



在辽宁鞍山市岫岩满族自治县“玉三生”工作室里,雕刻师在绘制岫玉加工图稿,他在作品中融入国潮纹样与简约线条,使古老的玉雕文化焕发青春活力。

装点美好生活

北齐白釉绿彩长颈瓶、唐三彩凤首壶、北魏蓝色玻璃瓶……白色表盘上,12件精美绝伦的“文物”,共同构成了12个钟点数字——网友“太白猫猫”在社交平台上晒出由博物馆文创冰箱贴“拼”出的时钟,评论区收获一片夸赞与羡慕。

“历史存活于过去,也流走于现在的时间。”一名网友的留言,令“文物时钟”的作者深表认同。这样的“思想共鸣”,越来越多被激发出来。

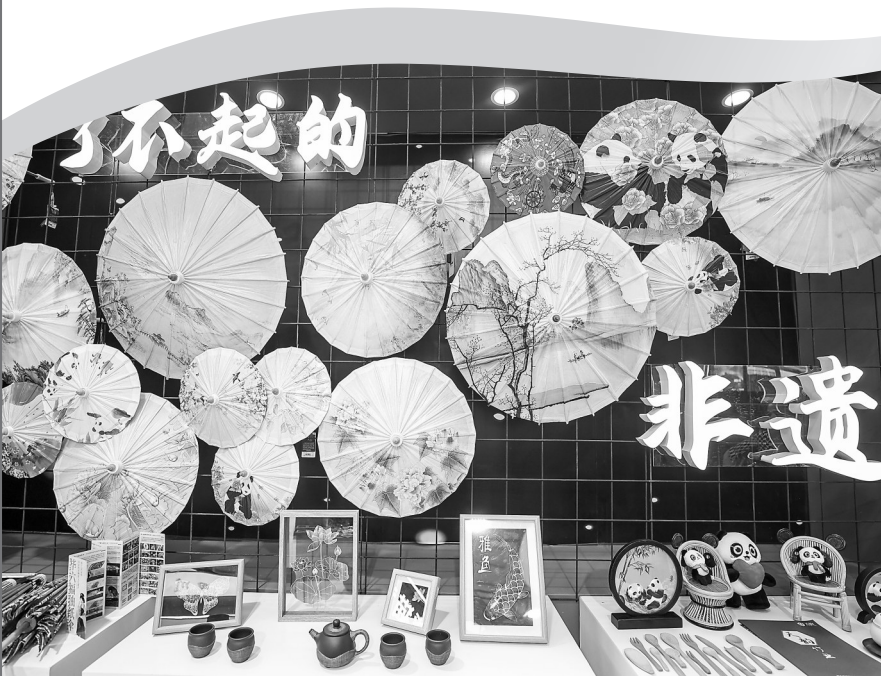
这股“国潮文创风”,吹得正劲:前有年年畅销的《故宫日历》,后有火成网红的风冠冰箱贴、天官藻井冰箱贴,再后来,网友们致力于收集后再创作,在家建起一座由文物冰箱贴组成的“博物馆”。

不止为了文创,逛博物馆正成为更多人的“国潮”生活方式之一。成都金沙遗址博物馆数据显示,每年购买门票的观众多达5000余人。“在博物馆喂一喂梅花鹿,甚至就在树荫下发发呆,挺好。”年票观众张新林说。

从更大的空间看,在平遥古城追寻晋商文化、在苏州古城平江路历史文化街区体验“苏式生活”、在潮州古城品味茶香与美食……历史记忆与人间烟火交汇融合,城市文脉和现代生活共荣共生,“活着的古城”为人们的生活增添“国潮”新体验。

传统文化深深扎根于中华儿女心中,早已与人们的生活交融相会。

取材自中国神话的影片《哪吒之魔童闹海》今年屡创票房纪录,传授中华优秀传统文化的“夜校”课程正在城市青年群体中流行起来,融入传统文化元素的茶饮、潮玩、零食等品牌联名款吸引年轻人买单……与其说是“血脉觉醒”,不如说是“新国潮”的号召力被更彻底地释放出来。



这是在消博会上展示的非遗文创产品。这些非遗产品不仅展示了中国传统文化的深厚底蕴,还通过创新设计和展示方式,吸引了众多观众的目光,成为国潮消费新风尚。(资料图)



上海市徐汇区淮海中路上一间国风手作小店,手作课程团队成员为参加国潮市集准备展品。本组图片均为新华社发

传统文化引领“新国潮”

新华社记者 杨湛菲

旅途之中,走进博物馆打卡“国宝”必不可少;走进乡村,非遗工坊里游客们仔细挑选心仪的手工艺品;打开购物软件,马面裙、国货彩妆是年轻人的“心头好”……不知从何时起,传统文化已在人们生活中繁盛存在。

