泉州风景名胜、独特民俗成为包袋设计元素，唤起游客与城市的情感共鸣

“袋”上刺桐韵

一只包袋，可以跳出日常收纳、通勤的功能范畴，化身城市文化载体，承载城市记忆、传递生活态度，成为年轻人与一座城市对话的全新媒介。

此前，在北京地坛公园书市上，文创包成为年轻人打卡的热门单品，银杏造型的“北京一页”包流淌秋意，印着“精神粮食”的大饼包趣味十足……文创包刷屏网络，网友留言直呼：“这样的潮流文创，我也想要”。在泉州，同样有一大批特色文创包悄然走红。一只只充满泉州风情的包袋，装下古城地标、非遗风物，也装下闽南人的烟火期许。来泉州，“包”满意，“袋”旅途记忆，成为这座城市的文旅新创意。

□融媒体记者 魏婧琳/文 受访者/供图

行走的城市名片 独特的身份认同

旅行的意义之一，就是把一座城市的印记，随身携带。如今，印有城市标识的文创包，亦成为一张流动的城市名片。大大小小的文创包袋上，醒目的“泉州”字样，是旅途留给游客最直观的纪念。从轻巧便携的手机小包，到大容量的通勤帆布大包，简约文字、古城地标、手绘地图被印在布料之上，游客背着这样的文创包行走在街头，无形中就完成一次对泉州的自发宣传。

其中，一款编织袋样式的文创包在年轻群体中格外火爆。设计创意不局限于传统审美范畴，以复古编织袋外形为载体，老君岩化为憨态可掬的卡通形象，烟火升腾的姜母鸭图案也出现在布袋上，诙谐有趣。

祖籍泉州、出生在香港的萧兰，每次来泉，总会挑选一两只有本地特色元素的文创包带回香港。“这些文创背包大多价格亲民，日常通勤、逛街都能用，包上满满的泉州元素，背出去，其他人一眼就能看出我的根在哪里。”萧兰坦言，对于根在泉州的人而言，一只文创包，是一份看得见、摸得着的故乡身份认同。闲暇出门，背上泉州文创包，既是有个性的个人穿搭，也在不知不觉间，向身边亲友讲述泉州故事，让故乡形象跨越山海，传播到更远的地方。

来自上海的游客陈晓雯，一口气入手两个“泉州一日游”手绘帆布包。开元寺、洛阳桥、清净寺、天后宫等各大世遗点以卡通插画排布在帆布包上，就像一张浓缩的手绘导游地图。“回去以后，不用刻意开口介绍，只要背着这只包走在街上，别人立刻就知道我来过泉州。另外一个文创包是要带回去送给朋友的。”在她看来，比起摆件、冰箱贴，包袋高频使用的属性，能让城市记忆更长久地陪伴生活。

泉州文旅业内人士郑珊红对此深有感触：“文创包走红现象的背后，是当代人表达自我的需求。过去旅游纪念品大多摆在家里，而文创包可以日常背出门，就变成行走的文化传播载体。”当然，文创不等于简单印花，只有真正读懂城市气质，把在地精神内核融入设计，创意符号才不会流于表面，城市名片才能拥有长久生命力。

本土IP上布袋 风物触手可及

蟳埔簪花围、古厝檐角滴水兽……这些镌刻着泉州历史记忆的文化符号，跳出渔村、建筑，化作帆布、毛绒面料上的鲜活图案，变成可以背在肩头的文化符号，让普通人与非遗实现零距离接触。

“簪花围，是属于泉州独有的浪漫。”蟳埔簪花店主理人阿燕，深耕簪花围民俗多年，亲眼见证簪花文化走向全国。顺应文旅热潮，她和团队开发出系列簪花主题帆布包。手绘版本的帆布包，把满头繁花的蟳埔女形象勾勒得灵动鲜活。门店还专门设置手绘DIY，游客体验完簪花围后，可以在空白的帆布包上，绘制属于自己的簪花图案，把蟳埔的浪漫“袋”走。“很多女孩子来蟳埔簪花，总是遗憾花朵没办法长久留存。而一只亲手绘制的簪花帆布包，可以把这份美好一直留住。”阿燕介绍，簪花帆布包上线之后，深受各地游客喜爱。不少游客结束泉州旅程，背上簪花包回到家乡后仍与她保持联系，时时回忆蟳埔的海风与繁花，簪花文化也随着一只只包袋走向全国各地。

古厝屋檐之上的滴水兽，是闽南建筑独有的萌趣瑞兽。从前，它静静蹲守在泉州古厝檐角，承担排水功能，守护一方民居平安，藏着闽南人避灾纳福的美好祈愿 。如今，设计师把这只檐角瑞兽请下屋檐，衍生出毛茸茸的滴水兽公仔包、印花帆布包。圆润可爱的造型消除了传统建筑构件的距离感，原本只存在于建筑上的文化符号，化身为年轻人爱不释手的随身好物。

