

【解牛集】

電競運動經濟價值與日俱增

許佳龍

科大資訊、商業統計及營運管理學系講座教授

由英皇電競主辦的第二屆菁英盃賽日前結束，比賽以「食雞」《PUBG》遊戲為主題，吸引台港澳共約 200 隊、近 800 名電競愛好者組隊參加，規模相當大，多個直播平台進行 Live 直播。照目前發展形況看，電子競技運動（E-sports）在本港發展之勢正在加速前進。

隨著近年電子科技發展一日千里，電子遊戲也作出了「華麗轉身」，從傳統的娛樂，發展成為一門電子競技運動，並慢慢形成一條產業鏈。不過，電子遊戲過去在一般人心目中只是虛耗時間，「玩物喪志」，遭詬病沉迷遊戲而不事正業，尤其父母和老師對子女及學生或終日玩電子遊戲，認為浪費學習時間，因而對電子遊戲有所排斥，從而對電競運動的認識，也多停留在這種負面印象之中。

不偏不倚看電競運動

可以說，電競運動要進一步發展、持續地普及化，首先必須讓公眾對電競運動有一個不偏不倚的正確認識。

如今電競運動在全球範圍的發展，步速愈來愈快。據著名市場研究公司 Newzoo 所發表的《2018 年全球電子競技市場報告》，資料顯示——

一、2018 年，全球電子競技收入將達到 9.06 億美元，按年增長 38.2%。北美將佔總額的 3.45 億美元、中國的 1.64 億美元；二、品牌將在電子競技行業投資 6.94 億美元，佔整個市場的 77%。到 2021 年，這將增長到 14 億美元，佔電子競技總收入的 84%；三、2018 年，全球電子競技愛好者數量將達到 1.65 億人，按年增長 15.2%，而電子競技觀眾總數今年將達到 3.8 億，按年增長 13.5%；四、今年每個電子競技愛好者的全球平均年收入將為 5.49 美元，比 2017 年的 4.58 美元增長 20%。

由此可見，電競運動發展之勢可謂方興未艾。事實上，電競運動及其所形成的產業鏈，在北美、歐洲和亞洲多國逐漸受到重視。在亞洲，早於 2000 年，南韓文化體育觀光部批准成立南韓電子競技協會（KeSPA），去「推動電競成為正式體育賽事」，以期國家經濟可得以受惠。香港特區政府為了推動電子競技產業發

展，於 2018 年度財政預算案提出向數碼港撥款 1 億元，冀打造數碼港商場成為電子競技及數碼娛樂熱點，為電子競技比賽提供場地；澳門有些賭場內設有電競運動比賽，吸引不少電競運動愛好者前往觀賞。

表演性質蘊含經濟利益

究竟電競運動該怎樣定位，如何改變一般人覺得「打機無出色」的負面印象，是電競運動進一步發展的基礎。很顯然，電競運動不只是「打機」那麼簡單，因為圍繞著電競運動，形成了一條產業鏈。首先，從事打機的人，即電競運動員；圍繞電競運動員還有觀眾、評論員等。有人觀賞，自然形成商業機會，衍生出巨大的潛在經濟價值。

看深一層，E-sports 可以視為一種具運動性質、又具表演事業的混合體。照目前情況看，電競運動有予人一種「表演藝術」之感。以演戲為例，為什麼電影成為一門賺錢行業，主因是電影吸引到大批觀眾，他們願意花錢去觀賞。如今電競運動亦吸引到不少觀賞者願意掏腰包入場欣賞表演。

電競運動在香港發展之路若要取得成功，政府需要把電競運動重新「包裝」，改變社會公眾對電競視為只是「打機」的負面印象——競技性的「打機」，並非一個人或者一群人坐在電子裝置前，在網上世界進行競賽那麼一回事，因為電競運動孳生了一條具經濟價值的產業鏈，也帶給一大批特定年齡層的人歡欣的娛樂，就像電影一樣，提供具觀賞性的娛樂本身，就是一種商機，具經濟價值；也可以為一些缺乏學習興趣和讀書熱情的年青人，提供多一條發展出路。

電競較傳統運動限制更小

美國卓克索大學（Drexel University）數碼媒體系維納（Michael Wagner）教授，他在一篇探討電子競技運動的論文中指出，當體育的主要內容由電子系統形成，球員和隊伍的操作，是透過人機互動介面來實現，便能視之為「電競」的體育形式（見 What is eSports and why do people watch it?）。

