



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

วิเคราะห์ธุรกิจเกมออนไลน์ประเทศจีนเข้าสู่ตลาดประเทศไทย  
AN ANALYSIS OF NETWORK GAME TRANSLATOR'S CHINESE  
LEVELIN THE ONLINE GAME MARKET OF THAILAND

泰国网络游戏翻译人员汉语水平分析

พิมลวรรณ สำเร็จประสงค์  
(吴菲菲)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2559

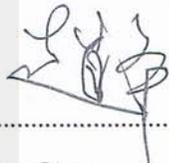
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วิเคราะห์ธุรกิจเกมออนไลน์ประเทศจีนเข้าสู่ตลาดประเทศไทย  
AN ANALYSIS OF NETWORK GAME TRANSLATOR'S CHINESE LEVEL  
IN THE ONLINE GAME MARKET OF THAILAND  
泰国网络游戏翻译人员汉语水平分析

พิมลวรรณ สำเร็จประสงค์ (吴菲菲)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้  
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2559

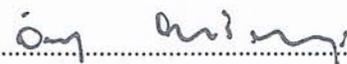
  
.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

  
.....  
Dr. Zhao Ping  
อาจารย์ที่ปรึกษา

  
.....  
Prof. Dr. Li Yan Feng  
กรรมการ

  
.....  
Dr. Zhao Ping  
กรรมการ

  
.....  
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรณ จันทโรนานนท์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

  
.....  
รองศาสตราจารย์อัสยา จันทโรยานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

  
.....  
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรณ จันทโรนานนท์  
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

## วิเคราะห์ธุรกิจเกมออนไลน์ประเทศจีนเข้าสู่ตลาดประเทศไทย

พินลวรรณ สำเร็จประสงค์ 576065

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ZHAO PING, Ph.D.

### บทคัดย่อ

ตลาดเกมออนไลน์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีขนาดใหญ่ของโลกโดยเฉพาะตลาดเกมออนไลน์ของจีนและเป็นตลาดที่โตเร็วที่สุดในขณะนี้ ไม่ว่าจะเป็นเกมพีซีออนไลน์หรือเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือล้วนเป็นธุรกิจระดับแนวหน้าของโลก ธุรกิจเกมออนไลน์ของประเทศจีนนั้นมีผู้พัฒนาเกมและผู้ให้บริการเกมมากมายและขนาดใหญ่ ปัจจุบันนี้ธุรกิจเกมประเทศจีนได้ก้าวเข้าสู่ตลาดเกมในประเทศไทยจึงมีเรื่องการแปลภาษาเกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจนี้ได้เติบโตในประเทศไทยต่อไปงานวิจัยฉบับนี้ได้วิเคราะห์ธุรกิจเกมออนไลน์ของประเทศจีนเข้าสู่ตลาดประเทศไทย เพื่อสะท้อนถึงความเข้าใจระดับความรู้ภาษาจีนของนักแปลภาษาและสภาพการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ในประเทศไทย รวมถึงสถานการณ์เกมเมอร์ไทย

งานวิจัยฉบับนี้ยังได้วิเคราะห์ข้อมูลและสำรวจแบบสอบถามต่าง ๆ เกี่ยวกับธุรกิจเกมออนไลน์ประเทศจีนเข้าสู่ตลาดประเทศไทย เพื่อให้เข้าใจการทำงานของนักแปลที่อยู่ในบริษัทเกมออนไลน์ในประเทศไทยอย่างแท้จริง โดยงานวิจัยนี้มีเนื้อหาหลัก ๆ คือ บทที่ 1 อธิบายสภาพการเติบโตธุรกิจเกมออนไลน์ของทั่วโลกประเทศจีนและไทยความพิเศษของเกมออนไลน์รวมถึงประเทศไทยกลายเป็นประเทศที่มีผู้ให้บริการเกมออนไลน์สำคัญประเทศหนึ่ง บทที่ 2 อธิบายธุรกิจเกมออนไลน์ของประเทศจีนที่เติบโตก้าวหน้าในตลาดประเทศไทย วิเคราะห์ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ของประเทศไทยและประเทศจีน บทที่ 3 วิเคราะห์ระดับภาษาจีนของนักแปลภาษาในบริษัทเกมออนไลน์ของประเทศไทยบทที่ 4 ปัญหาต่าง ๆ ที่นักแปลภาษาเจอระหว่างแปลเนื้อหาเกมออนไลน์ ทำให้มีผลกระทบส่งถึงในตลาดไทยรวมถึงเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องและแบบสอบถาม ปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาค้นคว้าในเรื่องดังกล่าว โดยงานวิจัยนี้วิเคราะห์ระดับภาษาจีนของนักแปลเกมในบริษัทเกมออนไลน์ต่าง ๆ ของประเทศไทยซึ่งเป็นหัวข้อใหม่ที่ได้อธิบายทุกอย่างที่เกี่ยวกับธุรกิจเกมออนไลน์ของประเทศจีนได้เติบโตก้าวหน้าในประเทศไทยวัดระดับภาษาจีนของนักแปลเกมมีผลกระทบต่อผู้ให้บริการเกมออนไลน์ของประเทศไทย

**คำสำคัญ :** เกมออนไลน์ประเทศไทย แปลจีน-ไทย ระดับความรู้ภาษาจีน ตลาดเกมออนไลน์

**AN ANALYSIS OF NETWORK GAME TRANSLATOR'S CHINESE LEVEL  
IN THE ONLINE GAME MARKET OF THAILAND**

PIMOLWAN SAMREJPRASONG 576065

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: ZHAO PING, Ph.D.

**ABSTRACT**

Online games business is one of the biggest industries in the world, especially Chinese online games market, which is the biggest and fastest growing one at the current environment. Online PC games has been a very big market since 2000's, and in the past decades we see big growing trends for Mobile Games as well, where China is a region with wealth of many game developers and publishers. Now, more publishers imports Chinese games to Thailand, as well as China's local publishers, giving rise to language localization service, which is continuously growing in Thailand. In this Thesis, Chinese games penetration to Thailand is analyzed in able to reflect Chinese language understanding of such interpreters and business growth status and potential of Thailand online games business and Thai gamers' paying behavior is observed.

The 4 main chapters that this thesis will cover are the following. Chapter 1: Overview of Global Online games status and growth potential, with emphasis on China and Thailand. Chapter 2: Overview of Chinese Online games business penetration in Thailand, covering top Chinese and Thai providers. Chapter 3: Analysis of Chinese-Thai interpreter in Thailand Online games service provider. Chapter 4: Evaluate problems and consequences that such interpreter faced with Online games. Suggest recommendations for such problems.

Results from intensive research and surveys revealed that there are no such research as that of this Thesis yet. Hence, this Thesis's analysis of Chinese interpreters in different Online games service provider in Thailand will provide the field with new findings that would help investors and games providers alike in evaluating the service from Chinese interpreters and its effects on the Thai Online games market.

**Keywords:** Online game in Thailand, Chinese to Thai translation, Chinese proficiency test, Online game market

# 泰国网络游戏翻译人员汉语水平分析

吴菲菲 576065

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：赵平 博士

## 摘要

网络游戏在国际上有很大的市场，特别是中国的网络游戏产业发展迅速。中国的网页游戏及移动游戏开发和应用处于全球领先水平。一方面中国网络游戏研发商和发行商计划扩大规模，进入泰国市场扩展其业务。另一方面，泰国网络游戏市场也积极引入和翻译中国的网络游戏软件，以促进泰国网络游戏市场的发展。本论文研究的是通过中国网络游戏在泰国的应用，了解和分析网络游戏中-泰翻译人员的中文水平，说明这一领域泰国网络游戏的发展现状，以及泰国用户和玩家付费玩游戏的情况。论文通过资料分析和问卷调查法，掌握中文网络游戏软件在泰国市场应用情况，泰国网络公司从事中国网络游戏翻译人员的工作情况。论文的主要内容是：第一章阐释泰国网络游戏市场的发展现状，世界网络游戏的发展以其产品特点，泰国网络游戏成为主要的经营商。第二章说明中国网络游戏在泰国市场的发展，分析泰国游戏运营商与中国运营商的合作，以及研究中国网络游戏在泰国市场的应用。第三章分析研究从事中国网络游戏翻译的泰国人员的中文水平。第四章指出中国网络泰译人员在中文翻译方面出现的语言问题，对泰国网游的开发与市场营销的影响，并根据分析结果提出改进的措施和建议。

本论文的创新性体现在目前还没对泰国网络公司商业汉语应用方面的研究，本论文对泰国网络公司从事中国网络翻译人员中文水平的分析研究还是一项新的研究。本论文的目的是通过这方面的研究，揭示中国网游在泰国网游市场的推广和应用情况，分析说明泰国网游翻译人员中文水平和翻译情况，以及中国网络游戏软件的开发对泰国网络游戏市场营销的影响。

**关键词：**泰国网络游戏，中-泰翻译，汉语水平，网络游戏市场

# 目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘 要	III
目 录	IV
表格目录	V
图标目录	VI
<b>绪论</b>	1
一、选题的背景和意义	1
二、与论文选题有关的国内外研究的综述	2
三、研究的目的、方法和主要内容	4
四、所要解决的主要问题及研究途径	5
<b>第一章泰国网络游戏市场的发展现状</b>	6
第一节网络游戏的发展及其产品特点	6
第二节泰国网络游戏市场的发展情况	10
第三节泰中两国网络游戏的主要经营商	19
<b>第二章中国网络游戏在泰国市场的发展</b>	23
第一节中国网络游戏的发展情况	23
第二节泰国游戏运营商与中国研发商的合作	28
第三节中国网络游戏在泰国市场的应用	31
<b>第三章中国网络游戏泰语翻译状况</b>	36
第一节对泰国网络运营商的调查	36
第二节对网游泰译人员的调查	37
第三节对泰译人员中文水平的评估	41
<b>第四章提高中文水平加强经营管理</b>	43
第一节网游泰译中的主要问题	43
第二节改进的建议措施	45
结 语	47
参考文献	49
附 录	52
致 谢	57
ประวัติผู้เขียน	58

## 表格目录

表 1.1 游戏种类和特点	9
表 1.2 泰国网民在不同网站上网比例	11
表 1.3 游戏最受泰国玩家欢迎 20 款游戏	18
表 2.1 泰国运营商发行手游	29
表 3.1 泰国网络游戏运营商	36
表 3.2 性别	37
表 3.3 国籍	38
表 3.4 年龄	38
表 3.5 汉语水平 (HSK) 等级	38
表 3.6 第一部分-翻译人员工作中的汉语使用率	39
表 3.7 第二部分-网络翻译人员掌握汉语能力的情况	40

## 图表目录

图 1.1 2014 年全球游戏收益报告	7
图 1.2 游戏类型进出口收入	11
图 1.3 泰国手机客户按所用的操作系统	12
图 1.4 泰国网络游戏用户大部分的年龄	13
图 1.5 泰国网络游戏的用户市场报告	13
图 1.6 泰国手机网络游戏收益	15
图 1.7 泰国手机网络游戏在线人数	15
图 1.8 泰国的付费玩家最喜欢为赛车游戏付费	17
图 2.1 中国网络游戏市场的收益（人民币）和发展（%）	24
图 2.2 2007-2016 年中国网络游戏市场规模	25
图 2.3 2015-2017 年中国广义网络游戏市场规模预测	26
图 2.4 网络游戏运营商与研发商的进程	28
图 2.5 全民奇迹-MU-IOS 系统的收入	31
图 2.6 全民奇迹-MU- Google Play 系统的收入	32
图 2.7 刀塔传奇-IOS 系统的收入	33
图 2.8 刀塔传奇-Google Play 系统的收入	33
图 2.9 天龙八部 3d-IOS 系统收入	34
图 2.10 天龙八部 3d-GooglePlay 系统收入	34

# 绪论

## 一、选题的目的和意义

网络游戏（简称网游）就是在登陆互联网的状态下，与其他玩家一起进行的，由某个公司或个人提供游戏服务器终端的通过网络实现的多人在线游戏模式，与之区别的就是单机游戏和局域网联机游戏。网络游戏或在线游戏，软件，信息，数据，客户端，网页浏览器及其他终端形式，现在的网游，包括产品和服务通过互联网等信息网络，移动通信网络，通过信息网络向公众提供的游戏。其他终端，是指在手机，个人数字处理器，游戏机和网络访问计算机网络信息不同类型的信息。

泰国总人口 6790 万，网民数 2110 万，玩家数 1470 万，付费玩家 830 万，付费玩家人均年消费额 27.76 美元，2014 该地区游戏市场规模 2.3 亿美元，泰国也是东南亚游戏消费最高的国家。泰国年复合增长率达到了 30.9%，且进入了全球 TOP 20 游戏市场。此外 Newzoo 预计泰国地区的游戏市场规模将从 2014 年的 2.3 亿美元增长至 2017 年的 4.9 亿美元，增长率为 213%。泰国是东南亚人均游戏消费最高的国家，并且它有望将这一头衔一直保持到 2017 年。印度尼西亚与马来西亚则分别是这项排名的第二名与第三名。同时，泰国 3G 网络的扩张以及 4G 网络的建设也在积极的商谈准备之中。（深度揭秘泰国市场 游戏付费玩家占比达 49%,[online],2015.）

中国在泰国的一家分公司企业透露，泰国畅销榜 Top1 游戏月流水达 300 万美元。泰国本地研发能力较弱，本地游戏仅占市场 5%。60%的游戏研发商都采取外包服务，30%的团队最后都会失败。从官方渠道的排行榜来看，泰国仍然是滋养中国制造最理想的温床。尤其是泰国 Google Play 榜，例如《啪啪三国》《放开那三国》《神魔之塔》等是该榜单 Top20 中常见面孔。截止 2015-01-16 前统计，泰国畅销 Top20 中有 11 款中国产品。严格来讲，泰国市场没有成规模 (DT>20 人，或有成功发行案例) 手游 CP 厂商，有少数公司号称有 CP 职能，但这些公司的核心业务基本都在 PC 游戏，在 PC 端具备一定的合作开发能力，手游端仍停留在原厂开放 Code 的 Debug 阶段。存在一些创业团队，目前影响力非常有限。

泰国的网络游戏市场，在 2003—2008 年期间，网络游戏产业速度增长到 15-25%。Asiasoft Corporations Plc 是泰国最大的网络游戏公司之一，其数据显示 2009-2010 年网络游戏规模增长了 23%。

在 2009 年，网络游戏行业销售额达到 2,000 亿泰铢，在 2010 年代销售额达到 2,500 亿泰铢，预计在 2015 年将达到 4,000 亿泰铢。(Asiasoft Talk 2015, [online], 2015.)

