

■新视窗·培育服务消费新增长点

福建泉州蟳埔村以簪花文化推动文商旅融合发展

## 千年渔村簪花开

本报记者 钟自炜 王珂

7月30日召开的中共中央政治局会议指出,“深入实施提振消费专项行动,在扩大商品消费的同时,培育服务消费新的增长点。”当前,服务消费已成为促进消费、扩大内需的重要着力点。从智慧养老、在线医疗的便捷普及,到文旅融合、体育健身的热潮涌动,再到情绪消费、个性化服务的兴起,服务消费领域不断涌现的新场景、新业态、新模式,深刻改变着人们的生活方式,孕育着高质量发展的新机遇。如何推动服务消费领域改革创新,激发各类经营主体更大活力?如何扩大多元服务供给?近日,记者深入一线进行了调研采访,展现服务消费领域亮点特色,助力服务消费持续迸发新活力。

清晨,福建泉州丰泽区蟳埔村还浸在薄薄的海雾中,黄丽泳的簪花店就亮起了暖灯。

灯光下,她指尖翻飞,将粉色雏菊、橙红月季编织成环,往游客发髻上一扣,镜中的姑娘瞬间“头戴小花园”,笑声在古巷里散开。

这个暑假,这样的场景在蟳埔村每天都在上演。漫步村里,一座座用海蛎壳堆叠砌筑的闽南特色建筑“蚵壳厝”坚固耸立。屋檐下,游客头戴簪花围驻足留影,目之所及宛如移动的花海。

游客慕名体验的,正是蟳埔村的传统民俗“簪花围”。曾经靠海吃海的小渔村,如今靠着千年簪花习俗,走出一条文商旅融合的新路子。

## 戴的不仅是花,更是传承千年的文化

蟳埔村位于泉州湾晋江下游入海口北岸,因扼守泉州出海口的“海门”,是古代海上丝绸之路重要起点之一,已有千年历史。海风吹来了异域的商船,也孕育了独特的民俗。

“家住鹧鸪大海江,阿嬷小小贩鱼腥。罗巾竹笠新妆好,不插闲花鬓长青。”清代乾隆年间,就有诗人如此形容蟳埔村的渔女。“四月围花围,一头簪两头重。”泉州高甲戏《桃花搭渡》的唱词,也记录着蟳埔簪花的悠久传统。

“我从小就看奶奶、妈妈簪花,放学回家总能看到巷子里的阿婆们,头上顶着鲜艳的花围,走在蚵壳厝之间,闪着不一般的光彩。”在蟳埔村土生土长的黄丽泳,说起有关簪花的记忆,满眼是光。

蟳埔人喜爱鲜花,村里遍种鲜花,女性不分老幼,都习惯“头上簪花围、身披大裙衫、下着阔脚裤、耳戴丁香坠”。簪好花后,头上的花冠直径足有尺许,似骄阳的红、晚晚霞的黄,一朵朵鲜花在头发上紧挨着,鲜艳又美丽。

“蟳埔人世代以

海为生,靠渔业和滩涂养殖过日子,簪花不只是好看,更是对美好生活的期许。”趁着给游客簪花的间隙,黄丽泳慢慢道出其中的深意。过去,村里的男人出海打鱼,女人就会戴上鲜花,祈祷家人平安归来,“花代表着生命力,哪怕遇到风浪,看到头上的花,心里就有了盼头”。

