

文创月饼出炉

主打拼颜值+“再利用”

中秋临近,月饼上市,月饼盒竟也成了吸引消费者的“卖点”。今年中秋,故宫博物院、国家博物馆、敦煌博物馆等众多博物馆组团进军月饼界,各式文创月饼扎堆上市。不仅拼颜值,而且还讲究“再利用”。

老字号稻香村和故宫联手推出的中秋月饼,创意灵感是院藏“月明满地相思”玺,这是乾隆皇帝的一枚宝玺。每一枚月饼宛如一幅别致的古画,秋景、玉兔搭配古诗词,别有一番风味。苏州博物馆则将年画印到了月饼盒上,每一枚月饼宛如一扇古典花窗。

故宫角楼咖啡出品的月饼,请康熙、贵妃“代言”。“康熙最爱”“贵妃一笑”“本宫养心”“千里江山”……不同口味的月饼都有一段正史。比如“康熙”代言的其实是一款巧克力口味月饼,饼上的花纹是“银镀金嵌珠宝如意簪”纹饰。工作人员介绍,1705年罗马使节将“绰科拉”(巧克力)进贡宫廷,而康熙成为品赏巧克力的第一人。“我们还将御制诗的元素引入月饼盒,希望消费者吃了月饼,读了历史,还能品到文化。”

外国博物馆也赶着过中国传统节日。大英博物馆、大都会艺术博物馆等都推出了文创月饼。各家的经典馆藏也频频为月饼“代言”。

不仅有颜值,“博物馆牌”月饼还在月饼盒上拼创意。比如国家博物馆今年推出的“月光礼盒”里,月饼表皮既不是传统的蛋黄色,也不是透明的冰皮,而是玄墨色。四款不同口味的月饼外表分别做成月球、星轨、黑洞和星云的造型。这款月饼的盒子也有玄机,炫彩镭射光封套将国博馆藏“天文图”碑拓片秀出来,现代手法镂空设计让星空轨道呈现在月饼盒盖上。工作人员介绍,盒子里小夜灯的电池可以更换,不仅可以点亮星空,而且盒子还能用于收纳重复利用。

还有一款月饼干脆取名“朕的心意”,月饼盒正面是故宫藏清代广绣百鸟争鸣图

的元素,盒子侧面则浮雕了《蓝瑛澄观图册》。设计师还专门设计了盒内首饰托,供消费者选购,月饼吃完了,月饼盒可以改装为首饰盒。敦煌的飞天乐舞也为月饼“代言”。由敦煌博物馆和必胜客联名推出的中秋限定月饼上不再是“中秋快乐”“阖家团圆”等吉祥语,而是“妙音祥乐”“飞天乐舞”“福鹿显荣”等敦煌特色图案。在销售页面上,专门介绍了月饼盒如何继续利用。

不少网友为“再利用”点赞。一位网友说,各式各样的月饼盒每年都是“鸡肋”,尤其是有些外形不规则的盒子,用不上只能丢掉。其实这是一种浪费。博物馆的月饼,不仅有文化元素,盒子还能再利用,品尝美味,品味文化,还能避免浪费,一举三得。(北京日报)

旅游速递

北京公布首批10条“深夜食堂”特色餐饮街区

记者日前从北京市商务局了解到,近期北京确定了第一批“深夜食堂”特色餐饮街区,10条特色餐饮街区上榜。

据了解,经北京各区商务部门推荐、第三方机构评定、北京市商务局研究确定,东城区簋街、朝阳合生汇·21街区、朝阳区中骏世界城商业街、望京合生麒麟新天地商业街、朝阳区霄云美食街、海淀区华熙LIVE·五棵松商业街、石景山区台湾街、通州区东郎电影创意产业园商业街、昌平区龙域中心西区商业街、顺义区中粮·祥云小镇商业街等10条街区为第一批“深夜食堂”特色餐饮街区。(新华社)

上海发布休闲农业和乡村旅游特色线路

上海市农业农村委、上海市文化旅游局和上海市交通委近日联合向社会发布了上海9个涉农区的18条休闲农业和乡村旅游特色线路,以此满足居民休闲消费的升级需求,实现农旅品牌共赢。

据了解,上海已形成了一批休闲农业观光园、采摘园、乡村民宿、休憩林地和农事节庆文化活动,各类休闲农业和乡村旅游点315个,年接待游客达1800万人次。上海将进一步加大对休闲农业、乡村旅游创业发展和基础设施的支持力度,统筹农村公共服务设施布局,培育更多的精品线路、精品村、精品园、精品民宿和精品节庆活动。(新华社)

