

文化视野

在第六届消博会琳琅满目的展馆里,大牌与潮流从不缺席。但有一种东西,不靠声光夺人,却自带辨识度——它沾着海南泥土的鲜味,裹着海风的温润,光影里还晃着几片椰林的碎影。它在掌心里、在味觉里、在浪花里,是新派的“琼潮”文创。

这股潮流并非凭空而起,它植于海南独特的乡土文化,又在自贸港的语境下,被创意与科技重新激活。连日来,海南日报全媒体记者穿梭于展台之间,试图从一个具体的物件和面孔中,勾勒出这股“琼潮”的轮廓。



印有黎锦纹样的手拎包。

新派「琼潮」文创

海南日报全媒体记者 刘颖



「椰小宠」AI交互机器人。

潮玩出圈 从画布到掌心

在“画里屯昌”展区,一幅幅描绘屯昌风光、海南风情的油画作品吸引着观众驻足。但今年,这里真正的“主角”似乎另有其物。展台前,人们低头把玩、询价的,不再是动辄数千元的大幅画作,而是一枚枚掌心大小的冰箱贴。

屯昌县油画产业协会副会长郑惠手里拿着一个精致的冰箱贴,上面画的是木色湖,色彩明快,小巧的身姿更显精致。

“它的原作就是后面这幅大油画。”她指了指身后的展品,笑着说,“油画不单单只是适合挂在墙上,像这种小小的衍生品,可以随手贴在我们的冰箱上,更贴近我们生活的日常。”

这正是屯昌油画产业正在经历的微妙变化。这个素有“油画之乡”美誉、由放下锄头的农民画师群体支撑起的产业,年产值约700万元,已经形成了“乡村创作——县城交易——全域延伸”的链条。但在消博会这个国际化的舞台上,他们敏锐地捕捉到了市场的新脉搏。

“这次来消博会,不单单有比较大的作品,我们还有各种延伸出来的小文创。”郑惠介绍,除了冰箱贴,还有将屯昌水晶与油画结合的手作冰箱贴,这些都是一两个月前才研发出来的新品,在消博会上首次亮相。“这几天卖得比较火的,也都是这些小小的东西。”

从厚重的画框到轻巧的伴手礼,不是产品缩小了,而是思路打开了。为了让更多人接触油画,屯昌还推出了“68元当一日艺术家”的体验活动,由画师一对一指导,画完还能将作品带走。

郑惠透露,下一步开发重点就是这类小礼品、小摆台,甚至提供定制伴手礼服务。屯昌油画正试图从墙上的艺术品,变成可以“揣进兜里带走”的文化符号。这种“轻量化”转身,让乡土艺术在与消费市场的碰撞中,找到了更灵巧、更广阔的生存空间。

- 油画冰箱贴
- 屯昌水晶与油画结合的手作冰箱贴
- 屯昌大幅油画作品
- “椰小宠”AI交互机器人
- “阿黎椰”特色挂画
- 白兰植萃护肤、香氛、特色原料
- 印有黎锦和落日色彩图案的冲浪板

蔡佳倩 许丽 制图



黎锦扇子。本组图片除署名外均由海南省文化投资集团有限公司提供

IP破圈

用创意讲好海南故事

在本届消博会上,首次揭牌的“海南潮品”文化区域公用品牌,集结了多种海南文创好物。

“海南潮品”只能说它是一个品牌,不属于一件产物,因为它融合了海南全省标志性的好的IP。”海南省文化投资集团有限公司负责人王永龙在接受采访时强调。他以海南长臂猿为例,“它是世界濒危动物,比咱们中国大熊猫还珍稀。像我们现在打造的这种动物IP,将来会有越来越多产品加入进来。”

品牌是抽象的,但展品是具体的。在“海南潮品”展区,人气最高的“明星”之一,是一个名叫“椰小宠”的AI交互机器人。

它的外壳由真实的椰壳制成,每一只的颜色、纹理、尺寸都独一无二。更吸引人的是它的“灵魂”——你拍打它、抚摸它,它会用眼神和表情做出高兴、悲伤、哭泣等反馈;你跟它聊天,它能回答关于海南的问题。

“我们给它的定位是海南的一个小向导。”海南时代优选网络数字科技有限公司CEO李皓明说,用这样的一个小外壳加上可爱的形象,再加上可以说话的功能,把海南故事讲给大家。

同样在讲述新故事的,还有“阿黎椰”展位的特色挂画。沉香面、绿橙面、椰子面、益智面、牡蛎面……这些闻所未闻的口味,包装却设计得新潮抢眼。

阿黎椰(海南)健康食品有限公司总经理孙小兰介绍,他们的母公司本是河南的“面粉大王”,被招商到海南后,团队一头扎进黎苗文化中,将当地的水果、中药材融入面条,主打“药食同源”的健康理念。孙小兰说,这款产品消博会上首秀,便引来众多好奇的目光。

