

当“百家姓”遇上刺桐城

古老姓氏与泉州特色元素同现文创产品中,唤醒游客与古城的文化共鸣



山峦造型托盘



这款托盘造型如同山峦起伏,采用全实木手工打造,适合置于家庭或办公场所的入口处,用来放钥匙、硬币等小物件,不仅实用,还有装饰家居环境的功能。

抗强风雨伞



抗强风雨伞以不对称造型为设计核心,可防止大风将雨伞吹翻。使用时,只要轻轻按压推扣,即可撑开伸缩伞撑。独特的结构设计,让风雨中出行多一份从容与稳固。

随意变形灯



这款灯具由5个照明组件构成,组件间以铰链连接,每个部件均可360°自由旋转,可随心改变形态。凭借此特性,它能灵活切换为台灯、壁灯或天花板灯,适配不同场景的照明需求,让光影艺术与实用功能完美融合。

植物镶嵌手镯



这个植物镶嵌手镯别具一格,融入叶子、鲜花、贝壳、树皮、青苔、地衣甚至少许泥土。这些来自大自然的材料被细心排列并嵌入透明树脂中,每一件饰品都成为独一无二的自然缩影,将四季草木的诗意凝固于腕间。

二合一吸尘器



你是否曾因吸尘器难以触及房间角落而烦恼?为满足当代人对产品多功能性的追求,二合一吸尘器应运而生。它既具备家用大型吸尘器清理大空间的能力,又可将下部单体拆卸单独使用,精准应对角落及狭小区域的除尘需求,让清洁工作从此告别“死角”。

弯曲灵动的衣架



借助成型胶合板的可塑性,衣架可以被弯折成不同形状,用来挂领带、毛巾、皮带等。它兼具设计感与简约时尚风格,悬挂于房间角落,能为空间增添灵动韵味。(来源:多新奇网 整理:谢伟端)

随着暑期旅游旺季到来,泉州古城的文创产品也迎来了销售热潮,其中,以姓氏为主题的文创产品尤其受到青睐。它们将古老的姓氏文化与泉州地标、历史典故融合,悄然拉近了游客与刺桐城深层文化记忆的距离。

融媒体记者 谢伟端 文/图(除署名外)

姓氏文创

拉近人与城的距离

在泉州古城,姓氏文创产品不是简单的商品,而是有温度的文化载体,檀木钥匙扣里的家族记忆、珐琅徽章中的城市地标、竹制书签上的历史典故,共同编织出姓氏文化的现代图谱。

在小西埕文创集市,琳琅满目的姓氏钥匙扣被店家摆放在显眼的位置。以檀木为材质的钥匙扣,散发着古朴的气息。圆形的檀木片上,精心雕刻着各种姓氏,字体或端庄大气,或灵动飘逸,并搭配精致的珠链挂绳。这些钥匙扣不仅是日常携带的小物件,更承载着人们对家族根源的眷恋。其创意亮点在于将传统的姓氏文化与实用的生活用品相结合,让人们在不经意间就能触摸到文化的温度。

色彩斑斓的珐琅姓氏徽章则是西街一些文创店的“主角”,以金属打底,表面用珐琅工艺绘制出精美的图案,多采用祥云纹、寓意吉祥的花卉等传统设计,中心位置则印着各个姓氏。设计师巧妙地将现代装饰需求与古老姓氏文化相融合,这些徽章可以别在衣服、背包上,成为一种独特的个性装饰。

姓氏书签同样是此类文创中的热门产品。它们以竹为原材料,将姓氏以书法的形式呈现于书签之上,并搭配小巧的中国结作为点缀,富有古典韵味。

冰箱贴一直是旅游纪念品中的佼佼者。泉州的姓氏冰箱贴巧妙地结合了本地美食,文化味与美味交融。这些文创冰箱贴造型各异,被设计成了蚵仔煎、肉粽等泉州特色小吃的造型,印上不同的姓氏,附上关于姓氏起源或家族名人典故的简介。小小冰箱贴,不仅可以装饰冰箱,还能作为地方文化名片,向来自五湖四海的朋友推介泉州。

融合了泉州建筑元素的姓氏手机壳与姓氏美食冰箱贴有异曲同工之妙。在中山路的文创店里,不时能见到游客在挑选文创手机壳,其材质多样,有硅胶、TPU等,图案设计更是别具匠心,以姓氏为主题,结合

了开元寺东西塔、古大厝等泉州当地的特色建筑。当日常用品与地域文化、家族姓氏相结合时,手机壳不再只是一个保护手机的工具,而是成了连接游客心灵与旅游目的地的桥梁,成了一座城市文化传播的载体。

那些萌萌哒的姓氏文创产品同样是众多游客的宠儿,比如,姓氏小熊玩偶。这些小熊玩偶身着色彩鲜艳的衣服,衣服上印着不同姓氏。小熊憨态可掬的模样,加上代表家族姓氏,让它不仅是一个普通的玩偶,更像是充满温情的家庭小伙伴。它抓住了人们对可爱形象的喜爱之心,无论是作为儿童玩具,还是成年人的收藏品,都极具吸引力。许多游客表示,看到印有自己姓氏的小熊,仿佛感受到了温暖的归属感,忍不住想要把它带回家。

