

# 国潮热重塑文化消费新模式

新华社记者 邢拓 农冠斌

在二〇二六年新年贺词中，习近平总书记指出，悟空和哪吒风靡全球，古韵国风成为年轻人眼中的“顶流审美”。

今年春天，我国旅游市场热度不减。人们踏青赏花、穿汉服访古迹，在传统与潮流的交融中体验国风之美。数字印证热情：今年春节假期国内出游人次达5.96亿，旅游花费突破8000亿元，创下历史新高。

春日经济“热气腾腾”，国潮消费持续升温。“十五五”规划纲要提出，推动老字号、国货潮牌做精做强。将古韵国风融入时尚潮流，对传统文化作出创新表达——国潮，正融入当代美好生活，编织人文与经济共生共促的动人图景。

## 国潮赋能当代美好生活

国博“一匹黑马”、“冰墩墩”特别纪念版“马墩墩”……各类马元素文创产品走俏马年新春市场，掀起消费热潮。

马元素产品的火热，是国潮消费持续升温的生动缩影，也是国潮融入日常生活的有力印证。

全域布局，国潮走进千行百业。

李宁、安踏携国风设计“征战”国际时装周，引领中式运动美学风潮；茶颜悦色、喜茶深挖茶文化底蕴，打造新中式茶饮；国宾馆当选年轻人城市游的心头好，特色民宿、国风酒店成为近郊游周边游首选；人文旅游专栏、主题彩绘飞机让旅途更加有滋有味……

如今的国潮，早已突破服饰、美妆的单一边界，涵盖衣食住行等百姓生活的方方面面，延伸至餐饮、文创、旅游、游戏等千行百业。

全龄覆盖，国潮受到市场青睐。年轻一代成国潮消费主力军。抖音商城数据显示，中华老字号吸引更多年轻人消费，“90后”是购买老字号最多的群体，“00后”消费订单量增长最快。

银发族的消费潜力同样不容忽视。据测算，我国银发经济规模到2035年有望达到30万亿元。老年用品消费、老年文旅等相关产业，呈现爆发式增长态势。

汉服客户群体辐射各年龄层，新

中式家居备受“80后”中等收入家庭青睐……覆盖老中青三代，国潮成为不同年龄群体建立文化认同、寄托生活热爱的情感纽带。

全球瞩目，国潮魅力风靡世界。穿汉服、买老字号年货、体验中医理疗……今年春节假期，共计131.3万人次外国人入境，较去年假期日均增长21.8%，越来越多海外游客选择来华过年。

无论是“China Travel”（“中国游”）的持续火热，还是“成为中国人”的全球模仿潮，中国传统文化正广泛传播。

《黑神话：悟空》成国产首款全球现象级3A单机游戏，《哪吒之魔童闹海》创下近年来国产影片单片海外票房新高，潮玩IP（知识产权）泡泡玛特全球“圈粉”无数……跨越山海、联结中外，国潮成为文明交流对话的新语言。

中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希霆表示，国潮为当代美好生活注入鲜明的文化底色，国潮消费热是消费活力迸发的必然结果，更是文化自信的具象表达。

## “中国风”点燃消费新引擎

如今，越来越多观赏层面的传统文化符号，通过创意表达成为兼具东方美学与实用价值的国潮产品，广受市场欢迎，逐步引领消费新时尚。

消费产品持续上新——

“包包基础，包挂就不基础。”在背包上悬挂形态各异的饰品物件，为日常穿搭注入个性，正在年轻群体中悄然流行。

紧跟这一潮流，浙江义乌市沃安饰品有限公司连日来马不停蹄组织团队开发生产。公司总经理陆毅介绍，团队每月会开发100款左右包挂，如今公司包挂的销售额月均增速达20%，旺季单月甚至能翻倍。

包挂类产品因开发周期短、效率高、形式变化快等特点，成为潮玩企业研发的不二选择，也为年轻消费者带来了更多新体验。

消费场景升级焕新——

线上，电商平台成为国潮销售的重要渠道。京东数据显示，春节期间

潮流盲盒销量同比增长超100%，文创用品销量同比增长90%。电商平台的快速发展为国潮品牌带来了广阔舞台，亦为消费者提供了丰富的商品选择。

线下，国潮门店加速从“商品卖场”向“文化空间”转型。北京故宫文创融合馆设置体验区、多功能区等展区，西安长安十二时辰主题街区推出VR（虚拟现实）视觉体验项目，部分李宁门店融入传统武术元素……消费者在购物之余深度感受传统文化的魅力。