从“椰小宠”到“阿黎椰”,它们共同诠释着“海南潮品”的内涵。“我们不是在复制海南的传统非遗,而是以开放姿态,将地域特色IP、现代科技、本地文化深度融合。”孙小兰说,这些全新的、可规模化、可市场化的“琼派”产品,正通过消博会的舞台走向更远的世界。

产业拓圈

从风物里解锁海南新可能

“琼潮”文创的热潮背后,不止是精巧的产品设计,还藏着一批扎根海南的创业者们更深远的产业布局。

三亚白兰生物市场部总监海柏森是消博会的“老朋友”了,连续三届参展,他的产品线也在不断升级:从最初的树苗、鲜花,到精油护肤,再到今年主打的白兰植萃护肤、香氛和特色原料三大板块。

“白兰花在广西,花期只有280天左右,但来到海南,一年四季都可以开花。”海柏森道出了他们从广西拓展至海南的关键。他拿起一款舒缓精油让记者试用,清凉的薄荷前调后,是淡雅的白兰花香气。这款产品已是亚沙会的官方指定用品。

海柏森算了一笔账,白兰花一朵市场价能卖到3元,综合经济价值高于椰子,且更环保。“我们想帮助农民种植白兰树,作为一个高附加值的品种去推广。”目前他们在三亚有三个种植基地共200多亩,但原料依然供不应求,还需从广西采购。

“我们希望将一种花卉,做成一个从种植、研发到品牌销售的完整产业链,帮助优化海南的农业结构。”海柏森介绍。这是白兰花背后的雄心。

在沙刻(海南)海洋装备制造有限公司的展位,几块印有黎锦和落日色彩图案的冲浪板,也揭示了另一片“蓝海”。

该公司销售总监游敏敏本身是位冲浪爱好者,从一线玩家转型到幕后制造,游敏敏说:“我们的优势在于,定制反应更快,能更好地做出适合本地浪、适合本地人的板子。”

但冲浪板制造只是第一步。“我们现在把重心更多放到了造浪池的研发上。”游敏敏透露,与目前依赖进口的造浪池不一样,他们正与湖南大学、长沙理工大学教授团队合作,研发完全自主知识产权的人工造浪池技术,目标是大幅降低建造和运营成本。

“我们想把冲浪变成像滑雪一样,不是只能来海南体验的运动,让所有人都能作为休闲娱乐。”游敏敏说,借助自贸港政策,他们在原材料进口上已享受免税红利,作为这条小众赛道上的“海南制造”,他们正试图从产业链下游向上游突围。

画布上的乡土记忆、掌心里的科技潮玩、田野与海浪间的产业宏图……消博会上的这股“琼潮”,既是海南文化自信的表达,也是在自贸港机遇下,本土文创产业向更深处、更广处探寻的出发。

名家支招 让唐诗宋词“圈粉”年轻人

海南日报全媒体记者 蔡佳倩

近日,中国唐代文学学会第二十三届年会暨唐代文学国际学术研讨会在海口召开,来自70余家海内外高校、学术机构的130多位学者齐聚椰城,共探唐代文学研究的学术前沿与时代新义。会议间隙,海南日报全媒体记者就“如何让年轻人爱上唐诗宋词”这一话题,采访了中国社会科学院文学研究所研究员、中国社会科学院大学教授陈才智,北京大学历史学系教授朱玉麒,上海师范大学人文学院教授吴夏平三位学者。三位专家从不同角度分享了他们的见解。

唐诗是培养诗性智慧的最佳选择

陈才智教授精研唐诗三十载,以白居易研究著称,他说,在源远流长的中国诗歌史上,唐诗至今仍是无法企及的艺术高峰,也是难以再现的艺术奇迹。喜爱中国诗歌的年轻人,建议从唐诗入手。如果觉得阅读《全唐诗》和《唐五代诗全编》吃力,不妨先从《唐诗三百首》或《唐诗选》入手,再选择自己喜欢的诗人别集,渐次提高鉴赏能力。虽然白居易诗号称妇孺能解,但不一定适合每一位初学者。

唐诗鉴赏与研究方面的书籍浩如烟海,兼顾专业和普及,陈教授建议,首选钱锺书《谈艺录》等大家公认的经典之作。其次,前辈周汝昌、金性尧、栗斯、肖文苑、李元洛,当代江弱水、四川、六神磊磊等,注意唐诗的普及性讲解,不妨留意。他还建议加强吟诵涵咏。吟诵不仅是一种传统的唐诗学习手段,也是独特而行之有效的唐诗教学和传播方法,抑扬顿挫合度、疾徐轻重有致的吟诵本身,也是一种美的享受。

