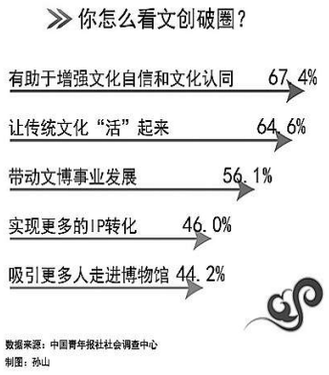
馆藏文物变文创顶流 九成受访青年觉得文创产品越来越受欢迎

67.4%受访青年觉得文创破圈有助于增强文化自信和文化认同



中青报·中青网记者 孙 山
实习生 尚 佳 姚秀清

铜奔马玩偶、三星堆棒棒糖、飞天口红……博物馆中的镇馆之宝，变身文创圈的顶流，如今文创产品越来越受到大家的欢迎。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对2006名青年进行的一项调查显示，90.8%的受访青年觉得近几年文创产品越来越受欢迎了。对于文创破圈，67.4%的受访青年认为有助于增强文化自信和文化认同。

受访青年中，00后占30.2%，90后占51.2%，80后占18.6%。

博物馆/展览馆和影视作品是受访青年了解文创产品主要渠道

首都师范大学数字媒体艺术专业大三学生王佳婧，很喜欢文创产品，平时去参观博物馆、艺术展时，会去售卖文创的店铺选购，“有时看一些影视剧、动画，也会去电商平台购买衍生的文创产品”。

调查中，77.5%的受访青年买过文创产品。交互分析显示，90后受访者买过的比例更高（80.4%），然后是00后（77.7%）。

王佳婧也是一名文创产品的设计者。今年，她带领团队参加了“挑战杯”创业比赛的文创赛道并荣获了市级金奖。王佳婧向记者介绍，团队设计的这套文创产品以建团百年为背景，以青年运动史为主题，他们希望用文创的方式来引导青年学团史。

“考虑受众年龄，我们选取了实用性较高的生活、学习物品进行设计，产品包括书签套装、手账本、珐琅徽章、火漆印章套装。”王佳婧说，在制作过程中运用了图形平面构成和插画海报的设计方式，将红色故事与现代设计结合，展现了共青团百年的发展历程，让团史文化走进生活，也增加了日常生活用品的创意美和故事感，“我们还采用线上线下联动的方式，开发H5小游戏，利用互联网信息的时效性和交互性，吸引更多的青年消费者”。

在北京工作的90后李玉婷（化名）经常会选购一些实用类的文创产品，也会把文创产品作为礼物送给亲朋好友，“有时还会给亲戚朋友家的小孩买文创玩偶，给小朋友讲文创背后的文化故事，希望可以激发他们对博物馆的兴趣，了解更多文化知识”。

数据显示，博物馆/展览馆（50.6%）、影视作品（49.4%）是受访青年了解文创产品主要渠道。其他还有：宣传片（48.0%）、电商平台（45.0%）、旅游景点（40.4%）、博览会/展销会（39.8%）和综艺节目（29.8%）等。

对于文博类文创产品的发展，复旦大学博物馆馆长、复旦大学文物与博物馆学系教授郑奕认为，这是博物馆在“迎合大众需求”与“维护文化资源本来样貌”之间实现的平衡，“两者之间并不矛盾，毕竟社会大众才是终端的买单者，具有话语权”。

郑奕举例，像甘肃省博物馆近年来在文创上的发展，就是一个典型代表。除了在社交平台上受到很多关注的铜奔马文创，该馆今年还推出了“绿马”口罩。铜奔马本身是一匹绿马，“绿码出行”的寓意可以给出行的人们带来好彩头。这款不走寻常路的口罩，引得大家争相佩戴并上传到社交平台“打卡”。

90.8%受访青年觉得近几年文创产品越来越受欢迎了

王佳婧感觉，这几年文创产品的受众逐渐增多，身边有很多朋友喜欢文创，无论老少，都会买一些文创产品。她觉得，在政策的支持鼓励下，文创产品不断更迭，产业前景也很广阔，“随着人们审美和接受能力的不断提高，大家对文创的要求也高了，这让一些光做样子没有文化底蕴或做工不好的文创产品被淘汰”。

