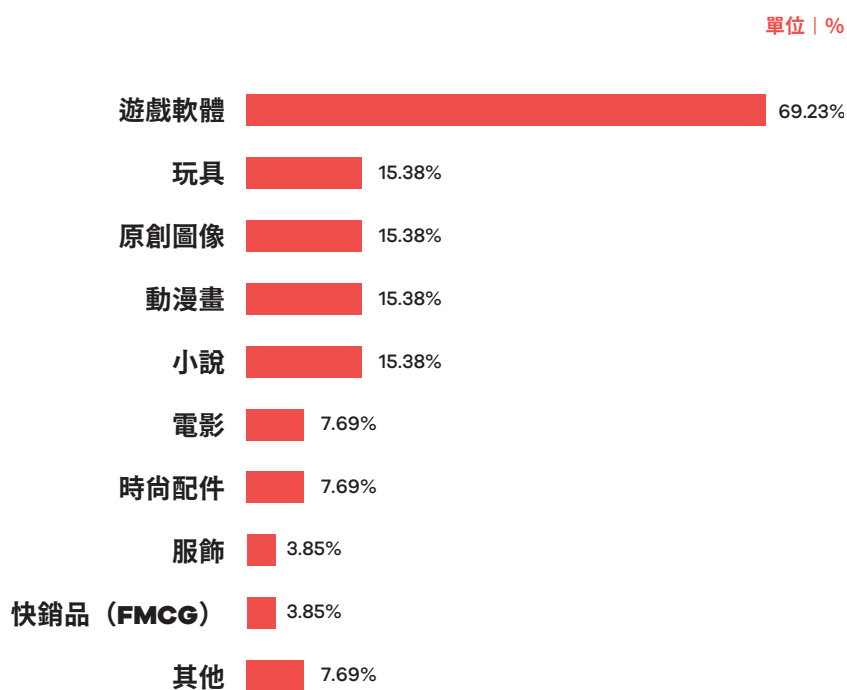


就具備 IP 授權業務之遊戲業者觀察，其授權形式包含行銷授權、遊戲開發授權與衍生品授權等類型。其中，行銷授權占比為 57.69%，遊戲開發授權占 50.00%，衍生品授權占 42.31%。

註：1.n=26。

2. 本題為複選題。

6 我國遊戲業者 IP 授權產品

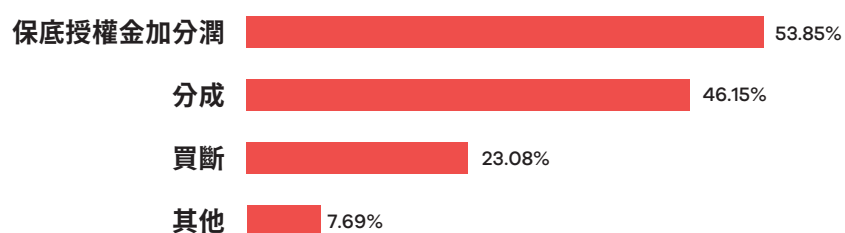


就具備 IP 授權業務之遊戲業者觀察，其授權產品類型包含遊戲軟體、玩具、原創圖像、動漫畫、小說等。其中，遊戲軟體之授權占比為 69.23%；玩具、原創圖像、動漫畫與小說之授權占比皆為 15.38%。此外，亦包含文創商品、展覽等其他類型之授權產品。

