

乘《哪吒》熱潮 弘揚中華文化

電影《哪吒之魔童鬧海》（《哪吒2》）在內地廣受觀眾歡迎，上畫至昨天，總票房已突破100億元人民幣，成為唯一一套非荷里活電影進佔全球影史頭二十位，而「哪吒」也即將乘「風火輪」駕臨香港。昨日有影片發行商宣布，將於香港及澳門發行《哪吒2》，分別在多家影院放映。我國影視製作人員心思十足，結合我國古代經典名著，運用現代動畫製作科技，精彩呈現中國神話故事，展示中華文化的迷人魅力，引起世人對中華文化的嚮往和興趣。香港更要借助中外文化薈萃的優勢，製作、傳播更多中華文化的優秀作品，為建設中外文化藝術交流中心賦予更豐富內涵，向世界講好中國故事、香港故事。

《哪吒2》自今年1月29日即年初一在內地上映後，有口皆碑，票房節節上升。導演餃子攜原班人馬與來自全國近140個團隊、超過4,000位動畫人鼎力合作，歷時五年製作，將中國動畫電影創作帶向新高峰。電影延續了《哪吒1》的喜劇風格，角色數量更是《哪吒1》的三倍，而特效鏡頭數量更已超越《哪吒1》的全片鏡頭總數，印證了我國動畫技術更趨成熟。

哪吒的故事源自明代神魔小說《封神演義》，曾經多次被改編為影視動漫作品，本港電視台在1986年和2001年製作的《哪吒》和《封神榜》劇集，至今仍為津津樂道。哪吒活潑而正義的形象深入民心，尤其吸引青年人。這次內地劇組製作《哪吒2》，以最新動畫科技演繹原著的神魔世界，為觀眾帶來新鮮感。不少海外觀眾都引頸以盼影片在海外發行，輿論紛紛預測，影片勢將在國際電影市場取得佳績。

除了《哪吒2》外，以《西遊記》為題材的電腦

遊戲作品《黑神話·悟空》此前也在國際上引起哄動。有關中國傳統故事的影視娛樂作品近期取得海外受眾垂青，一方面是由於作品極盡視聽感官刺激，另一方面是製作團隊具備深厚的文學與歷史底蘊，還有對經典文學作品有獨到的見解，通過大眾娛樂平台把心中所想的世界具象化呈現。有專家認為，中國文化出海已經取得了相當大的成績，他們相信隨着中國科技、文化產業等領域的不斷發展，未來會有更多優秀中國文化產品走向世界。

《哪吒2》在內地放映熱爆，推動全球對中國元素及中國動畫的關注，對推廣中國文化起積極作用，無疑相當成功。不過，要影片走出海外，則需要顧及到海外觀眾對中國名著未必十分了解。藉着影片，通過短視頻、文字分享，由網紅通過小紅書等平台解說，製造話題，增加觀眾對哪吒和《封神演義》的故事的了解，增進對中國傳統經典文學的興趣，積聚更多中國文化愛好者，將使中國文化的弘揚更上一層樓。

《哪吒2》、《黑悟空》，以及去年由深圳歌舞劇院呈獻的《詠春》舞劇等作品取得空前成功，作為中外文化薈萃之地的香港也受到啟發。過去香港電影界曾經製作出《黃飛鴻》等展現民族氣節的作品，又有金庸武俠小說，唐滌生經典粵劇戲寶，俱蜚聲海外。我國弘揚中華文化、促進文明互鑒的水平至今已趨成熟，藉着《哪吒2》在港放映，香港應不落人後，思考下一步傳播中華文化之路，例如集政府與企業資源，設基金與平台鼓勵年輕一代開發原創作品，以新穎方式演繹中華文化，以此培養新一代文化創才，為建設「中外文化藝術文化中心」賦予更豐富的內涵。

的士罷駛難獲支持 接受改革拓展空間

文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

有的士業界中人因不滿「白牌車」突然加速在港發展，去信特首及運輸署，請求即時停止「白牌車」平台運作及「大量檢控」白牌車主及司機，更聲言若下周三（19日）前未獲滿意回應，將於3月5日起落實不少於5日的罷駛行動。罷駛影響市民出行，更反映業界少數人不思進取，拒絕改善服務、只求政府庇護保障一己私利，難獲公眾理解和支持。業界必須與政府、網約平台理性協商，進行與時俱進的改革，拓展生存空間，共同提升行業競爭力。

此次的士業界計劃發起罷駛的理由，是指網約車平台過去兩年持續進入香港市場，政府曾表示將有計劃規管白牌車，但至今未有加大力度檢控，亦未完成檢討網約車平台及立法規管。不過，有立法會議員以至主流媒體都認為，即使的士業界所持理由是要求政府做好規管網約平台，但若以市民出行作籌碼，藉此要挾政府，不但影響乘客，而一旦罷駛行動持續，更嚴重影響前線司機生計，希望業界冷靜應對事件，不應動輒以罷駛作要挾。有以司機從業員為主的團體亦表明不支持罷駛。

