

東莞「潮玩開倉節」6日吸金300萬

二次元元素融合非遺體驗 多元文旅場景俘獲年輕客群



●國慶假期首日起，東莞石排鎮舉辦「石排潮玩開倉節」吸引年輕人體驗與消費。圖為消費者排隊領取免費禮品。



從緊湊高效的「特種兵旅行」到排隊打卡網紅景點，年輕人始終是驅動文旅市場蓬勃發展的重要動力。今年國慶中秋長假期間，廣東各地文旅部門精準瞄準年輕人這一最活躍的消費群體，探索以潮玩、動漫IP等二次元元素為核心打造特色文旅活動。其中，素有「潮玩之都」美譽的東莞石排鎮，自國慶假期首日起，便在中國潮玩之都、漫博中心拉開「石排潮玩開倉節」（下稱「開倉節」）的帷幕。該活動首次引入類似「山姆超市」的潮玩倉儲式賣場模式，構建起集潮玩消費、工業旅遊、非遺體驗、生態休閒與藝術展覽於一體的多元文旅場景。據統計，「開倉節」前6日累計人流量近十萬人次，營業額已突破300萬元（人民幣，下同），充分印證了二次元文旅模式對年輕人的強大吸引力。

●文/圖：香港文匯報記者 帥誠 東莞報道

堪稱潮玩界「山姆超市」

在3,000平米的大型潮玩超市裏，十幾米高的鋼鐵貨架上整齊排列着色彩繽紛、樣式繁多的潮玩產品，既有TOY CITY、摩動核、娃三歲等本土潮玩品牌，也有蠟筆小新、玩具總動員、DC等國際熱門動畫IP的聯名產品，品類更是涵蓋盲盒、手辦、模型、拼裝積木等全品類，以極具吸引力的價格「開倉放價」，吸引了眾多潮玩愛好者前來「掃貨」。有年輕消費者穿梭在貨架間，直言「彷彿跌入了潮玩的海洋，根本停不下來」。現場還送出萬元禮品及優惠券，更以倉儲貨架式銷售搭配會員准入制，會員可享2折至8.5折的超值折扣，堪稱潮玩界的「山姆超市」，為消費者帶來前所未有的潮玩消費體驗。



●本土潮玩品牌與國際熱門動畫IP聯名產品吸引了眾多潮玩愛好者前來「掃貨」。

作為此次活動的潮玩渠道商，東莞輕語工藝品有限公司總經理劉洪國介紹，這座投資超1億元打造的全球首個集吃喝玩樂購於一體的潮玩超市，全部建成後總面積可達50,000平米，潮玩SKU（存貨單位）超5萬個，旨在打造「面積大、產品全、性價比高」的潮玩一站式採購中心。

每月百款新品滿足市場需求

他還表示，今年國產潮玩在海外市場的銷售呈現快速增長趨勢，尤其在歐美、日韓和東南亞市場有着不同程度的發展，「因為文化差異，各個大區市場的消費者對中國潮玩產品的喜好風格也有所不同，我們組織一百多人的設計師團隊，實現了一個月一百款以上的新品率，來滿足市場需求。」劉洪國透露，公司在美國的總經銷商每個月能完成數百萬件潮玩

的銷售，而這些產品在當地零售價普遍達到30-40美元一件。

將推廣至廣州等熱門旅遊城市

在劉洪國看來，此次假期是大型潮玩超市的一次完美試水，據其團隊初步估計，國慶假期前6日，潮玩超市人流量接近十萬人次，營業額已超300萬元。「雖然近年產品在海外市場的銷量增速很快，一度已經佔到我們總銷售額的一半，但國內市場的前景也十分廣闊。」他表示，公司計劃在不久的將來選擇廣州、長沙等熱門旅遊城市，開設更多倉儲式潮玩超市，並結合節慶活動和地方特色，將「潮玩+文旅」打造成一種常態化經營模式。

