

国潮“圈粉” 消费焕新

本报记者 胡晓蓉 实习生 侯清清

消费新变化新亮点

近年来，以文化赋能、消费场景创新为特征的国潮经济消费吸引力持续攀升，带动文化相关产业协同发展，正成为推动消费升级与产业转型的重要力量。从百年老字号的守正创新，到新消费品牌的文化赋能，以“国潮元素”为内核、以当代表达为形式的经济新浪潮，正在云岭大地蓬勃兴起。

德和午餐肉罐头、潘祥记鲜花饼、建新园过桥米线……这些经典的地方特产不仅承载着云南几代人的味觉记忆，也在岁月沉淀中持续创新。德和推出唱片造型的“可以听的茶”、“盲盒式”野生菌零食、文艺风格的黑松露薄饼等产品，巧妙融入当代年轻人的社交与伴手礼场景。潘祥记从传统火腿月饼延伸出鹅油鲜花饼、五黑鲜花饼、天麻鲜花饼等以花为主题的产品，吸引了越来越多年轻消费者。建新园门口“百年金鼎过桥米线”的招牌，不仅是一句标识，更是一份跨越世纪的承诺——热气蒸腾的汤底、层叠铺陈的配料，延续着最地道的滇味传承。

老字号德和从百年历史的老品牌，变为主动拥抱年轻市场的创新者。德和坚守食品工业的品质初心，投资4.5亿元建设智能制造基地，采用121摄氏度高温杀菌工艺，兑现零防腐剂承诺。其明星产品黑猪午餐肉依托智

能化养殖基地的专属原料链条，实现了从源头到终端的品质可控。

在产品创新上，德和推出片装午餐肉并实现“清洁标签”，品牌还将云南本土文化深度融合，与艺术家共创IP形象“日古猫”，并基于大理瓦猫、非遗扎染等元素，打造出潮流IP“日鼓鼓”扎染瓦猫。跨界合作频频出圈——与可口可乐联名推出未来3000年限定装月饼、与保时捷携手打造联名礼盒，不断提升品牌在年轻群体中的认可度。

为贴近年轻人，德和构建多元化体验空间，如在昆明南强街和大理古城开设集伴手礼、文创、非遗展演与文化交流于一体的旗舰店。德和罐头公司连锁运营销售部经理李丹阳说：“我们既要传承百年肉类罐头的技艺与形象，也要勇于打破刻板印象。”

国潮品牌借力创新与潮流洞察，正不断开辟新玩法、新业态、新消费场景。汉服妆造约拍、汉服主题酒店、国

潮主题餐厅、园林茶馆点茶……来自美团的报告显示：“新中式游”热潮下，国潮元素进一步融入本地生活的方方面面，沉浸式“新中式游”成为假期好选择。

“当下消费者的需求越趋多样化与高端化。国潮、国风文化盛行，优质的高端本土品牌愈发受到年轻消费者的青睐，年轻一代的啤酒消费者也不例外。嘉士伯在引进国际高端品牌的同时，也希望推动本土品牌的高端化发展，风花雪月滇红茶啤酒就是在此基础上应运推出的。”嘉士伯品牌负责人介绍，其新推出的风花雪月滇红茶啤作为风花雪月品牌旗下的高端新品，正是由年轻一代酿酒师在品牌风格基础之上创新而来的。风花雪月啤酒的名字源自大理四景“下关风、上关花、苍山雪、洱海月”，通过将啤酒与云南文旅产业结合的全新模式，为消费者带来独特的消费体验。

非遗点亮国潮 文旅融合加速破圈

当老字号以创新姿态拥抱市场，另一批扎根于云南土壤的新品牌，则从诞生之初便将非遗与地域文化刻入基因，成为推动文旅深度融合的鲜活注脚。它们不仅售卖产品，更传递一种生活方式，让“云南味”与“中国风”在当代消费场景中自然融合。

“一生只做一杯茶”的麒麟大口茶于2025年5月成为中国现制茶饮首个荣获国际蒙特金奖的品牌。其品牌名中的“麒麟”象征着吉祥与创新，门店空间以“山居茶亭”为灵感，融合宋式榫卯的结构美学与现代材质的轻盈通透，营造出静谧而具当代气息的东方意境。这正体现了国潮兴起背景下，品牌与传统文化的深度融合。

从“巷子”到“象子”，一杯奶茶里蕴藏的是云南风土与品牌的成长。象子茶铺从一家4.5平方米的社区窗口店起步，至今门店已超过

100家。在象子茶铺创始人王茜茜看来，云南本身已成为一种国潮符号。“将扎染纹样、民族图腾等文化元素融入产品设计，能有效激发消费者的情感共鸣与自发传播。”她认为，云南茶饮走向更广阔市场的优势，源于其独特且难以复制的原料与深厚的民族文化，这为品牌构筑了鲜明的差异化壁垒。挑战则在于如何将小众风味转化为大众接受的滋味，并在扩张中确保供应链稳定、控制物流成本。

