

解锁独一无二桂林味 “舌尖”文创新打卡

象鼻山文创雪糕

网络热度: **95** (100)

推荐指数: ★★★★★

圈友热议:

网友“逛吃逛吃的小姐姐”: 带着小朋友的我们都选择了这款雪糕, 说实话雪糕挺好吃的, 风景也很出片。

网友“大脸猫”: 时间比较紧, 后来买了个雪糕打卡拍照, 也算是圆满完成了任务。

近年来, 文创领域掀起新热潮, 一批批兼具观赏性与可食用性的“舌尖”文创产品纷纷“出圈”, 成为文旅市场的新宠。在桂林这座充满魅力的城市, 有一系列令人惊艳的文创食品, 等待着游客们去探索和品尝。

在象山景区, 文创雪糕成为了不少游客的心头好。在景区1、2、3号门的官方门店内, 均可以买到由官方推出的“象鼻山”经典造型文创雪糕。目前, 这款雪糕有百香果和草莓两种口味可供选择。

这两种口味雪糕造型如出一辙, 均为“象鼻山复刻缩小版”。经典百香果口味, 酸甜交织; 草莓口味则清新爽口。雪糕的包装也独具匠心, 上面写着“象山”二字, 而雪糕盒里更是藏着一份小惊喜。轻轻揭开那精美的包装盒, 一张印有象鼻山风光的明信片映入眼帘, 它宛如一封来自远方的情书, 诉说着桂林的故事与风情。这不仅仅是一款雪糕的包装, 更是一份可以珍藏的旅行记忆, 让游客在品尝美味的

同时, 也能将这份美好永远留存。

除了文创雪糕, 夏绿地餐厅的经典提拉米苏也别具一格, 它被称为“舌尖上的象鼻山”。提拉米苏的造型酷似象形, 与桂林的标志性景观相呼应。其味道也十分符合桂林人口味, 不少游客游玩象鼻山后也会专程来到咖啡厅打卡。

桂林山水的代表元素中, 怎么少得了“20元人民币背景图”, 在阳朔西街、益田西街的胜记粉库, 就推出了一款“20元人民币背景图”同款文创雪糕, 目前在兴坪古镇多个热门码头、文创店也均有售卖。这款雪糕共有香草、抹茶、巧克力、草莓4种口味, 满足不同游客的味蕾需求, 雪糕售价为20元/支。

雪糕盒子上写着“在雪糕上雕刻心情”字样, 充满了文艺气息。拆开盒子, 可以看到雪糕形状为长方形, 图案则是“20元人民币背景图”的漓江山水风光, 江上还有一艘竹排, 栩栩如生, 仿佛将漓江的美景凝固在了雪糕之上。

拿着这款雪糕对着“20元人民币背景图”实景拍照, 是游客们全新解锁的漓江风光打卡方式。

在桂林站、桂林北站的宁铁驿站自营超市内, 有4款造型各异的铁路文化冰激凌等待着游客的发现。

这款文创冰激凌以中国铁路机车发展历程为灵感, 将蒸汽机车、内燃机车、电力机车和动车组四代经典车型造型巧妙融合, 以“一支冰激凌串起百年铁路记忆”为主题, 成为文旅市场的一抹亮色。蒸汽机车款、东风DF1231款、东风DFs5001款和复兴号动车款分别对应巧克力、抹茶、牛奶和草莓口味。在桂林站二楼候车室的超市前, 还专门制作了“铁潮文创”冰激凌文化墙供市民游客拍照打卡。

金顺昌推出的文创糕点也非常有意思。走进金顺昌东西巷店, 文创糕点就摆在显眼处。这些糕点包含了桂林的众多景点和非遗产品元素, 如象鼻山、逍遥楼、东西巷、绣球、壮锦等。游客们一边欣赏着美丽的山水, 一边品尝着香甜的糕点, 幸福感油然而生。

游玩贴士

购买文创食品时, 应选择证照齐全的商家, 以确保食品的质量和安。同时, 要警惕未明码标价的“食品刺客”, 避免不必要的消费纠纷。文创食品溢价主要来自其打卡属性, 往往拍照需求大于口感, 因此消费者应理性消费, 根据自己的实际需求和喜好进行选择。

记者林扬

下转07版 ▶



↑ 游客拿着象鼻山雪糕打卡。
记者林扬 摄

↓ 夏绿地的“舌尖上的象鼻山”提拉米苏。(图片来自网络)

舌尖上的象鼻山



夏绿地提拉米苏

网络热度: **90** (100)

推荐指数: ★★★★★

圈友热议:

网友“大翠翠ing”: 象鼻山形状的提拉米苏, 味道还是一样的经典, 拍照打卡妥妥出片。