

穗參展商讚港國際輻射力無可比擬 冀兩地增合作推廣內地品牌

一連5

天的香港動漫電

玩節2025昨日在灣仔會

展中心揭幕，今年會場面積較

去年增加近倍，共設近800個展位。隨

着近年內地動漫產業發展迅速，眾多優秀國產

動漫IP於全球展現出強大的影響力與競爭力，不少參

與香港動漫電玩節的內地參展商企業，期望借助香港的國際

影響力成功「出海」。有首次參展的內地展商表明，香港動漫電玩

節不僅是「走出去」的通道，更充分體現了香港作為「內聯外

通」的「超級聯繫人」角色與優勢，是內地品牌邁向國際

的關鍵一步，期望香港特區政府積極推動香港與內

地中小企的交流，以深化融合與區內同業及

潛在業務夥伴的合作。

●文：香港文匯報記者 吳健怡

圖：香港文匯報

記者 涂穴

今屆香港動

漫電玩節

匯聚了160家參展商及610

位個人參展者，不少為內地展

商。來自廣州的歐士嵐貿易商行主要

銷售動漫中「角色扮演」的道具及服

裝、假髮等配件，其負責人蕭先生昨

日在接受香港文匯報訪問時表示，其

公司自2016年起已參展，見證了香港

平台對內地企業的吸引力持續提升。

「展期若無衝突，港屬優先選擇」

「展期沒有衝突的話，香港絕對

是我們的優先選擇。」蕭先生斬釘

截鐵地說，他觀摩的是這裏難以比

擬的國際輻射力，「絡繹不絕的國

際旅客、中西交融的多元文化氛

圍，為品牌打開了一扇通向全球的

窗戶，這與深耕動漫產業多年、實

力雄厚的廣州形成了完美互補——

廣州強於生產製造與內需市場培

育，香港則勝在國際管道開拓與品

牌形象提升。」

蕭先生對今年業績充滿信心，預

期營業額可達200萬港元，遠超去

年的70萬元。這份信心不僅源於人

流量，更源於對香港平台促成「海

外訂單」的殷切期望，「香港的多元

化和國際性，是簽下海外客戶的關

鍵。」他期盼兩地未來能在平台互

通、資源共用上更進一步，實現「無

縫交流」，為內地品牌「出海」鋪

設更堅實的跳板。

國產作品《非人哉》大熱

首次參展的內地人氣動漫作品《非

人哉》，帶來了特別版襟章及多款主

►鄒子揚表示，正計劃將《非人哉》推向更廣闊的世界舞台。



題商品，在昨日上午11時半攤位

前人龍已長至「打蛇餅」。展

位負責人鄒子揚形容，火爆銷

售情況遠超團隊預期，並坦

言此行肩負「雙重使命」：

既是測試香港市場水溫，

更是品牌邁向國際的關鍵

一步：「香港動漫電玩

節是連接海外市場的重要

窗口，我們正計劃將

《非人哉》推向更廣闊

的世界舞台，這次參展

就是讓更多人認識的絕

佳契機。」

他表示，內地的動漫

在製作技術與工藝水平已

直逼世界頂尖水準，「日

本許多動漫製作環節已轉

移到中國，技術層面已完全

成熟。」未來若能持續打磨具有

世界吸引力的故事題材，並

優化海外推廣策略，內地

動漫引領新潮流指日可

待。

指內地硬件配套高效 兩地可互補

曾參展杭州等內地大型動漫展，鄒子

揚認為內地動漫節在票務系統、交

通物流管理上等硬件配套上較香港

高效；香港在人臉識別進場等環

節存在短板，但這恰好反映兩地

的合作空間，「例如香港的核心

優勢在於其國際化的視野、靈

活的市場規則對接，以及成熟的

國際版權和商貿環境；內地則在

供應鏈整合、大型項目管理與硬

體支持上更具優勢。」他建議香

港特區政府加強兩地中小企交

流，為內地動漫品牌打開國際

門戶穿針引線，不僅可帶動商機，

更是在國家文化輸出戰略中無可

替代的關鍵價值。

港動漫節成窗口
助內地IP走出去

人山人海

箭步飛奔



動漫論劍



打卡瞬間



偶遇合照



扮相吸引



澳門旅客搶頭香 致敬「反智轉身」

香港文匯報訊（記者 吳健怡、張茗）

香港動漫電玩節2025昨日開鑼，大批動

漫迷早在門外等候，不少人更Cosplay成

自己喜歡的角色，整日場內人頭湧湧。有

來自澳門的動漫電玩迷於場內豪花萬元消

費，並指這幾天會偕友人再次到場兼過夜

留港消費。有參展商表示，現場氣氛濃

厚，滿意首天人流量，預料生意額將較去

年增長30%。有立法會議員表示，每年書

展、動漫電玩節、美食博覽等大型活動均

吸引大量市民及旅客到場消費，反映消費

者並非沒有購買能力，只是集中注意具專

題性的活動項目，建議本地商戶要花更多

心思推出特色產品，吸引港人留港消費。

香港動漫電玩於昨日上午10時營業，香

