

初心百年 青春海南

庆祝中国共产党成立105周年 纪念中共琼崖一大召开100周年

当AI赋能的东坡先生穿越千年，在福山咖啡的醇香里与当代青年隔空对话；当29组歌手及乐队在离岛公园的大草坪上掀起万人合唱的声浪；当海南首部本土原创动画《雷公岛之海南雷公马传奇》将澄迈桥头镇的火山奇观搬上全国荧幕——澄迈，这座曾经闻名的“世界长寿乡”，正在用一场场文化盛事重新定义城市名片。

近年来，澄迈县围绕“青年澄迈、文化澄迈、数智澄迈、幸福澄迈”战略定位，以“营造氛围、制造内容、创造机会”为破题思路，紧扣海南自贸港封关运作大局，全力打响“澄迈世界 迈向未来”城市品牌，以文化“软实力”构筑高质量发展的“硬支撑”。

A 文化IP集群破圈： 从东坡文脉到青年浪潮

去年11月8日晚，澄迈福山咖啡文化风情镇。晚风裹挟着咖啡的醇香，近千名文化学者、艺术爱好者及“坡粉”齐聚于此。舞台上，一个名为“坡叔”的AI形象与当代年轻人展开了一场跨越时空的对话——中国首部AI概念国风音乐剧《心安东坡》全球首演正式拉开帷幕。

这部音乐剧以苏轼贬谪海南的经历为蓝本，聚焦“此心安处是吾乡”的精神内核，再现了苏轼在海南兴办学堂、传播文化、与民同乐的感人过往。舞台设计上，倾斜的弧面象征东坡跌宕起伏的人生，光影流动宛如南海波涛；音乐创作将交响乐与儋州调声相融合，20首原创曲贯穿全剧；演员的素色长衫上绣着细微的黎族暗纹，宋代服饰与现代剪裁的结合令人耳目一新。

澄迈与东坡的渊源，被凝练为“1256”文化密码——1件书法之作、2位澄迈友人、5首诗歌佳作、6处活动踪迹。在此基础上，澄迈系统构建了“一堂一房一阁一赋一园”东坡文化载体矩阵，同步推进里桥修缮和通潮阁项目用地考古勘探。

去年11月9日，“千年东坡绘澄迈”城市推介会上，澄迈与眉山等东坡行旅城市代表展开对话，发布“东坡剧旅IP”联合推介计划，并举行大会主办城市交接仪式。第三届东坡文化国际论坛邀请来自中国、法国、俄罗斯、克罗地亚、日本、韩国、越南等国家和地区的200余位国内外学者参会。首届“东坡书法奖”全国书法作品展览在福山咖啡文化风情镇同期开幕。活动期间，澄迈多个景区实行门票全免，同步推出咖啡宠粉、美食优惠、住宿七折等福利，5万杯免费咖啡供游客品尝。

如果说东坡文化是澄迈的文化根脉，那么离岛音乐节则是这座城市拥抱年轻世代创新表达。

2025年11月14日至16日，澄迈离岛公园的大草坪上，29组歌手及乐队轮番登场，涵盖摇滚、民谣、电子及传统音乐等多种风格。由离岛与游牧美术馆联合打造的澄迈首个青年城市快闪街区同步亮相，汇聚23家全国文艺品牌，乐队周边、原创玩偶、手工配饰让现场乐迷爱不释手。

很难想象，三天时间，超6万人次乐迷“跳进”音乐节的热浪中。所有售出门票中，近半数购票者来自岛外。

从1月首届音乐节吸引4万名观众、7成来自岛外，到11月第二届6万人次参与、拉动周边酒店、餐饮、购物消费等综合经济效益超1亿元，澄迈用两届音乐节完成了从“传统工业城市、农业大县”到年轻人主动奔赴的“青春目的地”的华丽转身。

首届音乐节期间，同步举办的“青年澄迈全球发布会”推出“青创十六条”，提供最高50万元创业投资、最高60万元置业补贴、免租金创业空间及一次性创业补贴等支持青年人才创新创业的政策。

