

2025年9月22日 星期一 编辑 张海 版式 吕燕 校对 汪智博

政经入门课

穿上新买的国潮系列球鞋,学校文艺汇演上马面裙集体亮相,老式搪瓷杯突然变成网红潮品……不知不觉间,“国潮”已成为年轻人生活的一部分。这股席卷全国的文化消费热潮,究竟藏着怎样的密码?

“国潮”崛起,这波潮流你跟上了吗?

国潮究竟是什么?

在全球化浪潮中,一股源自中国的文化力量正在悄然崛起,而这就是“国潮”。

“国潮”的“国”代表中国、传统,而“潮”则代表潮流、时尚、现代。简而言之,“国潮”是指将中国传统文化元素与现代设计理念、时尚潮流相结合的创新表现形式。它既不是对传统的简单复制,也不是对国外的盲目模仿,而是在深刻理解传统文化精髓基础上,让中国传统文化得到珍视并实现创造性转化和创新性发展的表现形式。

就像河南卫视《唐宫夜宴》中那群“复活”的唐代少女,用一支舞蹈让沉睡的文物活了过来,更让无数人爱上了中国传统文化里的灵动与鲜活。复刻自唐三彩的

服饰藏着无数巧思:翠绿与鹅黄交织的齐胸襦裙,裙摆摆动时像极了博物馆里乐舞俑的釉色流动;衣内暗藏的海绵垫,精准还原了唐代“以丰腴为美”的审美密码。

更惊艳的是虚实交织的舞台奇观。当少女们俯身整理裙摆时,脚下突然化作波光粼粼的湖面,倒影随涟漪轻轻晃动;转身间,背景又切换成《千里江山图》的翠绿山水,舞蹈演员手捧乐器穿梭其间,仿佛从



2021年河南春晚上,舞蹈节目《唐宫夜宴》火遍网络。

画中走出来的仕女。AR技术让博物馆里的文物“活”了,而这不是简单的符号搬运,而是文化创造。

为什么会爱上国潮?

在“00后”的购物车里,国货已成主力军。每到“双十一”,国货品牌销售额不输国际巨头。这股热潮背后,还藏着什么?

《2024年度青年国潮品牌强国观察报告》显示,如果产品融入国潮元素,78.9%的受访青年会更有购买意愿。前有年年畅销的《故宫日历》,后有火成网红的凤冠冰箱贴、天宫藻井冰箱贴,再后来,网友们还把冰箱贴收集后再创作,在家建起一座由文物冰箱贴组成的“博物馆”。

对Z世代而言,国潮是文化自信的宣言。山西临汾市隰县小西天古寺,因首款国产3A游戏《黑神话:悟空》中“既见未来,为何不拜”的经典场景,从深山秘境变身全网热搜的“国潮打卡地”;《哪吒之魔童闹海》春节上映后,相关盲盒、手办等周边产品首发被抢购一空;《长安三万里》走红后,陕西西安大唐不夜城的汉

服体验馆热闹非凡,连文具店卖的唐诗笔记本都卖断货;正在热映的动画电影《浪浪山小妖怪》,截至9月21日15:30,累计票房已达16.33亿元,跻身中国影史动画电影票房榜前五,也是中国影史二维动画电影票房冠军。年轻一代发现,传统文化原来可以这么酷。

这波国潮热不仅是商业现象,更是一场文化寻根。近年来,餐饮、美妆、潮玩、文旅等各行业中的国潮消费热度都在不断攀升,传递出中国经济增长的动力。象征东方之美的国货“潮品”受到越来越多国人的青睐,这既是时尚潮流的兴起,更是文化认同和自信的表现。

年轻人愿意为“文化认同感”买单,更愿为“精神获得感”付费。当“文化自信”转化为“消费自信”,一个充满想象力的新消费时代已然到来。

华西都市报·封面新闻记者 车家竹 综合报道
图据新华社



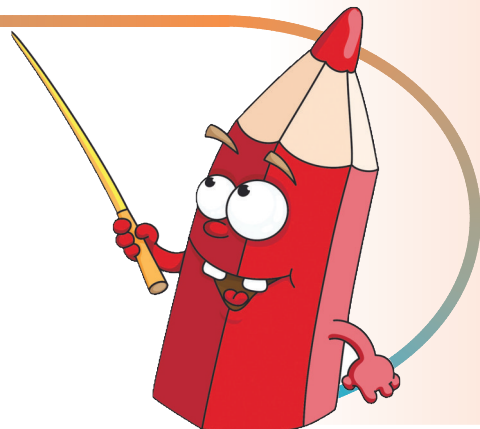
中国国家博物馆展出的明孝端皇后九龙九凤冠。



观众在北京中国国家博物馆选购凤冠项链。



2026年《故宫日历》。



◎ 华西都市报副刊“少年派”定位于亲子共读刊物,设有作文版、少儿新闻版、科普读物版、漫画版,每周星期一至星期五,都有精彩好看的内容呈现。
◎ 让有温度的纸质阅读,助力孩子养成良好阅读习惯,提升核心素养。

订阅热线:028-86969110
大家也可以通过微信小程序中国邮政微商城搜索《华西都市报》,即可订阅。
欢迎小朋友向我们投稿! 投稿邮箱:shaonianpai@thecover.cn
你投来的每一篇文章,都有机会被大家看到! 快来投稿吧!