



香港現時有不少女子電競隊。資料圖片

「電子競技」一詞近年才開始為人熟悉，其實國家體育總局早於2003年已將電競列為正式的體育競賽項目，著名電競遊戲《英雄聯盟LoL》亦已面世近10年，電競產業價值數以百億元計。在這方面發展較落後的香港最近終於加把勁急起直追，今年《財政預算案》破天荒撥款一億元發展電競產業。香港電競總會會長、創新及科技諮詢委員會委員楊全盛早前接受香港文匯報專訪時指出，發展電競面對的最大困難是人們對電競仍存誤解，很多人仍認為電競等同「打機」及娛樂，不務正業；其實電競可以是專業且有前途的行業。

# 港電競

創+商機



■ 文：香港文匯報記者 莊程敏 / 圖：莫雪芝

楊全盛指出，自從香港政府去年開始「出口術」支持電競後，多了不少私人企業願意投資電競活動，行業發展較2016年大有改善。政府擬向數碼港撥款一億元，其中一半即5,000萬元將用作場地裝修，改建成可容納數百名觀眾的電競比賽場地，並加設高速寬頻等設備；另一半則會用作培訓及支持業界比賽。他對於政府終於採取實際行動支持電競感到高興，相信隨着香港的電競發展，將會帶來更多商機。舉例電競賽事中除了涉及數以百萬元的硬件設備，有利於電競硬件服務商，一些周邊的服務如直播、旁述員和教練等亦會受惠。

## 育人才急起直追 電競有錢途 非不務正業

選手需擅溝通 周邊人才短缺

楊全盛坦言，香港在電競行業方面的人才培訓長期缺乏，例如電競節目的拍攝難度不小，「除了對遊戲本身有一定認識，鏡頭亦比一般電視節目多，助導已經需要30個。」一個畢業生做幕後人員工資可達17,000元至18,000元。由於涉及專業及複雜工作，在人才短缺下亦很難「留人」；一個導演接一個工作項目的薪酬可高達6萬元。很多人以為電競選手皆為「宅男」，不擅溝通，其實電競是一項需要極強溝通技巧的運動，與隊友必須達到很好的協調。

高手出場收費 主播收入可觀

另外，楊全盛指內地有不少由電競行業衍生出來的平台主播，例如一位稱為「Miss」的人氣電競女主播，其身價已高達一億元人民幣；目前韓國較為出名的電競選手出場費達7位數。由於電競業的收入可觀，不少私人企業及明星藝人開始自資發展電競隊伍。「雖然香港的電競發展才剛起步，但相信產業慢慢發展成熟後，將能為香港帶來穩定的收入回報。」

他憶述，去年曾到北京「鳥巢」運動場觀賞過英雄聯盟的電競比賽，現場有近8萬人，除了門票收入外，相信龐大的人流亦能帶動各方面的消費。不過，該次比賽的交通配套略有不足，離場時需要兜一大個圈才可以到達地鐵站。楊全盛認為，香港作為旅遊城市，絕對有條件可舉行大型電競活動。事實上，香港去年已舉辦過百場電競比賽，預計今年的比賽數目會翻倍。

電競文憑開班 產業出路多元

至於有興趣的年輕人應如何入行？楊全盛指本港有專上學院即將推出電競管理（eSports Management）高級文憑課程，有興趣人士可以報讀。另外，目前修讀創意媒體課程的亦可以入行當直播平台的主播。然而，如果是想入行做電競選手的，最直接的方法當然是在遊戲中打入世界排名榜，屆時自然會有星探聯絡；亦可參與一些選秀賽。事實上，香港創新扶輪社於3月初舉行的「潮玩新興行業2018之創新科技篇」，吸引了200多名中學生參與。寶馬山扶輪社社長陳麗明指出，活動上有不少學生對電競、咖啡烘焙及網上營商感到興趣。她指出，有研究顯示，只有20%學生能從事傳統專業的行業，多元化的新興行業發展正好為他們帶來更多就業機會。

楊全盛指，發展電競除了硬件服務商，一些周邊服務例如直播、旁述員和教練等亦會受惠。



楊全盛指，不少私人企業及明星藝人開始自資發展電競隊伍。

## 電競不同打機 不可「課金」變強

公平競爭

很多人疑惑電競到底是不是運動？港電競總會會長、創新及科技諮詢委員會委員楊全盛指，由於香港主流意見仍未承認電競是運動，所以平日要找一些體育場館舉行比賽也感到困難，部分場地更存在租金昂貴的問題。他去年與朋友合資600萬元開設電競酒吧，未來會透過場地舉辦各種電競比賽及培訓用途。

