

食堂自製 內地高校文創月餅大比拼

北大低糖高纖 復旦主打養生 同濟盲盒應節

月餅新時尚

中秋佳節臨近，內地高校紛紛推出校園定製版月餅，包裝精美、外形匠心獨具之餘，口味也是大放異彩：注重控糖、高纖維的「養生月餅」，以大米粉作為餅皮材料的「米月餅」，色彩造型各異的「盲盒月餅」……高校月餅吸引了校友和普通市民關注的同時，各大高校的學生們也頗為自豪地在社交媒體上晒出自家的驕傲，「我們今年的月餅可好看了！」「我們的月餅特別好吃！」

據了解，這些高校月餅大多是學校食堂自行製作，不僅在品質和安全方面更有保障，也承載着每所高校不同的歷史文化、校園風貌和校訓精神。

大公報記者 夏微

其實各大高校中秋節推出月餅並不是什麼新鮮事，北京大學中秋節推出月餅就已有38年的歷史。今年，北大餐飲中心推出的兩款月餅禮盒「燕園皓月」與「燕園秋月」，內裏的月餅有方有圓，以北大校園風景、標誌性元素為樣，餡料則採用了低糖高纖的輕負擔食材。如芸沙紫蘇月餅，芸豆富含膳食纖維，健脾益胃，紫蘇散寒解表，行氣和胃；青稞南瓜月餅中青稞控糖護心，南瓜護胃明目，主打風味與健康兼顧。

「養生健康」也是今年復旦大學月餅的關鍵詞。復旦月餅精選燕麥、奇亞籽等健康碳水，融合了山藥、茯苓、五黑等傳統養生食材，口感上則注重清甜。不過，學校也創新推出了多元風味月餅，比如包含龍井茶、伯爵紅茶、生椰拿鐵的茶咖類月餅，包含豆乳芝士、厚芋泥芝士的芝士類月餅等。

餅面印有特色建築 回校打卡「相聚」

要說口味獨特，華南理工大學的「米月餅」絕對榜上有名。據吃過該月餅的網友「小婉子」介紹，月餅的餅皮是用大米粉加少許糯米粉做餅皮，蒸、炒或低溫烘烤而



在「同濟大學」中秋節，領取學校「盲盒」月餅，成為一種傳統。

成，所以是「米皮月餅」，餡料則包含脆皮黑芝麻、陳皮豆沙、奇亞籽胚芽等種類。

上海交通大學和同濟大學則是玩起了「月餅盲盒」。同濟大學今年推出馬卡龍色系的盲盒月餅，精緻又可愛。一位在同濟大學任職的老師告訴記者，這些月餅是由學校食堂師傅們一個個純手工做出來的。「學校的這些月餅上會印學校特色建築，我就可以拿着它們去實地拍照打卡。」外地來滬讀書的同濟學子小謝說，由於現在各個高校都有自己獨特的月餅，所以她已经和家鄉的好友們相約線下聚會時交換各自學校的月餅。

包裝顯心思 濃濃家國情

而上海交通大學今年的月餅口味是由學生們投票決定。其中鹹蛋黃厚芋泥月餅是人氣固定款，蛋黃蓮蓉、烏梅山楂、奶油椰蓉則成功入選「驚喜口味」。因此，同學們領到的每份月餅盲盒中將包含一枚鹹蛋黃厚芋泥月餅，以及三款人氣口味中的隨機一枚。上海交通大學學生熙熙忍不住給今年的月餅盒點讚，特別是盒子上「月滿中秋，情繫家國」的字樣，讓熙熙頗有感觸，「與交大一直倡導的『選擇交大，就是選擇了責任』，『飲水思源，愛國榮校』一脈相承。」

特稿

在內地經濟學家宋清輝看來，內地高校利用「文創月餅」開展品牌宣傳，可將傳統節日熱點轉化為高校品牌流量。高顏值、有創意的月餅，天然具有社交媒體傳播基因，在校師生、校友以及消費者自發在社交平台分享月餅時，往往會帶來更佳的傳播效果，「遠比學校花巨資購買廣告要好得多」。

