

# 国潮热重塑文化消费新模式

## 从中关村论坛年会看智能经济新亮点

三月的北京春意盎然,2026中关村论坛年会如期拉开帷幕。做咖啡、分拣快递、弹琴敲鼓……活动现场,各类机器人亮出拿手绝活,生动展现了人工智能加速走进现实的新气象。

“23号顾客请取餐。”循声望去,来自千寻智能(杭州)科技有限公司的人形机器人“墨子”灵巧地将裹满糖衣的山楂穿过竹签。乐聚通研(北京)机器人技术有限公司的送餐机器人“夸父”平稳地将餐盘送到顾客面前,送餐完毕后,“夸父”冲着围观的嘉宾“比心”,引得阵阵夸赞。

与以往单机展示、秀场表演不同,今年的机器人餐吧里,几台人形机器人在统一调度下各展所长:迎宾机器人热情招呼、引导点单,制作机器人挥舞“手臂”、现做糖葫芦与糖火烧,递送机器人穿梭往来、准确送达——从下单到出餐仅需不到两分钟,全程无需人工干预,分工明晰、动作精准的机器人,让人仿佛置身未来餐厅。

“多订单并发时多机器人如何调配,送餐机器人如何分配,这些环节都是机器人调度能力的集中体现。”乐聚机器人身操作算法总监王强介绍,餐吧一经亮相就受到欢迎。“昨天共营业约5小时,接了130多单。”王强说,在不远的将来,企业会找到更多具身智能适配的应用场景,让科技真正服务于百姓生活。

除了服务行业,乐聚的几类人形机器人已经在工业化场景中得到应用。据介绍,2025年企业总计交付数千台尺寸“夸父”人形机器人。目前行业热度攀升迅速,技术突破与市场增长迎来爆发期。

心灵巧手(北京)科技有限公司工作人员许国庆同样感知到了市场的变化:“灵巧手的销量近一年增长了近10倍,目前我们在高自由度灵巧手市场的占比超过80%。”在中关村论坛年会现场,心灵巧手带来的机械手灵活精巧,拨弦弹琴、穿针引线,吸引了很多目光。

穿针引线机器人通过视觉和触觉传感器感知到针和线的位置并对准,“双手”将一根直径毫米级别的细线稳稳穿过针孔。“我们灵巧手的价格是国外同类产品十分之一甚至十分之一,未来成本将更低,能够走入更多人的日常生活。”许国庆说。

脑机接口领域,技术的落地转化同样在加速奔跑。去年在中关村论坛上备受关注的脑机接口“北脑一号”今年再度成为焦点。北京脑科学与类脑研究所工作人员袁雅宁介绍,“北脑一号”采用半侵入式无线脑机接口技术路线,2025年年初至今已完7例人体植入。

“今年‘北脑一号’将正式启动全面注册临床GCP试验,主要针对颈段脊髓损伤患者,预计全年入组50到100例患者。”袁雅宁说,采用全侵入式技术路线的“北脑二号”脑机系统预计在今年开始临床验证。

前沿技术的快步前行,离不开行业的有力托举。北京中关村资本基金管理有限责任公司相关负责人介绍,公司设立了4亿元规模的北脑专项基金,通过定向基金模式支持“北脑一号”的研发与产业化。“我们不只是投钱,更是搭桥。”依托中关村这片创新沃土,他们正为脑机接口技术打通从实验室到临床、从研发到市场的全流程,助力其加速落地,让这项曾经遥不可及的前沿科技真正惠及患者。

当机器人学会协同“上班”,当机械手能够穿针引线、拨弦成曲,当脑机接口一步步从科幻走进现实——科技创新的每一次脉动,都在悄然改变着我们的生活,也更清晰地勾勒出人工智能从“炫技”走向“落地”、从“单点”迈向“协同”的产业新图景。

新华社记者 戴锦铭 (新华社北京3月28日电)

## 国务院食安办、市场监管总局督办“3·15”晚会曝光问题整改

新华社北京3月28日电(记者 戴小河)国家市场监督管理总局28日通报,国务院食安办近日对2026年“3·15”晚会曝光的食品安全问题涉及的成都市、重庆市合川区政府负责人进行了约谈,督促地方依法严厉查处违法行为,深刻剖析问题产生的原因,深入查找工作中的薄弱环节,并举一反三,采取有效措施加以整改,切实保障人民群众“舌尖上的安全”。

市场监管总局还对晚会曝光的其他相关问题,约谈了杭州市、温州市、苏州市、郑州市、沈阳市政府负责人。

约谈指出,“3·15”晚会曝光的问题,根本原因在于部分生产经营主体责任未得到有效落实,也暴露出有的地方属地管理责任履行不到位,发现问题的能力不足,日常监督检查存在短板漏洞。

约谈要求,相关地方政府要深刻认识食品安全工作和维护市场秩序的极端重要性,切实增强责任感、紧迫感和使命感,严格落实“四个最严”要求,对晚会曝光的问题依法深挖彻查,保持严惩重处高压态势;要狠抓责任落实,依规依纪依法对相关责任单位和责任人严肃追责问责,扎实开展“一案双查”;要深刻汲取问题教训,举一反三深入开展排查整治,强化全链条全领域监管,健全风险防范化解机制,坚决杜绝类似问题再次发生,有力维护消费者合法权益,努力营造安全放心的消费环境。

## 苏翊鸣获得单板滑雪坡障世界杯男子赛季总冠军

据新华社北京3月28日电(记者 卢星吉)国际雪联28日消息,中国运动员苏翊鸣获得2025-2026赛季单板滑雪坡障世界杯男子总冠军。

苏翊鸣本赛季参加了两站坡障世界杯分站赛,在美国阿斯本站的比赛中他排名第二,积分为829.60分;在瑞士莱克斯站的比赛中他摘得铜牌,积分为557.00分。最终,他凭借这两站世界杯的总成绩获得象征赛季总冠军的“水晶球”奖项。

世界杯之外,苏翊鸣在本赛季还夺得米兰冬奥会男子坡障项目金牌和大跳台项目铜牌。国际雪联在官方社交媒体上发文说:“苏翊鸣在本赛季的表现是我们见证过最伟大的赛季表现之一——他在参加的每一场国际雪联比赛中都登上了领奖台,成为了历史上在单赛季收获奖牌和奖杯数量最多的男子单板公园和U型场地类别项目的选手。”

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。北京故宫文创旗舰店设置体验馆、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。

多业态融合,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袁琼看来,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,总能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深度融入文旅全产业链,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,不仅满足人民对美好生活的向往,更搭建起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。

新华社记者 邢拓 农冠斌 (新华社北京3月28日电)

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、寄托生活热爱的精神纽带。

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131.3万人次外国人出入境,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

销量同比增长超100%。

2025年5月23日,观众在深圳举行的第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上拍摄黑神话悟空半身像。新华社记者 梁旭 摄

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

国潮“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、国风酒店成为近郊周边游首选;人文旅游专列、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”

## 春满大地

随着气温回升,各地景美如画,神州大地春色满满。



▲3月28日,孩子们在湖北省宜昌市秭归县屈原故里文化旅游区赏花游玩。新华社发(王辉富 摄)

▲3月28日,人们在河南省商丘市日月湖景区绿道健身。新华社发(李恒 摄)

▶3月24日,在山东省青岛市城阳区夏庄街道,小朋友在花间游玩。新华社发(王海滨 摄)