非遗传承·匠心焕新生

新春非遗消费热 千年技艺焕生机

本报记者 赵 曦 □ 王雅舒 文/摄

图为景泰蓝珐琅工艺品。

今年春节假期，全国各地庙会拉开帷幕，各具特色的非物质文化遗产不仅成为展现地域文脉的重要载体，更凭借独特的文化内涵与喜庆寓意成为庙会消费市场的“新宠”。记者走访多地发现，新春佳节，非遗好物在浓浓的烟火气中传递着千年文脉的时代活力。

“寓意消费”走俏 东昌葫芦点亮新春庙会

方寸之间刻万象，福禄文化传千年。作为国家级非物质文化遗产，聊城东昌葫芦雕刻是山东省聊城市极具代表性的传统美术技艺之一。2月22日，记者走进山东省聊城市古城新春庙会，这座古老的水城，正依靠一个个圆润饱满、形态多样的葫芦摆饰散发出独特的非遗活力。“葫芦买回家，福气进家门。”聊城宝葫芦展览厅内，店长正在向顾客热情推荐葫芦摆饰。“新春期间，我们推出了许多‘年味’葫芦摆饰。这个春节，随着庙会的火热开展，葫芦摆饰的销售额不断增长。”该店长说。

庙会现场，各葫芦摊位前人头攒动，驻足观赏、询价购买的游客络绎不绝。某葫芦摆饰摊位摊主王先生正忙着给葫芦摆饰缠绕红绳，圆润的葫芦与形似小树的枝丫相映成趣，构成一幅简约雅致的年味图景。他说：“与平日相比，春节期间销售额增长了三成多，顾客都想借着葫芦的‘福禄’好寓意，给新年讨个好彩头。”

“游客在逛完庙会后，顺便把非遗产品带回家，真正实现‘以展促销、以销促产’。”聊城市文化和旅游局相关工作人员说。

匠心好物受热捧 京城非遗引发消费热潮

在北京，非遗同样热度高涨，尽显皇城民俗的深厚底蕴。北京国家会议中心的庙会现场，非遗展区中金漆镶嵌、花丝镶嵌、景泰蓝、雕漆、京绣等“燕京八绝”齐上阵，吸引游客驻足观赏。“这个珐琅碗太漂亮了，不仅寓意好，工艺也很特别。”一位游客端详着景泰蓝珐琅碗啧啧称奇。据摊主介绍，现在很多游客更喜欢老工艺物件，春节假期咨询购买的人络绎不绝，销售情况十分乐观。

“这是用真葫芦做成的摆件，您是一晃能感觉到里面的瓤。不远处，金漆镶嵌摊位摊主梁光生正在向游客介绍金漆葫芦，刷上不同颜色的漆，混入螺细和贝壳，才能呈现出这种独特的光泽感。”梁光生说，因为是纯手工制品，制作工期长达三个月，“苹果形”葫芦非常适合作为新春摆饰，“平安”和“福禄”的谐音引得不少顾客当场下单。

内画摊位前更是热闹非凡，内画技艺传承人正在现场制作内画挂珠饰品。据摊主介绍，“内画最初从鼻烟壶制作发展而来，如今通过不断创新形态，推出挂珠等更贴近生活的产品，挂珠上的熊猫、虎头帽、生肖等活泼图案深受年轻消费者喜爱。”在记者与摊主交谈过程中，身旁的游客也连连发出感叹：“太厉害了，在这么小的珠子里也能画得这么精美。”

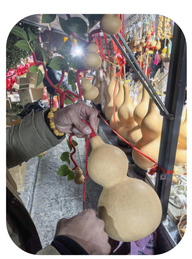
各地庙会焕新彩 非遗消费激活文化新动能

北京昌平超极合生汇内民俗文化节的非遗年味吸引着不少顾客。非遗宋锦饰品摊位上，摆放着摊主制作的宋锦发卡等饰品，还摆着2026年恭贺新春的宋锦日历，木质框板内按月份整齐摆放着12个宋锦生肖摆饰，红金配色的新春色彩吸引着众人目光，该店间便有顾客付款购买。

河北秦皇岛阿那亚景区内，新春“游园会”也充满“非遗味道”。皮影、剪纸、手工布艺等手工制品配上新春“外衣”，喜庆的配色和活泼的图案吸引不少孩子挑选购买。

福建漳平300余米的“板凳”花灯笼、安徽凤阳国家级非遗凤阳花鼓的热闹开锣……今年，全国各地的庙会不再局限于吃喝玩乐，而是成为非遗传承与传播的重要阵地。这些承载着独特地域文化的非遗产品，在满足节日消费需求的同时，让千年技艺不断焕发新的生机，为新春佳节增添了浓郁的文化韵味。