本论文的选题主要依据中国网络游戏在泰国市场的推广情况。目前，中国网络游戏产业发展迅速，并在很多国家进行推广，也包括泰国。而泰国在推广中国网络游戏时，需要把汉语翻译为泰文，因此对翻译人员的汉语水平要求就很高。而语言翻译，最重要的是表达清楚、解释得体，但泰国与中国的文化是有很大的差异，尤其是在语言方面。所以在泰国推广中文网络游戏，汉语的泰文翻译就变得十分重要了。本论文选题的来源是汉语网络游戏在泰国市场上的经营状况，是在泰国市场上所面临的各种问题。

本论文选题的意义在于通过分析中文网络游戏在泰国市场上的发展状况，揭示网络游戏中译泰人员的中文水平和翻译情况，指出这项翻译工作对促进和扩大泰国网络游戏市场的重要性，关系到泰国对中国网络游戏在泰国市场推广的好坏，直接影响到泰国网络游戏产业的开发、经营和对网络游戏玩家的吸引力，影响到网络游戏商家的经济利益。通过对网络游戏翻译人员的调查，评估翻译人员的中文水平和翻译质量，分析存在的问题，提出解决问题的方法和改进措施，促进泰国网络市场的发展。

## 二、与论文选题有关的国内外研究综述

通过对网络游戏相关研究论文的资料查找，这个领域的研究主要在以下几个方面：

### (一) 网络游戏经营方面的研究

1. 重庆科技学院邓小晶在《网络游戏商的经营策略分析》（2008）一文中指出，由于中国网络游戏有迅速发展，网络游戏的市场在接下来的几年内进入白热化竞争阶段，所以本论文分析网络游戏营销现状和经营策略，如何发展好网络游戏产业、如何走出具有特色的网络游戏之路是很值得探讨。（小晶在，2008.）

2. 长春光华学院胡培森在《网络游戏中的电子商务模式》（2013）中阐述并分析了网络游戏的盈利模式，指出了了网络游戏是全新的产业，它的跨度很大，有着娱乐业、零售业和 IT 业等各种行业的性质，它也代表着将来越来越综合化的商业形式。

网络游戏产业已经形成了其特有的电子商务模式并且已经取得了不错的效果，但在发展中，作为网络游戏企业也应根据各项因素的发展变化与时俱进变革商业模式。（胡培森，2013.）

3. 河北经贸大学经济管理学院井田在《网络游戏盈利模式的分析及发展研究》（2009）一文中阐述了网路游戏的发展状况，总结出一种适应目前的发展特点、使网络游戏运营商更具竞争力的虚拟品牌宣传的盈利模式，分析并解决了网络游戏中的问题。（井田，2009.）

4. 江西农业大学南昌商学院刘晓敏在2010年撰写了《浅析网络游戏出口贸易》（2010）中分析了网络游戏的发展及现状，认为全球互联网的发展壮大，网上用户对网络游戏的需求迅速攀升。各类厂商纷纷利用自身固有优势，大规模地加入网络游戏市场，所以网络游戏出口越来越受到政府与业界的重视。（刘晓敏，2010.）

## **(二)网络游戏影响方面的研究：**

1. 哈尔滨工业大学王艺诺在《网络游戏的用户选择与使用影响因素研究》（2011）中说明了中国网络游戏用户规模已经趋向饱和。在这样一种背景下，对用户实施有针对性的网络游戏开发，吸引用户并守住用户尤为重要。论文探究了用户选择和使用网络游戏行为的影响因素，一方面可以帮助企业吸引消费者，另一网面可以帮助其抓牢消费者。不但具有理论意义，也具有实践意义。（王艺诺，2011.）

2. 李文娟在《东南传播》杂志上发表了《网络游戏文化浅析》（2009，11期）的论文，文中分析了网络游戏的文化产业发展问题，指出网络游戏作为目前最为盛行的休闲娱乐方式之一，对整个社会经济发展起着越来越重要的作用，同时，它对于整个社会的文化与社交等方面也产生着重要的影响。论文以网络游戏为例来探讨这种网络文化与传统文化的比较，以及其特性，同时也指出它所带来的的一些负面影响。（李文娟，2009.）

## **(三)网络游戏语言方面的研究：**

1. 四川大学张雅婷在《探析网络游戏中的语言学现象》（2011）中分析了计算机语言的网络游戏。论文认为目前中国的网民数量不断增加。其中有很大一部分网民热衷于网络游戏，他们在玩游戏的过程中，产生了很多新的、特定的网络语言，这些语言有着自己的特点和表达价值。论文主要和分析网络游戏的一些语言学现象，并针对网络游戏用语的规范问题提出了看法。（张雅婷，2011.）

2. 广州大学张法文《网络游戏语言个案研究》（2012）指出网络游戏语言和网络语言一样，都是以网络为基本和主要的传播媒介，作为以特定游戏为平台的网络游戏语言有其自身使用特点，而且部分网络游戏语言已进入网络语言和我们的日常生活用语当中。（张法文，2012.）

### 三、研究的目的、方法和主要内容

#### （一）、研究的目的

1. 通过研究中国网络游戏在泰国推广情况和对泰国网游翻译人员的问卷调查，分析网游翻译人员的中文水平，评估翻译质量和市场效果。

2. 通过分析研究指出网络游戏翻译人员提高中文水平对市场营销，网游推广的重要性。

3. 发现网游中泰翻译人员存在的问题，提出解决问题的方法和改进措施。

#### （二）、研究方法

通过定性研究和定量研究方法，搜集有关中国和泰国网络游戏市场的资料，调查在泰国市场中国网络游戏的推广现状，调查中文网络游戏翻译人员的情况，调查网络游戏公司经营管理情况。

#### （三）、研究的主要内容

本论文主要研究的是中文网络游戏在泰国市场的开发、推广和应用的情况；分析中国网络游戏对泰国市场的影响和发展状况；对中国网络游戏翻译人员进行问卷调查，分析调查结果，对网游中-泰翻译人员的中文水平和翻译情况进行评估，指出目前存在的问题，提出改进措施。

#### （四）、论文研究的创新性

目前有关网络游戏方面的论文有很多，但对中国网络游戏翻译方面的研究还没有进行，本论文的创新主要体现在：

1. 首次对中国网络游戏翻译成泰文的情况进行研究。

2. 论文通过对中国网游的泰译，揭示中国网游在泰国网游市场的推广和应用情况。

3. 分析泰国网游翻译人员的中文水平和翻译质量，发现问题，提出解决问题的建议。

#### 四、所要解决的主要问题及研究途径

本论文要达到的预期目标就是通过对中国网游在泰国市场的推广和应用的分析研究，说明泰国网游翻译人员中文水平，翻译情况，对泰国网游的开发与市场营销的影响，发现问题，提出解决方法。



# 第一章泰国网络游戏市场的发展现状

## 第一节 网络游戏的发展及其产品特点

### 一、世界网络游戏发展概况

游戏业已日益成为了世界娱乐产业的龙头。目前游戏业的发展十分迅猛，它呈现出超越其他服务行业的势头，从上世纪 80 年代开始，已经有 30 多年的历史，而且至今仍然在飞速前进。现在市面上不断有新的游戏推出，吸引着全世界的玩家，游戏种类从最早的 80-90 年代电视游戏，发展到 21 世纪的网络游戏、电脑游戏，然后到 2014 年又细化到了网络平台、主机平台、移动平台这三种主要硬件类别。在这个 30 年里，中国、日本、美国产生出了最好的游戏研发商和运营商，这三个国家也已经成为了世界游戏交流中心。

1972 年，雅达利（Atari）建立了世界上第一家电脑游戏机公司，这标志着游戏产业的正式开创。1983 年，任天堂公司开发了第三代游戏机 Family Computer（简称 FC 游戏机）。这款游戏机带来了当时最先进的游戏开发理念和革命性技术，它不但使任天堂成为了当时电视游戏业真正的老大，也使其一跃成为了全世界最大的电子游戏公司。1994 年，美国出现了许多著名的游戏公司，比如 EA、动视暴雪等公司（Activision Blizzard）。其中动视暴雪是一家由法国维旺迪集团控股的美国电子游戏开发尚和发行商，是全球最大游戏开发和发行商，也号称是世界第一个第三方游戏发行商。它创造出了大量的优秀游戏。另外一个 EA 公司，是全球著名的互动娱乐软件公司，主要经营各种电子游戏的开发、出版以及销售业务。1986 年到 1999 年，是游戏行业的黄金时代。任天堂一举成为日本第一大企业。电视游戏已经形成了一个年产值数十亿、用户数千万的庞大国际市场。电视游戏业的白热化竞争结束了任天堂的一家独大，一时间，各种游戏机争奇斗艳，游戏新作应接不暇。

21 世纪，美国微软出了游戏主机 XBOX、XBOX360。在日本市场则发展至变成索尼与任天堂全面争霸的阶段。

在 2000-2010 年，对游戏业产生革命影响的是互联网和宽带网络技术。分布在全球各地的计算机以高速的网络将彼此连接起来。这四年时间里，美国游戏硬件以微软 X360/XBOX ONE 为代表。

美国 EA 的战地系列、FIFA 系列、以及最近大红大紫的《泰坦天降》都代表了次时代游戏的技术顶尖实力。<sup>[1]</sup> (中日美 30 年游戏发展史,[online],2014.) 欧美游戏厂商通过不断努力, 他们的跨平台大作逐渐吞噬着日本游戏的市场份额。

2010 年, 日本无论是电视游戏还是掌机游戏都持续的衰退, 手机游戏开始在日本流行。在 2014 年, 市场研究公司 Newzoo 发布了《2014 年全球游戏收益报告》。该报告体现了网络游戏在世界上 100 个国家的收入排行。如图所示不难发现收益最多的是中国、韩国和日本, 泰国则位列第 51 名。<sup>[2]</sup>



图 1.1 2014 年全球游戏收益报告 资料来源: newzoo 网站

从以上全球游戏收益的数据中我们可以看到, 中国有巨大的网络游戏的市场。这是因为中国是世界上人口最多的国家, 中国的经济有长足的增长, 因此在中国网络游戏市场上单收益也是最多的。

## 二、网络游戏产品特点

网络游戏(简称网游)是在登陆互联网的状态下, 与其他玩家之间的互动交流、娱乐和休闲。

[1] 腾讯游戏: 《中日美 30 年游戏发展史》 <http://xw.qq.com/m/games/>

[2] thaibizchina 网站: ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, [http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/business-opportunity/detail.php?SECTION\\_ID=612&ID=15375](http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/business-opportunity/detail.php?SECTION_ID=612&ID=15375)

由某个公司或个人提供游戏服务器终端的通过网络实现的多人在线游戏模式，与之区别的就是单机游戏和局域网联机游戏。网络游戏或在线游戏，包括软件、信息、数据、客户端、网页浏览器及其他终端形式。现在的网游（包括产品和服务），通过互联网、移动通信网络等信息网络，向公众提供的游戏。（网络游戏，[online],2016.）

网络游戏发展至今有客户端游戏（PC）、网页游戏（WebGame）和移动网游戏（Mobile Game）三种类型。

**客户端游戏：**是玩家应该将游戏的客户端下载并安装到自己的电脑中，目前客户端游戏主要有大型多人在线角色扮演类网络游戏（MMORPG）和大中型休闲网络游戏。

**网页游戏：**又称无端网游或者浏览器游戏，是基于网络浏览器的多人在线互动游戏，用户无需下载客户端，只要打开网页就可以玩网页游戏。主要有角色扮演、战争策略、社区养成等。

**移动网游戏：**是用户使用手机等移动终端连网游戏，主要分为 iOS 游戏和 Android 游戏两大系统。主要游戏类型为棋牌类、休闲竞技类和社区互动，以及平台类游戏等。下面分类整理在 2015 年上市的网络游戏，可分为如下几种：

表 1.1 游戏种类和特点

	2015 上市游戏种类	特 点
1	动作游戏：ACT (Action Game) 动作游戏简单来说，就是你最早接触的游戏类型之一，你作为玩家控制游戏人物手持各种武器消灭敌人过关的游戏。	ACT 类游戏讲求打击的爽快感与流畅的游戏感觉，其原理是根据代表玩家的活动块与代表敌人的活动块以攻击判定和被攻击判定进行碰撞计算，加入各种视觉，听觉效果而成的游戏。
2	冒险游戏：AVG (Adventure Game ) 是通过控制虚拟人物完成一个任务或者谜题的形式冒险过关，而在游戏过程中，总是强调谜题的重要性。	AVG 也可再细分为动作类和解谜类两种，动作类 AVG 可以包含一些格斗或射击。
3	角色扮演游戏：RPG (Role-playing Game) RPG 是中国大部分网游崛起的主流类型，是通过玩家扮演游戏中的一个或者数个角色，以任务的形式完成故事情节的游戏。	RPG 类游戏强调的是剧情发展和个人体验，而冒险游戏是强调解密。目前在手游或者端游上，RPG 类游戏从玩法上又分为回合制、即时战斗式；从战斗类型上又分为动作角色扮演。
4	第一人称视点射击游戏：FPS (First Personal Shooting Game)	玩家扮演游戏中角色手持各种枪类进行与敌人进行战斗过关的游戏。
5	竞速游戏：RAC (Racing Game) 是在电脑上能够模拟各类赛车运动的游戏，通常是在比赛的场景下进行。	所以一般此类游戏场面都很精美，讲究图像音效，真实感非常强。此类游戏非常深受车迷的喜爱。
6	体育游戏：SPG (Sports Game) 在电脑上模拟各类竞技体育运动的游戏。	花样繁多，模拟度高，广受欢迎。
7	策略游戏：SLG (Strategy Game) 是运用策略与电脑或其它玩家较量，以取得各种形式胜利的游戏。	策略游戏又分为回合制策略与即时制策略游戏。
8	即时战略游戏：RTS (Real-Time Strategy Game) RTS 本来属于 SLG 的一个分支，	玩家在游戏中为了取得战争的胜利，想方设法利用自身阵形或不停的操作完成比赛，给人以“即时进行”的感觉。
9	音乐游戏：MSC (Music Game) 音乐游戏顾名思义，	玩家根据游戏的音乐节奏，进行准确的操作，有的要求翩翩起舞，有的要求玩家手指体操。
10	格斗游戏：FGT (Fighting Game) 是由玩家操纵各种角色与电脑或另一玩家所控制的角色进行格斗的游戏。	
11	益智游戏：PUZ (Puzzle Game) 是最早出现的游戏类型之一。	侧重于玩家的思考与逻辑判断，按玩家的思路来实现游戏设置的目标。
12	射击游戏：STG (SHOTING GAME) 是指纯的飞机射击。	由玩家控制各种飞行物 (主要是飞机) 完成任务或过关的游戏。
13	大型多人在线角色扮演游戏：MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game)	玩家可以和其他玩家组队消灭自己无法战胜的敌人，可以成为一名了不起的战士、牧师或工匠。其他人可能要依靠您的保护才能逃脱危险，甚至保全性命。
14	休闲游戏 (Casual game)：是一种易于上手，不涉及短时间大量或重度脑力活动。	规则相对简单的电子游戏，不限定游戏题材以及类型。

网络游戏有许多类型，现在也成为全球第一大娱乐产业，人们通过游戏表达自己的理想和愿望。网络游戏还是一种虚拟社区，在游戏中，各个玩家之间结成了非常复杂的虚拟社会关系，朋友、同盟、恋人、敌人等。一些游戏的公会系统更始让玩家之间形成了一种较为长期的虚拟社会关系。在网络游戏的世界里，人们俨然就是在一个小小的社会的缩影之中扮演自己所扮演的角色。<sup>[1]</sup>

## 第二节泰国网络游戏市场的发展情况

### 一、泰国用户情况及泰国网络游戏市场发展

网络游戏进入了泰国可以分为网络游戏使用 Lan 的系统和网络游戏使用互联网上。关于网络游戏使用 Lan 系统在 2002 年进入了，那时代 Counter Strike 游戏是最受欢迎，研发商是美国的 Valve Corporation 公司。但是网络游戏使用互联网上在 2000 年进入，最好游戏来泰国是 King of King，由 Just Sunday 公司开发，他们从韩国买游戏版权，然后 Ragnarok Online，由 Asiasoft 公司运营商，也是从韩国 Gravity 公司买版权。这两款让泰国网络游戏市场非常繁荣，有很多网吧创建起来，然后在 2003-2006 年就有不断泰国网络游戏的公司发行。到现在 2015 年泰国市场有 200 款游戏以上开启。<sup>[2]</sup>

2015 年，泰国网络游戏的市场增长了 15%。根据 SIPA 的数据，看到 2014 年的数据，泰国网络游戏市场相比 2013 年增长达到 14.7%，市场总价值 7,835 亿泰铢，并 2015 年底市场增长超过 15%。<sup>[3]</sup>

现在泰国已经进入了 Digital Content 时代，由于泰国人使用智能型手机差不多 35 亿个手机，是 49% 泰国智能手机用户几乎每天都会登陆社交平台。泰国网络游戏市场的总价值长大达到 5,732 亿泰铢，移动游戏 143.9 亿泰铢，客户端离线游戏是 180.1 亿泰铢。在泰国互联网用户的方面，Line 和 Facebook 是泰国用户偏好的社交平台。泰国 6790 万总人口中，有 3500 万互联网用户，4460 万移动互联网用户，3000 万 Facebook 社交用户，2620 万 YouTube 视频用户，2400 万 Line 用户。<sup>[4]</sup> (深度揭秘泰国市场 游戏付费玩家占比达 49%,[online],2015.)

