

你准备好迎接马年没?



■“大湾鸡”文创。



■醒狮文创摊位,左为“棒棒狮”。



■正佳广场“大唐千灯会”装饰。

活动

商圈新年活动密集上线 马年主题装置吸睛

记者走访广州天河体育西路周边商圈看到,随着马年春节临近,天环、太古汇、正佳等大型商场纷纷推出新春主题活动与艺术装置,以传统年味结合多元体验,吸引市民游客前来打卡,带动商圈零售、餐饮、文旅等业态升温。

天环Parc Central B1户外广场中间,矗立着10.88米高的巨型龙马装置,龙角马身搭配舒展双翼。据商场官方资料介绍,该龙马装置身披1.2万片24K金箔,搭配木棉花、祥云、鳞纹等传统图腾,下层浪花托举15匹骏马,与主装置形成“乘风破浪、马到成功”的美好意象,在夜幕下呈现灯影流转的氛围,吸引市民游客拍照打卡。

正佳广场整体换上“大唐千灯

会”的造型。第四届大唐千灯会·岭南南庙会2月6日正式开幕,但在此之前,户外北广场的节目彩排“路透”已在社交平台引发网友关注。活动设置了四大主题花灯:北广场的《山海奇骏》大型灯组,30多米大型灯组搭配音乐喷泉水舞秀;西门长廊的《花灯初上》花灯长廊,设有华丽的千灯阵列;一楼中庭的《云腾逐梦》马年花灯,以唐三彩色系为灵感,高达10米;四楼中庭的《盛世唐城》装置,以“大明宫”为原型,融合了青龙寺、莫高窟、唐阙楼等元素。同时,活动还设五大主题庙会,汇聚各地小吃、非遗手作与文创产品,500余名唐朝主题NPC与游客互动,打造“好拍、好玩、好购”的新春消费体验。

文创

“大湾鸡”文创成热门手信 新年款“湾鸡跃马”已上架

“顶流”IP“大湾鸡”文创品成马年新春热门手信。新快报记者走访市区多个商圈与景点发现,近期出现多个临时搭建的大湾鸡文创售卖点,专门赶在过年前的年货采购高峰期亮相,单个花市或单条商业街的“大湾鸡”文创售卖点甚至超过3个。

记者发现,出售的“大湾鸡”文创品类丰富,涵盖玩偶、钥匙扣、盲盒、文具等;此前预热的新

年款的“鳌福临门”鳌鱼盲盒、“湾鸡跃马”盲盒已在部分售卖点上架。另外,多处推出“买一送一”“百元两件”“单品七折”等折扣福利。

海珠一销售点工作人员告诉记者,最受欢迎的当属“泡泡鸡”和十二生肖系列盲盒,“有消费者一次就端走4盒,也就是48个盲盒”。有市民专程前往“扫货”,“打算用来送朋友,价格合适,又有本土特色”。

非遗类文创亮相各集市花市 市民乐意为文化情怀“埋单”

作为广州非遗代表的醒狮文创,也为花市及各大集市注入了浓厚年味。广州南国醒狮团工作人员小石告诉新快报记者,受文旅部门邀请,春节前他们会在花城广场、北京路、西湖花市等场地设摊展示,文创产品种类丰富,匹配各年龄层消费者的喜好。小石介绍,老人家偏爱喜庆的醒狮大挂件,会买来放在书桌;小朋友喜欢可互动的“棒棒狮”,拿在手里晃动摇晃;年轻人则热衷车载摆件和首饰。

其中,参考小风车造型设计的“棒棒狮”最为热销,35元一件。每一件都是由手工描绘,粘贴组合。由于是手工艺品,无法量产,平常只在非遗街区门店出售。小石说:“我们做缩小版的醒狮,就是想以新潮形式延续本土情怀,让非遗文化融入日常。”

此外,在永庆坊等景区,通草画、木雕、非遗植物染、非遗绒花等工艺品也十分受欢迎,带有马年造型的尤为畅销。

广州年味,游客点睇?

“广州的年味比新加坡浓多了!”来自新加坡的韩先生和陈女士此次专程来粤旅游,不仅打卡了大佛寺,品尝了烧鹅等粤式美食,还在书法摊位定制了对联与“和”字摆件,打算带回家贴在门口、摆在房中。

陈女士是第四代新加坡移民,祖辈源自广东,韩先生的父母则分别是海南人、福建人,两人说着一口流利的粤语与普通话。韩先生告诉记者,他已经来广州十多次,“每次来广州都有新感觉,这次特意带了陶陶居蛋卷当手信,都是老广味道”。谈及广州年味,两人直言“太热闹了”:“虽然,新加坡过年也有烟花,但民间少了

些热闹气。广州街巷里的年味布置、手写春联的传统,都让我们想起小时候的过年记忆。”

在粤期间,他们坐高铁往返潮汕与广州,仅两小时的车程让他们直呼“便捷”。除了感慨高铁、城市建筑等硬件的飞速发展,两人对广东的环境卫生改善印象尤为深刻:“以前来小巷里还能看到垃圾,现在不管是广州的主干道,还是潮汕的小街巷,都干净整洁。”

陈女士还分享两地关于贴春联习惯的差异:“新加坡过年贴对联的人没那么多,就算贴,一般元宵一过就揭下来。中国这边不一样,对联会贴一整年。”