



▲在2026年“六五”环境日海南省主场活动上,北港岛的手工贝壳文创、编织网包独具海岛风情。

本报记者 康登淋 摄

◀本届消博会上,以海南野生动物为创作元素的文创产品吸引观展嘉宾驻足了解。

本报记者 苏弼坤 摄

A 深挖资源 海口文创“出圈”

位于秀英区石山镇的荣堂村是一座拥有800多年历史的火山古村,在这里,废弃椰壳经过清洗、打磨、调音,蜕变为发音空灵悦耳的“乌鸟岛椰壳风铃”。今年5月,在北京举办的小美城市博览会上,这款风铃作为“人气王”,线上线下收获了大量订单。

类似的情形,在海口各文创工作室不断上演。

过去很长一段时间,海南文创被贴上贝壳摆件、椰子糖等模式化“标签”,产品同质化现象严重,文化表达浮于表面。如今,创作者深挖火山文化、海洋渔韵、黎苗非遗、骑楼侨乡等地资源,让乡土材料、传统技艺完成了现代化转身。

近日,在美兰区演丰镇北港岛,几位渔家女沿用世代相传的渔网编织手艺,制作出色彩明快的渔网包。这些带着海风气息的手作,走出海岛,登上上海社区营造中心的展架,把海口渔村风情传递到千里之外的城市。“编织渔网

原本是我们出海谋生的手艺,没想到做成包袋,能被外地消费者喜欢。”在手作人史青慧看来,手作文创不仅可以增加收入,也让濒临淡化的渔耕记忆重新被看见。

在消博会等国家级展会上,“椰小宠”AI潮玩、墨纹黎韵包袋、火山风物系列文创纷纷登场。热衷于逛展的王女士对海口文创的发展变革颇有感触:“早些年来海南,买伴手礼多是椰子粉、椰子摆件之类,选择有限;现在不一样了,很多文创产品兼顾颜值与实用性,很有海岛氛围感。”

“文创产品的内核,是把在地文化转化为普通人愿意接纳的生活物件。”海南大学人文学院教授海滨说,海口拥有火山、海洋、黎苗、侨乡多重文化富矿,现在的创作者不再简单复刻纹样,更重视提炼精神内核,用当代审美重新表达,这是海口文创能够“走出去”的底层逻辑。



融合骑楼文化与时尚元素设计的文创IP——“阿百猫”小巧精致。

本报记者 苏弼坤 摄

B 政策搭台 打通“出海”通道

文创企业扬帆出海,离不开政策雨露的浇灌。

近年来,海口投入文化产业专项资金,重点支持椰雕、贝雕、木雕、藤编等本土特色文化产品设计创新、制作生产和拓宽销售渠道。对IP开发、非遗衍生品项目给予资金倾斜,鼓励本土文创企业参加全国性展会,对外推介椰城文化好物。

“海南自贸港封关运作之后,税收、跨境贸易等制度红利进一步降低了文创企业出海的综合成本,为本土文创对接国内大市场、开拓东南亚海外市场创造便利条件。”市旅文局相关负责人说。

“初创企业做文创,研发、参展、渠道拓展处处都要投入。各级部门的支持和帮助,让我们在产品研发、销售等环节少走了很多弯路。”对于政策所释放的红利,乌鸟岛创始人宫关深有体会,“政策扶持让小型文创工作室有机会站上国家级展会舞台,获得全国曝光机会。”

资金扶持之外,海口持续搭建展示交易平台。消博会、冬交会等展会是文

创产品对外展示的重要窗口。同时,海口积极打通景区、机场、商圈、免税店等线下销售渠道,搭建线上传播矩阵,以线上线下联动模式持续拓宽销路。市旅文局相关负责人介绍,近年来,我市致力于“扶创作、搭平台、拓渠道”——一方面扶持本土创作者和小微企业深耕内容;另一方面用好自贸港对外开放优势,搭建国内、海外双向对接桥梁,让好产品有机会卖出去、传开来。

海南自贸港封关运作以来,文旅产业持续升温、消费场景扩容,为本土文创企业提供广阔发展空间。机遇之下,一批企业纷纷把目光投向海外市场。

海南时代优选科技有限公司打造的“椰小宠”IP借力自贸港跨境优势,把海南潮玩推向东盟市场。公司创始人李皓明认为,海南自贸港先行先试的政策优势、完善的知识产权交易平台,都是企业出海的底气。“在深耕国内市场的同时,企业谋划重点开拓东南亚市场,依托成熟供应链优化产品,将海南特色潮玩与海岛文化故事推向国际。”李皓明说。

