

万物皆可“新中式”，别让国潮“翻了车”

青岛财经日报/首页新闻讯 从去年开始,“新中式”开始流行,到如今,“新中式”一词频繁出现在人们的视野中。无论是穿搭、家居、餐饮,还是美妆、养生、婚庆,不同领域不同程度地存在着“新中式”的热度,尤其是“新中式”的穿搭时尚,中式夹袄搭配牛仔裤、盘扣皮衣叠穿帽衫、针织毛衫配马面裙……在街头巷尾,在旅游景点,总能见到其身影。

那么,“新中式”为何能火出圈?“足够美”或许是大多数人的答案,但“新中式”的走红,不只因其“新”得实用、“新”得好看,更因其足够“中式”——是对中国传统文化的强烈认同和坚定选择,也是消费者与传统文化的“双向奔赴”,有着千年文化的厚积薄发,也有着稳扎稳打的市场功底。

万物皆可“新中式”

到底何谓“新中式”,其实目前尚无统一标准。从字面上来看,那些将中国传统元素与当下审美潮流相结合的各类产品、设计等,都可以归为“新中式”。因为自带文化属性和社交价值,款式好看、风格独特的“新中式”产品很快成为年轻消费者的“心头好”。

“新中式”可以说是中国传统风格文化在新时代的全新诠释,正以强劲之风拉动着纺织服装、家居、建筑、餐饮、美妆等各个行业焕发新生机。从宋锦马甲、改良旗袍,到织金马面裙、中式大衣,“新中式穿搭”屡次登上热搜;竹林石径、池鱼流水相映,围炉煮茶,品尝精美甜点的同时不忘拍照打卡,这是“新中式庭院风”茶馆的写照;拥有简约、轻奢之感,富有人文气息的“新中式”家具成为了年轻人的新爱;具有独特魅力和吸引力的“凤冠霞帔、红绸金边”“新中式”婚礼,在年轻人中越来越受欢迎……“新中式”之风,吹出了百变新场景,其风格已经深入人心。

在建筑领域,“新中式”风格也日益受到追捧。这种风格注重将传统建筑元素与现代设计理念相融合,创造出了既具有历史底蕴又不失现代舒适感的居住环境。无论是私人住宅还是公共建筑,都可以看到“新中式”风格的身影。此外,中药茶饮、中式糕点……“新中式”的风还吹到了许多意想不到的领域。

2023年,瑞幸咖啡先是推出了一款“碧螺知春拿铁”,后又凭借与贵州茅台联名的“酱香拿铁”刷爆了社交媒体;在小红书上,一些美妆爱好者不再一味追逐“网红妆”,不再执着于瓜子脸、大眼睛,而是从面部特征出发去装扮,这反而放大了方圆脸的特点优势,“国泰民安脸”开始受推崇。

受到年轻一代追捧

既能体现中华优秀传统文化魅力,也能融入日常穿搭,“新中式”服装正受到年轻一代追捧。“‘新中式’穿搭和传统节日的适配度太高了,我在春节就选择了汉服作为‘拜年战袍’。”在北京就读研究生的周同学说,“春节是中国的传统节



日。‘新中式’穿搭包含中国传统服饰元素,既贴合传统节日习俗,又非常喜气。”

眼下正是春光明媚的时节。游园赏春,“新中式”穿搭与中式建筑相得益彰。有自媒体博主在社交平台分享了她的故事:一天,她身着汉服在苏州拙政园游玩,被一位外国小姐姐称赞很漂亮。那位外国小姐姐为她拍下了一张照片:灿烂阳光下,整个人仿佛在发光。“那一刻,我感到更多的是中华五千年文明在发光,心中的自豪感油然而生。”这位博主在帖子中称。

来自福建的郑朝英,因喜爱的歌手在演出时穿汉服,开始了解“新中式”穿搭。她说:“我上班的时候穿过‘新中式’衬衫搭配裤子,或者是衬衫搭配马面裙,感觉很合适。我也曾把有时尚设计感的旗袍作为礼物送给朋友,她也很喜欢。”

直播间里,“新中式”服装的款式越来越多;朋友圈中,大家纷纷晒出自己的“新中式”穿搭——在互联网的飞速传播中,越来越多的人感受到中华民族传统服饰历久弥新的魅力。来自辽宁的张女士就是在互联网的影响下,开始尝试“新中式”穿搭。“我是被社交媒体上的博主种草了‘新中式’,上身后发现好美,款式真的很适合中国人。”张女士说,她也会在互联网上分享自己的“新中式”穿搭,收获不少关注和好评。

