

传统文化引领“新国潮”

旅途之中,走进博物馆打卡“国宝”必不可少;走进乡村,非遗工坊里游客们仔细挑选心仪的手工艺品;打开购物软件,马面裙、国货彩妆是年轻人的“心头好”……不知从何时起,传统文化已在人们生活中繁盛存在。

国潮,就是“国”与“潮”的融合体——“国”指的是中国传统文化元素,“潮”则是指时尚潮流。“新国潮”便是通过创新创意将二者结合起来。

如今,中华优秀传统文化引领起一股“新国潮”,迸发出驱动经济社会发展的深层力量。



在云南省大理州沙溪古镇寺登村,一名小朋友被穿着白族扎染服饰的兔子玩偶吸引了目光(4月18日摄)。

装点美好生活

北齐白釉绿彩长颈瓶、唐三彩凤首壶、北魏蓝色玻璃瓶……白色表盘上,12件精美绝伦的“文物”,共同构成了12个钟点数字——网友“大白猫猫”在社交平台上晒出由博物馆文创冰箱贴“拼”出的时钟,评论区收获一片夸赞与羡慕。

“历史存活于过去,也流走于现在的时间。”一名网友的留言,令“文物时钟”的作者深表认同。这样的“思想共鸣”,越来越多被激发出来。

这股“国潮文创风”,吹得正劲:前有年年畅销的《故宫日历》,后有火成网红的凤冠冰箱贴、天官藻井冰箱贴,再后来,网友们致力于收集后再创作,在家建起一座由文物冰箱贴组成的“博物馆”。

不止为了文创,逛博物馆正成为更多人的“国潮”生活方式之一。成都金沙遗址博物馆数据显示,每年购买年票的观众多达5000余人。“在博物馆喂一喂梅花鹿,甚至就在树荫下发发呆,挺好。”年票观众张新林说。

从更大的空间看,在平遥古城追寻晋商文化、在苏州古城平江路历史文化街区体验“苏式生活”、在潮州古城品味茶香与美食……历史记忆与人间烟火交汇融合,城市文脉和现代生活共生共荣,“活着的古城”为人们的生活增添“国潮”新体验。

传统文化深深扎根于中华儿女心中,早已与人们的生活交融相会。

取材自中国神话的影片《哪吒之魔童闹海》今年屡创票房纪录,传授中华优秀传统文化的“夜校”课程正在城市青年群体中流行起来,融入传统文化元素的茶饮、潮玩、零食等品牌联名款吸引年轻人买单……与其说是“血脉觉醒”,不如说是“新国潮”的号召力被更彻底地释放出来。

“文化生活化、生活文化化”的愿景并不遥远。传统文化不再是抽象的、静止的、留在过去的“盆景”,而是不断生长中的参天大树。

创造就业机会

走进贵州黔西市化屋村文丽蜡染刺绣非遗工坊,绣娘们妙手翻飞,将传统纹样绣进服装、手提袋、帽子等产品中。

苗族姑娘杨文丽是这里的“主理人”。这位“95后”女孩2019年回乡创业,如今已从一名技艺传承者走向行业创新者。

不同颜色的丝线,绣出寓意幸福吉祥的各式苗绣纹样;在传统纹样绣片的基础上,开发成衣、围巾、太阳帽、装饰画等产品;开拓线上市场,销路从本地拓展到国际……“国潮风”吹进青山绿水间,融合传统与现代设计的创意产品,赢得市场青睐。

去年,工坊实现280多万元的销售额。杨文丽说,从最初只有6名绣娘,发展到现在的63名绣娘,非遗工坊带动了周边群众稳定就业,“现在我们村里几乎没有留守儿童了。”

像这样的非遗工坊,化屋村目前已引导村民开办了14家。今年以来,村里还开展了3期苗绣、蜡染技艺培训,参与培训的绣娘达200余人次。

截至2024年底,我国共建设9100余家非遗工坊,直接吸纳27万余名脱贫群众实现就业,人均年收入超过3.6万元。“老手艺”成为群众就业增收新亮点。

“新国潮”站上就业新风口。在陕西西安,“汉服热”催生对妆造师的巨大需求。长安区人社局推出长安汉唐妆造师培训项目,免费教授相关课程,目前带动就业人数近7000人,人均年收入9万余元。在山西隰县,游戏《黑神话:悟空》带火当地旅游,景区导游数量从8人增至31人;大学生返乡就业,推动民宿、餐饮等业态发展。抖音集团近日发布的2025非遗数据报告显示,过去一年,抖音中非遗直播作者数增长13.76%,非遗商家直播成交额中63%来自店铺模式,超10个非遗商家店播破千万元。

“新国潮”的流行,助推社会分工细化优化、新的职业序列培育挖掘,开发出新的就业增长点,引导更多群众实现高质量充分就业。

带动产业发展

4月举办的2025广东时装周上,穿着新中式元素服装的模特们走上T台,格外吸睛。

时装周活动“非遗新造”展示区域人潮涌动,香云纱、贵州蜡染、织锦等与现代设计结合的新中式产品应接不暇,年轻人围着体验工作坊与设计师积极互动。

原创服装高级定制设计师刘宛莹说,她在设计上将先锋潮流与传统美学融合,让传统的香云纱焕发发现代多元文化混搭的新风格,自然融入职场、休闲、宴会等不同穿搭场景,“我希望实现跨界融合突破,让更多年轻人爱上南粤文化。”

数据显示,2025年1月1日至4月29日,以新中式为代表的国潮服饰成交额同比增长超120%。

“新中式”崛起,正从文化现象进化为一场产业变革。

以中国古法黄金工艺为特色的老铺黄金,将花丝镶嵌、错金等非遗技艺融入当代设计,2024年销售业绩同比增长超160%;以天然草本植物、水果或药材为原料,通过煮制、萃取等工艺制成的“中式养生水”市场规模预计2028年可破百亿元……“新中式”渗入诸多消费细分领域,形成以文化价值驱动增长新范式。

今年1月,国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出开发时尚国潮产品,打造国货“潮牌”、“潮品”,为国产品牌高质量发展提供指引。艾媒咨询发布的《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》预计,到2028年,国潮市场规模将突破3万亿元。

国潮澎湃,不断激发消费市场活力和企业潜能。国潮产业的蓬勃发展,不仅体现了中国品牌的文化自信,更彰显了传统文化在现代商业环境中的强大生命力。

凡益之道,与时偕行。

传统文化不再是供奉的“文化标本”,而是可触摸、可转化、可增值的“活性资产”。与时俱进的中华优秀传统文化不仅塑造着精神坐标,更标出高质量发展的文化刻度。

(图文均据新华社)



这是3月25日在四川成都举行的第112届全国糖酒商品交易会上拍摄的新中式茶饮。



3月25日,观众在北京中国国家博物馆排队购买凤冠冰箱贴。

全社会共同呵护未成年人健康成长

公益广告