广东全民经典阅读大赛总决赛昨日开赛

读懂岭南，Z世代打头阵

羊城晚报记者 熊安娜 郑与时 实习生 刘子煜

书声琅琅，经典回响。8月8日，2026广东全民经典阅读大赛总决赛在南方报业传媒集团报告厅启幕。首个比赛日，青少年赛道50组晋级选手率先登台，他们青春洋溢，以童声为媒、以表演为桥，将岭南文化经典演绎出别样光彩。

自4月22日启动以来，这场以“赛学一体、以赛促读”为核心机制的文化盛事，累计收到来自全省21个地市超1.6万份投稿，其中青少年赛道投稿占比超八成。经海选征集、线上初赛、选拔赛层层筛选，50名年龄横跨幼儿园至中学的选手最终脱颖而出，站上总决赛舞台。

广东全民经典阅读大赛由广东省委教育工作领导小组、广东全民终身学习平台主办，广东省委宣传部牵头，南方都市报社、广东省出版集团承办，全省各地市公共图书馆、阅读联盟、相关文化机构等协办，是今年广东十大群众赛事之一，也是落实《全民阅读促进条例》、让全民阅读深度融入终身学习公共服务体系的创新实践。赛事以“赛学一体、以赛促读”机制为载体，全方位展现岭南全民阅读新风尚。

属于Z世代的“阅见”

“岭南味”与“少年感”，是评委们对本场赛事的精炼概括。

选手蔡宜修带来阅读分享《原来诗可以这样“读”——读〈诗词里的岭南〉有感》，分别用普通话、粤语、客家话和潮汕话诵读岭南经典诗词。“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”，童声清脆如银铃，不同的乡音赋予诗句别样的韵律与温度。“原来诗真的可以这样读，用不同的乡音读出同一个故乡。”她说。

古筝《月下煮茶》弦音清越，英歌舞击槌刚劲，粤剧《帝女花》唱腔婉转。少年们以才艺诠释经典，以童真对话传统，将岭南文化的基因融入自身的理解与表达之中。选手古婷瑛选择了屈大均《广东新语》这一偏厚重的岭南文史典籍，将冷门古籍里的岭南风物娓娓道来，沉稳从容的气质令人印象深刻。

情景剧、脱口秀等创新形式同样让人眼前一亮。选手何雨嘉带来《少年脱口秀：取经路上的“打工人”》，将唐僧师徒的取经之路比作当代“打工人”的奋斗历程，借《西游记》文本幽默演绎师徒四人的“人生囧途”，从当下生活出发解构名著经典，妙趣横生。

选手连希敏化身一只断翅的小瓢虫，与失忆的AI伙伴从白云山出发，穿越粤港澳大湾区，在情景剧《追一场岭南的风》中展开奇幻冒险；来自幼儿园的6岁小选手曲书杭，将自己装扮成最喜欢的锡兵，分享妈妈带着自己读《安徒生童话》的温馨点滴，用最纯真的方式诠释阅读如何在幼小的心灵中播下勇敢与坚韧的种子。

尤为值得关注的是，不少选手将目光投向岭南非遗与传统技艺。选手佘浚钿在阅读《岭南美术工艺》后“走出书本”，实地探访汕头澄海油纸灯笼非遗传承人陈周茂。从“读一本书”到“访一个人”，他用镜头和讲述让非遗手艺从纸面走向台前，以少年之力赋予“传承”二字具体可感的温度。

从“要我读”到“我要读”

“从‘要我读’到‘我要读’，这是我们在青少年赛道看到的最显著变化。”选手罗玉溪的分享尤为动人——她坦言自己是被姐姐“骗”来参赛的，原本不爱读书的她，在姐姐的引导下开始阅读《少年中国说》、参观梁启超故居，逐渐读懂文字背后的故事。“从前在课本上读到‘少年强则国强’，只觉得好听，现在心里会想，我也要好好努力，成为能让祖国骄傲的少年。”朴素的语言、真实的情感，让在场评委和观众深感动容。