在福州市区的大街小巷,多了不少“新中式”茶馆,这些茶馆以中国传统茶饮为基础,在空间体验、产品概念和口味上进行创新和改良,正逐渐成为年轻人聚会打卡的新据点。“除了传统热茶和中式甜点,我们店里还提供冷萃茶和各种西式小甜点,销量都不错。”茶馆的工作人员说,很多年轻人会穿着“新中式”服装到茶馆里打卡拍照,人流量大的时候,一些打卡点还需要排队。

“在社交平台上看到有博主推荐,觉得很有韵味,今天特意约上好友来感受一下。”游客张女士说,“新中式”茶馆相较于大众茶馆更时尚,相较于咖啡厅又更有氛围感,很适合年轻人消磨时间。

另外,近年来,越来越多的年轻人也不再选择千篇一律的西式婚礼,而是选择把电视剧中的场景搬进现实,相比白色婚纱,“新中式”的婚礼似乎能给人以更多的仪式感和灵活性,可以根据自己的喜

好和预算,选择适合自己的婚礼形式和风格,比如可以选择在户外举办婚礼,或者将传统元素与现代风格相结合,打造出独一无二的婚礼。“新中式”婚礼以其独特的魅力和吸引力,成功“圈粉”了越来越多的年轻人。

爆火出圈绝非偶然

春节期间,“曹县卖了3亿的马面裙依然供不应求”等话题冲上热搜,某电商平台汉服品类成交额同比增长了325%。截至发稿前,“新中式穿搭”话题在小红书平台浏览量超21亿,相关笔记超300万篇。眼下是出游踏青的好时节,“新中式”成为不少人中意的春日出行穿搭。

90后女孩杨锦是北京一家“新中式”服装品牌的主理人。今年春节期间,杨锦设计的一款以中国红为主色调的“新中式”上衣,成为店内的爆款商品。“这件衣服用料为红色漳缎,是一种非遗面料。在设计时,我融入了竹子、如意、祥云等图案,再搭配上经典盘扣,让这件衣服具有东方美学的独特韵味。”杨锦说。

除了加入刺绣、水墨等经典元素的“新中式”服装,还有以细长眉、眼下彩、点朱唇为代表的“新中式”美妆,运用扎染、古法花丝等传统技艺的“新中式”工艺品,环境古色古香、静谧松弛的“新中式”茶馆……无一不体现着独特的东方美学基因。

“但从根本上说,我觉得‘新中式’火起来的背后,是几千年来传统文化的积淀,使大家慢慢感受到了传统文化的魅力。”杨锦说。

“新中式”风格的崛起并非偶然,而是消费者对于传统文化回归和现代生活方式追求共同作用的结果。传统文化与现代生活方式的完美结合,满足了消费者对于精神层面和文化内涵的需要。马面裙的“出圈”,就得益于其设计风格兼具古典美和现代简约美,能匹配当代年轻人的大众穿着需求。同时,马面裙的设计寓意又寄托了人们对美好感情的追求。从电影《长安三万里》口碑票房双丰收,到《只此青绿》《红楼梦》等舞剧一票难求,再到春晚节目《年锦》《山河诗长安》为观众送上一场视觉盛宴,近年来,中华优秀传统文化为当代生活提供了丰富的

灵感,掀起一波波传统文化消费热潮。北京大学中文系教授张颐武认为,“新中式”根植于中华优秀传统文化,同时适应了当代生活形态,既有对优秀传统文化的传承,也有与时俱进、创新发展,是其爆火的主要原因。

“同时,这也是文化自信的一部分。”张颐武提到,一些融入传统文化元素的产品在国际上能让人快速识别出中国的标识与符号,同时又具备一定的美感与意韵,能够凸显中国人独特的审美倾向。

更需高质量发展

如今,“新中式”市场正处于高速发展阶段,但也出现了许多乱象:许多商家一拥而上,为各种产品贴上“新中式”标签,只重营销而轻视质量,还有不少品牌深陷抄袭风波,产品同质化、价格虚高等问题频现,不少网友评论“等了很久的预售款质量太差”。消费者对生活品质的高追求是“新中式”能火出圈的原因之一,要真正立足于市场需求,把产品做精做优、做出特色,在原材料研发、工艺设计等方面下足功夫,用高质量的产品打动消费者的心。

在广东工作的乔钰喜欢尝试各种香氛产品,但一次试用却让她直呼“翻了车”。去年,某国产香氛品牌推出了一款“新中式东方香”,“被名字吸引去购买,买回来发现就是一股刺鼻的劣质空气清新剂味道。”乔钰说。