方寸好物藏椰韵 山海文脉走四方

海口文创探索『出海』新路径——

用古村椰壳制作而成的风铃,传承先民的智慧和匠心;AI技术赋能本土潮玩IP,为海岛文化注入时尚表达;渔家女世代传习的编织技艺,交缠成韵味十足的时尚包袋;黎锦千年织造纹样,在消博会的舞台赢得海内外客商青睐……

近年来,一批批海口本土文创产品走进公众视野,带着浓郁的椰风海韵走向世界。立足海南自贸港开放优势,海口积极把海岛文化、非遗资源转化为可流通、可传播的文化产品,走出一条小物件承载大文化的“出海”之路。

□本报记者 梁冰



市民游客在海口新海港小邮局挑选文创产品。

本报记者 苏弼坤 摄

C 守正创新 探寻发展新路

十二生肖款糖画是骑楼老街上的“网红”单品,每天带着图片前来定制糖画的客人络绎不绝;竹藤编制的包袋、家具、饰品融合传统与时尚,美观又实用;椰雕、贝雕制成的冰箱贴、钥匙扣、摆件是不少游客青睐的伴手礼;本土文化与时尚元素融合设计的文创IP——“阿百猫”可爱又吸睛……在海口骑楼老街,传统文化正以新潮的姿态走进人们的生活。

当前海口文创行业既有手作工坊的温情坚守,也有新技术的赋能加持,新旧力量交织,共同探索可持续发展路径。

在数字文创赛道,企业借助AI技术开发交互IP、数字藏品,拓展文创的表现边界。“传统非遗文创,要平衡传承与创新。”李皓明说。今年消博会上,李皓明向记者展示“椰小宠”AI大模型语音交互机。凭借有趣的智能交互体验和可爱的海岛IP形象,该产品在文旅市场悄然走红,让海南本土风物焕发全

新活力。

如今,海口文创产业发展初现雏形,但诸多制约因素亟待破解。例如,抄袭、侵权等问题屡屡困扰文创产品的创新。对此,业内人士指出,文创产业应重视知识产权保护。此外,面向海外市场,做好内容本土化转换,讲好既有海南特色,又具共情的故事。

消费者的审美变化,倒逼着行业迭代。来自广东的游客陈先生说:“希望海口文创少一些同质化纪念品,多出一些真正扎根本土文化、有巧思的作品,让我们带走的不只是一件商品,更是一段海南记忆。”

好物路浪,文化随行。一件件精致小巧的文创,是海口递向全国、面向世界的一张张文化名片。未来,随着创作力量持续壮大,配套机制不断完善,椰城文创有望进一步放大大自贸港区位优势,让更多承载海岛故事的产品走进千家万户、走向更广阔的国际舞台。



记者手记

在小物件里看见大文化

□本报记者 梁冰

过去,提起文创,人们脑海里第一时间浮现的大多是千篇一律的旅游纪念品。如今,火山椰壳、贝壳风铃、渔家编织、黎锦纹样、藤编饰品等扎根乡土的文化元素被转化为潮玩、包袋、摆件,以更加轻盈的姿态走向全国展会,甚至走向海外市场。

文创出海,产品是载体,文化是内核。这些出圈的文创产品,并非简单堆砌海岛符号,而是深读这片土地的历史与生活:古村的椰壳,承载火山村落的生活智慧;渔家编织包,沉淀滨海渔村的烟火日常……正因扎

根真实的本土生活,作品才具有打动消费者的力量,才能跨越地域,形成文化共鸣。

我们应该看到,海口文创产业发展仍处在成长阶段。不少优秀创作者还停留在小团队、小作坊作业,面临产能、供应链、知识产权、海外本土化等现实考验。文创产业的成长,既需要创作者沉下心打磨作品,也需要政策、平台、市场共同托举。

一件文创产品,重量有限,却可以承载厚重的地域文化。期待未来有更多扎根椰城土地的好作品涌现,让海口故事搭乘缤纷文创,跨越山海,抵达更远的地方。



位于骑楼老街的一家文创商店内,印有海南话发音的挎包挂在显眼位置。

本报记者 苏弼坤 摄