



# 传统文化焕新表达全球圈粉

孙云



新民眼

今年春节长假,你参与了那桩价值高达100亿的“史上第一”大事件吗?没错,就是那部每天都要上几个热搜的贺岁电影《哪吒之魔童闹海》。

在申遗成功的首个春节,年仅3岁的哪吒成为了中国电影史上最年轻的百亿票房男主角,这部电影也成为中国电影史上的票房冠军。虽然在上映前就获得了一致看好,但这部以中国传统神话为题材的奇幻动画电影能在短时间内获得如此巨大的成功,仍然出人意料。

无独有偶,在排行榜名列前茅的,还有一部中国神话题材电影《封神2》。时光倒流10年,很难想象有两部国人原创自制的传统神话题材电影在春节档同时大获成功。它们的

火爆,首先,当然得益于春节长假合家欢的观影热情;其次,这两部电影都改编自家喻户晓的神话故事,天生带有传统文化的亲近感,又有适合当下观众口味的崭新叙事方法和顶级的动画、特效水平,所以,令人感觉熟悉又新鲜、传统又炫酷。

哪吒创造影史奇迹的时机值得关注。今年是申遗成功后的首个春节,全国各地都举办了各具特色的节庆活动,浓浓的年味将迎接新春的欢乐洒满神州大地。这些富有特色又推陈出新的活动也吸引许多外国友人慕名而来,把来中国过春节变成了一种新时尚。

国家移民管理局的数据显示,春节期间,外国人出入境95.8万人次,同比增长22.9%。昨天发布的上海边检总站统计数据也显示,长假期间,该总站已查验入境外籍旅客5.9万人次,同比增长1.3倍。

随着中国持续扩大免签国家范围,全面放

宽优化过境免签政策,“China Travel”持续升温,正在打造“入境旅游第一站”的上海承接住了“这波天的流量”,为境外游客度身定制了时尚与传统兼具的深度游体验。

从市中心的静安“巴已如意静享嘉年”Citywalk外国友人专属体验线路、“拾趣YOUNG浦”外国友人看杨浦文化体验活动、市商务委主办的“留‘洋’在上海 送‘福’过春节”活动,到市郊的朱家角古镇“巴已如意启新春”活动、“都市风情”海派城市考古、黄道婆纪念公园“海上最春早”立春游园等活动,各具特色,除了“轧闹猛”,更注重深度融入,让旅游不仅有赏美景、品美食,更有地道的传统文化和烟火气十足的市井生活体验。因此,“梧桐区”的菜市场成了和武康大楼一样著名的上海景点,在闵行参加“村晚”以及在青浦水乡看灯会、做中国结等体验活动,也成了像看豫园灯会一样的热门项目。

同时,为了让世界各地的人都能体验迎接新春的喜悦,不仅当地华人自发举办各类春节庆祝活动,也有很多机构出海举办新春市集等,分享喜乐,让世界更加了解非遗春节,为全球文化交流注入新的活力。

在这些好玩、好看、好吃的活动中,春节年俗和许多非遗技艺变得鲜活、立体起来,与《哪吒》系列电影对传统神话的现代化改编一样,让中国年正在成为“世界年”,也让中国传统文化以更年轻、更时尚的姿态走向世界。

春节前夕,在被称为“游戏行业奥斯卡”的TGA颁奖典礼上,《黑神话:悟空》首次代表国产游戏同时斩获“年度最佳动作游戏”“玩家之声”两项奖项。下周起,《哪吒之魔童闹海》就将闯荡北美、澳大利亚,并陆续在亚非多国上映。继《黑神话:悟空》之后,既有传统文化内核,又有新潮表达的东方美学能否再在欧美刮起旋风,令人期待。

为更加“出片”和社交分享,追求更优图像和视频需求

## 中国年轻人“拯救”数码相机

在小红书,自称菜鸟摄影创作者的NOBOU怎么也想不到,只是心血来潮分享了一篇有关尼康D90的使用笔记,就“炸”出了一堆忠实且复古的中青年用户,“很多小按钮我自己也不知道什么作用,下次出门拍照试一试,后期有学会的新用法我再补充。”面对众网友的热情,NOBOU最新一条的动态是“等考完试会尽快出个后续”。

