

# 湾区文采会在东莞开幕 7年达成合作意向金额2.6亿元

羊城晚报讯 记者石梦卓、黄宙辉，通讯员粤文旅宣报道：12月5日，2025粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会（以下简称“湾区文采会”）在东莞市文化馆开幕。本届湾区文采会由文化和旅游部全国公共文化发展中心、广东省文化和旅游厅、东莞市人民政府、中国文化馆协会、中国群众文化学会主办。

据悉，湾区文采会历经7载耕耘，已成为湾区文旅资源高效配置、文化交流互鉴的重要平台，累计吸引逾2690家企业参展，达成意向金额2.6亿元。

湾区文采会已“东莞名片”

2025湾区文采会开幕式上，文化

和旅游部全国公共文化发展中心副主任罗云川表示，湾区文采会有效激发了社会力量参与公共文化服务的热情，优化了文化资源配置，丰富了公共文化产品供给，是推动公共文化服务供给侧结构性改革的有力举措。

广东省文化和旅游厅二级巡视员东田总结了近年来广东省文化和旅游厅在推动社会力量参与公共文化服务的工作成果，并指出湾区文采会已成为广东推动社会力量参与公共文化服务的重要品牌活动，希望各地优化文化服务和产品供给，扩大文化惠民，不断增强人民群众文化获得感、幸福感。

东莞市副市长李辉介绍，自2018年首届文采会举办以来，累计吸引近2700家优质企业机构参展，达成合作意向金额2.6亿元，构建起

集“供需对接、成果展示、行业交流、惠民服务”于一体的综合平台。湾区文采会已成为推动湾区文旅资源高效配置、促进区域文化交流互鉴的重要载体，成为全国区域文采会中一张闪亮的“东莞名片”。

将推出30多场文旅赛事和活动

本届湾区文采会将持续至12月7日，聚焦“从制造美学出发”这一主题，通过“美学橱窗”“思想拾光”“艺象剧场”“传播回响”四大板块，呈现“设计之美”“工艺之美”“生产之美”“产品之美”“人文之美”“理念之美”六大文旅展示专区，汇聚250余家参展单位，先后推

出30多场文旅赛事和活动，集中呈现文化和旅游公共服务新动能、新场景、新生态。

相比往届湾区文采会，本届湾区文采会有3点“新意”。一是新内涵，文采会按“制造美学”的6个维度规划“六大美学展区”，让观众从一件产品的诞生到一种生活方式的形成，完整感知美学的脉络。二是新视野，文采会将举办第二届全国文化主理人大会，邀请来自设计、制造业、自媒体领域的主理人共同开启一场持续3天的“头脑风暴”，200名全国文化主理人代表在开幕式集体亮相。三是新联动，湾区文采会将走出场馆，走进地铁站、高校和城市公共空间，打造流动的美学窗口，共商“文化赋能经济社会发展”新思路、新途径。



有爱茶的外国朋友也来到现场选购 羊城晚报记者 陈秋明 摄

## 2025广州茶文化节开幕 超千款特色茶品集中亮相

羊城晚报讯 记者马思泳、通讯员荔宣报道：12月5日，2025广州茶文化节在位于广州荔湾石围塘街道的广东芳村茶业城开幕。这场以“文化赋能、精准触达、流量转化”为主线的茶业盛会云集行业精英，汇聚产业成果。

本届广州茶文化节展览规模再创新高，共设置多个主题展区（活动区），展位数量超过300个，吸引了来自全国各地六大茶类近200家知名茶企、茶商及品牌方参展，超过1000款各具特色的茶品集中亮相。

2025年贵州省劳动模范、贵州省贵定县凤凰茶业有限责任公司总经理冯建萍在8年前，利用贵州红茶和被誉为“维生素C之王”的刺梨，主导研发了“刺梨红茶”：“从2018年起，我们到北京、上海等地参加展会，‘刺梨红茶’也慢慢被茶商熟知，目前该产

品在行业市场内十分成熟，被推广售卖。一斤‘刺梨红茶’的价格范围在200-800元。”

岳阳县黄沙街茶叶示范场有限公司在现场推介了来自湖南的“洞庭春”黄茶。据介绍，“洞庭春”黄茶茶形紧实圆直，色泽金黄、润亮，内质香气高，汤色杏黄清澈，茶味爽甜醇厚，带回甘味，叶底嫩黄明亮。

