

惠州文脉

新闻为眼·文化为脉

<第173期>

2024年7月12日
农历六月初七

羊城晚报报业集团 中共惠州市委宣传部
联合出品

【文脉导览】

看惠州综合高中复读生的“逆袭”故事，一个比一个精彩

详见 A14 版

六十余件铜镜亮相惠州，共鉴千年古韵之美

详见 A15 版

文脉“西湖”
惠州人的文艺高地

详见 A16 版



报料请扫码

设计统筹 杜卉

文脉观察

国潮之兴
在于制造之兴

当惠州年轻人遇见国潮 新“潮”如何澎湃？

身着汉服赏花逛园拍写真；画上戏曲妆传唱国粹；手捧宋韵瓷器品咖啡；三五好友相约打卡中式糕点、古风茶饮；经过创意设计的木雕家具成为电商平台热搜品类……国潮如今备受年轻消费者青睐。它们以中华传统文化为底，融合现代潮流元素，在让传统文化回归现代社会的同时，悄然间掀起了一股新消费潮流。

今年3月，艾媒咨询发布报告数据，2023年中国国潮经济市场规模为20517.4亿元，同比增长9.44%，预计2028年将突破30000亿元。6月19日，中新经纬研究院联合中国国际电子商务中心研究院、浪潮卓数发布《“618”消费洞察报告(2024)》，报告表示今年“618”期间，儿童汉服、马面裙、国潮首饰、国潮花瓶花艺、国潮创意礼品销售额同比均超50%。6月28日，据中国互联网络信息中心发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》，当前，中国网络购物用户规模已超过9亿人，购买国货“潮品”的网络用户达5.3亿人。

在“国潮”流行中，有三大重要构成：一是民族文化，二是国货品牌，三是备受重视的年轻力量。其中，消费者对中华文化的自信是国潮爆火的主要原因之一。

本期惠州文脉，遍访惠州各地，找寻“国潮”印记。

文/羊城晚报记者 林海生

潮流

身着汉服打卡惠州人文

“华夏复兴，衣冠先行，始于衣冠，达于博远。”这是很多汉服爱好者常常提到的一句话。

“汉服热”实际上是对传统文化的敬仰和传承。”惠州市华服文化促进会相关负责人陈晓晓表示，每个朝代的汉服都有不一样的美，大家对汉服的热爱并非一味复古，而是对本民族的东西有越来越多的审美与需求。

作为一名汉服爱好者，刘燕莹自小就喜欢琴棋书画等传统文化，“历经千年沉淀下来的东西，对我来说有一种魔力。”刘燕莹说，小时候，她就喜欢披着床单，模拟穿上汉服的飘逸感。

直到2015年，刘燕莹在淘宝上花费400多元购进了人生中的第一套汉服——曲裾。刚开始走在大街上，不少人以为刘燕莹身上的衣服是和服，她会不厌其烦地跟别人解释：“这是汉服，是属于我们自己的传统服饰。”

2020年，陈晓晓放弃经营了十几年的茶馆生意，在惠州开了一家汉服店，也遇到了一样的问题。有不少游客会讨论橱窗前的衣服是韩服还是和服，她也会追过去和他们说：“这是我们汉民族传统服饰。”

对于汉服，不少人存在着误解，以为是汉朝时期的衣服。“其实不然，汉服指的是汉族的服饰，每个朝代都有所差异，比如现在市面上比较受欢迎的宋代的汉服，它在设计上偏日常，有些朝代则会偏华贵。”刘燕莹说。

汉服爱好者会亲切地互称为“袍子”，这取自诗经的“与子同袍”，寓意他们之间的亲昵关系。2018年，由共青团中央发起，每年的农历三月初三被选定为“中国华服日”。再加上“袍子”们不遗余力地宣传、推广，大家对汉服的认同感也在不断增强。

刘燕莹说，现在惠州汉服爱好者队伍越来越强大，主要以

90后、00后年轻力量为主。同时，汉服活动也越来越多，有自发组织的、商业性的、官方组织的汉服活动。在传统节日或重大活动节日，惠州的汉服爱好者们身着传统服饰，走上街头、走入景点、走进社区。

