

博物館依托文化IP與商家聯動推出月餅產品已是潮流 熱門新文化IP亦在月餅身上亮相

「文化館」月餅是當下市場的寵兒

中秋節臨近，市場上各種月餅已悄然登場。琳琅滿目的口味、各式包裝讓消費者眼花繚亂。這個中秋，「文化館」中秋月餅受捧。此外，不少商家推出了寵物月餅，讓「毛孩子」們也過上了團圓節。

代表鄉土文化的老式月餅也是代表

中新社 15 日報道，「太火爆了，已經賣完了。」雖距離中秋節還有兩天，但在浙江杭州，良渚博物院與當地老字號「知味觀」推出的聯名款「知味良月」中秋月餅卻已近賣光「下線」。

內圓外方的禮盒造型同良渚玉琮王相似。輕輕點亮內置燈帶，禮盒化身跑馬燈，流光溢彩地展示出五千多年前的良渚先民、一千多年前的宋朝人，以及近代、現代人們的生活場景。該款月餅上的圖案則來自玉鳥、玉鳳、玉鹿等與玉器相關的瑞獸形象，口味有龍井柚子、海鹽生椰拿鐵、黑椒牛肉等。

「節禮是文化傳播的載體。消費者將月餅贈送給親朋好友，同時也推廣了良渚文化。」杭州良渚玉文化創意產業有限公司副總經理盧怡穎介紹，良渚博物院已連續四年推出月餅禮盒。今年單從博物院的銷售渠道計算，該禮盒就已賣出千盒左右，而作為主要銷售渠道的知味觀方面介紹，今年聯名禮盒的銷量較往年有所上升。

眼下，博物館依托文化 IP 與商家聯動推出月餅產品在各地已是潮流。例如蘇州博物館、三星堆博物館、廣東省博物館等，均將館藏文物圖案印於月餅之上。據某電商平台

蘇州博物館旗艦店銷售記錄顯示，24 小時內已有超過 500 位消費者購買其月餅產品。

體現文化底蘊或傳統文化的「文化館」月餅，是當下月餅消費市場的寵兒。代表鄉土文化的老式月餅也是代表。

自立秋以來，在杭州臨平區塘棲百匠省級非遺工坊，炒芝麻的香味每天都從土灶中飄來。在貧窮的年代，買月餅過中秋是一件奢侈的事，當地民眾就用既有食材自製土灶月餅——用石磨將穀物磨成粉末用來製作餅皮，以自種的芝麻、冬瓜、南瓜等為餡料，通過土灶蒸煮或烘烤完成。

「『土得掉渣』是土灶月餅的特色，這正是我小時候吃的月餅。」返鄉傳承這門手藝的「90 後」顧靈嬌介紹，在保留傳統製作工藝的基礎上，她與團隊改進包裝，設計了中國十二生肖、十二時辰的圖案，讓土灶月餅「文化味」更濃。今年該工坊已銷售月餅超 100 萬枚。

熱門新文化IP紛紛亮相

除「老底子」文化外，熱門新文化 IP 亦在月餅身上紛紛亮相，銷售情況也較為可觀。

前不久，稻香村攜手風靡全球的遊戲《黑神話：悟空》，推出「齊天攬月」禮盒。其採用 3D 技術建模，惟妙惟肖地還原遊戲角色。稻香村集團副總裁、營銷中心總經理周立源曾表示，「在預售階段，來自經銷商、線上店鋪的訂單就已經讓我們的工廠忙不過來了。」

目前，其官方渠道顯示該禮盒已售罄。

早在預售期就下單的《黑神話：悟空》玩家丁木在品嚐完月餅後，小心地收好禮盒包裝及附贈的明信片。「我其實不愛吃月餅。口味什麼的不重要，看中的是它提供的情緒價值。」丁木說。

