

范長江行動

香港傳媒學子深圳行

香港傳媒學子採訪黃江油畫有限公司董事長黃通
大公報記者魯朋瓊攝



號稱「中國油畫第一村」的深圳大芬村1989年以前名不見經傳，然而正是這個面積僅0.4平方公里以「山寨」起家的小村，曾一度佔據全球六成複製油畫市場。但「山寨」終究不是長久之計，自2008年金融危機後，大芬村調整策略，由複製者轉變成製造者，主要目標市場也從歐美日轉向內地，目前該村百分之九十左右的油畫為內地市場所消化。

大公報實習記者
李寅舟深圳報道

油畫第一村由複製變製造

大芬畫家告別「山寨」秀原創

如同大多數的「中國製造」一樣，從前的大芬油畫是一個廉價的代名詞。2008年以前，大芬油畫村的世界名畫臨摹品絕大多數出口歐美，銷量及利潤率對歐美元的匯率變化十分敏感。今年六月初美聯儲主席耶倫大發鴿派言論打壓美元，六月底希臘帳目大幅拖累歐元及歐元區股市……這一切如果發生在七年前，深圳大芬村的不少油畫畫師估計要愁眉不展好長時間。

然而，如今外銷和內銷的比例已經顛倒，大芬村百分之九十左右的油畫訂單被內地市場消化。

年出口額曾達12億人幣

1989年的一間租住民房，是北上港人黃江開創大芬油畫村的起點。2008年之前，大芬村複製型的商業油畫80%遠銷至歐美、東南亞、澳洲、非洲等幾十個國家和地區，其餘的20%銷往內地市場。據黃江油畫有限公司董事長黃通介紹，自2006年至2008年初，大芬村製畫工廠每年出口的畫作總額達12億元人民幣，全球複製油畫中約六成採購自這個0.4平方公里的「村莊」。

2008年金融危機及之後的一兩年，外銷油畫交易額大幅下降，大芬油畫村也和當年的北京798一

樣，訂單劇減，租金飛漲，畫廊紛紛關門。

隨後大芬村調整策略，轉內銷為主，佔據80%的銷售額，重點銷往東部及東南部地區，其餘20%外銷至歐美國家及地區。現今，以薄利多銷、批發訂單、外銷為重的「油畫生產流水線」模式已淡出大芬油畫村，原創型油畫正嶄露頭角。

大芬油畫村產業鏈條非常齊全，懂行的深圳人幾乎都來這裡買顏料、畫布，給自己的畫作裝裱，更有不少外地趕來的油畫批發商，只要有個門面在大芬村，什麼畫都賺錢，如今的大芬油畫村年產值42.6億元。

「請勿拍照」保護產權

「當年0.4平方公里的小區如今也擴展到接近5平方公里，容納四十多家公司及一萬多相關從業者」，黃通如是說，「油畫類型也向原創畫作發展。從畫作創作到裝框銷售，我們旗下都各有專門工廠來完成」。

記者在油畫村中心地帶「黃江廣場」的各個畫廊繞了一圈，幾乎沒有見到臨摹的作品。除了傳統的西式主題，油畫中諸如寫意山水、枇杷

葡萄、梅蘭竹菊等的中國元素隨處可見。看到最多的四個字，便是為了保護畫作產權而掛上的「請勿拍照」。

從剛開始的幾塊錢一幅畫到現在以萬元為單位，大芬油畫的附加價值也在不斷增加。「畫廊專門聘用一名畫家作畫，每年大概八十多萬元，而他每個月創作兩到三幅畫便已足夠」，黃通介紹，大芬從當初的「山寨」臨摹到現在的原創，走了26年，未來大芬將提供更多的藝術衍生品，讓藝術融入到人們的日常生活中，成為一條不可複製的文化產業鏈。