调查中，90.8%的受访青年觉得近几年文创产品越来越受欢迎了。对于文创破圈，67.4%的受访青年认为有助于增强文化自信和文化认同，64.6%的受访青年认为可以让传统文化“活”起来。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举分析，文创越来越受欢迎，一方面体现了个性化的文化消费正在兴起，另一方面也体现了文创供给越来越成功。“文创产品比起一般的消费品或旅游纪念品，非常突出的特点是审美意义上的个性化，它的设计感也更强。供给创造需求，有越来越多的文创产品，也相应地激发了消费者的热情和热爱”。

王佳婧觉得，在文化基础上发挥创意进行创造，产出高附加值的产品，有助于增强文化自信和文化认同，让传统文化“活”起来，“文创产品的发展也带动了文博事业、旅游景区的发展，是一个良性循环”。

调查中，56.1%的受访青年认为文创破圈可以带动文博事业发展，46.0%的受访青年认为可以实现更多的IP转化，44.2%的受访青年认为可以吸引更多人走进博物馆，33.9%的受访青年认为可以给旅游景区带来更多宣传推广。

“文创破圈意味着原本属于小众领域的文创产品，逐渐将影响力拓展到了大众文化消费。”魏鹏举认为，这体现了文化日益大众化，很多高雅文化进入到日常生活，起到了很好的文化传播与普及作用。“另外，原本满足特定人群的文博产品，破圈进入寻常百姓家，尤其是年轻人的生活空间，成为他们的一种生活现象，这也是文化繁荣发展的重要体现”。

“文化的传承和普及，是文博机构很重要的使命。文创的发展，可以让文化更加贴近生活、深入人心，尤其是更加吸引年轻人。这可以在数字化时代更好地发挥文化的传承和社会教育作用。”魏鹏举说，文博机构破圈发展，生产更多优质的文创产品，不仅服务本地市民的文化需求，也为游客提供综合的文化服务，可以给他们带来更好的文化享受，从某种意义上成为文旅融合的典范。

