



图为武俊敏大师和孙女对老绣品进行创新设计。

□ 本报记者 贾淘文

苗族打籽绣裙摆制成的靠枕、清代锁边绣点缀的个性牛仔外套、侗族破线绣残片改造的精致配饰,山西晋绣老荷包缝制成的手机套……这些承载着岁月痕迹与民族智慧的传世绣品,如今正以跨界融合的全新姿态回归大众视野,摇身一变成为当下年轻人追捧的时尚“国潮爆品”。

从线下集市的人头攒动,到线上直播间的频频爆单,老绣品正完成从小众收藏到时尚消费的华丽转身,并在“国潮”消费的浪潮中催生出文化与商业共生的新商机。数据清晰印证着这一市场的爆发式增长:绣片艺术品市场在2025年呈现出“高端艺术化、大众IP化、生产智能化、传播全球化”的四维并进格局,其功能属性从历史上的宫廷贡品、出口商品,成功演变为兼具文化价值与收藏价值的艺术资产,完成了“贡品——商品——资产——潮品”的四重跃迁。2024年,该市场规模已达48.7亿元,预计2025年复合增长率(CAGR)将达14.3%;其中收藏级绣片价格弹性系数为0.32(低弹性),日用级绣片为1.15(高弹性),这一差异清晰反映出老绣品分层化的市场格局已趋于成熟。

“场景革新+文化赋能”

年轻消费群体成主力军

老绣品能够成功“破圈”,离不开消费场景的持续革新与文化价值的深度挖掘。

在北京潘家园,数十家摊位集中展示着各类老绣片衍生品,既有几十元的DIY材料包,也有售价数百元、上千元的成品配饰,其价格梯度分明且覆盖多元需求。有些商家还会特意为每件产品标注绣片的年代、民族归属及纹样寓意,如“蝴蝶妈妈图腾象征生命繁衍”“鱼鸟纹寓意年年有余”,让老绣品不再是单纯的民俗工艺品,更成为可触摸、可理解的文化载体。

“十年前我的顾客主要是藏家、服饰研究者和影视剧组,现在的顾客中90%是追求时尚的年轻人,他们买老绣片主要用于制作发卡、改衣服、装饰手账。”一位销售老绣片的摊主拿起一块清末时期的打籽绣片介绍道,“以前我只卖原片,主打一个‘原生态’,现在我在卖绣片的时候,还得主动帮年轻人想创意和配搭,上个月光DIY材料包就卖了300多套。”

在抖音、小红书等热门平台的直播间里,老绣品的生意依旧火爆。绣片发卡、纹样贴片、DIY材料包等轻量化产品,因其单价50至300元的亲民定价备受青睐。正是这份坚定的坚守,才能让老绣品在创新中始终保持着非遗独有的韵味。

如何让老绣品彻底摆脱“束之高阁”的命运?武俊敏给出的答案是“贴合现代生活需求”。在生活家居领域,她将老绣片改造为抱枕、桌旗、窗帘花边,完美适配新中式、轻奢风等现代家居风格。破旧的老绣屏、残损的绣帐残片经她精心装裱、拼接设计后,成为玄关挂饰、屏风、茶席、台灯灯罩,让充满岁月沧桑的非遗自然地融入现代生活。

从小众收藏到“国潮爆品” 老绣品“破圈”迎新生

衣的故事,瞬间觉得手里的绣片都有了温度”。

年轻消费者不仅主动购买产品,更乐于参与文化传播,社交平台上分享“老绣片DIY改造”“传统纹样科普”等短视频内容,形成了网友自发传播非遗文化的热潮。“00后”消费者陈同学说:“我喜欢用老绣片做包挂,每个纹样都有专属寓意,不像千篇一律,批量生产的旅游纪念品。上周我买了块鱼鸟纹绣片,查资料才知道具有‘夫妻和美’的寓意,送给刚结婚的姐姐,既有心意又有文化感。”从事设计工作的张先生也表示:“我们这代人不只是买商品,更是买一种文化认同。我收集了不同民族的绣片,做设计时会借鉴这些纹样,既传统又新潮,客户也很认可这种风格。”

