

“新中式”服装为啥受追捧

本报记者 李思雨

吸引消费者的是新中式所代表的文化传承和民族自信,更是年轻人对传统文化日益提升的认同感和自信心。

煮茶、琴棋书画等一些传统生活方式的回归,让越来越多的年轻人开始重新关注传统中式服装,产生穿新中式服装的需求。”咪娜说。

新中式为何能出圈?一方面,消费者力挺传统文化。楠玉表示,新中式风格既符合当代时尚审美标准,又展示了传统文化的精髓。吸引这些消费者的是新中式所代表的文化传承和民族自信,更是年轻消费者对传统文化日益提升的认同感和自信心。

新中式服装是展现传统文化的一个很好载体。“比如,我们尝试通过用漳绒和漳缎去表现渔樵耕读,用米浆做古法盘扣,希望让消费者通过服饰深入了解我们的传统文化。”咪娜说。

另一方面,消费者不仅仅是在为新中式服饰等商品买单,更是认可其背后承载的美学意义和文化价值。楠玉表示,新中式流行的背后体现出消费者对多元化和丰富精神层面消费的需求。很多新中式服装都是围绕真丝、香云纱、绸缎等天然质感的传统面料展开,无不透露着独特的中式审美气质。“穿上带有传统元素和古法手工艺的新中式服装,就是一个字——美。”刘晓倩说。

当前,新中式消费已形成一条从设计、生产到衍生周边及线下活动的完整产业链。消费端需求的增长也给上游供应链带来了巨大的变化,让更多人关注传统纺织技术。

河北省非物质文化遗产“赞皇原村土布纺织技艺”第三代传承人崔雪琴告诉记者,这两年随着新中式服装受到越来越多消费者的喜爱,原村土布的订单日益增多,新中式设计款订单也不断增加。秉持着“传承不守旧,创新不离根”的理念,“在保留传统工艺和中式服饰精华的基础上,结合土布特有的质感和拼色进行创新,我们的土布受到不少消费者的好评”。崔雪琴说。

“新中式火了以后,带动了整个传统手工业的繁荣。随着需求量的增加,我们上游供应商订单也多了起来,为当地的不少纺织工人提供了就业岗位,为我们传承传统手工艺技术积累了更多力量。”咪娜说。

寻找发展的更大舞台

新中式市场当前仍处于高速发展阶段,消费需求仍有较大发展空间。“从传统中式到国潮再到新中式,有关国风的流行概念在过去几十年来不断演变。新中式穿搭场景逐渐日常化,带动了消费热度激增。”楠玉表示。

但目前市面上的新中式服装也存在良莠不齐的情况,还要在产品上下功夫。刘晓倩说:“我们这里很少能看到新中式实体店,所以我大多数情况下会选择网购,经常出现买回来的衣服货不对板的情况,这让我们不太敢随意尝试新店。”

和刘晓倩一样,不少消费者都遇到“新中式”穿在主播身上很漂亮,买回家却发现商品质量总是差强人意的情况。对此,楠玉表示,“新中式服装对版型和材质较为讲究,需要深入钻研中国的历史文化,引入符合时代需求的服饰元素,同时建立更多专注传统、设计精良、品质优良的新中式品牌,引领行业持续健康发展”。

同时,一些新中式品牌的原创商家也面临着版权保护问题。不少商家表示,自己辛苦设计的原创产品在投入市场后,抄袭现象频频发生。目前随着更多新中式原创品牌如雨后春笋般萌发,创新探索新中式的版权保护,也变得越发重要。

目前,新中式消费群体在人群结构上呈现出年轻、多元的趋势,催生出越来越细分的场景需求。除了服装领域,“新中式”的热潮还席卷了美食、养生、家居等多个领域,也带动了国风写真、古城游览等诸多文旅活动。“可以尝试与更多传统文化联结起来,完成服饰与应用场景的多元化探索,使新中式成为更多消费者审美的长期主流,让传统文化在与现代生活碰撞中获得新的生命力。”楠玉表示。

当前,网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式蓬勃发展,数字消费成为创新最活跃、增长最迅猛、发展潜力最大的消费领域之一。挖掘和释放数字消费的市场潜力,有望转化为激发消费潜力、引领消费升级、扩大国内需求的强劲动力。

数字消费是消费者通过数字平台在数字空间进行消费的新业态。数字消费是数字经济时代的主流消费形式,包括消费产品和服务数字化、消费方式数字化、消费场景数字化。我国数字消费的发展得益于数字技术超前建设数字基础设施、数字技术的应用和数字平台的发展。数字基础设施为消费者随时随地、按需接入互联网提供了便利,技术融合创新不断扩大数字消费范围和场景,数字平台不断丰富消费内容和形式。一方面,数字技术重构了传统消费场景,促进了消费数字化转型。数字支付、网络购物、线上办公、互联网医疗用户规模持续增长,传统消费向网络化、数字化、智能化发展。另一方面,数字平台运用数字技术不断创新的消费产品和消费模式。短视频、直播带货、即时零售、元宇宙、“5G+AR/VR”沉浸式体验等模式蓬勃发展,提升了消费者的参与感、互动性和购买欲。

