

# 故宮跨界「潮推」紫檀護膚品

## 文化自信改變消費觀 情感共鳴催生「國潮」熱



五彩中國

大公報記者 江鑫嫻

故宮紫檀柔膚水、精華液……繼人氣口紅、點翠眼影等爆款化妝品之後，故宮博物院再次跨界，為愛美人士種下一顆「大草」。17日，故宮與中國紫檀博物館合作打造的「故宮紫檀護膚品」系列產品正式發布。近年，越來越多國貨跨界創新變身「國潮」，背後的原因除了產品創新需求、消費觀的改變，還有人們逐漸提升的對中華傳統文化的自信與自豪感。

據了解，該產品瓶身設計靈感源自故宮博物院藏品——明清兩代郎窯紅釉瓶器，瓶身以特殊工藝加以冰雪封凝效果，呼應康熙帝詩「冰雪為肌玉煉顏」之意境，護膚品部分成分萃取自紫檀木，由中國紫檀博物館提供紫檀原料，以生物技術淬煉出紫檀護膚精華。據介紹，這套護膚品經歷了數以千計的研發、反覆測試和提升過程。

與「故宮紫檀護膚品」五件套同步發布的，還有其旅行版套裝、故宮紫檀隔離霜和手霜。此外，以清白玉十二月令玉珮為設計來源、蘊含獨特月份花香的「故宮玉皂」也將於近期上市。

### 千元價格體驗宮廷保養

據悉，該系列產品單品價格在230元（人民幣，下同）—1290元間，套裝售價為3000餘元。17日起，這批護膚品將陸續登陸麗華堂天貓旗艦店、麗華堂京東自營旗艦店、故宮博物院文化創意館、故宮博物院文創天貓旗艦店、故宮博物院文創京東旗艦店、故宮博物院線下店、故宮博物院微店等多個平台發售。

事實上，在推出護膚品之前，故宮跨界合作推出的中國風原創彩妝就已風靡年輕一代朋友圈。2018年12月，故宮淘寶正式推出包括眼影、腮紅、口紅在內的全彩妝系列。因其設計靈感均來自故宮博物院珍藏文物，加上精緻的國潮風包裝，吸引了不少年輕人來「嘗鮮」，成為現象級產品，迅速售罄。

但國貨的火爆卻遠不止故宮一家。現在，晒國貨、買國潮成為許多年輕人的生活日常。一本日曆印出60萬冊，一雙小白鞋「踏上」國際時裝周……近年，國貨銷售群體逐漸年輕化，不斷開發新產品，以全新姿態和人們相遇。從故宮文創的熱賣，到中華老字號的「觸網換新」，國貨成為「國潮」背後的推動力，不僅是消費者對產品創新的追求和消費觀念的改變，還有對於中華傳統文化的自信與自豪感。過去人們購買商品，追求的是實用價值，而現在，除了追求品質、體驗，消費者還要求產品有更多的文化內涵和情感共鳴等。

### 傳統文化與品質消費結合

故宮博物院院長王旭東在17日的「故宮紫檀護膚品」發布會上表示，品牌合作是故宮博物院基於自身文化資源優勢和品牌優勢開闢的新的文化利用方式和合作途徑，旨在通過雙方各自的優勢資源，以新的形式展示和傳播中華優秀傳統文化。

中國紫檀博物館館長、麗華堂品牌創始人陳麗華表示，今次與故宮進行護膚品品牌合作，標誌著雙方合作進一步深化與創新，是一次挖掘中華傳統文化精髓的積極實踐，希望通過與當下大眾文化審美及品質消費相結合的方式，為新時代弘揚中國優秀傳統文化貢獻力量。



▲故宮博物院院長王旭東（左二）、中國紫檀博物館館長陳麗華（右二）及與會嘉賓在護膚品展示區合影  
大公報記者江鑫嫻攝



▲故宮近年的文創商品引發新潮流。圖為市民拍攝「故宮日曆」  
資料圖片



口紅

唇色設計來自故宮藏品的國寶色，外觀設計靈感源自后妃服飾及綉品



「神獸」雪條

故宮在對外開放94周年之際推出「神獸」石獅子造型雪條，引網友晒圖



雪糕

在美國洛杉磯推出大白兔雪糕，一上架就供不應求，搶斷貨



香水

美加淨聯合大白兔奶糖推出大白兔潤唇膏，還有香水、沐浴露等產品

近年國貨跨界經典案例

老乾媽



衛衣

與潮牌合作推出衛衣，亮相2019春夏紐約時裝周，吸引全世界目光

百雀羚



珠寶

發布「雀鳥纏枝美什件」，靈感來自古時宮廷貴族女子常伴身的「金什件」

### 產品設計充滿宮廷元素

瓶蓋

蓋鈕  
源自傳統梅瓶瓶蓋形制莊雅大方  
蓋身  
環飾海水江崖紋中的祥雲紋，線條生動

護膚工具

取自故宮典藏如意造型，體驗宮廷養生韻味



▲故宮紫檀系列護膚品

大公報記者江鑫嫻攝

瓶身

靈感源自明清兩代郎窯紅釉，特殊工藝加以冰雪封凝效果，呼應康熙帝詩「冰雪為肌玉煉顏」之意境

## 阿膠搭咖啡 中西融合新體驗

近年，「年輕態」、「創新化」的品牌跨界融合已成新潮趨勢。太平洋咖啡與東阿阿膠16日在北京宣布跨界合作，聯手推出「咖啡如此多膠」系列飲品，希望為消費者帶來與眾不同的體驗。

