国潮引流

非遗焕新

本报记者 张雪

非遗好物好看、好吃、好听、好玩、好用，既能满足人们日常生活需求，也能体现传承人和创作者的深厚文化内涵与精湛制作工艺。越来越多非遗好物正以不同方式走入大众视野。

非遗越来越会“玩”了！它不仅可以是博物馆里的“高大上”，也可以是唾手可得的“小确幸”，可以通过“茶馆+非遗”“书店+非遗”“商场+非遗”点缀日常生活；还可以搞跨界、出联名，轻松拿捏年轻人的喜好，变身时髦又有品位的代表。它是乡村振兴的法宝，也是传递文化的使者，中外游客都有爱上它的理由。

当下，越来越多非遗好物正以不同方式走入大众视野。文化和旅游部近日启动二季度“非遗焕新购物月”，各地紧扣焕新主题，依托本地非遗资源禀赋、地域文化特色，组织开展多样化、差异化的非遗促消费系列活动，丰富优质非遗产品和服务供给，创新多元消费场景，满足消费者多元需求。

跨界“出圈”

非遗好物好看、好吃、好听、好玩、好用，既能满足人们日常生活需求，也能体现传承人和创作者的深厚文化内涵与精湛制作工艺，深受市场认可与消费者欢迎。在今年一季度的“非遗年货购物月”中，非遗产品成为年货市场的畅销品，据抖音等平台统计，活动期间非遗产品订单量同比增长33%。

古老的非遗正以全新的姿态拥抱新一代消费者。在二季度“非遗焕新购物月”启动活动现场，老字号回力鞋业的展台被三三两两的年轻人围住，吸引他们的是外形各异的球鞋。崇明土布、东阳竹编、羌族刺绣等传统非遗元素的融入，把一双双普通球鞋变成了潮流单品。

宋天颐是上海美术学院的教师，也是学院与上海回力鞋业“非遗100+创新运动设计”项目的负责人，她发现这几年消费者越来越认可传统文化，特别是年轻人发自内心喜欢“国潮”产品，这为非遗的跨界“出圈”提供了契机。宋天颐说：“我们将用100项中国传统非遗技艺与运动产品进行创新融合设计，形成100款跨界设计产品，其中的10%将推向市场，预计今年会在门店设立专柜，并在线上平台同步开辟非遗创新设计产品专区，将当代消费者的叙事语境与非遗创新设计产品进行链接，提升非遗的活态传承，丰富和提升品牌的设计理念。”

浙江省级非遗生产性保护基地、东海贝雕艺术博物馆副馆长叶晶晶也察觉到了年轻消费者的消费潜力。去年，一部影视剧《永夜星河》热播，男主角头戴螺钿元素发带，让这项非遗技艺着实火了一把。博物馆趁势推出的影视剧联名文创产品被抢购一空。“联名的方式让非遗技艺更好地融入当代生活，在年轻人中迅速‘破圈’。我们要坚持文化传承与产业提升并重，持续探索活态化传承、影视化传播等方向。”叶晶晶说。

当非遗元素融入运动鞋、护肤品、户外装置等产品领域，跨界而来的非遗好物既承载了中式美学的文化内涵，也反映了时尚审美的现代理念，结出非遗创造性转化、创新性发展的累累硕果。

双向赋能

浙江杭州解百商场毗邻西湖，周边交通便利，人流密集。来到商场A座4楼，以红墙、灰砖营造出的古朴雅致空间让人立刻安静下来，这里是“解百1918”非遗茶空间，由两个品牌茶室、1918国货馆以及多个非遗手作体验区共同组成。

杭州解百商场营业二部工作人员叶军华介绍，去年8月商场进行调改，为了给商场引流，决定在经营业态上增加文化内涵，于是打造了非遗茶空间，两家茶室提供各种中式茗茶，并邀约非物质文化遗产代表性传承人将传统制茶技艺和茶文化带到日常消费活动中，非遗茶空间还融入天竺筷、西湖绸伞、剪纸、制香、皮纸芯灯等非遗代表性项目，让茶文化与非遗技艺相得益彰，为顾客带来独特的文化体验。叶军华说：“现在很多消费者会特意来打卡，我们还配备了专业的讲解服务，让外地游客也能深入了解和体验杭州的非物质文化遗产。”