◀中秋將至，內地高校紛紛推出自製「限定版」月餅。圖為9月27日，華中科技大學師生參與中秋月餅DIY沙龍。

特色高校月餅巡禮

中國人民大學「大團圓」月餅

中國人民大學盒裝大團圓月餅為內裝直徑27公分、厚2.5公分、重3斤的提漿大月餅，適合親朋好友相聚時共同分享。

復旦大學元氣養生月餅

五黑陳皮月餅裹着穀物香，紅豆薏米茯苓餡料綿密不膩，整體食材扎實又天然，健康美味兩不誤。

華南理工大學米月餅

米香清雅，口感軟糯柔韌。今年全新上線的米皮月餅相較於傳統餅皮更顯清淡健康，入口即化。

高校月餅怎麼買？

北京大學

●可於微信公眾號「北大餐飲中心官方資訊」查詢訂購二維碼，線上預訂線下發貨。目前首批預訂已結束，二次預訂已開啟。

復旦大學

●微信公眾號「復旦大學」相關文章內含復旦四大校區「月餅供應地圖」，可按需購買。

華南理工大學

●五山校區各外賣點均有售，或微信小程序搜索「華園雲飯堂」，線上下單。

大公報記者夏微整理

「口」碑載道 更勝廣告

記者留意到，近年來內地高校通過文創產品開發，提升文化軟實力的案例不勝枚舉。如清華大學「清華印象」品牌早在文創圈收穫粉絲無數。該品牌銷售的鋼筆、書籤、鑰匙扣、冰箱貼等文創紀念品，不僅種類齊全，更兼具實用功能，一些家長會特意選購，以激勵子女努力學習、追尋夢想。

宋清輝表示，內地高校通過文創產品開展對外宣傳，巧妙地將自身歷

史文化積澱、情感鏈接，以及學校獨特的文化符號有機融合，進一步增強學校與校友，乃至消費者之間的感情聯繫。未來高校文創產品設計應避免校徽元素的簡單堆砌，轉而聚焦校史、學校名人、獨特建築等故事或精神的深度挖掘。此外，還可探索開發更多數字化文創產品，包括基於學校歷史場景打造的NFT數字藏品、VR或AR校園導覽體驗、定製表情包等。

大公報記者倪巍晨

內地雙節8天長假 出遊量大增三成

逾萬文化活動助興 各地補貼消費助攻

雙節出遊熱

今年國慶又遇上中秋，長達8天的假期讓內地消費者有了更多選擇空間。多家在線旅遊平台預測數據顯示，今年「雙節」旅遊市場「量價齊升」，出遊人次及消費皆呈增長趨勢。與此同時，文旅融合趨勢持續彰顯，體驗式消費亦成市場主流。春秋旅遊報告顯示，截至9月下旬，出遊預訂人次同比增長近30%，人均消費同比上漲約20%。

此外，全國多地將在「雙節」假期舉辦精彩紛呈的文旅活動並發放消費補貼，為節日旅遊市場送上「助攻」。據文化和旅游部信息中心消息，今年國慶中秋假期，全國將舉辦各類文化活動超過1.2萬場，包括300多場大型燈光秀和500多場非遗展示活動。



▲全球最大室內滑雪中心前海冰雪世界於9月29日開幕。受訪者供圖

全球最大室內雪場 前海冰雪世界獲健力士認證

盛大開幕

29日，深圳·前海冰雪世界啟幕活動在深圳寶安區舉行。啟幕儀式上，健力士世界紀錄官方認證官正式授予前海冰雪世界「最大室內滑雪中心」認證。該項目同時獲頒國際滑雪聯合會（FIS）專業賽道認證，以及廣東省滑雪運動訓練基地、中國香港滑雪隊訓練基地等多項稱號，成為大灣區冰雪運動發展的重要平台。

華發股份相關負責人表示，前海冰雪世界將以滑雪為核心，融合體育、潮流等多維態態，打造灣區運動社交新地標。「我們將打破季節與地域的限制，推動冰雪運動從專業賽場走向大眾生活，讓冰雪熱情融入灣區四季，真正走進千家萬戶。」

據悉，港澳消費者是深圳·前海冰雪世界的重要客群。日前深圳還開通了港澳跨境直通巴士，助力港澳遊客「一站式」暢滑。「我覺得可以用『五星級』來形容這個雪場。」當天進入雪場後，香港滑雪總會秘書長蕭輝豪連連稱讚，「冰雪運動在香港特別受歡迎，這個滑雪場這麼大，設施又高級完備、達到國際水平，我相信會吸引很多香港客人未來常駐這裏進行訓練。」

