

新中式转向“轻中式” 新年衣橱“做减法”

新春将至，锡城商场年味渐浓。连日来，记者走访发现，今年，春节服饰专区的陈列悄然生变：不再是一眼望去的织锦缎、盘扣等，取而代之的是马甲搭白衬衫、中式立领配牛仔裤的组合。业内人士介绍，这种“上班也能穿”的春装有个新名字——“轻中式”。从新中式到轻中式，新年衣橱正在经历一场“减负”，“松弛感”成为关键词。

新中式转向“轻中式”

往年，新春服饰货架上，盘扣、刺绣、提花缎是绝对主角。一件标准的新中式外套，门襟必有醒目盘扣，面料多为宋锦、香云纱等传统提花织物，光泽感强、纹样繁复。消费者往往从头置办到脚，整套出战才叫“过年”。

今年，大东方百货多个品牌专柜呈现另一种面貌。在一家品牌女装店，记者看到热销款外套门襟上的盘扣要么消失，要么只剩领口一颗作为点缀，固定方式改为隐藏按扣或系带。面料换成羊毛、粗花呢等日常材质，版型也不再紧身收腰。同样，改良立领衬衫的领口明显降低、变软，部分款式甚至呈现自然塌陷；马面裙也经过改良，保留传统两片共腰形制，但纹样刺绣被省去，面料替换为纯黑羊毛呢，加入些许金属镀膜纤维以增添光泽。

“以前消费者找中式元素，是要求

它一眼能看出来；现在的要求是‘有那个味道，但别太刻意’。”工作人员杨黎冬向记者介绍，这种将中式元素作为点缀，而非主打的穿搭风格，业内称之为“轻中式”。“它和新中式最大的区别是，新中式是为节日准备的，轻中式是为日常准备的。”她举例，今年春节档卖得最好的单品，恰恰是那些“脱离传统搭配依然成立”的单品，比如中式衬衫配牛仔裤，缎面半裙搭卫衣，不再需要为了一件衣服重购一整个衣橱。

市纺织工业协会相关负责人张弘将这种变化概括为：中式元素从“主角”到“调料”的演进。他回顾，前几年新中式走红时，消费者追求的是显性的文化表达，而如今的轻中式，更像是将中式元素拆解、稀释，融入日常衣橱。“门襟少一颗盘扣，领口矮两厘米，场景就完全不同了。”



红色从主角变“点缀”

设计元素的简化并非孤例。同样的“减负”逻辑，也体现在春节服饰的色彩逻辑上。

往年春节前夕走进商场，满眼皆是正红——红色大衣、红色毛衣、红色围巾在橱窗上层层叠叠铺开。而今年，红色依然在，姿态却明显放低。多个品牌不再以大红色作为主陈列色调，转而以几件单品作点缀，或干脆将正红调整为枣泥红、砖红、铁锈红等低饱和度色系。有的外套仅在门襟处嵌一道细红线，不细看几乎难以察觉。

正在试穿一件枣泥红羊毛大衣的市民李女士说，往年春节买衣服，红色是心头好，“不买件红的都觉得没过年”。但这类衣服往往过完初

六就再没机会穿，“挂进衣柜一年压灰一年”。今年她选择了一件低饱和度的红色开衫，“过年应个景，过完年上班开会也能穿。”

大东方百货鄂尔多斯专柜店长张小倩同样感受到色彩策略的变化。她告诉记者，今年品牌推出的红色毛衣依然是主打款，但定位已截然不同：“往年红色毛衣是‘过年战袍’，更偏向仪式感，但今年主推的更偏向日常，红色只是为了给衣服添一点年味，过完年照样能穿。”在她看来，从盘扣简化到红色减淡，新年衣橱悄然偏向了一种更务实的选择：既要节日的一点意头，也要日常的百搭自如。

（记者 陈婧怡/文、摄）

马年看“唐马” 青花釉彩里藏着中国式浪漫

本报讯 马年看“唐马”！青花釉彩里藏着中国式浪漫。近日，“马到成功——王兴华绘画瓷器作品展”在吴冠南艺术馆开幕。本次展览将持续至3月10日，旨在为市民和游客呈现一场融合传统水墨与现代瓷艺的文化盛宴。

步入展厅，青花的雅致、釉里红的明艳与新彩的灵动交织辉映，一件件瓷绘作品在灯光下泛着温润光泽。宜兴市美术家协会副主席、无锡工艺职业技术学院副教授王兴华深耕艺术创作多



年，曾赴英国南安普顿大学、法国巴黎国立高等美术学院进修，作品多次入选全国美展，并斩获“艺博杯”金奖等重要奖项。此次展览中，他将中国水墨写意的笔墨气韵与现代陶瓷工艺深度融合，突破了瓷器作为工艺载体的局限，使其成为承载艺术表达的“第二画布”。

展厅内，以马为主题的作品尤为引人注目。王兴华笔下的骏马线条奔放洒脱，蓝彩泼墨间尽显肌肉张力与动态韵律，既具备扎实的写实功底，又饱含大写意的艺术情怀。除奔腾骏马外，《游春图》系列经典题材作品同样令人沉醉。仕女衣袂以淡彩晕染，面部仅勾勒数笔便神态尽显，在“似与不似”间传递出古典仕女的优雅气韵；马匹缓步徐行的场景，生动还原了唐代的雍容

气象。

据悉，此次展览是吴冠南艺术馆春节期间系列文化活动的重要组成部分。正值“TAO 最宜兴 新春加‘马’”文旅消费推广活动火热开展，市民游客可在逛新春市集、品团圆宴之余，走进艺术馆感受瓷绘艺术的独特魅力，在笔墨瓷韵中体悟传统文化的当代生命力，为春节假期增添浓厚的文化年味。

（何小兵/文、摄）

精品文化惠民 “艺润梁溪”全新启航

本报讯 2月13日，2026年梁溪区“艺润梁溪”精品文化惠民活动启动仪式暨“茉莉花开 锡路芬芳 梁溪雅韵”文艺直通车行动在二泉广场隆重举行，标志着“艺润梁溪”活动品牌全新启航。

作为年度重点文化民生工程，“艺润梁溪”精品文化惠民活动全年计划开展高品质文化惠民活动不少于100场，覆盖全区各街道，预计直接服务群众超50万人次。活动致力于打造具有梁溪特色、群众喜闻乐见的常态化文化服务品牌，通过创新服务模式、丰富文化供给，全面提升基层公共文化服务效能，让文化惠民的春风吹遍大街小巷。

值得关注的是，“茉莉花开”文艺直通车服务模式是“艺润梁溪”活动品牌中的核心亮点，整合展演、非遗、戏曲、舞蹈等多元形式，打造全域覆盖、全民共享、全年不断的文化惠民体系。该模式以“菜单式”点选服务、“主题化”系列活动、“集成式”专场配送三部分构成，形成“基层点单一文化派单一群众评单”的闭环服务机制，实现“月月有主题、季季有亮点、年年有精品”的文化生态，构建“省级院团+本土团队+民间艺人”的三级配送梯队，并依托动态更新节目库精准适配不同层次文化需求。

启动仪式上，2025年梁溪区特色文艺团队展演优秀文艺作品、优秀文艺团队依次接受表彰，一批深耕创作的文艺团队与精品节目登台领奖。此外，活动还为街道颁发了优秀组织奖、最佳组织奖，向打通公共文化服务“最后一公里”的坚实力量致以崇高的敬意。

（吴玉雯）