“创新运营+定制服务” 激活文化市场多元消费潜能

商家的创新运营实践,进一步激活了老绣片市场的多元潜能。记者了解到,目前已经有直播间创新推出“绣片溯源”服务,通过区块链技术清晰记录绣片的产地、工艺传承人和修复过程,彻底打消了消费者对产品真实性的顾虑,还有的品牌联合非遗传承人开发定制化服务,让消费者能够将老绣片融入婚纱、手账、家居装饰等个性化场景。

“我曾经给一位新娘做过一件老绣品改造的头纱,用的是她奶奶传下来的老绣片,顾客说这是把传统文化穿进婚礼,将亲人温暖永久珍藏的最好方式。”提供老绣片定制化服务的商家陈女士感慨地说,“如今,年轻消费者不再是被动的购买者,已经成为了文化传播的积极参与者,他们分享的原创内容构建起‘消费——传播——再消费’的良性销售循环,持续为市场注入活力。”

“老绣品的新价值,关键在‘守艺魂、融当代、拓场景’。”深耕晋绣艺术传承与传播数十年的山西省工艺美术大师、晋绣“武氏绣法”第四代传承人武俊敏,一语道破非遗活化的核心。多年来,武俊敏大师始终坚守“守核不丢本”的原则,在非遗转化过程中明确底线,不拆解破坏珍贵古旧绣品,优先采用复刻绣片进行创新,牢牢保留独特针法与纹样寓意这一核心灵魂,让传承千年的晋绣从馆藏陈列真正走向生活场景,实现文化价值与实用价值的双重激活。

“老绣品的魂,藏在独特的针法和纹样寓意里。”采访中,武俊敏大师指着一幅清代花卉绣片向记者介绍,武氏绣法的针脚疏密有致,瑞兽、花卉等纹样承载着古人对美好生活期许,这是万万不能丢的根本。

在她看来,非遗转化绝不是“另起炉灶”,而是在保护核心工艺的基础上赋予其新的生命。

她说:“转化的前提是‘守核不丢本’,无论是纹样解构还是场景拓展,都必须保留老绣品的工艺质感和文化内涵,坚决避免表面化的元素堆砌。因此,我们从不拆解破坏珍贵古旧绣品,优先用复刻绣片进行创新。正是这份坚定的坚守,才能让老绣品在创新中始终保持着非遗独有的韵味。”

如何让老绣品彻底摆脱“束之高阁”的命运?武俊敏给出的答案是“贴合现代生活需求”。在生活家居领域,她将老绣片改造为抱枕、桌旗、窗帘花边,完美适配新中式、轻奢风等现代家居风格。破旧的老绣屏、残损的绣帐残片经她精心装裱、拼接设计后,成为玄关挂饰、屏风、茶席、台灯灯罩,让充满岁月沧桑的非遗自然地融入现代生活。

武俊敏介绍:“时尚穿搭是非遗触达年轻人的重要渠道。因此,我们团队既推出老绣品点缀的旗袍、西装定制款,满足高端消费需求,也开发项链、胸针、帆布包等轻量化配饰,有效降低非遗消费门槛,更通过跨界联名,将老绣品纹样简化重组后应用于卫衣、鞋履,让传统美学与潮流趋势精准对接,获得了很高的市场认可度。”

“深度融合+场景拓展” 千年绣艺实现活态传承

从藏家手中的古董珍玩到年轻人追捧的潮流单品,从单一的工艺制品到多元的文化载体,老绣品的活化之路,是传统工艺成功对接现代生活的典型实践。活跃的消费市场生动地诠释了非遗的生命力在于融入日常的使用与传播,而非是单纯的收藏与展览。非遗的价值转化,不是表面化的元素堆砌,而是核心技艺与文化内涵的当代重构。

谈及转化的关键,武俊敏总结了四大核心原则:守核不丢本、适配现代需求、分层适配群体、赋能传承人群。“高端市场做定制化产品,大众市场做轻量化单品,才能覆盖不同消费层级。”她认为,转化不能“为创新而创新”,必须确保产品有真实的市场需求,同时让传承人全程参与设计制作,避免“只用元素、不用技艺”的形式化创新。