消费新业态蓬勃兴起——

在敦煌，借助电子设备，游客可近距离观察千年壁画细节、与虚拟飞天共舞，静态的文化遗产变成可触可感的沉浸式体验；

在廊坊，围绕“只有红楼梦·戏剧幻城”演艺项目，开发特色文创、研学旅行、夜间经济等新业态，走出文旅融合新路子。

新业态融合，助力国潮消费从“一次性购买”转向“持续性体验”，助力“体验经济”“审美经济”蓬勃发展，为经济社会发展注入新动能。艾媒咨询发布的调查报告预计，到2028年，国潮市场规模将突破3万亿元。

在广西大学新闻与传播学院副教授党琼看来，国潮以优质供给对接多元需求，拉动消费增长、创造就业机会；同时市场旺盛需求促使产业链上下游提质增效，推动行业转型升级。

## 绘就文化消费新图景

习近平总书记指出，要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。“文创风”劲吹、国潮热升温的当下，如何引导国潮品牌发展，更好激发国潮消费新动能？

向文化深处挖掘，让国潮“里子”更添魅力。

英姿飒爽的“花木兰”策马而来，场景化再现《木兰辞》的家国情怀；扶摇直上的“鲲鹏”凌空展翅，《庄子·逍遥游》的浪漫想象化为奇幻实景……第三十二届自贡国际恐龙灯会引发全网刷屏，成为国潮“出圈”的鲜活样本。

将传统神话、古典文学与潮流文化相结合，这样的灯火盛会，总在每年的新春之际满足国人的期待。

“如今人们更渴望在消费中获得精神共鸣与文化认同。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰说，要加快培育懂文化、懂设计的复合型人才，通过注入更多文化因子，提升产品附加值，让消费者获得更丰富的精神滋养。

向内容精品进阶，让国潮“底子”更厚实。

有外媒指出，如今，中国新生代潮流玩具正通过讲述本土IP故事，输出独特审美来刷新“中国制造”的国际形象。

泡泡玛特的转型之路极具代表性。创业初期，其以生活杂货与集合零售起步，一度陷入“火什么卖什么”的困境；经过多年探索，团队转向潮玩赛道，深耕原创精品IP，推出MOLLY、LABUBU等多款产品，努力实现“卖什么火什么”，走出差异化路线。

“‘国’是底蕴，‘潮’是设计，而‘货’的本质是卓越品质。”卜希霆认为，国潮应聚焦品质标准，提升工艺水平，实现从中国制造向中国创造、从中国产品向中国品牌的转变。

成功的国潮IP，既要有“颜值”有内涵，更要着重释放产业链的溢出效应。

一个IP的价值究竟有多大？动画IP“浪浪山”不仅撬动超17亿元的电影票房，更推出800余款衍生品、XR（扩展现实）衍生作品等，带动终端销售额超25亿元。

国家电影局发布的数据显示，2025年电影票房拉动系数约为1:15.77。小小一张电影票，能激发文创、餐饮、旅游等多领域的经济社会效益。

中国广告协会文创与IP专委会秘书长徐超表示，要将国潮IP深度融入人文商旅全链条，构建可持续消费场景和产业升级矩阵，推动国潮从“网红”走向“长红”。

扎根传统文化土壤，紧跟时代创新步伐，国潮好物的持续涌现，不仅满足人们对美好生活的向往，更搭建中外文明交流互鉴的桥梁，让世界看见中华文化的生生不息，感知中国市场的无限活力。

新华社北京3月28日电

# 中国工业数字化水平全球领先

新华社柏林3月28日电（记者 杜哲宇）德国慕尼黑大学和咨询公司MHP近日联合发布的《2026工业4.0晴雨表》报告显示，中国工业数字化水平处于全球领先地位，在数字孪生技术、人工智能、供应链透明度和自动化等方面表现突出。

