

2024 范長江行動 香港傳媒學子江西行 之3



▲傳媒學子穿上米蘭時裝周上展示過的羽絨服體驗走秀。

大公報攝



▶傳媒學子在墾荒文化實踐基地合影。

大公報攝

港生訪內地羽絨「第一廠」 探尋老品牌起死回生之道 老國貨華麗轉身 亮相米蘭驚艷世界

伴隨着中國消費市場的增質擴容、文化自信和吸引力的增強、Z世代消費群體的迅速崛起，以及科技創新帶來新消費場景等特徵的湧現，兼具高顏值、個性化、性價比的國貨品牌迅速崛起，成為近年來消費市場的最大亮點。「中國的鴨鴨，世界的朋友」，這是來自江西的羽絨服品牌、內地羽絨「第一廠」——「YAYA（鴨鴨）」，在上世紀的廣告語。2023年9月，鴨鴨首次亮相世界四大時裝周之一的意大利米蘭時裝周，向國際時尚界演繹東方文化與現代感交融之美。這個擁有52年歷史的中國國民品牌，在經歷了輝煌和落寞之後「起死回生」，再次站在全球服裝時尚的風口。

大公報實習記者 黃潔儀、李博池、張豪軒、曾慶芳江西報道

7月20日，「2024范長江行動江西行」香港傳媒學子走進位於江西省九江市的鴨鴨集團。穿梭於琳瑯滿目的展示服裝之間，學子們摸一摸這件，看一看那件。其中，一款整體呈現碧綠、有飛鳥翱翔圖樣的羽絨服尤其吸引學子們的注意，它將古典與現代元素完美融合，極具中國文化之美，亦符合當下年輕人對於時尚、個性的追求。學子們還在工作人員的指導下，親自上手使用縫紉機裁剪衣物，穿上鴨鴨集團還沒上市的新品服裝走了一場T台秀。有學子表示，鴨鴨羽絨服向國際呈現了東方文化與時裝的無界交融，展示了中國傳統文化的魅力。

板鴨廠內辦羽絨加工廠

鴨鴨羽絨服起源於上世紀50年代。1955年，98位上海知青懷揣夢想來到江西省九江市鄱陽湖畔墾荒，他們借助浩渺的水面幹起了水禽養殖，隨着養鴨賣鴨，建板鴨廠賣板鴨……鴨鴨集

團創辦人蔣仲平開始思考，鴨毛如何變廢為寶，後來他着手在板鴨廠裏籌辦羽絨加工廠，成立了鴨鴨集團。1972年，內地第一件羽絨服在共青城誕生，鴨鴨也成為內地第一個國民羽絨服品牌。

攜手全球設計師 詮釋國潮風格

到了20世紀80年代，鴨鴨羽絨服更一度成為國禮贈予蘇聯領導人戈爾巴喬夫夫婦。曾經，鴨鴨在內地市場佔有率超30%。但到了本世紀，人們對於羽絨服需求升級，從追求保暖性到兼顧美感，而鴨鴨長期以中年群體作為消費核心，品牌也被打上「土氣」的標籤。隨之而來的是鴨鴨集團門市數量不斷減少，市場佔有率一度跌至不足5%。然而，國潮的崛起，為鴨鴨品牌注入了新活力。「想要不被淘汰，我們既要跟上時代，也要保留自己的獨特性，讓人們對我們的印象是經典而非老舊。」武漢紡織大學共青城紡織服裝產業研究院院長王秋寒說。

據王秋寒介紹，從2018年開始，鴨鴨品牌開始將國潮元素納入羽絨服的設計之中，花鳥、山水、荷葉等成為鴨鴨服裝上的「常客」。2023年，鴨鴨設計的一款羽絨服宛如中國宋代名畫《千里江山圖》，衣襟上奔流飛瀑，腰帶上綿延山脊，在法國巴黎的秀場引起轟動。鴨鴨品牌多次與國內外知名設計師積極開展合作，提升品牌時尚度的同時詮釋國潮風格。此外，鴨鴨借助明星效應，曾邀請年輕偶像王一博將國潮文化傳遞給更多的年輕受眾。在電商平台上，鴨鴨不僅推出了多款國潮風格的羽絨服產品，而且以短視頻和直播的形式向消費者展示產品優勢。從2019年到2022年的三年時間，鴨鴨實現了全渠道GMV（商品交易總額）從8000萬到超百億的增長奇跡，晉身網紅品牌。目前，鴨鴨羽絨服在內地市場佔有率位列平價羽絨服類目全渠道TOP1。