在大理，蓝续扎染将古老技艺转化为深度体验，让非遗真正火起来。通过2至4小时的沉浸式课程，游客从旁观者转变为参与者，亲手完成独一无二作品。“扎染不仅是一门手艺，更是一种生活哲学。”大理蓝续扎染创始人张翰敏说，品牌通过与小红书合作的“非遗上新”计划，跨界为艺人设计演出服，突破传统扎染的色阶边界，尝试色系创作，推动扎染走向更广阔舞台。蓝续还积极与马甲、瓦猫、刺绣等非遗项目联动，探索集群化发展路径，使非遗从静态展示转变为可互动、可携带的文化记忆。

这一模式也为当地文旅和社区发展带来多维度积极影响：在文旅融合方面，通过将大理扎染推广至国内外，直接带动就业与文化传播；在人才培养上，吸引年轻人及大学生回归乡村，为非遗传承注入新活力；在产业联动中，建立社区生产网络，与手工艺人及相关行业协作，推动传统手工艺实现产业化深化。

“国潮并非简单的元素堆砌，而是传统文化与现代审美及生活方式的深度交融。”张翰敏说。蓝续以“非遗生活化实践者”为定位，通过跨界联名、内容传播与产品创新，将自然、人文与手作温度融入年轻人的生活场景，使扎染成为一种可体验、可共鸣的文化符号。

从百年德和的守正创新，到麒麟大口茶、象子茶铺、蓝续等品牌的创新实践，国潮经济在云南呈现出多元融合、系统创新的发展趋势。这些品牌共同诠释了一个趋势：国潮不仅是视觉符号的回归，更是文化内涵、生活美学与产业价值的系统性重构。在文化自信成为消费内动力的今天，国潮经济正持续孕育属于这个时代的新动能。

> 观察

坚持创新才能“潮”起来

国潮经济是将中华优秀传统文化与现代潮流元素相融合，通过时尚设计风格和多元化营销手段建立品牌IP，并以品牌为载体应用到各类商品中的一种经济现象。它不仅是一种消费潮流，更是一种文化现象，体现了消费者对传统文化的认同和自豪感，同时也推动了国内品牌的创新与发展。

国潮经济是文化、产业与社会共振的产物，它以中国传统文化为内核，融合现代元素、科技手段与消费趋势，通过符号化表达、品牌化运作和产业化延伸，形成新型经济形态。

国货“潮”起来的背后，是消费市场的深刻变革，更是根植于消费者心理与市场环境的变迁。从传播层面看，互联网与社交媒体传播是国潮兴起的核心引擎。算法技术通过精准推送，将国潮元素高效触达青年群体。在消费层面，当下的消费已超越物质需求，升级为价值认同和情感体验的投射。国潮产品以其独特的文化符号和个性化的设计，满足了人们对品质、审美与情感价值的复合需求。

然而，国潮出圈带动消费扩圈的同时，非遗、国潮领域还面临产品同质化、创新不足等挑战。国潮经济的高质量发展，解决创新不足是关键，亟须形成一个“传承—创新—市场”的闭环，让年轻人从“看热闹”变成“动手做”，构建起从体验到消费的完整链条，从而为市场注入源源不断的发展动力。

胡晓蓉

资讯

云南省涉外收支保持增长势头

本报讯(记者 杨抒燕) 2025年，面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，云南省涉外收支保持增长势头，涉外投资理性有序，对外开放格局加速构建。

银行代客涉外收付款总额增长，净流出扩大。2025年，全省银行代客涉外收入和支出合计353.9亿美元，同比增长10.8%。其中，收入142.1亿美元，同比增长5.0%，付款211.8亿美元，同比增长21%。收支逆差69.7亿美元，连续5年呈净流出态势。分区域看，全省对东盟十一国、共建“一带一路”国家涉外收支总额分别为152.3亿美元和174.1亿美元，同比分别增长43.4%和49.6%。

银行结售汇规模保持增长，逆差同比扩大。2025年，全省结售汇总额172.6亿美元，同比增长32.7%。其中，结汇49.4亿美元，同比增长5.3%，售汇123.2亿美元，同比增长48.2%。结售汇逆差73.8亿美元，同比扩大103.6%。结汇率基本保持稳定，售

