



半城烟火半城仙，千古风华千古情。近年来，泉州这座千年古城与中国文化IP碰撞出美妙的火花，“十龙九子”“七彩刺桐蛇”等生肖艺术装置一经推出，立即引爆全城，成为市民游客喜闻乐见的顶流IP，催热节日经济，带动文创市场，赋能文旅经济发展，助力泉州文旅持续“长红”。

今年也不例外。这不，10月22日晚，2025年“文创福建”主题活动暨海丝泉州数字文创周正式拉开帷幕。活动现场，2026年马年生肖IP——“六合刺桐卫”惊艳亮相，其大型气模装置在泉州市府文庙广场和中山南路集中展示。

□融媒体记者 王金植 杜婉琼 通讯员 黄凯杰 实习生 黄昊 李牧云 文/图

下月开启 “泉城遛马巡游记”

今年，鲤城以“六合同风”为理念，塑造出六匹承载泉州传统文化和名人精神的骏马IP，分别命名为：天·召召、地·玩玩、东·守守、南·乐乐、西·鲤鲤、北·猛猛。六匹骏马造型各异、内涵有别，却共同承载着国家统一、社会和谐的美好期许，与泉州“开放包容、多元共生”的城市特质相契合。

据了解，“六合同风”出自《汉书·王吉传》，原指天地四方（天、地、东、南、西、北）包容一统，体现了中华文化对“天下归心、文化一统”的理想追求。“我们选取了六位与泉州相关的历史名人，从他们的故事中汲取创作灵感，融入六匹马的形象设计中。”鲤城区文旅局相关负责人介绍，整体IP形象以“六合同风”为魂、以泉州文化为根基，既展现泉州千年文化底蕴，又传递“文明互鉴、和谐共生”的当代价值观。

文创周期间，“六合刺桐卫”大型气模装置在府文庙广场和中山南路集中展示；11月起，将联动泉州各县（市、区）景区景点，开启“泉城遛马巡游记”。马年春节前后，泉州古城还将在线上线下同步推出一系列文旅活动，为广大市民和游客带来一场融合传统与创意的文化盛宴。



六马形态和含义各不同

天·召召以郑成功的故事为原型设计，为枣红色翼马形象，头戴头盔、脖佩“成功”铭牌，身有双翅、脚踏浪花，点缀刺桐花纹样，整体呈奔跑姿态，气势如虹。骏马头盔上为“1”字，寓意“一定会成功”的拼搏精神；翅膀为船帆造型，彰显海丝特色。召召取自“若有战，召必回”，既致敬郑成功跨海护国的壮举，也象征当代泉州人传承其精神，守护海丝文脉、兴古城发展的使命担当。

地·玩玩灵感源自旅行家马可·波罗，以绿色为主调，头戴渔夫帽，身背户外包，周身覆盖绿植，前蹄扬起，呈蓄势待发之态，俨然一副户外探险家形象。其底座融入《马可·波罗游记》中出现的比萨斜塔、泉州东西塔、老君岩、钟楼等地标建筑。其设计理念为“种草万物、探索美景”，与马可·波罗的探险精神相契合，传递着不断前行、勇于开拓的精神。值得一提的是，其头上的波

萝帽既是马可·波罗名字的谐音，也借闽南语“旺来”寄寓美好期许。

东·守守以施琅的故事为原型，通体蓝色，姿态稳健。头戴将军头盔，深蓝与银白交织的鬃毛如汹涌波涛，马尾系有宝岛造型玉佩，身佩“靖”字徽章，马鞍和全身装饰着凤凰花、闽南燕尾脊、刺桐花等花纹，底座则错落摆放着泉州滴水兽、台湾风狮爷等摆件。守守寓意“守土有责”，既呼应施琅毕生捍卫疆土的使命，也象征泉州人守护根脉、心系家园的深厚情怀。

南·乐乐以郑和的故事为原型，其通体雪白、身姿灵动，身披彩缎。前额佩“如意”，尾部造型飘逸，有云雾缭绕之感；脚踏海浪，旁置郑和宝船，彰显泉州海丝文化特色。乐乐象征“文明与繁盛”，既含郑和下西洋促进文明互鉴的交流之乐，也寓意着泉州海丝贸易聚四方之财，

让百姓乐享文明富庶生活。

西·鲤鲤以关羽的故事为原型，通体赤红，与《三国演义》中关羽的坐骑赤兔马毛色相近，头顶仁寿塔，身披锦缎，点缀刺桐花纹，展现泉州文脉，既诠释“半城烟火半城仙”气质，也蕴含祥瑞之意。鲤鲤象征着“忠义与烟火”，名字中藏着双重巧思，既取“锦鲤”的祥瑞之意，又暗合“鲤城”的别称，将关帝的忠义精神与泉州烟火气深度融合。

北·猛猛以俞大猷的故事为原型，设计上融合商周青铜纹样、唐马造型、明代军工与赛博机甲元素，呈腾空跃起之势，胸口的狮子图案则源自福船、宝船船头的吉祥纹饰，以及明代抗倭军队盾牌上的图腾。猛猛象征着“守疆与传承”，既彰显了俞大猷抗倭时的勇猛气魄，也寓意泉州人代代传承的“遇强则刚、守护家园”的勇武之志。