巧妙融合泉州建筑、民俗、艺术等地域元素与姓氏文化内核,泉州的姓氏文创产品承载着深厚的文化内涵。这些文创品成为游客认识泉州、了解家族姓氏文化的窗口。当游客邂逅印有自己姓氏的文创产品时,往往会被激发强烈的探索欲,进而主动探寻这个姓氏在泉州的历史脉络、迁徙轨迹等更深层次的文化印记。



姓氏文创产品小巧精致



姓氏小熊玩偶

姓氏文创在全国蓬勃发展

近年来,我国文创产业蓬勃发展,其中以姓氏为主题的文创产品异军突起,成为连接传统文化与现代消费的重要纽带。据不完全统计,全国已有超过200个城市推出了各具特色的姓氏文创产品,涵盖日用品、装饰品、服饰、文具等多个品类。

在北方地区,姓氏文创让厚重历史通过旅游走进百姓家庭。北京作为政治文化中心,其姓氏文创产品极具代表性。故宫博物院推出的“紫禁城百家姓”系列,将故宫建筑元素与姓氏结合,制作了书签、笔记本、钥匙扣等产品。每个姓氏都配有简短的起源介绍。陕西的姓氏文创则具历史厚重感,西安碑林博物馆依据馆藏古代碑刻上的姓氏文字,开发了“姓氏拓片”系列文创产品;咸阳推出的“秦姓”系列文创,则围绕秦始皇的嬴姓做文章,设计了印章、镇纸等文房用品。河南作为中华姓氏的重要发源地,其姓氏文创产品最为丰富,郑州的黄帝故里景区设有专门的姓氏文创馆,展示、销售与各大姓氏相关的工艺品。其中,“姓氏青铜鼎”模型最受欢迎,鼎身刻有不同姓氏的源流简介;洛阳则依托河洛文化,开发了“姓氏牡丹”系列,将姓氏与不同品种的牡丹相结合。

在南方地区,姓氏文创通过精巧工艺进行现代演绎。苏州博物馆的“吴门百家姓”系列,将姓氏与苏州园林元素结合,设计出极具江南韵味的丝巾、折扇等产品。调查显示,这类产品60%的购买者为20—35岁的年轻女性,体现了传统文创的时尚化趋势。福建一些旅游景区推出的“客家姓氏”文创颇具特色,如“姓氏族谱笔记本”,内页印有该姓氏迁徙路线图,外封采用土楼造型,兼具实

用性与纪念意义。厦门大学人类学研究所的调查表明,这类产品在海外华人中尤其受欢迎,成为他们与祖籍地的重要连接纽带。广东的姓氏文创则充满商业活力,广州的“陈家祠”文创商店,围绕“陈”姓开发了上百种产品,从传统的木雕摆件到现代的闪存盘应有尽有。深圳的文创企业则利用科技优势,开发了“AR姓氏家谱”,通过手机扫描即可查看3D的姓氏历史演变过程。

在姓氏文创产品中,地域特色尤为突出。云南的少数民族姓氏文创独树一帜,丽江纳西族的“和姓”文创、大理白族的“杨姓”文创,都融入了少数民族图腾和传统工艺,这类产品在国内外游客中的销量稳定增长。四川成都的“姓氏熊猫”系列将国宝与姓氏结合,设计了各种可爱的熊猫造型产品,熊猫身上饰有不同姓氏的篆书写法,该系列产品已成为成都旅游的特色伴手礼。湖南的“湘绣姓氏”则将传统刺绣工艺与现代设计结合,制作出精美的姓氏挂画、抱枕等产品。长沙博物馆的评估报告指出,这类产品不仅带动了湘绣技艺的传承,还提高了年轻人对传统工艺的兴趣。

业内人士认为,成功的姓氏文创产品具有三大特点:一是深挖文化内涵,避免简单的符号堆砌;二是注重实用功能,使产品不单纯是摆件;三是精准定位受众,针对不同年龄、地域群体设计差异化产品。随着国潮文化的持续升温,姓氏文创仍有巨大发展空间。专家预测,未来几年姓氏产品趋势将向三个方向发展:一是高科技融合,如VR家谱、AI姓氏起源查询等;二是跨界合作,如姓氏联名服装、食品等;三是个性化定制,满足消费者对独特性的追求。

姓氏文创的热潮证明,传统文化并非高阁之上的古董,而是可以融入日常生活的活态遗产。当一个个姓氏化作手中的书签、颈间的丝巾、墙上的装饰时,文化传承便在不经意间完成。这或许正是姓氏文创最大的价值所在——让家族传承自然而然地成为现代生活的一部分。



文创产品将钟楼、东西塔等泉州地标建筑与姓氏文化相结合



姓氏信封(CFP)