

1495件。从9月5日至11月5日，短短两个月时间，由白沙黎族自治县旅文局主办，白沙文化馆、白沙民族博物馆和海南文化创意研究院协办的海南白沙黎族自治县文创设计大赛，征集到了来自省内外的1495件参赛作品。

“超过了我们的预期。”这个数字让海南文化创意研究院（以下简称海南文创研究院）院长房景峰也感到意外。如今，海南文创研究院正组织专家对作品进行评选。

近年来，海南加快打造全域旅游新格局。随着乡村基础设施建设愈加成熟完善，产业发展规模不断壮大，海南部分地区的乡村借助文创“东风”，让人们看到了乡创时代的文创“魔法”。

融媒·延伸

扫一扫看视频
《乡村因文创更美好》



文案：李萌
剪辑：吴文惠
拍摄：袁琛 李天平
张茂 王凯 陈元才

海南文创『东风』赋能乡村振兴

乡创时代的文创魔法

■本报记者 尤梦瑜 实习生 卢家宁



如今的邢宥公文化陈列馆一角。（受访者供图）

万泉丹露品牌包装设计。（受访者供图）

店家没有变、菜色没有变，仅仅是“门脸”发生变化，就让整条美食街7家食店营业额在半年时间里提高了约1400万元。这个故事，发生在海口秀英区石山镇。

坐拥火山口这一独特自然资源，海口石山镇的村民们多年来“靠山吃山”，做着旅游生意。石山镇生态美食街一共有7家小吃店，2021年1月，海南文创研究院接到美食街公共品牌整体设计的任务，打造一套整体视觉识别系统，推广石山旅游。

“通过前期的深入调研，我们发现每家店老板有着自己的性格，有着自己的经营理念，小小美食街，很有一种江湖的感觉。”海南文创研究院副院长张盼介绍。

最终，设计团队决定以古风和“美食江湖”的概念来进行整体设计。插画师根据人物个性设计食店老板形象，7个基于店主经营者真实形象设计出来的江湖人物形象写实传神，7位江湖“厨神”绘在一张海报上，充分展示出“一山一食街，一铺

A 文化IP“闯市场”

讲好故事，让美食展形象，让特产穿“新衣”

一厨神，一味一江湖，一人一故事”。

现在，美食街每家店门口都立起了自家招牌的江湖形象，整条街变成了网红打卡地。

“感谢政府来提升我们的美食街形象。他们很会设计，客流量也增加了很多。”石山美食街辣木鸡店老板陈妙鹏说。

“门脸”不只有店家招牌，筷子套、纸巾盒、包装袋，团队都进行了统一的视觉形象设计。

“通过设计团队的设计，我们把石山特色文化元素融入本地旅游、美食中，以文化带动旅游，不断推动石山镇产业发展壮大。”海口市秀英区石山镇宣传委员吴敏说。

从接到任务到项目落地仅4个月时间，没有“重”工程，只是轻“设计”，就创造出了经济效益。“以文化核心为主线进行品牌设计包装，让人产生共鸣，便记忆与传播。”房景峰分享了制胜法宝。

文化创意设计的根基是文化，核心是

创意。“在乡村振兴推动产业发展的进程中，借助文创设计打出差异化特色牌，就可避免出现‘千村一面’。”房景峰说。

3年前，吴桂从北京辞辞职回乡，在琼海市马鞍岭下成立琼海大地母亲山茶油合作社，种植了500亩油茶。而这片油茶最早是吴桂的父亲吴越于2006年种下的。海南油茶品质好，名气却不大，怎么办？

海南文创研究院便将吴家父子两代人种油茶的故事提炼出来，结合地理位置与人文故事，打造出全新品牌“万泉丹露”。如今，穿着“新衣”的油茶产品早已走出海南。

农产品、美食街，从产品、项目入手，由点带面，海南的乡村、设计公司、企业等纷纷将目光投到了乡村文创产业上，让文创设计产品成为乡村融入现代产业的重要方式。乡村产品不再只是通过拓宽销售渠道去打开市场，而是依托浓厚的本土文化，塑造品牌形象，用文化IP去“闯”市场。



C 赋能乡土“韵味长”

平衡商业化与原真性，让设计更有价值

党的二十大报告为全面推进乡村振兴提出新的目标与任务，也赋予乡村更多发展机遇。今年4月，多部门联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，提出到2025年，文化产业赋能乡村振兴的有效机制基本建立，优秀传统乡土文化得到有效激活，乡村文化业态丰富发展。

利好政策加持，大大小小的乡村正踊跃拥抱乡创时代，海南还可以怎么做？

张引认为，在艺术乡村建设中，要在政府的引领下整合多方资源，推动和盘活智库、高校以及文化界的力量，贡献更多来自本土专业机构及人士的意见。

白沙黎族自治县文创设计大赛目前征集到的1495件作品，大部分仍是来自省外设计团队，这也折射出海南本土设计专业人才、设计公司的短缺。“海南目前市场体量小，专业从事文化、艺术设计的公司并不多。”房景峰介绍，以深圳目前的市场体量来看，其文化创意公司已超过50万家。

“但也要看到海南市场的成长。”房景峰相信，通过国际设计岛的大力推进，海南设计行业也将迎来更多人才与机遇。

产品更美观，乡村更有味，但一味地追求设计会否让乡村在商业化之下失去本真？今时今日，全国各地高度雷同的古镇古村一定程度上也反映出问题。

乡村的主人是村民，无论是硬件建设还是软件优化，永远不能忘记农民这一核心主体。“对于设计人员来说，在商业化与原真性之间寻求最佳平衡，是设计‘下乡’的一大难点”。海南师范大学美术学院环境设计系主任王沫认为，在为乡村进行设计时，首先要了解村民所需，认真思考这份设计是否是村民真正迫切需要的，还是只是为了设计而设计。“文化创意和艺术真正赋能乡村要注重带动乡村产业链，激活内在动能，由内而外展示乡村文化，才会让设计更有价值和意义。”

“文化创意设计为乡村赋予生命力，带来了人气。在乡村的策划、设计、包装上，一是要抓住当地文化要素这一核心，二是政府要积极引导。”海南省生态旅游策划研究院院长张悟纲操刀过海口、儋州、保亭等地的多个乡村文化策划项目，他认为，避免“千篇一律”的关键在于聚焦本土文化，结合当代审美，紧扣相关政策，乡村地区进行文化创意设计与包装要基于本地区经济条件，不可一味求大求全。

（本报海口 11月23日讯）



本版插图 杨千懿（人物手绘由海南文化创意研究院提供）



海南文创研究院为石山镇生态美食街7家小吃店设计的江湖“厨神”形象。