



一眾動漫迷引頸以待的香港動漫電玩節昨日開鑼！在香港社會復常後，今屆再無「口罩令」及人流限制等社交距離措施，入場人士可盡興試玩遊戲及掃貨，更吸引了不少內地及海外旅客入場「朝聖」及掃貨，盡顯香港的軟實力。昨日上午9時許，會場外已有逾500人排隊等候，人龍伸延至會展中心行人天橋。上午10時揭幕一刻，大批動漫迷即時衝入會場到心儀攤位購買「心頭好」，輪候入場的人龍久未消散，各通道被擠得水洩不通，不少人更自備行李箱到場購物。有經營玩具店的旅客特地從印尼來港，豪擲2.6萬港元「掃貨」回國轉售圖利，有內地客則指到過不同國家及地區的動漫節，氛圍和人流都不及香港。有參展商估計，今屆生意額會較上屆多三成至五成。

◆香港文匯報記者 聶曉輝、文森



◆今屆動漫電玩節有122間參展商參展。現場人山人海。香港文匯報記者涂穴 攝

動漫節「滿血復活」 粉絲迫爆丁財旺

有旅客豪擲2.6萬港元掃貨 展商料多五成生意

今屆動漫電玩節由昨日起一連5天在灣仔會展中心舉行，場內設近600個攤位，共有122個參展商參加。主辦單位首次推出應用程式預辦實名登記，首兩天每日隨機抽出300個「頭籌」，並為被抽中入場人士編訂入場次序，避免再出現以往為搶購限量產品而通宵排隊等候入場的情況，有關安排獲不少入場人士讚好。

印尼客：證港迅速恢復

無社交距離限制的動漫電玩節重臨，旅客亦重返，更包括出手闊綽的買家。印尼旅客Victor是一名動漫迷，同時在印尼經營模型店，發售不同類型的動漫及電影角色模型。他說，自己9年前首次來港，之後幾乎每年入場採購貨品回印尼轉售，但爆發疫情後就無法來港，直至今次來港3天，昨日更豪擲2.6萬港元掃貨，預計可賺取40%至50%利潤。他形容，今年會場人流很多亦很有氣氛，證明香港經濟於疫後迅速恢復。

會展站便利往來 深圳客擬重臨

從深圳來港的張先生消費近2,000元主要購買變形金剛產品，「看到有心頭好可以再買！若回深圳後覺得不足的話，下周一再來。」他表示，曾到過不同國家及地區的動漫節，人流都不及香港多。自從港鐵會展站開通後，到場更方便，又認為如果場內有更多稀有產品出售會更吸引。

通過應用程式被抽中2號「頭籌」的黎同學表示，

自己上午8時許才到場，由於1號籌的市民未有出現，讓他成為排頭位的幸運兒，「排頭位比想像中忙，因為要不斷接受傳媒採訪。」

千金買心頭好 搶購限量版

黎同學對同人作品最有興趣，故入場後並非即時搶購限量產品，而是先到朋友於同人市集設置的攤檔逛遊，再到HOT TOYS替家人購買周邊產品，預計全日花費逾千元。本來很開心的他突然苦笑說，因為自己尚有幾個月才滿18歲，因此未能受惠於消費券。

被抽中5號籌的動漫電玩節常客吳小姐進入會場後，第一時間到HOT TOYS替友人購買限量發售100隻的蠟面超人影月模型，再額外訂購3款模型，預計與友人合共花費約8,000元，部分會以電子消費券「找數」。林先生就花費二三千購買高達模型及內藏攪枕等動漫周邊的福袋產品，「其中一隻高達模型，門市售1,480元，現時1,000元有交易，好抵！」他形容，今年場內人流明顯增加兼更有氣氛。

參展的threezero市場部經理余錦洪預期，今屆動漫節人流會較去年多一倍，而在入場限制放寬和消費券加持下，「銷情望有30%至50%的升幅，「疫情期間（市民）積聚唔少消費力，買嘢嘅時候應該會爽手嘢。」他們在網上更收到不少來自內地和海外遊客的查詢，詢問有關支付方式和動漫節詳情，查詢數量較去年多近一倍，相信活動期間會有大量遊客到場。

參展的卓先生經營公仔批發生意，疫情3年期間沒參展，「參展便要提早從日本入整個貨櫃的貨，如突然因疫情及社交距離措施而取消活動，很難散貨。」他表示，其攤位的銷售策略是薄利多銷，所售賣的公仔普遍每隻售約100元，以小熊維尼最受歡迎，「門市賣逾200元，會場賣100元，開售約兩小時已售出近20隻。」他相信今年的銷情有望回復至疫前水平，有否升幅就要視乎到場的旅客數目。

