



故宫龙年福盒,国家博物馆龙年日历…… 年货节“龙”重登场 你种草了哪些国潮

本报记者 王静 祝瑶 鲁佳

新春的脚步近了,今年的年货市场,比往年来得更热闹一些。

上周起,各大电商平台都陆续开启了年货节,多款龙元素商品“龙”重登场,让人应接不暇。故宫淘宝店的龙年福盒,火速卖出了10万件。敦煌神兽“守宝龙”与皮爷咖啡推联名系列、卫龙联名小龙坎开起了火锅店,还有龙年的金饰、珠宝……伴随着传统文化的“出圈”,各款龙年限定、联名兴起,电商年货节掀起了一股“国潮”消费热,不少年货产品相比兔年同期增长了超十倍。

“龙元素”汉服、金饰销量倍增 年货消费刮起“国潮风”

淘宝创意手工店“王的手作”老板王丹青最近喜上眉梢,店里的“龙元素”全线大卖,一款“龙生九子”的手工香囊包一个月卖出了2万多件,DIY的手舞龙彩带卖了1万多件,还有龙年的刺绣香包、“鱼化龙”的灯笼都进了热销榜……“现在卖的几乎都是龙元素相关产品,生产端都向龙产品上倾斜了。”王丹青说。

像王丹青一样,不少卖家都发现,同样是生肖主题,龙年产品比往年的销量好上不少。“龙元素”带动着国潮服饰、食品、装饰一齐热卖。

“进入1月以来,京东上‘龙’的搜索量超2300万次。”京东数据显示,带有“龙元素”的女士汉服成交额同比增长近2倍,发簪的成交额增速近6倍。也有不少消费者为娃购置了“龙元素”儿童家居服,“小龙人”服饰成交额同比增长近200%,而带有“龙元素”的儿童演出服的

成交额更是同比增长超5倍。

拼多多工作人员表示,自1月初年货节启动以来,部分“龙元素”周边商品拼单量同期增长超10倍。龙吊坠、龙纹手串、龙凤手镯为年货节期间最热销生肖首饰。除生肖纹样外,年轻人在购买黄金时更加偏爱国风、IP等联名款黄金饰品。在送给晚辈的礼品中,寓教于乐成为了一种新兴的选择——祥龙图案的新年折纸、剪纸窗花等手工书热销,在培养动手能力的同时传承中华文明。

商家们也铆足劲推出“联名”、“限定”争宠。以“龙元素”为核心的中国风国潮礼盒层出不穷。唯品会联合欧莱雅、潮宏基、良品铺子、广州酒家、徐福记等知名品牌推出的8款以龙为核心因素的新年限定联名礼盒,以“祥龙献瑞,执笔纳福”为主题,将苏轼、黄庭坚等8名著名书法家的“龙”字融入包装,别出心裁,备受消费者追捧。

博物馆、图书馆发力 “萌萌哒”龙年文创超抢手

作为生肖文创产品的主力军,各大博物馆、图书馆、文创机构也出手了。而且今年的生肖文创,一改往年的威猛严肃形象,变身抱抱龙、小神龙、应龙、幸福龙等憨态可掬的“萌龙”可爱形象,“卖萌”的时候,还传播着中华传统文化。

故宫博物院推出了“小神龙”系列,最受欢迎的是一只以乾隆二十五宝玺为灵感设计的龙年玉玺抱枕,抱枕一面是一条盘踞着的小神龙,另一面是一枚玉玺印章底座,章面写着:“按朕说的办”。

南京博物馆的“小青龙”U型枕则剑走偏锋,绿得清新脱俗,被网友戏称为“菜龙”,但它的设计来源可是新石器时代的龙形玉饰。

国家博物馆的龙年日历在社交平台也火出了圈,翻动书页,从中华图腾龙文化,到明清山水、青铜艺术、书法笔墨、古代瓷器,内容丰富,有网友点评:约等于到手了一座不折不扣的纸上博物馆。

还有国家图书馆上线的“龙来运转”亚克力应龙手机支架,特别受欢迎。应龙,来源于中国上古奇书《山海经》,是生有翅膀的龙。这款手机



各大博物馆的龙年文创集体“卖萌”

支架的龙头转一转,象征着“龙转乾坤,诸事皆宜。”另一款“龙腾盛世”年礼上架一个月,直接卖断货。这款年礼创意灵感来自陕西图书馆所藏的《磬砂藏》。《磬砂藏》的藏书柜彩绘、雕工十分精美,柜面上“钦赐龙藏”四字,字体雄健有力,引人注目的两戏珠青龙,踏祥云绛气,风姿凛然。

“龙是中国古代的图形象之一,生肖龙相比其他生肖,更受年轻人的欢迎。”北京国图创新文化服务有限公司设计总监刘仲瑄表示,复刻文物原有的样式,是“古意新生”,文化传承。

又到一年集福时 今年瓜分8个亿

本报讯 又到一年一度集福时刻。昨天,支付宝宣布“集五福”升级为“五福节”,全新五福节增加了三个新维度:新周期、新玩法、新朋友。

据悉,2024五福节将横跨整个春节,从一个短周期的活动升级成为一场好玩、好逛、福气连连的“数字庙会”。全周期包括三个阶段,第一阶段为五福年货节,已于1月10日启动,上万商家在直播间开播为消费者提供爆款年货;第二阶段为大家最熟悉的集五福,将于1月29日正式开启;第三阶段为过年天天乐,在大年初一推出。

据支付宝介绍,2024五福节在原来的AR扫福、浇水得福等传统玩法基础上,将迎来一系列“玩法上新”。

其中,四大AI玩法成为最大的亮点,包括:飙戏小剧场、会说话红包、时空照相馆、大家来找福。

飙戏小剧场通过AI技术,用户经过自主授权,上传一张照片就可以在飙戏小剧场参演100多个经典影视片段;通过会说话红包,利用AI语音及视频合成技术,用户可一键生成“会说话”的红包;通过时空照相馆,用户可以和亲朋好友合影,即便不见面也能隔空相聚不留遗憾;大家来找福是今年集福卡的新玩法,所有图片由AI生成,用户可以和家人拼眼力,边找福字边得福卡。

除了年三十集齐五福分5亿奖金的保留节目,整个五福节期间用户还可以在支付宝通过看短视频、参与评论、打榜等方式瓜分3亿红包。

据了解,今年参与五福的商家数也创历史新高,各商家早已进入五福节“备战”阶段。今年,除了合成五福卡兑换奖金,用户还可以用多余的福卡在近300个商家小程序里兑换好礼,其中,复星集团旗下16个品牌在1月23日便宣布将投入千万资金资源为消费者打造实惠、便利的消费体验。

数据显示,作为全网唯一连续8年春节陪伴用户的数字节日,支付宝五福已累计吸引了7亿人参与,去年共传递了128.6亿张福卡,全新五福节是这个国民IP的创新迭代。

本报记者 张云山



时空照相馆是今年五福节四大AI玩法之一