晓风·明远书院地处拥有深厚文化底蕴的杭州城市公园，到这里除了买书，还能体验红茶制作、雕版印刷等非遗技艺，购买非遗文创产品。书院工作人员祝丽萍介绍，“非遗+书店”丰富了原本的经营业态，扩大了消费群体，增加了书店营业收入。

近日，“解百1918”非遗茶空间和晓风·明远书院双双入选浙江省级“非遗茶空间”。打造“非遗茶空间”是浙江省为促进“中国传统制茶技艺及其相关习俗”人类非遗项目系统性保护和可持续发展进行的全新探索。围绕传统制茶、茶习俗、茶礼、茶器、茶点、茶服等与茶相关的非遗项目，依托茶事活动空间及茶园、茶场、景区、街区等周边环境，以非遗展示、体验、交流服务为业态，突破传统边界，打造集生活风貌、审美意趣和人文精神于一体的文旅消费新场景。

推动业态融合，非遗走入茶馆、传习所、民宿、酒店、书店、商业综合体，实现相互成就、彼此赋能，以新品类、新美学、新场景，满足人们对美好生活的向往，也为非遗系统性保护与文旅深度融合注入新动能。

中外共赏

如今，人们到乡村旅游，不仅想在绿水青山中走一走，还越来越希望感受独特的乡土文化，广袤乡村孕育出丰富多彩的非遗技艺，成为乡村旅游的全新吸引力。

浙江省湖州市长兴县水口乡顾渚村是首批全国乡村旅游重点村，这里有400多家乡村民宿，去年接待游客400多万人次。徐丹是紫茗山庄民宿的主理人，她介绍，民宿由农家乐转型而来，在十几年的时间里，民宿的内部环境、外观设计、服务细节等不断提升，从2023年开始明确非遗主题民宿定位，邀请绿茶制作技艺（紫笋茶制作技艺）国家级代表性传承人郑福年开设工作室，向住店客人展示陆羽《茶经》中记载的制茶工艺，并指导游客动手体验制作茶饼的过程。徐丹说，民宿不仅在房间布局上围绕茶文化做文章，还开设了采茶、品茶、制茶等一系列研学课程，店里基本都是回头客，围绕非遗开展的文化体验是特别的加分项。

“随着旅游经验不断丰富，人们更加希望去有文化底蕴的地方体验，非遗在乡村旅游发展过程中的作用将持续放大。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云表示。非遗通过与乡村传统文化产业、旅游产业深度融合，从消费端促进供给端效率和水平提升，为乡村全面振兴提供助力。

除此以外，各地也在积极推动非遗相关产品和体验进景区、进街区，探索文旅融合新场景，丰富消费者旅游体验。今年“五一”假期，福建泉州推出宋风古韵奇妙游，包括提线木偶版《哪吒闹海》、提线木偶玩转AI机器狗等多项活动；北京朝阳区在5月推出“宋韵雅集——751汉文化节”，集合汪满田鱼灯表演、古风市集、非遗工作坊等非遗相关活动。

独具魅力的非遗不仅赢得了国内消费者的喜爱，也成为外国游客了解中国文化的重要名片。叶晶晶说：“东海贝雕艺术博物馆现在每年可接待1万多人次外国游客。从博物馆离开的外国游客基本没有空手的，都会买一些产品作为来中国旅游的纪念，当他们回到自己的国家，我们的非遗产品和技艺就会成为象征中国文化的符号。”