选手李梓俊则聚焦科幻经典《三体》，从“质子封锁”“水滴探测器”等科幻设定切入，探讨人类文明在绝境中的坚守与抗争，展现出初中少年难得的思辨深度。

中国作协儿童文学委员会委员、广东作协儿童文学委员会主任陈诗哥用“感动”来形容自己的感受。谈及AI时代的青少年阅读现状，他认为本次大赛“以赛促读”的形式是一次效果卓著的创新尝试。他关注到，一些选手舞台肢体表达丰富自然，从容随性，拥有难得的“松弛感”。在他看来，松弛正是阅读最美的姿态，也是最高效的阅读状态。

广东全民经典阅读大赛总决赛成人赛道、家庭/团队赛道专场将于8月9日接棒启动。据悉，总决赛结束后，组委会将精选高分节目进行艺术化升级编排，登上今年南国书香节舞台开展专场展演；书香节现场还将同步设置专属展位，全方位展示全省全民阅读丰硕成果，持续传播全民终身学习、建设书香社会的理念。

粤语经典歌曲大赛昨晚上演巅峰对决

唱响湾区，音乐人才拼实力



粤语经典歌曲大赛决赛现场

羊城晚报讯 记者黄宙辉，实习生陈炫润，通讯员粤文旅宣摄影报道：“沧海一声笑，滔滔两岸潮，浮沉随浪只记今朝……”8月8日晚，东莞市体育中心体育馆内，来自揭阳的叁陆玖乐团以一曲粤剧经典《沧海一声笑》燃情开唱，正式拉开粤语经典歌曲大赛决赛的帷幕。当晚，26组晋级选手同台比拼，为线上线下观众奉上一场粤语音乐的视听盛宴。最终，钟嘉慧获得“原创赛道”金奖；包雯希、李玟桦获得“经典赛道”金奖。

作为广东省委教育工作领导小组、广东全民终身学习平台推出的2026年十大群众赛事之一，粤语经典歌曲大赛坚持“投资于人、全民参与、以赛促学”的理念，由广东省文化和旅游厅、东莞市人民政府牵头组织，广东省文化馆、东莞市文化广电旅游体育局承办，东莞市文化馆执行，并联动广东省流行音乐协会、腾讯音乐娱乐集团等多方力量共同打造。

本次决赛创新采用多轮淘汰制与双赛道并行模式，将“经典传唱”与“原创作品”深度融合，既考验选手的硬核唱功，也挑战音乐人的原创能力与时代共鸣。

《不可一世》《爱是永恒》《讲不出再见》……第一轮“经典赛道”竞演中，16组实力唱将轮番登场，每一首都是对黄金岁月的深情回眸。随后的“原创赛道”10进4淘汰赛，10组原创音乐人带来全新粤语作品，融入国风、电子、说唱等多元元素，展现出粤语歌在新时代的蓬勃生命力。

第二轮“合唱配对赛”中，16组经典赛道选手两两组队，以创新编排重新演绎经典，音乐在此刻超越竞技，成为连接彼此的桥梁。

第三轮“致敬经典”终极对决，晋级的8组经典唱将与4组原创音乐人不再区分赛道，同台竞唱，以扎实唱功与真挚情感向粤语经典致敬。

经过三轮激烈的巅峰对决，经过陈小奇等7位华语乐坛专家组成的评审团评审，各大奖项最终尘埃落定。其中，最佳唱功奖由包雯希夺得，她在舞台上的表现力征服了全场；最具人气奖则花落周晓文；最佳原创作品奖为钟嘉慧《不知》；最佳表演奖由马檇铿摘得；最具潜力奖由孔昕瑶夺得。

在“经典传唱”赛道中，包雯希、李玟桦获得金奖；马檇铿、肆音邮差、林壮、刘亘、邹委余、卓德浩获得银奖；晓文、玄冥二老组合、刘佩琳、孔昕瑶、钟思远、陈宜、叁陆玖乐团、虎门蜜蜂乐团获得铜奖。