图为景泰蓝摊主展示产品。



图为王先生正在制作葫芦摆饰。

文旅融合·县域新活力

从一家猫咖的“破圈”看区县消费新变化

图为消费者正在“芙晓猫咖”撸猫。

□ 本报记者 黄芷凌 文/摄

新春伊始，重庆市大足区的街头巷尾涌动着别样的活力。连锁餐饮店内座无虚席，快时尚品牌店人流如织，各类新式茶饮与烘焙的香气弥漫街角。更引人注目的是，猫咖、手作体验馆等曾专属于一二线城市的“新潮业态”，如今已成为区县年轻人新的社交聚集地。消费场景的下沉与升级，正悄然重塑着这座城市的节日图景。

瞄准“治愈经济” 首家猫咖落地

农历大年初五，“芙晓猫咖”暖意融融。室外就餐区坐满了消费者，桌上咖啡热气腾腾，店内更是热闹非凡。

店主黄晓波一边熟练地称豆、磨粉，一边笑着招呼想“吸猫”的顾客，德文、布偶、缅因等十几只性格各异的“猫咪员工”在年轻人腿边穿梭撒娇，引发阵阵惊喜的笑声。

这是大足区第一家猫咖店。32岁的黄晓波并非一时冲动入局，作为一名深耕宠物行业多年的从业者，他敏锐地捕捉到了市场机遇：“这几年大足区养宠人数增长很快，但许多爱宠人士受限于居住条件和经济成本，无法养宠。‘云吸猫’虽好，哪比得上亲手摸一摸？”

在考察了重庆市中心城区猫咖的稳定运营模式后，黄晓波决定将这一业态引入区县。“宠物经济赛道宽广，而大足区市场还是空白，我们觉得这是个机会。2025年初，芙晓猫咖正式开业。”黄晓波说。

从“买产品”到“买认同”

推开店门，暖色调灯光、高悬的红灯笼，随处可见的绿植，营造出温馨治愈的氛围。米白色的墙壁上不仅有“猫咪员工档案”，还贴满了顾客的撸猫照片与心愿便利贴。

“现在的消费者，尤其是返乡的年轻人，习惯通过社交媒体获取信息，‘颜值’和‘氛围感’是吸引他们的第一要素。”黄晓波说，他把店布置得温馨可爱，还通过抖音、小红书等平台发布视频引流，不少乡镇顾客看到视频，特意前来打卡。

新鲜感能引来客流，但情感联结才能留住人心。“如今的消费者，买的不仅仅是产品，更是一份‘认同感’与‘陪伴感’。”黄晓波介绍，店里专门设置了照片分享墙和留言区，免费为消费者拍摄并打印与猫咪的合影，鼓励大家分享自己的故事。店里还建立了顾客微信群，每一条建议——从“椅子有点硬”到“想喝某款新品”，都被认真记录并迅速改进。“要让顾客觉得这家店懂他们。”黄晓波说。

“来这儿偷个懒，感觉时间都慢下来了。”“逗逗猫，喝喝咖啡，和大家聊聊天，一周的疲惫都被治愈了。”社交媒体平台上，关于“芙晓猫咖”的好评比比皆是。

“去年‘五一’假期，店里共接待了200余名顾客。今年春节假期，店里的生意格外红火，日均接待顾客五六十人。”黄晓波说。

“芙晓猫咖”的走红，不仅是宠物消费市场蓬勃发展的缩影，更折射出区县青年群体对于精神慰藉和情感寄托的需求。

从“供需错配”到“多元共生”

“起初我们也担心，区县的人流量和消费力能否支撑新业态？”黄晓波坦言，但在运营时他发现，区县同样蕴藏着独特的机遇。随着社交媒体的深度渗透，信息壁垒被不断打破，区县年轻人可以同步获取最新的潮流资讯，对多元化、个性化消费的热情日益高涨。然而，过去本地市场恰恰缺乏相应的供给，“供需错配”正是新业态生长的机会。

