

香港網遊產業的數點建議

香港政府在經歷兩次金融風暴之後，早已意識到發展多元產業的重要性。早在 2003 年，特區政府已在施政報告中，提出以積極推動創意產業為香港經濟注入新的元素，而創意產業包括了電影、電視、音樂、數碼娛樂和網絡遊戲等行業。在 2005 年，特區政府更在施政報告把「創意產業」改稱為「文化及創意產業」，藉此清楚表明政府努力的方向。本文將以網遊產業為例子，探討創意產業未來發展的路向。

普羅大眾認為，網絡遊戲只是一種流行的消閑活動。其實，它是文化產業的一個重要部分。根據韓國傳媒提供的資料，世界遊戲產業的規模高達 8574 億港元，遠遠超於 6626 億港元的電影市場及 1239 億港元的音樂市場。以南韓的遊戲產業為例，在 2009 年的全球銷售額為 442 億港元，佔國內生產總值的百分之 0.6，而同年網絡遊戲佔遊戲產業的百分之 56.4，網絡遊戲已佔韓國的國內生產總值的百分之 0.3。相比香港這個提倡創意產業的城市，網絡遊戲佔全港國內生產總值仍然維持很低的水平。

在 2010 年，網絡遊戲在台灣的市場約 125.7 億新台幣（約 27 億人民幣），而中國大陸在同年的市場總收入則為 349 億元人民幣。相比港澳市場，香港網遊市場在同年的規模約 6 億 5 千萬，正增長為 1 億 3 千萬，較香港遊戲產業協會在 2009 年預期的增長高出 2 千萬，只佔香港國內國內生產總值的百分之 0.03。由此可見，如果香港希望拓展國內的市場，香港遊戲產業的可發展空間很大。

目前香港澳門網遊業界較具規模的遊戲公司有三十多間，而它們的投入資本相對較少，大約只有港幣 1 億 3 千 200 萬。據網遊公司提供的資料顯示，在 2010 年收入排名前五間公司的營業額佔全港營業額的 66%，其中四間只可算是台灣遊戲公司的子公司，香港本地參與創意工業的規模甚少。

港澳的遊戲產業之中，主要以代理為主，只有少數遊戲公司（如智傲集團和遊戲橘子等）兼重研發和代理。本土市場銷售的遊戲主

要以在韓國、台灣和中國研發的遊戲為主，而本土研發的遊戲只佔少數。智傲集團為香港本土網絡遊戲的生產商，截至 2010 年，旗下研發的網絡遊戲只有 5 隻。相比亞洲其它國家，香港網絡遊戲產業只是處於起步階段。

政府積極支援產業，讓網遊公司能夠真正受惠

遊戲產業是一個甚為全球化的產業，而其中亞洲更擔當非常重要的角色。中國大陸、台灣、日本和韓國等在網上遊戲的研發上逐漸成熟，而消費群亦甚為龐大。參考台灣資策會 MIC 在 2009 年提供的數據，台灣的遊戲市場在 2008 年規模達 104 億港元，而新聞出版總署去年公佈，中、港、台三地在 2008 年的網遊產業的實際銷售收入超過 250 億港元，為電信業、IT 業等帶來直接收入高達 600 億港元。在 2010 年，中國網遊市場總值更高達 420 億 6 千萬港元。

在發展內地市場方面，作為特別行政區的香港依然存在一定的優勢。早在 2003 年，國家為了穩定港澳兩地的政經發展，分別在 6 月和 10 月簽訂《內地與港澳關於建立更緊密經貿關係的安排》，即 CEPA。在 2010 年，國家更簽訂的補充協議七（10.A 文娛服務），允許香港服務提供者在內地設立內地地方佔主導權益的合作互聯網文化經營單位和互聯網上網服務營業場所。

CEPA 為香港網遊產業進入國內市場提供了很大的便利，然而政策在操作層面仍未令網遊公司真正受惠。根據 CEPA 的補充協議六提出：在申請材料齊全的情況下，對進口香港研