很多消费者都遇到过类似情况。例如,一些网友吐槽网购的“新中式”服装货不对板、质量较差;一些“新中式”香氛产品暴露出“非天然劣质香精”等品质问题,让不少消费者望而却步;一些餐饮品牌将“新中式”当作流量噱头,产品无创意却卖出高价……

针对这一问题,张颐武认为,“新中式”产品保质保量,这是最基础的要求,“但更重要的是,在设计创意方面应该有更扎实的东西,而不仅仅停留在噱头上。”张颐武说,应在保证质量高水准的前提下,把中国传统文化和新的生活形态结合得更好,做出让人眼前一亮、新颖独到的产品。

对于商家和品牌方来说,要避免“什么火就追什么”,一哄而上抢流量,盲目扩大产能、改变业务形态,否则当流量消失后,极易出现产能过剩、发展“遇冷”等情况。在市场热度面前,要保持定力和理性,做好市场洞察和长远规划,不要总想着走捷径、赚快钱,而是要潜心挖掘“新中式”赛道里的新机遇,稳扎稳打以实干谋发展。

此外,有商家反映,“新中式”市场上,部分同行知识产权保护意识薄弱,导致市面上“山寨货”频出。对此,记者了解到,上海市版权局在东华大学设立了“上海汉服版权中心”,这是全国首个综合性汉服版权服务平台。针对汉服原创设计种种维权痛点,上海汉服版权中心为汉服设计提供版权登记、确权、维权等专业化服务,在版权保护方面作出了有益尝试。

谈及“新中式”未来如何发展壮大,张颐武认为,首先,可以建立一些激励机制,鼓励企业抓住广阔的市场需求。其次,“新中式”应在品牌建设上下功夫,推出一批有影响力的代表性品牌。最后,要提升工艺设计水平,在新的手法和传统工艺之间做好联结,不仅在设计创意上吸收传统文化元素,还应在工艺上更好地体现传统技艺的气韵与精神。“这才是‘新中式’未来所需要的高质量发展。”张颐武表示。

国内首款“近视神药”到底有多神？

昨日,兴齐眼药互联网医院开通,患者可在网上医院在线问诊开出我国首款获批的延缓儿童近视滴眼液。很多宝妈奔走相告:再也不用靠代购等形式为孩子高价买药了!被不少家长称为“近视神药”的低浓度阿托品再次成为关注热点,它的效果如何,真能成为儿童青少年近视防控的一味“解药”吗?近日,记者走访了相关专家,尝试找到答案。

“老药”上市引发新关注

3月11日,国家药品监督管理局官网发布消息称,沈阳兴齐眼药股份有限公司生产的0.01%硫酸阿托品滴眼液已于3月5日获批上市,用于延缓儿童青少年近视的进展,临床适应证是100度至400度的近视、散光不超过150度,适应群体为6岁至12岁儿童。目前,国内尚无近视相关适应证的同类产品上市。兴齐眼药近日对媒体表示,其互联网医院开通时间为3月24日,患者可在网上医院在线问诊开药。

“其实,0.01%硫酸阿托品滴眼液是款‘老药’,在国外已上市多年,国内许多医院的眼科早已陆续开展相关临床应用。”广州中医药大学第一附属医院眼科教授黄仲委介绍,此前,除参加相关医学研究外,国内的家长大多是各显神通自行购药,然后在医生的指导下使用。

中山眼科中心党委委员、广东省儿童青少年近视防控指导委员会主任委员、教授卓业鸿介绍,阿托品在医院眼科最早是用于散瞳验光,不过多使用1%的高浓度。至于阿托品滴眼液能否用于治疗近视、多大浓度合适,相关的医学研究一直没有停止。最终,0.01%的低浓度阿托品被国内外医生所接受——这个浓度不仅有效,而且副作用和停药后的反弹都不明显。

国内多家医疗机构先后开展了相关研究。中华医学会眼科学分会眼视光学组、中国医师协会眼科分会眼视光专业委员会也于2022年联合中国近百名眼科专家,共同发布了《低浓度阿托品

滴眼液在儿童青少年近视防控中的应用专家共识》。其中明确,0.01%硫酸阿托品滴眼液和安慰剂相比具有一定延缓近视进展的作用,与更高浓度的阿托品滴眼液相比,不良反应最小、反弹效应最低。

正是有了这些国内外研究、共识的背书,对于低浓度阿托品延缓近视的功效,国内的眼科医生经历了从“怀疑”到“比较放心”的过程。部分眼科医生也会给自己的孩子使用。眼科医生张元(化名)的一儿一女目前均就读小学,张元让两个孩子每天睡前都滴低浓度阿托品,至今已有两年。

