

奇特对联藏巧思,文创产品走红 “两行字”的潮酷新生

泉州的对联,不仅是人们美好愿望的寄托,而且是写在古厝门楣的历史注脚,是藏在巷弄的文化密码,是流淌在闽南人血脉里的精神符号。

金鱼巷闽南语对联的古音余韵,三朝巷合体字对联的吉祥巧思,以及对联文创产品的潮酷新生,都呈现了闽南文化的深厚历史底蕴。
融媒体记者 魏婧琳
文 受访者/图

宝藏对联充满想象力

古城街巷藏着独特的闽南语对联,它们保留了古汉语发音,并运用拟声、造字、拆字等创作手法,展现汉字的灵动之美,记录百姓生活场景。



金鱼巷对联运用了象声词和造字

金鱼巷就有一副用闽南语才能念出来的对联,运用了象声词和造字等手法。上联模拟古大厝开门发出的声音,寓意财源广进,下联的两个“雨”字代表蒙蒙细雨,三个“雨”代表雨下得大一些,寓意风调雨顺。其中一边门心贴上的“有有”两字的意思为“没有”和“有”,另一边门心贴上的字也是“有”字的变形,意思为“很软”和“很硬”,这四个字体现了主人家能接纳各种境遇、从容坦然的人生态度。

通政巷大夫第的大门上贴有红底黑字的对联,分别写着“来趣泉州”“削削木成舟”“宕泉水中游”等字句。每一句的前两个字为象声词,“削(kit)削(kok)”是斧头砍木头的声音,“宕(ping)泵(pong)”是船在水中游走的声音,通过对声音的模拟表现古代泉州造船、行船的热闹场景,这副对联有“财源广进”之意。这副对联不只是文字游戏,更是对古代泉州造船业、水运业繁荣昌盛的生动还原,对联中的象声字以听觉意象,让游客在品读间,感受“东方第一大港”的辉煌历史。



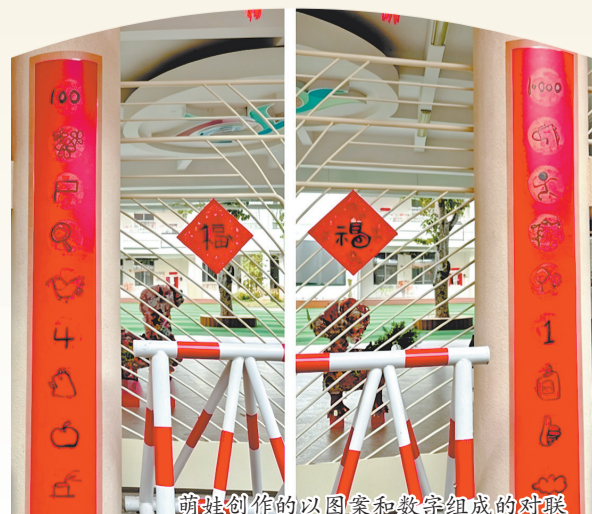
通政巷对联描述的是古代泉州造船、行船的热闹场景

三朝巷的合体字对联,则是吉祥文化的创意聚合,须得细细拆解,方知其中妙意。这副对联的上联藏着“七星高照、六六大顺、五谷丰登、四季平安、三阳开泰、两全其美、欢聚一堂”,下联则寓意“招财进宝、日进斗金、日日见财、八方来财、黄金万两、金玉满堂、恭喜发财”,横批则寓意“紫气东来、春满人间、春和景明、吉祥如意”。不少市民、游客纷纷来此打卡,“合”个好兆头,来自北京的谢女士在见识了这副对联后惊叹道:“太有创意了!这种创作手法,既体现了闽南人对美好生活的向往,也展现了汉字结构的灵动与包容,让传统吉祥文化以更具创意的形式呈现,很有特色。”



三朝巷的合体字对联

古老的智慧延续传承,泉州孩子们也将充满童趣的创意融入对联中。不久前,泉州市实验幼儿园的小朋友们创作的一副春联受到央广网、央视网、光明网等33家媒体的关注,并在社交平台上刷屏。这副对联由手绘图案和阿拉伯数字构成,据该幼儿园的蔡老师介绍:“上联的意思是‘万马奔腾期一年好运’,下联的意思则是‘百花齐放迎四季平安’。孩子们的理解跟我们成年人不一样,他们用‘气球’的‘气’的谐音‘期’来表达的‘期待’的意思,于是在对联上画了气球,表示期待一年好运。‘百花齐放’是则分别以阿拉伯数字100,花朵、旗帜、放大镜的图案来表示。孩子们用符号、图案代替文字,既直观又富有想象力。”



萌娃创作的以图案和数字组成的对联

家风与感悟凝聚其中

在泉州的古厝宗祠和名人宅邸,有不少彰显家风家训的对联,或倡导“孝悌传家”,或推崇“耕读传家”;还有彰显爱国爱乡情怀的对联。这些对联,既是对家族历史的铭记,也是对后人的教导与指引,让家风文化通过文字的形式代代相传,成为泉州人修身齐家的精神源泉。

