



二〇二五年长沙新春灯会现场
华谊兄弟(长沙)电影小镇举办的



据新华社电

汤圆与火锅“混搭”，非遗和文创“联动”，花灯和科技“融合”……正月十五闹元宵，在春节申遗成功后的首个元宵节，各地消费市场延续春节以来的热潮。“吃玩游”有了更多新花样，消费活力在节日的烟火气中持续提升。



重庆市铜梁区奇彩梦园景区的火龙表演(本版图片均来自新华社)

文化“碰撞”科技 元宵玩法“刷新”

吃出新味道

临近元宵节，位于天津市和平区山东路的狗不理总店人声鼎沸，服务员在厅堂里穿梭不停。这些天，日均进店顾客达到3000人左右，每天翻台约10次。

为迎接元宵节，狗不理在传统五仁和黑芝麻汤圆的基础上，推出巧克力、木糖醇等新口味汤圆，以及不同包装礼盒的汤圆礼品，满足各类消费者的需求。目前，新品已在狗不理旗下各大门店上市。

狗不理集团股份有限公司副总经理谢晓涛说，元宵节承载着人们期盼团圆、幸福的美好寓意，公司希望让消费者品尝到狗不理的纯正“老味儿”，也能感受到食品中蕴含的浓浓年味。

在山城重庆，汤圆和火锅的“混搭”带来全新的味蕾刺激。2月11日，重庆涪陵美心红酒小镇景区内张灯结彩，一个个汤圆在热辣的火锅里翻滚。游客们围着火锅，一起品尝这道特别的“汤圆火锅”。

“我们将重庆火锅的麻辣鲜香与传统汤圆结合，推出火锅汤底煮汤圆的创新

吃法，受到客人们青睐。”美心红酒小镇营销部经理徐李说，景区还贴心准备了甜口和辣口两锅“汤圆火锅”供游客选用。

位于重庆的互动沉浸式餐厅龙凤呈祥·禧筵店，自春节试营业以来生意火爆。台上，身着汉服的演艺人员在梦幻的舞台布景里翩然起舞；台下，游客一边欣赏舞剧一边品尝美食。餐厅主理人杨兴义介绍，演出以梅兰芳先生经典剧目《龙凤呈祥》为灵感，讲述三国时期刘备与孙尚香的爱情故事，时长100分钟，每幕戏结束后都有上菜环节，菜品是精心设计的融合菜，游客还可与演艺人员互动，更有参与感。

在湖南长沙，中华老字号火宫殿坡子街总店在元宵节前推出特色套餐，其中一款老酸奶上面用可可粉“印”着不同的祝福语，吸引不少年轻人下单、拍照。长沙火宫殿运营部经理龙维说：“对于节日美食，现在的消费者不仅要好吃，还要有互动感、仪式感。”



村民在安徽省黄山市歙县溪头镇汪满田村嬉鱼灯



互动沉浸式餐厅龙凤呈祥·禧筵店试营业期间，上演精彩剧目



上海豫园宁波汤团店拍摄的新春新品“小青蛇汤圆”



孩子们在湖南汨罗市长乐镇参加“抬阁故事会”巡游

游出新场景

“赏花灯”是元宵节必不可少的民俗。京杭大运河天津段，位于天津市西青区的杨柳青古镇景区，华灯璀璨、移步换景。一边是闹元宵猜灯谜、文创市集的“国潮范”，一边是群众文化队伍展演、非遗项目体验的“文艺范”。

“元宵节前的周末，我们特地带着孩子来赏花灯，整个古镇‘游购娱’业态丰富，真是不虚此行。”天津本地居民高先生说。

天津市西青区文旅局副局长任震怀说，杨柳青古镇通过设施更新、街景美陈、文化展示、互动体验，让游客愿意来、留得住，预计元宵节期间古镇的客流量会持续走高。

在重庆市铜梁区奇彩梦园景区，绚丽的龙灯和非遗表演吸引了众多游客前来观赏。在孙悟空形象的灯组前拍照的游客杨进说，去年《黑神话：悟空》游戏和今年春节《哪吒之魔童闹海》

电影爆火，这些展现传统神话故事的花灯也成了最热门的打卡点。

同时，科技助力让“赏花灯”更加炫酷。位于湖南湘江新区的华谊兄弟(长沙)电影小镇，40多组大型主题灯组形成的“花灯大世界”里，不仅展示了长沙铜官窑、锦鲤、芙蓉花等国风元素，还打造了一条沉浸式光影通道。

长沙市民陈女士带着4岁的女儿在“会眨眼”的湖湘美人花灯下拍照打卡。陈女士告诉记者：“今年元宵节花灯既有本土文化特色，又有科技感，还可以逛电影小镇，让人一次游不够。”

湖南湘江新区宣传部文旅产业发展处处长潘振兴认为，今年春节和元宵节期间，各地的大型灯会呈现“文化+科技+娱乐”等融合形态，这释放了文旅消费新潜力，推动很多城市、景区从“网红”变为“长红”。

玩出新精彩

变：在主题上，既有托塔天王等传统故事，也有反映航天飞船等科技成果的新故事；在形式上，有的戏台采用双层电动旋转抬阁的新技术，人物造型交替呈现，更有动感。

在长乐镇开办甜酒制作工坊的熊湘和说，“故事会”越来越精彩，还有不少年轻人搞直播、拍短视频，每年元宵节期间都会吸引

几万名游客涌到小镇，商户们的生意红红火火。

好玩的还有很多非遗技艺。从春节到元宵节，从糖画、面塑、剪纸到木雕、年画、棕叶编，各种非遗文创产品、非遗体验活动让更多消费者乐在其中。

孩童提着鱼灯玩耍、妇人抱着一大碗元宵、画中人敲锣打鼓……元宵节期间，走进天津古文化街上改造一

新的杨柳青画店，融入经典年画元素的冰箱贴、纸雕、摆件等文创产品琳琅满目，吸引不少顾客驻足观赏。

画店经理杨凯说，寓意吉祥的杨柳青木版年画有传统、有内涵，在逢年过节时历来被老百姓青睐。随着非遗文创的兴起，越来越多年轻人对融合年画元素的创意产品产生兴趣，“传统文化融入了大众生活”。