

大馍王出圈，传统美食化身潮流好物

运城也有自己的“Jellycat”

2月8日，在市博物馆南侧的非遗市集上，一个全新的文创潮玩品牌——BIGMOGIC吸引了众多市民的目光。这一由山西常青文化发展有限公司打造的蕴涵运城美食元素的文创品牌，以其独特的设计和深厚的文化内涵，为运城的文创市场注入了新的活力。

大馍王系列文创产品是山西常青文化发展有限公司品牌BIGMOGIC的主打产品，共有四款产品。其中，黑色限量款“大馍王”尤为引人注目，它有着两个独特的尖耳朵，造型十分吸睛。此外，还有山西特色的手工白面馍、玉米面馍和紫薯面馍等款式，分别被命名为“馍豆豆”“馍嘟嘟”“馍贝贝”，这些可爱的名字也为产品增添了不少亲和力。

“美食是一个城市最具代表性的文化符号之一。打造美食IP，可以更好地展示一个城市的文化底蕴和特色，增强城市的吸引力。”该品牌主理人如是说，“我们不只是卖馍，更想传递一种文化自信。从餐桌美食到创意载体，大馍王要让大家看到，传统非遗可以很潮，运城文化可以很酷。”

该公司还将运城当地美食文化与3D打印技术相结合，创意化设计出“运城美食三剑客”IP，推出了一系列冰箱贴，如

“Super大盘鸡”“来个大饼”“今日大碳”，让运城的“大盘鸡、馍夹菜”等地道美食以全新的形式走进大众生活，焕发出新的市场活力。

除了美食文创，BIGMOGIC还在文化传承方面下足功夫，开发了永乐宫神仙笔记本和好运之城古建笔记本。通过集齐专属印章的方式，让市民能够将运城国宝古建带回家，这种创新的互动形式深受大家喜爱。

“根据市文旅局的安排，山西常青文化发展有限公司在运城博物馆非遗市集和禹都公园都设有摊位并通过这些平台向市民推广文创产品。”该品牌主理人表示，数据显示，此次文创系列上线各平台相关话题阅读量累计超百万次，各个摊点销售量也非常理想。

在产品搭配上，BIGMOGIC也别出心裁。消费者在选购馍类文创产品后，还能选择各种“配菜”进行创意组合，“馍加串，串联快乐”“馍加蛋，好事皆圆”等趣味口号，让购买过程充满乐趣。同时，品牌还提供多种颜色的挂绳，方便消费者携带“馍王”快乐出街。

“我买了一套公仔，很好看，寓意着新的一年蒸蒸日上，好运满满。”市民陈



▲大馍王文创产品

娟说，这个创意很好，将运城的美食以独特的创意留给食客，让更多的人以另一种方式了解到运城的美食文化，为我市文旅消费市场增添了新的动力。

“春节假期，文化赋能+创新体验点燃‘河东年味’新爆点。BIGMOGIC不仅是一个文创品牌，更是运城文化的传播者。”该

品牌主理人说，他们将继续聚焦“经营城市”和“打造主客共享的美好生活空间”思路，为运城各个文旅产业端口提供融合发展平台，抓住新业态、新模式、新供给、新潮流的机遇，共同助力运城文化和旅游产业迈向新未来。

记者 陶登肖

走出去 扬美名——永乐宫获央视关注

运城晚报讯(记者 孔雄)2月6日，央视CCTV-13新闻频道《朝闻天下》栏目以“再现山西永乐宫700年前建筑与壁画传奇”为主题，对近期在国家典籍博物馆展出的“观妙入真——山西永乐宫文物精粹暨数字艺术大展”进行了报道。

“沉浸式走过遇仙桥，领略吕洞宾‘任他乌兔走乾坤’的洒脱；长卷触屏，了解元代神仙人物的背景故事；5D空间内，感受永乐宫烟霞供岁、古殿垂虹的日升月落……”此次央视报道中，对永乐宫景区内的三清殿琉璃正脊堆花脊身及东西鸱吻、《朝元图》壁画和《五龙捧圣》壁画都进行了详细介绍，使更多人进一步了解了永乐宫的传统古建美学与古典绘画艺术。

