

# 博物館文創月餅 口口文化味

## 國寶珍品藏餅中 飽口福又飽眼福

月餅裏不僅有蓮蓉、五仁、豆沙、蛋黃，還有穿行於彩雲間的金龍、古樸典雅的南越國出土玉器、靈動傳神的太陽神鳥、山巒起伏的《千里江山圖》……一年一度的中秋佳節到來，今年月餅市場「卷」出新高度，口味創新已經不稀奇了，博物館文創月餅才是next level。小小中秋月，在新穎的國潮設計與文物歷史文化加持下，超越了食物的範疇，寄託了人們對美好生活的嚮往與祝願，將上下五千年中華文明傳承發展的故事向食客娓娓道來。

大公報記者 黃寶儀



▲廣州博物館與中國大酒店共同打造的文創月餅《粵色中國》。

在向來喜歡「好彩頭」的廣東，今年廣東省博物館與廣州花園酒店聯合定製，將視線瞄準了館藏「清乾隆廣法琅銅胎雲龍八寶盆」。記者現場所見，紫色和金色的六角形禮盒，分別象徵着貴氣優雅與輝煌富足；正中一條金龍穿行於彩雲之間，龍首威猛正氣，祥雲層層疊疊，寓意着生活四時順意，富貴吉祥。

### 顧客：文博月餅有文化寓意好

廣東省博物館是內地最早加入博物館文創的機構之一，今年已經是第三年推出文創月餅。在粵博文創商店內，不少觀眾都被精美的月餅禮盒所吸引。正在選購的遊客黃小姐說，每年中秋都會給長輩送月餅，博物館的月餅特別有文化內涵，寓意也好，很適合作為禮品送人。據工作人員介紹，文創月餅深受歡迎，每年的銷量都很可觀。

發源於新石器時代早期而綿延至今的「玉文化」，是中國文化有別於世界其他文明的顯著特點。曾出土玉器244件（套）、其中多件堪稱漢玉巔峰之作的南越王博物院，今年首次正式推出聯名月餅「越禮，迎天下禮盒」。有別於一般月餅的方盒，靈感來源於圓筒狀酒器——金銀象牙卮的圓筒形禮盒顯得小巧精緻。雙手往兩側一拉，禮盒就錯開為上下兩層，一層是以玉器為圖案的包裝紙盒，裏面

裝着馬卡龍色彩的新口味月餅，另一層則是以透雕游龍渦紋玉璧和透雕三龍紋環為文物原型的杯墊，以及同樣以金銀象牙卮為原型設計的茶葉罐。

### 禮盒一比一還原國家文物

廣州博物館與中國大酒店共同打造的文旅融合品牌「消失的名菜」在中秋前又「上新」了，推出聯名文創月餅《粵色中國》和《月光寶盒》，還原臘腸月、燒雞肉月、西施醉月、上豆蓉月、鳳凰月等百年月餅菜譜上的「消失的月餅」。據介紹，今年的禮盒以廣州博物館館藏國家二級文物《清·黑漆描金開窗庭院人物圖縫紉盒》為原型一比一還原，既重現傳統粵式月餅之味，又突顯歷史文化之韻。

灣區之外，全國各地的博物館文創月餅也各有特色。以神秘古蜀文明而著名的三星堆博物館，其三星堆文創店今年新推出「三星伴月」和「神樹祈願」兩款文創月餅。相比於其他文創禮盒，三星堆文創月餅最大特色是儀式感滿滿，可玩性極高。據介紹，「神樹祈願」月餅採用3D立體紙藝，顧客打開禮盒以後可以手工搭建祭祀台、放神樹、掛神鳥等，在家也可以親身參與「祭月儀式」，身臨其境感受古蜀文明。禮盒中還配有一個「黃金面具」，小孩子可以帶上這個面具玩耍。

## 「悟空」聯名月餅 「齊天攬月」走俏

### 趁熱打鐵

「雖然我不玩遊戲，但我可以吃這個啊。」打開短視頻平台，分享「齊天攬月」月餅禮盒的開箱視頻多不勝數。作為在今夏「橫空出世」的一款現象級文化產品，《黑神話：悟空》不僅在遊戲行業內取得了成功，其熱度、討論度和影響力還在持續擴展。聯名月餅，無疑是近期的最大亮點之一。