近两年，大足区陆续涌现出手作店、精品小酒馆、特色咖啡馆等新业态，不仅吸引了年轻人打卡，更逐渐培育出稳定的客群。类似的变化正在各地发生：山东省德州市宁津德百广场引进华为体验店等地区品牌首店150多个，开设全县首家24小时营业的711便利店，同时建成1000平方米健身房、大型淘气堡等多元消费场景；安徽芜湖弋江区“芒果夜市”集美食、文创、手作、潮玩等业态于一体，自2025年7月开业以来，日均客流量超5000人，已成为当地消费新地标；云南腾冲市大庄村屿你咖啡烘焙定制中心门店占地近1000平方米，为游客提供咖啡烘焙体验、文化讲解等服务……

长江商学院市场营销学副教授李洋分析，下沉市场已不再是传统认知中的“留守人群主导”。越来越多拥有城市生活经验、同时兼具本地熟人网络的青年选择回流，成为推动消费升级的“排头兵”，促使县域消费场景日益丰富多元。

“区县无疑是一片广阔的蓝海。但随着时间的推移，会有更多的竞争者进入，品牌必须找到差异化的竞争优势，持续满足品质化、多元化与个性化消费需求，才能走得更远。”黄晓波表示。

重庆大足：天上宫阙落湖面 千年石刻变花灯

□ 本报记者 黄芷凌 文/摄

2月21日傍晚，天刚擦黑，重庆市大足区首届大足石刻新春灯会现场已是人头攒动。千盏花灯次第亮起，将石刻文化映照得流光溢彩。这场由数百名非遗工匠历经数月打造的灯会，不仅让千年文化在光影中“活”了起来，更以沉浸式的过年新体验，点燃了城市的夜经济。

步入灯会，湖面上一座“天上宫阙”顿时映入眼帘，重檐飞脊，造型精巧；亭台楼阁，色彩明丽，蔚为壮观。踏上湖上吊桥，连排的粉色莲花灯花瓣层层叠叠，灯影与湖中锦鲤相映成趣，呈现出“鱼戏莲叶中”的意境。沿湖前行，一尊40米长的卧佛横卧湖面，紫、蓝、绿色灯光缓缓流转，庄严肃穆中透着梦幻。不远处千冰开鹅，一灯光装置在雾气中若隐若现。

“快看，是吹笛女！”随着观众的惊呼，一位“粉衣女子”惊艳亮相，她纤手着笛，头颈轻侧，双眼微闭，神情专注。步道上，原本端坐的莲花童子变成了一个个会挥手、摇头的“萌娃”，引得孩子们争相合影。

“以前带女儿看大足石刻，她觉得枯燥。”带着7岁女儿知知（化名）来赏灯的市民李女士笑着说，“这种萌化的形象、丰富的灯光让石刻变得生动鲜活，知知一路都在问这是什么故事。”

作为世界文化遗产，这是大足石刻首次以光影形式集中亮相。百名工匠汲取卧佛、吹笛女、父母恩重经变相等经典石刻形象的内涵进行创意重构，让千年文化以轻盈、有趣的姿态走进年轻一代的视野。

灯会不仅是石刻文化的展示窗，更是本土民俗的展演场。中敖“火烧龙”盘踞在青山之上，鳞爪分明，气势雄浑，在烟火追光中仿如浴火重生；万古“鲤鱼灯”定格跳跃身姿，栩栩如生，似下一秒就要跃入湖中；转动的轴承、闪亮的刀具，五金部件也都化作了灯组的语言。

与此同时，非遗表演与民俗灯组交相辉映，尽显国潮风范。晚上9时，锣鼓声响起，人群迅速向表演区汇集。千余度的铁水被匠人奋力击向夜空，瞬间炸裂成万千星点，随即如流星雨般坠落。人群中爆发出阵阵惊呼，人们纷纷举起手机，捕捉这转瞬即逝的璀璨。

“这种热闹的非遗表演，让人找回了小时候过年的感觉。”今年63岁的市民王亚说。

赏完灯、看完戏，美食市集里升鹅的烟火气接过了夜间消费的接力棒。红柳羊肉串滋滋冒油、钵仔糕晶莹剔透、酸辣粉鲜香麻辣、冰糖葫芦香甜可口……各地美食在此荟萃，香气扑鼻。

在羊肉串摊位前排队的消费者陈一鸣感慨道：“往年过节只是走亲访友，总觉得差点意思。今年全家老小来逛灯会，赏花灯、看表演、品美食，这就是我们回住的年味。”