本港的士牌照屬「終身制」，並限定發牌數量，目前全港有1.8萬個的士牌照，其中1.5萬個為市區的士牌照。政府自1994年停止增發市區的士牌，且政府當初發出牌照時，並沒有附帶任何直接與服務質素有關的條件。因此，的

士業是「供方市場」，即使市民、遊客對的士需求越來越大，但的士服務並無相應提升，反而拒載、濫收車資等亂象屢禁不絕，公眾要求的士改革的呼聲越來越強烈。自2014年起有網約車平台進軍香港市場，雖然至今網約車仍未合法化，且在繁忙時間車費較高，但有愈來愈多市民選用網約車，「用腳」表達了對的士服務的不滿。

網約車的出現為市民提供更多選擇，增加出行便利性。的士業界不檢討自身服務，不努力提升競爭力來吸引更多顧客，例如仍有不少的士無提供電子支付，相反以網約車不合法經營、損害業界利益為由，以罷駛要挾政府保持其特殊市場地位，其實是拒絕競爭，將業界少數利益置於市民服務、公眾利益之上，罷駛只會加深公眾對行業的負面觀感。

市民、遊客對優質交通服務需求與日俱增，持續增加優質交通服務，才能滿足市場需求，亦是改善香港國際旅遊城市形象的重要一環，符合社會整體利益。有競爭才有進步，政府已透過立法引入的士車隊制度，立法將網約車納入規管，亦是天時所趨。內地、外國有不少相關規管經驗可供本港參考，政府、業界應集思廣益、求同存異，找到網約車與的士共存的空間，達到各方共贏；業界更須有接納競爭、打破利益樊籬的勇氣和智慧，放下單方面強求政府取締網約車的固執心態，以免被時代淘汰。

美加徵關稅影響有限 大灣區港企復工搶單

多招對沖風險減成本 有玩具企訂單排至五月

香港文匯報訊（記者 盧靜怡

廣東報道）春節假期結束後，珠三角各地

的港企都已加快復工復產步伐，忙生產、趕訂

單、拓市場，掀起了新一輪發展熱潮。面對複雜的國際貿易環境，多家扎根大灣區內地城市的港企表示，美國加徵關稅等問題對其業務影響有限。一方面，海外市場對大灣區生產的產品依然持有信心；另一方面，內地各級政府出台的鼓勵消費政策落地見效，推動內地市場逐漸回暖，因此，受訪港企普遍對2025年的訂單持樂觀態度，相信通過開拓內銷市場、在低成本地區增設廠房、對外轉嫁成本

等措施，可以應對外部的風險挑戰。有玩具港企今

年內地市場訂單已經排到5月，對衝刺蛇年

新春「開門紅」信心十足。



▲ 珠三角各地的港企目前都已復工復產。圖為東莞企業廣東祥冠光電有限公司車間。香港文匯報東莞傳真

過了農曆正月十五，切過燒豬，燒完炮仗，在滿地的紅色鞭炮紙屑中，珠三角大大小小的港資企業和內地企業都已陸續開工，迎接新一年訂單。港資企業、東莞祥興禮品有限公司的車間內，一台台大型的智能化設備正在運行，工人們正忙著趕製出口訂單。針對美國加徵關稅的潛在影響，祥興禮品已提前布局。該公司總經理賴海浪告訴香港文匯報，公司85%的訂單來自出口，主要採取OEM（代工生產）模式，訂單隨海外客戶需求變化而調整。「若加徵關稅，相信會對客戶下單意願帶來影響。我們已經在河源設立生產工廠，盡可能降低生產成本，同時將研發、設計等高附加值部門留在東莞，以保留更多利潤空間，應對可能產生的關稅成本問題。」賴海浪說，東莞擁有眾多香港企業，大家對美國加稅政策都十分關注。「今年開工第一件事，除了與客戶談訂單外，本地的港商協會也紛紛組織行業活動，大家聚在一起討論對策。」

春節幾乎無休 赴德國等地談生意

珠寶行業同樣面臨外部環境變化，但港資企業的信心依舊穩固。港資企業、東莞美景實業有限公司副總經理兼董事長助理吳克翰告訴香港文匯報，公司主要銷售珠寶飾品及精密五金配件，目前暫時未受關稅直接影響。「客戶受影響的低端生產線早已遷移至東南亞，但在技術和設計上仍依賴中國工廠，因此訂單不會流失。」他說，企業有信心，即使關稅上調，企業也不會承擔額外成本。「關稅對上游品牌商衝擊比較大，他們要考慮如何布局美國市場，也可能這筆關稅最終會轉嫁到美國消費者市場。」

在運動用品行業，有扎根廣州的港企更是提前拿下了2026年美加墨世界盃的訂單，顯示出國際市場對大灣區供應鏈的持續信任。港資企業、廣東麥斯卡體育股份有限公司董事兼總經理葉偉倫告訴香港文匯報，他這個春節幾乎全程無休，在德國等地談海外市場訂單，收穫豐富。他說，儘管國際環境複雜，海外市場對於大灣區生產的產品依然有信心，公司還成功拿下了一部分明年世界盃的相關產品訂單，為此對於今年全年訂單增長信心十足。