據介紹，該系列共有東阿阿膠拿鐵、阿膠紅棗拿鐵等五款咖啡，將於16日起陸續在北京、上海、廣州、深圳、西安、成都、無錫七個城市的太平洋咖啡指定門店內上市。

太平洋咖啡副董事長李海濤表示，公司成立27年來，一直努力將咖啡這一「舶來品」融入中國元素。「東阿阿膠有近三千年傳承歷史，本次發布的5款合作新飲，既保留了西方咖啡的醇香，又將道地東阿阿膠的膠香融入其中，相信會給消費者帶來「中西融合」與眾不同的別樣體驗。」

東阿阿膠副總裁李新華表示，太平洋咖啡與東阿阿膠的主要消



▲阿膠與咖啡搭配的系列新飲

大公報攝

費者都為女性，也都力求在年輕市場實現突破。此次雙方跨界聯手，可為咖啡行業和阿膠行業提供新元素的刺激，促進雙方的品牌升級，同時滿足大家「日常輕養生」的生活需求。

（記者 楊奕霞）

## 北上廣深結婚成本高 近半花逾20萬

【大公報訊】記者倪巍晨上海報道：一項針對北上廣深已婚及正籌辦婚事人群的調研顯示，受訪者結婚消費支出在「10萬元（人民幣，下同）至20萬元」佔17.54%，「20萬元至50萬元」佔30.81%，超50萬元的佔16.59%。上述結果表明，有逾47%受訪者結婚消費支出超20萬元，相當於2018年上海人均可支配收

入64183元的三倍多。「80、90後」目前主要是適婚群體，「80後」受訪者中，結婚消費支出在「20萬元至50萬元」佔40.26%，消費支出超50萬元佔22.08%。「90後」受訪者中，結婚消費支出在「5萬元至10萬元」佔31.43%。

當前一線城市房價較高，談及「是否一定要先買房才能結婚」時，17.76%受訪

者表示「必須在所在城市買房才能結婚」，33.55%受訪者直言「能接受租房結婚，但婚後必須買房」，23.03%受訪者坦陳「必須買房，但可以接受異地買房」。

## 楊利偉任載人航天副總設計師

【大公報訊】記者劉凝哲北京報道：中國載人航天工程辦公室17日發布消息稱，載人航天工程總設計師、空間科學首席專家首次聘任儀式日前在北京舉行。中國工程院院士周建平獲聘中國載人航天工程總設計師，中國科學院院士顧逸東獲聘中國載人航天工程首任空間科學首席專家，王忠貴、楊利偉等8人獲聘副總設計師。

這是楊利偉少將卸任載人航天工程辦公室主任1年多後，出任載人航天工程副總設計師這一新職務。

官方指，此次聘任儀式使載人航天工程管理模式再次迎來重大改革。載人航天工程在立項之初，就建立起「總指揮和總設計師」兩條線的工程管理模式，在工程各級設立行政和技術兩條指揮線，專門任

命總設計師、副總設計師，建立總指揮、總設計師聯席會議制度，形成「橫向到邊、縱向到底」的矩陣式組織管理體系。

官方再次明確空間站任務時間表，長征五號B運載火箭計劃在明年實現發射場區合練及首飛任務，瞄準2022年前後建成中國空間站。目前空間站研製建設正穩步推進，工程全線積極備戰高密度飛行任務。

## 李昌鈺夫婦捐200萬育刑侦人才

【大公報訊】記者陳曼如舉報：17日，國際著名刑侦鑒識專家、有「當代福爾摩斯」之稱的李昌鈺博士在其家鄉江蘇南通如皋舉行的「第三屆國際司法警政刑侦科學教育文化會議」上宣布，他與夫人蔣霞萍女士各捐100萬人民幣，設立鑒識科學教育基金，資助內地有志於刑侦鑒識科學的年輕人赴美深造，為內地培養專業刑侦鑒識人才。

李昌鈺在致辭中表示，「我在美國、在台灣都有基金會，在內地成立基金會的想法由來已久。這個基金會將資助確實對刑侦鑒識科學有興趣的年輕孩子提供獎學金。」

李昌鈺夫人蔣霞萍女士是嘉迪集團有限公司董事長，江蘇女作家，她在接受大公報記者專訪時表示，李昌鈺在台灣的教育基金把有志於學習刑侦鑒識科學的青年送去

美國培訓，學成之後服務社會。蔣霞萍女士辭誠懇，「我們特別希望在中國設立這樣的基金，希望帶動朋友和實業家，共同盡力，送更多德才兼備的內地青年去美國學習，為國家效力。」



▲李昌鈺宣布在中國設立鑒識科學教育基金  
大公報記者陳曼如攝