

2025年4月29日 星期二 编辑 张海 版式 罗梅 校对 汪智博

“70多岁外公扛起的不是5岁孙女,是千年民族的希望”“他们拿的不是特产,是千万人的乡愁”……前段时间,贵州45个大山娃携非遗服饰登陆中国国际时装周的视频火了。继“村超”之后,贵州“村T”这份跨越1800多公里的美学传递,让千年苗绣、侗布、银饰等中华优秀传统文化亮相时装舞台,让世界看到中国美。

村里的纹样何以惊艳国际时装T台?

□荀超 吴德玉



彝族歌手阿沙阿格(右)在2025中国国际时装周(春季)时装秀上表演。



盘州·乌蒙村秀X乌蒙村秀·浦思亮相2025中国国际时装周(春季)。

文物借力文创飞入寻常百姓家

曾黎用非遗竹编制作新美甲,蓝盈盈的“畲族公主”变妆秀……中华五千年积淀的人文精神、道德价值、历史智慧,正润物无声地滋养着当下。

无论色彩还是纹样,“中国范儿”都是时尚单品。东方既白、暮山紫、朱颜酡、螺子黛……“中华绝色”见证了老祖宗行走天地间的风雅与情趣,在古人的诗词歌赋中被时时吟唱。葫芦象征“福禄”、大象代表“祥”、金鱼代表“金玉满堂”……中国传统纹样,一如热门表情包,有独特语境与语汇。94岁的“敦煌女儿”常沙娜,是“年锦”图案解密人,她说:“民族的、科学的、大众的创作思想,是文脉,更是自信。”

非遗,何尝不是中国“高定”?贵州“村T”运用老绣新生的概念,把苗族飞歌、蜡染、刺绣、染织等原生态生活情景搬上T台;蛇年春晚开场秀上,李子柒让非遗成为行走的中国“高定”,用成都漆艺、潍坊风筝、织金工艺、扬州绒花、温州螺钿、北京绢花等16种非遗技艺《迎福》,历史文脉与现代文明交相辉映;2025年哈尔滨亚洲冬季运动会开幕式,小女孩身着点缀有中国非遗剪纸纹样的羽绒服,为

冰雪文化赋予新内涵。中国“高定”,任谁披挂上阵,都能走出绚丽多姿的步伐。

“创造性转化、创新性发展”的活态传承,为东方美学实现破壁创新蓄力。

文物珍品借力文创,飞入寻常百姓家。国家博物馆文创“凤冠冰箱贴”,以明孝端皇后九龙九凤冠为原型设计,累计销量已突破100万件,带动凤冠IP全系列产品销售额跨越亿元,被誉为“宫廷美学入驻都市厨房”;故宫文创“千里江山发簪”,以宋代名画《千里江山图》为灵感,既保留古风盘发工具的实用性,又增加对山水艺术的美学表达。传统美学借文创的普及与传播,在出圈赛道上一骑绝尘。



观众在北京中国国家博物馆观看明孝端皇后九龙九凤冠。

2

传统文化元素成「生活必需品」

数字赋能传统文化,科技来解码。清华大学团队通过拓扑优化算法,对传统印纽造型进行解构重组,让古老印纽焕发出赛博朋克式的美学张力;北京师范大学艺术科技融合创新中心研发出国内首款中国纹样人工智能大模型;浙江杭州市萧山区一服装智能工厂研发数字化系统,将缝纫机“接”入互联网,让生产可追溯、可碎片化,实现产能和工序流程可视化……中国文明,缔造不朽的高光时刻。

纹样融入时尚,被爆改成水灵灵的国潮。今年首个“非遗版”春节期间,用户选好喜欢的纹样贴纸或壁纸后,一键导入自己的照片,便可生成带有浓郁国风情致的蛇纹节日美图;年轻的“数字游民”,利用绘画软件创作国潮纹样,推出AI汉服盲盒;“数字木雕”定制店,接到横店影视城道具组的邀约……成为生活必需品,才是对传统文化最好的致敬与礼赞。

而另一方面,也要关注活化过程中,一些非法复制、挪用、滥用、曲解传统文化的行为时有发生。

敬畏之心和市场底线,缺一不可。国外某品牌抄袭中国马面裙一事曾轰动一时,引发汉服爱好者身穿汉服在品牌门店前抗议;一些大牌,对中国文化一知半解或不求甚解,催生了诸多不伦不类的辣眼设计,令人喟叹。非遗确实能带来流量,但如若滥用,终将被历史的火花灼伤。

有非遗之名无非遗之实,肆意牟利终将被反噬。在景区泛滥的漆扇,传统大漆被合成颜料替代;借汉服营销低俗文化,博眼球、赚流量;过度强调或曲解传统服饰的文化意义,使其失去原有文化内涵……守初心、祛套路,方能不迷路。

走出大山,是为了让世界记住大山。唯有以守正创新的正气和锐气,赓续历史文脉,才能让更多文物和文化遗产“活”起来。

据“天府新视界”微信公众号图据新华社