“东风夜放花千树，更吹落、星如雨。”宋代词人辛弃疾在《青玉案·元夕》中所描绘的花灯盛景，至今仍熠熠生辉。从大足石刻新春灯会，到园博园“禧欢赏”大型水上灯会、南岸长嘉汇非遗灯会，再到云阳张飞庙马年灯会，重庆市各区县的新春灯会各具千秋，不仅丰富了市民的节日生活，更通过“灯会+非遗+美食+旅游”的模式，为新春佳节增添了浓厚的文化底色与经济活力。

图一

图二

图四

图三

图一为重庆大足石刻新春灯会现场。
图二为“吹笛女”灯组。
图三为“鲤鱼灯”灯组。
图四为“鹤桥会”灯组。
图五为“火烧龙”灯组。

在太原古县城解锁马年出游第一站

□ 本报记者 闫 利 文/摄

五颜六色的灯笼挂满树梢，欢笑声回荡在古老的街巷。2月18日，农历正月初二，年味正浓。位于山西省太原市晋源区的太原古县城内，人头攒动，热闹非凡。对于许多归家的人们和游客而言，在温暖的家里度过除夕和初一后，这里成为了他们走出家门、拥抱马年新春的第一站。而这座承载千年晋阳记忆的古城，也以一场“欢乐中国年·古城奇遇记”的新春嘉年华，迎接四海宾朋。

下午3点刚过，记者在停车场绕行两圈才勉强找到车位，随后紧随人流前往古县城。城门外，从山西运城返回太原过年的刘先生正给他那兴奋得跑跳不停的儿子整理衣服，他笑着说：“除夕在家里陪爸妈吃了年夜饭，初一给亲戚拜了年，今天就带孩子出来感受一下外面的年味。之前就听朋友说古县城今年春节策划了不少活动，拜年的时候亲戚也说初一古县城人流突破了12万人次，所以特意选在今天出门，想着错峰出游人应该不多，正好开启马年出游第一站，讨个好彩头，没想到放眼望去人一点也不少。”

图为家长给小朋友购买糖画。

记者在路边饮品售卖处与多位市民、游客交流后得知，不少人与刘先生一样带着全家人一起出游，想在太原古县城感受年味，顺带开启马年出游第一站，“没想到古县城内有这么多人”是记者听到最多的一句话。

走进太原古县城，仿佛穿越进一个“传统”与“科技”交织的奇幻世界。

在北广场前，数百名游客仰头惊呼。只见挂着威亚的演员衣袂翩跹，向人群撒落象征着吉祥如意的“花瓣”。来自河北的游客张女士边录像边神开手接住这份祝福，她激动地告诉记者：“这‘飞天撒花’太震撼了，感觉非常有仪式感。”

沿着北街跟随人流前行，每个街口的表演都引得游客惊叹连连。记者偶遇了“福禄寿喜财”五路“神仙”与吉祥物“二小”，他们正兴致勃勃地向路边的游客传递着新春祝福。“刚刚‘财神’跟我击掌了，这个互动太有趣了，今年要交好运呀。”来自山西大同的曾先生说。

当夕阳的余晖从天际褪去，整座古县城瞬间被另一番景象点亮。北门城楼处，舞者伴着礼乐起舞，城墙内外形态各异的花灯缓缓点亮，将巍峨的城楼与璀璨的灯海融为一体，引得游客惊叹连连。

如果说光影盛宴、民俗表演、快闪活动带来的是视觉的冲击，那么弥漫在街巷间的食香香气，则是勾动山西年味的味觉密码。

沿着北街一路南下，山西各地的特色美食尽在眼前，头饺、过油肉、刀削面、柳林碗托、浑源凉粉等摊位前围满了品尝的游客。

“这个小马的花馍真喜庆，价格也不高，准备买一个带回去，当作我们马年旅途第一站的见证，寓意着马年马到成功，比买普通的纪念品有意义多了。”在一处花馍售卖处，来自山东的李女士说。工作人员介绍，这些花馍由国家级非遗定襄面塑代表性传承人续爱花制作，是可品尝、可收藏、可礼赠的非遗文创花馍。不少游客争相购买，并感叹“花馍有年味和山西传统的味道”。

图为太原古县城内游客如织。

夜色渐浓，提着花灯的小孩、到处拍照打卡的年轻人、换扶老人的中年人、脸上都洋溢着出游的惬意与满足。正如一位正在给孩子购买马造型气球的父亲所说：“全家人在马年的第二天出游既是团圆更是对新年的期许，这不仅是一场新春嘉年华，更是一段充满温情的新春开年之旅。”