2026年3月，由澄迈县委宣传部、县旅文局、桥头镇政府联合打造的海南新春首部本土原创动画《雷公岛之海南雷公马传奇》获准发行，将雷公岛火山地质奇观、民间传说与桥头地瓜等风物融入剧情，让雷公岛从“小众地质奇观”升级为全国知名的动漫文旅地标，也标志着澄迈本土原创动画IP迈出走向全国的关键一步。

从东坡文化的千年回响，到音乐节的青春律动，再到雷公马动画的全国荧幕之旅，澄迈用“文化+旅游+影视”的融合模式，构建起多层次、多维度的文化IP矩阵，让这座城市既有历史的厚重，又有青春的活力。



第二届离岛音乐节现场。

从千年东坡到青春浪潮 从乡村舞台到国际视野 澄迈：文化破圈润万家 扬帆出海向未来

■ 海南日报全媒体记者 刘冀冀

B 基层文化惠民： “文化澄迈·十二乐章”奏强音

如果说城市舞台上的文化盛事是澄迈的“高光时刻”，那么田间地头的文化浸润才是这座城市的“底色”。

2025年2月，加乐镇“乐赏民俗”文化月启动，由此拉开“文化澄迈·十二乐章”的序幕。作为全县“1+12+365”活动体系的核心IP，活动以澄迈“一江两河三湖七水”的地理文脉为经纬，各镇因地制宜打造特色主题，做到“镇镇有主题，月月有活动，镇镇一焦点”。

今年4月，加乐镇“家家乐”文化节上，享有“中华第一战舞”美誉的潮汕英歌舞首次登陆澄迈，现场3万余人参与，线上互动超152万人次。

在桥头镇地瓜文化节直播的直播间里，“桥头地瓜盲盒”不到1小时就卖出了2000单。今年通过“薯呱呱计划”“友好骑士计划”等活动，让市民游客感受桥头镇的美食文化。从种地瓜到全产业链融合发展，桥头地瓜从2011年至2024年产值连续13年破亿元，2025年产值达到5.8亿元。

在澄迈，每个镇都形成了独特的文化IP。

在仁兴镇，黎苗“三月三”文化节以非遗展演、黎锦体验、民族舞蹈、苗族拦门祈福酒、苗绣黎锦制作、长桌宴等沉

浸式体验，让游客深刻感受黎苗文化的独特魅力；在文儒镇，首届风情文化节推出“五个一”消费新场景——一场招商推介、一次文化展演、一轮产品展销、一组民俗体验、一批项目签约；在大丰镇，“大丰有约 佳荔相伴”文化月如约而至，一场以荔枝文化为纽带、古商埠文明为基底的文化盛宴，在《大丰有约》的音乐声中踏歌而来；在福山镇，“福山·Life(来福)”系列活动以“奔跑 前进 幸福”为主题，通过成果发布、项目签约、主题晚会等多元形式，将文化传承、产业发展与民生福祉深度融合。

数据显示，“文化澄迈·十二乐章”已开展多场活动，覆盖群众超30万人次。与此同时，澄迈健全了“政府主导、社会参与、基层落地、群众共享”的文化惠民机制。全县已建成12个“城市会客厅”、28个乡村文化驿站，培育50支非遗传承队伍。在全县11个镇高标准打造东坡书房、盘活咖啡店、沉香体验馆、共享农庄等载体，推动阅读场景与市民生活深度融合。精心举办的春节联欢晚会、“红色文艺轻骑兵”、春风村雨等系列文化下乡惠民活动，让优质文化资源直达基层。



“文化澄迈·十二乐章”之仁兴镇“三月三”文化节。



“文化澄迈·十二乐章”之文儒文化月。本版图片均由受访者提供

“文化澄迈·十二乐章”

作为全县“1+12+365”活动体系的核心IP，以澄迈“一江两河三湖七水”的地理文脉为经纬，各镇因地制宜打造特色主题，做到“镇镇有主题，月月有活动，镇镇一焦点”，覆盖群众超30万人次。

