

生活周刊

宗元中国 海丝泉州

19版 鲤侨商号/
源和堂甘甜润一座城
周玉苑茶庄氤氲百年

20版 温陵志/
奇人林嗣环:
刚直为官 学识流芳

21版 品味/泉州天台画出空中文化风景线 22版 特别报道/一个山区县的“规则”出海记 23版 食疗/寻味五谷杂粮 24版 茶道/把文化和活力“种”进乡土里

推动文旅高质量发展,我市密集开展适旅化改造提升——

老泉州 新风貌



泉州文旅不断提升服务细节,让游客玩得舒服。图为游客在西街快乐游玩。



▲今年“五一”假期,泉州推出“跟着品牌去旅行·泉州真可‘椅’”文旅消费季,推出山海、城三大主题真可“椅”打卡点位,同时免费赠送超1万把专属便携折叠椅,打造“一椅一景、一路舒心”的松弛感度假新场景。上图为金鱼巷口打卡点位效果图。左图为便携折叠椅效果图。(市文旅局 供图)



共享电动车装上了手机支架,方便游客导航。

本报讯(融媒体记者李菁 庄丽祥文/图)最近,泉州的人力三轮车换上了新装,原本印满广告的篷布“下线”,换成了带有泉州元素的橙黄色车篷。这不仅是外观的焕新,更是泉州细微处下功夫的体现。小到一辆车、一个置物架,大到全域旅游场景更新、治理体系的升级,泉州的适旅化服务更贴心、文旅体验更丰富、城市治理更精细,老泉州有了“新样子”。

在古城,120多辆人力三轮车集体“换装”,橙黄色的新车篷上点缀着东西塔、钟

楼、中山路等标志性元素,两侧印着“泉州欢迎您”“世遗古城 鲤遇泉州”的标语,座椅靠背还附上了古城手绘地图。不仅“颜值”更新,管理也有了新变化,人力三轮车开始实行“一车一档一码”管理,游客扫码即可查看服务信息与评价。出行体验的升级,是泉州最直观的“新样子”。古城核心区投放的超1000辆共享电动车,装上了手机支架,共享单车也配上杯套,解决游客骑行时手机、饮品放置的不便;“小白”继中山路专线后,又开通另外2条专

线;古城里还增设了智能行李寄存柜,让游客轻装上阵游古城;首批共享轮椅也投入使用。

如果说服务细节的提升让游客游得更舒服,那么层出不穷的新场景则让人玩得更尽兴。鲤城的“偶遇世界”戏剧盲盒惊喜不断,让古城游有了新“戏”码。丰泽“上新”了蟠埔女习俗非遗馆和丰泽记忆馆,让市民和游客近距离读懂簪花围习俗与城市的变迁。此外,今年“五一”假期,泉州推出“跟着品牌去旅行·泉州真可‘椅’”文旅消费

季,超400场活动覆盖13个方阵,免费赠送超过1万把专属便携折叠椅,打造“一椅一景、一路舒心”的松弛感度假新场景,各县(市、区)纷纷亮出新玩法,让市民和游客沉浸式体验泉州魅力。

在提升游客体验的同时,泉州的治理体系也在不断“进化”。泉州建立了“一小时反应、一体处置、一天办结”的投诉处置机制,新设古城消费维权服务站、古城文旅知识产权运用保护工作站,为消费者筑起坚实保障。在鲤城区中山路和西街商圈,

近千商家户挂上了“信用二维码”,消费者扫一扫,就能看到营业执照、信用评级、后厨实时监控、投诉渠道等12类关键信息。与此同时,“暖新鲤”公益品牌将奉茶点系统化拓展至72个,覆盖主要街区。一系列精细化治理举措,让市民和游客真切感受到泉州既有新意、更有心意,也让这座世遗古城以更温暖、更有序、更有趣、更智慧的风貌迎接八方来客。

(相关报道见第十八版)

□本期执行:融媒体记者 吴孝云

航标

(中国晚报优秀专栏)

“不仅卖东西,还要时尚的话语权”

今天能够在泉州九日山参加“东方潮起处 风从海丝来”这样一个全球时尚潮流对话大会,实在是大奢侈了。在九日山半山腰上,面向大海、面向世界、面向未来,同时又背靠民族文化的深厚积淀,有着这样一份厚实的依靠,让人觉得所有的创造都有了源头活水,每一个当下的瞬间,都闪烁着古老智慧的光芒。很荣幸能和大家分享近些年来我从事“中国文化出海”的一些心得。