如今,蟳埔村里靠打鱼为生的人少了,但簪花里的这份期许,通过游客的体验,传递到了更远的地方。

黄丽泳的店铺墙上,挂满了不同年代的簪花照片,有20世纪80年代渔女们戴着花围出海劳作的老照片,也有近来游客和村民的合影。新旧影像交叠,诉说着簪花习俗的传承。

2008年,以“簪花围”为代表的蟳埔女习俗被列入第二批国家级非物质文化遗产名录,黄丽泳也多了非遗代表性传承人这个新身份。

“戴的不仅是花,更是传承千年的文化。”一位刚刚做好妆饰的年轻游客感叹。

2023年,一组以簪花为主题的照片在杂志刊出,“簪花围”在网络爆火。簪花如潮涌,古村焕新生。一朵小小的簪花,改变了蟳埔村的面貌,更带动全村经济发展。

数据显示,2024年,蟳埔村接待游客超850万人次,带动旅游收入突破18亿元。今年1至7月,蟳埔村接待游客总数超426万人次,带动旅游消费超8.6亿元。

“以前村里的年轻人都往外跑,现在很多人回来开店、做导游,家门口就能赚钱,还能照顾家人。”黄丽泳说,簪花让蟳埔村的文化活了起来,也让村民的日子越过越红火。

## 既要引来流量,也要接住流量

从一个只有本地人才知道的“宝藏渔村”,成了全国闻名的“簪花故乡”,靠的不是运气,而是保护与传承的创新举措。

为了接住2023年第一波“簪花热”的巨大流量,泉州市丰泽

区成立蟳埔民俗文化村保护提升指挥部。“当时村里的路上挤满了游客,家家户都在忙着接待客人。”指挥部改造运营组副组长黄丽媛记忆犹新。

2023年11月,蟳埔簪花围民俗文化协会正式成立,黄丽泳当选首届会长。“协会成立后的第一件事就是整理簪花的民俗史料,还组织村里的簪花师傅培训,统一服务标准。”黄丽泳说。

今年,《蟳埔女习俗“簪花围”服务规范》《非物质文化遗产蟳埔女习俗簪花围技艺》等标准正式发布,从花材的新鲜度、簪花的工艺流程,到收费标准、服务用语,都做了详细规定。“我们的服务有了明确的方向,游客心里也更踏实。”黄丽泳说。

既要引来流量,也要接住流量。引来流量靠文化底蕴,接住流量靠服务水平。

“以前村里主要从事滩涂养殖和海产品经营,现在纷纷开起簪花围店、小吃店,做起了文旅生意。”黄丽媛说,如今蟳埔村有近300家旅拍店铺,游客日均2万人次。

在传承中创新,成了蟳埔簪花持续走红的关键。蟳埔本地人黄晨,有着40多年经营服装的经验。“簪花热”兴起后,他发现不少游客在簪花后,总觉得少了点什么,“只戴花不穿传统服饰,拍照还缺了点氛围感”。敏锐的黄晨立刻嗅到了商机,开了一家专门租借蟳埔传统渔女服饰的店铺。“游客不仅簪花,还可以穿上渔女服饰,沉浸式体验蟳埔文化。”

“过去的渔女服,是为了方便在滩涂劳作设计的,面料以耐磨的棉麻为主,颜色多是深蓝、墨绿等素净的颜色,袖口和裤脚都比较宽大。”黄晨拿起一件珍藏的传统渔女服介绍,现在游客穿的服饰,是在传统样式的基础上改良的——面料换成了色彩更鲜艳的绸缎和棉麻混纺材质,既保留了传统质感,又更上镜;领口、袖口绣上海浪、花朵等图案,增添细节美感;特意做了收腰设计,让游客穿上更显身材。

“游客喜欢‘出片’,我们的改良就是为了让她们既能体验传统文化,又能拍出满意的照片。”黄晨说,他的店里有上百套不同款式、颜色的渔女服,还搭配了银腰带、斗笠、丁香坠等配饰,游客可以根据自己的喜好选择,旺季时每天能租出五六十套,不少游客还会带着服饰去海边、古巷拍照,成了村里一道流动的风景线。

同在蟳埔村的吴培超,则把目光放在了簪花的“花”上。“传统的簪花用的都是鲜切花,比如玫瑰、雏菊、茉莉等,虽然好看,但保鲜期短,夏天最多只能放一天,冬天也不过两三天,而且花的种类受季节限制。”于是,吴培超开了一家仿真花头饰店。

改良制作的仿真花,不仅保质期长,戴上后也不容易变形,游客体验完还能带回家当纪念。“市场缺什么,我们就做什么。现在店里的仿真花有1000多种款式,从小巧的单朵花到复杂的大花环都有,还有小金梳、红绳等配套饰品,游客可以自由搭配,每天都能卖出上百套。”吴培超说。

## 融合发展,让文旅流量转为发展增量

站在蟳埔村的观景台上远眺,1.5平方公里的村落里,蚵壳厝错落有致,海边栈道上满是拍照的身影。这个常住人口不过7000多人的渔村,能取得如此亮眼的文旅成绩,实属不易。

然而,一个问题也逐渐显现:如果仅靠簪花拍照,这股热度能持续多久?如何才能

## 打造更多富有特色的文旅产品

王珂

重要。暑假前,各地推出景区门票减免、旅游线路补贴等惠民措施,全国超500家景区实行门票半价或免费政策,多个城市发放文旅消费券。北京推出文旅消费活动,涵盖演出、展览、夜游等;四川开展门票免费送活动,吸引周边省份游客同比快速增长;浙江义乌打造“旅游+购物”场景,国际商贸城推出跨境商品直购活动。