在“原创作品”赛道中，钟嘉慧获得金奖；麦震烁、多福猫 Dovecat、囍地组合获得银奖；肖天泉、王华聪、陈倚俐、蔡国柱、林彩霞、邓子峰获得铜奖。

中国音乐家协会流行音乐学会常务副主席、广东省流行音乐协会创始人陈小奇点评本届大赛时表示：“粤语歌曲早已超越地方方言的范畴，成为具有全球影响力的文化符号。总决赛的整体选曲注重经典呈现，既唤起大众对上世纪八九十年代粤语金曲的记忆，也在粤港澳大湾区语境下，为粤语文化的传承与未来发展注入深远意义。”

粤语，是粤港澳大湾区同根同源的文化血脉；粤语歌，则是刻进几代人青春记忆里的共同回响。粤语经典歌曲大赛为无数音乐爱好者搭建了圆梦舞台，更以音乐为纽带联结全球华人的情感共鸣，为人文湾区建设注入鲜活的音乐力量。

主办方介绍，大赛共征集有效参赛作品1096个，其中经典赛道932个、原创赛道164个。选手年龄横跨7岁至七旬——既有稚嫩儿童，也有银发长者；既有业余爱好者，也有专业音乐学子。没有身份与年龄的壁垒，只要手握麦克风，每个人都是主角。赛事更实现广东21个地市全域联动，并吸引北京、广西、湖南乃至港澳地区的爱好者跨城奔赴，真正让粤语歌响彻湾区、辐射全国。

为持续挖掘优质音乐人才、赋能粤语文化传播，大赛设置了专属资源扶持：获奖选手将有机会签约成为腾讯音乐人，获得酷狗音乐平台新歌推荐位及专属专访，并享有平台定向演出邀约与流量曝光等丰厚资源支持。同时，部分决赛参赛者将被授予“粤语歌曲推广大使”称号，参与粤语歌曲相关文化推广活动。

作为最具广东特色的群众赛事，粤语经典歌曲大赛将建立常态举办机制，践行全民参与、终身学习的理念，不断丰富公共文化服务内涵、擦亮群众赛事品牌，以多样化群众文化载体赋能全民终身学习体系，助力学习型社会建设。

漫博会观察

以前海外客户问“多少钱能做”，现在问“这IP有啥故事”

中国原创IP正在被世界看见

文/图 羊城晚报记者 杭莹

8月6日，第十六届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会（漫博会）开展首日，咏声动漫展台迎来一批特殊的“远方来客”。阿根廷驻广州副领事百里安携多家本土动画企业负责人专程到访，他们对动画电影《落凡尘》表现出浓厚兴趣，并表达了将其引入阿根廷市场的强烈意愿。“阿根廷需要这样优质的东方故事。”百里安说。巧合的是，《落凡尘》西班牙语版于8月7日登陆西班牙独立院线，海外发行步伐紧锣密鼓。

本届展会国际化程度显著提升：汇聚全球2200余个优质IP，其中国际IP参展企业达98家，数量较去年翻番。穿梭于展馆的海外客商、密集的国际展位，无不传递出明确信号——中国动漫潮玩产业的原创IP品牌化进程正全面提速，“国际化输出”已从口号落地为行动，且合作模式正从单向出口转向双向产业对接。



咏声动漫展位上的原创IP周边

原创IP开始掌握定价权

B展厅内，迪士尼、宝可梦与奶龙、猪猪侠、《凡人修仙传》等国潮IP同台竞技；敦煌、三星堆、甲骨文等文博元素被转化为潮玩实物，吸引大批年轻观众驻足打卡。展台不再是单调的陈列，而是IP与粉丝深度互动的现场。

“过去海外客户只问‘能不能做’，现在他们问‘这个IP有什么故事’。”东莞本土潮玩企业ToyCity销售总监陈学斌感慨道。这家以原创IP孵化起家的企业，已构建起数十款原创IP矩阵。开展前一日，其品牌粉丝专场活动吸引众多潮玩爱好者从全国各地专程赶来，多款原创新品在展会上全球首发。

自主品牌化的回报直观体现在利润率上。据行业人士透露，传统代工模式下企业毛利率通常仅5%至8%，而拥有自主IP的头部企业毛利率可跃升至40%以上。东莞拥有超过4000家玩具生产企业，其中约1500家具备潮玩设计制造能力，供应全球1/4的动漫衍生品和85%的潮玩产品——庞大产能正迫切寻找品牌化出口。