凤冠霞帔、绫罗绸缎，迎亲出阁、拜堂成亲……今年2月，一场唯美的宋式婚礼秀在丰湖书院举行，让市民游客近距离了解和感受宋韵婚礼文化，体验大宋文化的厚重感和古代婚庆文化的丰富内涵，“庄重而典雅，文化底蕴与仪式感十足，非常浪漫、意义非凡。”不少市民点评。在刚刚过去的荔枝季，在粤东最大的客家围屋——崇林世居里，汉服爱好者身着精致的服装、画上靓丽的妆容，现场品荔枝打卡崇林世居，引起了一波不小的的关注……

记者在企查查输入“汉服”搜索词条，共出现11056条搜索结果，其中惠州共有22条，多数为服装类企业。刘燕莹表示，这与2015年相比，已经是“天翻地覆”的变化，那时候只能靠着周边的“袍子”，相互普及、推荐。有时候，“袍子”们会为了还原对应的妆容，花很长的时间去钻研。

目前刘燕莹已经收藏了10多套汉服，时不时会穿上汉服参加“袍子”们组织的活动，或品茗鉴画或踏青或玩弓箭游戏。“作为一名喜欢了这么多年汉服的爱好者，很开心看到越来越多的‘袍子’加入我们，现在消费市场也看到了我们这个群体，汉服的款式越来越多样化，价格也相对便宜了不少，200元左右的就可以满足大家的基本需求。”

陈晓晓表示，惠州汉服活动已超越了传统的审美场面，在与惠州元素的文化融合中得到传承发展，不断走上文化惠民的活动舞台，以文化润文明，推动着中国传统优秀文化的创造性转化、创新性发展。

国潮是中国元素与时尚潮流的结合，是传统文化的现代化表现。国潮兴起背后的逻辑印证了时代的进步。今年的政府工作报告提出，积极培育国货“潮品”等新的消费增长点。

国潮之兴，在于制造之兴。制造业与国潮兴起相互促进、共生共长。国潮正成为制造业转型的方向之一。融合文化、旅游等创意元素，制造企业围绕主业不断延伸，



【袍子】们组队打卡崇林世居 镇隆镇政府供图

融合

文旅融合焕发时尚魅力

早在2017年，故宫文化创意产品研发超1万件，文创产品年收入达15亿元人民币。随后，各地博物馆纷纷“开卷”，掀起了一股势不可挡的“文创热”。前有甘肃省博物馆的“铜奔马”玩偶，后有三星堆博物馆的“青铜面具”……近年来，带有国潮属性的文创产品成为旅游市场新亮点。

岭南文脉葳蕤，南粤气象万千，得天独厚的历史渊源让文创产品也有大放异彩的机会，“文创风”同样刮到了惠州。惠州市博物馆内的文创商店，本土文创产品琳琅满目，“历史之印宝盒”、白马窑菊瓣纹青瓷杯等文创产品



罗浮山景区推出的文创雪糕，备受年轻人喜爱 罗浮山景区供图

发展

优化产品设计、创新开发模式

7月3日，惠州市文化广电旅游局在官网上针对惠州市《关于加强惠州旅游文创产品开发的建议》(第2024097号)提案发出了相关回复。

惠州文广旅体局介绍，惠州旅游文创产品的种类繁多，从传统的工艺品到现代的创意产品，从实用的纪念品到具有收藏价值的艺术品，都展现了惠州独特的文化魅力。

早在2020年，惠州市文广旅体局就通过举办擂台赛比拼，从100多件文创手信产品中评选出“惠州手信50强”，如龙门农民画系列衍生品、东平窑系列、考古盲盒等手信，是传统非遗项目借文创之力“时尚再生”的手信产品。

随着惠州旅游业的快速发展和文创产品的不断创新，惠州旅游文创产品的市场影响力也在不断增强。越来

让人目不暇接。据惠州市博物馆相关负责人介绍，白马窑菊瓣纹青瓷杯以白马窑出土瓷器上的菊瓣纹为元素，施以青釉，色泽雅致纯洁，备受市民游客欢迎。另外，白马窑考古盲盒还荣获全国十大文创之一。

在位于惠州市隆生大桥下的一间咖啡馆内，每当店员端上美式咖啡时，器皿总是第一时间吸引到消费者的目光。店主阿嘉向记者介绍，该器皿是与东平窑的联名款，此外，店内周边礼品种，都有东平窑的元素。阿嘉介绍，店内基本为20到30岁的客人，多数对惠州文化不是很了解，他们也会借此机会向客人讲一下惠州的文化故事。他透露，有一个客人，在店里了解惠州的瓷窑后，一口气订了300个东平窑的杯子送给客户。

