

# 民俗传承邂逅文旅创新 袁家村千人饺子宴开席

12月21日,冬至,咸阳市礼泉县烟霞镇袁家村游客服务中心门口的广场上,一场别开生面的千人饺子宴热闹开席。

## 村民齐上阵

十几张桌子依次排开,雪白的饺子皮、鲜嫩的馅料摆满桌案,袁家村的十余名村民系着围裙、戴着袖套,手法娴熟地忙碌着:一张饺子皮放在手心,用勺子舀起适量馅料置于皮中央,然后手指轻巧地一捏一合,先是将中间部分紧紧闭合,接着从两端依次捏出均匀细致的褶子,一个个形如月牙、饱满圆润的饺子便整整齐齐地排列在托盘之中。

另一处餐桌上,村民们正精心制作着凉菜。各种新鲜的蔬菜在他们手中被巧妙地搭配、调味,凉拌三丝清爽可口,凉拌木耳脆嫩爽滑,丰富的凉菜种类为饺子宴增添了别样的色彩。

在场地的一侧,10口大锅一字排开,灶火熊熊燃烧。锅中的水早已沸腾翻滚,蒸汽袅袅升腾。工作人员将包好的饺子一批批倒入锅中,饺子如欢快的鱼儿般在水中上下翻腾。他们手持长勺,不时轻轻搅动,防止饺子粘连。随着时间的推移,饺子渐渐熟透,浮上水面,散发着诱人的香气。

## 游客乐在其中

再来看游客。场地中,最先开始的是包饺子大赛。揉面的、擀皮的、包馅的,有的游客手法娴熟,包出的饺子形状美观,褶子均匀;有的游客则是第一次尝试,虽然包出的饺子形态各异,但也充满了创意和乐趣。

大学生张悦铭来自山西,这是他第一年在陕西过冬至:“我们那边冬至习惯吃羊肉馅的饺子,今年来陕西读大学,和同学一起来参加一下。”市民林晓宇则带着孩子一起体验,“这是孩子第一次包饺子,想捏好褶子不容易,能在现场感受这样的氛围,还是很难忘的。”

台下激战正酣,台上的吃饺子大赛更是“战况”激烈:参赛者腮帮鼓起,大快朵颐,以最先吃完10个饺子为胜。台下观赛的游客们则扯着嗓



村民们正在忙着为游客煮饺子。

本报记者 马昭 摄

子喊加油,掌声、欢笑声震得枝头积雪簌簌而落,将冬至的寒冷驱赶得无影无踪。

袁家村村委会主任王创战介绍,为了这场活动,全村齐动员,先后准备了一周的时间。饺子馅包括芹菜、韭菜、白菜和大肉。

除了口味之外,不同馅料也有着不同的寓意。比如,芹菜馅饺子代表着勤劳致富,因为芹菜有“勤财”的谐音;韭菜馅饺子寓意长长久久;白菜馅饺子有“百财”之意。

在中国,饺子不仅仅是一种食物,更像是一条情感的纽带。一家人围坐在一起,热热闹闹地包饺子、吃饺子。一口热乎饺子下肚,暖身又暖心,这就是陕西人在冬至独特的浪漫,也是传统民俗代代相传的温度。

## 激活文旅产业链和消费链

以饺子宴为契机,袁家村文旅消费链全面激活。

顺着人潮走进村子,热闹扑面而来。各种特色小吃的香味直钻鼻腔,油泼辣子红彤彤、biangbiang面宽又长、羊肉泡馍滋味浓、甑糕软糯甜如蜜……

村里农家乐忙得不可开交,用新鲜食材制作拿手好菜;民宿预订火爆,游客想留宿感受乡村静夜;酸奶店、麻花店前排起了长队,游客们希望将关中特色美食带回家。

一场饺子宴,游客不再是走马观花,而是深度融入乡村生活,参与民俗创作,沉浸式体验让旅客记忆深刻。

王创战透露,在即将到来的农历春节,袁家村还将举办一系列新春民俗活动。

近期,陕西省发改委等16部门联合印发《打造消费新场景释放消费升级新活力行动方案》,明确提出要深入挖掘地方特色美食资源,打造更多像袁家村一样具有地域特色的“美食名村”“美食名镇”。

以袁家村为例,通过多种活动深挖民俗文化根基,将传统美食与乡村旅游紧密融合。一方面利用政策扶持资金,修缮村落风貌,还原传统韵味,为美食文化“搭台”;另一方面引入专业指导,提升村民美食技艺传承与创新能力,让乡村美食更具魅力。

省社科院文化旅游研究中心主任张燕感慨颇深:“袁家村的饺子宴是民俗传承的活教材,它巧妙地将传统冬至习俗与当下旅游消费需求相结合。既让古老民俗在现代社会落地生根,又为乡村文旅开辟新径,完美契合政策导向,对其他地区极具借鉴意义,有望催生出更多特色乡村文旅品牌。”

文/视频 本报记者 石喻涵  
实习生 袁汝玉



扫码看视频

## 奶茶+周边

# 冬日消费新潮流 融入年轻人社交圈

随着冬季的到来,各大茶饮品牌在“联名周边”领域不断创新。奶茶已不仅仅是一种饮品,而成为充满“情绪价值”的潮流符号,融入年轻人的生活和社交场景。

## 茶饮周边产品热销

12月17日,西安华清广场的某茶饮门店里,店员正在打包当天刚上架的抱枕。“新品刚上架就有顾客点了这个套餐。”店员表示,许多顾客因为喜爱奶茶周边产品而选择了这款套餐。记者发现,不少消费者甚至通过外卖平台下单,将奶茶和抱枕等周边产品一并购买。

