

传统文化引领“新国潮”

旅途之中，走进博物馆打卡“国宝”必不可少；走进乡村，非遗工坊里游客们仔细挑选心仪的手工艺品；打开购物软件，马面裙、国货彩妆是年轻人的“心头好”……不知从何时起，传统文化已在人们生活中繁盛存在。

国潮，就是“国”与“潮”的融合体——“国”指的是中国传统文化元素，“潮”则是指时尚潮流。“新国潮”便是通过创新创意将二者结合起来。

如今，中华优秀传统文化引领起一股“新国潮”，迸发出驱动经济社会发展的深层力量。

装点美好生活

北齐白釉绿彩长颈瓶、唐三彩凤首壶、北魏蓝色玻璃瓶……白色表盘上，12件精美绝伦的“文物”，共同构成了12个钟点数字——网友“太白猫猫”在社交平台上晒出由博物馆文创冰箱贴“拼”出的时钟，评论区收获一片夸赞与羡慕。

“历史存活于过去，也流走于现在的时间。”一名网友的留言，令“文物时钟”的作者深表认同。这样的“思想共鸣”，越来越多被激发出来。

这股“国潮文创风”，吹得正劲：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，网友们致力于收集后再创作，在家建起一座由文物冰箱贴组成的“博物馆”。

不止为了文创，逛博物馆正成为更多人的“国潮”生活方式之一。成都金沙遗址博物馆数据显示，每年购买年票的观众多达5000余人。“在博物馆喂一喂梅花鹿，甚至就在树荫下发发呆，挺好。”年票观众张新林说。

从更大的空间看，在平遥古城追寻晋商文化、在苏州古城平江历史文化街区体验“苏式生活”、在潮州古城品味茶香与美食……历史记忆与人间烟火交汇融合，城市文脉和现代生活共荣共生，“活着的古城”为人们的生活增添“国潮”新体验。

传统文化深深扎根于中华儿女心中，早已与人们的生活交融相会。

取材自中国神话的影片《哪吒之魔童闹海》今年屡创票房纪录，传授中华优秀传统文化的“夜校”课程正在城市青年群体中流行起来，融入传统文化元素的茶饮、潮玩、零食等品牌联名款吸引年轻人买单……与其说是“血脉觉醒”，不如说是“新国潮”的号召力被更彻底地释放出来。

“文化生活化、生活文化化”的愿景并不遥远。传统文化不再是抽象的、静止的、留在过去的“盆景”，而是不断生长中的参天大树。

创造就业机会

走进贵州黔西市化屋村文丽蜡染刺绣非遗工坊，绣娘们妙手翻飞，将传统纹样绣进服装、手提袋、帽子等产品中。

苗族姑娘杨文丽是这里的“主理人”。这位“95后”女孩2019年回乡创业，如今已从一名技艺传承者走向行业创新者。

不同颜色的丝线，绣出寓意幸福吉祥的各式苗绣纹样；在传统纹样绣片的基础上，开发成衣、围巾、太阳帽、装饰画等产品；开拓线上市场，销路从本地拓展到国际……“国潮风”吹进青山绿水间，融合传统与现代设计的创意产品，赢得市场青睐。

去年，工坊实现280多万元的销售额。杨文丽说，从最初只有6

名绣娘，发展到现在的63名绣娘，非遗工坊带动了周边群众稳定就业，“现在我们村里几乎没有留守儿童了。”

像这样的非遗工坊，化屋村目前已引导村民开办了14家。今年以来，村里还开展了3期苗绣、蜡染技艺培训，参与培训的绣娘达200余人次。

截至2024年底，我国共建设9100余家非遗工坊，直接吸纳27万余名脱贫群众实现就业，人均年收入超过3.6万元。“老手艺”成为群众就业增收新亮点。

“新国潮”站上就业新风口。在陕西西安，“汉服热”催生对妆造师的巨大需求。长安区人社局推出长安汉唐妆造师培训项目，免费教授相关课程，目前带动就业创业人数近7000人，人均年收入9万余元。在山西隰县，游戏《黑神话：悟空》带火当地旅游，景区导游数量从8人增至31人；大学生返乡就业，推动民宿、餐饮等业态发展。抖音集团近日发布的2025非遗数据报告显示，过去一年，抖音中非遗直播作者数增长13.76%，非遗商家直播成交额中63%来自店播模式，超10个非遗商家店播破千万元。

