

两会聚焦

中国刺绣申遗之路： 让世界看见“指尖上的中国”

全国人大代表姚建萍：

推动刺绣传统技艺申报世界非遗

□ 本报记者 胡 静

2025年乙巳蛇年春节是首个“非遗版”春节，特殊的新注脚让这个春节充满了浓浓的“非遗味”，而节后久久不散的“非遗热”也成为人们津津乐道的话题。

今年全国两会期间，全国人大代表，苏州高新区镇湖刺绣研究所艺术总监姚建萍将目光聚焦于非物质文化遗产的保护与活态传承，推动中国传统刺绣技艺整体性申报联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录候选项目，促进刺绣类非遗以“国绣”品牌形象走向世界。

中国传统刺绣技艺有着悠久的历史和丰富的文化积淀，被称为“针尖上的国粹”。截至目前，与中国传统刺绣技艺相关的国家级非遗项目约64项、省级非遗项目约128项，其中既有享誉海内外的苏绣、蜀绣、湘绣和粤绣四大名绣，又有一大批特色鲜明、技艺高超的刺绣流派和民族绣种。苏绣作为四大名绣之首，是中国刺绣技艺水平高、刺绣产业规模大、承担国礼任务多、海内外影响力广泛的代表绣种。身为国家级非遗项目（苏绣）代表性传承人，姚建萍始终注重传承、弘扬中国刺绣文化，提升其在海外的知名度、传播力。今年全国两会期间，姚建萍以苏绣牵头，联合湘绣、蜀绣、粤绣等代表性绣种以及全国各地刺绣流派，发起一份关于中国刺绣申请联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录的建议。

这份建议源自姚建萍对刺绣行业一线的长期跟踪调研。深耕苏绣40余年，姚建萍常年扎根在基层，聆听刺绣艺术工作者们的心声，了解他们的“急难愁盼”与当下刺绣行业存在的困境。“不能让老祖宗留下的宝贝在我们这一代没落。”正是这份信念支撑着姚建萍不断为刺绣的发展奔走呼吁。在调研和实践过程中，姚建萍积累了大量一手资料，也愈发坚定了推动中国传统刺绣技艺整体性申遗和产业升级的决心。

在姚建萍看来，推动刺绣传统技艺申报世界非遗，提升其国际知名度，实际上是在全球范围内提升中国刺绣的文化附加值，为其开拓更广阔的市场空间。而产业发展则能让刺绣产品从传统走向现代，满足不同消费层次的需求，创造更多经济效益。这不仅能带动相关产业链发展，还能提升中国在全球文化产业分工中的地位。

目前，苏州市作为中国传统刺绣技艺整体性申遗工作的牵头城市，已组织相关部门、科研院校及各地绣种代表建立工作团队，统筹推进申遗工作；开展全国普查与建档，深化跨学科研究、精细编制申报材料、强化传承人才培养、全面宣传推广并引导集约化发展，为申遗工作筑牢根基。

“我坚信，在国家的支持引导和社会各界的共同努力下，中国刺绣必将在传承中创新，在创新中发展。”“针尖上的国粹”不仅会成为中华优秀传统文化传承发展的典范，还将成为连接中国与世界的文化纽带，在全球文化经济的大舞台上大放异彩，为人类文明的传承与发展贡献独特而持久的中国力量。”姚建萍说。



本报记者 赵 曦 □ 唐 瑞

今年春节期间，多个传统文化IP火爆出圈，让民众充分感受到传统文化与消费市场的深度融合、双向赋能。那么，如何利用传统文化走热的契机打造消费新场景和新模式？

一直积极推动“让刺绣回归现代生活”实践的全国人大代表、湖南省湘绣研究所有限公司总经理成新湘告诉记者，去年以来，受全国人大代表、中国工艺美术大师姚建萍邀请，她参与了关于“中国四大名绣发展现状”调研活动，发现刺绣早已不是挂在墙上、摆放在桌上的装饰品了，依托科技的力量，传统文化正焕发新的活力，不少地方的刺绣从业者正探索年轻人的消费新场景。

成新湘也是构建传统文化消费新场景的积极倡导者，她告诉记者，从首饰到明信片，湖南省湘绣研究所推出大量湘绣文创产品，前来打卡的年轻人络绎不绝。去年夏天，湖南省湘绣研究所与茶颜悦色奶茶联名推出“何不绣一场”主题活动，更是刷爆了年轻人的朋友圈。“湘绣传承了2000多年，不仅是摆放在精致橱窗里的艺术珍品，更应该成为融入日常生活的‘市井烟火’。”成新湘说。