国潮,就是“国”与“潮”的融合体——“国”指的是中国传统文化元素,“潮”则是指时尚潮流。“新国潮”便是通过创

新创意将二者结合起来。如今,中华优秀传统文化引领起一股“新国潮”,迸发出驱动经济社会发展的深层力量。

创造就业机会

走进贵州黔西市化屋村文丽蜡染刺绣非遗工坊,绣娘们妙手翻飞,将传统纹样绣进服装、手提袋、帽子里等产品中。

苗族姑娘杨文丽是这里的“主理人”。这位“95后”女孩2019年回乡创业,如今已从一名技艺传承者走向行业创新者。

不同颜色的丝线,绣出寓意幸福吉祥的各式苗绣纹样;在传统纹样绣片的基础上,开发成衣、围巾、太阳帽、装饰画等产品;开拓线上市场,销路从本地拓展到国际……“国潮风”吹进青山绿水间,融合传统与现代设计的创意产品,赢得市场青睐。

去年,工坊实现280多万元的销售额。杨文丽说,从最初只有6名绣娘,发展到现在的63名绣娘,非遗工坊带动了周边群众稳定就业,“现在我们村里几乎没有留守儿童了。”

像这样的非遗工坊,化屋村目前已引导村民开办了14家。今年以来,村里还开展了3期苗绣、蜡染技艺培训,参与培训的绣娘达200余人次。

截至2024年底,我国共建设9100余家非遗工坊,直接吸纳27万余名脱贫群众实现就业,人均年收入超过3.6万元。“老手艺”成为群众就业增收新亮点。

“新国潮”站上就业新风口。在陕西西安,“汉服热”催生对妆造师的巨大需求。长安安区人社局推出长安汉唐妆造师培训项目,免费教授相关课程,目前带动就业人数近7000人,人均年收入9万余元。在山西隰县,游戏《黑神话:悟空》带火当地旅游,景区导游数量从8人增至31人;大学生返乡就业,推动民宿、餐饮等业态发展。抖音集团近日发布的2025非遗数据报告显示,过去一年,抖音中非遗直播作者数增长13.76%,非遗商家直播成交额中63%来自店播模式,超10个非遗商家店播破千万元。

“新国潮”的流行,助推社会分工细化优化,新的职业序列培育挖掘,开发出新的就业增长点,引导更多群众实现高质量充分就业。

带动产业发展

4月举办的2025广东时装周上,穿着新中式元素服装的模特们走上T台,格外吸睛。

时装周活动“非遗新造”展示区域人潮涌动,香云纱、贵州蜡染、织锦等与现代设计结合的新中式产品应接不暇,年轻人围着体验工作坊与设计师积极互动。

原创服装高级定制设计师刘宛莹说,她在设计上将先锋潮流与传统美学融合,让传统的香云纱焕发现代多元文化混搭的新风格,自然融入职场、休闲、宴会等不同穿搭场景,“我希望实现跨界融合突破,让更多年轻人爱上南粤文化。”

数据显示,2025年1月1日至4月29日,以新中式为代表的国潮服饰成交额同比增长超120%。“新中式”潮起,正从文化现象进化为一场产业变革。

以中国古法黄金工艺为特色的老铺黄金,将花丝镶嵌、错金等非遗技艺融入当代设计,2024年销售业绩同比增长超160%;以天然草本植物、水果或药材为原料,通过煮制、萃取等工艺制成的“中式养生水”市场规模预计2028年可破百亿元……“新中式”渗入诸多消费细分领域,形成以文化价值驱动增长新范式。

今年1月,国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出开发时尚国潮产品,打造国货“潮牌”、“潮品”,为国产品牌高质量发展提供指引。艾媒咨询发布的《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》预计,到2028年,国潮市场规模将突破3万亿元。

国潮澎湃,不断激发消费市场活力和企业潜能。国潮产业的蓬勃发展,不仅体现了中国品牌的文化自信,更彰显了传统文化在现代商业环境中的强大生命力。

凡益之道,与时偕行。

传统文化不再是被供奉的“文化标本”,而是可触摸、可转化、可增值的“活性资产”。与时俱进的中华优秀传统文化不仅塑造着精神坐标,更标出高质量发展的文化刻度。

(据新华社北京6月2日电)



2025年苏州市“人工智能+”创新发展推进大会暨人工智能赋能新型工业化深度行(苏州站)活动举行。图为活动现场展示的人形机器人。(资料图)新华社发

新华社记者

5月,全球多家科技公司发布新的大模型,它们在语义理解、多模态等方面进一步提升,人工智能(AI)的能力边界在不断扩大。随着无人驾驶、机器人等技术借助AI快速进化并逐步投入市场,不少国家通过推进法规建设、开展国际合作等方式,为AI领域创新提供更好的土壤。

