

从“买商品”到“品文化” 更多中国品牌“圈粉”世界

新华社北京1月30日电(记者高亢 邹多为 丁乐)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。

走进义乌国际商贸城文具专区,仿佛进入一个微型的“中国文化万花筒”。水墨山水样式的信纸、印有篆刻印章的书笺、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?

文化底蕴造独特魅力,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,不仅得益于成熟高效的产业链供应链体系,更是中国文化和创意加速走向世界的缩影。

“硬实力”铺就出海快车道——

2025年,即便身处国际环境深刻演变、世界经贸秩序遭遇重大挑战的复杂局面,中国仍与190多个国家和地区进出口实现增长。中欧班列、西部陆海新通道、港珠澳大桥的繁忙景象,构成了中国品牌通往世界的“血管”。

“国货‘潮品’火遍全球,体现的是中国传统文化的影响力,彰显的是外贸企业的创造力、依托的是中国制造的硬实力。”海关总署副

署长王军说。

人文经济的蓬勃生长,需要文化内核赋能、品牌载体支撑,更离不开系统性机制创新的保驾护航。

近年来,我国出台《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》等相关举措,浙江、广东等省份推出专项方案,推动人文经济从短期热潮转向可持续增长,为提振消费、扩大内需注入持久动力,政策精准滴灌、产业深度协同、场景多元拓展的长效路径逐步清晰。

“机遇与挑战并存。”王先庆坦言,当前人文经济发展仍面临多重挑战:文化IP同质化严重,文化资源挖掘与产业转化衔接不畅……

“未来的全球竞争,不再是单纯的产品竞争,而是品牌生态的比拼。”对外经济贸易大学教授庄芮认为,融合文化属性,本土企业应持续加大研发投入,用新质生产力铸造品牌实力,讲好技术背后的文化和品牌故事,将“外贸成绩单”转化为持久的“品牌资产”。

“越来越多承载中国文化和东方美学的创新产品在全球流通。”王先庆认为,积极推进中国产品“出海”,加快构建更多具有全球影响力的品牌矩阵,有望推动中国品牌在全球价值链中从制造加工向高端文化创造跃升。

泽连斯基拒赴莫斯科见普京 称乌美俄会谈或“有变”

新华社基辅1月30日电(记者李东旭)乌克兰总统泽连斯基30日向媒体表示,他不会前往莫斯科与俄罗斯总统普京会晤。他还说,原定于2月1日在阿联酋首都阿布扎比举行的乌美俄三方会谈或因伊朗局势而有变化。

据乌克兰国际文传电讯社报道,就俄方公开邀请其赴莫斯科会谈,泽连斯基说:“我当然不会在莫斯科与普京会谈,就如同普京不会在基辅会谈一样。”他还表示,三方会谈的时间或地点可能

变动,这与“美国和伊朗当前局势”有关。

由俄罗斯、美国、乌克兰三国代表组成的安全问题工作组23日至24日在阿布扎比举行会谈。这是2022年2月俄乌冲突升级以来,俄美乌首次举行三方接触。三方就结束战事及其所需的安全条件进行了讨论,但未宣布达成具体共识。据俄罗斯媒体28日报道,俄总统新闻秘书佩斯科夫表示,新一轮俄美乌三方会谈计划于2月1日在阿布扎比进行。

普京:正密切关注伊朗局势

新华社莫斯科1月29日电(记者耿辉耀)俄罗斯总统普京29日与到访的阿联酋总统穆罕默德举行会谈时说,正密切关注伊朗局势。

俄罗斯总统网站通报说,普京当天在克里姆林宫与穆罕默德举行会谈,讨论俄阿合作、中东局势以及其他国际问题。

普京表示,正在密切关注伊朗局势。他还表示,巴以问题解决的关键在于建立能够与以色列和平、安全相处的巴勒斯坦国,这也

有助于保障地区长期稳定。

普京说,今年是俄阿建交55周年,两国多领域合作成效显著。普京高度评价阿方在乌克兰问题上所做的努力,并对穆罕默德促成上周在阿布扎比举行的俄美乌安全问题工作组三方会谈表示感谢。