[1] 百度网站：《手机游戏常见类型及英文缩写你知道多少》<http://tieba.baidu.com/p/3175481316>

[2] shink-gamebiz.blogspot 网站：《ประวัติเกมออนไลน์ในประเทศไทย》<http://shink-gamebiz.blogspot.com/2013/03/history-of-game-online.html>

[3] techsauce 网站：《มูลค่าตลาดเกม》<http://techsauce.co/news/sipa-tdri-digital-content-2014/>

[4] 腾讯游戏网站：《深度揭秘泰国市场游戏付费玩家占比达》[http://info.3g.qq.com/g/index5/ttnews/chinamobile.jsp?id=gamezone\\_20150708027739&g\\_f=23748&g\\_ut=3](http://info.3g.qq.com/g/index5/ttnews/chinamobile.jsp?id=gamezone_20150708027739&g_f=23748&g_ut=3)

类型	游戏类型	生产/进口 供国内使用	出口	总数 7,835泰铢
 电脑	Off Line	168.9	11.2	180.1
	On Line	5,166.7	565.3	5,732.0
 移动网游戏	iOS	671.7	245.8	917.5
	Android	540.1	222.8	762.9
	Windows	0.7	0.8	1.5
	อื่น ๆ (BADA OS)	15.4	0.0	15.4
 其他	Arcade	210.9	0.0	210.9
	Console	0.1	14.1	14.2

SIPA TDR

图 1.2 游戏类型进出口收入

资料来源：SIPA

有关研究调查显示，泰国人非常喜欢使用 Facebook。泰国用户喜欢与朋友、家人、关心的互动。泰国人在 Facebook 上进行图片上传、评论、点赞和发布帖子的频率比全球平均值要高出许多。

表 1.2 泰国网民在不同网站上网比例

社交网络	Facebook	Youtube	Line	Instagram	Twitter
占比	85%	74%	68%	36%	32%

2014 年 SIPA 调查显示泰国手机客户端用户按所用的操作系统可分为：安卓系统：83%，苹果系统：13%，Windows 系统：2%，Symbian 系统：1%，没使用手机：2%。<sup>[1]</sup>

[1]上方网网站：《深度揭秘泰国市场游戏付费玩家占比达》

[http://info.3g.qq.com/g/index5/ttnews/chinamobile.jsp?id=gamezone\\_20150708027739&g\\_f=23748&g\\_ut=3](http://info.3g.qq.com/g/index5/ttnews/chinamobile.jsp?id=gamezone_20150708027739&g_f=23748&g_ut=3)

泰国手机客户端用户按所用的操作系统



图 1.3 泰国手机客户按所用的操作系统 资料来源：SIPA

数据发现安卓系统仍然在泰国市场上占据主导位置。泰国移动用户达 9600 万人，泰国地区同款游戏 Android 平台的下载数是 iOS 平台的 8 倍，但营收上 iOS 系统则是 Android 系统的 3-4 倍，并且这是一个非常普遍的现象。所以泰国地区 iOS 系统用户的 ARPU 是 Android 系统的 20 多倍。因为 Android 是必须加强推广的，但从盈利的角度上来说，iOS 用户才是富豪。泰国畅销榜 Top1 游戏月流水达 300 万美元。泰国本地研发能力较弱，本地游戏仅占市场 5%。(深度揭秘泰国市场 游戏付费玩家占比达 49%,[online],2015.)泰国网络游戏用户性别比例，在 2014 年，国家软件产业振兴院 SIPA 调查显示，泰国网络游戏用户中，男性占 51%，女性用户占 49%。泰国网络游戏用户大部分是年龄在 15-19 岁是 39%，如图所示：<sup>[1]</sup>

[1] online-station 网站：《ภาครัฐสำรวจตลาดเกมไทย》 <http://www.online-station.net/news/game/40580>

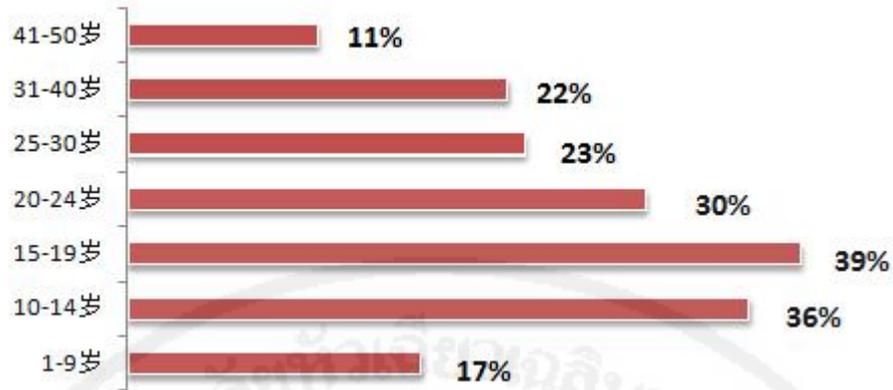


图 1.4 泰国网络游戏用户大部分的年龄 来源：online-station 网站

由于现代年轻人喜欢跟朋友玩游戏，也成为了目前最为盛行的休闲娱乐方式，网络游戏业也继续发展。Newzoo 研究显示，泰国网络游戏用户中 38 % 电脑使用笔记本，31% 使用手机，14% 喜爱网页游戏（Web game），10% 的用户选择平板电脑，6% 使用台式机仅有 1% 仍青睐电视游戏机，如图所示：<sup>[1]</sup>

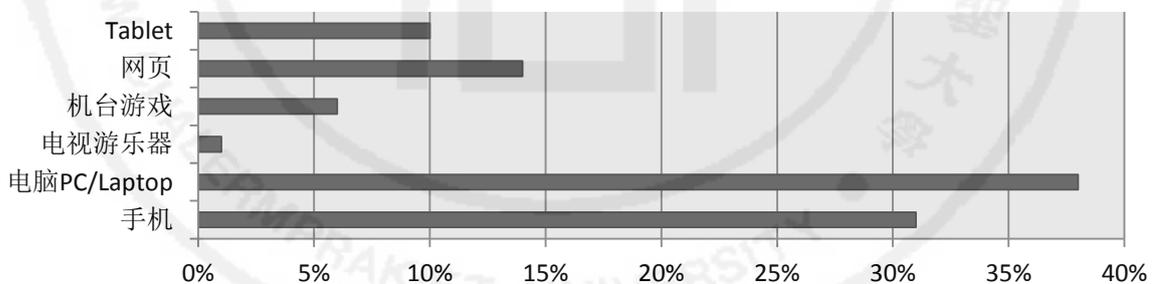


图 1.5 泰国网络游戏的用户市场报告 资料来源：Compgamer 网站

Newzoo 研究也显示泰国网络游戏行业的数据；市场价值：230.3 百万美元（7,350 百万泰铢）。泰国玩家：14.7 百万人（大约平均增长 8.5%/年）。

ARPU 用户平均收入 (ARPU-Average Revenue Per User) : 27.76 美元/年付费用户 (Paid User) : 56% 的比率 (8,300,000 用户)。

[1]gamebizinside 网站：《Thailand's Games Market: ตลาดเกมในประเทศไทย》  
<http://www.gamebizinside.com/insides/country-data/2014-thailands-games-market>

CAGR（复合年均增长率 Compound Annual Growth Rate）：2013-2017: 30.9%。  
(Asiasoft Talk 2015, [online], 2015.)<sup>[1]</sup>

现如今，泰国网络游戏用户使用 PC 电脑和手机玩游戏比较多。泰国网络游戏市场发展非常迅速。有超过 100 种新网络游戏陆续被推出。在 2010 年，泰国网络游戏市场竞争更加激烈，尽管网络游戏的玩家人数未有增长，但是预计今年将会迎来新一轮增长趋势。主要的原因可能是现在的互联网服务供应商正全力扩展覆盖全国的宽带网络，另外网络游戏服务商持续推出吸引新用户群体的网络游戏。

Newzoo 研究数据指出了泰国网络游戏市场情况；泰国总人口 6790 万，网民数 2110 万，玩家数 1470 万，付费玩家 830 万，付费玩家人均年消费额 27.76 美元，（Newzoo:东南亚游戏市场“BIG6”数据分析, [online], 2015.）<sup>[2]</sup> 2014 年泰国的游戏市场规模高达 2.3 亿美元，也是东南亚游戏消费最高的国家。泰国年复合增长率达到了 30.9%，且栖身为全球 TOP 20 游戏市场。此外 Newzoo 预计泰国地区的游戏市场规模将从 2014 年的 2.3 亿美元增长至 2017 年的 4.9 亿美元，增长率为 213%。<sup>[3]</sup>（看好东南亚移动游戏市场 2017 年整体翻番, [online], 2015.）泰华农民研究中心发布报告表示，现在泰国的手机网络游戏发展非常迅速。如今使用手机玩在线游戏，已经成为绝大多数手机用户主要的休闲娱乐方式之一。主要原因是手机设备方便灵活，可以随时随地玩游戏，另外还能很容易地邀请朋友圈和社交媒体群组的朋友一起玩游戏。吸引更多有消费行为的玩家来玩手游，并且快速开拓更广阔的市场，尤其是扩展上班族年龄层使用智能手机和平板电脑。<sup>[4]</sup>

---

[1]compgamer 网站：《Asiasoft Talk 2015 แลกผลประกอบการพร้อมเผยทิศทางการตลาดในปี 2015》  
<http://www.compgamer.com/home/358141/>

[2]gamelook 网站：《Newzoo:东南亚游戏市场“BIG6”数据分析》  
<http://www.gamelook.com.cn/2015/04/211720>

[3] 上方网：《Newzoo: 看好东南亚移动游戏市场 2017 年整体翻番》 <http://www.sfw.cn/>

[4] marketeer 网站：《เทรนด์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ 2558》 <http://marketeer.co.th/2014/12/game-on-mobile/>

泰国手机网络游戏收益



图 1.6 泰国手机网络游戏收益 资料来源：manager 网站

泰华农民研究中心的报告说明，在 2014 年手机网络游戏的市场呈现明显增长趋势，泰国网络游戏的收益总值达到 2,660 亿泰铢左右，增长了 14.7%，2015 年收益总值达到 3,070-3,140 亿泰铢，增长 15.4%-18%

泰国手机网络游戏在线人数

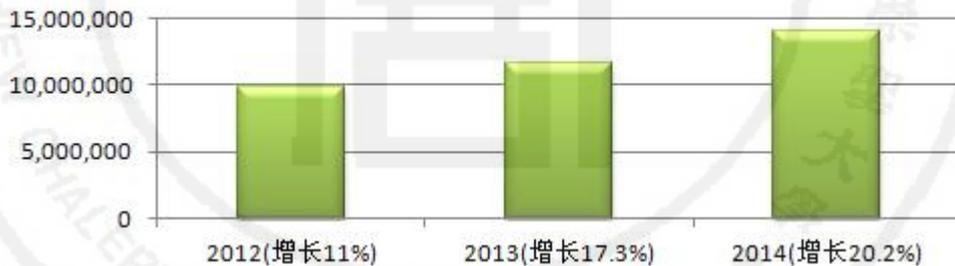


图 1.7：泰国手机网络游戏在线人数 来源：manager 网站

泰华农民研究中心研究表明，2014 年手游玩家人数增长到 14.0 亿人。从研究数据中可以发现，玩手机游戏的学生族超过 75.5%，上班族玩家超过 58.6%，学生玩家的比例相对较高。在全泰国 21 亿 7 千万智能手机和平板电脑用户中，这两类消费群体的网络手游玩家占 64.6%。所以泰国运营商推出了很多新游戏，为了满足玩家的需求。<sup>[1]</sup>

[1] manager 网站：《ธุรกิจเกมออนไลน์》  
<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000138288>

## 二、泰国玩家付费玩游戏的情况

泰国有很多支付渠道，主要如下：

1. **预付费卡** (Pre-paid Card)，包括 MOL 的点卡，TrueMoney 的现金卡、以及 AIS 的 1-2-Call 现金卡。这些预付费卡都可以在 7-11 以及 Tesco Lotus 店买到，预付费卡目前占据支付市场的 80%。

2. **运营商计费**，适合一些休闲小游戏的支付方式。例如目前泰国主流的手机移动支付服务商有 Easy2pay、JMT、BluePay，这种公司主要依靠三大运营商 (AIS、DTAC、Truemove) 来进行短代计费。

3. **通过网吧直接支付**，针对网吧的端游用户，直接在网吧代充值。

4. **互联网银行**，占据市场比例较小，互联网银行的可信度较低。

5. **ATM 机支付**，ATM 机的渗透率较低，市场比例较小。

6. **在线支付**

7. **移动钱包**，包括 MOL 钱包 Paysbuy、mPAY 钱包、True money 钱包等。

8. **Kiosk 物理实体充值方式**，提供终端支付硬件设备，让玩家自助充值。该设备公司总部在马来西亚。<sup>[1]</sup> (专访 MOL CEO Preecha：泰国八大支付方式，[online], 2014.)

泰国是东南亚游戏消费最高的国家，并且它的这一头衔将有望一直保持到 2017 年。印度尼西亚与马来西亚则分别是这项排名的第二名与第三名。同时，泰国 3G 网络的扩张以及 4G 网络的建设也在积极的商谈准备之中<sup>[2]</sup> (GMGC2015：东南亚游戏公司倾力加盟，[online], 2015.)

