

国庆假期,呼和浩特文创冰箱贴凭借浓郁的地域特色与创意设计,成为全国游客追捧的“文旅新宠”。社交媒体上,游客晒出的博物馆冰箱贴图文刷屏不断,线下场馆与网红街区的售卖点也客流如织。这枚小小的“文化载体”,不仅承载着游客的旅行记忆,更激活了首府文旅消费的新动能。



把北疆风情“贴”进生活

呼和浩特文创冰箱贴成国庆消费“新宠”

●本报记者 李娟 文/图

“线上种草+线下消费” 冰箱贴拓宽文旅传播路径

网络热度的持续攀升,使呼和浩特文创冰箱贴成为现象级文旅产品。在抖音、小红书等平台,“内蒙古博物院冰箱贴开箱”“呼市文创伴手礼推荐”等话题引发热议,游客纷纷晒出从博物院馆藏复刻到民俗创意的各款设计,配文“把草原带回家”,吸引众多网友留言“求攻略”“下次必买”。这种“线上种草+线下消费”的模式,推动冰箱贴从普通纪念品升级为城市文化传播的“移动名片”。

作为文创核心阵地,内蒙古博物院与呼和浩特博物馆的冰箱贴凭借精准的文化表达脱颖而出。

内蒙古博物院的冰箱贴以“文化深度+创意巧思”构建起丰富品类。文物复刻系列堪称经典,将鹰顶金冠饰、北魏陶俑、鹿角金步摇等珍贵馆藏按比例微缩,通过锌合金铸造与珐琅填色工艺还原细节,让

游客得以“把博物馆藏品带回家”。民族风情系列同样备受青睐,既有复刻清代鄂尔多斯贵族头饰的华丽款式,镶嵌仿真宝石与银链流苏,再现草原部族的华美风尚;也有融入马头琴、蒙古包等元素的创意款式,部分蒙古包造型还带有可开启的磁吸机关,兼具观赏性与互动性。此外,蒙古包毛巾绣冰箱贴、流沙冰箱贴等设计独特的产品也满足了不同群体的收藏喜好,成为爆款单品。

呼和浩特博物馆则依托馆藏资源与城市记忆,打造出特色鲜明的冰箱贴矩阵。馆藏瑰宝系列堪称“文物迷你版”,铜掐丝花卉纹玻璃瓶、砖雕盘龙柱、花鸟纹套料瓶等款式,通过手绘雕花与镀色工艺还原文物质感,与原作相似度极高。昭君文化系列融入历史叙事,单于和亲瓦当、和亲铜像

等造型,成为跨时空的文化见证。建筑主题的“一院六馆”套盒更具巧思,其中丰州古城博物馆的万部华严经塔款以星空夜景为背景,是设计师多次采风后的创意结晶。此外,公主府博物馆静仪堂造型的粉色花卉款,因贴合景区春日盛景而深受亲子游客喜爱。

除了博物馆场景,网红街区的文创店同样贡献着消费热度。在大召九久街及周边的“这是个文创店”“非遗微雕文创店”等场所,炫彩冰箱贴、榫木铃冰箱贴等产品与博物馆款形成互补,其中纯手工制作的烧卖冰箱贴单日销售额可观。从几十元的亚克力款到百元左右的手工款,多层次的价格带覆盖了不同消费需求,推动文创消费从小众收藏走向大众选择。

从“平面装饰”到“立体互动” 冰箱贴解锁多元体验

随着文创市场的迭代升级,冰箱贴的创意、材质与制作工艺正不断突破传统边界。区别于以往常见的金属、木质等单一品类,如今市场上的产品呈现出材质更丰富、形态更多元、体验更鲜活的新趋势:既有触感柔软的毛毡材质款,还原草原织物的温暖质感;也有立体浮雕款,将蒙古包、马头琴等元素塑造

成可触摸的立体造型;更有融入灯光设计的款式,点亮后可模拟草原星空。此外,加入滑动、旋转、开合等活动结构的产品,让游客在指尖互动中获得新鲜感。这些创意不仅丰富了产品内容,更让冰箱贴从单纯的“旅行纪念”升级为兼具观赏性与趣味性的生活小物,显著提升了游客的购买意愿和使用体验。

主打互动体验的《开门蒙古包》冰箱贴,则通过可开启的“蒙古包门”制造惊喜——门后暗藏的草原风光图案,让顾客在开合之间重温草原记忆。“开门见草原”的诗意设计使其成为爆款,首批产品短时间内几近售罄,成功验证了“情感共鸣+趣味互动”的创新逻辑。



「文化+商业」双向赋能 冰箱贴引爆文旅消费

冰箱贴的走红,本质是文化与商业的成功融合。

“现在文创冰箱贴特别受市民、游客欢迎,尤其是刚刚过去的国庆假期,销量一路走高,很多热门款式甚至出现短暂断货的情况。”《好运常转》和《开门蒙古包》的设计团队——内蒙古方知文化传媒有限公司设计主管王孝丹难掩欣喜,她表示,冰箱贴的热销并非偶然,而是消费者对“有温度、有文化”文创产品的肯定。

“大家买的不只是一个装饰,更是对草原文化的好奇与喜爱,是旅行记忆的具象化载体。”基于这一市场洞察,王孝丹明确了团队未来的创作方向,以草原文化为基调,不局限于现有成功模式。

“我们会继续深挖草原文化元素,比如,从传统服饰纹样、游牧生活场景里汲取灵感,同时结合当下流行的互动形式和实用功能,创作更多样、更丰富的冰箱贴产品。”王孝丹举例提到,未来可能会尝试将草原四季风光与可变色材质结合,或把蒙古族谚语融入产品设计,让每一枚冰箱贴既能承载文化,又能贴合现代生活需求,持续吸引市民、游客的目光。



游客为「草原记忆」买单 冰箱贴成为出行惊喜

走进昭君博物院,文创售卖区的冰箱贴专柜前聚集着不少外地游客,挑选、询问的声音此起彼伏,兼具昭君文化元素与草原风情的冰箱贴成为众人争相挑选的“香饽饽”。

“和亲铜像冰箱贴精心设计了多个款式,每一款都蕴含着独特的意境,太喜欢这些设计了。我一直有收集冰箱贴的习惯,这次来内蒙古终于淘到了心头好。”来自湖北的游客张女士手捧着昭君和亲纹样的冰箱贴,笑着表示这些小小的纪念品让她的呼和浩特之行更有意义,“回去贴在冰箱上,每次看到都能想起青城的风光。”

此外,昭君博物院文创店推出的烧卖冰箱贴,也让呼和浩特这份热气腾腾的地道美食有了“便携款”,成了游客离开时必带的“味觉记忆载体”。烧卖冰箱贴还原度拉满,金黄外皮褶皱分明,仿佛刚出蒸笼,带着隐约的“烟火气”。萌化版烧卖IP形象,圆滚滚的造型、俏皮的表情,将地域美食转化为可爱潮玩,既适合收藏,也为家中增添一份青城独有的活力。

对外地游客而言,这枚小小的冰箱贴不仅是文创产品,更是不用冷藏就能带走的“青城味道”,是展示旅行故事的“视觉名片”,也是将呼和浩特的温暖与鲜香留在日常生活中的特殊方式。