香港傳媒學子參觀採訪深圳大芬油畫村
大公報記者魯朋瓊攝

港畫家深圳開畫廊悠哉

港是一個國際大都會，但香港店舖租金一直長期高企，新浪網就曾報道香港租金2012年到2014年的租金都是全球最高，如旺角、尖沙咀都被金舖、藥房壟斷，像在kk咖啡畫廊這種集藝術與休閒於一身的店舖「買少見少」，以致於曾國光這樣的畫家難以在香港一展抱負。深圳對港澳同胞在租金上的優待，以及大芬村的資源，為本港藝術家提供了另一個發揮平台。筆者以為，在未來，如何讓香港擺脫對金融、旅遊、零售和地產的過分倚重，進而拉闊藝術創意等行業的發展空間，是值得港府思考的問題。

【大公報訊】實習記者杜泳涓、李寅舟深圳報道：

坐落於深圳大芬油畫村的kk咖啡畫廊，是一個集畫廊和咖啡館於一身的地方。店主曾國光是香港人，也是一名專業的畫家，他先於1980年在香港一手創立了亞二畫廊，後於2011年在深圳大芬油畫村創立了kk咖啡畫廊。「2008年以前，很多港人來大芬村淘畫」，同是香港人的黃通說，現在兩地高質畫作的價差縮小，專門為「撿便宜」而來的港人越來越少，為開店環境所吸引的則越來越多，而曾國光就是其中一位。

相比香港昂貴的租金，曾先生百多平方米的咖啡畫廊年租金只需五六萬元。曾國光稱，這麼便宜的原因是因為政府對港澳同胞的特別優惠，而咖啡館每月的平均盈利約1萬元。曾國光說在香港可能可以賺得更多，但對於已邁入中年的曾國光來說，在香港他能做的工作只有「看更」，而在深圳則能做喜歡做的事情。

深圳大芬村這個地方正正為港人藝術家提供了一個良好的平台。香

港人曾國光
大公報記者魯朋瓊攝



中國風彰顯文化自信

【大公報訊】實習記者羅傲愷報道：深圳羅湖崗藝展中心是全國規模最大的家居飾品採購中心，在藝展中心二期8樓還隱藏着一片創意熱土——藝展·創意特區。LOFT式的經營環境鳥語花香、綠意盎然，這裡已成為中國最具商業價值的原創設計基地之一。

記者一進入中心立刻感受到了一股濃烈的藝術氣息。創客聚集的「藝展·創意特區」每一個設計品牌都起了個頗具藝術感的名字：「DOMO」、「物本造」、「樂在」、「意象嘉園」等等。這裡的設計品牌都有自己獨特的靈魂，不少作品曾斬獲國內外大獎。

記者發現，設計中都或多或少採用了「中國風」元素。中國的茶道、書法、圍棋、盆景的理念融入了傢具和裝飾品之中。據說，前幾年，深圳的室內設計曾經一度流行西洋風，而今中國的設計師們找回了中國傳統文化的自信，中式設計強勢回歸。

在炎熱的夏天，這一股清爽、高雅的「中國風」讓大家的心都靜了下來。許多參觀者紛紛表示：「以後我們有了新家，裝修一定要這樣！」

東門老街的咖啡畫廊
大公報記者魯朋瓊攝



香港傳媒學子在甘坑客家小鎮合影留念
大公報記者魯朋瓊攝

客家圍屋 古村新貌

【大公報訊】實習記者吳涵宇深圳報道：深圳龍崗區文物資源豐富，現有地上各類文物古蹟多達400餘處。各級文物保護單位29處，佔深圳市一半。客家圍屋又是龍崗文物的重要組成部分，佔80%。位於龍崗區布吉街道甘坑小區的甘坑客家小鎮和龍崗街道的鶴湖新居，分別以各自的方式記錄和傳承着生生不息的客家精神。

甘坑客家小鎮是政府於2012年立項，總佔地面積達230.96公頃。小鎮的著名景點南香樓樓中有樓畫中有畫，是斥巨資從福建整體遷移而來，在保存樓宇原貌的同時，使客家建築得到更為優質規範的保護和修繕。

