



影視類書籍大賣 短線旅遊類書籍走俏 書展錄99萬人次入場 人均消費近千元



香港書展2024

連七天的第34屆香港書展於昨日結束，主辦方香港貿發局統計，今年受訪者於書展的平均消費金額達912港元，較去年略升4.6%，佔書客全年購買實體書開支74%，合共三個展香港書展、香港運動消閒博覽及零食世界，共吸引99萬人次入場。

有參展商表示，受益於年度主題，影視類書籍銷量不錯，特別是電影大熱IP可反過來帶動相關書籍的銷售，短線旅遊類書籍走俏，人們愈來愈關注本地社區的人和事，香港專題類書籍廣受關注。

大公報記者 劉毅



書展逢暑假，不少小朋友在「打書釘」。

香港書展期間，大會委託研究機構訪問超過820位入場人士，深入剖析書迷的閱讀習慣及消費選擇。今年受訪者於書展的平均消費金額達912港元，較去年略升4.6%，佔書客全年購買實體書開支74%，凸顯香港書展作為出版業界重要推廣及銷售平台的吸引力。另外，三個展覽有九成展商提供電子支付服務，而使用電子支付的受訪者則有72%。

周末客流明顯增多

為配合今年年度主題，「世界文藝廊」匯聚環球影視名著，「文藝廊」展示本地影視文學，現場講座大受歡迎，特別是「名家講座系列」，吸引不少內地訪客踴躍參與。周五夜晚，周末兩天，以及本周一，入場公眾明顯增多，雖不似以往，需要排上一兩個小時才能入場，但現場人頭湧動。

貿發局副總裁張淑芬表示：「三大夏日盛事獲業界及市民大眾踴躍參與，書展繼續以書會友，現場講座大受歡迎，還吸引不少內地訪客參與，呼應年度主題影視文學的書籍更備受熱捧。『世界文藝廊』匯聚31個國家與地區的影視展品，配合多元化文化活動及各種互動裝置及體驗，讓入場人士『漫遊光影文字間』，有助推動香港成為中外文化藝術交流中心。同場的運動消閒博覽及零食世界提供各式各樣體驗及美食，吸引八方來客，刺激本地消費。」

根據貿發局的調查顯示，本次書展最受讀者歡迎的書籍種類，前五類分別為小說（47%）、漫畫（21%）、兒童及青少年讀物（19%）、旅遊（18%）及文學（16%）。在電子書方面，有65%受訪者在過去一個月有閱讀電子書，其間他們閱讀電子書的平均時數為16小時。參觀人士到書展的主要目的是購買最新書籍（55%），其次是享受購書折扣優惠（53%），以及感受國際書展的文化氣息（30%）。

書迷趁尾日到場「掃貨」

大公報記者在現場看到，為了提升書籍銷量，不少書商都推出了折扣或特價銷售，昨天是書展最後一日，不少人把握最後時刻，入場選購，也可見到拖着行李箱掃貨的外地遊客。雖然補習類書籍依然好賣，不過也有家長表示帶孩子來買書只為興趣，並不局限只選購補習書。

今次逛書展人數與往年相若，不過有一些書商表示，銷情較去年沒有那麼理想，甚至部分時間前來選購人數並不多，公眾購買熱情趨向謹慎。內地出版方面，北京館和廣東館都側重展出具有其城市特色的書籍，比如北京館展售北京傳統文化書籍和相關文創產品，廣東館則多可見到介紹大灣區發展的書籍等，也都有對此感興趣的本地讀者。

一連七日的書展現場，都不乏見到操普通話的購書人，他們有的居住在香港，有的是特意從內地前來香港書展，也都有很高的購買慾，甚至不會設限，就是走走逛逛，看到心頭好就買回家。有從深圳來的劉小姐表示，很多時候是因為想一睹名家風采、獲得其簽名才來書展，她希望未來香港書展可以更加多元化，譬如增加一些互動體驗式策展理念，而不是只是買書人和賣書人的大賣場。



「文藝廊」設「迷你影院」空間，呼應書展年度主題。



第34屆香港書展一連7日舉行，於昨日閉幕。

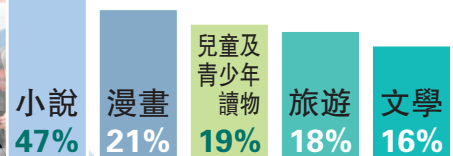


香港書展現場，人頭攢動，讀者紛紛選購心頭好。



「名家講座系列」為香港書展一大亮點。

最受讀者歡迎的前五類書籍
(來源：香港貿發局)



本地專題類書籍受追捧

城市變遷

在今次書展中，講述香港專題類書籍，普遍受人關注。這類書籍記錄了香港

這座城市特有的美學印記，講述了城市發展的歷程，不少讀者在翻看時都忍不住感嘆，「書中介紹的老建築、老街道，傳統的文化，雖然抵不過城市變遷，都不存在了，但它們的確是我們走過的日子，以前居住過的地方，從書中看到特別有親切感。」