“以政策促融合,以融合创供给”的模式,不仅拓展了文旅消费的边界,更形成了“一业兴、百业旺”的乘数效应。从文化产业投资的视角看,这些惠民举措带动文旅消费增长,进一步吸引企业加大对文旅相关产业



图①:游客在福建泉州丰泽区蟳埔村簪花拍照。

前两年,蟳埔村的文旅产业比较单一,游客来了就是簪花、拍照,最多吃碗海蛎煎,停留时间短,消费上不去。”泉州市文旅局相关负责人说。

今年初,泉州市和丰泽区联合推出了蟳埔村“十大提升工程”,涵盖业态创新、环境整治、文化挖掘等多个方面,目标就是打造“簪花、旅拍、问海、奇遇、听音、看戏、品鲜、乐购”八大体验,让游客“来了不想走,走了还想来”。

融合发展,成为让文旅流量转为发展增量的突破口。今年初,泉州推出簪花筵,20道菜串起“鲜从海上来,蛎味在丰泽”的主线。菜肴“渔获满舱”的造型,参考蟳埔特色的蚵壳厝元素;用水果做成的“花开四季簪”,则复刻了蟳埔簪花的动人造型……这桌融合了闽南风味与簪花文化的宴席,一推出就成了“网红”。“很多游客会特意留下来吃一顿簪花筵,慢慢感受蟳埔的文化。”一家簪花筵授权餐厅的经营者说。

除了“舌尖上的簪花”,“簪花+文创”成为新增长点。今年3月,泉州市文旅局组织蟳埔簪花围民俗文化协会与20多家文创企业联名合作,围绕簪花元素开发文创产品。如今,在蟳埔村的文创店里,摆满了各式各样的簪花周边产品,充满了蟳埔特色。

产业串点成线,让蟳埔村的文旅资源实现了“抱团发展”。今年5月,一条全长6公里的“滨海浪漫线”正式对外开放,这条线路串联起文兴宫、浔海乐游游艇码头、簪花里市集等多个景点,形成了一条集“吃住行游娱购”于一体的旅游线路。

夜经济的加入,让蟳埔村的活力更足了。据介绍,浔海乐游游艇码头夜市开放以来,每天傍晚都会吸引大量游客前来。夜市里,既有闽南特色小吃摊,也有文创产品店,还有乐队现场表演,周末时还会举办灯光秀和烟花秀。据统计,夜市开放后,蟳埔文旅项目游客量增长了40%,带动相关消费多创收约15万元。

如今的蟳埔村,正以一朵簪花为纽带,将传统文化与现代旅游、特色产业深度融合,绘就一幅文商旅协同发展的新图景。数据显示,2022年至2024年,蟳埔村居民人均收入增长2倍以上;簪花文化累计带动消费超50亿元。

傍晚,橘红色的夕阳铺洒在蟳埔村的蚵壳厝上,泛起温暖的光泽。远处,归港的渔船缓缓靠岸,与整个村落一同静静伫立,满心期待明日清晨那轮更绚烂的日出。

图②:福建泉州南安市金淘镇的一家闽南古厝共享茶室,游客体验簪花技艺。

谢贵明摄

的投资。

当前文旅消费的繁荣,既是传统文化与现代生活的共鸣,也是政策引导与市场创新的共振。在提振消费的大框架下,文旅产业需持续挖掘文化价值,深入探寻传统文化的内涵,将其与现代旅游需求紧密结合,打造更多富有特色的文旅产品;优化服务供给,提升旅游服务质量,从硬件设施到软件服务,全方位满足游客需求;拥抱数字变革,借助数字化手段创新文旅体验,让每一次出行都成为满足美好生活需要的契机,为经济高质量发展注入持久动能。

(作者为北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员)

## ■把脉

## ■市场漫步

“包挂热”的背后,是消费逻辑从“实用至上”到“情感共鸣”的转身。每一个小小的“包挂”,都像一个故事讲述者,诉说着使用者的喜好、回忆与向往,让消费不再是冰冷的交易,而是充满温度的情感联结

今年,“包挂”迅速走红。行走在城市的大街小巷,不少年轻人背着包包上,挂着各式各样的小玩偶、徽章或配饰。从哪吒等经典形象,到各类原创设计的萌趣玩偶,这些被统称为“包挂”的小物件,不仅成了年轻人的“时尚暗号”,也装下了年轻人的爱好与审美。在年轻人眼里,“包挂”不再是简单的装饰,而是一种“可携带的情绪”,背包晃荡间,传递着使用者的个性与心境。这份独特的魅力,让“包挂热”在年轻群体中悄然蔓延,也为解读当下新消费趋势打开了一扇窗。

