

马年非遗文创 焕新传统年味



手艺人巧用竹材制作的马年文创产品。

马年春节将至,非遗文创产品凭借独具一格的文化魅力与深厚底蕴,成为节日消费市场的亮丽风景线。一批融合传统非遗技艺与现代设计巧思的马年主题文创佳作,既为新春佳节烘托出浓郁的民俗氛围,更以鲜活的形式传承弘扬中华优秀传统文化,让非遗之美在年味中绽放新光彩。

注浆、修坯、施釉……河北省曲阳陈氏定窑瓷业有限公司的生产车间里,工人们正加紧赶制马年生肖摇摇马订单。案台之上,一件件定窑摇摇马釉色温润如玉,弧形底座设计可轻摇摆动,精巧灵动。器物一面刻有“财”字,另一面驮着一个瓶子,象征“平安”,尽显巧思。

“为了让更多的人了解和喜爱非遗,我们不断融入创意设计,推动传统工艺与现代生活深度融合。”据中国工艺美术大师、国家级非物质文化遗产代表性项目定窑烧制技艺代表性传承人庞永辉介绍,今年推出的这款以生肖文化为灵感的马年文创产品,凭借精巧的造型、深厚的文化底蕴,以及兼具艺术性与实用性的设计,一经上市便深受消费者青睐。截至目前,产品已售出千余件。

进入腊月,年味渐浓。在众多非遗文创产品中,马的形象通过各种传统技艺被生动呈现出来。在河北省衡水市武邑县,县级非物质文化遗产代表性项目张氏竹艺扎刻技艺传承人张春晖精心推出扎香戳韵马车、竹艺扎刻仿古宫灯等马年主题扎刻文创产品,让传统竹艺邂逅生肖年味。

张春晖表示,其作品恪守以竹为材、榫卯咬合、不施一钉一胶的技艺精髓,将生肖文化与现代审美巧妙融合。其中,扎香戳韵马车以细腻竹条精心构筑,主框架六根立柱通过榫卯结构精准咬合,既保证了整体结构的严谨稳固,又尽显造型的轻盈灵动,与马年新春主题相得益彰。目前,这批纯手工打造的马年主题扎刻文创作品,定制订单已逾百件。

(据新华社)



这是活动现场摆放的《跃马乾坤 八方来财》雕刻版生肖主题邮票珍藏摆件。

近日,中国集邮有限公司在北京举办以“年货迎祥·骏驰纳福”为主题的年货节暨生肖产品发布活动。活动聚焦生肖文化与年货消费需求,发布《跃马乾坤 八方来财》雕刻版生肖主题邮票珍藏摆件和《骏驰元宇》邮票珍藏册等多款生肖文化年货礼品,邀请多位邮票设计师现场分享设计理念,传播生肖文化。

新华社发

《儿童青少年音乐剧系列教材》首发 涵盖原创与经典改编曲目

日前,《儿童青少年音乐剧系列教材》正式在京发布。

人民音乐出版社总经理、党委副书记周群表示,音乐剧作为综合艺术形式,是滋养少儿心灵、培养综合素养的优质载体,这套教材的推出,正是出版社响应国家美育政策、破解少儿音乐剧教育痛点的重要实践,未来将持续推动优质艺术教育资源进校园、进基层。

中国歌剧研究会常务副会长兼秘书长宋晨指出,少儿音乐剧教育是美育事业的重要组成部分,对传承中华优秀传统文化、培育青少年审美能力具有重要意义。这套教材的诞生,填补了行业优质教材的空白,为少儿音乐剧教育规范化、系统化发展提供了有力支撑,期待教材能惠及更多少年儿童。

本套教材主编之一、好好艺术团艺术指导沈丹丹介绍,这套教材共包含《袁隆隆·咔嚓》《开学第一课》《垃圾狂欢夜》《滥竽充数》《花木兰》《有一个声音》六册,涵盖原创与经典改编曲目。教材编撰坚守三大核心原则:一是专业性与科学性并重,由专家牵头,结合少儿身心发展规律,构建循序渐进的教学体系,兼具理论指导与实操性;二是趣味性 with 思想性融合,精选《花木兰》等经典曲目并融入原创内容,以优美旋律和生动剧情传递正向价值观、传播中华优秀传统文化;三是创新性 with 实用性兼顾,配套音频、教学视频等数字化资源,提供详尽的教学设计,实现“纸质+数字”立体化出版。

(据中国新闻网)