▲王秋寒介紹羽絨服上的中國風設計。大公報實習記者張豪軒攝



▲傳媒學子在共青墾荒文化體驗園採訪當年的墾荒隊員。大公報攝

學子手記

「向困難進軍，把荒地變成良田。」有人並未把它只當作口號，他們曾用行動完美詮釋着這說話。「2024年范長江行動江西行」的學子們來到位於共青城市金湖鄉的共青墾荒文化體驗園。這裏是以「共青墾荒場舊址」為核心的綜合紅色教育實踐基地。弘揚「墾荒精神」為主題的綜合紅色教育實踐基地。當跨越半個世紀的足跡漸漸重疊，「堅韌不拔，艱苦創業，崇尚科學，開拓奮進」的「墾荒精神」讓人深深觸動。

VR體驗艱苦歲月 學習「墾荒精神」

共青城市是一個從無到有，從荒灘起步，全國唯一以共青團命名的城市。1955年10月，中國新民主主義青年團中央向全國青年發出「到農村去，到邊疆去，到祖國最需要的地方去」的號召。在全國青年墾荒運動的鼓舞下，同年，上海市第一支青年志願墾荒隊從上海出發，來到當時的江西省德安縣八里鄉（後改為米糧鋪鄉）拖溝嶺墾荒種地，在沒有水和電的情況下，這群自願投身祖國建設熱潮的年輕人開墾豆乾田，搭建茅草棚，創建了江西省第一個農墾合作社——共青社。「他們的條件真的很艱苦。」學子曾慶芳感嘆道。

在墾荒VR體驗館，學子們通過戴上VR設備和墾荒隊員對話以及墾荒小能手等項目，進一步體驗共青墾荒創業的生活日常。學子王楷源感慨地說：「很有意思，這種沉浸式體驗更能讓我直觀地感受到當時的艱苦歲月。」老墾荒隊員倪新華告訴記者，自己從上海來到這裏從不後悔，家裏三代人現在都在共青城生活。

大公報實習記者 尹瑾、李瑩茵、馬見穎、黎鴻業



▲設計靈感源自《千里江山圖》的羽絨服亮相2023秋季中法時裝周。

穿《千里江山圖》走秀 法國模特不求報酬

衣襟上有山澗奔流的飛瀑，腰帶上有《千里江山圖》的山脊。當「千里江山」登上巴黎秀場，你能相信這些羽絨服都來自一個小小的中部縣城嗎？聯合武漢紡織大學成立共青城紡織服裝產業研究院，鴨鴨羽絨服插上了科技的翅膀。3D打印出青花的輪廓、馬賽克勾勒出潑墨的瀟灑……國風羽絨服登上了巴黎中法時裝周的秀台。

2024年是中法建交60周年，也是中法文化旅遊年。為促進兩國人文交流，一系列中法文明對話交流活動陸續舉行。2023年，武漢紡織大學共青城紡織服

裝產業研究院「95後」設計師王冉，和團隊一起設計的30餘款羽絨服初登巴黎秀場，其中就包括以《千里江山圖》為靈感設計的羽絨服。「中國風」設計讓巴黎時尚界人士睜大了眼睛。當天走「秀」的法國模特瑪林·尼古拉說，不要當天報酬了，只想要身上這件羽絨服，因為它太美。法國國際藝術沙龍展執行董事伊莎貝爾·勞森說：「非常喜歡這場『秀』，很有中國意境。」法國時尚學院院長格扎維埃·羅馬泰表示，中國特色鮮明的圖案、紋飾和設計，越來越被法國及歐洲時尚界認可，期待看到更多中國元素在世界時尚舞台上閃耀。

