



今年最火的新中式，凭什么是它？

半月谈记者 郑雪婧

在今日之中国，一股新中式风潮装点、抚慰、激活了越来越多青年的物质生活和精神世界，不仅在穿搭、饮食、美妆，还涵盖了家居、婚礼、各种爱好与人际关系，可谓“万物皆可新中式”。

一些社交平台“新中式”相关笔记超过1352万篇，早已跻身顶流行列。新中式，将中国传统文化元素与当下审美潮流相结合，既契合现代人的审美趣味和需求，又展示了中国传统文化精髓。顶流背后是东方美学的出圈，更是中国青年对传统文化的自信心和认同感。

新中式价值观不止停留在物质生活表面，沉浸式旅行、上夜校、养绿植充盈着新青年的精神世界，“零糖社交”“整顿婚礼”等人际交往活动更传递出中华优秀传统文化中“大道至简”“向内求索”等哲学根骨的现代性意义。在某种意义上，当代青年的关系生活正在新中式风潮的浸润、重构中，回归原点，日渐丰盈。

吃喝穿搭，样样新中式

新中式养生风在社交媒体上刮得呼呼作响——继八段锦、穴位按摩、养生茶饮等老网红之后，这股风刮到了面包界：陈皮古法暖心贝果、黄芪蔓越莓养生司康、麦冬土司等药食同源的中式面包受到年轻人追捧。青年群体开始光顾开在医馆、药房里的药食坊，这些面包没有苦涩的中药味，松软香甜，清爽怡神。

养生食品的日常化趋势只是观察新中式风潮的一个小窗口。作为中华优秀传统文化的集大成者，中医药在青年群体中口碑持续上升，印证了年轻人对传统文化的热情。推出“中药面包”的市场行为也佐证了中医文化在与时俱进，结合年轻人的口味适时推陈出新。

再看“喝”，网络中流行这样一句话，“当代年轻人的血管里流的都是冰美式”。不过，如今单纯的咖啡、奶茶已不能满足新潮青年的味蕾，“中式茶咖”成为新宠。饮品里加入罗汉果、薏米、枸杞、人参、茯苓等，无论是以咖啡、奶茶还是以冰淇淋的形式出现，总有一款能切中年轻人“要么脊柱歪了、要么头发掉了、要么眼睛花了，反正人均湿气重、体虚了”的痛点。

在穿搭上，2024年马面裙爆火再次将山东曹县送上热搜榜。尝到新中式穿搭甜头的商家，持续钻研的不仅是服饰本身，还在配色方面下功夫。“东方三绿色”——绝绿色墨黑、正绿色品红、随绿色檀绿成了秋冬时装配色的时髦新趋势。

其中，檀绿色穿搭因其松弛淡然的视觉感受，契合当下年轻人对“松弛感”的追求。檀绿，是绿色中偏向深邃含蓄的品类，文化意向典雅沉静，既不张扬，也不黯淡。这一核心理念正符合当下年轻人“内心稳定、不讨好、不内耗”的自我标榜。“东方三绿色”穿搭，作为青年生活理念的外化表现，把气定神闲、满满禅意直接穿在身上，既是年轻人取悦自我、忠于内心的表达，也是将自己的态度展现给外界的一种方式。

新中式活动，让精神世界更充盈

新中式旅行，不囿于追求景点套路式打卡集章，“特种兵”“闪现”少了，沉浸式、深度文化游多了。

2024年，国产游戏《黑神话：悟空》风靡全球。游戏内中国传统文化的具象化表现——大量还原的中国古建筑、塑像十分吸睛。山西等地的文旅部门纷纷抓住这次机遇，推出文旅线路、文创周边等产品，吸引了大批年轻游客。

