

“闽人智慧”启新入校 青春共筑梦

2024年“闽人智慧”主题宣传校园行首场活动走进福建农林大学,非遗展演、AI体验、社团纳新,文化传承与青春激情擦出精彩火花

乘借AI技术体验换装,看福州“三条簪”展演,社团纳新各显特色……28日下午,2024年“闽人智慧”主题宣传校园行首场活动在福建农林大学(金山校区)拉开帷幕!活动现场,非遗展演、学生自编自导的节目精彩不断,另设有60余个摊位,各类社团纳新、海都数字人“海星星”齐亮相,文化传承与青春激情擦出精彩火花,活动体验感满满。

据了解,本次活动由中共福建省委宣传部指导,福建日报社(报业集团)主办,由海峡都市报和福建农林大学承办。2024年“闽人智慧”主题宣传活动全面升级,计划以各地高校为新的活动载体,让“闽人智慧”的文化IP更加贴近年轻一代,增强文化自信。



活动现场热闹非凡

“三条簪”展演亮相 拉高现场流量

“头戴锋芒,柔中有刚。”“英气勃发,大女主!”……在社交媒体上,与“三条簪”相关的话题热度持续攀升。活动现场,特设“三条簪”民俗舞蹈表演,刚柔并济,尽显铿锵之美。除此之外,汉服走秀、武术串烧、茶艺展示、油纸伞舞蹈等,精彩不断。广场文化墙集中展示农业科技、海洋文化等“闽人智慧”专题,并结合农林大学农业和渔业的研究成果,如菌草技术和大

黄鱼养殖技术等,吸引了不少学生驻足阅读,近距离感受“闽人智慧”的魅力。

目光转到台下,广场周边设有数十个特色摊位,每个摊位都人潮涌动、热闹非凡。参与者不仅可以猜谜换礼品、品茶,还可以免费体验非遗软木画、彩绘等手工艺品的制作。

非遗项目传承人石春青正在为身边的孩子们讲解并演示软木画的雕刻技艺。只见石老师一只手稳稳地托



在智慧海都推出的海洋文化AI体验区,一名留学生正在生成专属他的海洋文化明信片

住软木,另一只手拿起刻刀,拇指和食指紧紧握住刀柄,慢慢地移动刻刀,在软木表面划出一条条精细的线条。

石春青向记者介绍,立

体软木画的制作过程精细且繁复,一件作品往往需要三到四名艺人通力合作才能完成。“希望通过活动,让更多的年轻人了解软木画”。

社团集中纳新 各显神通

现场,各类社团正集中纳新。大学生昆虫协会的摊位尤为吸睛,参观者不仅可以近距离接触蟋蟀、蜘蛛、蜥蜴,还能看到颜色绚丽的蝴蝶

标本。

据大学生昆虫协会会长金岩财介绍,此次活动带来了500多只标本,包括3筐甲虫、3筐蝴蝶以及3筐蛾子。此外,协会还带来了

较为温顺的活体小宠物供人们触摸。他表示,希望通过活动让大家发现昆虫的美。

在尔雅汉服协会的摊位上,为大家带来了两项传

统文化体验活动,一项是传统游戏捶丸,参与者击球进球后可领取奖品;另一项是教授大家使用红绳编织吉祥结,感受中华传统文化的魅力。

海都AI互动体验区 来了不少学生“粉丝”

由智慧海都推出的海洋文化AI体验区,以其特色换装等互动形式,吸引了不少学生“粉丝”。参与者只需扫描现场的二维码并上传自

己的照片,小程序就会利用AI换脸技术,带领你穿越到50多种不同的场景中,生成专属的海洋文化明信片。

“只需上传一张自己的

照片,再挑选心仪的背景,短短几秒钟,就收到了一张自己身处蔚蓝海岸的虚拟明信片。”福建农林大学大一新生林同学在接受采访

时说,通过AI生成技术,人们无需离开当前位置,也不用去远方,一键生成就可以获得好看的明信片,既便捷又高效。

你给包包找“搭子”了吗?

年轻人热衷个性化情感消费,情绪经济兴起

包包挂件风靡年轻群体

专家:年轻人为个性化情感买单



■海都记者 吴诗榕 文/图

“给包包找‘搭子’?”继乌龟“对不对”热潮后,全红婵挂满小玩意儿的包包热度持续升温,被网友调侃“挂了10公斤动物在身上”。这股风潮席卷年轻群体,网友们纷纷晒出自己给包包找的“搭子”,从手编绳、钥匙扣到毛绒玩具、徽章……

专家表示,情绪经济的兴起,对市场将产生一定的影响。

在社交平台上,“包包挂件推荐”已发布超55万篇笔记。从手编绳、钥匙扣到毛绒玩具、徽章,再到文创店的手工制品、卡通人物乃至高奢品牌的定制款,包包挂件成为年轻人日常穿搭中的一部分。在线上购物平台,从十几元的小玩偶,到动漫IP联名款Jellycat等知名品牌的精致挂件,再到高奢品牌如LV推

出的几千元的迷你水桶包挂件,各种款式、各种价位的挂件应有尽有。

在福州一些线下商超门店内,也纷纷设立了专区展示各类包包挂件,19.9元的玩偶、39.9元的小喇叭、小相机、小铃铛、老鼠机等,款式丰富。市民吴女士表示,她刚入手了一款“美拉德”色系的包包,正考虑搭配一个亮眼的挂件来为包包增添活

力。“00后”女生小郑分享道:“我的每个包包上都有一个‘搭子’,有的是徽章、有的是玩偶。每天背哪一个包包、包包上挂哪一个挂件都是有讲究的。这不仅要和当天的穿搭相匹配,还要符合我的幸运色和心情。”一家门店的店员表示,近年来包包挂件的设计越来越丰富,几乎万物皆可做“包搭子”,而购物群体主要集中于年轻人。

福建师范大学经济学院副教授林翊表示,从巴黎奥运会全红婵带火的小乌龟挂件来看,这不仅仅是一种时尚潮流,更是年轻人一种个性化和情感化的消费趋势。

林翊表示,这种消费行为会对市场产生一定的影响,一方面是情绪经济的兴起,年轻

人更注重个性化表达和情绪满足,“他们愿意为能够代表自己个性和情感的产品支付溢价”;另一方面是营销策略创新,品牌和零售商在营销方面进行了一系列创新,包括跨界合作、IP授权、限量版推出、个性化定制等,以吸引消费者的关注,并提升品牌影响力。