

# 泉州新闻

东南早报  
官微二维码

东南早報



今年国庆假期前夕,泉州市文旅局推出的宣传片《来泉州漫游慢生活》走红网络。短片没有延续传统旅游宣传片的常规套路,而是犀利戳中当下“特种兵式旅游”的痛点:赶场式旅游让年轻人比上班还累。

短片不仅引发了游客对旅行意义的重新思考,更带火了一双看似普通的“红砖拖鞋”。这双由泉州市文旅局联合福建家家乐鞋业推出的联名款拖鞋,承载着泉州文化与产业基因,不仅成了泉州慢生活的“真象符号”,更是一次“文旅+产业”跨界联动的生动实践。

■融媒体记者 张素萍  
通讯员 曾世彬 文/图

▶ 联名款拖鞋由市文旅局与福建家家乐鞋业共同推出



## 泉州国庆文旅宣传片“出圈”的背后—— “文旅+产业”双向奔赴 带火一双“红砖拖鞋”



### A 拖鞋为“钥” 具象泉州慢生活的文化密码

泉州市文旅局的这条短片,并没有止步于“提出问题”,更重要的是给出了一个充满在地特色的解决方案——“来泉州,先拖鞋”。

泉州的魅力需要慢慢品,而这双拖鞋带来的松弛感,正是解锁泉州城市DNA的“密钥”。它看似简单,但设计

深挖泉州文化元素:鞋面复刻泉州街巷的石路纹路,带着颗粒感的凹凸设计,让人行走其间宛如足底按摩;鞋底刻有象征海洋文化的浪花纹路,防滑耐磨;拖鞋带面设计灵感源于海上丝绸之路,亲肤舒适;鞋身则取自闽南古厝红砖的温润色调,不是刺眼的工业红,而是“晒

过百年阳光、浸过海风”的泉州色彩。

穿上它,就是一场融入泉州烟火气的仪式。短片中,情侣换上拖鞋后,快乐地踩上水坑,这一瞬间的童趣,精准传递了拖鞋的象征意义:它是一个开关,让成年人切换至“孩子”模式,从排队打卡网红店,变为随处发现惊喜;

从在朋友圈展示“旷野”,变为不管在哪,只管去野。泉州市文旅局通过这双拖鞋,以“累了就拖一会儿”为口号,将“漫游慢生活”的抽象概念,转化为可触摸、可带走的具体体验,邀请游客抬头看厝顶锦鲤、细读门楣历史、坐下簪花、看海吹风,真正地“慢慢逛”。

### B 产业筑基 “拖鞋名镇”支撑文旅创意落地

这双联名拖鞋的诞生,源于泉州文旅部门的创新营销,更是泉州雄厚产业根基的水到渠成。

泉州是世界级的鞋类制造基地,而联名方所在的晋江市内坑镇,素有“中国鞋都·拖鞋名镇”之称。晋江市拖鞋行业协会会长张文通介绍,经过40多年的发展,这里形成了从原料、造粒、模具到研发、生产、销售的全产业链集群,年产拖

鞋超10亿双,产品远销全球,全产业链产值突破300亿元,“世界上每10个人中,就有1人穿内坑拖鞋”的说法广为流传。

完整的产业链,为联名产品提供了坚实基础。最初,市文旅局本想采购拖鞋作为礼品,但晋江市拖鞋行业协会及家家乐鞋业品牌主理人陈志华得知后主动提议:不如共同打造一款能代表泉州品质和文化的高端联名款。双方一

拍即合,文旅局以其文化洞察和传播优势赋能,家家乐则凭借其制造技术和设计能力,将泉州的红砖、海洋、丝路文化融入产品,打造“一天走三万步都没事”的极致脚感。

这次合作,是“文旅+产业”的又一次双向赋能。陈志华表示,自己是“跟着文旅一起走的受益者”,效果出乎意料的好。对企业而言,这不仅是一次简单的

品牌曝光,更是传统制造企业借助文旅IP,向更广阔舞台跃进的宝贵机遇。

此次与泉州市文旅局的合作,正是内坑拖鞋产业主动拥抱“文旅+”新风口的重要实践。在晋江市拖鞋行业协会的推动下,家家乐鞋业作为行业代表参与联名合作,并先后参加了上海国际皮革展、JOIN 晋江时尚秀品牌专场秀等活动,持续放大品牌效应。

### C 双向赋能 “文旅+产业”绘就跨界共赢新图景

文旅与产业的双向赋能,不止于一双拖鞋。近年来,泉州及其下辖的晋江市等地,主动拥抱文旅发展热潮,不断打破产业边界,通过场景化、时尚化的方式,为传统制造业注入新活力。

2025年盛夏,在晋江金井镇的塘东沙堤,一场“文旅+时尚”的秀演澎湃上演。英林泳装、深沪内衣、内坑拖鞋、东石伞具四大千亿级产业集群集体从工厂走向沙滩T台。内坑拖鞋搭载3000余项专利技术,化身“踏浪艺术

品”,完成了从家居用品到时尚单品的华丽蜕变。这场JOIN 晋江时尚季,通过“一秀一展一市”的立体模式,打造了“产业IP+文旅地标”的新范式,实现了制造业的场景化营销。

更大的舞台上,泉州产业品牌正将中国文化带向世界。安踏将中国锦鲤、兵马俑等文化符号融入设计,其融合大漆工艺的“自在翼马鞋”在巴黎展出并被中国丝绸博物馆永久收藏。利郎则在安平桥景区举办大秀,并向文物保护

基金捐资,展现了品牌对在地文化的反哺与深情。

这些案例,勾勒出“文旅+产业”的泉州范式:以工业为基,依托强大的制造能力和完整产业链;以文化为魂,挖掘本地历史文化和民俗风情;以体验为翼,通过创意活动和新媒体传播,打造沉浸式、场景化的新体验,最终实现文旅引流与产业升级的双向赋能和突破。

“文旅不是‘一锤子买卖’,而是要让游客带走记忆,更带走对泉州的认

可。”泉州市文旅局相关人士表示,泉州将继续深化“文旅+”融合模式,推动更多本土企业参与文旅产品开发,让“宋元中国·海丝泉州”的名片更加鲜亮。(注:宣传片《来泉州漫游慢生活》中的拖鞋形象,由市文旅局联合泰国PDM品牌共创宣传,系概念款拖鞋。此次赠送的联名款拖鞋由市文旅局与福建家家乐鞋业共同推出。)

>>>相关内容见A04版