

“双十一”购物节是观察消费新动向的一扇重要窗口。从美妆护肤到服饰家居,从非遗文创到潮玩手办……今年“双十一”,国潮消费在电商平台脱颖而出,展现出火热的新图景,也引领着消费新趋势。
新华社记者 阳娜、张璇、胡林果

今年“双十一” 国潮消费热

“双十一”透出“国潮热”

天猫平台上,美妆销售额榜单中国货品牌珀莱雅排名第一,服装品牌前10名里国货品牌占据9席,波司登、雪中飞、鸭鸭、骆驼等国货品牌销售亮眼;京东平台,原创国风新中式品牌三吉黑花成交额同比增长超10倍,汉服品牌池夏成交额同比增长3倍……今年“双十一”期间国货国潮受到消费者青睐。

“很有档次”“做工面料不错”“国货之光”……消费者在评论区的高频词,展现出国产品牌已成为不少消费者的“品质首选”。

北京的余女士近日在抖音上购买了一款非遗铸铁锅。“看到关于永康非遗铸铁技艺介绍的视频后,我就在直播间下单了。”她说,“这种铁锅现在很流行,没有涂层,炒菜不粘锅,还是得相信咱老祖宗的智慧。”

“双十一”期间,融合非遗技

艺的铸铁锅在抖音电商平台成交额同比增长127.9%;天猫平台上,老铺黄金“双十一”成交额达29亿元,镶钻蝴蝶链、金刚杵戒指等成为爆款;美团数据显示,非遗类团购订单增长超95%,传统文化体验类产品热销……

兼具文化底蕴、又契合当代生活方式的国潮产品正成为市场新宠。

“今年‘双十一’,融合传统铜雕技艺与创新表达的产品备受青睐。公司新推出的‘悟空如意金箍笔’等国潮款产品,还有结合明年马年推出的‘马到成功’系列广受欢迎,公司产品全渠道销售额实现大幅增长。”朱炳仁·铜副总经理廖润丹说。

“消费者对工艺、材质与文化寓意的关注度大幅提升,国潮已成为高品质生活的重要组成部分。”浙江大学公共政策研究院研究员夏学民说,国潮消费承载着优秀传统文化、代表着当下时尚潮流,二者交融正激发消费新热点。

“文化自信+产业创新”催化国潮新风

从线上到线下,国潮消费都热闹非凡。

记者走访北京多家潮玩手办门店发现,哪吒手办、中国积木等商品陈列在醒目位置,备受消费者关注。在北京西四环一家泡泡玛特门店,正在挑选哪吒手办的“80后”潮玩收藏爱好者崔鑫告诉记者:“这几年随着一些优质IP的崛起,国潮手办越来越火,不仅制作工艺越来越精细,深厚的文化内涵也让我更加着迷。”

国潮消费的底层逻辑,是文化认同和文化自信。

潮玩品牌TOP TOY市场营销负责人孔筱认为,国潮是根植于国家文化与自信的文创潮流。它融合了传统文化精髓与现代潮流设计,是文化自信的生动体现。

随着国潮消费场景逐渐丰富,打卡文博场馆、探访古城古镇、体验汉服妆造、入住国风酒店等新中式消费方式,也成为越来越多年轻人的日常选择。

喜茶首家“岭南风”主题店广州永庆坊店让茶楼颠覆老式印象,成为年轻人的新时尚。广州大学生周晓雨说:“既有广式茶楼的传统特色,也有年轻人喜爱的茶饮品类,国潮热不

仅仅停留在口中,也已成为我们这一代年轻人的生活方式之一。”

美国精奢商业观察网站的报道分析,“自信”作为中国消费者新身份认同的核心驱动力,正全面绽放光彩。“自信”是一种内化的文化自我认同,它正从根本上重塑消费模式。

国潮消费的驱动力量,也来自产业创新与跨界融合。

国潮不再只是中国元素的简单再现,而成为现代设计、工业制造与文化精神共生的表达方式。廖润丹认为,文化产业数字化战略为传统文化创新提供了方向指引。经过市场培育,消费者对国潮产品的认知更趋成熟,更愿意为“工艺+文化+实用”的三重价值付费。

在商务部研究院副研究员洪勇看来,老字号大品牌焕发新生,新中式品牌崭露头角,文创、非遗、艺术设计、智能制造相互交融,形成了“文化赋能产品、产品传播文化”的双向循环。如今的国潮,既体现了制造业的转型升级,也展现了文化产业的深度觉醒。

推动国潮更好成为“全球风尚”

国潮消费的持续升温,离不开新型文化业态的支撑与赋能。党的二十届四中全会提出“加快发展文化产业,提升中华文明传播力影响力”。

在政策引导与市场驱动下,“文化+科技”“文化+生态”等融合发展模式,正推动国潮产业从规模扩张向质量提升跨越。

今年前三季度,我国出口节日用品、玩偶、动物造型玩具超过500亿元,销往全球200多个国家和地区,大量潮玩品牌深度挖掘中国传统文化,以独具特色的原创设计积极开拓市场;《黑神话:悟空》《哪吒2》等国产游戏、影视作品风靡全球,《星甲魂将传》等原创动漫上线海外平台后人气颇高……

“近年来,我们围绕国潮出海,让铜文化成为跨文化交流的重要载体。”廖润丹表示,国潮出海不仅是产品输出,更是文化理念的传播与认同构建,让传统文化成为流动的当代语言。

在国潮消费热背后,也存在一些商品同质化、审美趋同、创新乏力的问题。

“要夯实国潮发展的根基,构建系统性的产业与政策生态。”洪勇认为,一方面,亟须完善知识产权快速维权机制,针对文创设计侵权、仿冒复制等建立高效便捷的仲裁通道,形成以原创设计为核心的知识产权保护体系;另一方面,尽快建立国潮产品行业规范与评价标准,明确文化元素提炼、品牌标识使用、设计原创性认定等规则,推动行业健康有序发展。

多位受访专家表示,应鼓励龙头品牌牵头组建创新联合体,联合设计院校、文化研究机构与制造企业,开展国潮材质研究、智能工艺革新等,摆脱对传统符号的简单复制,提升产业创新含金量。

广东省玩具协会会长陈黄漫建议,要将传统文化、国潮元素融入IP设计,增强文化辨识度,并通过跨界合作,与动漫、游戏、影视等产业深度联动,从而碰撞出创新火花,创造出更多新颖独特的内容和产品,进一步提升国潮的吸引力和竞争力。



制图:刘咏菲(即梦AI)