誠然，電子系統是電競比賽最主要的基礎設施，因此，硬體（手機/個人電腦）、周邊設備（鍵盤/滑鼠/耳機）與網路環境，這些組成，也可視之為傳統運動中的「場地」與比賽的「球具」；至於軟體（遊戲）則可視之為「賽事項目」，與傳統體育運動項目中的足球、網球、籃球等的分類相近。

與傳統體育運動有所不同，電競運動毋須物理性實質比賽場地，如特定的足球運動賽場，也對運動員的體質沒有那麼嚴格要求，可以說，電競運動對於場地和運

動員的限制比較小。嚴格而言，任何年齡的人，只要有一部電腦在手，便可以參與電競運動，因而其所覆蓋的層面，比一般運動更寬濶。只不過其名字牽涉「運動」——在香港，從事運動事業，不少人認為前途有限，遑論電競運動了，因此，重新包裝電競運動的形象，從運動和演藝混合體的角度看，其具備表演事業性質的內涵，便可以賦予電子競技新的形象，成為生產性的商業活動。

表演性質帶來無限商機

事實上，電競的市場規模可以很遼濶，因為通過無遠弗屆的網絡，輕易以 Live 直播傳播到全世界，吸引更多愛好者的眼球，衍生出可觀的收入，甚至可以說，電競運動的表演事業性質，可以不斷取得巨大的市場空間，較諸傳統運動，個人發展機會和出路可能更為廣濶。值得一提，跟傳統運動比較，電競運動的愛好者或觀賞者，有一定的年齡限制。

據 Newzoo 去年的《2017 年全球電子競技市場報告》，電競在北美洲（美國與加拿大）的千禧世代（1981 年以後出生者），當中觀賞比例與冰上曲棍球接近，但在 36 歲以後，這年齡層中便出現驟減，到 51–65 歲的年齡層，當中更乏人問津；反觀美式足球，則是完全相反的趨勢。可見電競運動的觀眾，是以年青人為主幹。但無論如何，只要觀眾層有一定規模，都具備發展基礎和條件。

電競比賽項目多元化

可以看到，電競運動員本身沒有進行相互競技，而是在電子遊戲裡面進行競技。正如前文指出，電競的項目也很多，大致可分為幾種類別，包括「第一人稱射擊」（FPS • First-person shooter）格鬥，即是運動員/玩家以第一人稱視角為主視角所進行的射擊類電子遊戲，通常需要使用槍械或其他武器進行戰鬥；多人線上戰鬥競技（MOBA • multiplayer online battle arena）、即時戰略（RTS • Real-time Strategy）。在運動員/玩家在指揮方面，即時戰略遊戲一般可以獨立控制各個單位，而不限於群組式的控制，由此可見，電競運動在項目的多元化上、在創作的靈活性上，都可不斷推陳出新，比賽內容亦可「天馬行空」，給予觀賞者的娛樂元素更多樣化，可吸引到更多觀眾，因而與傳統體育運動競技相比，其實其競爭優勢有過之而無不及。

另一方面，無論是傳統體育或電競運動項目，運動員都必須面對重複性高、強度高的訓練內容，此「雙高」對精神及身體也無疑是一種挑戰。在進行電競運動比賽時，除了一般「打機」時的反射神經與操作技巧外，電競項目也考驗選手及團隊後勤的合作性與戰術運用，而非僅僅是個人「手腳靈活」的簡單操作，就可以取勝，而是也很講求角色分配的多層面配合。

成為亞運項目指日可待

目前，體育運動比賽也出現了一些改變，譬如，在雅加達舉行的今屆亞運項目，香港選手取得兩面橋牌比賽銀牌。由於筆者在求學時期已喜歡打橋牌，一直有留意橋牌比賽的發展。以前，橋牌尚未被接受為一項運動比賽的體育項目，大家只視之為「智力運動」，今年開始，亞運才接納為正式的體育比賽項目。與此同時，電子競技也第一次以表演項目身份，在雅加達亞運會上亮相，按照亞洲奧林匹克理事會的計劃，四年之後將在杭州亞運成為正式獎牌項目，使電競的發展料可更上一個台階。

總括來說，電競如今已超越了純粹「打機」娛樂的範疇，其表演性質的內涵，使電競成為一門具價值創造的事業，所形成的相關產業鏈，亦同樣具有潛在的經濟利益。不過，社會大眾帶什麼樣的眼光去看事物，便會得出不同的對待態度。照電競目前發展的形勢看，只要社會大眾改變對電子遊戲的固有負面印象，正確地認識電競的正面元素及其經濟價值，相信可給予電競運動取得更快的發展步履和空間。

〔本文由科大商學院傳訊部筆錄，許佳龍教授口述及整理定稿，文章在信報 10 月 29 日發表〕