

角色扮演爭妍 街舞熱力四射 5G電競澎湃 深圳動漫節打造第二「秋葉原」

動漫節三大場館巡禮

看展小貼士

單位：人民幣
展會時間：2019年7月18日
—7月22日(共5天)
開放時間：
每天9:00—18:00
地點：
深圳會展中心7/8/9號館
票價：平日早鳥票50元、
周末早鳥票70元

(大公報整理)



五彩中國

大公報記者

胡永愛

7號館 互動遊藝

電競大賽、Superdancer街舞大賽、小橙堡兒童互動舞台劇、VR互動遊藝體驗區、夏日祭典街、創意市集等

8號館 動漫之旅

舞台演藝區、秋葉原縮略體驗館、正版衍生產品賣展示區、知名企業展示區、文旅宣傳區、攝影休閒區等

9號館 專屬嗨玩

cosplay榮譽盛典、二次元明星見面會、愛豆大賽、漫畫名家互動、動漫衍生產品市集、跨次元主題空間、甜品節等



▲Sasakichi表示來深圳動漫節與中國漫迷交流很开心
大公報記者胡永愛攝

►現場觀眾與自己喜歡的動漫人物合影
網絡圖片

據悉，今年深圳動漫節被列入首屆粵港澳大灣區文化藝術節深圳分會場八大主體活動之一。此次參演參賽及嘉賓人數超過7000人，是近年來參賽人數最多、選手質量最高、覆蓋範圍最廣的一屆。

「動漫讓我們心意相通」

作為二次元重要地標，日本秋葉原被動漫迷們稱為「動漫聖地」。本次動漫節也在「動漫之旅」主題館中特設秋葉原館，「還原」日本最具代表的動漫聖地。記者在現場看到，館內以彩色馬賽克為背景牆，配合歡快的動漫音樂，置身其中，彷彿進入了快節奏與二次元衝擊碰撞的日本。來自日本的KANAME、Nyarumaa、Majime、aikawanatsu、Mask Maid五位知名cosplayer，帶來了精彩的舞蹈和表演，並與觀眾進行火熱互動。

來自日本的Sasakichi是此次舞台的策劃者，他常常帶著日本cosplayer在秋葉原乃至世界各地舉辦、參加動漫節和演出，被稱為秋葉原的「風雲人物」。今天剛進入會展中心，就有中國漫迷認出了他衣服上的動漫人物。「雖然我們語言上無法交流，但那一刻我們都非常開心，動漫讓我們心意相通。」Sasakichi興奮地表示，這次來深

圳，希望可以和中國漫迷多交流，感受中國動漫的發展和城市文化。

扮演日本文字冒險遊戲《Fate/stay night》動漫人物遠阪凜的張小姐今年17歲，進入cosplay圈已三年。她說：「為今天的造型，我準備了半個多月，道具、假髮、頭飾和衣服，都是我自己選擇和定型製作的，父母非常支持我的這個興趣。」

華為雲聯通5G助陣

本次動漫節還引入時下熱門的5G與VR元素。7號館中，「5G+VR電競·華夏動漫館」集中呈現了文化科技領域先進成果及國內外VR電競發展情況，包括VR電競大賽+5G直播、華為雲、聯通5G、多人對戰紅色VR電競等產品，吸引不少參展觀眾踴躍參與。

同時，本次動漫節首次在場館接入5G信號，為電競愛好者提供高速、流暢的體驗，也為電競賽事現場直播及場內外互動提供技術保障。

「在今天的動漫節上，我們將與各行業合作夥伴共同探討「5G+VR電競」普及化的可能性。」華夏動漫形象有限公司董事局主席莊向松表示，其中包括探討如何套用華夏動漫的遊戲內容與華為的5G技術相結合，進一步發展電競業務。

元祖女僕咖啡屋探設深圳分店

「動漫之旅」主題館中，有家特別的咖啡屋。它是日本動漫《命運石之門》中女僕咖啡館的原型，也是秋葉原女僕咖啡屋新模式的元祖之店：Mai:lish。創始人橫山隆俊帶著3位「女僕」員工，以日式的親切、貼心服務，歡迎前來的顧客。

橫山隆俊介紹，創辦Mai:

lish是為了讓女僕文化能更廣泛地傳播。從前日本的女僕咖啡屋，服務員只是穿着女僕的衣服，其他與普通咖啡店別無二致。橫山隆俊2016年創辦Mai:lish，希望來店裏的消費者能輕鬆享受女僕文化，因而服務員招聘的都是宅女，這樣在服務過程中，大家能自在地交流。Mai:lish自創辦以來，在日本受到極大歡迎，「秋葉原增加了30多家女僕咖

