

動漫節丁財旺 人均出手千千聲

試玩攤位排長龍 訂購模型「打蛇餅」

香港文匯報訊（實習記者 陳鳳鳴）昨日是動漫電玩節的第二天，一眾動漫電玩愛好者趁着周末假期前來灣仔會展購買心頭好，並感受下現場熱辣辣的氣氛。昨日中午時分，進入會場的各個入口均開始大排長龍，大會亦因應情況進行人流管制措施以疏導人潮。有多個參展商表示，今年人流暢旺，銷情不錯。亦有參展商表示，銷情理想，但暫未見有大手買入的情況。會場氣氛熱烈，各個試玩攤位吸引大量的市民參與，也有不少市民「打蛇餅」訂購模型，並表示將會花費數千元訂購珍藏版人偶。



■購滿數額的買家領取贈品。
香港文匯報記者梁祖彝 攝



■玩家買到心頭好喜上眉梢。
香港文匯報記者梁祖彝 攝



■VR（虛擬實境）遊戲區大受歡迎。
香港文匯報記者梁祖彝 攝



■玉郎集團版權及事務部經理陳寶珠。
香港文匯報實習記者陳鳳鳴 攝

動漫電玩節是一個集合動畫、漫畫、電玩、模型、玩具於一身的大型展覽，昨日動漫電玩愛好者們甫入場，便直奔自己喜愛的主題攤位。玉郎集團主要經營香港漫畫及日本漫畫，版權及事務部經理陳寶珠表示，今年的人流量還可以，銷情目前表現理想，亦符合預期。此外，店內有部分限量版產品已售罄，而人均消費方面，應該超過4位數。

VR遊戲親子樂園聚人氣



■瑞華行助理產品經理吳民浩。
香港文匯報實習記者陳鳳鳴 攝

玩具商瑞華行助理產品經理吳民浩表示，由於今年天氣好，而且適逢星期六假期，因此人流暢旺，銷情與往年同期相比，亦較為理想正面。人均消費約1,000元左右，但暫時未見有入手購買的情況。他又說，上年動漫展期間有一天遇到打風，令銷情受影響，「希望今年唔會打風啦，都期望今年的營業額比往年好。」

會場內設有不少遊戲試玩區域，吸引了大批市民觀賞及參與。華夏動漫已經連續參展三年，當中最矚目的便是VR（虛擬實境）遊戲區及親子樂園區。遊戲玩家帶上VR眼鏡並背着遊戲機，手持長槍便可在遊戲區域內自由走動。營運總監執行董事丁家輝表示，VR（虛擬實境）遊戲區十分受歡迎，吸引不少市民參與。該遊戲15分鐘一局，收費80元。「原本我們預期每個人玩15分鐘，力求能完整玩完一局遊戲。然而，由於人流太多，時間控制方面完全超出我們預算。」

「會場限定」優惠吸玩家

動漫電玩節作為一年一度的盛事，有不少參展商趁機推出「會場限定」的商品及優惠，以作招徠。李先生熱衷於虛擬跑車遊戲，他表示，動漫節會推出會場限定優惠，他共花費數千元一舉購入多款遊戲，並預訂即將推出的多款遊戲。「在動漫節購買遊戲及配件，會提供遊戲，亦有禮品贈送，好划算。」

另外，知名珍藏人偶品牌Hot Toys主要出售Marvel系列產品，攤位分別設有MARVEL、STAR WARS、DC Comics和購物區。在動漫節期間，Hot Toys限定推出9款1:6比例版珍藏人偶，當中有6款只供場內預訂，因此吸引不少收藏迷「打蛇餅」訂購，有粉絲表示將會花費數千元訂購珍藏版人偶。



■動漫電玩節昨日適逢周末，會場人頭湧湧，丁財兩旺。
香港文匯報記者梁祖彝 攝

首辦兒童玩具節 多元產品益買家

香港文匯報訊（實習記者 陳鳳鳴）動漫節是集動畫、漫畫、電玩、玩具及模型的大型展覽，為市民提供了多元化的選擇。為迎合不同年齡層的需要，大會今年首辦兒童玩具節，成為親子樂另一好去處。會場內設有VR（虛擬實境）遊戲區供訪客試玩，又有大量模型供不同人士購買，角色扮演者一如既往穿插於會場展區，將現場氣氛推向另一高潮。



■角色「Gumi」扮演者（左）和「Len」扮演者。
香港文匯報實習記者陳鳳鳴 攝

各年齡層得享心頭好

展商華夏動漫在會場內設置VR（虛擬實境）遊戲區，市民只需付80元便可即場試玩一局為時15分鐘的「打喪屍」虛擬實境遊戲。營運總監執行董事丁家輝表示，華夏動漫所設計的VR（虛擬實境）遊戲區有別於傳統VR（虛擬實境）遊戲，華夏動漫將所有VR裝置所需要的硬件及數據線裝入遊戲者的背包內，令玩家可背着遊戲機並戴上VR裝置及手持射擊槍，於遊戲區內自由走動。「最大的突破便是，玩VR不再局限在某一空間內。」

玩具商瑞華行為滿足各年齡層的需求，分別提供不同的動漫產品。如專門提供給兒童的閃卡，亦有提供限量版的模型給青少年遊戲玩家。助理產品經理吳民浩表示，為求各玩家均能買到心頭好，攤位實行「每人限買三件」的措施。