数字消费促进消费增长主要有3条途径。一是数字消费通过供给创造需求扩大消费。数字文旅、智能健身等新业态新模式层出不穷,数字文化、数字场馆、智能终端、智能家居、智能穿戴、无人驾驶等泛智能消费新场景新范式异军突起,为消费者提供全新体验,激发了消费动力。二是数字消费不断激发传统领域消费活力。以电子商务、即时零售、网络直播、网络教育、在线医疗、共享旅游等为代表的数字消费新业态迅猛发展,进一步释放消费潜力。三是数字消费撬动农村消费市场拓展消费新空间。数字消费在乡村的普及,不仅让村民享受到更丰富、优质的商品,获得更好的购物体验,而且成为撬动乡村消费升级、扩大消费空间的重要抓手。

数字消费以“场景+平台+生态”为载体,以全链路服务能力为驱动,呈现出线上线下消费、商品消费与信息消费、产品消费与服务消费、物质消费与精神消费有机融合的特征,形成新的消费形态。未来,数字消费主要向丰富数字消费产品和服务、传统消费数字化升级和激发新线市场数字消费潜力等方面拓展。

激发有潜力的数字消费,促进数字消费与电子商务协同发展、线上线下深度融合,还需做好以下工作:

打通数字乡村和数字社区建设,创新数字消费场景。以发展数字消费为抓手,促进数字乡村和数字社区建设协同发展。加强乡村数字基础设施建设,大力发展以在线教育、在线医疗为代表的“互联网+社会服务”新模式,推动农村电商、直播电商、共享住宿、数字旅游等新业态打造沉浸式体验场景。

大力发展数字消费服务平台,加大数字消费产品和服务有效供给。培育和发展丰富多元的数字消费服务平台,在数字生活重点领域打造具有影响力、竞争力的平台企业。如支持数字平台推出数字人,积极开发虚拟现实数字化体验产品,探索元宇宙电子商务等新业态,创造丰富的消费应用场景和便捷智能的消费体验。

聚焦新线城市和新线市场,扩大数字消费市场。所谓“新线城市”,也称新消费前线城市,指经济发展趋势良好向上,居民消费水平高速提升的城市。新线城市和新线市场蕴藏着巨大数字消费潜力。平台企业应利用数字技术精准把握消费者偏好,在细分市场形成需求导向的产销逻辑,满足“Z世代”消费者多样化的需求。

优化数字消费市场环境,形成良好的数字消费生态。技术、政策、生态是促进数字消费发展的3个主要驱动力。一方面,政府要支持鼓励和切实保护数字消费领域的创新,建立容错机制,推动形成“技术+平台+场景”良性互动的数字消费发展新生态,构建数字消费产业链、生态链和价值链。另一方面,建立健全解决数字消费过程中的价格歧视、数据安全、数字鸿沟等问题的透明的可预期的常态化监管机制。加强技术监管能力建设,以数字监管数字,以技术监控技术,有效维护数字消费市场秩序,构建绿色、健康、智能的数字消费生态。

(作者系中央财经大学中国互联网经济研究院副院长)

激市场瞭望

欧阳日辉

身着传统服饰的孩子在浙江省杭州市富阳区新登镇宋韵文化特色街区嬉戏。新华社记者 徐昱摄

倩从大学时期就喜欢穿中式服装,

工作后也更加喜欢购买新中式服装。“我最近入手了一件改良版的短款马面裙,更加方便日常出行。前不久还买了一件新中式衬衫,中式纹样让衬衫多了一些设计感,既舒适又好看。”刘晓倩说。

“从初中开始我就很喜欢中式服装,还特地去了第一届国风大典的直播现场。”西北大学文物保护技术专业大三学生张尚娇告诉记者。“最近我比较喜欢穿改良版的中式旗袍,也会和国风社团的小伙伴们一起相约穿新中式服装去拍写真或者喝茶。这几年社团也从过去只有几十人,发展到如今几百人,能明显感觉到更多人对新中式感兴趣,社团的影响力也在不断增大。”张尚娇说。

新中式穿搭有多火

春节期间,无论是在现实生活中走亲访友,还是在朋友圈里看到的好友晒图,各种新中式服装高频出现。

数据显示,去年“双11”期间,淘宝服饰卖出了超73万条马面裙。今年1月以来,淘宝平台上“新中式”“宋锦”的搜索量环比分别增长近6倍和近20倍。今年春节期间,各种含有龙元素的新中式拜年服也十分火爆。

究竟什么是“新中式”?中国社会科学院经济研究所经济研究室副研究员楠玉表示,将中国传统文化元素与当下审美潮流相结合,将中式元素与现代社会生活环境和当代中国人审美融为一体的,都可称之为“新中式”。

经典中式风格与现代时尚元素的巧妙融合,让新中式服装既拥有活色生香的传统元素,又符合人们日常的穿着习惯。风格多样易于搭配的新中式服饰,正逐步成为消费者衣橱里的新宠儿。