“新国潮”的流行，助推社会分工细化优化、新的职业序列培育挖掘，开发出新的就业增长点，引导更多群众实现高质量充分就业。

带动产业发展

4月举办的2025广东时装周上，穿着新中式元素服装的模特们走上T台，格外吸睛。

时装周活动“非遗新造”展示区域人潮涌动，香云纱、贵州蜡染、织锦等与现代设计结合的新中式产品应接不暇，年轻人围着体验工作坊与设计师积极互动。

原创服装高级定制设计师刘宛莹说，她在设计上将先锋潮流与传统美学融合，让传统的香云纱焕发现代多元文化混搭的新风格，自然融入职场、休闲、宴会等不同穿搭场景，“我希望实现跨界融合突破，让更多年轻人爱上南粤文化。”

数据显示，2025年1月1日至4月29日，以新中式为代表的国潮服饰成交额同比增长超120%。

“新中式”潮起，正从文化现象进化为一场产业变革。

以中国古法黄金工艺为特色的老铺黄金，将花丝镶嵌、错金等非遗技艺融入当代设计，2024年销售业绩同比增长超160%；以天然草本植物、水果或药材为原料，通过煮制、萃取等工艺制成的“中式养生水”市场规模预计2028年可破百亿元……“新中式”渗入诸多消费细分领域，形成以文化价值驱动增长新范式。

今年1月，国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出开发时尚国潮产品，打造国货“潮牌”、“潮品”，为国产品牌高质量发展提供指引。艾媒咨询发布的《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》预计，到2028年，国潮市场规模将突破3万亿元。

国潮澎湃，不断激发消费市场活力和企业潜能。国潮产业的蓬勃发展，不仅体现了中国品牌的文化自信，更彰显了传统文化在现代商业环境中的强大生命力。

凡益之道，与时偕行。

传统文化不再是被供奉的“文化标本”，而是可触摸、可转化、可增值的“活性资产”。与时俱进的中华优秀传统文化不仅塑造着精神坐标，更标注出高质量发展的文化刻度。

新华社北京6月2日电

600年龙窑为何“炉火不息”？

添柴观火40多个小时、温度烧至上千摄氏度、挨个开陶瓷作品“盲盒”……5月31日，恰逢端午节，“中国陶都”江苏宜兴在锣鼓喧天、舞龙表演中迎来一大盛事——古龙窑开窑。

走进宜兴丁蜀镇的村落民居，远远望去，有一道长长的黑色瓦檐，沿着高坡蜿蜒而上，瓦檐下隐约可见黄土垒起，形似蛟龙，这便是前墅龙窑。这座龙窑始烧于明代，600多年来薪火相传，是江苏目前仍以传统柴烧技艺烧制陶瓷品的唯一一座古龙窑。

龙窑成就了陶都宜兴的美誉。记者了解到，前墅龙窑由窑头、窑身和窑尾构成，头北尾南，通长

43.4米，每窑可入陶坯8000件左右。2006年，前墅龙窑被列为全国重点文物保护单位。

“原来龙窑是烧制日用品的，现在以紫砂为主，是我们这儿的‘无价之宝’。”已经烧了50余年龙窑的宜兴本地人吴小羊对记者说。

宜兴紫砂陶制作技艺也于2006年被列入首批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。漫步当地村落间，随处可见生产陶瓷、紫砂壶的家庭作坊。

“传统龙窑是我们宜兴陶艺制作的一种符号。虽然现在烧窑技术创新，但龙窑烧制保留着传统工艺和风貌，这种仪式感，有助于让年轻人了解非遗。”国家级非物质文化遗产

代表性传承人范伟群说。

如今，宜兴当地大大小小的制陶家庭作坊都用上了电窑炉。“现在大家更注重环保了。我们做过统计，通过电窑炉推广应用，宜兴每年可减少排放二氧化碳约4万吨、二氧化硫约131吨、氮氧化物约114吨。”国网无锡供电公司营销部主任许涵慎说，不少紫砂企业还接入光伏等清洁能源，开启绿色制陶之路。

“除了环保效益，对于日常的陶瓷作品制作，电窑烧制便于掌控温度，稳定且效率更高，尤其适合我们年轻人学。”宜兴的“90后”制陶能手范倩雯说。

但每年传统节庆等特殊节点，

宜兴还会启用前墅龙窑烧制并举行隆重开窑仪式，吸引了众多市民游客参加，近年来每次线上直播更受到数百万网友关注。

“非遗+直播”的新路子让宜兴的手艺人们尝到了“甜头”。丁蜀镇打造紫砂产业抖音直播基地，如今入驻商家超8000家、直接从业人员达5.5万人，近两年实现紫砂制品销售大幅增长。

“制陶行业正在快速数字化转型，但龙窑保留了传统技艺，龙窑薪火相传代表一种文化传承，同时对年轻人来说也是心理上的文化地标，代表了我们的‘根’。”范倩雯说。

新华社南京6月1日电