

東莞製造商創新技術 33天完成世盃會徽雕塑 「允許自己驕傲一回」 「找遍全世界，只有我們能接單」



◆王衛平(着黑恤衫者)帶領團隊啃下巨型會徽雕塑裝置這一硬骨頭。受訪者供圖



香港文匯報訊(記者胡若璋 廣州報道)高27米、寬24米的卡塔爾世界盃會徽巨型雕塑亮相多哈灣時，中國廣東東莞橋頭鎮，還在工廠在線對接卡塔爾現場裝置的王衛平總算鬆了一口氣。隨後，他在微信朋友圈上傳了九宮格照片，晒出多張前方向事傳回來的會徽裝置現場圖，「允許自己驕傲一回。」王衛平是東莞市鼎藝創意文化有限公司創始人，也是卡塔爾世界盃會徽巨型雕塑的製造商。



◆王衛平僅派出12個核心主創前往現場主導會徽雕塑安裝。圖為安裝完成後的現場圖。受訪者供圖

兩個多月前，合作了五年之久的一位美國客戶深夜來電，他告訴王衛平，自己承接了卡塔爾世界盃會徽巨型雕塑的項目，但動用了自己的全球資源，目前還沒有一個人敢接下這單。「沒人做得出來，我一聽就興奮了。」王衛平是一個喜歡挑戰的人，「找遍全世界，只有我們能接單」。

王衛平的名片上醒目地印有一句話：「一個偏執者的理想」。這句話也被他放在公司的背景牆上。有挑戰，才有戰鬥力和無限可能。美術藝術生出身的王衛平開辦企業多年，最不見容的就是安於現狀。「很多人覺得藝術生做不來有技術創新力的企業，我偏要試試看」。

5天出圖展現「東莞速度」

此次世界盃會徽巨型雕塑的項目，對方最初就只給了王衛平一個三維圖，還有30天左右的工期要求。這期間，王衛平不僅需要進行前期方案論證，也需要工廠同步出結構圖、建模。除了要解決技術、製作上的問題，更大的難點還在於與世界盃組委會和當地政府相關部門就巨型雕塑裝置的抗風等級等做結構設計的溝通工作。

憑藉多年的業內經驗與自主掌握的模型製作全流程產業鏈，鼎藝在接到訂單後，第一時間開啟了結構設計工作。通常需要20天才能完成的鋼結構圖以及圖紙深化，他們與北京、上海、香港等地的結構工程師合作，花了5天便完成了。

雕塑拆24件 卡塔爾軍機飛八趟運完

緊接着3D建模的，還有十幾道大型工序——3D模型的結構拆解、分解，風荷載計算，由機械臂操控的純機械雕刻3D型，利用泡沫模型進行開模，其後進行鋼結構焊接、吊裝、試裝，經過初步核驗後，進行修補、打磨、美工塗裝，最終打包運往卡塔爾。

50台全數字雕刻機24小時不停歇運轉，3個工廠、300位工廠員工全部夜以繼日在崗，最終歷時33天完成製作。在世界盃組委會的決定下，雕塑拆成24件，由卡塔爾軍用飛機來回跑了八趟才把它成功運送落地。



◆東莞橋頭鎮，巨型會徽雕塑局部製作中。受訪者供圖



◆王衛平和團隊就方案商討。受訪者供圖

東莞製造業完備產業鏈盡顯優勢

「當時客戶找來時，他已經沒有選擇了。全世界找下來，確實只有我們敢接下這個活。」這個接單的勇氣，正是十年磨一劍的蓄勢待發。公司發展至今10年，又經歷新冠疫情三年的持續考驗，身邊不少同行朋友破產、倒閉，自己能堅持下來的關鍵，在王衛平看來，就是敢於技術創新，隨時能在變化之中最快應對變化。

「製作大型藝術雕塑裝置，我們是第一引引用機械臂。」當初去海外引進機械臂時，機械臂的廠家也是首次對接藝術裝置的三維雕刻運用需求。在需求端改進生產端技術更新的這類故事，王衛平談起來滔滔不絕，興奮不已。

「技術的創新，才是企業的生命力。」王衛平也得意於自己的探索和發展，推動內地很多藝術院校開始把機械臂引入設置為高校專業課程。

把興趣做成事業，把企業做成「東莞製造」萬千星輝的名片之一，王衛平十年前遷址東莞橋頭鎮設廠，就是看中東莞製造業的優勢。「每個鎮都有自己的優勢產業，和完備的上下游產業供應商，缺了什麼配件就能在一條街內的廠家配完整。」

望推產業從「製造」走向「創造」

卡塔爾世界盃賽事讓世界的目光不斷投向「東莞製造」。王衛平的東莞十年，剛好參與也見證了「東莞製造」不斷升級轉型、走向自主研發和原創設計的過程。

如今，他的企業已經進入東莞玩具廠家頭部行列，從最初的10人初創團隊發展到現在300多人的規模，擴大的不僅是一線工人團隊，還有新增特設的3D建模師、結構設計師等專業崗位，員工的技術水平和專業水準不斷得到提升。

「你只要給我一個概念或者一個故事，我就可以為你製造出一個你想要的王國。」王衛平和他的工廠，希望能與許許多多的同行們一起，為「東莞製造」逐漸走向「東莞創造」的宏大敘事，添上濃墨重彩的一筆。