立春 春日开端 节气之首



四季轮回,冬去春来。我们迎来二十四节气之首——立春。正所谓天道运行,节气频更。五日为一候,十日为一旬,三十日为月,十二月为年。一日一日,因循往复。1月26日至2月3日“五九”已尽,2月4日(农历乙巳年腊月十七)又逢“立春”。东风解冻,蛰虫始振,鱼陟负冰,当斗柄回寅、太阳行至黄经315度,立春节气便踏着春信而来。

立春,不仅是天文物候的节点,更是融合天文智慧、农耕文明与民俗风情于一体的文化符号。其由来可追溯至上古农耕时代,发展数千年,早已刻入中国人的春日记忆。

立春的诞生,源于古人观象授时的智慧。上古先民以农为本,靠星象与物候定农时,最初通过北斗七星斗柄旋转定节气,斗柄指向寅位,便是立春之始。至春秋时期,天文学家以土圭测日影,精准划定节气节点,《吕氏春秋》中已记载立春、春分等8个核心节气,成为农事指导的重要依据。

公元前104年,汉武帝时期邓平、落下闳等人制定《太初历》,将二十四节气正式纳入历法,明确立春的天文位置。自此,这个标志着春水之气始至的节气,有了官方历法的正统地位,《月令七十二候集解》释“立,建始也”,正是对其“春之开端”身份的精准界定。

自秦代起,立春成为孟春之始,更是一度是干支历的岁首,地位堪比如今的春节,官方与民间的迎春仪式也自此兴盛。

追溯至周代,立春便是重要祀典,天子提前三日斋戒,立春日亲率三公九卿至东郊迎

春,祭祀春神句芒,行籍田之礼倡导农耕,浩浩荡荡的队伍着青衣、唱春歌,尽显对春日的敬畏。

汉代承袭周制,迎春仪式更具规模,上至京师百官着青服、立青幡,下至民间妇女戴春胜、贴宜春,满城青色迎新春。

唐宋以降,官方礼俗更趋丰富,唐代盛行“鞭春牛”习俗,宋代则将其定为国家重要礼仪,开封城内春牛成市,帝王赐春盘予百官,春日雅趣与官方礼制相融。

明清之时,迎春仪式走向民间,北京东直门外的春场、浙江杭州的仙林寺,皆是迎春胜地,郡守率僚属抬春牛、演社火,百姓争摸春牛祈福,官民同庆,共迎春来。

千百年来,立春从天文历法的节点,逐渐演变为全民参与的民俗节日,催生出迎春、打春、咬春等诸多趣味习俗。迎春是立春的核心,从古代帝王的东郊祀典,到民间春官敲锣打鼓走村串户报春,送春牛图、唱迎春赞词,把春日的喜悦送到家家户户;打春牛则寄寓劝农耕作的美好期许,泥塑的春牛被彩鞭打碎,众人争抢春牛泥土,盼五谷丰登、六畜兴旺;咬春则是舌尖上的迎春,晋代的五辛盘,唐宋的春饼,明清的萝卜与春卷,咬下一口春日鲜蔬,便似留住了满园春光。这些习俗,将古人对自然的敬畏、丰收的期盼,化作生动的生活仪式,代代相传。民国之后,公历推行,立春褪去岁首身份,回归节气本源,但刻在骨子里的春日情怀从未消散。

从土圭测影的天文探索,到官民同庆的迎春盛典,再到融入日常的民俗,立春节气的千年发展,是中国历法智慧的缩影,更是农耕文明与民俗文化的融合。中国人对春日的期盼,对新生的向往,一如东风拂过大地,岁岁年年,皆有新意。

如今,虽少了古时盛大的迎春典礼,但北方的春饼卷菜、南方的炸春卷,依旧是立春日的标配,“春不减衣”的养生智慧,“一年之计在于春”的生活哲思,仍在指引着人们的生活。

(据《科普时报》)

非遗技艺赋能潮玩、水墨纹样点缀新品、东方美学融入珠宝首饰……近年来,一股承载中华文化脉的“国潮”火爆出圈,人文元素正为消费注入新活力。

这种文化和经济的共生共荣,不仅擦亮了中国品牌的全球名片,更催生了消费领域的新模式、新服务、新场景。

近期,记者在多地调研,探寻文化基因嵌入产业的内在逻辑和“国潮”消费热潮的流量密码。

从“买商品”到“品文化” 更多中国品牌“圈粉”世界



顾客在泰国曼谷尚泰世界购物中心的泡泡玛特门店选购商品。(资料图片)