在古典雅緻的小橋流水間，最吸睛的當屬酒吧一條街。將老舊的客家廠房民居進行改造，為他們「穿衣戴帽」，增修了嶺南風格的屋頂牆飾等等。小鎮還引進了餐飲、酒店、

工藝設計、休閒文化等各類企業，後期會加入更多客家元素，將現代商業元素融入傳統客家文化中，形成別具一格的包容型小鎮。

鶴湖新居為廣東興寧客家人羅瑞鳳的祖屋，於清朝乾隆年間興建，距今兩百多年，佔地約1.5萬平方米，是深圳現存客家圍屋中保存最完整、最具代表性的一座。圍屋至今仍由羅氏後人持有產權，本着《文物法》「不改變文物原狀」的原則，修舊如舊，將傳統客家圍屋原汁原味地展現現在遊客面前。

甘坑客家小鎮和鶴湖新居以兩種不同的發展模式為現今古村落文化的傳承與發展提供了參考借鑒。小鎮的發展方向能將客家文化推向更為廣闊的舞台，然而在此過程中如何平衡文化保育和商業運營，會否讓盈利綁架繼承傳統的初衷，都需要政府、企業等多方進行權衡考慮。

愛上這個年輕城市

大公報實習記者 胡馨月

筆者以前對深圳的印象是便宜的KTV、寬闊的街道、隨處可見的高樓大廈，此次訪問之後，印象大為改觀，甚至萌生了移居深圳創業的念頭。

這座城市對不同文化的包容深深地吸引了筆者。福田「青年驛站」有這麼一條標語，「來了就是深圳人，住過皆為福田友」。它生動體現了深圳對外來者的開放姿態。作為一個新傳媒專業的學生，看到來自世界各地年輕的「創客」們在「創客空間」盡情表達自己的想法、開發最尖端的科技，頓感心潮澎湃。

在深圳各種「創意沙龍」中，新的想法與科技隨時隨地碰撞出火花，塑造成功。一位做網絡客戶體驗的蘭帕德公司的谷先生，從八萬的投資做到千萬利潤，

這樣的例子在深圳數不勝數。與之相比，香港的市場氣氛不免顯得太保守。

深圳南山區的華僑城OCT創意文化園是給筆者印象最深的地方。雖說是工廠改建，但這裡處處都透露着文化的氣質。優美的環境、清新的空氣、咖啡、音樂、陶器、畫作，這一切使我瞬間愛上了這裡。

相對於香港，深圳對創業的資本要求低很多。華僑城OCT的租金只要每月每平方米100元；而在前述福田「青年驛站」，全國各地的大學畢業生都享受一周的免費住宿作為異地就業前的暫時居所，並提供免費Wi-Fi和就業交流平台……對想要在新興產業裡有一番作為的年輕人而言，深圳真是一個創業佳地。

清代村落 耕讀傳家



香港傳媒學子參觀深圳鶴湖新居
大公報記者魯朋瓊攝

【大公報訊】實習記者黃詠君報道：經過一段長途車程，記者終於踏進了龍崗鎮羅瑞合村鶴湖新居。據了解，鶴湖新居佔地面積21000平方米，是全國佔地面積最大的客家民居建築。據悉，鶴湖新居由廣東興寧客家人羅瑞鳳興建，羅氏家族曾在此聚居而居近200年。

鶴湖新居外有個半月形水池，約有1.5米深，聯通附近翠綠的柳樹拼湊成一幅沁人心脾的宜人圖畫。據說，半月形長得似古代的錢包，跟經濟發展可有延續寓意相通，因而這個水池表達了古人希望村子興旺發達的美好願望。

據當地人介紹，客家人素有重視教育「耕讀傳家」的傳統，它影響了羅家一代又一代人。據了解，羅氏家族為了讓男丁能有讀書識字的機會，不惜重金在老圍樓裡開設私塾聘請老師授課。聽到這裡，筆者深感圍村人對教育重視程度之高，儒家思想影響之大。