

国潮“圈粉” 消费焕新

本报记者 胡晓蓉 实习生 候清清

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“可以吃的茶”、“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、非遗展演与文化社交于一体的旗舰店。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,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,亲手完成独一无二的作品。“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,突破传统扎染的色彩边界,尝试粉色系创作,推动扎染走向更广阔舞台。蓝续还积极与甲马、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、系统创新的发展态势。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在动力的今天,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、品牌化运作和产业链延伸,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围的同时,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

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维权护航,“红菜”正助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

“红菜”量质齐升劲头足

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字发票系统,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维权护航,“红菜”正助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

■ 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%。结汇率基本保持稳定,售汇总额分别增长5.3%和5.4%。

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%。

服务贸易收支继续保持增长态势。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签发时间延长至240小时等政策支持,运输和旅行收支总额分别增长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。

保山市严格贯彻落实各项国债工作部署,制定《保山市中心支行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、地下停车库、人防地下室、挡土墙等相关配套用房,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计划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,同步恢复昆明经泸州至天津、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,为旅客提供更多选择。

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

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,让每一箱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、鲜花产业带升级,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