

中國國際動漫節首設香港館

展20餘IP 冀打通內地市場「引爆」優秀作品



◆觀眾現場體驗互動裝置。

香港文匯報記者連愷鈺 攝



◆港產潮玩代表「猿創作」的3米大雕塑。

香港文匯報浙江傳真



◆海膽力量有限公司CTO彭仲然被熱烈的動漫氛圍所感染。

香港文匯報記者連愷鈺 攝

「隨着整體娛樂市場多樣化下的結構改變，目前香港已進入了一個重新開始的階段，我們正在摸索新的發展方向。」在香港特別行政區政府「創意香港」的資助下，正在浙江杭州舉行的第二十屆中國國際動漫節迎來了首個「香港館」，展示了超過20個IP及其數十個創意產品。參展香港動漫業者告訴香港文匯報記者，近年來內地動漫遊戲發展相當強勁，遊戲層面出現了國際舞台頂級的作品。受限於市場規模，香港的動漫行業目前存在發展困境，優秀作品要做大市場，與內地更緊密合作勢在必行。

◆香港文匯報記者 連愷鈺 浙江杭州報道



掃碼看片

此次活動中，香港館展示了超過20個IP及其數十個創意產品，這些產品不僅設計新穎、實用性強，更體現了香港創意產業的獨特魅力。

港創意產業有國際認可水平

香港數碼娛樂協會主席彭子傑向香港文匯報記者介紹，今次參展的有「港漫動力」的優秀作品例如「塗鴉術師」和「貓面具少年」，動畫有國際動畫比賽Digicon6 Asia得獎VR作品「Sili&Tree」，還有潮玩代表「猿創作」的3米大雕塑以及各款作品展示。「近年來，香港的漫畫、動畫或者遊戲、以及最近的潮玩，在國際層面都獲得許多獎項，亦有不少亮麗的成績，證明香港的作品有着國際認可的水平。」

本地市場小 令作品難大爆

彭子傑亦不諱言，香港動漫產業目前存在困境。「香港的動漫遊戲企業習慣於小規模、面對國際市場的製作方法。事實上無論是香港的漫畫、動畫或者遊戲，以及最近的潮玩這幾年，在國際層面都獲得許多獎項，這證明香港的作品能達到國際認可的水平。」彭子傑說，「但另一方面，由於本地市場限制，香港公司基本上只能停留在中小型公司規模，基本生產力不足，令作品無法適時引爆，使得機會流失。」

海洋創作有限公司創作總監李俊文將《海虎》IP帶到了動漫節現場，一時之間，展位成了漫迷們的打卡地。「兩年前我們開始在內地市場推廣，也慶幸在哩哩哩（內地知名潮流文化娛樂社區，編者註）可以發行我們的正版漫畫，亦集合了一班喜歡《海虎》的粉絲們。」面對漫迷們的喜愛，李俊文深受觸動，他也表達了對未來發展的一些擔憂。「香港漫畫市場一直在萎縮，電子娛樂給予的官能刺激是漫畫所達不到的，再加上人力資源的短缺，現今做漫畫感覺到吃力。」他坦言，「未來我計劃向不同市場推廣，例如內地及亞洲其他國家等等。我很希望政府能夠多多協助我們到各地進行宣傳及展覽，跟更多的發行商合作，打開對外平台及市場。」

「此次參展我能感受到內地動漫遊戲發展相當強勁，遊戲層面出現了國際舞台頂級的作品，動畫亦見到有中國特色風格的優質成熟作品。」彭子傑讚嘆內地動漫市場蓬勃發展的大趨勢，「從內地動漫產業的發展趨勢看出，IP的源頭很多時候來自漫畫或者小說，而爆發點大多在動畫，回收點和收益化則在電玩遊戲和玩具周邊。」

助內地作品出海 打通內地市場

「過去香港的公司和作品一直比較難以進入內地市場，香港的動漫遊戲公司普遍對內地經營方法了解不深。我認為如果香港公司能夠扮演好協助內地動漫優秀作品走向國際的角色，加深互相的聯繫，就自然會打通香港作品在內地市場的通路，達成雙贏的局面。」彭子傑說。

港企：將藉動畫傳播武俠文化

在動漫節現場，海膽力量有限公司CTO彭仲然被現場熱烈的動漫氛圍所感染。「我沒想到內地年輕人對動漫的熱情這麼高！我想把MBZ第二季帶到內地來，在內地一些比較大的平台播出。」MBZ是海膽力量以自有IP出品的3D動畫《MAD BOX ZOMBIES》，「這群小殭屍的故事我們已經拍了一季了，共有450集。我們想做一個大家休閒時可以觀看，看的時候覺得爽的個性動畫。在製作初期有參考韓國的《監獄兔》、《Larva》等短片系列，在形象設計上面注重體現反差萌。目前MBZ在全球總瀏覽量達到1.94億人次，市場反應十分熱烈，尤其在泰國以及歐洲等地深受好評。」