为推动中华文化更好地走向世界，今年全国两会期间，姚建萍牵头，联合成新湘，共同发起关于中国刺绣申请联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录的建议，希望推动中国刺绣联合申报人类非物质文化遗产，促进刺绣类非遗以“国绣”品牌形象走向世界。

成新湘告诉记者：“在全球化与现代化浪潮冲击下，中国刺绣的生存空间遭受严重挤压，大众尤其是年轻人，对需长时间专注学习的刺绣技艺兴致缺缺。传承人群体青黄不接，老一辈绣工渐少，年轻一代寥寥，许多独特针法与设计面临失传。在工业化进程中，大量廉价、千篇一律的机器刺绣产品充斥市场，手工刺绣因制作周期长、成本高，市场份额被严重蚕食。而且手工刺绣产业规模

今年全国两会期间，关于中国刺绣申请联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录的建议引发社会各界广泛关注。姚建萍和成新湘两位全国人大代表走访四大名绣产地进行调研，目睹了众多刺绣工坊面临被机器刺绣挤占市场而黯然转行等困境，却也发现许多地方的刺绣从业者也在借助AI等新技术以及跨界融合的方式吸引年轻人。探索传统文化和科技融合的有效机制，构建传统技艺的消费新场景、激发新需求，是中国刺绣产业实现高质量发展的关键。如何破题，她们也一直在思考。

全国人大代表成新湘：

以“国绣”品牌形象抱团“出海”



小、生产分散，产地分布不均，缺乏品牌影响力与市场竞争力，难以在商业浪潮中站稳脚跟。刺绣所承载的中华文化内涵被大众忽视，其蕴含的民族精神与文化价值面临被埋没风险。”

在成新湘看来，刺绣申遗不仅能借助国际力量为其保护传承提供保障，使其在新时代重焕生机，还能提升其国际知名度，让世界更深入了解中国传统文化，为全球文化多样性发展贡献力量。

成新湘介绍，该建议提出，希望在全国范围开展刺绣文化资源普查，全面收集针法、工艺、传承谱系等资料，建立完备的数据库与档案库，为申遗提供详实数据支撑；加大刺绣文化研究投入，鼓励高校、科研机构开展跨学科研究，出版权威成果，为申遗提供坚实理论依据。

“刺绣是商品化较早、较成熟的非遗产品，且传统刺绣产品广泛应用于日常生活。”

成新湘呼吁，引导鼓励工业、旅游、家装、生活服务等行业积极参与刺绣产品应用设计和产品多元化开发，共同延伸中国刺绣在现代生活场景的普及应用，扩大申遗影响覆盖面。

除了从供给侧和需求侧进行重构，成新湘还建议，从税收优惠政策方面赋能非遗的传承与发展。

经过长期调研，成新湘发现，在现代经济发展中，非遗产品的传承和发展面临诸多挑战，其中税收负担是一个重要因素。她认为，“非遗产品大多依赖手工精雕细琢，人工成本在总成本架构中占据大头。以刺绣为例，人工成本占比往往达到80%以上，企业采购丝线等原材料时，供货源常为淘宝商家或个体经营户等小规模纳税人，难以开具增值税专用发票，致使一般纳税人在增值税计算环节可抵扣进项税额起征时，按常规计税模式税负不堪重负。以湖南省湘绣研究所有限公司为例，作为湘绣行业国家级非物质文化遗产保护示范基地，2024年，该公司税负率高达7.88%，远超一般生产企业税负均值。”

据成新湘了解，一般纳税人简易征收政策是为了解决特定行业或企业因无法取得足够的进项发票而导致税负过高的问题。目前，该政策已在多个行业得到应用，有效减轻了企业负担，促进了相关产业的发展。因此，成新湘认为，将刺绣等国家级非遗产品纳入一般纳税人简易征收范围，对于推动非遗产业的繁荣具有重要意义。一方面，通过将非遗产品纳入简易征收范围，降低企业税负，可使非遗企业和传承人有更多资金投入到产品研发、创新和传承人才培养上，推动非遗产业的规模化和可持续发展；另一方面，减轻非遗企业的税负负担，有助于保护和传承各地的非遗项目，避免因经济压力导致一些珍贵的非遗技艺失传，有利于维护我国文化的多样性。

2025年政府工作报告指出，“实施提振消费专项行动”“安排超长期特别国债3000亿元支持消费品以旧换新”。今年全国两会期间，多位全国人大代表聚焦消费品以旧换新，呼吁政策持续“加码”，激发市场活力。

