

传统文化引领“新国潮”

新华社记者 杨湛菲

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。



这是3月25日在四川成都举行的第112届全国糖酒商品交易会上拍摄的新中式茶饮。新华社记者 李倩薇 摄



3月25日，观众在北京中国国家博物馆排队购买凤冠冰箱贴。

新华社记者 金良快 摄

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、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



新华社记者 胡超 摄

蒙特穆罗出任澳大利亚女足主教练

新华社悉尼6月2日电 (记者 梁有昶 齐紫剑)澳大利亚足协2日宣布，聘任55岁的乔·蒙特穆罗为澳女足国家队主教练。自前任主教练托尼·古斯塔夫森去年8月离职后，澳女足主教练的职位一直空缺。

澳足协在声明中说，澳大利亚人蒙特穆罗被任命为女足国家队第15任全职主教练。他将于6月16日正式开始工作，首先负责该队在6月和7月国际比赛窗口的赛事，并将继续为2026年在澳大利亚举行的女足亚洲杯做准备。

澳足协临时首席执行官希瑟·加里奥克说，蒙特穆罗将为球队带来“世界级的经验，对澳大利亚足坛的深刻理解”，在过去十年里，蒙特穆罗一直在欧洲最高水平的女足比赛中执教，对现代足球顶级比赛竞争和成功所需的要素“有着无与伦比的理解”。

蒙特穆罗表示，被任命为澳女足主教练是“一生的荣誉”，“这支球队对很多澳大利亚人来说意义重大，能够有机会参与书写它的新篇章，我深感荣幸”。

在不久前结束的2024-2025赛季，蒙特穆罗执教法甲豪门里昂女足，带队获得法国女足甲级联赛冠军，并打入欧洲女子冠军联赛半决赛。此前，蒙特穆罗还执教过尤文图斯女足、阿森纳女足和墨尔本城女足等球队。

去年8月初，澳女足未能在巴黎奥运会上小组出线，澳足协宣布不再与瑞典人古斯塔夫森续约。随后在9月份，澳足协宣布任命老帅汤姆·塞尔曼尼为临时主教练。

法网：郑钦文首进女单八强



6月1日，郑钦文获胜后向观众致意。

当日，在巴黎举行的2025法国网球公开赛女子单打第四轮比赛中，中国选手郑钦文2比1战胜俄罗斯选手萨姆索诺娃，职业生涯首次打进法网女单八强。

新华社记者 高静 摄