## 四、泰国移动网游戏的情况

泰国玩家喜欢通过手机玩免费网络游戏，泰华农民研究中心发现，82.5% 的手机玩家为非付费用户，50.7% 选择免费游戏下载，所以泰国网络游戏公司大多在游戏内设立竞技性闯关挑战、优惠充值活动以及在游戏商城里售卖稀有物品，就是为了吸引玩家充值付费。有调查显示，82.5% 玩家愿意付费购买道具。

此外，现在手机游戏盛行的最主要因素是，可以给泰国运营商带来巨大的收益。在游戏广告和服务上，玩家在游戏内看到广告，对经常玩游戏的玩家来说，很大程度上提高了玩家购买游戏内道具的几率。

[1]上方网：《专访 MOL CEO Preecha：泰国八大支付方式》<http://www.sfw.cn/xinwen/449877.html>

[2]4399 手机游戏网网站：《GMGC2015：东南亚游戏公司倾力加盟》  
<http://news.4399.com/gonglue/hangye/zhanhui/gmgc/dt/m/506504.html>

网络游戏经济发展的障碍是只有 17.5%的手机游戏用户愿意为手机游戏付费，而在这些付费玩家中，75.3%的人会购买游戏道具，只有 24.7% 的人会付费下载或购买游戏。<sup>[1]</sup>

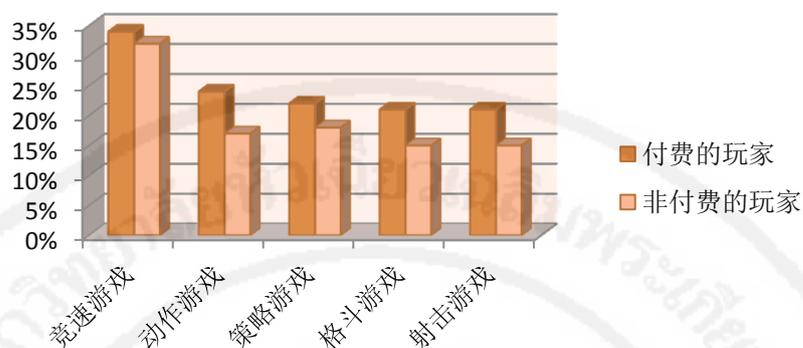


图 1.8 泰国的付费玩家最喜欢为赛车游戏付费 资料来源：petmaya 网站

此数据显示，泰国的付费玩家最喜欢为赛车游戏付费，而动作、格斗、射击这些游戏类型，明显能看出泰国玩家的喜好非常欧美化。泰华农民研究中心显示，影响玩家选择网络游戏的因素还有：75%关注与其他在线玩家的互动，49.2% 在是否为卡通类型，40.9% 关注游戏内物品能否能够交易，37.9% 关注游戏造型是否可爱，34.8% 偏向悠闲小游戏，22% 偏好角色扮演游戏，2.3% 选择其他类型。2015 年 Petmaya 平台调查了最受泰国玩家欢迎 20 款游戏，大多数是客户端游戏；<sup>[2]</sup>

[1] Ispio 网站：《ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และขนาดของธุรกิจเกมออนไลน์》

<http://www.ispio.com/gaming-hosting/>

[2] petmaya 网站：《20 อันดับ เกมออนไลน์ยอดนิยมที่สุดตลอดกาลในประเทศไทย》 <http://petmaya.com/>

表 1.3 游戏最受泰国玩家欢迎 20 款游戏

	游戏款式	运营商
1	Ragnarok Online 是一款 MMORPG 类型的网络游戏。	Asiasoft 公司
2	DotA 是 Moba 类型网络游戏。	Garena 公司
3	HoN 是 Moba 网络游戏，画面制作精良，角色有质感。	Garena 公司
4	Fifa Online3 是足球类运动游戏。	Garena 公司
5	Audition 是音乐游戏，不断添加新的音乐	Asiasoft 公司
6	Pangya 是高尔夫球的类型，角色非常可爱，操作简单。	ini3 digital 公司
7	Special Force ， 是 FPS 的类型。	True Digital Plus 公司
8	Cabal Online ， 动作 RPG 类型。	Asiasoft 公司
9	Point Blank ， FPS 类型。	Garena 公司
10	Yulgang ， RPG 类型，这款游戏是由中国发行商推出的一款极具中国风格的游戏。	Asiasoft 公司
11	Dragon Nest ， RPG 类型，有最好的 PVP 系统。	Asiasoft 公司
12	MU Online ， RPG 类型。	Winner Online 公司
13	Gunbound 汽车射击类。	Asiasoft 公司
14	Everybody's Mable	Line 公司
15	Maple Story ， RPG 类型，角色可爱，广受女性玩家喜爱。	Asiasoft 公司
16	RAN online ， RPG 类型。	Xinxere 公司
17	Lineage2 ， RPG 类型。	nc true 公司
18	Flyff ， RPG 类型。	ini3 digital 公司
19	Granado Espada ， RPG 类型，欧美风格。	Asiasoft 公司
20	Ray city 是一款竞速游戏。	Goldensoft 公司

## 第三节泰中两国网络游戏的主要运营商

### 一、泰国网络游戏运营商

泰国本土运营商主要是从海外购买游戏版权在泰国市场推广。这些运营商是：

1. **Asiasoft** 是泰国最大的网络游戏公司之一，成立于在 2001 年，是东南亚领先的网络游戏运营商，占泰国，新加坡，马来西亚以及越南、印度尼西亚和菲律宾的主要市场份额。公司的业务包括网络游戏开发及发行，游戏门户服务 playpark.com 包括其他 IT 相关业务。<sup>[1]</sup>

2. **True 集团** 是泰国唯一的综合性电信运营商，旗下拥泰国最大移动运营商之一的 True Move，在泰国市场的宽带和有线电视领域、以及 3G 和 4G 移动业务方面具有领先地位。2014 年 **True Digital Plus** 集团发布 GOOD GAMES 游戏平台，一年时间注册用户达到 4000 万。作为一个综合性的发行平台，GG 平台提供了从支付渠道、推广资源、整合 SDK 在内的所有服务，在泰国以及整个东南亚地区都有重要的影响。(True 东南亚本土推分发平台尽显优势, [online], 2014.)<sup>[2]</sup>

3. **Garena Online Private Limited** (“Garena 公司”) 是在东南亚和港澳台地区的一家网络游戏运营公司。其在 2010 年推出的竞时通是东南亚和港澳台地区最流行的网络游戏及时通讯和社交平台，拥有数百万的活跃用户。Garena 公司亦通过竞时通平台发布高品质的网络游戏，其中最为知名的是英雄联盟。另外，Garena 也拥有备受期待的多人在线射击游戏《Firefall》(《火瀑》) 在东南亚和台湾地区的独家运营权。(这家做金融的 E 轮融资\$1 亿, [online], 2016.)<sup>[3]</sup>

4. **ini3 Digital 公共有限公司** 为泰国领先网络游戏行业之一，创立于 2004 年，是泰国第一家网游行业推广 “Free to Play ” 的营业模型，也是泰国首家以网页游戏进入国内网络游戏行业的公司。它们的工作就是提供多元化及最具创新精神的的游戏，能够响应所有玩家对各种游戏的喜好， 致力于提共全新的互动娱乐产品。<sup>[4]</sup>

5. **Winner Online** 成立于 2003 年，拥有专业水平且能胜任海外市场各个方面的合作，如运营游戏、管理、有关市场的营销和游戏服务等。目前公司已成功营运了 20 多款网络游戏。Winner Online 在台湾、马来西亚、新加坡和印度尼西亚都有分公司，在泰国总部设 Winner Online 有限公司。<sup>[5]</sup>

---

[1]www.asiasoft.co.th

[2]www.truedigitalplus.com

[3]www.garena.in.th

[4]www.ini3.co.th

[5]www.winner.co.th

6. **1 Digital Connect (idcc)** 公司是由一群充满热情的资深互联网从业人员于 2010 年年初创立的，旨在为泰国玩家提供优质的网络游戏，并推动泰国数字内容产业发展达到世界水平。IDCC 的管理团队成员具有 13 年以上的游戏行业经验，对网络游戏、单机游戏和街机游戏等领域均有涉猎。每位管理层成员都成绩斐然，均成功推出过 12 部以上的游戏作品，一些游戏还在泰国不同类型的游戏排行榜中名列榜首。<sup>[1]</sup>

7. **Gen C** 公司是泰国网游市场的新贵，该公司强调服务质量，致力于成为泰国地区网络游戏的领导者，为网络游戏玩家提供更好的支持。Gen C 公司的母公司 Taokaenoi Food & Marketing Co.,Ltd 是泰国知名食品企业，在全球拥有强大的市场和商业伙伴，以及出色的广告推广业务。<sup>[2]</sup>

8. **Wavegame Interactive** 公司成立于 2013 年，是泰国运营商，主要以网页游戏以及手机网络游戏为主要方向，提供市场营销和游戏服务。<sup>[3]</sup>

9. **7zeed** 公司是网络游戏的泰国运营商，7Zeed 公司很快成为泰国数一数二的实力派厂商，其丰富的运营经验和优秀的市场营销能力在双方合作过程中得到充分的体现。<sup>[4]</sup>

10. **GAME[R]US** 公司是网页游戏运营商，它们有着非常丰富的游戏行业以及管理游戏服务的经验。<sup>[5]</sup>

11. **Infinity999** 公司是手机网络游戏的运营商。它们有很多手游在泰国本土推广，提供出色的手游管理服务。<sup>[6]</sup>

12. **Kidjaplay** 公司成立于泰国曼谷，是一家在线娱乐与线下游戏结合的公司，其目的是改变人们对游戏的看法，用心创造快乐，通过游戏娱乐从而进行线上线下互动，让玩家在享受快乐的过程中得到利益回报。<sup>[7]</sup>

---

[1]www.idcc.co.th

[2]www.genc.co.th

[3]www.gameforest.in.th

[4]www.7zeed.net

[5]member.grus.in.th

[6]www.lf.i9.co.th

[7]www.kidjaplay.com

## 二、中国网络游戏研发运营商

中国进入泰国投资的研究运营商主要有：

1. **完美世界 (Perfect World)** 是一家总部位于中国的领先的网络游戏开发商和运营商。完美世界主要基于自主研发的游戏引擎和游戏开发平台开发网络游戏。目前自主开发的网络游戏包括大型多人网络角色扮演游。完美世界大部分收益来自中国国内市场，同时还通过子公司在北美洲、欧洲、日本、韩国和东南亚运营游戏。完美世界还将游戏授权至包括亚洲、拉丁美洲、澳大利亚、新西兰和俄罗斯联邦及其它俄语地区的多个国家和地区的主要游戏运营商。<sup>[1]</sup>

2. **金山软件 (Kingsoft)** 是国内最早的互联网软件企业之一，旗下拥有西山居、猎豹移动、金山办公以及金山云等四家子公司。随着“转型移动互联网”的战略实施，金山在整体业务及管理模式等方面已完成全面转型，并形成了“3+1”的业务集群，即以互动娱乐、互联网安全及办公软件为支柱，以云计算为新起点的战略布局。然后金山软件进入泰国投资的运营商，称 Xoyo game，有非常多网络游戏推广。<sup>[2]</sup>

3. **昆仑游戏 (Koramgame)** 是北京昆仑在线网络科技有限公司旗下客户端游戏研发/运营平台，昆仑游戏是一家全球化的综合互联网公司。旗下平台昆仑游戏 [www.kunlun.com](http://www.kunlun.com) 是国内最大的网页游戏和社交游戏研发/运营平台之一，提供多款全球运营的领先游戏产品，市场占有率居行业前茅；昆仑游戏是中国内领先的客户端游戏研发/运营平台。门户网站 Brothersoft 为全球第三大综合下载平台，全球网站排名前 200 位，用户遍布世界各个角落，目前他们在泰国投资的运营商是 Koramgame 和 Siamgame。<sup>[3]</sup>

4. **乐檬互动 (Lemongame)** 成立于 2012 年 8 月份，是由多名业内精英创办的一家多语种游戏发行公司。目前公司在越南，泰国，台湾，美国，设有分公司 LemonGame 的目标是成为最具实力的小语种市场游戏发行商，为游戏研发公司与区域小语种市场的优秀连接者。通过对区域小语种互联网市场的研究帮助原创的游戏产品现真正的全球化发行，提供的优秀的游戏产品聚集用户实现真正的平台化价值。<sup>[4]</sup>

5. **SNSplus,Inc.** 不只是国际性社群、网页及行动装置游戏的营运公司，同时具有联合开发能力，将优质游戏快速推向国际市场，以创新策略创造品牌价值，跻身为全球知名社群游戏营运品牌之一。

---

[1]中国官网：[www.pwrd.com](http://www.pwrd.com)/泰国官网：[www.pfw.in.th](http://www.pfw.in.th)

[2]中国官网：[www.kingsoft.com](http://www.kingsoft.com) /泰国官网：[th.xoyogame.com](http://th.xoyogame.com)

[3]中国官网：[www.kunlun.com](http://www.kunlun.com), [www.koramgame.com.my](http://www.koramgame.com.my)/泰国官网：[www.webgame.in.th](http://www.webgame.in.th), [www.siamgame.in.th](http://www.siamgame.in.th)

[4][lemongame.net](http://lemongame.net)

在 2012 年底与微软 MSN 合作推出 MSNGAMAGIC 游戏平台。吸引英特尔创投 (Intel Capital)、美商中经合集团 (WI Harper) 和欧美募资的经纬创投 (Matrix Partners) 等国际大厂共同入资，也是唯一获得三家国际投资公司入资之台湾游戏公司。目前公司在台湾、日本、香港、越南、柬埔寨和泰国均有业务。<sup>[1]</sup>



---

[1]snsplus.com

## 第二章 中国网络游戏在泰国市场的发展

### 第一节 中国网络游戏的发展情况

#### 一、中国网络游戏发展历史

中国网络游戏的发展源头应当追溯至 2000 年，华彩公司在大陆发行了第一款多人角色扮演类网络游戏——《万王之王》。这是一款真正意义上的中文网络图形游戏，而且凭借着本身优秀的游戏质量，以及特殊的历史条件，所以《万王之王》当之无愧的成为了中国第一代网络游戏的王者之作。

在 2001 年，华义将《石器时代》带入了中国大陆。其特点是开创性的点卡计费模式与会员平台，以及更是开创式的出现了被称为网络游戏的毒瘤（外挂）。随后，由于《万王之王》《石器时代》等游戏在商业上获得成功，网络游戏不断涌现出来。虽然早期的游戏缺陷很多，画质不高，剧情存在漏洞，甚至程序都会出现非常多的诟病，但是正因为有了这些游戏才让中国第一代网民了解了网络游戏的游戏规则，让他们认识到了网络游戏的魅力，其带给人精神上的满足是现实生活所完全无法比拟的。从此网络游戏这个新兴产业进入了中国这块无比广阔的市场，中国的网游市场走上了飞速发展的黄金十年。

2002 年，陈天桥带着一款韩国的二流网络游戏《热血传奇》回到中国，开始了他的梦想。这款当年不被任何人看好的网络游戏，却在中国市场取得了巨大的成功。2002 年 11 月，盛大官方公布《传奇》在线人数突破 65 万，传奇注册用户已经达到 7000 万。而根据中国 CNNIC 的调查报告显示，当时中国上网用户人数为 5910 万。也就是说当时是平均每一个网民就拥有超过一个《传奇》账号。

2004 年 9 月，史上最卖座网游——暴雪推出的《魔兽世界》在美服开放，这款网游巨作在韩国仅仅发布一周就拥有了 200 万玩家。2005 年 4 月，第九城市代理的《魔兽世界》公测，更是拥有 350 万魔兽世界玩家而现在全球范围内魔兽世界已经拥有了超过 1000 万的玩家。这更是一款拉动了中国电脑硬件升级的游戏。魔域的问世代表了中国魔幻类游戏的崛起，也让中国自主原创的网游又提升了一个层次。

到 2009 年中国网络游戏市场规模为 258 亿元人民币。其中：国产网络游戏市场规模达到 157.8 亿元人民币，同比增长 41.9%，占总体市场规模的 61.2%。自主研发的网络游戏已然成为国内网络游戏市场的支柱。

中国市场上共有约 361 款网络游戏处于开放测试或者商业化运营阶段，与 2008 年相比新增加了 68 款。2009 年全年总共有 115 款网络游戏产品通过文化部的审查或备案，其中国产游戏 80 款，进口游戏 35 款。

从市场结构来看，大型多人同时在线角色扮演游戏(MMORPG)仍然是市场的主导力量，2009 年 MMORPG 占整体网络游戏市场的比例约为 79%，市场规模达到 203.8 亿元。高级休闲游戏的增长速度在加快，2009 年高级休闲游戏占总体网络游戏市场规模的比例约为 13.8%，市场规模达到 35.5 亿元。<sup>[1]</sup>(中国网络游戏的历史与发展, [online], 2010.)



图 2.1 中国网络游戏市场的收益（人民币）和发展（%）

根据 Newzoo 发布的“中国网络游戏市场的收益（人民币）和发展”显示，2013 年中国网络游戏整体市场规模预计达到 83.2 亿元，同比增长率保持在 38%。<sup>[2]</sup>

在 2013 年中国网络游戏市场发展非常迅速，看移动游戏的方面，由于行业进入门槛较低，让移动游戏生命周期较短，这也是一个原因有许多创业型中小企业快速壮大提供了广阔的前景和机遇。随着，移动游戏质量品质的也不断提高，移动游戏市场的成长即将进入快速上升通道。未来，浏览器端和移动端的细分市场份额占比将逐年扩大。

根据相关的报告显示，2014 年第一季度中国网络端游的整体规模将达到 251.3 亿人民币，保持稳定的增长趋势。<sup>[2]</sup>(空中网 Q1 手游收入环比大增 关注 A 股概念板块, [online], 2014.)

