意大利工業設計師大衛從米蘭輾轉進入東莞工廠

為機甲熊貓設計外衣 在潮玩賽道火到出圈

下樓轉角即可從辦公桌走到流水線旁，看潮玩「胖噠」通過300多道工序，呆萌且潮酷地走到成品展示區。這個生產製作過程，帶給工業設計師大衛源源不斷的新鮮體驗和養分。驚喜也緊隨其後，機甲熊貓潮玩「胖噠」紅了，有份參與外殼圖案設計的大衛也受到外界關注。從設計之都意大利米蘭到世界工廠中國東莞，工業設計師大衛在產業升級中的東莞找到了尋覓中的心動因子，與「胖噠」一起走上了潮玩賽道。 ◆香港文匯報記者 胡若璋 東莞報道

掃碼睇片

▲意大利工業設計師大衛和他的機甲熊貓潮玩產品「胖噠」。 香港文匯報記者胡若璋 攝

七八月的東莞，已經發布過多輪高溫橙色預警。白天熱得如在蒸籠裏，行走在外，不超500米，手臂亦有被燙痛的灼熱感。東莞石排鎮的一個工業園區裏，大衛時而需要充當導覽從辦公室走到展廳，再去到旁邊的生產車間。

這一段時間，傳媒機構、高校師生、政府部門聞風而來，關注潮玩「胖噠」的出圈故事，也好奇老外到東莞進廠打工的生活。

流水線上找到激動和雀躍

三年多前，還沒有新冠疫情時，大衛從意大利米蘭來中國工作，期待此地能給他一種新奇的陌生感，藉以逃離在「我城」按部就班的安穩生活。年輕人都有嚮往遠方的心思。首站落地深圳，這個大灣區廣東城市群裏的門面城市，生活工作下來，和米蘭的都市生活節奏、氛圍相差無幾。出行可以有便捷的公共交通，隨處可見的咖啡館、城市文化公共場所，米蘭和深圳的都市生活氛圍，最大的差別在於，一個是「我城」，一個是「他鄉」。

初期，大衛入職深圳一家外資企業，兩年多前，因工作需求受邀到訪東莞順林模型廠參觀、交流業務。從深圳走進聞名全球的「世界工廠」東莞，一路的觀感很不同。一個擁有很多鎮街的城市，隨處可見的工業園、工廠，一眼看去大都平平無奇，並不是那種現代化時髦工廠的樣子，尤其很多小工廠都還是八九十年代建起來的舊廠房模樣，但走到了車間生產線旁，流水線上幾百道工序緊密協作，立馬令大衛感到興奮。或者說，作為一個工業設計師，大衛在東莞的流水線上找到了久違的激動和雀躍。

從深圳外企跳槽東莞工廠

相談之間，他和工廠老闆添加微信，走進了彼此的朋友圈。順林模型廠區不大，五層樓的生產車間旁是設計人員、市場專員、會計等工作的辦公室，園區的一側還有展廳，不過只陳設出工廠生產總量十分之一車模。眼前「場店合一」的綜合景像帶給大衛很多新鮮和觸動。「大衛有意向加入我們，我們剛好需要有他這樣經驗豐富的工業設計人才。」老闆劉學深感嘆這樣的機緣巧合。

大衛加入東莞市順林模型禮品有限公司時，正是工廠新增潮玩線的初期。這家原本專做精品合金車模的模型企業，於2020年和內地新銳藝術家畢橫合作，借助他的設計IP聯合推出全新潮玩品牌機甲熊貓「胖噠」。開局碰上新冠疫情，但沒能阻擋「胖噠」海內外的市場熱度，在日本獲得了不錯的市場反響後，「胖噠」潮玩也開始受到內地消費者的關注和喜愛。從十多米高的「大可愛」先鋒裝置身姿走入北京、深圳等線下場景，到與蔚來汽車、東莞玉蘭大劇院等聯名產品發布，「胖噠」一出場，就自帶光環和話題。