新華網

創新中醫藥食療 打動年輕消費者

江中食療科技有限公司是從江西省傳統國藥廠江中製藥的深厚底蘊中破繭而出的食品企業，以其獨特的食療理念，探索出一條發展獨立營養食品產品的新賽道。近年來，該企業深刻洞察年輕消費者對健康與便利生活的追求，研發團隊以傳統養胃理念為基石，創新推出了一系列既符合年輕人口味又不失養生功效的新產品，同時通過線上線下的多渠道覆蓋，讓產品觸達市場每個角落。在江中食療，米稀這項傳統食品，通過創新研發已轉化為健康零食，並有原味、紅棗、核桃等多種口味，在滿足不同消費者的口味需求的同時，兼具養胃功效。

據介紹，江中食療科技有限公司還把中醫食療和現代生活很好地結合在一起，創建了一個集生產、宣傳、旅遊於一體的工業文旅基地，深受遊客喜歡，成為網紅打卡點。

大公報實習記者馬見穎、黎鴻業、李瑩茵、尹瑾

發展低空經濟 民眾參與度成關鍵

「低空經濟，是未來的藍海，也是創新的熱土。」這句話正逐漸在江西共青城市成為現實。隨着低空經濟逐漸成為國家戰略性新興產業的重要組成部分，共青城市搶抓機遇，高標準打造江西省首個低空經濟產業園，為區域經濟發展注入新動能。

共青城市低空經濟產業園以通用機



▲學子體驗飛機駕駛。大公報實習記者黎鴻業攝

場為核心，分為通航運營、通航製造、通航文旅和通航服務四大板塊，規劃面積達4.1平方公里，總投資約50億元（人民幣）。園區負責人介紹，目前園區內的A1類通用機場已取證運營，擁有1200米硬質地面跑道、600米草坪跑道，並規劃建設3000米水上跑道。園區已吸引無人機蜂群組網遙感、飛艇製造等多個項目入駐，涵蓋研發、應用等多個領域。

目前園區內的航空主題樂園已建成使用，同時開展飛機駕駛執照培訓、航空科普研學等活動，公眾可以參與豐富體驗項目，記者留意到，發展低空經濟，提升普通民眾的參與度也是關鍵一環。目前，固定翼、滑翔傘、三角翼飛行體驗人數已超過5000人，飛機駕駛執照培訓人數達到59人，航空科普研學參與人數超過2000人。

大公報實習記者 馬林興、王楷源、姚淑敏、章嘉伊

漫遊「夜上海」 港贛學子以樂會友

「2024范長江行動江西行」的學子們來到了共青城市上海風情街體驗參觀。學子們親身感受到了夜晚街頭的繁華，也被獨特的街景和豐富多樣的娛樂所吸引，更是加強了彼此之間的交流。

共青城市上海風情街長四百餘米，共六十多家店鋪，當地致力於重現上世紀夜上海時期的街景，還原了包括茶館及旗袍店等諸多上海特色店鋪。復原歷史的同時，風情街也不忘加入受到年輕人歡迎的娛樂設施，如VR體驗館、售賣潮玩的商舖等，古今文化在一條街道中交織。香港都會大學的張豪軒同學被街道旁的步槍打靶遊戲吸引，他頗有「射擊」天賦，彈無虛發。「在香港，幾乎看不見這些街邊遊戲，令我感到很新奇，也增加了對內地的認識！」

見到街道盡頭的餐廳有點歌的舞臺，學子們即刻決定以樂會友。熱情的香港學子們演唱了beyond樂隊的《喜歡你》和陳奕迅的《單車》，江西學子們則演繹了由內地著名音樂組合鳳凰傳奇演唱的《奢香女人》。歌詞琅琅上口，節奏輕快，演唱也逐漸從江西學生的獨唱演變為了兩地學生的大合唱。

大公報實習記者黃彥彰、張唯一、林遠楠、黃沁沁