「同人區」裡聚同人 創意場上展創意

動漫節「本地薑」捱出頭

■本地創作動漫襟章。 郭兆東 攝

香港文匯報訊（記者 郭兆東）香港動漫電玩節的「動漫同人」區雖一向予人「抄襲及無新意」等印象，但不少本地創作單位多年來苦守堅持展示創意，今日終捱到出頭天獲得尊重。今年動漫電玩節繼續設「同人」專區，有參加檔戶指吸引到有心支持「本地薑」人士入場，好過以往只能瑟縮主場館一角，被一些假貨淹沒，認為專區對宣揚創意文化起正面作用。亦有設計師指新增本地「同人」創作平台，能起正面競爭的積極作用，認為獲得主辦單位支持，實屬本土創作抬頭第一步。

■美少女推銷產品相當敬業。 莫雪芝 攝

動漫電玩節貴為年度動漫迷盛事，除了一眾電玩及遊戲商參展，盡顯實力吸睛吸錢外，作為動漫文化不可或缺的二次創作「同人」元素，一樣在動漫節中百花齊放。同人一詞，來自日語的「どうじん」，原指有相同志向的人，後指「自我及不受商業影響的創作」，多用在平面動漫的二次創作之上，創作者可以基於動漫原著延續創作，或獨立創造出一個完全獨立的故事及人物，當中亦可滲入不同動漫的元素。

精品「吸睛吸錢」告別瑟縮一角

今年大會連續第二年特設「創天綜合同人祭」，除1樓主場館外，整個「同人區」移至3樓的獨立場館內，聚集更多更齊的「同人」攤位，擺出自家創作精品爭艷鬥麗。

已經是第6年參加動漫節的麥小姐指，檔位名為「Jun & Yuri」，擺賣美少女為主角的精品，包括明信片、吸水毛巾、A4資料夾及油畫布掛軸等。她指，以往大會都是安排所有「同人」攤位在「創意地攤」內，既瑟縮在主場館一角，人流被其他大型攤位吸去，又同時要面對假貨威脅。「不少攤位掛着『同人』的牌頭在賣貨，不少是淘寶貨，甚至是假貨」，認為「同人」在創意地攤內不被重視，更淪為賣雜貨的等級，感覺並不好受。

安排專區擺檔 主辦方「好有心」

但今時不同往日，大會連續第二年設立專區，麥小姐認為絕對是個好開始，令市民認識到「同人」真正的意義，並不是盲目抄襲，而是整個創意團隊的創作結晶。她認為，繼續獲安排在專區擺檔，無疑是大會對「同人」文化的一份尊重，讚賞主辦單位「好有心」。「雖然大會未必會理會『同人』團隊，但負責『同人區』的同事十分支持，願意聆聽攤位的意見及訴求」，認為主辦方及參展方有來有往，會溝通才是好事。

台日強手同場 「港隊」不輸陣仗

雖然「同人」專區聚集眾多創作單位，當中更包括來自台灣及日本的團隊，但麥小姐並不認為會因此而被比下去，因為「多人認識，多人關注，才會有動力向前」。她認為現時「同人」文化在網上雖有多個愛好者平台，但始終欠缺一個公開場地展示創意，相信動漫電玩節提供的專區，可以吸引到更多「同人」愛好聚首一堂，不怕會互相「爭客」，反而可鼓勵互相正面競爭，為本地創作帶來積極作用，絕對是本土創作抬頭第一步。

除「本地薑」外，來自台灣的「同人」攤位亦不遑多讓。檔主指今年氣氛熱鬧，不少到場人士主動詢問作品詳情，認為大會設立專區，到場參觀的都是有心人，加上人流甚多，在與客人交流的過程中，可對提升創作靈感起正面作用。另外檔主又指，昨日第二日參展的情況較預期理想，即使購買的人未算多，仍能起宣傳作用，相信「同人」文化配上專區得出的效果可謂相得益彰。

■本地漫畫書銷情暢旺。 郭兆東 攝

■各種精品展現本地創意。 郭兆東 攝

人流有望創新高 銷情料升15%

香港文匯報訊（記者 郭兆東）動漫展昨日踏入次日會期吸引大批市民輪候入場，有電玩商對人流增加大感滿意。電玩商SCEH指，今年首次將銷售及遊戲試玩區分開，爲展區額外帶來近6%人流，加上展期首日已達每日銷售目標，直言對今年動漫電玩節的銷情相當樂觀，料總銷售額可有按年15%升幅。

周六檔期 人龍排至灣仔天橋

動漫電玩節聚集各大最新遊戲資訊，有得試玩又有得買，對電玩迷而言絕對是有如樂園般的福地。大會早前已預料今年入場人數有望再創新高，動漫展昨日踏入次日會期，適逢星期六檔期，大批市民輪候入場，雖然大會已在會展場內外實施人流管制措施，輪候人龍仍一度遠至灣仔行人天橋。

