

## 海外声音

## 中国寻求新的经济模式

中国正在寻找一种新模式。不过，中国并没有放弃对基础设施的投入，这种投入推动了经济发展。

中国2月居民消费价格同比上涨0.7%。尽管存在不利因素，中国仍旧制定雄心勃勃的增长目标：与2023年一样，计划实现5%左右的经济增长。为实现这一目标，中国政府敦促地方制定房地产项目的“白名单”，金融机构被邀请为这些项目提供资金。此外，国家也对廉租房项目加大支持。

与此同时，一个新概念被提出，即新质生产力。这体现出中国对本国正在取得突破的前沿行业的支持。北京和上海的街道上出现了许多未来感十足的汽车。比如这里已经有成为全球第一大纯电动汽车制造商的比亚迪以及蔚来、理想和小鹏等。中国并不止步于该行业，也没有局限在太阳能领域。中国还希望在能源转型、人工智能革命、数字经济和生物技术等所有新技术领域中占据一席之地。

为给经济刺激计划提供资金，中国政府计划在2024年发行1万亿元人民币的超长期特别国债。

中国政府还发布了大规模设备更新和消费品以旧换新方案，涉及工业机械、汽车和家用电器。目标包括，到2027年，报废汽车回收量较2023年增加约一倍，废旧家电回收量较2023年增长30%，工业、农业、建筑、交通、教育、文旅、医疗等领域设备投资规模较2023年增长25%以上。该方案将受益于国家预算支持和税收优惠。

——据法国《世界报》网站报道



3月18日，重庆金康动力新能源有限公司，机器人正在生产线上忙碌。据了解，该企业近期建成投产了超级增程器动力系统生产线，该生产线采用了高集成、高性能、高效率的领先技术，大幅提升了生产效率和产品质量。预计该企业今年一季度将实现产值15亿元、同比增长170%。

龙 帆摄（人民图片）

## 2月中韩航空客运量破百万

韩国国土交通部近日发布的统计数据称，韩国今年2月国际航线旅客运输量近717.6万人次，其中中国航线客运量达101.8万人次（占14.19%），自2020年1月（154万人次）之后时隔4年多再次突破百万大关。

2月，韩国的中国航线客运量约为去年同期（10.5万人次）的10倍。中国航线客运量在韩国国际航线旅客总运输量中的占比在2022年为月均3.3%，去年6月以后恢复至10.13%的水平。随着中国航线需求的复苏，正在准备夏季航班计划的各航空公司积极推进复航和增班。

具体来看，大韩航空将从4月24日起，将仁川至郑州航线恢复至每周四班（往返算一班）；4月23日起将恢复仁川至张家界航线，每周三班。韩亚航空今年7月至8月将每天执飞金浦至北京航线，并重启仁川至天津、成都、西安、重庆、深圳的航线。此外，上海、广州、延吉等10条中国航线将实现增班。

济州航空将在夏秋季增开务安至张家界（每周四班）和务安至延吉（每周两班）航线。易斯达航空今年上半年将执飞仁川至上海航线，年内将执飞延吉、张家界、沈阳等航线。

——据韩联社报道

## “国潮”背后，文化自信与日俱增

本报记者 张红

## 国际论道

春暖花开，“新春战袍”马面裙热度不减，频频亮相。如今，包括马面裙在内的新中式服饰不但在景区频频亮相，还逐渐成为日常穿搭。事实上，带有中国元素、传统特色的国货“潮品”越来越得到市场认可。人们为何热衷于新中式风格？“国潮”究竟是什么？是谁在推动“国潮”？“国潮”兴起又意味着什么？外媒纷纷聚焦“国潮”，探寻这一趋势的意义。



## “新中式”火爆出圈

“马面裙又称马面裙，是汉服的一种，也是中国明清时期汉族女子着装的典型款式。马面裙在中国的热销得益于近年刮起的‘新中式’国潮风，即流行兼具中国传统风格与现代设计感的服装。”这是新加坡《联合早报》网站3月初一篇题为《马面裙让曹县再成宇宙中心？》的文章对马面裙的介绍。文章引用的数据显示，2023年，曹县汉服年销售额超70亿元人民币，而今年以马面裙为主的龙年拜年服销售额达3亿元。今年开年，曹县的汉服工艺水平加上马面裙的网红效应，令这个山东小城再度出圈。

