



# 沙特打造中東電競樞紐 印尼認可正式體育項目 多地推動電玩業 提升文化軟實力

香港文匯報訊 中國首款國產3A級遊戲《黑神話：悟空》上線後掀起巨大熱潮，目前全平台銷量已突破千萬套，被視為中國在全球提升軟實力的重要一步。環顧全球許多國家亦重點推動電子

遊戲業發展，藉以提升軟實力和競爭力，其中沙特阿拉伯便投資數十億美元，旨在將該國打造為中東電競樞紐；東南亞多國亦積極扶持電玩產業，使該地區成為全球增長最快的電競市場。

沙特擁有龐大的玩家基礎，研究顯示，該國目前擁有超過2,300萬遊戲玩家，約佔全國人口的67%。

## 沙特冀2030年擁250電玩公司

沙特主權財富基金PIF旗下的Savvy Games Group近年斥資約80億美元（約623億港元），在全球各地入股或收購遊戲公司，包括收購中國電競英雄體育的股份和美國手遊開發商Scopely。PIF主席、沙特王儲兼首相穆罕默德公開表示，希望在7年內令沙特轉變為「全球遊戲和電競的絕對中心」。沙特還為Savvy提供380億美元（約2,962億港元）的專用款項支持，該國願景是到2030年擁有250家電子遊戲公司，創造3.9萬個工作職位，令行業貢獻1%的國內生產總值（GDP）。

中國科技巨頭騰訊已與沙特電競世界盃基金會（EWCF）達成為期3年的合作夥伴關係，以推動《和平精英》和《王者榮耀》在該地區乃至全球的發展。業內人士估計，預計短期內會有更多遊戲公司達成類似的合作協議，以實現進軍沙特遊戲市場。

沙特當局還宣布擬在首都利雅得附近的巨型娛樂城Qiddiya中，設立佔地50萬平方米的全球首個「遊戲與電競特區」，預計可同時容納多達25支電競團隊，還有一座面積達3,600平方米的電競場館，可容納5,155名觀眾。Qiddiya投資公司表示，估計將有30多家電子遊戲公司的地區總部進駐，預計到2030年，每年遊客人數將達到1,000萬。

## 大馬為遊戲創作者提供支持

東南亞多國給予電子競技和傳統體育同等的地位，為選手提供重點支持。例如在印尼，電競不僅被認可為正式體育項目，政府還成立印尼電競中央委員會支持選手，並創辦Garudaku電競學院為行業培養人才。新加坡則透過舉辦各種賽事，成為該地區領先的電競中心，曾舉辦Dota 2國際邀請賽和Free Fire World Series電競錦標賽等大型賽事。

馬來西亞政府機構包括馬來西亞數碼經濟機構，亦為遊戲創作者提供激勵和支持，包括發放數碼內容補助金，以及舉辦數碼內容創作者挑戰賽等。去年10月，馬來西亞財政部宣布撥款3,000萬令吉（約5,377萬港元），鼓勵外國遊戲和電競公司投資。目前馬來西亞已擁有一批能開發3A遊戲的公司，參與開發的知名遊戲包括《街頭霸王6》、《最終幻想 XV》及《Cyberpunk 2077》等。



◆《黑神話：悟空》上線後，在全球多地掀起巨大熱潮。新華社

香港文匯報訊 電子遊戲行業作為提升軟實力的途徑，受到愈來愈多國家和地區認可。歐洲議會通過有關電競和電子遊戲的決議，承認電子遊戲作為文化創意產業的重要價值，認為其具備強勁的增長和創新潛力，英國亦將電競納入新重大賽事戰略框架一部分。

歐洲電子遊戲市場規模在2021年達到2,330億歐元（約2萬億港元），包括4,900多家遊戲工作室和200家遊戲發行商。歐洲議會認為，電子遊戲已成為全球領先的文化創意產業，能夠為整個文化創意產業帶來積極的變化。歐洲議會還認為，電子遊戲受眾廣泛，可以連結所有年齡、性別和背景的歐洲民眾，透過沉浸式體驗宣傳歐洲的歷史、身份、傳統和價值觀等，能夠為歐盟軟實力作出重要貢獻。

## 英擬舉辦大型電競賽事

英國體育局今年3月公布未來10年大型賽事的申辦和舉辦，並將電競比賽納入其中，凸顯出對電競的重視。英國近年來已舉辦一系列電競賽事，包括《Apex 英雄》全球系列賽（ALGS）、2023年英雄聯盟季中冠軍賽（MSI 2023）等。英國預計今年內還將舉辦更多大型電競賽事，包括英雄聯盟2024賽季全球總決賽。



