

守千年文脉，创青春国潮

山东让年轻人爱上“古韵国风”

◎ 张九龙

新闻集装箱

预制菜食品安全国标 公开征求意见

本报讯(柴嵘)2月6日,国家卫健委发布《食品安全国家标准 预制菜》(征求意见稿),面向社会公开征求意见。

此次征求意见的标准首次对预制菜的概念进行了细化明确。标准规定,预制菜是指以一种或多种食用农产品及其制品为原料,使用或不使用调味料等辅料,不添加防腐剂,经工业化预加工制成,配以或不配以调味料包,加热或熟制后方可食用的预包装菜肴产品。

标准明确将4类食品排除在预制菜管理范畴之外。具体包括:主食类食品、仅经清洗去皮和分切处理的净菜类食品、开袋即食的食品(如预包装火腿肠、泡椒凤爪),以及仅向自己连锁餐饮门店配送的中央厨房制作食品成品或半成品。标准起草专家解释,上述被排除的品类均已由其他相应的食品安全国家标准予以管理和规范。

在食品安全管控方面,标准作出了严格规定,明确规定预制菜不得使用防腐剂,并要求尽可能减少食品添加剂的使用,严控可使用的品种。标准将允许使用的食品添加剂种类严格限定为:可在各类食品中“按生产需要适量使用”的品种。

标准起草组在对200多家企业、超千款市售预制菜产品进行调查分析的基础上,综合考虑公众期待、营养品质和产业发展需要,明确要求预制菜产品尽量缩短保质期,最长不应超过12个月。标准起草专家表示,该规定旨在顺应消费者的普遍期待,同时鼓励企业通过优化工艺和贮运方式来提升产品风味、保持品质。

北京首家 线上专供养老助餐点投用

本报讯(孙奇茹)京东旗下七鲜小厨日前成为北京市首家正式备案的线上专供养老助餐点,部分门店已经同步上线“长辈专区”,为北京老年人提供健康、便捷的用餐新选择。

“有了这个,我们生活方便多了,手机下单订餐,定点就给送到家门口。”龙潭街道居民蔡淑荣老人感慨。

如何让老年人在家门口就能吃上一口热乎、健康、实惠的饭菜,成为养老服务的重要课题。《北京市养老服务条例》提出,鼓励采用市场运作、志愿服务等多种方式,支持餐饮企业、物业服务企业、互联网平台企业、志愿服务组织和志愿者为老年人提供送餐服务。在此背景下,七鲜小厨打造了一套养老助餐解决方案,目前已在东城区长保大厦店、君来江南店等门店落地。

为了让老年人用得顺手,平台打通了养老助残卡在线支付功能。龙潭街道办事处副主任张琨表示,希望通过数字化赋能养老助餐,让老年人线上下单安心、支付放心、用餐省心。

河北博物院 春节文博活动精彩纷呈

本报讯(史晓多)笔者2月9日从河北博物院获悉,该院精心打造“博物馆里过大年”新春系列主题体验活动,包括67个线上线下展览、20项社教活动、2场主题直播、5项智能体验、7项云端互动和10余项文创惠民活动,共计6大类110多项活动。河北博物院还搭建了“博物馆里过大年”主题场景,营造出“文物活起来、年味浓起来”的节日氛围。

展览方面,重点推出6大新春特展,同时线上开放50个数字云展览。其中,“燕赵乘春复此行——京津冀协同发展专题展”于2月10日开展,展览以京津冀三地城市关系的历史变迁为主线,通过“古代京津冀:地域一体 文化一脉”“近代京津冀:风雨破局 实业潮涌”“当代京津冀:协同跃进 时代宏章”三大篇章,贯通古今,梳理壮阔历程。同期开展的“马舞新春——丙午马年全球生肖文化大联展”汇集数百幅与马相关的文物图像,系统梳理马在中华文明史上的演进脉络,并特别展出70余件套河北博物院藏马题材文物,解读马在中华文明中的精神象征。

社教活动方面,开设“博物馆里闹新春”“寒假研学行”“约·会·国宝”等适合各年龄段朋友参与的活动项目,观众可以亲手体验年画拓印等技艺,也可以在讲解员带领下深度解读文物背后的故事。互动传播方面,河北博物院线上推出“马年说马”等两场主题直播和“乐享河博”文物日历小程序等7项云端互动活动,观众可以通过日历海报与亲友分享新春祝福。

春节的脚步日益临近,近日,山东省文化和旅游厅发布了涵盖全省16市的春节文旅活动“节目单”。各地市推出以灯会、庙会、市集、演艺等为主题的数百场活动,融合传统年俗与时尚体验,一场以“古韵国风”为内核的审美变革,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在逻辑。

《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。

“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。年轻人购买的不是一件简单的文创产品,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。

日常化普及和生活化融入,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。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。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,让中华优秀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。

《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。

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

四川省第三届川剧汇演汇报演出举行 先进典型代表受邀共赏



甘肃将9家博物馆“搬”进春运列车

2月9日10时38分,G848次列车从兰州西站驶出。与以往不同,这趟列车被打造成“高铁流动博物馆”,将甘肃省内9家国家一级博物馆“搬”进了车厢。

在甘肃简牍博物馆特色车厢,红色主调营造出浓厚的春节氛围。车窗上装饰着取材于馆藏文物的手绘木马卡通图案,行李架上贴着从简牍中提取的笔迹各异的“马”字。行李架中间悬挂的标签牌上,“永年”二字格外醒目。“这是从简牍中提取的吉语,寓意吉祥永在、福寿延年。”讲解员李林翰介绍。

座位上放置着文创产品,背袋里插着馆藏

纪念册,衣架上挂着文创书签,过道地面印着博物馆标识……这些细节共同构建起一个兼具观赏性与知识性的文化空间,浓缩了“一馆一特色、一程八千年”的甘肃文化。

“高铁流动博物馆”由兰州铁路局、甘肃省文化和旅游厅、甘肃省文物局联合打造,汇集了敦煌研究院、甘肃省博物馆、甘肃简牍博物馆、兰州市博物馆、天水市博物馆、武威市博物馆、平凉市博物馆、临夏州彩陶馆(临夏州博物馆)以及和政古动物化石博物馆等9家国家一级博物馆。

旅客张听说:“感觉很新鲜,上车前的意

全没了。听了讲解员对莫高窟的介绍,特别想带孩子去实地看看。”

这不仅对旅客是新鲜体验,对讲解员而言也是一次全新尝试。“以前我们试过在公交车上讲解,但是站程短,故事常常讲不完,有的乘客只能带着遗憾下车。高铁给了我们更充足的时间,可以把文物故事讲得更完整、更充分。”平凉市博物馆讲解员王怡钦说。

在这场跨越2600多公里的旅途中,讲解员随车流动讲解,并组织开展壁画套印、简牍封缄、书签制作、非遗“花儿”演唱、知识问答等互动节目。6岁的王翊恺拿着参与互动获得的

认同与自信。

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,吸引和打动更多人。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为年轻人的“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。

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。