港文匯報記者早上9時到場，發現人龍已

排至會場外，部分動漫電玩迷早已準備

了小板凳候。由於排隊人潮過多，主辦

方加派工作人員維持秩序，並設置分流

欄杆疏導「打蛇餅」的人流。今年頭籌

同樣為抽籤模式，預先編配頭300名入

場次序。

10時開場一刻，澳門旅客謝先生第一

個衝入場內，更使出動漫電玩節經典「

反智轉身」，現場掌聲雷動。他說自己

清晨4時許從澳門出發，約7時半到達

會場，只為了PS5 Pro，想不到會抽到2

號籌，相信抽到頭籌者或因不想上鏡而

沒有現身，故他成為了衝入場的第一。

其後，他如願購得PS5 Pro遊戲機，連

同其他產品約在場內消費了一萬元。雖

然會即日返澳門，但未來幾天會偕友人

再次到場購買玩具及周邊動漫產品，並

會考慮留港過夜。

由於擔心限量產品售罄，港人馬先生

特意請假到場，於上午11時已消費近

3,000元，主要為女友購買心儀產品，而

自己對高達情有獨鍾。他形容今年會場

氣氛熱鬧，人流較去年多，幾乎每個攤

位都要排隊購物。

場內有不少拖着行李箱的內地旅客。來

自廣州、連續3年到場「打卡」的李小

姐表示，吸引她年復一年跨城而來的是

那份獨特的觀展體驗，「場內氣氛特別

好，感覺整個城市都很重視這個活動。」

她特別讚賞主辦方場內外分流清晰，極

大提升了舒適度，且展場匯聚了眾多在

內地難得一見的日本、韓國等原裝展

商和限定商品，滿足了資深粉絲的收藏

慾。

李小姐此行與朋友計劃停留三天，預

算在場內消費逾2,000元。她期望官方

未來能推出更具設計感的紀念門票，並

整合推出包含交通、酒店及門票的「一

站式」官方套票，方便旅客規劃行程。

展商料銷情增約三成

不少攤位前均排滿長人龍，已參與3年

的參展商Tooplasic派膠所創辦人Gino

表示，其攤位主打多款IP潮玩玩具和盲

盒，他留意到今年參展的國際藝術家顯

著增加，特別是韓國設計師，而自己對

今屆銷情樂觀，料銷售額較去年將增長

約30%。

主售日本動漫及限定產品的鴻興玩具

公司負責人葉先生對市民消費力持觀望

態度，指現時經濟大環境欠佳，旗下店

舖生意亦有所下跌，但今年動漫節首日

人流較去年多，期望維持去年銷情。

議員倡港商深耕產品獨特性

立法會批發及零售界議員邵家輝昨日

在接受香港文匯報訪問時表示，每年書

展、動漫電玩節、美食博覽等大型活動

均吸引大量市民參與，「這些專題性活

動項目因聚焦特色產品，因此有穩定的

市場。」

他認為港人北上消費的熱潮源於產品

的性價比及高質量發展，相信不會減退

，建議本地商戶要花更多心思推出特

色產品，吸引港人留港消費，而深耕

產品獨特性，避免與網購同質化，通

過原創設計提升競爭力，能有效激發

本地消費潛力。

「港漫動力」頒獎

黃玉郎：續為業界發掘人才



●黃玉郎感謝文創產業發展處支持「港漫動力」。



●「港漫動力」金獎得主領獎。

香港文匯報訊（記者 吳健怡）《「港漫動力—香港漫畫支援計劃」

昨於香港動漫電玩節首日舉行頒獎禮，宣布今屆「港漫動力」

金、銀、銅獎、最佳漫畫故事獎、最佳人物角色設定獎及特別嘉許

獎的得獎作品。是次「港漫動力」共收到近百份申請書，反應熱

烈。香港動漫畫聯會會長黃玉郎在頒獎禮上表示，期望繼續為業界

發掘和培育更多優秀漫畫人才，並透過海內外的展出和交流活動，

助力本地漫畫家創作更多優秀、多元化的作品。

黃玉郎表示，感謝文創產業發展處一直以來對「港漫動力」的全

力支持，讓更多本地漫畫人才得以充分發揮創意潛能，計劃一如既

往反應熱烈，足證業界對其成效充滿信心，期望「港漫動力」能繼

續為業界發掘和培育更多優秀漫畫人才，並透過海內外的展出和交

流活動，助力本地漫畫家創作更多優秀、多元化的作品，邁向國

際舞台，發揮更大影響力。

是次評審委員會根據申請企劃的創意度、市場發展潛力、申請

團隊的製作能力、漫畫企業及/或其主筆的畫風、技術表現以及

往成績等多方面進行甄選與面試，最終挑選出16間本地漫畫企

業入選「港漫動力」，入選的全新原創漫畫會於動漫電玩節上

正式亮相，展現出多元風格及豐富題材。

《送書人》獲金獎 主筆冀各界續挺本地創作

「港漫動力」金獎作品為《送書人》，主筆鄭志成表示，多

謝家人和朋友的支持，作品是關於一本書連結人與人之間的

故事，自己正是因為這本書，和很多仰慕的前輩有了聯繫。

他希望大家繼續支持香港本地創作的漫畫家。