事實上，在本次「開倉節」期間，主辦方還邀請了粵港澳（東莞）非遺墟市進駐，遊客除了可以盡情「買買買」，還能品嚐到厚街臘腸、洗沙魚丸、道滘裹蒸糰等傳統美食，跟着師傅調香製香、製作傳統花燈。中庭草坪的「火柴盒音樂嘉年華——潮玩引力場」專場則用歌聲點燃了節日氛圍。

「我們希望通過『開倉節』這類大型消費活動，進一步釋放『中國潮玩之都』品牌效應，拉動節日消費活力，為漫博中心長遠發展注入持續動力。」石排鎮經濟發展局（潮玩）負責人劉雪儀指出，本次活動不僅是一場促銷活動，更是漫博中心從展銷平台向產業生態樞紐轉型的重要一步。截至目前，漫博中心A、E館二樓的潮玩選品中心已吸引90家企業入駐，匯聚產品超10,000件，未來將持續推進產業招商與資源整合，打造集設計、選品、展銷、體驗於一體的潮玩產業新高地。



●該活動引入類似「山姆超市」的潮玩倉儲式賣場模式。圖為顧客在潮玩超市內挑選商品。

廣東黃金周二次元文旅活動一覽

●廣州：第十八屆中國國際漫畫節

地點：廣州市保利世貿博覽館

特色：集結Bilibili、騰訊視頻、神漫文化、玄機科技、原創動力、漫友文化、天聞角川、萬代南夢宮等多家知名動漫企業與熱門IP進行場販限定和新品首發，並邀請騰訊遊戲、網易遊戲、盛趣遊戲、育碧遊戲、西山居等遊戲企業展示現象級遊戲IP，法國遊戲大廠Ubisoft還帶來《刺客信條：影》DLC（編者註：是與主遊戲分開購買的可下載內容）提供全國首場線下試玩

●深圳：大中華谷子集市

地點：深圳市BitCity次元小鎮

特色：聚集排球少年、銀魂、家庭教師、鬼滅之刃、火影忍者、戀與製作人等熱門日漫IP與遊戲的官方谷子周邊產品，在國慶假期以擺攤市集的形式呈現

●珠海：國潮新生代健康嘉年華

地點：珠海市粵澳合作中醫藥科技產業園澳琴文化街

特色：可在現場買到中藥潮玩品牌「本潮網目」的全套中藥食材形態公仔、片仔癀鑰匙扣冰箱貼等潮玩產品，並體驗VR採藥、4D經絡圖等視覺互動遊戲盛宴

●佛山：泡泡瑪特「SWEET LAND」秋日城市遊樂場

地點：佛山市順德區順德萬家匯L1南院及外廣場

特色：打造出1,000平米的泡泡瑪特小甜豆新品全國首展空間，超7.5米巨型玻璃鋼展品亮相，並配合五大打卡場景

整理：香港文匯報記者 帥誠

「入戲」體驗影視劇情 深圳國風景區吸港客



●沉浸式劇場內，遊客可以隨時與NPC互動。圖為深圳錦繡中華園區內的NPC。香港文匯報深圳傳真

香港文匯報訊（記者 石華 深圳報道）國慶假期期間，深圳結合國風元素及熱門影視IP，打造多元的文化場景，吸引了大量港人北上體驗，讓傳統民俗與現代創意碰撞催生出新的文旅熱潮。如深圳錦繡中華，打造了「夢華錄」「長安的荔枝」「山海仙俠」三大主題區，將宋代市井文化與唐代驛站傳奇轉化為可參與的沉浸式劇場。100餘處實景場景中，遊客可化身《夢華錄》中的茶坊掌櫃，在「趙氏茶坊」體驗點茶、製香；或扮演《長安的荔枝》中的驛卒，穿越「荔枝道」完成運送任務，與200餘名專業NPC（指非遊客角色）即興飆戲。

「這裏比電視劇更真實，NPC會根據我們的選擇改變劇情。」香港遊客林先生與家人參與「長安荔枝案」互動後感慨。「港人對文化體驗的需求從『觀光』升級為『參與』，我們通過影視IP與科技賦能，讓傳統文化『活』起來。」錦繡中華負責人表示。