多招促消費 內地市場漸回暖

內地市場的回暖亦是不少港資企業對今年業績增長的信心來源。在港資企業、安傑玩具（東莞）有限公司的印花、車縫等車間以及實驗室，已經返崗開始新一年工作的員工都在忙著趕製往歐美市場的毛絨玩具。該企業總監伍從倫表示：「正月十五開始，所有員工都已經上班了。我們完成了2,200萬美元產值的訂單，今年復工的訂單已經排到5月。」他說，公司去年積極開拓內地市場，產值增長了30%，效果明顯。「內地市場體量大，市場需求多，我們今年也會繼續深耕內地市場。」上面受訪的珠寶港企負責人吳克翰亦表示，政府出台各類鼓勵消費的政策相繼落地，促使內地市場逐漸回暖，為此他也看好今年的訂單情況。

生產線融AI提效 年省成本百萬元

AI是今年的大熱關注點。香港文匯報記者採訪發現，已經有港企提前將AI與生產線融合，提升生產效率。位於佛山的港資企業、廣東溢達紡織有限公

司車間，自動化生產線有條不紊地運行，工人們精準操控設備。企業傳訊副總監王麗娜表示，自年初三起，公司各廠區已陸續復工。「今年一季度的訂單量總體優於去年，公司正加速推進智能製造轉型。」王麗娜透露，公司自主研發的融合AI技術的生產排期系統已經上線，成功實現智能排單。

王麗娜說，他們還與科大訊飛合作開發了智能驗布機，結合AI技術與龐大的生產數據，實現邊織邊檢，不僅減輕一線員工的勞動強度，還大幅提升了檢驗精度和效率。「一年可以節省數十萬至百萬元人民幣的成本。」她說，未來還會進一步在更多生產環節上應用AI技術。另外，着力培植自主品牌、開拓內地市場，亦讓溢達收穫不少訂單。王麗娜表示，集團旗下男裝科技品牌十如仕近幾年全渠道銷售額快速增長近600%，2024年全年銷售額同比增長60%左右。



● 港資企業、東莞祥興禮品有限公司在河源的生產車間。香港文匯報記者盧靜怡 攝

新春剛過，東莞市歐文斯鞋業設計有限公司的辦公室裏已是一片忙碌。去年，世界首富、科技狂人馬斯克到中國出差時穿的一雙休閒鞋引起討論，該鞋的研發設計正是來自這家企業。該公司總經理蔣元勇說，他們新一年亦會加大對鞋類產品的研發投入，團隊將馬不停蹄走訪多個城市推廣產品，希望實現春季訂單「開門紅」。

「世界工廠」東莞的開工率，是廣東製造業新年開局的重要風向標。香港文匯報記者從東莞市政府獲悉，目前，東莞全市返崗人數約335.53萬人，全市企業節後開工率為98.72%，產能利用率超過75%的企業有1.1萬家。

在厚街愛瑪數控生產車間裏，有的工人正在對智能裁切機進行組裝調試，確保設備達到最佳狀態，也有的工人正對機器下達指令，讓機器按照既定的程序裁切出想要的樣式。「雖然是剛開年，但我們的訂單量還是比較充足的。」東莞市愛瑪數控科技有限公司董事長王國權表示，根據在手訂單情況，預計上半年企業的訂單量將比去年同期增長30%左右。「特別是在傢具、汽車行業增長比較迅猛，預計全年增長超50%。」

「我們對今年發展充滿信心」在樟木頭海悟科技公司生產車間裏，機器隆隆作響，不同組別的員工正在各產線上趕製訂單。這些訂單主要來自世界五百強客戶訂購的明星產品。為了及早交付，該公司年初七就開工恢復生產。公司營運管理總監謝國敏介紹，「相較於去年，今年第一季度的訂單增長量在50%以上。全年預測訂單應該會增長30%以上。」近年來，公司不斷發展，在國際市場上品牌影響力持續上升，產品成功進入德國、日本、馬來西亞、哈薩克斯坦、土耳其等國家，產品設計和品質得到國際市場的認可；國內市場上，也突破了互聯網、數據中心運營、算力中心等市場領域，「我們對今年的發展充滿信心」。

「我們對今年發展充滿信心」在樟木頭海悟科技公司生產車間裏，機器隆隆作響，不同組別的員工正在各產線上趕製訂單。這些訂單主要來自世界五百強客戶訂購的明星產品。為了及早交付，該公司年初七就開工恢復生產。公司營運管理總監謝國敏介紹，「相較於去年，今年第一季度的訂單增長量在50%以上。全年預測訂單應該會增長30%以上。」近年來，公司不斷發展，在國際市場上品牌影響力持續上升，產品成功進入德國、日本、馬來西亞、哈薩克斯坦、土耳其等國家，產品設計和品質得到國際市場的認可；國內市場上，也突破了互聯網、數據中心運營、算力中心等市場領域，「我們對今年的發展充滿信心」。

● 香港文匯報記者盧靜怡 廣東報道