

泉州美食文创上新

姜母鸭、润饼菜等特色美食变身伴手礼,烟火味泉州记忆可带回家

10月31日,泉州被联合国教科文组织授予“世界美食之都”称号,成为中国第七座获此殊荣的城市。这是继2021年“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心”列入《世界遗产名录》后,泉州荣获的又一世界级城市名片。

泉州有着“山海交融、多元创新”的独特美食基因。随着文化创意产业的蓬勃发展,泉州“文创+”模式逐渐渗透到美食领域。泉州美食文创品的兴起,打破了传统美食的时空限制,让游客在品尝美味之后,能够将泉州的味觉记忆与文化底蕴带回家中,实现“舌尖上的泉州美食”向“指尖上的泉州美食”的延伸。

□融媒体记者 魏婧琳

味蕾记忆多元形态“潮品矩阵”

漫游古城,除了在西街尝润饼菜、到开元寺听钟声,把带着古城温度的伴手礼和文创品带回家,才是这场旅行完整的仪式感。

在西街游客中心,一款润饼菜毛绒玩具让人拥有一份可以带走的美食记忆。润饼菜是泉州人在清明时节必吃的美食,以薄春卷皮裹上十余种馅料,尝之一口鲜香。这款润饼菜毛绒玩具用不同颜色棉花填充模拟馅料,完美复刻润饼菜上桌时食材饱满、紧致的场景。

戴厨师帽的“鸭嘴”+圆锅盖“砂锅仔”+软萌“姜块”……泉州文旅集团出品的这款姜母鸭玩偶套装,将秋冬砂锅里的灵魂姜母鸭变成可长久拥有的掌中“美食”,还原了姜母鸭的经典造型,细节丰富逼真。

“这款毛绒玩具不仅有文创产品的可爱,更深藏着泉州人刻在味觉里的乡愁。”远赴长沙读书的叶浩带走了一套姜母鸭玩偶,他希望以此带上一份泉州美食记忆。

在这里,大家还可以买到汤圆、芋头饼毛绒玩偶,还有“萌萌哒”的粽子摆件,逼真的闽南小食拼盘美食冰箱贴,将醋肉、鱼卷等元素融入

设计,让消费者在日常使用中感受泉州美食文化的熏陶。另有图案为泉州美食的布艺零钱包,采用耐磨布料制作,生动有趣,兼具实用性与装饰性。

在关帝庙的七步莲文创馆,姜母鸭香囊挂件以泉州传统美食姜母鸭为灵感,巧妙融合饮食文化与宋元香文化,提炼姜母鸭中的“姜母”作为香囊造型,内填非遗香方,并结合遇阳光和紫外线可变色的小鸭挂件。“快看,姜母鸭烤熟了,一遇到阳光和紫外线,它就会变红!”七步莲设计团队介绍,这款文创品不久前在2025“福建礼物”文创产品和旅游商品征集活动中获得铜奖。

“美食是城市最动人的名片,文创则让这份美味跨越舌尖!”插画师蔡梦静是《食趣泉州》作者。她以手绘笔触将西街六大经典元素生动还原:Q弹的土笋冻、香甜的满煎糕、暖胃的面线糊、圆滚滚的元宵圆、薄韧的润饼皮,还有充满年代感的“古早味”食杂店,画面感十足。小清新的画风搭配现代线条与日式配色,温暖又“治愈”。长卷轴一展开,整条街的美食风情尽收眼底,将平凡日常画成了不平凡的风景,让古城瞬间变身时尚文艺打卡地,这款插画明信片轻松“圈粉”年轻群体。

美观、有趣、实用……泉州美食文创品以丰富的产品形态,构建起覆盖不同消费群体与使用场景的产品矩阵,每一款产品都精心提炼美食的核心元素,赋予其独特的文化内涵与实用功能,堪称多元形态下的美食文化具象化表达。



创新转化

美食基因与文创浪潮双向奔赴

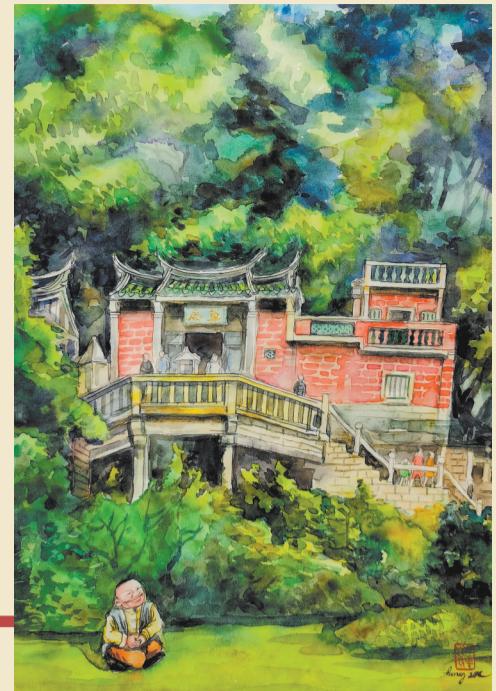
泉州美食文创品的蓬勃发展,是美食基因与文创浪潮的双向奔赴,深植于泉州深厚的美食文化底蕴。这座宋元时期的“东方第一大港”,在千年的商贸往来与文化交流中,沉淀出独树一帜的饮食文化。肉粽的软糯鲜香、姜母鸭的醇厚绵长、土笋冻的Q弹独特、元宵圆的清甜软糯……每一道美食都是地域文化