註：1. n=26。
2. 本題為複選題。

7 我國遊戲業者 IP 授權分成模式

單位 | %



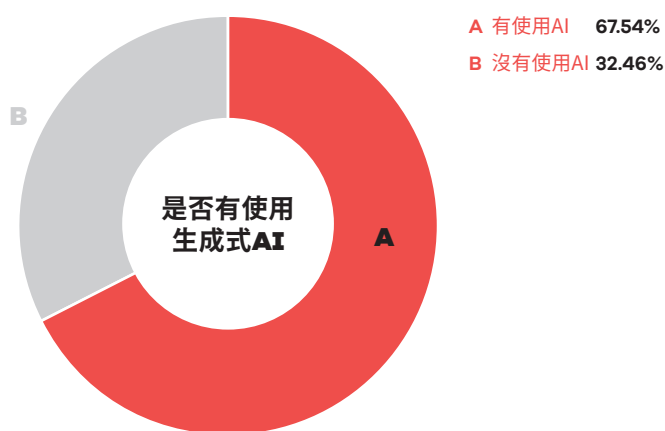
就具備 IP 授權業務之遊戲業者觀察，其授權分成模式包含保底授權金加分潤、分成及買斷等形式。其中，採行保底授權金加分潤之比例為 53.85%，採行分成模式者占 46.15%，採行買斷模式者占 7.69%；此外，亦包含宣傳性免費授權等其他分成形式。

註：1.n=26。

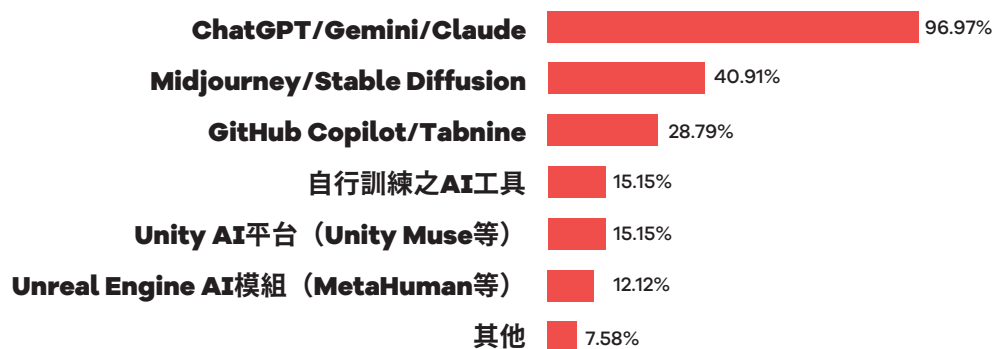
2. 本題為複選題。

8 我國遊戲業者生成式 AI 使用概況

單位 | %



單位 | %



註：1. 上圖為本次調查中遊戲業者是否使用生成式 AI 之比例 (n = 111)。

2. 下圖為有使用生成式 AI 之業者中，所使用 AI 工具種類者之分布情形 (n = 66)。

3. AI 工具種類為複選題。

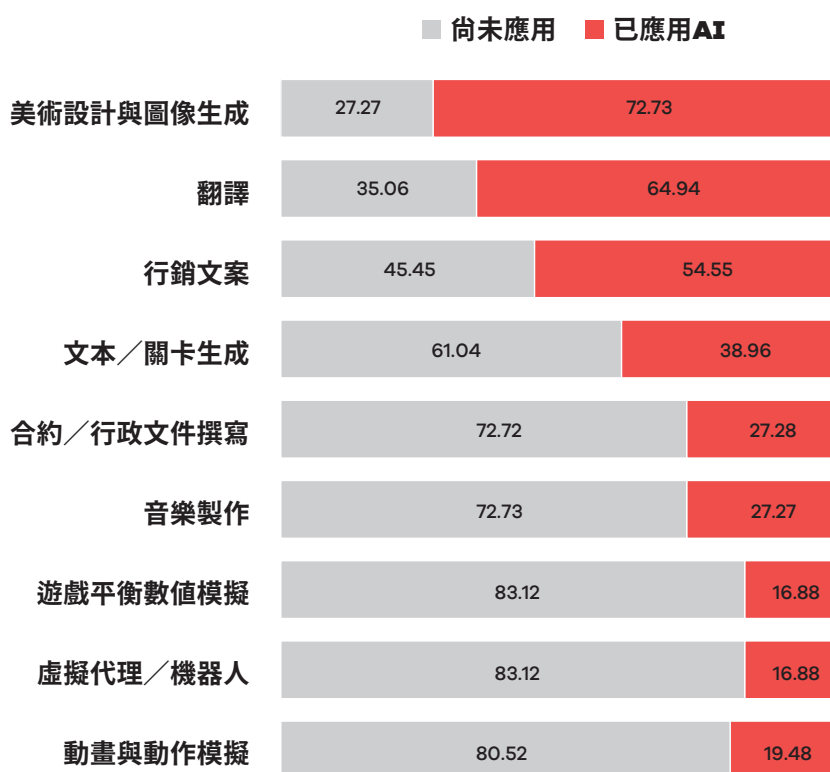
●圖 26 我國遊戲業者生成式 AI 使用概況 (上圖) | 資料來源：本調查整理。