这边厢,早已停产多年的单反纷纷“重出江湖”,那边厢,契合更多使用场景的相机强势崛起,分享欲爆棚的年轻人已经不满足于手机画质,纷纷选择更加“出片”的数码相机。网友“甜蜜高尚呼啸豹”就在半个月前购置了一台佳能EOS R8,她说,当初就是看中了它机身小巧、携带方便,和手机互联照片可快速导入,速发朋友圈。90后二宝妈杨雪则准备入手一台大疆pocket3云台相机,她觉得手持运动相机操作方便,使用率高,而且还能用视频记录宝宝成长,将生活中的趣事分享给更多人。摄影博主老朱用300焦段镜头拍摄的应县木塔美照,因清晰地捕捉到了建筑细节,圈粉无数,有网友留言想买下照片版权。

随着社交媒体用户对更优质图像和视频

的需求不断增长,数码相机行业正在经历回暖。日本国际相机影像器材工业协会最近发布的数据显示,2024年全球数码相机出货量达849万台,增长10%。出货总额增长15%,达53亿美元,创下9年来最高水平。分地区看,2024年数码相机在中国市场的出货量增长25%,达190万台;出货额比2023年增长28%,约占全球出货总额的28%,明显高于2019年15%的占比。富士胶片(中国)副总裁孙东亮曾在接受媒体采访时表示,得益于直播产业带动和年轻人社交分享打卡,目前,在富士胶片数码相机的全球销售额中,中国市场占比超三分之一,贡献了全球利润的45%。富士胶片X系列数码相机用户中,35岁以下用户占67%。

什么样的数码相机更出片?线下门店或可窥见一二。昨晚,在上海X-SPACE富士胶片影像空间2楼,一场名为《世界观——上海摄影师和艺术家的海外影像》的展览进入倒计时阶段,展出包括雍和、陆元敏、郭允等摄影师和艺术家的作品,现场观众不乏刚下班

的年轻白领。门店负责人郑怡介绍,复古的外观和拍摄后照片直出(不需要后期调整)是富士相机的两大特点。“去年6月我们重新布局了展示空间,大幅作品的输出能够更直观地感受到相机,特别是中画幅相机的性能优势,一定程度上激发了用户的购买欲,像经典机型X100VI和可以竖屏拍摄的入门款XM5,都需求火爆。”

星光摄影器材城相关负责人也有同样感受:“目前数码相机市场中,包括索尼A7系列、佳能EOS R系列以及富士的GFX系列、理光GF系列等,是年轻人比较喜欢的款式。”对于许多摄影爱好者来说,他们更看重相机的画质、性能、便携性,以及是否能满足个性化的拍摄需求。而且,相机的自定义滤镜功能也越来越受到重视,能满足年轻人个性化需求。

北京西路尼康锐度数码相机影像空间的销售员则表示,预算在一万元以内的购机者占比最多,且大部分新手小白的需求就是分享的仪式感和情绪价值。针对预算有限的朋友,她更推荐最新款的尼康Z50 II,该款相机在抓拍移动物体时的自动对焦能力进一步加强,并配备视频自拍定时功能,可以选择2秒或10秒的延迟,且其翻转屏的设计可提升自拍体验。

本报记者 钱文婷

## 春节长假市消保委共接投诉超五千件 住宿餐饮领域较集中

本报讯(记者 金昱昊)上海市消保委昨日发布报告称,长假期间(1月28日至2月4日17时)全市各级消保委共受理消费者投诉5410件,先行和解消费争议1360件。其中,旅游住宿、餐饮购物、文娱票务成投诉热点。

今年春节假期,非遗游、小众游等成出游新热点,“先过年,再出游”的度假方式备受青睐。春节期间,市消保委系统共受理旅游、住宿及交通运输服务相关投诉374件。消费者主要反映售后服务不到位、预订酒店无法入住、实际住宿条件与宣传不符及抢票软件抢购火车票未收到短信提示、抢到票时已临近发车来不及前往等。此外,共享单车、网约车计价异常也被消费者诟病。

夏女士投诉反映,其在某平台花费199元购买某景点门票,页面显示需提前1天预约,夏女士购买后按要求操作却预约失败,第一时间联系平台申请退款,但平台不予处理,消费者要求退票退款。

陈女士投诉反映,其在平台支付118元预订了某地酒店住宿一晚,到达后被拒绝入住,随即向平台方反馈,对方表示其需另找酒店入住,可为陈女士承担差价。陈女士对此不认可,要求正常入住预订酒店。

