

創意產業 | 陳自創 英國倫敦大學法學博士、香港台灣工商協會董事

台港合作 共推手機遊戲產業

「移動樂趣」以展示創意及創造商機的多元文化遊戲應用，推動遊戲產業全球化，提升人的樂趣和享受力，推動第四次產業革命。

第十五屆香港動漫電玩節於7月26至30日於香港會展中心舉行，總計170個參展商參與，共約500個參展攤位，隨着智能手機（smart phone）的普及，移動軟件應用程式（apps）成為動漫電玩業界的新貴，主辦方甚至將本屆參展主題定為「移動樂趣」（Mobile Fun），會場新增「Apps多專區」，推出不同新的手機遊戲（smart phone games）试玩及周邊產品等，一連5日，累計入場參觀者達73萬人次，再創歷史新高記錄。

手機遊戲產業增長速

筆者認為，「移動樂趣」就是文化創意（文創）產業的最新發展。眾所周知，全球文創產業的興起，其歷程從書本（圖像）文化，到視訊電影文化，進而推動整個半導體工業，導引第三次產業革命的雲端運算（cloud computing），從互聯網到寬頻，到大數據（big data）¹，提升人的社會力。而「移動樂趣」以展示創意及創造商機的多元文化遊戲應用，推動遊戲產業全球化，提升人的樂趣和享受力，實為推動第四次產業革命²。

全球知名的移動互聯網產業研究機構艾媒諮詢（iiMedia Research）指出，2012年全球智能手機的銷量已達7.82億台，2012年包括手機遊戲在內的全球移動市場（mobile market）規模為118億美元，其中以中國手機遊戲市場規模約10億美元的增長率為最高，較2011年增長約79%。此一資料顯示，手機遊戲已成為當前全球單一產業產值潛力龐大，增長最為快速的數位文創³產業，而此一產業之所以興起，就因其利潤回報較傳統

電玩遊戲高出很多（約八成），且開發技術難度不大、開發成本不需要太多，不僅是全球動漫電玩業界急欲投入及爭食的一塊市場大餅，更是全球網絡遊戲發展的新趨勢。

《中華英雄Puzzle》武俠遊戲

藉由本屆香港動漫電玩節活動，香港上市公司文化傳信集團及全資附屬公司Ucan.com集團宣布推出全球第一款武俠漫畫題材的手機網絡遊戲《中華英雄Puzzle》，以最高層級（AAA）遊戲規格打造，置入著名港式漫畫作品《中華英雄》為背景，集合三消方塊與寵物育成元素，使遊戲更添戰略性及耐玩性。據悉，《中華英雄Puzzle》的下載平台包括iOS及Android，8月全球發行。

《中華英雄》漫畫具有全球品牌知名度，是40年香港漫畫發展史上的經典創作。自1982年推出市場後，其銷量屢創高峰，最高銷量一期達20萬冊之多，是香港周刊式漫畫作品銷量之冠，其授權地域包括美國、加拿大、南韓、台灣、港澳、東南亞及中國大陸等十多個國家和地區，也被改編成多媒體產品，這包括電視劇、電影、電腦遊戲、網絡遊戲、小說系列及其他如玩具、模型公仔等商品。

作為Ucan「全球文化大使」的亞洲音樂（創意）天王周杰倫，在中港台兩岸三地甚至全球各地都擁有很多歌迷，他本人也是《中華英雄》漫畫迷，本屆香港動漫電玩節舉行前，他專程來港接受筆者以Ucan執行董事身份，贈送他的《中華英雄》銀製模型雕像紀念品，此一模型雕像就是《中華英雄Puzzle》的主角



▲在香港動漫電玩節推廣本土手機遊戲的模特兒 (新華社圖片)

人物。

四大特色功能突破

筆者認為，《中華英雄Puzzle》的創新推出，具有四大特色：

一、視覺及聽覺藝術風格的突破：《中華英雄Puzzle》是全球第一款武俠港式漫畫題材的手機遊戲，由多位知名香港漫畫家共同參與遊戲製作，重新繪製經典的港式漫畫人物，不僅畫風精美，配樂風格尤具創新，與其他同類型遊戲產品相比，更具有故事性及趣味性。

二、內容上的突破：在消除類遊戲的基礎上，加強並創新其英雄收集、育成要素等，令遊戲具有獨有的休閒玩法，簡單刺激的戰鬥系統，強大實用的英雄團隊、育成系

統及便捷的好友互動系統。另外，遊戲精美的畫面，氣勢雄偉的背景，華麗眩目的技能攻擊效果，都能真實的描繪出漫畫書的故事情節及打鬥場景。

三、技術上的突破：自主研发的獨有PvP（玩家vs玩家）連線系統，玩家與玩家之間可以通過連線實現在線互動，增強遊戲的交互性及刺激度。

四、社交網絡功能的突破：為玩家提供更強大的「社群網絡服務」(Social Networking Service) 功能，其先進的移動網絡技術支援，尤其能降低網絡斷線導致遊戲中斷的風險，也使玩家之間的交流互動更加便捷。