此外，现场还设置了“百千万工程”乡村振兴特惠展、“海上丝绸之路”广州茶文化节暨年份茶珍品展等特色展区。梅州市梅县区带队参加本次茶文化节，携梅县金柚等优质农产品集中亮相，让农产品从田间地头直达广州消费市场。

## 一个祖籍广州番禺的华侨家族把画廊开到法国巴黎，并接待了法国总统马克龙及其夫人 用艺术架起中法交流的桥梁

文/图 羊城晚报记者 古司祺 羊城晚报驻巴黎特约记者 唐颖岑

外交，连接国与国；艺术，沟通心与心。当法国总统马克龙开启其任内第4次访华之旅，中法友谊再度成为焦点。中法友谊在日常生活中有何体现？要寻找答案，不妨将目光转向法国巴黎塞纳河畔的A2Z画廊。

这家画廊，由祖籍广州番禺的方显秋一家创办。今年5月，A2Z画廊接待了法国总统马克龙及其夫人。对这个法国华侨家族而言，马克龙的到访是一种肯定，更是他们以艺术连通中法的最佳回响。



方显秋二儿子方孝当（左一）与马克龙夫妇在A2Z画廊留影

行动力。他将两个儿子先后送进当时法国最大的油画材料和装裱公司打工，各自学习不同的手艺；随后，又将第5个儿子送进了一家专门制造画框的公司。

历经几年积淀，方显秋认为时机已然成熟。一次家庭会议后，他们决定在巴黎二十区租一家小店面，自主创业。“一开始，我们都不敢想象能成功，没想到一做就是28年。现在，我们已经成为法国较大的油画材料供应和装裱企业，在法国立足扎根。”

以艺术为桥回馈家乡

故事讲到这里，还未见A2Z画廊

的踪影。方显秋将时间倒回十几年前：“我的七儿媳李子薇，从广州来法国学习艺术管理，和我的儿子方孝信结缘。结婚两年后，我们在一次家庭会议上碰撞出新的想法：不再再开一个画廊？A2Z便由此诞生了。”

A2Z画廊由方显秋的儿子方孝信及其妻子李子薇掌舵，促成了许多中国艺术家在法国的首次个展，也促成了许多法国艺术家在中国的展览落地。今年9月，马克龙继女劳伦斯（Laurence Auzi è re）在巴黎的首展，由A2Z画廊联合主办，在肖峰艺术馆落地。画展主题“桥与路：中法艺术的DNA互生”，正是A2Z画廊的使命写照。

“我们的工作促进中法艺术文化的交流。”李子薇观察到，法国人对中国

的艺术文化抱有好奇，“特别是这几年，中国发展得很快。更多法国人希望能去中国，亲眼看看中国式现代化，感受中国的文化和非遗”。

从巴黎市郊到圣日耳曼德佩区，这个法国华侨家族走了40多年。不忘来时路，方显秋在行，除了深耕艺术行业，方显秋还有一个身份是法国番禺富善社社长。

“华侨华人是世界了解中国的窗口，也是中国走向世界的桥梁。”方显秋身体力行，连续20多年组织法国华人华侨子弟，回穗参加青少年夏令营及寻根探亲活动。“许多青少年参加活动后，对中国产生了认同感，向身边的人讲述中国的发展。我很高兴看到这一切，华人华侨不能忘记自己的根。”

### 进军油画行业立足法国

1944年，方显秋出生于越南北部的沿海城市海防。他认为，自己与法国的故事始于上世纪80年代：“当时越南‘排华’，我们被迫去法国，重新开始。”

身为7个孩子的父亲，谋生是方显秋当时面临的巨大挑战。向来被认为“烧钱”的艺术，“逆向”进入了他的视野：“我们一路在小城市摸爬滚打，巴黎似乎非常遥远。但是，既然巴黎是有名的艺术之都，艺术就可能成为我们进入巴黎的关键。”

方显秋在这件事上表现出十足的

## 深圳石岩：禁毒培训强意识 行业齐心筑防线

为进一步加强辖区重点行业禁毒管理工作，规范行业经营行为，提升从业人员禁毒责任意识，12月4日，深圳市宝安区石岩街道平安法治办（禁毒组）邀请辖区易制毒化学品企业、物流寄递企业、电子烟企业、娱乐场所等共

