

►圖為廣輕控股集團旗下珍品館館藏珍品《孔雀圓屏》抽紗

廣輕控股借香港揚帆 嶺南非遺文化出海





◀圖為廣輕控股集團旗下工美港·國際數字創新中心

◀廣東省廣輕控股集團有限公司董事長、黨委書記戴智。

一張紙質泛黃、邊角起毛的薄薄參展證，被廣東省廣輕控股集團珍藏至今，視為企業最珍貴的「信物」之一。1957年春天，廣東省手工業局（廣輕控股集團前身）的一位工作人員攥着這張證件，走進第一屆中國進出口商品交易會的展館。證件背後，是剛趕製完成的兩萬件陽江漆器，以及紙傘、竹編、欖雕——這些今日看來尋常的手工藝品，是當年新中國能夠大量出口的少數品類之一，肩負着出口創匯的重任。

文：李紫妍

近七十年過去，從廣交會的一張展台，到香港的一場展銷會，再到今天共建嶺南非遺國際IP授權與服務平台，這家廣東省屬工藝美術文化龍頭企業，正借力香港這一國際文化貿易樞紐，把嶺南非遺出海從「產品走出去」升級為「能力接出去」，打通中國文化出海的「最後一公里」。

對廣輕控股而言，香港從來不只是一個銷售市場，更是嶺南文化對接國際規則、鏈接全球資源的橋頭堡——這條走了近七十年的出海路，如今正被賦予新的內涵。

兩萬漆器叩開世界之門 赴港辦展首嘗「借船出海」

1957年首屆廣交會，現場成交1754萬美元，占當年全國創收現匯總額的5%；廣東省手工業局承擔了展銷產品70%的生產任務。其中，兩萬件陽江漆器的交付堪稱「不可能完成的任務」。展台上，紙傘撐開了嶺南的煙雨，竹編透着匠人的手溫，漆器泛着溫潤的光澤，欖雕小中見大——這些帶着手工痕跡的物件，成了首屆廣交會上最搶手的「中國製造」。「致力於推動中國工藝美術品在海外的營銷」，自此成為廣輕延續至今的一條主線。

1979年，改革開放大幕剛剛開啟，內地出口渠道仍然有限，香港作為國際貿易窗口和轉口樞紐的地位格外突出。廣輕的前輩們帶着同樣的勁頭，爭取到赴港舉辦「廣東省特種工藝品展銷會」的機會，把嶺南手藝直接送到國際買家面前。籌備過程遠比想像中瑣碎：廣東各地手工業品風俗不同、品類各異，很多商品連英文介紹都沒有，員工們就一個產區一個產區地跑，點對點補材料、做翻譯；展品調運、報關、布展，每一環都要從頭學起。展銷會開幕後，本港客商和經港轉口的海外買家聞訊而來，漆器、刺繡、牙雕、彩瓷在展台上一字排開，不少品類當場達成訂單。

對當時的內地工藝美術行業而言，這場展銷會的意義遠不止於成交額——它驗證了一條路徑：借助香港的渠道與信息優勢，內地手藝可以更直接地對接海外市場。此後，香港在廣輕早期出口版圖中的角色愈發清晰：既是貿易中轉站，也是洞察國際需求、調整產品方向的前哨。從一張參展證到一場展銷會，從廣州到香港，那張薄薄的證件，承載着一個行業從零起步走向世界的份量，也埋下了今日粵港文創攜手的伏筆。

「兩業融合」破局 老船廠蝶變百億園區

廣東全省工藝美術年產值佔全國約四分之一，作為省屬工藝美術文化龍頭企業，廣輕控股數十年間沉澱出覆蓋生產組織、產品開發、市場對接的完整產業能力，將牙雕、廣彩、潮州木雕、楓溪瓷等散落於民間的非遺門類納入系統性保護與轉化體系，推進20個國家級非遺項目的保護傳承與創新。從首屆廣交會的紙傘、漆器、竹編、欖雕，到近年以「工藝美術+設計」全鏈條服務亮相第140屆廣交會貿易服務展區，向海外客商推介生肖文化、工美設計及國潮文創，廣輕始終活躍在工藝美術出口的產業鏈上。

