

传统元素与现代服饰结合,吸引喜爱国潮的人群“种草”,市场前景广阔

# 新中式服装火爆“出圈”,企业抢抓发展机遇

本报记者 余嘉熙 本报通讯员 葛慧君

穿着马面裙去参加毕业典礼,一身汉服游走在樱花林中,刺绣马褂休闲中透出一丝贵气……近年来,新中式服装火爆“出圈”。立领、方襟、盘扣、刺绣、织锦,种种传统中式元素走进日常生活,和衬衫、西装、一步裙等现代服饰相结合,吸引喜爱国潮的人群“种草”。

“种草”热潮蕴含着广阔的市场前景。中国纺织工业联合会公布的数据显示,2023年新中式服装市场规模已达10亿级别。

抢抓新中式服装发展机遇,专家认为,要从产品内核入手,推进传统服饰研究,同时根据市场需求,提高服装的时尚感和实用性。

## 新中式服装带动文旅新风尚

“洛阳让我人生第一次穿上了汉服,很有沉浸感,一下子就放下心来。”近日,珠海格力电器总裁董明珠身着浅蓝色立领对襟明制袄裙夜游洛阳,引发网友关注。

董明珠体验的洛邑之恋汉服馆坐落在洛邑古城南门附近,周边是汉服馆一条街,店内服装不仅有唐制汉服,还有明制、宋制、异域风情等多种品类。

时下,来洛体验汉服、感受古都“穿越”成为一种潮流。洛邑古城内,裙裾飘飘的游客,置身唐代酒楼、宋代商铺,不辨古今;社交媒体上,“穿新中式赏花”成为洛阳旅游的独特打开方式。除了“汉服+造型+拍摄+写真”一条龙服务,“汉服+演艺”“汉服+剧本杀”“汉服+研学”等全新业态组合更从多维度丰富了游客在洛阳的旅游体验。

## 阅读提示

近年来,注重现代审美与传统文化元素融合的新中式服装火爆“出圈”,吸引喜爱国潮的人群“种草”,带动了文旅新风尚,相关企业纷纷入局。专家表示,抢抓新中式服装发展机遇,要坚持本质为中,形式为新,让古典与现代保持深度链接,赢得更大市场。

富了游客在洛阳的旅游体验。

谈及新中式服装火爆的原因,河南工程学院服装学院副教授孙有霞表示,在设计理念上,新中式服装更注重现代审美与传统文化元素的融合,借鉴了汉服中的某些元素,如立领、宽袖、对襟等,并进行现代化的改良和创新。“本质为中,形式为新,新中式的新,正体现在更加追求日常穿搭的简约与实用感,通过对传统和现代的融合,完成对服饰的多元化探索。”孙有霞说。

“新中式服装火爆的背后,折射出日益增强的文化自信。”中国纺织非遗推广大使邓兆萍认为,新中式服装是传统文化在当下的鲜活表达,根植于国人极高的文化认同感。

## 企业抢抓发展快车

马面裙也是时下的潮流服饰,由此带动企业产销两旺。据了解,作为马面裙胶长丝面料龙头企业,新乡化纤年产能高达9万吨。由于新中式潮流带动人造丝需求增长,该企业粘胶长丝各品种价格上调1000元/吨。

走进郑州大观国贸服装批发市场,女装店铺内模特所穿,“C位”所挂,目之所及,皆是新中式服饰。二楼的一家女装店铺内,

负责人石千龄来回穿梭,为前来拿货的顾客打包。

记者在店内观察到,一单450元的交易在10分钟内达成。石千龄表示,店内日均营业额为7000元至8000元,有的顾客一次性提走近4000元的货物,足见新中式服装受到追捧。

据了解,3年前,该批发市场内经营新中式服装的商户数量寥寥无几,如今这一数字已经攀升至几十家。除此之外,越来越多的女装品牌企业也在悄然入局,搭上这趟新中式服装发展的快车。

新中式服装品牌壹妃雅运营经理武磊表示,为了迎合消费潮流,公司在被人们誉为“汉服之都”的山东曹县成立了马面裙加工厂;为了解决面料供应不足的问题,又在浙江成立了面料厂。春节过后,赶上马面裙销售热潮,订单源源不断,两个工厂加足马力,昼夜生产不停。

根据中国纺织工业联合会数据,近3年来,新中式服装相关产品商品交易总额增速超过100%。美团、大众点评数据显示,5月以来,以汉服写真、新中式写真等为代表的国潮服饰写真搜索量同比增长超50%,相关评论量增长超320%,汉服旅拍新玩法受到众多年轻人追捧。