浙江省金华市婺城区婺州古城“非遗市集”上，市民游客在选购文创产品，感受传统文化的魅力。

时补法摄（中经视觉）

图① 游客在广州首个非遗主题街区永庆坊游玩。

新华社记者 陈朔摄

图② 老字号回力鞋业展台上摆放着融合了传统非遗元素的新款回力鞋。

本报记者 张雪摄

赛事流量转出文旅增量

本报记者 耿丹丹

特种车辆展示、极限运动表演、沙漠穿越探险……近日，2025新疆特种旅游节在新疆克拉玛依市乌尔禾区世界魔鬼城景区开幕，吸引了众多来自全国各地的特种旅游爱好者、国际特旅赛事组织及专业探险机构参与。

自2010年以来，新疆特种旅游节已推出“达喀尔英雄挑战赛”“穿越塔克拉玛干沙漠”“纵横北疆”“环游天山”等一系列具有代表性的新疆自驾游线路，通过“赛事牵引、科技赋能、产业融合”三维驱动，发展具有鲜明特色的“荒野经济”业态。

“克拉玛依的雅丹地貌、峡谷沟壑以及胡杨林为特种旅游创造了极佳条件。今年是我们连续三年承办特种旅游节，除了举行达喀尔地面越野等赛事外，还增加了热气球、动力伞、直升机等低空体验项目。”克拉玛依市文体旅游局党组副书记、局长王晓佳说。

达喀尔英雄挑战赛是新疆特种旅游节配套活动。据悉，达喀尔中国体验中心2023年10月落地乌尔禾后，已举办5场大型活动赛事，目前在乌尔禾区已经成功建成世界魔鬼城线、白杨河大峡谷穿越线两条达喀尔之路，累计接待游客超2.6万人次。“特种旅游节期间，全市投放了价值4000万元的消费券。后期将通过举办体育赛事，结合雅丹地貌、胡杨林等特种旅游资源，让特种旅游活动更加丰富。”王晓佳说。

近年来，新疆通过多元化赛事活动与文旅深度融合，逐步构建了“体育+旅游”的全新发展模式。今年，新疆各地纷纷策划举办丰富多彩的文旅和赛事活动，体育赛事的“流量”正源源不断转化为消费“能量”与经济“增量”。

克孜勒苏柯尔克孜自治州是“百年足球之乡”，具有悠久的足球历史底蕴，足球普及程度和比赛氛围领先全国。截至目前，当地足球场地数量达377个，每万人拥有足球场地数量6个以上。近年来，当地开展的各级别、类型民间足球赛事逐渐形成特色IP，成为带动旅游业发展的新引擎。

今年4月中旬，“石榴籽杯”2025年克州足球联赛在阿图什市开赛，联赛为期8个月，将进行近800场比赛。联赛期间，当地将结合玛纳斯国际文化旅游节、西极霞光旅游季、猎鹰文化旅游季等特色节事，举办《玛纳斯》歌舞剧展演、足球文化展览等系列配套活动。

“将体育赛事活动办在群众身边，可以增加赛事活动的烟火气，带旺街区、商圈的满满人气，激发景区的勃勃生机，激发体育赛事活动的经济活力。”克州文化体育广播电视和旅游局党组书记、副局长马中阳说。

据悉，加上此次联赛，去年11月至今克州已举办4次民间足球赛事。今年一季度，克州累计接待游客人次同比增长逾51%，游客总花费同比增长超58%。

除了人文环境塑造体育赛事，新疆“三山夹两盆”地形孕育出的险峻峡谷、无垠草原、浩瀚戈壁等壮丽的自然景观，也让每座山川峻岭皆成天然赛道，每寸荒漠绿洲皆为赛事舞台。

今年5月，新疆推介发布了2025年度新疆“跟着赛事去旅游”六大赛事：2025中国环塔国际拉力赛、中国·新疆第十七届环赛里木湖（国际）公路自行车赛暨中国自行车运动骑游大会、第十四届环艾丁湖摩托车拉力赛、达喀尔英雄挑战赛、“村BA”系列赛事、FWT世界野雪巡回赛。六大赛事涵盖沙漠、雪域、戈壁等多种新疆特色地貌场景，向参与者们呈现“极限新疆”的特色。

