

責任編輯：顏成忠 美術編輯：譚志賢

二〇〇九年八月一日 星期六



▼陳先生（中）手捧着「越一」贈送給他的黃金版迪格斯首辦模型（本報攝）



▲梁先生與友人斥資近七千元購入多款高達與變形金剛的限量版模型，花費金額與去年相若。（本報攝）



▼動漫展開幕首日，會場內迫滿人（林雨燊攝）

首日11萬人捧場 限量首辦搶手

動漫節墟山

一眾動漫迷引頸以待的香港動漫電玩節昨日開鑼，場面墟山，全日入場人數高達十一萬三千人，較去年上升近百分之七。在午飯後的人潮高峰期，場內擠得水泄不通，尋人廣播播不停。有台灣參展商出售的ONE PIECE與黑執事漫畫精品火速沽清，要即時補貨，亦有展商出售的米高積遜公仔，個半小時售出一半，不過有大型參展商表示，顧客態度轉趨審慎，要以贈品及「大眾化」價錢刺激消費。有狂迷就豪花七千元買高達模型。

本報記者 蔡淑汶 黃雪峰
實習記者馮慧婷



▲搶購漫畫

（本報攝）

衝入場搶購限量版模型

【本報訊】一連五日的動漫節昨日開幕，吸引大批青少年到場，有人為買心頭好收藏，有人則想搶購限量版產品圖利。排第二位的謝先生與頭位的陳先生是網友，已經連續三年兩人一起來排隊。謝先生表示，參展商早前已送給他一個冰晶版模型，這次打算花一千多元買限量版的「迪格斯」首辦模型，亦會購買網絡遊戲的虛擬寶物，有部分戰利品可能會賣出去。

四十二歲的蔡先生收藏動漫精品已有二十年，最喜歡馬榮成的作品。去年他花了二千六百元購買一個「聶風」（漫畫《風雲》內的角色）首辦模型，這次打算花五至六千元，把馬榮成的新產品全部買回家。

買了三十多本漫畫的鄧小姐表示，本身是中學生，零用錢不多，今次共花了一千五



▲陳健亮認為，遊戲機是良好的宣傳平台，宣傳效果遠較文字或漫畫優勝。（本報攝）

會場設禁毒遊戲試玩

警方聯同正生學生活動

【本報訊】青少年濫藥問題嚴重，有遊戲開發公司昨日在動漫節上，趁機展出由本港學生設計的禁毒遊戲，供市民試玩，內容包括以誇張的手法，突出吸毒帶來的尿頻後遺症，讓玩家與電腦角色鬥快上廁所，從而帶出毒品的禍害。正生書院十位學生，昨日亦有到動漫節會場，派發禁毒宣傳單張。

為了更容易向青少年灌輸禁毒訊息，香港科技大學計算機學系的陳健亮與香港理工大學設計學院的王詩淇，花費三周時間，設計出禁毒遊戲「禁毒日誌」，昨日起在微軟

動漫節未開鑼，已有逾千人排隊輪候，龍尾一度排至灣仔萬麗海景酒店。早在五日前已在會展門外風餐露宿的「面具男」陳先生，昨日豪擲二千三百五十元，購入價值八百元的特別版迪格斯首辦模型和一些遊戲禮品包，他更獲得參展商贈送黃金版迪格斯首辦模型一個。

對於能夠買得心頭好，他感到興奮。陳先生說，很喜歡這個遊戲，一直有收藏相關模型，今次獲得的特別版模型絕不轉售。他又表示，儘管自己排在頭位，但去年因大會安排不完善，雖然取得一號籌卻第六個進場，與特別版模型失之交臂，擔心這次也會被插隊，幸好現在順利買到特別版。

用七千元買高達模型

狂熱模型收藏家梁先生，昨日與一名友人斥資近七千元，大手購入高達與變形金剛的限量版模型，花費金額與去年相若。他表示，會轉售部分模型圖利，但具體詳情則拒

絕透露。

「噏模」出現擠滿人潮

首日吸引逾十一萬人次的動漫節，場內氣氛熱鬧，有買家亦有玩家，不少青少年三五成群在場內「趁墟」，有人買完漫畫就即場狂「煲」，而以漫畫主角造型出現的人比比皆是，左邊一個「黑執事」，右邊一個「星泉」。此外，掀起全城熱話的「噏模」正面侵襲場館，出售的人型咕咾賣個滿堂紅，「噏模」所到之處都迫滿人潮，當中有「粉絲」亦有「龍友」。