## 通过产业链协同找到更大舞台

被流行趋势眷顾的同时,新中式服装也面临着更具挑战的供应链和技术瓶颈。业内人士称,一方面,国风面料供不应求,市面上也存在产品良莠不齐的现象;另一方面,新中式服装通常具有复杂的设计和独特的工艺,需要高水平的工艺技术和精细的生产管理。

“一个行业共识是,新中式服装商家应有自己的工厂,投入大量的精力研究产品和技术。”武磊说,因为新中式服装的加工环节相比其他服装要多一些,做到任何一个环节都不出纰漏,品控非常重要,这就需要强化产业链协同。

纺织服装一直是河南传统优势产业。2023年6月,河南将纺织服装作为千亿级产业链重点培育壮大,随后印发《河南省培育壮大纺织服装产业链行动方案(2023—2025年)》,明确加强供需对接,加大资源、技术、装备支撑保障力度,推动纺织服装产业高质量发展。

河南省服装行业协会会长李刚表示,河南厚重的历史文化资源可以为新中式服装产业提供丰富的文化支撑和设计灵感,打造具有地域特色的服装品牌。

如何让新中式服装找到更大的舞台?李刚建议,一方面,要从产品的内核入手,推进传统服饰研究,培育植根传统、设计在线、品质优良的品牌;另一方面,要根据市场需求,抓住消费结构升级的新机遇,选用新材料、引入新工艺、运用新技术,制定新标准,不断提高服装的时尚感和实用性,让古典与现代保持深度链接,赢得更大市场。



## 张家界韩国游客数量大幅增长

5月23日,韩国游客在张家界大峡谷景区玻璃桥拍照。今年,前往湖南省张家界市旅游的韩国游客数量大幅增长。2024年一季度,到张家界旅游的韩国游客达10.51万人次,比2019年同期增长27.07%,占张家界入境游客总量的40.23%。目前,韩国共有首尔、釜山等5个城市直飞张家界,每周航班52架次。

新华社记者 陈振海 摄

我国将全面进入汛期,极端天气可能更加明显

# 水利部全力做好水旱灾害防御准备

本报北京5月30日电(记者蒋蕊)“中国将全面进入汛期,南方进入主汛期,水利部将持续锚定‘人员不伤亡、水库不垮坝、重要堤防不决口、重要基础设施不受冲击’和确保城乡供水安全的目标,全力打赢防汛抗旱硬仗。”水利部副部长陈敏在今天举行的新闻通气会上表示。

近年来,水旱灾害极端事件趋多趋频趋强趋广。今年是2023年厄尔尼诺事件形成的次年,根据气象规律和历史经验,极端天气可能表现得更加明显。

陈敏表示,水利部坚持“预”字当先,未雨绸缪,汛前召开水旱灾害防御工作会议,协调召开七大江河及太湖流域防总会议,专题部署水库安全度汛、山洪灾害防御、蓄滞洪区建设管理、水文测报等工作,印发2024年水旱灾害防御工作要点,全力做好水旱灾害防御各项准备工作。

水利部全面排查水利行业风险隐患,发现问题以“一省一单”形式督促及时整改到位。同时,加快补齐工程体系短板,加快推动防洪排涝抗重大工程建设,东淀、文安洼、永定河泛区等8处国家蓄滞洪区建设项目全面开工,主要支流和中小河流治理、大中型病险水库(水闸)除险加固,以防洪为主的中小型水库建设、山洪沟防洪治理、灾后水利设施恢复重建等有序推进。

据介绍,水利部调训全国3000余名水旱灾害防御行政首长,向社会公布744座大型水库大坝安全责任人、650座大中型水库除险加固项目负责人,落实小型水库防汛行政、技术、巡查“三个责任人”,压实山洪灾害防御关键环节责任。

赋能产业发展,加大主体培育,营造良好环境

# 跨境电商等外贸新业态获政策支持

本报北京5月30日电(记者北梦原)记者从商务部今天举行的新闻发布会上获悉,跨境电商等外贸新业态将再获政策支持。商务部将推动尽快出台《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》,会同有关部门、各地方抓好落实。

商务部新闻发言人何亚东表示,跨境电商是我国外贸发展的有生力量,也是国际贸易发展的重要趋势。近年来,跨境电商与海外仓等新型外贸基础设施协同联动,发展速度快、增长潜力大、带动作用强。

