

守千年文脉,创青春国潮,年轻人传统审美觉醒——

古韵国风正当时



文化中国行

□ 本报记者 张九龙

青春与传统相遇,总能碰撞出耀眼的火花。曹县汉服车间的缝纫机哒哒作响,临沂琅琊古城的汉服打卡者络绎不绝;“马彪彪”文创破圈热销,淄博琉璃非遗体验馆上挤满年轻人……在山东,一场以“古韵国风”为核心的审美变革,正顺着年轻人的脚步悄然蔓延。年轻人在文化寻根中确立身份认同,在自信表达中传递文化价值,在产业赋能中实现审美落地,构成了古韵国风热潮的内核逻辑。

文化认同: 水到渠成的血脉觉醒

审美选择的本质,是价值认同的外在表达。在全球化浪潮中,年轻人渴望找到根植于血脉的文化归属感。作为文化大省,山东自带优势:既有儒家文化的温润内敛,又有齐文化的开放创新;既严守传统非遗的匠心传承,又注重现代赋能的青春表达。这种兼容并蓄的文化气质,让年轻人在与传统对话中,实现了情感与身份的双重确认。

“博物馆里的符号”变成“触手可及的伙伴”,体现了年轻人对传统文化的情感认同。2026年初,山东美术馆推出的“马彪彪”文创系列爆红出圈。这款从齐白石《如此千里》画作中提取灵感,融入山东民俗马元素与“龙马精神”内核的卡通形象,以不羁的发型、灵动的神态精准击中年轻人的审美点。售价69元至299元的产品,每日销量占库存的三分之二以上,一度出现“一彪难求”的抢购热潮。“马彪彪”的成功,不仅在于设计的年轻化,更在于其承载的文化分量。年轻人购买的不是简单的文创产品,而是一份可展示、可分享的文化认同,这份认同里,藏着对传统文化的热爱与自豪。

日常普及和生活化融入,则让文化认同从“精神共鸣”走向“生活实践”,成为年轻人表达自我的重要方式。以汉服、马面裙为例,在占据全国汉服市场半壁江山的曹县,2025年汉服销售额突破130亿元,产品远销30多个国家和地区,而80%以上的购买者是35岁以下的年轻人。与早期小众爱好者执着于“形制复原”不同,如今年轻人穿汉服,早已突破“节庆限定”,融入日常肌理。比如,曹县汉服品牌“华羽集”捕捉到这一趋势,推出适配日常的改良汉服系列,采用天丝、亚麻等舒适面料,优化裙摆,系带设计,既保留东方美学的含蓄内敛,又贴合现代生活节奏,销量可观。

非遗体验的沉浸式参与,又让文化认同在“动手实践”中不断深化,构建起年轻人与传统的情感纽带。山东作为非遗大省,正通过年轻化的体验形式,让古老技艺走进青春生活。在聊城,临清贡砖制作技艺、葫芦雕刻等非遗项目走进校园,中学生在非遗代表性传承人指导下制作迷你贡砖、绘制葫芦纹样,让传统文化基因融入青春成长。在潍坊,杨家埠木版年画匠人联合高校设计专业学生,开发出“年画+手机壳”“年画+卫衣”等年轻化产品,让古老年画成为年轻人追捧的潮流符号。

值得注意的是,当代年轻人的文化认同并非盲目复古,而是带着鲜明的时代特征,他们既尊重传统形制与文化内涵,又善于用现代视角解读转化。比如,淄博的年轻创业者将陶瓷制作技艺与国潮设计结合,推出“齐风陶瓷咖啡杯”,在保留传统釉色工艺的基础上,融入现代简约造型,成为网红爆款。

这种“传统为体,现代为用”的认同方式,让古韵国风既有历史厚度,又有青春温度,成为年轻人精神世界的重要支撑。

文化自信: 从追逐潮流到引领潮流

如果说文化认同是年轻人与传统的“情感握手”,那么文化自信,就是这份情感沉淀后的“底气发声”。古韵国风在年轻人中的走红,本质上是当代青年文化自信觉醒的体现。他们不再盲目追捧外来潮流,而是主动挖掘本土文化的审美价值,将历史底蕴、传统技艺、民俗风情转化为独特的审美表达,在自我展示与文化传播中,传递出对传统文化的坚定自信。