以场景化、故事化让唐诗“活”起来

朱玉麒从传播方式的角度提出了建议。他指出,文化的生命力在于传承,而年轻人正是传统文化接力的核心力量。倘若唐诗只停留在书本与课堂,无法与当代青年产生情感共鸣,终将沦为静止的“文化化石”。

千年之后,传播手段早已迭代升级。朱玉麒认为,影视、短视频、AI可视化、沉浸式体验等新技术,为唐诗的故事化、场景化传播提供了更强大的支撑。“我们不必局限于文字笔记,而能用视听语言还原诗中情境,让历史场景可体验、可打卡、可传播。”

朱玉麒特别提到海南与唐诗的历史联结。“早在宋代苏东坡居儋之前,唐代已在海南设立崖州、儋州、琼州等行政建制,开启了中原文化向南疆传播的历史进程。”他建议,将长安到海南的贬谪路线、风物变迁、诗人心境逐一复原,打造可体验、可打卡的文化地标,让唐诗从书本里的文字,变成大地上可抵达、可感受的真实场景。

用年轻人喜欢的方式精准传播

吴夏平关注的是数字时代的传播创新。他指出,在数字技术飞速发展的今天,短视频、文创产品、校园活动、影视改编等多元形式,为中华优秀传统文化传播开辟了新路径。

“在众多传播载体中,短视频凭借轻量化、可视化、强互动的优势,成为向年轻人传播唐诗宋词的优选方式。”吴夏平说,优质的诗词短视频,并非简单对诗词进行图像、视频生成,而是以对诗词内涵的深度理解为基底,将文字意境转化为视听语言,让抽象的诗意变得可感可触。

吴夏平也提醒,当前AI技术与大模型为传统文化传播带来新可能,但也暴露出不容忽视的传播偏差。“通用大模型在理解古诗文时,常因训练数据多为网络非专业、非可信资源,出现内容‘幻觉’与解读失真。”

他认为,让唐诗宋词真正走进年轻人,需要实现AI技术与专业素养深度融合。“精准传播的核心,不在于钻研提示词技巧,而在于搭建可信、专业的垂域数据体系。”以李白研究智能体打造为例,需系统梳理历代文集版本、当代研究论著、历代评论资料,对诗文进行精准校勘、分词与内涵标注,再将专业数据接入大模型,才能规避通用模型的缺陷,实现权威、精准的文化输出。

老爸茶巴士。中国国际消费品博览会组委会供图

老爸茶巴士变身移动博物馆

海南日报全媒体记者 刘晓惠

第六届中国国际消费品博览会举办期间,海口特色文旅IP老爸茶海口巴士全新升级为消博会移动博物馆,将本土市井烟火与国际展会风尚相融,成为消博会期间一道亮眼风景线。

老爸茶海口巴士车厢内外融入消博元素与海口文化符号,打造沉浸式打卡空间,随手可拍兼具国际范与本土味的视觉大片。4月16日上午,在骑楼老街始发站,不少市民游客早早等候在巴士旁,有的举着手机拍摄车身的消博主题涂装,有的咨询专线

行程和福利活动,车厢内茶香四溢,工作人员正热情地为乘客冲泡老爸茶,氛围感拉满。

为便捷观众逛展,项目特别开通消博会专属专线,4月16日至17日每日10时准点发车。专线以骑楼老街为起点,串联钟楼、世纪大桥、云洞图书馆、万绿园等海口地标,直达消博会现场,实现“一站式打卡地标、点对点直达展馆”的便捷体验。

“既能喝到地道老爸茶,又能直达消博逛展,还能打卡海口地标,这种方式太贴心

了。”来自广东的游客李女士说,她提前了解到巴士活动,特意安排行程乘坐,既感受到了海口的烟火气,也为逛展节省了不少时间。

车厢内还设置海南趣味教学、DIY手作等互动环节,同步首发消博官方限定文创,包括编织袋、徽章、玩偶、挎包等,兼具纪念意义与收藏价值,现场,不少乘客围在文创展示区挑选产品。

老爸茶海口巴士推荐官穆叶林表示:“消博会是展示海南自贸港形象的重要窗口,而

老爸茶是海口最具代表性的烟火符号。我们将巴士升级为消博移动博物馆,就是希望以老爸茶为纽带,让来自全球的客商和市民游客在便捷逛展、休闲观光的同时,深度感受椰城的本土文化与城市活力。”

此外,老爸茶海口巴士联合消博会推出联合纪念票,乘客乘车发布符合要求的社交平台内容即可现场领取,纪念票可兑换特色礼品、消费折扣、免预约进云洞图书馆等多项权益,进一步丰富逛展游玩体验,让消博记忆更具仪式感。

