



# 带着“鲤城行囊” 传播“泉州印记”

## 泉州4000名大学新生收到特殊礼物奔赴大学,承载起传播家乡文化的独特使命

■海都记者 柳小玲  
通讯员 李莹 文/图

开学在即,泉州的准大学生们即将告别家乡,奔赴大学校园。这一次,他们的行李箱里,多了一份来自鲤城的特殊礼物——“鲤城行囊”,这份装满乡情与期待的礼物,将伴随他们走向远方,承载起传播家乡文化的独特使命。据悉,此次活动由泉州鲤城区委宣传部、区教育局、团区委联合主办。



为大学新生发放“鲤城行囊”



“鲤城行囊”里有各类文创

### 带着家乡故事奔赴远方 成“代言人”与“推介官”

主题明信片、精美贴纸……打开“鲤城行囊”,各类文创礼品采用原创手绘,融入丰富的鲤城元素,设计细节诚意满满。文创牛皮纸袋封面上的“鲤行棋”趣味结合飞行棋玩法,将全国各省市特色元素巧妙嵌入棋格之中,体现了鲤城对学子满载星光荣耀出发,归来共

绘古城新篇的希冀;明信片上,南音、飞天等手绘元素,与东西塔、府文庙、燕尾脊等特色地标交织呈现,彰显设计巧思;贴纸设计上,以艺术化的“鲤城”二字为主体,巧妙融入了世遗景点、非遗技艺、民俗活动与地道美食等众多元素,将古城的文化精华凝于方寸之间。

贴纸上“平安无代志”的叮嘱,更寄托了家乡对学子深切的关怀与祝福。

“鲤 XIANG 助力官”黄跃昆介绍,近期,鲤城区“带着家乡去上学 奔山赴海来鲤行”主题活动火热进行,为全区4000名大学新生精心准备并发放“鲤城行囊”,将家乡的文化印

记“打包”送入学子行囊,让他们带着鲤城的故事奔赴远方,成为家乡文化的“代言人”与“推介官”。同时,启动“鲤行家”招募计划,精心挑选100名大学新生担任“鲤行家”,向外地新同学发放“鲤行特种兵招募令”,进一步扩大活动传播覆盖面。

### 邀请同学寄回明信片 未来到泉享多重礼遇

活动玩法更是充满趣味,领取“鲤城行囊”后,参与者可开启“时空明信片”任务,邀请外地

同学在明信片上写下对泉州的印象与祝福,并寄回。

而“鲤行家”们将开启

更具挑战的“主线任务”,将5份招募令分发给外地同学,邀请他们成为“鲤行特种兵”,任务完成后

不仅自己能获得“鲤行家”勋章和惊喜盲袋,外地同学来泉打卡也可享受多重优惠。

### 众多准大学生领任务包 踊跃投身宣传和推广

活动推出后反响热烈,报名人数持续攀升,学子参与热情高涨,众多准大学生积极领取任务包,踊跃投身于家乡文化的宣传和推广,来自泉州五中的陈祎晗同学便是其中之一。她即将入读华中师范大学,提前准备了几个富有古城韵味的冰箱贴,打算作为见面礼送给新同学,得知此次活动后,第一时间报名参加,“很期待通过这个活动,让新同学

进一步了解泉州、认识鲤城”。

即将进入中南财经政法大学的杨婧贤收到“鲤城行囊”后惊喜不已,“礼包中的文创产品设计得十分可爱,细节满满”。杨婧贤说,贴纸上的“鲤城”二字,在设计上融入了许多古城地标和非遗元素,可以作为“古城旅游攻略”向同学介绍,“我还要把贴纸贴在行李箱上,大家一看就知道我来自

鲤城”。

“明信片上的实景照片很有意义,原创手绘也很可爱。”来自泉州七中的曾兰茜即将入读厦门大学,她告诉记者,到了新学校后,她将向新同学介绍泉州,并邀请他们来泉州游玩,“活动不仅为我和新同学相处提供了话题,也为我向他们宣传家乡提供了便利,希望通过我的推荐,能吸引更多人来泉州”。

“我们以贴近年轻人的方式,将优秀传统文化与现代创意相结合,既拓宽了文化传承的路径,也搭建了鲤城与外界对话的桥梁。”活动主办方相关负责人表示,希望每一位远行的学子都行动起来,成为家乡文化的推介官和传播者,带动更多人走进鲤城、了解鲤城、爱上鲤城,共同助力古城文旅蓬勃发展。

### □海都时评

## 让他们带着家乡出发

又到一年开学季,泉州4000名准大学生收到一份特殊礼物——“鲤城行囊”,他们将承载起传播家乡文化的独特使命。

这是一份沉甸甸的文化信物,更是一封移动的“家书”,是一次面向远方的温柔自荐。明信片、贴纸、文创牛皮纸袋……这些看似轻巧的小物件,实则装载着一座城的重量。这不是沉重的乡愁,而是一种明亮的、可分享的家乡认同。当学子们把明信片递给新同学,文化的传播就已悄然发生。

走出家乡,才更懂家乡。年轻人,才是城市文化最生动、最真诚的传播者。很多年轻人只有离开之后,才逐渐意识到自己与那片土地的精神联结。鲤城区这么做,不是单纯为了文旅推广,更是一场温柔而坚定的“乡土教育”。让年轻人带着故事、带着温度、带着情感,去另一个地方打开它,成为文化的传递者、对话的发起者。

乡土教育不能只是文化观光,而是要产生深度共情。日前,泉州近百名准大学生走进小山丛竹书院,参加了大学前乡土文化研习班。他们在离乡前重新凝视脚下的土地,完成一场必要的精神寻根。

乡土文化为广大青年精神空间的构建提供了深厚的滋养。这两件事,看似不同,实则呼应。一个用活泼的创意打开传播的窗口,一个用沉静的研习夯实理解的深度。它们共同希望的是,年轻人不是简单地“离开”,而是“带着家乡出发”,变成了家乡的“使者”。

一个不懂“桑梓之情”的知识分子,难以真正理解中国社会的精神内核。从“鲤城行囊”到乡土研习,泉州正让年轻人成为城市文化的“移动名片”,为他们提供讲述家乡故事的底气、素材与热情。

一座城市的文化自信,不在于有多少座高楼,而在于有多少人愿意讲述它的故事。愿更多人加入讲述者的行列,把泉州古城的温度带向四面八方,让文化真正“活”起来。

(白水)

## 泉州出口额连续5个月正增长

泉州发布前7月经济运行数据,全市社会消费品零售总额3558.15亿元

A03

## 规范平台补贴、促销等行为

三部门就《互联网平台价格行为规则》公开征求意见

A02