

国潮消费的底层逻辑是文化自信

洞见
中青报·中青网记者 蒋肖斌 沈杰群

不久前，全国政协委员，中国民族博物馆党委副书记、副馆长郑茜在大街上看见一群年轻人，用的收纳耳机的“萌物”，装饰有民族传统手绣；春节期间，她收到一个年轻人的礼物，是用中国民族博物馆收藏的傩族服饰上的蛇形纹样。

“越来越多带有典型东方美学气质的文化创意产品，以传统文化符号作为标配元素，掀起了这股强劲的‘国潮’风尚。其底层文化逻辑，就是强烈的中华文化认同和文化自信。”郑茜说。

随着经济社会发展，传统文化日益受到年轻人的喜爱，“国潮消费”也渐成热点。据《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》，2023年中国国潮经济市场规模突破两万亿元，预计2028年将突破3万亿元，带动经济增长的同时，有力推动了非遗保护传承、文旅资源开发利用等。

博物馆文创热销，历史文化街区重体验

博物馆作为承载中华优秀传统文化的综合体，正成为年轻人常逛常新的所在。截至2024年8月底，全国正式备案注册的6833家博物馆已接待观众9.4亿人次。而参观完展览买买买已是“标配”，中国国家博物馆的凤冠冰箱贴、北

京古代建筑博物馆的天宫藻井冰箱贴，成为2024年博物馆文创的“顶流”——至今热度不减。

据不完全统计，2024年，三星堆博物馆、故宫博物院、上海博物馆、中国国家博物馆、苏州博物馆等文创年销售额都超过亿元。天猫上目前有约110家博物馆及上百家文创机构，2024年7月以来，中国国家博物馆、甘肃博物馆、敦煌美术研究所等10家博物馆文创成交额同比翻倍。

如果说博物馆让年轻人在“宿舍”中探寻传统文化之根脉，那么历史文化街区则让年轻人在更大空间中有了新体验。

每次到北京开会前，全国人大代表、依文集团董事长夏华都会到黔西南的村子里转转。“我的职责不仅仅是调研、提出建议，更要付诸实践，让中华民族的美学文化、传统手工艺，用现代的方式重新绽放。”今年两会，她带来“关于大力扶持企业打造国潮时尚和文化新场景，激发消费新活力的建议”的建议。

夏华介绍，在贵阳市青岩寻坊，团队打造国潮街区、体验工坊，游客不仅可以看山看水看风景，还能跟着绣娘们一起体验非遗手作；在北京丰台区长辛店，一条集艺术创作、时尚设计、文化交流于一体的国潮时尚街区也正在成形。

夏华建议，通过加大政策支持力度、推动文化创意与科技融合、拓展国潮消费新场景等，为国潮产业发展营造良好环境，助力国潮文化走向更广阔的市场。

全国政协委员、钰尼文化艺术中心创始人杨钰尼表示，自己希望在打造国潮产品时做到“新中式与潮牌的结

合”，产品能体现中华传统文化的精髓，并借助新的消费场景讲好中国故事。“非遗保护不是仿古工程，而是持续创新的青春事业。”

“新中式生活美学”成风，国潮消费融入日常

正如郑茜所说，“观察当下的生活，会发现一股宏大的潮流在重组我们眼前的生活图景，‘新中式生活美学’正弥漫成风”。穿着新中式服饰、吃着中式烘焙、端着中式茶饮……国潮消费已融入年轻人的衣食住行。

“住进300年老字号‘日照秀文斋客栈’，还能体验非遗手艺，这种国风浓郁、展现地方特色文化的民宿客栈，成为想来日照的理由。”一名游客评论。美团旅行数据显示，2025年3月1日以来，“非遗手工”搜索量同比上涨297%，00后游客尤其喜欢非遗等传统文体验。

汉服、马面裙等新中式服饰，在日常穿着场景中越发普及。今年总台春晚的中国传统纹样展演秀《年锦》，让演员所穿的汉服火上了淘宝热搜。演员李沁所穿的内搭汉服，就是某网店的“宋制点绉唇”套装中的飞机袖短衫，目前同款已售罄。

甚至还有了“新中式花束”。2025年伊始，颐和园、清明上河图、长乐未央等联名款“新中式花束”，将古典文化元素融入花束设计。美团闪购数据显示，今年2月中旬，“新中式花束”订单量同比增长1709%。