如今,跨界文创与研学传承也让非遗的文化价值得到进一步延伸。“我们团队以老绣品纹样为原型的笔记本、书签、抱枕等产品已经成为文旅热卖产品,直接扩大了老绣品的文化影响力。通过开展亲子体验课、校企合作教学等活动,让更多人在动手实践中直观感受绣艺魅力。此外,我们还为传承人开展创新转化培训,教他们现代设计和市场运营知识,让传统技艺真正对接市场。现在,老绣品的创新转化场景还在不断拓展,在文旅融合方面,众多老绣品生活体验馆在各大景区落地生花,集展示、体验、消费于一体,让游客沉浸式感受老绣品的文化与艺术魅力。”

武俊敏总结了四大核心原则:守核不丢本、适配现代需求、分层适配群体、赋能传承人群。“高端市场做定制化产品,大众市场做轻量化单品,才能覆盖不同消费层级。”她认为,转化不能“为创新而创新”,必须确保产品有真实的市场需求,同时让传承人全程参与设计制作,避免“只用元素、不用技艺”的形式化创新。

如今,跨界文创与研学传承也让非遗的文化价值得到进一步延伸。“我们团队以老绣品纹样为原型的笔记本、书签、抱枕等产品已经成为文旅热卖产品,直接扩大了老绣品的文化影响力。通过开展亲子体验课、校企合作教学等活动,让更多人在动手实践中直观感受绣艺魅力。此外,我们还为传承人开展创新转化培训,教他们现代设计和市场运营知识,让传统技艺真正对接市场。现在,老绣品的创新转化场景还在不断拓展,在文旅融合方面,众多老绣品生活体验馆在各大景区落地生花,集展示、体验、消费于一体,让游客沉浸式感受老绣品的文化与艺术魅力。”

对于有志于从事老绣片创意设计与销售的年轻从业者,武俊敏大师也给出了切实建议:“先从易落地、低门槛的配饰、家居小摆件入手,做‘小而美’的试点项目,测试市场反馈,找准目标用户定位后逐步扩大经营规模。此外,从业者还要着重打造专属的个人IP,不断提炼老绣品核心的文化内涵,统一设计风格,提升产品辨识度。在线上可通过电商平台、直播带货拓销路,在线下入驻非遗馆、文创店建立实体触点,同时借力非遗保护政策和乡村振兴扶持资金,为转化工作保驾护航。”

武俊敏坦言,老绣品不该是“过去时”,而要成为“现在时”。通过场景创新、设计赋能、市场对接,让千年绣艺在新时代找到肥沃的生长土壤,既守护了工艺的根与魂,又赋予了它适应时代的新生命力。这份守正创新的实践,不仅让老绣品实现了价值再生,更为众多非遗项目的活化提供了宝贵经验。唯有让传统工艺真正走进生活、贴近人心,才能在岁月流转中生生不息,让千年文明的智慧结晶在新时代绽放出更耀眼的光芒。

黄金以旧换新有了统一规范

本报讯(记者 贾淘文) 2025年12月11日,在2025中国(三亚)国际黄金市场年会上,由中国黄金协会牵头、11家行业龙头企业联合参与制定的《黄金以旧换新经营服务规范》团体标准正式发布。这是我国黄金珠宝行业首部针对以旧换新业务的专项服务标准,标志着长期困扰行业的定价模糊、验金不透明、损耗标准不一等乱象将得到系统性治理,相关业务正式迈入规范化、专业化、透明化发展新阶段。

据不完全统计,黄金以旧换新已成为我国黄金珠宝消费的重要形式,消费规模占全国黄金首饰消费量的20%左右。2024年,《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》发布后,叠加持续高位的金价市场环境,企业与消费者对以旧换新的需求双向激增。但行业长期缺乏统一标准,导致消费者权益保障不足问题日益凸显,近期多地媒体曝光了在黄金以旧换新过程中出现的验金前不称重、诱导“一口价”兑换等消费纠纷,更凸显了标准缺失的行业痛点。

在此背景下,中国黄金协会于2024年3月启动标准调研筹备,联合中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司、北京菜市口百货股份有限公司、上海豫园珠宝时尚集团有限公司等零售、加工(批发)龙头企业,历时2年完成标准起草与审查报批工作。该标准遵循“边界清晰、逻辑严谨、实操性强”原则,构建起“基础界定——核心要求——流程规范——监督保障”的完整闭环体系,涵盖8个核心章节,实现全链条规范化覆盖。

