

# 全球化+今日香港

虛構成真

新任歐洲中央銀行(ECB)行長瑪利奧·德拉吉(Mario Draghi)甫上任便宣布減息，把歐洲基準利率從1.5厘減至1.25厘，一改前任特里謝以通脹先行的利率政策，新政策以經濟風險先行為要。中外媒體一直以Super Mario(超級瑪利奧)作為德拉吉的別稱，如今減息行動，更以他能發揮「超級瑪利奧」的能幹和精神來形容這次行動。Super Mario何許人物? Mario其實是任天堂遊戲中的一個虛擬人物。作為一個虛擬人物，竟可成為現實世界中歐洲中央銀行掌舵人的代名詞，這是一個有趣的故事，正如Super Mario一樣，永遠令人感到愉快，永不言敗。

■林援森 香港樹仁大學新聞與傳播學系  
助理教授

**作者簡介** 林援森 畢業於香港樹仁學院(2007年更名為樹仁大學)新聞系。其後取得香港新亞研究所歷史學碩士、博士學位，以及上海復旦大學新聞學博士學位。



■新任歐洲中央銀行行長瑪利奧·德拉吉甫上任便宣布減息。 資料圖片



■面世近30年的瑪利奧系列遊戲至今仍廣受機迷歡迎。 資料圖片

# 跳出遊戲闖央行 瑪利奧救歐經濟

## 任天堂屢掀革命 領電玩潮流

指出，Wii的意義有4方面：首先是遊戲操作的革命，其擬人化的操作桿是一項創新的突破，這套全新概念的操作桿的英文被稱為Wiimote，嶄新角度可見一斑。任天堂的操控桿早於1980年推出Game & Watch時獲得肯定，其首推十字式操作桿，已奠定日後操作桿的方式，掀起第一次革命。到2006年推出Wii時，以直覺式的操作桿帶來第二次革命，可見其一直影響電子遊戲的操作方式。

挽回敗局，結果Nintendo 64未如理想，他們便痛定思痛重新回到創意的基本層面，RESET由零開始。當時前社長岩田聰表示，他們正著手一項名為任天堂革命(Nintendo Revolution)的計劃，當中最重要的成果便是Wii的誕生。或許正如另一名前社長山內溥指出，因為過度冒險引致的恐懼感仍然存在，但不採取行動便會被淘汰，這種危機意識超越恐懼感。

### 老少咸宜一齊玩

其次是家庭遊戲的革命：Wii遊戲是適合所有家庭成員一起玩樂的電子遊戲。

### 腹背受敵挽狂瀾 由零開始

第三是企業文化的革命。任天堂發展Wii時便提出RESET的概念，意即一切由零開始。2006年前，任天堂受到Sony和Xbox的挑戰，腹背受敵，他們以為只推出具有更好聲影效果的主體機，便可

### 追求純真棄暴力 出奇制勝

最後，任天堂證明電子遊戲追求性和暴力的視覺效果，並不是唯一的出路，電子遊戲可以為所有人提供樂趣，Wii打敗性和暴力。對於不少機迷來說，Wii的成功是一個始料不及的個案，正當任天堂不斷敗北後退之際，Wii能以手感和純真的樂趣，對抗專業型的PS3和Xbox360，重奪市場「一哥」的地位。至2008年9月底，Wii機體全球售出3,460萬台，遙遙領先Xbox 360與PS3。

## 創業逾120年 歷盡興衰

任天堂是一家專業於遊戲產品的公司，從創業至今逾120年來，一直專注遊戲設計及生產。任天堂認為，遊戲不是僅為滿足玩家的慾望，而是為更多人提供生活樂趣。任天堂由山內房治郎於1889年11月6日創立，當時專門製造一種名為花梨的日本手製紙牌。到1929年，山內房治郎退休，他容許其女婿、山內積良接管公司成為社長。1959年，東京舉辦奧運會期間，任天堂抓住這個機遇與迪士尼合作，以生產迪士尼卡通形象的撲克牌展開全球性銷售。

### 1960年代 轉型發展電玩

到關鍵的1969年，任天堂在業務上作出重大的轉變。任天堂在當年建立遊戲部門，開始轉型發展電子遊戲。橫井軍平是這場變革的重要靈魂人物，也是日後任天堂成為電子遊戲市場霸主的軍師。其後，任天堂發展並推出多種電子遊戲，如鑷射軀體射擊系統、虛擬鴿子、荒槍槍手等。

### 1970年代 聯推電視遊戲平台

1977年，任天堂與三菱合作後，聯合推出電視遊戲平台——Color TV Game 6，收藏6個簡單版本的網球遊戲，賣出百萬部。到1979年，任天堂開始設計手提攜帶型裝置Game & Watch，這個概念來自橫井軍平。