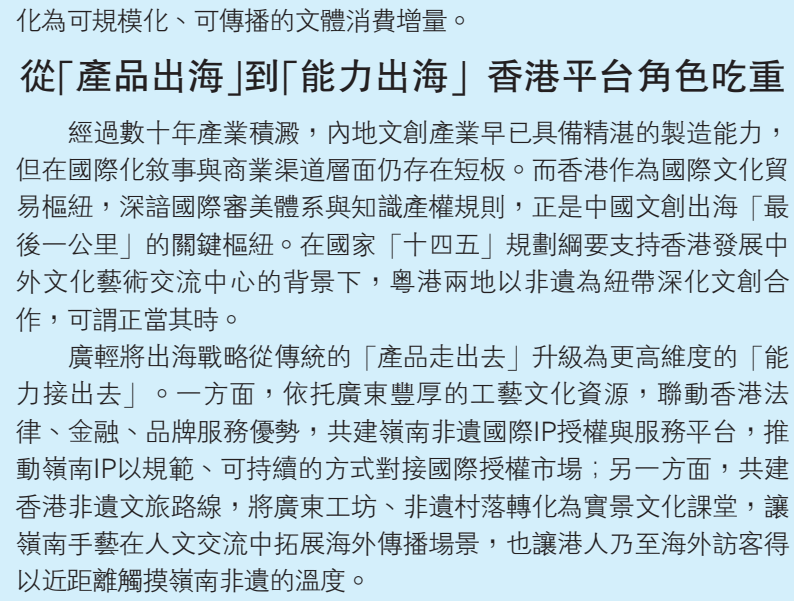
廣輕控股集團黨委書記、董事長戴智認為，傳統工藝美術的困境在於「有文化高度、缺產業能力」。對此，廣輕選擇打通製造端的技藝積累與服務端的設計、運營、場景能力，將文化資源轉化為產業生態的核心實力，實現企業從「做產品」向「做生態」的升級，成為探索「兩業融合」的標誌性成果。

工美港的蝶變，正是一個濃縮的樣本。這裏本是一處廢舊老船廠，2018年廣輕以「工藝美術+數字創新」為產業內核啟動改造，保留鋼結構、水泥罐等工業記憶符號，同時布局珍品館、大師工作室，引入數字創意企業。數年間，園區吸引近百家創新企業入駐，帶動數千人就業，年產值從改造前的4000萬元躍升至百億元量級。經驗證的這套模式還在向縣域擴散下沉：環南昆山—羅浮山引領區以工美大師資源培育特色藝術村落，潮州庵埠「糖果小鎮•糖潮引力場」，成為服務廣東「「百千萬工程」」的重要抓手。

文體融合開新局 非遺IP從賽場走向市場

在2026年廣東體育城市聯賽的首批特許商品裏，新晉熱門IP「大灣雞」與傳統文化IP醒獅站上同一塊舞台：潮玩文創、運動服飾、收藏擺件八大品類一字排開，醒獅的眉眼、廣彩的紋樣、廣繡的針法與體育賽事的視覺語言創新結合。這些正源自廣輕在「「十五五」」時期重點開闢的增長新賽道——文體融合。

戴智表示，「嶺南非遺的獨特審美、技藝，一旦注入體育空間和賽事IP，就是別人難以複製的差異化優勢」這一跨界融合早已經過驗證，2025年，第十五屆全國運動會和殘特奧會在粵港澳三地舉辦，廣輕的工藝團隊已將醒獅、廣彩、廣繡、玉雕等非遺符號與現代體育精神融合，開發出涵蓋貴金屬、工藝品、日用品等110餘款特許商品。其中非遺主題系列以石灣公仔、端硯雕刻等經典技藝為核心，將醒