作为一种日常使用的容器，瓷器本质上很普通。然而，透过古老的瓷器，其所承载的是鲜为人知的历史细节。读懂惠州历史，瓷器就是最好切入口。惠州制瓷最早可追溯至新石器时代，随后的各个阶段均涌现出颇具特色的窑口。沿着历史经纬，惠州制瓷业发展起落落，构成人们不曾经历和了解的历史面貌。

近年来，随着白马窑名声渐起，惠

州陶瓷文化再次受到社会各界关注。在惠城区水东街，余小伦开设了东平窑陶瓷艺术馆，对外展示着惠州本地现代瓷器工艺品，他还聚集了一批本地陶瓷爱好者成立惠州东平窑陶瓷艺术研究院，成为探寻东江陶瓷文化资源的民间力量。

将文化IP巧妙地融入各类产品，依靠文化“入圈”带动文物“出圈”，不仅成为年轻人了解传统文化的新窗口，还为旅游消费市场注入了新活力。

作为博罗的代表性景点，罗浮山景区似乎也意识到了这一点，正在打造文创产品上发力。据了解，目前景区内共有7处文创产品销售点，主要销售雪糕、钥匙扣、扇子、瓷器等常见的文创产品。

据景区工作人员介绍，平日里卖得比较多的是雪糕、扇子这一类小物件，格外受年轻人的喜爱。

被誉为“全网最懂梗导师”的张河清表示，要找到切合时代发展的传播规律，特别是要关注90后、00后在旅游市场里面的话语权和市场价值，综合运用互联网思维和数字化新媒体，进行深度的挖掘和整体的包装，让惠州的旅游产品在竞争激烈的旅游市场中突围而出。

作为一种日常使用的容器，瓷器本质上很普通。然而，透过古老的瓷器，其所承载的是鲜为人知的历史细节。读懂惠州历史，瓷器就是最好切入口。惠州制瓷最早可追溯至新石器时代，随后的各个阶段均涌现出颇具特色的窑口。沿着历史经纬，惠州制瓷业发展起落落，构成人们不曾经历和了解的历史面貌。

惠州文广旅体局介绍，惠州将依托惠州丰富文化资源，打造特色旅游文创产品，如东江惠州民俗文化、东坡寓惠文化、东樵宗教文化、东纵革命历史文化的新“四东文化”，这些资源是打造特色文创产品的重要基础，将深入挖掘这些文化元素，设计出具有惠州特色的旅游文创产品。

“旅游文创产品不仅仅是商品，更是文化的载体。”惠州市文广旅体局提

出，在产品设计时，要注重融入惠州的文化元素，惠州将创新开发模式，丰富旅游文创产品种类，将与知名设计师、艺术家、博物馆等进行跨界合作，共同开发具有创新性和艺术性的文创产品。

同时，将结合惠州的文化特色，举办各类文化活动，如音乐节、艺术节等，吸引游客参与并购买文创产品。

未来，惠州将继续深入挖掘文旅资源、优化产品设计、创新开发模式、加强营销推广和融入科技元素等方面的工作，努力打造出更多具有惠州特色的旅游文创产品，为游客带来更加丰富多彩的旅游体验。另外，惠州也将积极推动文旅产业的融合发展，为当地经济的繁荣和发展做出更大的贡献。

尚的形式走近并了解传统文化。

从市场消费上来看，“80后”“90后”乃至“00后”逐渐成为社会的主要消费群体，他们的消费习惯、消费理念、消费方式和消费能力对市场产生了深远影响，他们对中国文化有着极强的认同感，喜欢选择具有中国文化元素和民族特色的产品。

当前，惠州坚持实体经济为本，制造业当家，奋力打造广东高

质量发展新增长极。在这个过程中，有文化味的制造业也是发展的重要一极。优质的国潮产品，既有时尚之形，又有文化之神，这正契合惠州“擦亮国家历史文化名城金字招牌，焕发岭南名郡时尚魅力”的目标定位。

(林海生)

本期策划统筹 陈晓鹏