

# 今年粽子包装出新意—— “买粽子送篮子”！ 可循环礼盒抢C位

每到端午，粽子是绕不开的话题。不过，比起往年，今年各大品牌选择在包装上增加卖点，手工竹篾篮、DIY帆布包等花式造型，“撩”动年轻人的心。



## 梁溪非遗文化月 大师带来 “年轻力”新作

本报讯“你看，这个蝴蝶翅膀上下能动，做成胸针佩戴后非常灵动，我们团队通过精微绣的技艺以更小巧和生活化的方式和年轻人见面！”越来越多年轻人喜爱的文创、国潮元素成为非遗大师或传承人们的创作方向，和喜爱传统文化的年轻人“零距离接触”。6月8日下午，“非遗有戏”2024年梁溪区非遗文化体验月活动在大成巷启幕，乔锦洪、赵红育、柳成荫等非遗大师们带着自己的多件新作为在大成巷非遗集市集中亮相。

梁溪非遗文化体验月精心打造“展、街、集、秀”四大空间区域，集中展现梁溪区丰富的非遗资源，让市民游客沉浸式感受非遗文化的魅力。本次活动，共收集了近一年来梁溪非遗大师们新创作的泥人、竹刻、精微绣等领域的20件精品，端午假日期间，在云荫园况梅斋内进行集中展陈。

“这次我们带来的刺绣系列胸针、书签以及小件屏风等非常受欢迎，今年年轻人中流行新中式，为此我们设计了多款小鸟、玉兰、梅花、蝴蝶等陶针新款，用年轻人喜爱的色彩和花形元素结合无锡非遗精微绣的技艺，带来属于年轻人的生活时尚单品。”国家级非遗大师赵红玉介绍，这批作品偏“潮萌”，保留精微绣的传统技艺特点之余，迎合年轻化的潮流设计，感兴趣的文创爱好者还可前往她的工作室深入探讨交流。

这几天梁溪区14个非遗代表性项目集结亮相。留青竹刻传承人乔锦洪是无锡第一批国家级非遗大师之一，这次他带来了最近一年创作的几件山水竹刻佳作，“北宗山水重线条，构图讲究大气雄浑，南派风格则含蓄优雅，以写意为主，吸取南北经典元素，结合竹刻特点再进行创作的这批作品，更体现时代的年轻力量。”

在锡剧博物馆前的广场上，非遗街区设置了投壶、沐兰汤等端午民俗游戏体验点，让不少年轻游客自发驻足，感受到民俗传统节日的乐趣。云荫园内，亭台楼阁秒变非遗秀舞台，进行锡剧、评弹以及民乐表演，同时结合流行音乐、魔术等现代元素进行创新演绎，将非遗文化演出带到市民游客身边，展现非遗文化的时代精神与现代美学。当天，梁溪新授牌三凤桥酱排骨非遗工坊、穆桂英太湖船点非遗工坊、王兴记小吃非遗工坊为非遗工坊；活动还为三位国家级非遗大师乔锦洪、赵红育、柳成荫颁发“薪相传”奖。

据悉，在非遗体验室设置了系列非遗体验课程，通过线上报名的方式，吸引市民、青少年沉浸式体验做泥人、制油酥、竹篾编制、九连环等身边的非遗项目，让年轻人接触非遗、学习非遗、传承非遗。

(陶洁/文、摄)



非遗大师赵红育和她的蝴蝶胸针新作。

### “颜值为王”

#### 消费者对新奇口味脱敏

在金桥国际食品城乐隆商行，上百款粽子礼盒堆叠在门店货架上，有的纸盒包装流光溢彩，一条“金龙”昂首吟啸；还有的使用木质盒子，中间包裹的红布上绣着祥云。

五花八门的创意包装让人眼花缭乱，却也成为消费者购买的一大因素。记者在店里看到，顾客们大多拎着礼盒大致打量一番，询问好价格后买单，关于粽子口味、数量等信息鲜有过问。“口味要么甜要么咸，反正差不了太多，主要就是包装得好看，送给亲戚朋友更体面。”市民

金女士说。

乐隆隆商行经营者许惠敏从事这行多年，他观察到，粽子在经历口味迭代之后，消费者渐渐对新奇口味“脱敏”。“前几年像火锅味、螺蛳粉味的粽子还有不少，今年这些奇特的口味基本没有了，反倒像白米粽这样朴素简单的粽子成了畅销款。”许惠敏介绍，消费群体对于节日礼盒有一定需求，精致的包装加上定制化内容，能增加粽子的销售卖点。

根据《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》(GB 23350-2021)国家标准第1号修改单规