▶ 扮演「支配惡魔」瑪奇瑪的LaLa。
香港文匯報記者聶曉輝 攝



▲會場有展商提供多款電玩試玩。香港文匯報記者涂穴 攝

Cosplayer「鬆口氣」 英雄「惡魔」與眾同樂

特稿

每年動漫節會場內，均可見到為數不少的Cosplayer（角色扮演者）四處穿梭及與遊人拍照，今年的扮演者終可在疫情3年後重新脫下口罩，以真面目示人。香港文匯報訪問多名Cosplayer，不少表示是受到朋友影響而到場參與活動，希望與眾同樂。

剛大學心理學系畢業的LaLa表示，中學開始接觸動漫就迷上，去年底在一個同人展上首次參與角色扮演活動，昨日是第一次參與動漫電玩節，扮演《鏈鋸人》內的角色瑪奇瑪，「十分緊張，會場人流很多，十分擠迫，我又害怕予人拍照時擺的姿勢不符合他們的要求，最初亦會尷尬，之後才慢慢習慣，其實別人要求拍照，是對我造型的一種肯定！」

另一名Cosplayer陳先生始終未以真面目示人，因為他扮演的是電影角色蜘蛛俠。在加拿大讀高中、正值放暑假回港的他說，自己去年聖誕節在加拿大以約300港元買了一套蜘蛛俠「戰衣」上街慶祝，覺得很有趣，故首次參與動漫電玩節，又形容現場氣氛十分好，未來也打算會以其他角色造型繼續參與。

◆香港文匯報記者 聶曉輝



◆扮演蜘蛛俠的陳先生。香港文匯報記者聶曉輝 攝



◆蕭先生（左）及黎先生。香港文匯報記者聶曉輝 攝



◆印尼旅客Victor收穫豐富。香港文匯報記者聶曉輝 攝



▶ 彭先生準備了約千件T恤發售，期望銷情理想。香港文匯報記者聶曉輝 攝

多款國際化IP參展 體現香港軟實力

香港社會復常後的首個動漫電玩節共設有589個展攤，展出不少最潮及最新的產品，有部分產品更屬全球首發。動漫電玩節行政總裁梁中本對香港文匯報表示，香港是一個文化包容性高的國際化城市，除本地展商外亦吸引了不少海外參展商來港，是香港軟實力之一。他期望隨著粵港澳大灣區發展，本港與內地融合發展下，未來有更多內地企業來港參展，令展覽業更蓬勃。

主辦方盼更多內地企業參展

動漫電玩節在香港舉辦多年，已成為一個知名名牌，昨日開鑼首日吸引大量電動迷入場，更包括來自內地及海外旅客。在122個參展商中，也有不少是外地的知名企業，如HOT TOYS在是次展覽全球限量首賣蠟面超人黑日和影月的珍藏人偶，孩之寶亦全球優先發售多款變形金剛、G.I. Joe、Marvel及星戰系列產品。

梁中本對香港文匯報表示，香港是一個國際化城市，每年有不少國際性展覽舉行，故香港的展覽業已成為一個品牌，加上香港對各類文化的包容性高，各地不同產品也來港展出，具吸引力，體現了香港的軟實力，也是本港的優勢之一。他坦言，香港動漫電玩節過往的境外參展商以日本和歐美企業為主，較少內地展商參與，但隨著大灣區的發展，本港與內地城市交往愈趨頻繁，希望日後除有更多海外展商參與外，會有更多內地企業來港參展。

冀政府降低展覽成本

梁中本表示，不同的國際展覽也是為了推廣行業發展，但香港的展覽場所所以商業模式運作，租金屬全球最高昂之一，有礙展覽業發展，希望特區政府設法降低展覽成本，讓香港充分發揮軟實力。

◆香港文匯報記者 劉明

看好年輕人消費力 本地T恤展商盼發市

特稿

在動漫電玩節會場內，絕大部分攤位都以動漫及電玩為主題，但就有一個攤位只售賣本地設計的T恤。負責人彭先生表示，自己曾參加過不同的展會，動漫電玩節的租金比工展會及其他展會高，但動漫電玩節人流多、消費力強且年輕人符合其客路，故繼續參展，即使過去三年受疫情影響，但動漫電玩節的銷情只較疫情前跌約10%，「其他類型的展銷的銷情在疫情期間大跌一半，今年初仍未回復！」

該自家品牌T恤每件網上售價約

160元至210元，場內約100元至130元就有交易。原來，該本地品牌幾乎已參展10年。彭先生說，他在2010年創立自己設計的T恤品牌，其後因為動漫電玩節一度加入「創意地攤」，讓年輕人體驗當老闆的機會，故2013年「小試牛刀」參展，取得滿堂紅，5天租金僅7,500元就賺了8萬元，自此幾乎每年都參展。今年，他準備了約千件T恤發售，希望銷情理想。

◆香港文匯報記者 聶曉輝