熾熱電競節 丁財勝預期

6萬人次參與 青年消費爽手

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）一連三天的香港電競音樂節於昨晚10時許圓滿結束，壓軸「英雄聯盟王者回歸世界邀請賽」昨晚進行總決賽，中國內地隊力壓港澳台隊，以較佳技術連勝兩盤成為冠軍（見另稿）。旅發局指電競音樂節整體參與人數有6萬人次，較預期的5萬人次為多，當中有年輕旅客特意到場，為本港旅業帶來新機遇。場內電競賽氣氛熾熱，場外酷熱天氣仍無損年輕人對電玩的熱情，有人幾乎每日到場「玩足」全場遊戲。有參展商指人流及生意好過預期，年輕人「消費好爽手」，單是近千元一張的電競椅已在三天內出售逾40張。亦有展商認為活動能讓大眾明白何為電競，直言「香港如要發展電競事業便要急起直追，勿失良機」。

■在香港電競音樂節，有人幾乎每日到場「玩足」全場遊戲。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

現時訪港過夜旅客裡有逾一半是年輕旅客，旅發局有見近年電競在全球受年輕人歡迎，故結合電競、音樂及美食等深受年輕人喜愛的元素，舉辦首屆電競音樂節，期望為年輕旅客帶來更多新鮮感，為本港旅遊持續發展試溫。

活動承接第二晚SMTOWN演唱會人頭湧湧的氣勢，昨日最後一天在攝氏33度的高溫下繼續電競活動，不論紅館場內或場外電競嘉年華攤位都大受歡迎。

第二場直播200萬人收看

旅發局節目及旅遊產品拓展經理洪忠興指出，整個活動有6萬人次參與，網上直播共有500萬人次收看，單是昨早第二場的場內電競賽有70%的入座率，網上直播有200萬人收看，滿意狀況。而昨晚港澳台隊對戰中國內地隊吸引更多人到場，氣氛不錯。

場外電競攤位及活動亦大受歡迎，不少年輕人「打機打到唔捨得走」。提供遊戲試玩的ACER產品經理葉敏銘表示，起初以為只有年輕人到場試玩，原來也有家庭客、女孩子甚至是長者到場，認為人流及反應都比預期中好。OC Computer負責人蘇敬賢稱，有家長帶子女到場，看到場內氣氛及情況，都向他反映對電競有所改觀，「原來電競可以教到小朋友紀律及團體合作」，認為活動令社會對電競的看法轉好，向好方面發展。

電競椅生意超預期三倍

專售電競椅的Zenox負責人之一的司徒軒明同樣表示，人流及生意比預期好，當中生意比預期好兩三倍，多為學生及30歲左右的上班族，當中最熱賣的「SATURM」電競椅在3天內已接到40張訂單；最新款的電競桌子亦有5張至10張的訂單，認為電競周邊產品的市場仍有發展空間。

Logitech負責人Carol Suen說，有不少年輕玩家甚至是旅客到場，想看看有什麼新電玩或周邊產品，亦會在場消費，並稱3天生意額逾6位數字，生意比預期理想。她續稱，年輕人消費好爽手，如公司有特別商品在場內及網上發售，很快售罄。

不過，活動在酷熱天氣下進行，大部分參展商都期望下年能搬入室內舉行；如要在戶外舉行活動，則期望在秋季或春季舉行，以聚集更多人流及完善安排。

Carol Suen亦續稱，政府支持電競發展是好事，但對比其他地區本港是較慢起步，如要發展電競行業的話，便要在場地及持續性的聯賽、學界賽等方面下工夫，否則在2022年第十九屆亞運會電競比賽時，打算派人出賽時或要「臨急抱佛腳」。

■場外酷熱天氣仍無損年輕人對電玩的熱情。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

電競王者四強

- ■中國內地隊（冠軍）
- ■港澳台隊
- ■北美隊
- ■歐洲隊

製表：香港文匯報記者 文森

■Zenox表示，生意比預期好兩三倍，多為學生及30歲左右的上班族，當中最熱賣的「SATURM」電競椅在3天內已接到40張訂單。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

■Logitech負責人Carol Suen說，有不少年青玩家甚至是旅客到場，想看看有什麼新電玩或周邊產品，亦會在場消費。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

朝贏北美晚勝港澳台 內地隊稱王

激戰連場

紅館場內的「英雄聯盟王者回歸世界邀請賽」昨日早上及晚上分別進行準決賽及總決賽，中國內地隊由頭打到尾，先在早上勝過北美隊，晚上與港澳台隊對決時最終以較佳技術連勝兩盤成為冠軍，取得30萬港元作為獎金。中國內地隊的成員若風及草莓都認為，香港觀眾相當熱情，期望香港未來多舉辦不同類型的電競比賽，讓香港趕上其他地方的電競發展。

■「英雄聯盟王者回歸世界邀請賽」，中國內地隊最終以較佳技術連勝兩盤成為冠軍，取得30萬港元獎金。 旅發局圖片

港台隊員獲觀眾力挺

昨晚8時許總決賽在紅館上演，現場有5,000個座位，幾乎坐滿，港澳台隊因有主場之利，在每次進攻中都得到在場觀眾吶喊助威，當中以被喻為「中路野獸」的香港隊員Toyz較受歡迎，他一出場及出招時都得到不少歡呼聲。同隊來自台灣有「上路帝王」之稱的Stanley亦在比賽中多次救駕，表現亦令現場觀眾支持，不過中國內地隊技術較強，在三盤兩勝制下，內地隊以較好的技術連勝兩盤成為冠軍。

