

### 中式穿搭备受青睐,国货品牌频频“出圈”

# 传统文化融进来 服装市场添新彩

本报记者 邱超奕 王珂

## 大数据观察 国货“潮品”正当时

融合传统与时尚的马面裙正成为许多年轻人的“心头好”；新式汉服不仅在景区频频亮相，还逐渐成为日常穿搭；国产冲锋衣在电商平台销量大涨……如今，带有中国元素、传统特色的服装正成为时尚新潮流，还有不少本土品牌服饰频频“出圈”，受到消费者青睐。

“国潮”服饰为何走红？如何推动“国潮”消费保持向好势头？记者采访了相关专家和企业。

### 中式设计和面料受到消费者喜爱

走进位于浙江义乌的篁园服装市场，款式多样的新中式服装吸引了众多消费者。“店里有1000多款新中式服装，一两个月就卖得差不多了。”在店主钱小清的档口，一款红色斜襟盘扣刺绣的新中式外套最受欢迎，“已补了十几次货，每次至少拿200件，还有东北、广西、云南等地客户来购买。”

另一家女装专营店的店主郑晓飞同样忙得不可开交。这两年，传统服饰马面裙在市场上走红。“这段时间，光马面裙就卖了上千件。”眼下，郑晓飞已经联系工厂制作春秋款马面裙，以更淡雅的粉色、白色为主。

篁园服装市场的市场部副经理刘小莹介绍，随着“国潮”服饰越来越受青睐，服装市场已有十几家主打“国潮”的商户，涉及童装、女装等品类，产品销往各地。

今年3月发布的《2024抖音电商女性消费趋势数据报告》显示，过去一年，该平台女性消费者购买新中式服饰的订单量同比增长195%，其中马面裙订单量同比增长841%，汉服订单量同比增长336%。

东华大学教授、中国服装设计师协会副主席卞向阳认为，“国潮”服饰可分为三类：一是古代服饰的当代再创作，如改良汉服等；二是新中式服装，包括中山装、旗袍等；三是在国际流行服饰基础上，加入中国文化内涵或视觉符号的潮流服饰。

“国潮”服饰兴起，根本在于文化自信的增强。”卞向阳认为，中华优秀传统文化传承发展，越来越多人感受到传统文化的魅力。服装作为文化的重要载体，展现文化自信的设计、制造和品牌体系正加快成长，并受到广大消费者认同。

“马面裙成为‘爆款’，源自消费者对中式设计和面料的喜爱。透过服装这个窗口，我们可以看到95后、00后等群体对中华优秀传统文化的热爱。”织造司汉服品牌创始人林威表示。得物APP数据也显示，2023年国货“潮品”消费中，95后、00后正成为消费主力，占国货“潮品”消费的82.6%，其中00后消费占比近六成。

专家表示，如今消费者越来越看重性价比，既要看服装价格，也要看品质、设计、文化内涵等。在这方面，“国潮”服饰兼具中国制造的价格、质量优势和中国文

今年的《政府工作报告》提出，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

观察消费市场会发现，如今越来越多的国货“潮品”获得了市场的认可。老牌国货产品迭代焕发新活力，收获了一大批年轻粉丝；新兴品牌加强创新质量优良，在激烈的竞争中站稳脚跟。国货“潮品”的乘势而上，不仅为人们带来更丰富的消费选择，还带来更美好的文化体验。

今起，本栏目推出“国货‘潮品’正当时”系列报道，关注我国广阔消费市场中蕴藏的新动向。

——编者

化的传承创新优势，性价比更加突出。

此外，各地区各部门和行业组织对相关产业的大力培育支持，有效助推了“国潮”消费。2022年工业和信息化部、商务部等5部门联合印发《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022—2025年)》，明确提出挖掘中国文化、中国记忆、中华老字号等传统文化基因和非物质文化遗产，推进“国潮”品牌建设；2024年商务部推出“老字号嘉年华”活动，鼓励促进国货“潮品”扬帆出海；中国纺织工业联合会提出突出文化引领的纺织时尚升级行动，支持国产服装品牌做强做优做大。

### “国潮”服饰供给实现量质齐升

位于福建长汀的安踏数字化智造基地，一体化智能化充绒车间里，16条智能悬挂线叠加智能变轨设备有条不紊地运转，将一块块衣料精准输送给不同岗位的工人。生产线末端，一批新款服装正在被打包、转运。

