

“新中式”服装火到“出圈”

“国潮”如何变热潮？

穿着一身汉服走在樱花林中，刺绣马褂配上白色T恤——休闲中带点贵气，成了现在不少年轻人的日常穿搭。不论是在地铁站还是旅游景区，穿着立领斜襟、宽袖盘扣等“新中式”服饰的游客随处可见。这个春夏，“新中式”服装持续走俏，成为国内消费市场的新现象。是什么造就了国风服饰的“流量密码”？“国潮”如何变热潮？记者走进一线市场、采访产业各方。

火，服装市场“刮”起“国潮风”

手工盘扣开衫、香云纱连衣裙……“90后”白领王女士的淘宝购物车里，加购了不少“新中式”服装。她说，去年至今，自己迷上了国风穿搭，几乎集齐了每一类当红潮品。“逛街出游都会选择‘新中式’来搭配，既时尚也有趣。”

今年以来，“新中式”延续了火热的流行态势。行走在大街小巷，不时见到人们穿着各类型国风服饰。在抖音、小红书等平台，“新中式”持续成为热门话题。快手电商数据显示，今年一季度，“新中式”风格商品订单量同比增长700%。汉服品类商品订单量同比增长近300%。中国纺织工业联合会数据显示，2023年“新中式”服饰市场规模达10亿元级别，近三年来，相关产品商品交易总额增速超过100%。今年1月以来，在互联网销售平台上“新中式”“宋锦”的搜索量环比分别增长近6倍和近20倍。“新中式刺绣穿搭”“为什么年轻人都喜欢新中式”等话题接连登上热搜，某大众社交平台上，“新中式”相关的笔记达1000万+篇；某短视频平台上，带有“新中式穿搭”话题的短视频播放量超过106亿。

“我们订单排到半年后，营收年复合增长率超100%。”马面裙制作技艺非遗传承人、“生活在左”品牌创始人林栖告诉记者，自己从2016年起进行马面裙制作和推广，当时一年销售仅十几件。短短几年，企业马面裙的年销量已达到近10万件。

“市场发生很大变化。”她说，现在，品牌的客户不仅包括拥有较高消费能力的人群，更涵盖大量年轻人。

承载厚重历史文化的宋锦，同样成为“新中式”服装的“顶流”。

苏州上久楷丝绸科技文化有限公司生产车间，一匹匹图案精美的宋锦面料陆续下线。企业董事长吴建华介绍，市场需求激增，企业保持满负荷生产状态，织机扩展到百余台。预计今年8月，一天产能达到3000米左右。

“国风服饰的‘出圈’与传统文化的火热紧密相关。消费者不仅为服饰买单，更认可其所承载的美学意义和文化价值，这是文化自信的直观表现。”中国服装协会专职副会长杨晓东认为，国风服装俨然成为行业的新赛道。“要抓住机遇让国风服饰更好走进市场和生活。”

新，跨界融合解锁“流量密码”

“新中式”服装火爆背后，有产业的新变迁。

新设计，传统与现代有机融合——

今天，从历史中走来的马面裙有着更多元的呈现：从长裙到八分裙、六分裙，长度的变化适应更多的场合；从厚实的毛织到轻薄的棉麻、真丝，质地的改良符合不同季节穿着场景的需求；图案、剪裁、色彩……正因融入越来越多的时尚元素，马面裙有了更好的可塑性。

从旗袍到汉服，几乎每一件“爆款”的背后，都是对传统的重新演绎。“我们投入很多时间和金钱，收集了七八百种宋锦传统纹样，研究织造工艺，在此基础上进行创新，让其更符合现代人审美。”吴建华说。

“‘新中式’服装是在传统与时尚间找平衡，在持续打磨、创新中，让中国风更有国际范。”服装品牌衡韵雅序董事长钱孟元认为。

新科技，不断契合新需求——

面料的革新提升了“新中式”的穿着体验。吴建华告诉记者，在通过电子提花机实现宋锦织造工艺现代化的同时，企业还进行了弹力宋锦等研发，提升面料的抗皱性、显色度和舒适度，让其更适应现代穿着。

数字化的应用推动供给与需求有机衔接。通过大数据分析提升开发“爆款”的效率；时装发布采取“虚拟+现实”的模式；加快工业互联网应用，让柔性制造更普及……一系列实践正在业界展开。

值得关注的是，不少企业加大与供应链伙伴的共研共创。从海宁许村到苏州盛泽，一些产业

集群借助制造优势打造新IP，推动服装与文旅的融合。

“‘新中式’很多‘玩法’和传统的服装产业并不相同。”业内人士认为，国风服饰将在跨界中拓展更多可能性。

稳，守住内核让“国潮”

持续成热潮

“新中式”服装快速发展，但市面上也存在产品良莠不齐的现象。业内人士认为，随着产业规模扩张，更要注重提升品质，在净化市场环境、强化产业链协同等方面多下功夫。

“我不担心宋锦没有市场，就怕会被做坏。”

吴建华说，今年以来，市场出现不少仿品，虽外观相似，但工艺、面料等差别很大。企业在每块面料边上都织上品牌符号，以抵制仿冒等行为，还将研究高科技防伪手段，推动标准制定以及宋锦鉴定中心的筹备成立。

“企业投入大量的精力研究产品和技术，一经粗制滥造，大量的劣质品出现，就破坏了正常的商业秩序，也不利于树立对文化的正确认知。”林栖建议出台政策推动标杆性品牌建设，同时健全相关规范，树立品质向上的价值导向。

钱孟元认为，企业自身要有定力，要稳扎稳打，深入挖掘传统文化内涵，提升面料、色彩、工艺、结构等多种研发设计能力，从供给侧提供更多好的产品。

不久前，工业和信息化部、商务部联合组织开展2024“三品”全国行活动，鼓励地方、行业协会、电商平台等协同赋能，支持线上线下销售平台对接重点生产企业，优先推送优质国潮品牌。

“我们在几年前成立了国风服饰专委会，下一步还将对设计者加以专业引导，对产业集群加大扶持，从文化、产品、市场多角度联动，推动产业高质量发展。”杨晓东说。

综合新华社、央广网、环球时报



↑杭州某新中式服装店内的服饰。
(资料图片)



↑身着汉服的游客在京杭大运河畔参加猜灯谜游戏。(资料图片)



◀ 4月18日，身着汉服的游客在杭州西湖边拍照。

新华社发