

「十里紅妝」美輪美奐 「醒獅」活靈活現 科技加持新國貨 東莞潮玩譽全球



海外華文傳媒合作組織

精緻華麗的「十里紅妝」、活靈活現的「醒獅」、古典豪華的「千角燈」……走進位於東莞寮步的金屬模玩展覽館，一件件栩栩如生的3D金屬拼圖產品讓海外華文傳媒代表看得眼花繚亂。16日下午，2023海外華文傳媒合作組織廣東高質量發展主題參訪調研團來到東莞市微石文化科技有限公司，了解當地潮玩的設計生產最新情況。得知「十里紅妝」等作品被翻譯成7種語言，在100多個國家和地區銷售，海外華媒代表紛紛為東莞潮玩點讚，並表示這些充滿國潮元素的产品走出國門，可以成為城市名片提升東莞海外知名度，還能讓海外人民更加了解中國的文化。

大公報記者 黃寶儀、李紫妍、敖敏輝、帥誠東莞報導

展廳裏，一排排展櫃裏打着亮眼的燈光，裏面擺放着微石從初創時期的青澀產品，到發展期為歐美日本等國生產的文化IP周邊，到如今成立自研品牌、開發以中國傳統文化為主題的暢銷產品，講述着這家廣東企業的輝煌發展歷程。「全球每一家迪士尼裏都有我們的產品。」跟隨負責人的腳步，許多華媒代表都在展櫃中找到了自己熟悉的IP，現場「哇」「哇」的驚嘆聲此起彼伏。

每年研發經費佔營收30%

微石是全球著名的金屬DIY潮玩開發商，集研發設計、品牌運營、生產製造、銷售服務於一體。公司一直專注原創設計，每年投入生產研發經費佔總營業額的30%，至今累計研發產品超1000款，持有各項專利和版權超3000項。目前，公司产品在海內外20多個國家銷售，其中外銷佔60%，全球累計近億用戶。「滕王閣」、「天壇」、「法國凱旋門」以及炫酷的裝甲玩具等，每年銷售逾1億元人民幣。

來到東莞之前，意大利—世界中國社長胡蘭波就對這個地方感到非常親切，因為在即將到來的聖誕節，羅馬會點亮滿城聖誕燈飾，它們很多都來自東莞。「世界工廠」是之前胡蘭波對東莞的認識，沒想到如今東莞已經蛻變成「潮玩之都」，設計的文創產品還大量使用了中華文化的元素。胡蘭波告訴記者，意大利人很喜歡中國傳統文化，他們的編輯部晚上就會變身為共享空間，邀請讀者前來參加一些文化活動，這次來到企業參觀，她也選購了醒獅等3D金屬拼圖產品，等明年新年的時候擺放在編輯部，讓前來參加活動的讀者也能感受到中國人的儀式感。「這些國潮產品走出國門，可以成為東莞的一張城市名片，帶動城市海外知名度的提升；也可以成為文化傳播的『使者』，讓海外民眾通過這些產品了解中國的文化。」



▲精妙絕倫的「十里紅妝」產品。
大公報記者黃寶儀攝

結合傳統文化 形式新穎

美國《華興報》社長程汝釗對於微石集團的發展模式和生產模式大為驚嘆。他表示，美國有龐大的消費市場，相信這種產品在美國會大受歡迎，接下來會把相關信息帶到美國。

「真的特別棒！」加拿大《環球華報》社長司曉紅興奮地舉著手機在展示架旁不停拍攝，她表示尤其喜歡結合傳統文化來開發生產的系列產品，「文化的傳播都需要依託一定形式，而且需要創意和新意，像這種形式就很新穎，我看好它的發展。」

馬來西亞環球評報社社長劉麗榮也很喜歡「醒獅」系列。她告訴記者，醒獅文化在馬來西亞非常盛行，逢年過節都能看到盛大的舞獅活動。她非常樂意將中國的這些產品介紹給馬來西亞人民，「到時候把這些精緻的東西展示出來，一定很多人喜歡！」



▲16日下午，2023海外華文傳媒合作組織廣東高質量發展主題參訪調研團來到東莞，了解當地潮玩設計生產情況。圖為參訪團成員在欣賞各種兼具傳統文化元素的潮玩。
大公報記者黃寶儀攝

體驗國潮文創重拾童趣



毛茸茸的公仔讓人愛不釋手



充滿童趣的棉花糖要帶回家



忍不住伸出手與玩偶互動

大公報記者黃寶儀、李紫妍攝

文化自信 滿滿噹噹

手辦、公仔讓人目不暇接，裝飾成汽車主題的多層門店顏色惹眼，來自全球各地的進口食品勾勒一副美好生活圖景……16日，2023海外華文傳媒合作組織廣東省高質量發展主題參訪調研團走進東莞，先後走訪了KK集團旗下KKV、THE COLORIST調色師、X11三家潮流零售品牌零售店。穿行在色彩極具衝擊力的創意空間裏，把玩着琳琅滿目的潮流文化產品，海外華媒代表們真切感受到東莞作為年輕活力潮流之都的一面。