大模型更趋实用化

5月下旬,中国深度求索(DeepSeek)公司表示,DeepSeek R1模型已完成小版本升级,当前版本为DeepSeek-R1-0528,模型的思维深度与推理能力显著提升。更新后的R1模型针对议论文、小说、散文等文体进行了进一步优化,能够输出篇幅更长、结构内容更完整

的长篇作品,同时呈现出更加贴近人类偏好的写作风格。同样在5月,美国Anthropic公司推出“克劳德4”系列两款新模型:“奥普斯4”(Opus 4)与“十四行诗4”(Sonnet 4),旨在为业界提供更高标准的编程、推理和智能体应用。Opus 4是行业领先的编程模型,能够高效完成复杂且持续时间长的任务;而Sonnet 4在此前的3.7版本基础上显著升级,具备更强的指令理解能力与推理、编程表现。

行业巨头谷歌公司也没闲着。该公司在5月推出整体性能和智能推理能力均较以往版本大幅提升的多个“双子座2.5”系列模型,并发布了多个多模态模型,如图像生成模型Imagen 4和视频生成模型Veo 3,具备从文本等多种输入形式生成高质量视觉内容的能力。

AI仍有不少缺陷需克服

尽管当前AI应用已相当广泛,但不少缺陷还是会影响其实用性。研究人员正努力分析导致这些缺陷的原因并寻求新的解决方法,从而改善AI的性能。

一个比较明显的问题是,AI生成内容虽然已非常流畅,但提供的信息很多时候还是不准确。5月,日本研究人员在德国《先进科学》杂志发表的一项研究成果中指出,这一问题与人类的语言障碍——失语症类似。

据研究人员介绍,大模型在出现严重错误时仍表达流畅,这与感觉性失语症的症状有相似之处,即说话流利却总说不出什么意思。这并不意味着AI聊天机器人有“脑损伤”,但它们可能被困定在一种僵化的内部模式中,限制其灵活运用所储存知识,就像患了感觉性失语症。未来研究人员可以针对相关问题,找到改善措施。

业界也确实在努力从不同角度去寻求优化大模型的解决方案。中国科学院自动化研究所联合鹏城实验室提出了一种高效推理策略AutoThink,可让大模型实现自主切换思考模式,避免“过度思考”。

营造更合理的AI创新环境

国际劳工组织5月20日发布一份有关生成式AI与就业的报告表示,全球四分之一的工作岗位可能受到生成式AI影响。不过报告也指出,在劳动领域,生成式AI本身并无好坏之分,其社会经济影响在很大程度上取决于对技术普及的管理方式。

一些国家已在积极尝试通过优化政策、法规来营造更好的AI创新环境。日本参议院全体会议5月28日以多数赞成票通过该国首部专门针对AI的法律,旨在促进AI相关技术研发和应用并防止其滥用。依据这部《人工智能相关技术研究开发及应用推进法》,日本拟设立以日本首相为首、全体内阁成员参加的“AI战略本部”作为日本AI政策的“司令部”,并制定“AI基本计划”。

国际合作同样重要,“2025中国—上海合作组织人工智能合作论坛”5月29日在天津召开。论坛发布《中国—上合组织国家人工智能应用合作中心建设方案》,邀请上合组织成员国共建人工智能应用合作中心,围绕夯实人工智能发展基础、提供开源开放服务、加强产业合作对接、促进人才培养等方面加强务实合作,共同促进人工智能技术普惠应用。

(据新华社北京6月2日电)

玩具产业如何“玩”出新天地

新华社记者 张辛欣 胡林果 周圆

能交流、讲故事的毛绒玩偶,融入中国文化、科技元素的拼插积木,电影《哪吒2》衍生开发的各类公仔……临近六一儿童节,种类纷繁的玩具点亮了孩子们的世界,也折射出产业发展新活力。

我国是全球最大的玩具生产和出口国。数据显示,2024年,国内市场玩具(不含潮玩)零售总额为978.5亿元,比上年增长7.9%;今年3月,中国玩具(不含游戏)出口额为30亿美元,同比增长6.4%。

小小玩具何以“硬控”消费者?玩具产业呈现哪些新趋势?记者近日进行了走访。

IP赋能激活新增长极

羊角星虾饺褶皱造型,托盘设计成蒸笼纹理,底座能播放粤语早茶叫卖声……位于广州北京路步行街的一家潮玩店内,原创IP“卷卷羊”将羊仔形象与当地美食元素融合,一经上市便广受欢迎。

