

新春将至,中国传统文化元素服饰频上热搜

新中式“血脉觉醒”究竟是啥?

N 新快报 央视 中新 解放日报

每到新春佳节,添置一身新衣辞旧迎新,是很多人过年的仪式感。近日,淘宝热搜前十位被“新中式”变着花样占据了大半,新中式宋锦外套拜年服、穿着汉服去拜年、拜年斜挎“小龙包”等被消费者频繁搜索,就连一些以“流量”闻名的艺人也纷纷因“中式皮草”“龙年外套”吸引了消费者的目光。

实际上,在过去的一年中我们不难发现,“新中式”这一词频繁出现在美妆、穿搭、食养和家居等领域,成为国人热捧的风潮。新中式流行背后的“中国血脉觉醒”究竟是啥?



一些年轻人已将汉服作为日常服装(解放日报/图)



一名学生展示汉服(新华社图)



联合国将发行中国农历龙年邮票版张(新华社图)

□ 相关新闻

龙年生肖经济狂飙

甲辰龙年,从纪念钞、生肖币、“龙茅”到以“龙”做文章的各色商品,商家无不努力挖掘着龙的各种“形态”,“生肖经济”热度比往年更盛,义乌的龙元素小商品订单甚至已经排到了年后。

呆萌可爱的小龙玩偶、招财纳福的龙年对联、精致独特的龙年贴纸……在义乌国际商贸城的喜庆用品区域和玩具区,龙元素已然随处可见。

“含龙元素的福字、挂件卖得最好。”在义乌从事年货生意的李炳长说,从2023年11月开始,生肖龙的商品热度就不断攀升,“我做年货生意20年了,今年行情是比较好的”。

李炳长表示,龙是中国传统图腾形象,又逢过年要讨个好彩头,很多人早早来订购龙元素年味装饰品。除了国内各省份之外,越南、新加坡、马来西亚等华人较多的国家和地区订单需求量也很大,“这个月差不多订出去几万件,5万元、10万元的单子比较多,一次买了几十万元的也有”。

“其他生肖产品都没有龙生肖卖得火。”记者随机询问了广州市天河区几家零售店,得到的回答大致相同。

在迪士尼,玲娜贝儿“长”出了俏皮的龙尾巴,达菲也戴上了活灵活现的龙头帽……春节被列入联合国假日后,“中国年”升级为“世界年”。随着中国文化影响力的不断扩大,除华侨华人,不少当地人也会购买年货做准备。饺子机、红色手机壳、春节户外烟花气泡机、新年庆祝彩带枪、春节红包……记者看到,这些产品在多个境外电商平台上销量不俗。

(羊城晚报 北京日报)

解读 中国传统元素被世界理解

天猫2023年数据显示,我国新中式服装市场规模已达10亿元级别。

公众人物频繁“带货”,则让新中式服装更加深入人心。业内人士透露,过去公众人物的“商业地位”体现在着装上,就是比拼世界一线品牌的“高级定制”,或赶在服装正式发布前“超季首穿”,但现在越来越多人选择国内小众品牌的新中式服装或汉服亮相,既是另辟蹊径,也是顺应新一代年轻粉丝的期待,“美丽独特之外,还包含对中国传统文化的认同”。

“所谓的血脉觉醒,我想就是对传统文化和审美的认同。”从事服装设计的叶先生表示,所谓“新中式”并没有精准的定义,在他眼中就是采用了部分中国传统元素并符合当今中国人生活习惯和审美的服装。“实际上当代时装诞生伊始,西方设计师一直在使用中国元素。”以近期为例,世界一线品牌迪奥曾因将一款使用马面裙形制的裙装介绍为品牌“经典廓型”引发“文化挪用”争议,此后迪奥男装仍使用了中国的打籽绣和绒花作为设计元素,不过明确了工艺出处。而另一品牌罗意威则将中国瓷器的单色釉用于品牌产品颜色并加以介绍,赢得了许多中国网友的好感。