穆罕默德表示,阿俄多领域保持密切合作。他重申,阿方支持一切通过政治外交途径解决冲突、促进国际和平与稳定的举措。

穆罕默德曾于2025年8月访俄并与普京会谈。

特朗普听取多种打击伊朗方案

新华社华盛顿1月29日电据美国《华尔街日报》29日报道,美国总统特朗普已听取针对伊朗的多种打击方案。

报道援引匿名美国官员的话说,方案包含一项“大规模”计划,即发动针对伊朗政权及伊朗伊斯兰革命卫队设施的“大规模轰炸行动”。

此外,还有较小规模的打击方案,包括打击伊朗政权标志性项目。报道称,若伊朗拒绝停止核项目,轰炸行动将会升级。其他备选方案还包括对伊朗银行系统实施网络攻击,或对伊朗政府实施更严厉制裁。

报道称,这些方案由白宫和

美国国防部共同制定。

特朗普29日在华盛顿对记者说,美方同伊朗方面已经有过对话,计划继续进行对话,并称“希望不动用武力”。“我们现在有很多非常庞大、威力强大的舰船正驶向伊朗。如果我们最终不必动用它们,那将是极好的。”

当天早些时候,美国国防部长赫格塞思在政府内阁会议上同样发出对伊朗的武力威胁,称美方确保伊朗拥有达成“协议”的“所有选项”,“伊朗不应追求核能力”。“我们已经准备好落实总统对‘战争部(国防部)’的期待,正如我们本月(对委内瑞拉)所做的那样。”

欧盟宣布制裁伊朗官员和实体 将伊斯兰革命卫队列为“恐怖组织”

新华社布鲁塞尔1月29日电(记者丁英华 张兆卿)欧盟理事会29日发布公报说,决定对伊朗内政部长伊斯坎德尔·莫梅尼等15名官员和6个实体实施制裁,相关人员和实体被列入资产冻结和签证限制名单。同一天,欧盟外交与安全政策高级代表卡拉苏说,欧盟已决定将伊朗伊斯兰革命卫队列为“恐怖组织”。

根据公报,此次被制裁的官员还包括伊朗总检察长等司法系

统成员、多名革命卫队指挥官及警察和执法部队的高级官员。

公报说,目前,欧盟针对伊朗的限制措施已涉及247名个人和50个实体。这些措施包括冻结资产、禁止相关人员前往欧盟以及禁止向其提供资金或经济资源等。

卡拉苏29日在社交媒体上发文说,欧盟成员国的外交部长们当天作出“决定性举措”,决定将伊朗伊斯兰革命卫队列入恐怖组织名单。

新西兰拒绝加入“和平委员会”

新华社惠灵顿1月30日电(记者雷雷 李惠子)新西兰总理拉克森30日表示,新西兰不加入美国总统特朗普发起的所谓“和平委员会”。

拉克森在声明中说,新西兰政府在考虑美方邀请后,决定不以“目前的形式”加入所谓“和平委员会”。

新西兰外长彼得斯29日在社交媒体上说,作为联合国“重要创始会员国和长期支持者”,所谓

“和平委员会”的工作必须与《联合国宪章》相辅相成、保持一致。

特朗普22日同10余个国家和地区代表在瑞士达沃斯签署文件,启动所谓“和平委员会”,并称“和平委员会”将首先处理加沙问题,然后延伸处理“其他冲突”。有舆论认为,美方欲打造一个平行于联合国的机构,这将进一步破坏联合国权威和工作机制。

委内瑞拉代总统签署石油法改革相关法案



1月29日,在委内瑞拉首都加拉加斯,委内瑞拉代总统德尔西·罗德里格斯(前中)签署石油法改革相关法案。委内瑞拉代总统德尔西·罗德里格斯29日签署了石油法改革相关法案,内容包括允许私人投资和委内瑞拉石油行业。当天早些时候,委内瑞拉立法机构全国代表大会在例行会议上通过该法案。新华社发(马科斯·萨尔加多 摄)