這並不是個例。此前，融合哈利波特、小黃人等外國文化形象的月餅也曾在中國市場引起消費者熱議、搶購。

艾媒諮詢發佈的《2024 年中國月餅行業消費趨勢洞察研究報告》指出，隨著直播電商、外貿出口、品牌定制、跨界聯動等新趨勢的出現，中國月餅市場迎來新增長點，預計 2025 年中國月餅市場規模有望增至 332.8 億元人民幣。

在浙江省社會科學院文化研究所副研究員張秀梅看來，文化 IP 與月餅聯名是文化賦能傳統食品發展的一個充滿創意與智慧的做法。傳統食品本身就蘊含着豐富的文化元素，而與對年輕人更具吸引力的文化 IP 的聯動，可以打破傳統食品的固有形象，創造出既符合現代審美又蘊含文化內涵的新產品。

「當然，這是需要綜合考慮多方面因素的複雜過程。我們需要在保護和傳承優秀傳統文化的完整性和獨特性的基礎上，注重文化的現代解讀和創新表達，確保文化賦能的準確性和有效性，以免產生文化誤解或削弱品牌形象。」張秀梅說。

寵物月餅走俏「它經濟」正熱

另據中新網報道，以雞肉、鴨肉、三文魚製成的肉泥為內餡，用山藥、羊奶、果蔬

粉等食材做成餅皮，外形為貓爪、花朵等形狀，還可以在表面印上寵物的名字——中秋節來臨，不少商家推出了寵物月餅，讓「毛孩子」們也過上了團圓節。

中秋節是寓意家庭團聚的佳節，月餅作為中秋節的傳統食品，象徵着團圓與和諧。寵物月餅的出現，不僅反映了新的消費需求的出現，更意味着寵物作為新角色被納入家庭團聚節慶，賦予了傳統節日新的含義。

15 日，有電商平台相關數據顯示，「寵物也要吃月餅」的熱搜熱度高達 57.2 萬，本週上升了 14%。同時顯示，該平台相關產品共有 271 件。

除了中秋節有寵物月餅，生日時有生日蛋糕，臨近春節時，年夜飯、蛋糕、衣服，以及智能餵食器、智能寵物貓砂盆等形式多樣的「寵物年貨」也受到不少鐘屎官的青睞，掀起了一股寵物節日消費熱。

在這一潮流下，「它經濟」成為新藍海。根據艾媒諮詢發佈的數據，2023 年中國寵物消費市場規模已達數千億元（人民幣，下同），且保持積極增長態勢。其中，2023 年中國寵物食品行業規模達到 1900 億元，寵物食品高頻、消費量大的特徵，吸引了很多初創企業駛入該賽道，本土品牌的市佔率逐步提升。

數據顯示，年輕人尤其願意為寵物花費較高的消費預算，不僅在食品、醫療、保險等方面，還包括寵物的娛樂、服飾和社交需求。這種「消費升級」直接推動了「它經濟」的發展，成為市場重要的增長點。

柬埔寨胡椒首次進入中國河南市場

當地時間 9 月 15 日，柬埔寨首批出口中國河南的優質胡椒通過空中航線從金邊發往鄭州。

河南是中國農業大省。柬埔寨胡椒成功出口河南市場，有助於促進兩地農業領域的交流與發展。

根據柬埔寨農林漁業部報告，2024 年上半年，柬農產品出口增長近 60%，創近 5 年來最高增幅。報告指出，今年上半年柬農產品出口量超過 600 萬噸，出口到全球 77 個目標市場，九成以上銷往中國、越南和泰國等主要市場。

胡椒是柬埔寨重點經濟農作物之一，目前該國胡椒種植面積約 7000 公頃，年產量逾 2 萬噸。

2023 年 5 月，中國海關總署發佈柬埔寨輪華調味料註冊登記企業名單，標誌着柬胡椒完成輪華所有程序，即可出口中國。此次獲得中方註冊批准的胡椒輪華種植基地共有 28 家、包裝廠 7 家。