文化惠民机制

“政府主导、社会参与、基层落地、群众共享”

全县已建成12个“城市会客厅”
28个乡村文化驿站
培育50支非遗传承队伍

在全县11个镇高标准打造东坡书房
盘活咖啡店、沉香体验馆、共享农庄等载体
推动阅读场景与市民生活深度融合

数说



文化出海新渡口： 从“文化叙事”迈向“价值叙事”

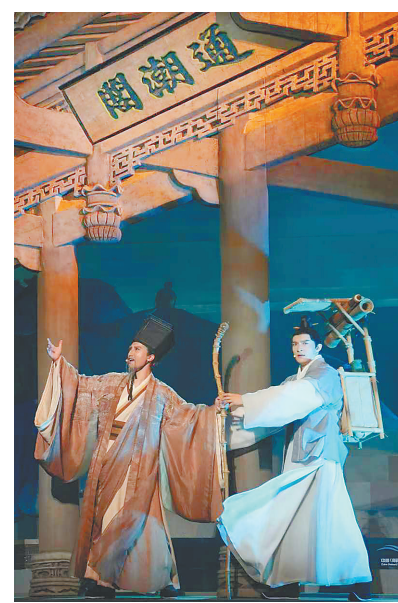
文化IP集群是澄迈文化实力的外在呈现，基层文化惠民是文化自觉的内在支撑，而“文化出海”则是澄迈从“文化叙事”迈向“价值叙事”的战略跃升。

澄迈，曾经是东南南迁北归的“渡口”。在海南自贸港全岛封关的背景下，澄迈明确“中国与世界互联互通的国际平台”这一定位，坚定“澄迈世界、迈向未来”的选择，走实“聚焦出海、投资澄迈”的发展路径。

在游戏出海领域，澄迈建设运营了海南游戏出海公共服务平台。

截至2026年6月21日，众创空间已入驻企业115家。PalyOL平台发布出海游戏204款，海外用户规模已达3352万（其中邮箱注册用户1089万），日活跃用户达63.8万。

澄迈还引入上海栈道、上海临数文化、名匠网络等一批重点企业，建设数字文化出海产业园、虚幻引擎创新中心等，预计可培养约2000名数字内容制作人才。引入起梦科技、创宸鼎等企业建设跨境电商直播基地，已落地开展直播企业超30家，与来自俄罗斯、希腊、西班牙等12个国家60余名外籍主播签约合作，直播场次超3000场。



第三届中国（海南）东坡文化旅游大会演出《心安东坡》音乐剧。

与此同时，澄迈高标准运营“Invest Chengmai”（投资澄迈）、“In Chengmai”（澄迈在线）两大官方账号，借助海外主流社交媒体平台，构建内外联动、立体多元的国际传播格局。截至2026年6月，两个账号粉丝数量合计近50万，总浏览量达1.7亿人次，凭借“In Chengmai”脸书账号在国际传播领域的突出表现，澄迈荣获国际传播网络伙伴HIMC最佳县市。2025年4月，“澄”接世界 迈向未来——东盟网红澄迈采风行”主题活动启动，来自马来西亚、印度尼西亚等东盟国家的18名知名网红齐聚澄迈。通过YouTube、TikTok、Instagram、Facebook等国际主流社交平台，实现了海外社交平台总浏览量突破2亿次的传播效果。首届离岛音乐节通过120天青年文化视角深耕，累计产出1000余条原创内容，实现全球曝光1.2亿次，其中东京涩谷大屏等国际平台助力品牌出海。

2026年，澄迈将深耕出海赛道，拓展游戏出海、制造业出海、跨境电商、新能源汽车出海、数字文化出海“五大出海场景”，擦亮“要出海、来澄迈”城市标签。

从千年东坡到青春澄迈，从乡村舞台到国际视野，这座海南自贸港的文化之城，正在书写自己的“价值叙事”——让世界看见澄迈，在澄迈看见未来。

（本报金江6月29日电）