“钢铁驼队” 拉来“洋年货”

1月30日,一辆满载着进口商品的集装箱卡车进入义乌综合保税区进行保税仓储。春节临近,在全球最大商品集散中心浙江义乌,一列列自欧洲归来的中欧班列,正将西班牙的红酒、葵花籽油和气泡水,波兰的牛奶,法国的红酒等“洋年货”准时送抵义乌,堪称“移动的欧洲年货集市”。2026年1月1日至1月28日,义乌中欧班列开行208列,主要发送物品为日用百货、智能家电、新能源汽车配件、汽车发动机等;回程班列装载货物主要是红酒、火腿、奶制品、葵花籽油、化妆品等。新华社记者 徐昱 摄



美颜“生鲜灯”为何禁而不止?

新华社南宁1月30日电(记者王楚然)暖红色“生鲜灯”下,猪肉色泽红润,买回家后却黯淡失色——不少消费者都遭遇过“变色陷阱”。

2023年12月1日,市场监管总局新修订的《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》正式施行。根据该办法,全国多地市场监管部门部署“生鲜灯”专项整治行动,美颜“生鲜灯”一度销声匿迹。

如今,新规施行逾两年,“新华视点”记者走访调查发现,在一些地方部分农贸市场和非固定摊位,“生鲜灯”仍有使用。

市场仍存“红光美化”顽疾

近期,记者走访广西南宁的多家商超发现,生鲜肉类柜台一般使用冷白光灯具照明,售卖的肉类颜色真实自然,与自然光照对比无明显色差。

但在广西一些区县的下沉市场,“生鲜灯”使用仍较普遍。

记者近期在广西昭平县城走访发现,当地临街肉铺并非使用传统悬挂垂吊式“生鲜灯”,而是将粉红色管灯内嵌于冰柜上部。消费者在近距离挑选肉品时,灯具并不外露显现,但肉品在“粉红色”灯光笼罩下颇具卖相。

同时,在部分农贸市场,记者观察到,少部分摊主在灯罩上动起了“歪心思”。在南宁市琅西市场内一处肉类摊位,摊主使用带有红色灯罩的灯具进行照明,对售卖肉品的真实色泽依旧造成一定影响。

当记者问及“灯光怎么这么红”,摊主大多保持沉默,或岔开话题,称自己卖的肉是当天早上刚屠宰的新鲜肉。

谈及“生鲜灯”禁令,一名使用该类灯具的摊主直言,所有摊主都清楚相关规定,但无奈灯光红显得肉色好,更好卖。“生怕别人用了,自己不用就会吃亏,影响生意。监管部门也不能天天来查,来查了再换。”

南宁市市场监督管理局食品经营科稽查专员孙纯说:“整体看,南宁市使用‘生鲜灯’的生鲜食用农产品主要是猪肉;还有一些色泽鲜艳的水果,摊主也会使用此类灯具。”

记者在南宁市琅西市附近一些售卖柑橘、石榴、菠萝蜜等水果的摊位看见,在“生鲜灯”照射下,水果更显红艳。

业内人士介绍,这类摊位大多是不属于夜市集中管理的非固定摊位,一人一车“打游击”,消费者发现问题也很难维权。

据悉,市场监管总局相关规定出台以来,南宁市场监管部门针对“生鲜灯”问题积极开展市场巡查,督促引导全市近3000户经营者更换符合要求的照明灯具。

各地也不时通报相关执法案例。2025年3月,重庆通报累计查处使用“生鲜灯”销售生鲜食用农产品的违法案件91件。

违规灯具从哪里来?

