



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区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 黄旻 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”的当代价值观念。

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。

相关新闻

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,一段成都游客惊诧于“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 黄旻 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区府文庙广场举行。

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

马年生肖IP来了—— “六合刺桐卫”亮相古城



“六合刺桐卫”大型气模装置在府文庙广场集中展示

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,其头上的菠

萝帽既是马可·波罗名字的谐音,也借闽南语“旺来”寓意美好期许。

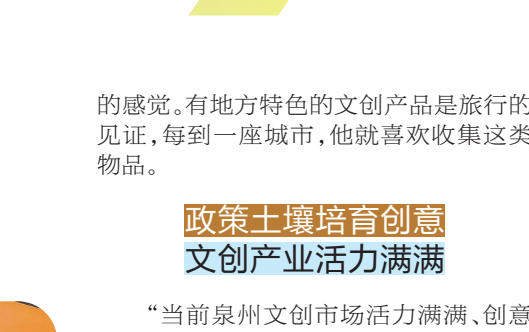
东·守守以施琅的故事为原型,通体蓝色,姿态稳健。头戴将军头盔,深蓝与银白交织的鬃毛如汹涌波涛,马尾系有宝岛造型玉佩,身佩“靖”字徽章,马鞍和全身装饰着凤凰花、闽南燕尾脊、刺桐花等花纹,底座则错落摆放着泉州滴水兽、台湾风狮爷等摆件。守守寓意“守土有责”,既呼应施琅毕生捍卫疆土的使命,也象征泉州人守护根脉、心系家国的深厚情怀。

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设计原型,通身赤红,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,将关羽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”的勇士之志。



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品。”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个非遗点及地标建筑、特色美食相关,或融入红砖古厝、花砖、滴水兽等建筑元素,或体现蟳埔“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化产品琳琅满目

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精彩系列活动,设有中医药体验馆、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,各类产品异彩纷呈。

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、闽南古大厝、石敢当……这些产品价格大多在20元—50元,制作所



中山南路文创摊位引人驻足

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