带来更强生命力,平面金属片拼接后的立体成品宛如工艺品,为消费者带来美感和成就感。”

“中国品牌在全球供应链中品牌价值持续提升。”中国广告协会文创与IP专委会秘书长徐超表示,国潮品牌的出海,绝非简单的商品售卖,而是文化自信的蓬勃生长、科技创新赋能产业的有力体现和中国品牌国际化的深度探索。

“国货‘潮品’全球走俏背后的流量密码是什么?文化底色塑造独特魅力,传递东方智慧——

“中国品牌不只‘卖产品’,更可以让消费者感受到东方文化、哲学和智慧。”广东白云学院现代产业研究院院长王先庆认为,中国文化本身所蕴含的神秘性、哲思性与审美独特性,正契合全球消费者对多元文明、可持续生活与精神满足的深层需求。就像购买中国彩妆可以体验“东方妆韵”,选择山水内饰的中国汽车是对中式空间美学的认同。

文化赋能+持续创新,提升消费体验——为满足国际市场多元化需求,中国企业不断改进设计和工艺,提升产业价值链。有的本土玩具企业借助3D打印技术,将新品开发周期从15天压缩到3天,实现了从规模领跑者到实力领先。

世界知识产权组织近期发布的《2025年全球创新指数报告》显示,中国在全球创新指数排名中首次跻身全球前十。国潮商品的走红,不仅得益于成

走进义乌国际商贸城文具专区,仿佛进入一个微型的“中国文房花笺”。水墨山水样式的信纸、印有篆刻印章的书签、绘有宫廷纹样的圆珠笔……吸引印尼客商杰马杜驻足挑选:“它们不仅物美价廉,而且造型很有中国特色,在我们那边很受欢迎。”

“一天收获几十万的订单,微信加了20多个新客户。”浙江一家文具公司门店负责人小吕笑着告诉记者,外商专程跨国到此下单已是常态。

LABUBU“圈粉”海外市场,样式新颖的陶瓷树成为国外装饰新选择……从时尚美妆到科技产品,如今,越来越多的中国产品和品牌凭借深厚的文化底蕴与前沿的创新理念,在国际市场掀起“中国风”。

近期,取自中国古代婚嫁习俗的“十里红妆”灵感、源于非遗的“千角灯”等承载东方美学的原创金属拼接玩具,畅销100多个国家和地区。自主品牌“拼酷”引领3D金属拼接创意产品热潮,全球市场占有率已超九成。

东莞市微石文化科技有限公司副总经理叶祖威说,公司2025年出口额同比增长15%。“文化属性为产品

2026年“我们的中国梦 文化进万家”活动启动

由中央宣传部、文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、中国文联联合主办的2026年“我们的中国梦——文化进万家”活动启动仪式暨慰问演出近日在湖北省恩施土家族苗族自治州举办。

伴随着嘹亮的山歌,具有浓郁民族特色的大型歌舞《浪漫宜昌欢迎您》拉开演出序幕。民歌联唱、杂技表演、戏曲联唱等特色节目轮番上演。

中国煤矿文工团、中国广播艺术团的文化文艺小分队还分别走进恩施市、建始县进行慰问文艺演出。

2026年是中国共产党成立105周年和“十五五”开局之年,今年“文化进万家”活动紧紧围绕全面贯彻党的二十大精神,开展全会精神,深入学习习近平文化思想,推动优质文化资源直达基层,动员和组织广大文化文艺工作者,开展面向基层的文艺演出、文艺培训、文化服务等,增强高品质、多样化文化服务供给能力,鼓励和倡导群众自办文化,开展乐于参与、便于参与的文化文艺活动,让人民群众共享文化传承发展成果,凝聚团结进取、奋发图强的强大精神力量。

记者了解到,今年活动将动员组织专业文艺队伍深入村镇社区、学校军营、工矿企业等演出节目、放映电影、送图书报刊,开展培训、讲座、辅导等,把优质文化产品和服务送到基层一线,重点向农村老年人、留守儿童和城市新就业群体等倾斜。

此外,2026年“文化进万家”活动将鼓励公共文化机构开展“自下而上、以需定供”的互动式、菜单式文化服务,加强资源整合,精准对接群众需求,推动国家级、省级国有文艺院团优秀表演人才与县乡村基层文艺表演团队结对,提供专业辅导、作品创作、队伍建设等方面帮助。

(据新华社)



(资料图片)