



11月19日的汉服巡游活动,由本市各汉服社团成员及爱好者们共同参与。摄影 杨晓旭

国风成潮



“他们穿的是古装吗?”小朋友在问。
“这就是汉服。”身边的爷爷在回答。

11月19日上午,天津汉服爱好者们在“11·22汉服节”,自发组织的巡游活动。很多路人游客拿起手机、相机进行拍摄,汉服,成为近期社会关注热词。

从年初开始,包括天津在内,各地文旅市场、商超企业越来越多地通过安排汉服活动来吸引关注和消费,两相结合的效应,国潮风持续强劲,更是成为了文旅经济的亮点。“汉服复兴”20年,一些变化在今年尤为凸显。

强劲助力城市全景

今年“花朝节”,成为全国不少景区、游乐园重视的文化IP,推出了各种汉服活动以及汉服游客限时免费游览政策,以期作为市场复苏的重要起点。

在天津,第十五届天津蓟州梨园文化旅游文化节的主会场设在了梨木台景区。万物复苏,梨木台花朝节将自然与国风相融,打造了一系列文化表演:十二花神的花神巡游、花朝盛典等,梨花吐蕊,汉服小姐姐们,与山水景观相映成趣。工作人员介绍,开幕当天客流量达到近5000人,不少外地游客慕名过来登山赏花,“相关活动持续到4月底,也成功拉动五一假期的景区消费。”

黄崖关长城景区推出的《大明边塞》国风盛典系列活动持续火热。沉浸式实景演出,汉服演员在游客身边表演,游客亲自擂鼓助威,互动让原本只是游山看景的游客成为风景的一部分,体验感十足。传统名胜景区,因国风活动再次展现天津魅力,更带动周边农家院火爆。花朝节开幕当日,附近不少农家院客房预订,直接满额到五一假期。



城里的风光,更是迤邐与威武共鸣。五一假期,各种丰富的民间花会踩街活动,与汉服展演助力假日经济强势吸睛。当时,古文化街景区的“点亮古街·津夜无眠”系列活动,执行官身着汉服来主持启动仪式。武备巡街活动更是成为亮点,数据统计,16场演出,每场吸引5000多人拍照互动。端午、中秋、国庆三大假期内,在金街、南京路的商家,纷纷将节日庆典与汉服、市集相结合,扩

展了城市文化青年的积极参与,也营造出假日经济的文化氛围和新消费模式。

包括婚庆市场、全国性汉服模特比赛,今年的天津汉服活动都格外火爆。

天津汉服文化和文旅市场、商超企业相结合非常早。天津汉服同萌会的白龙说,2009年朗香街开业,“我正读高三,在开街仪式上看到天津汉服社团表演才萌生加入的想法。”第二年,白龙读大一,他已经和同胞们一样,穿着自己第一件汉服站在舞台上朗诵诗词了。

五一假期中,礼录斋武备团队在古文化街武备巡街活动中,吸引了众多游客。

正本清源 上善 汉洋折中 大美

今年,是“汉服复兴”20周年,11月19日的汉服巡游,还有这样一个小插曲。

汉服爱好者南萧自己穿着明制直领大襟,给儿子的汉服是明圆领袍补服,特意加上“三品文官”的孔雀牡丹补。在马可波罗广场时,一名游客对她说:“你怎么穿着韩国的衣服啊?还把孩子打扮成小太监?”南萧耐心解释:“这都是中国明代时的服饰,您说的这些啊,是受到影视剧影响太深了。”

之前,曾有某国际品牌引发汉服乃至服装界发声的“马面裙是中国的”社会关注。今年,天津同袍发现,某国在津协会发起的活动,将投壶作为该国传统文化体验。对于这种模糊概念会出现的误导,大家在水上公园举办了“重阳投壶分享茶会”,现场体验式宣传中国传统文化中的投壶、点茶、香道等,以大量历史的图文资料来正本清源。

白龙告诉记者,也有人对于巡游路线经过海河边风貌建筑区、意风区有意见,认为“传统汉服与小洋楼不搭”。白龙则认为,海河和小洋楼是天津的特色,以汉服和城市风景的对碰,其实是天津“汉洋折中”包容性和协调性的体现,这是有历史底蕴的,“在视觉上也能产生惊艳效果。”

说到城市特色和历史底蕴,天津自古就是兵防重地,宋辽以河为界对峙,明代设卫建城,老城最初只有兵驻……这也是天津礼录斋文化团队以甲冑武备展示、射礼体验作为传统礼仪复原的“底气”。

有礼仪之大,故称夏;有服章之美,谓之华。汉服为载体的中华传统文化精髓,通过各种表现形式,正在日常生活中得到延续和发扬。

新报记者 单炜炜
图片除署名外均由受访者提供

带来更多商业新契机

在接受记者采访时,白龙说,袍子们一年要过很多“节”。

随着对于汉服及传统文化的发掘,更多的节日成为了同袍相聚、推广传统文化的重要日子。“腊月二十三到春节期间以辞旧迎新为主题;春节到元宵节是欢度传统佳节;春季的上巳日、花朝节;还有传统节日的清明踏青、端午祭、七夕乞巧、中秋祭月、重阳登高,像立夏、冬至等节气,也会有相应的活动。”白龙说,每年4月18日的中国汉服日、11月22日的汉服节,更是汉服爱好者们重要庆典节日,从投壶、插花、射箭、点茶等游艺项目,到汉服巡游、文化展演,“多种多样的形式来展现汉服魅力,宣传传统文化。”他说,天津本地的节假日主题文化节,以及外地像西塘汉服文化周、中华礼乐大会、国风大典等,更是同袍们的盛会,“就本地来说,今年天津差不多有超过20项活动与汉服有关。”

汉服热的同时,也带火了“汉服圈”。汉服产业从业者墨歆介绍说,广义上的汉服产业根据性质和方向不同大致可以分为服饰类、工艺类、文化类三大类内容。

第一类为服饰类。服饰溯源研究、服饰传统纹样设计、缝制制造、服饰销售租赁、体验推广等行业;第二类是文化类。诸如国学礼仪培训机构的国学兴趣班、影视剧礼仪指导顾问、婚仪公司推出的“汉婚”项目、学校举办的“开笔礼、释菜礼、成人礼”等,都是依托于现在汉服产业而被重新提起的传统礼仪;第三类是工艺类,文物服饰复原,传统配饰制、铸造的工艺复原等行业,“在此基础上,更是可以细化,诸如四大锦的织造、织金妆花、缂丝织造等非遗技艺,在当下都有着比较广泛的产业链。”

在墨歆看来,从事汉服行业,起码要对传统文化或传统民族服饰具有一

定程度的喜好和热爱,对汉服的定义,汉服的衣冠体系有一个正确的、清晰的了解认知,而不是网络搬运工或者打着“穿衣自由”的口号形成错误的穿搭概念输出。此外,还需要有一定的传统技艺特长,可以更有利于在自己擅长的领域彰显出汉服的美,有助于快速定位自己在汉服类行业中所要经营的项目内容。

在汉服、国风等IP的时尚风引领下,也吸引了一部分资本关注到传统服饰的市场。原创和“依葫芦画瓢”同样是汉服产业所面临的知识产权问题。据了解,天津地区售卖正规符合形制的实体店尚为空白,不少商家多是以代理方式进行网购进货,高定类仅有一家,而体验馆虽是百花齐放,但服务内容、质量、侧重方向也有区别。

一些穿搭博主、旅行博主对于汉服重视提升,化妆、摄影师等传统行业也因此有了新的契机,这些都是机遇。