專為機甲熊貓設計潮流外衣

潮玩的生產工序超300多道，繁瑣且細緻。相比曾經在樂高做包裝和用戶手冊設計的工作，大衛喜歡帶着筆、捲尺、膠水走到車間生產線旁，遇到一些塗裝問題就及時記錄、思考。作為工業設計師，大衛主要為機甲熊貓「胖噠」做外殼設計。簡單來說，就是給它們設計出潮流外衣。

走到生產車間流水線旁，解決一些常見的塗裝問題時也會激發不少靈感。目前為止，大衛主打設計了賽車手、迷彩、大賽車手、大藝術家、職場等五個主題系列。以他個人最喜歡的賽車手系列中的「On The Rocks 馬天尼」這一款來說，設計靈感來自賽車Martini的紅藍白色塗裝。這家源自意大利都靈的調和酒大廠從1958年起就開始贊助賽車領域，其贊助的經典賽車塗裝大部分源自藍旗亞、保時捷及路特斯旗下的眾多車型。到了1970年代後期，條紋Martini塗裝首次出現在保時捷車隊，並逐漸成為賽車領域最重要的經典塗裝符號之一。「了解賽車的粉絲朋友，可以在這個系列挖出好多彩蛋來。」大衛自認，「胖噠」本身也是中西文化的一些火花碰撞，因此還可以有很多主題的探索。

「胖噠」為原本的車模工廠開闢了全新的潮玩賽道。東莞也開始奔着「潮玩之城」着力打造自己的城市新形象。「這是一種契合和互襯的感覺。」大衛發出Bravo（真棒）的感嘆。

「胖噠」塗裝靈感源自團隊國際化

機甲熊貓「胖噠」為何能在短時間內走紅？國潮在內地盛行的這幾年，充分說明大家對美好生活的進一步追求。作為工業設計師，大衛帶着西方人的視角為熊貓「胖噠」賦予「中國內核、世界的殼」的精神表達。

熊貓作為中國的國寶，憨萌可愛形象早已享譽海內外。那「世界的殼」如何理解？或許可以先從大衛的午餐餐桌來窺探一二。通常，東莞的工廠食堂，都會為來自湖南、江西、廣西、粵北的車間工人們提供辣與不辣的中餐菜式。大衛和他的設計師團隊享有優待，和老闆共享主管級私人餐廚。

七八個人的餐桌，七八道菜式。湖南籍老闆餐餐離不開的辣椒小炒肉、廣東市場部同事喜歡的白斬雞、韓國設計師同事偏愛的土豆炸雞塊、中國台灣品牌部同事的下飯菜牛肉滑蛋，當然還有大衛必備的田園沙拉。掌勺的廚師結合大家的口味和偏好，日漸習得多個國家和地區的經典菜式。

偶爾，大衛會在同事和老闆的「安利」中，用公筷夾起一兩片辣椒炒肉裏的肉片。老闆覺得不太辣，大衛吃過之後，常常需要多吃幾口蔬菜沙拉來緩緩那一口辣氣。吃辣這個事情，大衛笑言，心態上還要更勇敢一些，不過學習用筷子這個事情已經初有成效。大衛笑起來的時候，腼腆之中帶有一些綻放。他享受工廠中午的這一餐飯，同事們嘰嘰喳喳的閒聊之中，英文、普通話、韓語此起彼伏或無縫銜接。回到熊貓「胖噠」的塗裝和工程設計中，這個擁有多國多地區背景的國際化設計師團隊，也都在提煉加工各自本土的文化精髓，融入到「胖噠」的IP故事和產品建構中。