在山西大同工作的“95后”白领刘晓

缘何爱上新中式

位于北京五道营的那曲,是一家生长在老胡同里的新中式服装店。手工盘扣衫、木机织宋锦马甲、手绘青碧蜡染衣裳……透过窗口,能看到店内摆满了各式各样传统手工制作的新中式服装,不少消费者正在参观选购。

深耕行业10多年的那曲品牌主理人、设计师咪娜观察到,新中式的走红并非一日之功。早在2020年左右,关注新中式的消费者就已明显增多。“围炉



游客在河北省遵化市尚禾源小镇汉服体验馆选购汉服。

刘满仓摄(新华社发)

古老“社火”彰显现代魅力

本报记者 夏先清 杨子佩

“我们一直都没有休息,估计要忙到农历二月。”在河南省许昌市建安区灵井镇霍庄村,舞龙制作专业户陈俊甫告诉记者。因为今年是龙年,陈俊甫的舞龙产品卖得格外红火,多的时候一天能有三四十条舞龙订单,一直处于“爆单”状态。据不完全统计,2023年10月以来,陈俊甫的舞龙订单已有上千条。

“老一辈的做法是用竹子做骨架,用纸壳裱糊龙身。如今我们对材料进行了更新,颜色搭配也有了新创意,但传统工艺没有变。”陈俊甫说,村里的舞龙手艺人传统工艺的基础上,不断寻求变革,开发了更适合晚上表演的“夜光舞龙”。“今年有很多地方都开办了灯会,夜光舞龙需求量大,我们村开发的新产品,龙身、龙尾、龙珠都会亮,一经推出就供不应求。”

除了传统舞龙产品,霍庄村还有一批年轻人独具匠心,将传统“龙”的意象与文学艺术、国潮设计、流行文化深度融合,通过创造性的艺术表达和加工,不仅丰富了龙的形态,也拓宽了舞龙乃至社火产品的出路,让优秀传统文化不断“破圈”。

在各大电商平台,搜索龙灯挂饰、彩带龙、儿童小灯笼等产品,不少发货地都是霍庄村。“这款是根

据龙年主题设计的卡通彩带龙,适合小朋友玩,小号的一个人也可以要起来。”姚静洁是2014年嫁到霍庄村的外地媳妇,从婆婆那里学会制作舞龙手艺后,她坚持在守正中创新,使传统舞龙焕发出更蓬勃的生机、拥有更持续的“流量”。

传统的舞龙要多人合作演绎,技术含量较高。姚静洁塑造的卡通彩带龙萌态十足,一个人只要通过摆手、移脚、扭腰就可带动龙身舞动。虽然在体态和表现手法上有所差别,但万变不离其宗,卡通彩带龙从形象到内涵都可以在传统舞龙中找到出处。

“社火道具制作是手工艺活儿,很多工序必须依靠人工完成。我们村制作社火道具的历史已经有160余年,很多人都传承了五六代人。”霍庄村党支部书记霍军政介绍,他的儿子霍帅兵就是戏具制作第五代传承人。“年轻人有文化、思维广,能敏锐把握市场发展趋势,以新技术盘活传统资源,推动设计创新,向更多行业和领域拓展。”霍军政说。

近10年来,霍庄村里越来越多的年轻人选择回村创业,开起了网店,做起了直播。“以前父辈们拿着货出去卖,找销点寄售。现在我们足不出户就可以卖全球。”霍帅兵说,他设计生产的汉服远销到了东南亚、欧洲等多个国家和地区。

目前,顺丰、圆通、中通等9家快递公司在霍庄村设立了快递物流云仓,村委会和快递企业签订了战略合作协议,寄件费用降低了不少。“舞龙舞狮这种大型货品以前要拿到市里去寄,一件运费就要一两百元,现在只要打一个电话快递员就来家门口收件,运费才三四十元。”霍军政说。

目前,霍庄村全村300余户村民从事社火、戏剧道具加工和电商行业,产品涉及舞龙、舞狮、戏服等30大类200多个品种,每天销售到国内外的产品达1万余件,连续6年销售额突破亿元,荣获全国“淘宝村”称号,还先后被评为“全国乡村特色产业亿元村”“全国‘一村一品’示范村”。

为了推动社火文化发展传承,霍庄村成立了社火文化合作社。2024年春节期间,霍庄村举办了首届社火文化艺术节,来自全国各地的10余支表演队伍同台竞技,为群众上演了一场精彩的演出。“这次艺术节让我们开了眼界,也萌生了很多新想法。我们会集思广益、博采众家之长,在传承好、保护好的基础上,发展好社火产业。”霍军政表示。接下来,霍庄村将在该村南部打造占地200多亩的社火文旅小镇,深入挖掘和阐释社火文化的时代价值,充分彰显古老意象的现代魅力。



专为儿童设计的舞龙产品很受小游客欢迎。

司争艳摄(中经视觉)

本版编辑 李丹 美编 高妍