文化傳信及Ucan投放資源（包括自主版權及結合台灣領先的遊戲引擎技術）製作

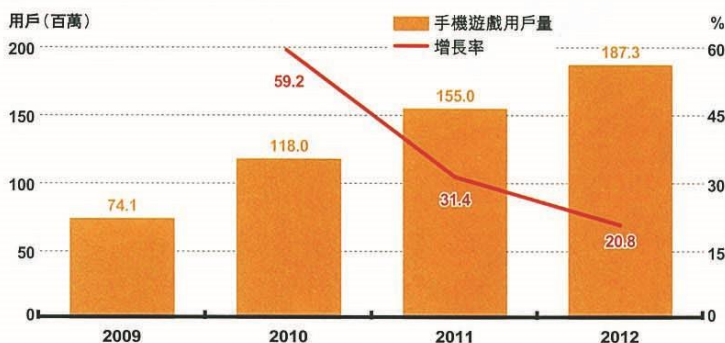
創意產業

圖一 中國手機遊戲市場規模狀況



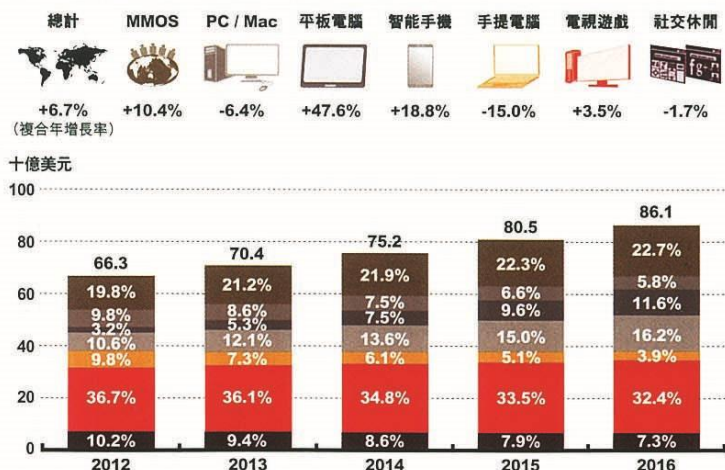
※艾媒諮詢 (iiMedia Research) 指出，2012年中國手機遊戲市場規模58.7億人民幣（約10億美元），較前一年（2011）增長約79%。
 ※預計於2013年底，手機遊戲的逐年增長率會達110%，達至約100億人民幣（約16億美元）。

圖二 中國手機遊戲用戶數量



※根據《中國互聯網信息中心》-2012年第四季數據資料顯示，中國移動遊戲(手機)用戶的數量在2012年已達1.87億人。手機遊戲已成功融入智能手機用戶的日常生活中，隨著移動遊戲(手機)愈來愈普及，相信未來用戶及玩家的數量會持續快速的增長。

圖三 全球遊戲產業總產值預測 (2012-2016)



資料來源：市場研究公司Newzoo 2013年研究報告

第一款正宗武俠港式漫畫遊戲《中華英雄 Puzzle》，就是要迎合全球遊戲產業的春天。業界皆知，遊戲產業就像電影工業一樣，不僅要創新，更要知己知彼，才能找出強項。兩岸三地從事科幻、星際探索和高科技創作，華人的想像空間不夠，做Q版人物（比較夢幻、可愛、卡通式）又比不過日本及南韓的可愛，終究兩岸三地的強項仍是中華文化、武俠這一塊，可惜武俠的精髓至今還未充分展現，只局限在神怪、練功等方面。所以，Ucan在此基礎上攜手台灣大型網絡遊戲開發商——中華網龍在傳統及新思維內加入智能、文化與創意、樂趣等新元素。

近年來，兩岸三地的遊戲玩家受到日本、南韓、及美國遊戲作品風格影響很大，有自己文化、武俠風格的作品卻不多見，中西合璧、風格創新，做出讓年輕人喜愛、熟悉的手機遊戲，已成為內含科技元素的新興數位文創產業。文化傳信及Ucan擁有很多武俠漫畫版權，又有音樂元素，在全球手機遊戲的玩家市場上，勢必佔有很大發展優勢。

