

## 跨境出圈的侨文创

侨乡文化融入文创产品,精准契合了Z世代青年“爱分享”的心理,并唤起海外乡亲浓浓的乡愁,实现情感共鸣与文化传播的双赢。

侨乡风物,创意新生。一份份来自侨乡的独特“伴手礼”正悄然流行。这些融入侨乡魂的创意产品,正从泉州走进游客行囊。它们不仅是浓缩了地方特色与历史文化的“城市名片”,更是讲述侨乡故事的生动载体,为文旅体验增添亮色。

### 世遗文创 传递城市记忆

2023年5月,“茶和天下·雅集”活动亮相纽约联合国总部。泉州文化代表团带来的立体画作《绘忆刺桐》,作为宣传世遗泉州、传播海丝文化的代表作,相继在联合国总部、中国驻美大使馆等地成功展出。

《绘忆刺桐》的创作者,泉州刺桐纪元文化传播有限公司总经理傅旭儒介绍,2021年泉州成功申遗后,他受此启发,巧妙地将泉州的世界遗产点组合成“泉州”二字,创作了这幅作品。围绕这一核心IP形象,团队积极探索文创、展览、品牌融合等多元形式,开拓城市IP塑造的新路径。

如今,《绘忆刺桐》已融入泉州各大景点、博物馆及城市街巷,成为游客必访的打卡点。以此为基础开发的系列文化创意产品,也广受市场欢迎。

除“泉州”二字IP外,团队还设计开发了闽南民俗手办、泉州非遗伴手礼、五福开运狮拼图等多种文创产品。

作为著名侨乡,泉州的文创产品也俘获了海外游子的心。傅旭儒透露,许多产品上线跨境电商平台后,在东南亚华人社区受到热烈欢迎。“感觉海外乡亲对家乡文创有种特别的感情,经常成箱订购。一件小小的古厝模型、一句熟悉的闽南语印花,瞬间便能唤起他们浓浓的乡愁与归属感。”

针对日益年轻的游客群体,傅旭儒认为设计必须与时俱进:“我们专注于用讲好故事的方式开发文创、传播侨乡文化,让城市IP和符号更具活力。目标是借助创意内容,将城市记忆传递给下一代,尤其是海外的‘侨二代’‘侨三代’,在他们心中播下了解侨乡故事的种子。”



泉州城市IP文创品



网络微短剧《漂洋过海只为你》展现了海外华人华侨恋祖爱国思亲的情怀,图为拍摄现场。



分布在泉州古城各处的立体画作《绘忆刺桐》成为游客喜欢的打卡点

### 侨批文创 激活海丝情怀

“批”在闽南语中意为“信”。华侨通过民间渠道寄回家乡、兼具家书与汇款功能的特殊信件,被称为“侨批”。作为福建、广东等侨乡的特色文化遗产,侨批档案于2013年6月入选联合国教科文组织《世界记忆国际名录》,被誉为“侨史敦煌”。它不仅是家书与汇款的凭证,更是记录华侨奋斗史、承载海外侨胞集体记忆的珍贵史料。

泉州市档案馆编研开发科三级主任科员吴阳裕介绍,近年来,泉州市档案馆加强对珍贵侨批档案的专业化保护与活化利用,持续做大文化品牌。

2024年泉州市国际档案日,泉州市侨批馆正式发布泉州侨批主题IP。为创新档案宣传,打造特色文化品牌,泉州市档案馆联合市档案学会、华大乘风渡侨批工作室,深入挖掘侨批文化内涵,设计出以递送侨批的“批脚阿批仔”和头戴泉州特色簪花的侨眷“小侨妹”为核心形象的主题IP及系列场景图。围绕此IP,开发出泉州侨批主题IP明信片、泉州侨批主题T恤、永春礼盒香、主题IP盲盒、信件套装、套章、陶瓷杯、IP帆布包、红包、茶叶罐、钥匙扣、养生捶、主题相框、手机支架、木质镂空香片架、镂空香盒丸、木制拼图相框等近50种系列文创产品,巧妙融入泉州历史文化元素与档案符号。

首个以侨批为主题的歌曲《侨批》和网络微短剧《漂洋过海只为你》,分别于2022年和2025年面世,把尘封的侨批档案和

鲜活的剧情相结合,将侨批文化融入古城文化、海丝文化,展现了海外华人华侨恋祖爱国思亲的情怀,诠释了泉州人爱拼敢赢、勇于开拓、爱国爱乡的文化特质。

主题歌曲和网络微短剧的创作是泉州市档案馆打造“大众化”侨批档案文化品牌的崭新尝试,得到了全国40多家电台、QQ音乐等150多家音乐平台、腾讯视频、优酷等多个视频平台同步发布,《漂洋过海只为你》更是在红果、番茄等平台创下2900万+、5000万+的热度值。

泉州不仅打造侨批文创和文艺创作,更积极推动其“走出去”讲好侨乡故事。近日,为庆祝中泰建交50周年,“海丝记忆·侨史敦煌”侨批档案文献展作为“海丝泉州走进泰国”活动的重要组成部分,在曼谷成功举办。展览创新推出“侨批+文旅”模式,将传统文化元素转化为沉浸式体验。以泉州地标及泉州侨批为主题设计的印章打卡折页引发热潮,成为现场嘉宾争相收藏的纪念品,有效拉近了旅泰侨胞与侨批文化的距离。

通过这些努力,泉州市档案馆已将侨批文化推广至菲律宾、印尼等国家和地区以及国内的江苏、新疆、宁夏等地,并承办了全国第二届“侨批文化与华侨精神”研讨会,成为国内首个联合国教科文组织世界记忆项目咨询委员会教育与研究分委员会协作单位,有力提升泉州侨批文化品牌建设的知名度和影响力。

### 以“侨”为桥 讲好中国故事

泉州作为“海上丝绸之路”的重要起点,历史上就与东南亚、南亚等地保持着深厚的经济文化交流纽带。

能够有效吸引海外受众,特别是华裔新生代和外国年轻群体的侨乡文创,往往兼具强烈的互动性与社交属性。将侨乡文化融入文创产品,精准契合了Z世代青年“爱分享”的心理,跨越文化隔阂,将文化元素转化为他们乐于展示和讨论的符号,实现情感共鸣与文化传播的双赢。

泉州正积极探索,将丰富的文化元素转化为可触可感的深度体验。例如,将非遗技艺、传统建筑等设计为拼图、手工模型等产品,让参与者通过动手实践,直观感受侨乡文化的魅力。

为激发在地文创活力,自2018年起,泉州市文旅局、泉州文旅集团已连续举办六届“润物无声”旅游商品设计大赛,挖掘优秀人才与产品。自2019年起,泉州古城办、泉州文旅集团进一步打造“泉州古城·润物无声”青年创客文化IP孵化项目,为本土青年搭建线下展销平台,并开办以原创文创为主题的“润物市集”。

业内专家建议,可围绕“侨居”“归侨”“侨批”“侨眷”“侨地”等主题开发系列文创,立体展现侨乡新风新貌,通过“侨”的视角,讲好泉州高质量发展与中国式现代化的故事。

□融媒体记者 张沼婢/文 受访者/供图



侨批主题文创品巧妙融入泉州历史文化元素与档案符号