

文化观察

WEN HUA GUAN CHA

国潮： 从何而起，何以成潮？

本报记者 祝嘉

“老字号”商品焕发生机，“新中式”设计引领时尚；河南卫视《唐宫夜宴》一鸣惊人，央视春晚《只此青绿》备受好评；“汉服小姐姐”成为街头流动的风景，“N刷博物馆”成了网络热议

的话题……

如今，以中国特色社会主义文化为内涵的“国潮”正汹涌而来，吸引越来越多的人投身其中，感受传统与现代碰撞迸发出的文化魅力。

国潮有多潮

“国产好物，有颜值，更有品质。”这几天，家住渭滨区经二路的市民王浩正忙着拆快递。今年“双11”购物节期间，他买了不少潮流国货，从卫衣到球鞋，从眼镜到耳机，从零食到饮料，都是网友们买过后极力推荐的。

“这款口红，我用过一次就爱上了。”在宝鸡高新区上班的市民李佳欣同样钟情潮流国货。她拉开挎包，一件件地介绍正在使用的化妆品和护肤品，清一色都是国货品牌，就连这个挎包也是深受年轻人喜爱的国货尖品。

搜索数据显示，国潮热度近十年上升528%，手机、服饰、汽车、美妆等门类，关注的增幅最大。消费数据显示，在品牌引领和品质支撑下，潮流国货越来越受消费者青睐，国货销售占比逐年攀升。据新华社报道，今年“双11”当天，天猫开启售卖的第一个小时内，共有102个品牌成交额过亿元，其中中国货品牌占到一半以上。

国潮的潮，不仅体现在消费领域，还体现在人们的日常生活中。小周是宝鸡文理学院大三学生，也是汉服文化的爱好者和传播者。她不仅常常身着汉服穿行于商业街区，还不时组织举办汉服展演活动，吸引不同年龄、不同职业的人加入这个圈子。“以前，我都不好意思穿汉服上街，怕被人指点和议论。现在，我可以大方地走在街上，明显能感受到大家投来的都是欣赏的眼光。”小周说，“这也说明，作为传统文化的载体，汉服在现代生活又焕发出新的活力。”

一份由百度和人民网联合发布的报告显示，国潮从经典国货到中国智造，再到文化、科技全面开花，至今已走过了三个阶段：第一阶段是一众老字号商品回春，集中于服装、食品、日用品等生活消费范畴；第二阶段是在手机、汽车等更多高科技消费领域开花，打造出更高品质的商品；第三阶段是中国品牌、中国文化以及中国科技引领

了全面全新的国潮生活，此时的国潮不仅限于实物，更有文化和科技的输出。如今的国潮正在向世界输出来自中国的潮流新思路，是国人对于中国经济、文化、科技实力的全面自信。

国潮为啥潮

去年，河南卫视春晚舞蹈《唐宫夜宴》给人留下深刻印象。十四名乐舞俑造型的女子憨态可掬、舞姿翩跹，让观众在欣赏“鬓云欲度香腮雪，衣香袂影是盛唐”的同时，尽情领略中华优秀传统文化的魅力。今年，央视春晚舞蹈《只此青绿》创作灵感同样来自古代——北宋画家王希孟的青绿山水巅峰之作《千里江山图》。舞蹈循着展卷、问篆、唱丝、寻石、习笔、淬墨、入画的篇章，带领观众感悟中华优秀传统文化的博大精深。

国潮之所以“潮”，是源于“国”。有专家认为，国潮不仅是国货之潮，也是国力之潮，更是国运之潮。党的十八大以来，我国经济总量从50万亿元量级跃至114万亿元，占世界经济比重从11.3%上升到超过18%；人均GDP从6300美元升至超1.2万美元，形成超4亿人世界最大规模中等收入群体；近1亿农村贫困人口实现脱贫，历史性解决了困扰中华民族几千年的绝对贫困问题……国家经济实力、科技实力、综合国力跃上新台阶，我国经济迈上更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展之路。

伴随经济发展的是文化自信。文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量。文化自信空气一样无处不在、无时不有，能够以无形的意识、无形的观念，深刻影响有形的存在、有形的现实，深刻作用于社会发展和文明进步，既是民族凝聚力和创造力的重要源泉，又是综合国力竞争的重要因素。党的二十大报告指出，我们确立和坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度，新时代党的创新理论深入人心，