中新社

颱風「貝碧嘉」正在逼近或以頂峰強度登陸上海

今年第 13 號颱風「貝碧嘉」正逼近中國華東地區。15 日上午，中國天氣網發佈消息稱，「貝碧嘉」目前已達颱風級，強度還將繼續增強，並可能在登陸前達到強度頂峰。

從最新路徑預報來看，登陸上海的機率在增大。氣象部門預計「貝碧嘉」將於 16 日凌晨到上午在上海浦東至浙江舟山一帶登陸。15 日夜裡到 16 日白天，申城有暴雨到大暴雨，中心城區最大陣風 10 至 12 級。

上海中心氣象台 15 日 8 時更新颱風藍色預警信號為黃色預警信號。上海市水文總站當日 8 時發佈黃浦江高潮位藍色預警信號：受「貝碧嘉」影響，預計 9 月 16 日 12 時左右，黃浦江蘇州河口最高潮位將超 4.55 米。

面對來勢洶洶的颱風「貝碧嘉」，上海各相關部門嚴陣以待。15 日 8 時起，洋山港地區、外港地區、吳淞港區宜東碼頭、羅遜港區羅東碼頭，已暫停所有進提箱作業。

上海警方表示，15 日 22 時起，多條道路將全部實施封閉管控。受颱風「貝碧嘉」影響，15 日，上海浦東國際機場和上海虹橋國際機場通行能力下降。

中新社

陳茂波：發揮金融力量推動香港創科產業化發展

香港特區政府財政司司長陳茂波 15 日發表網志稱，如果能將全鏈條金融服務的前端激活，讓更多私募基金、創投基金、風投基金和長期資金更好支持初創企業，將為香港創科產業化發展注入強大推動力。

陳茂波表示，科技創新可以推動經濟和產業跨式的發展，但這股變革動力需要資金的支持，須藉助金融槓桿的力量。創科需要金融的支撐，基礎建設也同樣需要藉助金融的力量加速推動。通過不同類型和年期的債券，將尋求長遠和穩定回報的資金，引導往支持不同類型的基礎建設，擴大發展容量，可促進整體經濟更好發展。

陳茂波表示，近日特區政府公佈即將發行零售銀券（銀債），為長者提供風險低、回報穩、安全可靠的投資選項。考慮到當前的利率環境和市場情況，這次銀債訂下了相當吸引的條件和安排。除了希望達到普惠金融的目的，亦希望提高市民對基建及可持續發展項目的「參與感」和「獲得感」。其餘零售債券的發行詳情，將會在未來數月公佈。

中新社

對話孔子

15 日，「對話孔子——百項文旅活動」濟南市啟動儀式在濟南府學文廟舉行。本次活動包括節日主題、閱讀競賽、非遺體驗、休閒娛樂四個版塊，讓民眾近距離體驗孔子文化的魅力。圖為當日學生在啟動儀式上表演「六佾舞」。



黃廷方獎學金助力馬來西亞華裔學生開啟中華文化體驗之旅

「這是我第一次參與中華文明體驗的旅程，內心滿是興奮和期待。」馬來西亞吉隆坡中華獨中的華裔學生葉梁宇慧，自幼對中華文化懷有濃厚興趣。15 日，她和同學一起來到廈門，親身探索書本上令人心馳神往的文物與古跡。