▲圖為廣輕控股集團打造的「兔爺」（TOO YEH）原創IP

獅、龍舟等本土文化符號與賽事精神深度結合，用工藝美術的轉化能力，把賽事IP從賽場內的符號變成賽場外可觸摸的消費載體，讓傳統技藝以年輕態表達進入賽事場景、走近大眾。

借助十五運契機，廣輕完成了體育服務能力的體系化梳理。2026年，集團新設廣東省文化體育發展有限公司，將賽事IP開發、體育空間規劃、衍生品運營、文體旅融合打包為可復用的「能力包」，先後取得粵BA、粵超特許經營權，冠名全國跳水冠軍賽，實現從「單次賽事服務」向「常態化IP運營」的跨越。在此基礎上，集團進一步拓展國際體育IP：2026年深圳文博會上發布2026年世界盃非遺聯名商品，主題花絲鑲嵌足球擺件等亮相。嶺南文脈正沿着賽事經濟的通道，轉化為可規模化、可傳播的文體消費增量。

從「產品出海」到「能力出海」 香港平台角色吃重

經過數十年產業積澱，內地文創產業早已具備精湛的製造能力，但在國際化敘事與商業渠道層面仍存在短板。而香港作為國際文化貿易樞紐，深諳國際審美體系與知識產權規則，正是中國文創出海「最後一公里」的關鍵樞紐。在國家「十四五」規劃綱要支持香港發展中外文化藝術交流中心的背景下，粵港兩地以非遺為紐帶深化文創合作，可謂正當其時。

廣輕將出海戰略從傳統的「產品走出去」升級為更高維度的「能力接出去」。一方面，依托廣東豐厚的工藝文化資源，聯動香港法律、金融、品牌服務優勢，共建嶺南非遺國際IP授權與服務平台，推動嶺南IP以規範、可持續的方式對接國際授權市場；另一方面，共建香港非遺文旅路線，將廣東工坊、非遺村落轉化為實景文化課堂，讓嶺南手藝在人文交流中拓展海外傳播場景，也讓港人乃至海外訪客得以近距離觸摸嶺南非遺的溫度。

「能力接出去」，關鍵在一個「接」字。非遺IP授權牽涉知識產權確權、跨境交易規則、國際品牌運作等一連串專業環節，恰恰考驗制度銜接的功夫——這正是香港之所長。香港擁有成熟的法律服務、金融體系和國際化的品牌運作經驗，廣東則有豐厚的非遺資源與紮實的產業轉化能力，兩地優勢互補，方能讓嶺南IP在國際授權市場行穩致遠。而非遺文旅路線的共建，則把單向的「賣產品」變成雙向的「請進來」：海外訪客循着路線走進廣東的工坊與村落，看廣彩如何上彩、聽英歌如何起舞，文化的認同便在親身體驗中悄然建立，又隨口碑傳回海外。

落好這盤「出海棋」，廣輕同步夯實數字技術與產業資本的雙向支撐，集團兩大AI賦能平台入選省國資委拓新工程A類項目，將匠人經驗轉化為可復用的數字文化資產，聯合發起的廣東省數字創意投資基金圍繞「文化+科技」賽道布局，構建「投資—孵化—落地」產業鏈條，以產融聯動為文化出海持續輸送發展動能。

從1957年廣交會上的漆器竹編，到今天AI載體上的英歌臉譜、賽事IP裏的醒獅紋樣，廣輕控股正以更開放的姿態鏈接全球資源，經香港這個「超級聯繫人」揚帆出海，參與當代生活美學的構建，向世界講好中國故事、嶺南故事。

◀圖為廣輕控股集團在香港舉辦「嶺南工藝·灣區共賞」展覽



▲圖為廣輕控股集團前身廣東省手工業管理局參加第一屆廣交會的參展證



▲圖為廣輕控股集團旗下珍品館館藏珍品《壯麗山河硯》



▲圖為廣輕控股集團旗下廣東省工藝美術珍品館







◀圖為廣輕控股集團旗下工美港·國際數字創新中心