2022年杭州亞運會將電子競技納為正式比賽項目，楊全盛最希望就是看到有香港隊參與並奪標。

他指出，人們需要弄清楚「電競」與「打機」的分別，因為並不是所有遊戲皆可用作電競項目。電競遊戲須具備「公平競爭」元素，選手不能透過「課金」等行為令自己擁有優勢，例如大家熟悉的《俄羅斯方塊》遊戲，如雙方每個落下的方塊設置相同，便屬於電競遊戲的一種。國際奧委會（IOC）去年已發聲明同意電子競技可視為一種「體育運動」，但是否能進軍奧運則須進一步確認其內涵不能有違奧林匹克精神，保證電競符合奧林匹克運動的相關規章制度。其中包括反興奮劑條款、不能涉賭，以及不能被

操控等。

港發展電競具潛力

楊全盛指出，香港於發展電競方面有不少潛力，曾經有一位《英雄聯盟LoL》前世界冠軍選手Toyz就是香港人，但無奈是當年他要以台灣選手名義參賽，因為當年香港的電競仍未普及。早年亦有香港選手到國外參賽，因找不到贊助要自己出錢買機票。不過，現時已多了私人企業投資，如「英皇電競」今年將投資逾千萬元，包括籌辦最少4個聯賽活動、開設電競學院及文憑課程，更會舉辦交流團到訪內地及台灣等。再者，香港的遊戲滲透率高於其他地區，所以絕對有潛質發展電競。他舉日本為例，雖然是盛產遊戲的國家，但電競長年發展不振，主要是因為日本政府不支持，獎金很低所致；現時港府態度很支持，相信會是一個好的開始。



## 金管局澄清從未發起虛擬商品

香港文匯報訊（記者 蔡競文）金管局昨表示，收到市民查詢，指有虛擬商品聲稱由金管局發起，供公眾人士投資。局方提醒市民，該局從未有發起相關投資項目，虛擬商品及相關投資項目亦不屬於金管局的監管範圍。金管局又指，市民如懷疑受欺詐，應立即聯絡警方或香港警務處商業罪案調查科，以便警方跟進和調查。

虛擬商品非監管範圍

其實，金管局將比特幣等虛擬貨幣定義為虛擬商品，這類「虛擬商品本身並無任何實質事物支持其本身價值」，並認為「虛擬貨幣不屬於貨幣」，因此不受金管局監管。金管局總裁陳德霖早前表示，買賣虛擬商品本身不構成問題，但當銀行或金融機構與虛擬商品有任何業務融資或交易，則需注意交易

對手風險以及是否符合反洗黑錢要求。

陳德霖指，本港早年已推出指引，提醒銀行虛擬貨幣有不具名特性，交易時有機會違反反洗錢及認識你的客戶（KYC）的要求，提醒在金管局反洗錢條例下，有關方面需小心處理交易。

今年3月曾叫停ICO

內地及不少地區去年來加強對比特幣等虛擬貨幣的監管，香港證監會去年起就本港的虛擬貨幣交易發出指引，今年3月更首度叫停面向香港公眾進行的首次代幣發行（ICO），指該首次代幣發行人Black Cell Technology（下稱「Black Cell」）進行未獲認可的推銷活動及無牌進行受規管活動。其後Black Cell停止向香港公眾進行ICO並取消有關的ICO交易。

根據證監會指出，若ICO涉及向香港公眾提出購買集體投資計劃中的權益或參與集體投資計劃的要約，除非獲得豁免，否則或須根據《證券及期貨條例》事先獲得認可或符合發牌規定。集體投資計劃中的權益被視為《證券及期貨條例》所界定的「證券」。

根據《證券及期貨條例》第103條，任何人在香港或其他地方發出任何廣告、邀請或文件，或為在香港或其他地方發出而管有任何廣告、邀請或文件（視屬何情況而定）或載有請公眾作出（其中包括）取得或要約取得集體投資計劃的權益，或參與集體投資計劃的邀請，即屬犯罪。根據《證券及期貨條例》第114條，除非某人獲證監會發牌或認可，否則任何人經營某類受規管活動的業務或顯示自己經營該類受規管活動的業務，即屬犯罪。

