

# 電子書崛起 書展大贏家

## 生意升4倍 反映新趨勢 印刷書僅增2%

香港文匯報訊(記者 王維寶) 隨着平板電腦愈趨流行,投入閱讀電子書行列的市民愈來愈多,電子書的生意亦隨之異軍突起。香港書展昨日結束,有電子書應用平台開發商指,今年書展的生意比去年勁升4倍;形勢此消彼長,有傳統書商則表示,今年生意只升1%至2%,遠低於預期的雙位數字增長。中華書局負責人表示,近年電子書愈趨流行,已開始影響傳統印刷書籍的銷量。商務印書館負責人則指,雖然電子書未能取代印刷書籍,但因電子書市場不斷發展,下年書展時有可能會對印刷書市場造成影響。

所謂「讀萬卷書不如行萬里路」,惟自從電子書的出現,市民都可以一邊「行萬里路」,同時邊「讀萬卷書」。今年書展將電子書區域搬至「兒童天地」的門外走廊,令人流比往年有所增加。攤位位於電子書區的光波24書網負責人指,人流增加的同時,願意查詢電子書詳情的市民亦有增加,「以前只有『科技達人』會留意電子書資訊,今年連平日無意留的人都開始對電子書感興趣,甚至一些平日完全不讀書的人都開始嘗試使用電子書閱讀,證明電子書的風氣已經愈來愈流行」。

### 「平腦」普及 可加聲音動畫

負責人又指,隨着平板電腦的流行,電子書不再是年輕人的專利,一些上了年紀的顧客亦喜歡以電子書閱讀財經類書籍,而小朋友則拉着家長要求買兒童電子書。最終於書展期間的生意比去年大增近4倍,負責人坦言,生意大增4倍的原因亦受去年基數低影響,但預計電子書市場將會繼續迅速發展。在現場申請了一年合約的陳先生表示,平時有閱讀雜誌的習慣,電子書可以讓他在候車及坐車時閱讀,非常方便。

CMG電子書店則是今年新推出的電子書平台,編輯葉子寧表示,電子書的成本較印刷書低約20%至30%,所以在價格上更有優勢,但為了增加電子書的獨特性,部分書籍不單純只能夠平面閱讀,更可以加入聲音、動畫及影片延伸閱讀,加深其吸引力。提供網上教材的香港教育城則表示,隨着政府大力推動電子教材,開發網上教材的企業有所增加,使用教材的老師及學生亦愈來愈多,「以前一本習作只能做一次,網上教材能夠不斷更新,讓學生重複練習」。根據主辦單位的調查顯示,市民於過去一年購買印刷書籍的平均消費達1,709元,比去年多55元,而購買電子書的消費則為594元,增加135元。

### 網上版電子書 搶印刷書生意

電子書市場增長的同時,傳統書商的生意卻令人失望,中華書局負責人表示,今年生意只升1%至2%,遠低於預期的雙位數字增長,「以往市民每人買4本至5本書,今年只買2本至3本」。她又指,現時很多書籍都出現網上版本,亦有部分轉成電子書供市民在平板電腦閱讀,令部分市民轉投電子書的市場,影響生意。商務印書館負責人則指,7天書展生意比去年升4%,生意與預期相近,負責人認為今年電子書對印刷書市場未算有太大打擊,印刷書仍是主流的閱讀方式,但隨着電子書市場不斷發展,下年書展時就有可能會對印刷書市場造成影響。



■昨日完結的香港書展入場人次創歷史新高,7天內吸引逾98萬人次進場,升幅達10%。香港文匯報記者莫雪芝攝



■李小姐認為書展內的價格比想像中便宜。香港文匯報記者王維寶攝



■書展結束,有市民將戰利品擠滿整個行李箱。香港文匯報記者王維寶攝



■電子書的風氣愈趨流行,吸引不同年齡的市民查詢有關資料。香港文匯報記者莫雪芝攝



■黎小姐表示,感覺今年的書價比去年便宜,一些10元3本的特價書非常抵買。香港文匯報記者王維寶攝

## 逾98萬人次進場破紀錄

香港文匯報訊(記者 王維寶) 昨日完結的香港書展入場人次創歷史新高。7天內吸引逾98萬人次進場,升幅達10%。根據主辦方調查顯示,書展人均購書額為790元,逾20%人指在書展消費預算平均增幅達53%,66%則表示與去年相若。商務印書館負責人表示,今年書展期間的星期五、六、日人流理想,7天整體人流亦有上升,最受歡迎的是中學參考書,生意額比去年升近30%。

香港書展於昨日圓滿結束,7天內吸引逾98萬人次進場,升幅達10%,乃歷年之冠。香港貿發局副總

裁周啟良指出,人流大增主要是因為各類文化活動極為豐富和吸引,帶動人流,以及訪港旅客大增。主辦方於書展期間訪問了820人,發現人均購書額為790港元,逾20%受訪者表示增加在書展預算消費,平均增幅達53%。

### 中學參考書 市民讚抵買

商務印書館負責人表示,7天整體人流亦有上升,中學參考書最受市民歡迎,生意升近30%,甚至其中某系列參考書由去年賣出逾400冊,上升至今年大

賣逾1,000冊,另外《李小龍技擊法》亦賣出逾600本,是最暢銷書籍之一。市民黎小姐表示,三名子女明年將升讀中五、中三及小六,所以在書展內花費逾3,000元購買教科書,同時亦購買了一些偵探小說,她感覺今年的書價比去年便宜,一些10元3本的特價書非常抵買。