俄罗斯卫星通讯社报道也关注到“新中式”风格爆发：“新中式”风格在中国掀起了一股热潮，它将传统中式元素与现代时尚巧妙融合，呈现出独特的魅力与吸引力。这种风格在中式审美的基础上进行了现代化改良，更加注重简约和日常化。这一特质正是它吸引越来越多年轻人喜爱的关键。

英国《金融时报》网站报道指出，中国的社交媒体平台上现在流行“新中式”等词语。明代椅子和木雕餐具常常经过重新设计，以时髦的新形式与北欧家具一起出现在时尚的餐厅和时尚杂志的书架中。

美国有线电视新闻网报道了苏州在春节期间举办的为期一周的穿中国传统服饰免费乘地铁活动。报道指出，近年来，穿传统服饰游览景点已成为中国人体现节日气氛的一种潮流，在年轻人当中尤其流行。很多人在社交媒体上晒出自己穿汉服出游的照片。

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%。

“当下的汉服热是一群具备时尚意识的年轻人掀起的。”美国《Vogue》杂志这样评价汉服的流行，“在追逐西方潮流数载之后，一种传统主义意识让中国年轻一代的目光开始回归本土。”根据得物APP数据，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。

2019年，美国有线电视新闻网曾报道过中国传统服饰的回归。近年来，中国汉服市场发展迅速。从2015年开始，中国汉服市场开始形成过亿元的规模。全球新经济产业第三方数据挖掘和分析机构艾媒咨询《2022—2023年中国汉服产业现状及消费行为数据研究报告》显示，2021年，中国汉服市场规模达101.9亿元。2025年，中国汉服市场规模有望达到191.1亿元。未来汉服市场仍有较大的上行空间。

## 答案在于“国潮”

“人们为何热衷于新中式风格？答案在于‘国潮’。”美国《时代》周刊网站文章这样分析。“年轻人对中国文化越来越自信。”法新社报道如是说。

俄罗斯卫星通讯社报道指出，“新中式”的火爆源于一些偶然事件，也有新媒体的放大效应。不过，这种趋势的出现是长期发展的结果，当下是它的一个爆发节点。这彰显出中华文化越来越自信，吸纳和创新正是文化自信的表现。

美国《华尔街日报》网站报道称，在中国，越来越多的人购买本土产品，部分原因是被称为“国潮”的趋势，即在产品设计中融入中国文化元素。自从李宁在2018年纽约的时装周上发布了以中国代表性的红色和金色为基调的系列服饰以来，国潮风已经愈刮愈烈。

何为“国潮”？清华大学文化创意发展研究院发布的《国潮研究报告》指出，国潮是“国”与“潮”的相加。“国”的指向很明确，即为中国，意指中国文化的复兴，将中华各民族的优秀传统文化都纳入视野。对“潮”的解读却是千差万别，基本以2018年为分水岭。在国潮元年之前，国潮大多指狭义上的特定品牌，即由中国本土设计师创立的潮流品牌，是具有鲜明特色的小众文化代表。如今，国潮泛指广义上的某种消费概念，即国货群体和带有中国特色产品的走红。

拉美社报道称，在当下的中国，“国潮”正掀起一股强大推动力和吸引力，这是一场促进国家传统文化复兴，并将文化元素融入日常物品的运动。大约在2020年，随着中国

人的民族自豪感大大加强，“国潮”迎来腾飞，尤其是在1980年至2010年出生的人群中。对很多人而言，“国潮”是通过强调文化来重塑中国身份的一种方式。中国年轻人大力支持“国潮”，他们看到了中国在经济、外交及其他领域的潜力。

