

在尖沙咀星光大道舉行、納入香港盛事的

《100%多啦A夢&Friends》巡迴特展，由7月13日至昨天共30日，在展覽一帶錄得逾500萬人次，包括市民與遊客，帶動商場人潮急增四成，創出年度單日新高，餐飲零售業生意額增長三成。

香港旅遊業議會表示，近期盛事湧接湧舉行，七月份內地赴港旅行團數目按年多逾一成，達6450團，創下今年新高，8月份首四日已錄得逾1000團，議會看好下半年旅遊旺季吸客能力，期望多舉辦文體旅盛事，持續優化景點，以提升旅客體驗。

大公報記者 鍾佩欣（文）
黃洋港（圖） 許焯傑（視頻）



▶多啦A夢特展免費展區昨日最後一天，大批粉絲到場歡送多啦A夢。



盛事浪接浪 七月訪港人數勁升

多啦A夢展吸500萬客

餐飲零售生意飆三成

巡迴特展包括設於星光大道的免費展區，以及設於K11 MUSEA商場內的收費展區。免費展區昨日完結，主辦方表示，綜合各展區、所在商場及星光大道，由展覽開幕至今的人潮數據，展覽一帶截至昨日錄得逾500萬人次。有多啦A夢粉絲說，在展覽第一天已到場參觀，昨日再來捧場，購買展覽限定商品等花費了六、七千元。有內地遊客說，來港旅遊參觀多啦A夢展覽，重溫童年回憶，並希望多舉辦同類活動。

多粉：花費六七千元

本港正舉辦多項不同盛事，旅遊業議會主席徐王美倫表示，受惠於暑假旺季、盛事活動等各方優勢，7月份內地入境團數字約6450團，創今年新高，8月首四日有逾千個內地入境團訪港，形容是「好勢頭」。她稱早前的書展、動漫展等，均吸引可觀人流，演唱會有助吸引旅客過夜，希望舉辦更多文體旅盛事，同時建議投羅一些特別、具香港文化、中西文化交匯活動，吸引更多旅客來香港，政府及業界持續優化旅遊景點，提升旅客體驗。

K11 MUSEA商場內一間餐廳打造成多啦A夢主題咖啡廳，推出漫畫中的紅豆銅鑼燒、鈴嚙造型的咖啡等餐飲，引起多啦A夢迷的童年回憶，餐廳外的人潮長期「火爆」。

K11集團高級副總裁林灝哲表示，受展覽帶動，K11 MUSEA人流急升四成，創今年單日新高，市民及旅客比例約佔一半，主要吸引家庭客到訪及消費。周邊餐飲及零售業銷售額同樣增長30%，不少商戶的營業額有理想增幅，推出多啦A夢主題套餐的餐廳，展期內的顧客量比平日

飆升70%，人均消費約200元。他說希望持續引入更多國際級文化藝術盛事落戶，刺激人流及銷售。

餐廳人均消費100至500元

在尖沙咀一帶及K11 MUSEA有逾20間餐廳的餐飲集團Gaia Group，總經理（業務拓展及營運）麥詠恩表示，展覽期間，旗下於尖沙咀一帶餐廳平均營業額增長30%，人均消費100至500元。她形容從早到晚都有客人參觀展覽，參觀後留在商場消費及用餐，帶來了穩定的全日客流量，餐廳七成是內地客，三成是本地客；旅客主要是內地客，其次是東南亞客。

尖沙咀一間茶餐廳的負責人梁先生表示，多啦A夢展覽舉行以來，見到餐廳有不少旅客光顧，暑假期間生意較五、六月淡季相比上升近兩成。他認為展覽可延長旅客逗留時間，有助帶動周邊消費，期望政府持續舉辦大型盛事吸客。

「我覺得(展覽)可以帶動很多商機！」巡迴特展主辦單位AllRightsReserved創辦人林樹鑫表示，不少餐飲業人士反映，展覽期間生意上升，有食肆推出「粉絲九折」優惠，結合展覽主題，他認為展覽可為食肆帶動人流，但商業手法需由商戶自家經營，如何在眾多間食肆突圍而出。

