

《C Project 舞美視覺設計展》展演青年舞美視覺力量



掃碼睇片

●展覽策展人楊傑鴻與其戲服作品《暴風雨》。



當大灣區大大小小的劇院陸續投入運營，戲劇、音樂劇、舞劇的呈現日趨多元，舞美與視覺設計也逐漸成為創作者及觀眾愈加關心的舞台要素。早前，「橙了！計劃 C Project」舞美視覺創作者孵化項目發布會於深圳安托山公共文化中心舉行，現場揭曉首期青年舞美創作者入選陣容，並啟幕《C Project 舞美視覺設計展》（以下簡稱「設計展」）。一件件立體且充滿想像力的戲服，一座座手工製作的經典戲劇的舞台模型，無一不在展現着中國新生代創作者的藝術熱忱與獨特的審美思考。

●文、攝：香港文匯報記者 胡永愛

新生代審美破繭

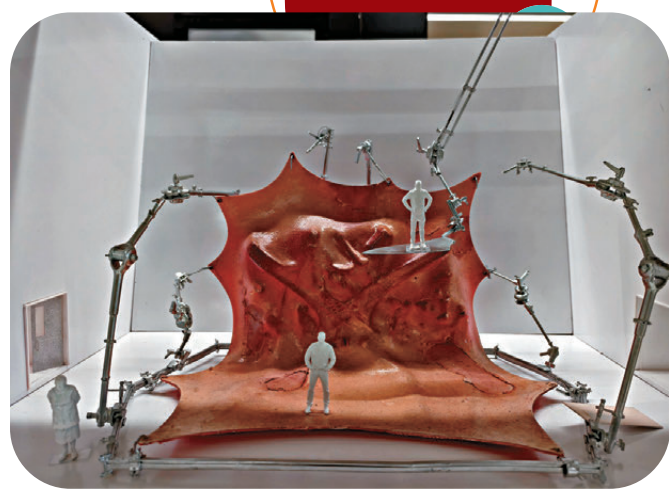


●展覽現場



◀展出的舞台服裝作品各具特色。

▼舞美作品《老婦還鄉》



《C Project 舞美視覺設計展》

時間：即日起至9月底

地點：深圳福田區安托山公共文化中心5層（免費入場）



●青年視覺設計師郭星好舞美作品《厄勒克特拉》

大灣區舞台築夢

此次《C Project 舞美視覺設計展》活動聚焦舞台、戲服、燈光、多媒體四大舞美核心賽道，面向全球青年創作者徵集原創作品。最終，畢業於耶魯大學、美國威廉姆斯學院、中央戲劇學院、香港演藝學院等院校的多位新銳創作者脫穎而出，現場展出了他們的30餘件精心製作的作品。

30餘件優秀作品亮相深圳

展覽的策展人楊傑鴻也是此次參與的青年設計師之一，帶來了《黑桃皇后》《阿爾奇娜》《暴風雨》三件舞台服裝作品。《黑桃皇后》改編自普希金小說《黑桃皇后》，是為英國維多利亞與阿爾伯特博物館(V&A Museum)的表演藝術節所創作。楊傑鴻在創作時，特意以故事中「主角赫爾曼幻覺中將女伯爵的臉與紙牌中的黑桃皇后混淆」，作為創作支點進行延展，並將畢加索、胡安·格里斯以及簡·梅辛格的畫作為主的立體主義藝術作品為靈感，用立體主義的視覺邏輯結合紙牌元素，對洛可可時期的服飾進行重構，「我想要展現的是一個固於慾望深淵的賭徒，他在幻覺中看到的『紙牌中來自舊時代追魂索命的幽靈』，實則是自身慾望的化象的感覺。」

楊傑鴻的另一作品《暴風雨》亦讓現場觀眾驚嘆：身着紅衣的人被籠罩在白色紗幔之下，形似掙扎，看不清五官；在紗幔之上，又附着黑色誇張的五官，大大的眼珠以一根紅線牽引，可以放置在身體上多個位置。「這是我為一個新媒體項目製作的服裝，它在該項目中以現代舞和新馬戲為表演載體。」楊傑鴻畢業於倫敦藝術大學溫布爾登藝術

學院的戲服設計專業，曾於中國雜技團擔任演員。也因此，她內心一直想將戲服與雜技相結合，這件服裝便是對人的肢體語言進行了延展與重構，展現角色作為「受害者」與「施暴者」的雙面性。

演藝學院畢業生灣區展才華

活動現場，今年夏天剛剛於香港演藝學院空間設計專業畢業的羅寶宇，作為入選青年藝術家代表分享了創作感悟：「我們知道這個展覽的時候都很驚訝，以前此類展覽在國外比較多，國內專為舞台藝術做展覽很少見。但我覺得這是一大進步，讓我們幕後工作者重新以主要創作者的身份，被大眾再次看見。」羅寶宇為此次展出重新製作了《鍾馗》《量子幽靈》的舞台模型，這些劇目曾經在香港、深圳演出。《鍾馗》模型展示羅寶宇在香港演藝學院就讀期間為這部音樂劇設計的舞台，「為獲取靈感，我特意去香港的各個道觀中觀察，後來才有了這個以八卦為舞台核心基地的設計，把整體演出空間構築為八邊形，再加上台階的旋轉延伸，進行變換。」雖然當時舞美預算只有幾千元港幣，但羅寶宇依舊努力做出了自己理想的舞台。