[1]豆瓣小组网站：《中国网络游戏的历史与发展》<http://www.douban.com/>

[2] STCN 网站：《空中网 Q1 手游收入环比大增关注 A 股概念板块》<http://kuaixun.stcn.com>

2007-2016年中国网络游戏市场规模



图 2.2 2007-2016 年中国网络游戏市场规模 资料来源： 上方网

在 2013 年中，市场规模已经达到了 16.7%。根据预测其市场规模将以每年 4%的速度递增，未来市场前景可观。根据预测其规模可达到 200 亿。2015 年 Q1 中国网络游戏市场规模首次超过 300 亿元，达到 320.8 亿元，环比增长 8.0%，同比增长 24.7%，增长的主要动力来自于依然在大幅增长的移动游戏市场。

2015 年 Q1 中国移动游戏市场规模达到 99.6 亿，环比增长 22.3%，同比增长 75.3%，依然保持着较快增长。移动游戏在整体网络游戏中的份额已超过 30%，客户端游戏和网页游戏的市场份额出现了减少。依照此趋势，未来移动游戏的市场份额将会达到一半，移动互联网的变现能力将超过 PC 互联网。<sup>[1]</sup> (2015Q1 中国网络游戏市场规模 320 亿 手游超 3 成, [online], 2015.)

2015 年 Q1 新推出的移动游戏总计 2706 款，增长的绝对值趋向稳定。其中细分品类的游戏市场变化各异，休闲益智、消除等，关于轻度游戏的新增数量也增多，主要原因在于研发门槛、周期和成本都较低，卡牌的数量虽然少，但是渠道在推广上依然给予了大量资源，角色扮演的看重程度也较高，游戏产量和市场推广程度相对更平衡的是塔防、跑酷，稳定的收益和前期成功的产品是重要因素，而射击类，也越来越受到研发商和分发渠道的关注。

[1] 上方网：《2015Q1 中国网络游戏市场规模》<http://www.sfw.cn/>

可同时满足休闲和竞技等多种需求的用户。<sup>[1]</sup>(2015年Q1中国移动游戏市场规模近100亿, [online], 2015.)

易观智库是中国卓越的互联网大数据产品和分析公司有发布了《2015 中国移动市场年度综合报告》，从研发商、手游市场、发行商多角度对中国移动游戏进行了分析和预测。报告预计 2015 中国移动游戏市场规模将达到 412.5 亿，同比增长 40.5%；2016 年将达 523.7 亿元，较 2015 年增长 27.0%；2017 年市场规模将超过 668.3 亿元，同比增长 27.6%。以下是 Game Look 整理报告内容：(2015 中国移动游戏市场达 412.5 亿, [online], 2015.)



图. 2.3 2015-2017年中国广义网络游戏市场规模预测

2014 年中国广义网络游戏市场规模达到 1097 亿元人民币，同比增长 27.8%。Analysys 易观智库预计接下来的 2015 年，中国网络游戏市场的整体规模将继续保持稳健增长，达到 1264.9 亿元，较 2014 年增长 15.3%；2016 年将达到 1409.7 亿，较之 2015 年增长 11.5%；2017 年达到 1567.1 亿元，较 2016 年增长 11.2%。<sup>[2]</sup>(1400 亿网游市场份额，这个广告投放策略及采购技不得不看, [online], 2015.)

[1]199IT 网站：《2015 年 Q1 中国移动游戏市场规模近 100 亿》<http://www.199it.com/>

[2] 产业频道网站：《1400 亿网游市场份额，这个广告投放策略及采购技不得不看》<http://www.a-site.cn/article/52621.html>

当前，电子游戏的网络化是全球性的大趋势。无论客户端游戏还是电视机游戏，不管是在欧美、北美，还是亚洲太平洋地区，网络游戏都是一个重要的潮流。未来几年，中国网游企业将借机扩大海外领地，但是目前来看，最大市场仍然是在亚洲地区。然而也预计了 2017 年之后中国网络游戏市场仍将处于快速成长期，市场肯定潜力巨大。

## 二、中国网络游戏市场规模预测（2015-2017）

中国端游处于成熟发展阶段，但规模增速缓慢，也缺少创新能力。在 2014 年虽然有许多精品上市，但是无法解决整体增长缓慢这一问题 大部分端游企业没有新产品市场全面萎缩，另一方面 端游玩法老旧，创新不足等问题，手游的崛起占领了大部分游戏市场。未来端游市场前景依然暗淡。预计在接下来的 2015 年，中国客户端游戏市场规模将达到 598.8 亿元，较 2014 年增长 3.1%；2016 年将达到 605.6 亿元，较 2015 年增长 1.1%；预计 2017 年将达到 603.5 亿元，较上一年度减少 0.3%。

网页游戏方面，市场已经结束了高速增长态势，进入存量市场，增长缓慢趋势明显。由于中国页游市场增速放缓的主要原因与端游大同小异，主要原因和端游一样，一方面由于页游产品自身产品创新困难、同质化现象严重，另一方面研发商对于流量过度依赖等问题，也是市场发展速度放缓的重要原因。预计 2015 年的中国网页游戏市场规模将达到 253.6 亿元，较 2014 年增长 14%；2016 年将达到 280.5 亿元，较上一年度增长 10.6%；2017 年将达 295.3 亿元，较 2016 年增长 5.3%。(2015 中国网络游戏市场将达 1264.9 亿元,[online],2015.)

移动游戏方面，随着中国智能手机渗透率的不断提高，全新一批标杆性产品的诞生，非常受欢迎，以及端游、页游巨头的强势进入。在 2014 年移动游戏迎来了一个快速发展的阶段，其市场规模在 2014 年一举超过了网页游戏的市场规模。预计未来这几年，伴随着移动游戏整体品质的提升，3G 或者 4G 用户规模的持续增长，以及资本市场进一步提供支持，中国移动游戏市场将保持高速增长。<sup>[1]</sup>

---

[1] 产业频道网站：《2015 中国网络游戏市场将达 1264.9 亿元》<http://biz.265g.com/>

## 第二节泰国游戏运营商与中国研发商的合作

### 网络游戏运营商与研发商的情况

网络游戏产业链的主要组成部分为：游戏研发商、游戏运营商、游戏渠道商、游戏玩家、以及电信资源提供商等，如下图所示：



图 2.4 网络游戏运营商与研发商的进程

在上述网络游戏产业链中：

1. **游戏研发商** 负责游戏服务器端、客户端等软件的开发工作，通过拟订游戏开发计划，组织策划、文案、美工、编程等各种资源完成网络游戏的初步开发，再经过内外部的多轮测试加以完善后向玩家正式推出运营。

2. **游戏运营商** 负责提供网络游戏的运营平台，在取得游戏的使用权或所有权后，架设服务器组安装服务器端软件，在网站上提供客户端软件的下载链接，并对游戏进行推广、运营维护以及客户服务等。

3. **游戏渠道商**是游戏运营商和最终游戏玩家之间的中间商，通过其销售渠道为游戏运营商提供销售游戏点卡的服务，一般包括游戏支付平台商、游戏分销商及游戏合作运营商等。

4. **电信资源提供商**是提供互联网接入和移动电话等基础电信业务，以及提供服务器托管、带宽租用，服务器租用等 IDC 服务的企业，如 CS Loxinfo 公司。  
(赵晓微, 2014)<sup>[1]</sup>

中国有很多中小型的研发商，想拓展海外市场，首选的方式是独家代理给某一发行商由他们统一负责，研发商只负责游戏的版本更新和运维工作。目前东南亚担任游戏运营商的公司比较多，大致可以分为两种类型，一类是中国发行公司在泰国的落地团队，另一类是泰国本地公司。

[1]赵晓微,投资管理中心,中国网络游戏行业发展研究报告. 2014.

2015 年，泰国本地的一些运营商在手机游戏领域已经开始有所成绩，比如 True Digital Plus， ini3， Asiasoft， 还有一家新加坡的公司叫 Garena。

在泰国的游戏榜单上基本上被中国、美国、日本、韩国，四个国家的游戏公司霸占，很多中国公司在泰国的成绩都非常不错，比如昆仑、博雅、完美世界都是在泰国本地深耕多年，下表是今年整理的部分在泰国发了手游产品并且有些成绩的运营商。

表 2.1 泰国运营商发行手游

国家	公司	手游产品	团队是否本地
中国	昆仑	MU-Origin-TH	是
中国	Funplus	Dot Arena	是
中国	博雅	Thai Texas Poker	是

泰国网络游戏市场吸引大批中国网络企业来投资，包括客户端游戏、网页游戏、移动网游戏。因为现在移动网游戏最受欢迎。在移动互联网领域，泰国的用户市场非常巨大，在总人口 6700 万人口中几乎人手一部手机，智能手机普及率超过 50%。Line 是泰国人非常喜欢使用的通话和信息交流的手机软件，现在每天活跃用户有 2000 万了。另一个软件是 Facebook，注册用户将近 3000 万。泰国本国的 3G 网络非常发达，4G 正在普及，速度快。泰国融合了中西方和本国各种文化，中国的游戏产品几乎不需要做过大的修改就可以直接在泰国上线。由于泰国本土游戏的研发公司非常少了，本地没有游戏产品开发能力。这给中国游戏公司进入泰国提供了很多商机，先行者博雅和昆仑游戏已经取得非常不错的成绩。2015 年以来相继有中国的中小型研发和发行公司在不断尝试，现在泰国的游戏市场已经成为中国游戏企业的天下。<sup>[1]</sup>

这几年以前来泰国的移动互联网用户规模增长较小，据相关数据统计泰国游戏市场年增长率只有 40%，虽然一些官方统计泰国游戏市场规模将近 12 亿美元。但是，一位资深游戏人士透露，分析了泰国移动游戏市场整体规模，每月也就在 1000 万美金左右。而中国的昆仑游戏和博雅两家就占据很大比重，在泰国做发行的业内人士表示，2015 年以来，泰国新发行的游戏没有任何一款月收入超过 50 万美金。

[1]手游派网站：《游戏发行在泰国》<http://www.soyopai.com/>

在泰国有几款收入游戏几乎一年多都没有变化，如 Line 的《Let's GetRich》、Funplus《Dot Arena》、昆仑《Kung Fu House》。（中国游戏企业的新红海市场，[online], 2015）<sup>[1]</sup>

泰国本地最大的移动广告营销公司是 Adways Labs (Thailand) Co. Ltd，在泰国推广了一款游戏与中国的 IOS 游戏发行类似，都是通过积分墙冲榜<sup>[2]</sup>和 CPI<sup>[3]</sup>购买用户。泰国的冲榜渠道主要是 Line coin，同时 Adways 自己也有一个冲榜联盟 Adpoint，两个则加一起每天能够导入 15-20 万的量，可以轻松的把一款产品冲到免费榜第一名。Google play 一个用户要 0.5 美金，IOS 需要 0.7 美金。而高质量用户大部分通过 Facebook 和 Google AdMob<sup>[4]</sup> 购买，单价高达 2 美金以上。目前来看，泰国的游戏市场已经跟中国的 IOS 市场很像，几家大厂霸榜，新近的游戏只有争夺 10 名以后的位置。有一些中国发行公司已经选择放弃东南亚市场，而新进的发行或者 CP 还希望通过东南亚打开本公司海外市场的缺口。

在目前的竞争环境下，相比于中国大陆地区的游戏市场，泰国是个不错的游戏市场。如果打算在泰国发行中国的游戏，对泰国网络游戏公司来说有必须进行三个步骤：首先，第一步游戏的本地化修改，游戏内容需要贴切当地文化，做泰语版本是非常有必要的，然后接入本地化支付，单纯的依靠 App Store 和 Google Play 的信用卡支付会损失很多用户。第二步接入有运营商支付和线下支付渠道的第三方是必备的。最后第三步，本地化推广。

由于泰国的用户大部分都是在 App Store 和 Google Play 上下载游戏，基本上不存在中国这么复杂的安卓第三方商店，所以在推广上基本上就是到处买 CPI 的量就可以。

优先选择 Facebook 和 AdMob，还有一些本地化的广告联盟线下推广等渠道可以尝试(中国游戏企业的新红海市场，[online], 2015)目前有很多泰国游戏运营商从中国过来，与泰国游戏企业合作是一个很重要的环节。这样泰国的游戏市场已经成为中国游戏企业选择来主要市场投资做商务。<sup>[5]</sup>

---

[1]17173 手游网站：《中国游戏企业的新红海市场》<http://news.17173.com/>

[2]冲榜：是游戏行业常用名词，是游戏开发商利用各种推广方式使游戏产品名列榜单前列。

[3]CPI 是消费者物价指数（Consumer Price Index）是世界各国普遍编制的一种指数，它可以用于分析市场价格的基本动态，是政府制定物价政策和工资政策的重要依据。

[4]AdMob 是移动电话广告市场，可提供用户在移动电话网络上播放广告

[5]手机腾讯网：《中国游戏企业的新红海市场》<http://info.3g.qq.com/>

### 第三节 中国网络游戏在泰国市场的应用

#### 一、中国网络游戏进入泰国市场的情况

现如今中国的网络游戏产业发展非常快，已经成为中国互联网的支柱产业之一。目前海外市场是一个很重要目的的市场，特别是泰国、越南、印尼、马来西亚、新加坡和菲律宾是东南亚区域游戏市场。2015 年泰国市场价值超过 3,070 - 3,140 亿泰铢，与 2014 年相比增长了 15.4-18.0%，因此许多中国网络游戏研发商和发行商想扩大规模进入泰国市场来扩展网络游戏业务。2015 在泰国市场受欢迎的中国网络游戏主要是移动网游戏，这些网络游戏主要有：

1. 《全民奇迹-MU》，泰国名：MU Origin-TH 是由昆仑万维代理的，登顶泰国 App Store 免费榜和畅销榜榜首，现在是畅销榜第 1 的位置。



图 2.5 全民奇迹-MU- IOS 系统的收入 资料来源：appannie 网站

根据 App Annie 的数据，《全民奇迹-MU》于 9 月 15 日 2015 年登陆泰国 App Store，上线当天拿下 iPhone&iPad 双榜免费榜榜首的位置，并且于当天登顶 iPad 畅销榜，上线两天后即 17 号登顶 iPhone 畅销榜。目前该游戏在中国大陆、港澳台、韩国都取得了非常不错的成绩。泰国 App Store 包括 iPhone 和 iPad 在 9 月 15 日到 12 月 15 日 2015 年收益达到了 1,325,196 美元。<sup>[1]</sup>

[1]appannie 网站：Store Intelligence <https://www.appannie.com>



图 2.6 全民奇迹-MU- Google Play 系统的收入 资料来源: appannie 网站

泰国 Google Play 在 9 月 19 日到 12 月 15 日 2015 年收益达到了 2,314,165 美元。App Store 和 Google Play 已经正式开启《全民奇迹-MU》收益达到了两百万左右美元了。在 2015 年 5 月左右,《全民奇迹-MU》开启海外扩张之路,韩服版本与港澳台版本先后上线。2015 年 4 月 28 日,《全民奇迹-MU》韩服版由 IP 授权方网禅正式上线运营,开服 7 小时左右服务器开放 85 组,取得 T-Store 排名第 1, Google Play 免费榜第 1 的好成绩,并于 10 天之后拿下 Google Play 畅销榜第 1 的位置。<sup>[1]</sup>(MU 登顶泰国畅销榜 梦幻繁体版获苹果大图推荐, [online], 2015)随后,由昆仑万维负责的《全民奇迹-MU》港澳台版本于 5 月 5 日正式上线,并一直保持在台湾 iPhone 畅销榜 Top10,且上线前 2 个月,大部分都是畅销榜第 1 的位置。