由於今年繼續是電玩商的天下，其中最大型參展商Sony Computer Entertainment Hong Kong (SCEH)爲求新意，除了在會場內作全球首次展示，支援虛擬實境系統的Project Morpheus技術示範軟件，及相關4款遊戲外，更首次將銷售及遊戲試玩區分開，成功吸引更多人流。

銷售試玩分區 成功吸引人群

SCEH香港及東南亞市場傳訊部助理總經理趙善盈表示，今年SCEH整個展區較去年增加40%，可以將銷售及遊戲試玩區分開，一方面令排隊購物的市民毋須堵塞通道及門口，另方面試玩區亦可容納更多市民，預早體驗未上市遊戲的快感，有關決定全賴吸收往年經驗所得。

學生預算三千 買主機賺禮品

今年試用區亦分開兩部分，其中特別要檢查年齡的「18+」遊戲區，所有熒光幕都背向公眾，加上有工作人員守在通道上，爲的就是避免18歲以下兒童看見遊戲內容，亦可確保不會違反規則。趙善盈指，由於試玩區範圍擴展，既可展示更多款最新遊戲，亦可爲展區額外帶來近6%人流。趙善盈又指，展期首日已達每日銷售目標，對今次的動漫電玩節相當樂觀，料總銷售額可有按年15%的升幅。

即場購得最新版本遊戲主機的廖同學指，本身入場預算爲3,000元，但在自己心動及同學的慫恿下，終購買了3,180元的主機；至於同學買了甚麼？廖同學笑指「他們買了平價漫畫」。他稱，今年買主機有多樣禮品贈送，正期待着暑假後推出的遊戲，包括勇者鬥惡龍無雙、蝙蝠俠及街霸5等。

■廖同學買主機超出3,000元預算。 郭兆東 攝

■適逢周六檔期，大批市民入場，動漫節主辦方預料今年入場人數有望創新高。 莫雪芝 攝

軟硬件遜外國 港Cosplay未成氣候

特稿

Cosplay文化登陸香港多年，至今仍未普及。動漫展今年特設Cosplay專區，惟不少Cosplayer指區內仍有不足之處，不但禁止如外國般自設場景，更衣室及座椅同樣不足。有Cosplayer指，不少市民未接受Cosplay，仍需要更長時間消化，但希望Cosplay文化可以繼續在香港延續下去，甚至與外國水平看齊，成為藝術文化。

■中三韓同學(左)與楊同學。郭兆東 攝

更衣室不設防 換裝寧到洗手間

動漫電玩節每年吸引大批Cosplay愛好者到場表演，以往大會未有為Cosplayer (Coser)安排專用場地，令他們多數散佈在場內大小角落，每當有市民拍照甚至希望合照時，都會令本已非常擠迫的場館變得更為擠擁。不過今年情況有所改變，大會為Coser安排專用場館，毗鄰同人專區，Coser可以在專用場館內盡情拍照及分享「抄嘢」心得，亦同時吸引到大批「龍友」到場尋寶。

不過，雖然今年大會為Coser設立更衣室及存放行李的空間，但開放首日就有Coser投訴專區內沒有桌椅，不論參加者還是市民，都只能席地而坐，同時更衣室不設間隔，燈光昏暗之餘更沒有工作人員看守，在不知是否安全下，Coser都不敢使用，寧願到場地內的洗手間更衣。

今年首次進場，已有一年Coser資歷的中三韓同學與楊同學表示，是次扮演的角色是「K-ON！輕音部」內的主角，認為在場內Cosplay時可遇上不少同道中人，可互相鼓勵及支持。她們又指，由於是次可在專區內拍攝，朋友到場方便之餘，亦不怕長時間拍攝會影響其他人，直言氣氛好好。

規模小場地迫 市民目光露異樣

不過，兩位同學指專區內仍有不足之處，最明顯的就是Coser只能夠將裝備及擺設放在身上，不能如外國般自設場景，限制了Coser的發揮外，拍攝出來的照片亦會失去了cosplay的張力，令相片淡而無味。

另外，一身黑色的「嘰嘰戰鬥員」Peter指，已成為Coser3年，今年是首次有專用場館予Coser使用，雖然是一大突破，但仍然不夠。Peter解釋指，對比廣州正式的Cosplay比賽，香港規模太小，既沒有充足的場地，亦沒有適合的配套，單是更衣室不足及專區內沒有座椅就可見一斑。

問及Cosplay文化在港發展，Peter坦言「香港未成氣候」，全因Coser的活動不少人知，但不代表多人接受。「就算係染髮都有人眼望望，何況我係着晒成套角色服出街，不少人會投以奇異甚至歧視目光」，認為感覺並不好受。但Peter仍然抱有希望，認為只要Cosplay文化可以繼續在香港延續下去，終會有發熱發亮的一日，到時Cosplay文化不再是角色扮演，可以與外國水平看齊成為一種藝術文化。

■香港文匯報記者 郭兆東

■「嘰嘰戰鬥員」Peter。 郭兆東 攝