□ 观察

在过去的一年中我们不难发现,“新中式”这一词频繁出现在美妆、穿搭、食养和家居等领域,成为国人热捧的风潮。

“新中式妆容”,是指在传统中式妆容的基础上灵活调整,美妆爱好者不再一味追逐女团妆、网红妆,除了皮相美,开始关注骨相。同时,新中式妆容讲究“人妆合一”,一切从自身面部特征出发,不盲目追求瓜子脸、大眼睛的妆效,反而放大了方



家长在杭州一市场选购“新中式+龙元素”的儿童拜年服(潮新闻图)

脸、单眼皮等非主流审美的优势,“无影骨相妆、单眼皮+弯月眉、方圆脸+浓颜妆、扁平脸+骨相妆”等化妆公式备受推崇。

新中式的风还吹到了美食与养生圈。在日益发展壮大的新中式食养中,新中式咖啡凭着新消费特性,颇受市场和资本的关注。2023年3月,瑞幸咖啡推出的“碧螺知春拿铁”成为新晋网红,随后又在同年9月推出与贵州茅台联名的“酱香拿铁”,刷爆了社交媒体

万物皆可“新中式”?

平台……此外,市场还出现了融合中药、青团、酒酿等中式传统元素的咖啡产品。

产业观察专家尚锋在接受记者采访时表示,新中式服饰具有长期发展的潜力和意义。“新中式风潮背后是年轻消费者对于传统文化日益提升的认同感和自信心,其背后与近年国潮的流行、国货品牌的崛起相辅相成。”在他看来,“吸引这些消费者的并非只有产品和潮流本身,更是新中式背后的文化传承和民族自信。”

现象 “新中式”服装走向日常

“好像到了一定年纪就开始想穿中国元素的服装了。”新年将至,今年37岁的上海市民炜瑕“前所未有”地想为自己增添一件带有中国传统文化元素的“新中式”服装作为过年新装。在社交媒体上,她发现自己这样迫切的心情被网友戏称为“中国血脉觉醒”。

在购物网站上搜索时她发现,如今被称为“新中式”的服装已不是几年前她印象中夸张艳丽的“国潮”,而是自己所期待的“上班开会能穿,陪父母亲戚也能穿”的日常服装。比如点开最近的热搜词条“宋锦外套拜年服”,并没有她想象中的“夸张隆重”,大多以米色、青色、灰蓝色为底,辅以花鸟和山水暗纹,只在光线若隐若现;款式则以开襟为主,系带或盘扣既是连接,也是装饰,简洁利落,“这样的衣服不仅显得有中国传统文化底蕴,也符合当代生活的功能和环境”。

而不少年轻人则干脆把按照历史上服装复原的汉服与现代服装搭配穿着,自己穿出“新中式”。汉服爱好者罗泓定制了一整套汉服,但不会将上下身分开搭配,比如牛仔外套搭马面裙再配一双靴子,她甚至这样穿着去上班。“以前有人看到穿汉服会问是不是戏服,现在更多人会夸好看别致。”在她看来,“服装只有一直有人穿才是活着的。”

而闯入热搜榜单的其他款式虽听起来有些古怪,但实物却让不少消费者惊喜。比如“清冷宿命感战国袍”,其实多以素色

为底,饰以土黄色、赭红色边。在今年27岁的上班族吴佳加看来,比起前几年多以大红大绿或拼贴龙、狮子等吉祥图腾为主的中式服装,如今不少新中式“安静不闹腾”,而且颜色有吉祥寓意,还有网友戏称“低调无华,有种想逃避过年亲戚盘问的宿命感”。

“好看”之外,“能穿”同样是新中式受到部分消费者欢迎的重要原因。从事艺术教育工作的林女士去年升级成为母亲,一直觉得自己腰腹、手臂瘦不回生育之前。“中国传统服装剪裁的肩线、下摆对人非常友好,如今不少新中式服装不光是用立领、盘口这些元素,也在研究版型剪裁。”林女士表示,自己甚至从服装剪裁中感悟“中国人的人生态度”。吴佳加的父母过去也会为她准备专门的中式“拜年服”,“相比过去特意

为过年准备、一年只能穿几天的服装,现在很多新中式日常就能穿”。