### 1980年代 經典紅白機面世

任天堂在上世紀80年代初推出的Famicom遊戲機(俗稱「紅白機」)，在蓬勃的日本經濟下取得成功。Donkey Kong正值其時於焉誕生，在橫井軍平領軍下，Donkey Kong獲得巨大的成功。任天堂於1985年後進入Mario時代。其發展還有兩項產品值得說明：一是1989年推出的Game Boy手提遊戲機；二是1997年推出的電子寵物(神奇寶貝)，均獲市場認同。

### 1990年至今 減價促銷 三分天下

2001年，任天堂先推出GameCube和Nintendo 64；但相對之下，成績被比下去。其中Nintendo 64的成績欠理想。李世輝認為原因有多方面：如3D效果和目標客戶落差；Nintendo 64失去基本的機迷群，即中小學生。到2006年，這是任天堂中興的開始，故事由「Wii」開始，情況如上述。

目前電子遊戲機市場，分別由任天堂、索尼的PlayStation(PS)和微軟的Xbox三分天下。但面對Xbox360及PS3減價策略後，任天堂初期堅持不減價，到2009年，終於決定下調Wii的售價。北美市場率先降價50美元至199.99美元，降幅達20%。當時，社長岩田聰表示，Wii銷量下降是當季缺乏新款遊戲軟件面世所導致。

電子遊戲機體市場(2009年)

機種	目標客戶	賣點	全球市場累計銷量
Wii	家庭客、非玩家	擬人化控制器、簡單	5,260萬台
PS3	資深玩家	優質圖像	逾2,400萬台
Xbox	資深玩家	新鮮及針對非真實世界的玩意	逾3,000萬台

資料來源：綜合各大報刊

## 一切從 Donkey Kong 說起

細說Super Mario的故事，必先說明Mario的誕生，但要了解Mario的誕生，也需知道Donkey Kong的經歷，明白Donkey Kong，更需認識任天堂，這個近乎是家用電子遊戲的代名詞。

### 首推英雄救美情節 空前成功

Donkey Kong於上世紀80年代推出，當時該款遊戲主攻美國市場，獲得空前的成功。但Donkey Kong成功意義不只在於商業市場方面，還涉及電子遊戲發展史本身。Donkey Kong尚未登場前，大部分電子遊戲均以簡單的敵對關係為主。但Donkey Kong則改變這個電子遊戲的基本形態，遊戲多了一個簡單但完整的小故事，就是英雄救美的典型童話故事。電子遊戲評論家Chris Kohler在《Power up》一書中指出，Donkey Kong是首個以故事為題材的電子遊戲。

### 增跑跳爬等擬人動作

另外，電子遊戲評論家Jeff Ryan在《Super Mario》一書中指出，Donkey Kong以「愛之三角」(Love Triangle)為基本故事，獲得機迷喜愛。同時，Donkey Kong的動作一改以往左右活動為基本的動作，加上跑(Running)、跳(Jumping)、爬(Climbing)等擬人的動作。

### Mario Bro. 蛻變而生 銷量彪炳

Donkey Kong的成功，其故事中的相關元素，蛻變於1985年登場的Mario Bro.。Chris Kohler指出，Mario Bro.的基本動作與Donkey Kong相同，包括上述的跑、跳、爬等，同為一個英雄救美故事，但情節更豐富、更完整。

Mario Bro.獲得同樣的空前成功，其後任天堂相繼推出不同的Mario系列，包括極受歡迎的Super Mario Bro.等。過去30年，Super Mario Bro.一直是暢銷的電子遊戲之一，該遊戲已在全世界售出逾4,000萬套，直至2009年才被Wii Sports超越。



■2006年推出的Wii遊戲機體，不但為任天堂帶來中興之局，同時再次改變遊戲的操作方法。 資料圖片

任天堂於2006年推出劃時代的Wii遊戲機體，不但為任天堂帶來中興之局，同時再次改變遊戲的操作方法。Wii的意義可分作3部分來理解，首先是「W」，其意為我們；第一個「i」是玩家；第二個「i」則意指控制。

### 操作桿創新突破

台灣學者李世輝在《改變世界的任天堂》一書中



■筆者認為，金融海嘯不但引發歐債危機，同時反映不少銀行家並無做好本份。圖為示威者點火抗議歐債危機蔓延。 資料圖片

## 想一想

1. 舉例解釋Donkey Kong在電子遊戲史的意義。
2. 你認為任天堂與電子遊戲操作桿發展的關係為何? 試舉例說明。
3. 舉例解釋瑪利奧系列遊戲歷久不衰的主要原因。

## 延伸閱讀

1. Jeff Ryan, Super Mario, US: Portolio Penguin, 2011
2. Chris Kohler, Power up: How Japan Video Games Have The World an Extra Life, USA Pearson, 2005
3. 《新總裁送大禮歐洲央行意外降息一碼》，《中國時報》，2011-11-04
4. 李世輝：《改變世界的任天堂》，(台灣，商周，2008)
5. 《「通脹鷹派」德拉吉 今掌歐央行》，《香港文匯報》 <http://paper.wenweipo.com/2011/11/01/GJ1111010019.htm>