汇率同比增长14.9个百分点至85%，主要受美元贬值、人民币升值影响，部分企业择机买入外币，“逢低购汇”操作增多。

货物贸易收支增势明显。2025年，全省货物贸易涉外收付款总额达267.8亿美元，同比增长14.4%。其中，出口方面，高原特色农产品出口规模持续扩大，鲜切花出口收入1.5亿美元，同比增长33.1%，果蔬出口收入11.3亿美元，同比增长17.8%；进口方面，硫磺、橡胶和金属矿产等原材料进口支出增长较快，分别为5亿美元、5.3亿美元和66.9亿美元，同比分别增长258.1%、8.9%和65%。

服务贸易收支继续维持增长态势。2025年，全省服务贸易涉外收支总额22.4亿美元，同比增长9.7%。其中，收入7.9亿美元，同比增长30.5%，支出14.5亿美元，同比增长1%。受益于中老铁路黄金通道效益释放以及过境免签时间延长至240小时等政策支持，运输和旅行社收支总额分别增长5.3%和5.4%。

保山 2025 年储蓄国债销量破亿元

本报讯(记者 李建国 通讯员 张妍) 2025年，中国人民银行保山市分行组织完成储蓄国债发行凭证式8期、电子式8期，推动辖内国债销量实现跨越式增长，全年总销量达1.07亿元，同比增长21.06%，创历史新高。

保山市严格落实各项国债工作部署，制定《保山市中心支库2025年国债下乡工作方案》，建立以农业银行、邮储银行为重点，工行、中行、建行、交行、浦发银行协同参与的发行网络，依托全市120个承销网点，持续优化“网点+乡村服务站”立体布局。

保山市依托乡镇、社区、街道等组织开展国债知识讲座和培训活动，增强

群众对国债的认知度，促进信息透明。充分发挥国债下乡标准服务站的带动作用，集成宣传讲解、意向登记、专人对接等功能，提供一站式服务。2025年，保山市储蓄国债乡镇销量逾2500万元，占比超过20%。

为推动普惠金融进万家，保山市依托各网点开展常态化宣传，组织承销机构进企业、进咖啡种植基地、进夜市、进农贸市场、进端阳花市、进校园开展多层次、差异化精准宣传，以多元受众需求为导向提升宣传实效。组织国债宣讲队伍深入边境口岸、民族村寨等金融服务薄弱地区开展宣传。同时，督促承销机构强化队伍建设，让国债服务扎根乡村、深入村寨、走进边境。

昆明市又一民生工程封顶

本报讯(记者 胡晓蓉 通讯员 曹根双) 近日，昆明市又一民生工程——呈贡区龙街城中村改造配套小学项目1栋教学楼封顶，为项目顺利推进迈出了坚实一步。

该项目位于昆明市呈贡区龙城街道玫瑰路西侧，项目总建筑面积26070.95平方米，主要设置有教学楼、综合楼、食堂、风雨操场、体育活动场地、绿化、道路广场、地下停车场、人防地下室、挡土墙等相关配套设施，设24个班，容纳学生总人数为1080人。

自去年10月项目开工建设以来，

项目承建单位中铁广州工程局项目建设团队全力以赴攻坚克难，通过优化施工方案、科学组织调度、强化沟通协调、提前进行全周期推演等工作举措有效保障了工程进度。在项目实施过程中，项目部严格落实全员安全生产责任制，针对高处作业、交叉施工等风险点开展每日排查与专项交底。在质量管理上，对钢筋绑扎、模板支护、混凝土浇筑等每道工序实行严格管控，确保工程质量内实外美。下一步，项目建设团队将精益求精推进后续建设，全力确保项目如期交付使用。

祥鹏航空春运新开、加密、复航多条航线

本报讯(记者 胡晓蓉) 2026年春运大幕开启，新海航旗下祥鹏航空紧扣旅客出行需求，全面优化航线网络布局，通过新开、加密、复航多条航线的组合举措，为西南、华南、华东、中原等多地旅客打造更便捷、灵活的春运出行选择，全力保障旅客平安顺畅返乡、舒心出游。

新开航线方面，聚焦西南与华南、中原地区快速联通需求，祥鹏航空于2月1日正式开通3条直飞航线：成都天府直飞珠海、成都天府直飞洛阳、绵阳直飞宁波。这3条新航线打通了西南枢纽与华南避寒胜地、中原文化名城间的直达通道，为返乡团圆、旅游度假的旅客提供便利。

针对旅客春运出行需求，祥鹏航空对7条热门旅游航线进行运力升级：昆明至成都天府、昆明至迪庆、腾冲至武

汉、丽江至南京、西双版纳至腾冲等航线实现每日执飞，丽江至武汉、昆明至绵阳等航线也根据客流动态加密班次，形成节前返乡有保障、节后出游更从容的弹性运力网络，满足旅客出行需求。