计50余名行业代表在鹏展驿站禁毒教育基地开展以“筑牢禁毒防线，守护平安场所”为主题的禁毒宣传教育活动。

鹏展驿站讲解员引领行业代表们参观了禁毒历史区、毒品形势区、毒品认识区、毒品预防区、禁毒工作区五大

展区，宝安区禁毒宣讲团成员、街道禁毒培训讲师介绍了常见的毒品基础知识、常见藏毒方式及识别方法、禁毒工作指引及《深圳经济特区禁毒条例》等，提醒行业代表们要严格落实禁毒主体责任。

此次宣传教育活动帮助重点场所行业代表们了解其在阻断毒品流通中的关键角色，全方位强化从业人员禁毒素养和技能，为构建平安无毒营商环境提供了坚实保障。

（陈云强 刘文新）

## “叉烧”译成“Char Siu” 粤式烟火飘向世界

近日，广州市委外办发布新版《广州市公共场所英文标识译写规范》，一道家常粤菜“叉烧”的英文名尘埃落定：不再用“BBQ Pork”等西式解释，而是堂堂正正保留粤语音译“Char Siu”。

看似只是菜单上一行小字的改动，却藏着耐人寻味的深意——这背后，是一场从“迁就翻译”到“自信命名”的文化心态变迁。

走在广州的老街，烧腊档的玻璃窗上挂着一串串油亮亮、红润润的叉烧，那是老广心中最踏实的味觉记忆。过

去，要向外国朋友介绍这道菜时，常要费一番周折：“类似烧烤猪肉，但用了蜜糖和特制酱料……”解释半天，听者往往还是茫然。如今，“Char Siu”二字直接印在菜单上，简单直接，却也意味深长。

这不是第一次粤语发音“走出去”。“Wonton”（云吞）、“Dim Sum”（点心）、“Yum Cha”（饮茶）早已被收录进牛津英语词典，成为全球通用的词汇。这些词背后，不仅仅是食物，更是一整套生活方式与文化场景。当外国朋友

学会说“Yum Cha”，他们理解的不仅仅是“喝茶”，更是茶楼里推着小车的阿姨、一盅两件的内透、报纸与点心交织的广式早晨。粤语词汇的国际通行，其实是广府生活方式的软性输出。

曾几何时，我们在翻译中习惯“迁就”。“BBQ Pork”会让人联想到美式烧烤的烟熏味；“Roast Pork with Honey Glaze”则像是西餐菜单上的某道主菜。两者都没错，却都少了那份挂在烧腊档中、带着荔枝木香、甜咸交融的岭南魂。新版译写规范给出了新思路：对

于像“荷塘月色”这类写意菜名，采用“原料解释法”（Lotus Root Slices, Sweetened Beans and Celery）；对于“叉烧”这种已有广泛认知且承载文化的专有名词，则保留原汁原味的音译。该解释时解释，该坚持时坚持——这是一种翻译策略上的成熟，更是文化心态上的从容。这种从容，根植于实实在在的文化底气。

翻译，从来不是纯粹的语言技术，而是文化权力的微妙映射。当我们不再急于把“粽子”解释成“Rice Dump-

ling”，而是坦然说出“Zongzi”时，背后是“我们的传统节日食物，值得拥有自己的名字”的淡然自信。

公共标识的翻译，尤其需要平衡“功能性”与“文化性”。路牌、菜单、指示牌首先要让人看懂，这是基本要求。但在看懂之余，能否传递一点文化的温度、地方的特色？新版译写规范作了很好的尝试。

不叫“BBQ Pork”叫“Char Siu”，改的是底气，是视角，是文化自信陈述的方式。它让我们看到，真正的文化

自信，未必是声势浩大的宣言，而往往体现在这些充满烟火气的细节里：我们相信自己的味觉值得尊重，相信自己的方言值得聆听，相信自己的生活足以打动世界。这种自信不张扬，却坚定。它源于对自身文化价值的深切体认，也源于开放环境中练就的从容心态。当广府的烧腊飘香世界，它携带的不仅是一道菜的配方，更是一种敢于以本色示人、乐于分享生活的文化态度。

（孙晓曼）