2.《刀塔传奇》,泰国名: Dot Arena, FunPlus 获《刀塔传奇》东南亚独代。FunPlus 推出 Dot Arena 曾到在泰国苹果 App Store 收入榜第一名的明星产品,目前已上线的 Dot Arena 游戏获得了不错的成绩,在东南亚版本也获得最好成绩都达到过游戏畅销榜的前五名,在新加坡、老挝曾为第一名。<sup>[2]</sup>根据 App Annie 的数据,2014 年 11 月- 2015 年 12 月,在 App Store 包括 iPhone&iPad 收入已经达到了 1,239,195 美元, Google play 1,227,044 美元。此数据看到这款挺受欢迎,玩家非常喜欢这类型的游戏,一年过去,玩家还想充值。

[1]白鲸社区网站:《MU 登顶泰国畅销榜梦幻繁体版获苹果大图推荐》  
<http://www.baijingapp.com/article/1333>

[2]星游社网站:《FunPlus 钟英武》<http://www.xyous.com/201506/2307146660.html>



图 2.7 刀塔传奇-IOS 系统的收入 资料来源: appannie 网站

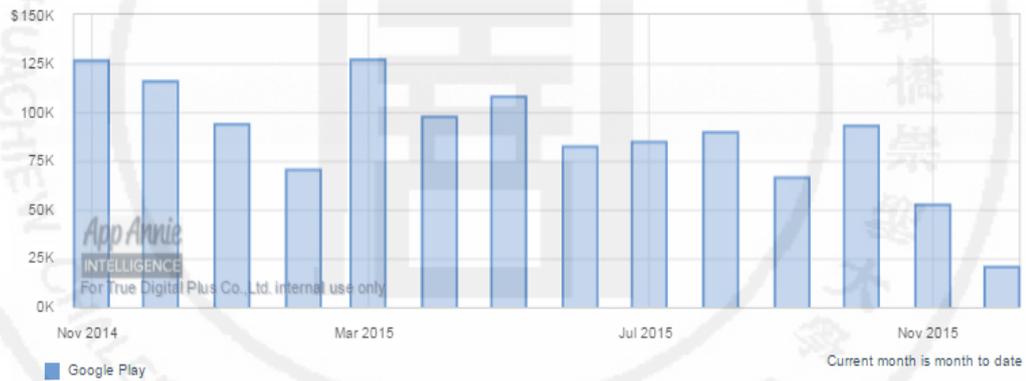


图 2.8 刀塔传奇-Google Play 系统的收入 资料来源: appannie 站

在 2015 年,一些中国网络游戏在泰国市场不太受欢迎,如《天龙八部 3d》由畅游研发商在中国推出,打算向全球发行。目前,畅游已经与韩国第一大运营商 NEXON 达成协议,在泰国由 Siamgame 运营商推销。因为这款对武侠题材接受程度比较高,若在泰国推出会重点考虑。《天龙八部 3D》在 2015 年 8 月已经正式开启,根据 App Annie 的数据 8 月到 12 月收入已经达到了 135,637 美元。Google Play 收入了 238,883 美元。对一些玩家来说,这款中国文化风格,可能不太符合泰国玩家的口味,所以这款在泰国市场销售得不太好。

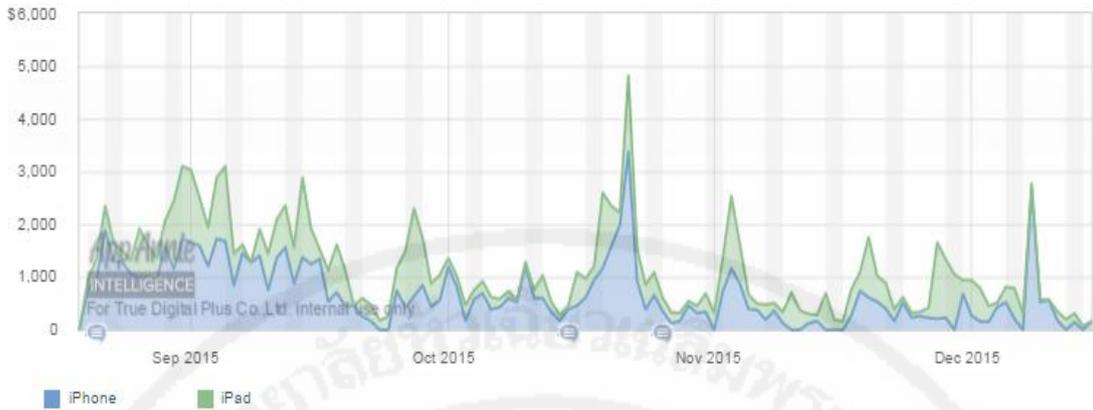


图 2.9 天龙八部 3d-IOS 系统收入 资料来源：appannie 网站



图 2.10 天龙八部 3d-GooglePlay 系统收入 资料来源：appannie 网站

## 二、中国网络游戏在泰国的发展情况

在 2015 年，泰国网络游戏的市场已经增长了 15%，预计在 2016 可能增长达到 26.1%。根据 SIPA 的数据，2014 年的泰国网络游戏市场与 2013 年相比增长了 4.7%，市场总价值 7,835 亿泰铢。预计 2015 年底市场增长超过 15%。在 2016 年会扩展到 26.1%。数据显示泰国网络游戏市场将不断发展，玩家充值也会更多，并且不少网络游戏进入泰国市场。根据 SIPA2014 年的数据，泰国网络游戏市场的总价值达到 5,732 亿泰铢，移动游戏 143.9 亿泰铢，客户端离线游戏 180.1 亿泰铢。在泰国移动游戏的方面，泰国进入了 Digital Content 时代。

由于在泰国使用智能型手机的人数很多，3G/4G 规模的持续增长，这种条件让泰国玩家看到手机游戏（简称手游）在不同年龄中的市场。<sup>[1]</sup>

泰国玩家多使用安卓智能型手机，占 83%，IOS 占 13%，其他占 4%。从调查数据中看到：年龄在 15-19 的玩家最多，高达到 41%，然后是 20-24 年龄的，达 39%，年龄在 25-30 的，是 12%。从数据看到泰国很喜欢安装网游系统，可能是比 IOS 便宜，方便使用。在泰国 92% 用户平常使用手机 Line、88% 用 Facebook Messenger、5% 用 Bee Talk、3% 用 Skype，没有使用聊天是 4%。在泰国 Line 软件深受欢迎，因为 Line 是一款全新型态的通讯应用程序，随时随地与好朋友进行聊天互动，有超过 10000 款独家贴图及表情、让聊天变得更加生动有趣。

根据调查数据，泰国玩家喜欢游戏类型可以分为 2 个大类型，第一类型是无 Hard Core，大多数玩家在手机玩游戏，74% 的玩家喜欢休闲游戏。第二类型是 Hard Core，玩家在 PC 上玩网络游戏，其中 59% 玩家喜欢 MOBA、其次是 FPS，第三是 MMORPG。分析调查数据，在 2014 年泰国玩家继续增加，已经进入到了 Digital Content 时代，网络游戏产业将不断增长发展。<sup>[2]</sup>

### 三、2015-2017 年泰国网络游戏市场规模预测

泰国有客户端网络游戏、网页游戏、移动游戏的市场。在 2015 年最受欢迎的是移动游戏，发展快，增加 28.2% 以上。每个玩家喜欢玩手机，因为很方便，预计移动游戏市场将不断发展。2016 年，预计中国网络游戏将不断进入泰国市场，比进入美国的更多。因为中国网络游戏的产业发展非常强劲，有可能会改成世界上最大的网络游戏产业。到 2017 年，预计移动网游戏会发展达到 49%，因为智能手机非常方便，所以手机网络游戏的市场将会有很大的市场。

[1]SIPA 网站：《สำรวจตลาดและสถิติในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์》 <http://www.sipa.or.th/>

[2]Online Station 网站：《ส่องตลาดเกมไทย ภาครัฐชี้เกมเมอร์ไทยยุคนี้เล่น MOBA และ เกมมือถือเป็นหลัก》 <http://www.online-station.net/feature/feature/16045>

## 第三章 中国网络游戏泰语翻译状况

### 第一节 对泰国网络运营商的调查

目前进入泰国市场的网络游戏大部分是中国网络游戏。因为中国网络游戏的市场很大，质量不错，而且游戏版权价格不高。另外中国网络游戏的系统和内容符合泰国的玩家，图像好。中国网络游戏软件不局限于中国文化风格，是多元化的，容易进入泰国市场。中国网络游戏要进入泰国市场需要解决网络游戏的翻译问题，把中文网络游戏翻译成为泰文版本。在翻译中必须具有专业水平，因为网络游戏的语言词汇是具有专业性的。如果网络游戏的翻译人员没有玩游戏的经验，对网络游戏内容中一些专门用语就不会翻译。在泰国，各个运营商在对中国网络游戏的翻译上是不同的。有些运营商雇佣 Outsource（外购商家，从外国供应商等处获得货物或服务），有的把新游戏给他们翻译，有的是公司有翻译人员，这样可以比较快和比较方便地翻译游戏的内容。

本次问卷调查，调查了 10 家泰国的运营商，他们有自己的翻译人员，他们主要负责是翻译网络游戏，以及跟中国合伙人沟通。从调查中可以了解泰国运营商网络游戏翻译人员的翻译过程。首先在 Excel 中查看游戏内容，然后把它们翻译成为泰文。在游戏内容中分别游戏故事、角色名、NPC 名、任务内容、技能、副本、竞技场、物品名、怪物名和属性等。如果不理解游戏的系统，在翻译时会有点困难。本次问卷调查了 10 个翻译人员，10 家泰国运营商。这些运营商是：

表 3.1 泰国网络游戏运营商

	泰国网络游戏运营商
1	7 Zeed Co., Ltd.
2	Gen c inspire corporation Co. Ltd
3	Entertainment Games Translation Co., Ltd
4	Wavegame Interactive Co., Ltd.
5	Games R Us Co.,Ltd.
6	SNSplus (THAILAND) Co.,Ltd.
7	Infinity 999 Co.,Ltd.
8	Perfect World (Thailand) Co., Ltd.
9	KidJaPlay Co., Ltd.
10	Kongzhong (thailand) co., Ltd.

这些泰国运营商有自己的翻译人员，他们的汉语水平良好。对翻译人员来说，在汉语的听、说、读、写方面都是非常重要的。在问卷调查中，这些翻译人员都喜欢玩网络游戏，他们表示只有玩过网络玩游戏，才能更好地了解网络游戏的内容和系统，有助于把汉语网络游戏更好地翻译成泰文。

中国网络游戏大多数是从中国有名的小说中选取题材制作成网络游戏的，比如《三国演义》、《西游记》、《天龙八部》和《射雕英雄传》等。这些小说人物众多，故事情节丰富刺激，各种角色和人名要翻译起来很不容易。如果要把这些网络游戏推介到泰国市场，翻译的好坏是非常关键的。要让泰国玩家喜欢这些游戏，玩的有意思和刺激，翻译人员要比较熟悉小说的故事情节，理解小说的内容，了解网络游戏中不同人物的性格特点，只有这样才能保证游戏的质量，让泰国玩家融入游戏的情节中，深入其境，吸引泰国玩家，为中国的网络游戏打开泰国市场。

## 第二节 对网游泰译人员的调查

为了深入了解目前中国网络游戏在泰国市场和中文网络游戏翻译成为泰语版本的情况，本次研究对泰国网络游戏运营公司中的翻译人员进行了问卷调查。调查时间是 2015 年 8 月到 2015 年 9 月。调查方式为问卷访问调查。本次共调查了 10 个翻译人员。

本次对中文网络游戏翻译人员的情况调查设计了三个部分，第一部分是基本资料,第二部分是有关汉语基础知识的掌握，第三部分是汉语网络游戏翻译成泰语的情况。

**第一部分：泰国网络翻译人员的基本的情况。**

**表 3.2 性别**

### 一、性别

性 别		人数
性	男	1
别	女	9

表 3.3 国籍

二、国籍

国籍	人数
泰国	10

表 3.4 年龄

三、年龄

年龄		人数
年龄	21-25 岁	4
	26-30 岁	6
	31-35 岁	0
	31-35 岁	0
	41-45 岁	0
	46-50 岁	0
	50 岁以上	0

表 3.5 汉语水平 (HSK) 等级

四、汉语水平考试 (HSK) 等级

汉语水平考试		人数
汉语水平 (HSK)	HSK1	0
	HSK2	0
	HSK3	0
	HSK4	0
	HSK5	5
	HSK6	3
	没有考过	2

调查分析：本次问卷调查了翻译人员 10 人。男性 1 人、女性 9 人。在年龄结构上，21-25 岁 4 人， 26-30 岁 6 人。因为泰国网络游戏公司成立不久，所以这些公司的翻译人员的工作经验都不长。

翻译人员的汉语水平情况：通过 HSK5 有 5 人, HSK6 有 3 人、没有考过 HSK 的有 2 人。这些数据中可以看到；大部分翻译人员都参加过 HSK 考试，考试水平处于中级以上。虽然有 2 人没有考过 HSK，但他们也能翻译中国网络游戏。根据问卷调查，有关汉语基础知识的掌握分为两个部分、第一部分是翻译人员工作中的汉语使用率，见图表-27。

表 3.6 第一部分-翻译人员工作中的汉语使用率

汉语使用率	很高	高	一般	低	很低
听 ( 人数 )	0	2	4	2	2
说 ( 人数 )	0	2	3	4	1
读 ( 人数 )	5	5	0	0	0
写 ( 人数 )	3	4	1	1	1
翻译 ( 人数 )	7	3	0	0	0

汉语使用率调查分析:

1. 在听力方面：4 人选择汉语使用率一般，2 人选择低，另外 2 个人选择很低。从数据中反映出听力的技能对网络翻译人员不是很重要的。

2. 在说话方面：2 人选择汉语使用率高，3 人选择一般，4 人选择低，1 人选择很低。从数据中看，在说汉语方面，对和汉语听力方面差不多。对网络翻译人员也不是非常重要的。如果在翻译中有什么问题，他们可以问中国人朋友或者同事，比如遇到一些生词或不太懂的句子等。

3. 在阅读方面：5 人选择汉语使用率很高，5 人选择高。因为要翻译好中文网络游戏，阅读理解是非常重要的，只有很好地理解网络游戏的内容才能翻译好网游。

4. 在写（中文打字）方面：3 人选择汉语使用率很高，4 人选择高，1 人选择一般，1 人选择低，1 人选择很低。从这些数据中看到汉语书写（打字）能力和阅读能力一样是非常重要的。因为网络翻译人员需要把中文网络游戏先打写出中文来，然后再通过打写出的中文翻译成泰文。

5. 在翻译方面：有 7 人选择汉语使用率很高，3 人选择高。这是不言而喻的，翻译人员当然最主要的工作就是要把中文翻译成泰文，这样才能让泰国玩家看懂中国的网络游戏，让中国的网络游戏进入泰国网络游戏市场。

表 3.7 第二部分-网络翻译人员掌握汉语能力的情况

汉语使用能力	很强	强	一般	弱	很弱
听(人数)	1	5	3	1	0
说(人数)	2	1	7	0	0
读(人数)	1	8	1	0	0
写(人数)	1	6	3	0	0
翻译(人数)	1	8	1	0	0

从调查问卷数据中我们看到：

——听的能力：1 人选择能力很强，5 人选择强，3 人选择一般，1 人选择弱。

——说话能力：2 人选择能力很强，1 人选择强，7 个人选择一般。

——阅读能力：1 人选择能力很强，8 人选择强，1 个人选择一般。

——写作能力：1 人选择能力很强，6 人选择强，3 个人选择一般。

——翻译能力：1 人选择能力很强，8 人选择强，1 个人选择一般。

对以上数据进行综合分析，大多数翻译人员在读、写和翻译能力上自我表示强，但在说的能力上大多数表示一般。这也反映出翻译人员的工作性质主要是文字方面，而不是在会话交流方面。