香港将重启旅游市场推广

香港旅游发展局(旅发局)主席彭耀佳近日表示,旅发局将逐步重启本地及客源市场的旅游推广,以短、长期策略重振香港旅游业。

香港特区政府日前表示,已与11个国家商讨落实“旅游气泡”,希望疫情好转及检测能力提高时,可早日恢复互相往来。彭耀佳预计,在香港所有客源市场中,内地及个别短途客源市场将较快与香港恢复旅游,内地市场中的粤港澳大湾区将较快重启与香港旅游往来。

在香港市场,旅发局将重新宣传“旅游·就在香港”计划,为香港市民提供本地游的信息和优惠,以刺激本地消费。(人民日报)

棕色大熊猫“七仔”的幸福生活



9月17日,“七仔”在位于陕西西安的秦岭大熊猫研究中心吃竹笋。

生活在陕西西安秦岭大熊猫研究中心的“七仔”是世界唯一圈养棕色大熊猫。今年11岁的“七仔”因独特的毛色与憨态可掬的吃相走红网络,深受大家喜爱。在工作人员的悉心照料下,目前“七仔”身体状况良好。新华社发

海南成为高消费力人群的主要目的地

临近国庆黄金周,旅行热度迅速燃起。海南日报记者从多个旅游平台获悉,随着出境游需求向国内游转移,海南成为高消费力人群的主要目的地。

携程、飞猪、同程旅行等平台近期搜索、预订数据显示,国庆旅游市场已经启动,国庆期间的航空、酒店、景区等预订数据呈递增态势,国庆、中秋“双节”同庆的黄金周,国内游市场将迎来今年最大旅游浪潮。

携程大数据显示,该平台

9月会员日的旅游订单均价超过6300元,相比去年同期的国内游订单均价上升70%,私家团、定制游成为新兴的热门度假方式。

多个平台相关度假产品预订搜索数据显示,海南三亚稳居人气目的地排行榜前列。

飞猪国庆黄金周旅游趋势报告中,奢华高星级酒店、无边泳池打卡、免税店“买买买”促使海南成为高消费力人群的主要目的地。海口更是作为“新兴黑

马目的地”跻身全国热门旅游城市前十名,热门景区三亚蜈支洲岛入选国内十大热门景区。

根据携程发布的国庆黄金周旅行热力图显示,三亚稳居自由行目的地人气榜首。这在旅游消费预订中也得到了显现。该平台9月会员日交易大数据显示,三亚为人气城市第一名。

这个黄金周,提升旅行品质的高星酒店受到消费者青睐,全国范围高星酒店都已进入预订高峰。拥有酒店集群的三亚位

居酒店“热力”城市前列,多家高星级酒店更是出现“一房难求”的现象。

受疫情影响,更多游客选择“小包团”“自驾游”等自由度更高、接触性较低的出行方式。携程租车的数据显示,进入9月,国庆假期租车已经提前出现紧张形势,国庆租车预订量环比增长150%。目前,三亚成为租车十大目的地榜首,豪车、SUV等热门车型国庆预订紧俏。

(海南日报)

紫禁城建成六百年展亮相

丹宸永固——紫禁城建成六百年”展近日在故宫博物院午门正式开幕。

紫禁城始建于明朝永乐四年(1406年),永乐十八年(1420年)建成,是中国古代城市建设和宫殿营造思想的集中体现。今年适逢紫禁城建成600年,此

次展览由“宫城一体”“有容乃大”和“生生不息”三大主题,18个历史节点介绍紫禁城的规划、布局、建筑、宫廷生活,以及建筑营缮与保护的概况组成,方便观众理解贯穿于紫禁城“时”“空”的历史文化,感受宫殿建筑技术与艺术完美结合的

最高境界,感悟中华优秀传统文化的无穷魅力。

此次展览使用了午门区域的西雁翅楼、正楼及东雁翅楼3个展厅。参观由午门西马道进入,东马道离开,展线全长256米,展出文物及史料照片共计450余件。展览以四季变化的

景象为背景,使观众在参观过程中感受到故宫不同季节不同景象变化的美感。

展览于9月10日正式向公众开放,将持续至11月15日。本次展览不单售票,凭故宫博物院门票进院后可免费参观。(人民日报)