来泉州的游客林玥，在西街文创店购入一只滴水兽毛绒挎包。“逛古城的时候，导游跟我们讲滴水兽的故事，我一下子就被这个萌萌的神兽圈粉。”林玥说，以往了解古建筑文化，只能隔着距离远远观赏，现在有了滴水兽造型的文创包，可以被每天随身携带，古老建筑文化就这样融入日常生活。

在文创设计师Kelly看来，带有本地IP的文创包的核心设计，不是简单地把图案印刷在布料上。“把蟳埔女、滴水兽印在包上只是第一步，我们要读懂符号背后的民俗、建筑、人文故事。消费者买到的不只是一个包，更是符号背后厚重的文化底蕴。文创产品，只有真正抵达人的内心，才能被长久喜爱。”他认为，文创产品讲究“文化为骨，市场为皮”，非遗IP文创，守正是根基，创新是路径，既要敬畏传统文化，挖掘符号背后的故事；又要用年轻化的表达，让古老文化适配当代生活场景。

盛满闽南祝福 “包”含美好期许

千百年来，闽南人把对平安、富足、美好的期盼，融入生活的方方面面。当这份朴素真挚的心愿，落在文创包袋之上，便诞生了独具闽南风情的心愿包。心愿包承载的是普通人内心最柔软的情感诉求，把闽南人的生活期许，一针一线缝制进布袋。

“探大钱”“平安无代志”，地道的闽南俚语，被直接印在零钱包之上。“探大钱”寓意求财顺遂、事业兴旺；“平安无代志”，则是闽南人最朴素的祝愿，愿一生平安顺遂，无灾无忧。简简单单两句方言，让本地人会心一笑，外地游客同样能从中读懂闽南人开朗、温柔的精神世界。

开元寺内的放心石，承载着“心中无牵挂，万事皆释然”的豁达，千百年来，无数游客驻足于此，卸下心中烦忧；泉南堂爱之墙上，一个简简单单的“爱”字，承载亲情、友情、爱情，汇聚人世间万般温情。设计师将放心石的精神内核、爱之墙的文字符号，转化为帆布包设计语言，让包袋成为安放情绪、寄托心愿的载体。

文创设计师Kelly感慨：“做文创久了，越发明白，真正能打动消费者的，永远是情感共鸣。无论是求顺遂、盼平安，还是放下牵绊，这些都是属于当代人共同的精神需求。文创包的表达能抵达内心，才是文创产品能够长久走红的底层密码。”

从北京地坛书市出圈的趣味文创包，到泉州百花齐放的包袋文创，当下文旅消费正在发生深刻转变。过去游客选购旅游纪念品，往往优先看重纪念属性；而今天的消费者，更加看重产品实用性、文化故事感、情感共鸣，希望文旅纪念品可以真正融入自己的日常生活。帆布包成本亲民、使用场景多元，通勤、逛街、出游都可以随身携带，适配当代年轻人的消费偏好。

与此同时，泉州文创包走红，也为世遗之城活化提供全新思路。世界文化遗产不应该仅仅是供人远观的古迹建筑，更应该化作可触摸、可使用、可带走的日常生活。把老君岩、蟳埔簪花围、滴水兽、闽南俚语这些泉州元素，注入帆布包等日常物件，就是把厚重的历史，拆解为普通人可以轻松接纳的形态，让千年文脉浸润人间烟火。

业内人士认为，文创包虽走红，但仍有不少课题待解。如何避免设计同质化，深度挖掘文化内核？如何平衡商业效益与文化表达，拒绝简单的图案复刻？如何持续迭代创新，让文创不止昙花一现，而是长久打动人心？这些问题都是本土文创从业者持续探索的方向。



文创包袋让人一眼看出你去过泉州

文创包袋成为游客与城市的情感连接点

文创包融入泉州特色元素

带有“泉州”字样的手机袋

“滴水兽”公仔包

背上“蟳埔女”手绘包，海丝元素随身带。

创意零钱包上的“平安无代志”寄托了闽南人最朴素的祝愿

“闽南语”零钱包

“放心石”文创包

记者手记

一只帆布包 方寸见内心

在北京等地，文创包依靠诙谐的梗文化迅速出圈；在泉州，形形色色的文创包，则用更温柔的方式，讲述世遗之城的万千故事。这些贴近生活的小物件，拥有直抵人心的力量。

文创不是简单地把文化符号印在商品表面，真正动人的文创，是实现人和文化之间的情感连接。游客买下一个包，带走的不只是一件消费品，更是一段泉州旅途记忆，一份闽南文化共情。

当越来越多人愿意把“泉州”背在肩上，古城的故事，便能跟着人流走向天南地北。小小包袋，装载烟火，承载祝福，正是泉州魅力直抵人心的文化载体。

（魏婧琳）