參訪期間，華媒高層們一邊聽取介紹，一邊不停用手機記錄着眼前新奇的潮流物品和設計，認真感受新型零售空間的趣味體驗。「它的陳列方式很新穎，而且很符合現代人的喜好。」巴西華人網總經理邵園園說。

東莞平均年齡33.4歲，是全國最年輕的城市之一，有着扎實的動漫、玩具、服裝等時尚產業基礎。在這樣的城市文化中，一批年輕、創新的潮流品牌迅速發展。其中，KK集團通過打造多品牌戰略，為「Z世代」消費者提供潮流、創新、滿足美好生活方式的休閒購物體驗，已在內地190多個重點城市以及海外22個城市擁有近700家線下門店。

設計充滿中華文化元素

波蘭《歐中之聲》副總編林奕賢說，都知道東莞是「製造之都」，為全世界做代工生產，來到這裏才發現東莞已經通過設計、科技賦能，設計出有品牌的文創產品，而且在設計生產中還加入大量中華傳統文化元素。這是文化自信的一種表現。相信隨着這些國潮產品走向世界，中華文化也將得到更好的傳播和推廣。

大公報記者李紫妍、黃寶儀

走進東莞 體驗「Z世代」零售空間



系列參訪團成員對「醒獅」等中國傳統文化產品十分感興趣。
大公報記者李紫妍攝

看世界沉香收藏 「莞香」獨樹一幟

保護傳承

16日下午，2023海外華文傳媒合作組織廣東省高質量發展主題參訪調研團來到位於東莞寮步的中國沉香文化博物館，在慕景沉香中讀沉香歷史，識全球沉香樣本。

中國沉香文化博物館由上海世博會中國館設計師、中國工程院院士何鏡堂主持設計，由著名國學大師饒宗頤題字：「中國沉香文化博物館」，設有中國工藝美術大師王芝文的「華夏一絕——陶瓷微書」主題展廳。

走進仿香盒設計的博物館主體建築，即可見高1米、直徑1米、重1千斤的「乾隆鑄銘文第一香爐」。在講解員的帶領下，海外華媒代表們了解了沉香從生長、結香、採摘的全流程，還見到了國內外不同產地的沉香樣本。在展廳三樓，由知名木雕專家、海南工藝美術大師黃黎祥獨立完成的黃熟香山子「黎人採香圖」更是讓人大開眼界，「這是海南目前所發現的同類香中最大體量的黃熟香。」講解員說。

參訪期間，海外華媒代表們還欣賞了中國傳統香道表演。「能夠在這裏把沉香的生產全流程看一遍，還能見到這麼多來自不同國家地區的沉香樣本和藝術品，讓我對沉香的了解更進一步，中國在沉香文化的傳承和保護方面做得很出色。」澳門捷報社長關健生說。

大公報記者帥誠、敖敏輝



▲參訪團在中國沉香文化博物館參觀。
大公報記者帥誠攝

尋訪中國禪都 感悟禪宗文化

特稿

16日上午，2023海外華文傳媒合作組織廣東省高質量發展主題參訪調研團先後在雲浮市新興縣走訪廣東禪文化創意產業園區和金台山智慧公園，感受禪宗文化的博大精深。海外華文傳媒高層認為，禪宗文化展現了中華傳統文化、中國古代哲學的精髓。在當今國際形勢下，講好禪宗文化的故事，對於海外讀者深入了解中華文化有十分重要的意義。

在廣東禪文化創意產業園區，海外華媒代表們與釋如禪方丈就禪宗文化及其海內外傳播進行熱切交流。方丈表示正在推動禪宗文化更廣泛的傳播，如數周前舉辦的首屆粵港澳大灣區禪宗六祖文化節，通過在香港和廣東雲浮、韶關等禪宗

文化地的系列活動，加強三地文化聯繫。

美中信使報副社長吳迪大學時曾學習國學，此前也先後去過與禪宗六祖慧能密切相關的廣州光孝寺和韶關南華寺。他表示自己受禪宗文化影響頗深，這次來到六祖慧能的出生地和圓寂地新興縣，參訪了國恩寺並與方丈交流，深深感受到此地歷史和禪宗文化氛圍十分濃厚，讓他感到非常圓滿。



▲菩提樹下，參訪團成員聆聽六祖和禪宗文化的故事。
大公報記者黃寶儀攝

講好禪文化故事意義重大

中華微視董事宋體金表示，禪宗文化從唐代開始影響華夏兒女的生活，它與其他舶來文化最大的區別在於結合了儒學文化的精髓，倡導大愛、孝心、包容、自律，實際上展現了中華傳統文化、中國古代哲學的精髓。在當今國際形勢下，講好禪宗文化的故事，對於海外讀者深入了解中華文化有十分重要的意義。

大公報記者黃寶儀、李紫妍