传统文化IP的现代化转译成为另一条突围路径。Bad Girl IP与敦煌文化跨界联名，《狮意天下》以岭南醒狮为核心联动东盟渠道，苗绣、甲骨文等非遗元素融入潮玩设计。广东咏声动漫携《猪猪侠》《百变校巴》《落凡尘》等全矩阵原创IP亮相，公司副总裁陈晓透露，今年游戏授权业务增长约50%，“IP的跨媒介变现能力正被市场验证”。

生意从展台聊到车间

本届漫博会的国际化数据颇为亮眼：国际IP参展企业覆盖美国、法国、意大利、阿根廷等20余个国家和地区，跨境采购人数达808人。展会首次与国际动画协会达成战略合作，引入昂西国际动画节、戛纳电影节等顶级节展的40余部获奖作品进行展映。

但更值得关注的是合作模式的深化。东莞石排镇党委副书记、镇长梁仲辉表示：“要避免国际资源只是‘一阵风’。”为此，展会精心安排了国际化精英渠道商精准对接会、IP品牌授权对接会，并组织采购商走进一线生产车间，实现“展馆洽谈+工厂验货”无缝衔接。

这种模式受到海外参展商的欢迎。来自阿根廷Studio Gelande的导演Nacho Malter站在展台前对记者感叹：“我们完全没有想到漫博会有这么大的规模和专业水平。在安纳西，我们更多是找发行和投资；但在东莞，我们看到了衍生品、授权合作的全新可能。”他的工作室拥有约100名艺术家，这次带着三部核心IP项目来到东莞，希望在制造端找到合作伙伴。

Animotion Media Group总经理Julian Nikolaeva同样是首次参会，她带来超过10个IP项目目录，开幕仅两天便完成超10场商务会谈，参观工厂的行程已排满周末。“在安纳西更关注内容合作与发行，而东莞更侧重寻找衍生品伙伴，将内容转化为实体产品。”她说。

在制度层面，全国首个“潮玩产品技贸研究评议基地”正式落户东莞。该平台专注于国外技术性贸易壁垒的收集研判、风险预警和行业评议，助力出口企业提前应对海外合规要求——这意味着东莞潮玩产业正从被动适应标准转向主动参与规则制定。

中国IP，全球买单

“如今海外客户的需求正在发生转变，他们越来越希望从中国挖掘优质的原创潮玩IP，并将这些IP引入海外市场。”ToyCity销售总监陈学斌观察到，过去海外市场关注的是做工和工艺，现在则主动询问IP的内容和设计背景。

广东咏声动漫的出海步伐印证了这一趋势。《百变校巴之超学先锋》作为国内首部4K长篇儿童动画，已在15个国家和地区、超过10个主流电视及网络平台上线。动画电影《落凡尘》于8月7日在西班牙院线上映，此前已进入俄罗斯和越南市场。陈晓告诉记者，海外发行不仅是内容收益，更带动衍生品授权和游戏联动等长尾价值。

法国昂西国际动画节官方中国独家代表、可洛依文化总裁郭锐在接受记者采访时分享了一个细节，《猪猪侠》在法国昂西公映时，不少观众观看完影片后直接找上咏声动漫副总裁阎冰表达喜爱之情。咏声动漫的另一部动画电影《落凡尘》也成为了当地的文化出海新样本。

中东采购团对AI与潮玩的结合表现出浓厚兴趣，东南亚商会则主动接洽岭南非遗IP的授权合作。多个新兴市场的采购商在采访中表示，中国IP在本地的认知度正在提升，不再是“便宜”的代名词。

据行业统计，中国动漫产业总产值已突破3000亿元，但海外收入占比仍不足10%，而日本动漫海外收入占比超过40%，差距意味着巨大增长空间。漫博会上，来自20多个国家的采购商与中国企业密集对接，显示出国际市场对中国原创IP的关注度正快速升温。

