

国潮赋能新消费

龙年春节,各类国货凭借“国潮”元素强势崛起。从美食、服装到文创产品等,国潮带动消费新热潮,传递出中国经济的强劲脉动。

龙,精湛的手艺引得网友感慨“手艺人值得尊重”。

穿中华美服

这个龙年,中式服装穿搭成为很多年轻人的新年时尚。在北京南锣鼓巷、天津欢乐谷景区,处处摇曳的马面裙成为一道亮丽风景。

在购物平台得物App上,汉服头部品牌织造司的吉羊止马面裙和舞法天女马面裙是“95后”“00后”喜爱的单品。“马面裙成为时尚单品,是因为当代年轻人喜欢中式结构、设计和面料。马面裙是一个窗口,映射出年轻人对中国传统文化和中式生活方式的热爱。”织造司品牌创始人林威表示。

无论是马面裙,还是各种国潮联名商品,“新国风”正成为当代年轻人流行的生活方式。得物App数据显示,2023年国潮国货消费中,“95后”“00后”群体成为消费的绝对主力,占据了国潮国货消费的82.6%。

“国潮”受青睐,关键在于具有优良品质的国货与源于传统文化的时尚相结合。曾担任过中国纺织非遗推广大使的服装设计师林栖致力于将马面裙技艺改良应用到当下,“历史沉淀的美要在生活中被看到,才会有持续的生命力”。

赏传统技艺

过年期间,不少博物馆和商场将

“国潮”艺术节、非遗体验、民俗演艺等活动巧妙融入参观和消费中,让传统文化可见、可亲、可传播。

在北京大运河博物馆、通州区文化和旅游局联合举办的“博物馆过大年”之运河主题文创大集上,诸多非遗及文创品牌纷纷亮相。在融今文化公司精心打造的“赏·时尚非遗”展位上,扎染、蜡染的布艺作品图案独特、色彩自然,散发着古朴气息。

这些非遗艺术品经过现代设计改造,既保留了传统非遗的精髓和独特韵味,又融入了现代审美和时尚元素,呈现出一种全新的艺术风格和视觉效果。通州区居民王丽波参观后感慨,“创新改良让传统技艺更实用、更亲民”。

带有新年美好寓意的珠宝首饰、古法编织品等带有国风元素的商品深受年轻人欢迎。为应对春节期间消费高峰,得物鉴别实验室研究员王可留守实验室加班,“珠宝玉石、文玩手串等商品预计销量较高”。

“近年来,新中式纹样、水墨书法、汉字符号等成为‘Z世代’喜爱的设计元素,不仅体现了新一代年轻人的审美风尚和文化态度,也折射出新一代消费者的文化自信和民族认同感。”中国美术学院创业学院院长韩亮表示。