青年群体作为不容忽视的消费力量，更乐意为自己认可的情绪价值、精神价值买单。《黑神话：悟空》勾起了许多青年儿时看电视上看《西游记》的童年记忆，也加深了中国人骨子里对传统文化的认同与自豪。在这样的情绪氛围烘托下，带动“西游IP”的文化旅游消费是水到渠成的结果。这也是网络青年纷纷喊话各取景地文旅局，抓住这次机会让当地文化旅游破圈的内在逻辑。年轻人和传统文化在现代科技和文化创作的催化下实现了双向奔赴。

“圣地巡礼”是二次元粉丝热衷的旅行方式，粉丝们期待到二次元作品中的现实取景地拍照留念。他们想通过这种方式贴近角色，强化自己对角色、故事的共感，并作为一种二次元粉丝群体内部的“社交货币”。而《黑神话：悟空》粉丝的取景地巡礼不同，不是一味地买“谷子（周边产品）”，而是看看这些历经沧桑的古建筑，聆听它们的故事，将自身作为“天命人”融入西游世界，在虚拟游戏与现实场景的交织中感受如梦似幻。

2024年，“夜校”复古回潮，在社交平台上一跃成为爆款话题，相关笔记超过69万。互联网平台数据显示，2023年以来“夜校”的搜索量同比增长980%。拳击、街舞、乒乓球、滑冰、游泳、烘焙、二胡、古筝等夜校课程打起经济实惠的广告牌，吸引年轻人加入，同等内容的课程，在市面上可能需要两三倍的价格才能学。看似与工作不相干的兴趣爱好课程，更受年轻人欢迎，这反映了年轻人对非功利事物的渴望。夜校给予年轻人审视学习、丰富精神世界的新可能。

从“山系穿搭”到“植系青年”，年轻人不仅被穿搭上的大自然风格和松弛感所吸引，还在生活中爱上养花花草草，享受一抹绿意带来的

疗愈。淘宝鲜花园艺消费趋势报告显示，30岁至49岁的消费者占比超过了60%，这群消费者称自己“植系青年”，有的在网络中表示“中国人刻在骨子里热爱种植的天赋觉醒”。他们将自己的审美和情感寄托在植物上，这些静默生长的生命，以其独有的方式，治愈着疲惫的都市人，成为人们精神世界里不可或缺的宝贵力量。

“放青松”“拒蕉内卷”“拒绝蕉绿”……商家将设计语言融入无声的植物，打造情绪植物产品，承载着情绪表达的功能。在与植物的“交流”中，“植系青年”发现自身与植物的种种相似之处，重新审视自己的生活，在静心观察枝叶脉络的时间里思考目的和意义，或者又完全不需要思考，活得自在又自洽。当一盆盆鲜活的植物填满了室内，便填满了心房。

“零糖社交”“整顿婚礼”……新中式的关系生活不被定义

“零糖社交”成为2024年的网络热词。给社交降糖，指的是年轻人在社交中不想因为外界而产生太多“高情绪”或情绪波动，给自己带来焦虑和压力。另外，年轻人还希望这段关系不要太甜腻粘牙，避免沉溺于这段关系而难以抽离，也不喜欢彼此之间太过亲密和依赖。具体到婚恋关系中，他们更倡导冷亲密。

从“零糖”的社交模式可以看出年轻人对待社交态度的变化：从之前注重对外的信息交流与情绪提供，逐渐转向对内的精神对话。在“零糖”社交关系中，年轻人更注重自身，自己在这段关系中是主导者，减少他人对自己情绪的影响，推崇一种健康的情感连接，更追求自我精神生态和谐。

整顿评论区、整顿职场、整顿相亲角……年轻人的“整顿风”也刮到婚礼上。拒绝车队、接亲，婚宴引进奶茶和辣条，亲力亲为设计婚礼主题，“放个短片就干饭”，简单开心就好。这不难看出，追求简约、反对繁琐，追求个性、反对同质，追求性价比、反对假大空，已成为当代年轻人婚礼的特点。

新中式青年更愿意将自己的婚礼塑造成一件不被定义、充满个性的人生大事，怕麻烦、省钱、想赋予婚礼与众不同的意义，也是年轻人对自由洒脱和表达自我的向往。