全国政协委员、中国艺术研究院院长周庆富曾领衔并组织科研团队，围绕“新

中式”展开调研。研究表明，“新中式”不仅是时尚潮流，更是文化自信之体现，其将传统与现代、文化与经济紧密结合，充分展示了新时代中国文化的自信力、创新力与影响力。

今年全国两会期间，周庆富对中青报·中青网记者说，当“新中式”成为大家一种“日常的穿着”，甚至还可以请设计师按照自己的想法设计喜欢的款式时，这就实现了“产业拉动”。

不过，郑茜也关注到一个问题，那就是美学经济在引导文化遗产向文化创意转变的时候，很容易被肢解成符号和碎片，有些只取其形，流失了内在价值；有些只取其巧，改写了内在基因。“这些现象如果长此以往，有可能会透支我们的文化遗产。”

“在实现传统文化的创造性转化和创新性发展的时候，一方面我们要借助符号化和市场营销，但另一方面绝不可放弃和轻视传统文化的内在价值，因为这才是文化自信的根基。”郑茜说。

国潮“出海”，美好的东西值得传播到世界

阿根廷“中国道路”网站3月2日的一篇文章《国潮：理解中国的关键现象》谈到，除了作为世界第二大经济体的宏观经济数据外，今天的中国年轻人对传统文化的自豪感正在增强，这种文化传统让中国成为一个不只是地理概念上的“巨人”。

新中式的风，已从国内吹到了新加坡和马来西亚。数据显示，2024年8月，淘宝大服饰全球包邮专区上线一周，以汉服

为代表的国风大类，在新马销量同比增长370%。不少东南亚的新中式爱好者，还将目光投向非遗产品，香云纱、宋锦等非遗面料，也在新马备受青睐。

2016年冬天，重庆市酉阳土家族苗族自治县酉州苗绣非遗工坊的带头人陈国桃，第一次带着苗绣作品到欧洲多国参加巡展。当时她带去的苗绣是传统的艳丽色彩。那边的艺术家告诉陈国桃，可以再有一些颜色比较稳的作品，适合搭配日常穿着。回国后，陈国桃立刻投入研发。如今，由此诞生的“蓝色系列”苗绣首饰，远销海外，常常断货。

电影《哪吒之魔童闹海》正在海外热映。全国政协委员、北京京剧院副院长迟小秋赞叹：“最好的文化输出，就是《哪吒2》这样的爆款艺术作品！它背后蕴藏了海量的中华优秀传统文化，展现了中式哲学、民族精神和中国人的文化底气。”迟小秋说，最近《哪吒2》登上纽约时代广场大屏，“未来的中国文化经典将会越来越多地走向世界”。

全国政协委员、中国国家话剧院院长田沁鑫建议，要加强构建对外艺术交流的长效机制，把艺术交流纳入国家外交长期战略规划，并且要加强青年艺术家的培养。在田沁鑫看来，中国话剧具有“诗歌大国的浪漫结构、多重空间的组合、有韵致的语言”，如此优美的语言值得传播到世界。

田沁鑫透露，中国国家话剧院正积极筹备China Center出海工作，让中国话剧走向国际舞台，参与国际艺术节、戏剧节和国际演出季。“外国人除了听莎士比亚，也可以听一听我们中国的好故事。”田沁鑫郑重地说。



调查

中青报·中青网记者 王品芝 实习生 李斯宇

从游戏《黑神话：悟空》到动画电影《哪吒之魔童闹海》，从非遗“出圈”到博物馆文创成为“顶流”，这些现象背后都离不开中华优秀传统文化的支撑。更好地弘扬传统文化，你有哪些期待？

近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)进行的共有2007人参与的全国两会青年期待调查显示，55.4%的受访者期待设计文化内涵与实用需求兼具的文创产品，让传统文化融入日常生活，54.2%的受访者期待打造文化底蕴深厚的国潮品牌，深挖传统文化精髓。

“口红、冰箱贴、记事本……越来越多物件中用到了‘国潮’元素，传统文化走进了人们的衣食住行。”北京师范大学大三学生乔霁月说，不管是书籍、文艺作品还是装饰，她对带有国潮元素的东西都会更加喜欢。“通过文创的形式，传统文化可以触及更多人，唤起更多人的兴趣。”乔霁月期待代表委员在拓宽传统文化应用场景、加强与现实融合方面建言献策。