的感觉。有地方特色的文创产品是旅行的见证，每到一座城市，他就喜欢收集这类物品。

政策土壤培育创意 文创产业活力满满

“当前泉州文创市场活力满满、创意迭出，文创从业者市场嗅觉敏锐，深入挖掘泉州历史文化元素，古今结合、古为今用，创新开发了许多热销爆款。”市文旅局相关负责人介绍道，泉州在政策扶持与赛事驱动上，出台了《促进文旅经济高质量发展激励措施》等政策，对优质文旅IP给予奖励补助，并举办“润物无声”旅游商品设计大赛等，孵化文创IP。鼓励打造个人IP，支持单位和个人在国内外举办文创展会。通过举行润物市集等推广活动，吸引人流，带动消费。值得一提的是，10月9日，由省文化和旅游厅指导、省旅游协会组织开展的2025“福建礼物”文创产品和旅游商品征集活动获奖名单公布，泉州文创旅游商品荣获“1金4银9铜7优秀14优品入围”的成绩。

据介绍，泉州有着丰富的非遗资源与文化底蕴，南音、木偶戏、德化陶瓷、闽南传统建筑技艺等众多国家、省、市级非遗代表性项目，为文创产品的开发提供了深厚土壤。从市场反响来看，与泉州22个世遗点及地标建筑、特色美食相关，或融入红砖古厝、花砖、滴水兽等建筑元素，或体现鲤城“簪花围”、石敢当等本土文化的文创产品，占据市场主导地位。南戏、传统手工艺等非遗文创产品也逐渐成为市场上的热门。

“泉州文创产品不仅‘出圈’，更成为传播城市魅力的新名片。”该负责人表示，经过市场检验，带有城市元素的文创产品是经久不衰的畅销款，顾客更倾向于选择具有鲜明地域标识和深厚文化底蕴的产品，作为自己旅行记忆的见证，或是赠予亲友的特别礼物，这些也进一步提升了泉州的知名度、美誉度。

当簪花围遇上冰箱贴—— “带得走”的泉州文化正出圈



各式与泉州有关的文创产品琳琅满目



中山南路文创摊位吸引人驻足

10月22日至26日，2025“文创福建”主题活动暨海丝泉州数字文创周举行，泉州文创产业再次引起关注。而在近日，一段成都游客惊艳于“泉州蟳埔女头饰”冰箱贴的帖子在网上走红，连同众多网友都被富有泉州特色而又设计精巧的文创产品所吸引，纷纷点赞。记者走访了解到，随着泉州文旅热度的持续攀升，传承历史文脉、凸显城市特色的泉州文创产业也在蓬勃发展。这些文创产品融入泉州的地域特色和历史文化，成为游客带得走的城市名片，为泉州文旅增添了活力。

□融媒体记者 王金植 实习生 黄昊 文/图

文创周点亮古城 跨界融合激发活力

10月22日晚，以“文创无界·城市共生”为主题的2025“文创福建”主题活动暨海丝泉州数字文创周开幕式在泉州市府文庙广场举行。

活动现场发布了多项文创成果。马年生肖形象以“六合同风”为理念，塑造出六匹承载泉州传统文化与名人精神的战马IP；泉州携手央视总台文创、王者荣耀、美团联盟，分别推出联名产品，“马可·波罗”城市礼物、“大艺术家”系列形象。此外，“小沙弥”“青狮”“生肖马”三款文化遗产数字文创藏品正式发布。

文创周以古城文化核心区域府文庙、中山路为主轴，集中展示数字文创成果，搭建跨界交流对接平台，让泉州古城在数字时代焕发新活力。活动为期5天，设置文创联名、潮玩无界、电竞游戏、文物数字化及配套活动等五大板块，让文化遗产在科

技赋能中焕发新生，着力打造全民共享、永不落幕的数字文创盛宴。

在市区中山南路同步举行系列精彩活动，设有中医药膳体验区、文创产品展示区、美食区等。在文创区，记者看到，多个摊位依次排列，文创产品琳琅满目，吸引不少市民游客朋友驻足选购。

小产品承载大文化 游客把“泉州”带回家

近年来，泉州文旅持续长红，也带火了文创产业，文创市场不断推陈出新，各款产品异彩纷呈。

成都的陈女士国庆节前来泉州旅游，购买了一个“泉州蟳埔女头饰”冰箱贴，这个冰箱贴可拆卸拼装，还带有二维码，用手机扫码就会出现视频，生动展示了美丽的簪花围。

她将惊喜分享到网上，得到众多网友的喜爱。

这样的文创产品，在泉州市区西街、中山路等景点景区随处可见。昨日，记者走访了多家文创店，每家店内的文创产品琳琅满目，摆件、冰箱贴、杯垫、胸针、拼图、手机支架、魔方、画作、扇子、手提袋等，很多都融入泉州的文化特色，诸如：蟳埔女、钟楼、东西塔、闽南古厝、石敢当……这些产品价格大多在20元—50元，制作所

依托的载体丰富多样，涵盖纸质、木雕、陶瓷、黏土、金属、布艺等。

在西街游客服务中心一楼，游客们驻足在各自感兴趣的文创产品前精心挑选。

“这个‘滴水兽’很有意思，我逛古城时在很多建筑屋檐上都能看到。”上海游客汪女士见到“滴水兽”系列，甚是喜爱，一下买了10个冰箱贴、2件陶瓷摆件，打算送给家人朋友。“这些文创礼品既有文化味，又精致好看，送人特别合适。”

来自江苏的曾先生购买了一些以非遗簪花围、福船为设计灵感的挂饰、摆件、冰箱贴。他说，这些蟳埔女簪花卡通形象充满趣味，赋予了冰箱贴一种可爱、时尚