從臨近畢業到現在，羅寶宇已在深圳接了10多個舞台美術的設計項目，下半年的工作幾乎已經全滿。從本科在深圳大學讀影視戲劇表演專業開始，他就對舞美充滿了興趣並投身其中，「深圳的學校在這個專業上比較空白，所以我選擇繼續去香港求學，進行系統化、與國際接軌的學習。畢業後我發現內地市場非常廣闊，給我們新生代很多施展的舞台。」



●羅寶宇（右一）正在介紹其舞美作品《鍾馗》。



掃碼睇片

全球最大Crybaby主題展登陸北京
沉浸式「情緒補給站」引年輕人打卡

●展廳內巨型「眼淚球池」。

記者李暢 攝



●觀眾可現場設計專屬Crybaby形象。
記者羅洪嘯 攝

香港文匯報訊（記者 李暢、羅洪嘯 北京報道）脫下鞋子、跳進海洋球池、躺在粉色充氣墊上「放空」……在泡泡瑪特旗下人氣IP Crybaby（哭娃）北京特展現場，觀展不再只是「看展」，而可以收穫一場可以盡情參與的情緒體驗。作為Crybaby全球最大規模的主題特展，展覽以「Letting Go & Holding On」（放下痛苦，握緊希望）為主題，在近5,000平方米空間內打造沉浸式「情緒遊樂場」，通過藝術裝置、互動體驗與消費場景融合，讓潮玩IP從收藏符號進一步延伸為年輕人情感陪伴與自我表達。

這是繼2026年初上海站之後，Crybaby展覽的再度亮相。記者在採訪時發現，這個展覽完全突破大家對傳統展覽的印象，而且全沉浸式互動體驗，展覽通過「眼淚球池」裝置和巨大Crybaby貫穿展廳，整個球池由海洋球與充氣軟膜共同構成，三個相互連通的主球池分別採用棕色、黃色、粉色三種配色，以對應Crybaby家族不同成員。與傳統展覽「只可觀賞」不同，觀眾不僅可以走進球池遊玩，還能在柔軟的充氣空間中拍照、休憩、蹦跳。

以潮流IP構建連接全球的情緒載體

Crybaby由泰國藝術家Molly於2017年創作，2020年，泡泡瑪特推出首款Crybaby潮玩手辦，Crybaby憑藉獨特的「眼淚敘事」開拓出「情緒消費」賽道。據泡泡瑪特財報顯示，2025年Crybaby的銷售額達到29.3億元人民幣，同比增長151.4%。與傳統潮玩IP單純「可愛」「萌系」的表達方式不同，Crybaby以哭泣、勇氣、治癒等情緒主題，與年輕人建立起更深層次的情感連接，也跨越地域與文化疆界，在全球範圍內引起廣泛共鳴。

藝術家Molly表示：「很高興能夠將Crybaby的世界首次帶到北京，與大家共同經歷一場不一樣的內心旅程。在這個柔軟的世界裏，希望大家能放下防備，感受情緒的呼吸與流動。在這裏，每一種情緒都會被溫柔地理解和安放，像回到一個安全的心靈港灣，在眼淚中觸摸到治癒的溫度。未來，

我期待Crybaby能夠陪伴更多人，成為一份無聲卻堅定的精神支持與內在力量。」

每一種情緒都會被溫柔安放

在近5,000平方米空間的展廳內，每個觀眾都在用自己的方式參與到這場關乎情緒的展覽中，有人躺進海洋球中「擺爛」放空，有人與朋友嬉戲拍照，也有人不斷尋找最佳角度記錄這片夢幻空間，歡笑聲此起彼伏，原本安靜的展廳更像一座大型室內遊樂場。「我喜歡它，不只是因為它可愛，更因為它能表達情緒。」一位前來探展的觀眾告訴記者，Crybaby讓悲傷、委屈等情緒有了一個具象化的表達，「每個人都會有情緒低落的時候，它讓我覺得這些情緒是可以被接納的。」

除了大型沉浸式裝置，展覽還設置了「淚滴尋寶」「情緒收集計劃」等互動體驗。觀眾可根據線索尋找隱藏內容，收集專屬「情緒印記」，完成任務後還能前往「勇氣領獎處」兌換限定禮品。

展廳盡頭的數字互動區域同樣人氣十足。幾塊電子互動屏前始終排着長隊，觀眾可以自由設計屬於自己的Crybaby形象，從劉海、髮飾到臉頰細節均可個性化搭配，完成後的作品還能下載至手機保存，進一步增強觀展參與感。圍繞展覽打造的「情緒補給站」也成為熱門區域。現場還推出Crybaby限定款冰激凌、印有角色形象的餅乾、巧克力，以及咖啡、果汁等主題飲品，讓IP元素從展廳進一步延伸至消費體驗，為觀眾帶來更加完整的觀展感受。



●展覽現場適合打卡拍照。

記者羅洪嘯 攝

「CRYBABY 哭泣&勇氣」北京站

時間：即日起至9月5日

地點：北京首創·郎園Station中央車站

●全球規模最大Crybaby主題展登陸北京。
記者羅洪嘯 攝