定，粽子商品包装层数不能超过三层，不能使用贵金属和红木材料，粽子更不能与超过其价格的其他产品混装。售价100元以上的粽子，包装成本占销售价格的比例为15%；售价100元以下的包装成本占比20%。记者走访市场发现，“颜值导向”之下，粽子礼盒包装设计别致，线下商超零售价格在消费者接受范围之内。在多家超市，100元左右的礼盒装粽子是主流，“100元左右的礼盒顾客接受程度最高，也是卖得最好的，超过200元的只有少数几款。”有销售人员告诉记者。

### “绿色环保”

#### 可循环使用包装受欢迎

过往粽子礼盒的包装以纸质为主，节日过后，盒子多数流向废品回收站，难以二次利用。随着绿色环保理念逐渐深入人心，粽子外包装在保持基本功能的基础上，增加了许多附加功能。兼具实用性和美观性的包装更受青睐，不少年轻消费者因包装“入坑”产品。

锡城星巴克的各大门店，一款彩色帆布包被放置在显眼位置，在自媒体上，帆布包的风头已

经盖过粽子本身。“粽子口味是冰皮里面包裹水果馅料，其他品牌也有类似的，但是赠送的布袋很讨人喜欢，不少顾客就是冲着它购买粽子的。”星巴克海岸城门店店员介绍，帆布包是粽子的附赠产品，门店提供丙烯笔，消费者购买后可在布袋上DIY作画，为节日增添更多乐趣。

在金桥国际食品城，手工竹篾篮出现在粽子批发门店里。一款下方上圆、顶部带有手柄的礼

盒，内里宽敞的空间能够盛放碗碟，可以当作饭盒使用；另一款造型很像菜篮子，热衷时尚穿搭的潮人们，挎在手腕上还会演绎出别样风格……许惠敏介绍，竹篾篮子造型的粽子礼盒是今年的主推款，零售价格在100-200元，“材质结实耐用，里面空间富余，手提买菜、凹造型都可以，大家会觉得物有所值，相当于买粽子送篮子。”

(晚报记者 陈婧怡/文、摄)

## 端午“不贵也不挤”

从国潮到汉服，从文博游到古镇游，受新中式走红的影响，今年的端午作为传统节日，与其他小长假相比“性格鲜明”。划龙舟包粽子、非遗体验日、汉服剧本游……端午假期首日如同一场“国潮聚会”。因假期在“五一”和暑假之间，是暑期前出游的黄金时间，这个假期难得“不贵不挤”。

旅游平台数据显示，北京、西安、南京等文化名城位列全国热门目的地前十，无锡的惠山古镇、拈花湾、三国水浒城等景区搜索率名列前茅。昨日，同程旅行发布《2024端午假期旅行趋势报告》显示，“新中式”是年轻人关注的旅行方式，各类传统文化相关的景区景点、演艺项目、非遗体验、节日活动等受到游客关注，国内目的地也纷纷推出节日相关活动，吸引游客前往。

着华服、包粽子、挂香囊，在拈花湾景区，传统文化仪式感满满，正是花草茂盛之时，马鞭草、疏华菊、绣球花等花开正好，“太好拍了，穿一件汉服，在哪拍都出片。”从苏州来无锡过节的游客小秦笑着表示，喜欢国潮文化，所以选择来拈花小镇。在三国水浒城景区，“刘玄德试剑石”演艺全新亮相，以人物情景剧的形式，融入诗词歌赋等元素。荡口古镇的“荡口风华录”剧本游，以屈原主题情景歌舞剧演艺，大受欢迎。当天，无锡影都《唐宋八大家》拍摄场景开放，让市民近距离感受了荧幕里的唯美感。记者发现，在景区各处都有文明旅游的公益广告，时刻提醒游客文明出游。

截至目前，多个OTA平台的预订数据显示，端午节是难得“不贵不挤”的小长假，值得“捡漏”。

携程方面表示，今年端午假期正值6月上旬，高校陆续开始放暑假。趁着中小学生们还未完全放假，00后大学生和“打工人”们都想抓住这个时间差。从消费来看，端午假期非常友好，“暑期还没有到，端午假期的酒店预订花费相对更低。”无锡市旅游行业协会相关负责人说。记者发现，无锡酒店订单均价较“五一”可省30%多，较暑期也有约二至三成的优惠。

无锡万达国旅副总经理邓云岗介绍，国内的云南腾冲、海南万宁等热门目的地在端午都没有涨价；境外方面，西班牙马德里、俄罗斯莫斯科、美国塞班岛、澳大利亚墨尔本和悉尼等地酒店价格处于暑期前的低谷，在端午拼假出游比较划算。

(璩珺)