“因体育赛事奔赴一座城”，富有特色和挑战的环塔拉力赛正发挥着“留量”作用。中国环塔拉力赛创办于2005年，赛段覆盖新疆14个地州56个县市区，赛事总里程累计超7万公里。新疆环塔汽摩运动俱乐部总经理杜晶介绍，2024中国环塔国际拉力赛实现旅游收入17.96亿元。今年拉力赛的总里程为4500公里，赛事以景区和项目为抓手，通过赛事落地和传播，对赛事举办地的汽车自驾游、酒店住宿、旅游消费等产生直接拉动作用。

发挥央企场景优势

衣学东

央企作为国民经济的重要支柱，在资源、技术、品牌等方面具有显著优势。当前我国消费领域正处于加快转型升级的关键阶段，消费政策扎实推进，消费结构持续优化，消费潜力加速释放，为央企助力提振消费创造了有利条件，央企可进一步发挥自身优势，打通从收入分配到消费支出的全链条通路，培育壮大内需增量市场，全方位扩大国内需求。

增强激励力度，拓展财富增值空间。加大央企技能人才激励，构建凸显“技能价值+创新贡献”导向的技能人才薪酬分配体系。促进农民收入增长，强化产业联农带农，助力盘活资产资源。扶助中小企业发展，强化订单保障，助力中小企业稳业拓市。提升上市公司投资回报，加强投资者关系管理，讲好传统产业“第二增长曲线”、新兴产业和未来产业“新质生产力增长点”等央企故事，引导市场估值逻辑转变。根据企业实际情况，适度提高现金分红比例及频次。

放大新赛道就业效应，支持重点群体就业。培育先进制造就业空间，配合国有企业数字化转型、传统产业绿色转型、重点领域基础研究等需要，增加科技研发部门见习岗位。围绕人工智能、生物制造、商业航天等领域紧缺岗位，鼓励相关企业联合高等院校、职业学院，开展“订单式”定向培养、培训。探索高质量“以工代赈”，支持相关企业在交通、水利、农业、生态保护、灾后重建等领域重大工程项目建设中，优先吸纳当地低收入群体就近务工。

多维突破场景创新，纵深推进业态融合。创新住房消费供给模式，定向挖潜公积金群体住房刚需和改善性需求，建立中央企业保障房项目库。延伸汽车后市场服务链条，鼓励汽车企业联合金融机构推出“以租代购”方案，拓展汽车改装服务，布局建设房车驿站综合体。蓄势赋能低空经济，扩充中央企业低空经济创新联合体，加快低空装备制造、基础设施、网络布局、运营服务、数据安全等全产业链资源整合，加快应用场景孵化。构建空天消费增长极，打造“航天+”新产业。推动卫星通信、卫星遥感、卫星导航等航天技术商业转化，推广智慧农业、碳监测、灾害预警等场景应用。

加力筑基县域经济，科技赋能消费升级。深化央企定点帮扶，结合当地实际和企业优势，规划富民产业推进路径，推动消费帮扶从单一采购转向品牌共建、订单农业等长效合作机制。布局银发消费市场，发展居家老龄产业。扩大银发康养消费，整合中央企业存量土地、地产开发、医药医疗等资源，孵化“康养+”银发消费融合业态。创新“文旅+”跨界消费，发挥中央企业跨界优势，探索文旅与农业、工业、科技、教育等创新融合。

深化央企协同联动，健全政策保障机制。释放央企聚合效应，鼓励央企资源互联互通，支持构建央企“名品方阵”。健全权益保障制度，带头落实带薪年休假制度，优化员工福利制度。完善资本协同机制，加大消费新业态投资，拓宽消费项目融资渠道，研究成立消费促进专项基金。（作者系国务院国资委研究中心党委书记、主任）

本版编辑 孙庆坤 美 编 倪梦婷

2025新疆特种旅游节在新疆克拉玛依市乌尔禾区世界魔鬼城景区开幕。

李朝阳摄（中经视觉）