



“劳动者说广货”

文旅  
版块

广府文化的摆渡者

「开栏语」

五月礼赞劳动,广货誉满九州。在“五一”国际劳动节到来之际,新快报特别推出“广货行天下”之“劳动者说广货”策划专题,以劳动者视角,讲述匠心与广货的故事。从岭南佳果到时尚皮具牛仔服,从非遗广绣到潮玩文创,从智能机器人到无人驾驶……十位劳动者倾情讲述骄傲之作。他们以汗水铸品质,以匠心传品牌,用实力让“广货行天下”。

# 广绣跨界二次元“行天下” “大湾鸡”快闪店再掀热度

在羊城的文旅版图上,有广绣传人指尖流转绣出万千风情,也有设计师匠心独具让粤BA“大湾鸡”再掀热度。这个“五一”劳动节,广府文化传承,从未停下脚步。广州文旅人坚守文化阵地,用专业与热爱制作这份“文化特产”,他们也邀你一同品味广府文化的底蕴与热度。

梁晓曼(广绣家族第六代传人):

## 敞开工坊迎学子 创新广绣入日常

“刺绣这个行业之前一直被说老龄化严重。如果年轻人愿意来了解,我们何乐而不为?”这个“五一”劳动节,梁晓曼已经接到了三批前往新造工作坊拍摄视频的大学生预约。为了拓宽广绣传承的渠道,梁晓曼除了培养徒弟、拍摄记录刺绣过程的视频,还热情接待一波又一波愿意来了解广绣的人们。秉持着“使用就是最好的传承”理念,她还制作了各种周边,希望广绣能够更好地“行天下”。

“大学生群体很擅长运用社交媒体,通过他们的视频、推文去传播,广绣就更容易被更多的人知道。”面对希望利用“五一”小长假到工作坊拍摄毕业作品、大学生视频大赛作品的大学生,梁晓曼都是热情接待,无偿配合,丝毫不介意占用了休息时间。“这些前来拍摄的大学生,都是做足功课而来。有时候他们还会激发我更多的灵感。有人曾问我,有没有想过把3D打印也应用到广绣上面?我觉得这些有趣的问题也打开了我的思路。”

梁晓曼所属的番禺北亭村广绣世家,从清代起就从事这项非遗技艺。她本人从五六岁的年纪拿上绣花针开始学习,到成长为家族第六代传人,到不同的学校开展教学,一直把广绣的传承作为己任。

梁晓曼的工作坊“五一”期间都正常开放,接待愿意来体验广绣的人们,仅收取几十到一百的材料费。“正是节



假日,大家才有这个时间来体验。能够在自己的工作坊推广这项非遗,我觉得是一件很享受、很幸福的事。”

梁晓曼兴致勃勃地表示,最近几年她也是积极地拥抱视频时代。刺绣时,她会拍下关键过程,方便传授技法,也记录下关键工艺。“五一”期间,她的两个徒弟也会来到工作坊跟她学广绣。

我的广货名片。

## 精美又新颖的广绣

作为中国四大名绣、国家级非物质文化遗产,广绣千年传承,曾随海上丝绸之路远销海外,是岭南文化的璀璨名片。

广绣以针为笔、以线为墨,针法灵动多变,构图饱满富丽,擅绣荔枝、红棉、花鸟瑞兽,兼具东方雅致与岭南气韵。走进梁晓曼的工作坊,摆满四周墙壁的精美广绣产品,都闪着蚕丝线独有的亮光。一幅正在刺绣的《庆丰年》传统题材广绣作品中,红彤彤的荔枝逼真、诱人,广绣独有的“留水路”“打籽绣”技法,让人忍不住想去摸一摸。梁晓曼介绍,传统题材的广绣作品每一幅都有自己的故事,但是每个刺绣大师都能有独特的表达,作为礼物自带底蕴,吸引人去了解岭南文化。“从指尖匠心到生活美学,广绣承载匠心与祝福,既可装点家居、馈赠亲友,更能彰显文化自信。”

镶嵌在传统画框里的广绣作品固然美得让人挪不开眼睛,摆放在首饰柜里的胸针、耳环也以其创新的立体造型,让人耳目一新。

在梁晓曼的手里,传统广绣可以玩出各种花样。她一直尝试将广绣融入各种不同场景与介质,让广绣不再躺

在画框里。从首饰、耳环、发簪、胸针、汽车内饰,到屏风、背景墙……梁晓曼表示,在坚守古法技艺的同时融入现代审美,打造出来的装饰画、配饰、家居文创等实用好物,已经让非遗更好地走进日常。“我坚信,广绣不应该止于欣赏,而更应该融入日常生活中,使用是最好的传承。”