扫一扫 看视频

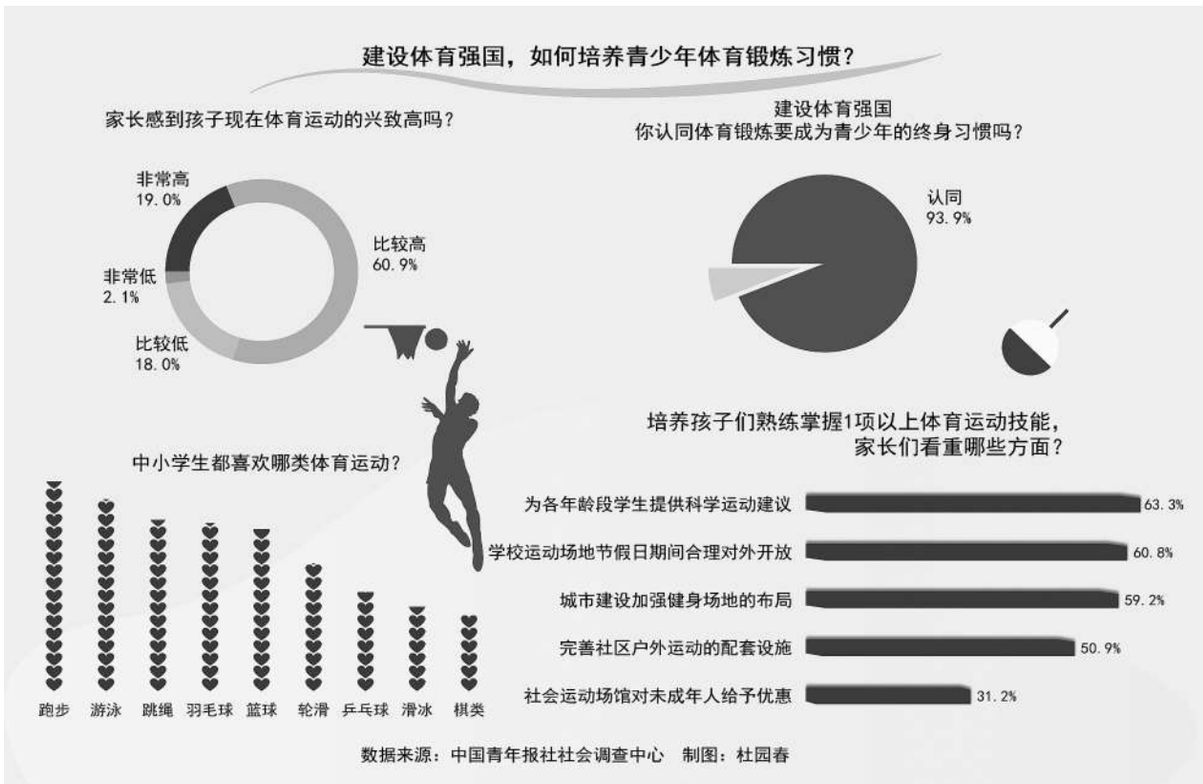
建设体育强国 93.9%受访家长认同体育锻炼要成为青少年终身习惯

79.9%受访家长感到孩子体育运动兴致高，跑步、游泳、跳绳最受欢迎

中青报·中青网记者 杜园春
实习生 尚 佳

在党的二十大报告中，习近平总书记强调，要加快建设体育强国。在体育强国建设的过程中，青少年体育是重中之重。重视青少年体育，培养运动兴趣，养成健康文明的生活方式，具有重要意义。

上周，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对2673名中小学生家长进行的一项调查显示，79.9%的受访家长感到孩子现在体育运动的兴致高。跑步、游泳、跳绳最受青少年欢迎。93.9%的受访家长认同体育锻炼要成为青少年的终身习惯。



79.9%受访家长感到孩子现在体育运动的兴致高

山东济南的孙谦，儿子今年上大一。他介绍，儿子很爱运动，尤其热爱打篮球、乒乓球。“中学时学校每年举行的运动会，他都积极报名，参加过跳远，400米、800米、1500米跑等很多项目”。

张雅今年上初三，是学校田径队的运动员。“我喜欢跑步，在小学也是田径运动员。初一刚入学我就加入了学校的田径队，现在每周一次的田径队训练我都积极参加。我还喜欢打羽毛球，有空了就会和同学们打一打”。

今年上初二的赵小欢对体育的兴致“一般般”，“体育课上要起来活动，我觉得比其他课程还要累，而且想要提高成绩很难，我也没那么多时间去练习”。

79.9%的受访家长感到孩子现在体育运动的兴致高，其中19.0%感到非常高。仅2.0%的受访家长认为孩子不喜欢体育运动。交互分析发现，受访小学生家长感到孩子体育运动热情的比例最高（85.2%）。

孩子们都喜欢进行什么体育运动？调查显示，跑步最受欢迎，排在二三位的是游泳和跳绳。之后是羽毛球、篮球。其他主要还有：轮滑、乒乓球、滑冰、足球、棋类、跳操、武术、网球、冰雪运动等。

北京师范大学体育与运动学院教授毛振明建议青少年，要掌握能够终身进行运动的技能，从8岁运动到80岁，长久地进行下去。“比如，相比蹦床、跳伞、拳击这些项目，网球、乒乓球、跳绳就是终身的体育项目，是适合年龄跨度很大的运动技能”。

进行体育运动，63.9%受访家长感到孩子放松身心、压力减少了

孙谦表示，儿子特爱运动，喜欢跑步、打球，这让他的性格也更加阳光。因为热爱运动，他体格强健，肌肉也发达，浑身有着使不完的劲儿。“运动带来的另一个改变就是，他的精神状态很好，总是很饱满。整个人有气势、有活力”。

张雅说，坚持体育运动让她时常感到体能在提升，“原来我喜欢晚睡，现在作息很规律，早睡早起。早晨也能出门晨练，身体素质好了，免疫力提高，不再容易生病。经常运动，还能释放学习压力，提高学习效率”。

河南郑州的叶倩，女儿读高二。她说，自从进行规律的体育运动，孩子的体育运动水平得到了明显提高，跳得越来越远，实心球也扔得越来越好。“现在高中阶段，她更是爱上了运动，变被动为主动，自己计划各种体育活动。身材比例变好了，精力也更加充沛，人也更有自信了。孩子有这样的改变我特别欣慰”。