“国潮”的影响不仅限于服饰领域。美国《华尔街日报》网站报道指出，全球消费品牌近期有了一个新的担忧：中国买家正愈发转向本土品牌。许多中国品牌在网购平台和商店货架上备受欢迎，这些品牌在质量、设计和销售技巧等方面有所改进，巧妙迎合了不断变化的消费者品位。而且，随着直播购物盛行，这些本土品牌迅速调整跟进。它们会为本地消费者量身打造产品，包括适合中国人肤色的眼影盘、人参牙膏以及新款运动鞋。

美国《福布斯》双周刊网站注意到，中国本土小众香氛品牌开始崭露头角。法国博圣轩咨询公司的一份报告称，中国本土香水品牌借助越来越高涨的文化自信浪潮，积极瞄准本国年轻消费者。本土调香师利用“国潮”趋势，发挥出本土叙事的优势。

美国《时代》周刊网站则以《中国正在酝酿一场快餐革命》报道了一家快餐连锁店的发展。这家店销售的汉堡加入了中国传统菜肴内馅，消费者欣然接受。这家店的快速发展得益于当下中国的“国潮”趋势。报道指出，随着中国经济迅猛发展催生世界上最大的中产群体，近年来中国一直在倡导文化自信。“国潮”一词反映了中国消费者与日俱增的文化自豪感。

## 新的消费增长点

巴西《论坛》杂志网站报道称，汉服风格这一时尚潮流在中国引起了广泛关注，并为全国各地带来了新的商机，包括传统中式、摄影和服装租赁等服务。统计数据称，中国有近6000家汉服相关企业。2023年，新增汉服相关企业达2686家，同比增长355.25%。“汉服热”也蔓延到意大利等地。在前不久的威尼斯狂欢节期间，中国传统服饰成为亮点之一。

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

咨询机构弗若斯特沙利文发文指出，国货“潮品”在《政府工作报告》中被重点提及，无疑凸显了“国潮”在近年来消费行业中的重要地位，成为新消费的代表。

“优质的国货承载着民族精神和优秀传统文化，而‘潮品’则代表时尚消费、品质消费的潮流。国货和‘潮品’两者的跨界碰撞交融，已经激发出居民生活和消费的新热点。”中国商务部部长王文涛表示，商务部将持续关注国货“潮品”消费，将办好“老字号嘉年华”和“老字号数字博物馆”，通过这些方式，推动老字号保护传承和创新发展，为国货“潮品”消费厚植文化和商业基础。

美国《时代》周刊网站文章指出，中国决策机构注意到了“国潮”体现出的文化自信，顺势出台鼓励更多品牌的支持性政策和激励措施。

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。

对于“国潮”的未来，各方信心满满。俄罗斯卫星社网站报道引用业内人士的话指出，“新中式”风格的流行是必然的，也有着更好、更远的发展前景。随着中国文化影响力不断扩大，“新中式”风格有望走向国际。目前，东南亚市场的相关面料订单量有所加大，中国的流行元素和织造技术正逐渐“走出去”。拉美通讯社引用观察人士的话说，“国潮”将持续下去，因为它代表了中国消费者心中真实而深刻的改变。他们意识到中国的文化、身份和角色在商业世界的重要性和日益强大的影响力。

上图：3月1日，江苏省南京市溧水区洪蓝街道傅家边科技园十里梅岭花开正艳，不少身穿汉服的游客漫步梅园，打卡留影。朱红生摄（人民图片）

## 专家解读

## 中国智慧养老增进民生福祉

受访专家：中国人民大学国家发展与战略研究院研究员、智慧养老研究所所长 左美云

智慧养老是指利用信息技术对养老赋能，帮助老年人过上更有价值、有意义的幸福生活。从智慧养老产业分类来看，第一产业涉及到康养产业，包括乡村旅居养老、生态养老等；第二产业为智慧养老硬件制造，包括可穿戴设备、康复辅助器具等产品；第三产业为智慧养老服务运营，涉及生活照料、医疗护理、金融理财等多方面。智慧养老支撑中国的老人正在由生存型养老向品质型养老迈进。