巡迴特展收費展區展期將於8月18日結束，主辦單位早前預留8月16日全日門票，預計補償予展區若因天氣暫停開放而未能進場的觀眾，但現時預料至展區完結時，都未有需要因天氣停開，故將於今日傍晚6時，透過KLOOK公開發售8月16日收費展區全日門票。



◀附近商場有餐廳打造成多啦A夢主題咖啡廳，推出多款造型可愛的食物，大人小朋友都鍾意。

觀展者有Say

冀再辦同類活動 旅客孫小姐



在內地社交平台上看到香港有多啦A夢展覽，就過來看一下。多啦A夢是童年回憶，故事角色都很有趣，希望下次有櫻桃小丸子等卡通人物展覽。

買不少周邊商品 市民黎先生



我喜歡多啦A夢12年了，多啦A夢很有創造力，而且故事都很有趣，角色討人喜歡，今次在香港有它的主题展覽，我過來好幾次，也買了不少多啦A夢周邊商品。

門票周邊商品熱賣 撐起活動經費

文化盛事

《100%多啦A夢&Friends》展覽的主辦單位AllRightsReserved，去年舉辦兩隻巨型黃色橡皮鴨在維港的展覽。今次多啦A夢展覽雖納入盛事年表，但並無申請政府文化藝術盛事基金資助。主辦方表示，今次展覽財政上主要靠私人機構支持，以及政府部門協調安排，大部分收入或來自紀念品售賣，及收費展區。

受歡迎紀念品數日內售罄

AllRightsReserved創辦人林樹鑫昨日表示，今次展覽紀念品銷情不俗，一些受歡迎的紀念品於展覽初段數日內已經售罄，顧客平均消費

1000多元，有顧客一次過大手掃貨花費7萬元。展覽在尖沙咀K11 MUSEA 6樓設有收費展區，售票平台網頁顯示，一般門票收費分為120元及150元，特典套裝門票320元；主辦單位早前表示，所有門票已經全數售罄。

多啦A夢展覽推出至今，宣傳方式鋪天蓋地，輕鐵地鐵列車、昂坪360纜車等都有不同類型宣傳品。

根據官方資訊，今次展覽活動由保誠保險、港鐵公司、昂坪360、Samsung贊助，以及由文化體育及旅遊局、香港旅遊發展局支持。

大公報記者 鍾佩欣

粉絲清晨6時到場排隊 爭取最後一天打卡

盡興而歸

多啦A夢巡迴特展免費展區展期昨日最後一日，主辦方舉辦四場感謝祭活動，多啦A夢與大雄、靜香、小夫、胖虎等漫畫角色一同進場，與市民打卡，現場遊人反應熱烈。有遊人說，昨日清晨6時已到場排隊，希望與多啦A夢打卡。

多啦A夢迷黎先生說，對免費展區完結感到不捨。多啦A夢是他從小喜歡的動漫，對能夠在香港看到不同造型、表情的多啦A夢立體雕塑，感覺新奇有趣。

阮太與兩位子女昨日身穿多啦A夢服裝、頭飾等「盛裝打扮」到免費展區。她說孩子看電視播放的卡通片，開始認識多啦A夢，大兒子看到多啦A夢電影的感人情節時會感動流淚，因此特意到來參觀展覽打卡。

市民黃先生認為，展區採取限制人潮措施，同時設有多個不同造型的打卡點，不會出現人迫人、排長龍的情況，認為安排頗佳。

主辦：加入文化元素引大眾共鳴

主辦單位AllRightsReserved創辦人林樹鑫表示，是次展覽配合電影上映，形成不錯的市場效應，同時加入文化元素，引起大眾共鳴。他認為吸引市民及旅客前往參觀的展覽，並不容易，今次策展加強周邊宣傳，加設展覽收費區、港鐵列車、周邊產品等，期望打造成香港盛事活動，吸引大家齊齊參與。他稱已有多個國家邀請合作，今次展品將會收起，用於下次巡迴展覽。