从追逐潮流到引领潮流,如今,年轻人用国风审美打破了外来文化的审美主导,实现了审美话语权的回归。曾经,日漫、韩流、好莱坞大片长期占据年轻人的审美市场,穿洋品牌、追外来潮流一度成为“时尚”的代名词。但近年来,这种趋势悄然逆转:在社交平台,“国风打卡地”话题阅读量持续增长,年轻人晒出的不是海外地标,而是身着汉服在祖国大好河山的打卡照片;在高校,国风社团取代日韩社团成为热门的学生组织,非遗讲座、传统礼仪体验等活动备受年轻人喜欢。这种转变的背后,是年轻人文化自信的显著提升。

国风审美与地域元素的深度融合,则让传统文化在创新表达中彰显独特魅力。山东各地立足本土文化资源,打造了一批具有地域特色的国风IP与文旅场景,让年轻人在体验中增强文化自信。在曹县,第四届汉服文化节上,模特身着融入牡丹文化、商汤文化元素的汉服走秀,将传统服饰与地域文化深度融合;在青岛,非遗民俗展演活动中,年轻人身着汉服体验非遗拓印、花灯制作,龙凤呈祥、十二生肖等传统元素与现代灯光技术交织,让古老民俗焕发新生;在济宁,“文化云平台”整合70万件文物资源,通过“云展演”“百姓讲堂”等形式,非遗课程触达700万人次,不少年轻人通过线上课程学习儒家礼仪、传统刺绣,进一步深化了对本土文化的认同与自信。

国风产品扬帆“出海”,引领着中华美学走向国际舞台,掀起“最炫中国风”,进一步彰显和推动文化自信。近年来,山东的非遗文创产品已成为文化出口的重要一极:淄博琉璃文创产品,通过跨境电商平台销往全球;融合现代设计的潍坊风筝亮相巴黎时装周;融合“齐鲁风”吹向国际舞台;具有浓郁地方特色的聊城葫芦雕刻作品,在国际手工艺品博览会上斩获大奖,成为海外收藏家追捧的珍品。这些“走出去”的国风产品,不仅是商品,更是齐鲁文化的载体,年轻人看到本土文化被世界认可,文化自信进一步升华。

科技与国风的创新融合,则让传统文化以更鲜活的形式广泛传播,吸引和带动更多



▲琉璃作品《簪花》融入了当下年轻人喜欢的簪花元素。



▲曹县有爱云仓汉服基地,工作人员正在直播推介汉服。

人。现在,各地积极运用VR、AR、AI等现代技术,赋能传统文化的展示与传播,让年轻人在沉浸式体验中感受传统之美。科技的赋能,让传统文化摆脱了“陈旧”“土气”“小众”的标签,变得更酷,更潮,也让年轻人更加坚信,本土文化不仅有历史厚度,更有时代活力。

产业支撑: 中国制造的硬核赋能

文化因创新而鲜活,市场因文化而繁荣。任何审美潮流的持续流行,都离不开坚实的产业支撑。古韵国风之所以能成

年轻人的“顶流审美”,看得见,摸得着,买得到,关键在于强大的制造业基础与完善的国风产业生态,为人们提供了充足的产品供给、创新空间与创业平台。

全产业链布局的集群优势,让国风产品实现“质优价廉”,为国风消费提供了基础保障。以曹县汉服产业为例,经过多年发展,当地已构建起从面料研发、创意设计、生产制造到电商销售、跨境贸易的完整产业链,形成了“5公里内生产出一件汉服”的产业生态。在曹县大集镇,绵延数公里的主干道两旁,布料销售、服装制版、剪裁缝制、数码印花、快递物流等门店密集分布,一件汉服的生产被分解为多个环节,每个环节都有专业商家对接,实现了规模化、集约化生产。这种全产业链优势,既降低了生产成本,又保障了产品质量,让国风消费真正走进大众生活。