◆英國近年舉辦一系列電競賽事。網上圖片

## 歐議會承認具強勁增長創新潛力



◆致力發展電競的沙特擁有超過2,300萬遊戲玩家，約佔全國人口67%。網上圖片

## 印度逾400企業進軍電競領域

香港文匯報訊 印度政府積極推動電子遊戲業的發展，並於2022年12月正式承認電子競技為「綜合體育賽事」的一部分，由印度青年事務與體育部負責，並探索將電競納入體育發展計劃。印度多個組織亦致力推動遊戲業發展，舉辦知名賽事吸引更多玩家。

### 玩家數量逾4.4億

印度現時玩家數量超過4.42億，僅次於中國，印度互聯網和移動協會（IAMAI）預計這一數字在2025年將達到6.5億。目前印度已有逾400家遊戲公司進軍電競領域，電競市場規模在2023年達到2億美元（約15.59億港元），有分析認為印度電競市場有望在未來10年以18%的複合年增長率增長，最終將增長4倍。

印度電競行業的發展也得益於相關組織的參與，印度電競聯盟（ESFI）在游說官方承認及組織國內和國際賽事作出重要貢獻。此外，Skysports和Nodwin Gaming等組織和公司舉辦知名錦標賽和聯賽，提供豐厚獎金，這些賽事為玩家提供了知名度和認可度。

## 日加強電玩動漫海外推廣 促進經濟增長

香港文匯報訊 日本政府今年6月公布新版的「Cool Japan」文化資產出口計劃，將向海外輸出動漫電玩定為國家關鍵產業，目標到2033年相關產業出口額能大幅增長逾3倍，達到20萬億日圓（約1.08萬億港元）。

### 《鬼滅之刃》全球大受歡迎

這是日本政府知識產權戰略總局5年來首次修改其Cool Japan策略，旨在向全球推廣日本文化，促進更大的經濟增長。儘管Cool Japan涵蓋廣泛領域，包括日本食品、科技、時尚等，但這項新計劃透過將電子遊戲和動漫作為日本核心產業之一，凸顯兩者的重要性。

根據有關策略，年輕的創作者和藝術家將在多年內獲得扶持，以便將產業向海外

擴張，促進文化和技術資產的數碼化，並制訂2026年及以後的策略。該策略文件稱，近年來動漫等內容在吸引愈來愈多海外年輕觀眾方面，發揮極其重要的作用，成為他們進入日本的「門戶」。疫情期間出現的串流熱潮，有助提升動畫的全球推廣，其中包括《鬼滅之刃》等在全球票房大受歡迎的作品。動漫YouTuber積極參與電玩，也有助提升日本的國際軟實力。

隨著疫後國際旅遊業快速增長，日本政府決定重新修訂Cool Japan策略。在2022年，日本的內容產業（包括漫畫、動漫和電子遊戲）創下了4.7萬億日圓（約2,704億港元）的歷史新高。接近該國微芯片業的5.7萬億日圓（約3,244億港元）出口額，促使日本政府將重點放在支持本地動畫產業和遊戲開發者。



◆洛杉磯有列車印上《鬼滅之刃》畫像。網上圖片

## Netflix 韓劇「入屋」提升韓國國際地位

香港文匯報訊 歐洲《現代外交》期刊指出，韓流一直是韓國提升國際地位戰略的基石，透過有效利用音樂、電視劇、電影和網絡劇等文化產品，韓國在全球範圍內推廣其文化價值。此外，韓國還將文化傳播和數碼經濟結合，吸引更多投資，催生更多就業機會。

《Sweet Home》等一系列韓劇最近在Netflix火熱，其在全球受歡迎程度，凸顯流行文化在塑造全球影響力方面的作用。韓國文化產品曾被認為屬於小眾，但現在已進入主流娛樂領域，對全球流行文化趨勢有一定影響力。《現代外交》表示，韓國影視透過生存鬥爭和人性的探索等引起共鳴，又融入韓國風格展示其文化身份，而Netflix這一全球性平台進一步放大影

響，令全球數以百萬計人士都能接觸到韓國文化。

### 數碼經濟增長創造就業

韓劇在Netflix上大獲成功，對韓國數碼經濟亦具有重要意義。Netflix對《Sweet Home》等韓劇投資，直接促進當地數碼經濟的增長，創造了從製作團隊到營銷專業人員等各種就業機會，並推動視覺特效和後期製作等相關行業的發展。Netflix收入亦因影視劇火熱而大幅增長，促進它對韓國更多內容的投資。

另一方面，相關韓劇的成功進一步鼓勵對數碼內容製作的投資，催生更多新工作室，增加對專業人才的需求等。教育行業也因此受益，大學和技術學校紛紛開設數

碼媒體和娛樂方面的專業課程。電子商務則是另一受惠行業，粉絲渴望購買影視周邊產品，需求熾熱推動韓國電子商務蓬勃發展，展現出提升文化軟實力對經濟的促進作用。



◆《Sweet Home》等一系列韓劇，在Netflix受追捧。網上圖片