●圖 27 我國遊戲業者生成式 AI 使用工具 (下圖) | 資料來源：本調查整理。

就本次調查結果觀察，2024 年已有 67.54% 的我國遊戲業者於工作流程中使用生成式 AI。進一步就使用生成式 AI 之業者觀察，其所使用之工具類型以對話式 AI 模型為主，包含 *ChatGPT*、*Gemini*、*Claude* 等，占比為 96.97%；影像生成工具（如 *Midjourney*、*Stable Diffusion*）之使用比例為 40.91%；程式開發輔助 AI 工具（如 *GitHub Copilot*、*Tabnine*）之使用比例為 28.79%。此外，亦有業者使用其他生成式 AI 工具，如 *Leonardo*（影像生成）及 *SUNO*（音樂生成）等。

9 我國遊戲業者生成式 AI 應用項目

單位 | %

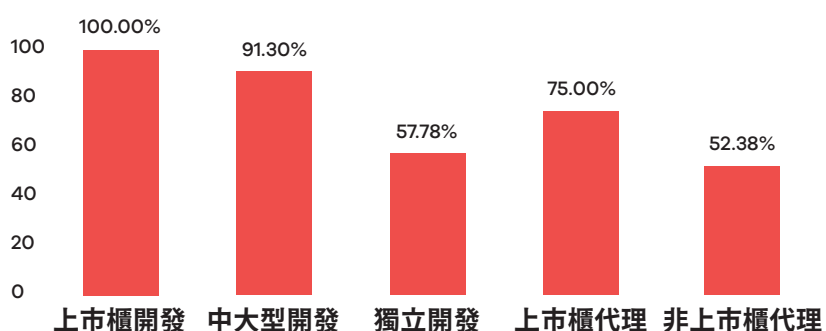


就使用生成式 AI 之遊戲業者觀察，其應用項目涵蓋美術設計與圖像生成、翻譯及行銷文案等面向。其中，美術設計與圖像生成之應用比例為 72.73%，翻譯應用比例為 64.94%，行銷文案應用比例為 54.55%。

註：1. n=77。
2. 本題為複選題。

我國遊戲業者生成式 AI 使用情況 ——依組別分

單位 | %



依主要業務類型與規模區分觀察，各組別遊戲業者中，使用生成式 AI 之比例皆超過半數。上市櫃開發業者中，有使用生成式 AI 之比例為 100%；中大型開發業者為 91.30%；上市櫃代理業者為 75.00%，顯示不同組別業者皆已有相當比例導入生成式 AI 於工作流程中。

註：本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發（n = 10）、中大型開發（n = 23）、獨立開發（n = 45）、上市櫃代理（n = 12）、非上市櫃代理（n = 21）。