中国企业的创新升级与品牌化发展,让国风产品更加满足年轻人的个性化、品质化审美需求。面对年轻人日益多元的审美追求,国风企业主动转型升级,从“代工生产”走向“原创设计”,从“低价竞争”走向“品质竞争”,推出了一批具有核心竞争力的国风品牌。企业的创新升级,让国风产品不再是“同质化爆款”,而是能满足年轻人个性化审美需求的“品质之选”,进一步推动了国风审美的普及。

政策支持与服务保障,则为国风产业发展营造了良好环境,为创业创新提供了有力支撑。山东各级政府高度重视国风产业与传统文化传承,出台了一系列扶持政策,从资金支持、知识产权保护、人才培养等方面,为产业发展保驾护航。此外,各地还积极搭建创业平台,为年轻创业者提供场地、资金、培训等全方位服务。越来越多的年轻人投身国风产业,成为古韵国风的传播者与 innovator,进一步壮大了国风审美潮流的力量。

当然,国风审美要实现持久发展,还需要警惕“同质化”“表面化”等问题。既要坚守文化根脉,深挖传统文化的核心内涵,避免只停留在形式模仿;又要坚持创新驱动,鼓励年轻人用现代视角、科技手段解读传统,让古韵国风不断适应时代审美需求;更要强化产业支撑,完善产业链条,加强品牌建设,让国风产业在高质量发展中为审美潮流提供持续动力。

汉朝顶流马俑“手办” 山东藏着最潮款

□ 本报记者 梁雯

马上迎马年,谁能拒绝一匹威风凛凛的“神驹”?在中国古代,马不仅是六畜之首,军事交通、生产生活都离不开它,更是拼搏奋进的代名词,一马当先,马到成功,龙马精神,这些刻进骨子里的成语,无不彰显着古人对马的偏爱与期许。

说起中国古代最爱马的朝代,汉唐肯定榜上有名。汉朝为抵御匈奴,将养马纳入国家重要工程,出台多项优惠政策鼓励养马,加之频繁的边关贸易往来,使得当时马的数量大幅增加,品种也不断得到改良。

要说西汉时最爱马的皇帝,非汉武帝莫属。他派遣军队远征西域,成功引入大宛良马,也就是闻名后世的汗血宝马,极大推动了汉代马种改良。从目前出土的文物看,到西汉中后期,很多马的形象已经由汉初脖子粗、头大腿短的挽马,变得越来越像头小颈细、四肢修长的大宛马。

汉朝人对马的热爱贯穿生死。受“事死如生”观念影响,古人会将生前的荣华富贵,仗仗排场悉数纳入墓葬,作为陪葬的陶俑便是其中的重要载体。汉朝陪葬陶俑与秦朝时的兵马俑相比要小很多,是“微缩版”。虽体型小巧,但数量可观,部分汉墓出土的陶俑可达数千件。这些陶俑以模制为主,初看形制相近,工匠们通过后期贴塑、彩绘等工艺,赋予其独特的样貌神采。在山东发现的多处西汉陪葬坑中,就出土了大量陶马俑,它们昂首挺胸,威风凛凛,在贵族墓葬的“地下仪仗队”中占据核心位置,历经千年岁月依旧栩栩如生。

危山汉墓:行进中的仪仗队

作为山东地区发现的第一座保存完好的兵马俑陪葬坑,济南危山汉墓陪葬坑于2002年被发现,共出土172件陶俑,55匹陶马。考古专家推测,该墓的主人大概是汉景帝时期的济南王刘辟光。