“去年亮相法国巴黎时装周，如今已成‘国潮’流行穿搭。”设计师陈鹏介绍，这款服装的设计灵感源自冬奥会中国队的运动员服装，配上中国红等元素，并应用先进制造技术和工艺，穿着体验更佳，成为热销品。

在福建泉州，鸿星尔克新推出的一款“花开富贵”球鞋正在热卖。“我们选用刺绣工艺，将山茶花等图案巧妙融合进鞋面，在专业篮球鞋上展现独特的传统审美。”鸿星尔克董事长吴荣照说，当下“国潮”鞋服深受消费者喜爱，将继续加强设计开发等投入，更好满足消费者个性化表达需要。

“从供给侧看，各大服饰品牌几乎都在积极参与开发‘国潮’服饰，实现量质齐升。”卞向阳说。有的品牌在理念上深度挖掘传统文化价值，更多品牌则尝试推出联名款、特别纪念款或者节庆款。

专家观察到，各大时装周上，有更多中国设计师带着具有中国文化特色的作品登上国际舞台。而在中国国际时装周，以中国文化为主题的品牌发布活动也越来越多。近几年中国服装设计“金顶奖”的获奖设计师中，有不少以古典美学、非遗艺术等为特色的设计脱颖而出。

“新中式纹样、香云纱、水墨书法、玉石、汉字符号等正成为年轻人喜爱的设计元素，



体现了新的审美风尚和文化态度。”中国美术学院创业学院院长韩亮说。

在制造环节，向高端化、智能化、绿色化方向转型。新产品的背后，是智能制造的有力支撑。在鸿星尔克长泰智能工厂，智慧物流系统订单拣选准确率高达99.99%，工作效率大幅提升。

在营销环节，网络化转型、品牌化升级等举措，进一步提升了“国潮”服饰的名气。据统计，近两年在拼多多销售的“国潮”服饰年增长率超过230%。越来越多的企业重视用文化来讲好品牌故事，例如敦煌博物馆联名款系列羽绒服、国家宝藏系列卫衣、山海经系列羽绒夹克等，成为电商平台直播间的热卖品。

### 以传承与创新挖掘服装市场潜力

为抓住“国潮”消费机遇，内蒙古鄂尔多斯羊绒集团推陈出新，开发了不少新系列、新产品。“我们去年卖出20万件可机洗羊绒产品，今年又新推出防泼水羊绒面料羽绒服，销量很好。”鄂尔多斯资源股份有限公司绒纺事业部副总经理高丽忠说，为迎合绿色、健康消费理念，公司还开发出包含再生羊绒、无染色羊绒等绿色工艺的定制化服装，销量不错。

鄂尔多斯羊绒集团总经理戴塔娜介绍，今年的新年系列产品大量运用了新中式元素，一上市就受到消费者喜爱。

“‘国潮’服饰未来仍有很大的市场空间。”唯品会有关负责人介绍，1月15日唯品会年货节开始后，以龙年新年、龙年拜年服等为主题的“国潮”服饰销量环比一周增长120%，龙年主题的运动卫衣销量环比增长3倍以上。

面向未来，如何继续传承创新，挖掘“国潮”服饰的市场潜力？

专家认为，首先，应加大对中华优秀传统文化的保护，尤其应加强对纺织非遗的保护、开发。一方面，有关部门应支持发挥非遗传承人作用，通过文旅结合等多种形式，让更多人感受纺织非遗魅力；另一方面，鼓励企业多运用现代技术改造传统工艺、推广传统面料，让传统服饰更普及、更亲民。

其次，应加强相关专业人才的培养。“国潮”的创新发展离不开服装设计师等专业人才，应在专业课程上加强中华优秀传统文化教育，帮助相关专业学生提升审美能力。”卞向阳说。

除了企业自身发力，服装产业壮大也需要社会各界共同推动。拼多多有关负责人表示，正是消费者对中华优秀传统文化的认同不断加深，带动形成了“国潮热”，未来将继续加大对相关服饰的流量投入和补贴投入，引导更多消费者走近老字号与“国潮”新品牌。