的鲜活载体,承载着泉州人的生活记忆与精神寄托。这些美食不仅是味觉的盛宴,每一种美食更蕴含着精神——对食材的敬畏、对工艺的坚守、对团圆的期盼、对故乡的眷念,成为泉州美食文化体系中极具辨识度的符号。

泉州荣获联合国教科文组织授予的“世界美食之都”称号,为美食文创品发展提供了强劲助推力。美食不仅征服了市民游客的味蕾,更是将美食文明推向世界。泉州曾组建厨师团队远

赴法国巴黎联合国教科文组织总部,在“中华文明·雅集”美食招待会上,以姜母鸭、土笋冻、牛肉羹等经典菜品征服国际友人。如今,米其林、黑珍珠、金梧桐等国际美食指南相继关注泉州,“世界美食之都”称号为泉州味道叩开全球市场大门、融入国际视野搭建了坚固桥梁。

在这一背景下,将抽象的美食文化转化为具象的文创产品,既是对泉州饮食文化的创新性传承,也是满足游客多元化消费需求、提升城市文旅品牌竞争力的必然选择。



华表山南麓,古朴的草庵是历史深处一声悠远的回响。摩尼光佛造像庄严静坐,凝聚数百年的光阴,与华夏文明共生互鉴。文明之光,穿透历史风尘,在石壁上熠熠生辉;游人络绎不绝,致敬这份典雅从容的宏大气度。这是摩尼教稀有的文明孤本,更是泉州作为“宋元中国”的世界海洋商贸中心包容万象的无声宣言。

(融媒体记者洪志雄/绘 蔡绍坤 张君琳 陈森森/文)



扫描泉州通
二维码,欣赏更多精彩作品。



跨界联动 品美食可带走美食文创

泉州美食文创品的成功研发,源于美食文化元素的深度挖掘与创新转化,得益于对文化内涵的深度挖掘、对消费需求的精准把握,形成了一套“文化赋能+市场导向+创新驱动”的研发体系。研发团队深入泉州各地,走访老字号美食店铺、非遗传承人及文化学者,系统梳理每一道美食的历史渊源、制作工艺与文化寓意。

在姜母鸭文创品的研发过程中,团队不仅还原其外观特征,还将“温中散寒、益气养血”的传统养生理念融入产品介绍,让消费者在购买产品的同时,了解美食的制作过程、养生价值,以及相关的在地文化。千丘文旅制作的“巾解鸭”就融合了独特的闽南元素。它头戴惠女花头巾,身背闽南姜母包,以“姜母鸭+惠安女头巾”为灵感,设计出新的文创IP,将地方特色、美食特色等元素巧妙融合,让更多人了解泉州。

在采访中,设计师们不约而同地提到:在研发前期,通过问卷调查、实地访谈等方式,对不同消费群体的需求进行全面调研。他们针对年轻游客,注重产品的颜值与趣味性,推出卡通造型的摆件、挂件等产品;针对家庭消费者,强调产品的实用性与安全性,开发毛绒玩具、家居用品等;针对高端消费市场,则打造兼具品质与文化内涵的礼盒系列,满足送礼需求。

记者走访发现,不少美食店推出了品尝美食、带走文创品的活动。在西街食泉姜母鸭门店,店长表示:“我们做的不只是美食,而是希望将美食化作可触摸、可陪伴的生活方式。让文化不止于欣赏,更能融进生活,唤起每个人心底的文化认同感。我们的合作文创团队也密切关注市场趋势,结合节庆消费、文旅热点等场景进行产品创新,推出限定款美食文创品,带动我们的美食消费。”

泉州美食文创品的研发正积极探索跨界融合模式,与本地老字号美食企业、非遗传承人、高校设计专业等开展合作,实现资源优势互补。具体而言,与老字号企业合作,能确保文创食品的风味正宗;邀请美食商家参与产品设计,有助于融入传统工艺元素;联合高校设计专业开展产学研合作,可以吸纳优秀设计理念,提升产品的创意水平。



城市营销 促文旅消费讲泉州故事

在文旅融合的大背景下,泉州美食文创品凭借其独特的文化魅力与市场潜力,拥有广阔的发展前景,其发展不仅能够推动文创产业与美食产业的协同发展,还能助力泉州美食文化的传播。

随着泉州文旅产业的蓬勃发展,游客数量逐年增长,为美食文创品带来了庞大的消费群体。其中,年轻游客占比不断提升,对文创产品的消费意愿强烈,为泉州美食文创品的市场拓展提供了有力支撑。同时,泉州人对具有地域特色的文创产品需求日益增长,形成了稳定的本土消费市场。

泉州美食文创品作为文化传播的重要载体,将以更灵活、更生动的方式向外界展示泉州的历史文化与城市魅力。它们既是对传统美食文化的创新性传承,也是文旅融合发展的生动实践。在海丝泉州数字文创周里,姜母鸭、碗糕与油条等特色美食,变为毛绒玩偶、冰箱贴等文创产品;第二届泉州国际设计大赛、第二届德化世界陶瓷设计大会,也推动了设计与美食协同发展……越来越多的互动活动助力泉州美食文创品发展,也推动了美食文旅和城市文化品牌更上一层楼。



闽南小食拼
盘美食冰箱贴