春节期间,市消保委系统共受理食品餐饮投诉215件、服装鞋帽投诉957件、家用电器和智能产品投诉137件。

食品餐饮方面,消费者主要反映团购餐券规则告知不清,餐厅预约难、实际前往时无法使用、优惠券套餐上菜慢等。服装鞋帽方面,消费者主要反映商品有瑕疵污渍、客服无人应答等。家电和智能产品方面,消费者反映线上购物时,有些热门商品虽适用国补政策,但出现缺货、无法领券、不能下单等情况。

张女士反映,其于2月2日在某餐厅就餐时使用团购券遭商家拒绝。在张女士表示团购券购买页面并未明示限制使用条件后,商家又以“对应商品缺货”“使用团购券要再等30分钟”等为理由为团购券使用设置障碍。张女士在多次等待30分钟后使用了团购券,但认为商家态度恶劣,要求道歉。

李女士反映,其在某平台选购了一款适用国补的平板电脑,购买时发现领券无法下单,直接下单就不能领券,随即联系平台,对方表示因购买人数较多,系统需静置24小时。李女士对此不认可,要求平台优化规则和系统。

春节期间,市消保委系统共受理电影票务相关投诉236件,同比下降39.6%。消费者主要反映购买电影票无法退款或改签、误填信息联系客服无果、平台购买电影票无法兑换等问题。



国风设计文化自信 带动“高质量出海”

## 中国时尚品牌 三上纽约时装周

人勤春来早。2月1日,大年初四,当人们还沉浸在新春的喜悦中,中国设计师王陶已经带领团队抵达美国纽约,由其担任创意总监的中国高端女装品牌玖姿JUZUI,将在美国东部时间2月7日下午2时(北京时间2月8日凌晨3时),登上2025秋冬纽约时装周官方日程,以中国设计语言讲述民族时尚品牌“高质量出海”的故事(见图 采访对象供图)。

从春节的团圆气氛中抽身而出,王陶和其团队还来不及倒时差,就投入到紧张的秀前准备中。“筛选模特、试穿秀场服装、提前测试妆容和发型,还有彩排,这几天太忙了!”在王陶发来的工作日程表中,每天每个时段都排得满满当当。

作为安正时尚集团旗下高端女装品牌,玖姿JUZUI已是第三次登上纽约时装周官方日程,也是唯一登上日程的中国品牌。本季,品牌将延续前两季“繁花”和“盛开”主题

的精髓,发布“花在冬日说”主题高定系列,用全新系列作品演绎中国女性不畏严寒、不吝芬芳、迎风绽放的“花开”故事。

行前,记者在王陶工作室提前看到了最新秀款。王陶将花中四君子之一的梅花引入设计,用最能体现东方气质的中国花卉,与蓝狐皮草所呈现的冬日白雪意象,勾勒出中国风的冬日之美。品牌标志性的芍药、莲花等原创花型与高定工艺的大量使用,搭配灵感源自热播剧《尚食》的东方色系,以及国风中式面料的现代手法应用,注入了松弛优雅的知性与活力。

作为本季的重点呈现,作品充分彰显环保主张。一方面,大量盘活库存面料,经过深层次加工升级,回收皮草零碎料再创作,开发皮草腰带、半裙、帽领等系列配饰。同时,携手国际毛皮协会IFF,选用通过Furmark全球认证的天然皮草,融入百搭、可

拆卸的创意设计,一物多用。

让王陶兴奋的是,2月3日,特斯拉首席执行官埃隆·马斯克的母亲梅耶·马斯克身穿玖姿JUZUI春夏礼服出现在著名艺术平台Artoo年度盛典上。“去年9月,在2025春夏纽约时装周上,梅耶担当压轴模特,穿着这件礼服首秀。”王陶告诉记者,这件礼服的设计灵感是中国戏曲的水袖,梅耶的“偏爱”也让她对中国设计、中国文化再次登上世界时尚舞台信心满满。

“玖姿JUZUI连续三次登上纽约时装周官方日程,通过走秀与国际时尚界交流互动得到的正向反馈,为品牌未来的‘高质量出海计划’增添了信心。”安正时尚集团董事长兼总裁郑安政表示,目前我们有800家线下门店,2025年计划加速新店布局。未来三到五年,希望保持每年两位数的开店增速,并下沉到3至5线城市。

本报记者 张钰芸