(本报记者 窦皓、刘晓宇、张彬参与采写) 制图：蔡华伟

对接高标准国际经贸规则，放大西部陆海新通道建设效应

## 广西让更多优质特色产品“走出去”

本报南宁3月14日电 (记者 邓建胜、张云河)抢抓中国—东盟自由贸易区建设和《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)实施新机遇，2023年，广西外贸进出口总额6936.5亿元，同比增长7.3%。“积极对接高标准国际经贸规则，不断放大西部陆海新通道建设效应，广西正让越来越多的优质特色产品走出去。”广西商业经济研究所所长匡荣福说。

“老三样”“新三样”携手向前，是广西出口商品结构的最大亮点。据南宁海关统计处处长许军介绍，广西2023年服装、家具、家电“老三样”出口同比增长9.6%，得益于近年来区内新能源产业的快速发展，锂电池等“新三样”产品出口增长1.9倍，占广西同期出口总额的4.3%，较2022年提升2.8个百分点。技术创新和市场开拓相结合，广西机械、汽车产业等优势产业的海外竞争力明显增强，“走出去”步伐加快。

广西是我国面向东盟开放合作的前沿和窗口。2023年6月，RCEP对15个成员国全面生效，成员间的产业链供应链合作关系进一步加强。广西敏锐抢抓这一机遇，全方位促进外贸发展。2023年10月，柳工机械越南有限公司在越南河内正式开业。自此，广西柳工集团全系列产品及配件不仅可以48小时内运抵越南，也可以为当地客户提供全面解决方案。“从产品‘走出去’，到品牌、技术、服务‘走进’，这是柳工走向海外的又一突破。”广西柳工机械股份有限公司党委书记、董事长曾光安说。

广西积极对接高标准国际经贸规则，深耕东盟传统市场、开拓欧美新市场，出口商品结构不断优化，向中高端产业链迈进的步伐加快。出台《广西高质量实施RCEP行动方案(2022—2025年)》等，为RCEP在广西高质量实施落地做好制度保障。发布《广西出口RCEP零关税优势商品清单》《广西进口RCEP零关税优势商品清单》，为企业提供指引与导航。螺蛳粉、六堡茶等广西特色农产品出口增速较快，新能源汽车等高科技产品崭露头角。

近年来，广西立足中央赋予的构建面向东盟的国际大通道，打造西南中南地区开放发展新的战略支点，形成“一带一路”有机衔接的重要门户这三大定位，在服务和融入新发展格局上积极作为。目前，广西已初步形成以北部湾港为出海口，铁路、公路多通道并行，连接西南、西北，面向东盟的国际大通道。2023年，广西口岸共保障约1.08万亿元货物顺畅通关，同比增长27%；广西口岸进出口货运量突破2亿吨，同比增长28.1%；全区边境公路口岸出入境车辆约94.67万辆，同比增长约103%。广西国际贸易“单一窗口”主要业务应用率达到100%。全面优化服务提升口岸通关效率，友谊关、东兴等重点口岸实现即到即出或次日出境。

广西正放大通道效应，提升面向东盟跨境电商物流枢纽能级，推动国际国内产业链、供应链、价值链深度融合。据广西商务厅厅长杨春庭介绍，立足产业特色，广西正探索发展“跨境电商+产业带”模式，优化海外仓网络布局，推动更多优质特色产品走出国门。

## 中消协等倡议规范退货规则适用

### 100个城市消费者满意度测评报告发布

本报北京3月14日电 (记者齐志明)为助力营造良好的消费环境，各方携手共同推动“七日无理由退货”规则适用进一步规范，提振消费信心，促进消费市场健康发展，3月14日，中国消费者协会、北京互联网法院联合组织六家电商平台开展倡议活动。活动发布《关于规范适用七天无理由退货规则的共同倡议》。

倡议内容包括：依法履行七日无理由退货义务，细化用户协议等平台规则，对商品完好标准、适用范围、运费说明、七日退货时间等重点条款进行优化，完善退货规则和售后服务政策；不断优化并完善“仅退款”规则，合理区分商品品类和具体适用情形，优化消费环境，提升消费体验；完善并健全保证金制度，敦促商家及时完成退货退款，必要时通过划拨保证金快速完成退款程序，确保七日无理由退货的执行有力；积极履行平台责任，开展常态化监督检查，切实引导和督促商家履行七日无理由退货义务，发现问题及时介入，采取必要措施、督促整改。