11

我國遊戲業者生成式 AI 應用項目
——依組別分

單位 | %

上市櫃開發		中大型開發		小型開發		上市櫃代理		非上市櫃代理	
應用項目	百分比	應用項目	百分比	應用項目	百分比	應用項目	百分比	應用項目	百分比
美術設計與圖像生成	90.00%	美術設計與圖像生成	80.95%	美術設計與圖像生成	73.08%	行銷文案	77.78%	翻譯	81.82%
翻譯	60.00%	翻譯	80.95%	翻譯	53.85%	美術設計與圖像生成	66.67%	行銷文案	72.73%
文本/關卡生成	30.00%	行銷文案	52.38%	文本/關卡生成	50.00%	翻譯	44.44%	美術設計與圖像生成	45.45%
音樂製作	30.00%	文本/關卡生成	42.86%	行銷文案	50.00%	文本/關卡生成	33.33%	音樂製作	36.36%
動畫與動作模擬	30.00%	音樂製作	28.57%	音樂製作	30.77%	動畫與動作模擬	22.22%	合約/行政文件撰寫	36.36%

依不同業務類型與規模區分觀察，各組別遊戲業者於生成式 AI 的應用項目呈現差異。在以開發為主要業務之組別（上市櫃開發、中大型開發及小型開發）中，「美術設計與圖像生成」皆為使用比例較高之應用項目，相關比例均達七成以上。在以代理或營運為主要業務之組別中，則以「行銷文案」與「翻譯」等應用項目之使用比例相對較高。

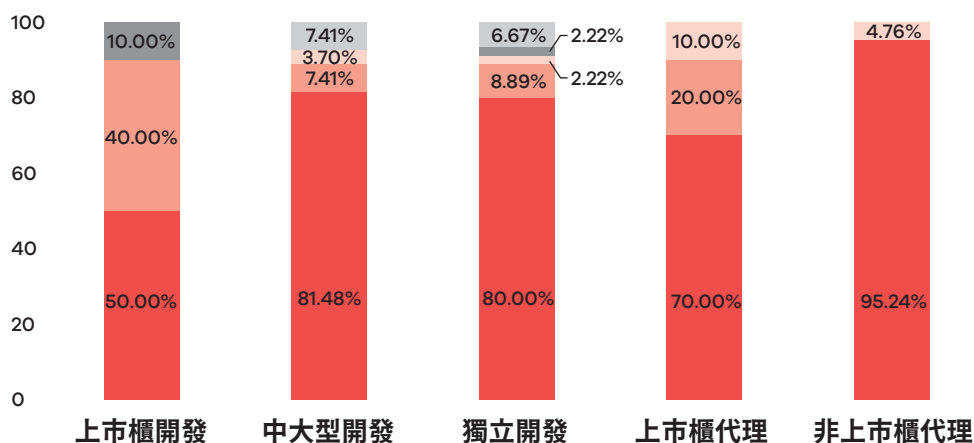
註：1. 本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發（n＝10）、中大型開發（n＝21）、小型開發（n＝26）、上市櫃代理（n＝9）、非上市櫃代理（n＝11）。

2. 本題為複選題。

●表 7 我國遊戲業者生成式 AI 應用項目－依組別分 | 資料來源：本調查整理。

單位 | %

- 從未開發過，且目前亦無相關開發計畫
 ■ 過去曾開發，但目前已無持續開發
 ■ 尚未實際開發，但已有開發計畫
 ■ 已經啟動開發，但尚未生產相關遊戲
 ■ 近期推出遊戲



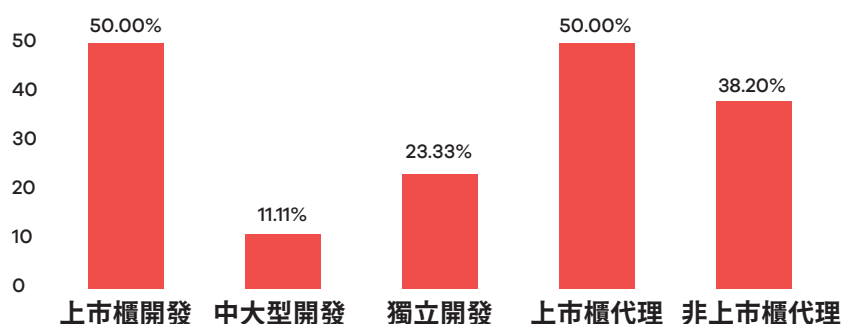
依組別觀察，近年具備沉浸式遊戲開發經驗或相關規劃之遊戲業者比例相對有限，多數業者表示尚未投入沉浸式遊戲開發，且目前亦無相關開發計畫。此外，上市櫃開發業者中有 40.00% 表示曾進行相關開發但目前未持續推進；上市櫃代理業者中亦有 20.00% 曾嘗試投入，惟現階段未再延續相關開發。