孩子爱上体育运动，会带来哪些变化？数据显示，放松身心、压力减少了（63.9%）是受访家长最普遍的感受。其次是拓宽视野、丰富心灵（47.6%）。其他主要还有：比以前活泼开朗了（43.9%），迎难而上的拼搏意识变强了（43.1%），身体素质提高了（42.1%），团队协作能力、临场应变能力得到提高（36.7%）。

93.9%受访家长认同体育锻炼要成为青少年的终身习惯

叶倩觉得，运动能使人受益终身，培养孩子们的体育技能很有必要。“我觉得‘四肢发达头脑简单’这句话不对，应该是‘四肢发达了，头脑更发达’。因为人在运动时会分泌多巴胺，使情绪积极，消除抑郁，愉悦身心，带来精神自信、交往自信等”。

在党的二十大报告中，习近平总书记提到要加快建设体育强国。建设体育强国要从青少年开始，培养终身运动者。93.9%的受访家长认同，体育锻炼要成为青少年的终身习惯。对此，小学生受访家长认同度最高（97.7%），其次是高三学生家长（94.2%）。

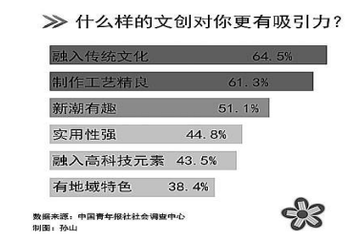
毛振明认为，孩子掌握运动技能、热爱运动，对其一生的健康与幸福生活意义重大。“进行体育运动令孩子们心情舒畅，拥有一个健康的体魄。也会培养体育运动兴趣，获得一个终身受益的爱好”。他说，因为体育是竞争性的运动，孩子能从中体验到拼搏的快乐，证明自己的卓越，也在自己的肯定与他人的赞赏中变得更加自信，面对生活的态度会更加积极向上。

叶倩感到，目前家周围可供孩子运动的场地、设施都非常有限。“想去锻炼，还得走一段路程，或者去专门的健身中心，满足不了随时随地锻炼的需求。希望能够规划建设方便孩子运动的社区环境。而且在家进行体育运动，也担心方法不科学导致出现拉伤等问题，希望能有学生体育运动的科学指导”。

毛振明提到，场地受限是目前青少年体育运动面临的一大问题，家庭周围没有适合锻炼的地方。而且现在学生们住得分散，放学各自回家，缺少一起运动的伙伴。他还指出，目前学校体育课仍存在教授技能蜻蜓点水、重复的问题。“很多孩子的体育技能是在课外习得的。但还有很多孩子没有参加这些课程的机会。校内体育课程教学需要得到根本的转变”。

培养孩子们熟练掌握1项以上体育运动技能，63.3%的受访家长期待为各年龄段学生提供科学运动建议，60.8%的受访家长希望学校运动场地节假日期间合理对外开放，59.2%的受访家长期待城市建设加强健身场地的布局，50.9%的受访家长希望完善社区户外运动的配套设施，31.2%的受访家长希望社会运动场馆对未成年人给予优惠。

受访家长中，孩子在小学的占46.8%，初中一二年级的占23.9%，初三的占14.4%，高中一二年级的占9.2%，高三的占5.8%。



什么样的文创更吸引年轻人？受访青年认为要融入传统文化

艺术品、日用品、服饰类文创更受受访青年欢迎

中青报·中青网记者 孙 山
实习生 姚秀清

如今，越来越多深挖文化内涵、极具创意的文创产品吸引了年轻人的目光。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对2006名青年进行的一项调查显示，融入传统文化（64.5%）、制作工艺精良（61.3%）的文创产品对年轻人更有吸引力。艺术品（57.0%）、日用品（55.8%）和服饰（52.3%）是受访青年比较感兴趣的文创类型。

艺术品、日用品、服饰类是受访青年感兴趣的文创类型

在北京读大三的邓茜（化名），学的是艺术市场专业，平时在去博物馆、美术馆参观后，她都会去文创体验馆欣赏或选购心仪的产品，也会在一些博物馆的官方旗舰店、网店买文创。她感觉这些文创产品质量有保障，随着互联网、短视频的发展，得到了更广的传播，“更多人愿意去了解或购买文创，扩大了文创的市场知名度和受众群”。