大公報記者 鍾佩欣

迪士尼擴展Marvel主題區 預告加入蜘蛛俠

【大公報訊】記者賴振雄報道：香港迪士尼昨日公布擴展計劃，將進一步擴大「明日世界Marvel主題」，為賓客提供娛樂、購物及餐飲體驗，預告加入蜘蛛俠元素，首次展示其概念圖，蜘蛛俠將會大戰反派八爪魚博士，設施規模及落成日期未定。有旅遊學者認為，園區擴建可吸引更多旅客訪港，但要考慮成本效益，建議多用科技元素，提升新鮮感。有立法會議員建議，新設施加入更多香港元素，強化獨特性。

香港迪士尼樂園現有的「明日世界Marvel主題」區域內，「鐵甲奇俠飛行之旅」和「蟻俠與黃蜂女：擊戰特攻！」均是香港迪士尼獨有，分別於2017及2019年落成，開幕至今接待逾數百萬名賓客。

上海迪園增設蜘蛛俠過山車

迪士尼體驗主席戴明哲近日在美國加州舉行的D23迪士尼全球粉絲大會公布，香港迪士尼樂園將會展開新階段擴展計劃，「明日世界Marvel主題」進入擴建計劃第三部曲，並且是全新的延伸區域。

園方未有交代擴建計劃的細節、規模、投資金額及落成日期等，只透露將會引入超級英雄蜘蛛俠的相關設施，並為賓客提供娛樂、購物及餐飲體

驗。

故事描述，「鐵甲奇俠」東尼史達已於2017年在香港設立史達工業亞洲總部，並選址在香港迪士尼樂園舉辦史達科技展，蜘蛛俠彼得帕加即將加入成為史達工業的實習生，負責介紹科技館中展示的全新突破，卻引來最難對付的敵人，彼得需要更多的協助，拯救被捲入決鬥漩渦中的賓客。根據首次展示概念圖，蜘蛛俠面對的敵人，將會是反派八爪魚博士。

另外，上海迪士尼樂園昨日也公布，將加入以



▲迪士尼樂園將打造全新Marvel主題延伸區域，預告加入蜘蛛俠相關遊樂設施。

蜘蛛俠為主題的過山車設施，成為該園區首個Marvel的大型景點，新景點的前期建設準備工作，今年初已經啟動，包括第三間迪士尼主題酒店。

專家倡科技元素提升新鮮感

旅遊學者、職業訓練局項目經理黃家榮認為，香港迪士尼樂園擴建，可以為賓客帶來新鮮感，蜘蛛俠的品牌效應龐大，可吸引大批老中青粉絲，就算上海迪士尼同時引入蜘蛛俠設施，只要設施並不相同，仍有助吸引更多旅客訪港。

香港迪士尼樂園度假區的經營狀況有所改善，上年度業績淨虧損收窄至3.56億元，不過黃家榮認為，擴建園區的規模及資金必須審慎，多考慮成本效益，建議採用科技元素，提升新鮮感，加快賓客輪候設施的速度。

立法會經濟發展事務委員會成員陸頌雄表示，支持香港迪士尼樂園擴建，但新設施必須強化獨特性，加入更多香港元素，並可以仿效外國的主題公園，引入更多周邊產品銷售，例如進入擴建園區，購買特定道具，可以儲積分或獲得特別的效果，提升旅客的遊樂感，同時可以增加收入。

香港盛事效果好



動漫角色多啦A夢展覽在尖沙咀的免費展區昨日結束，一個月期間「打卡」人潮不絕，共錄得超過500萬人次到訪。這股熱潮帶旺了展覽場地周邊的旅遊、餐飲、零售等相關行業，丁財兩旺。

旅議會表示，7月份有6450團內地旅客，創本年暫時新高，8月份首4日更已逾1000團，期望再創新高，並持續有盛事保持「旅遊溫度」。然而並非所有大型活動都能成功吸引市民及遊客。多啦A夢展覽的成功，重點是知名度高，具備了普及性及趣味性，展出時間亦適逢合家歡的暑假假期，為提升人氣創造有利條件。

有關方面可吸取多啦A夢展覽成功經驗，讓盛事經濟投放更加精準的同時，取得更佳效果。香港無論是小說、動漫、影視、音樂都盛極一時，傳統及流行文化聞名世界，香港文化博物館為紀念金庸百年誕辰舉辦的雕塑展覽，超過30萬人次參觀，下月中秋節的火龍與綵燈預計吸引大量遊客，香港的盛事哪會缺少？