

走俏消费领域,新中式风格魅力几何

■中国城市报记者 郑新钰

近日,“杨幂同款新中式服装”登上热搜。此后,据报道,在浙江杭州景芳路的一家定制服装店里,前来咨询购买的年轻人络绎不绝,杨幂等明星的同款订单已经排到了今年4月。

中国城市报记者梳理资料发现,春节以来,宋锦马甲、香云纱外套、刺绣马面裙、改良旗袍等新中式服装款式,已屡次登上多个电商及社交平台热搜词条榜。而除了服装,新中式风格也成为了家装设计等领域的新宠。

新中式的风为什么越吹越热?

服装消费市场的新晋“流量密码”

要问春节“新皮肤”什么款式最火?答案必有新中式一席。

中国城市记者了解到,服装中的新中式风格将中国传统服饰元素比如盘扣、流苏等与现代设计相结合,既保留了传统文化的韵味,又符合当下消费者的审美需求。

穿着刚刚到货的新中式外套,北京市民王女士心中很是欢喜。几天前的夜晚,马女

士在直播间刷到新中式外套,本着试一试的心态下了单。但没想到,上身效果远远出乎她的意料。

“新中式服装太好看了,以后就买这样的!”问及王女士喜欢新中式服装的原因,她认为是“血脉觉醒了”。“越来越多的人开始关注传统文化和本土设计。新中式风格通过独特的设计元素和细节处理,展现出本土化的时装艺术魅力和文化内涵。”王女士说。

在位于北京市朝阳区的一家服装品牌门店橱窗里,模特人偶身上穿着两套款式各异的新中式服装。中国城市报记者走进该门店后,却发现店内的衣服总体风格偏机车休闲风,只有近门口的一列展示架上,零零散散地挂着几件新中式套装。

“我们家本来不做新中式款式,但老板了解到今年新中式的衣服卖爆了,于是紧急设计上架了几款,没想到成为全店销量最好的款式,现在只剩货架上的那几件了。”店内工作人员说,其公司在设计春装和夏装款式时,都把更多的资源投入到了新中式里。

该工作人员还透露:“有一次,一个打扮潮酷的女孩进店,本是想挑选一条工装裤,但试来试去最终买了马

面裙。”

在中国城市报记者停留的20余分钟里,这家门店共有3位顾客进店要求试一下橱窗模特人偶身上的新中式服装。有一位顾客告诉记者,之所以青睐新中式风格,是因为其以实用为前提,注重舒适性,追求简约、自然的穿着效果,“这种风格的设计不仅符合现代人的生活方式,也体现了对环保、健康的关注。”

家装市场的热门选择

新中式风格不仅在服装行业走俏,这股风还吹到了家装领域。

“新中式风格真是越看越顺眼。”在北京工作的郑女士春节回老家期间,坐在沙发上看着自家水墨画风格的电视背景墙感慨道,“我家是7年多前装修的,那会儿市场上流行的是欧式装修风格,所以中式风格的刚装完没觉得有多好看。现在看来,漂亮极了!”

给郑女士家做设计的室内设计师吴先生告诉中国城市报记者,家装设计中的新中式风格注重运用传统中式元素,如红木家具、窗棂、布艺床品、字画、竹藤、盆景陶艺等,以展现传统文化的韵味和雅致。这些元素通常以简洁、现

代的方式呈现,既保留了传统文化的特征,又符合实际的家居视觉需求。

与此同时,家装设计中的新中式风格也融合了现代简约设计的理念,注重空间布局的合理性和功能性;追求简约、舒适的居住体验,去除繁琐的装饰,强调以少胜多、以简胜繁的效果。在色彩上,新中式风格多采用柔和的中性色,如米白色、浅灰色、素黄色等,营造出优雅、温馨的氛围;有时也会使用一些传统的装饰色彩,如红色、黑色等,以增添空间的层次感和传统韵味。

“风景水墨画是中式风格的基本设计元素之一,它可以作为装饰画出现在墙面上,也可以用于背景墙的图案设计,为空间增添典雅文化气息。”吴先生说,新中式是当前家装市场中的热门选择。

新中式相关消费流行 展现年轻一代文化自信

中国城市报记者梳理资料发现,“新中式潮流”实际上并不是今年春节期间才突然流行起来,在过去几年就不断发酵。

除了服装和家装领域,新中式风格的热潮还席卷了

美食、养生和家居等多个热门赛道。

根据千瓜数据,2023年小红书平台上,新中式相关笔记数量增长390%,互动总量增长188%。

虽然目前各领域的新中式风格均没有官方定义,但既然是“新”,就必然不是一味简单地“仿古”,而是在尊重和保留中国元素的基础上,将传统与现代美学完美融合。

对此,业内人士提醒,各种新中式赛道看似广阔,但要立足扎根并不易,颇具审美水准的当代消费者对新中式设计语言要求更细致,甚至苛刻。

辽宁社会科学院研究员张思宁认为,新中式相关消费流行的背后,是消费者在精神层面上的一种自信和追求,是融入血液中的优秀传统文化基因的“觉醒”。在消费层面上,要看到其所承托的美学意义和文化价值。