首先,我非常赞同“时尚不是在卖一件产品,而是在分享一个梦想”这句话。这是一个关于未来的梦想,关于自己的梦想,关于心灵和情感的梦想。那些年我做中国文化的国际交流,觉得时尚的产业,或者说我们的生活方式,绝不仅仅是美不美的问题,还关乎更深层的情感的、哲学的和文化的认同。说起泉州,我对这座城市一点也不陌生。20年前,我就带领团队在这里拍摄了中国第一部走向世界的关于郑和的纪录片。过去这一年,我也在这里制作“新生万物”(时尚展)的节目。泉州这座城市就是文化融合与交流的典范,这里激发的艺术创造力就是最鲜明的历史证明。你在泉

州可以看到各种信仰的寺庙,可以看到各种风格的建筑,包括历史当中各类时尚的穿搭,比如说这几年非常火的“簪花围”。在欧洲一些国家的语言当中,绸缎叫Zayton,就是指泉州别称刺桐,因为这里生产了畅销全球的会发光的这种绸面。所以你看,这个城市的名字其实早就传遍了世界。

在14世纪到18世纪,因为海上丝绸之路的繁荣,欧洲刮起了中国风,就是全欧洲的王室贵族、知识分子、艺术家都以拥有和崇尚中国风尚为骄傲。无论是瓷器、茶叶、丝绸、漆器,还是典雅的中式园林生活,都获得一种强烈的追捧和热爱。历史总是这样,带点曲折,时隔近200年跌宕起伏的历史,我们似乎对于昔日中国时尚的辉煌有一点陌生了。我年轻的时候读过法国历史学家丹娜写的一本书,叫《艺术哲学》,她在里边回顾了欧洲各个艺术之都的兴起,总结出一个规律,那就是当一个国家和地区经济高速发展和繁荣30到40年以后,就有机会迎来一次文艺复兴。这样的复兴绝不是偶然的,因为一代人生活的富足使他们产生了更强烈的

精神和文化的追求,于是我们有了消费的市场。30年的发展有了资本的积累,所以有了赞助者、有了资本,可以来扶持这个时代伟大的艺术家。同时,更重要的是一代年轻创造者的崛起,他们可以潜心于艺术和文化的研究。就像达·芬奇十几岁进入到一个油画和雕塑的工作室去做学徒,那个时候的意大利有成千上万个“达·芬奇”在做这样的学习,也正是由此才能够诞生欧洲文艺复兴的“三杰”达·芬奇、米开朗基罗、拉斐尔。中国也处于这样的一个时代。过去的古人可能没有今天的我们这么幸运。当今,我们中国有着异常强大和成熟的产业链,拥有庞大的、系统的、非常高品质的制造能力,以及全速发展的时代科技、人工智能。中国在这方面也有独到之处,是可以引以为骄傲的。

我们何其有幸,站在一个时代的风口,站在东、西方交会的风口。今天绝不只是七匹狼走向世界,也不只是泉州在走向世界,是整个中华文化的复兴和以时尚生活方式为载体的产业的复兴、中国品牌的复兴。

我最近也在复读很多过去喜欢的一些美

学著作。20世纪,林语堂先生向欧美人介绍中国的生活方式,写了两本书,一本叫《吾国与吾民》,一本叫《生活的艺术》。他曾用一句话表现了中国人的审美——中国人的审美是一种“不失温情的,带有诗意的人生”。所以我想说,其实时尚就是这样的一个行业,它把艺术生活化,它也让我们我们的生活艺术化。穿上一件美丽的衣服绝不仅仅是好看,绝不仅仅是舒服,而是代表着我们的一种文化身份,和对世界的一种遐想、一种诗意的解读方式。所以在过去三年,我带领团队在欧洲的时尚和品牌之都,来展出“新生万物——中国非遗和当代设计展”。这不仅是要表现我们的文明有多么的悠久,不是炫耀我们的祖宗有多么的牛,而是说当代的中国设计师正把我们悠久的历史,结合全球的时尚理念,变成每一个人触手可及的艺术的生活。希望有更多的有识之士,可以通过泉州时尚周这样一个平台去介绍我们的文化、我们的企业、我们的品牌,可以借由这样一个文化出海的平台,更好地去掌握世界时尚的话语权。因为,我们不仅在卖东西,我们还要时尚的话语权。



杨娟,资深媒体人、阳光媒体集团董事长,近日来泉州参加2026泉州时尚周活动。