註：本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發 (n = 10)、中大型開發 (n = 27)、小型開發 (n = 45)、上市櫃代理 (n = 10)、非上市櫃代理 (n = 21)。

13

我國遊戲業者 VTuber / Avatar
／虛擬人的應用概況

單位 | %



依組別觀察，上市櫃開發業者與上市櫃代理業者皆有五成（50.00%）表示已應用或規劃應用 VTuber / Avatar / 虛擬人於相關營運或行銷活動中。非上市櫃代理業者中，38.20% 表示已有相關應用或規劃。相較之下，中大型開發業者與獨立開發業者之比例分別為 11.11% 與 23.33%。

註：本題分析所採用之業者家數分別為上市櫃開發（n = 10）、中大型開發（n = 27）、小型開發（n = 45）、上市櫃代理（n = 10）、非上市櫃代理（n = 21）。

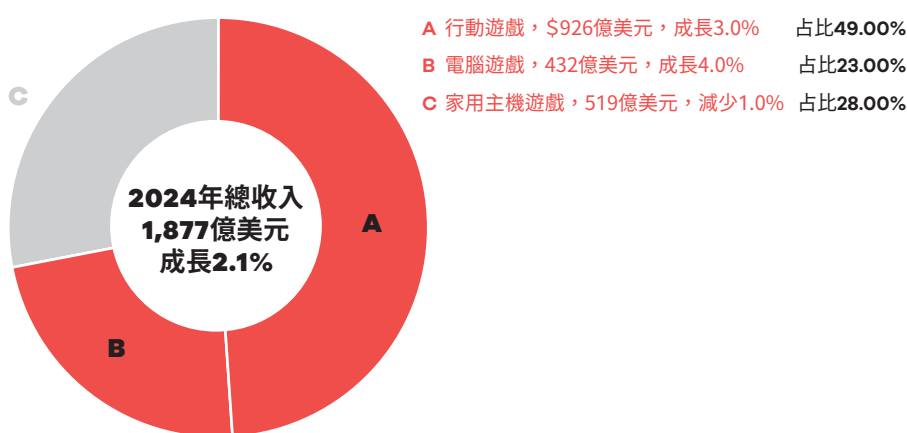
四

產業觀測指標

1

全球遊戲產業概況

單位 | 億美元；%



2024 年全球遊戲產業的營收為 1,877 億美元較 2023 年成長 21%。進一步分析行動遊戲（含平板）、電腦遊戲與家用主機遊戲在 2024 年的表現，手機遊戲收入最高，約為 926 億美元，占 49%，第二為家用主機遊戲，收入約為 519 億美元，占 28%，再次之為電腦遊戲，收入約為 432 億美元，占 23%。同時電腦遊戲受跨平台遊戲、獨立遊戲與服務型遊戲 (GaaS) 的加成，為成長率最高的分類，較去年成長 4.0%。而在家用主機遊戲方面，由於硬體銷售趨緩進入產品生命週期的中期與末期，加上在跨平台遊戲競爭遜於電腦端，2024 年家用主機營收減少 1.0%。