“现在的文创产品很丰富，有品牌、有IP就能做文创。”首都师范大学数字媒体艺术专业大三学生王佳婧，平时很喜欢文创，她比较看重文创产品的设计感，对艺术类的文创更感兴趣，“然后就是实用性，会喜欢一些日用品”。

数据显示，受访青年感兴趣的文创产品主要有艺术品（57.0%）、日用品（55.8%）、服饰（52.3%）。其他还有：美妆（42.8%）、文具（41.3%）、潮玩（35.2%）等。

融入传统文化的文创产品对受访青年更有吸引力

在北京工作的90后李玉婷（化名）说，自己生活中处处有文创产品的影子，书桌上摆着博物馆的灯饰、日历、香薰，床上放着文创玩偶，出门会佩戴有文创设计的口罩。李玉婷感觉，这几年文创越来越出圈，成为年轻人的新宠，“感觉前几年，是几家有名的博物馆做文创。现在很多博物馆、旅游景区，都会推出自己的文创产品，而且很多都很新奇，有创意”。

李玉婷表示，自己对融入传统文化元素的文创产品更感兴趣，“在使用这类文创产品时，会不禁想要多了解背后的故事”。李玉婷说，自己最近用了一些敦煌的文创产品后，特别想要去实地参观，“当我看着那些印有精美纹饰、飞天壁画的文创产品时，就特别期待可以一睹真容”。

什么样的文创产品对你更有吸引力？64.5%的受访青年认为是融入传统文化的，61.3%的受访青年认为是制作工艺精良的。其他还有：新潮有趣（51.1%）、实用性强（44.8%）、融入高科技元素（43.5%）和有地域特色（38.4%）等。

邓茜觉得，随着文创的发展，文化宣传的方式越来越年轻化，更为年轻人所接受，也让优秀文化被更多人所熟知，“像甘肃省博物馆‘马踏飞燕’系列文创作品，就非常有创意，会让大家有兴趣了解这件文物背后的故事、美学元素，提高大家对相关历史文化的了解”。

“有些博物馆的藏品，原本是比较严肃的，如果能在保持其内涵的基础上，结合时下人们的审美进行创意设计，那么文创产品会收获更多人的喜爱。”李玉婷期待可以看到更多兼具文化性与创意性的文创产品。

邓茜期待，可以有更多年轻人喜闻乐见的文创产品，进一步带动文博事业发展，让优秀的传统文化被更多人看到和了解。

扫二维码 填答问卷 发表意见

在你眼中家风是什么？

习近平总书记指出，家风是社会风气的重要组成部分。千家万户都好，国家才能好，民族才能好。习近平总书记在党的二十大报告中强调，要加强家庭家教家风建设。在你眼中，家风是什么？扫一扫二维码，一起来说说吧。

你也可以关注“青年调查”微信公众号（微信号：zqbsdzx），点击“有奖调查”栏目参与调查。填答案有惊喜哦！

奖励说明：我们会在所有答题者中，抽出10名移动幸运读者，每人赠送30元手机充值卡。

“在平凡岗位上，该如何诠释‘工匠精神’？”二维码扫码调查获奖名单

184××××7318 138××××6459
136××××7376 139××××3099
139××××3566 151××××8584
134××××8610 199××××1791
187××××1997 199××××6199

87.9%受访家长重视培养孩子的运动能力

67.9%受访家长会陪孩子一起进行体育活动

中青报·中青网记者 杜园春
实习生 尚 佳

“加快建设体育强国”被写进党的二十大报告中，建设体育强国要从青少年开始。自“双减”以来，学生们课后时间多了，强身健体也得到越来越多家长的重视。

上周，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对2673名中小学生家长进行的一项调查显示，87.9%的受访家长在家庭教育中重视培养孩子的体育运动能力。67.9%的受访家长会陪着孩子一起进行体育活动。

