

書迷最後衝刺 逛書展塞爆篋

人均消費912元年升4.6% 兒童讀物科普書熱賣



◆書展煞科日，現場人頭湧湧。

香港文匯報記者昨日下午到書展訪察人流量和書本促銷情況，現場人頭湧湧，多個攤位張貼「最後一天」、「2本七折」、「200元7本」、「跳樓價益讀者 10元一本書」等字眼的宣傳品作促銷，不少入場人士均拖着手推車或行李箱，在各攤位前挑選或閱讀書本。

有家長帶同子女入場掃書，劉太太說：「因為升中學，文言文仍不足，所以買多點書看看。」愛好小說的吳先生表示：「逛了差不多6小時，買了一個行李箱載滿的書。」

書商料生意較去年升逾10%

和平圖書常務副總裁穆振武向香港文匯報記者表示，今次公司參展帶來超過1,500種品種、總數達18,000餘冊的圖書，粗略估計這幾天起碼賣出10,000本以上的書籍。他表示對今次的銷售額很滿意，比預期中更好，預計比去年增長10%以上。

穆振武表示，和平圖書今次在書展上設有多個

展位，售賣的書籍種類繁多，包括文學歷史、文化藝術、語言等。隨着疫情過去，家長們重新將注意力放在子女教育方面，使今屆書展的兒童讀物、科普類書本大受歡迎，他指今次新推出弘揚中國傳統文化的兒童必讀經典系列和小百科系列，大收旺場，「書展正值暑假，入場人士多為家長與兒童，大部分人都會挑選兒童讀物和科普類書。」

商務印書館（香港）副總經理吳小燕則認為今屆書展的人流較往年少，預計該公司今年銷售額較去年下降幾個百分點，她希望日後舉辦書展時，主辦方可以在各渠道加強宣傳活動，以及與學校合作，推出預早提供買書優惠等活動，吸引更多家長帶子女進入書展。

學習英語實用文書籍最好賣

吳小燕表示今次賣得最好的書籍是學習英語實用的書籍，其次是萬物圖解大百科和教導兒童英漢

一連7天的香港書展、運動消閒博覽及零食世界昨日煞科，不少書迷拖着手推車或行李箱，趕「尾班車」買心頭好，展期共吸引99萬人次入場，與去屆相若；人均消費912港元，較去年上升4.6%。總結今屆書展，兒童讀物、科普類書籍成為最大亮點之一，有書商售出逾萬本書籍，家長指香港書展優勢在於能一口氣「爆買」相關書籍；而且香港書展不光是香港人的書展，亦是區內盛事，不少鄰近地區的讀者來港掃書，有廣東佛山市民昨日首次參加香港書展，他認為香港書展氛圍很好，書籍種類亦比較多，事先準備了行李箱，預備搶購多本書以「塞爆」行李箱。

◆文：香港文匯報記者 張弦

圖：香港文匯報記者 北山彥



掃碼睇片



▲市民聚集在各攤位前挑選心頭好。



◀有家長帶子女進場掃貨。

7天99萬人次入場 小說最受歡迎

由香港貿易發展局主辦的第三十四屆香港書展、第七屆運動消閒博覽及第四屆零食世界昨日閉幕，7天展期共吸引99萬人次入場，人均消費達912港元，按年略升4.6%，佔書客全年買實體書開支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。

書展期間，貿發局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。最受讀者歡迎的書籍種類，首五類分別為小說（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。入場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%）。

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%。

香港貿發局署理總裁張淑芬表示，書展等三大展覽獲業界及市民大眾踴躍參與，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。「世界文藝廳匯聚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。」

為進一步推廣閱讀，書展及「文化七月·悅讀夏季」共舉行逾600場活動。



◆書展最後一日，書商推各種折扣促銷吸引顧客。

近年書展*人流及消費額

年份	入場人次	人均消費額(港元)
2024年	99萬	912
2023年	近百萬	872
2022年	85萬	879
2021年	83萬	817

*包括書展、運動消閒博覽及零食世界

書迷盼讓作家推銷作品

熱點民議

葉女士：

帶我三個女兒行書展，為她們挑選了二十多本書，包括《十萬個為什麼》等科普書、一些練習冊，希望她們在暑假期間可以看看一些書、寫一些練習冊。行完書展我們會去行零食展，給女兒們自己挑選一些零食。



高先生：

這7天書展我每天都到現場，首兩日人流感覺較少，後面幾日則感覺人流暴增。我與朋友是一些作家的忠實粉絲，專門到書展購買這幾位作家的書籍作支持，我希望書展可以給一些不太出名的作家更多展示自己、推銷作品的機會，包括讓他們可以與知名作家有更多交流機會、舉辦一些與書迷交流的簽售會或交流會。