山西省借势游戏《黑神话：悟空》出圈，打造文创产品矩阵；甘肃省推进流失海外敦煌文物数字化复原项目……在“十四五”规划收官之年，文化遗产保护传承、文旅融合创新发展成为地方政府工作报告高频词。调查中，50.7%的受访者期待大力保护文物、古建筑等历史文化资源，打造地方特色文化IP。

00后冯佳宁期待深入挖掘地方文化特色，加强文物古迹的保护和阐释，借此打造文化IP，放大地域个性。据媒体报道，今年全国两会，全国政协委员李岩建议，用技术手段让传统文化焕发新的生命力。

“我玩过国潮风的沉浸式剧本杀，我们换上古风服装，玩古代小游戏，沉浸感很强。”冯佳宁说，随着越来越多人加入传统文化主题的文娱创作中，传统文化的表现形式不断创新。她还认为，AI技术的发展能为传统文化创新表现形式提供更多可能性。

调查中，43.7%的受访者期待创新传统文化表现形式，增强沉浸式体验感；41.1%的受访者期待增强文化场馆的社会教育功能，吸引、惠及更多青少年；35.7%的受访者期待丰富民俗活动，增强传统节日氛围；31.1%的受访者期待加大对非遗、传统技艺等传承人的扶持力度；20.5%的受访者期待推动戏曲等进校园，培养青少年传统文化素养。

春节期间，80后杨婧从辽宁来北京旅游时，专门带孩子参观了中国工艺美术馆，孩子对其中的“春节主题展”特别感兴趣，“我们还在场馆里观看了英歌舞和踩高跷等民俗表演，非常直观地感受到各地民俗文化的熏陶。杨婧期待全国两会关注文化场馆的社会教育功能，加强展览的趣味性，培养青少年文化素养。

据媒体报道，今年全国人大代表、南京市博物馆总馆长宋燕带来关于博物馆高质量发展以及高校博物馆教育功能的相关建议。

乔霁月发现，现在许多中小学开始引入武术健身操、戏曲健身操，她认为这是非常有意义的事情，对于传统文化的解读也可以进入中小学和大学，也期待在全国两会中关注如何创新形式，将更多传统文化融合在日常教学中。

不断刷新票房纪录的动画电影《哪吒之魔童闹海》让传统文化再一次被世界看见，这背后离不开长期以来的产业支持与人才培养。全国人大代表邵丽建议对优秀的电影人才和作品进行表彰和奖励，为青年电影人才提供更多的创作机会和资金支持。

此外，41.2%的受访者期待用更多动画、影视、文艺作品讲好中华优秀传统文化故事；16.1%的受访者期待加强文化交流，推动优秀传统文化“出海”。

参与此次调查的受访者中，00后占17.5%，90后占53.4%，80后占24.9%，70后占3.5%，60后占0.7%，男性占42.9%，女性占57.1%。高中及以下学历占8.1%，大专、高职占25.9%，本科占62.1%，硕博研究生占3.9%。

非遗助力乡村振兴：既要算经济账，又要算文化账

中青报·中青网记者 李丹萍 尹希宁

竹编水杯、竹编篮子和竹编配饰……带着亲手制作的手工艺品，全国人大代表杨昌芹来到十四届全国人大三次会议的会场。她是一名90后苗族姑娘，也是贵州省级非物质文化遗产“赤水竹编”的第六代传承人。她希望让更多人了解赤水竹编，“竹编既可以作为非遗的文化传承，也可以作为乡村振兴的特色产业”。杨昌芹今年的建议，是继续关注竹编产业的相关发展，同时重点关注赤水市水交通发展。

在十四届全国人大三次会议广西代表团媒体开放日现场，全国人大代表、壮族刺绣非物质文化遗产传承人蓝琳向记者展示了一幅壮族刺绣作品《妈勒的天边》之《马到大吉》绣件。“妈勒”在壮语中的意思是“母子”，这个作品来源于壮族民间故事。“壮族民间故事有很多，用手艺传承民族记忆就是我的初心和使命”。

今年，蓝琳建议在民俗文化节庆活动中加入非遗项目体验，助力文旅发展和乡村振兴；鼓励支持各地文旅部门充分挖掘当地民间民俗文化，通过开展形式多样的宣传，形成系列文旅产业，带动当地经济增长和农民增收，助推乡村振兴；大力支持加大非遗工坊建设，让游客在各种节庆活动中亲身体验传统文化，增加游客的参与感、体验感和满意度，从而提升当地文旅品牌知名度和美誉度。