我市汉服爱好者在宝鸡植物园参加花朝节活动（资料图）



法门寺博物馆大唐皇家茶宴彰显传统文化之美

社会主义核心价值观广泛传播，中华优秀传统文化得到创造性转化、创新性发展，文化事业日益繁荣，网络生态持续向好，意识形态领域形势发生全局性、根本性转变。

国潮澎湃的背后，正是经济发展和文化自信的共同驱动。国潮以国有品牌为载体，以优良品质为内涵，以现代信息技术为支撑，在弘扬中国特

色社会主义文化的同时，满足了人们表达个性、追求时尚的需求。

国潮该咋潮

“终于看到了心心念念的何尊，我要把‘宅兹中国’带回家去……”在宝鸡青铜器博物院文创商店，游客张子熙认真地选购文创产品。何尊造型的冰箱贴、钥匙扣，“宅兹中国”图案

链接

国潮可以说是顺应青年群体的审美品位和个性特征，对传统文化进行再创作和再表达。

的背包、雨伞，各式各样的文创产品让人目不暇接。

近年来，受文博类影视、书刊影响，越来越多的人走进博物馆这所“大学校”，在欣赏文物珍奇、精美的同时，充分感受中华优秀传统文化的博大精深。由文物衍生出的各类文创产品，也越来越受到人们特别是年轻人的青睐。故宫博物院的网红口红、河南博物院的考古盲盒、三星堆博物馆的川蜀麻将摆件、敦煌博物馆的伎乐天系列短袖、陕西历史博物馆的杜虎符饼干等，都曾成为红极一时的国潮产品。

然而，包括博物馆文创在内的国潮产品，都需建立在对传统文化的挖掘和阐释基础上，否则便容易走入同质化、浅表化发展的歧途，不利于品牌持久地保持竞争力。有文博爱好者吐槽，一家博物馆出盲盒，其他博物馆也跟着出盲盒，一家博物馆卖雪糕，其他博物馆也跟着卖雪糕，游客起初还有点新鲜感，司空见惯后便会觉得索然无味。

“国潮并不是沾上‘国’就能‘潮’的。”我市一家文化企业负责人蒋涛说，“有的商家见国潮有利可图，便简单粗暴地堆砌一些传统文化元素，给人生搬硬套、生拼硬凑之感。还有的商家在国潮营销上急功近利，无中生有、捕风捉影地塑造一些所谓国潮概念，美其名曰人文理念、爱国情怀。这些东西，既代表不了‘国’，又体现不出‘潮’，反而会形成误导，甚至透支人们对国潮的信赖与期望。”蒋涛表示，无论个人还是商家，只有深刻认识中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化，才能更好地把握什么是“国”，从而“潮”注入源头活水，实现国潮的健康发展。

西周的书香世家

陈皓敏

其定居于周原。

接着我们就要说一说昭王时期的“亚祖”折，他另立新宗，启用“木羊册”这个表示官职的称谓，作为自己新家族的族徽。实际上折另立新宗的原因，除了家族子嗣众多、族势强大兴旺以外，还与他自身的政治地位有关。

周共王时期的史墙也是一位值得我们关注的宗主，他是一个知古博今、才华横溢的人。虽然窖藏中出土他所做的器物不多，仅有3件，

但其中的史墙盘充分显示了他对国史家史的熟识识广和高深造诣。盘内铭文叙事铿锵，井然有序，措辞精练，情韵激越，加之行款鳞次栉比，书体遒劲，可见墙任史官之职的非凡才识和谨严治史的态度。

最后我们来看微兴。兴继承祖业，任职王室的时间最长，侍奉懿王、孝王、夷王三世。其所铸造的青铜器最多共56件，占窖藏总数的一半之多。这56件铜器中，仅象征身份等级的簋就有8件，且均为簋中

的“VIP”方座簋，而具有身份等级象征的编钟就有14件，实属罕见。且按文献礼制记载九鼎八簋乃天子之仪，兴所铸造的这些礼器已属僭越，可见兴权力较大、地位显赫，远远超出其他普通贵族的地位。

微氏服务于周王室的这二百年间，从最开始的殷商旧族，一步步

发展至最终可以使用八簋之仪的世家大族，他们的政治能力与文采最终得到周王的认可，成为周王身边的红人。

在周原地区还有一支地位崇高的家族，这便是单氏家族，其中与史墙盘同为青铜史书的逯盘，也记录了西周单氏家族的光辉往事。与书香世家微氏不同之处在于，单氏作为周王室忠心的拥护者，肩负着守卫家国的重任。

（作者系宝鸡青铜器博物院工作人员）

陈仓荟萃