

千動漫迷

熱爆

排隊等開幕

PS鬥Xbox《風雲》告別矚目 首日13萬入場多去年8.3%

香港文匯報訊(記者 聶曉輝、袁楚雙)一連5天於灣仔會展舉行的香港動漫電玩節昨日開幕,逾千名動漫迷無懼熱浪、曝曬,昨晨未開幕前便在會場門外守候進場,人龍更延伸至鷹君中心。今年動漫節展館總面積達17萬平方呎,共550個參展攤位,規模為歷年之冠。兩大遊戲機開發商推售新產品激鬥;睽違一年的LEGO重返會場;天下出版社的《風雲》亦將告別動漫節,令現場氣氛熾熱,不少市民更一擲千金購入心頭好,甚至有機迷豪擲逾4萬元狂掃足球遊戲角色卡(見另稿)。截至昨晚8時,共有13萬人次入場,較去年同期多8.3%。



連續十四年排頭位的「天下」迷,希望今晚告別《風雲》。 梁祖彝攝



昨日天氣熾熱,仍無阻13萬動漫迷入場「朝聖」。 梁祖彝攝

今屆動漫電玩節的入場票價由去年的30元加至35元,卻仍無阻其吸引力。會場大門甫打開,一眾通宵守候的市民便急不及待地飛奔至心儀攤位購買「心頭好」。

連續14年排頭位 「天下」迷送別

排頭位的漫畫迷蔡先生連續14年到「天下」購買漫畫、簽名板及模型精品。馬榮成於1989年起連載的《風雲》,高峰時每期銷量逾20萬冊,隨着它將於今年12月結束,《風雲》將成動漫節的「集體回憶」,蔡先生更帶同不足4歲的女兒與偶像馬榮成合照,並預算在場內花費約5,000元購物。

文憑試生通宵排隊3天搶購PS4

應屆文憑試考生盧同學則首次與朋友通宵排隊3天入場,成為Playstation的首名顧客。盧同學表示,自己是動漫節常客,今次儲蓄了兩個月,預算以9,000元購物,包括以近5,000元購買限量發售的動漫版PS4主機及相關產品,但同時亦獲PlayStation生產商SCEH送贈價值3,000元的禮品。SCEH表示,首日110部特價限量版主機迅速售罄,反應較預期理想。

與SCEH「打對台」的微軟亦不甘示弱,於展區內擺放多部全球首度曝光的遊戲機Xbox One及9月下旬才發售的熱門遊戲《FIFA 15》供市民免費試玩,又推出首日限定的遊戲機連遊戲同捆套裝預購,令展區人頭湧湧。

《鐵甲奇俠》人偶攤位排長龍

近年經常成為會場焦點的「Hot Toys」繼續推出多款特別版電影珍藏人偶,部分需要預訂,包括最「搶手」的《鐵甲奇俠》人偶,攤位外經常大排長龍,更有人大手購入,疑作炒賣之用。「Hot Toys」預計,今年銷情將有30%增長。至於闊別一年重返動漫節的樂高攤位外亦長期人頭湧湧,部分貨品在短時間內已沽清。

世盃熱旺首辦 限量「美斯」售罄

另一方面,世界盃熱潮亦蔓延至動漫節,有售賣首辦人形公仔的參展商指出,早前共限量600套的美斯及佩奧爾公仔已售罄,反應出乎意料地熱烈。負責人指出,會視乎情況推出港人熱捧的英超球隊系列產品,攤位現場尚有英國喜劇人物蠶豆先生(Mr. Bean)、及巴西球星尼馬的首辦公仔可供選購,展品像真度極高,吸引不少人駐足欣賞。

資深本地漫畫家邱福龍近年自組公司,繼續為他的漫畫夢奮鬥,今年亦是近年首次參展,並主力推出《鐵將縱橫》的相關產品。他認為,近年香港的漫畫熱冷卻了不少,會場內的人流亦不及多年前。他指出,香港市場十分細,故要積極開拓市場,另一方面亦積極開發《鐵將縱橫online》,期望向手機遊戲市場發展。



Cosplay女現場與機迷「鍊車」。 梁祖彝攝

內地展商精品吸客

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)本地與國際的漫畫或電玩公司向來是動漫節參展商的中流砥柱,不過近年亦逐漸有內地參展商冒起,為市民提供更多動漫節「血拚」選擇,但主辦單位稱並無統計過今年內地參展商的數目。今年內地參展商多以出售動漫精品為主,包括印有動畫主角的肖像抱枕、各種Cosplay(角色扮演)道具及服裝、卡通公仔等,吸引大批青少年駐足購物。有兩度參展的內地展商對今屆銷情及人流感到樂觀,直指本地手機遊戲市場細小,但更容易找到焦點發展的遊戲類型,因此有不少內地商