40多款「胖噠」，每一款都值得被收藏。這是來自大衛和他同事們的信心。

◆大衛為機甲熊貓「胖噠」設計外衣，一面世就自帶話題和熱度，走上潮玩賽道。圖為巨型「胖噠」矗立街頭，吸引小朋友拍照。 受訪者供圖

◆大衛分享東莞工廠生活體驗。 香港文匯報記者胡若璋 攝

▼大衛和老闆劉學深、同事的午餐，一個餐桌有多國菜式。 香港文匯報記者胡若璋 攝

特稿

他們正在為東莞製造業升級做生動註腳

到東莞進廠打工，生計是否穩定？會不會無限度加班？和每一個年輕人所看重的工作福利和環境一樣，最初的大衛也會顧慮重重。不過，大衛一開始也沒有全部扎進工廠，過了一段時間的深圳–東莞雙城揾工生活後，他才正式敲開東莞工廠的大門。

疫下訂單不減反增

大衛的工廠老闆名叫劉學深，在新朋友面前，他喜歡玩「留學生」這樣的諧音梗。1998年，18歲的劉學深高中畢業，便在屬火的八月，從湖南坐了兩天兩夜的汽車南下東莞務工。在工廠從普工做到模具師傅，再學習、考證成爲工程師、設計師、項目經理，勤力肯幹的小伙子會得到老師傅們的垂青。此外，當年港資、台資的工廠內提供很多免費培訓和學習機會。「那時只要勤學苦幹，有上進心的人都上進了。」在東莞23年，早期是謀生的壓力和希望，2010年自創公司時，劉學深的抱負和野心也不懼與外人說。

「要做有自己核心競爭力的品牌工廠，最直接的刺激就是2008年的金融危機。」劉學深時任一家法資玩具企業項目經理，生產管理工作令他接觸的都是東莞大大小小的代工廠老闆。似乎一夜之間，熟悉的工廠紛紛都在忙着關廠倒閉。這其中有不少工廠也曾雄踞一方，也有不少做到全球最大或者上市公司的規模。

老闆是大衛在東莞最親近的人

這番景象，讓劉學深對於「代工」的被動無力感到恐慌。創立公司後，他借助合金材質開掘高端汽車模型領域，主抓自主產品研發設計、模具開發、製造、技術進出口等優勢，十幾年的沉澱，順林模型的企業以及Almost Real的自主品牌在業界已有名號。近兩年，劉學深加入潮玩賽道，他的機甲熊貓潮玩「胖噠」紅得很快，公司整體市場訂單即使在疫情這兩年也不減反增。這背後，離不開自主品牌積攢的獨特全產業鏈優勢。

劉學深喜歡東莞。作爲一個新莞人，他會英語、能說法語、也懂點意大利語，一口順溜的粵語更不在話下。他說，是在現學現賣中攢下的實用口語技能。大衛初到工廠，劉學深沒有給大衛配備翻譯。事實證明，大衛有不錯的語言學習能力，簡單交流之外，他還在同事的幫助下學會了用微信發信息來溝通工作。

去年，大衛主動和劉學深申請了勞動合約成爲正式全職員工。大衛考了中國駕照，也享受在東莞開車上下班的生活。「一次，他的車子在停車場被別人刮蹭了，他一個人搞定了報保險問題。」大衛成功解決難題後，發微信告訴了劉學深。

「我算是他在東莞最親近的人，他日常看到好吃的，或者碰到不開心的也都會說給我聽。」劉學深把大衛也當半個家人，劉學深期待，這個意大利的80後同齡人能在東莞找到他的職業理想和意義。詩意一點來看，當初流水線旁的一個小普工通過努力，做出內地首家掛牌新三板的模型企業，再到國潮崛起中自家「胖噠」的火力「出圈」。這讓他相信，個人的落地生根、企業品牌的花開成樹，某種程度來說，不管是23年前南下的湖南小伙，還是這兩年越來越多的外籍朋友來到工廠，這些人群在流動匯集中，也可以爲東莞製造業升級做生動註腳。

◆大衛和老闆劉學深一起到生產車間流水線看產品。 香港文匯報記者胡若璋 攝