## 第三节 对泰译人员中文水平的评估

### 一、网络游戏汉泰翻译方面

根据对泰国网络游戏运营商的调查，大部分翻译人员的汉语水平是能够胜任翻译工作的。通过对 10 名泰译人员的调查，有 7 人（70%）的汉语水平比较好，能顺利翻译中文的网络游戏，有 3 人（30%）的汉语水平一般，基本上可以胜任翻译工作。

### 二、在提高汉语水平方面

在问卷调查中，6 名泰译人员想提高说话的水平，占泰译人员的 60%，这反映出大多数人员希望在会话方面提高汉语水平。在提高听力方面有 1 人，占 1%，在提高写作能力方面有 2 人，占 2%，在提高翻译水平方面有 1 人，占 1%。

### 三、在对自己汉语水平满意方面

在问卷调查中，有 5 人认为还不满意，占 50%，有 4 人认为一般，占 40%，只有 1 人认为满意，占 1%。这反映出有大多数泰译人员对自己汉语是不满意的，在整体上泰译人员的汉语水平还不能完全满足泰译工作的需要。

### 四、在是否需要加强汉语能力方面

根据问卷调查，10 名泰译人员都表示要加强汉语能力，占 100%。这说明提高汉语水平是所有泰译人员的需要，因为只有提升汉语水平才能更好地了解中国文化，深入理解中文的含义。中国网络游戏中人物所处的历史背景和文化背景，才能更加准确地翻译中文网络游戏中的语汇和意思，用更加贴近中国原意的泰文来翻译，提高网游的质量，增加网游的趣味性。

### 五、在具体加强汉语能力方面

**1. 词汇方面：**增加汉语的词汇量，掌握更多的汉语词汇，是提高泰译人员翻译水平的一个重要方面。没有掌握一定的汉语词汇量，特别是生活用语，对中国网络游戏中的人物对话，游戏情节就不能很好地理解和翻译。

**2. 语法方面：**有了一定的词汇，并不能保证就可以翻译正确。中文的语法和语言习惯与泰文是不一样的。对泰译人员来说，了解和掌握汉泰之间语法不同和语言使用习惯的不同，也同样是重要的。

**3. 小说方面：**中国网络游戏的研发商非常喜欢把一些有名的小说用来制作成网络游戏。

这就要求泰译人员在对中国网络游戏进行翻译时，要对这些小说的故事情节，人物特点和性格，身份地位和故事背景有较好的了解，适当地阅读这些网络游戏的原版小说，如中国著名的古典小说《三国演义》、《水浒》、《西游记》和中国武侠小说，如金庸、古龙和梁羽生等。这样泰译人员才能正确理解网络小说中的情节和人物对话，进行正确翻译，否则就有可能出现与游戏中的人物话语和性格特点不同的错误翻译，削弱游戏本身的故事性、生动性和趣味性。

**4. 商务方面：**有些翻译人员也负责跟中国网络游戏的研发人员进行沟通，所以提高泰译人员的汉语沟通能力，加强汉语听说方面的能力也是不能忽视的。如果在汉语沟通方面出现障碍，或产生误解，就会影响泰中网络游戏的商务沟通和翻译工作。通过以上的分析，泰国运营商要更好地把中国网络游戏引入泰国市场，泰译人员的汉语水平，文化知识和网络专业技能是三大重要的因素。目前泰国网络游戏的市场增长迅速，需要更多的网络游戏中泰翻译人员。根据开泰研究中心的资料，2016年中国网络游戏将不断进入泰国市场，泰国玩家继续增多，预计泰国网络游戏的发展将不断扩展。为了适应泰国网络游戏的快速发展，全面提高泰译网络游戏人员的汉语水平是非常重要的。从问卷调查中看到，这些泰译人员都不太满意自己目前的汉语水平，都希望在某一方面得到加强和提高。

另一方面，作为泰国网络游戏的运营商，在引进中国网络游戏的同时，也要在对泰译人员的管理方面进行改进，要加强对泰译人员的汉语培训，招聘汉语水平高的翻译人员，以提高中国网络游戏的翻译质量，促进中国网络游戏在泰国市场的发展。

## 第四章 提高中文水平加强经营管理

### 第一节 网游泰译中的主要问题

通过对泰译人员的调查，在网游翻译中常见的问题是在中-泰语言的互译方面。这些问题主要是：

#### 1. 中文翻译成泰语后语句过长

由于中文和泰文在文字、语法和用语等方面有很大的不同，有时候中文只需一个字就能表达的语义，泰文则需要很多字符才能表达完整。所以当翻译游戏内容的时候，为避免翻译过来的泰语语句过长，翻译人员应该首先了解文本大意，用通俗易懂且符合本地化语境的泰语进行翻译，尽量意译，取代逐字翻译。这样既能表达完整内容，又不会使译文过长，导致网络游戏画面不美观。

#### 2. 网络游戏专有名词不能按原文翻译

在网络游戏中有很多专有名词，如游戏的功能、设置、规则等。若对游戏设计不了解，或完全没有亲自玩过游戏就很难理解，就不能正确贴切地对游戏中的专有名词进行翻译。在网游翻译中，有英文的专有名词，如：

——AFK - Away from Keyboard，离开键盘。这意味着玩家离开了他的电脑。

——De-Buff -对一个单位施放一个具有负面效果的魔法使之战斗力降低。

——MOB -怪物。

——Puller -负责吸引怪物的玩家。

——IF-铁炉堡

——De-Buff -对一个单位施放一个具有负面效果的魔法使之战斗力降低。

有中文的专有名词，如：

——撞墙：指派出自己所有部队去打一个比自己实力强出很多的对手。或本以为可以将对方破防，但没想到自己的损失比对方大出很多。

——压秒：压秒分为团体压秒与单人压秒。

——追商：自己在交易中心挂出资源，在与别人交易之后，可以在交易中查看状况。

——狼：是指专门掠夺为生的玩家

——羊：是指没有反抗能力的玩家，通常被狼长期掠夺。

——锁城：一般用于确定攻击目标；为防止对方攻城连续不断的向该玩家支援 1 个士兵；造成对方无法使用攻城道具。

——平仓：利用一对一电脑商人交易的方法把资源兑换成自己需要的比例，需要帝国币。

所以，在对中文网络游戏的翻译时既要有良好的中文水平，也要有对网络游戏的专业知识和专门用语的了解和掌握。

### **3. 切勿删除文本代码**

游戏翻译人员在把游戏内容本地化时，通常会将游戏中所有界面的文案，以 Excel 表格的形式进行存储记录。为了方便讲译文导回游戏，一般在 Excel 表格里每行文案都会对应一行相应的代码。翻译时需要特别注意，切勿删除或修改这些代码。有些翻译人员会不注意，导致文本错乱，严重时可能导致游戏运行出错。

### **4. 同一款游戏尽量由专人负责**

同一款游戏尽量由同一位翻译人员从头至尾负责。否则不但翻译风格不同，也会对后续的校对工作带来麻烦。游戏内容中会有很多新生词，比如角色名、物品名、技能名、怪物名、任务、属性等，如果多位翻译人员分别负责的话，同一个文本在游戏里很可能出现多种翻译，会导致玩家对游戏中的同一事物出现不同名称而感到困惑。

### **5. 中文成语和泰文成语的差别**

中国的网络游戏中，经常会使用一些成语。在翻译中文成语时一是要正确理解中文成语的含义，二是要用能与中文对应的泰文。因为中泰文化语言的差异，中泰成语的含义不可能都完全相同，所以在翻译时要注意，否则会产生误解或翻译上的不确切。

### **6. 提高翻译速度，加快推出新的网络游戏**

由于翻译文档比较大，内容非常多，一款游戏内容差不多有 80,000 - 200,000 个字，翻译完成需要 1-2 个月，为了加强网络游戏市场的竞争力，快速推出新的网络游戏，翻译人员需要加快翻译进度。所以翻译人员要提高自己的中文水平和翻译水平是非常必要的。

### **7. 不了解技术术语与中文释义不明**

翻译人员在翻译游戏会遇到不少网络术语和相关的技术词汇。如果翻译人员对这些大量的术语和专业不熟悉，就要花时间查找，影响翻译的速度。另外，游戏内容有很多新生词，专属于游戏领域，并没有较权威的中文释义，比如副本、血槽等。这种情况就需要翻译人员广泛查阅资料，联系语境来翻译。

## 8. 古代汉语的翻译

很多中国网游会将古代小说改版成游戏，例如泰国玩家非常喜欢的三国主题。游戏中有很多内容涉及到古代汉语、古代诗词，如果翻译人员缺乏这方面的知识和语言水平，不懂得诗词的含义，就不能准确翻译，使网络游戏失去特有的文化内涵和文化特色。

## 9. 中国游戏的专有角色名

角色扮演游戏（Role-playing game），简称为 RPG。游戏类型的一种，宽泛的游戏类型。在游戏中，玩家负责扮演这个角色在一个写实或虚构世界中活动。玩家负责扮演一个或多个角色，并在一个结构化规则下通过一些行动令所扮演的角色发展。玩家在这个过程中的成功与失败取决于一个规则或行动方针的形式系统（Formal system）。（角色扮演游戏, [online], 2016.）<sup>[1]</sup> 在许多游戏尤其是 RPG 游戏中，五花八门的角色名几乎都是中文的，如何把网络游戏中的不同角色翻译成合适的泰文，是翻译人员在翻译中需要好好推敲的。

## 10. 翻译内容的语境不明

翻译人员在翻译时看到的只是被翻译的那一部分，往往不了解翻译内容的完整情景和语境，很容易在翻译时由于不了解上下文内容和情节而产生翻译上的错误和不连贯。所以翻译人员最好在翻译开始时，先体验一下整个游戏，对游戏的情节有一个大概的了解，熟悉游戏内容的语境，这样才能把游戏翻译好。

## 第二节 改进的建议和措施

要搞好中文网络游戏的翻译，提高翻译的质量和水平，泰译人员要有良好的汉语水平，丰富的文化知识，好的翻译技术等。所以，对泰译人员来说，首先要提高的汉语水平，加强对中国文化知识的了解，对中国文学作品的了解。这方面的改进和提高不是短期的，而是长期的，要靠平时的能力学习和经验的积累。对网络运营商来说，要重视对翻译人员的培训，提高翻译人员的中文水平和翻译技巧。另一方面，针对翻译中出现的问题，具体改进的建议和措施是：

1. 在翻译游戏之前或翻译的过程中，都需要先熟悉和体验游戏软件，不要逐字逐句地翻译，在了解游戏内容的背景，前后情节和语言内涵后再翻译，以保证翻译内容的准确和恰当。翻译时最好采用意译，缩短语句的长度，做到既能反映中文网络游戏的意思，又能符合泰国语言的习惯。

---

[1] 百度百科：角色扮演游戏，<http://baike.baidu.com/view/95909.htm>

2. 翻译前先试玩游戏，熟悉游戏中的每个功能、设计和环节等。对于游戏中的专有名词切不可在不理解的情况下逐字翻译。

3. 翻译时切勿删除文本代码，以免造成文本发生错乱，上下文和内容不能衔接。

4. 翻译时要和其他翻译同事积极沟通，最好是每个翻译人员负责一个游戏，以避免多人翻译同一个软件，造成错乱和翻译风格不一致。这样既可以保证同一款游戏中的内容前后一致，也能统一翻译风格。

5. 遇到游戏中有中文成语时，如果没有十分把握，应该首先查阅中文成语的意思，再对照汉泰词典，然后翻译成泰文，选用相对应的泰语，以免出现错译。

6. 安排好自己的工作进度，保证按期完成翻译工作。

7. 了解游戏类型与游戏玩法，参考游戏形象与风格，掌握翻译风格。

8. 了解网络游戏是来自什么文学作品，要事先了解原著的内容，对翻译的内容有一个基本了解，在翻译时才能正确把握游戏中的人物性格和语言特色，使被翻译的内容贴近原版的内容。

9. 遇到游戏中的固定搭配、术语等，可以通过上网查询网络游戏用语，也可以先翻译成英语，帮助理解，尽量做到翻译正确。

10. 对于游戏的角色名，翻译人员不必音译或逐字翻译，可以在了解游戏风格后，自己创造新的角色名。比如游戏背景是欧洲，角色名可以更贴近欧洲的人名风格。

11. 翻译前应该先试玩一下游戏，对游戏的整个情况有一个全面的了解，知道翻译的内容处于游戏中的何种位置、是什么场景，以保证翻译的质量和准确。

## 结语

泰国网络游戏市场积极引入和翻译中国的网络游戏软件，以促进泰国网络游戏市场的发展。目前泰国已经成为中国重视发行网络游戏的重要市场。由于中国网络游戏快速发展，中国研发的网络游戏通过泰国营运商被不断地翻译成泰文，受到泰国玩家的欢迎，给泰国网络游戏业的发展带来了丰富的经济收益。为了把更多更好地把中国网络游戏引进泰国市场，泰国网络游戏营运商需要聘用汉语水平好，对中国文化有一定了解，具有良好的中泰翻译技能的网络翻译人员。目前已经有不少中国的网络游戏被引进了泰国市场，新的中国网络游戏正在不断地被翻译成泰文将进入泰国市场。本论文研究的目的就是分析中国网络游戏在泰国市场的应用，分析泰国网络游戏翻译人员的中文水平，翻译情况，发现翻译中遇到的问题，了解泰国网络运营商对泰译人员的培训和管理情况，对中文网络游戏的翻译情况做一个比较全面的分析研究。

论文采用资料分析和问卷调查的方法，对泰国网络游戏业进行定性分析和定量分析，以达到本课题的研究目的。本论文首先概述了泰国网络游戏市场的发展现状和主要经营商以及网络游戏的发展及其产品特点；二是说明了中国网络游戏在泰国市场发展，综述了泰国游戏运营商与中国运营商的合作和中国网络游戏在泰国市场的应用情况；三是通过问卷调查了中国网游泰译人员的基本情况，分析了中国网络游戏泰译人员的中文水平和翻译情况；四是对调查分析的结果进行了评估，指出目前泰译人员的总体中文水平是比较好的，基本上能够胜任对中国网络游戏的翻译工作，但这些泰译人员的中文水平还有待于进一步的提高，主要是对网络游戏的专业术语的掌握不够，对中国文化历史缺乏了解，翻译中还存在着一些问题，这些都是需要改进的。论文最后针对翻译中还存在的问题，提出了改进方法和建议。

本论文的创新性体现在首次对从事中国网络游戏的泰译人员的中文水平和翻译情况进行分析研究。本论文的研究成果是通过对泰国网络游戏泰译人员的调查，说明了泰译人员汉语翻译能力的情况，分析了泰译人员的汉语水平，指出了翻译中出现的问题，对问题的解决提出了建议和改进措施。

针对以上泰国人员翻译游戏内容存在的问题是中文翻译成泰语后语句过长、网络游戏专有名词不能按原文翻译、切勿删除文本代码、同一款游戏尽量由专人负责、中文成语和泰文成语的差别、提高翻译速度，加快推出新的网络游戏、不了解技术术语与中文释义不明、古代汉语的翻译、中国游戏的专有角色名、翻译内容的语境不明。对翻译游戏内容的改进措施和建议是加强汉语，

增加技术术语、古代汉语、专有角色名和泰汉翻译水平。本次研究还存在的不足。如对泰国网络运营商在泰译人员管理上的分析还缺乏深入的调查，对从事中文网络游戏的泰译人员的分析还不是很具体，这些都需要在今后的研究中注意加强的。