可以预见,随着消费者对传统文化的认同感和自豪感持续增强,传统文化将不断赋能消费新业态、激活消费新动能。

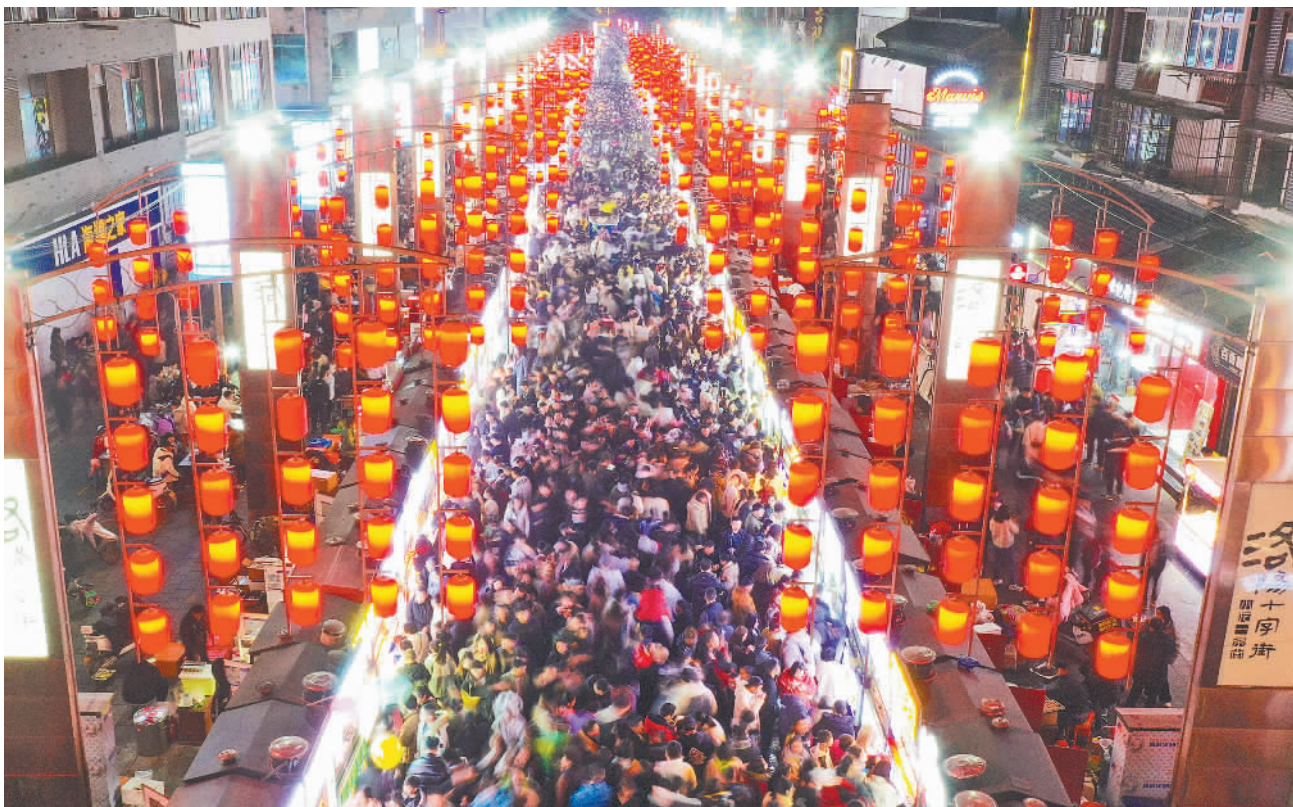
品中国味道

离春节还有半个月,国货老字号义利食品的产品销量就出现了明显提升。义利与首都博物馆联名推出的“吉食行乐”礼盒,不仅糕点口味丰富,还有切中龙年主题的首馆藏藏品铜坐龙元素。凭借“国潮”伴手礼,义利食品在年轻消费者中备受追捧。

北京义利食品有限公司总经理张旭升告诉记者,“我们以‘新国潮、新健康、新鲜感、新口味’为基点,在保留传统经典糕点的同时,将民族文化、传统文化中的经典元素与中式糕点进行更多结合,设计更符合年轻群体消费需求的‘中式国潮糕点’。”

拥抱国潮,也成为烘焙茶饮行业的新风向。奈雪的茶携手中国审美宝典《故宫纹样》重磅推出“香水大红袍”新春联名系列,不仅涵盖了现制茶饮,还推出了9款零售茶叶新品,满足不同茶饮消费需求。

不仅线下销售火爆,国潮美食在线上广受关注。因创作中式糕点“醒狮酥”在全国走红佛山的厨师陈小东,在龙年春节前夕再度推出新作“龙狮酥”,不少网友惊叹“绒毛感都出来了,活灵活现”;山东青岛“90后”糖艺师崔久祥将国风融入糖艺,创作出栩栩如生的糖



上图 2月12日,河南省洛阳市老城十字街游人如织,来自全国各地的游客在这里赏夜景、品美食,感受千年古都的魅力。
张怡熙摄(中经视觉)



左图 2月14日,浙江省金华市兰溪市中洲公园30多万株郁金香迎春绽放,吸引市民和游客前来赏花,乐享春光,给新春佳节增添了喜庆气氛。
时补法摄(中经视觉)