全国人大代表钟波：

建议将智能投影仪纳入全国消费品以旧换新补贴范围



□ 本报记者 闫 利

当下，我国正在大力推进大规模设备更新和消费品以旧换新工作。2024年，在部分省市自治区消费品以旧换新政策的助力下，智能投影仪市场规模同比上涨3.0%，实现了604.2万台出货量，让更多家庭享受到新兴家电带来的科技体验。

“随着社会经济的发展，人民对美好生活向往愈发强烈，尚未将

智能投影仪纳入全国统一消费品以旧换新政策体系，目前只有约50%的省市自主开展智能投影仪设备补贴，导致全国不同区域消费者选购投影仪时面临不同的价格和优惠条件。这不仅增加了消费者决策难度，还使得部分消费者无法享受家电以旧换新政策补贴，限制了消费潜力的释放。”在全国人大代表、极米科技董事长钟波看来，“以旧换新”不仅意味着将那些高能耗、使用年限已久的老产品替换为节能环保的新产品，也应该鼓励将形态陈旧、功能单一的产品升级为更具创新性和智能化的新产品。在全国性的消费品以旧换新政策体系中，应充分考虑纳入这些新兴的科技产品。

数据显示，“十四五”期间，我国智能投影仪市场出货量从2020年的372万台增长至2024年的604.2万台，年复合增长率高达10.7%。

“将智能投影仪纳入全国性政策体系，能打破地方政策差异造成的产品分割，实现新兴家电产品在全国统一市场的自由流通与蓬勃发展，有效缩小不同地区间消费者的‘消费鸿沟’，促进消费公平。”钟波说。

“以旧换新”加力扩围惠民升级

本报记者 赵 曦 □ 黄芷凌

2025年政府工作报告指出，“实施提振消费专项行动”“安排超长期特别国债3000亿元支持消费品以旧换新”。2024年，在以旧换新政策的大力推动下，全国范围内掀起了一波消费品换新高潮。汽车、家电、家装厨卫等多个重点领域借政策东风盘活新消费需求，释放消费活力。全国人大代表、万华生态集团董事长郭兴田表示，以旧换新政策的持续加码，带动消费品销量实现快速增长，但与汽车、家电相比，家装厨卫“换新”对消费的拉动效果仍显不足，其市场潜力尚未充分释放。因此，在今年全国两会期间，郭兴田就进一步优化家装厨卫“换新”政策措施提出建议。

“当前我国家居市场正经历结构性调整。一方面，新建住宅装修需求持续收缩，以旧房翻新、空间改造为主的存量市场成为新增长板，但传统装修模式中长达2—3个月的施工周期难以满足消费者对于存量房市场‘快装快住’的需求；另一方面，‘90后’‘95后’已成为家居消费主力，他们期待家居企业能直接呈现出个性化、时尚化的完整家居空间，而非单个的建材装修方案。”在郭兴田看来，存量市场的增长与消费群体的迭代在为家居行业带来挑战的同时，也打开了更广阔的发展空间。

“要激活庞大的存量市场，以旧换新政策是重要引擎。”郭兴田介绍，为更好了解家装厨卫“换新”政策拉动效果，过去一年他前往9个省份进行调研。他发现，由于对家装厨卫相关“换新”政策存在认知偏差，各地普遍出现补贴重汽车家电、轻家装厨卫，重材料购销、轻整体装修，只覆盖本地消费者、限制外地消费者等问题，降低了政策刺激效果。

对此，郭兴田建议，相关部门要持续优化“换新”政策，在提高消费品换新补贴资金总额的基础上进一步提高家装厨卫“换新”补贴的资金占比，并取消对补贴范围和补贴对象的限制；要完善数字化监管机制，推广利用家装厨卫“换新”共享服务平台和线上支付方式，实现从补贴申报、选购下站到补贴资金清算等核心环节的全流程监控，并及时开展调研督查，确保补贴政策落实到位。

此外，要充分释放家居消费潜能，还需培育发展新质生产力，解决消费者的痛点。对此，郭兴田建议，相关部门要鼓励绿色装修和绿色工业化定制内装。具体来看，绿色工业化定制内装以无醛环保材料为基础，通过工厂生产、现场安装，将传统装修转化为智能制造流程，在大幅提升施工效率的同时，可为消费者提供上百种可选择的个性化家居解决方案，满足消费者日益增长的美好生活需要。

“存量房装修和局部改造已成为继购房、购车之后的家庭主要大宗消费。通过持续优化家装厨卫‘换新’政策，并依托绿色工业化定制内装等新质生产力，推动传统家装行业向绿色化、工业化、数字化、时尚化方向转型升级，进而有效激活存量市场的家装需求，为稳就业、促转型、惠民生提供强力支撑。”郭兴田说。



全国人大代表郭兴田：

应进一步优化家装厨卫“换新”政策