

動漫業有得做 雙創賽助發圍

勝出有望獲高人指點 讓港青有機會將意念商品化



■有小朋友於攤位試玩賽車遊戲，但因腿長不足踩油門，需攤位人員協助。
香港文匯報記者梁祖彝攝

香港文匯報訊(記者 聶曉輝、實習記者 吳子晴)一眾動漫電玩愛好者引頸以待的香港動漫電玩節昨日開鑼，一連5天於灣仔會議中心舉行。動漫在香港本身已是一個產業，香港商機處處，兩地合作機會連連，不少內地參展商均準備動漫電玩節，欲藉此打入香港市場，有主打虛擬實景的參展商更租用了千呎攤位提供試玩，引來人龍。同時，不少香港青少年具創意，對動漫產業有抱負卻苦無機會，主辦單位昨日於場內舉辦香港首屆青年動漫電玩創意創業大賽啟動禮。商務及經濟發展局局長邱騰華表示，計劃可讓年輕人成為動漫電玩行業的主人翁，行業於香港大有發展機會。

動漫電玩節首天同場舉行青年動漫創業大賽啟動禮，協辦機構樂言社教育基金主席朱其崑指出，計劃是香港首個以動畫、漫畫及遊戲為主題的創業大賽，希望藉此栽培創意人才，帶動年輕人創業，將他們的意念商品化，勝出隊伍將有機會得到業界傑出人士提供指導，希望有助推廣動漫電玩產業發展。

政府推動 業界支持

邱騰華出席啟動典禮時表示，民政事務局轄下的「青年發展基金」與商務及經濟發展局轄下的「創意智優計劃」為「動漫玩創之都計劃」提供資助，可讓年輕人成為動漫電玩行業的主人翁。

計劃除了可以幫助年輕人把意念付諸實行，還會透過同行的老前輩，亦師亦友地幫助他們把意念商品化。

他續說，計劃給予年輕人一個肯定，「他們的夢想是有機會成為一個事業，甚至生意，政府的推動和業界的支持，可見動漫電玩行業於香港大有發展機會。」

香港動漫電玩節行政總裁梁中本指出，動漫節至今已至第十九屆，當中雖經歷起伏，但不覺得香港動漫文化存在什麼問

題，市民的热情仍在，創意及原創品牌產品更是一個重要市場。

但他指出，如不解決網上盜版侵權的問題，「漫畫家的創作網上任人睇而無人買實體書，他們收唔到錢，誰會繼續畫？」不少香港市民鍾愛動漫電玩，成長期間或多或少購買了不少支持的作品及產品，故香港的市場一直存在，這亦吸引不少內地企業欲進軍香港。

前年首次參展的內地企業華夏動漫形象有限公司，當年推出「三連座」的虛擬實境遊戲供市民試玩，不少人試玩後覺得「很過癮」，更稱若香港日後有類似的體驗館，縱使要收費也很有意思再玩一遍。

內企租千呎攤位任玩VR

今年已是連續第三年參展的華夏動漫，展覽攤位更大增至1,000呎，當中最矚目的要數一款戴上VR眼鏡、手持長槍，邊玩邊跑的遊戲。負責人鄧曉瑩表示，該款遊戲源自韓國，華夏動漫已在上海、青島及日本秋葉原試營運，反應理想，今次於香港試玩，主要是想測試反應，反應非常熱烈。她表示，正計劃將遊戲正式引入香港，但未有具體時間表。



■青年動漫電玩創意創業大賽一眾嘉賓於台上進行大合照。



■華夏動漫推出一戴上VR眼鏡、手持長槍邊玩邊跑的遊戲。香港文匯報記者聶曉輝攝



■鄭月燕希望藉參展對香港動漫業深入了解。香港文匯報記者聶曉輝攝

內企來港觀摩 盼增兩地合作

對不少內地動漫企業而言，香港是一個觀摩、可合作及可出口的地方。逾80家企業進駐、屬國家級文化產業園區的深圳國家動漫畫產業基地，今次亦首次聯同當中十多個原創品牌來港參展。

基地常務副主任彭泰敏表示，希望藉是次參展機會了解香港市場，可更貼近香港青少年，同時告訴他們並非只有日本及歐美才有動漫，內地也有自家品牌，昨日反應不俗。她續說，兩地創作行業可以深度合作，包括出口、貿易及項目合作等。

90後的鄭月燕與3名友人俱擁有「類熱愛

中國文化的心及堅持原創，追求實現創立屬於中國自己的文化卡通夢想，4人於2015年創辦深圳市噴深商貿有限公司，創作了以熊貓OPanDee為品牌的一系列產品。

鄭月燕表示，內地原創動漫少，故希望藉是次參展機會，對香港動漫業有更深入了解，同時好好學習，獲得會場內十分熱鬧。她指出，內地一二線城市中當，近80%有出售其品牌的產品，但香港則較少人認識，主要透過微信及QQ宣傳。她形容香港是動漫產業的鼻祖，看好其市場，希望日後可在香港一些地方出售其產品。

■香港文匯報記者 聶曉輝



■香港動漫電玩節開幕，吸引大量動漫迷「朝聖」。
香港文匯報記者梁祖彝攝



■何同學於PlayStation攤位換取Sony限量贈品43吋4K電視機。
香港文匯報記者梁祖彝攝

動漫電玩節介紹

日期：2017年7月28至8月1日(星期五至星期二)
時間：早上10時至晚上9時(8月1日至晚上8時)
地點：香港會議展覽中心hall 1及hall 3
票價：35元