單位 | 億美元，億人，%

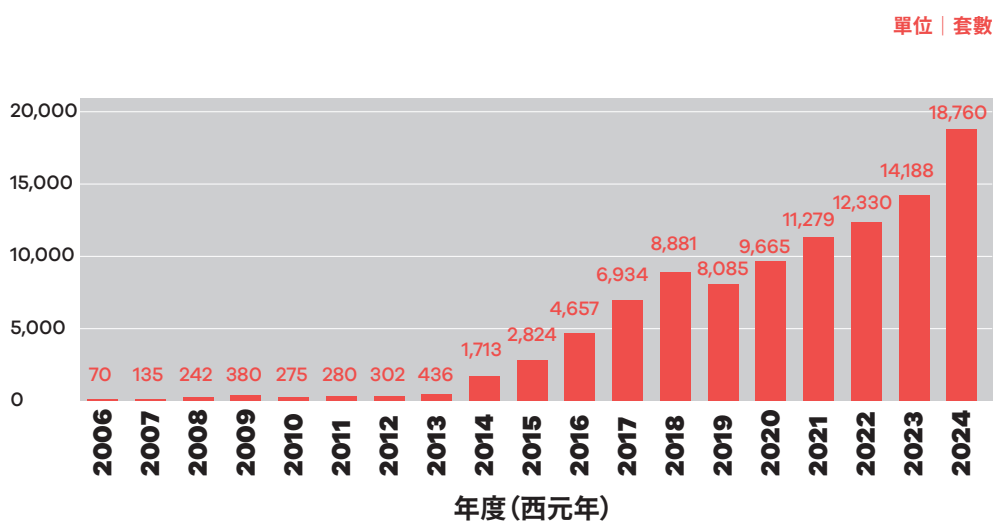
地區	產業收入			玩家人數		
	收入	占比	成長率	人數	占比	成長率
亞太地區	859	46%	1.5%	17.88	53%	5.7%
北美地區	502	27%	0.6%	2.37	7%	2.4%
歐洲地區	348	18%	3.2%	4.47	13%	3.6%
拉丁美地區	91	5%	6.2%	3.35	10%	6.1%
中東與非洲	77	4%	8.9%	5.74	17%	12.3%

依各區域市場觀察，2024 年全球遊戲產業收入仍高度集中於亞太地區。亞太地區全年遊戲產業收入達 859 億美元，占全球總收入約 46%，接近全球市場的一半，顯示其在全球遊戲產業中的關鍵地位。其次為北美地區，收入規模為 502 億美元，占比約 27%，歐洲地區則以 348 億美元位居第三，占全球收入約 18%。相較之下，拉丁美洲以及中東與非洲地區的收入規模雖仍相對有限，分別占全球收入的 5% 與 4%，但其成長率表現較為突出，顯示新興市場仍具備一定擴張潛力。

若從遊戲玩家人數來看，亞太地區同樣為全球最大市場，2024 年玩家人數約為 17.88 億人，占全球玩家總數約 53%，不僅反映龐大人口基數，也顯示遊戲已成為該區域高度普及的娛樂形式。其次為中東與非洲地區，玩家人數約 5.74 億人，占比達 17%，其後依序為歐洲地區（4.47 億人，占 13%）與拉丁美洲地區（3.35 億人，占 10%），北美地區則約 2.37 億人，占全球玩家數 7%。