## 参考文献

### 中文文献

- [1] “1400 亿网游市场份额，这个广告投放策略及采购技不得不看” [online] 来源：<http://www.a-site.cn/article/52621.html>（2016 年 04 月 13 日）
- [2] “2015 年 Q1 中国移动游戏市场规模近 10 亿” [online] 来源：<http://www.199it.com/archives/350134.html>（2015 年 05 月 27 日）
- [3] “2015Q1 中国网络游戏市场规模” [online] 来源：<http://www.sfw.cn/xinwen/468733.html>（2015 年 06 月 04 日）
- [4] “2015 中国网络游戏市场将达 1264.9 亿元” [online] 来源：<http://biz.265g.com/data/194317.html>（2015 年 05 月 19 日）
- [5] “中国游戏企业的新红海市场” [online]来源：<http://news.17173.com/content/2015-08-25/20150825104846037.shtml>（2015 年 08 月 25 日）
- [6] “中国网络游戏的历史与发展” [online] 来源：<https://www.douban.com/group/topic/13735797/>（2010 年 09 月 01 日）
- [7] “专访 MOL CEO Preecha：泰国八大支付方式” [online] 来源：<http://www.sfw.cn/xinwen/449877.html>（2014 年 07 月 03 日）
- [8] “手机游戏常见类型及英文缩写你知道多少” [online] 来源：<http://tieba.baidu.com/p/3175481316>（2014 年 07 月 19 日）
- [9] 邓小晶. 网络游戏商的经营策略分析[D], 重庆科技学院 2008
- [10]井田河. 网络游戏盈利模式的分析及发展研究[D], 北经贸大学经济管理学院 2009
- [11]王艺诺. 网络游戏的用户选择与使用影响因素研究[D], 哈尔滨工业大学 2011
- [12] “Newzoo: 东南亚游戏市场“BIG6”数据分析” [online] 来源：<http://www.gamelook.com.cn/2015/04/211720>（2015 年 04 月 16 日）
- [13] “GMGC2015: 东南亚游戏公司倾力加盟” [online] 来源：<http://news.4399.com/gonglue/hangye/zhanhui/gmgc/dt/m/506504.html>（2015 年 04 月 20 日）
- [14]刘晓敏. 浅析网络游戏出口贸易[D], 江西农业大学南昌商学院 2010
- [15]李文娟. 网络游戏文化浅析[J], 东南传播 2009
- [16]张雅婷. 探析网络游戏中的语言学现象[D], 四川大学 2011

- [17]张法文. 网络游戏语言个案研究[D], 广州大学 2012
- [18]赵晓微, 投资管理中心, 中国网络游戏行业发展研究报告. 2014
- [19] “空中网 Q1 手游收入环比大增 关注 A 股概念板块” [online] 来源:  
<http://kuaixun.stcn.com/2014/0529/11455307.shtml> (2014 年 05 月 29 日)
- [20] “FunPlus 钟英武” [online] 来源:  
<http://www.xyous.com/201506/2307146660.html>(2015 年 06 月 23 日)
- [21] “看好东南亚移动游戏市场 2017 年整体翻番” [online] 来源:  
<http://www.sfw.cn/xinwen/461946.html> (2015 年 01 月 13 日)
- [22]胡培森. 网络游戏中的电子商务模式[D], 长春光华学院 2013
- [23] “深度揭秘泰国市场 游戏付费玩家占比达” [online] 来源:  
[http://info.3g.qq.com/g/index5/ttnews/chinamobile.jsp?id=gamezone\\_20150708027739&g\\_f=23748&g\\_ut=3](http://info.3g.qq.com/g/index5/ttnews/chinamobile.jsp?id=gamezone_20150708027739&g_f=23748&g_ut=3) (2015 年 07 月 08 日)
- [24] “MU 登顶泰国畅销榜 梦幻繁体版获苹果大图推荐” [online] 来源:  
<http://www.baijingapp.com/article/1333> (2015 年 09 月 18 日)

## 泰文文献

- [25]“ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และอนาคตของธุรกิจเกมออนไลน์”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:  
<http://www.ispio.com/gaming-hosting/> (1 เมษายน 2558)
- [26]“SIPA ควงTDRI เผยตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ไทยปี2557 เกมเติบโต14.7% แต่แอนิเมชันหดตัว8.1%”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:<http://techsauce.co/news/sipa-tdri-digital-content-2014/> (19 กันยายน 2558)
- [27]“Thailand’s Games Market: ตลาดเกมในประเทศไทย” [ออนไลน์] แหล่งที่มา:  
<http://thumbsup.in.th/2012/11/online-game-market-2014-thailand/> ( 16 พฤศจิกายน 2555)
- [28]“Asiasoft Talk 2015 แลกผลประกอบการพร้อมเผยทิศทางตลาดในปี 2015” [ออนไลน์]  
แหล่งที่มา: <http://www.compgamer.com/home/358141/> (10 มีนาคม2558)
- [29]“เทรนด์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ 2558”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:  
<http://marketeer.co.th/2014/12/game-on-mobile/> (12 ธันวาคม2557)
- [30]“ประวัติเกมออนไลน์ในประเทศไทย”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:<http://shink-gamebiz.blogspot.com/2013/03/1-game-online-category-1.html> (1 เมษายน2556)
- [31]“ฟื้นธุรกิจเกมออนไลน์โตพรอดมูลค่าตลาดทะลุ3 พันล้าน” [ออนไลน์]  
แหล่งที่มา:<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000138288> (1 ธันวาคม2557)

- [32]“ภาครัฐสำรวจตลาดเกมไทย”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:<http://www.online-station.net/news/game/40580> (16 มกราคม2558)
- [33]“สำรวจตลาดและสถิติในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:<http://www.sipa.or.th/> (19 กันยายน2558)
- [34]“องตลาดเกมไทย ภาครัฐชี้เกมเมอร์ไทยยุคนี้เล่น MOBA และ เกมมือถือเป็นหลัก”[ออนไลน์] แหล่งที่มา:<http://www.online-station.net/feature/feature/16045> (18 กันยายน2558)
- [35]“20 อันดับ เกมออนไลน์ยอดนิยมที่ตลอดกาลในประเทศไทย”[ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://petmaya.com/> (16 มกราคม2558)

#### 英文文献

- [36]“Store Intelligence”[online] source: <https://www.appannie.com> (15 October 2015)
- [37]“China Games Market Newzoo Report 2014” [online] source: <http://www.newzoo.com/> (18 March 2014)

## 附录

# 泰国网络游戏公司职员汉语技能 问卷调查表

(แบบสอบถามความสามารถด้านภาษาจีนของพนักงานบริษัทเกมออนไลน์ในประเทศไทย)

### 尊敬的受访者：

您好！首先感谢您在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是研究在网络游戏泰译人员的汉语水平，汉语使用情况，以及翻译中泰译人员在翻译中的基本情况和遇到的问题。

本调查是为商业汉语专业的硕士学位论文提供分析研究的数据资料。本问卷不涉及商业机密，采取无记名方式，对您提供的资料我们将予以保密。请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您的合作和支持。

### เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถามฉบับนี้จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารทางธุรกิจมหาวิทยาลัยหัวเฉียว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการใช้ภาษาจีนระดับทักษะทางภาษาจีนของพนักงานบริษัทเกมออนไลน์ในประเทศไทย รวมถึงการใช้ภาษาจีนในการแปลเนื้อหาเกมภาษาจีนและการใช้ภาษาจีนในการเจรจากับพาร์ทเนอร์

จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบแบบสอบถามตามข้อเท็จจริง ทั้งนี้ข้อมูลและคำตอบทั้งหมดในแบบสอบถามจะถูกปกปิดเป็นความลับไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบแบบสอบถามและผลการศึกษาวิจัยจะเป็นเพียงภาพรวมของการทำวิจัยศึกษาเท่านั้น ไม่มีผลกระทบใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

# 泰国网络游戏公司问卷调差

## 第一部分：基本资料

(ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป)

(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน □ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด)

您的性别 (เพศ)       男(ชาย)       女(หญิง)

### 1. 您的年龄 (อายุ)

21-25 岁 (ปี)     26-30 岁 (ปี)     31-35 岁 (ปี)     36-40 岁 (ปี)

41-45 岁 (ปี)     46-50 岁 (ปี)     50 岁以上 (มากกว่า 50 ปีขึ้นไป)

### 2. 您的教育程度 (การศึกษา)

大专(วิทยาลัย)     本科(ปริญญาตรี)     硕士(ปริญญาโท)

博士(ปริญญาเอก)     其他 (请说明) (อื่น ๆ โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

### 3. 您的工作年限 (อายุการทำงาน)

2 年以下 (น้อยกว่า 2 ปี)     2-5 年 (ปี)     6-9 年 (ปี)

10 年以上 (มากกว่า 10 ปีขึ้นไป)

### 4. 您在网络游戏公司的职位 (ตำแหน่งงาน)

翻译人 (Translator)     沟通人 (Coordinator)

其他 (请具体说明) (อื่น ๆ โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

### 5. 您的汉语水平 (ระดับภาษาจีน)

您的 HSK 成绩 (ภาษาจีนของท่านระดับไหน): \_\_\_\_ 级

HSK 1     HSK 2     HSK 3     HSK 4

HSK 5     HSK 6     没有考过 (ไม่เคยสอบ)

### 6. 您认为需要加强哪方面的汉语能力 (ท่านต้องการพัฒนาความสามารถภาษาจีนด้านไหน)

听 (ฟัง)     说 (พูด)     读 (อ่าน)     写 (เขียน)     翻译 (การแปล)

## 第二部分：有关汉语基础知识的掌握

(ส่วนที่ 2 : การเข้าใจเกี่ยวกับความรู้ด้านภาษาจีน)

(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในตารางด้านล่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด)

### 一、您工作中的汉语使用率 (ความบ่อยของการใช้ภาษาจีนในการทำงาน) :

汉语使用率 (การใช้ภาษาจีน)	很高 (อย่างมาก)	高 (มาก)	一般 (ปานกลาง)	低 (น้อย)	很低 (น้อยมาก)
听(ฟัง)					
说(พูด)					
读(อ่าน)					
写(เขียน)					
翻译(การแปล)					

### 二、您掌握汉语能力的情况(ความสามารถของการใช้ภาษาจีน) :

汉语能力 (ความสามารถด้านภาษาจีน)	很强 (ดีมาก)	比较强 (ค่อนข้างดี)	还可以 (ปานกลาง)	比较困难 (ค่อนข้างลำบาก)	很困难 (ลำบากมาก)
听(ฟัง)					
说(พูด)					
读(อ่าน)					
写(เขียน)					
翻译(การแปล)					

### 第三部分：汉语网络游戏翻译成为泰语的情况

(ส่วนที่ 3 : การใช้ภาษาจีนในการแปลเกม)

(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด)

1. 您认为使用汉语翻译网络游戏内容做得如何 (ท่านคิดว่าการใช้งานด้านภาษาจีนเป็นอย่างไร)  
 很好(ดีมาก)  较好(ค่อนข้างดี)  一般(ปานกลาง)  不好(ไม่ดี)  差(แย่)
2. 您认为需要在哪些方面提高汉语水平 (ท่านคิดว่าต้องพัฒนาภาษาจีนด้านไหน) :  
 听 (ฟัง)  说 (พูด)  读 (อ่าน)  写 (เขียน)  翻译 (การแปล)
3. 您对自己的汉语水平是否满意 (ท่านพอใจกับระดับภาษาจีนของตัวเองหรือไม่) :  
 很满意 (พอใจมาก)  一般 (เฉย ๆ)  不满意 (ไม่พอใจ)
4. 您认为您是否需要加强汉语能力方面的学习 (ท่านคิดว่าท่านต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมความสามารถด้านภาษาจีนหรือไม่)  
 需要 (ต้องการ)  不需要 (ไม่ต้องการ)
5. 您认为需要加强汉语能力的哪些方面，可以多选 (ท่านคิดว่าท่านต้องการเพิ่มความสามารถด้านภาษาจีนด้านไหน เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 词汇 (คำศัพท์ทั่วไป)  语法 (ไวยากรณ์)  
 了解中国小说 (比如三国、风云、大唐双龙传) (นวนิยายจีน)  
 了解中国文化 (วัฒนธรรมจีน)  
 其他 (请说明) (อื่น ๆ โปรดระบุ) \_\_\_\_\_
6. 您认为自己的汉语能力如何 (ท่านคิดว่าความสามารถด้านภาษาจีนของตัวเองเป็นอย่างไร)  
 完全能胜任现在的工作 (สามารถรับผิดชอบงานด้านภาษาจีนได้อย่างเต็มที่กับงานปัจจุบัน โดยไม่ติดขัดใดๆ)  
 基本可以满足工作需要 (สามารถทำงานตามที่ได้รับมอบหมายได้)  
 不能完全胜任，有一定的压力 (ไม่สามารถรับผิดชอบงานด้านภาษาจีนได้อย่างเต็มที่และรู้สึกมีความกดดันจากรอบข้าง)  
 感觉吃力，有很大的压力 (ขาดความมั่นใจในการใช้ภาษาจีนและมีความกดดันจากรอบข้างสูง)

7. 您喜不喜欢玩网络游戏? (ท่านชอบเล่นเกมออนไลน์หรือไม่)

喜欢 (ชอบ)       不太喜欢 (ไม่ค่อยชอบ)       不喜欢 (ไม่ชอบ)

7.1 如果喜欢玩网络游戏, 目前您玩什么游戏, 是哪种类型? (ถ้าท่านชอบเล่นเกมออนไลน์ปัจจุบันคุณเล่นเกมอะไรบ้างอยู่ เป็นเกมประเภทอะไร )

---

7.2 玩网络游戏对您的翻译能力有没有帮助? (เล่นเกมแล้วช่วยแปลให้ดีขึ้นหรือไม่)

是 (ช่วย)       不是 (ไม่ช่วย)       不用玩游戏就会翻译 (ไม่ต้องเล่นก็แปลได้)

8. 当您翻译网络游戏内容的时候, 你认为哪一个部分最难? (ส่วนไหนยากที่สุด)

UI (Menu)       游戏内容 (เนื้อเรื่องในเกม)       物品名 (ชื่อไอเทม)  
 技能 (สกิล)       任务 (ควาส)       怪物名 (ชื่อมอนสเตอร์)  
 其他 (อื่น ๆ โปรดระบุ)

9. 您认为翻译网络游戏中会遇到什么问题 (ท่านคิดว่าการแปลเนื้อหาในเกมส์เจอปัญหาอะไรบ้าง )

---

10. 您如何解决上面的问题 (ท่านแก้ไขปัญหเหล่านี้ยังไง)

---

11. 作为一个泰国网络游戏公司的翻译职员, 您是否喜欢这份工作, 请提出您的意见 (ท่านเป็น Translator ในบริษัทเกมส์ท่านชอบหรือไม่ เพราะเหตุใด โปรดแสดงความคิดเห็น)

---

---

## 致 谢

我首先要感谢我的论文指导老师赵平博士。赵老师对我论文的写作给予了指导性的意见和建议，对论文中出现的问题，赵老师提出了许多有益的改进意见。对赵老师给我的帮助我表示诚挚的谢意！同时，还要感谢华侨崇圣大学中国语言文化学院的授课老师们和所有同学们。大家互相学习，互相帮助，共同度过了一段美好难忘的时光。此外，我还要感谢企业朋友以及同事们对我论文的写作提供的大力支持和帮助。

最后，我要感谢我的家人、朋友，以及同学同事们，正是在他们的鼓励和支持下我才得以顺利完成硕士论文。

吴菲菲

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวพิมลวรรณ สำเร็จประสงค์ (吴菲菲)
วัน เดือน ปีเกิด	18 เมษายน 2533
ที่อยู่ปัจจุบัน	21/58 ซอย รามอินทรา 34 ถนน รามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขต กรุงเทพมหานคร 10230
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2551-2555 มหาวิทยาลัยราชวมงคลกรุงเทพ คณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2555 – 2557 เจ้าหน้าที่แปลภาษาจีน-ไทย บริษัท เกมเวฟ จำกัด พ.ศ. 2557 – 2558 เจ้าหน้าที่ Editor บริษัท ชางยู ไทยแลนด์ จำกัด พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ Senior Business Development Chinese บริษัท ทรุติจิตัลพลัส จำกัด