至於昨早北美隊與中國內地隊的對戰，中國內地隊取得勝利，北美隊的HotshotGG表示，中國內地隊兩局陣容相當強勁，加上自己有一段時間沒玩，故不覺得是被內地隊針對，反而覺得很有趣。同隊的Chauster稱，很開心在現場聽到群眾歡呼，覺得很熱血。

中國內地隊中路若風稱，成員平常會直播遊戲實況，亦會與不同的職業選手較量，直言「雖然我們已退役，但水準仍是接近職業水準」，相信這是勝出的原因。他認為，本港有潛質舉辦電競賽事，若電競繼續得到政府的支持，相信發展會越來越好。

■香港文匯報記者 楊佩韻

特首與韓星合照 網民讚「好潮」

特稿

電競音樂節除了有「英雄聯盟王者回歸世界邀請賽」外，第二晚的SMTOWN SPECIAL STAGE演唱會更吸引不少年輕粉絲到場，場內瘋狂尖叫，完全沒有悶場。原來特首林鄭月娥亦有到場欣賞，更與一眾韓星拍照，上載圖片上FB及IG，有網民大讚「林太追上潮流，好正」，更有網民稱原來林太都喜愛「小鮮肉」，讓人喜出望外。

周六晚舉行的SMTOWN SPECIAL STAGE演唱會有眾多韓星到場慶祝，吸引不少韓流粉絲到場，座無虛席。特首林鄭月娥及旅發局主席林建岳亦有到場，林鄭月娥FB及IG昨日貼上與多名韓星的自拍照，吸引網民眼球及「LIKE LIKE」。

網民Libertarian Nam指，「林太追上潮流，好正。」網民Dora Fung則稱，原來她與林太同場，期望未來有更多韓星來港舉辦演唱會，「令我哋一班韓迷大飽耳眼福。」網民Chikin Lee則認為活動能「旺旅遊事業，旺青年人玩意，旺創新工業。」

■特首林鄭月娥到場欣賞，更與一眾韓星拍照，上載圖片上FB及IG。 林鄭FB & IG

不過較為有趣的留言是有網民料不到林鄭月娥原來「好潮」，網民Miranda MiraMira指：「估唔到林太好in(緊貼潮流)，加油！支持您！」 ■香港文匯報記者 楊佩韻

凍飲熱賣 熱食遇冷

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）場內電競比賽氣氛熾熱，場外一樣熱辣辣，天文台表示昨日市區最高氣溫約33度。高溫帶旺美食車及攤位的冰凍飲料生意，有攤位檔主向記者表示，首兩日已售出1,500杯「薄檸冰」，以年輕人為主，但串燒或熟食的生意則比預期為差。另有美食車負責人認為，電競音樂節的客路與龍舟嘉年華不同，前者以年輕男子佔大多數，後者反而是本地市民及國際旅客，相信今次經驗亦有助分析及計劃美食車的發展策略。

豪園小食美食車負責人梅樂文表示，電競音樂節多數在下午4時起出現人流，多以年輕男子為主，他們多買「一字雞翼」及冰凍飲料。她續稱，為了今次活動新推出冷麵，直言「年輕人好願意試新事物，有的食完冷麵都返轉頭買」，平均每日都有約200張單，認為反應及生意都是合乎預期，笑稱美食車仍有很大的吸引力。

有助美食車規劃經營策略

被問到多架美食車第二次出現於大型活動場地，電競音樂節的反應與龍舟嘉年華有何不同？梅樂文稱，龍舟嘉年華1天約有10萬人次到場，多為本地市民及國際旅客；電競音樂節3天約有5萬人，多為本地年輕人購買小食及飲料，有助分析及計劃美食車的發展策略。

「有得餃」美食車負責人廖先生稱，電競音樂節生意較龍舟嘉年華少30%至40%，相信客路分別及地理因素都有影響，更稱「天氣太熱大家冇咩胃口食嘢，反而西瓜冰凍飲料等大賣」。

廖先生續稱，場內年輕人多花費於電競周邊產品，加上美食區的位置指示未夠清晰，令部分旅客不知道場外有美食車，因而錯失機會，期望下年大會可多做宣傳指示及移師至室內，以便聚集人流。

除了美食車外，場內亦有美食攤位供遊人消消暑及祭五臟廟，出售燒賣及冰凍飲料的「食字號」負責人曾先生表示，場內人流比預期為多，生意亦是合乎預期，首兩日已售出1,500杯「薄檸冰」，以年輕人為主。不過專售串燒攤位的Gourmet Tasty負責人何先生表示，曾在美酒佳餚節及工展會參展，認為電競節受地理因素所限，只有單方向進出美食區，加上年輕人多到場玩電競，故生意較預期差了一點，但他稱仍有旅客及市民不知道有此活動，期望大會下年多加宣傳。

■高溫帶旺美食車及攤位的冰凍飲料生意。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

市民：秋季舉辦可避炎夏

■石小姐：「場內很熱，故要買冰凍飲料消消暑，建議場內可以增加不同電競活動的賽事，多元化活動可以吸引更多年輕人到場。如果下年有機會再辦，可以在秋季舉行，以避過炎夏。」

■鄭先生：「本身有玩英雄聯盟(LOL)，所以特意到場支持。除了天氣炎熱外，其他安排也很好，特別場內氣氛不錯，期望未來多辦有關活動。」

■湖南旅客胡先生：「知道今日(指昨日)有決賽，特別到場支持，覺得場內電競賽氣氛很好，安排也不錯，不過場內的美食選擇較少，期望明年可改善一下。打算明日到香港其他地方看看，順道旅遊一下。」

■香港文匯報記者 楊佩韻