中新社報道，當天，2024 年黃廷方獎學金馬來西亞中學生中華文化體驗營在華僑大學廈門校區開營，50 名馬來西亞華裔中學生和領隊參加。

此次活動由福建省海外聯誼會、黃廷方慈善基金會主辦，華僑大學承辦。在 9 天的行程中，營員們將走訪廈門、延安和西安，感

受華夏五千年的文明脈絡。

開營式上，華僑大學的二十四節令鼓隊鏗鏘有力地擊出節奏，舞龍舞獅隊翻騰跳躍，引得首次來到中國的華裔學生們連連讚歎。

福建省海外聯誼會副會長李文慎致辭表示，希望營員們增進對中國的瞭解，做中華文化的踐行者和傳播者，書寫中馬民間友好故事。

「希望各位營員在這段旅程中，收穫知識、友誼與成長。」華僑大學副校長黃輝說。

為紀念傳承香港信和集團創辦人黃廷方先生，黃氏家族出資於 2010 年成立黃廷方慈善基金會，2015 年設立「黃廷方獎學金」，

2024 年首次增設（東南亞國家）評獎項目，獎勵東南亞國家品學兼優的華裔中學生赴中國開展文化體驗、實地考察和互動交流。

黃廷方慈善基金會代表、香港信和集團中國業務總經理黃若紅表示，黃廷方先生祖籍福建莆田，少年時代隨家人「下南洋」，儘管離鄉多年，他始終心繫桑梓。黃廷方慈善基金會支持馬來西亞華裔學生參訪中國，旨在增進他們對祖籍國的瞭解。

「文化體驗可以連接現在過去與未來，激發我們的好奇心、想像力和創造力。」葉梁宇慧深信「讀萬卷書不如行萬里路」，她將攜手華裔同學開啟中華文化體驗之旅。

特寫

「擺塔」迎中秋 兩岸同節俗

城裡人則擺泥塑或陶瓷人物形象，如關羽、張飛等，還會擺上燭台、花瓶、香爐等。

談及「擺塔」和「擺齋山」的差異，方向紅給出了解釋：「擺塔」一般在室內進行，而「擺齋山」則在室外；「擺塔」比較微型，而「擺齋山」相對巨型。以前，福州台江空地多，自然資源豐富，因此到了中秋佳節，在田場（中平路）、海防前（延平路）等處「擺齋山」尤其熱鬧。裴仙宮一隅的中秋「擺塔」展示區內，烏塔、白塔燈光璀璨，供桌上供奉着民間廣為流傳的漢鍾離、張果老、呂洞賓、韓湘子、何仙姑、鐵拐李等「八仙」，也少不了用瓦片砌的瓦塔。

「福州人家中秋夜，多供泥塑、寶塔、彩色輝麗、雕鏤精工，小則數寸高，大則如塔或高七八尺，作十三層，燃燈其中，層層照灼，名曰光明塔。」清人施鴻保在《閩雜記補遺》中如是記載，描繪了清代福州人中秋擺塔的景象。

「20 世紀 80 年代，中秋『擺塔』習俗已接近斷層，我父親意識到這點後，重新拾起了這個傳統。」年過六旬的福州裴仙宮俗非物質文化遺產傳承人、裴仙宮管委會主任

陳錦豐，接力父輩傳承「擺塔」節俗，也已二十餘年。

每逢中秋，裴仙宮都會「擺塔」。在陳錦豐看來，供桌上的擺件從最早的泥塑到現在的木雕作品，後又增加了消防車、救護車等新元素，將「擺塔」傳統習俗文化一直延續下去。如今，福州展示中秋「擺塔」習俗的還有福州大飯店等處。而且，台灣基隆代天宮將中秋「擺塔」習俗帶到了台灣，並連續多年展示。

就在此次兩岸同根同源中秋佳節話民俗活動的「榕台連線」環節中，福州裴仙宮與台灣基隆代天宮共同展示中秋「擺塔」習俗，引得直播間網友熱議。

「福州裴仙宮與台灣基隆代天宮建立友好宮觀已十餘年。」陳錦豐說，近年台灣同胞雖未能親臨福州裴仙宮一同參加中秋「擺塔」活動，但都通過網絡連線的形式，共同展示中秋「擺塔」民俗文化。

歡度中秋，福州人不僅要「擺塔」，還吃禮餅、鯉魚餅及撿月華。陳錦豐感慨道，這些傳統是一代代傳承下來的，需要年輕一輩繼續沿襲下去。

中新社