今日焦點節目

- 兒童才藝大賽(表演嘉賓:U900-日本Ukulele二重奏組合)
- 動漫Cosplay大賽
- HK Dance Power Competition All Style & Kids 總決賽
- Heartbeat動漫音樂祭

資料來源：香港動漫電玩節 整理：香港文匯報記者 文森

Sony 迷苦等三天終捧走43吋電視

香港文匯報訊(記者 聶曉輝、實習記者 吳子晴)一連5天的動漫電玩節昨早10時開幕，大批早在會場外輪候的市民即時湧往其目標攤位，搜購心儀產品或試玩場內各式各樣遊戲。排在頭位的何同學在會場外等足三天兩夜，昨日終得嘗所願，於PlayStation攤位花費逾3,000元購買心儀產品，換取Sony限量贈品43吋4K電視機。他表示，雖然排隊途中感到不適，但能夠免費獲得價值8,000元的電視機，認為非常值得。

雖然本地漫畫龍頭之一的「天下出版社」今年首次沒有租用大型攤位，僅租用兩個細攤位出售日本漫畫，令港漫元素較往年失色，但場內電玩攤位比例增加，熱鬧情況依然無變，VR虛擬遊戲試玩更經常吸引長長人龍。

PlayStation生產商Sony負責人表示，首日銷情與去年同期相若，最貴一張單約1.2萬元，首日限量貨品亦售罄，但未來數天會補足貨量。Hot Toys市場傳訊經理李雪兒表

示，昨日銷情相當理想，人流多，Cosbaby系列商品如《正義聯盟》大多已售罄，今日會補貨。瑞華行負責人吳民浩指出，首天人流銷情與去年同期相若，每天限量發售的1:144透明電鍍部件高達亦於約3小時內售罄，惟擔心若未來數天打風會影響銷情。

Lego 忍者大賣 豪客數萬掃貨

每年場內樂高積木攤位均大排長龍。Lego高級市場經理岑皓祺指出，今年攤位比往年大約三分之一，令排隊人龍較以往短，相信Lego迷會滿意今年安排。

他表示，首天人流與往年相若，《Lego旋風忍者大電影》系列及倫敦巴士等新產品銷情理想，更有顧客以幾萬元掃貨。

設首屆童玩節 3D自拍吸小孩

今年動漫節亦加設首屆兒童玩具節，該項目顧問林穎琪指出，由於不少每年參與動漫節的動漫迷都有了自己的小朋友，故特別加

入兒童玩具節，讓動漫迷可以入場購買商品之餘，亦可以有親子互動，作為小朋友的暑期活動，反應較預期好。王太太便因今年首設兒童玩具節，特意與丈夫帶同3名女兒入場參觀，她指丈夫本身是機迷，場內的3D自拍館等設施亦相當吸引小朋友。

市民秦先生表示，每年均會到動漫電玩節消費逾萬元購買Hot Toys商品，今年亦以逾兩萬元訂購約20項商品。他認為Hot Toys的首辦模型做得愈來愈好，因此每年都會到場購買。但他認為近年動漫節的氣氛一年比一年差，今年不但人流比往年少，攤位亦不及以往華麗，遠不及外國的大型動漫節。

沈先生每年都會從上海來港參與動漫節，今年亦用了近5,000元購買Lego產品。

來自印尼的Louis特意來港參與動漫節，並於Hot Toys攤位以逾6,000元購買首辦模型、咕啞等Marvel相關產品。他認為會場內充滿了童年回憶，產品較印尼出售的更新、更齊全。

大掃特掃



■印尼的Louis於Hot Toys攤位以逾6,000元購買首辦模型等Marvel相關產品。
香港文匯報記者 聶曉輝攝

「黑子」「雷電」嘆「同人祭」冷清



■Rain Sze打扮成雷電出席「同人祭」。香港文匯報實習記者吳子晴攝

周先生(右一)與友人扮演《黑子的籃球》。

特寫

動漫電玩節自然少不了cosplay，主辦單位今年續在會展3樓租用一個展館並舉辦「第四屆創天綜合同人祭」，供cosplayer拍照及交流。現場所見，不少cosplayer均悉心打扮，維肖維妙，但不少參與者均指今年氣氛較往年冷清。

周先生與朋友以《黑子的籃球》中的角色造型參與「同人祭」，他們是從網上的cosplay群組認識後，一起相約參與動漫節。周先生指他們昨日的服飾較為簡單，只用了約100元購買服裝。

他續說，這5天每日也會以不同造型到場，5套服裝共用了約2,000元。他認為

「同人祭」設於3樓舉行，場內燈光較暗，且沒有背景供他們拍照，較難拍出滿意的照片，且昨日人流較少，惟他認同「同人祭」增加cosplayer間的交流機會。

Rain Sze打扮成遊戲《Metal gear rising revengeance》中的角色「雷電」出席同人祭。他指是次服裝準備了個半月，盔甲以塑膠製作，全身共7個配件，花費約5,000元。

他表示，盔甲要由朋友幫忙穿上，且穿上盔甲後行動不方便，故不會到一樓動漫節參觀。他亦認今年首日人流較少，但之後幾天續會到場參與。

■香港文匯報實習記者 吳子晴