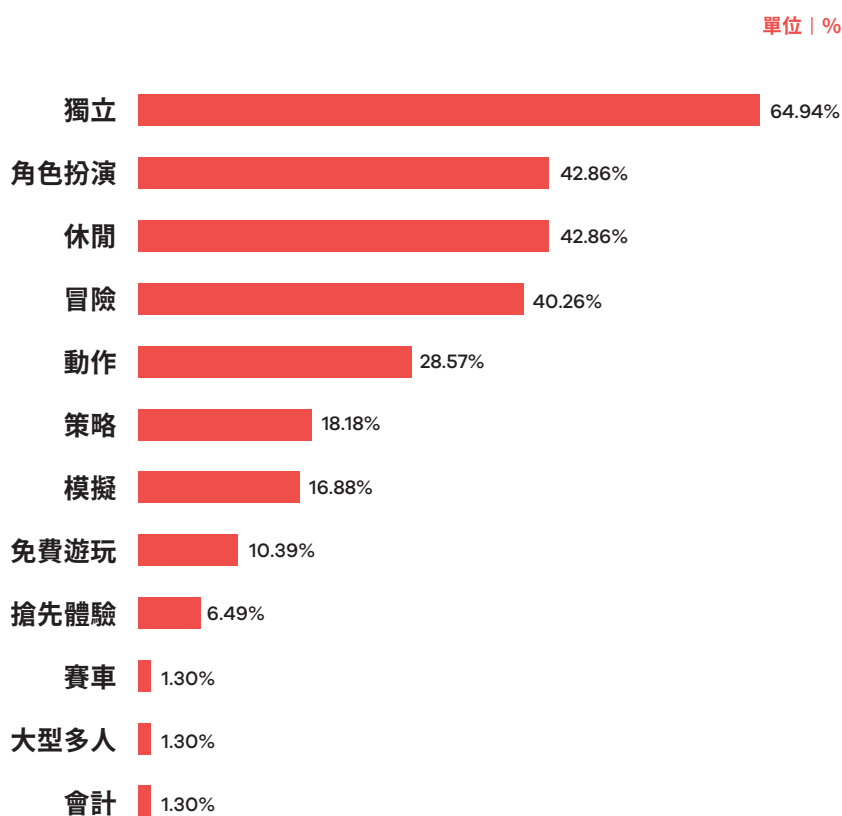
●表 8 2024 年全球遊戲市場各地區概況 | 資料來源：Newzoo 2024 Global Games Market report。

2 Steam 遊戲發布數量



根據 *SteamDB* 統計，*Steam* 平台年度新上架遊戲數量呈現長期成長趨勢。以近十年變化觀察，2014 年 *Steam* 年上架遊戲約 1,700 款，至 2024 年增至 18,760 款，十年間增加約 17,000 款，規模擴張超過十倍。若進一步觀察成長節奏，2016 年後年上架數量加速成長，2021 年起年度新增遊戲數皆超過 1 萬款，2024 年再創新高。

3 臺灣 Steam 遊戲發布概況



2024 年於 *Steam* 平台上架之遊戲中，共有 77 款為臺灣遊戲業者製作。就遊戲類型分布觀察，其中有 50 款遊戲包含獨立遊戲 (*Indie*) 之類型標籤，占比為 64.94%。此外，角色扮演遊戲 (*RPG*) 與休閒遊戲 (*Casual*) 類型各有 33 款，占比皆為 42.86%；冒險遊戲 (*Adventure*) 為 31 款，占 40.26%；動作遊戲 (*Action*) 則為 22 款，占 28.57%。

註：1. 本圖所示之 77 款遊戲，由本調查參考「臺灣國產遊戲整理」 (<https://reurl.cc/Wv6NvL>) 彙整。
2. 依據 Steam 平台提供之類型 (Genres) 統計，一款遊戲可分屬多種類型。

2024 年臺灣 Steam 發行遊戲銷售量前 10

遊戲名稱	遊戲類型	製作公司／工作室
1. 九日	動作、冒險、獨立	赤燭遊戲
2. 活俠傳	冒險、獨立、角色扮演、策略	原始鳥熊 Obb Studio
3. 餘燼守衛	獨立、策略、搶先體驗	Refic Games
4. 女鬼橋二釋魂路	冒險	大宇資訊
5. 沉沒意志	冒險、獨立、角色扮演	熊骨工作室
6. 亞路塔：狐狸狐途的麵包冒險	動作、冒險、獨立、角色扮演、搶先體驗	拾曉遊戲
7. 奈米使徒計劃	動作、獨立	光穹遊戲
8. The Star Named EOS：未曉星程	冒險、獨立	曙光工作室
9. 紋章英雄譚 2	角色扮演	HeatPot Games
10. 深夜拉麵	休閒、獨立、角色扮演、模擬	Cointinue Games