三聯書店方面表示，暢銷書體現讀者對自己所居住社區文化的關注，譬如介紹本地喪葬文化的《身後事》和《香港海水魚類圖鑑》都十分好賣。不僅如此，一些此類書籍還配有攝影圖片，讓今天的人們也能看到消失的老建築過往的樣子。

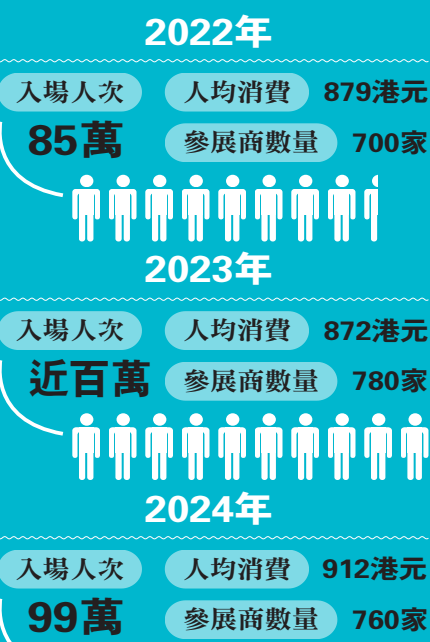
經緯文化負責人在接受大公報記者採訪時也表示，《香港老美》系列呈現老香港的美學印記，書中的文字加之拍攝的照片，將仍然現存於世的一些老香港建築，及其背後的歷史故事，娓娓道來，頗受讀

者喜愛。書展結束前一天，《香港老美》已告售罄，現場只見到《香港老美2》還有兩本未有賣完，前來購買的王先生說，書籍記錄香港的老建築故事，還有傳統工藝等城市文化收錄其中，具收藏價值；且書籍還附有可以登錄瀏覽的社交平台，也是一大吸引點。



《香港老美》等介紹本地專題的書籍受青睞。大公報記者劉毅攝

數讀香港書展



數據來源：香港貿發局

電影IP帶動城寨書熱銷

銷量喜人

今年書展年度主題為「影視文學」，期間也不乏由大熱電影帶動的圖書銷量現象。

香港電影《九龍城寨之圍城》獲得口碑大豐收，書展現場多處可見「城寨」元素。售賣電影原作者余兒小說的創造館攤位，書商多次補貨，也都宣告沽清。余兒現身舉行簽書會，吸引大批電影粉絲，排起了長龍。創造館負責人表示，余兒小說一套三冊九龍城寨系列之《圍城》《龍頭》《終章》等都銷量喜人。

記者也留意到，書展剛開始一兩日，《龍頭》已沽清，本地電影迷紛紛前來購買，也有看到「沽清」二字而敗興而歸的讀者，有本地讀者表示，雖然已經看過電影，但因為實在精彩，所以就買原著小說再看一遍，從而了解故事的更多細節；有內地讀者也專程來香港書展，購買簽名版書籍。

不僅如此，受「電影熱」的影

響，不少介紹九龍城寨歷史的書籍也都銷量走俏，甚至是翻熱，如2015年由中華書局出版的《黑暗之城：九龍城寨的日與夜》的銷售量即「爆發式」增長，首年出版僅賣得百多本，今年卻賣300多本，而由商務印書館出版鄭寶鴻所著的新書《重建九龍》也是特別好賣。為了令讀者更真實感受九龍城寨昔日風光，主辦方還在書展現場打造九龍城寨模型，吸引了大量公眾打卡，模型做工細膩，樓宇風格、店舖設計都能讓人感受到城寨特點。



《九龍城寨之圍城》電影大熱帶動書籍銷售。大公報記者劉毅攝



作家舉行簽書會，吸引讀者。大公報記者劉毅攝

北上攻略書受歡迎

北上路線

如今，港人北上消費已經成為一種潮流，這種現象也令本次書展的北上攻略書暢銷。相比較往年熱賣的日本、泰國等旅遊書籍，短線旅遊類書籍成為了北上消費客的新寵，介紹大灣區的旅遊書，諸如深圳、佛山等地，都是讀者的熱門選擇。本地擅長做旅遊類書籍的書商經緯文化表示，開展不足四天，大灣區短線旅遊類書籍已賣出四五百本。

萬里機構出版有限公司負責人也指出，因此上熱潮，北上旅遊書籍銷量十分可觀。北上達人西DorSi推出《深圳旅遊新情報2024~25》及《佛山旅遊新情報2024~25》分別高踞萬里機構熱銷榜第一及第四，「北上消費書籍，如深圳佛山等旅遊書籍非常暢銷。其中有關深圳旅遊書籍銷量位居榜首，而有關佛山的則排第四。」他認為這一現象說明暑期來臨，人們更偏愛北上等短途遊。

雖然可以從網上獲取旅遊類資訊，但經緯文化負責人認為這些介紹北上消費類書籍，按照吃喝玩樂分門別類，不同章節之間連貫性強，方便讀者更加快捷、集中地掌握資訊，而不是如瀏覽網頁一般，需要自己逐一搜尋。