專業贏青睞 香江「貴人」一路相助

特稿

「有一位香港客戶幫我開公司。」王衛平創辦自己的公司時，他口中的唐哥和一位香港客戶成了他的貴人，不僅幫助自己創辦公司，公司的首個項目，甚至後續好幾年的香港重頭項目都是他牽線搭橋的。美事落到自己頭上，回望感嘆中，王衛平說自己詞窮，只能用「感恩、幸運」這種簡單詞彙來表達感激之情。

在東莞橋頭鎮做城市大型雕塑主題樂園場景塑造，藝術裝置、潮玩產品、美陳展品、動漫IP主題展等業務，東莞鼎藝坐擁許多流量IP在手，例如大家熟知的美國漫威、日本萬代高達等頭部國際IP，與泡泡瑪特、TOPTOY、X11一直都有深度合作，也是香港迪士尼、諸多高奢購物中心的多年合作老友。

互相欣賞讓「藝術夢」變現

「立足東莞，通過香港，同步內地走向世界。」王衛平笑着用一句話總結自己企業的發展軌跡。80後，學習工藝裝設計專業。2002年畢業後曾在深圳大芬村畫過油畫、也做過培訓畫室，還做過高考美術老師，2005年開始去企業按部就班做設計師，也做很多的大型藝術裝置和主題展等。他內心始終有一團火，想要在藝術和商業這兩塊做一些平衡。通俗一點，就是要把自己的藝術夢變現。王衛平的理想說給彼時工作中遇到的這位香港客戶聽時，還沒料到到自己的「藝術變現夢」即將一路生花。

「所以你們之間有什麼火花？」王衛平除了感恩自己的好運氣外，他認真分析自己的香港貴人運際遇：他看到我的專業能力，我也能理解他的作品。

跟進藝術裝置項目積攢一線經驗

一來二往的交流之下，王衛平和這位來自香港的藝術家，也是香港潮玩界的大神推手「阿迪」有了交往。

還在打工時期的王衛平就時常受到照顧，被指定跟進阿迪的項目。也是在這些藝術裝置項目中，王衛平從繪圖結構設計到雕塑、塗裝，多環節積攢了豐富的一線經驗。等到成立公司的時候，阿迪不僅幫助自己鋪展公司創辦的許多流程，更為自己介紹了不少重磅大單。首個項目就是香港時代廣場所有藝術裝置和美陳主題展。後續又與香港迪士尼、海港城、又一城等成為合作老友，有「口碑相傳」也當然有自己貴人的一路相助。

2015年之後，內地的商場、購物中心如雨後春筍般在神州大地相繼冒出。給商場中庭做藝術裝置和眾多IP主題展覽項目，一下子就以倍數增長。王衛平說，2015年之前，內地的裝置藝術設計師每年都要赴港學習看各種藝術展美陳展，各種前沿的設計和先進特殊工藝材質技術的運用，都趕上了時代的發展。在內地腹地各熱門商場的商場、酒店中庭得到了很好的藝術實踐和發展。

◆香港文匯報記者 胡若璋

憑信任獲頂流IP二次創作授權

卡塔爾世界盃巨型會徽雕塑的製作過程中，王衛平還同步製作生產了六款5米高的世界盃吉祥物「拉伊卜」。相比巨型雕塑帶來「天方夜譚」般的挑戰難題，吉祥物的製作生產難題則稍顯常規。經歷無數次的動態和結構修改，「耐心」是每一位蹲守在工廠設計、生產一線人員的日常修養。

晚上十點半，負責吉祥物的老客戶突然發來一條微信說，「我們有麻煩了。」吉祥物要懸掛在卡塔爾街道的一些紅綠燈柱子上，需要解決很多現場結構問題。

突如其來的情況，便是一連串的調整，和解決方案的詳細準備。從上午六七點到凌晨三四點，持續在線，不間斷溝通群組的信息提示音，王衛平都不敢設置「免打擾」。

如今，看到新聞客戶端、社交平台上，卡塔爾民眾、世界各地看球賽的遊客和吉祥物的合影照片時，王衛平忍不住都一一保存了下來。

公司是都市年輕人嚮往「夢工廠」

珍惜且保護好客戶們的很多需求，王衛平笑着說，目前

為止，自家公司還沒有相關的商業網站，所有的訂單項目，都還是靠傳統的「口碑相傳」。

信任是王衛平口中的高頻詞。這次，能夠接下美國客戶拿下的世界盃訂單值得驕傲一陣子。成為高達的免檢合作工廠，承接下《火影忍者》這類世界級頂流IP項目，王衛平東莞工廠是很多都市年輕人嚮往的「夢工廠」。

「能夠獲得《火影忍者》版權方的認可，他們自己找上門來，還能拿出原稿給予我們二次創作，這需要極大信任。」王衛平介紹說，日本的公司對《火影忍者》的細節和面部表情都非常嚴格。要把《火影忍者》的原稿創作變成潮玩產品屬於二次創作，整個需要經歷3D建模、打樣、生產等主要8道程序，最終獲得了對方的認可。這個合作從2018年持續至今，還不斷在創新設計。

身在一家不斷生產世界級頂流IP的潮玩公司，王衛平公司群裏的年輕同事已經不再「凡爾賽」，「低調、低調」這類主題的表情包才是日常聊天圖案的正確打開方式。



◆王衛平製作了6款不同的卡塔爾世界盃吉祥物雕塑。受訪者供圖