据悉,2025中国(三亚)国际黄金市场年会由由中国黄金协会与世界黄金协会联合主办,恰逢海南自由贸易港封关运作的战略节点,来自国内外黄金生产、零售、金融机构等领域的500余名代表参会。下一步,中国黄金协会将开展标准宣贯培训,推动落地执行,持续完善行业治理体系,实现企业合规经营、消费者放心消费、行业健康发展等关键信息,从源头保障消费者知情权。

“标准的发布不仅破解了行业长期存在的痛点问题,更建立起‘政策引导+标准约束+企业自律+消费者监督’的多元治理体系。”刘艳红表示,新团标将通过三方面推动行业升级。一是明确企业义务与消费者权利,强化权益保障;二是打通“旧金回收—新品销售”流通闭环,响应国家扩大内需、绿色消费政策导向;三是通过统一企业、人员、流程标准,推动行业向标准化、专业化转型,同时强化反洗钱与信息安全合规要求,助力行业健康可持续发展。

据悉,2025中国(三亚)国际黄金市场年会由由中国黄金协会与世界黄金协会联合主办,恰逢海南自由贸易港封关运作的战略节点,来自国内外黄金生产、零售、金融机构等领域的500余名代表参会。下一步,中国黄金协会将开展标准宣贯培训,推动落地执行,持续完善行业治理体系,实现企业合规经营、消费者放心消费、行业健康发展的多方共赢。

北京工艺美术大师刘晓燕

拓展非遗京绣与现代珠宝跨界融合之路

本报讯

(记者 贾淘文)

近日,国家级非遗京绣第五代传承人、北京工艺美术大师刘晓燕携手英皇珠宝打造的“金生世艺·金绣”系列龙纹礼服,正式获吉尼斯世界纪录认证,荣获“最细金线制成的龙纹华服”称号。据了解,这项融合非遗京绣技艺与贵金属工艺的传世之作,以“万缕金丝绣龙袍,天家威仪定乾坤”为核心创作理念。龙袍以纯度≥99.99%的24K黄金为底布,金丝直径仅0.07毫米,整体龙袍所用丝线总长度近16万米,相当于环绕国际标准足球场约458圈。袍身通长105厘米,两袖通长133厘米,通体绣制43条形态各异的金龙,辅以五彩祥云与福山寿海纹样,暗藏“柿蒂形”腰帷五龙”等传统帝王服饰纹样。采用套针、齐针、滚针等独门针法,分三次叠加刺绣,使龙鳞层叠如鳞、龙须遒劲灵动。刘晓燕以极致的手工技艺,刷新了全球珠宝行业工艺标准。

刘晓燕以极致的手工技艺,刷新了全球珠宝行业工艺标准,为中华传统文化走向世界再添璀璨篇章。

“每一针需精准如尺,捏线时只能触碰底线,绝不能对折金线。”北京工艺美术大师刘晓燕坦言,制作过程如履薄冰。每一次穿针拉线的力度都要均匀,为处理细微线头,

她曾耗时数小时俯身熨平,因为金属丝线的物理特性容不得丝毫误差。据统计,该龙袍仅刺绣环节就耗时近两年时间,若以熟练绣娘日绣6小时计算,需要944天方能完成,而衣缘与下摆缝合更是要逐针校验,确保针脚无瑕。

行业专家指出,24K金丝大面积刺绣在材质稳定性与工艺难度上均创行业先河,为黄金珠宝行业提供了“非遗+科技”的创新范式。

作为“燕京八绝”之一,“京绣”又称“宫绣”,2014年列入国家级非遗名录。此次合作中,刘晓燕突破地域限制,将京绣从北京带入大湾区,与英皇珠宝的精密铸造技术碰撞出全新火花。作为家族传承的“守艺人”,刘晓燕大师用30年的匠心诠释了“守艺”与“创新”的平衡。“非遗传承人不仅是技艺守护者,更是文化传播者。这件龙袍的诞生不仅是工艺的突破,更是南北文化融合的典范,让东方美学成为世界语言,是文化自信的底色。”刘晓燕表示,非遗技艺通过当代设计表达,将加速国际化进程。未来,将联合高校培养新生代全能匠人,编写京绣专著,推动这门技艺在数字时代持续生长。

<p