發的網路遊戲產品需進行內容審查。業界普遍認為審查的過程和標準繁複，大大增加香港遊戲進入大陸市場的難度。更重要的是，香港網遊公司若要發展內地市場，依然需要跨境合資，而且門檻甚高，加深其投資的風險。政府應加強與內地政府的溝通，簡便內容審查的過程，便利香港遊戲產品進行國內市場的過程，從而使香港的遊戲產業的公司能夠真正受惠。

除了徹底落實 CEPA 計劃以外，香港政府亦應成立單一監管的发展機構，如南韓的創意內容署 (KOCCA) 和新加坡媒體發展管理局 (MDA)，集中管理各大內容產業，如電影、電視、動漫、遊戲、互聯網、漫畫、音樂和網絡遊戲等。目前香港政府只是奉行積極不干預政策，對產業的支援零散分佈於不同的部分，如商務及經濟發展局和通訊事務管理局等，與其它亞洲國家相比，甚為落後。因此，政府應採取更積極的態度，大量投入基金資助業界，並結合媒體產業，方能成為亞洲創意產業的中心。



配合文化優勢，發展粵語文化市場

由於香港與珠三角同屬粵語文化，網遊公司若能利用 CEPA 的優勢，加上與深廣的人才合作，香港的網遊公司便可研發出廣受粵語文化市場歡迎的產品，打造珠三角 7000 萬的人口市場。事實上，粵語文化市場並不局限於珠三角，還有海外的華僑市場，其中以東南亞的華僑粵語人口較多。單單是馬來西亞，華族的人口已有 700 萬。

根據研究公司 Niko Partners 的預計，東南亞的網遊市場將於 2015 年前帶來 10 億美元的盈利。東南亞的國家之中，以越南和馬來西亞的增長最為顯著。按馬來西亞的業界估計，在進口的網絡遊戲之中，超過百分之 68 來自中國。由此可見，華人文化的網遊產品在馬來

西亞的市場廣受歡迎。香港網遊產業可將與珠三角合作製成的遊戲產品推廣到東南亞的華僑市場。

發展跨平台市場，優化收費平台

隨著智能手機逐漸普及，不少人認為手機遊戲將成為遊戲產業未來的重大商機。在上文提及的全港調查中，接近四成的受訪者表示曾經參與手機遊戲。在一方面，手機遊戲的商機與智能手機的普及有關。智能手機在 2010 年香港市場的普及率為 48%，較 2009 年高出 8%，大約為國際的平均水平之 29。另一方面，智能手機的收費平台簡便是締造商機的另一主因。由於智能手機大多提供數據平台，用戶可通過統一的平台付費下載應用程式、電子書和手機遊戲等，大大方便用戶的消費。

比較網絡遊戲，目前網上收費平台主要以信用卡付款為主，而佔玩家大部分的年輕人並沒有信用卡。因此，以信用卡為主的網上收費平台並未能為玩家提供便利。加上網絡遊戲每次交易的金額為少，信用卡並非最理想的付款媒介。以中國內地為例，當地市場已有一些其他的收費平台，如支付寶，玩家已可通過更簡便的渠道購買網遊產品。然而，香港缺乏類似的網上收費平台。現在香港只有易辦事和某些機構（如馬會）才可提供有限度的服務。網上收費平台的限制，無疑對創意產業和網絡遊戲產業構成不利。

總括來說，香港研發的網遊產業，經過多年的努力，經已獲得初步發展。然而，若果香港政府在操作層面無法徹底落實各項便利業界的政策，如 CEPA 計劃、設立單一的監管機構和優化收費平台等，香港將比其他亞洲國家趕上，而網遊產業亦難以推動香港走向知識型經濟的新動力。

☞ 馮應謙

香港中文大學新聞及傳播學院院長

* 香港中文大學在 2010 年曾多次與業界代表進行深入訪談，研究項目為《香港遊戲產業：文化政策、創意及亞洲市場》，由香港特別行政區研究資助局全力資助和香港遊戲產業協會協助。