角色扮演者互動交流

動漫節除了售賣動漫產品外，亦是角色扮演者施展所長的大好機會。分別扮演「Len」及「Gumi」角色的玩家表示，每年均會來動漫展，與一眾



■大會今年首辦兒童玩具節。
香港文匯報實習記者陳鳳鳴 攝

角色扮演者進行交流，同時亦會與相識的角色扮演者合照。

另外，大會今年首辦兒童玩具節，更特別設有親子通道，家長可憑票帶最多兩名12歲以下小童免費入場。周小朋友與家人一起來參加兒童玩具節，她表示，場內的3D自拍館好好玩。媽媽周太太表示，現場氣氛不錯，人流亦暢旺。又說，大會增加兒童玩具展區，可令動漫節更多元化，亦為市民提供多一個選擇。

內地動漫作家：人氣源於「接地氣」



■雙胞胎男作家筆名「正月」。
香港文匯報記者梁祖彝 攝



■CHILD-K的動漫作品擁有超高人氣。
香港文匯報記者梁祖彝 攝

動漫節是本港一年一度的動漫界盛事，近年不少內地動漫作家也十分重視香港動漫節。昨日有數位內地動漫超人氣作家在場內舉行簽售會，並分享了他們的創作心得，吸引不少讀者前往索取親筆簽名。有作者表示，作品能得到讀者喜歡是因為取材生活化，「接地氣」。亦有作家坦言，創作過程曾出現遭遇瓶頸的狀況，幸好最後能順利克服，繼續其創作之路。

正月作品「男閨蜜」暢銷

動漫產業競爭激烈，有不少作家在創作初期選擇以互聯網作為平台，當累積一定人氣後，便將作品出版。《合租遇上男閨蜜》是騰訊動漫連載作品《同居男閨蜜》的第二季。這部作品是由一對雙胞胎男生共同創作，筆名為正月。當中主要講述都市男女童仙和凌小邪的同居生活，兩人是大學同學，畢業後因偶然而合租到了一起，作品詳細描繪了兩人合租生活既吵鬧又溫馨的一面，當中也有不少搞笑情景。而第二季則講述兩人由朋友轉為戀人關係的經過，備受讀者喜愛。

作為人氣作家，正月表示，作品之所以能夠受到眾多讀者歡迎，主要因為作品「接地氣」、「生活化」和「容易引起共鳴」等因素所致。正月又說，作品的讀者群主要是高中生，他希望以新穎的方式向讀者呈現故事。對於未來的創作方向，他將會因應市場需求而維持或改變現有的「男閨蜜」題材。

CHILD-K：與人溝通獲靈感

CHILD-K所創的《顏值戀》大受讀者喜愛，該作品的主题圍繞都市愛情展開。當中講述了一對剛畢業的男女生活中所遇到的事情。這對男女外表光鮮，然而在家卻是典型的宅男、宅女，與日常外出的形象完全相反。CHILD-K表示，現實生活中，都市男女的內外形象其實有很大的差異。在外工作，衣着光鮮，而在家則較為宅。她笑言，「作品的主人公原型取材於身邊的友人，因此較具真實感，容易引起讀者的共鳴。」

CHILD-K的作品擁有超高人氣，但在創作過程中，她亦曾遇到困難。她坦言，在創作過程中會感到很累，亦曾出現沒有靈感的狀況，另外又需面對出版社催稿的壓力等。對於如何克服上述困難，她笑言，「我會和別人多溝通，獲取靈感。也會看看其他作家的作品，或者看看電視劇，透過借鑒學習，從而繼續我的創作之路。」

■香港文匯報實習記者 陳鳳鳴

《龍虎門》辦900期紀念展

香港文匯報訊（實習記者 陳鳳鳴）動漫展除了電玩以外，當然少不了漫畫。在今年暑假，由香港漫畫家黃玉郎所繪製的《新著龍虎門》將邁向第九百期。出版社有見於此，在會場內舉辦900期誌慶紀念大展，與市民一起回味這部經典的本土漫畫。另外，展區內亦出售不少限量版手繪精品，吸引大批粉絲搶購。

黃玉郎創作風靡半世紀

《龍虎門》是由本土漫畫家黃玉郎所創的長篇連載武打漫畫作品，共有1,280期。該作品系列從1969年開始出版，原名為《小流氓》，是1970年代香港相當受歡迎的漫畫作品。由於「小流氓」一名予人不正當的感覺，同時也間接令黃玉郎想建立的鋤強扶弱感覺無法表現出來，因此，自第99期起改名為《龍虎門》。及

至2000年6月，黃玉郎又將此作品重新改編，另以《新著龍虎門》為名出版。

由《小流氓》到《新著龍虎門》，歷時近50年，因此累積了一定數量的讀者群。港漫出版社玉皇朝趁《新著龍虎門》即將邁向900期之際，舉行別開生面的紀念大展，與一眾粉絲回味這部作品由千禧年至今的精彩片段。

大批粉絲搶購拍照留念

玉郎集團把展區劃分為兩個部分，一部分舉辦畫展，另一部分則為購物區。大批

粉絲聚集在展覽區內觀看《新著龍虎門》的過往畫作，其間亦不斷拍照留念。

另外，玉皇朝也為粉絲提供了大量精品，包括由XM studios打造的火雲邪神及天下無敵1/4彩色雕塑，以及一系列手繪精品，當中包括T-shirt、限定紀念簽名板、手繪封面及手繪畫板等。

玉郎集團版權及事務部經理陳寶珠表示，大部分限量版手繪精品在動漫節開幕日已經售罄。「我們攤位出售的福袋亦大受歡迎，福袋內含有手繪畫板、過往產品或簽名版等。」



■《龍虎門》900期誌慶紀念大展展覽區內聚集大批粉絲。
香港文匯報實習記者陳鳳鳴 攝