據市場研究公司Newzoo發表報告指出，2013年全球遊戲產業總營收將達到704億美元，同比去年增長6%，其中約45%是以線上遊戲（平板電腦如iPad）及手機遊戲為主，預計2016年時達到861億美元，平均複合年增長率為6.7%，此包括增長速度最快的亞太地區（以中國大陸為最），其年增長率高達11%，其中移動市場規模將達239億美元，而在移動市場中可謂一枝獨秀的手機遊戲行業，其年增長率更是高達19%，到2016年時，預計全球手機遊戲市場總營收將會達到139億美元。截至2012年底，中國大陸手機遊戲市場營收已達10億美元，業界甚至於預測，2013年將能突破16億美元（百億人民幣）增長記錄。

筆者認為，全球手機遊戲產業的發展，不僅是社會議題或科技挑戰，更是新文化現

象，而此一現象的文化內涵與特質，除創造新經濟市場之外，也已進入一般消費群眾的世界，衍生出「移動樂趣」的普及性商業效應。茲舉一家日本開發商GungHo公司推出的一款Puzzles & Dragons遊戲為例，該公司今年4月的月收入為1.5億美元，過去一年股票漲幅近百倍，市值已達166億美元，已經超過全球知名的大型遊戲公司－任天堂，而這只是一個日本市場的手機遊戲（1500萬用戶）而已，可以想像一兩年後的大中華地區（兩岸三地）的市場發展狀況。

據悉，今年被中國大陸的遊戲業界稱為「移動遊戲年」（意指手機遊戲元年），主因是大陸智能手機用戶的快速普及，截至2012年第4季，用戶數達到3.8億，年增72.7%，加上微信（WeChat）等即時通訊軟體進駐手機領域，帶動手機遊戲用戶量出現爆發成長現象，不論做單機遊戲、網絡遊戲或Apps遊戲的業者，今年都強調會推出新的手機遊戲版本。

一般而言，手機遊戲的成功，具有三大因素：第一，是要能讓玩家在通勤、等待等「零碎時間」內就有升級的快感，而不是刁難玩家；第二，要讓玩家的遊戲成就，容易快速的「分享」到其個人社交圈，讓遊戲公司因此獲得新客源；第三，要能從簡單的遊戲中看到「經濟價值」，如何讓玩家感受到樂趣而願意付費，這才是關鍵。因此，遊戲設計的內容好不好？有沒有深度？畫面是否精美？配樂是否悅耳動聽？是否具有玩家所要的創意？都是決定其能否成功的重要因素。

筆者認為，中港台兩岸三地的經濟發展各有特色，彼此互動互利的最大助力，就是文化。而遊戲工業不僅是屬於動腦型的精密產業，更是屬於互動藝術的新文化現象，完全具備與一般音樂、美術、建築一樣作為文化傳播媒介的特徵及資格。基於具新文化現象的遊戲工業發展，三地政府皆已制定相關



▲Ucan「全球文化大使」亞洲音樂（創意）天王周杰倫（左）接受本文作者贈送《中華英雄》銀製模型紀念品。（作者提供）

政策，也展現輸出中華文化產業（或稱之中華數位文創產業）的決心，目前也正尋求市場全球化的媒介及應用共享平台，類似於美國的facebook功能，引領兩岸三地相關業界互動合作，共創全球市場商機。

總而言之，台港兩家上市公司——文化傳信與中華網龍的聯盟，是香港原創漫畫與台灣網絡遊戲技術開發的強強結合，不僅能成功發展兩岸三地手機遊戲市場，甚至能共推全球網絡遊戲產業的發展新格局，此一合作模式，深值各界關注。

註¹ 海量資料（又稱大資料、大數據）即big data，此一名詞在2010年由IBM所提出，其特性包含三種層面：巨量、即時性及多樣性。海量資料的特色就在於龐大。政府、企業及時感測器等資料包羅萬象，很容易便達到數個TB（terabytes），甚至上看PB（petabytes）之譜。即時性是指「海量資料」通常具有時效性，一旦串流到運算伺服器，就須立即使用，即時得出結果以發揮其最大價值。多樣性是指海量資料的範疇不僅止於結構化資料，還包含各類非結構化的資料：諸如文字、音訊、視訊、點擊串流、日誌檔等等。（資料來源：IBM）。

註² 第四次產業革命，是指繼第三次產業革命的資訊科技（亦即IT）及雲端運算（Cloud Computing）之後，以推動多元文化「遊戲」（Game）應用的遊戲工業（Game Industry）全球化為重要標誌，此一概念是筆者首次於2012年9月北京「輸出中華文化產業」研討會上所發表。

註³ 數位文創是指將圖像、字元、影像、語音等具有文化創意產業性質的資料加以數位化並整合運用的技術、產品或服務，此包括各類遊戲軟體（如電腦遊戲、線上遊戲）、動畫影片、各類數位內容製作與多媒體應用軟體、各類移動軟件應用程式（apps）、各類網路多媒體應用服務（透過網路傳輸各類數位化的電視/電影/音樂/廣播/互動節目等數位影音內容）、以及數碼學習、數碼出版、數碼典藏等。