周女士：

專門到書展購買一些講佛學的書，在這些攤位買書可以講價，今日又是書展最後一日，與他們講價通常都會同意平賣，所以我感覺在書展買書比外面便宜。今次行書展除了買到自己想買的佛學書籍，有個攤位還送花界我，所以我感覺很開心。



◆整理：香港文匯報記者 張弦

「城寨」熱潮捲書展 影視書籍賣斷市

電影《九龍城寨之圍城》自上映後，在本地與內地迅速掀起一股「城寨」熱潮。今年書展以影視文學為主題，其中展出城寨的微縮模型，吸引不少入場人士拍照留念及仔細觀察，電影的原著小說更成為今屆書展的大贏家。有參展商表示，電影的原著小說在書展開幕第一日旋即賣斷貨，需要連夜加印補貨。有參展商則表示，受電影熱潮帶動，刊載多張珍貴歷史圖片、講述九龍半島歷史的書籍亦頗受市民歡迎。

書展現場設有世界文化藝術廊，展示31個國家及地區的影視文學著作及展品，其中電影《九龍城寨之圍城》的城寨微縮模型成為「地標」，在書展首日即吸引大批入場者圍觀和拍照留念。該電影改編自小說《九龍城寨》，原著小說在今屆書展亦大受電影迷、小說迷的歡迎。

「寨民」熱烈關注 連夜加印

創設館副編輯盛小姐表示，受惠電影熱潮的影響，今年的銷情是參展九年以來最好：「有這個成績是預期之外，沒想過反應是這樣熱烈！」原著小說在書展首日賣斷貨，要連夜加印，目前亦差不多售罄，「沒想過電影帶來這麼多人關心九龍城寨，重新喜歡本地創作，亦沒想過『寨民』、即讀者會這樣熱烈關注，已經加印不及，所以書展期間只補了一次貨。」

該電影同時引起市民對九龍城歷史的興趣，與九龍城相關的書籍亦大受歡迎，商務印書館（香港）副總經理吳小燕表示，記載昔日九龍城寨、彌敦道等面貌的《重建九龍——半島地標的消失與誕生》非常暢銷，在該公司的暢銷圖書排行榜中排第二，連日已賣出200本至300本。她相信該書受歡迎是因為電影帶來的熱度，令電影迷或書迷想了解更多與九龍城有關的資訊。

中華書局董事兼副總編輯黎耀強表示，2015年出版的《黑暗之城：九龍城寨的日與夜》，今年銷售量突然爆發式增長，「首年出版僅賣得百多本，今年卻賣300多本，完全都是由電影帶起。」他說，疫情前為期7天的書展大概吸引約100萬人次入場，疫後則錄得80萬至90多萬人次。

近年不少港人喜歡北上消費玩樂，有參展商借著北上熱潮，再加上內地電視劇《繁花》大熱，推出與深圳和上海相關的旅遊書。出版社負責人程小姐表示這些旅遊書很受歡迎，銷量較去年書展時多約三四倍，估計是這些書籍緊貼北上熱潮的話題。



◆香港電車為慶祝120周年，在中環街市設置展覽及限定活動。

中新社

「叮叮」聯乘麥兜慶120周年 中環街市辦市集

香港文匯報訊 自1904年營運至今的香港電車有限公司迎來創立120周年紀念，為此，香港電車將聯乘本地經典動畫角色——麥兜，推出一系列香港電車120周年慶祝活動。

兩個備受公眾喜愛的香港標誌「叮叮」與麥兜將攜手誠邀市民及遊客投入創意十足的夏日派對；公眾可前往中環街市到訪即將開

幕的香港電車120周年限定店，與「叮叮」及麥兜影相打卡，並盡情享受本土特色市集、暢玩新趣遊戲，更有機會贏取精美禮品。限定店也隱藏多個校長角色，寓意電車與不同面向的市民密不可分，一同生活，互相成長。

唯一仍在行駛的戰後型120號電車，亦將罕

有地換上新裝，頂部更會繫上不同色彩，猶如戴上派對帽，邀請廣大市民同歡盡慶。首部改裝成巨型廣告電車的300號電車，讓「叮叮」帶著麥兜與朋友們歡樂地穿梭大街小巷。麥兜和他的朋友更會在上環、中環及銅鑼灣的電車站陪伴乘客，為繁忙的城市人打氣。