鲤城区后城街杨氏民居大门上,贴着一副对联“清白旧传家,厚诚新吉宅”。上联称颂先人杨震品德清廉,下联“厚诚”既是“后城”谐音,叮嘱子孙后代始终谨守忠厚诚信的品格。石狮市永宁古卫城一处古建筑中,有一副刻在石柱上的对联“者间不能欺豪发,凡事须得过头头”,对联的内容严肃而具有警醒意味,时时告诫子孙后代凡事问问本心、秉持初心,做到三思而后行,更要谨记礼义廉耻,明辨是非。在安溪湖头镇,名相李光地故里上东宗祠门前石柱上刻着“义方教子五枝桂,清白传家一树梅。”赞扬李氏先祖李云霄教子有方,五子登科且为官清正。

泉州古寺中的对联,更是把禅意与人文融合,成为一道道文化风景。

开元寺天王殿的对联:“此地古称佛国,满街都是圣人”,是朱熹对泉州的点赞;甘露戒坛的对联:“冷暖自知不必别求甘露,我人无相都来随喜戒坛”,则道出了人生智慧。

承天寺以其清幽环境著称,弘一法师晚年曾在此静修,山门处的对联:“有无量自在,入不二法门”,便是他留下的墨宝。此联笔意空灵,观之令人顿生宁静之心。游客在品读这些对联时,能在喧嚣尘世中获得内心的宁静。

马年对联冰箱贴



对联创意陶瓷杯

为刺桐联韵插上创意翅膀

传统对联而今迈向文创舞台,泉州文旅推出了对联相关文创产品,每一款都贴合真实文旅IP,让游客将这座城市的文字之美转化为可携带、可收藏的记忆。

“这些独特对联所在的地方已成为泉州的网红打卡地,游客在街巷深处与它们相遇,仿佛在赴一场文字与时光的约会,解锁古城的另一种浪漫。让他们把浪漫带回家,是我们设计对联文创产品的初衷。”泉州文旅集团设计师这样说道。

在古城中山路游客服务中心的润物文创旗舰店,融入金鱼巷网红象声字对联元素的冰箱贴受到游客青睐,成为游客热门的伴手礼。这款冰箱贴采用古厝门头造型,既保留了对联的文字精髓,又通过现代工艺提升质感。同时,还有一款马年“马上有钱”的对联文创品,也受到了年轻人的喜爱,它采用趣味字体设计,可以贴在冰箱、书桌上,用一抹灵动装点生活。

泉州文创品市场实现了线上线下全覆盖,这种体系化的文创品营销模式,带动了古城文化消费,也拓宽了地方传统文化的传播渠道。以对联文创品为例,线下的西街游客服务中心、世遗文创集市等场景集中展示这些文创产品,市民、游客可直观感受产品魅力;线上则通过电商渠道,将对联文创品推向全国乃至世界,让刺桐联韵跨越山海,走向更广阔的天地。

另外,新技术的加入,也使得传统文

化的传播方式更贴合现代人生活。泉州一家文创公司正联合科技公司,研发更有创意的对联文创品,用户通过手机扫描对联文创产品二维码,即可在屏幕上看到动态呈现的对联解读、古城历史故事,甚至能与虚拟书法家互动,体验“手写对联”的乐趣。这种互动模式,让静态的文字文创变成动态的文化体验,拉近了传统文化与年轻人的距离。

“两行字”成为文创新招牌

他山之石,可以攻玉。泉州对联文化存在已久,但对联文创却刚刚起步,国内一些成熟的做法具有参考价值。

故宫将对联文创IP化,其推出的“宫猫贺岁”套装融合故宫建筑、御笔书法与萌趣宫猫形象,将对联与福字、红包、冰箱贴等组合成完整的文创体系,贴合年轻人审美,实现传统文化与潮流文化的深度融合。此外,敦煌博物馆等文

博纷纷跨界联名,将对联融入角色设定、世界观叙事,让古老文字在年轻圈层中焕发新活力。

“作为泉州本土文化的代表之一,对联能让市民在日常生活中感受到家乡文化的魅力,增强对泉州的归属感与认同感。同时,对联文创的创新体系,也有助于吸引游客前来泉州旅游,提升城市的知名度与美誉度。这项伴手礼正成为

泉州的新名片。”泉州旅游协会秘书长黄晓丹认为,“面对文化消费升级的新趋势,泉州对联文创需持续创新升级,进一步挖掘文化内涵、拓展产品形态,打造更具竞争力的文化产品。比如,深度挖掘文化内涵,推出更多主题对联文创,拓展产品形态,丰富消费场景,加强科技赋能,打造智慧文创,让‘两行字’成为泉州文创的新招牌。”

文创品商店贴有泉州特色对联