12月21日,西安创意谷某茶饮店内顾客络绎不绝。记者看到店内海报展示的“限定毛绒公仔套餐”售价18.7元,公仔的造型和颜色都非常可爱。店员介绍:“毛绒公仔套餐于12月7日上架,第二天就售罄。其他周边如茶杯套装、拴狗绳小包等也受到顾客热捧。”

记者随后在多家饮品店

看到周边产品的海报,但要想购买这些限量产品并不容易。

奶茶品牌推出的周边产品,正在触及年轻消费者的情感需求。一位正在购买奶茶的“00后”女孩梓涵表示:“这些周边产品让我的生活变得更加有趣。如果买奶茶只需要加点钱就能得到公仔,我觉得很值,既能喝奶茶又能收获‘小确幸’。”

另一位消费者提到,此前某知名茶饮推出“买两杯奶茶送冰箱贴”的活动时,她也特意下单。“冰箱贴可爱、精致,看着就让人心情愉悦。”她认为,这些周边产品不仅仅是商品,更是一种情感上的满足。



一家茶饮店内提供的奶茶和抱枕套餐。

## 普通饮品变身“情绪纽带”

这些限量周边产品已成为年轻人社交圈中的热门话题,多次上了热搜。“你抢到那个公仔了吗?”这一问题成为年轻人之间新的“问候语”。同时,热门周边产品还催生了二手交易市场。记者看到,一些消费者将抢到的公仔、抱枕转售,甚至出现代购服务。一位网友在社交平台表示:“为了抢到毛绒公仔,我买了三次奶茶,虽然喝不了这么多,但拿到公仔就值了。”业内人士指出,茶饮品牌通过推出周边产品,不仅延伸了消费场景,还提高了品牌的用户粘性,形成了具有“圈层认同”的潮流符号。

近年来,众多茶饮品牌在激烈的市场竞争中找到了

触达年轻人的新路径。无论是进行联名还是推出新品,都已成为品牌吸引顾客的重要手段。

陕西省社科院经济所副研究员顾菁表示,从抱枕、公仔到冰箱贴,这些周边产品反映了年轻消费者愿意为情绪价值买单的趋势。她认为:“情绪消费不仅是对美好事物的追求,更是消费者通过消费表达生活态度的方式。”

通过限量周边产品,茶饮品牌成功将奶茶从普通饮品转变为社交圈中的“情绪纽带”,赋予品牌更多情感属性。未来,如何更好地挖掘年轻消费者的情感需求,将成为品牌竞争的关键。

文/图 本报记者 朱娜娜



## 高口碑电影扎堆

# 西安影市全力冲刺“贺岁档”

随着年末临近,电影市场的贺岁档“激战正酣”。作为春节前的重要观影高峰期,贺岁档不仅承载着观众对新年的美好期待,也是各大片方争夺票房的“胜负手”。记者梳理发现,目前已有35部电影定档贺岁档(11月22日—12月31日),累计票房已达到16.72亿元人民币(含预售)。这些影片类型多样,极大丰富了观众的选择面。

在众多定档影片中,《好东西》以一骑绝尘之势,凭借6.71亿元的票房佳绩强势领跑贺岁档。该片由邵艺辉自编自导,宋佳、钟楚曦、曾慕梅、章宇等实力派演员参演,赵又廷、周野芒特别出演。影片讲述了一群女性在现代社会中追求自我价值的故事,豆瓣开分高达9.1分,凭借深刻主题和细腻情感表达,打破过去五年贺岁档爱情片票房纪录。《蜡笔小新:我们的恐龙故事》和港产警匪动作

片《破·地獄》票房均已过亿,前者深受家庭观众青睐,后者凭借紧凑剧情和精彩打斗场面吸引众多影迷。紧随其后的谍战题材电影《孤星计划》、迪士尼经典动画《海洋奇缘》、甄子丹主演的动作电影《误判》三部影片,票房也即将突破亿元大关。

12月21日,记者在李家村万达影城、自由人影城等地进行随机抽样调查。多数受访者表示,今年贺岁档有不少知名度高、口碑好的作品,他们表示高质量内容是吸引自己走进影院的主要因素之一。在调查过程中不少市民表示,尽管近年来电影票价有所上涨,但仍愿为优质内容买单。特别是在有观影消费补贴政策支持下,人们的观影积极性更高。一位带孩子观影的母亲称:“真正有好看的电影,即便票价稍贵,我们也会毫不犹豫地带孩子去看。”

某影城工作人员王女士表示,贺岁档不仅是春节档之前的一个重要过渡期,更是为后者积累人气和支持的基础阶段。今年贺岁档从喜剧到动画,从爱情到科幻,各种类型的影片百花齐放,满足了不同层次观众的需求。观众越来越注重电影的质量,而非单纯依赖明星效应或营销手段。近日,国家电影局启动“跨年贺岁 喜迎新春——全国电影惠民消费季”,投入6亿元观影消费券补贴贺岁、元旦、春节等重要电影档期,积极营造跨年贺岁、喜迎新春的节日氛围,有效刺激了市场需求,有力促进了整个行业的蓬勃健康发展。与此同时,“爱电影 爱生活”陕西电影消费券发放活动正如火如荼地持续举办,将发放1600万元电影消费券,让全省影迷观众切实享受到观影优惠,进一步推动了电影市场的繁荣。

本报记者 夏明勤

## 冬日新消费