□ 刘慧

特色民俗魅力

锣鼓起、龙头高,龙珠旋转顺遂又如意,龙尾甩出福祿和安康……春节期间,宁波市镇海区村头街巷一派祥和欢乐。九龙头追逐明珠,在人群的簇拥下翻腾舞动,寓意风调雨顺、家家平安。

2月11日,在九龙湖镇村民广场,各种颜色的游龙尽情舞动,时而摇头晃脑,时而奔腾游走,变换龙船、八字龙等动作,引来游人阵阵叫好。表演结束后,所有龙队排成一字型走入村庄,与村民和游客热情互动。九龙湖镇村民乐聪芬说:“今天现场非常热闹,特别有春节氛围。舞龙是我们的特色民俗,看到传统文这么受欢迎,我感到很自豪。”

九龙湖镇自古以来便有九龙山、九龙柱、龙女献珠等与龙有关的美丽传说,舞龙也是当地的节日传统。

“龙是我们中华民族的象征,我们九龙湖人对龙文化的热爱是刻在

骨子里的。舞龙是一项考验团队协作的传统运动。希望以后有更多机会沉浸式感受中华文化的深厚底蕴。”

为更好传承发扬传统文化,今年春节期间,九龙湖镇以全域旅游开发建设为契机,巧妙利用“龙IP”设计打造多样文创产品、艺术节和文旅项目。传统文与现代表旅游交融生长、共同滋养,推动当地经济发展,促进乡村振兴和共同富裕。

后冬奥经济新篇章

国家跳台滑雪中心由顶峰俱乐部、兴恒集团等运营,在冬奥会期间,这里成了体育建筑的动态,又凸显了中国文化元素,远远望去如一柄巨大的如意横亘于山峦间。

兴恒集团是冬奥村的建设和运营方,北京冬奥会闭幕之后,一直致力于探索场馆再利用,打造集研学、康养、赛事、度假等于一体的体育、文化、旅游目的地。

兴恒集团文体旅运营管理有限公司营销策划部负责人王剑坤介绍,2022年,集团对国家跳台滑雪中心进行改造,打造了非奥场馆,配备了大屏幕,丰富完善服务功能、会议功能、观赏功能和配套餐饮,形成了以会议、会展、庆典为主的业态布局。2023年这里举办了首届“雪如意”启春节等各类活动50余场,承接省市级赛事40余场、国家级赛事7场,累计引客约25.8万人次。

河北张家口冰雪产业采访记

本报记者

姚亚宁“除了承办赛事活动,我们还把‘雪如意’婚庆列入冬奥场馆赛后利用业态,明确了以‘雪如意’草坪区、‘雪如意’顶峰俱乐部、如意广场为主的高端婚庆场景,吸引适婚青年到这个具有中国传统文化元素的场地体验独特的浪漫。”王剑坤说。

“冬奥场馆是丰厚遗产,赛后利用一直广受国内外关注,我们目前的探索虽然富有成效,但还面临建设资金压力大、维护成本高等难题,还有很长的路要走。”张家口市发改委后奥运经济发展科科长刘爱民表示,下一步将继续围绕冬奥场馆赛后利用,充分发挥冬奥会带动作用,为后奥运经济高质量发展注入活力。

冰雪装备大发展

2月9日,农历除夕,位于张家口市万全区冰雪产业园区的张家口科万文化传播有限公司依然一派繁忙。

棒球帽、帆布鞋、阔腿裤、黑框眼镜……科万公司创始人王珏正在与员工商讨春节期间冰雪装备的销售策略。“我原本在北京工作,平时酷爱滑雪。一个偶然的机会了解到滑雪装备制造行业,3年前辞掉工作,来到张家口创业。”王珏告诉记者。

科万公司成立于2020年9月并入驻张家口冰雪运动装备产业园,拥有自主滑雪运动品牌,主营产品涵盖雪板、雪服、雪鞋、碳纤维头盔等滑雪装备及冬雪夏训产品。

采访中,王珏多次谈到“热爱”。“因为自己热爱这项运动,所以想坚持下去。不少用户喜欢我们的产品,这个春节我们安排专人值班,商品不停发,直播、仓库、物流等工作人员也坚守岗位。”王珏说。