东华大学教授、上海时尚之都促进中心主任卞向阳表示,博大精深的传统文化和精彩纷呈的中国故事,是中式时尚厚植的宝库,这股热潮彰显着新一代年轻人的文化自信与民族自豪。以东方美学为代表的的生活方式回潮,将具有持续引领态势。

开蚌取珠“新盲盒”:珍珠品质是关键

■中国城市报记者 郑新钰文图

“盲盒开腻了,来开珍珠吧。”近年来,随着珍珠市场的火热,开蚌取珠成为一门新兴生意,吸睛无数。

最近某天的23时,在一位抖音博主的直播间内,有1000余名观众正通过手机屏幕观看开珍珠蚌。

只见博主用一把特制的小刀,沿着蚌壳的缝隙缓缓插了进去,随着“咔嚓”一声响,蚌壳被打开了一个小口;掰开蚌壳,拨开蚌肉,一颗纯净透亮的珍珠浮现出来。

“单珠珍珠蚌59.9元开一个。”中国城市报记者以消费者身份咨询后了解到,线上开珍珠需先加客服微信,支付后直播间实时开蚌。开蚌后的珍珠可直接邮寄到家,也可由商家代做饰品后再给消费者。

该直播间客服还表示,如果顾客在乎珍珠品质,也可下单保点位单珠。“保10点位的单珠是59.9元一蚌,保13点位的单珠是299元一蚌。如果开出的珍珠没有达到保的

点位,免费重新开。”

线上直播开珍珠吸粉无数,线下相关生意同样红火。

在位于北京市朝阳区长楸天街购物中心内,一家以开蚌DIY为主营业务的店铺吸引了不少消费者驻足。

“99元开1个,199元开3个。”中国城市报记者看到,在店门口处的柜台上,立有珍珠开蚌须知的标识牌,其中写有“玻璃心和完美主义者慎开”的提醒。

“开珍珠就像开盲盒,请接受它的不完美。我们遇到过一些顾客,对开出来的珍珠品质不满意就要求退换。”店面导购告诉中国城市报记者,“事实上,开出的珍珠表面可能会有生长纹路,这都是自然形成的,非人工可控。公司也要求我们,在顾客挑选蚌体时,不进行任何意见干预。”

蚌体真能开出珍珠吗? “我们承诺每个蚌可开出15—30颗珍珠。若达不到这个数字,可以让顾客再挑选新蚌,直到开出为止。”上述导购表示,之所以敢作出具体的珍珠

数字承诺,是因为店面所有的蚌为多珠珍珠蚌,均产自安徽省桐城市。

中国城市报记者在采访中获悉,多数消费者认为开蚌的乐趣和魅力在于满足了好奇心和仪式感;而且,正因为开蚌具有不确定性,所以“拼人品”的过程也让人兴奋。

在店内,刚刚体验完开珍珠的消费者王女士告诉中国城市报记者,她消费了199元开了3个蚌,一共开出了40余颗珍珠。经筛选,有10颗左右可用。

“我打算做一个手链。虽然可以直接购买成品,但自己开蚌后加工制作的过程,让饰品变得更有意义,而且我也能根据自身喜好将其变成个性化定制款。”王女士说。

中国地质大学(武汉)珠宝学院副教授冯文婷认为,开蚌取珠火爆最大的原因在于价格低廉,迎合了一些消费者的投机心理。

“我花了高价从淡水蚌里开出所谓的金珍珠。但事实上,金珍珠是海水养殖珠,开



近日,在北京市朝阳区一家提供开珍珠蚌服务的店铺中,消费者正在挑选多珠珍珠蚌。

出的只是经过染色处理后又商家取巧塞进蚌的珍珠。”某社交媒体上,一名网友爆料称。

中国城市报记者以“开珍珠”为关键词在黑猫投诉平台进行搜索,结果显示有300余条投诉记录,包含虚假宣传、诱导开蚌、人为塞珠冒充活蚌开珠等。

有业内人士揭秘表示,有

些主播为了吸引客户,用手挡住珍珠有瑕疵的地方,展示的时候说是无瑕的,事实却不如此;部分直播间内商家还会通过打光、冲水,让珍珠在镜头前看起来完美,但消费者收到实物后会大失所望。

冯文婷提醒,高品质珍珠出珠率非常低,消费者指望以开盲盒的方式做饰品不现实;同时,要警惕陷入骗局。