啡，整個日本模仿我們的大概有150多家。」橫山隆俊說。

「深圳是創新之城，是IT非常發達的城市，我們認為深圳是可以開一家女僕咖啡屋的。」橫山隆俊表示，目前已在和日本及中國的企業談合作，準備在深圳開設中國首家Mai:lish，讓更多粵港澳大灣區漫迷真正體驗日式女僕咖啡屋。

(記者 胡永愛)



▲橫山隆俊與3位「女僕」員工
大公報記者胡永愛攝

◀「跨界」潮物花露水口味雞尾酒成網紅
受訪者供图

老字號「觸網」迎新機 「圈粉」年輕一代

老字號「觸網」再迎新機，不僅吸引更多年輕用戶，更憑藉創新之舉站上發展新高地。在未來，富有創意的新老結合之路亦將持續前行。

從2011年接觸互聯網至今，鳳凰自行車研發「智行」APP，不僅在外形創新，還充分應用智能車鎖、標準智能模塊等，讓傳統代步工具變身時尚，吸引年輕人享受騎行。「網購很方便，不用花時間去實體挑選，還可以網約技師來上門安裝或維修，這為我們解決了很多煩惱。」消費者徐小姐表示。

「我們在抖音、微博等平台都有官方帳號，也拍攝一些符合年輕人審美的小視頻，希望拉近和年輕消費群體的距離。」鳳凰自行車相關負責人表示。

據了解，2018年鳳凰自行車電商

銷售158萬台，其中成人車線上銷售佔總量36%。

跨界方面，上海家化的幾款聯合首發品可謂開拓新潮，無論是六神花露水味雞尾酒，還是奶糖味潤唇膏，都創下網絡跨界銷售紀錄。「當時我和小夥伴想買花露水味的雞尾酒，一直等店家通知都買不到，到現在都覺得遺憾。」達人李小姐對此後不斷湧現的新品追捧不斷。

「近年來，我們不斷深入洞察消費需求變化，為了迎合高端化、年輕化、細分化的消費趨勢，還升級並優化了家化的品牌矩陣。」上海家化董事長兼首席執行官張東方表示。據公開數據，上海家化2018年實現營業收入71.38億元（人民幣，下同），同比增長10%；實現淨利潤5.4億元，同比增長38.6%。

(記者 倪夢璟)

瀋陽故宮再現乾隆書房

瀋陽故宮18日再現乾隆皇帝的盛京書房，近百件御用文房四寶、清供雅玩呈現出大清盛世時皇帝書房用具的豐富品類和精美雅致。

據瀋陽故宮博物館館長李聲能介紹，清乾隆皇帝在位期間四次東巡盛京，賦詩題詠，為盛京宮殿留下很多詩、詞、聯、匾以及皇家御用珍品，其中的文房用具選材精良、工藝精湛。

李聲能說，在乾隆等清代皇帝推動下，清宮文房用具設計與製作既有文人清雅品味，又兼具皇家精細工緻，幾乎涉及清代所有工藝品種類，達到登峰造極的地步。本次展覽分為兩個單元，第一個單元為「麗筆宸翰」，展出御用「文房四寶」。第二單元「龍案清玩」展出御用文房清供，即書房的陳設用具等。

(中新社)



▲參觀者在瀋陽故宮參觀乾隆盛京書房
中新社

「高顏值」書店帶動全民閱讀

在全民閱讀成為更多民眾追求的生活風尚背景下，集合餐飲、文創、展覽等業態的複合型書店，成為內地民眾的「精神餐館」。

藏身於西安唐城牆遺址公園內的啟味閣已書屋外觀鮮明，全玻璃造型設計讓它看上去更像西餐廳或者咖啡館。店長朱峰認為，在民眾傳統認知裏，書店就是看書、買書的地方，但現代書店更應是文化休閒綜合體。近年來，鍾書閣、言幾又、西西弗等高「顏值」書店相繼登陸西安，通過「圖書+」經營理念，與文創、咖啡、文化主題活動相結合，漸成引領生活方式的城市文化空間。

「小時候，父母常領我去書店看書、買書，現在我也常帶孩子逛書店，這是我們家的傳統。」西安市民李楊梓告訴記者，與他兒時的書店相比，現在的「花式」書店跨界性更強，除了讀書買書，還有多種消費娛樂和創意活動等，讓書店更像是一個文化

休閒空間。

西安市新華書店常務副總經理張趕說：「實體書店作為傳播文化的重要載體，是讀者的精神家園和城市的精神標識。除了模式創新，還應當注重城市文化的傳承與傳播。當一個個書店逐漸成為民眾的「打卡聖地」和展示城市文化的窗口時，也給實體書店帶來責任感與使命感。」

(中新社)

►在上海市一家書店，民眾正在閱讀
中新社