当被问到为何选择落户张家口,王珏给出了自己的答案:“首先是因为冬奥会,张家口的冰雪场馆在圈内有名气,来滑雪的游客多,市场十分广阔;其次是这边的产业园区产业链比较完善,成本也低,非常适合我们这种初创公司。”

张家口高新技术产业开发区党政办副主任申春梅介绍,张家口冰雪运动装备产业园首期开发示范区占地435亩,总建筑面积24.7万平方米,总投资11.42亿元,主要分为轻型装备制造生产区、重型装备制造区、办公研发综合服务区、冰雪运动展览中心四大板块。
(下转第二版)

新春走基层·蹲点笔记

2024年2月15日 星期四
农历甲辰年正月初六

ECONOMIC DAILY 今日4版
经济日报社出版

中国经济网网址: http://www.ce.cn 国内统一连续出版物号 CN 11-0014 代号1-68 第14822期(总15395期)

2月4日,从北京北站乘坐高铁一路向西北,穿隧道、过崇山,一个小时便到了河北省张家口市。两年前的这天,北京冬奥会开幕,张家口承办众多比赛项目,留下丰厚冬奥遗产。而今,这里重回春潮,雪落群山,一片银装素裹,冰雪赛事接续举办,冰雪运动蔚然成风,冰雪装备产业持续发展,体育文化旅游多元融合,京张体育文化旅游带建设带来新机遇,后冬奥经济续写新篇章。

冬奥场馆再利用

2月5日一早,下了一夜雪的张家口市崇礼区格外寒冷。位于该区的冬奥村白雪皑皑,接待中心食堂内却是热气腾腾,来用餐的人络绎不绝,大都穿着雪服、背着雪具,准备吃过早饭便奔向雪场驰骋一番。

家住北京的李芳洁一家六口来到冬奥村滑雪度假。李芳洁说:“我们从北京坐高铁过来,到太子城站下车。冬奥村这边离高铁站近,条件也好。这次带着老人和孩子来,我们定了两个套房,不仅性价比高,还能感受冬奥氛围。”

张家口冬奥村在建设伊始便主打中国北方院落布局风格,传统文化融合奥运精神,采用现代仿木装饰与传统两坡屋顶相结合的建筑结构。由于地处山区,冬季气温较低,这里的每个房间都配备绿电供暖系统,实现温度精准调控。

“目前,我们已经完成冬奥村全部房间的改造提升,构建旅游业、商业、产业、学业‘四业联合’模式,形成了以旅居康养、研学营地、赛事保障为核心的业态布局。”张家口奥林匹克公园发展事业部总监翟若帆介绍。为充分发挥冬奥遗产价值,冬奥村还推出了滑雪月卡、次卡及周边滑雪场滑雪套餐等不同产品,研发康养旅居短租系列产品,建立专职管家团队,24小时响应客户需求。

走进冬奥村的房间,智能床格外引人注目。床上铺着印有北京2022年冬奥会会徽的床品,床铺依循人体工程学原理,可自由升降,在不同使用场景下为人体脊柱提供支撑,分散身体压力。翟若帆说:“北京冬奥会期间,运动员们睡的就是这种床。如今每位入住的游客,都可以体验到科技感满满的智能床。”

翟若帆告诉记者,冬奥村全部房间目前已投入市场运营,累计接待游客近5万人次,周末、节假日入住率可达65%至70%。同时,冬奥村还开通了周边滑雪场直通车,提供太子城高铁站接驳服务。作为国家、省市运动员的赛训保障基地,冬奥村2023年共保障了40余支冬季、夏季赛训队伍食宿。

2月5日下午,客人们陆续来到张家口冬奥村接待中心,“大碗吃着才香”“再来一碗”……大家对杀猪菜赞不绝口,接待中心内充满了欢声笑语。“我们把住在冬奥村这边的客人称为‘村民’。这是我们为大家准备的杀猪菜宴,还有赏民俗、品年味活动,让客人感受到浓浓的年味儿。”翟若帆介绍。