在一号陪葬坑中,陶俑自南向北排列整齐,形成由骑兵队、车队、步兵队组成的仪仗阵列,宛如一支整装待发的正规军。其中骑兵队约30人,骑马俑气宇轩昂,陶马俑雄健有力,其耳朵与尾巴为单独制作,通过马头、马臀上的小孔插入。中部车队包含三驾马车,前两驾为驷马立车,即由四匹高头大马拉动的马车,这也是“君子一言,驷马难追”中“驷马”的由来;后面一驾为双辕轺车,护卫侍从跟从在两侧。方阵末尾是约80名步兵,整个仪仗队生动还原了西汉早期贵族出行的盛大场面。

山王村汉墓:正在出门的贵族

如果说危山汉墓兵马俑是一支行进中的仪仗队,临淄山王村汉代兵马俑则是一支正在出门的仪仗队。该兵马俑群发现于2007年,考古专家推断,墓主人应为西汉中晚期齐国诸侯,齐郡郡守或二千石以上的达官显贵。山王村兵马俑坑共出土516件(套)器物,其中人俑形态各异,涵盖骑马俑、步卒俑、门吏俑、牵牛俑、乐俑、舞俑等;动物俑除90件马俑外,还有牛、羊、猪、鸭等家禽家畜。

陪葬坑复刻了贵族宅邸建筑,从空间上把这些陶俑妥帖排列组合,沉浸式再现了贵族出门时的场景。仪仗队中,仅有前方的骑兵俑与战车方阵位于甬门与大门之间,算是走出了大门。前院至后院大门之间排列着步卒俑方阵。后院场景最为丰富,三层戏楼中再现了音乐歌舞表演的场景,观赏表演的人物以及餐具、酒樽等器物一应俱全。此外还有殿堂、寝房与猪圈等,其中猪俑搭配顶罐饲养员,充满了生活烟火气。主人出行所需的四辆马车、武士护卫俑与侍从俑也在后院整装待发。这支浩浩荡荡的仪仗队中,马俑作为骑兵的坐骑仍旧打头阵。它们耳朵高耸,双眼凸出,鬃毛短而平整,体型高大雄健,看来是训练有素的战马。陶马的头颈、躯干、四肢、耳尾由分件模制后拼接而成,马身施以白色彩绘,再用红、黑等色勾勒鬃头、缰绳等马具,姿态优美,工艺精湛。

香山汉墓:西汉“时尚图鉴”



香山汉墓彩绘陶马俑

与危山汉墓兵马俑的军队气势,以及山王村兵马俑的生动丰富不同,青州市香山汉墓出土的陪葬俑看起来多了几分“时髦”。该陪葬坑发掘于2006年,考古专家推测与西汉淄川国相关,年代属西汉中前期,有学者认为墓主人可能是淄川王刘贤。

香山汉墓陪葬坑共出土一千多件陶俑,分为仪仗俑、牺牲俑、家禽俑三类,其中陶马俑就有350多件。这些马俑体型健壮,昂首挺胸,双目圆睁,嘴部微张,同样采用分件模制拼接工艺制作。尤为珍贵的是,马俑身上的彩绘保存基本完整,以白、枣红、绿为主色调,马头、马背用红、白、黑、紫等亮色描绘马具纹饰,线条流畅,清晰可见。其中马背上的彩绘图案尤为罕见。据考证,这是汉代人用于保护马背、减少摩擦的装饰,多以皮革或丝织品制成,陶马身上的彩绘真实还原了其形制。

香山汉墓陪葬坑中,不仅马俑颜值在线,人俑更是西汉“时尚图鉴”。这些人俑形态逼真,衣着规整,腰间系带,头戴冠、帽、巾,完整还原了西汉时期的服饰审美与礼仪规范。

纵观山东三处汉墓出土的陪葬陶俑,不仅凝聚着古人精湛的制陶技艺,更清晰记录了西汉时期马的变迁与人们的生活百态。这些陶俑以陶为身,彩绘为衣,跨越千年岁月,让今日的我们得以领略两千多年前的西汉风采。

“穿越”回唐朝,进入画中世界,与孔子对话——

数字展成博物馆新顶流

文化观察

□ 本报记者 师文静

新年伊始,山东博物馆、孔子博物馆两大馆不约而同“上新”,而且都是大型沉浸式数字展。新兴的数字文化体验项目,用现代技术让博物馆文物“活起来”,不断满足年轻参观者的需求。