李小姐則表示,本來預算花費3,000元買書,但由於折扣優惠比預期多,最終只花了2,000元。她的主要目標是全套《哈利波特》小說,她認為書展內的價格比想像中便宜,所以近期想買的書都等到書展時才買,「書展內大部分書籍都有八折以上的優惠,《哈利波特》小說更低至六五折,書展外可能只有九折」。

## 「三大創新」進擊 動漫節周五開幕



■今屆動漫電玩節會繼續有大受歡迎的Cosplay表演,及流行音樂與舞蹈比賽,吸引市民進場。香港文匯報記者黃偉邦攝

香港文匯報訊(記者 郭兆東) 令動漫迷為之着迷的第十五屆香港動漫電玩節,將緊接書展在本周五至下周二舉行,屆時170個參展商將共展出500個攤位。今年大會將有「三大創新」,包括橫跨50個攤位,展示多款智慧手機應用程式的「Apps多」;提倡文化傳承,容許1名家免費帶同2名12歲或以下兒童進場的「親子通道新優惠」;及連接兩地動漫市場,安排7名內地漫畫家即場表演發售的「中國漫畫創意區」。動漫節行政總裁梁中本預料,今年將有70萬人次入場。

由貿發局主辦的「香港書展2013」昨日正式閉幕後,緊隨其後的是每年均引起動漫迷關注的第十五屆香港動漫電玩

節,將一連五天於本周五至下周二同樣在會展舉行。今年有170個參展商參展,屆時16萬平方呎的場地內的500個攤位,將分為遊戲公司、動漫玩具、精品、漫畫、X-ZONE及手機應用程式等6大主題,而票價將繼續定為30元;同時,展覽期間亦會繼續有大受歡迎的Cosplay表演,及流行音樂與舞蹈比賽,吸引市民進場。

### 首創「鴨舌」展區 增「親子通道」

梁中本表示,有見機不離手的「低頭族」人數與日俱增,流動媒體將成未來動漫發展趨勢,故今年動漫展首創以智能手機及平板電腦應用程式為主題的「Apps多」展區,由8個參展商的50個攤



■傳統電視遊戲將繼續在動漫展中大行其道。香港文匯報記者黃偉邦攝

位,率先提供各種社交、遊戲、娛樂、電子書及攝影等Apps試用,相信將成動漫展重頭戲。由於動漫展已是第十五屆,當年入場的青年或已為人父母,故大會為表達文化傳承,今年亦首次增加為兒童而設的「親子通道」方便進場,並同時推出兩項全新優惠,包括1名成年家長購票後,可免費帶同2名12歲或以下兒童進場;另經由親子通道進場的兒童,更可獲贈印有如多啦A夢、小新及小丸子等卡通人物的記事簿一本,屆時將每日送出4,000本,先到先得。

### 邀內地漫畫家即席揮毫

梁中本又表示,近年內地動漫界急速崛起,讀者群數量本港難以相比,故開拓內地商機事在必行,因此今年動漫節亦首創「中國漫畫創意區」,安排了7位內地漫畫家即席表演及現場發售。同時Cosplay比賽亦設有亞太區賽事,希望吸



■梁中本預料,今年將有70萬人次入場。香港文匯報記者黃偉邦攝

納不同地區的新秀。他稱,近年傳統平面漫畫受盜版影響深遠,加上流動電子平台崛起,將市場轉移至流動平台上及北望神州將是出路,寄語本地畫家不應眼光短淺。

此外,曾引起市民不滿的「排隊黨」今年將絕跡。動漫展,因大會今年繼續禁止即場售賣限量版商品,參展商只接受網上預訂,並只在現場取貨,大會認為去年做法不錯,參展商反應正面。

### 汲書展經驗 宣傳標語迎新例

梁中本指出,料今年將與去年相若若有70萬人次入場,雖然大會租金按年微升約5%,但對整個活動的舉辦仍感樂觀。對於參展商在場內的宣傳標語會否違反新修訂的《商品說明條例》,他稱動漫節期間大會將有逾300名工作人員在場協助,若有發現違規標語,會對參展商作出勸喻,相信參展商在大會提點及參考書展經驗下不會犯法。



■手機轉珠遊戲《神魔之塔》為求突出,將遊戲內的角色「卡片」實體化,以特賣品形式吸引市民。香港文匯報記者黃偉邦攝

香港文匯報訊(記者 郭兆東) 智能手機遊戲大行其道,除吸引玩家時刻「低頭」遊玩,今年更首度殺入動漫電玩節,與傳統遊戲爭一席位。有遊戲商為求突出,在動漫展中特設試玩專櫃的同時,亦將遊戲內的角色「卡片」實體化,以特賣品形式吸引市民;亦有漫畫出版商一反傳統,以著名漫畫人物作主題融入手機遊戲,冀在市場闖出新天地。

### 搞名人挑戰賽 推周邊商品吸客

動漫電玩節向來被視為電視與電腦遊戲的宣傳良機,但今屆動漫節出現多款智慧手機遊戲,希望在傳統遊戲業界中爭一席位。其中不同語言版本的下載數量高達500萬次的手機轉珠遊戲《神魔之塔》,今年首次參展,為吸引人流,特舉辦多場挑戰賽,讓到場的玩家可以與名人對戰。同時,參展商亦將遊戲內的角色名片作實物出售,相信可額外吸引市民注視。

此外,亦有動漫節常客文化傳信集團,為迎合手機遊戲市場的發展,今年以旗下漫畫中最為人熟悉的《中華英雄》作主題,製作出全港首款武俠漫題材的手機轉珠遊戲,支援玩家與玩家之間對戰,增加遊戲互動性。文化傳信有限公司總經理周家恆表示,冀藉此將《中華英雄》再次帶到人前,並嘗試在手機遊戲市場中一展拳腳。

## 手機遊戲當道 「華英雄」參戰