受访家长中，孩子在小学的占46.8%，初中一二年级的占23.9%，初三的占14.4%，高中一二年级的占9.2%，高三的占5.8%。

87.9%受访家长重视培养孩子的体育运动能力

山东济南的孙谦，儿子今年刚上大一，酷爱运动。他介绍，自己和爱人从小就特别注重培养儿子的体育精神。“篮球、跳高等弹跳类运动有利于孩子长高，所以从小学开始，我就让孩子学着打篮球，孩子也爱上了这项运动。现在他已经长到1米86了。还有乒乓球，能够锻炼他的反应能力、专注能力，对视力发展也有好处，我也让孩子坚持了下来”。

“我们家一直是我陪孩子打乒乓球、篮球，他妈妈陪他一起跑步。一上小学，我们就给他报了乒乓球和篮球的培训班，让孩子掌握正确的运动技巧，真正起到强身健体的作用。”孙谦说。

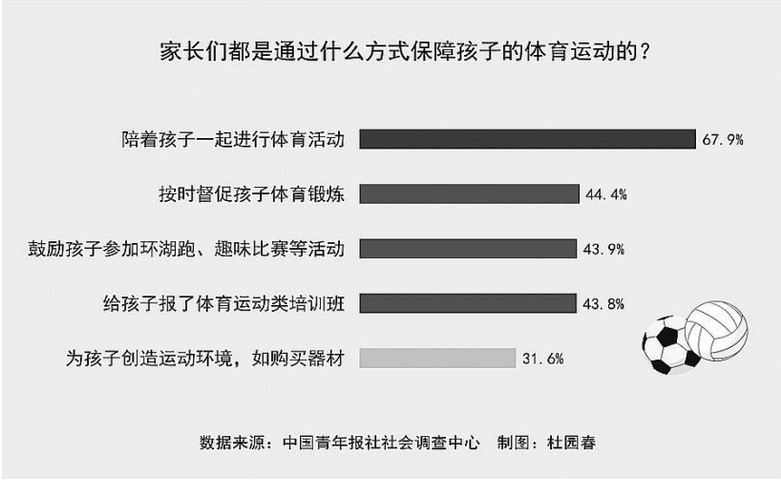
张雅今年上初三，小学和初中她都是学校田径队的运动员。每天吃完晚饭，父母都会带张雅下楼运动，绕着小区慢跑，或者一家人打打排球。在节假日，运动比平时还要积极。“爸爸妈妈还鼓励我参加一些区运动会之类的体育比赛。在家他们给我买了跑步机等运动器械，运动氛围很浓”。

如今，87.9%的受访家长在家庭教育中重视培养孩子的体育运动能力。具体来看，孩子所在年级越低，家长们的重视程度越高。小学生家长最为重视（91.1%）。

67.9%受访家长会陪着孩子一起进行体育活动

河南郑州的叶倩，女儿读高二。她坦言，自己特别重视孩子体育活动这件事，但时间不够，她和爱人就充分利用碎片时间、节假日，陪孩子运动，“平时晚上我会陪女儿一起跳绳，出门夜跑时爸爸也都一定在身边跟着。临近体育考试时，会围绕孩子考试项目集中训练。既能缓解孩子学习压力，我们还能跟着动一动”。

孙谦感到，家长要改变观念，不要觉得体育活动可有可无、挤占学习时间。课外时间应多鼓励孩子到室外去打球、跑步、锻炼。“我觉得培养孩子的体育活动兴趣非常重要。只有他们自己喜欢一项运动，才会自然而然、快乐地进行”。



北京师范大学体育与运动学院教授毛振明提醒家长，要认识体育运动的意义。帮助孩子创造各种运动的机会，“家长首先要有锻炼的意识，去找时间、挤时间，让孩子去运动。并帮助孩子找到一个适合的运动项目。”他还说，因为进行体育运动是比较累的，对很多孩子来说，体育爱好并不容易培养。就需要家长去鼓励、激励孩子坚持下去。

家长们通过什么方式来保障孩子的体育运动？调查显示，陪着孩子一起进行体育活动是受访家长最普遍的做法，67.9%的受访家长选择这样做。其次是按时督促孩子进行体育锻炼（44.4%）。其他还有：鼓励孩子参加环湖跑、趣味比赛等活动（43.9%），给孩子报了体育运动类培训班（43.8%），为孩子创造运动环境，如购买器材（31.6%），报名参加亲子类体育运动项目（28.3%）。