人均希望在本港動漫市場「分一杯羹」。 主打紙牌遊戲「三國殺」的杭州邊鋒網絡技術有限公司去年開始參加動漫節,區域經理楊斌認為,很多內地參展商都是跟着香港的手機遊戲發展動向,抄襲、仿造從而轉型發展。他續稱,內地市場太大以致遊戲潮流傳播速度慢,而本港接觸外地資訊較快,故不少內地手機遊戲開發商都盯上香港動漫市場。不過其公司確認參展的時間太遲,以致今年攤位比去年細小,但對銷情仍感到樂觀,「我們今年以體驗(展覽)為主,今年的人流好像比去年多,相信銷情跟去年差不多。」

穗客擬「血拚」LEGO有帶錢

但有來自上海的參展商被偏配至場側攤位,負責人張明認為位置對生意額影響甚巨,「我們已經是第三、四次參展,但今年的位置不好,人流比去年的第一天少。」他估計今年銷情一般。廣州遊客許小姐帶同兒子首次遊動漫節,本來預計花費一千元購物,「雖然排了數小時打算買LEGO,但原來一定要用現金(付款),最終作罷。」



許小姐帶同兒子首次參觀動漫節,但現金不足唯有放棄購物。 袁楚雙攝



機械人模型自然是動漫節的主打項目。 劉國權攝

禁限售逼排隊黨 模型迷安心「掃貨」

香港文匯報訊(記者 聶曉輝、袁楚雙)主辦單位今年繼續禁止參展商在場內發售限量產品,參展商只能透過提早訂購,安排買家到會場內取貨,或讓他們即場訂購限量產品,故在場內「掃貨」者主要為標準動漫迷。標準首辦模型迷的黃先生更認為,杜絕「排隊黨」的政策讓市民可安心購物,不用怕心儀貨品沽清,同時亦可減少擠迫、混亂的情況。黃先生昨日單單在「Hot Toys」便已花近5,000元購物及預訂人形公仔,包括《鐵甲奇俠》及《變型金剛》柯柏文的珍藏人偶。他表示,過去曾購買其他公司出品的首辦模型,但論像真、美觀及精細度卻不及近年掀起熱潮的「Hot Toys」。他又表示,雖偶有將首辦模型轉售,但也是「套現」添置新首辦,並沒有以此來炒賣。

澳門遊客表示,香港動漫節較旺。 聶曉輝攝

須網訂「心頭好」 兩LEGO豪客失望

馬來西亞旅客Daren及JW稱,特地為動漫節赴港旅行,兩人同為LEGO迷並巧合遇上睽違一年的LEGO展區,中午在LEGO攤位豪買多盒LEGO玩具滿載而歸。連同早前從其他攤位購得的「戰利品」,二人共花費約2萬元,惟他們指不少「心頭好」屬限量品,必須預先網上預訂,即使準時10時進場亦購買不到,難掩失望之情。從澳門來港一日遊並專程到會場逛的郭先生表示,本身也是一名動漫迷,由於澳門動漫熱潮遠遜香港,相關產品較少,售價亦較香港貴,故近年都有到香港動漫節「入貨」。他表示,整日預算在場內花費約3,000元購物。

PS展區提供逾30款遊戲試玩,包括13款尚未推出的遊戲。 劉國權攝

足球員卡大熱 機迷豪花四萬

香港文匯報訊(記者 聶曉輝)萬眾矚目的世界盃剛剛結束,歐洲主流聯賽球季亦未開始,一眾足球迷及遊戲機迷卻不愁寂寞。一隻近期大熱的手機遊戲「barcode footballer」,去年8月推出香港版至今,下載量已突破100萬。生產商在會場內推出每張30元的球員卡(可於遊戲內同時使用)大受歡迎,有人一口氣花逾4萬元「掃貨」。

「barcode footballer」前年12月率先於日本推出,有本港生產商購得版權後,於去年8月推出香港版,當中更開發了不少港版獨有的系統。負責人鄭先生表示,過往港人接觸到的育成足球遊戲,基本上都是英文或日文為語言,就算中文都是一些簡單網頁遊戲,故「barcode footballer」的下載量及活躍玩家數目亦不斷上升。

珍貴球星卡網上「有價有市」

他又表示,過去積極開發中文版的獨有系統,例如隊長、超級後備的設置等,稍後亦計劃引入紅、黃牌及球員狀態等元素,務求令玩家更能享受遊戲樂趣。生產商於會場內特別推出每張30元的球員卡,用戶只需掃描卡上的barcode,即可在遊戲內獲得該名球員。鄭先生謂,昨日有人一口氣豪擲逾4萬元購入60盒(每盒25張)球員卡。事實上,由於玩家可以互換球員,多個網上討論區亦顯示一些珍貴球星「有價有市」,相信遊戲熱仍會繼續。



參展商在會場內推出足球員卡,有機迷花逾4萬元「掃貨」。 聶曉輝攝



LEGO今年重返展場,深受小童歡迎。 梁祖彝攝



超人氣日漫《海賊王》展板供觀眾拍照。 梁祖彝攝