“这既有助于推动各民族互相尊重各自的习俗，促进各民族之间的交流和交融，同时能够吸引更多人来当地旅游，在游玩的过程中深入了解当地文化。”蓝琳说。非遗助力乡村振兴，让传统文化在实践中焕发新生，多地实践为建议提供了生动经验。

近年来，杨昌芹创办的竹艺公司围绕“吃竹”“用竹”“赏竹”“玩竹”，开发竹编工艺旅游体验项目，打造非遗研学旅游线路，组织开展“竹文化旅游季”等民俗节庆活动。2024年，该公司直接或间接带动3000余人就业增收，竹编产学研基地、竹编展示中心累计接待游客两万余人次。

四川省阿坝藏族羌族自治州理县的非遗工坊，带动妇女依靠“民族刺绣”增收，让“指尖技艺”转变为“指尖经济”。羌族刺绣州级代表性传承人张居悦介绍，在理县桃坪羌寨景区的羌绣馆里，游客可以亲手学刺绣、体验羌族服饰，旅拍民族服饰照；非遗工坊推出“戴上走廊非遗研学路线”受到了很多高校与非遗爱好者的喜爱。“这些尝试不仅让非遗‘活’起来，也带动了周边其他行业，让老百姓的口袋和民族文化一

起‘富’起来。”

然而，非遗赋能乡村并非一帆风顺，资金、文化内涵探索、跨界融合方式等方面，都需不断探索。

“有些地方把非遗简单理解为‘摆摊卖货’，忽略了文化内涵；有的企业追求‘短平快’流量，但刺绣需要慢工出细活。”张居悦认为，非遗对文化传播的隐形价值很难量化。“未来可能需要两条腿走路：既要算经济账，也要算文化账；既靠政策引导，也要靠市场创新。”

不论是湖南省通道侗族自治县每年举办的省级非遗代表性项目“大戊梁歌会”活动，还是在位于县内的皇都侗族文化村、芋头古侗寨等景区举办的节庆活动等，都能时常见到侗锦织造技艺的工艺流程展示、侗锦产品、侗锦服饰走秀等的身影。16年来，侗锦织造技艺的市级代表性传承人欧瑞凡创办的公司，参加国内外非遗、文化、展会活动170多次。

“这大大提高了侗锦织造技艺的知名度，不过参加活动需要往返车费、误工补助费等，还需搬运织机等工具。”欧瑞凡坦言，资金是最大的困难之一。

如今在国内各地古镇老街，“簪花体验馆”遍地开花，福建省泉州市蟠埔村的国家级非遗代表性项目蟠埔女习俗“簪花围”火热出圈。蟠埔村抓住机遇，带动当地妇女学习簪花技艺，非遗传承与文旅产业深度融合。

非遗火热的同时，蟠埔女习俗省级代表性传承人黄晨却发现，很多来体验的人，甚至经营体验馆的店长，只是觉得簪花围拍照好看，对于其背后的文化内涵不够了解。例如，在传统习俗中，簪花围通常搭配大裙衫、宽腿裤，现在很多人选择身着旗袍、马面裙等。

黄晨认为，相关部门要对相关习俗的传播设定标准，对从业者例如簪花体验馆店主等进行培训。“我们要坚持守正创新，把真正的文化传播出去。”平时经常有游客来到他的店里体验簪花，黄晨经常和他们讲述蟠埔女习俗，引导大家体验传统蟠埔女服饰。“不过，如果游客坚持搭配其他服装，店里也有提供，我们会尊重游客的选择。”

当被问及是否会用DeepSeek等AI应用时，全国政协委员、中央民族乐团团长赵聪笑着对记者说：“玩呀，我天天都玩，尝试问各种各样的问题！”赵聪认为：“新技术让每个人都可以成为创作者，极大地丰富了新作品的创作，提升了全民的创造力，现在是一个‘井喷’的时代。”

在今年全国两会期间，AI赋能文化的讨论热度极高。当国潮席卷年轻人，AI如何助力传统文化的传承，激发文化产品创造力？AI能为艺术创作注入巨大活力。全国人大代表、万事利集团董事长屠红燕告诉记者，基于70万花型数据库和300余种图像生成算法，公司研发了行业首个垂类AIGC花型设计大模型。她建议：“政府出台专项政策，鼓励行业龙头企业打造国家级AIGC创新平台，赋能行业在垂直细分领域模型建设等人工智能应用场景的高效开发与快速落地，并以此为试点，向其他行业推广成功经验。”