过去5年,我国跨境电商贸易规模增长超过10倍。今年一季度,跨境电商进出口5776亿元,增长9.6%,其中出口4480亿元,增长14%。根据各地初步统计,全国跨境电商主体已超12万家,跨境电商产业园区超1000个,建设海外仓超2500个,面积超3000万平方米,其中专注于服务跨境电商的海外仓超1800个,面积超2200万平方米。

下一步,商务部将依托我国165个跨境电商综试区,结合各地的产业禀赋和区位优势,带动产业带更多企业利用跨境电商参与国际贸易;指导跨境电商综试区积极培育链主企业,引领上下游中小企业数字化改造,并举办外贸新业态专题培训,加强能力建设;召开跨境电商综试区现场会,加强典型案例和经验交流,提升行业自律水平,引导有序竞争。同时,积极参与国际多边合作,在自贸协定谈判、联委会和混委会等工作机制项下,加入跨境电商议题;支持跨境电商综试区、行业、企业积极开展国际交流与合作。

# 全国铁路将实行新列车运行图

客货运输能力进一步提升

本报北京5月30日电(记者刘静)记者今天从中国铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,6月15日零时起,全国铁路将实行新的列车运行图。调图后,全国铁路安排图定旅客列车12690列,较现图增加205列;开行货物列车22595列,较现图增加74列,铁路客货运输能力、服务品质和运行效率进一步提升。

国铁集团运输部负责人介绍,此次调图是聚焦服务国家重大战略和区域经济社会发展,深化运输供给侧结构性改革,统筹运用新增线路和装备资源,对全国铁路列车运行方案进行的一次优化调整。调图后,我国铁路网整体功能进一步提升,客货运输能力进一步增强,将为我国经济持续回升向好和人民群众生产生活提供强有力的运输保障。

具体体现在:一是京广高铁武广段安全标准示范线全面建成,调图后京广高铁全线实现按时速350公里高标准运营,运输能力总体提升4.2%,到北京西、武汉至广州南间最快旅行时间分别为7小时16分、3小时17分,分别压缩22分、23分。二是完善中西部地区列车开行结构,为中部地区崛起和西部大开发提供有力支撑。三是优化部分旅客列车运行方案,服务国家战略和区域经济社会发展。四是优化货运产品供给,助力畅通国内国际双循环。

## 中国—中亚应急管理合作机制成立

本报北京5月30日电(记者王冬梅)5月30日,中国—中亚应急管理部长级会议在乌鲁木齐举行,会议正式宣布成立中国—中亚应急管理合作机制。

应急管理部部长王祥喜表示,中国—中亚应急管理合作机制是深化六国互利务实合作的重要平台和全新平台,中方愿以本次会议为契机,同各方加强沟通、密切配合,认真落实六国元首关于应急管理领域交流合作的重要共识,加强体制机制对接、协同做好应急救援、开展“小而美”合作项目、健全完善联络渠道,推动六国应急管理合作行稳致远,以实际行动为构建更加紧密的中国—中亚命运共同体贡献应急力量。

## “鲲鹏号”大直径盾构机顺利始发

本报北京5月30日电,在中铁十一局深江高铁深莞隧道(西段)施工现场,国内复合地层最大直径土压平衡盾构机“鲲鹏号”顺利始发。深江高铁位于大湾区中心,是我国“八纵八横”高铁网沿海通道的重要组成部分,“鲲鹏号”的始发标志着深江高铁建设按下“快进键”。

深莞隧道(西段)全长约15.3公里,其中,由“鲲鹏号”施工的3.84公里盾构区间,施工难度和安全风险极高,属全线重难点工程和控制性工程。为应对盾构机“长距离、大埋深、高水压”难题,“鲲鹏号”引入多项技术创新。建设团队表示,将根据“项目管理精细化、工地管理工厂化”思路,先行先试,依托盾构施工专业化优势,为大湾区建设贡献更多智慧力量。(张玺 黄乔丹 闵辉)



## “三夏”插秧忙

5月30日,山东省青岛市即墨区蓝村街道青香水稻种植专业合作社的农民在搬运秧苗(无人机照片)。

“三夏”时节,各地农民抢抓农时忙插秧,田间地头一片忙碌景象。

新华社发(梁孝鹏 摄)

页面默认勾选、扣款前不提醒、扣款后退费难

# APP自动续费乱象频发,为何难整治?

本报记者 杨召奎

自动续费人群覆盖率高达94%,超八成内容为APP,超四成受访者遭遇网盘类APP自动续费,86.53%的受访者在订约时遇到过页面默认勾选自动续费,超六成受访者未收到短信、站内信和微信内推送等自动续费提醒……5月29日,北京市消费者协会联合新京报贝壳财经发布的《APP自动续费与消费者权益保护报告》(以下简称《报告》)揭露了多个APP自动续费乱象。