「齊天攬月」是稻香村與《黑神話：悟空》IP的聯名產品，共有六種口味，分別做成了天命人、黃眉、波裏個浪、虎先鋒、黑熊精、公司的貓

六種造型。據介紹，該系列月餅運用3D技術精準建模，每一處細節均經過精心雕琢，確保月餅模具能夠精準捕捉遊戲中角色的神韻與精髓。仔細觀察，每個造型從每一縷飛揚的髮絲到每一個分明的棱角，無不透露出極致的精細與逼真，仿似是遊戲角色走進了現實。「齊天攬月」從8月28日預售開始就受到了消費者的追捧。從天貓官方旗艦店數據看，截至9月4日，禮盒已售出超2萬份。記者登錄橙色軟件發現，預售99元（人民幣，下同）的禮盒，如今被推高至150元至450元不等，依然有不少粉絲下單購買。



▲9月16日，在G1005次列車上，列車工作人員布置迎中秋裝飾掛件。新華社

▲9月16日，四川省遂寧市安居區海龍村村民和遊客分享直徑一米的月餅。新華社



▲9月16日，家長帶小朋友在北京天壇公園中秋市集體驗射箭遊戲。中新社



▲9月15日，浙江省湖州市長興縣龍山幼兒園小朋友們體驗繪製彩燈。新華社



各地歡度中秋假期



▲觀眾在博物館內選購月餅禮盒。大公報記者黃寶儀攝

## 各地博物館特色文創月餅

### 河南博物院

「月光寶盒」：外盒靈感來自於館藏國寶婦好鸚尊，呈青銅色，外形猶如一個月光寶盒。

### 中國考古博物館

「龍騰皓月」：以中華「龍」文化元素為特色，融入中秋皓月之美，傳遞出團圓團圓、幸福美滿的美好祝願。禮盒以考古博物館5款具有代表性的「龍」形象文物為藍本，將龍元素融入月餅的設計之中，寓意着五福臨門、團圓美滿。

### 蘇州博物館

「印運爾生」：江南酥餅+印章盲盒的組合，四款印章一面刻着吳門四大家沈周、祝允明、唐寅、文徵明的名號，一面刻着當下人們的心態，如「奮鬥」「躺平」「不羈」「微醺」等。

### 故宮博物院

「明月映江山」：設計靈感來源於北京故宮館藏北宋王希孟的名作《千里江山圖》，將原作中的山巒起伏轉化為江山型月餅以及炫彩玻璃盤，開啟了視覺味覺共享的賞畫體驗。



## 專屬高校月餅 用舌尖傳遞校訓

### 文化融合

如今，中秋前夕推出專屬的文創月餅，已經成為各大高校營造節日氛圍的新時尚。小小一塊月餅，既展示了校園的文化與創意，也寄託了學校對師生們的美好祝福。

恰逢百年校慶，今年中山大學特推出了「中大月餅·世紀華誕限定款」，分鐵盒和紙盒兩種包裝。記者採訪發現，兩款包裝都巧妙地將三校區五校園標誌性建築融入設計之中，讓外觀看起來更加典雅，正如中大校園一磚一瓦一草一木，皆是百年歲月時光的沉澱。百年高校，既傳統又創新，今年推出的文創月餅也延續這一作風，廣式月餅傳統的雙黃蓮蓉與馬卡龍色彩的海鹽芝士奶酪、白桃烏龍茶、紅酒蔓越莓等相互映襯。看看掌心這熟悉的建築校徽，師生們的中大情懷瞬間被勾起。

中秋節推出月餅已有近40年歷史的北京大學，今年繼續推出

了2款月餅禮盒，分別是以北大校園所含九大園林象徵九州的「九州團圓」和以北大風物為原型的「明月學海」。小小月餅不僅滿載校園元素，採用了減輕身體負擔的低糖配方，還特別設計了雙拼漸變色，可謂是同時滿足視覺和味覺享受。

中國科學院大學的訂製月餅則將科技與浪漫融於一體，玉兔與校園地標驚喜同框，東方紅一號衛星伴月飛行，將中國人從遠古奔月神話到今天的登月實踐展示出來。月餅紋樣別有心意，從玉泉路的禮堂到雁棲湖的鐘樓，京內四校區的標誌建築以浮雕形式一一呈現。