当前,IP与玩具结合,赋予产品收藏、社交等属性,潮玩化趋势明显。

走进广东森宝文化实业有限公司展厅,由

积木搭建起的“创意王国”里,处处能见大热IP的身影。

“我们通过一个个刻有中国文化印记的IP内容切入不同的消费圈层,打造有特色的积木品牌。”森宝文化联合创始人林泽哲说,在IP战略的持续推动下,公司近些年营收年均增长约10%,去年整体营收规模约5亿元。

从盲盒到积木,从手办到毛绒玩具,记者走访潮玩聚集区发现,热门IP正成为玩具产业发展的“风火轮”。将潮流艺术作品建模,形成可感可触的潮玩,已成为众多文化企业创新玩具产品的重要方式。

中国玩具和婴童用品协会发布的数据显示,2024年,国内潮流和收藏玩具零售总额为465.7亿元,潮流和收藏玩具及周边产品零售总额为558.3亿元。

澄海玩具协会常务副会长黄亮表示,未来将继续深化“玩具+IP”“玩具+文化”等多元融合模式,推动玩具产业从传统制造向高端智能、文化创意等转型。

AI重塑玩具产业生态

社交媒体上,一株能说会跳的“向日葵”收

获不少人的点赞,它拥有自己的“性格”,还能根据孩子的个性化需求实时生成故事、解答问题,甚至提供陪伴。

随着“AI+硬件”的深度融合,AI玩具被视为大模型落地的场景之一。当前,在AI玩具市场已有众多创业公司涌入,FoloToy、亿家亿伴等均推出了相关产品。

“AI玩具的‘陪伴服务’是从‘物品’到‘情感连接’的升级。”FoloToy创始人王乐介绍,通过AI赋予玩具个性化交互能力,能让陪伴更有温度。

融入了AI技术的玩具,寓教于乐的特点进一步凸显。当前,不少AI玩具集成语音识别、自然语言处理、机器学习等技术,已从简单的互动玩具进化为能够提供教育、娱乐等功能的智能设备,一些甚至还有外语练习等功能。

中国玩具和婴童用品协会有关负责人表示,以故事机产品为例,和以前提前录入故事相比,现在可以实现一定程度的“自升级”,内容更新周期进一步缩短。随着未来更多玩具企业应用人工智能技术,玩具产品创新将进一步提速,市场增长潜力也会进一步拓宽。

有报告显示,AI玩具市场的增长速度已明

显超越传统玩具市场。预计2030年全球AI玩具市场规模有望超350亿美元。

新技术带来新市场,也面临新挑战。

“AI玩具是否会收集用户信息”“孩子的行为习惯、声音等数据如何保护”“如何避免过度依赖AI玩具”……一些家长向记者表达了对AI玩具的担忧。

受访专家表示,在儿童教育中,AI大模型如何在保证准确交互的同时提供高质量内容,需要业界深入探索,相关的标准也要尽快完善。同时,家长也要引导孩子正确、适度使用AI玩具。

产业链合力“玩”出更多花样

中国玩具和婴童用品协会有关负责人表示,中国玩具产业具有明显的产业集群化特征,形成了完整的产业链条,从原料与设备的供应采购、生产加工、检测服务到专业市场开发、出口贸易等环节一应俱全。当前,创新链、产业链合力推进,让技术创新迅速转化为产品,走进市场。

协同创新——在“玩具之都”汕头澄海,每年设计开发玩

具超30万款、平均每天超1000款新产品面世,这样的更新效率离不开设计方、制造商等共同努力。

广东群宇互动科技有限公司副总经理王睦彬介绍,公司聚焦人工智能大模型应用与智能硬件创新,除了推出自有产品外,还同10家玩具企业合作,通过共享AI技术的模式,合力进行玩具研发和产品设计。

玩具企业之间共享共创,产业间跨界融合加速;与服装品牌打造联名款,把潮玩“穿”在身上;与运动品牌共享市场数据,提速“爆款”研发……一系列实践正在展开。

柔性制造——

TOP TOY有关负责人介绍,在业界,“小规模预售测试”后进行大规模生产的模式逐渐兴起。此外,基于消费数据可以进行柔性、个性化生产,如今500件起订的“细胞生产线”正逐渐取代传统玩具业10万件级订货量模式。

独角兽动漫文化品牌总监李颖仪介绍,公司建立“区域定制”模式,例如为一些区域生产的小马宝莉便利店限定版盲盒,从设计到上架仅用90天时间。

“目前,玩具产业链呈现的技术赋能、文化赋能、跨界合作等特点愈加明显。”中国玩具和婴童用品协会有关负责人表示,未来要继续加强原创IP的培育与保护、深化跨界合作与产业融合,提升产品质量与设计水平等,为消费者提供更多好产品,推动产业高质量发展。

(新华社北京电)