报告显示，全球工业领域的数字化水平继续上升，相关晴雨表指数已由2022年的48%升至目前的68%。其中，中国达到72%，较去年提升3个百分点，美国是69%，印度和墨西哥分别为68%和67%。

慕尼黑大学数字服务与可持续发展教授约翰·克兰茨说，从各国比较来看，中国和美国的企业应用数字化生产技术的速度更快，采取了比欧洲企业更具一体化和规模化特征的实施方案。

报告还显示，数字孪生正成为工业领域增长最快的技术之一，中国企业在该技术方面明显处于领先地位，特别是在物流领域。在工业生产中使用人工智能方面，中国企业的使用比例也处于领先地位。

# 中国民航今起执行夏秋航季航班计划

新华社北京3月29日电（记者 王聿昊）记者29日从中国民航局获悉，3月29日至10月24日，中国民航执行夏秋航季航班计划，222家国内外航空公司计划每周安排客货运航班12.1万班，与去年同期基本持平。

国内航线方面，61家航空公司计划每周安排国内客货运航班97428班、货运航班2538班。其中，34家航空公司计划新开434条国内航线，新开航线主要为新疆、西北、东北、西南地区与华东、中南地区之间的干支衔接航线。

国际航线方面，191家国内外航空公司计划每周安排国际航班21047班，比去年同期增长1.8%，通航国家达86个，新增通航塞浦路斯。

民航局运输司相关负责人表示，总的来看，新航季国内航线网络结构持续优化，干支衔接更加紧密；国际航班实现“网络拓展、密度提升、市场拓宽”三重突破。

# 2026澳门国际幻彩大巡游欢乐上演

新华社澳门3月29日电（记者 齐菲 郭雨祺）由澳门特区政府文化局等联合主办的2026澳门国际幻彩大巡游29日举行，大街小巷间，海内外表演队伍载歌载舞，尽显澳门多元文化荟萃的城市风采。

今年的大巡游以“海丝之路，文化相遇”为主题，着力展现澳门作为海上丝绸之路重要节点城市的魅力。来自亚洲、欧洲、非洲的约1600名表演者欢聚一堂，从澳门地标大三巴牌坊出发，以古今交融、中西合璧的城市街区为舞台，献上各具风情的艺术演出，并与市民旅客近距离互动。终点设在西湾湖广场，压轴汇演将活动气氛推向高潮。

“这是我们第三次参加，今年带来海洋主题的表演。”澳门怪老树剧团团长黄颖骏说，大巡游是澳门规模较大的文化活动，不同艺术形式在此交流，大家一同感受喜悦与快乐。

阮女士专程从广东珠海赶来澳门，提前一个多小时等在出发点，不时用手机记录一个个路过的表演队伍。她说，第一次看大巡游，感觉很新鲜、很激动。澳门文化资源丰富，希望多多举办相关活动。

大巡游自2011年起举办，已成为澳门重要文化品牌盛事。据介绍，为推动文化艺术深入社区，部分大巡游表演队伍3月14日至4月4日走进多个本地社区，带来十余场延伸演出，与市民旅客共享文化盛宴。

# 全国累计器官捐献志愿登记人数超过733万

新华社济南3月29日电（记者 李志浩）记者从29日在山东济南举办的“生命·曙光——2026全国人体器官捐献缅怀纪念暨宣传普及活动”上获悉，截至目前，全国累计器官捐献志愿登记人数超过733万，实现公民逝世后器官捐献6.5万余例、捐献器官20万余个，捐献角膜12万余片，捐献遗体6.9万余例，挽救20万余名器官衰竭患者生命，为10余万人带来光明。

中国红十字会相关负责人介绍，全国目前已建成人体器官捐献者缅怀纪念场所380余处。每年清明节前后，各地红十字会举办形式多样的缅怀纪念活动，感恩致敬捐献者的大爱善举，呼吁更多人参与到器官捐献这项大爱奉献的事业中来。

人体器官捐献关系人民群众生命健康，关系生命伦理和社会公平，是国家医学发展和社会文明进步的重要标志。自2010年启动公民逝世后人体器官捐献工作以来，我国稳步推进宣传动员、意愿登记、捐献见证、缅怀纪念、人道关怀等工作，逐步探索出一条符合国情、科学公正、具有中国特色的器官捐献发展道路。