2024 年上架 Steam 平台的臺灣遊戲前十名中，上榜作品類型以動作、冒險與角色扮演為主。在此之中，有 8 款遊戲具有「獨立 (Indie)」之類型標籤，包含《九日》、《活俠傳》、《餘燼守衛》、《沉沒意志》、《亞路塔：狐狸狐途的麵包冒險》、《奈米使徒計劃》、《The Star Named EOS：未曉星程》及《深夜拉麵》。就製作單位型態而言，上榜作品之製作公司多為中小型遊戲公司或工作室。

註：1. 統計至 2025 年 6 月 5 日。
2. 此排名不包含成人向遊戲。

5 手機遊戲營收排行

手遊遊戲內購買營收排行	遊戲類型	製作國家
1. MONOPOLY GO!	休閒	美國
2. 王者榮耀	MOBA	中國
3. Royal Match	休閒	土耳其
4. ROBLOX	沙盒	美國
5. 最後的戰爭 - Last War	4X Strategy	中國
6. Candy Crush Saga	休閒	瑞典
7. 寒霜啟示錄	4X Strategy	中國
8. Coin Master	休閒	以色列
9. Dungeon & Fighter Mobile	動作	韓國
10. 和平精英	射擊	中國

2024 年全球手遊營收排行前三名則為《MONOPOLY GO!》、《王者榮耀》與《Royal Match》。上榜作品以休閒與 4X Strategy 類型為主；製作國家分布以中國最多，美國次之。

6 手機遊戲臺灣營收排行

手遊遊戲內購買營收排行	遊戲類型	製作國家
1. 星城 Online	牌類及益智娛樂類	臺灣
2. 天堂 W	MMORPG	韓國
3. 最後的戰爭 - Last War	4X Strategy	中國
4. 天堂 M	MMORPG	韓國
5. 寒霜啟示錄	4X Strategy	中國
6. 傳說對決	MOBA	中國
7. 巔峰極速	賽車	中國
8. 明星三缺一	牌類及益智娛樂類	臺灣
9. 出發吧！麥芬	MMORPG	中國
10. 菇勇者傳說	放置 RPG	中國

2024 年臺灣手遊營收排行前三名分別為《星城 Online》、《天堂 W》與《最後的戰爭 -Last War》。上榜作品類型以牌類及益智娛樂類、MMORPG 及 4X Strategy 類型為主；製作國家分布以中國最多，其次為臺灣與韓國。

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

題名／著者：臺灣文化內容產業調查報告. 2024年＝
Taiwan cultural content industries survey report 2024／王敏惠總編輯
版本：初版 出版：臺北市：文化內容策進院, 2026.05
識別碼：ISBN 978-626-395-349-9 (全套；平裝) | CIP 115004075
主題詞：LCSTT：文化產業 | LCSTT：調查統計 | LCSTT：臺灣
分類號：541.2933

2024年臺灣文化內容產業調查報告IV：遊戲產業

發行人：王時思

總編輯：王敏惠

副總編輯：胡婷俐、楊中天(依姓氏筆畫順序排列)

執行主編：林喜雯

編輯小組：李翰威、蔡郁崇、蔡馨儀、鄭人豪、蕭亦庭(依姓氏筆畫順序排列)

出版單位：文化內容策進院

網址：<https://www.taicca.tw>

地址：105臺北市松山區民生東路三段158號5樓

電話：02-27458186

執行單位：思多葛市場研究股份有限公司

網址：<http://www.stoics.com.tw>

地址：110臺北市信義區忠孝東路五段669號3樓之2

電話：02-87855851

封面設計：日央設計工作室

美術編輯：豐盈美術印刷有限公司

出版日期：2026年5月

版次：初版

ISBN：978-626-395-349-9