又电 中消协13日发布《2023年100个城市消费者满意度测评报告》。报告显示，2023年全国100个城市消费者满意度综合得分为79.92分，总体处于良好水平，33个城市得分高于全国平均线之上。

这是中消协连续第七年发布城市消费者满意度测评报告。测评将“消费者满意度”定义为消费者购买商品或接受服务过程中，对消费供给、消费环境和消费维权的情绪反馈，是以百分制形式测度出来的消费者主观感受。

测评结果显示，47个城市满意度得分提高，城市得分表现和提升数量均优于2022年。连续7年的城市消费者满意度测评结果表明，社会消费品零售总额越高的城市，消费者满意度得分相对更高。

2023年消费者满意度测评指标体系由3个一级指标、17个二级指标和27个三级指标组成，在3个一级指标中，“消费供给”“消费维权”得分与2022年相比均有较大提升。

中消协组织第三方专业调查机构于2023年第四季度在100个被测城市同步开展调查，共计回收消费者有效样本61812个。100个城市范围包括直辖市、省会(首府)城市、计划单列市和部分社会消费品零售总额较高的城市。

## 中国铁路广州局集团海口机辆轮渡段船长陈凤武——开轮渡载火车跨海峡

本报记者 曹文轩

“左舵二十，大副、二副做好靠泊准备！”湛蓝的海面上，万吨巨轮缓缓靠向粤海铁路北港(徐闻)码头。中国铁路广州局集团海口机辆轮渡段船长陈凤武手持对讲机，娴熟指挥，十几分钟后，船身调转180度，借助惯性和侧推与火车栈桥稳稳对接，满载乘客的列车在牵引车的拉动下有序开出。

长期风吹日晒，49岁的陈凤武面庞粗糙硬朗。作为土生土长的海南万宁人，小学四年级他才第一次看到海。这一见，就埋下了航海梦想。

2003年，连接广东与海南的粤海铁路轮渡正式开通，成为全国第一条能运输旅客列车的轮渡。次年，陈凤武来到铁路轮渡工作，从三副做起，在每个岗位扎实历练，用了10年时间成为船长。

火车要过海，先要运上船。怎么运？在码头分成四列，经由栈桥和船体对接的八根铁轨运输。重万吨、长百米的巨轮每次进港，都需要倒转船身，缓慢后退，依靠船长的精准操纵完成八根铁轨的嵌合，误差不能超过1厘米。船重、海况、风向等因素都会影响到对接的速度、角度、力度，船长需凭经验靠泊。

学习过程漫长枯燥，陈凤武却从未想过放弃。琼州海峡单程22.5公里，他每个月跟船跑10天，每天往返5趟，工作前10年就航

行20多万公里。进港、出港，不断地观摩、学习、找感觉。任船长后，他始终保持零事故，曾在集团专业“大比武”中获第一名。

海南自贸港建设以来，琼州海峡往来船只愈发密集。过海轮渡航程短、频次高，船长工作日的24小时里，休息只能见缝插针。“后半夜也会疲倦，但一睁眼，就要马上进入工作状态，保证旅客安全和准点到达永远是第一位。”陈凤武说。

一次，船舶驶入北港后，天气骤变，海面升起一团雾气，能见度不到30米，这对船长来说是极大考验。陈凤武先是观察海况、风速风向，凭经验慢慢操纵船舶转向、后退，10米、5米、1米……最终稳稳完成铁轨对接。“旅客察觉不到异样，就是最好的夸赞。”陈凤武说。

这些年，陈凤武和同事们见证了轮渡从“粤海铁1号”到“粤海铁4号”的升级，列车从货列到客列再到动车组的变化。预约过海系统启用，船舶驾驶智能化升级，乘客乘坐舒适度不断提高，这都让陈凤武发自内心的高兴。

陈凤武热爱大海，同样热爱生活。手机相册里，最多的就是家人和航行的这片海。“粤海铁路也将升级改造，乘客过海体验会越来越好。”陈凤武相信，更美的风景在未来。



## 追梦路上

本报记者 曹文轩摄

图②：满载旅客列车和汽车的“粤海铁2号”渡轮驶出南港(海口)码头离开海南岛。

柯竞舟摄(影像中国)