“包挂热”的背后,是消费逻辑从“实用至上”到“情感共鸣”的转身。有调研报告认为,64%的消费者更加看重精神消费,而年轻人对“悦己”的追求,更是让情感价值成为消费选择的重要标尺。“包挂”的流行,正是这一趋势的生动注脚。它可以是影视动漫里的经典角色,让喜欢的故事随时在身边;可以是博物馆里的文物复刻,让千年文化在指尖流转;也可以是一句俏皮的故事方言,让乡愁有了安放之处。每一个小小的“包挂”,都像一个故事讲述者,诉说着使用者的喜好、回忆与向往,让消费不再是冰冷的交易,而是充满温度的情感联结。

当“包挂”被赋予了情绪价值,便自然而然地成为社交场上的“破冰钥匙”。在社交媒体上,“包挂搭配”“小众挂件安利”等话题热度高涨,网友们分享自己的收藏、搭配心得,交流购买渠道,形成了一个个活跃的兴趣社群。在线下,当两个陌生人发现彼此包上挂着同款或同系列的“包挂”时,原本疏离的氛围瞬间变得亲切。这种基于共同兴趣的社交互动,不仅丰富了年轻人的社交生活,也为新消费赋予了更多的社交价值。敏锐的品牌与商家抓住这一机遇,或是举办线下“包挂DIY”活动,或是推出限定联名款,在与消费者的互动中,拉近了距离,也让消费市场更具温情。

撑起“包挂热”的,还有供给端从“批量生产”到“柔性定制”的深刻变革。曾经,箱包配饰行业多依赖大规模量产,动辄万件的起订量,让小众需求难以被满足,也让市场少了几分新意。而如今,智能制造的发展、数字化车间的普及,像一阵春风,吹活了整个行业。“50件起订”“100件生产”不再是难题,柔性生产让小众化、个性化的产品得以快速投放至市场,为创意插上了翅膀。就比如,最近动画电影《浪浪山小妖怪》刚在影院掀起热潮,相关的“包挂”周边便迅速上线,让观众的喜爱得以即时转化为消费。供给端的灵活变革,让市场能及时响应年轻人的需求,让小众热爱都能被看见、被满足。

从萌趣玩偶到文创周边,再到如今的“包挂”,潮流玩具正一步步从小众圈子走向大众视野,成为新消费市场中一道亮眼的风景线。《中国潮流与动漫产业发展报告(2024)》显示,预计到2026年,中国潮流产业总产值将攀升至1101亿元,年均增速超过20%。潮玩市场交出的亮眼成绩单,印证新消费需求的蓬勃活力,也是供给侧加速向年轻人奔赴的一个缩影。未来,随着消费需求不断升级、供给能力持续提升,会有更多像“包挂”这样充满温度与创意的产品涌现,为消费市场注入源源不断的新活力。

## ■市场资讯

## 粤港澳大湾区发展工商大会将举办

本报电 9月15日至16日,中国贸促会将联合粤港澳大湾区政府在广州举办第三届粤港澳大湾区发展工商大会,主题为“赋能大湾区 共拓新机遇”,将设置开幕式、成果发布、全体会议、平行专题研讨、产业推介、企业对接等环节,与会嘉宾将围绕国际供应链协同创新与全球贸易风险应对、跨境金融合作、人工智能驱动产业、生物医药大健康产业等热点议题进行深入探讨。同时将发布《粤港澳大湾区供应链促进报告》,为中外企业精准把握大湾区发展机遇、深度参与产业链供应链合作提供参考。粤港澳大湾区发展工商大会已连续举办两届,累计吸引来自30多个国家和地区的政商界代表2000余人次参会,成为大湾区建设的一张亮丽名片。

(罗珊珊)

## 宁波园林修剪工具积极开拓新兴市场

本报电 在浙江宁波创跃园林工具有限公司的全自动智能生产线上,机械臂精准舞动,将锂电修枝剪的核心组件一一组装。这些凝聚着“中国智造”的园林工具,正以日均8000台的速度驶向欧洲各大商超,走进全球千家万户的庭院。

创跃园林专注园林工具研发制造10余年,已成长为年产能超200万台(套)的行业领军企业。公司三成以上业务来自北美市场,近两年更是积极开拓欧洲、东盟等新市场。宁波海关所属奉化海关负责人表示,海关部门深化“关长送政策上门”“企业问题清零”机制,精准对接新产品税号归类等问题,推广原产地证书自助打印、云签发等便利措施,护航辖区园林用品畅行全球。今年1—7月,企业出口值已突破1.5亿元,同比增长超40%。

(程程)

本版责编:罗珊珊 版式设计:汪哲平