## 京東擬3億入股雷鳥科技

探索AI技術研發

香港文匯報訊 TCL多媒體（1070）昨宣佈，旗下雷鳥科技與京東達成戰略合作意向。京東擬投資3億元（人民幣，下同），本次增資後京東將持有雷鳥科技6.67%的股權。雙方將在業務層面展開戰略合作，開展基於互聯網基礎能力、內容及服務，以及生態資源等領域的合作。

雷鳥科技為TCL多媒體旗下TV+智能電視平台，依託TCL智能終端機的用戶規模和產業鏈資源，以用戶為中心；同時通過豐富內容和應用，以及完善用戶體驗來不斷擴大用戶規模，提高平台商業價值。

雙方將在廣告系統、電商和物流服務，以及會員賬戶統一管理等領域開展深入合作，結合雙方資源和能力優勢，提升智能大屏產業價值。此外，雙方還將共同探索人工智能（AI）技術研發，以及在智能大屏和智能家居產品的應用研究，共同開拓市場，提升用戶體驗。

TCL多媒體首席執行官王成表示，「京東是中國領先的科技驅動型電商企業及零售基礎設施服務商。通過此次與京東合作，及此前的騰訊戰略投資，將有助於推動雷鳥科技

大力提升平台價值和商業變現能力。」TCL多媒體將基於現有智能家庭終端產品的優勢，進一步豐富互聯網內容與應用資源，完善平台營運和用戶服務能力，加速智能大屏生態下的商業模式創新及強化變現能力。

截至2018年第一季度，雷鳥科技累積激活用戶已達約2,559萬，其中2018年第一季度收入約6,887萬元，按年增約338%。2017年7月，雷鳥科技獲騰訊數碼4.5億元戰略投資。該首輪增資不僅為雷鳥科技開拓智能電視營運業務發展提供資金支持，亦加強了雙方於不同領域的合作。

## 澳博首季賺7.3億增26%

香港文匯報訊 澳博（0880）昨公佈，2018年第一季度博彩淨收益同比增加6.7%至84.1億元。經調整EBITDA增加17%至9.87億元。經調整EBITDA率由去年同期的10.5%增加至11.5%。公司擁有人應佔溢利增加25.8%至7.3億元。主要是由於自行推廣娛樂場之中場博彩毛收益增加。

業績報告公佈，期內貴賓博彩毛收益為48.81億元，同比减少1.1%；中場博彩毛收益為57.41億元，同比增加9.5%；角子機博彩毛收益為2.94億元，同比增加14.6%。總淨收益為85.97億元，其中包括酒店、餐飲、零售及相關服務收入合共1.87億元，去年同期則為1.47億元。

## 產品揀啱色 營銷贏一半

香港文匯報訊 顏色是設計其中一項最重要的元素，優秀的顏色搭配能有效吸引消費者注意。彩通亞太區銷售及市場總監黃美華日前出席第33屆香港禮品及贈品展，並在研討會分享指，顏色對消費者的購買決定影響力佔50%至85%。

顏色具心理生理意義

在大會舉辦的「顏色對設計的影響」研討會上，黃美華分享了顏色對產品及品牌營銷的作用。她解釋了不同顏色和色系的心理和生理作用，並提到如何有效運用顏色達成設計目標。由於人類有八成體驗與視覺相關，要成功傳遞訊息，視覺暗示尤其重要，顏色的影響較形狀和文字更為強烈。

她指出，人類對顏色有心理和生理上的反應，大部分反應是直觀或與情緒相關的，僅5%屬於理性範疇。平均而言，一件產品只有3秒時間捉緊

消費者的注意力，所以對產品營銷來說，以顏色構成的第一印象非常重要。黃美華解釋，消費者對顏色的反應普遍是長期不變的，但有時會略為轉變，又或演變，因此必須按照當前的資訊去決定如何應用顏色。

紅色有利奢侈品營銷

例如紅色在不同文化中均代表著最激烈的情緒，相關形容詞是迷人或扣人心弦。紅色與火熱和溫暖相關，實際上更可以使新陳代謝率提升13%；適用於運動及運動飲品上。在亞洲大部分國家，紅色與幸運、快樂、富裕、幸福和長壽相關。將紅色與紫色和紫色組合，就可以締造優雅、有品味且優美的形象，對營銷奢侈品特別有效。

黃美華強調，顏色是設計過程中的關鍵元素，也是視覺設計中最重要的一部分，只要妥善應用，就能使公司、品牌和產品突圍而出。