海膽力量有限公司成立於2013年，目前專注於高品質動畫電影與番劇的製作，此外還涉足商業動畫廣告及特效製作、互動多媒體等領域。言語間，彭仲然難掩欣喜之情，在他看來，動漫展提供了一個很廣闊的交流平台，他將在動漫節舉辦期間與多位展商進行討論，希望能達成更多合作。「我還計劃製作一部有關金庸的武俠作品，圍繞金庸書中的故事去呈現，目前考慮拍成電影和電視劇。我很願意把金庸書中的武俠文化，我們中國優秀的傳統文化宣傳出去，讓世界能看到我們的文化特色。」

AI新技術新應用賦能 沉浸式感受「動漫+科技」

特稿

本屆動漫節充分發揮杭州數字經濟先發優勢，精心打造包含賽博萌宠機械狗訓練場、全息艦動漫分身照相館、AI識圖雲計算畫像工坊、AR動捕卡皮巴拉大冒險、沉浸式次元變身直播間等五大互動區的數娛遊藝園，開設AIGC主題展區，加強AIGC等領域前沿趨勢交流探討，凸顯AI等新技術新應用賦能動漫產業發展新探索新氣象新成果，讓觀眾在現場沉浸式感受「動漫+科技」的無窮魅力。

一條遊戲PV AIGC一周完成

在AIGC主題展區，數家企業帶來了其在AIGC製作、虛擬拍攝等數字動漫新領域的作品。其中，短片《守AI杭城》十分矚目。「這是我們公司製作的首部AIGC全流程融合杭州城市元素與遊戲元素的創意PV短片。」杭州納視文化創意

有限公司董事長孫傑介紹，「原有的動畫製作流程一條遊戲PV基本上可能需要花費一個月的時間，投入的人力包括原畫師、動畫師、動作導演等。現在通過AIGC流程，整個製作周期可以壓縮到一周，基本上3個比較成熟的AIGC人員就可以去完成整部影片，這也是基於AIGC技術給整個動漫遊戲行業帶來的產業流程升級。」

浙江花果山文化傳媒有限公司董事長周建敏向香港文匯報記者分享了對AI技術的看法。「我們對AI技術持比較開放的態度，目前更多是運用市面上已經相對成熟的AI工具，來輔助內容創作，和一些動漫IP物料的生產。」周建敏說，「我認為AIGC它其實非常需要由創意人才來使用，並把它轉化為我們可以消費的文化產品，這個是我們在堅持的一個看法。因此我們有在培養AIGC產業職業人才，目前已為國內動漫遊戲行業成功培養專業人才4,000餘位。」



◆香港館開幕儀式。

香港文匯報記者連愷鈺 攝



◆Cosplayer裝扮成《海虎》中的角色形象。香港文匯報記者連愷鈺 攝



◆海膽力量有限公司的裸眼3D扭蛋機。香港文匯報記者連愷鈺 攝



◆今年前4個月經港珠澳大橋珠澳口岸進出口值同比增长24%。圖為大橋貨運通關現場。香港文匯報珠海傳真

前4月港珠澳大橋口岸外貿增24%

香港文匯報訊（記者 方俊明 珠海報道）港珠澳大橋口岸外貿形勢持續向好！香港文匯報記者1日從拱北海關獲悉，今年前4個月，經港珠澳大橋珠澳口岸進出口值672.9億元（人民幣，下同），同比增长24%；黃金首飾、電動汽車等高價值高技術產品增多，同比分別大增逾134倍、超1.2倍。

跨境通關效率大提速

港珠澳大橋近年不斷提升通關效能，創新監管模式，繼大橋珠澳口岸開通對澳貨運通道、出口跨境電商業務在大橋開展試運行後，全品類內地鮮活食品實現指定時段經港珠澳大橋供港……口岸通行的貨物類別不斷豐富，「一站式」卡口系

統亦持續優化，「非侵入式查驗+智能審圖系統」提質增效，推動大橋跨境通關效率實現大提速。

數據顯示，今年前4個月，港珠澳大橋海關監管進出境貨車超19萬輛次，同比增长逾29%。其中，今年4月份，經大橋珠澳口岸進出口值超191億元，同比增长近31%，當月口岸貨運量同比增长兩成以上。

高價值高技術產品成新動能

啟藝金銀珠寶公司是廣州番禺區沙灣珠寶產業園內一家珠寶首飾出口企業。由於原料進口、成品出口「兩頭在外」，企業對物流時效性要求很高。港珠澳大橋海關支持企業用好一體化通關模

式，幫助企業打通了經港珠澳大橋、香港機場進出口的物流通道。「現在，原料早上從香港進口到番禺，成品晚上就能從番禺運往香港。非常快！」該公司總經理許健強表示。

隨着大橋口岸通關效能提升，黃金首飾、電動汽車等高價值、高技術產品等新興業態通過大橋集聚，成為大橋口岸外貿增長新動能。今年前4個月，經大橋口岸進出口珠寶首飾、電動汽車貨值分別近208億、2.4億元，同比增长逾134倍、超123%。港珠澳大橋海關副關長劉彥君表示，大橋海關將在創新監管模式、提升跨境貿易便利化水平、培育外貿發展新動能、加大科技裝備系統應用等方面持續發力，助建「港珠澳大橋經貿新通道」。