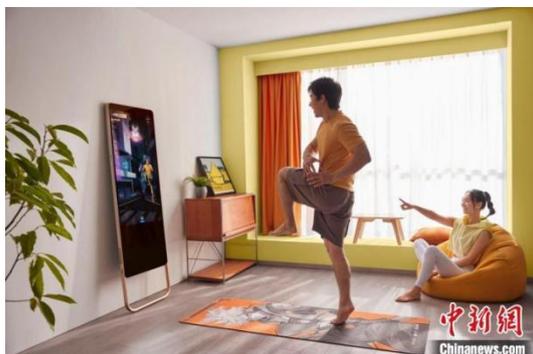


国潮 3.0 助力“Z 世代”关注健康生活

2022 年 01 月 14 日 21:56 来源：中国新闻网



中新网北京 1 月 14 日电 潮流文化是观察年轻人精神世界的一面镜子。当今中国“Z 世代”群体中，风头正劲的潮流文化是什么？“国潮”无疑是发展势头最强劲的那一类。

在过去十年里，“国潮”的百度搜索量累计上涨 528%，其中“90 后”、“00 后”的搜索占比超七成。随着“Z 世代”自主意识的提升，对国潮的推崇渗入他们的吃、住、行、游、购、娱等日常生活的方方面面。

以运动鞋服为例，当老女排在洛杉矶奥运会上夺冠，梅花、回力等国产体育品牌开始关联一代人的集体情结。而后随着全民健身的氛围日益浓厚，李宁、安踏、鸿星尔克等品牌相继成立，由国人设计、生产的运动服装、体育器械，既承载着老一辈运动员的热血和梦想，也彰显着普通人拼搏奋斗的健康生活态度。

近年来，曾追逐进口运动品牌的年轻人开始偏爱回力、鸿星尔克……作为新消费主体的“90 后”和“00 后”，正通过消费国产品牌传达自己的身份认同。见证了从“中国制造”到“中国创造”的“Z 世代”拥有更强烈的民族自信心，也更具有平视世界的勇气。

在与新一代年轻人的交流互动中，国潮的内涵也不断更迭。2021 年的一项国潮大数据调研报告显示，国潮已进入 3.0 阶段——1.0 阶段是服装、鞋、食品、护肤品和家电行业的“老字号”焕新；2.0 阶段是汽车、手机、化妆品等品类的国产新消费崛起；3.0 阶段则是文化、科技、娱乐的全面“国潮化”，文创 IP、国产动漫、国产电影等相关话题成为搜索热词。

无论是基于中国传统节日发起的“荣耀中国节”活动，还是与敦煌研究院、《国家宝藏》多次合作推出精品数字化内容，负责研发《王者荣耀》的腾讯互娱天美工作室群希望借助游戏等数字化产品的国潮 IP 影响力，弘扬和传承优秀传统文化。

清华大学文化创意研究院教授胡钰认为，“‘国潮’有三个很重要的支撑元

素，一个是民族文化，一个是国货品牌，再一个最重要的是青年力量。”可见，和青年人相生相伴的国潮品牌在未来应当更加关注青年需求，帮助青年培养健康向上的生活态度。

天美工作室群市场中心总监张戈称，希望借助数字技术赋能吸引更多人关注运动健康，让他们通过低门槛的数字化健身方式享受运动带来的乐趣。天美健康与本土科技品牌 FITURE 合作推出联名款 FITURE 魔镜，用大众熟悉的 IP 角色激发参与居家健身的热情，并利用 AI 智能技术提供个性化的健身训练指导，让年轻人在家也能科学地“动起来”。

据悉，这只是国产游戏与运动健身领域结合的开端。考虑到现代年轻人生活节奏快、闲暇时间碎片化的特点，以及疫情对户外和聚集性健身活动的限制，该领域或将大有可为。事实上，科技创新彰显了中国智慧，更新、更好的国货产品正在重塑消费者认知。

单词:	cháoliú 潮流	tuīchóng 推崇	luòshānjī 洛杉矶	qìxiè 器械
	pīnbó 拼搏	gēngdié 更迭	juéqǐ 崛起	
	suìpiàn huà 碎片化	zhāngxiǎn 彰显	chóng sù 重塑	

讨论：1. “国潮”的三个重要支撑元素分别是什么？

2. 请谈谈从“中国制造”到“中国创造”的“Z世代”，有哪些进步之处？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/life/2022/01-14/9652582.shtml>

音声 URL：<http://tten.co.jp/sound/text/files202201161642330118.m4a>