复航航线精准匹配“返乡潮”与“旅游潮”需求，祥鹏航空重点恢复大理、丽江等热门旅游地至珠海、长沙、天津等重点城市的航线，同步复航昆明经泸州至天津、昆明至西宁等特色线路。这些复航航线既覆盖中原、华北等返乡客流集中区域，又充分契合“反向春运”“旅游过春节”的新趋势，为旅客提供多元选择。

祥鹏航空相关负责人介绍，祥鹏航空后续将持续监测春运客流动态，动态优化航班时刻与服务细节，以更精准的运力投放、更贴心的服务举措，全力保障2026年春运旅客出行安全、顺畅、舒心。

航空物流保障云南鲜果入万家

清晨的薄雾尚未散尽，景洪市的燕窝果、苹果枣，以及红河哈尼族彝族自治州蓝莓裹着高原晨光，便已踏上南航的航班，穿越万米高空后，当晚就能端上千里之外城市居民的餐桌。近日，一批批云南特色鲜果借助南航物流生鲜绿色通道，快速运往全国各地，让消费者第一时间品味高原的香甜馈赠。

为打通云果出滇空中通道，南方航空物流股份有限公司持续发力，生鲜绿色通道24小时不间断运转，为云南鲜果提供高效转运保障。今年以来，南航物流已累计保障近300吨云南水果顺利出滇，用航空速度守护鲜果本味。

今年春运已经开始，航空物流运输迎来高峰期，依托覆盖全国、触达全球的航空网络，南航物流精准对接云南水果

产地需求，通过地面联运与生鲜保障体系协同发力，为云果量身定制全链路运输方案，实现国内核心城市最快当日达，最大限度缩短运输时效、降低鲜果损耗。

同时，南航物流在云南启用智能温控系统将冷链仓储温度波动精准控制在0.5摄氏度范围内，锁住高原鲜果的每一份鲜甜；数字化全流程动态监控系统实现航班、物流、仓储的实时调度，前置预警极端天气、航班调整等突发情况，让每一批云果都能以最佳状态抵达消费者手中。

春运期间，南航物流将进一步提升航空运力与生鲜冷链服务能力，助力云南蔬果、鲜花产业升级，让优质农产品更高效地飞向全国市场。

本报记者 李承韩



等待装机运输的云果。本报记者 李承韩 摄



大理蓝续扎染将古老记忆转化为游客的沉浸式体验。本报记者 胡晓蓉 实习生 侯清清 摄

直供G20峰会、走俏大湾区、远销东南亚……近年来，红河哈尼族彝族自治州蔬菜产业凭借天赋优势与扎实根基，持续迸发强劲产业活力。“十四五”期间，红河州蔬菜产量超过500万吨，稳居全省首位，相关产业税收收入年均增长27.06%，呈现量质双升的良好态势，推动“红菜”逐步实现从规模效益型向质量效益型转变。

红河州地处低纬高原亚热带季风气候区，北回归线横贯东西，具备“多、特、好、早”的先天优势。典型的立体气候让这里四季可种、品类丰富，尤其适宜冬早、夏秋蔬菜种植，昼夜温差大让蔬菜积累充足养分，奠定优质底色。这份自然禀赋，成为“红菜”持续走俏的核

心底气。

过去5年，“红菜”产业实现跨越式增长，各环节税收表现亮眼。加工环节锚定保鲜提质赛道，税收年均增长39.97%，拉动产业税收增长25个百分点。建水等县(市)建成完善加工配套设施，通过冷藏、脱水等技术锁住鲜度、提升附加值。种植环节依托绿色优势，税收实现翻番，年均增速39.13%。

与此同时，产业经营主体持续扩容，全州蔬菜产业涉税经营主体近6000户，5年间增长4倍，规范化、组织化水平同步提升。

“我们依托7000余亩合作种植基地，年产蔬菜3.5万余吨，既稳固了长三角、大湾区供应渠道，又靠深加工提升了效益。”明康汇生态农业集团云南泸西种植有限公司财务负责人胡甜甜介绍。当地税务部门创新开展田埂上的税收小课堂，用方言解读农产品增值税减免等惠农政策，辅导企业上线农产品数电发票系统，围绕全环节提供点对点辅导，助力企业合规享惠、防范风险、高效办税。

蒙自雄联农业有限公司法定代表人杨双雄说，出口业务增长快时，

曾对跨境涉税政策把握不准，税务干部主动上门理顺出口退税流程、指引风险点，为企业稳健发展保驾护航。

如今，红河州257家经营主体的645个绿色优质农产品备受青睐，依托优质税费服务与精准合规护航，“红菜”正借力高原特色农业优势与RCEP机遇，在坚守原生鲜品品质的同时，持续拓宽国内外市场，成为赋能乡村振兴、守护民生“菜篮子”的亮丽名片。

本报记者 饶勇 通讯员 张誉馨