记者以“生鲜灯”为关键词在多家网购平台上搜索发现,相关商品仍在公开售卖。一款标注“猪肉专用美颜灯”的商品月销量突破千件,售价从几十元到数百元不等。

值得注意的是,不少商家在产品详情页“做文章”,以“新国标”为噱头,明晃晃打出“隐形红,更新鲜”“猪肉鲜红不发黄”等宣传广告。部分产品还宣称可以调节灯光颜色,灯具店铺客服表示,“平时用红光让肉品更靓,来检查了可以秒变白光”。

更有部分商家根据自己的“销售经验”,摸清了各地对于“生鲜灯”的执法力度。记者以肉摊经营者身份咨询卖家,得到答复:“南方管得比较严。东北那边可以用光线很红的灯。”在广西,南宁可以用光线微红的灯,北海那边管得最严。”

记者在某平台下单了一款宣称“微红光”的“生鲜灯”,到货后通电试用发现,该灯具的确散发粉

红色光线,对红橙色调类型的生鲜食品有明显的“美化”作用。

同时,记者注意到,随产品邮寄的还有一张合格证,其中产品名称被模糊称作“市场灯”,还注明了参照所谓“推荐性国标”。但记者在全国标准信息公共服务平台输入标准号查询,并没有查到相关信息。

业内人士表示,按照有关国家标准生产照明灯具本身并不违规,有色灯具、变色灯具在室内家装、氛围布置等场景使用也属于合理、正当用途。但是,打着“新国标”旗号,以“使肉色鲜红”为卖点销售“生鲜灯”的行为则涉嫌违反广告法第四条规定——广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。

“直接明示或暗示可以改变农产品的色泽、外观,会对商户产生恶劣的误导作用。”广东嘉得信(龙岗)律师事务所律师汪震坤说,相关平台如未及时下架商品、屏蔽店铺,也要承担失察责任。

标本兼治防止反弹回潮

所谓“生鲜灯”是民间通俗叫法,并非法律概念。

“《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》要求,‘销售生鲜食用农产品,不得使用对食用农产品的真实色泽等感官性状造成明显改变的照明等设施误导消费者对商品的感官认知’,但并未明确提及‘生鲜灯’,目前也没有针对此类灯具出台国家标准。”苏州大学政治与公共管理学院副教授刘成良说,基层执法人员没有“量化”抓手,“感官认知”的判定主观性较强,市场管理方常与摊贩陷入“是否改变真实色泽”的争辩。

对于生鲜食用农产品的定义与划分也存在争议。业内专家表示,在当前执法实践中,肉类、蔬菜、水果等被普遍纳入生鲜食用农产品管理,冰鲜海产品等则处于

“模糊地带”。

在重庆公布的10起查处“生鲜灯”典型案例中,大多以“警告”处罚为主,仅有1起经有关部门复查,当事人拒不改正,被行政处罚5000元。

“沿街商铺、农贸市场、闲散摊位等点多面广,监管力量难以全覆盖,固定证据、追溯责任等也不大容易。违法成本低直接导致执法威慑力下降。”华东师范大学社会发展学院教授魏万青说。

目前,一些地方大型商超和农贸市场的管理方总结出一套推动禁用“生鲜灯”的实践做法。

在南宁市民友智慧农贸市场,记者观察到,市场管理方根据当地市场监管部门的指导,集中统一采购符合要求的照明设施,有效遏制了部分摊贩“打擦边球”,也解决了商户“换什么灯”的合规难题。“我们积极引导经营者转变经营理念,鼓励其推出无美颜滤镜的生鲜食品。”该市场负责人林耀毅说。

业内人士认为,要促使“生鲜灯”彻底“下岗”,治本之策在于完善规定、细化标准。近年来,中国照明学会发布《生鲜食用农产品照明光源显色性规范》团体标准,广州、上海、南京等地也陆续出台了地方标准和工作指引,一定程度上为基层执法提供依据。

刘成良建议,尽快出台全国统一的生鲜食用农产品照明设施的国家标准,明确光照色温、显色指数等关键参数,同时明晰适用范围,让执法监管有章可循。

电商平台也要切实压实主体责任。“应对违规售卖‘生鲜灯’的店铺,采取下架商品、关停店铺等措施,绝不姑息,以源头治理斩断‘生鲜灯’流通链条。”魏万青说。

市场监管部门工作人员提醒,消费者在购买生鲜食品时,可在自然光线下对照比较,避免上当受骗的同时,也起到“良币驱逐劣币”作用,让“生鲜灯”失去发挥作用的土壤。