据悉，这一盛大的展览，汇集了永乐宫150余件珍贵文物，还首次融



▲央视报道永乐宫文物精粹暨数字艺术大展

合数字化前沿技术与手段，AI复原与活化永乐宫壁画、彩塑和建筑原貌，让全国各地的观众可以零距离领略

永乐宫的非凡魅力。本次展览于1月中旬在国家典籍博物馆第三、四展厅对外开放，到8月底结束。

河东成语典故系列短剧上线

运城晚报讯(记者 孔雄)近日，由运城市文化和旅游局精心打造的河东成语典故系列短剧正式在小红书社交平台上线播出，春节假期更是得到各地网友的关注和喜爱。

该系列短剧通过时下正火的微型故事形式，以河东为背景，真实还原了“有情人终成眷属”“孝感动天”“旗亭画壁”“裴度还带”“圆木警枕”“伯乐一顾”“董狐直笔”“按图索骥”“许由洗耳”“君无戏言”10个成语典故发生的历史情境。

与此同时，剧中展现了我市鹳雀楼、普救寺、司马温公祠等诸多旅游景区、景点，引领全国观众了解河东大地的自然风光、历史韵味及文化内涵，有效激发了人们实地游览“国宝第一市”的热情。

据悉，每个短剧时长为3分钟至5分钟，故事看点十足，演员表演到位。您如果感兴趣，赶紧关注“运城文旅”小红书官方账号，去一睹为快吧！

万保苹果：拥抱跨境电商 拓宽出海之路

新春走基层

春节假期，临猗县果农王万保带领着团队，让临猗苹果踏上了一条全新的“出海”之路——跨境电商，成功叩开了澳大利亚市场的大门。

在该县万华果业厂区，记者看到，各种现代化的分拣设备飞速运转，精准筛选着每一个苹果。工人们则熟练地将分拣好的苹果装箱。

“这批运往澳大利亚的苹果，都是咱们精挑细选出来的宝贝！”王万保说，“澳大利亚那边选果讲究‘三无一净’，果面不能有丝毫伤痕、瑕疵和锈迹，还得干干净净。在国内，每斤可能就卖6元多，可到了澳大利亚，能卖到28元呢，价格能差上好几倍！”他

的话语里，既有对自家苹果品质的自信，也透露出跨境电商的巨大商机。

在分拣车间，澳农(山西)供应链管理有限公司的专业团队同样忙得不可开交。他们手持检测工具，像对待艺术品一样，对每一颗苹果进行细致入微的“体检”。从色泽到果形，从糖分到硬度，每一个指标都严格把关，确保这些苹果以最完美的状态远渡重洋。

作为临猗县北辛乡卓逸村万保果业集团的领航者，早在今年1月下旬，王万保就曾将一辆满载15吨万保苹果的货车出口至澳大利亚。据王万保介绍，近期外贸订单络绎不绝，自去年12月以来，合作社已向孟加拉国、迪拜、印尼等国家和地区出口了上千吨优质苹果。

“一天3场到5场直播，每场单量1万单左右，累计销售超过100万单，今年中秋、国庆‘双节’销量收入翻两番……”在合作社的备忘录里，王万保向记者“细抠”了他今年首次“触网”时的成果和目标。

68岁的王万保，大半辈子都在传统销售的浪潮中摸爬滚打。去年9月，他却毅然踏上跨境电商的新赛道。这一勇敢的尝试，不仅为他个人带来了前所未有的机遇，也让临猗苹果搭乘上了驶向世界的“高速列车”。

在忙碌与喜悦中，王万保对未来充满了无限信心和憧憬。他深知，跨境电商只是一个开始，这个新春，临猗苹果以崭新的姿态，跨越千山万水，走向世界的各个角落。

记者 刘凯华

稷山县涧东社区新春文化盛宴连台上演

运城晚报讯(记者 刘亚)春节假期，稷山县社区服务中心涧东社区在涧东舞台举办了春节系列文化活动，吸引众多居民热情参与。

2月5日(正月初八)晚，涧东社区灯火辉煌，大型歌舞表演拉开帷幕。戏曲专场于2月6日(正月初九)接力上演，由洪洞县大槐树蒲剧团带来的《金麒麟》以清官断案故事弘扬正义；《赵氏孤儿》凭借演员精湛表演，让观众沉浸在传统戏曲的艺术魅力中。2月7日(正月初十)的三台演出将活动推向高潮，上午《三进士》以孝道伦理触动人心，下午《双官诰》通过教子故事传递家风美德，晚间的历史剧《朱元璋》以恢弘场面再现帝王传奇。三场大戏涵盖伦理、历史等多元题材，吸引众多戏迷携老扶幼前来观赏。

涧东社区负责人表示，此次活动，不仅丰富了社区居民的文化生活，也增强了邻里之间的交流与互动，让传统文化在社区中焕发出新的活力，成为春节期间社区里一道亮丽的风景线。