此外，南山區推出「花好月圓」系列活動，將南頭古城、中山公園、荷蘭花卉小鎮三地巧妙編織成一幅金秋休閒體驗長卷，不少香港遊客在美食美酒美景中感知更愜意的生活。截至10月7日，南頭古城客流量超40萬人次。

「以前來深圳主要是購物，現在發現文化體驗更有趣。」香港旅行團領隊黃小姐表示，團員中不少是親子家庭，「文化+自然」的深度遊線路更受青睞，而結合國風及熱門IP的創新文旅模式也吸引了不少港人。

機器人下棋「陪玩」親子「科技遊」火爆

香港文匯報訊（記者 李紫妍 廣州報道）黃金周帶娃出遊總被「又熱又擠又累」困擾？不妨讓機器人來幫忙。今年國慶長假，廣東多地精準瞄準親子家庭需求，推出趣味十足的科技主題活動，機器人、AI系統、互動科普裝置等齊齊「上崗」陪伴小朋友過節，讓不少家長得以「鬆口氣」。香港文匯



●「下棋機器人」同時挑戰兩位小棋友。
香港文匯報記者李紫妍 攝

報記者實地採訪了獲吉尼斯世界紀錄認證的「最大綜合性科技館」——位於廣州市番禺區的廣東科學中心，在熱鬧的人潮中真切感受到親子「科技遊」的火爆氛圍。館內科技科普設施豐富多元，人形機器人主動迎賓互動、AI實時解答科普疑問、機器人獻上活力唱跳表演，還有能與小朋友拼魔方、對弈的機械臂……每一項體驗都引起孩子們陣陣驚嘆。現場更有外省親子家庭表示專程慕名而來，「這一趟玩下來，孩子學到的知識量，堪比平時兩三周的課程，太值了！」

互動體驗預約「手慢無」

這幾天開館前，科學中心門口就排滿了許多等待開門的市民遊客，其中不少是為搶到館內熱門的科普劇場席位而早早抵達的。廣東科學中心設有13個常設主題展館，建有5座科技影院，假期為了滿足觀眾需求，備受歡迎的科普劇場場次增加至86場次，但記者實測發現仍然一票難求，《秋季星空秀》等假期新節目更是「手慢無」。

「我可以走路、跳舞、聊天，還能唱歌和做各種

酷炫動作，隨時準備陪伴你哦！」一進入展館大廳，機器人「笨笨」就和遊客打招呼介紹自己，還不時來個飛吻，引起現場歡呼。它穿着一身醒目的紅色球衣，化身假期期間的展館「迎賓員」，每天都與現場的小觀眾互動問答、送禮物，為大家開啟一趟神奇的科普之旅。

科普裝置助小朋友實踐科學知識

展館內各式各樣的「陪玩」機器人也讓小朋友們目不暇接。例如潮流的小機器人天團，隨著音樂節奏靈活起舞，吸引來裏三層外三層的「迷弟迷妹」；「魔方機器人」能夠迅速恢復被打亂的魔方，引來一陣「哇！這麼快！」的連連驚嘆；而智能下棋機械臂，則能同時「迎戰」兩位小棋友，精準落子間步步緊逼，讓專注對弈的孩子們不時抓耳撓腮地琢磨下一招；還有可以比拚速度與穩定性的挑戰機器人，可以按照給定圖像智能撿球的機械臂等，讓現場的小觀眾感受到前沿科技的趣味與魅力。

來自山東的小朋友薇薇體驗了一把和機器人拚手速的遊戲，其父親王先生表示，薇薇正讀小學四年

級，學校裏也安排了不少科學課程，但是通過各種科普實踐裝置，小朋友對科學知識和技術發展才有更深刻鮮活的印象，「來玩一趟學到的知識量，趕上在學校兩三周的課程了。」

「為什麼植物需要陽光？」「為什麼我們的心臟一直跳動？」……廣東科學中心還特別推出《與AI同行：走進智能文明的新紀元》新展覽，系統呈現AI技術演進與社會影響，並通過互動裝置，引導遊客沉浸式感受AI技術應用。



●機器人天團的表演吸引了眾多小觀眾。
香港文匯報記者李紫妍 攝