由张家口冬奥村举办的“雪季乌托邦”迎新系列活动拉开帷幕。在国家跳台滑雪中心,乘地轨缆车来到顶峰俱乐部观景平台,俯瞰古杨树场馆群,远眺国家冬季两项中心和国家越野滑雪中心,一条条雪道如银色巨龙在山间飞舞。

粮食大事

“谁来种地”难题破解有方

“谁来种地”是保障国家粮食安全、推动乡村全面振兴亟待解决的问题。今年中央一号文件提出构建现代农业经营体系,聚焦解决“谁来种地”问题,提出破题良方。要加快利好政策的落地见效,着力培育新型农业经营主体,提高农业社会化服务水平,为保障国家粮食安全提供支撑。

解决“谁来种地”问题,要摸清症结、对症下药。随着工业化城镇化快速发展,农业经济效益低、农村就业机会少、基础设施落后以及公共服务水平发展不充分等问题越发明显。农村劳动力长期大量向城镇转移,出现农业兼业化、农村空心化、劳动力老龄化趋势,农村劳动力结构性短缺问题突出。年纪大的农民种不动地,“80后”不想种地,“90后”不懂种地,“00后”不问种地,“谁来种地”问题亟需破解。

农机化快速发展为解决这一难题

提供了动力。我国农业生产已基本实现“机器换人”,从主要依靠人力畜力转向主要依靠机械动力的新阶段。目前,全国农作物耕种收综合机械化率达73.1%。无人驾驶拖拉机、无人机等各种智能农机推广应用,正在推动农业生产进入信息化、智能化、无人化时代,扛着锄头“面朝黄土背朝天”的传统耕作方式逐渐成为历史。

“机器换人”必然引起生产力大发展,进而引发农业经营方式变革。在农业机械化的推动下,我国农业生产从一家一户的小农生产逐步向规模化、集约化发展,种粮大户、家庭农场、合作社、龙头企业等新型农业经营主体逐渐发展成为稳定“农业基本盘”和夯实“粮食压舱石”的中坚力量,服务带动效应持续增强。与传统家庭农户相比,新型农业经营主体懂经营、懂技术、懂市场,是新技术新品种的实践者,在稳粮保供中发挥

重要作用。 “大国小农”是我国的基本国情粮情。虽然新型农业经营主体发展迅速,但农业生产仍面临着经营规模小、成本高、收益低,土地资源利用不合理,生产智能化转型困难等现实问题。各地还需要加大新型农业经营主体培育力度,发展多种形式适度规模经营,发挥农民专业合作社服务带动作用,破解小农户生产难题。

农业规模化经营不仅包括土地规模化经营,还要实现服务规模化经营。土地规模化经营是通过流转土地而形成的规模化经营。在推动农业生产实现规模化、机械化的过程中,各地探索“小田并大田”,破解农村土地细碎化难题,加快建设土地平整、集中连片、设施完善、农田配套、土壤肥沃、生态良好的高标准农田,推进土地规模化经营。服务规模化经营则是通过为小农户提供

全程托管式服务或者半托管式服务而形成的规模化经营。农业社会化服务可使小农户在不转让土地经营权的前提下实现经营规模化,更加符合我国农业生产的实际。

新型农业经营主体在现代农业发展中发挥着重要作用,也面临着农业基础设施落后、生产规模扩大难、经营能力偏弱等问题。要以小农户为基础、新型农业经营主体为重点、社会化服务为支撑,加快打造适应现代农业发展的高素质生产经营队伍;提升家庭农场和农民合作社生产经营水平,增强服务带动小农户能力;加强农业社会化服务平台和标准体系建设,聚焦农业生产关键薄弱环节,拓展服务领域和模式。还要支持农村集体经济组织提供生产、劳务等居间服务,充分挖潜集体资源经济效益,促进集体增收与农民致富。