梁晓曼一直坚持拓宽广绣的题材,读高中时使用广绣去绣一幅动漫作品。现在,她也会接下动漫题材的订单,甚至尝试用广绣去设计游戏皮肤。梁晓曼希望,通过扩大广绣的跨界,让更多人可以直观感受到广绣的美,从而促使广绣可以更好地“行天下”。



■广绣蝴蝶胸针。

彭浩(广州文化集团产业运营公司副总经理):

## 布局快闪推广广货 深耕IP 做活文旅

这个“五一”假期,彭浩的日程排得满满当当:筹备“大湾鸡”潮玩快闪店、调配人手与补充各点位货源、统筹各类文化活动,为迎接客流高峰做足准备。

“大湾鸡”是以中华白海豚为原型的十五运会吉祥物,原名“喜洋洋”“乐融融”。高峰时期,围绕这一IP开发的文创产品近3000款,盲盒一上架即秒空。从赛事吉祥物成功转型为城市IP后,“大湾鸡”更加活跃:杂技童话剧《萌动奇迹》巡演场场爆满,它还作为“神秘嘉宾”亮相明星演唱会,在粤BA、粤超的开幕舞台上欢乐卖萌。

“如今,‘大湾鸡’文创已成为广货的重要代表。”彭浩表示,为方便“五一”期间市民游客选购,他们计划在正佳广场、天河体育中心南广场、花都融创乐园等10个核心点位,布置“广州礼物”快闪店。“10个快闪店预计统筹调配约40名工作人员,并增设收银通道,减少游客排队时间。”

彭浩预计,中山纪念堂的“广州礼物”门店将成为热点之一,“这里本身客流量大,加上前往越秀山观看‘粤超’的观众多会途经此地,必须提前做好准备。”同时,线上客服也将延长服务时间,确保咨询、售后、发货等环节高效衔接。

“文创不只是看得见、摸得着的产品,更是可体验、可感受的文化。”彭浩介绍,“五一”期间还将推出多场“大湾鸡”主题线下演艺活动。例如,“大湾鸡奥体嘉年华”将打造“毕业季”主题沉浸式互动场景,从毕业照、同学录到模拟答辩、毕业舞会,五天活动不间断;4月29日至5月2日,广州杂技团童话剧《萌动奇迹》将在市文化馆新馆连演6场;4月24日至5月5日,广州歌舞剧院沉浸式情景剧



《大湾鸡·星际追光》在广州塔剧场连演15场。“持续的内容运营与创作,是保持IP生命力的关键。”彭浩强调。

彭浩还透露了接下来的文创开发计划:“作为粤超、粤BA的官方吉祥物,‘大湾鸡’将结合赛事推出运动系列文创,并融入21个地市特色元素开发专属产品,包括盲盒、钥匙扣、徽章等轻量化文创。”彭浩坦言,这个“五一”假期的忙碌,正是为广货的长远发展积蓄能量。“作为文旅从业者,我们希望让‘大湾鸡’这样的广货IP承载岭南文化,走向更广阔的市场。”

我的广货名片。

## 萌趣潮玩“大湾鸡”与鳌鱼

“作为‘广州礼物’的核心IP,‘大湾鸡’与鳌鱼系列潮玩文创,既体现了新时代广货‘敢为人先、务实创新’的精神,也是岭南文化与潮流审美碰撞的结晶。”在彭浩心中,这两大IP都是广货的杰出代表。

“大湾鸡”以萌趣治愈的形象深入人心,而同样在十五运会期间亮相的“鳌鱼”,则承载着更深厚的文化寓意,先后在山东、浙江、重庆、北京等地巡展,助力岭南文化走向全国。其中,“大湾鸡”鳌鱼盲盒挂件与“山海鳌宝”盲盒,以现代盲盒形式推出,既保留文化内核,又契合年轻人审美。“这些文创始终围绕‘回应公众喜爱、传递文化温度’的理念持续推新。”

彭浩还透露,“五一”假期后,由“广

州喜乐包”设计师曾振伟原创的“靓整”时尚双肩包即将上市。这款背包采用国潮极简设计,支持双肩、单肩两种背法,兼顾美学与实用。



■全运会鳌鱼盲盒挂件。