对此,专家指出,APP自动续费乱象影响面较广,消费者的意见较大。其核心问题在于违背了《中华人民共和国民法典》中规定的“自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则”,同时也侵犯了消费者的知情权、选择权等合法权益。

## 内容类APP成吐槽重灾区

3月18日,魏佳(化名)翻看某支付平台账单记录时发现一笔来自苹果商店的、每个月固定扣除19元的费用。她翻看以往账单,确认了这是自己在2022年3月开通的某视频平台包月会员费用。这两年,魏佳几乎没有登录过该视频平台,也没有收到过短信、电话、支付平台的通知。

《报告》显示,APP自动续费现象普遍,高

达94%的受访者遭遇过APP续费套路,多为“音乐、视频、网文、漫画等内容类”“网盘类”“文档、扫描等工具类”这三类APP,其中内容类以高达89%的比例居受访者吐槽首位。超六成受访者表示,未在APP自动续费扣款前收到过提醒。

“现实中不少商家通过免费试用或超低价折扣等方式,诱导消费者在不充分知情的情况下开通自动续费功能,然后每次扣费的时候不再另行通知,而且关闭自动续费的设置也非常隐蔽,不管消费者在不在使用,需不需要这样的服务,都一直自动扣费,哪怕消费者卸载了,也同样照常扣费,类似行为严重损害了消费者的知情权、选择权和财产安全权。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说。

不过,《报告》指出,在约65%的受访者看来,遭遇APP不规范自动续费行为的维权过程并不容易,APP开发厂家、支付渠道和应用商店成为他们眼里影响问题解决的三大主要因素。

## 一些消费者因维权流程繁琐“默认倒霉”

在消费者眼里,没有明显提醒的APP自动续费行为一直“悄悄”进行,他们收到扣款提示的那一刻才想起自己开通了这类服务。但《报告》指出,面对自动续费套路,受访者的维权意愿并不十分强烈,“默认倒霉”、尝试维

权和强势维权的受访者比例基本一致。

数据显示,遇到自动续费问题后,33.5%的受访者选择默默接受,“自认倒霉”;33.16%的受访者抱着“尝试解决,不行就算”的态度;采取行动且态度较为强硬(选择“努力挽回损失”“必须挽回损失”选项)的受访者占比为33.33%。

对此,北京工商大学商业经济研究所所长洪涛指出,维权流程繁琐导致许多消费者“默认倒霉”,但有消费者已经提出了,平台就应该引起重视,给予解决,畅通用户沟通渠道。

陈音江表示,客观来看,类似问题一般涉及金额不高,且维权确实需要花费大量时间和精力,因此很多人在遇到这种问题后往往可能放弃维权。另外,消费者维权时往往难以举证。有些协议条款可能确实在形式上履行了提醒告知义务,但消费者确实没有仔细查看,所以也会觉得自己有一定责任,遇到问题之后不想发生争执,于是放弃维权。

陈音江还指出,售后渠道不畅通也会影响消费者维权积极性。消费者维权通常是通过网络客服联系经营者解决,很多智能客服都是统一的固定回答,根本解决不了消费者的实际问题,这也客观上增加了维权的成本。

## 新规为自动续费画了红线

记者注意到,将于7月1日施行的《中华

人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称《条例》)第十条第二款规定,经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意。

在多位专家看来,即将施行的《条例》有望遏制APP自动续费乱象。陈音江表示,“《条例》对自动续费进行了规制,可以让经营者知道‘自动续费’服务的红线在哪里,让消费者维权的依据更加明确、底气更足,也为监管部门日常执法提供了法律依据。”

洪涛认为,消费者的选择权应该被充分地尊重,对于法规提到的“以显著方式提请消费者注意”,应该是消费者认为的“显著”,确保消费者对重要内容充分知情,而不是APP经营者认为的“显著”。

北京京师律师事务所律师许浩指出,要将APP是否续费的选择权还给消费者,这需要有关部门加大监管以及处罚力度。对于消费者大规模投诉或被媒体曝光的APP,有关部门要主动出击,从严处罚、公开曝光,以形成震慑,不能仅仅止于约谈。对于APP经营者来讲,与其绞尽脑汁“算计”消费者,倒不如从优化服务出发,带给用户更好的会员消费体验,提高用户的黏性,让用户自愿续费才是长远发展之道。