# 我国首条百公里二氧化碳长输管道安全平稳运行1000天

新华社济南3月28日电（记者 袁敏）记者28日从中国石化了解到，我国首条百公里二氧化碳长输管道——胜利油田百万吨级CCUS二氧化碳输送管道已安全平稳运行1000天。

CCUS意为碳捕集、利用与封存技术。该管道连接齐鲁石化和胜利油田高青油区，是我国首个百万吨级CCUS全链条示范工程——胜利油田百万吨级CCUS项目的重要一环。截至3月28日，该项目二氧化碳注入总量突破13亿立方米，引领我国规模化碳减排与绿色能源开发领域持续发展。

曾经，我国CCUS产业关键装备依赖进口。胜利油田CCUS领域专家张世明介绍，通过持续攻关，团队原创陆相深层低渗透油藏二氧化碳高压混相驱油封存理论技术，使原油采收率提高15个百分点以上，二氧化碳一次封存率提高20个百分点；攻克百万吨级低能耗低成本二氧化碳捕集技术，实现单位能耗下降19%，成本下降30%以上；研制全流程关键工程装备，破解了CCUS规模化应用难题。

目前，胜利油田百万吨级CCUS项目注入的二氧化碳全部封存于地下，日产量从220吨上升至460吨，产量翻番并持续增长，意味着胜利油田CCUS技术完成了从“技术验证”到“产业落地”的转化。

# 退役军人事务部等四部门联合部署开展“追寻·2026·清明祭英烈”活动

新华社北京3月29日电（记者 张勇健）近日，退役军人事务部、中央网信办、共青团中央、全国少工委联合印发《关于开展“追寻·2026·清明祭英烈”活动的通知》，通过线上线下相结合方式，组织纪念祭扫英烈、关爱帮扶烈士、共青团少先队教育实践等活动，传承红色基因、赓续红色血脉，引导全社会崇尚英雄、缅怀先烈、争做先锋。

通知指出，今年是中国共产党成

立105周年、红军长征胜利90周年，以“追寻·2026·清明祭英烈”为主题开展宣传教育活动具有重要意义。活动聚焦纪念缅怀先烈、共青团少先队教育实践、关爱帮扶烈士等，指导各地各部门充分利用烈士纪念馆、长征主题纪念馆、革命遗址旧址等红色资源开展群众性纪念缅怀活动，组织少先队员就近就便开展“红领巾向英烈致敬”实践，充分利用现代传播技术手段为烈士寻亲，组织“致敬

英烈·关爱烈士”“百万鲜花祭英烈”等专项活动，及时帮助烈士家属解决实际困难。

通知明确，“追寻·2026·清明祭英烈”网上祭扫平台将于今年清明节前夕在中华英烈网、退役军人事务部官网、中国青年网、中国少年先锋队官网同步上线，同时在其他媒体平台策划制作发布新媒体产品，引导广大网民特别是青少年追寻英烈故事，感悟精神伟力，接力奋斗征程。

通知要求，各地各部门要牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向，加强统筹协调，强化组织领导，压实工作责任，形成工作合力，确保各项工作高效运转。要增强宣传实效，坚持线上与线下结合，鼓励支持以英烈事迹为题材的文艺创作，生动诠释英烈精神时代价值。要务实节俭，力戒形式主义，杜绝铺张浪费，强化安全管理，确保纪念活动安全有序。

新华社北京3月28日电



3月29日，载有37份逝者骨灰的海葬专用船从天津国际邮轮母港码头起航。

3月29日，由北京市、天津市、河北省三地民政部门联合主办的“碧海寄情，爱在沧溟”——2026年京津冀骨灰海葬启航活动在天津渤海湾举行。

新华社记者 夏子麟 摄

本报地址：铜仁市碧江区锦江街道解放路27号

办公室：0856—5250130 指挥调度室：0856—5250600 采访部：0856—5250601 编发部：0856—5250651 铜仁市传媒集团有限公司广告公司 0856—5250330/5250210 传真：0856-5250130

邮政编码：554300 广告经营许可证：黔工商广字184号 印刷：铜仁市梵净数智印务有限公司 地址：贵州省铜仁市万山区濯潭村正信路 电话：0856—5223783 《铜仁日报》2026年发行价496元年