AI也激发了青年群体积极参与艺术创作的热情。



3月7日，海尼扎提·托呼提在北京人民大会堂内拍摄。“与大家一起讲好新疆故事，是我一直以来的愿望。”全国政协委员海尼扎提·托呼提在今年两会期间接受采访时说。海尼扎提热爱阅读，喜欢拍摄短视频记录生活和工作。作为一名全国政协委员，他时常思考如何汇聚更多力量，把新疆故事讲得精彩、讲得动人。在2023年全国两会“委员通道”上，海尼扎提真诚地发出邀请，“希望大家来新疆旅游，交个新疆朋友，跳段新疆舞蹈，跟我们一起用视频记录新疆，讲述中国新疆故事！”那一年，他多方奔走，呼吁在新疆打造新媒体产业基地。时光流逝，两年过去，多个新媒体产业基地陆续在新疆落成。在政策的支持下，众多互联网达人不断涌现，越来越多精彩动人的新疆故事被广泛传播。2024年，海尼扎提奔赴各地调研。通过调研，他更加深入了解新疆丰富珍贵的历史文化资源，并将所见所闻所感，发表在他开设的微信公众号“石榴守望者”，让更多人了解新疆，了解中国。

AI赋能文化，能打开多少可能

建言
中青报·中青网记者 沈杰群 谭思静

“AI作曲不是替代人类，而是打开新的可能性。”中央音乐学院音乐人工智能与音乐信息科技系主任李小兵说。

由中央音乐学院自研的人工智能音乐大模型生成的中国首部AI交响乐《千里江山图》，通过分析千年名画的构图与意境，自动生成同名交响乐。乐曲中，古筝模拟重峦叠嶂，弦乐勾勒烟波浩渺，AI用音符诠释了“咫尺有千里之趣”的中国美学。

李小兵介绍，模型学习了包含民乐、戏曲、影视配乐在内的超大规模数据集，能根据图像或关键词生成音乐。中国音乐正借助AI登上更广阔的国际舞台。2024年10月，第七届中国当代音乐节在纽约卡内基音乐厅开幕。古箏演奏家夏菁与AI在舞台上隔空协作，演奏了由中央音乐学院教师孙宇明作曲的《繁星散落的夜晚》，实现了常规演奏中难以达成的多项操作。

李小兵认为，未来的音乐创作可能会在3个方面展开。一是传统艺术继续发展，二是人工智能赋能艺术将会创新发展，三是人工智能技术可能会产生新的艺术门类或形态。

“用AI让敦煌飞天穿越到现代城市当导游，年轻人‘玩’着就把文化传播了。”北京师范大学新闻传播学院副教授刘茜向记者展示学生作品《敦煌飞天千年的向西启程》时感慨。学生们通过AI工具，将敦煌壁画中的飞天形象融入现代文旅短片，让千年壁画以动态影像

“走”出洞窟。

“AI降低了技术门槛，学生只需专注创意，天马行空的设想都能落地。”刘茜提到学生的作品《时光里的她》——这些年轻人通过大模型分析《簪花仕女图》《步辇图》等画作中的女性形象，按朝代归类后，使用AI动画技术让人物“动起来”。

刘茜表示，在AI助力下，传统美学能以更时尚的方式走入日常生活。赵聪对记者说，虽然技术发达，人人都可以是视频创作者、作曲者等，但打造精品是一件特别困难的事情。“大家都希望快速吸引眼球，很难沉淀下来。像电影《哪吒2》的出现打了一个很好的样板：沉淀下来，认真真做好细节，才能成为真正的经典。”

全国政协委员、电影导演霍建起说，电影创作需要演员的细腻表达，需要“剧本-导演-演员”这一过程的再创作，需要捕捉人身上的魅力，“在这方面，AI技术现在还有待完善。我们也希望AI技术能好好发展，赋能电影行业发展得更快更好”。

李小兵说：“每个年代都有独特的音乐语言，我们要拥抱未来。在年轻人对人工智能技术的高度关注以及认可的当下，人工智能技术与传统文化的融合可能会更好地保护传统文化，也会创造出新的音乐语言、新的艺术形态，也许会让传统文化以全新的方式传承下去。”



3月6日，十四届全国人大三次会议贵州代表团召开三次会议，审议政府工作报告。全国人大代表、贵州省黔东南苗族侗族自治州锦屏山苗族服饰非遗传承人李利(左)和全国人大代表、贵州省非物质文化遗产“赤水竹编”第六代传承人杨昌芹(右)在会上交流。视觉中国供图