记者注意到，展会还设置了国际化精英渠道商精准对接会，邀请海外商会、协会和外事机构参与，帮助国内企业直接对接海外渠道资源。

从现场来看，第十六届漫博会已不再是一个单纯的展销平台，而是IP授权、产业对接和文化输出的综合枢纽。当阿根廷动画人带着角色来东莞寻找“实物化”方案，当意大利制片人关注中国原创故事的全球表达，当中东采购团将AI潮玩列为考察重点，中国动漫潮玩产业正从全球价值链的制造环节向创意与制造并重的方向攀升。

显然，这条路已有清晰的方向，但能否持续跑通，还取决于后续的IP培育能力和海外渠道建设。可以预见的是，一个从“世界工厂”向“世界IP孵化器”转型的故事，正在东莞石排这片土地上加速书写。

彩票开奖公告栏

开奖时间：2026年8月8日

广东省体育彩票中心 广东省福利彩票发行中心 授权发布

快乐8 第2026210期

本期销售金额：102691396元
广东省销售金额：9965384元(未计深圳市)

中奖号码									
04	17	29	12	60	80	14	24	03	45
15	74	22	27	47	78	56	21	07	72

奖等	每注金额（元）	奖等	每注金额（元）
选十中十	5000000	选七中七	8500
选十中九	8000	选七中六	300
选十中八	720	选七中五	30
选十中七	80	选七中四	4
选十中六	5	选七全不中	2
选十中五	3	选六中六	2880
选十全不中	2	选六中五	30
选九中九	250000	选六中四	10
选九中八	2000	选六中三	3
选九中七	225	选五中五	1000
选九中六	22	选五中四	20
选九中五	5	选五中三	3
选九中四	3	选四中四	93
选九全不中	2	选四中三	5
选八中八	50000	选四中二	3
选八中七	800	选三中三	52
选八中六	80	选三中二	3
选八中五	10	选二中二	19
选八中四	3	选一中一	4.5
选八全不中	2		

浮动奖奖池累计金额：88151560.50元
固定奖奖池累计金额：236858446.94元
本期兑奖截止日为2026年10月8日，逾期未兑奖视为弃奖，以福彩中心公告为准。

3D 第2026210期

中奖号码	百位	十位	个位
	7	5	5
奖等	中奖注数（注）	单注中奖奖金（元）	
单选	1928	1040	
组选3	1801	346	
组选6	0	173	
1D	1884	10	
2D	138	104	
通选1	0	470	
通选2	19	21	
包选三全中	0	693	
包选三组中	2	173	
包选六全中	0	606	
包选六组中	0	86	
和数17	127	16	

本期销售额：3656280元；中奖总金额：2664235元；奖池金额：5642206元。兑奖期限：自开奖之日起60个自然日内，逾期未兑奖视为弃奖，弃奖奖金纳入彩票公益金，以福彩中心公告为准。

排列3排列5 第26210期

排列3	0		9		4	
排列5	0	9	4	5	1	
中奖情况						
	全国销量（元）	本省销量（元）	全国中奖注数	本省中奖注数	单注奖金（元）	
排列3 直选	47155772	2477738	9783	446	1040	
排列3 组选3			0	0	346	
排列3 组选6			29884	978	173	
排列5	22592554		33		100000	

34017625.76元奖金滚入下期排列3奖池。
16471492.76元奖金滚入下期排列5奖池。
本期兑奖截止日为2026年10月8日，逾期作弃奖处理。

超级大乐透 第26089期

前区号码					后区号码	
26	14	07	12	03	05	11

本期中奖情况

奖级		中奖注数	单注奖金（元）	应派奖金合计（元）
一等奖	基本	3	9058951	27176853
	追加	1	7247161	7247161
二等奖	基本	150	97508	14626200
	追加	30	78006	2340180
三等奖		1260	5000	6300000
四等奖		22077	300	6623100
五等奖		86043	150	12906450
六等奖		880886	15	13213290
七等奖		8760312	5	43801560
合计				134234794

本期全国销售金额：326458125元。
817996545.38元奖金滚入下期奖池。
本期兑奖截止日为2026年10月8日，逾期作弃奖处理。