然而,一直以来,让国内眼科医生苦恼的是,无药可开。据媒体报道,在兴齐眼药的产品获批前,低浓度硫酸阿托品滴眼液曾作为院内制剂在各地医疗机构投入使用,但“供应并不稳定”;其通过互联网医院销售的形式,也被国家药监局叫停。在家长的社交媒体群组中,时不时能看到代购低浓度阿托品的消息,单盒费用达200元以上。通过这种途径,孩子每年用药需要花费数千元甚至过万元,但仍有家长不惜掷千金求“神药”。

应当说,我国首款低浓度阿托品获批,为医患双方,尤其是家长解了燃眉之急。

专家称该药品有用但别神化

近视防控形势严峻,低浓度阿托品获批能否成为一剂“解药”?

据了解,澳大利亚是全球率先批准低浓度阿托品制剂上市的国家之一,新加坡、日本、印度等地也陆续加入阵营。然而,低浓度阿托品在欧美尚未获批。美国一家公司在去年向FDA提出了关于0.01%及0.02%阿托品的申请,但目前尚未获批。

“对于个体来说,(低浓度阿托品)可能有用,但不能将其作用神化。”广州市红十字会医院眼科副主任医师罗铭介绍,低浓度阿托品并不像很多家长和孩子想象的可以“逆转”近视,它只能够让近视不进展或进展得慢一些,而且只是众多近视防控手段

中的一个。

“不建议单独使用(低浓度阿托品),最好联合周边离焦眼镜、角膜塑形镜(或称OK镜)等共同使用。”罗铭在临床中观察到,使用低浓度阿托品的效果因人而异,对50%至60%的患儿效果明显。张元也结合切身感受表示:“两个孩子的近视发展进程基本都控制了下来,但效果仍有差异。女儿又额外增加佩戴OK镜。”

卓业鸿介绍,该中心团队此前开展了关于阿托品的研究,主要是关于阿托品单用和联合OK镜控制近视的2年随机对照试验。结果显示,单用低浓度阿托品是有效的,而联用OK镜后疗效还会进一步提升。

“其实低浓度阿托品的疗效在不同研究中还是有差异的。”卓业鸿说,虽然大部分研究认为它对控制近视进展是有效的,对黄种人的效果要好于白种人,但确实有一些研究发现它的效果不明显,如果停药,疗效可能会逐渐消失:“也就是说,阿托品不是神药,不能解决所有的问题。”

获取药品后仍须遵医嘱使用

兴齐眼药的互联网医院开通时间为3月24日,这意味着家长今后要获得低浓度阿托品较以前容易得多。“但该有的(用药)步骤不能省略,使用前还是得先去医院检查,以排除眼压过高等使用阿托品的禁忌,然后在眼科医生指导下使用。”黄仲委介绍,由于低浓度阿托品仍可能造成畏光、眼干、眼压异常增高等眼部不良反应,因此,儿童在使用期间最好每3个月到医院复查一次,以确保安全以及评估效果。

那么,未来是否会有更多不同浓度的阿托品获批,让医生和家人有更多选择?卓业鸿介绍,除了0.01%浓度外,也有一些研究认为,0.05%浓度的阿托品可以让患者获益更多,能更好地延缓近视进展、在末近视儿童群体中预防近视发生:“因此,未来其他剂型也是有可能获批的,但可能要走一段很

长时间的路,而且要看0.01%硫酸阿托品在现实世界的效果。”

“家长们要注意,不要因为依赖阿托品,就不注意孩子的每日户外活动时间 and 用眼习惯。后两者是儿童青少年近视防控的基石。”卓业鸿提醒,中山眼科中心研究团队一项针对近2000名学生的研究显示,每天增加40分钟的户外活动,学生近视率从39.5%降至30.4%。

据《羊城晚报》陈辉/文

招标公告

拟对大水清沟改造项目A区长沙路116号地块前期物业服务进行公开招标。项目占地面积19865.80平方米,总建筑面积94374.01平方米,位于青岛市市北区长沙路116号。

- 投标人资格要求:具有独立法人资格,经营范围有效。
- 报名资料:法定代表人身份证明和法人身份证原件或法定代表人授权委托书和授权代表人身份证原件;营业执照(三证合一)副本原件、其他需要提供的证件彩色扫描件等(核原件、加盖公章的复印件)。
- 报名地点:青岛市崂山区石岭路39号名汇国际2号楼812室。
报名时间:2024年3月25日至3月29日9:00-16:00(北京时间)
招标文件售价:贰佰元/套。
- 招标人:青岛海丰泰置业有限公司
联系人:徐莹 联系电话:18661910099