元代的赵孟頫为知己周密挥毫绘就《鹊华秋色图》,济南的鹊山和华不注山的秋色被定格。这不仅是一幅山水地图,更蕴含着创作者的登高怀远和家国情怀。如今,这幅瑰宝宝作,在数字世界重生了。山东博物馆1月30日开展的“鹊华秋色”XR沉浸式数字艺术展,可以让观众“穿越”到宋元时期的济南古城,身临其境地漫步于“鹊华秋色”美景。在娓娓道来的叙述中,观众能感受到画作表达的古人情愫。

孔子博物馆2月10日开启的“孔子密码”

VR研学体验展,是聚焦孔子生平与儒家文化的VR大空间展。展览从庄严的万仞宫墙拉开序幕,带参观者穿越回春秋时期,开启一场与圣人的隔空对话:孔子降生的瞬间,求学问道的执着,杏坛讲学的热忱,入仕理政的担当与周游列国的坚守……

这两个数字展览并非博物馆的跟风之举,而是基于齐鲁文脉,深挖传统文化底蕴,探索出的承载历史内涵、满足大众需求的数字文化产品。

孔子及其思想的数字化,串联起的是传统典籍与现代生活。与阅读经典的体验完全不同,在这里,观众不仅可以与孔子对话,还能亲身体验他所倡导的古代君子“六艺”。参观者在轻松、有趣的体验中,汲取传统文化养分。

《鹊华秋色图》的数字化呈现,是在扎实的学术研究、深入的历史考证与最新的考古发现基础上展开的。数字展中呈现的宋元史实、古代服饰、建筑物等都由相关专家指导完成;画中的山水、舟船、屋舍、泉柳等皆由历

史考据而来。行走在济南古城的数字空间,还能遇到山东博物馆馆藏的宋元时期文物。这些置于玻璃柜里的文物,如今都活在了数字空间里。

各种形式的数字展正在全国博物馆如火如荼地展开。河南博物院的“唐宫夜宴”XR大空间沉浸展,湖北省博物馆的“穿越青铜纪”数字文物VR体验展,秦始皇帝陵博物院的“帝国密码——秦始皇陵”XR大空间体验项目,陕西历史博物馆的“壁画那边是唐朝”VR数字体验项目等,都是近一年内开展并迅速走红的。这些数字展,有的为博物馆创收数百万元,有的在权威的影视类奖项评选中获奖,有的甚至已经走出了国门。

沉浸式数字展之所以火热,除了政策的助推、技术的发展,还因为它非常符合“Z世代”参观者的观展趣味。这批年轻人是“网生代”,很多人成长于二次元环境,喜欢有互动感、沉浸感的数字世界,而融合了“国潮”文化与游戏体验的数字展,恰好契合他们的需求和消费习惯。

风生水起的数字展,让文物从被观看到可以体验。相比于静态文物展出,数字展能呈现更多的人物、故事、情感和场景,让参观者更能听懂古人的心声,了解更多历史文化。优质的沉浸式数字展文化含量高,艺术审美不俗,能提升青少年的文化认同感,很多家长愿意为其买单。

而对于博物馆来说,新兴的数字展厅是吸引客流的新亮点,能满足到馆观众的多元需求。优质的数字展,更是博物馆应对旺盛的文化需求,提升服务和内容供给的创新之举。像“消失的法老——胡夫金字塔沉浸探索”这样的沉浸式数字展,还能形成较大IP效应,拓展历史文化展的受众群体,带动更大范围的文旅消费。

不过,如火如荼的博物馆数字展,不能让技术的“噱头”抢走了文化的风头,而是要创新性地转化文物价值,以人文关怀的视角去做展览。博物馆的数字进阶道路,应以文化为内核的创新实践,技术是新的手段,唤醒文化记忆、传承文脉才是目的。