湖北竹溪：山水之间人潮涌 小城春节年味浓

图为夜间的武陵不夜城景区。

□ 本报记者 唐 瑞 文/摄

夜幕降临，华灯初上，位于湖北省十堰市竹溪县的武陵不夜城景区内人流如织，音乐声、叫卖声、欢笑声此起彼伏，空气中弥漫着牛肉饼、臭豆腐、糖葫芦等各类食物的气味，游客在街头小吃摊前排起长队。

春节假期，这座秦巴山间小城迎来一年中最热闹的时刻，县域文旅消费在浓浓年味中持续升温。

据了解，武陵不夜城是在国家强县工程战略下整体规划开发的，一期街区全长361米，商业面积约2万平方米，根植于竹溪本土文化，以“山二黄”文化为核心，包含主题餐饮、休闲娱乐、“特色”小吃、非遗文创等七大经营业态。其于2024年4月获评AAA级景区，2025年入选湖北省十大夜游目的地和省级沉浸式演艺夜游项目，周末单日客流量突破10万人次。此次春节假期，客流量更是超150万人次。

春节假期的夜晚，记者随着人流一路游览，看到一场场沉浸式演艺轮番上演；街区变身巡游场，演员身着华服与游客互动合影；非遗“打铁花”在夜空中绽放，铁水如星雨般洒落，引来阵阵惊叹；非遗傩戏舞者腾挪辗转，彩绘面具在火光中闪现……

不夜城街区实行“免费开放+日夜演绎”的运营模式，吸引大量周边城市自驾游客前来打卡。“我们下午就来了，一直玩到晚上，孩子舍不得走。”有外地游客表示。据了解，春节假期，西安、安康、巫溪等地的短途旅客络绎不绝。景区负责人告诉记者，假日期间，外地游客占比稳定在60%以上。客群地域分布以短途辐射为主，核心客群主要集中在陕西、重庆、湖北三大周边区域，合计占比超80%。

为了便利出行，当地开通跨省公交专线和免费夜游巴士，于城区主干道沿线增设交通指引牌，并有交警与志愿者在重点路口疏导车流。高峰时段虽车多人多，却秩序井然。为缓解停车压力，县内机关企事业单位和部分小区开放共享车位，新增临时停车区域，并通过小程序引导游客实时查询车位信息。对外地车辆实行“首违不罚”柔性管理措施，让远道而来的游客感受到城市温度。

夜经济的火热，也点燃了商户信心。街区某烤肉店的商户王栋告诉记者：“我属于个体户，平时做点小生意维持生计。从我个人角度来看，景区确实吸引了很多周边县市的游客来消费。很直观的一个体验就是，之前有外地的朋友来竹溪根本没有地方可去，现在不一样了，能游玩的地方太多了。”

正如该商户所感受到的，不夜城景区带动了餐饮、零售、娱乐等多业态联动发展，越来越多本地居民实现“家门口就业”，节日消费活力持续释放。

上述负责人表示，武陵不夜城的火爆对周边商户营收带动显著，文旅经济的乘数效应充分显现。住宿业方面，星级饭店平均出租率92.11%，较上年同期增长12.3个百分点；重点宾馆酒店及特色民宿持续“一房难求”。餐饮业方面，武陵不夜城、竹溪广场公园等核心商圈餐饮上座率始终保持高位。交通配套方面，城区北环路、西关街等重点区域停车场“一位难求”，旺盛人气直接带动了消费升温。此外，武陵不夜城开街一年多来，累计带动3500余人实现“家门口就业”。同时，光影街区引入了服装仓储等新业态，打破了武陵不夜城以餐饮为主的单一业态结构，为商业生态注入了新的活力。

白天的竹溪，同样人气不减。夯土小镇里，游客体验古风场景，拍摄汉服写真；乡村旅游点推出“观影+研学”套餐，吸引亲子家庭前来打卡。依托国家级非遗“山二黄”和省级非遗向坝民歌，当地将戏曲元素融入演艺与体验项目，让传统文化在节日氛围中焕发新生机。

山城夜色与灯火交相辉映，街头巷尾处处洋溢着欢声笑语。这个春节，竹溪以文化为魂、以夜游为引擎、以服务为保障，让县域文旅消费在年味中焕发勃勃生机。人潮涌动之间，既有传统民俗的厚重底色，也有新业态、新场景的活力表达。秦巴山水环抱的小城，正用一场场热闹非凡的节日盛景，书写县域经济“以文兴旅、以旅促消”的生动篇章。