中国智慧养老应用日益广泛，产业蓬勃发展，已经由启蒙探索期进入成长期：一方面，智慧养老产业发展势头迅猛，智慧养老的概念深入人心。当前，保险金融、房地产、信息技术等企业纷纷布局智慧养老赛道，多元主体正积极参与、有机融合。另一方面，在提速的同时，智慧养老产业的产品和服务也在向数智化、场景化和多样化迈进。由工业和信息化部、民政部和国家卫生健康委三部委发布的《智慧健康养老产品及服务推广目录》已累计收录432项产品

和服务，供给种类丰富齐全，企业创新活跃，与国际齐头并进。

中国智慧养老产业迎来发展的良好时期，在智能化技术协助下，由“助老”向“用老”和“孝老”进发。主要推动因素有：一是政策支持力度大。此前，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，明确强调要培育智慧健康养老等7个前景好、潜力大的产业；二是市场需求强劲。随着人口老龄化程度持续加深，有消费能力和意愿的50后、60后人群逐渐加入养老大军，市场潜力增加，这些老年人大多有较好的数字素养，对智慧养老的需求日益迫切；三是养老意识增强。居民养老观正逐渐从生存养老向品质养老转变，医养结合、康养结合、旅游养老等需要智慧技术支持的智慧养老相关产业得到了蓬勃发展。

智慧养老依托于传统养老服务体系，成为破解养老难题、积极应对人口老龄化的重要手段。智慧养老的优势显著，企业通过建立智慧养老信息

平台，延长送餐服务半径，有效实现规模经济效应。在健康管理方面，互联网、大数据能为老人实行全方位、全天候监控和防护，弥补了无人养老的缺陷。另外，智慧养老体系中一些体力的、模式化的工作交由人工智能完成，智能设备的应用改变过去服务模式，提升养老行业从业人员的社会地位，有效鼓励了年轻群体投身养老事业。

展望智慧养老未来发展态势，有3个方向值得重点关注：——数智化陪伴机器人。智慧养老应既有技术精度，也讲人文温度。未来陪伴机器人能够提供个性化、精准化的养老服务，注重老年人精神慰藉关怀，发展潜力巨大。

——老年人力资源利用。在不挤占年轻一代就业机会的同时，积极发挥低龄老年人的经验智慧，释放人口红利，让老年人能与时俱进，老有所为。

——农村地区智慧养老。数字化技术在乡村具有巨大的应用前景。远

程陪伴、远程照料、智慧医疗、远程诊疗辅助等技术手段可以破解乡村养老服务“最后一公里”，未来城乡之间还可以通过智慧技术实现养老“手拉手”“结对子”，让农村老年人和城市老年人可以互相陪伴、互相帮助，分享各自的人生经历，一起感受田园风光和城市文明，助力和谐社会与乡村振兴的发展。

在实践中，智慧技术赋能养老服务还面临缺乏统一行业标准、产品设备互联互通效果差、上下游产业链未打通的困境。未来我国养老产业的进一步发展需要建立多部门的统筹协调机制，激活养老服务市场，引导老年人消费意识。在企业方面，建议由龙头企业牵头构建全国性的“智慧养老产业联盟”，讨论并制定规范统一的智慧养老行业标准体系。在保证数据安全的前提下，建立养老数据资源共享机制，发挥“数据要素×”的作用，助力打造“中国式”养老服务生态系统。（冯煜雯采访整理）



上图：3月13日，江苏省南京市秦淮区悦华洪武居家养老服务中心，老人们自发组织的乐团在排练节目。近年来，秦淮区突破老破小空间和资源制约，引进含有中医康养、智慧养老、邻里中心等多功能的养老机构，满足老人一系列需求，打造居家、社区、机构相互融合的“嵌入式”医养模式，提升辖区老年人的幸福感和获得感。

方东旭摄（人民图片）

据《日本经济新闻》报道，利用技术对老年人提供支持的商品和服务在中国蓬勃发展。在银发产业规模扩大的情况下，中国科技企业用技术赋能养老服务。

日本朝日广播电视网报道，截至2023年年末，中国60岁及以上人口超2.9亿，占全国人口的21.1%。针对这种情况，使用人工智能和高科技设备的“智慧养老院”正在迅速增多。