大公報記者胡永愛、李薇 實習記者崔銘洋

為貓狗設「泊位」 港資購物中心落戶廣州

萌寵經濟

寬闊的戶外空間、寵物專屬廁所、可租推車……由香港地產商打造的粵港澳大灣區首座K11 Select——廣州漢溪K11購物藝術中心29日試營業，該商場主打「寵物友好」，首日吸引不少市民帶着愛犬愛貓一同前往。商場內還有不少與寵物相關的業態，包括寵物鮮食、萌寵店等。

試業首日，記者到商場實地走訪。入口處，有黃色的溫馨指示牌告知「汪星人」入場標準，還提示有寵物推車、清潔包可以免費領取。「我對商場整體印象滿意，最吸引的是寵物友好設計」。廣州市民iki抱着11歲的貴賓犬「富貴仔」說，商場最貼心的是不少餐廳設有「泊狗位」，讓狗狗有專屬空間停留，戶外區域也有很多設施供狗狗體驗。

寵物主人Ben表示，商場相比一般商場更有藝術氛圍，而寵物友好的設計在廣州亦較少見。「我們剛剛去服務台就拎到狗仔清潔包，好貼心。」Ben笑說，他六個月大的約克夏小狗今日是第一次「逛商場」，發現這裏連咖啡店都設有戶外寵物桌位，很驚喜。

大公報記者盧靜怡



掃一掃有片睇



▲在廣州漢溪K11購物藝術中心，寵物主人帶着愛犬逛街。大公報記者盧靜怡攝

【大公報訊】綜合中國網、證券時報報道：飛豬數據顯示，包括機票、酒店、門票、租車、線路遊等在內的假期出遊商品預訂量均大幅高於同為8天假期的2023年。馬蜂窩數據顯示，北京、上海、成都、西安、杭州、重慶、廣州、杭州、南京、青島位列「雙節」假期國內熱門城市前十，比往年更多的遊客將目光投向了小眾旅行目的地，阿爾山、騰冲、敦煌等地躋身熱門小城榜單前列。

假期更長 長線出境遊熱度升

出境遊方面，日本、韓國、東南亞等傳統熱門目的地熱度不減。更長的假期使長線遊熱度大漲。飛豬數據顯示，澳洲首次進入熱門旅遊國家前五位，美國和新西蘭進入預訂量前十位。本月宣布實施對華免簽的俄羅斯預訂量同比去年增長近2倍。

從交通運輸的數據表現也能看出今年「雙節」出行出遊熱度之高。今年鐵路國慶中秋假期運輸為期12天，全國鐵路預計發送旅客2.19億人次。2023年同樣為期12天的鐵路「雙節」運輸累計發送旅客1.95億人次，意味着今年同期鐵路旅客發送量或將大幅增長。航旅縱橫數據顯示，截至9月17日，今年

國慶中秋假期國內航線機票預訂量超593萬張，日均機票預訂量較去年同期增長約28%。出入境航線機票預訂量超140萬張，日均機票預訂量較去年同期增長約16%。

文旅融合 讓遊客「多住一晚」

全國多地將在「雙節」假期舉辦精彩紛呈的文旅活動並發放消費補貼，為節日旅遊市場送上「助攻」。據文化和旅游部信息中心消息，今年國慶中秋假期，全國將舉辦各類文化活動超過1.2萬場，包括300多場大型燈光秀和500多場非遗展示活動。中國旅行社協會副秘書長龍飛表示，各地文旅部門持續推出促消費活動，預計今年「雙節」期間，文旅消費市場有望再創新高。

情緒價值正成為旅客選擇目的地的核心因素，文旅體融合趨勢繼續彰顯。飛豬數據顯示，熱門演出場館周邊的酒店、景點等搜索量同比大增1.5倍，如張學友60+巡迴演唱會，上海站等周邊酒店搜索量普遍大增超2倍。美團旅行相關負責人表示，國慶假期「文旅融合」成出遊大趨勢，工業旅遊、體育旅遊等全新旅遊模式興起，吸引遊客多住一晚，驅動本地旅遊、餐飲、休閒玩樂等供給全面升級。