图为游客在“山二黄”戏台布景前拍照打卡。

河北唐山：在唐风市井中探索春节消费新玩法

本报记者 赵 曦 □ 花沁昕 文/摄

马年新春，盛唐夜市的繁华在河北省唐山市河头老街得以重现。2月13日傍晚，运河两岸的万盏花灯次第点亮，红的宫灯、黄的鱼灯、彩的花灯交相辉映，将青砖黛瓦的古街晕染得如梦似幻。这里的“大唐千灯节”以沉浸式体验贯穿全程，鱼灯巡游摇曳生姿，NPC（非玩家角色）互动妙趣横生，汉服妆造氛围感拉满。这些鲜活的体验，逐渐成为人们节日消费的新选择，勾勒出春节消费市场的新活力。

下午5时30分，清脆的梆子声准时响起，鱼灯巡游队伍从东征广场缓缓出发，拉开了当晚千灯节的热闹序幕。造型各异的鱼灯首尾相连、金色的鱼鳞在灯光下熠熠生辉，随着巡游队伍的步伐轻轻晃动，仿佛在古街巷中游弋。“金鱼池中游，吉祥满堂收”，巡游人员的吉祥话伴着锣鼓声传开，游客们纷纷驻足围观，不少人掏出手机拍摄，还有人主动加入巡游队伍，提着小巧的鱼灯一同前行。

“我们特意从天津过来，就是想看看这里的鱼灯巡游，比想象中更有氛围感。”游客李女士一手牵着孩子，一手举着刚买的糖画，语气里满是欣喜。她告诉记者，为了沉浸式融入现场氛围，当天下午特意带孩子做了汉服妆造，“一套下来200块钱，包含服装、化妆和发型，孩子玩得特别开心，刚刚还和‘李白’对诗了呢。”李女士口中的NPC互动是此次千灯节最具参与感的项目之一，NPC身着唐装，化身诗仙李白、名臣长孙无忌等历史人物，分散在古街各个角落，随时与游客互动，答对问题者可以获得一张“银票”，积累一定数量的“银票”就能兑换爆米花、纪念币等礼品，这份仪式感让不少游客乐在其中。

节日期间，古街两侧的汉服妆造店热度不减，每家店的帽馆里不是挂满了襦裙、曲裾、披风等各式服饰，发簪、步摇、团扇等配饰也琳琅满目。“这几天每天都能接到几十单，还有人在线上提前预约，遇上高峰期顾客还得排队等待。”一家妆造店的店主告诉记者，妆造价格从150元到300元不等，不同价位对应不同的服装和妆造水准，大多是年轻人和朋友一起来，做好妆造去拍照特别出片；也有家长带孩子来做的，小女孩都很喜欢做这样的造型。

夜幕渐深，万盏花灯全部点亮，灯光倒映在运河水面上，流光溢彩、波光粼粼。正当游客沉浸在灯海美景中时，古街中心广场的鼓点骤然变得急促，“唐王东征”主题表演正式拉开帷幕。身着铠甲的士兵手持长枪，迈着整齐的步伐登场。

不远处，十几位打铁花艺人将高温铁水奋力泼洒，刹那间，滚烫的铁水化作千万点星火，腾空而起又倾泻而下，宛若一场金色的流星雨，在夜空里绽放出璀璨光芒，映亮了每一位游客惊叹的脸庞。艺人娴熟的技艺与铁水绽放的原生态美感，构成了当晚最震撼的画面，现场游客纷纷驻足观看。表演间隙，飞天舞者在灯影中翩翩起舞，轻盈的舞姿与漫天灯火相映；燃灯仪式上，孔明灯承载着游客的心愿缓缓升空；万国巡游队伍穿梭在灯海之中，与古街的建筑相映成趣。

“‘唐王东征’的表演太震撼了，放孔明灯的时候我的眼泪都在眼眶里打转，好像真的看到了大唐盛世，让人动容。”游客何女士告诉记者，此次出行，除了门票和交通费用，大部分开销都花在了这些体验类项目上，比起单纯的观光打卡，这种能参与、能互动的体验更有意义，明年还想再来。

图为游客们在燃灯仪式上放飞孔明灯。

图为水中荷花舞台装置。

图为“打铁花”表演。