▲北京大學的中秋月餅已有40年歷史。

## 「買櫝還珠」現實版 環保禮盒可玩可用

### 造型精美

細數今年的月餅包裝，不少都暗藏玄機：可變身「小夜燈」散發出柔和光芒，可搖身變為雅緻的裝飾品掛於



▲中國國家博物館的月餅禮盒可以作為小夜燈使用。

高牆，或成為收納箱、首飾匣、儲物盒……「與其說是買了盒月餅，應該說我是買了份周邊。」不少購買了文創月餅的消費者，如此形容自己的購買行為。因為包裝盒可玩可用，現實版「買櫝還珠」正在不斷上演。

國博美饌是中國國家博物館授權國博企業國博（北京）飲食文化有限公司使用的品牌，今年上新「夢天桂兔月餅禮盒」。禮盒採取八瓣菱花形月宮鏡之形狀，盒蓋金光熠熠，盒身玲瓏剔透。禮盒正面融合了圓月、玉兔、桂樹等元

素，圖案組合顯得雅趣夢幻。更特別的是，打開禮盒開關，輕觸蓋子上的感應按鈕，禮盒就能秒變小夜燈，散發出如月色般的柔和光線，增添幾分中秋夜的氛围感。吃完月餅，將禮盒放在桌子上當收納擺件，還能「賞月」照明，一舉多得。

北京大學的月餅禮盒，也選取硬度很強的密度板，盒蓋掛於牆上則搖身變為雅緻的裝飾品，盒身置於桌面就是收納箱、首飾匣、儲物盒，可循環利用的設計，也增加了禮盒的可玩可用性。

## 「香港美誠月餅」是否涉假 監管部門：正協調跨地域核查

【大公報訊】綜合瀟湘晨報、澎湃新聞、極目新聞報道：日前，內地頭部主播小楊哥以及三隻羊旗下主人在直播間力推香港美誠月餅。小楊哥稱，香港美誠只做高端月餅，裏面是黑松露，還是米其林大師調製，已經賣出100多萬單。

除了三隻羊、「瘋狂小楊哥」在直播間帶貨，香港影星曾志偉也曾帶貨。但隨後有網友及代理商曝出，該產品實際產地並非在香港，而是在廣州和佛山。

「月銷5000萬元的香港月餅香港買不到」的話題隨即登上热搜。內地有律師表示，

若註冊和產銷地不一致，是否構成欺詐，需要結合更多事實認定。

### 「香港美誠」灣仔註冊

隨着輿論發酵，香港美誠月餅的產地、質量等諸多細節陸續遭到質疑。針對公眾關注的「是否在香港註冊」「是否屬於香港品牌」等問題，該企業提供了香港美誠食品集團有限公司在香港註冊的商標登記資料，出具了香港美誠食品集團有限公司在香港註冊「MEISUN」「美誠」「香港美誠月餅」商標的相關證明，同時也提供了該企業與香港美誠食品集團有限

公司之間的商標使用授權等文件。「企查查」顯示，香港美誠食品集團有限公司的註冊地址在灣仔樂基中心15樓1512室。

### 將及時回應群眾媒體關注

內地知名打假人王海16日在社交平台發布影片表示，自己已實地探訪「美誠月餅」位於灣仔的公司，所謂「香港品牌」只是香港註冊的皮包公司，「香港品牌」或者「品牌基因和研發團隊均源自香港」的說法，也都是欺騙公眾和消費者。另據南方都市報報道，9月16日，廣州市

市場監管局回應稱，目前，花都區市場監管局已經介入調查。15日，廣州花都區市場監管局最新回應指出，9月13日關注到該情況後，該局立即對涉事企業——廣州市美誠食品有限公司進行了核查。

針對是否涉及「虛假宣傳」問題，因涉及面較廣，涉事企業和帶貨公司（合肥三隻羊網絡科技有限公司）分屬不同地域，跨地域核查需要協調多方屬地監管部門，花都區市場監管局將加緊加快推進核查進度，依法依規處理，及時回應群眾和媒體關注。

市場監管局回應稱，目前，花都區市場監管局已經介入調查。15日，廣州花都區市場監管局最新回應指出，9月13日關注到該情況後，該局立即對涉事企業——廣州市美誠食品有限公司進行了核查。

針對是否涉及「虛假宣傳」問題，因涉及面較廣，涉事企業和帶貨公司（合肥三隻羊網絡科技有限公司）分屬不同地域，跨地域核查需要協調多方屬地監管部門，花都區市場監管局將加緊加快推進核查進度，依法依規處理，及時回應群眾和媒體關注。