第一次參展的台灣展商「木棉花」，出售ONE PIECE與黑執事等漫畫精品，吸引數十人排隊。「木棉花」總經理許桂潔表示，所售的漫畫精品非常受歡迎，售百多元的ONE PIECE索柏帽及砌圖，共逾千件貨品火速沽清，要即時從台灣補貨。她說，對銷情感到滿意，如餘下數天生意仍然理想，下年一定再來參展。

有出售高達模型的瑞華行，其市務經理麥承發表示，感覺人流較去年少，「以前成個攤位迫滿人，依家好似鬆動咗。」顧客消費力都轉弱。

他說，經濟因素或多或少構成一定影響，但今年已多推出大眾化價錢的產品，又送贈品，希望可以刺激消費，但拒絕勞價促銷。麥承發續稱，顧客受落送贈品，加上限量版不是經常推出，相信仍有吸引力，期望營業額可較去年上升兩成。

米高積遜模型亦熱賣

米高積遜首辦模型亦成為熱門貨品。Hot Toys負責人陳小姐表示，昨日推出五百套「Tribute to the King of Pop」首辦模型，每套售價五百五十元，共有八款造型，僅兩個半小時已迅速售出近半存貨。此外，他們又為「Thriller」會場限量版首辦模型徵求預購，每套定價一千一百八十元，亦成為熱賣。

什麼是Cosplay？

資料

Cosplay起源於日本，Cosplay是Costume-play的縮寫，中文譯作「角色扮演」，即是以服飾和道具的配搭，加上化妝造型、身體語言等，來扮演成一個自己喜愛的角色。參與Cosplay的人稱為Cosplayer（角色扮演者）。

Cosplay扮演的包括漫畫、動畫、電影、藝人歌手、電影、視覺系樂團和自創的角色。然而，Cosplay的象徵其實並無限制，只要是在扮演一個角色便是了。但Cosplay是要傳神地去演繹一個角色，所以基本要求是要「形似」和「神似」。「形似」是指外形要相似，例如服裝、道具、化妝、甚至髮型都要相似。「神似」是指神韻要相似，例如舉止動作、神態都要相似。



動漫電玩展焦點限量貨品

參展商	產品	售價
遊戲橘子(Gamania)	赤壁至尊龍包	\$488
遊戲橘子(Gamania)	赤壁鳳寶盒包	\$488
越一科技	LFO 迪格斯首辦模型特別版	\$800
越一科技	LFO 世紀宿命包	\$350
越一科技	LFO 末日戰神包	\$350
XBOX 360	香港特色無線手掣	\$360
天下	《風雲》絕世好劍20周年紀念版	\$320
天下	《風雲》巨缺開信刀	\$170
Hot Toys	米高積遜「Tribute to the King of Pop」首辦模型	\$550
Hot Toys	米高積遜「Thriller」會場限量版首辦模型	\$1180
玉皇朝	火雲邪神·極道羅刹究極首辦——會場版及限定版	\$1200
瑞華行	合金鐵人28模型	\$800
角川洲立	《強殖裝甲》(1-25集)	\$525(一套)
角川洲立	《Keroro軍曹》(1-17集)	\$407(一套)

▲對於有人將「噏模」與Cosplayer混為一談，梁小姐（左一）表示不認同，又認為「噏模」穿得性感只為宣傳，大家性質不同。（本報攝）



家長陪子女同遊增進感情

【本報訊】購買動漫產品並非年輕人專利，不少家長昨日與子女同遊動漫節，希望拉近彼此間的距離。前民政事務局常任秘書長李麗娟認為，「唔識動畫，就唔識同子女溝通」，鼓勵父母多陪同子女參觀動漫節，為子女挑選適合的動畫。

為了購買「LFO小鬥士大冒險」遊戲的首辦模型，梁太周二開始已經陪伴兒子排隊。第四年陪兒子到訪動漫節的她表示，兒子很喜歡這個遊戲，每年動漫節都會購買相關首辦模型，擺在家裡欣賞或用來臨摹。她明白兒子有自己的喜好，只要不過度沉迷遊戲，就不會反對。她又說，希望陪兒子排隊時，可以給予一定的指導，讓母子之間有更多共同話題，有助增進感情。十二歲的暉嶽則表示，對於媽媽陪自己排隊很感動，其實也不希望媽媽這麼辛苦，會好好學習來報答她。

家住沙田的周太太昨日陪伴十七歲的兒子，與家住青衣的外甥到動漫展參觀，外甥花了二百多元買網上遊戲的禮品包。周太太表示，趁暑假期間可以多陪孩子參加各類活動，既可以了解孩子的交友情況，亦可以知道孩子的喜好，雙方溝通的時間也多了。